

量价实战分析快速入门



[量价实战分析快速入门_下载链接1](#)

著者:康凯彬 编

[量价实战分析快速入门_下载链接1](#)

标签

评论

行行hhhhhhhhhhhhhhhhhhhhhhhhhh

对低手很有用.高手无用.太简单了

纸张质量不错，还没认真看，比新华书店便宜不少，推荐购买！

讲的指标过多，内容分布觉得不太合理

慢慢学习，书应该是不错的。。。

。。。。。。。。。。还是不错的

很好很好很好很好很好很好很好很好很好

多学习，有好处。。。。。。。。。。

印刷清楚，看起来舒服。

书没有想像中的好，内容很一般

内容简单的看了下，还好比较容易懂，只是想了解一下。。。

还在看，不如预期的好。

一般一般一般一般一般一般一般一般

很一般，纸张很粗糙，打开还有纸张切割后的一些粉末

作者真够可以的你就把第一版重新排版号称第2版，蒙人的方法真低级，记住你了

今天刚刚拿到书，这本:360.低买高卖。
量价实战分析快速入门以分析量价之间的关系为主要内容，全书共分七个章节，其中包括量价关系基本常识、成交量的各种指标、量价关系走势分析、透过成交量判断主力动向、从成交量异动中寻找盈利机会、量价关系实战技巧以及提防成交量陷阱，这些内容对实战操作者来说具有非常重要的指导意义。量价实战分析快速入门以分析量价之间的关系为主要内容，分七个章节。包括量价关系基本常识、成交量的各种指标、量价关系走势分析、透过成交量判断主力动向、从成交量异动中寻找赢利机会、量价关系实战技巧、提防成交量陷阱。
量价实战分析快速入门以实战案例为依据，详细剖析了各个阶段中股价与成交量变化所表达的市场意义，帮助投资者学会通过分析和运用量价关系来获取收益。量价实战分析快速入门内容通俗易懂，是一本不可多得的投资参考书。一、什么是成交量
成交量是指某一只股票在某一时段所成交的资金量或是筹码数量。股市中的成交量为股票买卖双方达成交易的数量。它是一种供需的表现，当股票供不应求时，市场交投活跃，人们纷纷买进，成交量就会增大反之，当股票供过于求时，市场冷淡，买家稀少，成交量就会下降。所以说，成交量是股市行情的晴雨表，它控制和影响着股价的上升和下降。成交量也是股价的灵魂，股价上涨必须有成交量的推动。若股价上涨到高位出现放量，则表明行情或是出现调整或是已经结束。因此，成交量不仅可以推动行情的发展，也可以表明阶段行情的终结。
成交量有广义和狭义之分，广义的成交量包括成交股数、成交金额和换手率狭义的成交量是指平时最常用的成交股数。成交量是判断股票走势的重要参数，对分析主力行为有重要的参考价值。（一）成交量的表达方式
成交量的主要包括成交股数、成交金额和换手率三种表达方式。1. 成交股数
成交股数是大家最常见的指标，它主要从数据上给我们一个直观的印象。成交股数非常适合对个股成交量做纵向比较，即观察个股历史上放量缩量的相对变化情况。它的最大缺点在于忽略了各只股票流通量大小的差别，难以确切反映出成交活跃的程度，无法对不同股票作横向比较，也不利于投资者掌握主力进出的程度。。当然，现如今在对个股进行研判的时候，最常用的指标仍旧是成交股数。2. 成交金额
成交金额能够直接反映参与市场交易的资金量的多少。该指标没有。计算公式，需要设置三条移动平均线，1、2、3的参数分别取6、12、24。投资者常常用它来分析大盘，因为它排除了大盘中各种股票价格高低不等的干扰，通过对成交金额的研判，使大盘成交量具有纵向的可比性。股市的涨跌虽然不完全取决于资金，但没有资金却是万万不行的。通常所说的两市大盘上亿的成交

文化因素对购房行为的影响。对于房地产行业而言，文化因素的影响力既广而深，其中尤以本人所处的亚文化群体及社会阶层最为重要。例如，对于一个文化气质很浓厚的消费者来说，如果你所销售的物业叫“某某斋、某某山庄”，可能比较迎合这些人的品位，因为这些人总不想与市井俗民为伍。这群消费者对物业的要求既要大气，又要高雅，还要安静。

物以类聚、人以群分，每一阶层的人都有属于他们自己的文化圈子。因此，营造社区文化，并以此来征得目标客户的认同是楼盘推广的有效手段。至于如何营造、营造什么文化，则是在项目前期策划时就已经定下来。

住宅楼的推广尤其需要重视社区文化。通常在旧城区，社区文化都早已形成，像北京的四合院、广州的西关大屋等都凝聚着浓郁的文化传统。如果你所销售的项目是在这些区域，那么，推广时要不要引用这些人们早已熟悉的传统文化，这就需要调查分析了。

2. 社会因素 (1) 参考群体。人的行为受到许多群体的强烈影响。参考群体是指那些能直接或间接影响于人的看法和行为的群体，如家庭、朋友、邻居和同事。

售楼员应努力识别目标客户的参考群体。人们至少在三方面受他们的参考群体的重大影响：参考群体使一个人受到新的行为和生活方式的影响；参考群体还影响个人的态度和自我概念，因为人们通常希望能迎合群体；此外，参考群体还产生某种趋于一致的压力，它会影响个人对实际产品的选择和品牌选择。

(2) 家庭。购买者家庭成员对购买者行为影响很大，在购买者生活中可区分为两种家庭类型。导向型家庭包括一个人的双亲，每个人都从父母那里得到有关政治、经济、个人抱负、自我价值和爱情等方面的指导。即使与双亲之间的相互影响已经不太大了，但双亲对购买者无意识的购买行为的影响仍然是重要的。在我国这样的父母和子女共同生活在一起的国家里，父母的影响力非常大。

对日常购买行为有更直接影响的是有子女家庭，即夫妻加上其子女。它是社会中最重要

的消费购买单位。夫妻在产品购买行为和购买决策作用方面随产品种类的不同而各异。

一般来说，妻子主要购买家庭日用品，特别是像食物、日用杂货等

(3) 文化因素对购房行为的影响。对于房地产行业而言，文化因素的影响力既广而深，其中尤以本人所处的亚文化群体及社会阶层最为重要。例如，对于一个文化气质很浓厚的消费者来说，如果你所销售的物业叫“某某斋、某某山庄”，可能比较迎合这些人的品位，因为这些人总不想与市井俗民为伍。这群消费者对物业的要求既要大气，又要高雅，还要安静。

物以类聚、人以群分，每一阶层的人都有属于他们自己的文化圈子。因此，营造社区文化，并以此来征得目标客户的认同是楼盘推广的有效手段。至于如何营造、营造什么文化，则是在项目前期策划时就已经定下来。

住宅楼的推广尤其需要重视社区文化。通常在旧城区，社区文化都早已形成，像北京的四合院、广州的西关大屋等都凝聚着浓郁的文化传统。如果你所销售的项目是在这些区域，那么，推广时要不要引用这些人们早已熟悉的传统文化，这就需要调查分析了。

2. 社会因素 (1) 参考群体。人的行为受到许多群体的强烈影响。参考群体是指那些能直接或间接影响于人的看法和行为的群体，如家庭、朋友、邻居和同事。

售楼员应努力识别目标客户的参考群体。人们至少在三方面受他们的参考群体的重大影响：参考群体使一个人受到新的行为和生活方式的影响；参考群体还影响个人的态度和自我概念，因为人们通常希望能迎合群体；此外，参考群体还产生某种趋于一致的压力，它会影响个人对实际产品的选择和品牌选择。

(2) 家庭。购买者家庭成员对购买者行为影响很大，在购买者生活中可区分为两种家庭类型。导向型家庭包括一个人的双亲，每个人都从父母那里得到有关政治、经济、个人抱负、自我价值和爱情等方面的指导。即使与双亲之间的相互影响已经不太大了，但双亲对购买者无意识的购买行为的影响仍然是重要的。在我国这样的父母和子女共同生活在一起的国家里，父母的影响力非常大。

对日常购买行为有更直接影响的是有子女家庭，即夫妻加上其子女。它是社会中最重要

的消费购买单位。夫妻在产品购买行为和购买决策作用方面随产品种类的不同而各异。

一般来说，妻子主要购买家庭日用品，特别是像食物、日用杂货等

(3) 文化因素对购房行为的影响。对于房地产行业而言，文化因素的影响力既广而深，其中尤以本人所处的亚文化群体及社会阶层最为重要。例如，对于一个文化气质很浓厚的消费者来说，如果你所销售的物业叫“某某斋、某某山庄”，可能比较迎合这些人的品位，因为这些人总不想与市井俗民为伍。这群消费者对物业的要求既要大气，又要高雅，还要安静。

物以类聚、人以群分，每一阶层的人都有属于他们自己的文化圈子。因此，营造社区文

化，并以此来征得目标客户的认同是楼盘推广的有效手段。至于如何营造、营造什么文化，则是在项目前期策划时就已经定下来。

[量价实战分析快速入门_下载链接1](#)

书评

[量价实战分析快速入门_下载链接1](#)