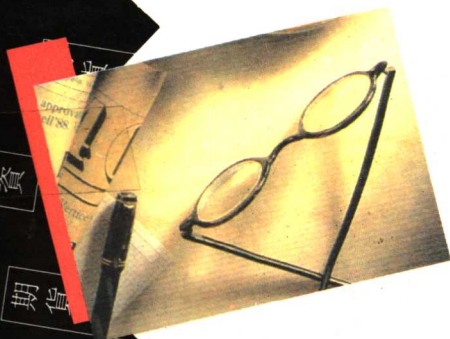


《期貨投資》

# 飛越期貨 技術分析 90招

■ 本書教您期貨致富的絕招！

■ 本書使您成爲技術分析的高手！



黃俊豪 / 主編

## 飛越期貨技術分析90招

定價 200元

作者／黃俊豪

79年1月15日／初版

發行人／周建國



- 編輯策劃／李瑜
- 編輯完成／黃漢卿
- 版面設計／木魚設計工作室
- 打字排版／漢字電腦打字排版公司

發行所／先見出版社

地址／北市辛亥路一段30-1號5樓

電話／(02)362-9336 \* 登記證／局版台業字第4233號

多年來，期貨在社會大眾心裡，一直是一種隱昧不明的高風險投資工具。事實上，只要選擇有保障的期貨公司及事業的經紀顧問，必能使您的投資計畫，在瞬息萬變的國際市場過關斬將，立於不敗之地。

總經銷／農學有限公司

地址／新店市寶橋路235巷6弄6號2樓

電話／(02)917-8022

印刷／詮豐印刷事業股份有限公司

■ 衆匯國際實業有限公司／劉細君經紀顧問

台北市基隆路一段155號3樓／TEL：760-5130(轉280)■

## 出版 者 序

大部分薪資階級或中產階級的人所習慣的財務管理方式，往往只是單純的儲蓄，很少有人真正想過利用投資的方式。投資並非是有錢人才能做的事，如果我們願意承擔風險，充分靈活運用自己的錢財，就能夠把握隨整體經濟的成長，而使自己的財富不斷增加。

因此，面對多變化的經濟環境，現代人在投資理財的過程中，必須要學習判斷、選擇，進而面對風險，經由更廣泛的運用自己的金錢，才能獲致較高的收益。通常我們採取規避風險的辦法是分散原則，也就是「不要把雞蛋放在同一個籃子裡」的觀念，把手邊持有的資金分散在收益率可隨經濟成長而提高的投資工具上，或是利潤少，但是固定收益的其他工具，如此一來，不但可以平均分攤風險，而且投資致富的可能性也會增加。

投資已成爲現代人不得不面對的重要課題，「認識自己，信任他人」，是每個人參與投資的第一步。首先要充分的了解自己的財務狀況、了解所能承擔風險的能力，然後再向專家請教，選擇合適而穩當的方式進行理財投資，如此，便可在經濟社會發展的過程中，分享富裕的成果。

本系列叢書在探討投資的過程中，沒有太多嚴肅刻板的經濟理論，因為投資應是一項愉快的事，應是一項大家都可以從事的賺錢新方法，希望當您在自我摸索的過程中，有所助益！

### 投資人請注意

本社自77年11月中旬至78年11月底，預計為讀者提供一系列商品行期研究指南叢書，全套共計二十四本，包括新商品期貨投資分析、期貨初學指南、期貨預測法、期貨交易之原動力、期貨百科等，全套售價計新台幣六千元整，凡自即日起預約劃撥者，一律以五千元整優待之。並定期以掛號寄出，投資人除每月可收到兩本書籍外，並由本社不定期將國外最新資料免費提供給您，亦將每月為投資人舉辦投資講座，請您勿失良機，儘速至郵局劃撥！

郵撥帳號：1031532-2 戶名：胡明威

款項：新台幣伍仟元正

若有任何疑問；請於每晚19:00~22:00

來電詢問，專線電話：397-3200

# 發 刊 詞

行情投資和投機行爲本質並無所謂安全性之存在，同時對其安全也無保障。行情再怎麼說都需要投資家自己的技術去實施操作，思考，判斷而付諸實行，因此，若行情具有安全性，那也只不過是靠每一位投資家自己的技術而已。

北辰商品交易企劃室基於這個認識，而研究開發行情預測手法，其成果爲昭和四十五年出版『投資分析』，幸各有識見之投資人，讀者擁載得以再三重版。

自前書發行以來，國際商品對日本商品市況影響度已增大，尤以黃豆等穀物類、砂糖、橡膠、生膠、貴重金屬及進出口比率度很高的纖維類對日本與世界的景氣影響更大，同時因景氣受金融情勢及因果關係等複雜構造之反映，對行情預測也需要更高度之技術。

我們針對此一情勢需要將前書修訂，重新再檢討，其結果也即本書『新商品期貨投資分析』。

各投資人能利用本書做爲操作實務分析，甚覺榮幸！

昭和五十六年五月五日      北辰商品交易公司企劃室

新版六十二年十一月一日

# 序 言

商品市場的特徵經常被做爲與股票市場之比較。股票具有調度產業資金的大義名分，而商品市場也有形成適當價格及做爲生產與流通之圓滑，以及帶來國家經濟繁榮的重要任務。

但是，一般人把股票市場看成是「投資」，而把商品市場看成「投機」，因爲一般人認爲股票「安全」，而商品却「危險」，但事實是否如此？

一般人認爲股票是「投資」而覺得「安全」，因爲認爲股票具有儲蓄性之故，確實股票具有儲蓄性也有紅利，也有因增資而反算之利益，只要有利也就覺得有安全感，認爲可以「安全」的賺錢，但這只是股票多重性格中的一面，並非指全體股票而言，而且這也並非完全確定，比如說增資時反算也有時會有損失。

因此將「投資」認爲「安全」，「投機」是「危險」之前，我們要先認清其本質，這一點是很重要的。不管是投資或投機，其目的都不外是想在差價中購取利益，也就是追求利潤的行爲是不變的，「投資」和「投機」只是語言上的差別而已，在現實中「最好的投資也即投機」，在“行情”上，商品市場也好，股票市場也好，其第一義均爲在價格變動中賺取利益。

商品所以被視爲危險之理由，首先就是有“價格變動劇烈的錯覺，在上場商品中變動較劇烈的紅豆也只不過每日最多三～六〇〇圓左右，以紅豆一袋三〇、〇〇〇圓來說也不過是1%至2

%而已，而股票一、〇〇〇股，每日變動一〇〇圓左右的例也常有，這個變動率佔了 10 %，同時股票在六個月內變成三倍的績優股也很多，商品若變動二倍也是很嚇人了。

像這樣與股票比起來，商品的價格變動決不能說劇烈，而所以會被認為價格變動劇烈，是因為保證金的比率小之故，商品市場是爲了避免商人在價格變動中所發生之危機而產生的保險作用（對沖。HEAdge），因此對沖交易不可或缺，爲了使其發揮保險作用，因此保證金比率比股票的信用交易更小，同時還可以有價證券代用，也可用於對沖交易，對對沖交易的人來說，在感覺上比率小之保證金的損益率也不覺得大，而對以同率保證金只做交易的人來說，就當然覺得損益率較大，這也是被錯覺爲價格變動劇烈的原因。

其次被認為商品具有危險的理由是，有「月限」的問題，因爲商品交易定有結算期限，因此若期限到期就有損失的危險——

也許商品交易不能如股票那樣立足於長期性的展望，因爲像商品的農作物每年有新的收穫，而其他商品也會因需要而做某些程度調節供給量，這也是商品市場的特異性之一。但也因爲有月限制度，因此也具有股票所無之優點。

舉個例說，某一商品之：

一月限 六、五〇〇圓

二月限 六、五五〇圓

三月限 六、六〇〇圓

一月限比二月限，二月限比三月限，越向遠月有越高的傾向

，此稱為順差價（每一月限的價額差額稱為差價），相反的，若由本月限開始越向著遠月限越低價的傾向，則稱為逆差價。

此一逆差價也顯示行情未來人望低，相反的順差價可以看成前途有望，當然各傾向也沒有絕對，也因見有商品交易之月限，也可以預測出行情，同時也可能利用此一差價或利用現貨與各月限之差價賺取差價。

事實上，日本的股票市場以商品交易，尤以江戶時代的米穀交易為開端，其證明是，現在在機構和制度上雖有差異，但價格變動的預測法，且金言、俗語及技術用語均相同。

因此，本書為北辰商品交易的企劃部，根據實際經驗的交易例，加以綿密分析，歸納型式，以適合實際操作的具體例，加以編纂而成，不但是做商品期貨投資，也可做為投資股票操作的指導書。

昭和五十六年五月五日

北辰商品交易企劃室



## 譯 者 序

本人從事期貨交易翻譯工作之後，發現幾個事實：

一、由於台灣期貨交易業未立法，因此國人對期貨業認識不深，現台灣經濟繁榮，國內遊資多，投資理財意欲興旺，但缺乏管道與正確之認識，加以台灣期貨業新興不久，一切尚未進入軌道，翻開經濟日報、工商日報及各大日報徵求欄，期貨公司徵求經濟人，黃金操作員，商品行情分析員以及期貨講座等琳瑯滿目，但却缺少這一方面的專業書籍。既使有也只談及期貨交易之部份重點。

二、經濟人及投資人急欲認識期貨，苦無指導良書。

三、雖有期貨入門書，但均只是片斷，沒有一套完整的期貨指導書。

基於以上因素本人開始著手翻譯一系列之投資理財指導書，尤以將商品期貨做為重點，希望藉此能做拋磚引玉使經紀人及有心投資期貨人士，加深對期貨之瞭解，進而做正確的投資，知己知彼，百戰百勝，先投資自己然後再投資期貨才是譯者的苦心。重要處譯者地加以……旁點。

本書做為投資理財系列 2，以操作期貨實例為主，其中名詞及實例；在本人編譯系列 1 書中均有詳細解釋，若能與前書配合閱讀則更見功效。本系列第 3 冊商品期貨交易之原動力—產地及供需狀況對行情的影響—也是期貨的重點，對黃金及一般穀物大宗物資個別商品介紹詳細，也敬請期待。

中華民國七十七年九月二十三日 台北 譯者 黃俊豪

目次：譯者序

## 第一單元 商品行情分析 入門篇

第一節 行情預測連電腦也辦不到.....	10
第二節 行情的戰果是技術的差別.....	10
第三節 如何有效利用資訊.....	11
(1)資訊要經過過濾.....	11
(2)勿將供需關係的資訊使用於短線.....	12
(3)勿隨著突發資訊(因素)做行情交易.....	14
(4)勿忘資訊與行情的相對關係.....	16
(5)勿受作手因素迷惑.....	17
第四節 如何有效掌握時機.....	17
(1)行情是活或死的.....	17
(2)改變新價時是否該跟進或反行.....	18
(3)該如何處置漲停板、跌停板.....	21
(4)出現大買賣記錄時該如何處置.....	23
(5)該如何處置差價的變化.....	24
第五節 觀測行情的方法.....	29
(1)供需關係與展望.....	31
(2)市場的內部要因.....	32
(3)人氣的動向.....	33
(4)行情狀況與時間狀況.....	40

(5)以內部要因（保證金）判斷行情幅度·····	41
(6)觀測K線·····	44
第六節 區別往來行情或大行情的方法·····	48
(1)逆勢拿手的人，想抓住大行情的人·····	48
(2)大漲有其相當之理由·····	48
(3)如何捕捉大行情·····	48
(4)農作物因供給量的變化可能成爲大行情·····	49
第七節 有關時代的變化與行情的型式·····	50
(1)作手的作戰方式也會改變·····	50
(2)厚肉→天價型，V字型底價的傾向·····	50
(3)將天價與底價區別爲兩類·····	50
第八節 有關行情的戰略，戰術之必勝法要自己開發·····	51
(1)勝得容易（一代捧之運用），前伊藤忠會長 越後正一氏的戰術·····	51
(2)做別人容易發生弊害的反面「退出姿勢柔軟， 獲利姿勢強」宮島信一氏的獲利戰法·····	51
(3)大富翁的戰術，山種氏的攤平作戰，向山種， 近藤紡織式的三成額下去做·····	51
第九節 價格變動的要因與投資心理·····	51
(1)需要與供給·····	53
(2)未平倉·····	53
(3)人望（人氣）·····	54
(4)意思、動機·····	55

(5)精神作用.....	55
(6)群集心理.....	55
(7)第六感.....	56
(8)對行情的心理準備.....	56

## **第二單元 實戰篇—型式分析 90 例**

(1)K線分析 30 例	K 線的要點與投資戰術.....	58
(2)差價分析 25 例	差價的變化與投資戰術.....	118
(3)未平倉合約分析 15 例	未平倉額的增減與投資戰術...	168
(4)時間狀況分析 10 例	時間狀況的經過與投資戰術.....	198
(5)乖離分析 10 例	乖離點與投資戰術.....	218

# 第一單元

## 商品行情分析 入門篇

## 第一節 行情預測連電腦也辦不到

現代是電腦萬能的時代。由於優秀電子計算機的出現，資訊產業也高度發展。所有的要素均能以正確而迅速的在短時間解答出來。但是行情的預測却幾乎不可能，當然，若你將行情的所有變動要因輸入電子計算機，也許會給你一個解答，但其機械所考慮的合理性的回答却並不一定會正確。

明天不知會出現什麼因素（材料），最糟的是還介有「人氣這個怪物」的因素；大都數的人參加買賣交易時「因果關係就會出現」。有人獲利，也有人賠錢，在這種因果關係中，有人會再投入新勢力，人氣的怪物也不知會怎麼變化？若再出現新的因素，會有什麼反應？這些都可以說是連電腦也處理不了的問題。

## 第二節 行情的戰果是技術的差別

不管任何人當要預測行情時，都會找資訊及研究罅線（K線），但，到達一個結論實戰時，最後仍需靠第六感和勇氣去支持，這麼一來也不會有什麼好戰果，其根本因素仍需靠適當的行情判斷和高度的行情技術，因此職業人與業餘人之不同不在於去做，而在於發揮了結的威力。尤以下單後，若出現特別情況，職業人也會有一套處理方法。著名的行情評論家H氏將

此定義為「職業人與業餘人之不同，在於行情技術的質的差別」

。

你在行情上若想要獲得戰果，除了要有資訊以外，也必需學會預測法和技術，但，也絕不要忘了此技術和預測在實際操作時經常是相對關係。

因此我們針對行情所預測法和技術做多方面的檢討，希望在投資作戰上的戰術，戰略上有所幫助。

### 第三節 如何有效利用資訊

一般我們所稱的資訊是指行情變動的所有要因而言，在市場用語上稱為材料（因素），所以資訊一定隨著強（多）弱（空）觀，做為判斷做買入（強材料）或做賣出（弱材料），比如說，經濟情勢的動向，國外行情及新聞，供需關係的統計，內部要因，市場的人氣動向，各種限制措施以及作手（大戶）等均為行情的材料，這些也都是投資人想早些知道的消息。

但是，資訊再怎麼正確，若判斷和實際操作的技術錯誤則結果就相反，正確的資訊雖有必要，但為了要使戰果更好，也要學會判斷因素和行情技術。

#### (1) 資訊要經過過濾

當你獲得正確資訊時，如果這個資訊是強材料，那麼你可能會做多（買入），如果資訊是弱材料，你可能就會做空（賣出）。

這種行情投資法之一般而言，大概都會不經過濾就使用資訊，但，若資訊不經過濾就使用的話，被騙的機會也較多，將資訊經過濾的80%的人，其成功比率也較高。比如說，每月所公佈的供需關係數字，雖然庫存量比前月增加了幾萬噸，也並不一定表示行情就會下跌多少，就算出口比前月超出幾仟袋也並非是表示行情上漲多少的尺度。

若不經常做三~六個月間的動向分析去觀測行情，那麼實際操作的成果也不會好，更一進步要增加成功的比率的話，也需要調查行情的水準和時間狀況，以及行情的活力。

## (2)勿將供需關係的資訊使用於短線

勿將每月所公佈的供需關係的統計性資訊使用於短線，有時確實根據資訊的不同會反應出行情的變動，實際上三~六個月間的動向，才是行情的材料。因此將之用於觀測中勢以上的行情時的材料。根據某報社（日本）的調查，將供需關係的資訊與過去的行情的變動相對照之下發現，在底價圈時儘是壞資訊（弱材料），反而在高頂價格（天價）圈時儘是好資訊（強材料）。一如這樣，若將供需關係的資訊使用於短線則不會有什麼好戰果。



### 人氣行情 (理外之理)

