```
最近互联网涨得有点凶,
```

从3月15日至今,不到三个月,大涨了40%

其实今年二季度以来,互联网挺"反常"的。

一方面, 盈利骤降, 裁员风波不断。

我们看今年的一季报,

美团净利润骤降18%;

腾讯净利润骤降51%;

百度净利润下降103%;

京东净下降183%。

互联网俨然已经步入"寒冬"。

但是另一方面, 互联网的股价却在不断上涨。

从今年3月15日至今,

腾讯涨了11.31%;

阿里涨了34.16%;

百度涨了38.18%;

网易涨了45.14%;

京东涨了47.41%;

美团涨了76.73%;

拼多多涨了131.84%。

完全不像是"过冬"的样子。

这也让很多人心里都非常没底。

为什么会这样,现在的互联网投资机会如何?

下面,我们从以下七个角度来分析一下。

(1)净利润

一般情况下,净利润能够较为直观反映一家企业基本面。

从2019到2021年,互联网行业的净利润坐了一波过山车。

先是在2019和2020年疯狂上涨,短短两年,

腾讯、网易净利润翻了一倍,阿里净利润也增加了70%以上。

京东、拼多多、美团也扭大亏为盈。

也难怪, 互联网在当时被公认为"印钞机"。

然后在2021年急转直下。

腾讯、阿里、百度三巨头净利润全都腰斩。

美团和京东再度转亏,美团亏了235亿,京东亏了36亿。

只有拼多多和网易在逆势而上。

经过这波涨跌,互联网行业的净利润直接回到了2018甚至2017年的水平。

四五年都白忙活了......

(2) 涨跌幅

净利润涨跌只是一方面,具体投资风险如何还要看相应的股价变化。

2018年至今,

腾讯扣非净利润仅增长了3.31%,股价下降了5.30%;

阿里净利润下滑了2.88%,但股价下降了39.50%;

百度净利润下降了44.12%, 股价下降了35.71%;

网易净利润增长了57.42%,股价增长了60.67%。

虽然互联网行业的盈利回到了2017年,但其股价下滑幅度更大。

尤其是阿里,净利润和17年几乎持平,但股价大跌1/3以上。

也就是说, 互联网的"危机", 目前已经完全, 甚至被过度, 反映了。

(3) 主营业务

主营业务结构一定程度上反映了一家公司盈利模式是否健康。

毕竟,一般情况下,两条腿走路总好过单腿走路。

接下来,我们再来看7家互联网公司2017-2021年的主营业务的变化。

①腾讯

2017-2021年,

腾讯的增值业务(也就是游戏)营收占比从65%下降到52%;

但金融科技及企业业务的营收占比增长了31%。

毫无疑问,腾讯的业务更加多元化、健康化了。

②阿里

2017-2021年,

阿里的核心商务,即淘宝、阿里巴巴等网购,虽然依然占据绝对的大头

但云计算、菜鸟物流慢慢有了起色。

可见,阿里也在不断改善自己的业务结构。

③美团

2017-2021年,

美团的传统业务(外卖、酒店)均出现不同程度的下滑;

但新业务(出行、零售、金融等)却从6%上升到28%。

这表明,美团在积极构建自己的生态圈,巩固护城河。

4京东

2017-2021年,京东的业务模式进行了大变革。

京东的在线业务的营收占比从92%下降到0;

但净产品收入从0增长到86%。

在线业务,可理解为中介服务,例如网上订票、预订酒店等等;

净产品收入,简单理解就是卖货的收入。

这表明,4年间京东从网络的"二道贩子"转变成了大型百货零售平台。

⑤百度

2017-2021年,

百度的在线市场服务(百度搜索)的营收占比从86%下降到65%;

但其他服务的营收占比从14%上升到35%。

百度也在进行一些多元化尝试。

6网易

2017-2021年, 网易的多元化有些"失败"。

反而更加依赖游戏了。

⑦拼多多

2017-2021年,

市场服务(拼多多平台)的营收占比从100%下降到92%;

而商品(拼多多自卖货品)的营收占比提高到8%。

拼多多也在进行一些多元化的尝试。

总体来看,

虽然互联网公司的盈利回到了2017年,

但大多数公司的商业模式却更加健全了、更加多元化了, 盈利的安全性也更高了。

(4)政策

互联网多数是平台型企业。

平台型企业,受政Ce影响最大,这一点在座的很多小伙伴在过去一年多都深有感触。

从最近一段时间出台的ZC来看,

明显ZC在逐渐转为利好。

4月29日,上面定调,"促进平台经济平稳健康发展";

5月17日,上面召开会议,研究"具体措施",

6月7日,游戏版号二次发放,也就是说游戏审批大概率恢复常态化了。

种种迹象都表明,互联网的政策底,到了。

(5) 投资评级

投资机构的评级,对股价的影响巨大。

犹记得3月15日,美国著名投行,摩根大通,下调数十只中概股至"不可投资",中概互联暴跌11%。

然而,仅仅过了3个月,投行的观点发生了翻天覆地的变化。

现在,7家主要的互联网公司清一色都是"买入"或"增持"评级。

这表明,中概互联的情绪底,差不多到了。

(6) 估值

互联网能不能投,除了看基本面和ZC,还要看结合估值来看。

从PE(市盈率)来看,受净利润骤降的影响,不少公司的PE都是负的,严重失真。

所以,现在的互联网,PE参考价值不大。

那么我们来看PB(市净率)和PS(市销率)。

先来看PB(市净率),

除了美团,其余6家公司近5年的PB分位都低于20%。

从PB的角度看,互联网是低估的,

再来看PS(市销率),

除了美团和网易,其余5家公司近5年的PS分位都低于30%。

从PS角度看,互联网整体上也是低估的。

总体来看,现在的互联网估值偏低估。

(7)中概股退市

最近,两方的监G部门在加强沟通。

沟通的主基调:

"提高跨境监G合作的效率,体现统筹开放与安全的理念……"

总体来看,相比之前,中概股的退市的风险下降了不少。

因为话题比较敏感,这里就不多说了。

文章最后,再次谈一下仓位。

投资单赛道,一定要控制好仓位!

投资单赛道,一定要控制好仓位!!

投资单赛道,一定要控制好仓位!!!

依稀记得去年聊单赛道仓位管理的时候,有很多朋友说自己已经投了家里一半的钱,

有的甚至投了70%以上.....

这是什么概念?

从2021年初到今年三月份,中概互联回调了将近70%。

如果不幸重仓在高位,

50%的仓位就要承受35%的回撤;

70%的仓位就要承受将近50%的回撤。

而大多数普通人,回撤的承受极限也不过30%。

回头讲,

我们没有办法控制黑天鹅和赛道波动,但仓位,却是我们每个人都能控制的。

如果你是一个普通人,后面一定要管住自己手:

单赛道的仓位,在任何时候都不要超过总仓位的20%;

尽量不要超过10%