

基金下半年投资策略全揭秘

或许谁也无法预测,2009年的上半年A股市场在基本面、政策和流动性的作用下,走出了如此强悍的行情。以月K线观察,上证指数今年以来是连续的6根阳线,这样的状况以往只有牛市行情的后半期才会出现。

上涨复上涨的行情,扑朔迷离的全球经济状况,以及让人担心的市场走势,让投资者愈发关注基金这个最大投资群体的投资观点。

快报记者 周宏

宏观经济

同一个主题——“胀”

如果要用一个字来归纳基金对下半年的宏观经济走势的看法则是——“胀”,通货膨胀的“胀”。

或许,不同的基金投资团队对于中国经济能否快速复苏,或是美国为首的发达国家经济能否复苏尚有分歧,但基金对于如此庞大的流动性会催生资产价格上涨甚至通货膨胀的判断则完全没有疑问。

南方基金认为,国内CPI、PPI将在下半年逐步由负转正。随着投资者对全球经济复苏的预期提升,以及对于全球央行量化宽松货币政策导致流动性泛滥前景的担忧,近三个月金融市场对于资产资源类通胀的预期明显升温。该基金同时认为,中国经济已在一季度见底;以房地产和汽车为龙头的内需率先启动,股市周期性行业的领涨也体现了投资者对经济复苏的预期和确认。随着国家刺激政策的落实,民间投资的启动,以及世界经济的回暖,下半年中国经济将会继续向好。美国经济今年内开始复苏是大概率事件。美国的经济衰退至今已经18个月了,持续时间之长超过了1933年以来的任何一次衰退。进入二季度后,美国的经济数据开始显露出企稳迹

象,有望在近期恢复正增长。

交银施罗德认为,投资者正经历信心的复苏,而信心复苏大关键首要来自于对宏观经济复苏的确认。尤其是市场指数自2009年2月16日触及2402点并回调至2037点后,开始的新一轮行情几乎没有深度回调,而是持续气势如虹的上涨,这则是源于市场对中国经济率先复苏的确认,虽然其中仍有流动性因素的影子存在。

中银基金认为,下半年投资首先应从国内乃至全球宏观着眼,小处入手。尤其应关注美国的消费、信贷和信心指数。考虑到美国的信心指数已经连续几个月出现反弹,信心指数的好转直接影响其经济复苏。其次,美国房地产是影响消费的重要因素,其复苏趋势非常明显。近一个月来,美国房贷利率连续上升,6月3日公布的15年房贷利率由4.44%升至4.8%,30年房贷利率由4.81%升至5.25%,房地产销售明显回升。最后是美国的信贷市场,其借贷意愿明显复苏。同时,美国TARP计划中已有很多银行开始还款,银行体系流动性的恢复是经济复苏又一大利好。信贷市场能否真正复苏,将预示美国经济能否走出低谷。

市场趋势

同一个结论——“涨”

如果要用一个字来归纳基金对下半年A股市场的走势看法,那么就是“涨”。认为市场短期内依然面临一定机会、流动性推升的市场行情将得到延续,成为几乎所有基金团队的共识。

当然,也有部分基金特别提出这一趋势的延续存在两个前提。第一、宽松的货币政策能否延续,第二、基本面的实体经济是否能够真正复苏,给市场以实际的支持。

信诚基金认为,下一个阶段,企业的盈利会出现复苏。因为,企业盈利的复苏落后于经济的复苏,而目前经济复苏的前景比较明确。一旦企业盈利复苏,市场原有的估值水平就会下降。就市盈率而言,现在期望盈利的上升,它有可能是跳跃性的上升。全球经济正在复苏、中国经济也正在好转,这种情况下现在的估值并不是很贵,股市的中期趋势是向好的。

南方基金认为,在经济复苏和流动性充裕的背景下,股市将继续震荡上行。周期性的熊牛交替一般会经历政策放松,股市见底,经济复苏和盈利回升等四个阶段。目前我们正处在经济刚刚开始复苏但

是盈利尚未回升的阶段,股价上涨的驱动力将由原来的政策面和资金面推动的宏观指标好转和市场估值水平扩张,逐步转为微观基本面改善带来的盈利预期提升。

交银施罗德认为,就中国股市的未来走势而言,其ROE很可能在三季度开始由2008年11.51%的水平快速回升,并最终达到13%左右的均值或更高的水平,而对市场构成实质支撑。同时,源于中国经济的率先复苏和较高的成长性,可以将国际市场15倍-25倍的静态市盈率,作为中国股市动态市盈率运行区间较好的参考指标,即只要中国股市动态市盈率还在15倍-25倍的水平,就暂时不用担心泡沫的问题。

当然,也有基金在分析中认为,尽管市场充裕的流动性推高了资产价格,但资产价格是否能保持稳定还要由经济基础来决定。目前来看,经济触底已经可以确定,但是何时才能进入新的增长周期依然是个未知之数,中央政府也在不断地采取各种政策调整经济结构,将经济发展的引擎由出口向内需转变,但这势必是个长期的过程。

热点机会

一个形容词——“散”

而对于未来的投资主题,目前各家公司的判断还是有分歧的。这或许再次证明了未来半年,市场可能进入结构性行情的状况。

从目前看,房地产股可能是基金看多的观点最一致的行业。既是消费业,同时也是资产产品。既有较高的投资杠杆,同时也属于非贸易品行业,另外,宏观经济层面肩负启动民间投资的重任,种种因素,使得房地产成为很多投资团队看好的行业。

而与此同时,制造业则成为各方面分歧集中的行业。看多者认为,随着经济启动和政策扶持,制造业将面临盈利复苏。而看空者则认为,在下游增长缓慢、产能过剩的前提下,当上有原材料因为种种原因上涨后,中间制造业将会无限痛苦。

中银基金认为,由于国内经济复苏趋势非常明显,鉴于中国的城市化和工业化还没有完成,经济复苏将从汽车消费、房地产消费、家电消费,进一步过渡到制造业。因此,中银基金已经将工业化、消费升级、企业重组以及民营企业崛起作为下半年四大投资主题。

南方基金认为,就下一阶段投资策略而言,行业主线方面包括:1.寻找相对估值仍然偏低的大盘板块的补涨机会,如金融、钢铁;2.根据经济复

苏进程,超前配置出口需求和工业活动复苏后的受益行业如航运,并把握内需进一步增长带动的周期消费行业;3.受益于通胀预期与流动性推动、或具有供给瓶颈和刚性需求的资产、资源型行业:地产、石油、煤炭和有色。

中欧基金则表示,行业选择上,沿着景气复苏和流动性充裕两条主线,下半年看好的行业包括:受益于流动性、并且基本面有明显改善的金融、地产行业;受益于固定资产投资增速加快的工程机械、钢铁、水泥等相关行业;此外,食品饮料、商业零售等下游消费行业在居民收入增长加快、消费者信心增强的带动下,业绩将保持稳定持续增长,加之估值水平较合理,也有望有较好的表现。上游行业看好煤炭行业,其业绩较好,估值合理,经过短暂调整后,仍有望较好表现。

此外,友邦华泰的基金经理看好房地产股、金融、资源品和商业零售。博时基金的基金经理则看好通货膨胀的预期(黄金、房地产)和内需,包括银行、证券、保险、汽车、家电。

此外,一些基金还表示,看好的行业还包括,有土地储备的公司,钢铁(主要是建筑钢多的企业),上游资源行业,比如铁矿石、煤炭,消费品行业等等。

聚焦企业信心

由于企业对专业版的热捧程度超过了预期,百度千万消费券半月内即申领完毕。营销人士预估,在未来的几个月时间里,千万推广基金将被应用到各企业的搜索营销中,或将拉动超10亿的销售额。

百度“信心计划”初见成效 企业销售额增长三成

金融危机对全球实体经济的影响正日益深化,而此前各方力量开出的“救市妙方”也进入效果检验期,每一个处于这场危机中的人都在揣测:谁将是悬壶济世的神医?

“83%的企业表示客户增多,企业销售额增长三成。”来自百度的内部调研数据显示。显然,这是迄今为止各方答卷的最好成绩。

一切源自“信心计划”,百度于4月底正式宣布,其核心是三记重拳——“搜索推广专业版”、“千万推广基金”和“大规模企业搜索营销培训”。

超过九成专业版企业表示要持续加大对专业版的投入,千万推广基金在半个月不到的时间里被抢光,多数企业的销售额开始大幅抬头,在这个季节,“信心”似乎从一句口号变成了“看得见、摸得着”的东西。

然而,这只是战役中一次小小的胜利。中国3000万中小企业或许正在经历一场最严酷的抗争,百度的“信心计划”是否能帮助它们从胜利走向胜利,接下来的第三、第四季度将会有进一步的答案。

中小企业热捧专业版

作为百度“信心计划”的第一板斧,搜索推广专业版已经无可置疑地得到了企业的认可。有数据为证,据百度相关负责人表示,超过九成专业版企业表示要持续加大对专



业版的投入。

笔者走访了一些中小企业也发现,不少企业在4月20日专业版上线首日就迁移到“专业版”上,让他们急于“升级”的最大原因是,加入“专业版”能寻找更多的销售线索和潜在客户。

数据显示,金融危机中,客户资源少、推广很难有效触及目标客户以及成本增加是中小企业目前面临的最大困难。显然,专业版的推出对企业主来说是及时雨。

“百度‘凤巢’系统已经接近我们公司的业务体系,好像是我们量身订作的。”北京理德斯普企业管理咨询有限责任公司董事长孙红军如此评价。据他介绍,使用百度搜索推广以来,该公司销售一

直稳定增长,“有段时间业务增长之快,以至于客户都要排队。”

即使碰到经济危机,孙红军表示仍然会增加在百度的投入,“我们在‘凤巢’上已经投放三千多个关键词了。将来我们有可能将来增加到数万个。”

千万“百度消费券” 或将拉动10亿销售额

如果说“专业版”的上线是“想企业之所想”,那么百度随后发起的“千万推广基金”则可谓“急企业之所急”。

“千万推广基金”又被通俗地称为“百度消费券”,根据这一计划,在5月1日至31日期间,使用搜索推广专业版

的企业,将有机会获得百度额外支持的消费金额25%的推广基金,整个推广基金合计1000万。

据了解,由于企业对专业版的热捧程度超过了预期,千万消费券半月内即申领完毕。营销人士预估,在未来的几个月时间里,千万推广基金将被应用到各企业的搜索营销中,或将拉动超10亿的销售额。

记者走访的温州市绿森数码科技有限公司、北京盛源星空科技有限公司、北京华清理德咨询中心、北京美加百利咨询有限公司、广州博络网络科技有限公司均在第一时间续签了百度的“专业版”服务,并在5月顺利申请到了数万元的推广基金。

“免费的东西当然要,但

如果没有价值,免费的也嫌多。”一位企业主表示。真正让企业老总们趋之若鹜的还是“专业版”本身,消费者主动参与、投放精准、可控制、回报高本是搜索营销的优势,再加上免费的“优惠券”,性价比进一步凸显。

天津一家培训企业的张先生告诉记者:“我用这个专业版也没有多久,只是抱着试试的态度。百度这次升级还真不错。比如,以前我有好多词想上都不给上,提上去就被拒绝了,生气着急也没用,还有,我以前想一部分词只投放天津,不能操作!现在可以了。”

张先生还表示,专业版新后台增加了一个推广实况功能也让他心动,“我现在可以查看到自己在其他地区的推广情况。总之后台升级的功能挺好使,我挺满意!”

企业销售额增长三成 百度凤巢初露锋芒

一切都要落脚到销售额上。营销专家认为,注重短期的投放效果、注重推广费用与销售额的占比,是当前企业的核心营销原则。

对此,百度负责人介绍,在最近对客户内部调研中发现,企业应用专业版后,90%的企业增强了度过难关的信心;83%的企业认为客户增多,企业销售额提升三成左右;63%的企业以专业版为契机,提升了企业网站建设的信息

化水平。

孙红军也佐证了这个观点,据他表示,受经济危机的冲击,90%的咨询公司都受到了严重的影响,有的业务削减了三分之一,有的削减的50%,“我们理德斯普不仅没减,总的业务量在持续增长,原因就在于我们实施一套有效的关键词搜索推广策略。”

孙先生表示,该公司的产业调查业务涵盖了41个行业,包括众多二级目录分类,形成一个广泛的服务层次。“‘凤巢’系统正好能实现分层管理,这样我们可以根据各个层次的业务体系,构筑整体营销策略,更好地向潜在客户进行营销推广,所以我说‘凤巢’简直就是为我们量身定制的。”

东莞诺威尔焊接科技公司总经理李先生则认为,通过百度搜索平台,企业可以灵活调整推广时段和推广地区,还可以根据自己产品的特点,在百度定制灵活的营销服务。“百度确实能帮我们带来更多的销售线索,有一段时间,我们在百度暂停推广了2个月,这期间公司几乎3天都接不到一个新客户电话,这连我们自己都很意外。”

通过“信心计划”与搜索营销的嫁接,百度正在引领中国3000万中小企业的营销模式升级,业内人士认为,金融危机终将过去,届时中小企业的营销能力将在洗礼中达到一个新的高度。