

全世界每天交易的证券

品种数以十万计，沪深两市如今的上市公司也有近5000家。不管你是机构还是个人，面对如此庞大的投资标的，都需要一个行之有效的工具去统一化地认识它们。因为除了想真心当长期股东的人，大部分投资者来到证券市场的目的只有一个，通过证券的价格波动获取收益。

人们在消费过程中，为了比较能给自身带来相近消费满足感的商品，创造了价格这一尺度，并且用货币表达它。如这个

摊位一斤苹果

10块钱（不怎么买菜的人随便说），而另一个地方则是5块钱，二者看上去没什么差别，我吃哪个都可以开心一会儿。那好，买5块钱的，因为这样我可以省下5块钱待会再消费一个苹果。而人们在投资过程中面临的问题不是这样。首先对应于相近的消费满足感，投资过程所追求的目标是收益。而无论价高还是价低，投资标的都不一定带来收益，遑论收益高低。面对高价股，我们为有缘人接盘，虔诚地修炼韭菜真经。而面对低价股，我们也经常问自己：“拿了大半年，咋就是账号不见红呢”。可见，在投资过程中价格这个尺度失效了。

人们在消费过程中，通过商品的客观属性来确定自己满足程度。现在我想吃苹果，一部手机似乎就没有什么意义了。两个苹果放在一起，光泽的能更好地让我满足，另一个有磕碰的就舍弃了。消费品的客观属性足以并且相对较容易被人们认知。而投资品不是这样。人们能从股票

获取收益，同样存款也可以，理财也可以。每个投资标的都可以谈论收益，但各自的收益满足程度却不容易认知。谁能百分比确定你投资的东西能给你带来比其他投资品更好的收益呢。你消费苹果可是能做到这点的。因此，投资过程将地球上形形色色的东西放到了一个统一的竞技场，我们需要一个统一的尺子去认识它们。

解决上面的问题，收益率

就是人们创造的解决方案。无论什么投资品，先给它一个价格，然后用两个时点的

对数

这个数学工具，那么将价格先作用一次对数计算，再做差也可以实现收益率，尽管数值上与前面的收益率会变化，但性质是相同的。

有了收益率这个概念，后面就是怎么在证券市场应用它。而这却非易事。首先打开交易软件，基本上你所看到的所有信息都是以价格为尺度的，分时图、日线图、周线图、月线

图。其次市场每时每刻都在产生新价格，而收益率是至少两个时点价格的反映。那么仅仅一个新价格出现后就会与之前的所有价格产生无数的新收益率。假若有软件提供商能提供市盈率

信息，他应该提供什么呢。而这一点也正是尽管时时刻刻我们都能看到涨跌幅信息，但对于每个投资者个体而言，随着时间推移，其反映自身投资收益率的信息价值越来越弱。

既然收益率很有用，而还没有什么工具能帮助我们认识他，那就自己动手，研究一个。

是为收益率空间。

