

| 第1章 |



搞懂量价分析

技术分析理论按研究对象可分为原始分析和指标分析两种。原始分析是指以原始数据为对象进行直接分析，原始数据包含价格、成交量和时间；指标分析是指以指标为对象进行间接分析，其中，指标是由原始数据转化而来的。也就是说，指标分析是建立在原始分析基础上的，一切指标都是量、价、时的延伸。所谓的原始分析就是本书所说的量价分析，因此要成为技术派的高手，量价分析是必须搞懂的。

1.1 追根溯源，量价为王

1.1.1 技术分析的本质

2005年3月15日，那是一个慵懒的午后，我一个人呆坐在窗台前，心想我心爱的姑娘怎么还不给我打电话。

忽然，“嘀嘀嘀……”电话铃声响了，我匆忙地拿起话筒，结果令我大失所望，话筒中传来一个中年男人的声音。

“先生，您好！我想请问一下，您对股市这一块有了解吗？”

“不了解，别打扰我思考人生！”

“在这个时代不了解投资理财可不行啊，这样吧，先生，我们给您推荐一只股票，××股即将大涨。该股今日收十字星，且放出巨量，您下个交易日买入，保底收益15%。本次免费推荐，今后如有需要请联系我们。”

“那还真是谢谢您的一番心意了，不过我想请问您为什么该股收十字

星，并且放出巨量就会大涨。”

“额……反正就是会大涨，这是我们通过一系列高深的、专业并且精确的分析得出的结果。”

“可是经过我更高深、更专业且更精确的分析，我预测它会跌。”

“看来先生是高手？”

“在下姓巴名菲特！”

“嘟……嘟……”（忙音）

这只是一个少年在接到骚扰电话时做的恶作剧而已，那时我的分析既不高深也不专业还不精确，当然我也不叫巴菲特，巴菲特他老人家也不姓巴。这个小插曲让我清晰地意识到一个问题：很多人都在用技术分析，但是大多数人仅仅记住了几个技术形态和指标，他们理解这些技术形态和指标意味着什么吗？他们真的懂技术分析吗？不，他们不懂！认识到这些后，我便立志做一个真正懂技术分析的投资者，做一个能够分析得合乎逻辑有理有据的投资者，做一个不在形态和指标之间含糊其辞的投资者。

接下来，就由如今实现了这些目标的我来给各位讲讲技术分析的本质。

Tips：先从技术分析的定義开始看起，老一辈分析师对技术分析下的定义是：“技术分析是利用数学和统计学的方法，通过对历史数据的研究，把握当前的趋势，并顺势而为，直到有足够的证据证明趋势发生改变为止。”

对于这个定义我总结了以下三点。

（1）强调的是统计数据

技术分析就是通过统计以往某种技术形态出现后股价上涨或下跌的频率，然后根据频率判断这种技术形态出现后是涨的概率大还是跌的概率大，再给这种形态起个像“三只乌鸦”这样让人印象深刻的名字，并把它和涨跌对应起来，一种技术形态就产生了。

（2）分析的是历史数据

技术分析研究的样本都是来自历史数据，这是用过去的的数据预测未来，因为他们相信一切都是循环往复的。如同《圣经》中的这句话：“已有之事，

后必再有；已行之事，后必再行；日光之下，并无新事。”

(3) 研究的是趋势

“市场永远是正确的。”没有人能够走在市场前面，所以技术分析要做的不是预测市场而是判定趋势，并且顺势而为。

看了以上三点你或许会觉得技术分析就是如此，老一辈总结的经验很完美，但你看了我接下来提出的三点质疑和补充，就会觉得当前的技术分析远没有他们总结的那么简单。

(1) 没有什么是不变的

在这样一个资本市场快速发展的时代，股市的变化是显而易见的，今天的市场与过去有一定联系，但市场绝不是循环往复的。利率调整、汇率变动、IPO暂停与重启、重组新规、定增新规……这些无不在说明市场的发展是日新月异的，因此，过于注重历史数据可能会陷入桎梏。如同《增广贤文》里的这句话“世事如棋局局新”，相比《圣经》里的“日光之下，并无新事”，我更相信咱们老祖宗的智慧。

(2) 只研究趋势是不够的

一般情况下趋势是渐变的，因此顺势而为显得很简单，但是有些情况，趋势是会被突然打破的。趋势是由多空双方博弈产生的，因为空头和多头数量巨大，所以趋势稳定，但是主力的参与会打破这种稳定。因此，在A股市场，针对个股的研究只考虑趋势是不够的，技术分析应当包括对主力动向的研究。这是考虑个股的时候。如果考虑大盘，只考虑趋势完全可以，因为没有哪个机构能够影响大盘。

(3) 不重概率重因果

学生时代，我们时常想运用统计学去解决英语考试的难题，我们甚至依照统计数据总结出了“三长一短选最短，三短一长选最长，长短不一要选B，参差不齐就选D”这样的口诀，然而有用吗？牢记口诀的我英语四级不是照样考了四次。

我想借此说明的是：很多技术形态就相当于这些口诀，它们只是通过统计过去的“答案”而总结出来的，然而“题目”是会变的，“题目”一变“口

诀”可能就不适用了。因此我们要去深入了解“口诀”背后的“题目”和“答案”之间的因果关系，而不是一味地去背诵和套用“口诀”。

综上所述，技术分析不该是通过统计手段把形态和涨跌对应起来，而是要通过历史数据中涨跌和形态的关系，推断出形态所代表的意义，从而结合当前市场通过形态判断涨跌。

Tips: 它是一项以达到“知其然，知其所以然”为目的的修行，而不是一种找出规律就能发家致富的方法。所以，技术分析其实是一门研究形态和涨跌之间因果关系的学问。

我之所以要在本书开头刻意强调技术的本质，是因为本书所要讲述的量价关系不仅是技术分析中重要的一种，而且是技术分析的核心，甚至可以说是除了它自身之外的其他技术分析方式的根源。为何这么说？让我们来看看下面的内容，1.1.2节和1.1.3节论证了量价关系是技术分析的核心，1.1.4节论证了量价关系是除它之外的技术分析方式的根源。

1.1.2 股价变动是由买卖力量变动引起的

大部分人不知道影响价格方向性运动的本质因素，总是被市场的风吹草动干扰，总是被别人所谓的成功吸引，总是人云亦云、听消息、看持仓、看指标、打听主力动向……认为这些就是决定价格的因素。这些人真是大错特错了，从古至今，决定价格方向性运动的，只有买与卖的力量对比！

股票交易的竞价分为集合竞价和连续竞价。集合竞价是指对一段时间内接受买卖申报的一次集中撮合的竞价方式，用来确定开盘价和收盘价；连续竞价是指对买卖申报逐笔连续撮合的竞价方式，用来反映盘中的股价变动。股价的不断变动正是因为竞价在持续进行，竞价其实在生活中经常出现，我把它划分为三种模式，股市中的竞价则是这三种模式中最复杂的。我先来给各位介绍一下这三种模式，如图1-1所示。

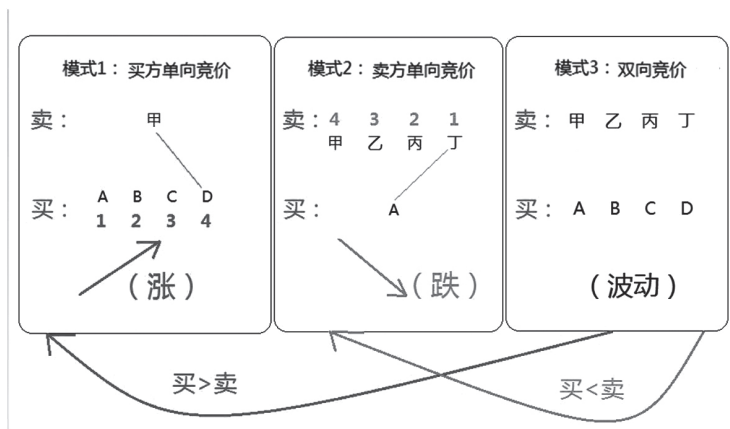


图1-1 竞价三种模式示意图

模式1：买方单向竞价

如图1-1模式1所示，卖方只有甲，买方有ABCD，ABCD都想买甲的东西。A先出价1元，B为了买到必须出价比A高，B出价2元，同理C出价3元，D出价4元；从A到B到C到D这是一个商品不断涨价的过程。

Tips：这种竞价模式好比日常生活中的拍卖会，当拍卖会的卖方拿出某件佳品的时候，买方争相出价，这个过程就是竞价，但这只是买方的单向竞价。用经济学术语来说，就是供不应求的卖方市场。

模式2：卖方单向竞价

如图1-1模式2所示，买方只有A，卖方有甲乙丙丁，甲乙丙丁都想把东西卖给A。甲先出价4元，乙为了让A从自己这里买出价必须比甲低，乙出价3元，同理丙出价2元，丁出价1元；从甲到乙到丙到丁是一个商品不断降价的过程。

Tips：这种竞价模式好比日常生活中的采购经理进货，供货商为了让采购经理从自己这里进货就会相互竞价，不过他们竞的是谁的价格低，这就是卖方单向竞价。用经济学术语来说，就是供过于求的买方市场。

模式3：双向竞价

如图1-1中模式3所示，卖方有甲乙丙丁，买方有ABCD，甲乙丙丁都想把

东西以更高的价格卖出去，ABCD都想以更低的价格买到东西，买卖双方都在竞价。这种双向竞价模式的最终结果一定是产生一个被大多数人所认可的官方交易价格，即在某段时间里甲乙丙丁都以N元出售这件东西，ABCD也都以N元购买这件东西。

但是这个官方价格不是不变的，比如甲某天不愿意卖这件东西了，那么只有乙丙丁在卖这件东西，也就是说供货量从原来的四人份变成了三人份，但是需求量依旧是四人份，就注定有一个人得不到东西，那么谁得不到东西？自然是出价最低的那人。于是ABCD开始新一轮竞价，这件东西的价格也被推高，直到ABCD四人中有一人放弃购买，买卖力量重新平衡，竞价结束，重新产生一个新的官方交易价格。这是卖方力量减弱的假设，买方力量减弱则正好相反。

观察以上三种模式，我们可以发现，买方和卖方的力量才是影响股价涨跌的关键。模式1中商品的价格绝对上涨是因为买方力量远强于卖方，模式2中商品的价格绝对下跌则是因为买方力量远弱于卖方，而模式3中买卖双方力量相差不大，但因为是动态的，买卖双方的力量变动导致了价格的涨跌。

Tips: 当买方力量强于卖方力量时，模式3向模式1变化，商品价格上涨；当卖方力量强于买方力量时，模式3向模式2变化，商品价格下跌。股市里的多头和空头也正是如此竞价的，股价也正是如此涨跌的。

西方经济学中有句话叫作“供求决定价格”，它和本节中的观点是异曲同工的，供不应求商品就会涨价，供过于求商品就会降价。这里的“供求”指的是“有效供求”，即有供应或需求的意愿，也有能力做出供应和需求的行为。一个人想做某事又有能力做这件事，那他肯定会去做，所以“有效供求”其实等于“买卖”。因为有很多朋友误认为“供求”强调的是心理层面，为了规避这一点，我在这里只谈“买卖”不谈“供求”。

1.1.3 量价关系最真实地反映了买卖力量

既然知道了股价变动是由买卖力量变动引起的，那么我们要预测股价走

势的首要任务是考察买卖力量，借助什么指标能更好地做到这一点呢？

大多数人最先想到的肯定是委卖盘和委买盘，一般人肯定觉得委买盘是表示有多少人想买，委卖盘是表示有多少人想卖，这不是最直观地反映了买卖力量的指标吗？确实是最直观，但同时也最难确保真实性。委卖盘和委买盘的数据是最容易造假的，而且造假毫无成本。

委卖盘和委买盘的重点在一个“委”字，“委”是想要的意思，传达的只是一种意愿，但是想买和想卖的人真的会买卖吗？不一定吧。

那么多房托对人到处夸耀某家楼盘的房子多么好，说等开盘了自己一定要去抢一套，然而到最后他们真的会买吗？主力在委卖盘和委买盘上的造假和房地产公司雇用房托没多大区别，只是通过在委卖盘和委买盘挂大单给空头和多头信心罢了，等到快成交的时候这些单子就会被撤掉。既然不会成交，这怎么能算买卖力量的一部分呢？因此，借助委卖盘和委买盘以及与其相关的指标并不是考察买卖力量的最好方式。

Tips: 那么量价关系呢？很多人说“只有成交量是不会骗人的”。这话只说对了一半，“只有萎缩的成交量是不会骗人的”。主力可以通过对倒使成交量放大，但没办法使成交量缩小。

而仅仅是对倒还有很大的限制。首先，主力只能做大个股的成交量，大盘的成交量绝对是真实的；其次，主力要对倒，手中必须得有筹码，这往往是大量吸筹的主力才能做到的，刚建仓的主力 and 游资都无能为力；最后，对倒这种造假方式成本也是不小的，对倒的时候主力不可避免地要吃掉一些散单，大量成交单子的手续费也是一笔不小的支出。

综合来说，成交量还是最不易造假的一个指标。因此，在考察买卖力量时运用成交量以及均笔成交量、内外盘等与成交量相关的指标是最好的选择。

1.1.4 所有指标都是“量、价、时”的延伸

技术分析理论按研究对象可分为原始分析和指标分析两种。原始分析是指以原始数据（价格、成交量和时间）为对象进行直接分析；指标分析是指以

指标为对象进行间接分析，其中，指标是由原始数据转化而来的。也就是说，指标分析是建立在原始分析基础上的，一切指标都是量、价、时的延伸。

比如累积能量线OBV的计算公式为：今日OBV=昨日OBV+sgn×今日成交量。其中，sgn是符号的意思，sgn可能是+1（今日收盘价≥昨日收盘价），也可能是-1（今日收盘价<昨日收盘价），可见，OBV与股价和成交量有关。

移动平均线MA是根据不同天数将股价进行简单或加权平均得到的，分为简单移动平均线和加权移动平均线。可见，MA主要与时间和股价有关。

成交量比率VR的计算公式为： $VR = \frac{VR1}{VR2} \times 100\%$ 。其中，VR1表示N日内股价上升日交易金额总和+（1/2）N日内股价不变交易金额总和，VR2表示N日内股价下跌日交易金额总和+（1/2）N日内股价不变交易金额总和。可见，VR指标主要与时间和成交量有关。

相对强弱指数RSI公式为（以15日RSI为例）： $RSI15 = 100 \times [15\text{日涨幅平均值} / (15\text{日涨幅平均值} + 15\text{日跌幅平均值})]$ 。可见，RSI指标与成交量、时间、价格都有关系……

这些指标，无论多复杂都不会超脱于“量、价、时”三者之外。

看到这里，肯定有读者想问：“既然你说量价关系是研究股价变动最直接有效的方法，那么为什么还会有那么多指标分析存在，肯定是创立这些指标的人觉得量价分析不好啊。”其实，不是量价分析不好，只是任何一种分析都无法面面俱到，指标分析是为了解决一些量价分析无法判断的情况而出现的。

相信大家都听过曹冲称象的故事：

有一次，孙权送给曹操一只大象，曹操十分高兴。大象运到许昌那天，曹操带领文武百官和小儿子曹冲一同去看。曹操的人都没有见过大象。这大象又高又大，光说腿就有大殿的柱子那么粗，人走近去比一比，还够不到它的肚子。曹操想知道大象的重量，就向属下询问方法。大臣们想了许多办法，一个个都行不通。

这时曹操心爱的儿子曹冲对曹操说：“我有办法！”曹冲领着众人来到河边，河里停着一条大船，曹冲叫人把大象牵到船上，在船舷上齐水面的地方刻了一条线。再叫人把大象牵到岸上来，把一块块砖头往船上装，等到船身沉

到刚才刻的那道线的时候就停止，然后让人数砖头的数量，并称出一块砖头的重量，通过简单的计算便算出了大象的重量。

Tips: 我之所以说曹冲称象这个故事是告诉大家，量价分析就好像一把普通的秤，能称大多数东西，但总有一些东西是这把秤称不了的，这时候就必须运用一些特殊的方法来称这个东西，这些演变而来的称量方法相当于股市中的指标分析。

可是我们要知道，每一步转化都会有误差，转化方法越复杂，误差越大。很多人不管碰到什么情况，一上来就用指标分析，可能是因为他们觉得越复杂的东西越高端，也可能是受了一些故弄玄虚的人蛊惑，总之我认为这种做法很不可取。如果仅仅是称几块砖头的重量，你非要用曹冲称象的方法去称，不仅过程复杂，而且相比用秤直接称误差肯定更大。

所以，做技术分析的时候我们要时刻握紧量价分析这把“秤”，当碰到这把“秤”无法称量的时候，我们再考虑转化方法，也就是指标分析。

1.2 量价分析的精髓：成交量是如此变化的

1.2.1 成交量的变化情况远比你想象的复杂

有些人认为成交量的变化无非就是三种情况：放大、缩小和持平。从分类上来说确实如此，但是在做量价分析时只按照这三类进行区分是远远不够的。比如说成交量缩小的情况，买方力量减少会导致缩量，卖方力量减少也会导致缩量，买卖双方力量都减少还会导致缩量，这三种情况传递给我们的信息能一样吗？

好比你去西服店买西服，老板告诉你：“不好意思，本店不做您的生意。”这是卖家不卖给你的情况；再看另一种情况，你看了半天对老板说：“货太次，看不上，告辞。”这是作为买家的你不愿意买的情况。这两种情