

<<非必需消费品投资>>

图书基本信息

书名：<<非必需消费品投资>>

13位ISBN编号：9787508626826

10位ISBN编号：7508626826

出版时间：2011-4-6

出版时间：中信出版社

作者：（美）雷诺，（美）托伊费尔

页数：163

字数：135000

译者：李风，黄世强

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<非必需消费品投资>>

内容概要

非必需消费品行业包括汽车制造商、住宅建筑商、运动器材生产商、酒店开发经营商、游轮公司、零售网站和百货公司等等。

这是一本值得你信赖的指导书，它可以帮助你做出“自上而下”的投资决策，特别是在非必需消费品板块。

它还会告诉你如何判断最佳投资时间、该板块哪个行业及其子行业表现更出色，以及个股在不同的环境中是怎样盈利的。

全球非必需消费品板块纷繁复杂，涵盖了许多子行业和各具特点的国家。

运用本书的投资分析方法，你可以更好地了解一些不同点，捕捉良机，避免重大失误。

<<非必需消费品投资>>

作者简介

安德鲁·S·托伊费尔1995年加入费希尔投资公司，现任联合主席兼研究总监。在加入费希尔投资公司之前，他在贝尔斯登公司全球技术集团任企业财务分析师。安德鲁参与了美国、英国的许多研讨会和教育研究班的教学，并在加州大学伯克利分校哈斯商学院授课。他还是MarketMinder.com的主编。安德鲁毕业于加州大学伯克利分校。

埃瑞克·雷诺，费希尔投资公司非必需消费品研究分析师，毕业于加利福尼亚州圣克拉拉大学，获得金融学学士学位。雷诺出生于明尼苏达州的明尼通卡市，现居住在洛杉矶。

<<非必需消费品投资>>

书籍目录

- 序言
- 前言
- 致谢
- 第一部分 非必需消费品入门
 - 第一章 非必需消费品基础
 - 非必需消费品
 - 开始了解非必需消费品板块
 - 第二章 非必需消费品板块简史
 - 美国最早期的消费者
 - 现代非必需消费品板块的诞生
 - 第三章 非必需消费品板块的驱动因素
 - 经济驱动因素
 - 政治驱动因素
 - 情绪因素
- 第二部分 下一步：非必需消费品详解
 - 第四章 非必需消费品板块细分
 - 全球行业分类标准(GICS)
 - 全球非必需消费品基准
 - 汽车及零配件行业组
 - 零售行业组
 - 媒体行业组
 - 耐用消费品和服装行业组
 - 消费者服务行业组
 - 第五章 非必需消费品板块面临的挑战
 - 挑战一：成熟市场中不断增长的利润
 - 挑战二：管理需求波动性
 - 个案研究：卡拉威尔高尔夫公司
 - 第六章 家庭债务——神话和机会
 - 发达市场的家庭债务——一个非常有用的工具
 - 新兴市场的巨大机会
 - 个案研究：巴西信用贷款驱动的消费繁荣
- 第三部分 像投资组合经理人一样思考
 - 第七章 自上而下分析法
 - 投资是一门科学
 - 爱因斯坦的大脑与股市
 - 自上而下分析法
 - 自上而下分析法解析
 - 根据非必需消费品基准进行管理
 - 第八章 证券分析
 - 作出你的选怪

.....

<<非必需消费品投资>>

章节摘录

零售业 零售业可能是非必需消费品板块中大家最熟悉的行业。从家得宝到内曼·马库斯，从塔吉特到威廉姆斯·索洛马，零售业为消费者提供了许多日常用品。零售商有两种类型：百货零售商和专卖店。

百货零售商又被分为两种形式：百货商场和一般零售商。百货商场销售各种各样的商品，但主要集中于服装和化妆品。一般零售商则提供更广泛的商品，同时也包括某些必需消费品，如杂货。诺思通和梅西都是百货商场的例子，而塔吉特和凯马特是一般零售商。沃尔玛不包括在这个行业组里，因为它销售的很大一部分杂货缺乏经济敏感性。专卖店主要销售一种商品。百思买和家得宝是很好的例子。百思买销售各种电子消费产品，而家得宝则专门销售家居用品。这些公司在某一类商品上提供了如此宽泛的选择，因此被誉为“品类杀手”，一般零售商在某类商品的整体销售上输给了这些专卖店。

在零售行业组中，消费者支出和购物情绪之间的联系是明显的。当消费者购买欲很强且情绪积极的时候，零售商通常能在更高的价位卖出更多的产品。正是由于这种关系，零售业与股市整体表现的相关系数在所有非必需消费品板块中位居前列。

媒体业 媒体行业包括广告业、出版和广播业、有线电视和卫星广播业、电影业和娱乐公司。这类公司创造并销售电影、电视节目、广告、书籍、报纸和音乐等，其收入主要来自广告、订阅费、书籍或杂志销售，以及票房收入。每一个子行业都有不同的收入渠道。例如，广播电台主要通过出售广告时段获得收入，而有线电视公司主要依靠每月的预定费获得收入。

这些公司符合我们在本章开始所介绍的标准。具体地说，这类公司的收入是由广告需求和强劲的消费者支出带来的。一个增长的经济，支撑着广告需求和消费者支出。此外，其利润具有高度周期性。运营一份报纸或拍摄一部电影的固定成本是巨大的——在经济衰退期，获利能力迅速减弱。最后，当消费者情绪低落且不再消费时，广告的盈利能力也会减弱。这将降低广告需求，并减少公司利润。

耐用消费品业 顾名思义，这个行业为消费者生产能够持续使用的产品（“耐用”商品是指可持续使用三年以上的商品）。家电生产商、住宅建筑商、电子消费产品公司都被归于其中。家电生产商制造各种商品，以满足人们新的需求和更新换代的需求。这些公司主要生产家电（冰箱、洗衣机）、小型家电（微波炉、烤面包机），以及家具（餐厅设备、卧室家具）。直观地，住宅建筑商在投资地皮和当地基础设施后开始修建房屋。电子消费产品公司制造电子产品，比如电视、家庭影院和音响，以及其他各种消费产品。购置新住房后不久，许多消费者将添置新的家具和家庭影院设备。因为新房购买是由可支配收入的增长、经济扩张、优惠的贷款利率所驱动的，对耐用消费品的需求反过来又促进了经济的增长。庞大的固定成本——包括生产设备和研发费用——提供了重要的经营杠杆，并放大了盈利周期。因为耐用品通常是需融资购买的大件商品，情绪和利率在驱动商品需求方面起到了举足轻重的作用。

消费者服务业P14-15

<<非必需消费品投资>>

<<非必需消费品投资>>

编辑推荐

《费希尔投资系列》旨在为个人投资者、有抱负的投资专家，以及广大学子提供一种理解和分析投资机会——主要是全球股票投资——的必要工具。

该系列中的每本指导书都是通俗易懂的启蒙读物，能够帮助读者了解全球股票市场中的经济行业、区域和其他组成部分。

而本书特别关注于非必需消费品领域，其基本的投资分析方法适用于全球股票市场的任何板块，无论当前的宏观经济环境如何 同名英文原版书火热销售中：Fisher Investments on Consumer Discretionary

<<非必需消费品投资>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>