

行业动态之认清概念炒作的危害电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/580/2021\\_2022\\_\\_E8\\_A1\\_8C\\_E4\\_B8\\_9A\\_E5\\_8A\\_A8\\_E6\\_c40\\_580338.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/580/2021_2022__E8_A1_8C_E4_B8_9A_E5_8A_A8_E6_c40_580338.htm)

证券市场的“概念炒作”可谓层出不穷，从网络概念到奥运概念，从医改概念到创投概念，以及当下的猪流感概念，概念的光环引起投资者极大的兴趣和关注。一轮一轮的概念炒作带来了“热点”，带来了“话题”，但更多的是带来了教训。投资者一定要警惕“概念炒作”的风险和危害。

案例1：“全流通IPO第一股”炒作 2006年6月19日，全流通IPO第一股中工国际[16.54 0.85%]在深交所挂牌上市。该股股价在当日下午1点50分左右开始飙升，不到半小时股价由17元涨至50元，最终以31.97元收盘，较7.4元的发行价上涨了332%，换手率高达94.05%。一级市场申购中签的投资者基本上都获利离场。随后，中工国际连续6个交易日跌停，股价跌至17元左右。在50元附近买入的投资者遭受的最大损失达到66%。时隔一年半，经历了2006-2007年的牛市行情，中工国际最高股价也只有35.8元，仍远远低于上市首日的高价；进入2008年以后更是一路下行，截至2009年4月13日，收盘价仅为17元。

案例2：2000年“电子商务”概念炒作 2000年初，证券市场电子商务概念的炒作达到了顶峰，众多资金热捧具有电子商务概念的股票，不管上市公司的主营是什么，只要通过网络卖了产品，就受到追捧，甚至引致众多公司纷纷改名为网络、科技公司，纷纷“触网”，以迎合市场的炒作。但令人尴尬的现实是：随着国际和国内电子商务概念泡沫的破灭，市场资金又纷纷站到了电子商务的对立面，市场热点迅速从“鼠标”

变为了“水泥”，在高位买入“鼠标”概念股票的投资者损失惨重。案例3：奥运概念“全聚德[27.57 0.22%]”的炒作

2007年11月20日，“全聚德”在中小企业板挂牌上市，首日36.81元开盘，在随后的20个交易日，由于受奥运概念的影响，股价一飞冲天，考试/大最高涨至78.56元。此后股价一路下跌，三个多月就下跌超过50%。2009年4月13日收盘报28.3元，比最高点下跌近64%。盲目追随概念不可取

什么是“概念”？概念可能意味着对市场未来走向的深入挖掘，但也可能仅仅是一个市场炒作的借口，甚至就是一个自欺欺人的幌子，投资者一定要睁大“火眼金睛”，仔细辨别各类纷繁复杂的“概念”。以上面提到的奥运概念全聚德的炒作为例。全聚德奥运概念的“逻辑”很简单：奥运会期间，将有众多外宾光临北京，而全聚德作为北京的“标志”，将是外宾必到的饭店，全聚德的业绩将会有大幅提升。乍一听，仿佛很有道理，确实是货真价实的奥运概念。事实究竟怎样呢？考试/大全聚德2008年年报已经公布，从年报数据看，全聚德全年接待宾客人数增长不到8%，并不足以支撑股价的大幅飙升，与“概念”的期望值相差甚远。概念终究是虚的，只有公司拥有良好的现金流量、不断增长的盈利能力、不断增长的市场占有率，才能受到市场的最终认同，能给投资者带来真金白银的才是真的好公司。概念终究是虚的，再玄的概念也必须以企业的盈利为基础，脱离了基础的概念只能是一个虚无的东西。概念包装只能蒙得了一时，只有货真价实才是根本的长久之计。追随热点概念不断追涨杀跌，跟风炒作，损失往往巨大。在这类概念面前，投资者应该认真总结以前曾经炙手可热的概念股炒作的经验教训，认真了解所投行业的

运作机制与风险，认真分析这些概念公司是否“货真价实”，减少盲目跟风的随意性，以避免不必要的损失。编辑推荐：电子商务师考试复习方案电子商务师考试 - 电子商务员辅导电子商务师考试模拟试题F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)