

看图说话

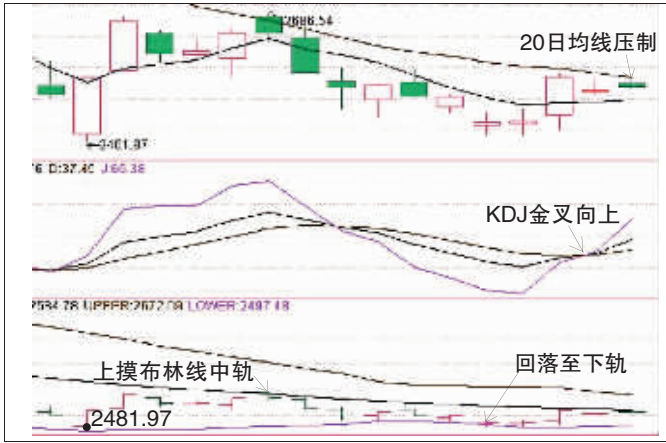
20日均线压制股指上行

■记者 邓桂明

周五,受CPI数据的公布、节假日、世界杯开幕、6月期指交割等诸多效应的影响,谨慎观望的态势依旧笼罩两市。市场还是深强沪弱,深证成指周五再次突破30日均线,沪指也首次突破20日均线,可惜都未能站稳。目前沪指于20日均线和10日均线之间,成交量继续萎缩,不利于指数站稳20日均线。但从BOLL通道来看,目前指数位于中轨2585点

(也就是20日均线)附近,加上KDJ指标金叉上行的推进,只要小长假中市场不出现较大的利空,指数站上中轨的可能性很大,目前的震荡是在消化市场周三获利盘的筹码和节假日的影响。

如图所示,2481点的第一次反弹也是上摸布林中轨后回落至下轨,这次估计能站上,并向上轨发起冲击,而上轨周五的点位是2667.83点,且还在逐日下行,所以此波反弹目前来看不容乐观。



热点板块

接过银行股的枪,钢铁股涨了

分析师:资源类板块持续性不强,不宜跟进

周五,全天盘中表现活跃的是钢铁、有色、煤炭等资源性板块,受利好刺激的河南等区域板块也有一定表现,前期强势的医药、电子、食品等板块弱于大盘,金融、地产表现中规中矩。通胀加剧,资源性板块可以跟进吗?

资源股基本面压力大

金百灵投资分析,近日A股市场的特征较为明显,那就是热点的车轮战。早盘是新股的活跃,在午市后,则

是有色金属股、钢铁股接过涨升先锋大旗。可惜的是,由于此类个股,要么是估值高得离谱,要么是行业景气度一般,下游需求不是太旺盛。既如此,又怎能够指望市场出现跟风买盘如潮的态势?

恒基投资认为,钢铁板块午后大幅拉升的刺激点在于一则关于铁矿石的传闻——受上个月铁矿石价格下跌16%的影响,必和必拓在下一个季度将向钢厂客户力推铁矿石现货价格交

易模式,以取代合同定价。再加上之前国内几大龙头钢企都降低6月份的出厂价格,让憋屈已久的钢铁股一度爆发,但这样的上涨注定和之前的券商、地产一样,主力维持盘面活跃而已,而不能视为一个进场信号。钢铁行业最糟糕的不在于上游原材料价格压力,而在于难以确定下游需求的萎缩会有多严重。

未来热点持续性不会强

从近期公布的半年报预告来看,

上市公司业绩普遍增幅不错,但占据大头的还是原有的传统型行业如煤炭、钢铁,这主要是1季度利润所贡献,2季度及今年下半年难以维持。这些行业和未来的地产调控息息相关。另外,外围市场依旧扑朔迷离,欧洲债信危机还未有太大进展,英国石油公司近期的糟糕处境是否会引发“多米诺骨牌效应”,还不得而知。

有分析师认为,无论在什么市道,都只应做处于上升通道的股票,钢铁、有色、煤炭等板块虽然看起来有点超跌,特别是钢铁,但它们的行情近期注定只是超跌反弹,持续性不强,投资者且莫追高介入。

■记者 邓桂明

首只标准沪深300指数基金(LOF)获批

基金资讯

本报讯 据悉,股指期货推出后的首只标准沪深300指数基金(LOF)——长盛沪深300指数基金(LOF)日前已经正式获得中国证监会批准,将于近期通过招商等各大银行和券商渠道正式发行。

近期以来,受周边股市震荡、宏观经济未来不确定性的影响,国内股市持续低迷。业内人士分析认为,经过前期对股市系统性风险的消化,A股市场在重新筑底之后,有望展开估值回升行情,因此投资者对沪深300等各类指数基金的热情也将继续升温。

据了解,长盛沪深300指数基金(LOF)将采取复制指数的被动管理模式,投资于股票组合的比例不低于基金资产净值的90%,其中投资于沪深300指数成份股及备选成份股的组合比例不低于股票组合资产的80%。 ■记者 李庆钢

新基金进入 绝佳战略布局期

本报讯 刚刚过去的5月,沪指跌幅达到9.70%,创下近9个月来最大月度跌幅。市场在6月能否成功寻底成为多方关注的焦点。

正在发行的大成核心双动力拟任基金经理杨建华指出,从目前股市的估值水平来看,已经逼近2008年金融危机水平,系统性风险已经大幅释放,二次探底的概率相对较小,这其实为新成立的基金提供了绝佳战略布局机会。

杨建华称:“和老基金受契约的限制或多或少都持有股票仓位不同,新基金可以根据行情的发展来决定建仓速度和时间,更加具有主动性,一旦行情逐渐转好,新基金可以选择迅速建仓以分享市场回升所带来的投资收益。” ■记者 李庆钢

金鹰机电 2010年6月20日
距金鹰机电大市场盛大开业还有8天
84090666 / 84013588 / 84090228

解放军第163医院 肛肠微创诊疗中心
主治:内痔、外痔、混合痔、肛周脓肿、肛瘘、肛裂、尖锐湿疣、直肠息肉、直肠癌、肠癌等。
www.163.com 电话:0731-88950608

苏泊尔“智能探头”升级营养美味

从高压锅到电压力锅,人们摆脱了“谈锅色变”的安全焦虑期,电压力锅做为传统高压锅和电饭锅的升级产品,正逐渐获得消费者青睐。自2005年起,逐年快速增长的电压力锅销售数字可以见证这一事实。但随着电压力锅的日益普及,人们对它的要求也水涨船高。安全、快捷已逐渐成为电压力锅产品的基础属性,如何在此之上,满足形形色色消费者挑剔味蕾的需求,成为每个厂商今后不得不面对的难题。

多方发力,各有千秋,电压力锅“安全”技术初长成

尽管传统高压锅的“安全问题”带给消费者的“阴影”使得部分人群对于压力锅的购买和使用心存疑虑,但近年来,由于苏泊尔、美的、双喜等著名企业纷纷布局该市场,促成了传统高压锅向电压力锅的完美“变身”,这一转变在保证快捷的同时又提升了安全性。自2005年起,随着电压力锅的逐渐走俏,产品的安全性逐渐被消费者认可。

“安全”作为消费者最关心的问题,也是各大厂商最费心钻研的课题,市场上琳琅满目的电压力锅都有各自厂商独创的安全技术,像美的的“匡式结构”、九阳



的“平板结构”、奔腾的“智能双控身循环技术”等等。据国美电器卖场负责人介绍,“目前,市场上像苏泊尔、美的等大品牌的电压力锅虽然都有自己独特的安全保障技术,但是从压力控制的原理上讲,大致分为两类,即:机械变形式和温度感应式。这两类控压技术基本解除了电压力锅应用的“安全隐患”,只是温度感应式产品较之前者对传感装置的磨损更小、使用时间更长,以苏泊尔新近推出的智能系列电压力锅为例(温度感应式),由于装有传感性好、控温压精准的智能探头,顺利实现了八重安全保障,在无锅、空锅、无盖和盖不严的情况下,电压力锅都会停止工作,消费者完全可以放心使用。”

“美味”成新一轮电压力锅技术升级方向

笔者了解到,目前市场上销售的主流智能电压力锅产品多是采用微电脑控制的,这类智能电压力锅,通常配有一个控制面板,通过控制面板来调控不同食物

烹饪所需的压力和温度,虽然很方便,但是也有致命的弱点,由于食物是在恒定的温度和压力下“焖”熟的,因而对于中餐烹饪中多变、复杂的火候要求就无能为力了。

据笔者调查,目前市场上大多的电压力锅产品仍以“安全”来吸引消费者,仅有苏泊尔这家具有20年安全压力生产经验的厂商正致力于电压力锅“美味”技术的升级,其新推出的智能系列产品在“八重安全保障”的护航下顺利实现了电压力锅美味的目标。苏泊尔小家电部总监蔡工自豪的向笔者解释:“我们新推出的顶部智压感应技术在行业内属首创,这种压力控制技术完全区别于市场上的其他产品,能实现精准火力调节,可以确保食物营养美味。”

卖场的销售人员向笔者解释,苏泊尔的智压感应技术是由一个安装在电压力锅顶部的“智能探头”实现的,配有这个智能探头的电压力锅就如同随身配有“温度计”,它能实时监控锅内的温度和压力,通过传感装置,将温度传导到微电脑中,配合底部测温,根据食物的成熟度来调整火候。

易租车网点加快扩张 增值服务再升级

近日,从东风日产传来消息,5-6月期间,东风日产“易租车”服务又新增了5家试点网点,加之之前已经运营的7家网点,东风日产“易租车”增值服务网点截至6月已达到12家。

据悉,本次新增网点覆盖了西安、成都、德阳、株洲、济南等5个城市,部分已在试运营中。另外,4月新增的西安和北京这2家网点已开始全面正式运营。

业内人士称,东风日产“易租车”服务网点不断加速扩张,从一线城市逐渐覆盖至二三线城市,其增值服务升级步伐稳定而开阔,这将在更大范围内为消费者提供丰富的汽车生活体验,同时也进一步验证了东风日产前瞻性的品牌战略。

在东风日产易租车增值服务网点全国铺开的同时,东风日产“易租车”服务针对即将到来的端午节假期为广大新老客户推出了“易乐·易享·易租车——缤纷假期‘三重礼’”促销活动。活动期间到东风日产“易租车”服务网点预订“易租车”业务的用户,均有“好礼”相送。

据了解,“易乐·易享·

易租车——缤纷假期‘三重礼’”促销活动包含以下三重优惠政策。第一重,租车有折扣:用户在网点租车,即可获得租车优惠直减及其他出行好礼;第二重,门票易相送:用户到网点租车,即可获得门票景点优惠、电影票优惠等,让顾客端午节欢乐出行;第三重,用户在网点成功办理业务即可获得双倍会员积分,并可参加抽奖,惊喜奖不停。通过东风日产“易租车”服务,消费者不仅可以租赁汽车自驾游,体验出游的轻松畅快,更能够享受到各种优惠,实在是一举多得。

东风日产工作人员介绍,自09年东风日产推出“易租车”服务以来,已经有众多用户享受到由东风日产提供的专业租车服务。

据悉,“易租车”服务是东风日产在汽车行业首推的创新性汽车服务品牌,具有极大的开创性和前瞻性。“易租车”服务是东风日产以专营店服务网络和服务能力为支撑的汽车租赁服务,通过租车网点、电话预订中心、专用网站等全方位服务平台,并采用NISSAN全新车型和车辆为东风日产保有顾客及潜在客户提供异地用车

和特殊情况下用车的解决方案。

作为走在汽车行业水平事业及售后服务业前列的东风日产,在全国拥有380多家专营店,有着丰富的网络、客户、信息和营销资源,以及资源统筹能力和水平业务开发经验。凭借原厂服务体系,“易租车”提供由原厂专业保障的日产全线车型,以技术保证品质,使每辆车均以上佳的状态候驾,让客户租车更放心;而完善的服务网络将使客户随时随地得到最周到的服务,真正实现“易租车”。

一直以来,东风日产致力于提升企业品牌形象。东风日产表示,在未来三五年内,东风日产将全面构建以“舒心驾乘、放心品质、感恩服务”为特色的“NISSAN三维价值体系”。“易租车”服务旨在为东风日产保有客户以及潜在客户提供各种有效的行车解决方案,为消费者提供更多人性化服务。“易租车”服务有力的支持了“感恩服务”理念的贯彻实践,是东风日产“舒心驾乘、放心品质、感恩服务”三维价值体系的新一轮延伸和实践,更是东风日产实现服务品牌提升的新跨越。