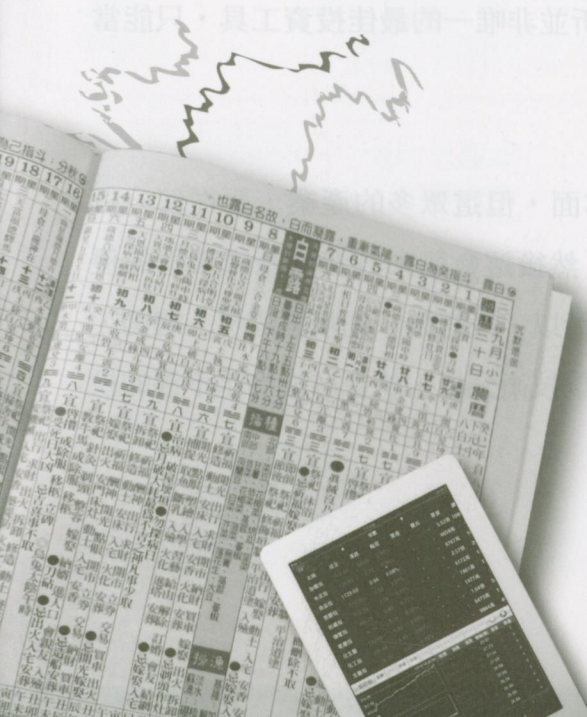


股市年度節氣大事紀，漲跌盡在循環中

金牌操盤手每月必看的

股市黃曆

李洵穎◎著
資深財經記者



經過了十多年的職場生涯，總是想為過去採訪經驗留下些什麼，因此寫書的念頭一直在心中縈繞不去。然而，這本書的誕生，卻是無心插柳，只因在和朋友談話間，講出這些年對股市的觀察，在朋友鼓勵之下，此書便應運而生。

雖然我是證券記者出身，掌握不少企業或產業消息，但誠心建議投資人在投資股票時不能光聽老師講的、看記者寫的，端賴這些消息面是不夠的。投資人必須先謀定而後動，知道什麼時機走什麼題材，預作準備，才不會看著一波一波的行情從指縫中溜走。

股市投資人有的擅長技術分析，有的專精產業基本面，但對於多數的投資人來說，技術分析太難懂，什麼是K線，什麼是黃金交叉，什麼又是RSI線，技術分析並非唯一的最佳投資工具，只能當作輔助使用。

若要了解產業及公司基本面，但這眾多的產業，要從何分析起？一下子研究砷化鎵前景，然後這會兒來看看28奈米製程的優點，光用想像的都很傷腦筋。所以，我認為，先掌握題材、趨勢，再深入研究相關的基本面，輔以技術分析，將會形成滴水不漏的投資法，也會相對省時、省力。

這本書內容集中在每年固定會發生的題材，每月一個。題材不必多，只要掌握其中少數的正確趨勢，應可以得到正面效果。只是時局多變，股市也一樣，即使有這些題材支撐，但氛圍不對，投資人就更要謹慎選股。

最後，我要強調的是，每篇章節最後的個股僅供參考之用，並無刻意推薦、極力看好之意。投資人在操作時，仍宜瞄準當時局勢，看對基本面，挑合適的股票，才是實現獲利的不二法門。

李炯穎



1月 January

農曆春節 吃喝玩樂
廠商受惠紅包行情

股市節氣 歡欣喜氣 股市漲多跌少	運勢主流 飯店餐飲、旅遊、百貨、汽車、遊戲產業、通路	指標之星 統一、聯強、潤泰全與潤泰新、裕日車、傳奇	
12	17	19	
			

2月 February

董監改選 鷸蚌相爭
股東大享討好行情

股市節氣 公司派系收購股權 創造短線契機	運勢主流 低董監持股 董監持股質押比高 營運佳 股價淨值比<1	指標之星 中纖、國碩	
32	36	40	
			

3月 March

股東會行情 面子之爭 公司護盤股東開心

股市節氣

公司派拉抬股價投資人沾光

48

運勢主流

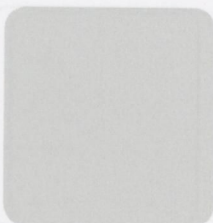
低股價淨值比
高股利

51

指標之星

宏達電、大立光、
碩禾、華碩、群聯

53



4月 April

超級財報週 績效清算 好績效定會有好報

股市節氣

停資又停券
壓抑的時節

68

運勢主流

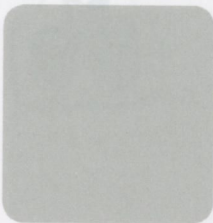
拉回整理的電子股
高配息殖利率傳產

71

指標之星

瑞儀、順達、凌耀、
新普、長虹、神腦

75



5月 May

三大國際電腦展 電子拼場 產業熱潮雞犬升天

股市節氣

閃亮舞台創造股市
明星

92

運勢主流

電腦、IC、手機、
軟體

99

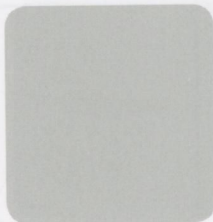
指標之星

華碩、新普、大立光

106

市場市況

台股開盤以來新高
成交量



6月 June

除權息旺季 公司發錢 價差！股息！有賺頭

股市節氣

對股東慷慨者才是真
英雄

116

運勢主流

股息殖利率較高
營收持續成長

127

指標之星

立隆電、崇越、
達欣工、新天地、
一零四

130

市場市況

台股開盤以來新高
成交量



7 月 July

暑假來臨 童子散財 讓公子開心者上天堂

股市節氣

外資放暑假中小績優
股出頭天

146

運勢主流

飲料、超商、旅遊

149

指標之星

味全、統一超、
長榮航、夏都、
好樂迪

156



8 月 August

台灣半導體展 領頭羊出動 認清產業趨勢找商機

股市節氣

擴充產能好消息
提升製程沒意思

170

運勢主流

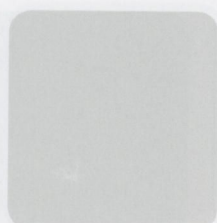
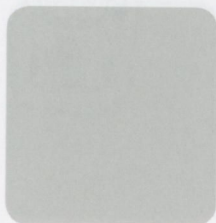
半導體

174

指標之星

台積電、日月光、
聯發科、創意、
同欣電

178



9月 September

中秋節 親情商機 誰能滿足一日孝子需求？

股市節氣

月圓之夜變盤之時？

194

運勢主流

食品、量販通路、
餐飲

199

指標之星

大成、F-美食、特力

204



10月 October

大陸十一長假 世界經濟引擎發 中概股每天都巴望這一天

股市節氣

世界市場發光股市先
跌後漲

212

運勢主流

觀光飯店、大陸零售
概念、航空、面板

218

指標之星

晶華、F-大洋、復
航、聯發科、奇美電

224



11

月 November

聖誕採購旺季 傳統富國齊敗家
全體消費品廠商的結算日

股市節氣

3c、營建分頭出擊

236

運勢主流

3C、營建、觀光

239

指標之星

鴻海、台積電、華固、台泥

245



12

月 December

年底封關行情 作帳時節
善用粉飾太平的氣氛

股市節氣

8成的上漲機率

254

運勢主流

營建、金融、紡織股

259

指標之星

富邦金、興富發、建漢

266



1 月 January

農曆春節 吃喝玩樂 廠商受惠紅包行情

歡欣喜氣股市漲多跌少

運勢主流：飯店餐飲、旅遊、百貨、汽車、遊戲產業、通路

指標之星：統一、聯強、潤泰全與潤泰新、裕日車、傳奇





股市節氣速覽：

農曆春節是中國人最為重視的傳統節日，「一元復始，萬象更新」。有好的開始，就成功了一半。同樣地，農曆春節題材也對台灣股市影響層面極大，在新的一年，如果能在開春之際，替自己荷包賺進紅包錢，討個好彩頭，說不定整年運氣旺旺來。

農曆年大多落在國曆一月或二月，根據過往經驗統計，當農曆春節落在一月份的時候，台股上漲機率較高，平均漲幅約為6%，只是從2000年以來農曆年出現在一月的次數並不多，只有5次。而農曆年落在二月的次數，則達到8次，儘管台股漲幅不到2%，不及農曆年落在元月時的表現，但平均表現仍呈現上漲格局。雖然上述數據係根據過去經驗所得，但仍具參考價值，可把握股市獲利商機；只要掌握對的趨勢、看準對的個股，仍能享受股票上漲獲利的樂趣。

2000～2012年以來農曆年之台股表現

漲幅	農曆年在一月的台股表現	農曆年在二月的台股表現
平均漲幅	6%	1.7%
出現次數	5次	8次

資料來源：作者整理

再以過去台股慣性而言，自1994年以來，若加權指數當年度明顯修正後，次年的漲幅少則17%，最多可達83%，且迄今沒有連續2年都呈現負報酬的情況。進一步解釋，倘若當年盤面表現不佳，隔年大盤通常都會進行跌深反彈的補漲格局，配合當時大環境景氣好，則上漲的多頭走勢也都能延續個好幾年。反之，如果次年缺乏景氣面支撐，則「無基之彈」（按：意喻缺乏基本面題材支撐的反彈走勢）的表現也就沒有辦法持續太久，隔一年的行情就會開始補跌。

台股歷年年度報酬率

年份	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	平均(%)
加權指數	17.14	-27.46	34.41	18.08	-21.6	31.63	-43.85	17.02	19.79	35.24	7.59	10.94	24.22	12.5	-43.07	83.34	13.57	-19.91	7.22

資料來源：Bloomberg，摩根投信整理

國泰證券先前曾經做過一份統計資料，係統計大盤自1991年以來農曆春節前後的指數表現。根據該份資料，就農曆春節前15天的走勢來看，在21年之中，指數上漲約有12次，上漲的機率57.14%，且此波段的平均漲幅約2.12%。另就開紅盤之後的15個交易日走勢來看，過去21年中指數上漲次數共計14次，上漲機率為66.67%。上述資料顯示封關後指數上漲機會大於封關之前的機率。

若從這21年封關前後指數的漲跌幅來觀察，封關前指數的平均漲幅大於封關後的漲幅。以此分析，短線開紅盤後指數若仍可持續走高，則在逢高漲幅趨緩下，所謂高處不勝寒，投資人應在逢指數高點時逐步減碼、落袋為安。

另外，農曆封關前夕是否可抱股過年也是投資人相當關心的重點。根據歷史的經驗來看，最近21年中（見右圖）開紅盤（按：「開紅盤」係指股市封關後的第一天開盤的日子，為討個好彩頭，因而稱之為「開紅盤」。雖然有一個「紅」字，但並不代表實際開盤當天一定收紅）當日的指數收紅共計14次，其上漲的機率為66.67%。因此，若以歷史經驗推估，開紅盤當天指數收紅的機會是很大的，若台股在封關前出現明顯拉回的走勢，投資人可留意在封關前逢低買進，抱股過年。

另外，保德信投信也曾統計過，到2011年為止的10年間，台股在農曆年封關日、開紅盤日明顯漲多於跌，封關日平均漲幅0.85%，且隔年開紅盤當日平均漲幅在0.23%。不過，後一週的表現已由漲轉為跌，台股上漲機率開始減少，顯示紅包行情延續時間有限，年後台股仍應回到市場基本面為主。

春節前後指數變化比較表

封關日	前個15交易日	紅盤日	開紅盤指數漲跌	後15個交易日
80.2.11	13.00%	6.70%	319	-2.30%
81.1.30	9.00%	-2.90%	-154	-6.00%
82.1.19	-1.10%	-4.00%	-137	5.90%
83.2.5	6.60%	-4.40%	-279	-13.40%
84.1.26	-8.90%	0.30%	21	5.20%
85.2.15	2.40%	1.20%	56	-2.00%
86.2.3	1.90%	0.90%	64	6.60%
87.1.22	-0.90%	4.00%	320	11.00%
88.2.10	-9.20%	4.70%	274	12.00%
89.2.1	8.20%	1.50%	152	0.80%
90.1.18	23.30%	-2.90%	-167	3.40%
91.2.6	7.70%	0.70%	42	4.60%
92.1.28	3.70%	-3.61%	-181	-11.15%
93.1.16	7.11%	1.82%	114	4.72%
94.2.3	2.46%	1.28%	77	3.08%
95.1.25	-1.27%	0.95%	62	-3.95%
96.2.14	-1.59%	1.15%	90	-1.15%
97.2.1	-6.12%	-1.56%	-120	10.39%
98.1.21	-7.49%	0.28%	12	5.42%
99.2.10	-8.44%	1.59%	118	2.59%
100.1.28	4.13%	-0.37%	-33	-4.57%
平均	3.13%	0.32%	30.72	1.54%

資料來源：國泰證券

值得注意的是，中國自從由世界工廠搖身一變成為世界市場之後，農曆年銷售旺季不容忽視，在感恩節與聖誕節旺季已把很多電子產品在通路端的庫存消化，接續又是農曆年補貨需求，有利幫助廠商推出新產品計畫實施，也有可能造就電子業首季淡季不淡。

中國農曆年銷售旺季補貨潮從前一年11月、12月在上游零組件

台股農曆年開紅盤後表現

時間	紅盤日(%)	後1周(%)	後2周(%)	後1月(%)
2002.2.6	0.72	-7.67	-0.18	0.06
2003.1.28	-3.62	-6.74	-5.85	-9.02
2004.1.16	1.83	-2.07	1.62	5.73
2005.2.3	1.29	0.50	2.41	0.71
2006.1.25	0.96	0.00	1.20	-0.62
2007.2.14	1.16	-7.03	-3.43	-0.28
2008.2.1	-1.57	6.24	9.99	11.68
2009.1.21	0.28	5.51	7.78	3.89
2010.2.10	1.59	0.23	2.67	3.65
2011.1.28	-0.37	-4.63	-5.16	-4.57
平均報酬%	0.23	-1.57	1.11	1.12
上漲機率%	70%	50%	60%	60%

資料來源：CMoney，2002/2～2011/2

本報專欄：龍車特寫

另外，保德信投信也曾統計過，到2011年為止的10年間，台股在農曆年封關日，開紅盤日明顯多於跌，封關日平均漲幅0.85%，且隔年開紅盤當日平均漲幅在0.23%，不過，後一週的表現已由漲轉為跌，台股上漲機率開始減少，顯示紅包行情延續時間有限，年後台股仍應回到市場基本面為主。



本月運勢主流

消費者歲末年終採買旺季，辛苦一年，許多人會利用長假犒賞自己，不管是增添新衣、美食饗宴、出國度假或在國內旅遊，還是購買3C產品、新版遊戲等。此時正是飯店餐飲、旅遊、百貨、汽車、遊戲產業和通路等業者挹注業績好時刻，業者莫不摩拳擦掌，這些消費激勵相關業者可望成為盤面焦點。

農曆年加上寒假雙項消費商機，確實是新春關注重點。學生在寒假消費力道甚強，一般人放假也會樂於玩線上遊戲等，尤在年終獎金發放後，吃穿飽暖相關受惠族群相當值得注意。

值得注意的是，中國自從由世界工廠搖身一變成為世界市場之後，農曆年銷售旺季不容忽視。在感恩節與聖誕節旺季已把很多電子產品在通路端的庫存去化，接續又是農曆年鋪貨需求，有利幫助廠商推出新產品汰舊換新，也有可能造就電子業首季淡季不淡。

中國農曆年銷售旺季拉貨潮從前一年11月、12月在上游零組件

供應鏈就開始顯現，隔年1月出貨、1月底進入通路商鋪貨。因此包括食衣住行、休閒、通路及同樣在農曆年均有機會感受強勁需求，尤其隨著中國大陸民眾消費力大增，及基本工資調漲下，有助於持續推動中國農曆年拉貨概念股業績及股價。

具體而言春節題材有助於觀光、百貨、汽車、遊戲軟體及電子通路等類股。觀光類股包括飯店、餐飲和旅行社等3大次族群，其中以飯店和餐飲為最大宗。台灣觀光飯店淡旺季明顯，寒假（1～3月中旬）和暑假（6～9月中旬）則為旺季。寒假國人以國內旅遊為主；暑假以出國觀光居多。在寒假的旺季中，除夕前後是飯店住宿率最低的期間，因此，除夕所在月份的營業收入，通常年成長率表現較差。因此，每年第一季為觀光飯店次旺的季節，主要旺季會落在每年第四季。客群以入境觀光客為主，也為觀光飯店平均收入最高的期間。

百貨類股最大的題材仍與大陸脫離不了關係。由於消費力驚人的陸客來台自由行，百貨業者無不積極展店，吸引陸客以挹注業績。除了陸客來台題材外，台灣內需的題材包括農曆節、母親節和第4季的週年慶，這些採購旺季的表現，都牽動股價。近來百貨業者亦將觸角伸往大陸地區。因此，百貨類股在某種程度上，亦和中國

概念股畫上等號。

農曆年前通常是汽車銷售旺季，汽車銷售量常突破新高，然而在年節過後的2~3月便處於銷售淡季。與百貨業者相同，汽車業者在台灣採取固守策略，但大陸市場則採強攻戰術，大陸銷售表現也成為影響股價和業績的重要關鍵。

春節題材對遊戲軟體股及電子通路廠商也頗有助益。由於部分民眾在農曆春節選擇在家玩線上遊戲，造就遊戲軟體股價也有發揮的機會。而民眾領了年終獎金或紅包，總希望犒賞自己，各家電子品牌大廠也推出新產品，提高民眾購買慾，因此同步推升電子通路商業績及股價。電子通路商可以分為電子零組件通路商、3C產品通路商或軟體通路商等。以前2類較受台股重視，其龍頭個股分別為大聯大（3702）及聯強（2347）等。

1 月 統一 — 聯強 — 潤泰全與潤泰新 — 裕日車 — 傳奇

當季指標之星

由前段所述歸納出農曆年節受惠概念股族群如後，包括旅遊餐飲相關有六福、燦星網、新天地、瓦城、國賓；百貨業有遠百、F-東凌；至於通路族群的統一、麗嬰房、聯強、藍天、潤泰全、潤泰新。另外，遊戲產業如宇峻、華義、橘子、昱泉、歐買尬、網龍、傳奇、辣椒及鈦象皆可留意。而汽車業者在年前通常會舉辦促銷活動來刺激購車意願，汽車相關業者如裕日車、裕隆、中華車、和泰車與車燈大廠大億均有機會獲法人買盤青睞。

1月主流類股與指標股票

類股	個股名稱
旅遊餐飲	六福、燦星網、新天地、瓦城、國賓
百貨業	遠百、F-東凌
通路	統一、麗嬰房、聯強、藍天、潤泰全、潤泰新
遊戲軟體	宇峻、華義、橘子、昱泉、歐買尬、網龍、傳奇、辣椒及鈦象
汽車相關	裕日車、裕隆、中華車、和泰車與車燈大廠大億

資料來源：作者整理