

道破股市天机系列之二

王学武 编著

选股与选时

升级版

选对时机选好股 ▶
▶ 跟准庄家把钱数



广东经济出版社

道破股市天机系列之

王学武 编著

选股与选时

—— 升级版 ——



廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

选股与选时. 升级版 / 王学武编著. —广州: 广东经济出版社, 2001. 4 (2007. 11 重印)

ISBN 978 - 7 - 80632 - 903 - 0

I. 选… II. 王… III. 股票 - 证券交易 - 基本知识
IV. F830. 91

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 15813 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	广东新华发行集团
印刷	佛山市浩文彩色印刷有限公司 (南海区狮山科技工业园 A 区)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	14 2 插页
字数	219 000 字
版次	2001 年 4 月第 1 版 2007 年 11 月第 2 版
印次	2007 年 11 月第 2 次
印数	10 001 ~ 15 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 80632 - 903 - 0
定价	30.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

门市部地址: 广州市五羊新城寺右二马路冠城大厦省图批新场三楼 330 号

电话: (020) 87395594 87393204 邮政编码: 510600

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼 邮政编码: 510075

广东经济出版社有限公司发行部电话: (020) 37601950 37601509

图书网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 屠朝锋律师、刘红丽律师

• 版权所有 翻印必究 •

前言

时至今日，炒股技法可以说是千变万化，令人眼花缭乱。但是，就炒股要处理的抉择难题来说，万变不离其宗。说白了，所有的技法，简单的也好，复杂的也好，无非都是要解决“买什么”、“何时买”以及“何时卖”这三个问题。这三个问题，归根结底，也就是选股和选时的问题。但是，鉴于炒股本身既牵涉到买卖对象也牵涉到买卖时机，两者密不可分，那么科学的做法就是统一加以研究。本书就是想对这两个方面的研究成果作一个比较全面的总结。

本书具体包括以下内容：（一）从基本分析角度透视选股与选时。具体包括：1. 经济周期角度把握的技巧；2. 股市发展阶段把握的技巧；3. 所在行业角度把握的技巧；4. 公司角度把握选股与选时技巧。（二）从技术分析角度透视选股与选时。具体包括：1. 技术指标角度把握的技巧；2. 股价形态角度把握的技巧；3. 切线角度把握的技巧；4. 支撑与阻力位角度把握的技巧；5. 成交量角度把握的技巧；6. K线角度把握的技巧；7. 从盘面动态分析角度把握的技巧；8. 消息市把握的技巧；9. 庄股把握的技巧。（三）操作策略部分。包括了在不确定情况下各种规避风险行之有效的投资策略。

本书博采众长，用朴实的大众化的语言，借助沪深股市实际图表的例子，揭示股价升跌背后的玄机。通过本书，我们期望帮助股民朋友选择适当的股票，以免看对行情选错股，闹了个“赚了指数赔了股”的尴尬。帮助股民朋友选择适当的时机，以免坐失良机，该抛不抛，“让煮熟的鸭子飞走了”；或者是不该抛却抛早了，“吃了甘蔗头扔了甘蔗尾”，能赚大钱的不敢赚。

在编写中，我们力求介绍的技法科学实用，以便读者能够举一反三，融会贯通，确保知识能够变成力量，知识能够变成金钱！

目 录

前 言 / 1

第一篇 基本分析篇 / 1

- 一、经济周期角度把握的技巧 / 1
- 二、股市发展阶段把握的技巧 / 2
- 三、所在行业角度把握的技巧 / 6
- 四、公司角度把握选股与选时技巧 / 12

第二篇 技术分析篇 / 15

- 一、技术指标角度透视选股与选时 / 15
- 二、股价形态角度把握的技巧 / 52
- 三、切线角度把握的技巧 / 92
- 四、支撑与阻力位角度把握的技巧 / 96
- 五、成交量角度把握的技巧 / 101
- 六、K线角度把握的技巧 / 105
- 七、从盘面动态分析角度透视选股与选时 / 116
- 八、消息市下的选股与选时技巧 / 133
- 九、找准庄股踏准买卖节奏 / 138

第三篇 操作策略篇 / 171

- 一、牛市的操作策略 / 171
- 二、熊市的操作策略 / 173
- 三、平衡市的操作策略 / 175
- 四、如何判断顶部 / 177
- 五、如何判断底部 / 178
- 六、调整市况中的看盘与操盘 / 183
- 七、从形态、成交量和技术上把握买卖点的一个简短规则 / 184

第四篇 投资策略篇 / 189

- 一、市价委托策略 / 189
- 二、限价委托策略 / 189
- 三、停止损失委托策略 / 190
- 四、投资三分法 / 191
- 五、固定金额投资计划法 / 192
- 六、固定比率投资法 / 193

- 七、变动比率投资法 / 194
- 八、排列组合法 / 194
- 九、分段获利法 / 195
- 十、静待时机投资法 / 195
- 十一、赚 10% 计划法 / 196
- 十二、一揽子股票投资法 / 197
- 十三、滤嘴投资法 / 197
- 十四、相对有利法 / 198
- 十五、被动投资法 / 199
- 十六、试盘买卖法 / 200
- 十七、联想涨跌法 / 200
- 十八、等级投资计划法 / 201
- 十九、积极果敢投资法 / 202
- 二十、哈奇计划法 / 202
- 二十一、短期获利法 / 203
- 二十二、交叉买卖法 / 203
- 二十三、趋势投资计划调整法 / 204
- 二十四、王子饭店损失法 / 205
- 二十五、分批买卖法 / 205
- 二十六、均价成本投资法 / 206
- 二十七、分段买高法 / 207
- 二十八、渔翁撒网法 / 208
- 二十九、金字塔型买卖法 / 209
- 三十、保本投资法 / 210
- 三十一、三成目标投资法 / 211
- 三十二、顺势投资法 / 211
- 三十三、以静制动法 / 212
- 三十四、利乘法 / 213
- 三十五、加码买进摊平法 / 213
- 三十六、黄金分割法 / 214
- 三十七、股票箱买卖法 / 215
- 三十八、进三退一致胜法 / 215
- 三十九、最大风险法 / 216
- 四十、最小风险法 / 217
- 四十一、最小后悔法 / 218
- 四十二、试探性投资法 / 219
- 四十三、博傻主义策略 / 219

第一篇

基本分析篇

一、经济周期角度把握的技巧

股票市场素有“经济晴雨表”之称。经济情况从来不是静止不动的,某个时期产出、价格、利率、就业不断上升直至某个高峰——繁荣,之后可能是经济的衰退,产出、产品销售、利率、就业开始下降,直至某个低谷——萧条,此阶段的明显特征是需求严重不足,生产相对严重过剩,销售量下降,价格低落,企业盈利水平极低,生产萎缩,出现大量企业破产倒闭、失业率增大的现象。接下来则是经济重新复苏,进入一个新的经济周期。

而股票市场综合了人们对于经济形势的预期,这种预期较全面地反映了有关经济发展过程中表现出的有关信息,特别是经济中的人的切身感受。这种预期又必然反映到投资者的投资行为中,从而影响股票市场的价格。既然股价反映的是对经济形势的预期,因而其表现必定领先于经济的实际表现(除非预期出现偏差,经济形势本身才对股价产生纠错反应)。当经济持续衰退至尾声——萧条时期,百业不振,投资者已远离股票市场,每日成交寥寥无几。此时,那些有眼光的且在不停搜集和分析有关经济形势并作出合理判断的投资者已在默默吸纳股票,股价已缓缓上升,当各种媒介开始传播萧条已去,经济日渐复苏时,股价实际上已经升至一定水平。随着人们普遍认同以及投资者自身的境遇亦在不断改善,股市日渐活跃,需求不断扩大,股价不停地攀升,更有大户和做手借经济形势之大“利好”进行哄抬,普通投资者在利欲和乐观从众心理的驱使下极力“捧场”,股价屡创新高,而那些有识之士在综合分析经济形势的基础上,认为经济将不会再创热潮时,悄然抛出股票。股价虽然还在上涨,但供需力量逐渐发生转变,当经济形势逐渐被更多的投资

者认识,供求趋于平衡直至供大于求时,股价便开始下跌,当经济形势发展按照人们的预期走向衰退时,与上述相反的情况便会发生。

以上实际上描绘了股价波动与经济周期相互关联的一个总体轮廓,这个轮廓告诉我们以下几点启示。

1. 经济总是处在周期性运动中。股价伴随经济相应地波动,但股价的波动超前于经济运动,股市的低迷和高涨都不是永恒的。

2. 收集有关宏观经济资料和政策信息,随时注意动向。正确把握当前经济发展处于经济周期的何种阶段,对未来作出正确判断,切忌盲目从众,否则极有可能成为别人的“盘中餐”。

3. 把握经济周期,认清经济形势。不要被股价的“小涨”、“小跌”驱使而追逐小利或回避小失(这一点对中长期投资者尤为重要)。或许配合技术分析的趋势线进行研制会大有裨益。

对于经济周期的认识,须提醒注意的是周期的任何阶段往往也是波浪式的完成的,或者说大周期中有小周期,参照何种周期,投资者就要根据自己的投资目标作出适当的选择。

不同行业受经济周期的影响程度是不一样的,对具体某种股票的行情分析,应深入细致地探究该波周期的起因,政府控制经济周期采取的政策措施,结合行业特征及发行公司的“公司分析”综合地进行。一般来说经济的景气与不景气以示同行业的相对影响程度在同一波周期中是对称的,因而下面的现象是常见的。

4. 景气来临之时首当其冲上涨的股票往往在衰退之时首当其冲下跌。典型的情况是,能源、设备等股票在上涨初期将有优异表现,但其抗跌能力差;反之,公用事业股、消费弹性较小的日常消费品部门的股票则在下跌末期发挥较强的抗跌能力。

二、股市发展阶段把握的技巧

1. 股市成长阶段论

证券市场发展的道路不完全一样,但一般都要经历五个阶段。

● 休眠阶段:此阶段了解证券市场的人并不多,股票公开上市的公司也少,但过了很长一段时间,投资者发现,即便不算潜在的资本增值,获得的股利都超过其他投资形式得到的收益,于是他们就买进股票,但开始还是小心谨慎。

● 操纵阶段：一些证券经纪商和交易商发现，由于股票不多，流动性有限，只要买进一小部分股票就能哄抬价格。只要价格持续高涨，就会吸引其他人购买，这时操纵者抛售股票就能获取暴利。因此，他们开始哄压市价，操纵市场，获取暴利。

● 投资阶段：有些人通过买卖股票得到了大量的资本增值，不管已经实现了的或还只是账面上的，这些暴利的示范作用都会吸引更多的人加入投机行列，投机阶段就开始了，股票价格大大超过实际的价值，交易量扶摇直上。新发行的股票往往被超额急购，吸引了许多公司都来发行股票，原来惜售的持股者也出售股票以获利，于是扩大了上市股票的供应。

● 崩溃阶段：到一定时机，用来投机的资金来源会枯竭，认购新发的股票越来越少，而越来越多的投资者头脑静下来，开始认识到股票的价格被抬得太高了，与本来的价值脱节得太厉害。这时只要外界一有风吹草动，股价就会动摇，然后价格开始下降。

● 成熟阶段：在股市下跌之后，需要几个月甚至几年的时间使公众对股票市场重新恢复信心。这个时间的长短视价格跌落的幅度、购买新股票的刺激、机构投资者的行为等因素而定。跌市使有些人亏了大本，他们只留着作长期投资，寄望于将来价格的回升一些私人投资者变得谨慎了；一些没有经历过崩溃阶段的新的投资者加入进来，机构投资者的队伍也扩大了，这样成熟阶段就开始了这里股票供应增加，流动性更大，投资者更有经验，交易量更稳定，虽然股票价格还是会波动，但不像以前那样激烈了，而是随着经济和企业的发展上下波动。

2. 股市周期循环论

构成股价涨跌变化的因素颇多，除了政治、财经、业绩等实质因素之外，人为因素等的变化，往往是促成股价涨跌的主要原因。虽说影响股价的因素颇多，但一些精明的操作者在长期统计和归纳之后，发现了有规则的周期性。聪明的投资人把这些周期循环的原则应用到股票的买卖操作上来，经常是无往不利。

循环性周期，可分为下述几个阶段：

(1) 低迷期：行情持续屡创低价，此时投资意愿甚低，一般市场人士对于远景大多持悲观的看法，不论主力或中散户都是亏损累累。做短线交易不易获利时，部分中散户暂时停止买卖，以待股市反弹时再予低价套现伏空；没有耐性的投资人在失望之余，纷纷认

赔抛出手中的股票,退出市场观望。低迷期为真正具有实力的大户默默进货的时候,少数较具长期投资眼光的精明投资者多在此时按计划买入。该期盘旋整理的时间越久,表示筹码换手的整理越彻底,而此期的成交量往往最低。

(2) 青年涨升期:此时的景气尚未好,但由于前段低迷期的长期盘跌已久,股价大多已经跌至不合理的低价,市场浮股亦已大为减少,在此时买进的人因成本极低再跌有限,大多不轻易卖出,而高价套牢未卖的人,因亏损已多,也不再追价求售,市场卖压大为减轻。此时的成交量大多呈现着不规则的递增状态,平均成交量比低迷时期多出一半以上,少数领导股的价格大幅上涨,多数股价呈现着盘坚局面,冷门股票也已略有成交并蠢蠢欲动。大部分的内行人及半内行人开始较积极的买进股票进行短线操作,但也有不少自认精明的人士及尝到未跌段做空小甜头的投资者,仍予套现卖出。该期多数股票上涨的速度虽嫌缓慢,但却是真正可买进作长期投资的时候,即为一般所称的“初升段”。

(3) 反动期:即为一般所称多头市场的回档期,而第二阶段所称的青年涨升期,即称作初升段。股价在初升段的末期,由于不少股票亦已持续涨升,经过长期空头市场亏损的投资者,在好不容易略有获利之余,多数采取“落袋为安”的观念,获利了结改为观望;而未及搭上车的有心人,及抱股甚多主力大户,为求摆脱坐车浮额,大多趁着投资大众的信心尚未稳定之际,乃以转账冲销或损压甚多,而多数股价在盘软之余,市场上大户出货的传言特别多,此时空头又再呈活跃,但股价下跌至某一程度时,即让人有着跌不下去的感觉。反动期是大户真正进货的时期,也是真正买卖股票的精明投资人,所乐于大量介入投资的时期,但该期真正到来时,中散户的两手大多空空,甚至有少数在低迷期尝到做空小甜头的散户们,还有融券尚未补回的。

(4) 壮年涨升期:即为一般所称的“主升段”,由于景气亦已步入繁荣阶段,发行公司有盈余大增。此时大户手上的股票特别多,市场的浮动筹码已大量的减少,有心人利用各种利多消息将股价持续拉高,甚至于重复的利多消息一再公布,炒冷饭也在所不惜,该期反应在股票市场的是人头攒动到处客满。由于股价节节上涨,不管内行外行,只要买进股票便能获利,做空头的信心已经动摇,并逐渐由空翻多,形成抢购的风潮,而股价会在此种越涨越抢,越抢

越涨的循环,甚至形成全面暴涨的局面。市场充满着一片欢笑声,从来不知道股票为何物的外行人,在时常听到“股票赚了多少钱”的鼓动下,也开始产生兴趣,买进几张试试。该阶段的特性,大多为成交量持续大量的增加,发行公司趁着此时大量增资扩股及推出新股,上涨的股票也逐渐地强势门股延伸到冷门股票,冷门股票并又逐渐转势而列居于热门榜中,“轮做”的风气特盛,有心大户的动态到处可闻。此期为有心大户操作甚久之后,逐渐获利了结的时期,他们所卖的虽非最高价,但结算获利已不少,精明的投资人也趁此机会了结观望,只有中散户被乐观气氛冲昏了头而越买越多。

(5) 老年涨升期:即一般所称的末升段。此时景气十分繁荣,发行公司的盈余均为大增,反映在证券市场,除了人气一片沸腾之外,新股亦为大量发行,而上涨的股票多为以前少有成交的冷门股,原为热门的股票反而开始有着步履沉重的感觉。该期的成交量常破记录地暴增,暴涨暴跌的现象屡有可见,投资大众手中大多拥有股票,以期待股价进一步上升,但是股价的涨升却显得步履蹒跚,而反映在成交量上面的,便常有以下现象:股价上升但成交量减少,股价下跌但成交量反而增加。该阶段行情的操作犹如刀口舐血,如果短线操作成功的话会大有斩获但是一般投资人大多在此阶段惨遭亏损,甚至落得倾家荡产的局面。

(6) 下跌幼年期:即为K线理论上的渐落期,也称初跌期,由于多数股价都已偏高,欲涨乏力的结果,不少投资人于较难获利之余已开始反省。此时大主力多头均已出货不少,精明的投资人见利渐减少,套得牢牢的中散户们心里虽然产生犹豫,但还是期望着行情仅是回档,期待着另一段涨升的到来,甚至买进摊平的实例也到处可见,只有冷门股已开始大幅下跌,此为该段行情的重要指标之一。

(7) 中间反弹期:即称新多头进场或术语上所称的逃命期。该期由于成交量的暴减,再加上部分浮额的赔本抛售,使得多数股价的跌幅已深。高价卖出者和企图摊平高档套牢的多头们相继进场,企图挽回市场的颓势,加上部分短空的补货,使得股价止跌而转向坚挺,但由于反弹后抢高价者已具戒心,再加上部分短线者的获利回吐,使得股价欲涨乏力,于弹升之后又再度滑落。少数精明的投资人纷纷趁此机会将手上的股票卖出以求“逃命”,而部分空头趁此机会介入卖出。

(8) 下跌的壮年期：一般称为主跌段行情，此时大部分股价的跌幅渐深，利空的消息满天飞，股价下跌的速度甚快，甚至有连续几个停板都卖不掉的。以前套牢持股不卖的人信心也已动摇，成交量逐渐缩小，不少多头于失望之余纷纷卖光股票退出市场，而做多的中散户也已逐渐试着做点小空。

(9) 下跌的老年期：即称末跌段，有以沉衰期称之。此时股价跌幅已深，高价套牢要卖的已经卖光了，未卖的也因赔得太多，而宁愿抱股等待。该阶段的成交量很少是其特色之一，股价的跌幅已经缩小，散户浮空到处可见，多数股票只要一笔买进较多股票的话，便可涨上好几档，但不再有支撑续进的话，不久则又将回跌还原。股市投资大众手上大多已无股票，真正有眼光的投资人及大户们，往往利用此期大量买进。

大波段的周期循环为上述九大阶段，只要我们能够适时将现段的行情性质予以分析，明确区分属哪一时期，再确立做多、做空、长线、短线等操作原则，获利机会便可增加许多。

三、所在行业角度把握的技巧

1. 上市公司所属行业对股价的影响

分析上市公司所属的行业与股票价格变化关系的意义非常重大。

首先，它是国民经济形势分析的具体化。我们在分析国民经济形势时，根据国民生产总值等指标可以知道或预测某个时期整个国民经济的状况。但是整个经济的状况与构成经济总体与各个行业的状况并非完全吻合。当整个经济形势好时，只能说明大部分行业的形势较好，而不是每个行业都好；反之，经济整体形势恶化，则可能是大多数行业面临困境，而可能某些行业的发展仍然较好。分析国民经济形势也不能知道某个行业的兴衰发展情况，不能反映产业结构的调整。

例如，以前美国的铁路处于鼎盛时期，铁路股票炙手可热。但是在今天，约有一半以上的美国人没有坐过火车，铁路股票已不能再引起人们的兴趣。相反，过去被人们冷落的高新技术产业如计算机、移动式电话等行业的股票现在已是门庭若市。这些说明，只有进行行业分析，才能明确地知道某个行业的发展状况，以及它所处的行业生命周期的位置，并据此作出正确的投资决策。如果只进行国民经济形势

分析,那么我们只能了解某个行业的笼统的、模糊的轮廓。

其次,进行行业分析可以为更好地进行企业分析奠定基础。如果我们只进行企业分析,我们可以知道某个企业的经营和财务状况,但不能知道其他同类企业的状况,无法通过横向比较知道目前企业在同行业中的位置,而这在充满着高度竞争的现代经济中是非常重要的。

第三,行业所处生命周期的位置制约着或决定着企业的生存和发展。汽车诞生以前,欧美的马车制造业曾经是何等的辉煌,然而时至今日,连汽车业都已进入生命周期中的稳定期了。这说明,如果某个行业已处于衰退期,则属于这个行业中的企业,不管其资产多么雄厚,经营管理能力多么强,都不能摆脱其阴暗的前景。现在还有谁愿意去大规模投资于马车生产呢?投资者在考虑新投资时,不能投资到那些快要没落和淘汰的“夕阳”行业。投资者在选择股票时,不能被眼前的景象所迷惑,而要分析和判断企业所属的行业是处于初创期、成长期,还是稳定期或衰退期,绝对不能购买那些属于衰退期的行业股票。

2. 行业的经济结构分析

行业的经济结构随该行业中企业的数量、产品的性质、价格的制定和其他一些因素的变化而变化。由于经济结构的不同、行业基本上可分为四种市场类型:完全竞争、不完全竞争和垄断竞争、寡头垄断、完全垄断。

(1) 完全竞争。完全竞争是指许多企业生产同质产品的市场情形 完全竞争的特点是:

- ① 生产者众多,各种生产资料可以完全流动;
- ② 产品不论是有形或无形的,都是同质的,无差别的;
- ③ 没有一个企业能够影响产品的价格;
- ④ 企业永远是价格的接受者,而不是价格的制定者;
- ⑤ 企业的盈利基本上由市场对产品需求来决定;
- ⑥ 生产者和消费者对市场情况非常了解,并可自由进入或退出这个市场。

从上述特点可以看出,完全竞争是一个理论性很强的市场类型,其根本特点在于所有的企业都无法控制市场的价格和使产品差异化。在现实经济中完全竞争的市场类型是少见的初级产品的市场类型较相似于完全竞争。

(2) 垄断竞争。垄断竞争是指许多生产者生产同种但不同质产

品的市场情形。垄断竞争的特点是:

① 生产者众多,各种生产资料可以流动;

② 生产的产品同种但不同质,即产品之间存在着差异,产品的差异性是指各种产品之间存在着实际或想象上的差异,它是垄断竞争与完全竞争的主要区别;

③ 由于产品差异性的存在,生产者可以树立自己产品的信誉,从而对其产品的价格有一定的控制能力。在国民经济各产业中,制成品的市场一般都属于这种类型。

(3) 寡头垄断。寡头垄断是指相对少量的生产者在某种产品的生产中占据很大市场份额的情形。在寡头垄断的市场上,由于这些少数生产者的产量非常大,因此他们对市场的价格交易具有一定的垄断能力;同时,由于只有少量的生产者生产同一种产品,因而每个生产者的价格政策和经营方式及其变化都会对其他生产者形成重要影响。因此,在这个市场上,通常存在着一个起领导作用的企业,其他企业随该企业定价与经营方式的变化而相应地进行某些调整。资本密集型、技术密集型产品,如钢铁、汽车等,以及少数储量集中的矿产品如石油等的市场多属这种类型,因为生产这些产品所必需的巨额投资、复杂的技术或产品储量的分布限制了新企业对这个市场的侵入。

(4) 完全垄断。完全垄断是指独家企业生产某种特质产品的情形,特质产品是指那些没有或缺少相近的替代品的产品。完全垄断保分为两种类型:

① 政府完全垄断,如国营铁路、邮电等部门。

② 私人完全垄断,如根据政府授予的特许专营或根据专利生产的独家经营,以及由于资本雄厚、技术先进而建立的排他性的私人垄断经营。

完全垄断市场类型的特点是:

① 由于市场被独家企业所控制,产品又没有或缺少合适的替代品,因此,垄断者能够根据市场的供需情况制定理想的价格和产量,在高价少销和低价多销之间进行选择,以获取最大的利润。

② 垄断者在制定产品的价格与生产数量方面的自由性是有限度的,它要受到反垄断法和政府管制的约束。在现实生活中,公用事业(如发电厂、煤气公司、自来水公司和邮电通信等)和某些资本、技术高度密集型或稀有金属矿藏的开采等行业属于这种完全垄断的

市场类型。

3. 行业生命周期分析

通常,每个行业都要经历一个由成长到衰退的发展演变过程。这个过程便称为行业的生命周期。

一般地,行业的生命周期可分为四个阶段,即初创阶段(也叫幼稚期)、成长阶段、成熟阶段和衰退阶段。下面分别介绍行业的不同发展阶段的情况。

(1) 初创阶段。在这一阶段,由于新行业刚刚诞生或初建不久,因而只有为数不多的创业公司投资于这个新兴的产业,由于初创阶段行业的创立投资和产品的研究、开发费用较高,而产品市场需求狭小(因为大众对其尚缺乏了解),销售收入较低,因此这些创业公司财务上可能不但没有盈利,反而普遍亏损;同时,较高的产品成本和价格与较小的市场需求还使这些创业公司面临很大的投资风险。另外,企业还可能因财务困难而引发破产的危险。

在初创阶段后期,随着行业生产技术的提高、生产成本的降低和 market 需求的扩大,新行业便逐步由高风险低收益的初创期转向高风险高收益的成长期。

如果打算对该行业进行投资则意味着:只有为数不多的几家公司可以选择,投资风险很大,投资收益可能很高。

(2) 成长阶段。在这一时期,拥有一定市场营销和财务力量的企业逐渐主导市场,这些企业往往是较大的企业,其资本结构比较稳定,因而它们开始定期支付股利并扩大经营。

在成长阶段,新行业的产品经过广泛宣传和消费者的试用,逐渐以其自身的特点赢得了大众的欢迎或偏好,市场需求开始上升,新行业也随之繁荣起来。与市场需求变化相适应,供给方面相应地出现了一系列的变化。由于市场前景良好,投资于新行业的厂商大量增加,产品也逐步从单一、低质、高价向多样、优质和低价方向发展,因而新行业出现了生产厂商和产品相互竞争的局面。这种状况会持续数年或数十年。由于这一原因,这一阶段有时被称为投资机会时期。这种状况的继续将导致生产厂商随着市场竞争的不断发展和产品产量的不断增加,市场的需求日趋饱和。生产厂商不能单纯地依靠扩大生产量,提高市场的份额来增加收入,而必须依靠追加生产,提高生产技术,降低成本,以及研制和开发新产品的方法来争取竞争优势,战胜竞争对手和维持企业的生存。但这种方法只

有资本和技术力量雄厚、经营管理有方的企业才能做到。那些财力与技术较弱,经营不善,或新加入的企业(因产品的成本较高或不符合市场的需要)则往往被淘汰或被兼并。因而,这一时期企业的利润虽然增长很快,但所面临的竞争风险也非常大,破产率与合并率相当高。在成长阶段的后期,由于产业中生产厂商与产品竞争优势淘汰规律的作用,市场上生产厂商的数量在大幅度下降之后便开始稳定下来。由于市场需求基本饱和,产品的销售增长率减慢,迅速赚取利润的机会减少,整个行业开始进入稳定期。

在成长阶段,虽然行业仍在增长,但这时的增长具有可测性。投资成长阶段行业,由于受不确定因素的影响较少,行业的波动也较小,而且有较多公司可以选择,此时投资者蒙受经营失败而导致投资损失的可能性大大降低,但由于此时行业内竞争日趋激烈,公司投资价值良莠不齐,不断会有劣势企业被淘汰,不能认为所有朝阳行业内的公司都值得投资,只有那些资本实力和技术力量雄厚,市场份额不断扩大的优势企业才值得重点关注。

(3) 成熟阶段。行业的成熟阶段是一个相对较长的时期。在这一时期里,在竞争中生存下来的少数大厂商垄断了整个行业的市场,每个厂商都占有一定比例的市场份额。由于彼此势均力敌,市场份额比例发生变化的程度较小。厂商与产品之间的竞争手段逐渐从价格手段转向各种非价格手段,如提高质量、改善性能和加强售后服务等。行业的利润由于一定程度的垄断达到了很高的水平,而风险却因市场比例比较稳定,新企业难以打入成熟期市场而较低,其原因是市场已被原有大企业比例分割,产品的价格比较低。因而,新企业往往会由于创业投资无法很快得到补偿或产品的销路不畅,资金周转困难而倒闭或转产。

在行业成熟阶段,行业利润稳定但增长率不高,整体风险也会维持在一个较低的水平。但在某些情况下,整个行业的增长可能会完全停止,其产出甚至会下降。由于丧失了资本的增长,行业的发展很难较好地保持与国民生产总值同步增长,在国民生产总值减少时,行业甚至蒙受更大的损失。

值得着重指出的是成熟阶段的行业有可能二次飞跃,重新进入快速成长期。前提是有新的重大技术突破使成本大大降低或者是开发出全新一代产品,重新产生巨大的市场需求。家电行业是典型的例子,已经进入成熟阶段的家电在数字技术的推动下,产生了向

“信息家电”发展的新趋势,前景难以限量。

(4) 衰退阶段。这一时期出现在较长的稳定阶段后。由于新产品和大量替代品的出现,原行业的市场需求开始逐渐减少,产品的销售量也开始下降,某些厂商开始向其他更有利可图的行业转移资金。因而原行业出现了厂商数目减少,利润下降的萧条景象。至此,整个行业便进入了生命周期的最后阶段。在衰退阶段里,厂商的数目逐步减少,市场逐渐萎缩,利润率停滞或不断下降。当正常利润无法维持或现有投资折旧完毕后,整个行业便逐渐解体了。

一般而言,投资者应避免开衰退阶段的行业,然而从我国股票市场角度看,夕阳行业的上市公司中又往往有资产重组的可能,投资者可对这些上市公司谨慎关注。

4. 行业周期与行业分析

各行业变动时,往往呈现出明显的、可测的增长或衰退的格局。这些变动与国民经济总体的周期变动是有关系的,但关系密切的程度又不一样。据此,可以将行业分为三类。

(1) 增长型行业。增长型行业的运动状态与经济活动总水平的周期及其振幅无关。这些产业收入增长的速率相对于经济周期的变动来说,并未出现同步影响,因为它们主要依靠技术的进步、新产品推出及更优质的服务,从而使其经常呈现出增长状态。在过去的几十年内,计算机和打印机行业表现了这种状态。投资者对高增长的行业十分感兴趣,主要是因为这些行业对周期性波动来说,提供了一种财富“套期保值”的手段。然而,这种行业增长的状态却使得投资者难以把握精确的购买时机,因为这些行业的股票价格不会随着经济周期的变化而变化。

(2) 周期型行业。周期型行业的运动状态直接与经济周期相关。当经济处于上升时期,这些行业会紧随之扩张;当经济衰退时,这些行业也相应跌落。产生这种现象的原因是,当经济上升时,对这些行业相关产品的购买被延迟到经济改善之后。例如珠宝行业、耐用品制造业及其他依赖于需求的收入弹性的行业,就属于典型的周期性行业。

(3) 防御型行业。还有一些行业被称之为防御型行业。这些行业运动状态的存在是因为其产业的产品需求相对稳定,并不受经济周期处于衰退阶段的影响。正是因为这个原因,对其投资便属于收入投资,而非资本利得投资。有时候,有经济衰退时,防御型行业