

HZ BOOKS
华章经管

Mc
Graw
Hill

投 资 名 人 堂

什么是超级强势股？

3~5年内股价上涨3~10倍

以次级公司的股价买入超级公司的股票

超级 Super Stocks 强势股

(美) 肯尼思 L. 费雪 (Kenneth L. Fisher) 著 高小红 迟云 钟雄鹰 等译



机械工业出版社
China Machine Press

投 资 名 人 堂

超级 强势股

(美) 肯尼思 L. 费雪 (Kenneth L. Fisher) 著 高小红 迟云 钟雄鹰 等译

Super Stocks



机械工业出版社
China Machine Press

Kenneth L. Fisher. Super Stocks, reissued edition.

ISBN 0-07-149981-4

Copyright © 1984 by Kenneth L. Fisher. Copyright © 2008 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. No part of this publication may be reproduced or distributed in any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and China Machine Press.

All rights reserved.

本书中文简体字翻译版由机械工业出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。本书封底贴有McGraw-Hill公司防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号:图字:01-2008-1146

图书在版编目(CIP)数据

超级强势股(原书珍藏版)/(美)费雪(Fisher, K. L.)著;高小红等译. —北京:机械工业出版社, 2008.6

(投资名人堂)

书名原文: Super Stocks

ISBN 978-7-111-24377-9

I. 超… II. ①费… ②高… III. 股票-证券投资-基本知识 IV. F830.91

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第086136号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:石美华 版式设计:刘永青

北京京北印刷有限公司印刷 · 新华书店北京发行所发行

2009年1月第1版第1次印刷

170mm×242mm · 16.25印张

标准书号:ISBN 978-7-111-24377-9

定价:38.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010) 68326294

投稿热线:(010) 88379007



华章书院俱乐部反馈卡

写书评 赢大奖

身为读者，你是不是常感到不写不快？
无论是感同身受、热烈倾吐，还是淋漓痛批、指点文章，
我们真诚地邀请您，将您的阅读心得与我们共享。
您的心得，将有机会出现在我们的图书、主流媒体、各大网站上。
同时，您还有机会挑选一本自己喜爱的华章经管好书！

书评发至：hzjg@hzbook.com

欢迎登陆 www.hzbook.com 了解更多信息，
本网站会每月公布获奖信息。

华章经管博客已开通，欢迎留下宝贵意见与建议 <http://blog.sina.com.cn/hzbook>

◎ 反馈方式 ◎

网络登记：

登陆 www.hzbook.com，在网站上进行反馈卡登记。

传 真：

将此表填好后，传真到 010-68311602

邮 寄：

将填好的表邮寄到：100037 北京市西城区百万庄南街1号309室 闫 南 董丽华 收

个人资料（请用正楷完整填写，并附上名片）

姓名：_____ 性别：☐男 ☐女 年龄：_____ 联系电话：_____ 手机：_____

E-mail：_____ 邮政编码：_____ 传真：_____

通讯地址：_____ 就职单位及部门：_____

职 务：☐董事长/董事 ☐总裁/总经理 ☐副总裁/副总经理 ☐高级秘书/高级助理
☐职员 ☐政府官员 ☐专业人员/工程人员 ☐其他（请注明）_____

学 历：☐高中 ☐大专 ☐本科 ☐研究生 ☐研究生以上

所购书籍书名：_____

现在就填写读者反馈卡，成为华章书院会员，
将有机会参加读者俱乐部活动！

所有以邮寄，传真等方式登记，并意愿加入者均可成为普通会员，并可以享受以下服务。

- ◆ 每月3次的免费电子邮件通知当月出版新书
- ◆ 共同享有读华章论坛会员交流平台
- ◆ 享受华章书院定期组织的各种活动
(包括会员联谊活动专家讲座行业精英论坛等)
- ◆ 优先得到读华章书目
- ◆ 俱乐部将从每月新增会员中抽取10名，
免费赠送当月最新出版书籍1本
- ◆ VIP会员享受全年12本最新出版精品书籍阅读

1. 您通过什么途径了解到本书？

☐ 朋友介绍 ☐ 会议培训 ☐ 书店广告 ☐ 报刊杂志 ☐ 其他 _____

2. 您对本书整体评价为？

☐ 非常满意 ☐ 满意 ☐ 一般 ☐ 其他，原因 _____

3. 您的阅读方向？（类别）

4. 您对以下哪些活动形式最感兴趣？

☐ 大型联谊会 ☐ 专业研讨会 ☐ 专家讲座 ☐ 沙龙 ☐ 其他 _____

5. 您希望华章书院俱乐部为会员提供怎样的增值服务？

6. 您是否愿意支付500元升级为VIP会员，享受全年12本最新出版精品书籍阅读？

☐ 愿意 ☐ 不愿意，原因 _____



读华章俱乐部反馈卡



投资名人堂



多数与投资相关的书籍都是老调重弹。那么，与它们相比，本书有何不同之处呢？

在股票估值方面，这些新观点中包括了一些虽然复杂，却相当有效并且易于应用的新方法。它们将有助于人们避免投资错误和寻求投机盈利机会。不管对专业人士还是有兴趣（但可能相对缺乏经验）的业余爱好者来说，它们同样适用。在追逐“超级强势股”实战应用中，这些方法将被一一呈现出来。一只超级强势股必须满足以下两个条件：

1. 在3~5年的时间内,与期初相比,股价增长3~10倍。

2. 以相当于次级公司的股价水平，买入超级公司的股票。

相当长的时间内，超级强势股能产生25%~100%的年收益率。没有多少股票可以长期保持这样的优异表现。此类股票确实具有一些共同特征。本书说明了这些特征以及识别它们的方法。为了能够成功投资超级强势股，我们必须明白以下四点：

1. 一种我称之为“困境”的现象。

2. 一些用于确定个股投资额的全新有效（且易于应用）的方法。
3. 以什么来区分超级公司和普通公司。
4. 在日新月异的世界市场上，一个用以识别和应对各种投资机会的动态过程。

任何人都可以避开那些经常迷惑多数职业投资者的陷阱，但是避免错误仅仅只是一个开始，通过学习一些原则，我们就能知道如何实现成功的投资。这些原则提供了一些使我们超越多数专业人士的简单规则。这些原则同样也向专业人士提供了一种如何操作的严谨的基础方法。

这真能奏效吗？难吗？成功的运用并不需要超群的智力或内幕消息。任何人都至少可以在一定程度上成功地运用这些原则。这么做值得吗？

我们来看看以下结果：在1981年早期，我为客户和自己买进了Verbatim全部普通股大约1.5%的股份，当时，几乎所有认识我的华尔街人士都认为我疯了。他们说，如果要投资磁盘行业，他们都会投资Dysan，因为它具备最好的技术和管理。

他们的观点是Verbatim管理糟糕，技术糟糕，产品也糟糕。舆论共同断定这家公司财务上不稳定，并且很难得到改善。一些人甚至暗示，它将难以继续生存。

两年后，Verbatim的股价上涨了15倍之多。尽管其股价处于较高水平，但其股票仍然受到从Value Line到主要经纪公司和银行各类投资者的追捧。

什么使Verbatim在舆论如此不看好的情况下，能实现价值的增长（见第14章）？本书就旨在给出这一问题的答案——如何识别超级强势股。

为什么想要跟大家分享这些理念

写一本书需要花费很大的精力。在开始这项工程之前，我深思熟虑了很久。我重新翻阅了自己书架上的很多书，我的想法被一位比我智慧的作家完整地诠释出来了。这就是《普通股和其不普通的收益》（*Common Stocks and Uncommon Profits*, Harper & Row, 1958）一书的前言：

多年来，我一直向基金持有者们详细介绍自己在决策中反复运用过的原则。因为他们对证券一无所知，所以只有这样做才能使他们充分了解为什么我会给他们买入某些证券。这样他们才不会冲动地否决掉一些买入决策，而在一段时间后，市场定价才开始反映出这些决策的价值。

慢慢地我开始有了将这些投资理念编撰成书的想法，而且这样，我就能引用这种印刷出来的资料了。这个想法导致了策划此书的初步探索。接着，我想到了很多人。他们大多是较小型基金的持有者，而不是我所服务的较大型基金的众多持有者。多年以来，他们经常询问我，作为小投资者如何投资才能有一个好的开始。

我想起了无意间接触到的有着各种理念的众多小投资者们的困境。许多年以后，这些投资理念可能被证实十分有效，因为它们没有接受过来自更基础的概念的挑战。最后，我想到了与另一些尽管出发点不同，但同样对此感兴趣的人士所进行的多次讨论。其中包括公司总裁、财务副总裁以及上市公司的财务主管，他们都对此表现出极大兴趣。

于是我得出结论，有写这样一本书的必要。我决定本书采用非正式的表达方法。这样我就可以以第一人称与你们，也就是本书的读者们对话。我可以使用与向我所经营的基金做展示时使用的相同的语言、大部分的例子以及类比。但愿我的坦白和有时的唐突不会对你们有所冒犯。我尤其希望你们觉得我所呈现的观点的价值大于我作为作者可能的失误。

我不能表达得比这更好了。

肯尼思 L. 费雪

谨的书。**Jack**给我的启示主要体现在第8~11章。

Stanley Kroll用比较理性的结论，缓解了我对投资圈尖锐的评论。**Train Smith**咨询公司的**John Train**是位出色的作家和成功的投资专业人士。他给我提供了寻找出版商的方向，并且介绍了**Strunk**和**White**的《文体要素》一书，这相当于给我上了一堂写作基础课。我认为，对于每一个渴望成为作家的人，这本书也都值得一读。

此外，尽管**Harper & Row**公司的**Harriet Rubin**当初拒绝由她的公司出版本书，但也给出了结构和形式方面的一些有意义的评论。后来初稿中都融入了这些评论意见。但我很遗憾，这种获益只是单向的。**Frank Bruni**博士对第1章（后被弃用）的初稿进行了校对。在这一过程中，**Frank**让我明白我还有很长一段路要走。这样，我才开始第一次现实地对待这一写作工程。加利福尼亚银行的**Tony Spare**鼓励我根据目标读者，注重专业术语水平。

我的父亲**Phil Fisher**一直是最严厉的批评者和最坚定的支持者。他与我相处的时间比任何人都长，而且他自己就是个杰出而且成功的投资者和写作者，所以他有批评我作品的特权。他以极大的耐心阅读了开始时构思拙劣、书写潦草的文稿，并且提出了大量宝贵的意见。他直言不讳地指出哪些地方需要改动及其原因。

从投资者的角度出发，**Sam Aronson**、**Al Haft**和**Monte Stern**，耐心地阅读了我的手稿。通过阅读每一章节，他们告诉我，哪些地方能够引起读者共鸣，哪些地方会使他们晚上犯困。

包括**Ronald Bean**博士、**Bill Gorman**和**Bob McAllen**在内的其他人也为手稿的某些部分做了同样重要的贡献。**Gorman**和**Harriet Rubin**的意见有助于我对本书第一部分的修改。当得到对第3章和第4章的初步反映时，我感到灰心丧气。是**McAllen**鼓励我继续写作的。**Ronald Bean**建议我寻求编辑的帮助，他暗示说我需要发表一些言论——不过是更好的言论。这让我找到了**Noble**。

知道我需要帮助后，我的妻子**Sherri**开始寻找有编辑经验的人。她很快就帮我找到了**Barbara Noble**。**Barbara**不仅能足够胜任特别编辑的角色，她还能教我最大程度地发挥写作能力。起初她想检查和编辑我的全部稿子，因

为她知道这是我所需要的。后来，她改造了我的整套写作班子，就像鸟妈妈将她的宝宝赶出鸟巢一样。当确信我能够自己处理文稿时，Barbara就聚精会神地搞自己的工作。这种学习方式很好。本书之所以值得一读，跟她的努力是分不开的。她的热心和耐心永无止境。我很感谢她。

同样地，没有Janet Thurston，也不会有这本书。作为首席运营官，Janet是我在费雪投资公司的左右手。不管什么时候，什么事情，只要交给她做，就不用担心出错。她是我生活中少数几个可以完全放心的人。她会在第一时间做好。她负责进行校对，检查手稿，并且在我出错时帮我分担任务。

有些人可能以前阅读过我的初稿，在手稿即将完成时，我需要他们提出一些新的评论。就这点来说，这回他们都阅读了以前没有看到的部分。Annie Brody、Ken Koskella（他还通过Annie给我介绍了Roberta Sheldon）、Jack Euphrat、Wally Hagglund、Jim Palmer、Henry Roberts、Steve Walske和其他许多人也提出了全新的看法，提供了补充材料，以及在定稿前帮助进行了最终的调整。在这儿我不便一一列举他们的名字了。

其他人则以其他方式对本书的写作做出了各种贡献，比如Fred Krup。Fred和我从小就认识，现在在圣马特奥县拥有一家书店。这次，他花了大量时间教我一本书是如何进入零售书店的，如同教导一个小孩如何适应社会一样。Fred和Dick Newhouse给我介绍了一些书商，比如Bruce Degarmeaux、Jack O'Leary和Tom Turbin。他们毫不吝啬他们的宝贵时间。尤其是Tom Faherty，他让我明白了如何使本书符合出版商的胃口。

在得到一个出版邀请后，Annie Brody作为我的代理人开始商议合同。虽然相隔遥远，她还是替我做了许多令人钦佩的工作。在确定出版商的过程中，我曾长期和Annie以及其他代理商们保持着联系。但是Annie做得更多。参考了她的意见后，我删除了手稿中的某些部分，最好还是忘记吧。中心花园出版公司的Jeff Shurtleff允许我们使用他的资源来影印文本以决定封面的设计构思。

在此，特别感谢出版商在最后的时刻答应我增加附录F。其中大有深意，因为它跟书中其他部分一样有重要意义。

时间和篇幅不允许我提及整个过程中所有提供过帮助的人。对此，由于篇幅所限或疏忽，我向未提及到的人表示歉意。我没有理由不对他们表达特别感谢之情。

许多作者都对家人表达对他们的谢意，但我有更充分的理由来感谢他们。我的妻子Sherri确实对这本书尽了很大的努力。她不仅帮助我找到了Barbara Noble，而且也花了大量时间和Janet Thurston一起帮助我。她把自己的艺术工作放到了一边，将全部的时间用到了像是送纸盒、打印机和影印初稿之类的事情上。同时，她也充当了勤杂员，确保了一切工作顺利进行。在1983年的大部分时间里，这也是她能见到我的唯一方法。同样，我欠了三个儿子Clayton、Nathan和Jess整整一年的时间。他们忍受了没有爸爸的每个晚上、周末和假期，而这时我正闭门将自己关在洗衣房里，整天面对着电脑。

在我发表自己观点的这一难以忘怀的过程中，我要感谢所有曾经帮助过我的人。

肯尼思 L. 费雪

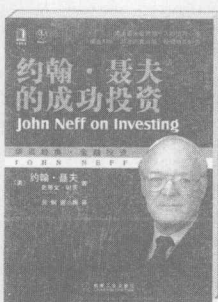
阅读经典 卓越人生



ISBN 978-7-111-23901-7
作者：罗伯特 D. 爱德华兹
定价：78.00元



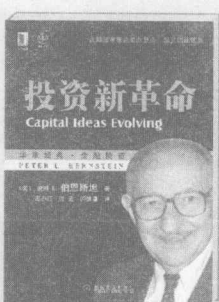
ISBN 978-7-111-23566-8
作者：伯顿 G. 马尔基尔
定价：48.00元



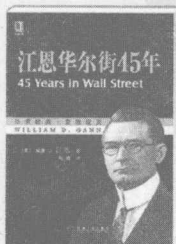
ISBN 978-7-111-23867-6
作者：约翰·聂夫
定价：38.00元



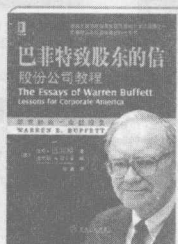
ISBN 978-7-111-23292-6
作者：维克托·斯波朗迪
定价：68.00元



ISBN 978-7-111-23456-2
作者：彼得 L. 伯恩斯坦
定价：36.00元



ISBN 978-7-111-11199-0
作者：威廉 D. 江恩
定价：22.00元



ISBN 978-7-111-13303-X
作者：沃伦·巴菲特
定价：38.00元



ISBN 978-7-111-19645-9
作者：杰里米 J. 西格尔
定价：42.00元



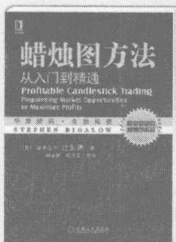
ISBN 978-7-111-20160-4
作者：威廉 D. 江恩
定价：58.00元



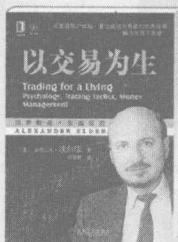
ISBN 978-7-111-20050-0
作者：彼得·林奇
定价：38.00元



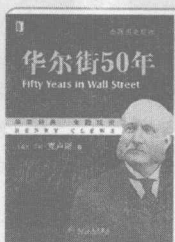
ISBN 978-7-111-20318-6
作者：拉里·威廉斯
定价：38.00元



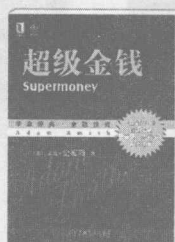
ISBN 978-7-111-12850-8
作者：斯蒂芬 W. 比加洛
定价：32.00元



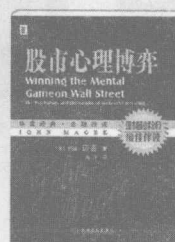
ISBN 978-7-111-20757-3
作者：亚历山大·埃尔德
定价：38.00元



ISBN 978-7-111-21235-5
作者：亨利·克卢斯
定价：38.00元



ISBN 978-7-111-21237-9
作者：亚当·史密斯
定价：32.00元



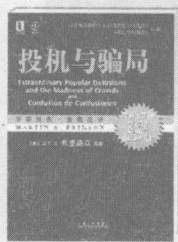
ISBN 978-7-111-10962-4
作者：约翰·迈吉
定价：58.00元



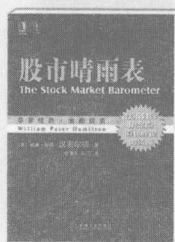
ISBN 978-7-111-21716-9
作者：彼得 L. 伯恩斯坦
定价：38.00元



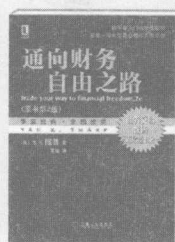
ISBN 978-7-111-21565-3
作者：小弗雷德·施德
定价：25.00元



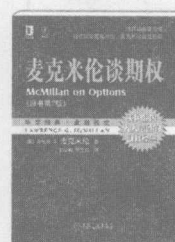
ISBN 978-7-111-21718-3
作者：马丁 S. 弗里德森
定价：36.00元



ISBN 978-7-111-22494-5
作者：威廉·彼得·汉密尔顿
定价：38.00元



ISBN 978-7-111-22660-4
作者：范·撒普
定价：48.00元



ISBN 978-7-111-22796-0
作者：劳伦斯 G. 麦克米伦
定价：80.00元



ISBN 978-7-111-21894-4
作者：彼得·林奇
定价：48.00元

智慧投资 成功理财



ISBN 7-111-23860
定价: 78.00 元



ISBN 7-111-24190
定价: 32.00 元



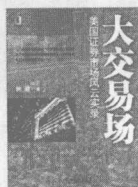
ISBN 7-111-24088
定价: 35.00 元



ISBN 7-111-24056
定价: 35.00 元



ISBN 7-111-23847
定价: 32.00 元



ISBN 7-111-22043
定价: 38.00 元



ISBN 7-111-23196
定价: 48.00 元



ISBN 7-111-10462
定价: 32.00 元



ISBN 7-111-11133
定价: 38.00 元



ISBN 7-111-16256
定价: 36.00 元



ISBN 7-111-18080
定价: 35.00 元



ISBN 7-111-20159
定价: 35.00 元



ISBN 7-111-18035
定价: 28.00 元



ISBN 7-111-23537
定价: 35.00 元



ISBN 7-111-21680
定价: 30.00 元



ISBN 7-111-20250
定价: 35.00 元



ISBN 7-111-20471
定价: 35.00 元



ISBN 7-111-20721
定价: 35.00 元



ISBN 7-111-20431
定价: 32.00 元



ISBN 7-111-20119
定价: 32.00 元



ISBN 7-111-21586
定价: 32.00 元



ISBN 7-111-21566
定价: 32.00 元



ISBN 7-111-22803
定价: 38.00 元



ISBN 7-111-20909
定价: 32.00 元



ISBN 7-111-21790
定价: 42.00 元



ISBN 7-111-22488
定价: 49.00 元



ISBN 7-111-21272
定价: 21.00 元



ISBN 7-111-18082
定价: 19.80 元



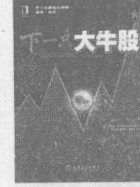
ISBN 7-111-21213
定价: 42.00 元



ISBN 7-111-21016
定价: 28.00 元



ISBN 7-111-14175
定价: 39.80 元



ISBN 7-111-22043
定价: 38.00 元

超级强势股是指相对于公司规模而言， 在PSR值较低时买入的超级公司股票	42
低PSR值是多少，高PSR值是多少，为什 么会这样	43
得到有关股票的右斜线	48
成长的时候，力争上游	49
害怕深度	50
理想之国的界限	51
从众经济学	51
第5章 市研率：胜人一筹的代价	55
问题：如何捕捉鲸鱼	55
什么是市研率	56
研发只是一种商品	56
市场调研影响技术研发	57
市研率运用原则	60
市研率存在的问题	62
第6章 市销率在非超级强势股上的应用	69
市销率，一个广泛运用的指标	69
历史教训：20世纪60年代和70年代 早期牛市中的市销率	70
市销率和美国的浓烟股	80
使用市销率作为股市择机工具	83
费雪的股市择机原则	84
“垃圾股”的市销率	84
第7章 置之死地而后生：20世纪30年代的神话	87
透过时间错位	87
IBM是不是成长股	88

市销率低的股票带来的丰厚回报	92
大公司的情况如何	94

第三部分 基本面分析

第8章 超级公司：从商业角度追求卓越.....99

基本商业特征	99
成长导向	101
优秀的市场营销	102
找出压倒性优势	107
劳工关系非常重要	110
财务控制	112

第9章 回避风险：回避竞争115

食蚁兽	115
避开食蚁兽出没的地方	115
日本企业有时会攻破大型市场	117
小（而不同）会很出色	118
轻声走路但得带着稳健的资产负债表	119
财务后面的支柱是什么	120
谁在控股	120

第10章 利润率分析（1）：我真正想要的是压倒性

竞争优势	123
问题	123
一些定义	124
从历史寻求启示：谁唤醒了沉睡的雄师	124
必须做一些特别的事情	129
终其一生，我真正想要的是压倒性竞争优势.....	130