

短线高手不想让你知道的秘密



亚柏专业理财机构 著

十二招

- ▶ 12种价量关系模式的完全归纳
- ▶ 洞悉庄家一举一动的职业操盘术
- ▶ 不懂成交量,就不能成为真正的赢家
- ▶ 真实的案例,透彻的讲解,真实的盈利

2013年白金
修订版

广东人民出版社
广东人民出版社



亚柏专业理财机构 著

十二招

2013年白金
修订版

廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

价量十二招：2013 年白金修订版 / 亚柏专业理财机构著. — 广州：广东经济出版社，2013. 4

ISBN 978—7—5454—1874—3

I. ① 价… II. ① 亚… III. ① 股票投资—基本知识
IV. ① F830. 91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 014645 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	广东新华印刷有限公司 (广东省佛山市南海区盐步河东中心路)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	13.25 2 插页
字数	218 000 字
版次	2013 年 4 月第 1 版
印次	2013 年 4 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978—7—5454—1874—3
定价	38.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 38306055 38306107 邮政编码：510075

邮购地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 37601950 营销网址：<http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博：<http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问：何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

短线高手不想让你知道的秘密

修订版序言

价量始终是股票技术分析的核心

《价量十二招》在最近两年的证券图书市场上可谓大放异彩,编辑和读者都不断要求我们根据证券市场的发展对原书进行全面的修订。经过了较长时间的犹豫后,我们决定对全书内容进行彻底的整理和修改。第一版的书我们主要针对市场新手,在修订版中我们则需要对其中的某些技术的原理进行更加深入的说明。不过大家需要明白的一点是“越不繁,越不凡”,简单的东西才是真正有效的东西,本书绝不冗长,但却是大家进入股市的良好向导,重视价量分析是股市投机交易的第一步。

随着电脑硬件和股票软件的不断发展,技术分析越来越普及,每个人都可以设定自己的指标参数,甚至经过数日的简单学习可以 DIY 自己的指标。在全球金融市场中,每天都有无数的人在发明新的指标,但是最终的效果却不尽人意。一定要把事物搞复杂才能够获得成功么?尽管有如此多的关于技术分析的书籍,但其中绝大多数都在罗列和讲解技术指标,它们并没有对成交量和价格本身进行着墨,而价量却是最简单也是最基本的技术分析对象。

价量分析在我们实际股票交易中到底有什么具体作用呢?这可能是大家最想知道的问题,在本书第一版的时候我们对这个问题并没有进行系统的介绍。毕竟,大家最关心的是“如何捕到鱼”。但是,如果你对价量分析的实际作用有大致了解的话,可以促使你更有动力去掌握这门技术。

第一,价量分析可以帮助我们洞悉趋势和市场方向,这点大家可能都有直观的了解。如何判断上涨趋势会延续呢?市场上较为广泛的说法是:如果“价涨量增,价跌量缩”,也就是“价量配合良好”,那么上涨趋势就会延续。这其实就是价量分析判断趋势和市场方向的常见思路之一。当然,价量分析还可以告诉我们下跌是否终结,这就是放量下跌后缩量,然后放量上涨,这时候个股的下跌可能就结束了。不过,价格的下跌往往会以三段式的模式展开,也就是说下跌往往分成两段,中间夹杂一段反

弹。

第二,价量分析可以帮助我们洞察主力的意图,这个道理很多这方面的专家都讲到了。主力要进场然后出场才能真正赚到钱,主力的资金量肯定大于散户很多。主力的进出场必然引发成交量的异常变化,价格往往也会有相应的反应。“大象进澡盆”都会引发“大动静”,主力在个股上的进出必然也会引发价量的“大动静”。

第三,价量分析可以帮助我们观察市场情绪和大众心理。投机市场中,谁赚谁的钱?换个问题,是数量多的羊吃数量少的狼,还是数量少的狼吃数量多的羊呢?金融市场上主力的数目比散户少很多,主力要吃主力的肉很难,大家旗鼓相当。主力在信息,分析能力和资金,以及关系上都比散户更具优势,主力不吃散户的肉,吃谁的呢?既然这个市场除了主力之外,还有散户大众,那么我们是不是除了关注主力之外还应该关注散户们的情绪和心理呢?如果说主力是“正向指标”,那么散户就是“反向指标”。散户具有“羊群效应”,一块抢着进,一块抢着出,所以价格持续上涨后的“天量”往往是散户在抢着进,买家基本都是散户,那么卖家呢?基本可以肯定是主力,当然也不乏少数老道的散户。“地量”呢?与散户有没有关系呢?其实,“地量”表明成交清淡,要么是主力控盘了,要么是散户们“死心了”,绝望到了极点。所以,价量分析除了可以帮助我们观察主力的动向和意图,还可以帮助我们跟踪散户们的集体情绪和心理。本教程的第六招“地量见底”和第十招“天量见顶”与此作用有密切关系。

第四,价量分析可以帮助我们选择进场点。散户炒股最大的误区在于“拼命找方向,但却丝毫不考虑进出场的具体位置”。市场走势是一波一波的,波浪式前进的。市场趋势向上,在上涨过程中频繁的回调是不可避免的。如果你没找好进场位置,买在一个波峰,那就会让你一进场就处于被动的地位,浮动亏损让你的持仓心理遭到摧残。权证做当日交割更加注重位置,有杠杆在里面,找错了位置基本上就意味着这单亏了。那么,价量分析怎么帮助我们选择进场点的呢?价量可以体现趋势,也可以体现市场短期波动的区间,你在这个区间下边缘进场其实就是在选择进场点了。地量后出现放量阳线,这是不是好的进场位置呢?这是本教程要介绍的具体价量分析进场点的例子。

第五,价量分析可以帮助我们选择出场点。如果说散户痴迷于市场方向的话,那么对进场点还是有一点考究的,但是对于出场点往往都没有怎么关注。你是亏是赚,最终取决于单子出来。你进场和出场之间市场怎么个具体波动法并不重要,重要的是你卖出的价位是不是高于买入的价位。所以,出场点决定了你得到的是利润还是

亏损。价量分析可以提示潜在的出场点,比如“天量”出现,这时候其实就是市场提醒你的出场点了。当然,市场是复杂的,所有的招式都是基于概率的,如果说百分之百有效的手段,那肯定是骗人的。

价量分析很重要、很有效,那么如何进行价量分析呢?

第一,要树立整体观念,价量分析是一个整体,“价不离量,量不离价”。初入股市的新手往往都不太注重成交量,对成交量的理解很肤浅,重视价格轻视成交量是普遍的现象。价量是一个整体具体而言就是要价量并重,至少是相互兼顾。这个市场上很奇怪,没有只看成交量不看价格的人,但是只看价格不看成交量的人却遍地都是。所以,价量并重落实到实践就是不能忽略了成交量,要重视。

第二,价量分析也有阶段性重点。价格可能是成交量的原因,也可能是成交量的结果,这里面存在循环,但是肯定有一个是重点,是主因,在不同阶段重点是不同的。主力要看价格,散户也要看价格,所以价格变化引发主力和散户的行动在市场中肯定是不断发生的事情,这就是价格引发成交量变化。严格来讲是前面的价格引发后续的成交量变化,而这个成交量变化又是当日价格变化的原因。这里面似乎引发了关于“蛋生鸡还是鸡生蛋”的争论,其实主力的行为是解决这个争论的关键。

第三,初学者进行价量分析最好的路径是“照葫芦画阳”,一招一式地学,先死板在灵活。学炒股跟学骑自行车其实差不多,刚学骑自行车的人不可能兼顾手脚和身体姿势,总是顾了这里忘了那里。所以,真正会教人骑车的人肯定不是一来就让初学者所有姿势都要正确,他会给出一个阶段性重点,从局部动作开始。价量分析要学会也要从最死板的一招一式开始,才能真正上手。太灵活,所谓“靠悟性”才能学会的东西不适合初学者,“先死才能活”,这个道理在学习任何技能上都是一样的。

第四,中级和高级股票交易者则应该力图搞清楚“价量特征”背后的博弈特征,搞清楚价量形态背后的市场参与者心理和能力。本书只是帮你领进门,真正要通达高手之列,还需要知其所以然,多问几个为什么。为什么“杯口柱量”出现了会上涨,为什么“地量见底”等等,只有搞清楚背后的缘故才能在这个市场长久生存下去。任何价量形态的形成背后都有一群人在博弈,你明白了这点也就不难成为股票高手了。

《价量十二招》(白金修订版)的问世离不开广东经济出版社的大力支持,也离不开读者们的鼓励和批评,希望大家能够在阅读本书的过程中有更大的收获。

亚柏专业理财机构

2013年2月

前言

每日一招,十二天掌握价量绝杀的经典技巧

对于股市炒家而言,价格直接决定了仓位的价值,正因为价格与持仓盈亏有直接的关系使得绝大多数炒家普遍注重价格。既然大家都注重价格,那么价格方面的技术分析往往就不会得出什么高明的见解,以价格为主的技术分析也就很难找出具有超额利润的买卖机会。技术分析的信息主要来源于两个方面:第一个方面是成交价格,一般采取K线的形式来把握,当然也会利用分时走势图来呈现;第二个方面是成交量,一般采取量柱的形式。其他的技术指标,也就是进一步的加工都是在这两个信息的基础上展开的,比如MACD是基于成交价格,OBV基于成交量等等。严格来讲,一个明智的股票短线炒家应该在价格和成交量两个方面平均用力,这样才能真正看清楚市场和个股的走势。但是,现实的情况是绝大多数炒家都专注于股价的研究和分析,对于成交量往往采取忽略的态度,这就使得成交量带来的信息往往具有更高的效力。

传统的技术分析花了很大的篇幅来阐释股价形态的涨跌含义,这就意味着绝大多数股民对此都有了解,当市场和个股真的呈现出这些股价形态的时候,众多资金开始活动,这就是加速了这个形态的衰竭。因此,股价形态往往会以失败告终,或者说形态的预测效能大幅下降。既然股价带来的信息质量在下降,那么我们就应该注重一些非股价信息,这里面最为重要的就是成交量。成交量数据比起其它非价格数据更容易取得,更新也及时,基本上是实时数据。那么其他的非价格数据就不能作为分析对象了么?当然能,比如开户数据,但是这些数据的取得并不及时,所以对于短线炒家而言时效性就差了很多。

我们这套丛书立足于介绍那些能够直接运用于股票短线操作的形态,而本书则专门立足于演示成交量形态的研判方法和交易策略。成交量形态在大多数股评中都有提及,但是缺乏系统的介绍。本书就是要系统地囊括那些对短线炒家意义重大的

成交量形态,当然某些成交量的研判离不开股价的参考,这就是价量关系。

成交量是市场心理到价格表现的桥梁,这是绝大多数短线炒家忽视的地方。我们会观察央视和财经网站提供的市场情绪调查,同时还会观察资金动向和进出流量,进一步的分析则会考虑中登公司的开户人数数据。但是这些数据都存在一些问题,这就是及时性较差,往往比较适合中期分析,也就是说站在中期的角度来看待这些数据序列更有意义,单独来看待某一数据值对于操作者而言意义是不大的。

根据我们对沪深两市上千只个股最近十年的日线数据进行分析,找出了比较重要的十二种成交量形态,有些形态是纯成交量形态,有些则需要参考 K 线形态来定义。大家下来耐心掌握这十二种成交量形态就能够在短线操作中充分认识在学习本书的时候最好按照四个步骤来进行,下面依次介绍。

第一步,大家需要仔细掌握每一种成交量形态的要点,这是最为基础的一步,如果对成交量形态要点不了解就不能真正在实际操作中发挥正面效应。本书介绍的十二种成交量形态都是基于短线操作归纳出来的,也许你曾经在某一证券类书籍中看到过其中某一种类型的成交量形态。你看到过其中一些类型的成交量形态模型,这不是重点,重点是你能不能将这些形态模型的要点扼要地指出来。很多时候,在我们看了技术分析书籍之后往往只是模糊地记得一些事情,临到真正操作的时候却往往莫衷一是,甚至连学过些什么东西都全然忘记了。刚开始学习成交量形态模型的时候,我们需要借助于死板的记忆,将几个要点记下来,然后才谈得上灵活运用。

第二步,根据形态要点结合历史走势去研判,看看历史走势中典型的成交量形态。掌握了成交量形态模型的要点之后,我们并不能急着马上入市进行操作,这样的学习成本太高。一个短线炒家在真正开始盈利之前,必然会向市场交出一定的“学费”,关键是我们怎么以最少的“学费”掌握到最多的东西。但是,不向市场交“学费”就直接赚取利润是不可能的。所以,问题的关键就变成了如何交最少的学费得到最多的东西,从股票市场这所学校毕业靠的是能力,而这个能力不通过真枪实弹是练不出来的。很多炒家刚开始入股市的时候,总是认为股票市场比谁聪明,殊不知这是最大的错误。炒股靠的不是智商,也不是情商,靠的更不是知识,靠的是技能,炒股就是一项技术,跟任何技术一样必须通过坚持不懈的正确学习才能掌握。炒股绝不是“天赋”,不可能三天半个月就能掌握,很多人花费了好几年才初入门径,而更多的人则是徘徊在成功的大门之外十几年了。为了减少大家无谓的金钱付出,我们建议大家在学习了本书的成交量形态模型之后应该先在历史走势图上进行练习。一方面是从历史 K 线走势上寻找到这些形态,这是最基本的练习,另一方面是看看它们出现前后行

情走势有什么具体的特征。书要读活,如果你认为市场会照着书本走,那就完全错了。短线操作就是针对期望值进行操作,说白了就是概率占优势就买入,概率占劣势就卖出。所以,大家不要指望在本书中找到所谓的必胜形态,这是不可能的!

第三步,利用成交量形态模型来分析当下的行情走势,然后等待行情来验证自己的判断。经过大量的内推验证,我们对这些形态在历史走势中的表现比较有信心了,接下来我们就要进行外推验证,也就是将这些形态模型运用到对未来走势的研判中。经过了第二步的练习,我们应该已经对模型本身了然于心了,同时对于如何在实际走势中去运用这一模型也有了相当的经验,这时候需要接受当下行情走势的考验。

第四步,最终将成交量形态知识运用到实际研判和操作中。在前面一步中,我们还没有真正投入资金到其中,这点是大家需要注意的。毕竟,如果我们没有投入资金到实际操作中心态会相对平和很多,一旦我们将资金投入其中随之而来的则是情绪大幅波动对操作的影响。但是,我们不可能永远让本书的学习者们都处于“虚拟交易”中,如果一直沉迷于理论和虚拟交易,则我们就远离了最初的目标——赚取真实的利润。这时候要警惕成为这种情况:失败者就是那些成天想着中头奖却从来不买彩票的人!要想具有真正的赚钱的本领,要想真正地赚到钱就必须真的投入到这个市场中去实践,否则再精妙的理论也是白搭!

亚柏专业理财机构

2010年7月

目 录

第一招 价平量增

- 实例 1 兴业银行“价平量增” / 002
- 实例 2 西部矿业“价平量增” / 003
- 实例 3 中国太保“价平量增” / 005
- 实例 4 中国中冶“价平量增” / 007
- 实例 5 中海集运“价平量增” / 009
- 实例 6 正泰电器“价平量增” / 010
- 实例 7 紫金矿业“价平量增” / 012
- 实例 8 凯恩股份“价平量增” / 014
- 实例 9 京新药业“价平量增” / 016

第二招 价涨量增

- 实例 1 出版传媒“价涨量增” / 020
- 实例 2 深发展“价涨量增” / 021
- 实例 3 深发展“价涨量增”(2) / 023
- 实例 4 万科 A“价涨量增” / 025
- 实例 5 ST 国农“价涨量增” / 027
- 实例 6 深振业 A“价涨量增” / 029
- 实例 7 ST 宝利“价涨量增” / 030
- 实例 8 世荣兆业“价涨量增” / 032
- 实例 9 科华生物“价涨量增” / 034

第三招 价跌量平

- 实例 1 中国宝安“价跌量平” / 038
- 实例 2 深康佳 A“价跌量平” / 039
- 实例 3 ST 中冠 A“价跌量平” / 041
- 实例 4 长城开发“价跌量平” / 043
- 实例 5 飞亚达 A“价跌量平” / 045
- 实例 6 ST 盛润 A“价跌量平” / 047
- 实例 7 深桑达 A“价跌量平” / 048
- 实例 8 山东威达“价跌量平” / 050
- 实例 9 巨轮股份“价跌量平” / 052

第四招 价涨量平

- 实例 1 中集集团“价涨量平” / 056
- 实例 2 深纺织 A“价涨量平” / 057
- 实例 3 方大集团“价涨量平” / 059
- 实例 4 辽通化工“价涨量平” / 061
- 实例 5 农产品“价涨量平” / 062
- 实例 6 特发信息“价涨量平” / 064
- 实例 7 中信海直“价涨量平” / 066
- 实例 8 红日药业“价涨量平” / 068
- 实例 9 同花顺“价涨量平” / 069

第五招 价平量缩

- 实例 1 常山股份“价平量缩” / 073
- 实例 2 许继电器“价平量缩” / 074
- 实例 3 ST 张股“价平量缩” / 076
- 实例 4 ST 珠江“价平量缩” / 078
- 实例 5 ST 华塑“价平量缩” / 079
- 实例 6 穗恒运 A“价平量缩” / 081
- 实例 7 万家乐“价平量缩” / 083
- 实例 8 超图软件“价平量缩” / 084
- 实例 9 梅泰诺“价平量缩” / 086

第六招 地量见底

- 实例 1 烟台冰轮“地量见底” / 090
- 实例 2 江淮动力“地量见底” / 091
- 实例 3 四川圣达“地量见底” / 093
- 实例 4 承德露露“地量见底” / 094
- 实例 5 中鼎股份“地量见底” / 096
- 实例 6 航天科技“地量见底” / 098
- 实例 7 南宁糖业“地量见底” / 099
- 实例 8 福瑞股份“地量见底” / 101
- 实例 9 三川股份“地量见底” / 102

第七招 杯口柱量

- 实例 1 福星股份“杯口柱量” / 106
- 实例 2 ST 欣龙“杯口柱量” / 107
- 实例 3 煤化气“杯口柱量” / 109
- 实例 4 金马股份“杯口柱量” / 110
- 实例 5 新大陆“杯口柱量” / 112
- 实例 6 华兰生物“杯口柱量” / 113
- 实例 7 江苏三友“杯口柱量” / 115
- 实例 8 三川股份“杯口柱量” / 116
- 实例 9 顺网科技“杯口柱量” / 118

第八招 水平柱量

- 实例 1 承德露露“水平柱量” / 121
- 实例 2 高鸿股份“水平柱量” / 122
- 实例 3 五粮液“水平柱量” / 124
- 实例 4 海印股份“水平柱量” / 125
- 实例 5 同力水泥“水平柱量” / 127
- 实例 6 厦门港务“水平柱量” / 128
- 实例 7 嘉凯城“水平柱量” / 130
- 实例 8 中航电测“水平柱量” / 131
- 实例 9 长盈精密“水平柱量” / 133

第九招 阳金字塔

- 实例 1 西安民生“阳金字塔” / 136
- 实例 2 兴蓉投资“阳金字塔” / 137
- 实例 3 ST 威达“阳金字塔” / 139
- 实例 4 华立药业“阳金字塔” / 140
- 实例 5 ST 东海“阳金字塔” / 142
- 实例 6 风华高科“阳金字塔” / 143
- 实例 7 武汉塑料“阳金字塔” / 145
- 实例 8 宋城股份“阳金字塔” / 146
- 实例 9 万达信息“阳金字塔” / 148

第十招 天量见顶

- 实例 1 天伦置业“天量见顶” / 151
- 实例 2 燕京啤酒“天量见顶” / 152
- 实例 3 长城信息“天量见顶” / 154
- 实例 4 中色股份“天量见顶” / 155
- 实例 5 漳泽电力“天量见顶” / 157
- 实例 6 太原刚玉“天量见顶” / 159
- 实例 7 四川湖山“天量见顶” / 160
- 实例 8 大华农“天量见顶” / 162
- 实例 9 银禧科技“天量见顶” / 163

第十一招 阳柱翻量

- 实例 1 浙江震元“阳柱翻量” / 167
- 实例 2 双环科技“阳柱翻量” / 168
- 实例 3 天伦置业“阳柱翻量” / 170
- 实例 4 丰乐种业“阳柱翻量” / 171
- 实例 5 ST 南方“阳柱翻量” / 173
- 实例 6 韶钢松山“阳柱翻量” / 175
- 实例 7 ST 能山“阳柱翻量” / 176
- 实例 8 星星科技“阳柱翻量” / 178
- 实例 9 通光线缆“阳柱翻量” / 180

第十二招 阴柱翻量

- 实例 1 振华科技“阴柱翻量” / 183
- 实例 2 西藏矿业“阴柱翻量” / 184
- 实例 3 华神集团“阴柱翻量” / 186
- 实例 4 中水渔业“阴柱翻量” / 188
- 实例 5 一汽轿车“阴柱翻量” / 189
- 实例 6 东莞控股“阴柱翻量” / 191
- 实例 7 鑫茂科技“阴柱翻量” / 192
- 实例 8 宁波银行“阴柱翻量” / 194
- 实例 9 利达光电“阴柱翻量” / 195

价 平 量 增

我们现在就开始价量必杀的第一招，这就是“价平量增”。今天的成交量相对于昨天的成交量增加了，但是股价（收盘价）却基本在同一水平，这表明卖方力量在增加，而买方力量也在增加，双方观点分歧很大。很多买家认为股价要上涨，同时很多卖家则认为股价要下跌。由于双方分歧很大，使得两方的交投意愿都很强，想要改变目前价格不合理的状态，结果就出现了成交量放大而价格几乎不变的情况。如果这种情况出现在股价大幅上升之后，则表明这个地方面临的抛压很大，虽然多头也投入了大量的“弹药”，但是并没有推动行情继续上涨。由此看来，上涨走势后出现这种价量形态意味着下跌的概率较大。我们这里关注的是这种上升走势之后出现的“价平量增”，一旦出现这种成交量形态我们就应该考虑减仓，甚至清仓。下面我们结合一些具体的实例来讲解这一成交量形态的运用。很多老股民对于这一形态并不重视，他们认为这一形态过于简单，因此从来没有花大力气研究过，殊不知很多时候他们被套就是因为忽略了这一形态。大家千万不要认为这一形态简单，更不要认为下面的例子简单，利润往往潜伏在简单的东西里面，而风险往往也隐藏在简单的事物之中。