

股市散户专递系列之三

吴福明 编著

与庄共舞

上海财经大学出版社



股市散户专递系列之三

上海财经大学出版社



与庄共舞

吴福明 编著

图书在版编目(CIP)数据

与庄共舞/吴福明编著. —上海:上海财经大学出版社,1999.9
(股市散户专递系列)

ISBN 7-81049-302-7/F·250

I. 与… II. 吴… III. 股票-证券交易-基本知识 IV. F830.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 47456 号

丛书策划	王联合
责任编辑	黄磊
美术编辑	周卫民
责任出版	朱静怡

YU ZHUANG GONG WU
与 庄 共 舞

吴福明 编著

上海财经大学出版社出版发行
(上海市中山北一路 369 号 邮编 200083)
新华书店经销

上海印刷七厂一分厂印刷装订

1999 年 9 月第 1 版 2000 年 3 月第 3 次印刷

850mm×1168mm 1/32 7.25 印张 162 千字
印数 12 001—18 000 定价: 14.00 元

前 言

买股票会赚钱吗？这是一个让人难以回答的问题。不过，就长线而言，持续的经济增长，规范和发展证券市场的《证券法》的颁布和施行，已经为广大投资者分享中国改革开放成果打下了良好基础。

“一赚二平七亏”曾用来形容股市中，尤其是散户的被动局面。与机构投资者相比，散户的劣势是显而易见的：资金规模小、技术工具缺乏、信息不畅、时间精力不足；不仅如此，实际操作中主力通常可以用筹码与资金来进行双向操作；等等。但散户也有散户的优势。俗话说，船小好调头，在局部时间、局部板块，小资金快进快出，尤其在熊市里常能化险为夷；主力之间的多空大搏杀也常常为散户创造了较佳的盈利机会。

市场每天都在变化。交易制度变化了，沪深千余家股票不再齐涨共跌了，散户，尤其是新股民怎么办？认识股市、熟悉股市不同时间的流行色，掌握最基本、最简单的适用于散户特点的知识是一条捷径。尽管笔者曾在不少证券类报刊杂志上扮演荐股播主的角色，但散户究竟有没有因此获益？笔者无从知晓。股市是智力型的游戏，同散户一

道在中国股市中寻求大智慧,并寻找操作理念上的大突破,实实在在替散户呐喊一声,这才是笔者最迫切的愿望。

实现这个愿望的过程是复杂的。这除了同出版社的同志进行了选题探讨之外,一些权威证券报刊上的散户操作案例经过精心穿插,也成为本书奉献给中小散户最直观、最身临其境的礼物中的一部分。任峥和罗舟先生还分别参与了本系列中《跑赢大市》第三章和第六章的撰写。在此一并致谢。

股市有风险。散户如果仅希望依本套书而迅捷致富,则有违笔者的初衷。写散文讲究“形散而神不散”,散户入市亦应“形散而神不散”——继续去做你该做的那份工作,不强求非做职业投资者,不一定天天泡在证券公司营业大厅,留一份关注和热情足矣。

人在股市,理性看涨跌,潇洒对盈亏。

作者

1999年9月于上海

目 录

第一章 无庄不兴:中国股市独特的风景线

- 何以成庄/3
- 坐庄“苏常柴”的故事/9
- 庄家=主力/14
- 心中无庄胜有庄/20

第二章 雾里看庄:别乱了你的方寸

- 收集——羞答答的玫瑰静悄悄地开/27
- 推高——那人已在灯火阑珊处/40
- 派发——滚烫的红火球抛给谁/45
- 跟庄的感觉——多情总被无情恼/50

第三章 发现价值:基金也“坐庄”

- 新主力撩开神秘的面纱/59

超级大主力如何运作/62
看清基金“坐庄”的“真谛”/69
基金重仓持有的股票值得买吗/71
超级大主力能走多远/75

第四章 你看,你看,庄家的影子

成交量不可不察/87
庄家底部介入的影子/93
庄家震仓洗盘的信号/101
破译庄家的“心电图”/107

第五章 洞察玄机:识别庄家的陷阱

识破庄家的骗线陷阱/119
谨防空头陷阱与多头陷阱/126
不要被“拨档子”拨昏了头/132
识别庄家对敲的把戏/134
财务报表陷阱不可不防/136

第六章 将心比心:假如你是庄家

- 兵贵神速——“闪电战”不可缺/149
- 板块联动促比价效应/153
- 只可智取不可硬冲/154
- 顺势而为/156
- 政策风险不能熟视无睹/157
- 题材怎么出/164
- 结语/170

第七章 审时度势:别让机遇与你擦肩而过

- 涨停板前细思量/175
- 配股前后有“花头”/181
- 跟庄要跟强庄股/189
- 该出手时就出手/199

第八章 业绩与题材:庄家割舍不了的情结

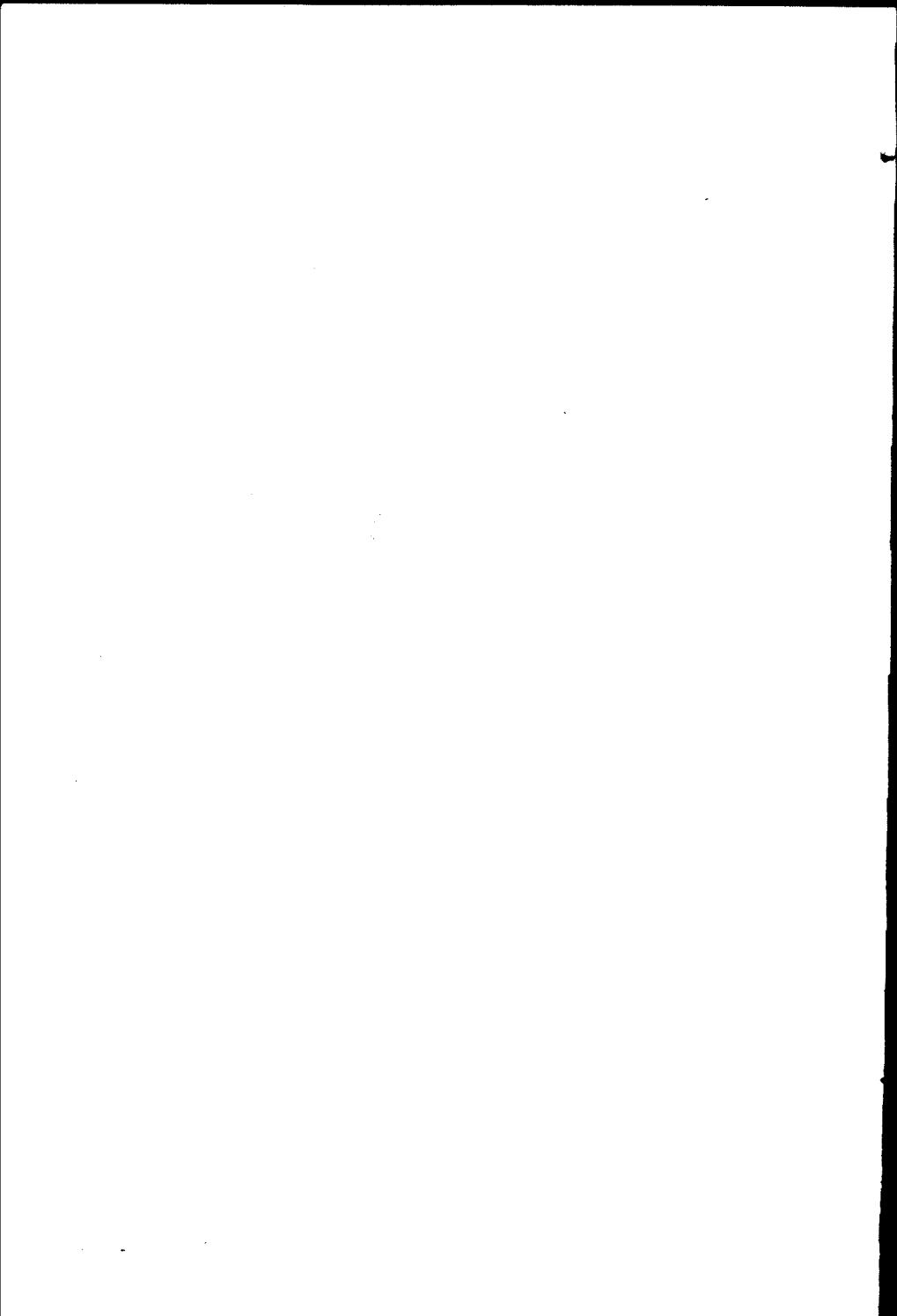
- 再回首:跨年度行情,几度风雨几度春秋/203
- 解开庄家的岁末情结/209
- 国企退出股市炒作后,谁是未来的大庄家/212
- 个股情结:庄家的绣球抛向谁/218

第一章

无庄不兴：

中国股市

独特的风景线



何以成庄

股票也是一种商品，只不过它是一种金融商品。既然是商品，大都离不开买卖与价格的升降。一般的商品价格是随行就市，买的人多了价格就升上去，卖的人多了价格就自然降下来。股票的市场价格也离不开买和卖的力量对比。股票每一天的买卖双方力量对比都不一样，于是就有了价格的波动。而之所以买卖力量会有所变化，则取决于大家对该股票的后市看法有分歧。这里的买卖者不像集贸市场中的买卖那样，股市中的买是为了卖，目的是在日后赚取差价收入，真正为买而买的人恐怕很少，除非是自己把整个公司买下来。

（一）“零和”游戏的主角与配角

来到这个市场，大家都想贱买贵卖，而真正能够赚到钱的人的比例还不到10%。在股市中，当某人赚钱时必有某人亏钱，其总数为零，这是所谓“零和”游戏。而股市又不是简单的“零和”游戏。因为公司业绩的增长会为股市带来增量收益，而前面的人“透支”后面的人的收益，后面的人又“透支”后面的人……如此往复，令股市中充斥着永远也说不清道不明的金钱游戏。这种游戏的独特性在于它把金钱的变化置于刹那间。既然是游戏，总得有个中心角色，股市中的主角是庄家，配角是散户。庄家调节着股票的买和卖，

人人都想贱买贵卖,庄家亦是如此。股票是分散在许多人手中的,这些人中有手握重金的机构,有实力不凡的个人大户,但更多的是普通散户。如果手握重金的机构想坐庄成为主角的话,它面对的是一个如何使买方与卖方在新的价位成交的市场。买方与卖方通常是各自互不了解的无数个分散的参与者,买进或卖出都有其心理价位。而且,通常有这样的情况,有股票的人总期望价格涨上去而获利,有资金的人总期望价格掉下来少花钱,在同一时间与空间上,参与者很难达成一致,体现在股票的价格走势与成交量上就显示出价格有行无市与成交量的“散步坑”。但如果相同的买者与不同的卖者在不同的时间上进行交易则往往易成交。因为随着时间的推移,不同时间上的参与者可能更能找到“相通”之处,譬如半年前某只股票在12元很难成交,这表明当时买方与卖方对这一价位有分歧,买者认为贵,卖者认为贱。没有人会贵买,也没有人会贱卖。而目前同样的卖者在12元的价位上就会找到更多的买者。问题在于半年前的卖者在一时找不到对手的情况下又不愿意贱卖,必然导致该股票的成交不活。如果此时有某一大庄家半年前先将卖者的筹码买进,则卖者腾出了资金再去参加新的交易,其实际意义在于庄家这样一介入带动了市场的买方力量,使得买方与卖方在更大规模交易上达成协议。此时庄家充当了买方的主角,启动了买方力量。作为市场的参与者之一,庄家也力争贱买贵卖,只不过它的买卖数量庞大,而不像众多分散的参与者那样斤斤计较,这客观上为活跃市场创造了条件。庄家大规模的买是为了日后的贵卖,所以如何在

其买卖间隔内使市场参与者确信其卖出的价格合理，就成为庄家面临的首要难题。于是庄家除了运用手中的筹码来进行买卖调节价格外，更重要的是如何在一定时间内找到使其股价升值的东西，这就是所谓“发现价值”。其过程可长可短，短则几天，长则数年。如何发现价值是庄家坐庄的核心。所以，庄家是市场中客观的存在，一方面它扮演着市场中介的角色，连结买方与卖方；另一方面它又是市场价格的驱动者，特别是市场人气散溃之时，庄家的存在至关重要。

（二）庄是客观的存在

股市的存在就有庄家的存在，庄家代表着市场的一支不可缺少的力量。它可以是具体的人，也可以是抽象化的人。庄家是市场力量分分合合的产物。从股票的筹码分布来看，假设某只股票没有庄家，则其分布状况是，分散——分散，买方与卖方处于相互分隔状态，从而使市场交投沉闷。若该股有庄介入，则其筹码的分布状况是：分散——集中——分散，庄家将筹码分散的两头连在一起。中国股市投资者 90% 为散户，尽管已有证券投资基金作为机构投资者参与市场，但其规模有限。在一个以散户为主的市场中，庄家的存在就更有其价值。庄家从散户手里收集筹码，此为筹码由分散到集中的过程；通过价值发现再将筹码派发，此为筹码由集中到分散的过程。反过来，众多散户的买卖活动又为庄家的收集与派发提供了便利条件。即使中国股市将来逐步发展到以投资基金等机构为主，也需要发现价

值型的庄家存在,此时庄家的对手不是散户而是与其实力不相上下的机构投资者。

(三)庄家不是“超人”

自1990年12月上海与深圳两个交易所相继成立以来,国内股市已走过风风雨雨近十个年头了,其间曾演绎着一个又一个美丽与丑恶的故事。它荡涤着人们的心灵,磨炼着人们的意志。特别是那些经历过大涨大跌后的人们,永远也不会忘记其间的征战经历。面对诱人的金钱游戏,玩它一把来检验一下自己的能力,是许多人的想法。但玩的时候你会将酸甜苦辣的滋味都尝遍。亏钱并不可怕,它能令人反思、催人奋进;赚钱不要得意,没有人在股市中永远只赢不亏。庄家是人不是神,没有散户的追捧,它就成不了气候。“天下没有白吃的午餐”,庄家之所以坐庄,无非也是想从股市中赚钱。如何赚钱呢?长期投资绩优股可以获得稳定的丰厚红利或红股;短线运作旨在搏取差价。难就难在股市波动是不以庄家的意志为转移的,只看到庄家征战潇洒的一面,你会吃大亏的。庄家也只能顺势而为。庄之所以成庄,在于它有超人之举,在于它能随机应变。熊市时人们呼唤庄家来发现价值带动大盘摆脱困境,牛市时人们希望庄家“鞭打快牛”,盘整市中人们希望庄家“振臂一呼”。一时间,庄家似乎成了人们心目中的圣人,只愿奉献、不求索取。但庄家不是超人,庄家是如你般意图明确的人。何以成庄?在于它比你更有资金与信息的优势,在于它对股市中势的把握比你更胜一筹。

附：国外庄家制度(也称造市商制度)的基本概况

(说明：庄家制度是一种市场制度。我国在 1996 年曾广泛探讨这一制度。这里以推行庄家制度相当成功的美国那斯达克证券市场为例，介绍庄家制度的特点与作用。)

创建于 1971 年的美国那斯达克证券市场是全球第一家电子化的证券市场。现代高科技电子技术的应用，使这个年轻的市场经历不算长的时间而跃居为全美第二。除了“无楼面竞争”外，拥有众多庄家是该市场的一个显著特点。

所谓庄家，指的是为赢得投资者对那斯达克各种证券的订单指令而相互公开竞争的独立的证券商。由于那斯达克市场内众多相互竞争的庄家的存在，从而形成了一个与以往传统的交易所单一专家制不同的新型庄家制。在这种激烈的竞争环境下，得益最大的还是客户。

目前，在那斯达克上市的所有公司都有几家相互竞争的证券商担任其庄家。他们中许多都是全球著名的证券公司，如美林、摩根·斯坦利、高盛、雷曼兄弟以及史密斯·巴尼等。有了高级别的公司，更有高标准的规定。根据美国联邦证券法律，以及证券与交易委员会(SEC)和全国证券交易者协会制定的有关规章，庄家必须做到：保持详细的交易记录，坚持财务责任标准；不间断地在买、卖双边进行操作，在最佳价格时有限额地接受并执行有关指令；发布有效的买、卖两种报价；在交易完成后的 90 秒内报告有关交易情况等。

完善的法规、合格的庄家，目的是为投资者和上市公司提供更好的服务。对投资者而言，那斯达克市场上激烈的

庄家竞争能基本确保得到最佳价格；不间断的交易活动避免了其他单一专家制的证券市场经常出现的交易停止现象；交易的连续及每种证券有多位庄家同时报出最佳的递盘价或发盘价，不仅使市场交易得以有更雄厚的基础，还增强了市场的流通性。对公司来说，众多庄家的交易和销售部门会对其经营交易的证券定时进行跟踪分析，并引发其他投资者的关注，从而提高公司的知名度；而全球几十万个电脑终端对那斯达克市场行情的传送更是“无形的广告”。

那么，庄家究竟是如何进行操作的呢？简言之，各庄家通过那斯达克市场上被称之为“工作台”的电子终端网络自行买卖证券，并通过激烈的竞争赢得投资者的订单。根据有关规定，凡是在那斯达克上市的公司最少要有两个庄家为其“定向操盘”。而在通常状况下，每个公司的股票平均有12个庄家，一些较活跃的证券更是有40多个庄家。那斯达克市场的证券价格正是众多竞争者在市场上通过高透明度的竞争产生的。

当投资者发出按市价买进或卖出某一证券的指令后，其经纪人将按程序把指令传回公司的交易室。如果该公司正好是该证券的庄家，一般会在公司内部按等于或高于各相互竞争的庄家当时在那斯达克所报的最佳价格执行该指令；如公司不是该证券的庄家，则通过另一家公司的庄家执行。对于一些小额指令，公司可能通过自动成交系统与另一庄家完成该笔交易。

庄家必须报出“有效的”递盘价和发盘价。所谓递盘价是指庄家愿意买入的价格，发盘价是指庄家愿意卖出的价

格。庄家要随时准备按照各自在那斯达克市场上公布的价格进行交易。交易既可按正常的交易单位进行,也可以按庄家自己公布的交易限量进行。在这两种选择中,遵循“量大优先”的原则。在那斯达克,大多数交易通过各种电子系统自动报告。对于其余的交易,庄家必须在交易完成的90秒内通过那斯达克工作站报告。上述报告随即传至市场数据收集者,并通过他们的网络对外公布。

坐庄“苏常柴”的故事

“苏常柴”的全称是江苏常柴股份有限公司。该公司主要生产农用柴油机,1994年3月募股,同年7月上市。当时发行价为每股3.9元,上市之初曾跌破发行价,在2元左右徘徊。现在回过头来看看这简直不可思议。然而,当时的市场就是这样。1995年5月以后,“苏常柴”的投资价值开始被市场发现,股价从6元左右启动,一路上扬,两年之内股价翻了四倍多。“苏常柴”现在已是深市40个绩优成份指数股之一。第一个发现其价值并充当庄家角色的人无疑值得众人钦佩。“苏常柴”的价值发现不仅仅是庄家坐庄的成功典范,而且它首创了成功投资绩优股的概念,首开国内投资界对上市公司进行调查研究的风气。且看某著名的投资管理公司是如何先人一步,慧眼识珠,坐庄“苏常柴”的。