

# 世界杯概念股开始发酵

统计显示,餐饮、饮料、服装、旅游业商机大,存在投资机会

世界杯吸引了全世界的目光。在这种情况下,需要人气来烘托的股市,只能让路于世界杯,许多投资者都变成了球迷。尤其是股市行情低迷的时候,投资者不如干脆一心一意看球去,股市因此而回落也就不可避免,但世界杯并非仅存在魔咒现象。据统计显示,餐饮、饮料、服装、旅游业(包括航空)、广告媒体界、娱乐业等世界杯体育项目行业在世界杯期间充分感受到了巨大商机。

## 1 开市时段比赛易导致股市下跌

根据球赛与股市的时间重叠关系进行区分,记者发现比赛在当地开市时间进行,股市当日下跌明显,而在午夜休息时间进行比赛,股市当日开盘后上涨明显。然而当该日为本国球队参赛时,无论比赛是在工作还是午夜进行,那么第二日,股市下跌概率和下跌幅度都较为明显。

由于中国队参加世界杯的次数少,且开赛时间通常处于国内午夜休息时段,因此比赛给A股带来的冲击似乎更小,解除“世界杯魔咒”,还得看A股!

统计

## 2 热门比赛对当日股市冲击大

从统计结果来看,比赛强弱度是影响股市表现的另一个重要因素,热门度较高的比赛当日,股市成交量明显走低,股市有下跌趋势,下跌概率在60%左右;而热门度高的比赛次日,股市成交量明显走高,且股市涨幅较大,上涨概率较高。分国家来看,除法国股市外,其他重要股市在比赛日均下跌,比赛的次日则开始回升,而在比赛双方球队排名较高的比赛日该现象更为明显。



漫画 俞晓翔

猜测

### 餐饮、旅游行业机会多

世界杯开赛期间,尤其是前两周可积极做多其他饮料、葡萄酒和旅行社等板块。本次世界杯比赛时间都处于国内凌晨休息时段,据统计,当日大盘上涨概率较高,但需要警惕热门球队之间的比赛,比

赛当日大盘下跌风险加大,根据目前已公布的最新世界杯小组赛分组结果以及各球队的最新国际排名,需警惕大盘风险的日期为6月13日、6月17日、6月19日、6月20日、6月24日及6月25日。

### 啤酒行业进入销售旺季

申万表示,二季度进入啤酒销售旺季,世界杯临近,关注事件性催化影响,建议关注龙头青岛啤酒和燕京啤酒。

从过去三届世界杯的历史情况来看,世界杯前一个月与比赛当月,啤酒行业股价有一定相关性;首先,世界杯对销量的影响不显著,2002年、2006年和2010年的世界杯期间,啤酒销量和销售额没有表现出明显的增长;其次,

世界杯前一个月,啤酒行业具有相对正收益,世界杯当月行情与A股整体行情有关,在2002年、2006年和2010年的世界杯前一月内,啤酒行业涨幅分别为-4.23%、8.62%、4.74%,相对A股涨幅分别为3.69%、1.45%和7.82%;而在2002年、2006年和2010年的世界杯当月期间,啤酒行业涨幅分别为9.0%、14.2%、-9.9%,相对A股涨幅分别为-4.9%、6.3%和-6.9%。

### 互联网彩票爆发式增长在即

2014年堪称足球体育赛事的大年,从年初的欧洲五大联赛到年中在巴西拉开足球世界杯的帷幕,再到年尾开始的2016年欧洲杯预选赛,在各类大型足球赛事的刺激之下,可以预见体育彩票尤其是竞彩销售将继续快速增长。2014年彩票行业中竞彩市场将持续高速增长,而专业化的互联网竞彩龙头

如500彩票网拥有上乘的用户体验、热情的讨论氛围以及专业的数据支持等优势,因此业绩弹性最大,投资收益也最值得期待。

广发证券认为,随着世界杯的临近,政策牌照发放预期的增强,互联网彩票行业也即将掀起新一轮的投资热情,值得投资者的高度重视。 据证券时报网

# 江苏华伟:当钢厂遇到互联网

近年来,钢铁行业进入艰难的深水期。国内经济面临调整,钢材出口形势严峻,国企产能过剩化解任务艰巨,产品创新乏力,节能减排和环保压力巨大,等等,每项都如大山般压得钢铁企业喘不过气来。即便是刚刚过去的2014第一季度,在前不久举行的中国工业经济论坛(一季度)上,与会专家仍然表示,这是一个艰难的季度。展望二季度,虽然我国工业经济将弱势复苏,但主要用钢行业增速仍然有升有降,而出口、产能过剩化解、环保等问题依然严峻。在这样的大环境下,一家“小”钢厂,江苏华伟特种薄板有限公司,却连续三年实现销售收入和利税双增长。他们是怎么做到的?日前,记者采访了该公司的总经理陈卫池先生。



江苏华伟特种薄板有限公司总经理陈卫池

### 临危受命找准定位凤凰涅槃

回顾华伟薄板十多年来发展历程,或许也是中国众多钢厂的一个缩影,不同的是很多钢厂倒闭了,而华伟薄板却幸运地活下来了,但其过程却异常艰辛。华伟薄板成立于2003年,当时几个股东都不懂钢铁,但他们胆大。那时候胆大的能赚钱,至于是不是有知识有文化反而不重要。2008年,国内外环境发生严峻挑战,钢厂效益受到严重影响,最后资金链断裂,只好倒闭。政府推进重组,于2010年被丰立集团收购。“陈卫池说,在2010年丰立集团收购华伟薄板之后,陈卫池临危受命,被委任同时兼任华伟薄板的总经理。面对这个烂摊子,陈卫池说:只有大刀阔斧改革,才有出路。

首先,确定华伟薄板的定位。“大路货没有机会,没有竞争力。”和那些年产值千亿的钢厂相比,年产值十多亿的华伟薄板实在是太小了,和他们做一样的东西,绝对没有出路。所以陈卫池确定华伟薄板时的定位很清晰:我们只做中板。“定位准了以后,我

发现运行很好。原来华东地区和我们类似的钢厂很多,至少十多家,后来经过大浪淘沙,现在只剩下包括我们在内的三家。所以我的观点是,死掉一批后反而好做了。”陈卫池说。其次,对原钢厂实行技术改造。第三,转型升级。陈卫池说:“转型升级有三个步骤。第一,我们只做适销对路的产品,市场缺什么我们就生产什么。这个是我们这样的小厂的优势。大厂来不及掉头,而我们很灵活,嗅觉很灵敏。第二,区域优势,我们在本地区有明显的优势。第三,我们实现了按日定价。”

接手一个倒闭的钢厂,现在回顾起来看似简单,但实际上也是经历了阵痛的。被丰立集团收购以后,在以陈卫池为首的精细管理下,华伟薄板实现了凤凰涅槃。2011年实现主营销售收入16.6亿元,利税600万元;2012年实现主营销售收入17.6亿元,利税1400万元;2013年实现主营销售收入19.3亿元,利税2700万元。产品广泛用于机械制造业、造船业、建筑业、国防工业、厂房、桥梁钢

结构、锅炉压力容器等领域。

### 拥抱互联网实现跨越式增长

说到销售模式的变革,说到每日定价,就不得不说拥抱互联网了。陈卫池先生早期职业生涯是在金融行业,后转入钢铁行业,一干就是十几年,可以说是一个地地道道的钢铁人。可是就是这样一位传统行业的高管却拥有先进的互联网思维,并带领企业义无反顾地拥抱互联网。这其实是源于他对销售模式的思考和改革。陈卫池认为,传统的钢铁销售模式是代理制,钢厂定价,由代理商销售。“这简直就是不平等条约。我们以前也做过钢厂代理,吃了许多苦,后来越做越小,从一个月三万吨到几千吨。依照这个模式,我们在市场经济中永远处于最劣势的地位。所以我要颠覆它。”

2011年,华伟薄板开始和找钢网合作,开始了销售模式的颠覆,实现了跨越式增长。找钢网代理华伟薄板销售钢材,从最初的一个月1000-

2000吨,增长到一个月1万吨,已经占到华伟薄板每月生产量的20%,并且有继续增长的趋势。找钢网已经一跃成为华伟薄板第一大代理商。并且,和找钢网合作后,华伟薄板的代理商从以前的20多家减少到12家,更加高效,更加精准。

和找钢网合作确定了华伟薄板的每日定价机制,同时找钢网也随时根据其交易情况反过来指导华伟薄板的定价的调整,“这样我们就形成了良性的循环。”陈卫池说。“定价低了,我们有一个额度,在这个额度之内,我们也就确认了,及时止损;定价高了,找钢网不会卖的,由此实现了灵活的定价。这种合作模式不是效益最大化的,但却是双赢的,长远看来是效益最大化的。”

“钢材交易其实是十块钱买卖。”陈卫池表示。“我造了一个机器,如果一千万卖不掉,可能一百万也没人要,因为我买它没用。但钢材这东西,我们的这个品种,3000元卖不掉,2990元,低10元钱,就全卖掉了。而只有和找钢网合作,才可能实现灵活的定价,实现快速而灵活的交易。很多大国企,民企,其定价周期恨不得是一个月,最快也是一个星期,完全不如我们灵活。”

为什么选择和找钢网合作?有没有考虑过其他的钢铁电商?陈卫池说:“也有过,也合作过,但效果很差。他们其实大多只是做信息推广,我们把我们的信息挂上去,挂了很久,也没人来买。有时有人来买,但那时可能产品已经销售完了,或者价格已经变了。而找钢网是实实在在的人员来帮我们的。我觉得这个模式是可行的,并且未来还有更大的发展空间。”

### “私人定制”谋求更大发展

华伟薄板在和找钢网的合作中

取得了很大的成功,下一步,陈卫池希望加大和找钢网的合作,进一步增强企业竞争力。初步看来,现在有几个方面可以拓展。

首先,进一步扩大销售额。现在找钢网每月销售量是1万吨左右。华伟薄板的产能是每月5-6万吨。未来通过找钢网销售的量会进一步增加。华伟薄板希望加大产能,这可能通过和其他大型钢厂合作代工而实现。产能扩大后,希望通过找钢网扩大销售量。

其次,进一步扩大销售半径。目前通过找钢网销售的区域还是主要在华东地区,一方面是因为这片区域经济是最活跃的,需求是最大的;另一方面也是物流成本的压力造成的,稍微远一定的区域,物流成本增加,交易可能就做不成。所以华伟薄板希望通过找钢网解决这一问题,进一步扩大销售半径。第三,按照客户需求定制生产产品,形成更强的竞争力。陈卫池说:“我希望利用找钢网的推广平台,发现更加细分的市场需求。客户缺什么,我就生产什么,三天就能做出来,送过去。”

对于未来和找钢网的合作,对于华伟薄板的未来发展,陈卫池充满信心。“华伟薄板目前是一期工程。二期工程正在紧锣密鼓的建设中,为配套中板深加工,建立华伟物流,配备6台龙门吊,年加工配送能力可达50万吨,形成销售25亿元。三期工程,加快产业结构调整和产业转型升级,结合让产业重机(江苏)有限公司相关配套需要,公司将向铸造装备行业转变,预计2014年建成达产。华伟将以科学发展观为指导,提高自主创新、精细化管理、风险控制、自主创新能力,确保三大板块再上新台阶,实现打造百亿华伟的目标。”

(徐勇)