

■ 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、券商纷纷出资护盘救市,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! (精英) <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,已套着的个股,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一,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。(楚风) <http://blog.cs.com.cn/a/010100010A8E00E72B9166F7.html>

以上博文由中证网博客版主田鸿伟提供
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,请与本报编辑联系。

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,低迷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远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“哼哈二将”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

暑期亲子消费催热旅游市场

□ 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,未来每一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

随着暑期的来临,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,所以我们今年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。



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

东西,却疏忽与孩子的沟通。经过几次亲子拓展活动,让孩子学会关爱父母,而不仅是被父母关爱。通过亲子拓展活动和不同的家庭交融,让孩子学会分享、感受成功与失败。

记者了解到,近年来,在我国不少地方,亲子国学课也逐渐受到家长与孩子们追捧。专家表示,与孩子一起读读那些积淀中国优秀传统文化的经典,在共同诵读过程中,拉近彼此的距离,培养共同的兴趣爱好。

这样的亲子教育方式,一方面增加家长和孩子的交流互动,另一方面也可以推广亲子国学教育,让更多家庭受益。

另外,陪孩子一起看一场话剧、参加一次烘焙课、共读一本书等,既花费不高又不减少亲子间互动的乐趣。家长带着孩子走进剧场看一场话剧,可以共同感受观众与演员互动交流的过程,体会那种触摸心灵

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工作中出现的一些问题。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,所谓的参观名胜往往走马观花,修学游对语言能力提高作用也不大,家长不应对此抱过大期望。

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,但亲子游产品在整个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、家庭亲子教育专家、基础安全防护员等。

■ 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

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间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

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,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于塑料瓶、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,从而使得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。

■ “悦读改变人生”

读大师传记 境界收益双突破

□ 陆向东

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,即使已拥有超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

股票仓位却不足16%,84%资金都投资于债券。一直等到1973年至1974年美国股市大萧条时才大举买入股票。彼得·林奇更是认为:要是找不到你认为有吸引力的公司,就把钱存在银行中,直到找到为止。”

目光敏锐,能率先发现市场的重大变化。如2007年,达利欧率先预计房地产和借贷市场的泡沫将破灭,一些全球最大的银行可能濒临破产;朱利安·罗伯逊曾准确预测到柏林墙倒塌后德国股市将进入牛市,1992年后他预见到全球债券市场的灾难,并于1993年率领老虎基金伙同索罗斯的量子基金共同狙击英镑,大获成功。彼得·林奇则会留意妻子和女儿的购物习惯,当发现妻子所购买的“莱格斯”牌紧身衣有可能成为一种走俏商品时,便当即买入生产这种紧身衣的汉斯公司。不久,该公司股票价格上涨6倍。

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

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举做空。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,所以多读有关投资大师传记,从其丰富多彩的投资人生中系统汲取养分,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。

(益楠 整理)