

**竞价量比太大怎么办，请高手帮我写一个通达的集合竞价选股公式：要求量比大于4 换手大于2%涨幅再0%-2%之间，昨天没有涨停过。-股识吧**

**一、做竞价员也有一段时间了，慢慢感觉自己没有了方向感，做着同样的工作，都有点不知道自己每天都在干嘛？**

你想想你干些什么你想想你能做什么你想想你能做这份工作多久你想想你做了这份工作能学到什么一份工作尽量坚持几年左右对自己提升很大升值空间也大希望能帮到你快点采纳我吧

**二、通达信高手帮个忙！早盘竞价后想快速的选出高开2-5%，量比大于3的股票的公式？**

```
KP := O/REF(C, 1)*100-100 ;  
XG : RANGE(KP, 2, 5) AND DYNAINFO(17)>  
3 ;  
最好在26分以后开始选股。  
或是30分时，列表的价格开始变化时，开始选股。
```

**三、请高手帮我写一个通达的集合竞价选股公式：要求量比大于4 换手大于2%涨幅再0%-2%之间，昨天没有涨停过。**

```
XVOL := IF(CURRBARSCOUNT=1 AND  
PERIOD=5, VOL*240/FROMOPEN, DRAWNULL) ;  
MAV5 := MA(VOL, 5) ;  
HSL := 100*VOL/(FINANCE(7)/100) ;  
前天收 := REF(C, 2) ;  
昨收 := REF(C, 1) ;  
今开涨幅 := (O-昨收)/昨收 ;  
昨天涨幅 := (昨收-前天收)/前天收 ;
```

```
XG : XVOL/MAV5&gt; ;
4 AND HSL&lt; ;
0.2 AND 今开涨幅&lt; ;
0.02 AND O&gt; ;
昨收 AND 昨天涨幅&lt; ;
0.09999 ;
{你试试？这个XVOL/MAV5&gt; ;
4 量比，随开盘时间是不是要调整，你自己再看一下}
```

## 四、量比超过2.5，主力开始动手啥意思

盘中买卖篇口诀：集合竞价很重要，盘中更要量跟上，量比超过2.5，主力开始动手了。

上来先冲3.5，千万别急乱追涨，回落不缩量，反身再冲上，打横走一走，买它没商量。

放量上，再缩量。

过不过顶看二样：上冲角度要更陡，单笔买量更要强，不然就算冲顶过，也是卖它没商量。

上冲超过7%，等它涨停也不追。

涨停之后若打开，能否封上看开单，单笔开板四位数，就算再封也卖出，盘中买卖关键点，一是量来二是线。

量比反映出的主力行为，从计算公式中可以看出，量比的数值越大，表明了该股当日流入的资金越多，市场活跃度越高；

反之，量比值越小，说明了资金的流入越少，市场活跃度越低。

量比是衡量相对成交量的指标。

它是指股市开市后平均每分钟的成交量与过去5个交易日平均每分钟成交量之比。

其计算公式为：量比=现成交总手数 / 现累计开市时间(分) /

过去5日平均每分钟成交量上述公式经过变换后，即量比=现成交总手 / [ (过去5个交易日平均每分钟成交量) × 当日累计开市时间(分) ]，简化之则为：量比=现成交总手 / (过去5日平均每分钟成交量 × 当日累计开市时间(分))。

量比：v/ref(ma(v, 5), 1)；

新手的话可以像我开始学习时先买几本书看看，然后结合模拟炒股学习，我那会用的牛股宝，里面大盘行情和实盘是同步的，许多的功能足够分析大盘与个股，这样学起来，会很有意义。

愿能帮助到您，祝投资顺利！

## 五、百度竞价关键词展现量很大，但点击量少。怎么回事

展现量表示你的广告跳出的次数还是比较多的，但去没有人点击，也就是说看的人多，点的人少，原因有以下几点，可以参考具体的账户数据进行分析。

1、首先查看关键词排名，如排名较后，当然展现也是会有的，但中国人习惯于从左到右，从上到下的顺序查看，因为，提升排名了，看的人多的，点击的自然也多了。

2、账户结构要细分，保证同一单元关键词词性统一，主题唯一，将关键词以“结构相同，意义相近”进行划分。

（账户结构如比较混乱，进而影响关键词质量度，从而影响排名，再而影响点击量）3、创意质量，如果排名好了，创意写的不吸引人，同样也不会吸引网民点击，因此，写创意时要保证关键词通顺带入，通配符使用正确；

突出网民诉求，增加创意吸引力，尽量让创意有更多飘红，提长创意质量。

所在单元关键词是什么，就写相关的创意，要有相关性，举个简单的例子，如关键词是“XX价格”，创意可以写关于价格优势方面的描述。

相反，不要把A产品的描述，写成了B产品的描述；

还有创意的url链接，不要全部链接到首页，可以链接到相关的产品页面，增强网民的搜索针对性。

友情提醒一下，做推广，最主要的就是要站在网民的角度上思考，经常想一些，网民会怎么搜索，用什么词来搜索，喜欢什么样的广告语，什么样的创意更吸引他们注意，一切针对网民的搜索习惯来投放关键词，撰写创意，相信点击量肯定会有提升。

（后台也有很多工具可以帮助你，关键词推荐工具，搜索词报告等）

## 六、关于量比的问题

量比与当日成交量及过去五个交易日的成交量有关，所以图中的现象很正常，每只股票的量比不同所以起始点也不一样啊。

## 参考文档

[下载：竞价量比太大怎么办.pdf](#)

[《一支股票的分红多久为一期》](#)

[《只要钱多久能让股票不下跌吗》](#)

[《公司上市多久后可以股票质押融资》](#)

[下载：竞价量比太大怎么办.doc](#)

[更多关于《竞价量比太大怎么办》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/read/28631175.html>