

盘中“大波动”释放调整压力

□本报记者 王威

本周二市场连续第四个交易日低开，早盘题材股表现活跃，权重股则表现萎靡。随后随着券商股的强势返场，权重股也相继跟涨，市场风格再度发生转变。午后市场则突然出现一波急跳水，但随后又快速企稳。以上市场特征凸显了指数快速上涨后的短线强势整固意愿增强。从周二市场走势来看，虽然市场上攻动力有所减弱，但目前止跌意愿仍较为明显，短期市场调整压力更多将以盘中快速整理来化解。

多空分歧激烈 市场由涨转震

在连续四个交易日的强势上攻后，本周二多空分歧明显加大，盘中市场风格及行业板块出现了快速轮换，午后更是出现一波猛烈跳水。全天走势“一波三折”，市场陷入震荡。

上证综指昨日再度低开近1%，盘初权重股表现萎靡，因此股指在3600点上方维持低位震荡走势；与此同时，题材股却表现十分活跃，创业板低开0.5%后迅速翻红，一度涨逾2%，摸高2783.12点。不过随后市场风格“风云突变”，券商股“卷土重来”强势崛起，上证综指反弹翻红并强势攀升，最高触及3669.53点，创业板则维持高位震荡走势。午后随着券商股涨幅的回落以及题材股的降温，大盘出现一波猛烈跳水走势，最终上证综指收报于3640.49点，

下跌0.18%。

深市主要指数表现则相对较强。截至昨日收盘，深证成指收报12500.53点，上涨0.38%。创业板指数和中小板综指则分别上涨了0.81%和0.93%，收报2746.61点和12708.82点。

28个申万一级行业指数有18个上涨，其中有色金属指数涨幅最大，为3.91%，采掘、传媒、综合、电子、化工、非银金融指数的涨幅也均在1%以上；而昨日跌幅最大的为交通运输板块，下跌1.10%，其余9个行业指数的跌幅均不足1%。

盘中整理消化压力

近期盘面上有三大显著特征，而这些特征凸显出了指数快速上涨后的短线强势整固意愿增强。首先，自11月5日以来，两市频频低开，至本周二已为连续第四个交易日，这显示出资金短炒情绪下对于持续上涨信心不足。其次，市场风格及板块的轮动呈现出明显的提速现象，从此前交易日之间的分化轮动，发展至昨日盘中风格及领涨品种均出现了频繁的变化，从早盘的题材股到中午时券商股崛起、题材股降温，但整体依然均衡，到尾盘时“眉飞色舞”的突然出现，轮动分化的加速也暗示着反弹行情已逐步进入下半场，上攻动力已明显减弱。最后，盘中出现急速跳水走势，更是对于资金谨慎、犹疑情绪的最集中体现，随着股指逐步

进入三季度密集区，无论情绪面或技术面的压力与本轮反弹初期不可同语，震荡整固的需求也愈发强烈。

不过从昨日的市场表现来看，虽然短期整固意愿增强，市场的上攻力度及动力有所减弱，但从盘中跳水后的快速止跌，权重板块的及时护盘，以及尾盘大单的人场都显示目前市场止跌意愿比较明显。因而预计后市市场的震

荡整固压力更多由本周二一致的盘中快速整理来化解，市场的震荡幅度将明显加大。

操作上，投资者仍应注意蓝筹成长“两手抓”的均衡配置。一方面，市值配售规定有助于蓝筹股配置的提升，二线蓝筹股也将出现补涨。另一方面，恢复IPO等政策重启将推升市场风险偏好，成长股仍是后市主攻方向，次新股弹性也会明显加强。

多股遭遇尾盘“黑色5分钟”

□本报记者 李波

昨日大盘缩量震荡，止步四连阳。值得注意的是，临近收盘，多只股票出现巨额卖单，部分股票五分钟跌幅超过3%。尾盘大单出逃一定程度上折射主力谨慎心态，随着反冲击步入下半场，后市震荡料将加剧。

数据显示，昨日北部湾港、深圳华强、中文在线等股票在尾盘5分钟快速下挫，跌幅超过3%。而从挂单规模来看，有近百只股票遭遇9600手的大额卖单。资金流向显示，昨日尾盘有3.61亿元资金净流出，其中，陆家嘴、同方股份、中国卫星、中航动力、中航动

控、上海机电、西南证券和健康元的尾盘净流出金额超过1亿元。

从昨日遭遇“黑色5分钟”的股票来看，多属于机构重仓股票以及沪港通标的，引发市场关于国家队和外资出货的猜测。对此，分析人士指出，在连续逼空式上涨后，前期获利盘和三季度套牢盘压力叠加，令市场调整风险加大，短期体整需求提升，主力资金回吐也属情理之中。目前来看，无风险利率下行和风险偏好修复的逻辑仍在，美联储加息预期尚未兵临城下，市场震荡上行的趋势有望延续，但多空分歧将加大，波动也将加剧，操作上不宜追涨。

地理信息千亿产值打造“北斗+”时代

□本报记者 李波

近日召开的2015中国地理信息产业大会透露，我国地理信息产业2015年总产值预计达3600亿元，增长率将达22%。在“互联网+”热潮下，地理信息正在成为智慧城市、位置服务、商业智能、大数据、移动互联网等众多行业的支撑技术和重要入口。在此背景下，卫星导航产业步入爆发期，北斗导航国际化步伐加快，民用推广提速，政策扶持力度加大，“北斗+”时代正在到来，建议关注A股市场地理信息板块以及“北斗系”龙头品种。

地理信息产业蓬勃发展

2015中国地理信息产业大会昨日在北京国际会议中心召开。此次大会由中国地理信息产业大会由国家测绘地理信息局主管，中国地理

信息产业协会主办，旨在深入贯彻落实《国务院办公厅关于促进地理信息产业发展意见》以及全国测绘地理信息工作会议精神，探讨地理信息产业“十三五”发展环境和投资机会。

根据国家测绘地理信息局副局长、中国地理信息产业协会会长宋超智在会上披露的数据，我国地理信息产业在全国宏观经济下行压力的影响下，仍然保持持续增长，“十二五”期间年均增长超过20%，2015年总产值预计达3600亿元，增长率将达22%。近年来，地理信息产业发展政策更加完善，地理信息产业蓬勃发展，测绘资质单位数量稳步增加，民营企业发展迅猛。地理信息产业还获得了资本市场青睐，上市企业突破百家，新三板挂牌出现井喷，兼并重组频频发生。

地理信息是重要的基础性和战略性信息资源，地理信息产业的快速发展有助于促进国土

空间布局优化，促进工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步推进，对维护国家安全和利益也具有重要意义。

北斗导航需求爆发

随着技术的完善、国内产品的逐步替代、下游需求的持续提升、国家政策的积极扶持，地理信息产业正在进入爆发期。在互联网时代，地理信息产业拥有着广阔的市场前景。当前，卫星导航与云计算、物联网、移动互联网和大数据等融合发展已经成为趋势，“北斗+”时代正在到来。根据今年召开的第六届中国卫星导航学术年会的数据，预计2015年和2020年，我国卫星导航应用产业产值分别将超过1500亿元和4000亿元，北斗导航市场复合增长率将大于40%。

今年是北斗从亚太覆盖走向全球覆盖的第

一年，卫星导航产业的国际化步伐加快，北斗与全球卫星导航系统间合作深入推进，北斗导航卫星全球组网开始。今年也是北斗系统国内推进的加速年，国防应用及民用市场规模进一步扩大。据中国卫星导航系统管理办公室的数据，2015年底前将完成北斗地基增强系统150个框架网基准站和300个区域加密网基准站建设。

分析人士指出，随着北斗系统建设的日益完善和技术进步，以及政策扶持力度的不断加大，北斗导航系统的推广有望进一步提速。国防安全诉求下，军工北斗使北斗二代主要产业需求已呈现爆发趋势，具备核心军用北斗技术的企业仍将持续重点受益。民用市场是北斗导航未来最大的市场，同时也是北斗导航系统产业生态发展的长期驱动力，相关产业链望迎来爆发期，建议关注龙头品种。

结合一带一路 推进全球布局

上汽创新转型聚焦国际化 海外营销首发迪拜车展

11月10-14日，中东地区最有影响力的车展——迪拜车展正在如火如荼举行。上汽集团今年首次参加迪拜车展，并推出商用车的大通G10和乘用车的MG-GS两款新车首发，上汽集团正在借迪拜车展展示自己的国际竞争力。据悉，上汽集团将从新的愿景和价值观出发，要建设成为全球布局、跨国经营，具有国际竞争力和品牌影响力的世界著名汽车公司。迪拜车展“小试牛刀”后，上汽集团国际化进程将持续推进。

上汽的“迪拜舞台”

据上汽集团国际业务部总监杨晓东介绍，迪拜车展给上汽集团的国际化“大戏”提供了很好的舞台。据悉，尽管中东迪拜车展不像底特律、日内瓦车展那样在全球都有巨大影响力，但是在中东地区，迪拜车展是最有影响力的车展。迪拜车展已有24年历史，每两年举办一次，共举办过12届。今年迪拜车展有来自35个国家的一百五十多家参展商参加，到场采访的主流媒体一千家左右，影响力很大。

数据显示，中东人口接近五亿，现在整个市场销售大概在300万辆左右，预计2020年会达到500万辆，这个市场很大。上汽集团希望通过这次参展，把上汽的品牌推出去；把上汽的全球化的全新、崭新的形象向全球亮相；同样这也不是一个孤立的事件，这实际是上汽集团接下来一系列海外营销的首发，上汽集团将通过迪拜车展积累经验，同时锻炼队伍，为今后的一系列海外办展提供基础。

今年，上汽集团共携九款车奔赴迪拜车展，其中MG品牌5款，大通品牌4款，其中大通G10和MG-GS两款系新车首发。

上汽集团在中东市场不仅仅是展示自己的产品和实力。据悉，此前中国车企在海外市场一般是直接将车卖给当地总代理，由代理商在该地区进行销售，并没有品牌方面投入。但这样的局面正在发生改变，去年年底上汽集团已经在中东建立了销售公司，迪拜车展期间，销售公司会举行正式的开业仪式。上汽集团已经看到了中中市



上汽大通G10

场的潜力，今年上汽集团预计在整个中东地区销售4000辆。

随着销售市场的打开，上汽集团在中东市场的品牌投入等也将跟进。上汽集团已经在中东市场发起线上线下“攻势”。据悉，由于当地的自然条件，各大汽车集团在中东线下活动“少而精”。而线上营销活动则是非常热闹，因为中东地区线上的使用率，包括手机覆盖度，4G网络很发达，线上活动中品牌之间的竞争、推广，各种产品的营销、品牌的活动，还有舆论的论坛，非常的多。上汽集团也正因为这一“阵营”中的强有力竞争者。

知己知彼百战不殆。上汽集团在中东市场正在迅速熟悉市场、进入角色。据杨晓东介绍，迪拜汽车消费者主要有四种人：迪拜当地富豪，都是豪车的消费者；在迪拜还有70%的印度人和巴基斯坦人，另外则是欧洲人和华人。当地公司的拥有者往往是当地人，高管则多是西方人或者是印度人，技术人员做具体销售的可能是印度人或者是巴基斯坦人。上汽集团的目标客户是针对公司高管、技术人员，包括一部分本地人，上汽集团产品在当地主要定标韩系、日系产品。

上汽集团在中东的布局正逐步系统化。上汽集团在中东地区成立了一个中东公司，主营汽车营销服务业务。中

东公司计划总部设在迪拜，今年将批准沙特阿拉伯办事处和伊朗办事处。上汽集团认为，产品销售首先要布局，不布局未来不会产生竞争力，接下来则是产品、品牌、体系。上汽集团立志将迪拜、中东地区打造成可以复制的样板。

中东市场之外，上汽集团更是志存高远。上汽集团表示，目前正在积蓄力量，未来肯定要进军法兰克福车展、底特律车展等世界五大车展。据悉，目前国内自主品牌也正在积极参加类似的海外车展，但是在国际市场上受到的质疑不少。此前海外媒体曾报道，国内车企存在着抄袭海外产品等的情况。在国际市场上要得到好评更不容易，车企必须要有一定的品牌和技术储备，否则将有损企业的品牌形象，甚至有损我国的汽车行业形象。上汽集团的国际化将致力于改变此前国内车企的“尴尬遭遇”。上汽集团明确表示，今后在国际车展上，上汽集团会以全新的国际化形象亮相。

上汽的全球视野

“建设成为全球布局、跨国经营，具有国际竞争力和品牌影响力的世界著名汽车公司”，这是上汽集团的发展愿景，此次参加迪拜车展，是上汽集团国际战略“小试牛刀”。

目前上汽集团海外布局的雏形已



上汽MG GS名爵锐腾

经基本形成。上汽集团的海外发展坚持布局 and 经营并举。上汽集团认为，没有布局的拓展就没有经营的打开。据悉，上汽集团的布局是多样化，不光搞销售，还开展制造、研发，还有研究前瞻技术，在美国硅谷上汽集团已经成立美国硅谷风投公司，密切关注世界先进技术。除了传统的贸易、进出口业务，上汽集团现在的布局是生产、制造、研发、营销，包括服务体系的建设，布局的点也遍布全球，不光在欧洲有公司，北美、南美、中东、澳洲很多地方都有上汽集团的业务。

上汽集团走向海外，是基于对整体形势和产业环境的宏观判断。上汽集团认为，从整个国际格局来讲，全球化的趋势不可阻挡，中国崛起的趋势不可阻挡。从国家“中国制造2025”政策要求来讲，中国是制造业大国，还不是强国，但有些技术已经很成熟了，完全可以走出去，比如高铁已经轰轰烈烈走出去，还有核电站，特别是民用汽车产业，更加可以拉动整个国家转型，汽车产业走出去是其中重要的一环。从产业发展趋势来看，上汽集团去年排名福布斯第六十位，在整个全球工业当中排名第九，从欧美、日韩等地汽车工业的发展历程来讲，汽车工业的发展将带动整个国家走向工业强国，上汽集团将积极承担这样的历史使命。从汽车行业本身竞争来讲，上汽

集团清楚地认识到世界是平的，汽车产业是全球舞台的竞争，上汽集团一定要站在全球化这个平台。另外，在产能上，到2020年预计中国整个汽车市场销量将回落到3000万辆以下，但是国内的产能是4000万辆，优质产能必须溢出，就需要上汽集团这样的行业领军企业走向世界、参与全球化竞争。

为此，上汽集团已经在发展战略中，绘就全球布局的宏伟蓝图。

首先，上汽集团将不断转型创新，转型将有思维上的转型，有整个架构的转型，有经营思想的转型。上汽集团直言自身目前还比较传统，但从整个自主品牌海外经营情况来看，2007年是一个拐点，2012年是一个拐点，两个拐点之间一般是四到五年的周期，上汽集团海外业务转型的下一个拐点或在2017年。从转型来讲上汽集团要改变过去传统出口贸易型，要有基于长期的战略，有品牌投入，上汽集团要转变成为一个真正在海外做品牌营销的公司。

第二，在业务布局上，上汽集团已经在抓住“一带一路”的战略机遇。在具体路径上，上汽集团首先选择由易到难，首先聚焦新兴市场，上汽集团已经聚焦19个重点市场，最终则向发达国家拓展。通过新兴市场布局，上汽集团将积累经验。第二上汽集团的战略选择时由近到远，上汽集团选择在东南亚布

IP流量变现概念 持续强势

□本报记者 张怡

昨日，A股市场高位震荡，板块分化，不过题材概念板块依旧涨多跌少。其中，IP流量变现概念上涨3.46%，位居涨幅榜前列，诸多影视和互联网结合的个股获得资金青睐。

成分股来看，23只正常交易的个股中，昨日有17只个股实现上涨，其中，当代东方、万达院线、顺网科技、长城动漫、禾欣股份、鹿港科技、互动娱乐7只个股实现涨停。相反，苏宁环球、鼎盛文化的跌幅居前，不过均未下跌超过5%。

消息面上，据悉今年以来IP成为影视公司发展的推动力，各公司也开始IP争夺，由此刺激了IP相关产业链的机遇。而10月初国家发布《关于进一步加强知识产权运用和保护助力创新创业的意见》，这成为了互联网文化企业流量变现的政策支撑，IP原创内容通过影视娱乐作品变现的途径已经得到诸多热播剧的证实。

从行情来看，IP流量变现概念的5日涨幅为18.40%，在所有Wind概念指数中位居第三名，短线涨幅较大，不宜追高。不过，分析人士指出，年末适逢影视文化发展旺季，短期内网络文娱作品相关股票回调后仍值得关注。

融资净买入额 创历史新高

□本报记者 张怡

随着行情崛起，在金融股带动下，融资融券余额快速攀升。11月9日沪深融资融券余额为11171.39亿元，环比大幅增长逾330亿元。当日的融资净买入额为331.92亿元，创下历史新高；次新高为今年4月7日创下的312.23亿元。

11月9日的融资余额为11140.34亿元，环比提升了331.92亿元。这主要系融资买入十分积极，当日买入额为1935亿元，环比提升了297.21亿元；融资偿还额为1603.08亿元，环比提升逾百亿元。由此，融资净买入额大幅提升。融券余额9日为31.05亿元，环比仅微增0.72亿元。

分行业来看，28个申万一级行业均获得了融资青睐。当日非银金融行业的融资净买入为67.22亿元，遥遥领先；银行股位居第二位，获得26.71亿元的融资净买入额；计算机、房地产和机械设备行业也分别获得了18.38亿元、18.35亿元和16.70亿元的融资净买入。此外还有医药生物、国防军工等9个行业获得超过10亿元的净买入。相对而言，建筑材料、休闲服务行业是仅有的融资净买入额未超过亿元的行业。

局，东南亚在文化上和国内有很多同质，上汽集团要把这个“后院”打造强势，然后再到中亚、西亚、欧洲，这也是契合“一带一路”的特点。上汽集团此前在泰国等地已经开始谋篇布局，取得了不俗的成绩，去年6月，上汽正大汽车有限公司在泰国春武里府的工厂举行了首辆MG6下线仪式，此次新车下线标志着上汽泰国生产基地正式投入使用，新车下线也标志着上汽集团作为中国领先的汽车企业，在东南亚市场布局上取得阶段性成果，在增强国际竞争力道路上又迈出新的一步。

第三，上汽集团谋全球之势将推动业务模式打组合拳。过去上汽集团的业务模式比较简单，就是出口贸易。今后上汽集团将要打组合拳：其一是开发生产研发基地，实现全价值链的输出；其二是海外营销服务的投入；其三是通过海外投资平台获取海外优质资源。

第四，上汽集团将调整自己的产品策略，建立全球车型谱系。过去上汽集团的产品往往是以中国市场为导向，以国内市场为导向。这样，产品到目标市场会有问题，如适应性、准入法规、消费习惯和喜好等。今后上汽集团要打造产品的全球架构，按照区域市场特点和消费者的特点，来打造真正的明星车。上汽集团既有乘用车的资源、有商用车的资源，要做到产品上“商乘并举”。

另外，上汽集团海外布局同样是广交朋友、寻求合作伙伴的过程。上汽集团认为通过寻找合适的、有资质、有实力的合作伙伴，将帮助自身快速导入市场。以上汽集团与泰国正大的合作为例，双方正形成优势互补，双方的合作硕果累累，除MG6以外，今年3月双方的合资公司导入了第二个产品MG3，今年7月份MG6的改款产品的已导入，年底则将导入MG GT，明年三月份将导入MG GS。

有了完善的规划布局，上汽的国际化之路将越走越顺畅。对此上汽表示，将继续深化创新转型发展战略，加快拓展国际市场，通过产品及技术输出，推进上汽国际经营战略的实施，进一步加快海外经营步伐。

一企业形象一