

网民谈股

市场反弹拉开序幕

股市保卫战初告捷 7月4日，宣布暂停IPO，打响了A股保卫战第一枪，央行、证监会、国资委、财政部、银监会、保监会纷纷出台救市政策，证金公司、券商纷纷出资产盘救市，基金、上市公司及上市公司股东纷纷表态或通过回购增持，维护市场稳定等。在中国股票市场上，上演一场同仇敌忾、众志成城、坚决捍卫中国股市的壮观一幕。

7月9日，是值得载入中国证券史册的一个重要日子。沪深两市绝地反击，双双逆转暴涨，祝贺股市保卫战初战告捷！**英型**http://blog.cs.com.cn/a/01010002469000E72B786F5C.html）
利好发酵促反弹 在连续下跌后，大盘本周迎来低位报复性反弹走势，这一方面得益于政策救市的组合拳发酵：证监会要求上市公司大股东半年内不得减持；央行表示将通过多种渠道支持证金公司维护股票市场，市场流动性无忧等。另一方面，前期严重大跌，已为多方蓄力多时，市场存在超跌后报复性反弹要求。因此，从目前表现看，市场整体情况已明显好转，最黑暗的阶段或已过去。但在下一步方向尚未明确之前，还需耐心等待加强信号的发出。市场需等待资金进一步进场以便提升更多人气。操作上，已套着个股，趁反弹补仓降低成本，反弹到一定程度时可以部分做T+0，把亏损降低，然后慢慢解套。**空境留白** http://blog.cs.com.cn/a/010100057E5900E72B903665.html）
支撑股市基本因素没变 尽管目前市场还看不出完全企稳迹象，但从长远来看，投资者还是要对未来股市充满信心。以前段时间波澜壮阔的上涨为例，一个普遍接受的投资逻辑就在于，看好中国深化改革带来的经济转型升级，以及随之而来的企业利润上升。另一个托起牛市的逻辑则是资金面是宽松的，随着居民投资集中转向资本市场，股市自然水涨船高。

那么，现在这两个支撑因素变了吗？从宏观层面来看，我国一季度GDP增长7%，仍处于合理区间。素有经济运行“晴雨表”之称的用电量5月同比增长5.3%，折射出经济向好趋势。另外，结构调整步伐的加快，前5个月网络零售增长38.5%，5月当月新能源汽车、工业机器人产量同比分别增长2.8倍和1.3倍。可见，当前宏观经济企稳向好势头没有变，改革开放红利继续释放的趋势也没有改变。在经过本次二浪调整之后，很多个股长期投资价值已开始显现。空仓的投资者可以提前做一些有意义的研究。（**金鼎** http://blog.cs.com.cn/a/01010001291A00E729E331F8.html）

反弹料延续 本周市场出现的强势反弹有一种超跌反弹要求，股票实现全面上涨、且大面积涨停。上周二暴涨，周三马上以暴跌还以颜色。有了上一次教训，市场只要一出现风吹草动，投资者就会出现做多信心松动。只有市场继续扛住，能把强势反弹维持到下周，那么投资者的情绪才能真正稳定下来。在市场环境不再变化的情况下，即救市各项措施继续、新股发行继续停止、强力限制做空，那么救市反弹才会得以继续。**梵风** http://blog.cs.com.cn/a/010100010A8E00E72B9166F7.html）

以上博文由中证网客版主田鸿伟提供
 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，请与本版编辑联系。

微博关键词

CPI

②黄妍韬：股市下跌给本就疲软的经济增添下行风险，低速的通胀为央行进一步放松货币政策提供空间。虽本周公布的CPI数据高于预期，但PPI表明工厂仍处于通缩状态，这是大宗商品价格低迷、工业产能过剩及需求疲软共同作用的结果，再加上市场动荡，预计央行年底前将再次降息。

③王海滨：宏观经济目前仍面临不确定性因素的演变，如果CPI继续在此位置徘徊、PPI指标继续下行，央行则会有进一步宽松政策。对于证券市场而言，时点较为关键，预计如果没有变化，三季度小幅度降息的可能性较大，但如果通胀上升过快，则降息的可能性将大幅减小。

互联网+

④方明：在经济新常态背景下，大众创业，万众创新，“互联网+”行动所要承担起的特殊使命不言而喻。政府不到半年下发多份指导意见，彰显国家层面的重视态度。“互联网+”越发展，社会的创业创新活力也将愈发凸显，为社会经济发展的助力效应也将越明显。

⑤鲁众：作为一种技术、一种工具、一种基础设施，互联网本身没有好坏、对错属性。但在关注“互联网+”时，不要忽视互联网的另一面“互联网-”，比如互联网既创造新的就业机会，也会让一些人失去工作岗位，有可能让穷的地方更穷、富的地方更富。

希腊危机

⑥慧丰：希腊经济衰退加深对方经济体的直接影响可能有限，但如果冲击欧洲整体，则会带来更大挑战，比如几乎16%的中国出口流向欧盟。所以新兴市场都要未雨绸缪，备足流动性，以防希腊债务化解方案失败带来的影响和冲击。

⑦临风轻哼：欧元区没有那么脆弱，尤其是欧元区两个最重要的国家德国和法国，已做好希腊退出欧元区的准备。欧元区“嗜哈二将”都安然于胸，中国更没有理由担忧希腊退出欧元区对中国经贸带来的负面影响。

（益楠 整理）

时尚消费

□ 本报记者 陈莹莹

“孩子越大你越会发现，带着孩子一起出去看看，对于孩子成长真的非常重要。”北京白领刘女士决定在这个暑假带着五岁的女儿来一趟北欧之旅。她告诉记者，今年是自己“带孩子出去看看”计划实行的第二年，未来每年她都计划至少与女儿亲子旅游一趟，直到女儿十六岁。

记者了解到，随着我国居民财富的不断增加，老百姓对于旅游、教育、健康等领域的消费意愿持续增强，而像刘女士这样热衷于亲子旅游、亲子消费的人群也在不断增长。

亲子游升温

随着暑假的来临，亲子旅游成为暑期旅游市场的主角。近日，同程旅游发布《2015暑期亲子游需求趋势报告》(以下简称《报告》)显示，今年暑期亲子游预订量同比增长近40%。值得注意的是，与往年低价战不同，今年暑期亲子旅游刮起“高端定制风”。意大利艺术之旅，孩子可以在意大利大厨指导下，自己制作比萨；奥地利音乐之旅，音乐博物馆为孩子提供一次做演奏家的机会；还有去非洲看动物大迁徙等。为迎接暑假，各旅行社大打“亲子”卖点。除国内常规线路外，迪拜水族馆幕后奇幻之旅、皇家加勒比游轮“海洋水手号”日韩之旅等国外游高端“私人定制”线路大幅增多。

“小朋友喜欢看童话故事，所以我们的目的地选择了北欧五国，丹麦是孩子最期待的一站。”刘女士笑嘻嘻的告诉记者。而记者采访时还发现，随着近年来亲子真人秀节目的热播，家长带着孩子“重走”节目路线，也成为热门的亲子出游路线。

流行

生活类O2O让“懒人”足不出户

□ 本报记者 张玉洁

近期北京气温不断升高，炎炎夏日的炙烤已让不少soho（即Small Office Home Office，家居办公）一族越来越宅，无论吃饭、购物都越来越依赖上门服务。另一方面，移动互联网对日常生活的改造也拓展至越来越多的领域。以往电话叫外卖和服务的方式正转变为通过手机APP或微信下单。

外卖O2O进入2.0时代

外卖O2O覆盖的品类已越来越广。在“饿了么”和美团外卖中，夜宵、下午茶和商超零食正成为近期热门的消费选项。

而在消费金额方面，夜宵等垂直品类外送服务的消费起点金额较高。例如拼豆夜宵外卖消费金额满80元起送，哈哈镜起送金额在50元以上，商超零食的配送门槛一般在30元以上。较高消费价格使得这些

□ 本报记者 张玉洁

服务的消费者，主要集中于一些高收入人群。因此，也吸引越来越多商家加入其中。
 夜宵方面，目前有拼豆夜宵、哈哈镜等多家主打夜宵的商家，通过接入美团外卖等O2O平台提供服务。拼豆夜宵主打晚上7点以后的晚餐及夜宵市场，自建物流配送，自建中央厨房，目前支持北京地区，5环以内控制在下单后40分钟内送餐。尽管起送金额较高，但该服务主要是面向消费能力较强的夜宵刚需群体。目前在各个外卖O2O平台上仍有一定销量。而哈哈镜则立足于前期哈哈镜鸭脖等一系列卤制品提供外送服务，由于其卤制品普遍口味偏重偏辣，消费者下单时往往还会购买饮料。因此，客单价也维持在较高水平。

而近期饿了么宣布和连锁咖啡COSTA华北地区进行独家战略合作，首批46家华联COSTA门店已在5月25日前全部上线饿了么品牌馆。巨生都进行一番品味，进而形成如下几点认识，也许有助于解开大家心中的谜团：
 生活俭朴，工作勤奋。如巴菲特，即便已拥有超300亿美元财富，成为举世瞩目的股神，但还是坚持自己驾车，不但与奢侈品、高消费绝缘，竟领着上门来拜访的客人去肯德基用午餐。他生活的主要内容就是亲自接听客户电话，收看电视上播放的财经信息，阅读大量报刊杂志……日复一日，年复一年，都是如此。彼得·林奇在退休前，只度过两个长假，其中的一个是去日本，用5天时间考察当地公司，然后去曼谷考察及观光，最后用3天去英国调查。他一年中要走访五六百家公司，阅读近千份年报。

面对外界诱惑时，具备超强定力。1972年，美国股市是一个大牛市，50只著名成长股平均市盈率上涨到天文数字般的80倍。巴菲特的



漫画/赵天奇

同程数据显示，今年暑期亲子游自助游比例达到72.3%，在出游目的地方面，国内周边游占比53.9%。亲子游人群在线预订自助游产品主要以“酒店+门票”产品和单纯门票为主，占比达84.6%。今年出境亲子游产品的预订量占比达到了27.8%，同比增幅达65%，为历年最高水平。据同程分析，近年来，暑期出境亲子游保持较快增速，正在成为拉动整个出境游市场的中坚力量，尤其是以中小学生群体为主的境外游学市场的持续升温，进一步拉动暑期出境亲子游市场的增长。

业内人士告诉记者，从目前来看，今年暑期亲子旅游的十大热门国内目的地依次是：北京、九寨沟、昆明、三亚、厦门、桂林、张家界、西安、三峡、上海。亲子出境游十大热门目的地依次为：泰国、日本、美国、中国台湾、印尼、中国香港、意大利、

新加坡、新西兰、英国。拥有海岛和历史古迹的泰国，拥有迪士尼和众多卡通动漫的东京，拥有环球影城、圣淘沙、动物园和植物园的新加坡，以及欧洲、美国等地都是暑期出境亲子游热点。

互动课程也受捧

而对于另一部分实在无法陪着孩子亲子出游的家长来说，在这个暑假，带着孩子一起参加亲子互动、亲子拓展、培训课程等，也不失为一个不错的选择。

张先生是一位80后爸爸，平时由于工作太忙，对于自己的五岁儿子疏于沟通。“这个暑假，我还是没有办法带孩子出远门旅游，所以和几个家庭报名了一个周末的亲子拓展活动，希望和孩子更亲近些。”几位像张先生一样的家长表示，平时自己都尽可能给孩子更多物质上的

大的下午茶外卖市场已成为饿了么下一步拓展的重要业务之一。有业内人士指出，外卖O2O已进入2.0时代，已逐渐从中餐、晚餐传统外卖形式，升级为包含下午茶、夜宵、商超零食等一切与“吃”相关的即时配送服务。

垃圾回收“积分制”增加黏性

夏季是各种饮料消费的旺季。喝剩的饮料瓶、易拉罐几天就能累计不少，这些空瓶有一定回收价值，直接扔掉太可惜。但传统的收废品方式又有些麻烦，废品回收的人不会为几个瓶子专门跑一趟。如何处理既能方便又经济呢？
 如今在废品回收领域也涌入移动互联网创业力量。近期刘小姐体验了一个名为“再生活”的垃圾上门回收服务。她通过关注微信“再生活”公众账号，通过输入小区地址发现自己的小区在上门回收废品服务范围之内后，便预约了“再生活”回收服务。被称为“再生侠”的服务人员按照预

约时间上门回收废品。分类称重后，服务人员根据相应回收物的价格计算此次回收金额。不过，回收废品的收入并不是以现金结算，而是将金额打入到刘小姐的个人账户中。账户金额可以在“再生活”便利店内消费。手机下单后，“再生侠”下次上门时会将订购商品免费配送上门，并回收新产生的废品。

目前有偿回收的废品主要集中在塑料瓶、废纸、易拉罐、有条码包装袋和废弃电子产品。而废旧衣物则是免费回收不定价，因为回收的大部分旧衣服都会送到救灾捐赠中心去，由主管单位统一调配给有需要的人。从收购价格来看，大部分废品上门收购价格较小区个体收购价格稍低，但考虑到上门服务的溢价，刘小姐表示可以接受差价。而整个服务中最让刘小姐感兴趣的是，账户金额可以在“再生活”便利店购物消费。“再生活”便利店主要以生活服务类消费品为主，主要有洗涤

用品、饮料、食品等多个品类，价格在几元到几十元不等，且大多数商品价格比超市还要便宜。因此，对消费者有很大吸引力。同时，“积分制”支付方式也使得用户具备较高黏性。在积分消费模式下，消费者会倾向继续使用该款应用回收废品，从而使整个服务成为循环闭环。

据了解，“再生活”目前已覆盖刘家窑、方庄、马连道、西罗园等北京南城数个区域。日均接单量在500单以上，每天上门回收的废品已超1吨。“再生活”标准化、便利的服务，改造了传统废物回收体验和流程，降低了用户参与垃圾分类、再生资源回收利用的门槛，提高了用户的参与热情，加速废品回收行业实现规模经济的进程和效率。或许随着该项服务的不断推进，面向百姓前端的废品回收人员能摆脱传统回收业“灰头土脸”的形象，成为整洁、标准、现代化服务业的一员。

拥有自己独到的投资理念和方**法**。彼得·林奇最喜爱的是这样的公司股票：这类公司不喜欢公开宣传，对上门求教的研究人员也不善逢迎，以致乏人介绍而无人问津，股价长期牛皮。其中有不少瑰宝，一经发现，不动声色慢慢吸纳，等到其他基金经理发现一窝蜂抢进时，股价已翻了几番。罗伯特则认为，如果投资者能以25倍市盈率购买一只股票，并有信心这家公司在很长一段时间都能保持20%以上的增长，这样的公司相比于只有7倍市盈率但未来增速可能只有3%-5%的公司更有价值，投资者应该综合公司市盈率和增长前景来判断能否赚钱。

及时而坚决地纠正错误。索罗斯曾经在接受采访时这样说：我有认错的气**勇**气。我的成功不是来自于猜测正确，而是来自于承认错误。”如索罗斯曾花了整整一个下午与一

的快乐，感受戏剧中让人产生共鸣的亲切感，会用心思考戏剧故事所阐述的问题和人生道理，让自己生活得更从容、乐观、积极。不少家长表示，“跟着剧情走，会发现戏剧是可以影响并指导人们如何处理生活中出现的一些问题。暑期来临，戏剧让我们与孩子更多一种休闲选择，跟着戏剧中的情节感受喜怒哀乐，看见不同人的生活情景，就好像过了另外一种人生。”

消费出行需理性

不过，专家也提醒家长们，对于暑期亲子旅游、亲子消费，既要保量也要保质，切勿盲目消费。家长们带着孩子出行或旅游时，一定要选择正规场所并索取相关票据。另外，目前一些旅行社推出的各种暑期夏令营、修学游只是一个噱头，所谓的参观名校往往走马观花，修学游对语言能力提高作用也不大，家长不应对此抱大期望。

记者了解到，目前国家相关部门并没有专门针对亲子游产品的标准可以参考，旅行社基本都是各自为战。携程旅游网营销部高级经理顿继东表示，亲子游已成为暑期最重要的旅游主题和出游群体，但亲子游产品在整個市场仍然处于粗放的初级阶段。

业内人士表示，目前市面上亲子游线路种类繁多，由于亲子游产品行程安排上的特殊性，价格普遍要比常规团贵。受暑期出游机票、酒店等资源价格上涨影响，亲子产品报价环比涨幅在10%-25%。遨游网相关负责人也表示，亲子产品一般比常规产品贵15%左右，成本提升主要在于对旅游服务者的专业性及高服务水平要求上，他们一人常有多个标签，如旅游专家、儿童心理与教育专家、家庭亲子关系教育专家、基础安全防护员等。

名交易商讨论当时的股票市场。该交易商发现索罗斯对市场前景看法十分悲观，且用非常有说服力的理论解释了其中的原因，于是他果断放弃了自己的原有观点，按照索罗斯的说法大胆做空。结果不久事实证明他完全错了，市场非常火爆。两年后，他再次遇到索罗斯并提起两人间的那次谈话，索罗斯的回答不禁令他再度瞠目结舌：我记得很清楚。正是你的观点促使我改变了想法，反手做多，大赚了一笔。”

大师们拥有的专业知识、实践经验及所处的市场环境与你我自然不尽相同。但由于人类固有的基本特征并未发生改变，所以多读读有关投资大师传记，从其丰富多彩的**投资**人生系统中汲取养分，对于确立正确的投资理念，培养投资前注重调查研究，不盲目从众，坚决纠正错误等好习惯有利，进而有助于提升自身投资绩效。