

聚焦机构调研

编者按:近期,A股市场震荡明显,后市热点及市场不确定性增加。机构作为相对成熟的市场主体,其调研对象对投资者寻找布局标的有一定参考作用。《证券日报》编辑部对近一个月以来机构调研的582家上市公司进行分析梳理,并对被调研公司数量行业占比居前的电子、家用电器、计算机、钢铁等板块进行分拆解读,以飨读者。

覆盖面近四分之一 电子成机构调研密度最高板块

■本报记者 赵子强

近期,沪指震荡明显,本周累计下跌2.83%,9月份以来累计下跌3.99%。受大盘影响,电子板块市场表现一般,但机构投资者对电子行业的关注度仍较高。《证券日报》记者根据同花顺数据统计后发现,近1个月时间内,共有582家上市公司接待包括基金、证券公司、阳光私募、保险公司、海外机构等在内的多类机构调研。其中,电子行业共有68家上市公司被机构调研,占比居行业首位。

《证券日报》记者对调研数据进一步统计后发现,在7月11日至8月10日期间,电子行业被机构调研的公司数量只有34家,仅为最近一个月电子行业被机构调研的上市公司家数的一半,反映出机构对该行业的关注度与日俱增。

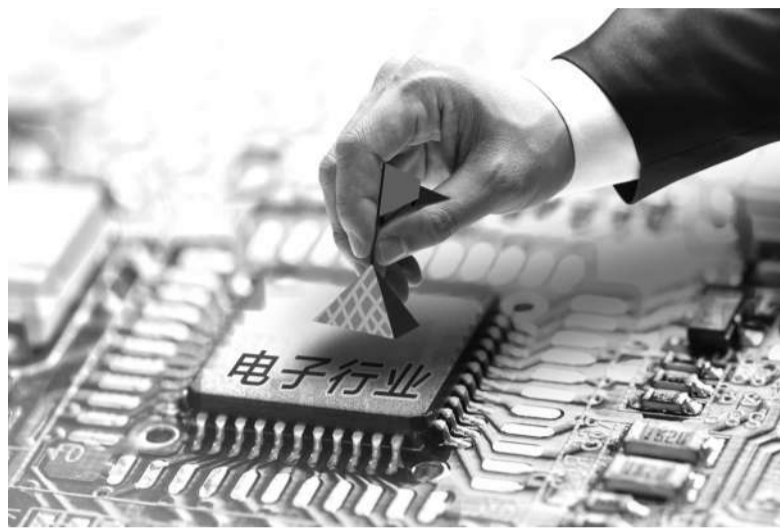
从参与调研的机构家数来看,最近一个月被机构调研的68家电子行业上市公司中,有12家公司被百家以上机构调研,分别是兆易创新(334家)、歌尔股份(311家)、生益科技

(207家)、立讯精密(195家)、澜起科技(194家)、工业富联(175家)、圣邦股份(175家)、锐明技术(151家)、领益智造(142家)、TCL科技(140家)、卓胜微(110家)、东山精密(108家)。

从最近一个月被机构调研的机构数量来看,有20家电子行业上市公司被机构调研超过2次。其中,被调研次数居前的公司分别有:利亚德(6次)、宏达电子(6次)、海能实业(4次)。

“调研公司家数及参与调研机构数量的增多,意味着机构对电子行业的认可,即使出现短期利空,也不改长期发展趋势。”私募排排网未来基金基金经理夏风光对《证券日报》记者表示,调研是决策的前置程序,机构调研数量增多,意味着机构关注度在增加。

“近期机构密集调研电子行业,离不开价值投资的逻辑。”轩轾资管总经理肖默从价值投资角度对机构调研行为进行了解读。肖默认为,价值投资含有时代特性,近年来中国经济发展速度较快,电子行业趋势向好也无可厚非。特别是在国家提出大力发展集成电路及半导体行业的背景下,电子行业会有很大投资机会,



值得投资者关注。

对于电子行业未来的投资机会,金田龙盛投资总经理陈丙田向《证券日报》记者表示,从中报数据来看,上半年电子行业上市公司总体营业收入和净利润同比均有不错表现,说明电子行业景气度有所回升。苹果iPhone12新机上市在即,可适当关注相关产业链中具备经营现金流的优质龙头企业;同时,可以关注一些在

细分领域具备技术和成本优势的企业。在5G方面,投资者可多关注5G后市场应用领域的发展机会,该领域未来一定会跑出大牛股。龙赢富泽资产总经理董轶认为,在5G通讯、服务器、物联网等应用推动下,电子行业的长期成长趋势不改。同时,随着国内电子市场在封装、制造、设备、材料等环节进口替代的推进,本土电子产业链公司将率先

机构摸底13家家电上市公司 社保基金抢先潜入5只股

■本报记者 张颖

随着国庆节和中秋节的临近,家用电器又将迎来一轮“大促”期。证券业内人士一致认为,受益于地产回暖和新消费理念,家用电器行业的投资机会值得持续看好。

《证券日报》记者根据同花顺数据统计发现,8月11日至9月10日的一个月内,共有582家上市公司接待基金、证券公司、阳光私募、海外机构、保险公司等五类机构的调研。其中,家用电器行业共有13家公司被机构调研,被调研公司家数的行业占比达21.31%,位居申万一级行业前列。

从参与调研的机构家数来看,上述13家家用电器上市公司中,九阳股份、荣泰健康、海信家电、三花

智控等4家公司接待调研机构家数均在20家及以上,分别为155家、89家、40家、20家。值得注意的是,这13家获机构调研的家电公司中,有10家为中小创公司。

对此,接受《证券日报》记者采访的轩轾资管总经理肖默表示,现在家用电器行业和以前是不一样的。以前的家电通常是指冰箱、洗衣机、电视等;现在的家用电器有很多花样,特别是小家电,如洗碗机、加湿器、擦地机器人等,所以,建议投资者选择一些小而精的企业,小家电上市公司的机会可能会比传统家电企业更大些。

“目前家电行业的现状是基本面触底回升,行业景气度上行,同时行业估值较低,存在业绩修复带来的价值回归机会。”龙赢富泽资产总经理

董轶对《证券日报》记者表示,目前市场可能存在两个预期差。一是空调产业链盈利修复超预期;二是地产竣工带来厨电零售回暖超预期。此外,还可关注下半年家电出口产业链复苏带来的投资机会。

在一些机构密集调研之际,已有部分机构提前布局家电股。统计数据显示,截至今年上半年,在上述被机构调研的13只家电股中,奥佳华、苏泊尔、九阳股份、新宝股份、三花智控等5家公司前十大流通股股东名单中均有社保基金现身,合计持股数达9342.09万股。

在机构密集调研和积极加仓的背后,是机构对该板块的高度认可。统计数据显示,在上述13只家电股中,机构在最近30日内给予“买入”或“增持”以上评级的公司达12

家,占比逾九成。其中,九阳股份、三花智控、老板电器、浙江美大、新宝股份、苏泊尔、海信家电、北鼎股份、荣泰健康等9家公司被“推荐”的次数均不低于10次。

“家电行业将迎来两重利好。”银河证券在最新研报中提出,一是被疫情打断的竣工逻辑回归。从量上体现为新增需求提升,从价上体现为消费需求向大容量、健康等概念产品的升级。二是经济从疫情影响中逐步恢复后,带动消费力回升,主要体现在必选家电消费完成后,长周期内对多元化家电的购置需求上升。

银河证券建议,后市关注两条清晰的主线:一是关注疫情消退、竣工回升带来的疫情“顺周期”类子板块的需求基础回升,如白电板块、厨电板块、照明板块。二是消费者多

8家计算机公司均获超百家机构走访 德赛西威居首

■本报记者 吴珊

“一旦行情走到盘整或回调期时,投资者往往需要更多信息辅助其投资决策,所以,即使是专业的投资机构,也需要在这个时候加大调研力度,通过深入研究减少犯错的可能。”私募排排网未来基金基金经理胡泊在接受《证券日报》记者采访时表示。

最近一个月,A股市场上演分化走势,投资者信心也在跌宕起伏的震荡行情中经历考验。机构开始谋求新的布局思路,前期调研则是机构甄选日后重仓股的重要方式。《证券日报》记者对同花顺数据统计后发现,最近一个月,共有52家计算机行业上市公司接待了基金、证券公司、阳光私募、保险公司、海外机构等五类机构的调研,占该行业上市公司总数的比例达20.80%,位居申

万一级行业前列。

华辉创富投资总经理袁华明在接受《证券日报》记者采访时表示,很多时候行业调研会滞后于行情,存在股价上涨市场关注度提高,进而引发相关机构调研力度提升的情况。今年上半年,计算机行业的经营业绩和股价表现均比较突出,市场关注度和热点效应较高,机构对该行业的调研力度也比较大。三季度报业绩预告显示,计算机板块继续成为市场热点的可能性较大,但也会受外部因素和政策环境变化的影响,机构调研有利于消除不确定性,发掘该板块的投资机遇。

从参与调研的机构家数来看,最近一个月,共有39家计算机公司接待调研机构家数超过10家。机构扎堆调研计算机企业的现象非常明显,有8家公司获超百家机构光顾。

其中,德赛西威参与调研的机构家数最多,达到318家;紧随其后的是中科创业,参与调研机构家数为291家;广联达参与调研的机构家数超过200家,达221家。其他参与调研机构家数超过百家的上市公司还有科大讯飞(175家)、绿盟科技(123家)、虹软科技(122家)、宇信科技(103家)、金山办公(101家)。

机构调研行为,往往显示出机构对该股的投资价值比较关注,被调研的公司极有可能成为机构资金布局或加仓的目标。

最近一个月,计算机行业尽管受到机构的广泛关注,但股价的调整仍在继续。统计数据显示,在上述获机构调研的52家计算机公司中,有41家公司最近一个月股价下跌,仅11家公司股价上涨。其中,道通科技、汉王科技、朗新科技等3只

个股期间累计涨幅超10%。

胡泊在接受《证券日报》记者采访时表示,最近这段时间,以计算机为代表的科技股出现较大幅度调整,股价走势呈现高贝塔强周期的特征。一方面,是受国家政策导向的推动;另一方面,是受中美贸易摩擦的影响,导致多空争议加剧。对于计算机行业股,应该在相对低位介入,市场热情高涨时反而是减仓良机。从长期来看,计算机为代表的科技行业依旧是国家发展的重要行业,科创板的推出目的是为了扶持科技产业发展。

兴业证券认为,从中长期维度看,计算机各细分领域整体走势呈现强者恒强的态势,优质的现金流也将为龙头企业提供基本面的强支撑,建议重点关注龙头企业调整带来的建仓机会。

钢铁行业需求向好 6家公司获机构密集调研

■本报见习记者 任世碧

近期钢铁行业库存已转入下降通道。中钢协发布的数据显示,8月下旬,20个城市5大品种钢材的社会库存为1235万吨,比当月中旬增加17万吨,上升1.4%;比3月上旬时的峰值减少786万吨,下降38.9%。

“国内疫情大幅缓解,雨季逐渐过去,‘金九银十’的房地产行业旺季预期较强,有望带动钢铁需求回暖,带动钢铁库存下降。”私募排排网研究员刘华对《证券日报》记者表示,“钢铁产能继续上升的空间有限,在这种情况下,复工复产的推进和水灾过后基建项目有望集中开工,再加上房地产行业边际改善和国内基建投资加码落地,有望带动钢铁行业基本面持续改善。钢铁属于周期性行业,受宏观

经济影响较大,从8月份经济数据来看,经济回暖迹象非常明显,叠加目前钢铁板块整体估值较低,业绩确定性相对突出,因此存在阶段性投资机会。”

近期机构对钢铁板块龙头股的调研热情也高涨。《证券日报》记者进一步统计后发现,最近一个月,共有6家钢铁行业上市公司获机构密集调研,占该行业成份股比例的17.14%,位居申万一级行业前列。具体来看,华菱钢铁、永兴材料、久立特材、鞍钢股份、甬金股份等5家钢铁企业累计接待调研的机构数量均在10家以上。此外,三钢闽光也获得3家机构的集中调研。

上半年,钢铁行业基本面盈利逐步修复,成为近期机构频繁调研的重要支撑。《证券日报》记者根据同花顺数据统计发现,在40家钢铁

行业上市公司中,上半年实现净利润同比增长的公司有9家。其中,包括华菱钢铁、河钢资源在内的8家钢铁公司报告期内净利润同比增速均超过20%。

从净资产收益率来看,金洲管道、方大特钢、中信特钢、华菱钢铁等4家钢铁公司上半年实现净资产收益率均超10%。

对此,龙赢富泽资产总经理董轶在接受《证券日报》记者采访时表示,“钢铁行业的经营情况依然稳步回升。随着复工复产的深入推进,下半年钢铁需求向好。同时,雨季即将结束,基建项目将二次发力,对钢铁需求也是短期提振,可改善企业盈利。此外,钢铁行业整体估值依然很低,板块防御属性明显。虽然目前大盘的方向并不明朗,但钢铁板块的估值修复

预期犹在。”

在市场表现方面,9月份以来,沪指累计下跌3.99%;钢铁板块的表现强于大盘,期间累计下跌1.01%。在个股方面,有21只钢铁股表现跑赢大盘。其中,武进不锈、华菱钢铁、山东钢铁等3只钢铁股月内累计涨幅均逾5%。

估值方面,截至目前,有17只钢铁股股价处于破净状态,占比逾四成。包括河钢股份、鞍钢股份在内的7只钢铁股最新市净率均不足0.7倍,具有较强的安全边际,估值优势显著。

“钢铁板块有望迎来估值修复行情。”淳石资本业务合伙人杨如意对《证券日报》记者表示,“从中期来看,钢铁板块估值仍将受到压制,但业绩环比改善和企业分红或将催化一轮估值修复行情,市占率高的行

业龙头值得关注。”

“钢铁行业属于周期行业,相关标的仍是结构性机会。”接受采访的中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示,在疫情控制之后,经济快速复苏,复产复工加上各国对经济的刺激计划也刺激了钢铁消费。但钢铁行业属于成熟周期行业,当基础建设需求出现滑坡时,钢铁库存会重新抬高,尤其是粗钢库存。因此,钢铁行业股后市表现依然是结构性机会。”

盘和林认为:“投资钢铁行业有两个路径。一是具有上游铁矿石资源的企业,自有铁矿开采可分摊掉部分市场风险。二是向特钢、特种钢以及下游钢铁应用领域延伸的企业,可提高附加值。例如,资产收益率较高的特种钢生产企业、管道类钢材生产企业等。”

全球流媒体商业进化风向: 广告、会员、单片付费 多模式叠加

■本报记者 谢若琳

2020年,全球流媒体正在服务模式与匹配的商业模式上,发生越来越多的变化与变革。老牌流媒体风向标奈飞(Netflix)有了新动作。日前,奈飞向非订阅用户开放了免费板块,用户只需要观看30秒可以跳过的广告,便可获取免费内容。这是奈飞成立11年来,首次尝试免费板块。

“显然,面对强敌,奈飞需要更丰富的产品线,仅凭订阅收入已经无法满足奈飞业绩增速,免费板块在此时推出可以有效缓解奈飞增速颓势的压力。”有专注从事文娱投资的专业人士向《证券日报》记者表示,流媒体平台用户需求多元复杂,导致商业模式呈现复杂多样化。在此背景下,全球流媒体平台的商业模式开始越来越趋同。

“对于流媒体而言,单一的商业模式已无法支撑当下市场增速,叠加多元化商业模式是重要策略。”一位从事TMT行业研究的券商分析师表示,流媒体用户存在“不愿付费的大多数”,这是“免费”流量的广告变现逻辑,国内的流媒体平台就是在这样的基础上成长起来的。奈飞选择以30秒广告换取免费用户,吸取了中国流媒体平台的商业经验。

全球流媒体平台商业模式殊途同归

过去十年,奈飞收入复合增速28%,全球付费用户总数达1.93亿人,让投资者对其抱有极高期待。但硬的反面是,去年以来,奈飞新增付费用户主要来自欧洲、中东及非洲市场(EMEA),第二季奈飞本土移动用户增长16%,海外用户增长70%,但二季度海外新增付费用户规模环比锐减至275万人,第一季该数字为696万。

业内质疑,等疫情趋缓后,奈飞的业绩增速还能保持吗?奈飞高管对此也很悲观。公司预测,第三季度的付费会员仅增长250万人,而去年同期为680万人。

另一方面,迪士尼等巨头来势汹汹。截至8月3日,上线半年的“迪士尼+”付费订户数已达6050万人,此前的计划是要到2024年才能实现这一目标。

上述分析师认为,面对业绩风险,奈飞推出30秒广告,获取免费内容的背后是面对不同类型用户的多元化需求所做的梯度化满足,意在扩大潜在用户群。

用户多元化需求的课题,国内流媒体平台反应得更快一些。不论是单片付费模式,还是今年爱奇艺推出的“星钻会员”,抑或是上半年爱奇艺、腾讯视频尝试推行的PVOD模式,都是国内流媒体平台基于用户需求复杂度所给出的解题思路。

今年《肥龙过江》《春潮》《婚姻故事》以及院线电影《征途》均通过PVOD模式登陆爱奇艺。与此形成呼应的是,4月份,环球影业以PVOD模式上映《魔法精灵2》;近期,迪士尼自制《花木兰》也采用同样的模式登陆迪士尼流媒体平台“迪士尼+”。

流媒体的生意,实现盈利不是易事。这从奈飞的商业模式逐渐向中国流媒体平台的经验进化,国内流媒体平台疫情期间探索萌芽于好莱坞的PVOD(高端付费点播)模式并本土化中便可看出。面对复杂多变的外部环境和用户需求,全球流媒体平台在商业模式的探索上殊途同归。

内容免费依靠广告收入和订阅收入,就像是一条马路的两个端口,中美流媒体正在从两端往中间靠拢,国内流媒体尝试叠加会员多样化、单片付费、PVOD模式,而奈飞推出免费内容。殊途同归的背后,有业内人士认为,“全球流媒体巨头正趋向共识,即叠加商业模式将成为行业通行法则。”

进化商业模式拓宽收益空间

按需匹配、精细化运营,或许是视频会员经济走向成熟的最终归宿。这是必然之路,也是一条复杂多变的路。

在这个碎片化时代,视频内容不断出新,排播模式不断革新,多种屏幕不断翻新,很多人都希望以更“自由”(包括时间和空间等维度)的方式观看内容,所以演化出更符合这部分会员预期的服务,逐步完善多元化的高价值权益组合,其实是当前在线视频平台必须要做的选择。

上述分析师表示,无论是海外吸取中国经验,抑或是国内流媒体平台探索PVOD模式的本土化,都是通过商业模式进化、拓宽收益空间的表现。同时,商业模式的进化,自然能给上游内容制作带来更多收益,以此形成“优质内容-更多会员-更多收入-更多优质内容”的正循环。

技术正在持续驱动商业模式进化,爱奇艺CEO龚宇表示,视频内容匹配的商业模式从广告为主的商业模式,逐渐迎来会员模式叠加的第二波发展。现在流行的单片付费模式PVOD,对不同投入影片,特别是大投入影片更加公平,平台、出品方、投资者能够获取更加公平的回报。多种商业模式相互叠加作用,对视频平台而言是技术驱动商业模式的进步和进化。

“点播模式必须依靠优质内容拉动,对于制片方而言,当电影在影院没有排片优势时,流媒体平台PVOD不失为另一种选择。”上述专业人士表示,而对于流媒体平台,多种商业模式叠加成为必然趋势,未来一定是广告、多梯度的会员体系、单片付费等多模式共存,从客观上也拓宽了流媒体收益空间。