

■ 网民谈股

市场牛气不减
积极部署羊年行情

指数再创反弹以来新高 羊年春节后,在“一带一路”、金融板块等权重股强势拉升带动下,沪指强势上涨。从盘面上来看,前期强势的权重股集体飙升,“一带一路”概念表现最强势,中铁二局、中国中冶、葛洲坝、中国交建、中国电建等纷纷涨停,中国建筑、中工国际、中材国际、中国铁建等也都出现较大涨幅。水利建设、丝绸之路、工程建筑、券商、有色等板块涨幅居前;而医疗器械、互联网医疗、民营医院等跌幅居前。

不过就目前来看,上证指数再创反弹以来新高,是出于对“两会”利好的预期,目前大盘或主板调整都不充分。所以,不排除目前权重股拉升有诸多嫌疑,相反的,创业板行情暂时没有结束。

展望后市,2015年可谓A股互联网投资元年。互联网相关个股近期涨幅较大,但上涨趋势仍没有结束,调整中逢低布局依然可取。预计2015年市场将在震荡中上升,其间会有调整,不过调整之后的机会无疑更大。(金鼎 http://blog.sina.com.cn/blog_531c8a890102ve2g.html)

A股将进入“两会时间” 大盘本周四上演逆转行情,低开低走之后大幅反弹,最高上探到3300点,迟到的红包行情终于到来。从板块来看,水利建设、丝绸之路和工程建筑涨幅居前,而移动医疗、民营医院和物联网则跌幅较大。

从经济基本面来看,汇丰PMI数据重回荣枯线以上,意味着股市开始拥有一点基本面支撑;从技术面来看,大盘在1月收出线上星,2月收出单针探底阳后,3月上涨是大概率事件。此外,由于“两会”将在下周开幕,因此在短线洗盘完成后,相关的“两会”概念整体表现可期。可以说,下跌的股市到处是黄金,且随着年报展开,基于成长性和业绩增长主线仍将会火红。

总的来说,春节过后,A股进入“两会时间”。“两会”概念有望成为A股赚钱的下一个风口。可重点关注改革、军工、文化传媒、新能源汽车、环保、区域协同发展、三农、自贸区等潜在热点。(谭利灵 http://blog.sina.com.cn/blog_13997830f0102vgv3.html)

或现震荡脉冲行情 节前连续七连阳后小调一阴后又拉中阳,主板前期调整的阴霾得以驱散。上证指数有望震荡攀升,再次攻击3400点一线目标,前期涨幅较大的创业板和中小板经过短线调整后,也有望继续创出新高。

“两会”期间,预计各种相关题材都会有所表现,如“一带一路”、京津冀一体化、长江经济带、航天军工、环保题材、文化传媒、新能源等。但由于热点较散乱,不会有主打持续领涨的热点,更有可能是各领风骚一两天,脉冲行情较多,因为指数上不太可能是一路高歌猛进,更有可能的是震荡上行。(福明 http://blog.sina.com.cn/s/blog_6a8b1f330102vc10.html)

关注“一带一路”与有色金属 近日权重股在连续调整之后的这次上涨,带有明显的板块效应及强大的指数影响力,尤其是在中铁二局连拉两个涨停板带动下全线启动,预示着该板块前期持续调整告一段落,后市机会较多。此外,今年发改委将推进一批重大交通基础设施项目建设,重点抓好中西部铁路、城际铁路、国家高速公路“断头路”等新开工重大项目相关工作。而随着下周“两会”的召开,“一带一路”规划有望正式出台,该板块个股有望继续受到市场关注。

此外,近期随着美元指数的逐步缓慢回落,国际大宗商品市场逐步显露出“升”机。有色金属期货市场在铜价率先上涨的带动下,开始止跌回升。这意味着有色金属板块后市存在较大机会,值得关注。(陈久福 http://blog.sina.com.cn/s/blog_4be3e400102vhr1.html)

微博关键词

抢红包

①@元鹏:抢着红包看春晚是今年春节的一大亮点,抢得手腕疼大拇指颤,但乐在其中。抢红包,钱多少不重要,最重要的是互动与分享。年味变更,与技术潮流密不可分,其背后是这个时代的脚步在加快,技术在一定程度上改变了年味,助推新的风俗诞生。

②@娅雄:电子红包风潮喧天,然而观其本质,不过是几大互联网公司在抢占移动支付的路口。企业通过这种病毒式推广,以低成本积累客户,获得营销效益。抢红包看似是让大家都吃到了免费午餐,但实际上消耗的时间和精力与得到的并不对等,身处其间的我们应当理性对待。

③@马韬:众多人奔着红包而去,实际是参加了移动支付速成训练班。一旦习惯移动支付,无论是话费充值、理财、打车、彩票、网购、订餐、公益、电影票等多种业务,消费者都可能拿出手机来完成。而这一习惯背后是巨大的市场,涵盖吃喝玩乐、衣食住行的方方面面。

预期降息

④@鸿牛2015:经济下行压力加大,倒逼政策放松,当前再次降息时机已成熟。而随着新股发行加速与公司债、注册制的推出,从资本市场到宏观经济的传导渠道正在打通,扫清了货币宽松障碍,可期待进一步的宽松政策。只要货币继续宽松,股债双牛行情就没有结束。这是经济的冬天,股市的春天。

⑤@鲁政委:从央行操作惯例来看,农历新年后和“两会”前往往是流动性相对宽松的时期,在外汇占款负增长背景下,预计3月仍有望继续降准;进一步的降息政策应该已在酝酿中,只是在3月还不会马上成为现实。

楼市

⑥@阿久哥:不动产登记其一属于立法所需,要想更好地保护居民的物权,统一登记是前提;其二属于政府机构改革范畴,在不动产登记领域,以前政府部门多头管理,此后由一家牵头统筹管理。这些与调控楼市、打压房价都没有直接关系,将其列为主导楼市崩盘的重要推手,是一种夸张的观点。

⑦@李探花:虽目前不动产登记对于房地产市场影响并不大,但长远来看,可能会抑制房产投资。多套房的拥有者也会提早考虑出手。春节后也许二手房源将会集中放量,价格也会有一定幅度的回落,对于刚需购房者来说,这或许是一个购房好机会。(田鸿伟 整理)

■ 时尚消费

升值or贬值 留学生玩转汇率游戏

□ 本报记者 叶斯琦

“公司马上要发年终奖了,我是该跟公司要欧元,还是要美元呢?”赴意大利留学的小陈2014年毕业后选择留在佛罗伦萨一家大型葡萄酒庄工作,在即将领到人生第一笔年终奖之际,由于全球汇率大变动,小陈不得不仔细盘算起汇率这笔账。

2014年下半年以来,由于多国竞相采取货币宽松政策等因素,多个留学重镇的汇率出现大幅变动。就在美元指数扶摇直上之际,欧元兑人民币汇率大跌近20%,英镑不再高冷,澳元更是跨入“4”区间……不同国家的学生,有的“钱包瘪了”,有的乐开了花。汇率的变动给留学生活带来新的色彩,代购、炒汇等活动,成为当前留学生群体的新时尚。

汇率波动“有人欢喜有人愁”

随着中国开放程度的不断提升,出国留学的人也越来越多。欧洲、澳大利亚、美国等地,一直是学生留学的主要目的地。不过,由于去年下半年以来,全球多国汇率的此消彼长,不同地区的学生可谓“有人欢喜有人愁”。

“对于我们留学生来说,汇率降低绝对是好事,在学费和生活费方面可以省下一大笔钱。”赴澳大利亚留学的小阮,是典型的受益于汇率变动的学生。

小阮在国内读完高中之后,就申请到悉尼读大学,目前已在悉尼学习了两年。小阮坦言,之前在汇率为6到7区间时兑换澳元,花起来很心疼,现在澳元兑人民币的汇率甚至降到5以下了,“顿时觉得自己富有了许多”。

小阮还兴奋地告诉中国证券报记者,汇率降低之后,不少中国留学生兑换澳元,进行购车等大额消费,有人甚至购买了当地的房产。“我就是在澳元汇率为5的时候下手买了一辆二手宝马车,折合人民币才花了10万元。”

除澳大利亚,在欧洲留学的学生,也在全球汇率变动中尝到不少



漫画/赵天奇

“甜头”。小池是2014年到英国留学的学生。英镑兑人民币的汇率从10区间降到9区间,无疑使小池省出了一笔“私房钱”。

“最近半年英镑汇率从10.6左右一度跌至9.4附近,按照26000英镑的学费计算,仅学费一项,我一年就能省出3万多元人民币。”小池说到,“最近看到一些比较昂贵的奢侈品,我都敢下手买了。”

相比于澳洲和欧洲留学生的“盆满钵满”,在另一个留学重镇美国的中国学生们,明显感到“钱包瘪了”。

在美国南加州读硕士的中国学生小刘说,之前汇率比较划算的时候,家里汇钱时也很大方,通常一次就能收到足够支撑三个月的生活费。但最近美元出现一定幅度的升值,家人汇钱的方式也变得“少量多次”,顿时感觉生活“拮据”了。

其实,留学生们感受到的汇率“冷暖”,反映的正是全球“大放水”的宏观环境。当前,除美国之外的多个主要经济体纷纷加入宽松阵营,全球范围内降准降息之声

频起。业内人士进一步指出,汇率下降仅仅是表象,各经济体之所以祭出宽松货币政策,主要是内经济不振而不得不采取自救措施。

代购炒汇成“新时尚”

欧洲、澳洲等国家货币贬值,不仅使得当地的中国留学生减轻了生活负担,甚至还催生出不少新的留学“副业”。

代购便是当前留学生们“嗅”到的一个商机。近段时间,许多人的朋友圈中,诸如“求欧洲代购”和“靠谱代购、欲购从速”等消息时而出现。特别是在欧元大幅走弱之际,许多原产于欧洲的奢侈品,成了热门的需求品。

以某品牌皮包为例,其官网售价大约是1200欧元。如果在一年前,以欧元兑人民币8.5左右的汇率购买,大约需要花费人民币10000元;而现在欧元汇率已经跌破“7”,同样的皮包,只需花费人民币8500元左右,便宜了1500元。

“国内有越来越多人找我们代

购欧洲商品,既有名牌皮包等奢侈品,也有不少护肤品、奶粉等。对于学生而言,代购的收入还是较为可观,甚至能补贴不少生活开支。”在法国读研的小陈告诉记者,“当然,代购仅仅是课余时间的一项活动,多数时候我们也只是帮国内的朋友们淘一点‘便宜货’,并非真要当成一项产业来经营。”

除了代购,“炒汇”也成了部分留学生的时尚。在澳洲留学的小阮告诉记者,澳元贬值使得一些在澳同学手里多出闲钱,有人便做起了投资,特别是凭借对澳元汇率的持续关注,炒起了澳元汇率。

“此前的恐怖袭击事件、澳大利亚政府官员近期的一些举措等,都是影响澳元短期波动的因素。”谈起对澳元未来走势的判断时,小阮头头是道,“如果抓住了一波浮动,还是能赚到不少钱的。”

不过,炒汇并不是一项轻松的游戏。小阮指出,此前有个同学在澳元兑人民币汇率为5.2时,便判断澳元不会继续贬值,不料此后澳元

竟一路跌至4.8附近,这位同学亏了一大笔钱,后悔不已。

玩转汇率仍需谨慎

尽管汇率波动激起的涟漪使得留学生活浮动着新色彩,但业内人士还是提醒,玩转汇率尚有风险,努力求学仍是要务。

据了解,以代购为例,虽汇率下跌使得很多商品看似很划算,但代购可不只有汇率那点事。物流配送、现金流占用、产品质量问题等,都可能增加代购成本,形成潜在的风险因素。特别是对于学生而言,如果因为代购问题而花费过多精力,那无疑是“捡了芝麻丢了西瓜”。

此外,由于代购品价格可能随着供需变化而快速变动,因此代购收益也可能随时缩水,所以留学生们即使做代购,也不应接受过多请求或囤积过多货物,以便能及时跟进行情,快速出货。

对于炒汇的同学,专家提醒,虽中长期来看,市场人士对于几个主要汇率的变动方向存在一定共识,但短期来看,影响汇率波动的因素十分复杂,汇率短期走势较难预测。加上炒汇交易一般具有较大的杠杆效应,会放大波动幅度,如果投资方向错误,甚至可能“血本无归”,留学生参与其中更是应该慎之又慎。

业内人士还提醒家长,在全球经济不佳的宏观环境下,各国汇率可能继续分化。对于有计划送孩子出国留学的家庭,汇率已成为绕不开的问题。在送孩子留学之前,最好尽早开始关注汇率变动,提前选择较好时点储备一定外币,并将留学费用的预算多预留一些,以确保面对汇率起伏之时,能够从容应对。

展望2015年的汇率走势,专家指出,虽多个主要经济体今年料仍将处于宽松周期,但人民币今年大幅贬值的可能性很小,预计对美元汇率贬值幅度不会超过3%,且在新兴市场货币汇率大幅波动的背景下,人民币汇率双向波动将成为新常态。

■ 潮流

食品饮料打响消费市场升级战

□ 本报记者 王锦

理,相较其他酸奶,具有常温保存、保质期长等特点。

光明乳业2010年推出常温酸奶莫斯利安,于近两年获得快速发展,目前已成为光明乳业的明星产品。莫斯利安2014年销售收入达到60亿元,同比2013年的30亿元增幅达到100%。光明乳业对莫斯利安的销售预期是2015年突破100亿元。其他两大乳业巨头伊利和蒙牛也分别于2013年底前后推出常温酸奶安慕希和纯甄,并借助完善的渠道逐渐向全国推广,也因此共同推动常温酸奶在全国的逐渐热销。

营养又健康的乳品是张阿姨家年必备品之一。“前几年大多是送盒装的纯奶、优酸乳,这两年金典、特仑苏比较流行,今年最流行的是送(常温)酸奶,大人、小孩都喜欢。”张阿姨说。

事实上,作为乳制品市场的创新品类,由于常温酸奶打破了冷链局限,更易于实现渠道的无边界扩张。因此,在乳企市场培育之下,伴

随消费升级的趋势,有行业人士预计其潜在市场空间为500亿元以上,未来也有望成为各大乳企盈利的增长点所在。伊利方面便称,常温酸奶安慕希在上市后,连续多个季度取得环比超100%的高速增长。

最炫植物饮料风

除牛奶外,植物蛋白饮料同样是春节年礼市场的“主角”,其一直以来快速增长的势头也吸引更多巨头加入。

“露露、六个核桃,过年基本上家家户户都会有,也是走亲访友必备。”对于植物蛋白饮料张阿姨表示了解得不多,但列举起其代表产品来也是如数家珍。

植物蛋白饮料以其营养、健康等特点在过去几年受到消费者青睐,尤其在春节消费旺季。以拥有露露品牌的承德露露为例,从历年公司情况来看,每年一季度销售占公司全年收入和利润的50%左右,一

季度定全年格局的特点明显。

有数据显示,我国含乳及植物蛋白饮料行业规模在过去5年年均增速28%,是饮料中增速最快的子行业,预计未来3年行业仍将保持20%左右增速。

乳业巨头伊利、蒙牛也在2014年下半年分别推出植物蛋白饮料产品,由动物蛋白延伸至植物蛋白领域。

洛阳一家大型超市工作人员也表示,植物蛋白饮料除露露、六个核桃等“老牌”产品热销外,一些新的产品同样卖得不错,比如南方黑芝麻乳等。

消费市场淘汰赛

“前两年过年还流行送营养快线、双汇火腿肠等,这两年也慢慢不流行了,春节消费市场其实也跟买衣服差不多,大家都在赶时髦。”张阿姨说。

正如张阿姨所言,产品及品类的创新与更迭,对于隶属于快速消

费领域的大众消费品来说尤为重要,只有充分迎合消费趋势变化才能在市场淘汰赛中胜出。

有食品饮料业内人士指出,随着经济和行业内生增速的普遍放缓,过于片面依赖行业增长分享红利的模式也将告终,企业必须通过差异化竞争来扩大市场份额,才能获得较快增长,创新求变将是未来行业主基调之一。

以肉制品行业龙头双汇为例,双汇发展2014年业绩和股价双双低迷,其中一个主要原因便是产品老化、创新力度不足,消费者对老产品审美疲劳使得消费不振。由此,双汇也于今年年初大力度推出一系列肉制品新品,期望通过新品实现新的增长。

“口目一新”除了成为包含张阿姨在内的消费者的判断标准之外,也成为资本市场投资者的判断标准之一。在食品饮料板块,“创新转型概念”已成为一个重要阵营。一位行业分析师指出,“在经济增长减速大背景下,2014年至2015年传统消费如果缺少转型和创新,在估值和股价催化剂方面都将处于劣势。”

造成相互间的干扰成为企业渠道建设的重点。

浙江森马服饰股份有限公司董事、巴拉巴拉事业部总经理徐波在接受媒体采访时表示,购物中心是未来主流,企业需要花时间去做研究,而电子商务将被重新定位。他认为,企业发展应该把电商看作是品牌与消费者之间建立一种关系平台,而不能绝对迷信电商的作用。

此外,童装行业具备一定行业特殊性,安全性和舒适性始终是消费者最为看重的细节。一位消费者王女士(化名)表示,尽管自己愿意为童装品牌和更时尚的款式付出更多金钱,但自己在选购童装时,面料的安全性和舒适度仍是最重要的方面。

前述业内人士指出,目前很多童装品牌只注重外表设计,却忽视了产品面料及其原材料对儿童健康成长的潜在影响。而在美国、日本和欧洲等国家,天然有机布料童装和有机棉制造的童装受到了消费者关注和追捧,预计该趋势也将逐渐影响到国内。

■ 流行前沿

时尚童装热度持续

□ 本报记者 张玉洁

近年来,服装行业需求增长一直呈疲弱态势,而童装尤其是时尚童装则一直维持高速增长。此外,随着单独二胎政策的执行、越来越富裕的父母对儿童时尚关注度不断上升,这些因素均使得时尚童装前景向好。与此同时,加入童装市场竞争的企业数目仍在不断增加,而品牌建设、提升品质和收购兼并也将成为行业主流。

多家企业竞逐蓝海

春节期间记者在北京南城和某四线城市均看到了新开业不久的“巴拉巴拉”品牌专卖店。专卖店中儿童衣物、用品乃至书包等商品一应俱全。这显示出童装企业仍在快速扩张之中。

国家统计局发布的《2012

年—2015年童装产业报告》显示,童装产业总产值年增长率可达25%至30%;预计到2015年,我国婴幼儿服饰棉品和日用品的市场份额将达到2279.8亿元。国家统计局第六次人口普查显示,0岁至14岁的儿童为2.2亿,占总人口的16.6%。尽管有业内人士认为25%—30%增长率过于乐观,但行业高增速仍将维持则是业内的共识。

除市场广阔,童装业务高毛利率和长产品线也是吸引众多企业投身的重要原因。业内人士指出,童装行业平均毛利率能有60%,国际品牌的毛利率则更高。另一方面,童装产品线较长,从0岁到14岁左右的服饰及其周边产品均属于童装的范畴,因此童装业务已成为品牌发展的重点目标。此外,通过网络和移动端的发展,父母们开始更多地关注儿童时尚,而一些明星萌娃穿衣风

格也成为争相模仿的对象,这