

■ 网民谈股

巨量调整背后的机会

静待金融股发力继而冲高 在市场再创历史天量的同时,盘中大幅快速跳水,显示出当前盘面堆积大量获利资金。一有风吹草动便会令大量获利盘涌出,许多前期涨幅较大个股,在周四午盘下跌中跌幅居正是验证了这一观点。其次,周三股指V型反转也显示出多头资金追捧和承接力度的强势。与此同时,场外大量资金也正虎视眈眈,寻找低吸机会。

目前很多获利了结的投资者和空仓的投资者都不希望股市继续上涨,而通过很多技术分析来看,目前均已超买,但目前市场强势格局依然没有改变,高位虽可能出现长阴线,但盘中可能会随时出现翻红,继续上涨。另外,现在的大盘上涨与金融股并没有什么关系,只是金融股没怎么跌而已。但如果后市金融股集体上涨,大盘就有望快速冲击3800点。**王彪** <http://blog.cs.com.cn/a/01010007654200E2972A8E5B.html>)

板块轮流活跃可能性较大 在市场连续上涨过程中,短线超买也随即出现,由此也带来指数的快速调整。在天量牛市环境下,震荡速度与幅度都较大,因此板块轮流活跃的可能性也较大。

本轮行情上涨的主导因素是由于资金面不断宽松。在资金面仍保持充裕、场外资金虎视眈眈寻找进场机会情况下,预计股指仍有望保持强势格局。在资金驱动的行情下,长线行情正在延续,后市大幅快速震荡也将随着上涨不时出现。牛市中回调是给低位股民以调仓换股跟进的机会,值得把握。

从目前来看,由于新股发行速度远跟不上单位市值的增速,在新增资金推动下,“二八”轮动(以二为主)中市场震荡上行是未来行情主基调。在赚钱效应愈发强烈,增量资金不断入场情况下,市场总体向好趋势不改。特别是在改革环境下,随着多次降息,市场流动性有望保持充裕,即使短期内股指在收获10连阳后有所休整,但中长期来看,股指向上趋势明朗,强势格局下建议投资者继续持股待涨。**压名** <http://blog.cs.com.cn/a/01010001113300E29E6C8CFA.html>)

回避短期风险等待入场机会 大盘经过10日连涨后上方出现巨大获利盘,而获利盘越多越容易出现踩踏效应,而本周盘中出现的快速杀跌应该是获利盘蜂拥而出造成的。而相较于2014年12月9日的走势,大盘这波上涨之后放大量调整,随后虽有冲高,但不久将进入调整期间。所以指数休整是必要的走势,市场也难以转向空头。因为市场调整至3600点一线,多头资金集中涌入,指数很快又返回3700点一线,说明资金充沛,反弹趋势未发生改变。只是短期多空博弈越来越激烈,股民要做一定措施,避免追涨近期已炒作很高的品种,而是转向补涨股的挖掘。

综合来看,虽说中小板和创业板盘中再创新高,走势依旧强势,但从整体走势上看,大盘调整是不可避免的,毕竟在连续上涨之后获利盘已相当丰厚,因此短线大盘存在风险,但中长期趋势并未发生改变。操作上,应回避短期风险,等待回调后的入场机会。**财富龙** <http://blog.cs.com.cn/a/01010006BD3000E29B05D5E5.html>)

放量滞涨期操盘需谨慎 从技术面分析来看,短期主板放量滞涨明显,可以看作是主力加快短期高位出货。只是很多时候,只有当“狼来了”反复预演,让更多投资者放松警惕后,市场才会真正意义出现大级别调整。另外,根据以往经验,高位横盘出货后会有一小级别阴跌,阴跌之后肯定会有一次急促的下跌。这样的方式,一方面让场外焦急的投资者有进场的空间和机会,同时让这些相对高位进场的投资者套牢;另一方面,也让恐慌的人割肉(包括刚进场被套的投资者),这样持续几天,割肉的投资者会快速涌现,这样主力就达到短期快速高位出货并打压逼出割肉恐慌盘的目的。

展望后市,最近几天大盘反复放量滞涨,盘中分时线高低点越来越灵敏,因而激进的投资者,对位分时线高低点快进快出,不要恋战;而有足够耐心等待大级别机会的投资者,可以继续等待机会。**淘氣天尊** <http://blog.cs.com.cn/a/010100054BE100E29E7FB7DC.html>)

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

微博关键词

牛市

@易然: 利率趋势性下跌是此轮A股市场大涨的基础,利率是资金的价格,如果资金价格便宜,自然就会寻找投资,现在的中国资本市场上,真正适合投资的品种不多,房地产投资价值现在看来已歇菜,其他领域的实业投资也都还看不到前景,只能投资股市。

@黄璐: 大盘后市需要有一个区间整理过程,清洗获利盘,同时也为新的增量资金进入创造条件。整理得越充分,后市上行力度就更大。反之,很可能导致频繁出现调整和冲高后大幅震荡局面,这不仅增加了操作难度,而且对整个行情演绎不利。

@半棵烟: 牛市第二波行情到来,无论是股民心结的3478点,还是3500点,3600点整数大关,大盘一路任性上攻,根本停不下来。不过,在牛市行情中,更需要看懂中国股市的“牛脾气”。一旦股市被激活,也就很难停止下来,但这个节奏若把握不好,其潜在的风险也是致命的。

自贸区

@蓝野: 粤津闽三地自贸区获批,是资本市场上的的一件大事。在国内经济步入新常态大背景下,自贸区这一强劲的发展引擎将在很大程度上推动我国未来的经济发展,并将从提振外贸、稳定经济发展角度,为我国稳增长创造良好的运行环境。

@刘向: 自贸区是一项国家级发展战略,承担着改革先行先试的重任,将助力经济结构优化转型,其未来创新力度远超预期。自贸区主题曾风靡一时,挂牌消息有望成为补涨催化剂。随着三大自贸区正式挂牌的临近,市场对于自贸区概念的热情有望被再次点燃,相关品种值得关注。

并购重组

@天水绿茶: 并购重组是资本市场重新配置资源的一种重要手段。对于企业主体而言,并购重组是实现跨越式外延增长的重要途径。在某种程度上,并购重组之于上市公司的作用和重要性,犹如资本市场之于实体经济。中国经济“新常态”之下,并购重组值得鼓励和期待。

@熊欣: 把握并购重组可以分为两步考虑:第一,是否有真实的重组意图。借着牛市氛围,并购重组题材往往泥沙俱下,需要仔细分辨。对于配合股价炒作的并购重组题材,坚决回避;第二,在业务层面强强联合的并购重组比较靠谱,那些救济式、解困式的并购重组并没有太大价值。(田鸿伟 整理)

■ 时尚消费

朋友圈“买卖”的甜蜜与哀愁

□ 本报记者 陈莹莹

“我觉得朋友圈代购挺方便的,老朋友帮买东西也不收代购费,而且也不怕是假货。”“朋友圈里开始做买卖的人越来越多了,动不动就刷屏,真是够烦人的……”

随着使用微信等社交平台的深度普及,朋友圈代购、开店也越来越红火,但对此,许多消费者的评价却是褒贬不一。

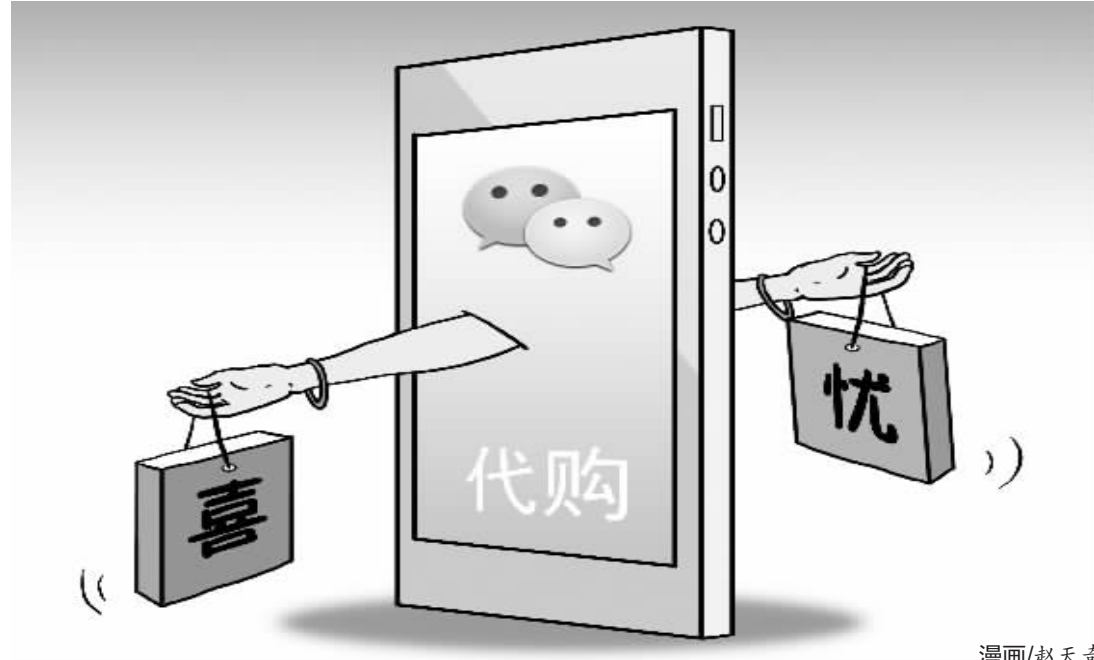
老友代购方便多

“其实我不能算是纯粹的代购,最多算是买手吧,主要因为我自己平时就很爱买,然后在国内有一群和我一样爱‘败家’的闺蜜。”小然笑嘻嘻地告诉中国证券报记者,她高中毕业就留学法国,家境不错的她是法国名品店里的常客,而目前她在法国有着稳定的工作,朋友圈代购纯粹是个“副业”。

小然说,刚开始是逢年过节回国时帮自家亲戚买一些东西,后来就发展到帮闺蜜、朋友代购了。“主要以奢侈品、护肤品为主,这些奢侈品牌在国内标价太高,欧洲价格不仅低,而且现在还有汇率优势,相当划算。”她说,自己代购的范围很窄,仅限于自己朋友圈中的朋友不对外,最多是特别熟的朋友介绍的人,仅此而已。而且,她收的代购费也不会太高,一般是代购商品价格的10%—15%,“就是给自己挣个零花钱”。

小然的闺蜜甜甜就是她的忠实客户,“之前我买大牌包包都是在专柜或去香港买,后来就开始在朋友圈中找代购帮忙购买,一来款式新、多,二来也省下不少钱,又可以买其他的心爱之物了。”

已移民日本的Cindy也是从帮熟人朋友代购开始,最后干脆辞职在家,安心做起了代购。“一方面我老公也不希望我上班太辛苦,另一方面帮人代购的收益也还可以。”现在,Cindy在微信朋友圈中开了自己的微店。另外,还在淘宝



漫画/赵天奇

上经营着自己的小店,主营日本的药妆、母婴用品等。

刷屏与陷阱“齐飞”

不过,在中国证券报记者采访过程中了解到,很多消费者和网友也对朋友圈代购发表了不同意见。“人生就像微信朋友圈,你永远不知道哪一位好友,会成为下一个代购。”“一年了,在此我想告诉那些在我朋友圈里做买卖的亲朋好友们,你们的‘摊位费’该交了!”这些段子调侃的正是当下流行的朋友圈代购现象。

网友李星表示:“去年下半年开始,我的微信朋友圈中的代购、做买卖的越来越多了,说实话,真的挺烦人的。有的是很熟的朋友,有的就是交情一般的朋友。那些代购、销售信息动不动就刷屏,已影响到我的业余休闲生活了。”

“突然有一天,朋友圈里就多了个做代购的,往往还是平时相处得比较好的朋友。”消费者菲菲笑言,她的朋友圈曾经一个星期内多出来5个搞代购的,这令她很烦

恼。这些代购的朋友中,有的说是姐姐在美国旅游,有的说闺蜜在韩国留学,代购的产品也是各有不同。起初刚有代购的时候,还觉得挺新鲜,可以买到物美价廉的东西,时间一长就令人厌烦了。“实在忍受不了天天刷屏,最后只能拉黑。”菲菲说。

而不少网友和消费者还表示,烦人的刷屏只是一方面,最可怕的还是朋友圈代购“陷阱”重重、“杀起熟来”绝不手软。

张女士就在朋友圈里遭遇了一次“杀熟”。张女士的亲戚经营着一家鞋店,前段时间她的亲戚频繁地在微信朋友圈中发布消息说,找到了某知名品牌运动鞋在国内的代理加工厂,她正在做“代购”,能以尾单价或原单价拿到同款同质量的运动鞋,比市场价便宜500至600元。张女士起初有点不相信,但转念一想:“她常年经营鞋店,找到又便宜、质量又好的进货渠道也是有可能的,而且都是亲戚,不可能骗我吧?”最后,张女士委托亲戚代购了一双运动鞋,结果

货物到手后张女士傻眼了,运动鞋一眼看过去就不是正品,而且比起一些高仿鞋也差了很多。但碍于情面,张女士心不甘情不愿地收下了这双鞋,还违心地告诉亲戚:“运动鞋收到了,质量挺好的,谢谢!”

市民程先生前不久通过微信向一出售翡翠的商家汇款6000元。“当时想着情人节快到了,想给老婆买个翡翠戒指做礼物,谁知道刚打过钱去就被商家拉黑了。”程先生说,卖家是他在逛文玩市场时认识的。“我们两个互加微信,他经常在微信朋友圈里发翡翠首饰的照片,而且价格还都不便宜。”就在前两天,该卖家在朋友圈里晒出一些节日特价的手钏,让张先生很动心。“原本是10000元的戒指,节日特价才6000元。他说先交款再发货,还说这是微信商家交易规则。我就给他的支付宝付了款。谁知在我告诉他钱已到账后,他马上就把我拉黑了。怎么联系都不回复我。”此时,程先生才意识到自己除了微信,对这个卖家一无所知,更没有其他联系方式,反应

不负春光灿烂 清明小长假提前火热

□ 本报记者 王荣

“春光灿烂,又有假期来临,约吧!”清明小长假还未来临,小李的朋友们已提出不出游方案,或是去婺源看油菜花,或是去云蒙山登顶,又或是去日本采购。看着朋友发来的目的地美美的图片,小李只恨假期短,分身乏术。

今年的清明假期是4月4日至6日,考虑到只有三天假期,小李准备选择周边游。更多的朋友则决定去婺源看油菜花,当然也有超级玩家,多请1天或多请3天,将小长假变成4天甚至8天的超长假期,准备潇洒出国游。

国内游看山花烂漫

漫山的红杜鹃,满坡的绿茶,金黄的油菜花,加上白墙黛瓦,走在路边,不经意就会看到江西省旅游局对婺源景区的宣传广告。当然还有数百部影视作品作为背书,尤其是大热的《致我们终将逝去的青春》,其中多次描写婺源的风景。

搜寻近期出游的主要推荐路线也会发现,婺源也是众多旅行社主推的“产品”。途牛旅行网工作人员称,在近期,加推多条3月中下旬及清明团期的高铁游产品,主要以季节性赏花及山水古镇等主题为主,如江西婺源方向的“三清山—婺源—篁岭梯田高铁3日游”等。

“这个时节去婺源说是去看花,还不如说是去看人。”小李的朋友如此评价,由于清明节北方大部分地区还比较寒冷,东南部地区就成了旅行观赏的赏时节。因此,逢假期众多游客选择去东南部地区,这将导致大量人员短时间涌入。

■ 前沿

预调酒和起泡酒成市场新宠

□ 本报记者 张玉洁

在主力消费群变化的压力下,传统高端白酒风光不再。而备受年轻消费者欢迎的预调酒和起泡酒等,正成为市场新宠。随着多家酒企近期宣布进军预调酒,预计行业渠道和广告竞争将更加激烈。而起泡酒方面仍是国外品牌占据绝对优势。

预调酒:多强混战激烈

近年来,迅速崛起的预调酒正在加大宣传投放和铺货力度。

预调酒是一种果汁混合酒精饮料,一般采用朗姆、伏特加、威士忌、白兰地等多类水果汁、酒精精度在3%—7%之间,口感清爽。同时价格亲民,市面上常见的品牌中,终端产品价格一般在7元/瓶至13元/瓶之间。因此深受80后、90后消费者欢迎。

资料显示,预调酒早在2000

年左右即进入中国市场,经过市场多年的习惯培育,目前正进入快速增长期。中国酒业协会、上海市酿酒专业协会数据显示,国内预调鸡尾酒市场销售规模由2006年的近百万箱,到2013年已增至近千万箱,2014年国内预调酒市场规模已接近40亿元。预计到2020年复合年均增长率将在30%以上。

市场巨大的潜力也吸引多家中外酒企加入战局。五粮液、古井贡酒和黑牛食品等纷纷推出自有预调酒品牌。啤酒巨头百威也于近期宣布进入该市场。

数据显示,2013年预调酒市场百加得冰锐市场占有率为45.8%,锐澳为27.3%,呈两强独霸之势。不过由于该品类基数小且增长迅速,不排除后续竞争者通过渠道和品牌建设颠覆现有格局的可能性。

竞争压力之下,百加得冰锐和

锐澳纷纷加大了营销投入和渠道建设。百加得冰锐和锐澳分别通过植入热门影视剧《爱情公寓》和《何以笙箫默》中,以期提高品牌影响力和销量。而渠道铺货方面,近期锐澳金标460ml佐餐鸡尾酒,已被摆放在一些家乐福超市入口的显著位置吸引顾客购买。而包含锐澳三种口味混合装的三联包也进入到社区小超市之中。

不过,竞争加剧之下预调酒也出现了“山寨”和“以次充好”现象。预调酒由于生产技术门槛低、利润高,早已吸引众多中小酒企进入。这些中小酒企由于实力有限,一般不会大打品牌广告,而是选择抢占终端渠道铺货。记者在北京一些中小型商超发现有不下10个预调酒品牌,这些产品与百加得冰锐、锐澳的口味及品种大同小异,甚至有部分品牌在包装和商标方面与国内某知名品牌产品非常接近,极易混淆,这也导致产品辨识度低。

中长线高铁游以外,境外游也是春季热门主题游之一。进入3月以来,机票、酒店价格回落明显,旅游产品报价呈下滑趋势,此时出境游最合适。清明小长假期间,可利用年假、双休日拼假调休,搭配出8天的假期。

日前,同程旅游发布了《2015清明小长假出境游预订报告》数据显示,清明期间,同程旅游出境游产品的预订量同比增长近80%。在出境游目的地的选择上,韩国、日本、泰国、港澳、马尔代夫位居前五位。

出境游近年来持续快速增长,一方面是需求驱动,另一方面也是一系列鼓励政策的出台。3月14日,中国与斐济互免签证协议正式生效;18日,日本开始实施船舶观光登陆许可制度,允许游客乘坐指定客船并以观光为目的的游客免签入

境;印尼方面近期也宣布将尽快对包括中国、日本在内的30个国家的游客实施免签政策。截至目前,中国已与93个国家签订了免签协议,36个国家和地区实施落地签。

随着出境“门槛”的逐渐降低,“即时”出游的便捷体验模式,也将逐渐从国内游市场拓展至出境游。据中国旅游研究院发布的《2014年中国旅游经济运行分析和2015年发展预测》报告显示,2014年我国出境旅游人次首次突破1亿大关,达1.07亿人次,预计2015年出境旅游1.35亿人次,同比增长将达16.8%。

如此火爆的出境游,要想省钱就得尽快下手,提前预定机票和酒店,尽可能错峰出游。相比3月中旬,清明小长假的价格又将出现回升。以携程旅行网上马尔代夫吉塔莉岛Zitahlí KF 6日4晚的自行价格为为例,3月30日还是11999元的起步价,清明节期间就变成了14977元。

年,国产葡萄酒行业产量下滑14.59%,瓶装葡萄酒进口量下滑4.60%。在产销两不旺情况下,起泡酒进口量增幅达到29.2%,对比非常鲜明。2014年起泡酒进口量全年增幅达到60.53%。数据显示,2003年至2014年11年间,起泡酒平均增速达到45.5%。

受严控“三公”消费政策的影响,高档进口烈酒和红酒消费将受到一定程度的抑制。而价格亲民的起泡酒消费则将受益于此项政策。目前市场情形显示,起泡酒自用性消费市场已初具规模。

从目前来看,进口产品仍占据着市场的主要份额。海关数据显示,我国进口起泡酒主要来自于法国和意大利,不过,2013年意大利起泡酒进口量增速大涨,与2012年同比增长88.68%,超越法国,位列第一。

受此市场前景吸引,张裕、怡园等本土葡萄酒商开始越来越重视酿造起泡酒产品。而法国酩悦轩尼诗集团位于宁夏夏怀桐酒庄的首年份起泡酒已面世,预计随着市场需求的增长,该酒庄销量还会进一步增长。