

第一部分、金百镭投资月报

招商汇智金百镭是我们践行核心成长投资之路的启航产品。在第一个月里，截至8月15日，单位净值为1.0345元，增长率为3.45%。操作思路：（1）安全垫策略；（2）重点聚焦现代生活服务领域；（3）核心成长逻辑，精选个股；（4）投资企业的加速增长期。

下一阶段投资策略：2013年是转型元年，总体是成长股的盛宴行情，也是未来的主旋律，从中长期看，一个上市公司3-5年的股价涨幅几乎和这家公司的净利润增长水平完全趋于一致，因此，金百镭投资将坚持



本源，专注核心成长，追求持续卓越，努力为委托人实现满意的回报。

第二部分、金百镭研究月报

宏观层面：中国经济短期企稳，美国经济复苏确立。2013年7月，中国采购经理人指数、工业增加值增速均超

市场预期，显示工业企业效益有触底回升的迹象，进出口数据好转，物价稳定，货币供应量水平维持中性偏紧的格局；美国ISM制造业指数超预期，失业率下降，新屋开工数量稳步回升，美国经济已经确立复苏。

行业层面：金百镭的投资策略为聚焦代表先进生产力和中国经济转型方向的六大产业——医疗健康、清洁技术、TMT（Technology, Media, Telecom 即科技、媒体和通信）、品牌消费、先进制造、现代服务。

第三部分、金百镭服务月报



本次月报的主题内容是，金百镭官网的介绍与说明。

财富俱乐部是您尊贵身份的落脚处，客服中心是潜在委托人与已有委托人贴心的辅助。风险测试是认真客观的说明。快速预约的不仅有我们精心打造的产

品还有俱乐部面对面的活动。

招商汇智金百镭 8 月投资报告

(2013.7.15——8.15)

一、操作总结：

金百镭投资历经三年积极探索，以史为鉴，与时俱进，定位于“专注核心成长，追求持续卓越”。假如说金百镭 1 期是我们探索真谛的产品，招商汇智金百镭是我们践行核心成长投资之路的启航产品。在第一个月里，截至 8 月 15 日，单位净值为 1.0345 元，增长率为 3.45%。

操作思路：

1) 安全垫策略：

以 1.00 元为起点，以有限的仓位做积极的管理。仓位基本控制在 30%，精选个股 3-4 只，每只 5-10% 的集中度，实施目标管理。

2) 重点聚焦现代生活服务领域：

投资过程如同一段旅程，分享旅途中的快乐、颠簸和风雨，最终胜利攀上顶峰或到达彼岸。旅程出发前，要做好两件事：一是方向对头，二是路线清晰。投资也一样，中国制造的 WTO 红利、房地产商品化红利、伴随着生产要素价格（以资源为代表）的上涨基本代表了前二十年中国的经济旅程。

未来的旅程在哪里？未来的旅程哪里是给力的方向？哪里是牛眼出没的地方？哪里是未来的新支柱？转型过程自然一半是海水，一半是火焰。今年两大产业非常友好，一是节能环保，15 年总产值目标 4.5 万亿，年增速 15%；二是信息消费，15 年规模目标 3.2 万亿，年增长 20%。这代表中国已经进入了现代生活服务业主导的旅程。

现代生活服务业包括哪些呢？哪些产业的资本能够展翅飞翔？飞得更高？更远？毫无疑问，一定是生活中大家的需求在哪里积聚？大家的幸福指数在哪里起航？在哪里？在清洁的空气和水中、在健康的医药和食品里、在丰富的文化和旅游里、在便捷的微博和微信里、在日新月异的信息科技里——

3) 核心成长逻辑，精选个股：

按照金百镭投资的核心成长逻辑，精选个股，宁缺毋滥，重在胜率。

回到证券市场中，我们有机结合风险、收益、成本、时间四个维度，综合权衡利弊，强调低成本抗击股市中的风浪，选择低估的较高成长领域，如食品、旅游等领域发现核心成长企业。

除了产业空间大，所选核心企业一定是细分行业的绝对龙头，品牌、声誉卓著，拥有强大的定价能力或特许经营权，渠道扩张、规模增长，未来三年年增长率大约在 30% 以上。

操作上，以 2013 年 20-25 倍市盈率买入未来 30% 甚至更高增长的企业，是我们的追求。

4) 投资企业的加速增长期：

投资核心成长的公司，就是投资企业从成长起飞和加速增长的那一段辉煌的时期，从行业的小巨人成长为大企业，股价曲线宛如连绵不绝的长城，螺旋式上升，汇聚天时地利人和，在需求壮大和企业的发展过程中，达到鼎盛。

二、下一阶段投资策略：

2013 年是转型元年，总体是成长股的盛宴行情，也是未来的主旋律。

以创业板为例，指数涨幅接近 100%，考察前 20 只权重市值（绝大部分超百亿），发现半年报平均净利润增长约 30%，也就说人心的变化、估值的提升贡献了 50% 以上，大家对大健康、新科技、大环保、新文化、新生活的创想大力助推了这一波转型之旅。

转型的中国产业走向，大趋势是加工制造转向消费服务、外需转向内需。看国内产业资本大鳄，除了文化传媒、移动互联网这些非常热的领域，万达、复星、阿里巴巴、泰康等不约而同布局旅游产业、养老产业，去掉三公消费的杠杆，随着国民收入倍增计划的实施，休闲旅游购物、度假养老保健等将迎来需求拉动型增长。

伴随成长，股市还有三个现象：

一是股市中出现苦尽甘来型产业群体价格上涨：背景是实施美丽中国，环保要求大幅提高，这些产品经历大幅杀价，中小企业难以支付庞大的环保开支关停并转，造成供给萎缩，如今活下来的寡头垄断企业先限量保价，再抓住这次产品缺口大把提价，如味精、染料、氨纶、维生素、草甘磷、稀土等出现系统性涨价。

二是并购特别热闹。上市公司业绩增长在 30% 以上的很少，如创业板这个比例不足 6%。创业板估值上了 50 倍，市值登上山，用股权去并购，何乐而不为呢？用大家贡献的很高的价格，只要付出少量的股权就可以实现并购；那为什么对方愿意呢？IPO 遥遥无期，一起上市，业绩一装，估值又下来了，击鼓传花继续。

三是为什么同样的奶粉、药品、汽车，在地球上，到了中国就贵？值得深思！作为老百姓最关心的、关系到后代子孙的食品安全消费产业，关系到下一代的茁壮成长，婴幼儿配方乳粉行业首先打破了进口奶粉的高端高价，破除了民众对进口品牌的迷信和盲目崇拜，也打破了垄断，提高了行业标准，降低了价格，有利于家庭消费，有利于国内企业的做大做强。

展望未来，风险点仍然值得重视，主要是美国 QE 的退出进程和中国的杠杆居高不下。从近期美国经济复苏的进程来看，与鸽派人士不同的是，鹰派人士已经预警坐等通胀的风险，10 年期美国国债收益率突破 2.8% 预示着利率的上行，9 月政策例会会不会加剧 QE 退出的预期。未来 QE 退出的预期和力度仍然是全球金融市场的一个比较大的扰动因子。

总体而言，在股市中，从短期看，题材、主题层出不穷，乱花渐欲迷人眼，像个故事大会，诱惑多多；从中长期看，把这些浪花过滤掉，我们惊奇的发现，一个上市公司 3-5 年的股价涨幅几乎和这家公司的净利润增长水平完全趋于一致，譬如云南白药；而人心的波动、估值水平的跌宕起伏只有短期贡献，中长期贡献基本为零。

因此，金百镭投资将坚持本源，专注核心成长，追求持续卓越，努力为委托人实现满意的回报。

免责声明：

本报告（或刊物、资讯，以下统称：报告）由北京金百镭投资管理有限公司提供编撰、制作及发布，仅供本公司客户参考、使用，但收到、取得、持有本报告的人员不应被当然认定为本公司的客户。

本报告是基于本部门认为可靠的或目前已公开的资讯、信息进行摘录、汇编或撰写，本部门对报告所载内容始终力求但不保证该信息的准确性和完整性。信息来源主要有：证券研究所公开的研究报告、wind 资讯、各大财经网站，本报告不能保证所有信息的真实性和可靠，请投资者阅读时注意风险。

在任何情况下，本报告所载信息、意见、推测或观点仅反映本部门于发布报告当日的判断，且不构成对任何人的投资建议，亦非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人发出邀请。投资者应根据个人投资目标、财务状况和需求来判断是否借鉴、参照报告所载信息、意见或观点，独立作出投资决策并自行承担相应风险。

在任何情况下，本部门及其员工不对任何人因援引、使用本报告中的任何内容所引致的任何损失及后果负有任何责任。

任何机构或个人未经本部门事先许可不得就本报告的全部或部分内容擅自引用、刊发或转载，亦不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用的证明或依据，不得用于盈利或其他未经允许的用途。

金百镭投资提供

地址：北京市朝阳区光华路甲 8 号和乔大厦 B 座 518A

电话：010-6538 8736

联系人：市场部

网址：www.gblcapital.com

2013 年 8 月 19 日

招商汇智之金百镭宏观及行业报告—2013 年 8 月期

目录

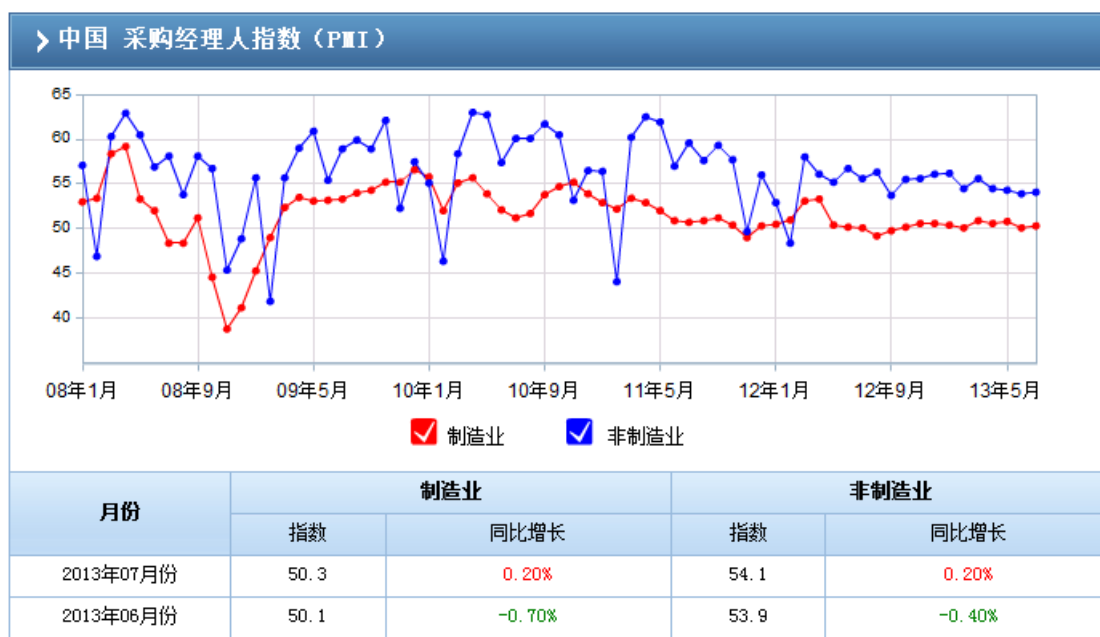
1	国内外宏观经济数据评论.....	7
1.1	中国经济短期企稳.....	7
1.2	美国经济复苏确立.....	11
2	金百镭聚焦的细分行业投资策略.....	12
2.1	医疗健康.....	13
2.1.1	投资策略.....	13
2.1.2	行业近况.....	13
2.2	文化传媒.....	14
2.2.1	投资策略.....	14
2.2.2	行业近况.....	14
2.3	消费电子.....	15
2.3.1	投资策略.....	15
2.3.2	行业近况.....	16
2.4	信息服务.....	16
2.4.1	投资策略.....	16
2.4.2	行业近况.....	17
2.5	通信设备.....	17
2.5.1	投资策略.....	17
2.5.2	行业近况.....	18
2.6	餐饮旅游.....	18
2.6.1	投资策略.....	18
2.6.2	行业近况.....	19
2.7	纺织服装.....	20
2.7.1	投资策略.....	20
2.7.2	行业近况.....	20
2.8	食品饮料：.....	21
2.8.1	投资策略.....	21
2.8.2	行业近况.....	22
2.9	农林牧渔.....	22
2.9.1	投资策略.....	22
2.9.2	行业近况.....	22
2.10	节能环保.....	23
2.10.1	投资策略.....	23
2.10.2	行业近况.....	23

2.11	机械制造.....	23
2.11.1	投资策略.....	23
2.11.2	行业近况.....	23
2.12	六大产业指数与市场指数对比.....	24
3	2013 年中报统计及市场表现.....	24

1 国内外宏观经济数据评论

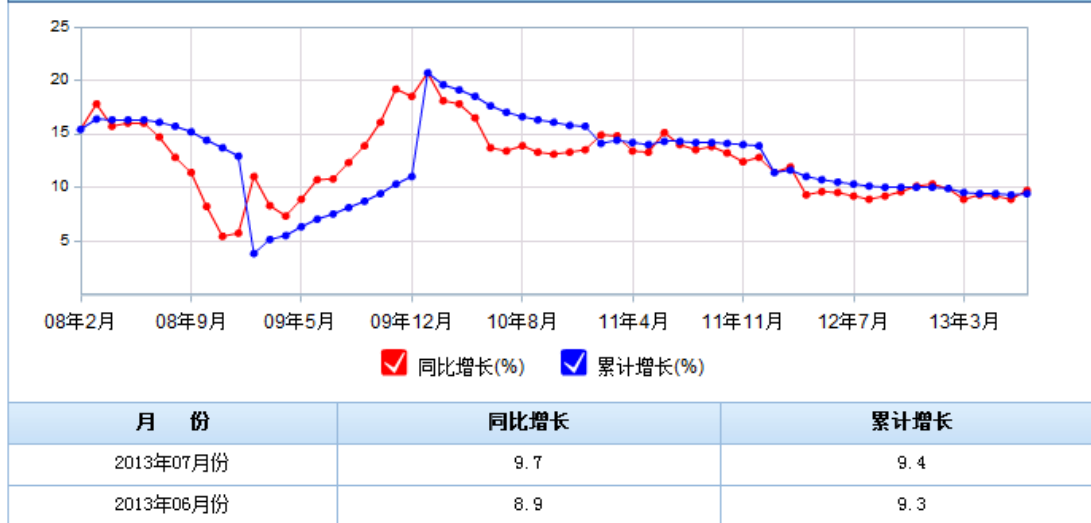
1.1 中国经济短期企稳

2013 年 7 月，中国采购经理人指数 50.3，较 6 月份上涨 0.2%，自 2012 年 10 月以来，连续 10 个月保持在荣枯线水平之上，大大超出市场预期，暂时缓解了经济继续下行忧虑。



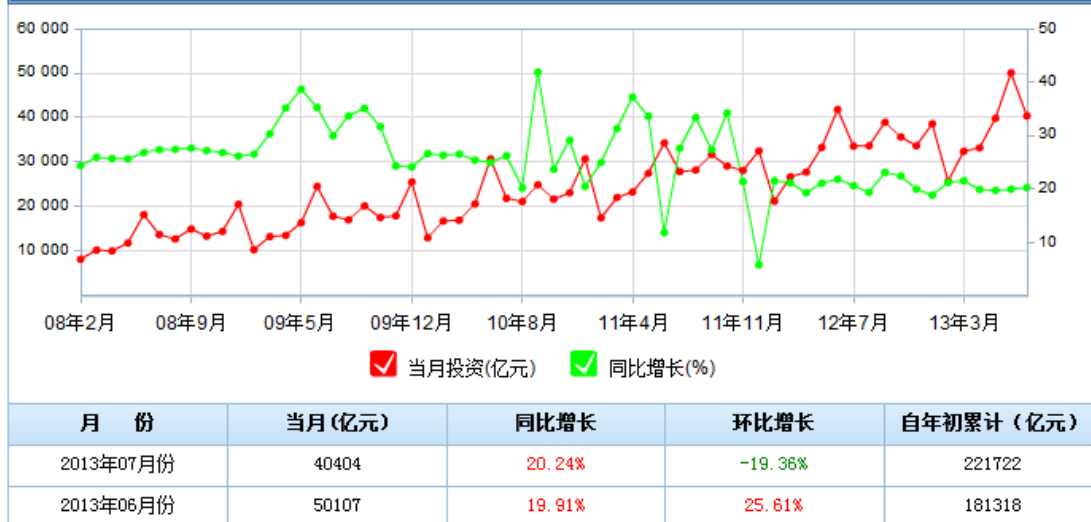
超出市场预期的还有 7 月份的工业增加值，原预计乐观的状况是保持与 6 月份一样 8.9% 的增长，但实际增速达到 9.7%，显示工业企业效益有触底回升的迹象。

> 中国 工业增加值增长



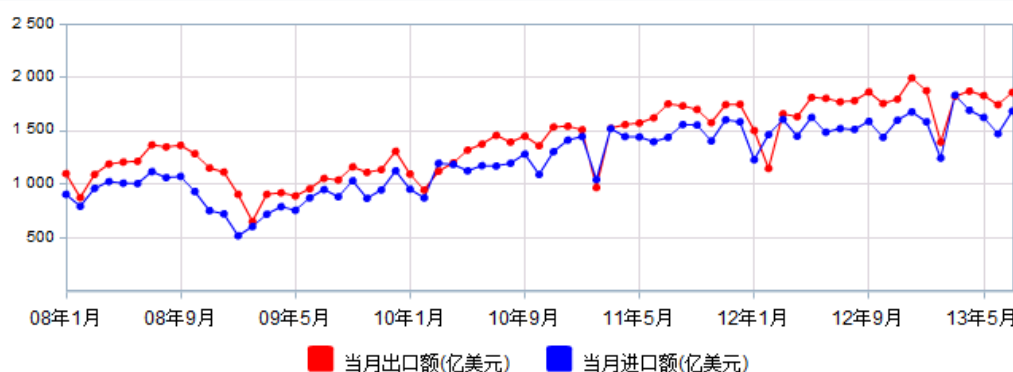
中国经济短期企稳的根源，应与近几个月政府稳住增长底线的政策有关，一个明显的证据是，7 月的城镇固定资产投资仍保持在 20%以上较高的水平。

> 中国 城镇固定资产投资



另一个带动经济回升的因素是，2013 年 3 月以后逐级下滑的进出口贸易，在美国、欧洲经济逐渐走出泥潭后有了显著的回升，7 月份出口同比增长 5.1%，进口增长 10.9%，扭转了 6 月份下滑的态势。

> 中国 海关进出口增减情况一览表



月份	当月出口额			当月进口额			累计出口额		累计进口额	
	金额 (亿美元)	同比增长	环比增长	金额 (亿美元)	同比增长	环比增长	金额 (亿美元)	同比增长	金额 (亿美元)	同比增长
2013年07月份	1859.91	5.10%	6.70%	1681.73	10.90%	14.25%	12387.34	9.50%	11130.24	7.30%
2013年06月份	1743.16	-3.10%	-4.63%	1471.91	-0.70%	-9.33%	10528.23	10.40%	9448.69	6.70%

2013年7月，社会消费品零售总额增长13.2%，略慢于6月的13.3%，但总体保持平稳。

> 中国 社会消费品零售总额



月 份	当月(亿元)	同比增长	环比增长	累计(亿元)	同比增长
2013年07月份	18513	13.20%	-1.67%	129277	12.80%
2013年06月份	18827	13.30%	-0.31%	110764	12.70%

物价方面，7月份居民消费价格指数（CPI）同比增长2.7%，与6月份相当，尽管近期猪肉、蔬菜等食品价格上涨对CPI有一定的助推作用，但短期通货膨胀压力不大。

> 中国 居民消费价格指数 (CPI)



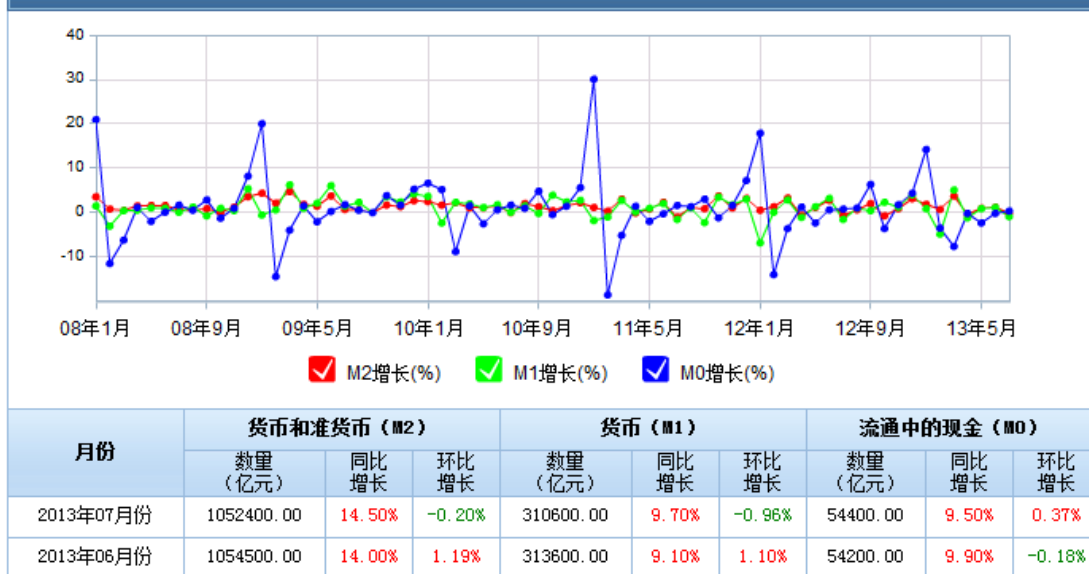
7 月的工业品出产价格指数 (PPI) 同比下降 2.3%，仍处在负值区间，但与 6 月份的下降 2.7% 相比，降幅有所收窄，且近期煤炭、钢铁、水泥等上游工业品价格均明显反弹，预示上游企业的价格压力有所缓解。

> 中国 工业品出产价格指数 (PPI)



尽管政府已经作出稳增长的政策，但市场的共识是，不会再出台大规模刺激经济的政策，货币供应量也一直维持中性偏紧的格局。2013 年 7 月，M1、M2 同比增长 9.7% 和 14.5%，均比 6 月份小幅加快。

中国 货币供应量

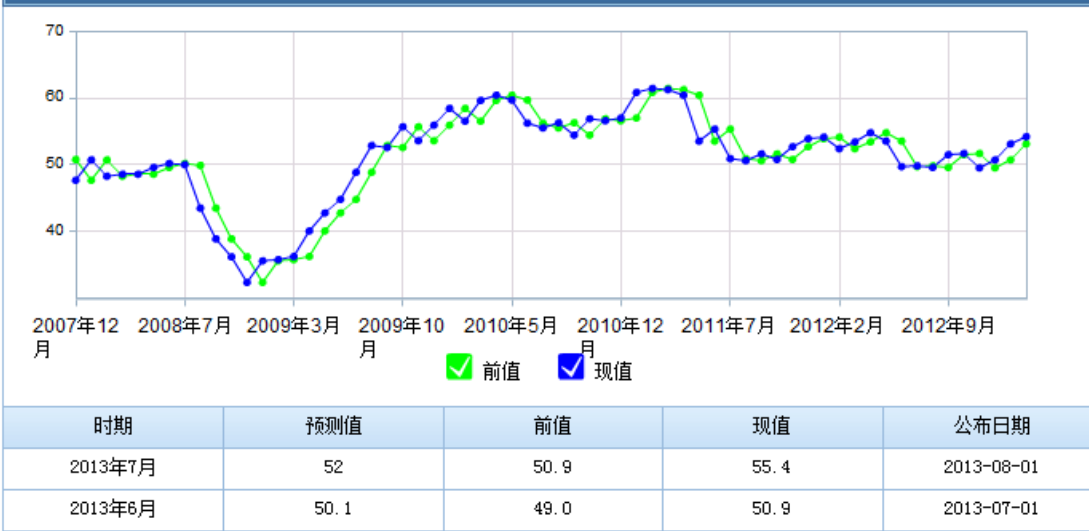


1.2 美国经济复苏确立

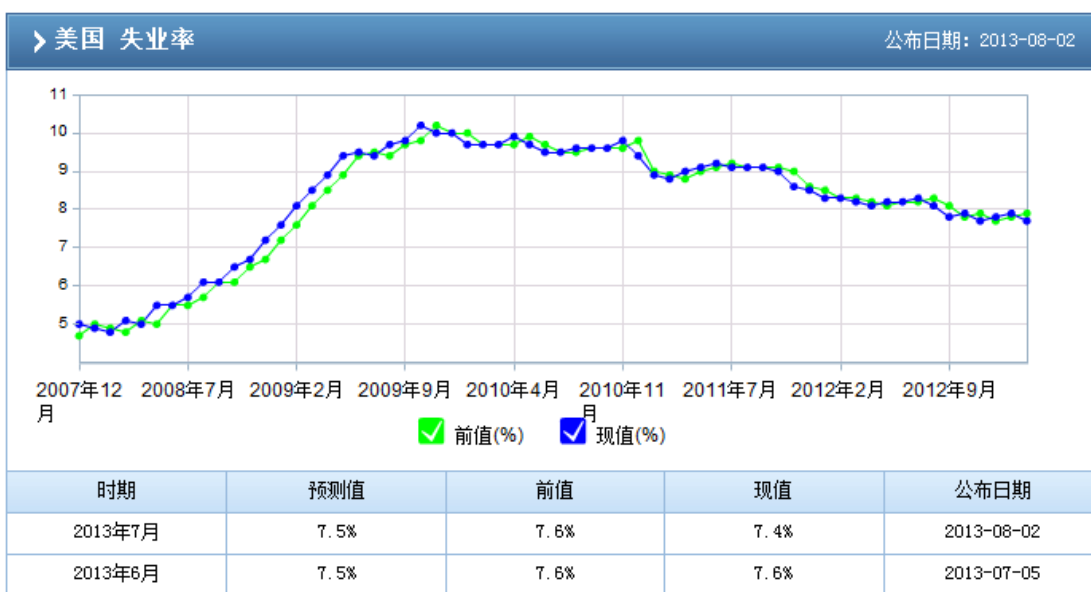
与中国经济还在困境中前行不同，美国经济经过 2009 年以来较为彻底的去杠杆过程后，逐渐走出泥潭，经济复苏已经是板上钉钉的事。2013 年 7 月，美国 ISM 制造业指数为 55.4，大幅超出预期的 52，也明显高于 6 月的 50.9。

美国 ISM 制造业指数

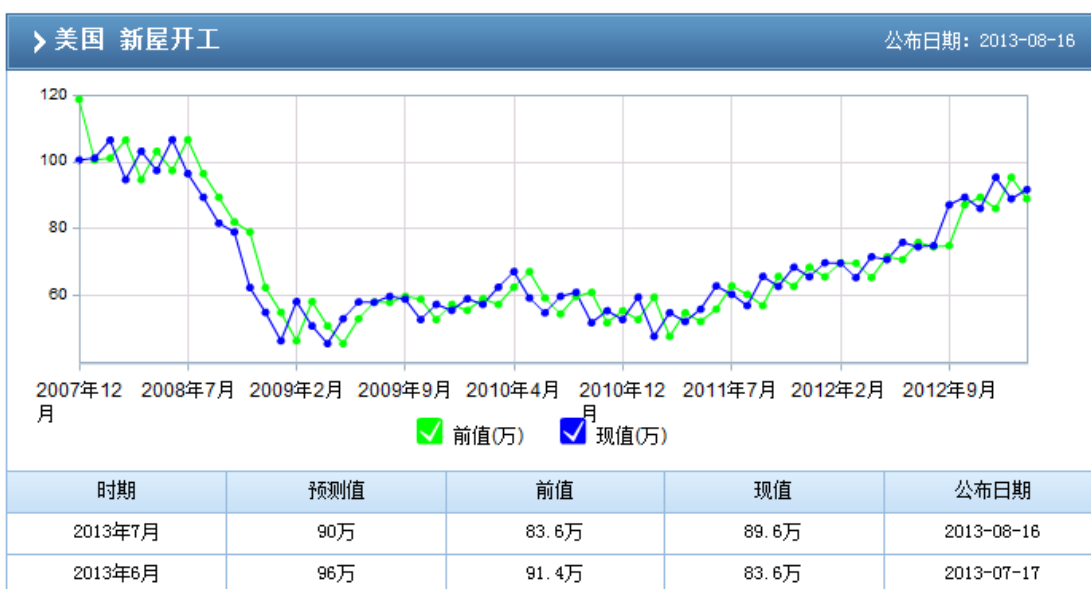
公布日期：2013-08-01



美国经济复苏的同时，伴随着失业率的下降，2013 年 7 月为 7.4%，低于预测值 7.5%，也比 6 月的 7.8%进一步下移。



美国的房地产行业金融危机时曾出现断崖式下滑，但自 2011 年以来，新屋开工数量也逐渐稳步回升。



对美国经济而言，未来最大的不确定因素就是美联储何时退出量化宽松政策。然而，即使退出，也只是经济从政府助推的状态转变为市场自然调节的状态，不会阻碍美国经济已经确立的复苏进程。

2 金百镭聚焦的细分行业投资策略

金百镭的投资策略为聚焦六大产业——医疗健康、清洁技术、TMT (Technology, Media, Telecom)

即科技、媒体和通信)、品牌消费、先进制造、现代服务。代表先进生产力和中国经济转型方向的六大产业，可细分为一些子行业，我们对这些细分行业的投资策略理解如下：

2.1 医疗健康

2.1.1 投资策略

无论在发达国家资本市场，还是新兴国家资本市场，医疗健康都是经过历史验证、值得长期投资的产业。医疗健康对于改善人们生活品质、提高人们生存质量以及延长人类寿命，有着极为密切的关系。

从医疗健康的细分行业看，以基因重组、单抗技术为代表的生物制药的前景最为光明，生物制药代表着医药发展的先进方向，在资本市场上能获得极高的评价，此外，中国生物药与国际水平的差距小于化学药的差距，生物药领域更容易出现追赶国际先进水平的公司；中成药是中药材是极具中国特色的医药领域，没有国际强大对手的压制，在抗肿瘤和心脑血管等大病治疗上得到国人的广泛认可，成长空间大；化学制剂方面主要看自主研发或者仿制能力的高低，医疗器械则在于器械精密程度以及对应下游领域的空间；投资价值相对较低的是化学原料药和医药商业，这两个细分行业竞争激烈、没有定价能力、盈利水平较低且波动性大。最后一个细分行业是保健品，投资属性类同于快速消费品，竞争能力更多体现在营销推广方面，而不是研发实力。

2.1.2 行业近况

医药上半年平稳运行：2013 年 1-6 月医药制造业累计收入 9492.9 亿元，同比增长 19.6%，收入增速继续维持在 20%左右；累计利润 916.9 亿元，同比增长 16.6%；毛利率 29.3%，净利率 9.7%，费用率 18.5%；剔除原料药，医药制造业 2013 年 1-6 月收入增长 21.0%，利润增长 17.1%，毛利率 31.6%，净利率 10.4%。医药经济上半年运行继续保持平稳增长。

子行业方面，中药饮片表现最优，化学制剂表现有所下滑：中药饮片 1-6 月收入 and 利润同比增长 27.8%、30.1%，收入增速和利润增速均位列子行业表现首位，年初饮片行业提价以及中药材价格涨幅逐步趋缓部分中药材价格下降都会使饮片行业业绩持续快速增长。中成药 1-6 月收入 and 利润分别增长 27.2%、19.3%，H7N9 带动药材上升致利润增速显著低于收入，预计下半年利润增速回升。生物制药 1-6 月收入 and 利润同比增长 16.3%、16.6%。化学制剂收入同比增长 16.6%，利润增长 13.2%，利润增速环比有所放缓，其中有去年同期基数较高的因素影响，也与部分企业“低开”转“高开”后，费用增长较快有关；收入增速放缓可能与今年各地招标工作进展慢于往年有关。医疗器械收入 and 利润同比增长 18.4%、11.5%，利润增速慢于去年同期主要是受到成本和费用快速增加所致。卫生材料及医药用品收入 and 利润同比增长 21.8%、25.2%。化学原料药收入 and 利润同比增长 14%、13.5%。

6 月单月增速有所回暖，下半年行业政策对心理影响大于实质：1) 医药制造业 6 月份单月收入 and 利润增长 18.6%、13.1%，收入和利润增速较 5 月收入 and 利润 18%、11.8%的增速继续

回暖；剔除原料药，医药制造业 6 月份单月收入 and 利润增长 21.3%、12.6%，收入增速继续回暖重上 20%，利润增速环比基本持平。2）下半年陆续进行的各省招标，竞争性产品价格仍有下降压力，给企业带来挑战；葛兰素史克商业贿赂事件致外资药企增速放缓，但国内药企有望受益，考虑外资药品价格高于内资药品，三季度化学制剂收入和利润增速都将放缓，医院终端收入也将放缓，2013 年处方药整体收入和利润增长可能慢于 2012 年。3）近期监管部分加大对企业合规检查，我们认为对心理影响大于实质影响。4）广东电子交易平台将运行，率先运行基药，会致竞争性品种价格下降，但同时非基药 11 月才上线，是观察基药运行效果，为交易平台运行调整留有余地。

2.2 文化传媒

2.2.1 投资策略

文化传媒是消费升级的主力方向之一，中国的文化传媒行业规模尚小，未来仍有很大的发展空间。

从文化传媒的细分行业看，电影票房处于快速增长的阶段，随着近年影院建设如火如荼，观影越来越便利，而年轻一代培养了看电影的习惯，电影作为主要娱乐方式之一，仍会保持较快增长；电视剧已经占据电视台较多的播出时间，短期来看总体市场增长放缓，未来竞争焦点在于能否推出更多的精品电视剧，精品永远是稀缺的，能获得较高的价格和毛利率；公关广告行业市场增长较为平稳，看点在于上市公司通过并购不断做大做强，国际巨头通过并购成长的路径，正在被国内龙头公司效仿，但需考虑公司并购的管理和整合能力；传统的报纸、杂志、户外等媒体经过多年的发展，成长空间有限，企业纷纷通过并购进入新媒体领域，可能成为新的看点。

2.2.2 行业近况

电影行业：7 月票房分散羸弱，进口片反超国产片。7 月全国票房 17.5 亿元，同比增长 30%，环比基本持平，单日票房峰值未破亿。作为暑期档，由于缺乏具有号召性作品，票房相对上半年表现较弱。国产片由于缺乏强势影片，票房不敌进口片，未能延续上半年国产片票房力压进口片的局面。进口片中《重返地球》、《惊天危机》、《速度与激情 6》、《环太平洋》票房突破 2 亿元，但由于后三部大片档期接近导致票房分流，生命期被压缩，导致单片票房缺乏亮点。系列片《速度与激情 6》上映 7 天票房 2.84 亿元，尽管由于《环太平洋》的票房分流导致后期票房迅速衰减，但其不俗的战绩仍然显示了系列片对票房的支撑作用。**8 月进入国产片保护月，国产片票房值得期待。**郭敬明导演的《小时代 2》、黄晓明和 Angelababy 主演的《一场风花雪月的事》、范冰冰主演的《一夜惊喜》，黄晓明主演的另一部新片《玛德 2 号》；以及七夕档当天的上映的《宫锁沉香》，值得关注。

电视剧行业：2011 年 2 季度以后我国电视剧备案许可数量明显上升，2012 年三季度广电总局提出调控数量保证质量的目标，随后备案许可数量基本保持平稳略降。**从 13 年上半年的数据看，备案剧集总量与 2012 年同期相比持平，相比 2011 年增加 16.3%。**上市公司方面，

一季度分别有华录百纳和华策影视的两部剧集获得发行许可。六月份，华谊兄弟以及华策影视分别有一部和两部电视剧进行了拍摄备案。

传统媒体：报刊广告继续下滑，继续颠覆与转型之路。上半年国内报刊广告继续衰退，同比下降 7.9%，其中，报纸媒体广告花费整体下降 8.7%；杂志媒体广告花费首现负增长，同比下降 7%。7 月，受房地产广告强劲增长的拉动，报纸广告一年来首次同比止跌，刊例价 41 亿元，微增 4%；杂志广告刊例价 16 亿元，同比下降 7%。但从长期看，平面媒体广告价值的衰退不可逆转，转型之路势在必行。本月最近发生的几起新闻从定性的角度直观的反映了在全球范围内，平面媒体拥抱数字的趋势已经形成。

互联网：2013Q1 网络广告投放费用为 198 亿元，同比增长 41%，增速强劲。2013 年 Q1 的数据部分消除此担忧 13 年网络广告高增速或可持续，目前增长空间来自于互联网广告对报刊广告的替代，未来或可能进军电视广告，但由于电视广告的高到达率和富媒体性，替代进程更为艰难。在线视频应用已形成稳定用户群。一方面，覆盖人群较为稳定，而从浏览时间来看，电视剧、电影以及其它视频浏览时间此消彼长，用户对在线视频忠诚度较高。

有线行业：传统业务已较为饱和，同时受到 IPTV、网络视频的冲击，内生增长乏力，同时网络整改消耗大量资本开支并压制利润释放。行业对于国网公司的期待降低，各地运营商开始采取措施（参股他网、布局三屏互动等）应对市场变化。目前而言，省外业务拓展以及新业务拓展是仍是有线运营商主要的突围思路。

2.3 消费电子

2.3.1 投资策略

短期关注结构性机会，中期关注旺季新品陆续上市，长期跟踪布局下一代杀手级产品。经过 3 年左右的消费电子高速发展，所谓的革命性产品实际已相当成熟，国内企业已具备相当的竞争实力，利用成本和规模优势，推出性价比较高的中低端产品，将开始受益于行业利润平均化趋势，同时，又叠加了高端制造向中国加速转移的大趋势，国内优秀龙头企业进一步受益。如联想 Q2 仍保持 23% 增速，量价齐升，单季度盈利能力创出 5 年峰值。其中 PC 和智能机分别跃升为全球第一和第三大厂商。联想以及中兴华为酷派小米等等一大批中国企业在此轮行业变革中的崛起，必将带动国内电子产业链全面进入真正的黄金发展期。值得高度关注。

9 月新品发布将目不暇接，月初三星、小米，联想，华为和魅族等新品将陆续发布。接下来，苹果可能将发布重量级的 iPhone5S 和 iPhone5C，以及 iPad5。尽管三星和苹果在 Q2 的表现都是低于预期的，但是仍是保持了较大份额和较快增速，但是他们的创新能力和产业链控制能力是经过市场充分检验的，不容小觑，同时，在 H1 不断下修预期后，市场由前期的狂热崇拜到众口批判，预期逐步回归理性，此时，反而为新品超预期创造条件，届时关注一些质地好，能持续受益的平台型电子公司估值修复。

长期还是跟踪穿戴式设备，如 iWatch 和 Googleglass 等新的革命性产品发展趋势，届时再

掀起一轮创新的高潮，引领和改变人们的生活方式。也重新建立电子产业链长期投资逻辑。

2.3.2 行业近况

下游需求 Q2 放缓，行业估值有一定压力。电子行业需求中，TV 和 PC 尽管维持相当体量，但基本停滞甚至持续下滑，未来主要是结构性机会；电子行业增量仍是来源于便携式消费电子领域，即平板和智能机的持续高增长，这也是过去一年引领电子行业增长的主要逻辑。

但是进入 Q2 以来，作为便携式消费电子的两家霸主，苹果和三星不断低于预期，苹果新品推迟上市，三星新手机市场反应冷淡，导致上游产业链不断下修出货量，直接拖累了相关供应链公司的业绩，使得产业链内原来成长性较好的公司业绩表现均不理想。

台湾同步指标显示：7 月表现平淡，8 月有回暖迹象。台湾企业 7 月数据，29 个子行业中当月只有 14 个实现了同比正增长，不到一半，而涨幅超过 20%的只有一个 FCCL 行业。7 月消费电子表现较为平淡，由于下游需求放缓，以及库存调整拖累，并未出现旺季备货的拉动效应，进入 8 月以来有些回暖迹象，从联发科发布的 7 月营收创新高，可能预示着下游行业预期恢复，但是有待跟踪。

2.4 信息服务

2.4.1 投资策略

信息消费和智慧城市，一方面消费升级，引导国民消费热情，合理有效的推进产业结构由投资和出口向消费转型，并激发出创新活力；另一方面，现阶段采取智慧城市，不再重蹈固定资产重复投资，而是引导地方政府投资导向，推进一种健康可持续的城镇化建设。未来的政策导向上，使得无论是来自居民或企业主导的信息消费需求还是来自于政府部门主导的智慧城市建设，体量将远远大于此前来自于政府部门和大企业的 IT 采购，都将为信息化行业带来源源不断地新增需求，相当长时间内不断驱动行业发展。

移动互联网行业是一个未来十年值得长期跟踪的子行业。现阶段较为苛刻的要求就是既有业绩又有概念的只有手机游戏，市场空间极大，且随着行业价值链逐步由渠道向内容和运营倾斜，盈利能力也开始改善，但是估值已经较为离谱，并且，随着微信手游平台的上线，未来产业格局福祸还难定。其他子行业，如 GIS，支付，O2O 等概念还是处于布局阶段，盈利能力有待跟踪。

互联网巨头们主导的这波移动互联网高潮，将具有极强的鲶鱼效应，搅动许多传统行业的固有格局，如传统的零售，金融，物流，教育等等，经历了看不起，看不懂，跟不上，到最后不得不跟着玩，进而传统行业可能释放出来的创新活力和体制变革更加值得关注。

2.4.2 行业近况

经济底部企稳，行业复苏有望。我国 1-6 月软件产业收入 1.39 亿元，同比增 24.5%，增速同比回落-1.7%，同时，也略低于 Q1 增速 0.2%，整体延续稳中略降态势，但是客观讲，电子信息行业仍保持较好增速，属于国民经济中增长较快的子行业之一，市场也远远未达到饱和，天花板还很远，这也是前期板块较大估值修复的基本面支撑。

近期欧美复苏强劲，我国 7 月份的数据也增强了经济底部企稳，进一步下行压力不大的预期逐步达成共识。而软件行业具有较强的后周期性，一般在经济企稳回升后 2-3 个季度才开始表现。同时由于大多企业采取较为保守的策略，使得人员规模和工资增幅均放缓，未来周期复苏一旦确立，企业有望表现出较好的业绩弹性。

信息消费和智慧城市交替驱动行业发展。信息消费释放巨大潜力，国务院出台《促进信息消费扩大内需若干意见》，规划到 2015 年规模达到 3.2 万亿，CAGR=25%。智慧城市建设不断加码，7 月国务院常务会议，启动智慧城市试点以来，陆续出台首个智慧城市国家标准出台，很好的规范了行业的健康成长，8 月份第二批试点公布，无论是推出时点还是规模都远超预期。利好政策进入密集释放期。

棱镜门持续发酵加速信息领域的国产化替代进程。斯诺登不断的爆料，指责美国监控全球信息，敲响信息安全警钟，我国去 IOE 进程加速，国内相关数据库，小型机，存储等生产商将持续受益。一些过去信息化程度较高的部门，如金融能源电力等，过去由于技术和品牌等原因，主要高价采购国际品牌厂商产品，国内极少企业可以分享订单，未来，随着去 IOE 进程，具有与外商相近技术实力，并具有绝对性价比优势的国内龙头企业，必将受益。实际上，据最新的调研了解，国内政府和大型企业的订单已经出现明显的向国内 IT 企业转移的趋势。

移动互联网日新月异。巨大的流量和用户群可以孕育出巨大的商业空间：上半年我国移动用户月均接入流量达到 122M。移动互联网最成功的公司腾讯，推出的单款产品微信，已经拥有了超过 5 亿用户。这是传统的桌面互联网时代所无法理解的规模和速度。

微信 5.0 搅动移动互联网格局：商业模式的不断探索打开了行业的想象空间。随着 BAT 三家大佬陆续争夺移动互联网入口，并购整合业内优质资源，一方面大幅提升了各个子行业的估值，另一方面，优势企业的领导厂商的参与将加速商业模式的成熟，加速进入盈利驱动的增长阶段，相关参与的上市公司必将受益。

2.5 通信设备

2.5.1 投资策略

行业政策进入密集释放期，这一系列的密集政策出台，加速移动宽带（4G）和固网宽带的建设，打造全方位的信息高速公路，将其明确作为一项公共资源，对于短中长期发展均具有了

明确的规划，增强了业内公司未来增长的确定性，利好整个通信板块。

国内外主设备商业绩 Q2 均出现好转（爱立信，诺西，中兴，华为等），下半年 LTE 等投资拉动，业绩回升可期，对于产业链拉动作用持续关注。

2.5.2 行业近况

利好政策密集出台，屡超预期。国务院常务会议明确表示年内发放 4G 牌照，推动三网融合，加速实施“宽带中国”战略，定调通信行业发展战略。之后，中国电信率先表示固网宽带普遍提速，最高要到 100M。接着，国务院就出台促进信息消费的相关指导文件。最近的，国务院发布《关于印发“宽带中国”战略及实施方案的通知》，将“宽带中国”正式上升为国家战略。

业内企业出现业绩向好趋势。目前 A 股行业内公司尽管短期业绩大多仍处于低谷，但是根据我国电信行业投资周期的经验，随着牌照的发放，下半年招标的陆续启动，大概率业绩逐季改善，且根据国外 4G 建设经验，由于加速了学习曲线，用户习惯已经培养，产业链各环节已经很成熟，投资推进或者相关厂商的受益程度应该更快。

2.6 餐饮旅游

2.6.1 投资策略

现代社会生活节奏很快，人们的工作、生活压力都比较大，对于休闲度假有着强烈的渴望，所谓“读万卷书不如行万里路”，旅游使人的精神更加充实，视野更加开阔，身心更加放松。

随着我国人均收入水平的提升和消费升级，旅游市场已经由原来的观光游演变为休闲游和度假游，休闲游市场的发展带来交通、预定、住宿、餐饮、购物及娱乐方面的需求大增。休闲购物：免税行业将受益于政策推动而快速发展；休闲预定：受益于出游比例提升和消费习惯改变，预定机票及酒店行业将有很大发展空间；休闲餐饮：大众餐饮业将有较好发展；休闲住宿：经济型酒店是大众出游的首选，休闲娱乐：景区里的演艺节目是大家娱乐放松和了解当地风俗历史的不二选择。

城市群和城轨建设提高了出行便利性，鼓励“绿色”休闲产业发展，国民休闲纲要出台有助于推动休闲游的发展，短期挤出的高端公务休闲需求也会转而使大众需求获益。长期看好休闲游和度假游市场带来的投资机会。

从长期看，传统景区的增长存在瓶颈，很多景区的客流量已经到景区承载的上限，且随着未来越来越多的景区推向市场也会分流传统景区的客流，从票价上来说也都已经不低，再次提价存在重重阻力。今年上半年由于禽流感、自然灾害频发以及抑制三公消费的影响，传统景区惨淡经营，短期看会有反弹的投资机会。

2.6.2 行业近况

酒店行业整体持续低迷，中端商务连锁酒店尚可。北上广深等一线城市高星级奢华酒店明显供大于求，而二三线城市高星级开店热情不减，普通经济连锁酒店逐渐延伸至三四线城市。由于抑制“三公”消费以及经济较低迷，除中端商务连锁酒店经营闪现亮点外，酒店行业整体尚处在低迷阶段。2013年6月全国样本星级酒店平均房价342元，环比下降2元，与去年同比下降25.16%；其中散客平均房价389元，环比下降19元。6月份全国重点监测样本星级酒店RevPar为194元，与去年同期相比下降33.33%。基建商务活动下滑导致商务客源大幅萎缩；整体行业弱势下，建议关注细分中档连锁经济酒店发展。

六月餐饮行业增长创新低，高端餐饮企业积极转型有复苏迹象。从6月宏观经济数据中可以看到，社会消费品零售总额餐饮收入达到2059.3亿元，同比增长13.3%，较5月上升0.4%；限额以上企业餐饮收入总额达到664.1亿元，同比增长9.5%，较5月数据下降0.3%。1-6月累计社会消费品零售总额餐饮收入11794.7亿元，同比增长8.7%，1-6月累计限额以上企业餐饮收入总额3742.6，同比下降2.2%，两增速均创近5年新低。高端餐饮企业积极转型，从4月开始餐饮数据逐渐止跌，5月-6月行业有复苏迹象。很多高端餐饮企业（特别是广东地区餐饮企业）迅速调整布局，将产业链延伸至食品加工，迅速捕捉市场变化、及时灵活应对，比如减少贵价食材菜式，调整市场策略等。目前，许多机关单位、公司机构将商务宴请从高端大酒店改成自家食堂，专业餐饮企业提供外送服务又较大优势。此外，餐饮企业进军食品加工更具有品牌和技术优势。具体到上市公司，湘鄂情主打高端商务连锁酒店受冲击最大，而全聚德卤鸭、鸭类食品生产加工早已名声在外，上述公司通过转变经营模式、迅速扩张食品加工领域，四季度业绩行业下滑趋势或可扭转。

入境游客下降。次贷危机后全球经济疲软，我国入境游形势继续恶化，尚未有好转趋势。根据国家旅游局数据，6月份我国接待入境游客1056.23万人次，与上年同比下跌2.26%；从入境游客结构分析，6月入境外国游客占比有所下降，达20.59%，入境香港同胞占比59.49%，入境澳门同胞占比16.01%，入境台湾同胞占比3.92%。

景区游客逐步恢复，等待暑期数据印证。6月全国大部分景区进入短暂休整期，以便迎接7-8月暑期旅游旺季。整体数据相比较上月春季旅游旺季有所下降，但H7N9集中爆发的长三角地区游客有些恢复，但尚未恢复去年水平。北京市旅游数据。2013年6月北京旅游区接待2305.5万人，比去年同期上涨7.72%；6月北京旅游区实现收入达54745.7万元，比去年同期下降1.96%，其中，实现门票收入35609.4万元，同比下降3.05%，实现商品销售收入1526.6万元，同比上升8.84%。6月北京接待游客上升与旅游收入下降说明经济环境萎靡直接冲击大众可选消费的旅游行业收入。昆明市旅游数据。2013年6月昆明市接待内游客411.97万人，与去年相比上升19.42%；实现旅游总收入386900万元，同比上涨28.01%。二季度受H7N9禽流感游客转移效应影响，云南省特别是昆明市游客增长明显。浙江旅游数据。2013年6月浙江省接待内游客3850万人，与去年相比上升13.25%；实现旅游总收入380亿元，同比上涨5.55%。4月初杭州通报H7N9病例后，当月游客量增速下降至5%。而随着6月疫情得到控制，浙江游客量增速也恢复至13.25%；暑期旅游旺季到来游客增速有望恢复至2012年15%水平。

免税业：13 年上半年海南离岛免税销售额达 17.7 亿元，同比增长 50%；销售 8000 元以上免税品 2.79 亿元，同比增长 2.4 倍；显示了高端消费的旺盛需求。6 月三亚免税店销售额同比下滑 12%，主要是因为 12 年 6 月三亚店推出“夏日清凉购”大促销活动，部分商品折扣达 50%，且统一承担所有优惠品牌行邮税，促销力度非常大，使得销售额增长很快，但因促销和补贴利润率并不高，预计 13 年 6 月净利润同比仍然正增长。

2.7 纺织服装

2.7.1 投资策略

由于出口弱复苏，纺织制造龙头业绩出现显著回暖，尤其是受益于内外棉价差缩小的棉纺织龙头。出口占比较大的纺织龙头鲁泰 A、华孚色纺、中银绒业和百隆东方都将从中受益。

国内消费市场疲软、成本费用上升过快、库存严重是困扰国内服装企业的重要因素，过去十年那种依靠跑马圈地开店这样的粗放式增长的模式已经过去了，很多品牌服装企业依靠着制造外包、销售找加盟这样的方式快速的发展壮大了，但在经济放缓、租金快速提升、网购冲击这样的环境下，这种野蛮式增长的时代已经一去不复返了。所以品牌服装企业主动也好、被动也罢，都在努力修炼内功，提升精细化管理水平来应对经济低迷和行业的调整。

在行业调整的大背景下，具有较好品牌知名度和美誉度的企业应对冲击的能力较强，品牌特色不鲜明的企业没有很好的客户粘性，容易受到冲击。

国际快时尚品牌加速在华扩张布局，纷纷向二三线城市渗透。这些国际品牌从设计到供应链管理都要领先于国内休闲装品牌。他们的到来无疑将加剧国内休闲装市场的竞争程度。如何与这些大牌展开竞争、抢占市场份额是目前国内休闲装品牌必须重视的事。

长期来看，高端男装、女装、户外和家纺行业是相对比较看好的子行业。男士消费的品牌忠诚度较高；而女装风格比较多变，女士对服装购买的欲望较强，品牌发展的空间较大；户外是一种比较时尚的生活方式，越来越多的人开始购买专业户外服饰，而我国户外行业的发展还处于快速成长期，发展空间很多；家纺是一种软装饰，他是与经济发展和消费升级的趋势息息相关的，处于品牌化快速发展的阶段。目前来看，休闲服和少女女装行业竞争较激烈，且容易受到网购的冲击，这类企业亟需转型提升。

2.7.2 行业近况

棉价：7 月月份内外棉差较上月有所扩大。7 月份，国内棉价持续震荡下跌；国外棉价延续震荡盘整走势，均价较上月有所扩大。截至 2013 年 7 月 31 日，国内棉花 328 级指数报价 19222 元/吨，较月初下跌 0.4%，同比上涨 4.9%；月均价 19260 元/吨，环比下跌 0.31%。截至 2013 年 7 月 31 日，国际棉价 Cotlook A(FE)报价 92.5 美分/磅，较月初上涨 1.31%，同比上涨 11.2%；月均价 92.62 美分/磅，环比下跌 0.5%。7 月份国内 328 级棉月均价高于国际棉价 Cotlook A(FE)折 1%关税月均价 4688 元/吨，较上月提高 2.27%，较年初缩小 20.2%。

预计价差仍将维持在 4000-5000 元/吨高位震荡。

化纤价格：7 月份，粘胶价格震荡下跌，涤纶价格小幅回升。截至 2013 年 7 月 31 日，粘胶短纤报价 13300 元/吨，较月初下跌 50 元/吨，跌幅为 0.37%，同比下跌 12.8%；粘胶长丝报价 35200 元/吨，较月初下跌 1000 元/吨，跌幅为 2.8%，同比下跌 20.3%。6 月份，因原料价格有所回升，涤纶价格小幅震荡回升。截至 7 月 31 日，涤纶短纤、涤纶 POY 分别报价 10180 元/吨和 10400 元/吨，分别较月初上涨 190 元/吨和 100 元/吨，涨幅分别为 1.9%和 1%，同比分别下跌 1.17%和 5%。

纱线价格：7 月份，除纯涤纱和人棉纱价格较上月有小幅回升之外，纯棉纱线价格基本保持稳定。

外需：6 月份出口增速与上月持平。据海关总署统计，6 月份我国纺织品服装出口 240.9 亿美元，同比增长 5.3%，增速与上月持平，较前 5 个月增速低 8.5 个百分点；其中纺织品出口 92.3 亿美元，同比增长 9.7%；服装出口 148.6 亿美元，同比增长 2.7%。1-6 月，纺织品服装累计出口 1272.1 亿美元，同比增长 12.1%；其中纺织品出口 511.6 亿美元，同比增长 10.1%；服装出口 760.5 亿美元，同比增长 13.4%。

内需：由于促销力度加大，6 月份服装零售额增速环比有所回升。据国家统计局统计，6 月份，服装鞋帽纺织品类零售额同比增长 15%，增速较上月回升了 4.1 个百分点，较同期社会消费品增速高 1.7 个百分点，同比下降 5.2 个百分点。1-6 月份，服装鞋帽纺织品类零售额累计值同比增长 11.9%，环比回升 0.8 个百分点，同比仍下降 5 个百分点，增速慢于同期社会消费品增速 0.8 个百分点。根据中华全国商业信息中心的统计数据，6 月份服装零售额同比增速为 12.3%，是年内最高增速。2013 年上半年全国百家重点大型零售企业服装商品零售额同比增长 6.9%，增速同比放缓 2.9 个百分点。而在打折促销带动下，上半年，各类服装零售量同比增长 4.3%，增速较上年同期提高了 3.3 个百分点。

2.8 食品饮料：

2.8.1 投资策略

受三公消费打压、经济下滑、行业产能过剩等因素影响，白酒行业告别了高增长，高端酒不断降价顺次冲击了中端、低端酒，行业进入转型期。啤酒行业恢复正常增长，今年利润增长快于增速得益于去年成本高而造成的低基数原因。葡萄酒行业不容乐观，量价齐跌。乳制品行业收入和利润增速均较快，享受国家的政策红利。速冻食品稳定增长，但行业毛利率太低，盈利能力有较大提升空间。

目前行业共有国内奶粉企业 127 家，前十名市场份额占比 40%。一线城市的市场基本被多美滋、美赞臣等外资品牌所把持，近期国家通过反垄断打击高价奶粉，继而再促进国产奶粉做大做强与外资品牌抗衡，保护民资工业的态度十分明显。预计随着各项配套政策的出台，现有龙头贝因美、伊利等有望享受政策红利，提高市场份额，企业规模不断发展壮大。

2.8.2 行业近况

白酒 1-6 月收入 2402 亿，利润 399.1 亿，同比分别增长 10.7%、0.6%。行业毛利率 35.4%，比去年同期下降 2.7 个百分点。**啤酒** 1-7 月产量 3039.8 万千升，同比增长 3.8%，7 月单月产量 572 万千升，同比增长 1.2%。1-6 月收入 862.5 亿，利润 58.6 亿，同比分别增长 7.7%、20%。行业毛利率 29.1%，同比提升 0.3 个百分点。**葡萄酒** 1-7 月产量 64.3 万千升，同比下降 9.3%，7 月单月产量 8.9 万千升，同比下降 20.1%。1-6 月收入 193 亿，利润 21.1 亿，同比分别下降 3.4%、16.5%。行业毛利率 25.9%，同比下降 1.3 个百分点。**液体乳** 1-7 月产量 1298.9 万吨，同比增长 10%，7 月单月产量 185.2 万吨，同比持平。液体乳及乳制品 1-6 月收入 1351.2 亿，利润 86.8 亿，同比分别增长 16.6%、23.6%。行业毛利率 23.6%，同比下降 0.2 个百分点。**速冻食品** 1-7 月产量 298.6 万吨，同比增长 13.5%，7 月单月产量 46.6 万吨，同比增长 12.1%。1-6 月收入 319.6 亿，利润 21 亿，同比分别增长 17.2%、17.1%。行业毛利率 15.2%。

奶粉重组方案待批 实现目标变为 5 年集中度 80%。据 8 月 18 日《中国之声》报道，工信部已编制完成《推动婴幼儿配方乳粉行业企业兼并重组工作方案》，并上报国务院等待批复。在等待批复的方案中，工信部表示将在 5 年后，力争将婴幼儿配方奶粉行业企业总数整合到 50 家左右，培育形成 3~5 家婴幼儿配方奶粉销售收入超过 50 亿元的大型企业集团，前 10 家国内品牌企业行业集中度超过 80%。

2.9 农林牧渔

2.9.1 投资策略

猪价在淡季的持续反弹给市场带来了新一轮猪周期开启的美好预期，但由于四季度出栏生猪数量将较多，届时价格能否延续反弹趋势还需要进一步跟踪，猪价的向上空间目前也不能判断，现阶段应以观望为主。

番茄酱连续两年的限产保价情况下，行业往年的库存逐步去除，行业供需格局平衡稳定，企业盈利情况开始好转。

2.9.2 行业近况

猪价持续反弹，养殖实现盈利。生猪价格 7 月中旬为 14.6 元/公斤，进入 8 月中旬反弹至 15.96 元/公斤，同比上涨 10.9%，猪粮比 6.5:1，养殖环节每头盈利 100 元以上。

新疆番茄限产保价：新疆番茄收获加工期临近，数据显示，2013 年上半年，新疆口岸出口番茄酱 3.9 万吨，同比减少 12.3%，价值 3362.6 万美元，平均每吨 858.5 美元，上涨 15.4%。新疆番茄酱出口之所以价扬量减，与企业限产保价有关。据中国罐头工业协会统计，今年国内加工番茄种植面积不足 90 万亩，同比下降近 50%，新疆种植面积也有所减少。其中，兵

团种植番茄约为 40 万亩，远低于高峰期的 78 万亩。

2.10 节能环保

2.10.1 投资策略

展望环保行业未来，国家已经定位为支柱产业，行业长期空间非常大。当前行业焦点一个在于大气污染治理，和人们生活感受密切相关，紧迫性较高，预计 PM2.5 会成为一个约束性考核指标；另外就是以新型城镇化为契机的水处理和固废处理建设。

2.10.2 行业近况

国务院发文加快发展节能环保产业，对重点领域政府引领、市场开拓和约束激励等多方面进行规划。《关于加快发展节能环保产业的意见》提出了近 3 年促进节能环保产业加快发展的目标，为节能环保产业勾勒出了发展蓝图：到 2015 年，节能环保产业总产值要达到 4.5 万亿元，产值年均增速保持 15% 以上，成为国民经济新的支柱产业。提出重点领域：土壤污染，重金属污染，城镇水处理，大气治理；资金来源：明确工业污染企业掏钱，地方市政建设，中央财政支持；同时要求通过法律法规和目标责任来进行环保责任约束；另外鼓励非环保领域节能技术发展如高效锅炉，新能源汽车，半导体照明，绿色建筑等。

同时各个地方积极推出环保相关政策，如河北出台工业窑炉和石灰行业排放新规，收紧排放限值；重庆推进新一轮“碧水行动”，要求 2013 年完成 800 治水项目；云南强调继续抓好高原湖泊污染治理；北京天津河北等提出 2017 年 PM2.5 浓度较 2012 年降低 25% 以上；各地餐厨垃圾项目新增规划及在建项目规模为 850 吨/日；垃圾发电项目新增 4900 吨/日。

2.11 机械制造

2.11.1 投资策略

从最近的政策方向看中央是在“调结构”的基础上对经济“稳增长”，其刺激经济的方向与以往将有所不同。在这种形势下，多数传统机械产品需求可能会是缓慢企稳，中长期来看，经济结构调整中的自动化设备、海工装备、油气油服等子行业的成长机会仍应是投资的热点。

2.11.2 行业近况

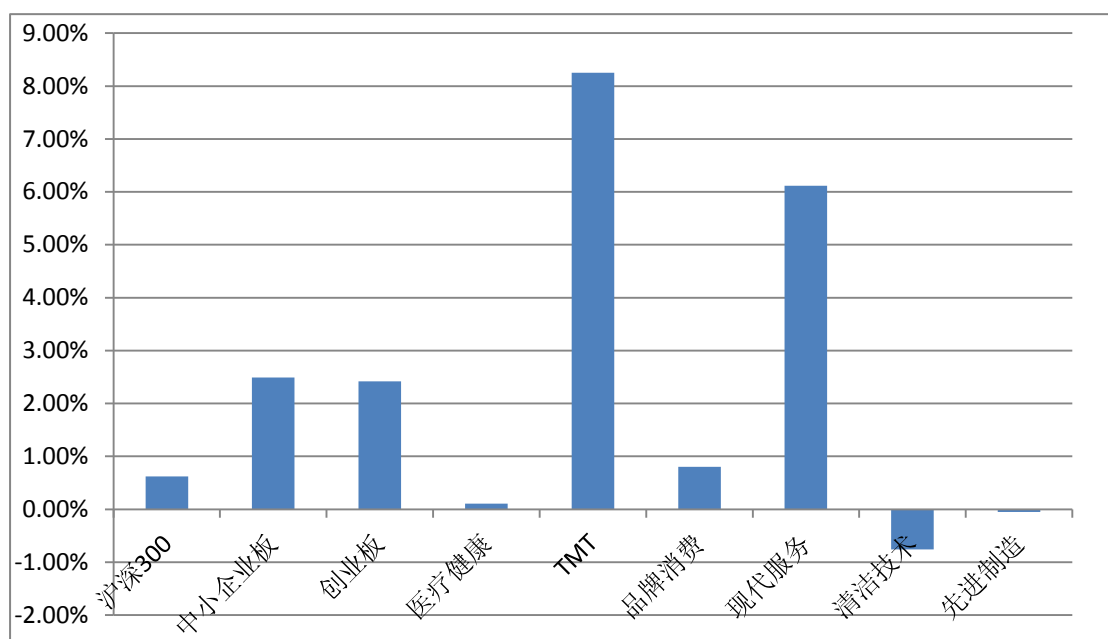
机械制造业为整个国家的国民经济的发展提供了技术装备，发展水平更是一个国家工业化程度的主要标志之一。当前政府提倡经济结构转型，国内经济也发展到了一定的阶段，可以想见的未来，有长期成长空间的是先进机械制造业，传统机械将会偏向于周期性波动。对于现在这样一个充分信息化的社会，机械行业不会再拘泥于单一的机械工程技术，而是会与先进

的电子控制技术，和软件工程技术紧密的结合起来，使机械工程真正的信息化，智能化，敏捷化，降低人力成本，把人从繁重的劳动中彻底的解放出来，从而来进行更高层次的创造性劳动。

2.12 六大产业指数与市场指数对比

为了更好地刻画金百铭聚焦的六大产业在股票市场上的表现，我们编制了六大产业指数，以 2013 年 7 月 15 日为基期，未来将进行持续跟踪。从初始的 1 个月来看，TMT 和现代服务显著跑赢沪深 300 及中小板、创业板指数，清洁技术指数则有所下跌。

金百铭六大产业指数涨跌与市场对比（2013 年 7 月 15 日—8 月 15 日）



数据来源：同花顺 iFinD

3 2013 年中报统计及市场表现

截止 2012 年 8 月 15 日，A 股发布中报公司共 916 家，对其中重要的 10 个指标进行统计，详细情况如下：

1.行业收入增长率：房地产行业以 36%的收入增长率独占鳌头，服装纺织、餐饮旅游及黑色金属业收入增长较差，尤其采掘业及公共事业类公司收入增长极差。

行业收入增长率

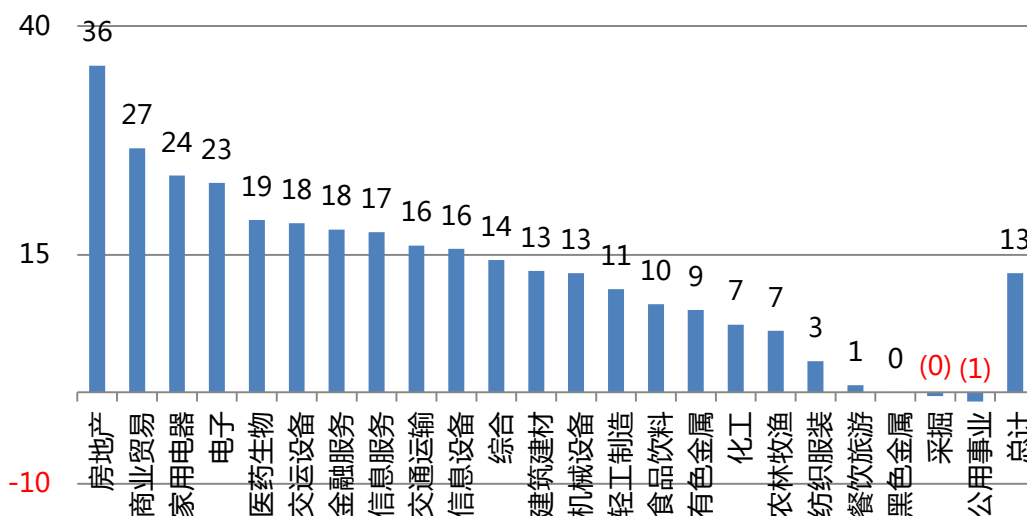


图 3-1

2.净利润增长率以综合、轻工制造及黑色金属名列前茅，采掘、农林牧渔及交通运输业增长乏力。

净利润增长率

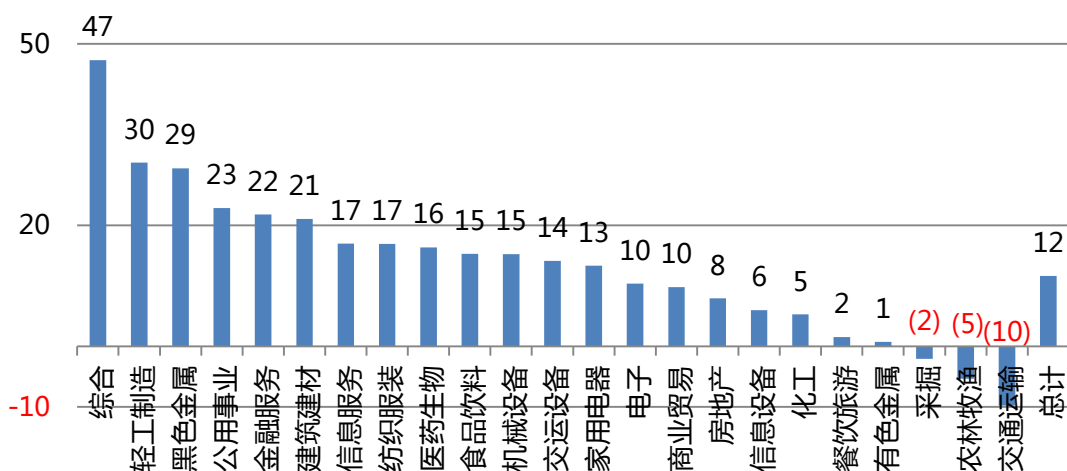


图 3-2

3.毛利率较高的行业仍分布于餐饮旅游、医药生物及信息服务产业，化工、有色金属、农林牧渔及黑色金属继续保持在较低位水平。

行业毛利率

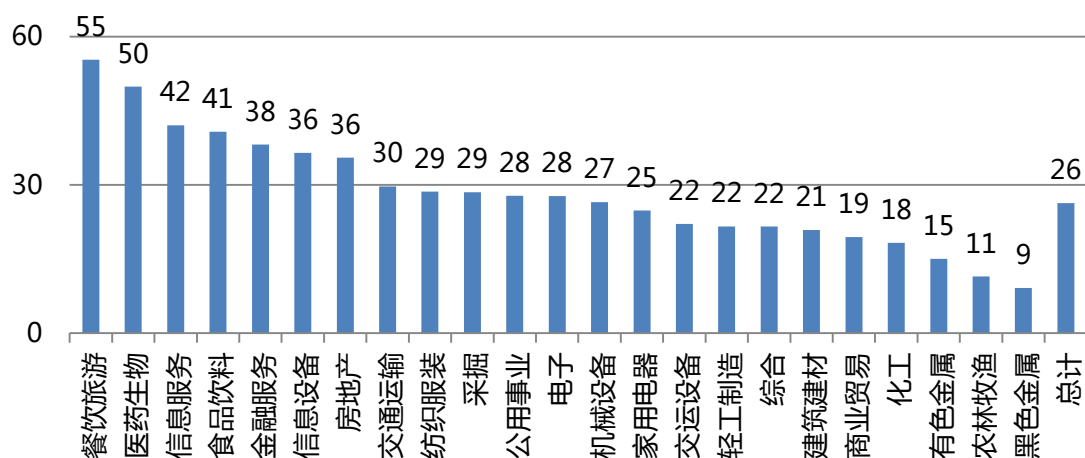


图 3-3

4.在行业净资产收益率方面，金融服务、医药生物及商业贸易三个行业表现较佳，第二梯队为家用电器、食品饮料及信息服务，排名靠后的行业有有色金属、农林牧渔及信息设备。

行业净资产收益率

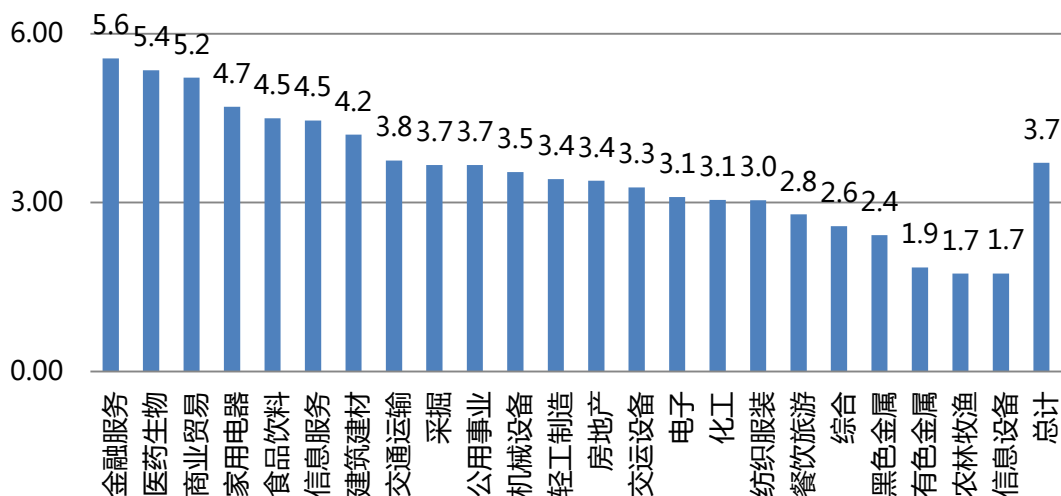


图 3-4

5.金融服务业因行业特征期间费用率较高，相比较采掘、有色金属及黑色金属也因其行业特性费用率较低。

期间费用率

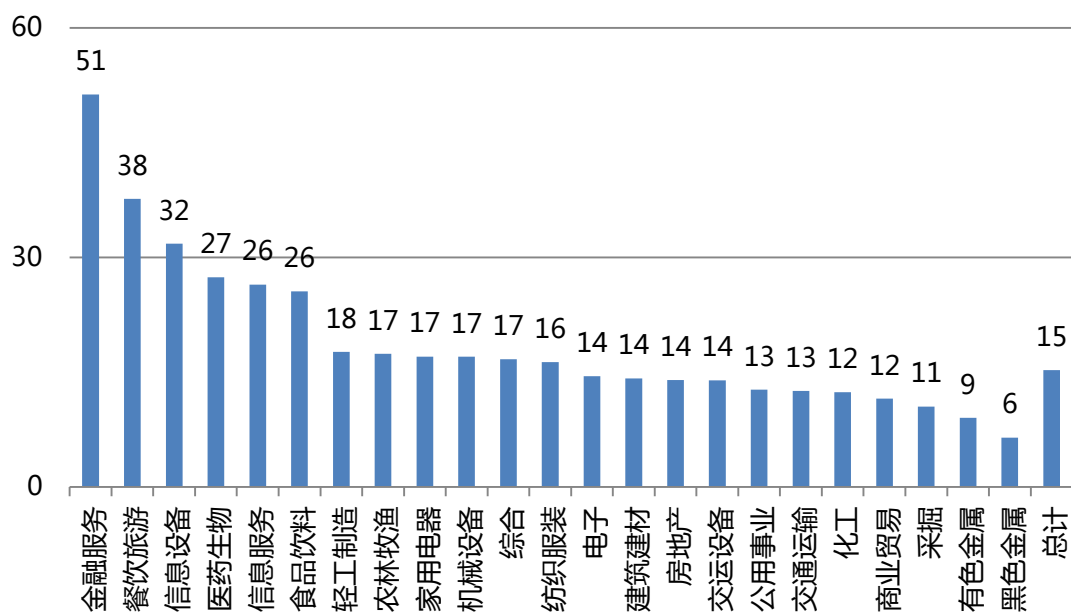


图 3-5

6.信息设备、食品饮料及信息服务行业的资产负债率总体较低，相比资产规模较高的有色金属、房地产及金融服务其资产负债率仍维持较高水平。

行业资产负债率

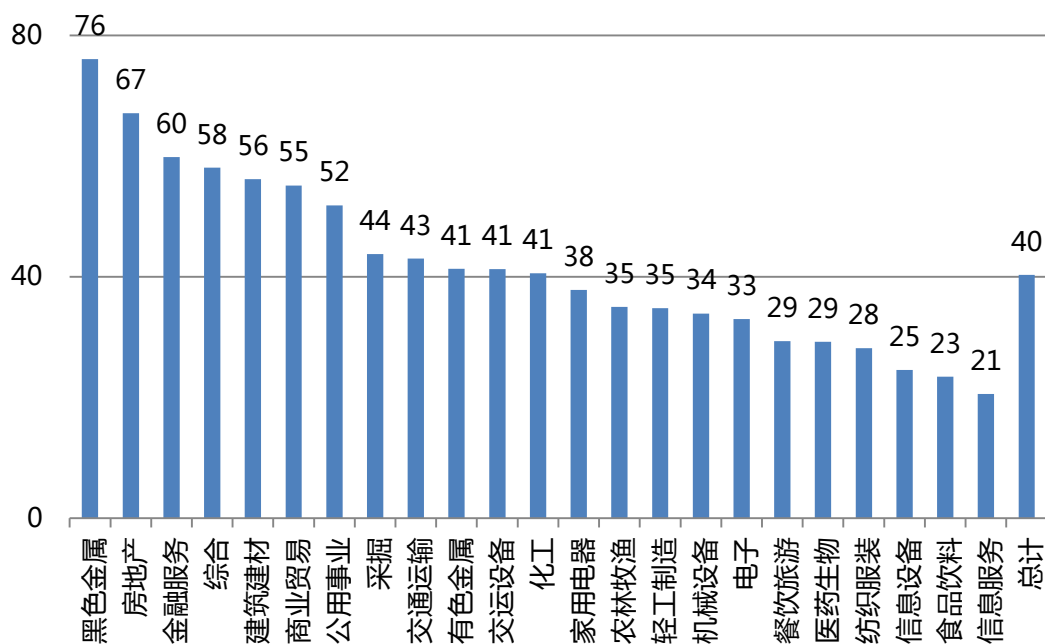


图 3-6

7.截止 2013 年 8 月 15 日，行业预测市盈率估值较高的公司分布在有色金属、信息服务、信息设备及电子等相关产业，交通运输和房地产业的预测市盈率水平较低。

行业市盈率

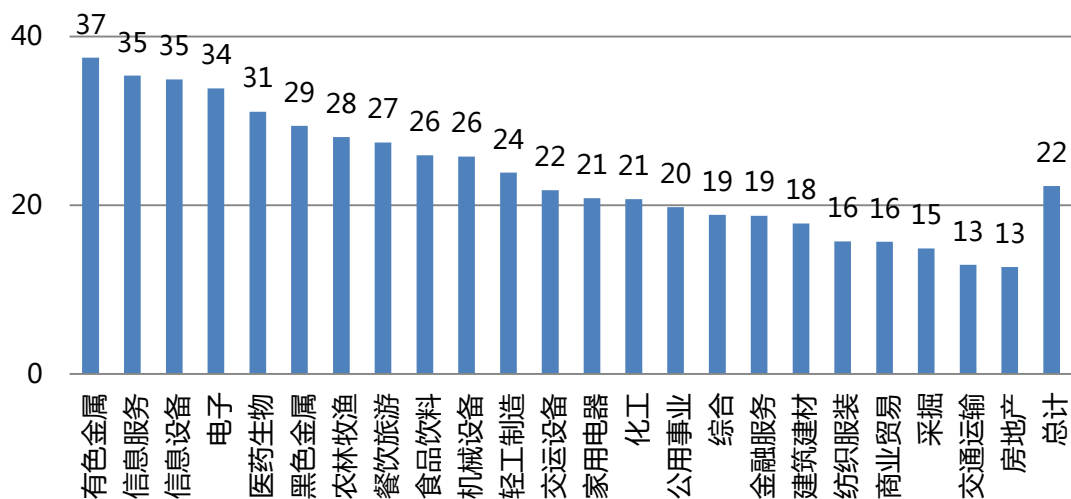


图 3-7

8.截止 2013 年 8 月 15 日，信息服务及医药生物行业市净率相比较，排名末尾的行业为黑色金属业。

行业市净率

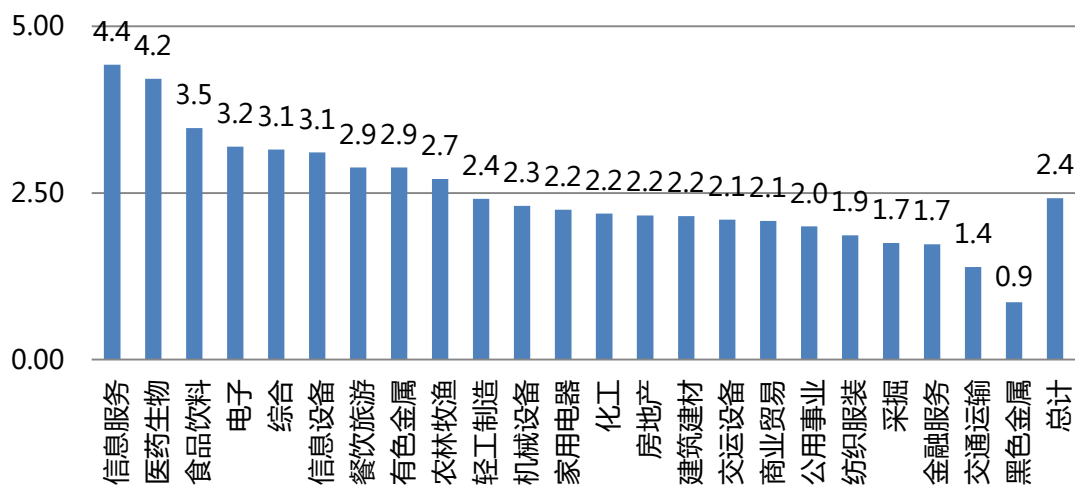


图 3-8

9.行业总市值仍以金融服务业居首，其次为采掘业及机械设业，纺织服装、综合及餐饮旅游市值仍处低位。

行业总市值（万亿元）

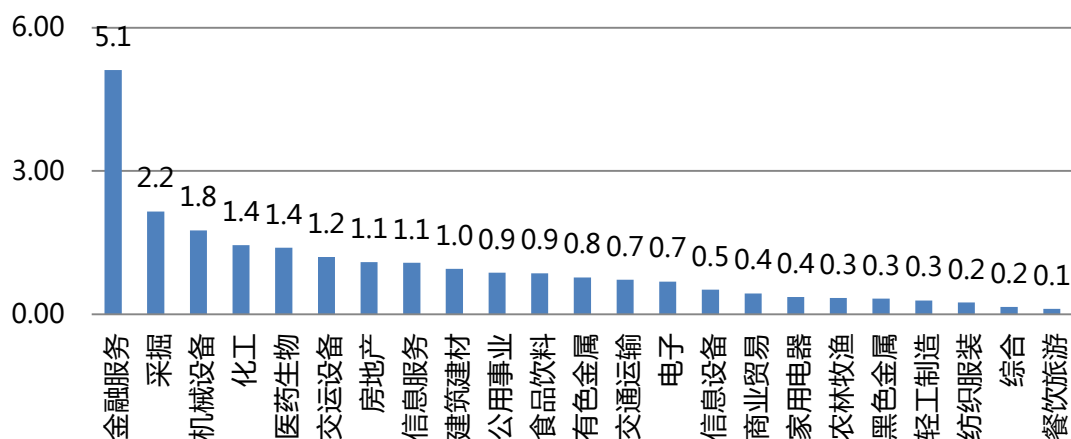


图 3-9

10.2013 年 7 月 16 日至 2013 年 8 月 15 日，市场表现较佳的公司分布在信息设备、家用电器及采掘行业，市场表现较差的更多集中于公用事业及金融服务业当中。

市场表现（月度）

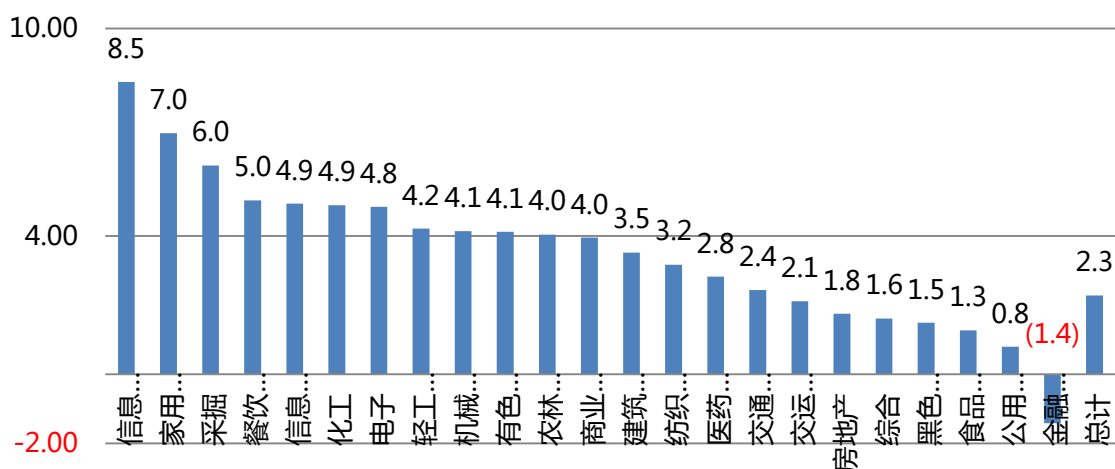


图 3-10

免责声明：

本报告（或刊物、资讯，以下统称：报告）由北京金百镭投资管理有限公司提供编撰、制作及发布，仅供本公司客户参考、使用，但收到、取得、持有本报告的人员不应被当然认定为本公司的客户。

本报告是基于本部门认为可靠的或目前已公开的资讯、信息进行摘录、汇编或撰写，本部门对报告所载内容始终力求但不保证该信息的准确性和完整性。信息来源主要有：证券研究所公开的研究报告、wind 资讯、各大财经网站，本报告不能保证所有信息的真实性和可靠，请投资者阅读时注意风险。

在任何情况下，本报告所载信息、意见、推测或观点仅反映本部门于发布报告当日的判断，且不构成对任何人的投资建议，亦非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人发出邀请。投资者应根据个人投资目标、财务状况和需求来判断是否借鉴、参照报告所载信息、意见或观点，独立作出投资决策并自行承担相应风险。

在任何情况下，本部门及其员工不对任何人因援引、使用本报告中的任何内容所引致的任何损失及后果负有任何责任。

任何机构或个人未经本部门事先许可不得就本报告的全部或部分内容擅自引用、刊发或转载，亦不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用的证明或依据，不得用于盈利或其他未经允许的用途。

金百镭投资提供

地址：北京市朝阳区光华路甲 8 号和乔大厦 B 座 518A

电话：010-6538 8736

联系人：市场部

网址：www.gblcapital.com

招商汇智金百镭 8 月服务报告 (2013.7.15——8.15)

金百镭市场部依托招商汇智之金百镭的平台，通过“财富俱乐部活动”的具体形式服务于我们的委托人。您可以通过招商证券的投资顾问或者登陆金百镭公司的官网进行登记注册，以享受我们的用心服务。

活动介绍

“财富俱乐部活动”是由金百镭以理财互动交流为主要内容的委托人活动平台。通过定期或不定期组织各种形式的“财富俱乐部活动”，传播积极健康的高端生活方式，倡导长期稳健的投资理念，促进金百镭与委托人间的互动交流，共同分享资本市场带来的财富盛宴。

“财富俱乐部活动”活动方式主要包括投资报告会、投资专题讲座、高品质生活体验等，交流主题涉及当前的各种热点话题，涵盖宏观与行业经济、读书慧、委托人财富管理等。

活动内容

- 1、金百镭品牌深度体验
- 2、投资文化知识普及推广
- 3、最新产品优选预约认购
- 4、基金经理面对面互动交流
- 5、高端生活方式品鉴

近期活动预告

您好，感谢您长期以来对金百镭的支持与厚爱！金百镭诚挚邀请您参加金百镭财富俱乐部举办的各类主题活动，期待您的莅临！

本次月报的主题内容是，金百镭官网的介绍与说明。

这次的改版是，金百镭投资思想成型、经营理念升华、品牌价值体现的结果。

网站的灵魂，是尊重与互动；网站的思想，是提供正确的观点和有价值的信息，用以形成资本市场最稀缺的——正确的判断力。

我们乐意倾听您的声音，并表示诚挚谢意。

财富俱乐部是您尊贵身份的落脚处，客服中心是潜在委托人与已有委托人贴心的辅助。风险测试是认真客观的说明。快速预约的不仅有我们精心打造的产品还有俱乐部面对面的活动。

金百镭观点与金百镭动态是我们提供正确观点和有价值信息的承载。

金百镭产品是您了解我们最直观的体现，包括产品概要、产品净值、走势图、认购流程、资料下载。

敬请登陆：www.gblcapital.com (金百镭) 进行体验

核心成长：
成长空间大、护城河强、
业务模式简单的企业



金百镭财富俱乐部

请输入用户名或身份证号

密码

验证码

AMUT

登录

新用户注册

忘记密码

快速预约

购买流程

风险测试

常见问题

金百镭动态

> 更多

- > 祝贺：北京金百镭投资管理有限
- > 祝贺：《招商汇智之金百镭集合
- > 网站改版说明
- > 招商汇智之金百镭6月6日起在招
- > 地理信息产业链景气走高，全产
- > 融资融券交易试点启动
- > 中信信托·金百镭1期集合资金信

金百镭观点

> 更多观点



周枫谈利率市场化对银行业的影响

周枫也表示：“行业的发展空间和形成核心竞争
力是我们投资的基础。我们必须观察整个金融体系，

- > 创业板如何打破“围城”困局 07.11
- > 《核心成长投资之路》 05.02
- > 风物长宜放眼量 06.18

金百镭1期历史...

净值查询

累计净值(元)	103.42
累计收益(%)	3.420
近一个月收益率%	3.420

合作伙伴
Partners

 中国工商银行
INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA

 申银万国证券
SHENYIN & WANGUO SECURITIES

CMS  招商证券

 中国国际金融有限公司

 招商银行
CHINA MERCHANTS BANK

如何成为我们的会员：

1. 登陆金百镭官网：www.gblcapital.com

金百镭财富俱乐部

请输入用户名或身份证号

密码

验证码

T44D

登录

新用户注册

忘记密码

2. 选择新用户注册：

3. 点击同意按钮

新用户注册

您当前所在位置：首页 > 新用户注册

金百铭网站会员注册协议

风险说明：请在继续浏览金百铭投资网站前仔细阅读下文

在继续浏览本公司网站前，请您仔细阅读本重要提示，并将页面滚动至本页结尾“同意”或“不同意”键，根据您的具体情况选择继续浏览还是放弃。点击“同意”键，视为您已经阅读并愿意遵守本提示内容。

证券投资具有一定风险，根据《中华人民共和国信托法》、《信托公司集合资金信托计划管理办法》及其他相关法律法规的有关规定，参与信托计划的人士应为风险识别、评估、承受能力较强的合格投资者。浏览本公司网站的人士可能来自更广阔的区域，但登入本网页的人士均出于主动，因而有责任遵守适用于当地的法规。登入网站内页即表示登入者同意其已阅览本网页的所有部分，包括任何法规或法规注释。

如果确认您或您所代表的机构是一名“合格投资者”，并将遵守适用的有关法规请点击“同意”键以继续浏览本公司网站。如您不同意任何有关条款，请按“不同意”键。

本网站所载的各种信息和数据等仅供参考，并不构成广告或销售要约，或买入任何证券、基金或其它投资工具的建议。投资者应仔细审阅相关金融产品的合同文件等以了解其风险因素，或寻求专业的投资顾问的建议。

信托产品净值可能会有较大的波动，并可能在短时间内大幅下跌，并造成投资者损失部分或全部投资金额。您应确保有关投资产品适合您的需要。如有怀疑，请咨询按中国内地法规注册的专业分析师的意见，并要求其确认有关投资产品适合并符合您的投资目标。

投资产品的价格及其收益存在涨跌变动，而过往的产品业绩数据并不预示其未来的表现，投资者不应依赖本网站所提供的数据做出投资决策，否则由投资者自行承担所有风险。

本网站所载的资料于刊载日期属恰当充分，您在阅读时资料的准确性或完整性已发生变化。本网站刊登的所有资料可予以更改或修订而毋须事前通知，尽管金百铭投资并不承诺定期更新本网站内容。公司并不对第三者所提供之有关资料的准确性、充足性或完整性作出任何保证，公司或其股东及雇员概不对于本网站内第三者所提供之资料的任何错误或遗漏负任何法律责任。

同意

不同意

4. 填写资料

新用户注册

您当前所在位置：首页 > 新用户注册

用户名： 登录帐号可以是汉字，用于登录系统。

密码： 登录密码

确认密码： 确认密码，与密码一致。

Email： 您的Email邮箱，可用于找回密码。

验证码： 

马上注册

重新填写

5. 提交注册成功后

财富俱乐部

金百铭俱乐部首页

个人资料 密码修改

资料订阅

读书慧

投资学堂

测试俱乐部频道添加

有问必答

站内信

快速预约

定期报告

安全退出

订阅金百铭资讯

财富俱乐部

您当前所在位置: 首页 > 财富俱乐部

欢迎 **mingtian** (会员) 登录财富俱乐部 站内信 (0/0)

注册日期: 2013年07月11日 用户等级: 会员 投资者类别: 一般投资者 (没有投资顾问)

上次登录: 2013年08月07日 有效期至:

升级为委托人 修改密码 修改信息 修改邮箱 退出登录

我的基金

基金名称	代码	基金净值	净值日期
招商汇智之金百铭	0	102.73	2013-08-2

我的问题

已回复问题 未回复问题

如询问对冲基金/私募基金的问题, 表明您已同意以下风险提示:

风险提示:

1. 您已充分了解到, 对冲基金/私募基金作为一种投资产品, 具有一定的投资风险。在极端情况下, 您的投资有可能损失全部的本金;
2. 您于此确认, 金百铭仅提供信息为目的展示相关基金数据, 在任何情况下, 我公司不就本网站中的任何内容对任何投资做出任何形式的担保;
3. 过往业绩并不代表将来业绩, 请阁下在进行投资时注意根据自己的实际情况控制好投资风险。

免责声明: 本公司不保证信息的准确性、完整性和及时性, 同时也不保证本公司做出的任何建议或评论不会发生任何变更。

选择产品管理 我要提问

6. 点击升级为委托人:

加入财富俱乐部

您当前所在位置: 首页 > 财富俱乐部 > 加入财富俱乐部

委托人类型: ☒ 个人 ☐ 机构 ☐ 渠道经理

合同编号:

客户名称*:

性别: ☒ 男 ☐ 女

证件类型*: 身份证

证件号码*:

手机号码*:

电子邮件*: JVZHO@LIVE.CN

联系地址:

意向/已购/代销产品*: ☐ 金百铭1期 ☐ 招商汇智之金百铭

提交

7. 有问题请联系金百铭，谢谢。

财富俱乐部电话: 010-6538 8735

金百镭财富专线：010-6538 8736

金百镭欢迎您参会报名、来电垂询！

免责声明：

本报告（或刊物、资讯，以下统称：报告）由北京金百镭投资管理有限公司提供编撰、制作及发布，仅供本公司客户参考、使用，但收到、取得、持有本报告的人员不应被当然认定为本公司的客户。

本报告是基于本部门认为可靠的或目前已公开的资讯、信息进行摘录、汇编或撰写，本部门对报告所载内容始终力求但不保证该信息的准确性和完整性。信息来源主要有：证券研究所公开的研究报告、wind 资讯、各大财经网站，本报告不能保证所有信息的真实性和可靠，请投资者阅读时注意风险。

在任何情况下，本报告所载信息、意见、推测或观点仅反映本部门于发布报告当日的判断，且不构成对任何人的投资建议，亦非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人发出邀请。投资者应根据个人投资目标、财务状况和需求来判断是否借鉴、参照报告所载信息、意见或观点，独立作出投资决策并自行承担相应风险。

在任何情况下，本部门及其员工不对任何人因援引、使用本报告中的任何内容所引致的任何损失及后果负有任何责任。

任何机构或个人未经本部门事先许可不得就本报告的全部或部分内容擅自引用、刊发或转载，亦不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用的证明或依据，不得用于盈利或其他未经允许的用途。

金百镭投资提供

地址：北京市朝阳区光华路甲 8 号和乔大厦 B 座 518A

电话：010-6538 8736

联系人：市场部

网址：www.gblcapital.com

2013 年 8 月 21 日