

■ 网民谈股

个股指数出现背离 围绕政策精心布局

个股指数出现背离 “两会”进行时,市场面临一种相对微妙的格局,大的方面是涨跌交替出现;局部来说,3250点反反复复,支撑明确,而上方阻力也同样明确。相反,创业板则突破了前高,频频冲新高,但由于涨幅较大,尤其是业绩硬伤,也令市场有所忌惮。短期政策效应体现越发明显,指数上攻受阻,而下跌也存在一定支撑,唯一不变的是政策题材股持续走强。

目前来看,指数迟迟无法向上突破3400点压制,那么在新股申购等负面要素冲击下,或只能回踩3200点至3250点平台。市场出现频繁调整,洗盘意味更浓厚,尤其是股民应注意到近期市场调整品种,主要来自于前期大涨品种派发和业绩地雷股,其余大部分品种还存在跟随指数轮涨机会。(压名 http://blog.sina.cn/dpool/blog/s/blog_557f024c0102vesn.html?ij=fina)

强势股快进快出勿恋战 近来股指运行更为不顺。新股申购对大盘的影响已显而易见,使得大盘好不容易形成的上升趋势遭到破坏,有再度转为下降趋势风险。

另外投资者也必须看到,最近创业板强势,但不少前期的龙头题材股都风光不再,甚至出现跳水,这种现象是值得警惕的。如果继续有强势股出现如此跳水,那么其他个股风险也会加大。所以最近操作上,一定要控制好仓位,对于强势股只能快进快出,不要恋战。(牛冠天下 http://blog.sina.cn/dpool/blog/s/blog_63755ede0102vn8s.html?ij=fina)

成长股将中长期上行 股市当中一直有着“炒股就要看政策”的说法,而总理作的政府工作报告无疑为投资者在2015年的投资操作指明了方向。其中,报告与资本市场相关的有八大重点:国企改革、资本市场、“一带一路”、互联网、铁路、自贸区、环保、创新。

而上述主题中,预期已被轮番炒作过的有国企改革主题、券商确定性增长主题、“一路一带”主题、自贸区主题。根据以上对比,以及与报告指出的政策重点与技术态势结合,中长期热点继续指向战略性新兴产业。

预计主板将继续维持弱势,并向20日线和3200点推进,存在下跌扩大风险。基于趋势分析,预计短期主板有望下破3200点。券商、高铁、保险、银行、地产、石油、有色、煤炭等板块疲软,也预示短线调整将持续。因此,创业板、中小板可能探底回升,成长股将有望继续发放红包。(暴涨东亮 http://blog.sina.com.cn/s/blog_e91b9fb60102vmo8.html)

利用不同市场特点挑选牛股 近期市场大环境仍未发生改变,沪指仍受制于3400点压力,箱体上沿未能突破。而创业板与中小板指数都已形成强劲走势。在这种环境下,投资者可借助不同市场的强弱筛选个股。比如沪指大盘是震荡,会有很多个股会跟随产生震荡。但在震荡过程,可以寻找出对比沪指走出强势节奏的个股。对比中小板与创业板两个强势指数,由于这两个指数可以代表一些中小盘题材资金的走势,投资者就可在中小盘题材个股中挖掘机会。既然这两个指数走势强劲,那么一些之前股价出现过调整,在低位刚开始走强的个股就可以密切留意。因为只要这两个指数继续走强,那么一些低位逐步由弱转强的个股,哪怕只是补涨,也有可能出现一定上涨力度。

不过,在实际应用以上方法时,投资者还要注意两个交易细节:一是如何判断个股上涨的持续性;二是如何能在买入时更具备安全性。(赢在龙头 http://blog.sina.com.cn/s/blog_4def4f020102vk9n.html)

以上博文由中证网博客版主倪伟提供
本栏文章均源自博客,内容不代表本报观点。如有稿费及涉文事宜,请与本报编辑联系。

微博关键词

降息

@雪舞:降息对于股市整体而言是利好,但利好有限,短期大盘仍将以强势调整为主。降息降低资金成本且对经济有托底作用是利好,但能带来多大新增资金入市还需观察。目前市场仍以存量资金博弈为主。同时,前期股市涨幅过高导致获利资金过多,PE过高需要时间消化,这在一定程度上抵消了降息带来的利好。

@哈一:货币政策宽松在路上。受利率不断下降、增量资金持续入市、改革持续深化等因素驱动,市场在中长期仍处于牛市格局,预计在蓝筹股估值逐渐到位、市场整体估值中枢上升后,潜力板块和价值个股将迎来牛市行情。

创业板

@弹无徐发:创业板成交量屡创巨量,这是一个预警信号,意味着行情正步入加速赶顶阶段。成交量持续猛增,动能不断集聚,往往造成天量之后有天价,不断刷新高点。但量变发展到一定程度,就会引起质变。成交量连续大增,说明市场多空分歧加大,后市一旦多力量消耗殆尽,行情将由盛转衰。

@朱勇利:创业板上涨将势不可挡。创业板代表的是新兴产业,在政策鼓励全民创业的热潮下,符合国家转型与升级的发展方向,且不少个股都是行业或细分行业的龙头,具有良好发展前景和良好业绩预期。

环保股

@许杰:纵观整个环保板块,其实已具备全面上涨的基础。首先,环保行业景气度在不断提升。其次,环保板块在前期快牛行情中涨幅偏低,有强烈补涨需求。最后,每年“两会”环保都是热点,而今年更是重中之重。2014年环保股滞涨的最大原因是催化剂不够,2015年必将迎来环保重磅政策的密集出台。

@安勇:固然政策层面或将为如火如荼的环保主题“火上再浇油”,但从基本面分析,2月以来,多家环保上市公司业绩预告低于预期。事实上,在A股环保板块上,目前并没有真正涉及雾霾治理的公司,最多的仍是空气净化或监测类相关公司。在各方热炒下风险上升,个人投资者须谨慎对待,莫让“雾霆”行情“蒙住了眼”。(田鸿伟 整理)

时尚消费

财务自由人士的健康主张

□ 本报记者 高改芳

70后、60后人士已成为各大职场中的中流砥柱。他们中不少人已实现财务自由,这部分人群中,不少人已意识到事业成功是以付出健康为代价的。他们还意识到等待自己的将是逐步消退的精力。在这种情况下,他们不再一味地追求财富积累,而是在所剩无几的精力充沛之年,创业做自己感兴趣的事,利己利人。

对这部分群体而言,他们的选择可能不是最赚钱的行业、最赚钱的买卖,而是一种生活方式。

国学养生

“赚的钱差不多够花了。可是由于前些年太拼,熬夜、应酬,亏欠身体太多。再这样下去就是对自己对家庭不负责任了。”苏州之道堂国学养生会馆创始人何先生告诉中国证券报记者。

何先生年届不惑。前几年从事大学所学的专业,搞电子产品设计开发,并赚到人生中的第一桶金。但与财富相伴而来的是中年肥胖,高血压、高血糖和高血脂这“三高”,以及越来越力不从心的体力。

“身体已亮了红灯。以前高强度的工作、生活节奏没法持续了。”何先生说。也正是这个时候,他开始检视自己的生活。

大学毕业后,他在上海、南京等地一路打拼。从给别人打工到创办自己的公司,忙得不可开交。最忙的时候,他经常通宵加班。何先生大学毕业20年的时候,在上海已拥有两套房产及上千万元的金融资产。

“作为穷人家的孩子,我对这些已很知足,也觉得够维持家庭开销了。”何先生说。对他而言,继续积累财富已不太具有吸引力,再说身体也不答应了。在通过中医恢复体能时,何先生发现自己对中医养生的热爱。他还与三两好友研究起了“辟谷”,并且身体力行。

接下来,他花上百万拿下苏州一处依山傍水农庄的十年使用权。



漫画/赵天奇

权。打算在此处真正实现自己“天人合一”的养生追求。此外,在静养修身的同时,也开始研究国学。

完全是出于兴趣进入健康养生领域后,何先生发现,兴趣做到后来一定会与产业发生关系。

“我发现健康养生行业的参与者水平参差不齐,且至今没有成熟的、好的商业模式。大多数从业者都急功近利,还是想着赚快钱。”何先生不无悲哀地发现。

但他现在还没想着靠养生会馆赚钱,而是希望按照自己的想法、爱好做好国学养生这件事,解决自己与别人的亚健康问题。他认为,对于健康养生,至少要坚持20年至30年,靠平时积累才有效。他也准备在最初的五六年每年投入五六六十万元,而前期一定不接受VC、PE的投资。因为那样一来就会被迫赚快钱,很难按照自己的想法做。

都市农户

蒋先生是土生土长的上海人。前些年对房产投资的成功,让他早已衣食无忧。出于对饮食健康的关

注,两年前,他在崇明岛承包了一块农田,养鸡养猪,种水稻种蔬菜,自给自足。多余的产量就在朋友圈中出售。虽售价远高于菜场中的同类产品价格,但由于生产周期长,蒋先生至今还没靠种菜养猪赚过钱。

蒋先生也是雇了亲戚来打点农庄。干农活是苦差事。幸亏这个亲戚从小干过农活,又愿意干。这才解决了蒋先生的难题。否则,以上海的工资水平,请一个肯长期干农活的伙计,不是件容易的事。

“养鸡场靠饲料喂养的鸡,45天就是一个成长周期。我的鸡散养,抗生素用得少,起码四个月才能出笼。如果再出现病情,损失就更惨重。”蒋先生说。养猪的情况也差不多,且猪的出栏时间更长。

从销售渠道来说,蒋先生基本上是自己开车把朋友订购的稻米、蔬菜、猪肉等送到朋友家中。这种模式也是完全非商业化的。如果再算上700元/亩/年左右的土地承包费用,去年蒋先生亏了几十万元。

所以,非机械化大生产的方式一定是不经济的,不赚钱的。但蒋先

生看重的就是食材的绿色原生态。而回顾自己当都市农民这两年来的经历,他只想说一个字,难!

国内很多城市兴起种菜热。不仅有越来越多的人像蒋先生这样承包土地进行种植,不少城市居民将自家阳台、房顶,甚至小区空地开辟为“菜园”,做起了“都市菜农”。都市人的种菜热情也催生了相关产业发展,“阳台经济”成为部分商家的新商机。

记者在淘宝网上搜索“阳台种菜”时发现,一些高星级店铺一个月能卖出上千件韭菜种、七八百件奶油生菜种,菜盆、铲子、泥土等用具一个月至少能卖出上百件。

还有不少“新上海人”把自己家乡的茶油、茶叶、葡萄干、腊肠等土特产通过微信朋友圈,卖给自己的亲朋好友。虽赚钱不多,且要花费大量精力,但把家乡的特产带给城市的的朋友,成就感满满,也拉近了朋友关系。

从富姐到心理咨询师

奚小姐是上海市场上最早一批从事房产中介工作的。而且她也是最早一批拿到房产评估师执照的房

潮流

日本马桶盖引发的消费猜想

□ 本报记者 张莉

今年春节长假期间,一篇名为“去日本买只马桶盖”的文章在朋友圈中疯传,引发多方高度关注。而不少去日本旅游的国人也纷纷晒出自已出国的购物清单,其中马桶盖、电饭煲成了最热门的商品。有境外媒体报道,今年春节前夕,不少中国游客蜂拥前往日本抢购多功能马桶盖、电饭煲等商品,令一些日本免税店纷纷贴出缺货标签,扫货速度可见一斑。

分析人士认为,境外消费火热,从一定程度上反映国人对海外商品质量和品牌的信任度。而受汇率影响,境外商品的价格优势也日渐明显。更值得注意的是,这股强大的消费旋风,甚至有望推动国内跨境电商行业的发展。

国人春节境外忙“扫货”

今年春节,在浙江打工的陈阿

姨第一次看望了在日本留学的儿子,在探亲的同时还专门花两天时间帮亲朋好友做“代购”买礼物。“有些人希望我能从日本买些家用电器,大到电饭锅、微波炉,小到剃须刀、保温杯,几乎什么都有,就连上厕所的马桶盖也要带回去两个。”谈起这次超重的日本代购消费,李阿姨感到有点惊讶。

而更让李阿姨吃惊的是,在几家大型商场中,满满的中国旅游团都在各个店铺中“血拼抢购”,按照儿子的说法,平常价格的日用品在春节这几天足足涨了50%。而放眼看去,受到中国旅客青睐的日用品货架,大多都出现断货空架现象。在电器商铺中,也随处可见拿着电饭煲、马桶盖的中国人,排队付款的队伍却看不到头。

而今年假期在泰国度蜜月的小张,同样也见识到了国人在境外“扫货”的热潮。仅曼谷机场内的免

税商店区,便挤满了准备回国而完成最后购物任务的中国游客。从酒品、化妆品到当地食品、手信,各类品种一应俱全,就连价值不菲的珠宝首饰,购买也不手软。据当地导游介绍,现在商店职员个个都会几句中文,来与大量的中国顾客进行沟通。

“海外消费”渐成趋势

实际上,近几年来,越来越多的国人开始纷纷利用长假奔赴日本、韩国、新加坡、泰国等周边国家旅游消费,有些甚至不远千里飞往西班牙、美国、法国等欧美国家。在观光旅游的同时,也频频进出大型商场进行扫货,不断刷新当地零售业销售纪录,使得不少国家机场和旅店接近“饱和状态”。中国春节俨然成为全球商场的“狂欢节”。

国家旅游局称,今年春节出境游人数为5182万人次,去年则是约473万人次。早在2012年,我国海外

旅游消费额达1020亿美元,自此超越美国等国,成为世界第一大国际旅游消费国。据中国外管局最新公布的数据显示,2014年,中国海外旅游支出由2013年的1290亿美元上升至1650亿美元,增长幅度达到27.9%。

分析人士认为,国人春节热衷境外消费,大部分的原因在于对海外商品的品牌及质量有一定的信任度。与此同时,消费者对商品性价比的要求也逐渐提高,汇率差优势也令境外消费展现出一定价格优势。此外,由于购买力的不断增强,中国游客在海外购物获得的服务也在不断提升,进一步促进了这股春节消费的潮流。

跨境电商时代到来

有趣的是,来自境外实体商店的消费热潮,同样也带动互联网上消费者对跨境商品的疯狂追捧,通过跨境电商通道的交易额也在近两年出现飞速增长。据熟悉跨境电商

的人士分析,由于中国居民财富的增长和购买力的提高,国人日益热衷国际品牌,而出于对消费商品的质量安全性的担忧,则选择避开本土品牌。这种强大的消费需求变化,也在一定程度上刺激了跨境电商业务在中国的蓬勃发展。

艾瑞咨询估计,中国跨境电商交易额占中国外贸总额的比例,从2013年的11.9%升至2014年的14.8%。到2017年,跨境电商占中国外贸总额的比例预计会达到20%左右。业内预计,全国跨境电商试点进出口额今年仍将会保持30%左右的增长率。

无疑,跨境电商时代正在向人们款款走来。据中国电子商务研究中心网络零售部主任莫岱青分析,由于海外消费需求旺盛,跨境电商市场潜力巨大,当发展到一定规模后,就会引发“爆炸式”的质变。目前国内各大B2C电商平台正加速布局海外购物市场,前有天猫、亚马逊、一号店,后有苏宁、聚美,无一不在抢占“海淘”市场,欲建立自家跨境电商体系和健全的国际品类渠道,一场品牌国际化的大战也将拉开序幕。

流行前沿

本土女性电影迎来“小时代”

□ 本报记者 张玉洁

随着三八国际妇女节的到来,喜庆的贺岁档正逐渐让位于浪漫细腻的女性电影。

近期将有《大喜临门》、《北京纽约》、《美丽笨女人》等多部以女性视角为主的电影上线。而在海外,由

热门同名小说改编的电影《五十度灰》因其“霸道总裁爱上灰姑娘”的讨巧剧情设定,以及话题性内容近期在女性观众中引起观影狂潮。不论在这个市场,那些能引发女性共鸣、为女性造梦的电影总是能吸引大批女性观众前往捧场。

造梦亦造钱

电影营销专家、北京无限自在文化传播有限公司董事长朱伟杰表示,女性电影或小姐电影只是一个宽泛的定义。业界一般将此类电影称之为首轮观影中以女性观众为主的电影作品。这类电影大多涉及情感题材,主要以都市爱情片为主。

他认为,这类电影中的成功者往往具备一些共性,首先要具备时尚感;其次剧情要接地气,能引发观众的共鸣,例如《杜拉拉升职记》就

关注到现代女性在职场上和感情上的困惑与挑战;演员要具备一定吸睛度;营销也是关键,女性观众相对更容易受到营销影响。《小时代》的成功和上映前夕精准的观众定位营销有着密切联系。

此外,这些电影的造梦功能也是成功的关键因素之一。不少电影中,女主角往往面临着感情或职业上的一系列挑战,但经过自身努力和朋友帮助,最终克服困难迎来大团圆结局。在这其中,温暖的爱情、真诚的友谊和励志的奋斗是其中不可或缺的元素。而时下网络世界中热门的玛丽苏和霸道总裁系列元素也渐渐受到更多关注。

朱伟杰认为,《撒娇女人最好命》是近年来最为出色的都市爱情喜剧之一,剧情极为接地气,探讨了现代独立女性在面对爱情时以何种方式追求幸福这一永恒的困惑,其中更涉及

“撒娇发嗲”和“女汉子”等热门概念,同时各种笑料自然贯穿,节奏松弛有度,引起了女性强烈的共鸣。

除口碑外,不少女性电影更是成就小成本高票房的“神话”。2013年,《小时代》票房收入超过34亿元,其投资仅为1500万元;2014年,《北京遇上西雅图》投资仅2800万元,而票房回报率达到5.2亿元,是投资的1857倍;2015年,在众多女性电影扎堆的情况下,《闺蜜》票房更是接近2亿元。

体系待完善

朱伟杰表示,2014年女性电影市场还呈现出另一种积极趋势。《小时代》系列票房飙涨显示出,低龄女性观影群体强大的消费能力。他指出,过去女性电影受众主要是适婚年龄女性,而《小时代》的不少观众来自于90后。业内普遍看好面向低龄化女性观影者的电影市场空间的解决,还有赖于行业的进一步发展。