

# 怎么看上市公司成长性--讨论：你更关注项目哪些方面-股识吧

## 一、什么叫成长型基金

成长型投资基金是基金中较常见的一种，它追求的是基金资产的长期增值。

为达到这一目标，基金管理人通常将基金资产投资于信誉较高、

有长期成长前景或长期盈余的公司的股票。

在成长型基金中也有更为进取的基金，

即积极成长型基金以及投资于特定行业的特殊性基金。

日前在深沪股市挂牌交易的成长型投资基金主要以基金安信、基金裕阳、基金兴华、基金金鑫、基金裕隆等为代表，

通过分析这些基金的选股思路、持仓比例及净值变化，

归纳出成长型投资基金主要有以下几个特点：

第一、选股注重上市公司的成长性。

上市公司的成长性既可以表现为上市公司所处行业发展前景好，属朝阳行业，行业利润率远远高于其他行业的平均水平，

该行业在财政税收方面享受优惠或在其他方面受到国家政策的倾斜，

也可以表现为上市公司主营业务具有突出的市场地位，亦或是由于兼并收购等资产重组行为导致企业基本面发生重大变化，企业经营状况发生实质性改善从而实现

上市公司的快速成长。

当前具有较高成长性的行业非高科技板块和生物医药板块莫属，

所以成长型投资基金在选股时也较为青睐上述两个板块的股票。

如：基金安信、基金裕阳、基金裕隆在1999年各季度，电子通讯类股票市值在基金资产净值中的比例始终是最高，全年平均分别为20.79%、32.88%、22.47%。

如果考虑到基金资产净值中至少有20

%投资于国债，那么在整个股票投资组合中，电子通讯类股票所占比例应更高。

第二、持股相对比较集中。

成长型投资基金在进行分散风险，组合投资的同时，

对某些重点看好的股票也保持了较高的持仓比例。

这一点基金安信和基金裕阳表现最为突出。

从重仓持有的前十名股票占基金资产净值的总比例看，基金安信1999年平均为52.75%，基金裕阳为50.36%，另外基金安信重仓持有的环保股份在1999年第四季度投资组合公告中，占基金资产净值的比例竟高达14.94%，表现出持股的相对集中。

第三、收益波动两极分化。

从理论上讲，成长型投资基金在获得较高收益的同时，也承担了较高的风险。

一般来说，随着市场行情的上涨和下跌，成长型投资基金收益波动性比较大。

从单位净值变化上看，部分成立时间较短的成长型投资基金，净值变化幅度较大，但是那些“老牌绩优”的成长型投资基金却能在强势中实现净值较快增长，弱势中表现出较强的抗跌性。

如：1999年“5.19”行情股指在6月30

日见顶，而成长型投资基金却能在后来的振荡行情中创出单位净值的新高。

## 二、怎样知道一个上市公司的成长业绩？它会通过怎么样的渠道让股民们知道呢？

1. 风险特征不同中小板企业已相对成熟，规模较大、盈利能力较强，风险程度相对较低。

创业板企业尚处于成长期，普遍规模较小、经营稳定性较低，具有较大的不确定性，风险程度相对较高。

2. 制度设计上有所不同中小板实行现有主板的各项制度。

创业板在注重风险防范的基础上，建立了与所服务对象相适应的制度安排，在发行审核、信息披露、退市、投资者适当性管理、发挥中介机构功能等方面进行了更加市场化的探索和创新。

通过科学合理的制度设计，打造特色鲜明、市场化程度较高、具有国际竞争力的创业板市场。

## 三、请问天使投/VC/PE投资人看项目的分别关注点是什么？

展开全部天使投/VC/PE投资人看项目的分别关注点这样的，例如一个公司从初创到稳定成长期，需要三轮投资，第一轮投资大多是来自个人的天使投资作为公司的启动资金；

第二轮投资往往会有风险投资机构进入为产品的市场化注入资金；

而最后一轮则基本是上市前的融资，来自于大型风险投资机构或私募基金。

## 四、为什么公司下半年的业绩比上半年好？

上市公司的业绩 主要看该公司的每股收益 季报每个季度都有，不过二季度的季报就是半年报，也就是中报，四季度的季报就是年报 主要看上市公司每股收益、净利润增长率和主营业务利润增长率、每股未分配利润和每股资本公积金。

一般情况下，投资者都会用每股收益和股价来测算市盈率，用以考量股票价格是高估还是低估，每股收益被应用的最多。

不过，若考虑非经常损益部分，需要扣除非经常性损益后的每股收益。

分析上市公司的成长性，则看净利润同比增长率，主营业务利润同比增长率，越高成长性就越强。

不过，重组后上市公司的此类同比涨幅均较大，但比得是去年的旧有资产，没有可比性，需加以区别。

在分配能力方面，上市公司的每股未分配利润、每股资本公积金越高，分配能力就越强。

除了资产、债务、营收、利润、现金流这些日常财务指标外，主要看看每股盈余、每股净资产、净资产收益率和利润增长率也就可以了

## 五、讨论：你更关注项目哪些方面

还是我先说一说，什么是好企业什么企业能做得好？一个企业如何是好企业或者说能在市场或行业里竞争得生存和发展，这是我一直思考的问题。

我认为：首先是产品或服务，你能提供的东西是什么，能为你的使用者带来什么，使用者为什么选择你的产品或服务，这些都是产品或服务的价值。

也就说能够提或满足用户使用要求的产品的产品或服务的提供商，且满足的用户的体量足够大（市场容量），这类企业就是可以选择的。

其次，用户为什么选择你的产品或服务，现在垄断产品与市场相对较少，同类的产品太多太多，用户的可选择对象也多，他们消费时做选择考虑什么因素，从消费心理角度讲有的说价格，有的说消费习惯，有的.....，但我更偏向于他们选择了有品牌影响的产品或服务。

比如我们去买洗衣粉，我一般只选碧浪、汰渍、立白等有品牌的商家，因为我对他们的质量放心。

再其次，什么样的企业能提供用户需要的服务或产品，什么样的企业能形成自己的品牌，如何形成自己的品牌？我认为这就要看管理团队，管理团队中的核心人员的经历或背景会让企业走得更远，特别是中国这个人脉关系微妙的国度，一个名不见经传的小公司能拿一个大单位、然后做大做强。

最后再说一说 财务报表要不要看，当然要看，就象一个会计专家说的，会计是一门反应科学，财务报表是反应企业成长的面镜子，当然也有哈哈镜，要能用且会用。

????

[?????????????.pdf](#)

[????????????????](#)

[????????????????](#)

[??????????????](#)

[?phil?????](#)

[?????????????.doc](#)

[????????????????????...](#)

??

<https://www.gupiaozhishiba.com/read/22284433.html>