

财眼

对操纵股价出铁拳 证监会“1号”罚单超10亿

平台大V诱导跟风交易被封禁,强监管筑牢市场“防波堤”

“他单篇文章阅读量800万+,粉丝10万+,我们以为是真大神。现在才明白,他推荐的股票都是‘买了就推、推完就卖’,赚的都是我们的血汗钱!”投资者李先生在社交平台愤慨发言。

新年伊始,监管部门对操纵市场行为重拳出击。控制使用67个账户操纵博士眼镜股票交易从中攫取了巨额非法利益的自然人余韩,被证监会罚没超10亿元;“大V带单——反向割韭菜”的雪球大V“金泓”(真名金永荣)被浙江证监局开出8325万元罚单。雪球平台一日内永久封禁22个违规大V账号,剑指非法荐股、抢帽子交易、诱导跟风交易等违规行为。

■新快报记者 涂波

控制67个账户操纵股价牟利逾5亿

开年尚不足一月,证监会就已公布2026年“1号罚单”,对自然人余韩操纵博士眼镜股价一案,做出罚没10.22亿元并同步采取3年证券市场禁入及3年禁止交易措施。据了解,这是近年来个人操纵市场案件中罚没金额最高的案例之一。

经查,2019年6月至2024年8月,余韩控制67个证券账户,通过集中资金与持股优势连续买卖、在自身控制账户间对倒交易等手段操纵股价。操纵期间,直接推动博士眼镜股价从13.72元/股涨至37.81元/股,违法所得高达5.11亿元。值得一提的是,博士眼镜在2024年12月股价达历史高点61.85元后,一路震荡下跌,截至今年1月28日收盘,报30.27元/股,股价已遭“腰斩”。

喊长期持有的大V荐股即出货

无独有偶,地方证监局也对资本市场违法行为重拳出击。1月19日,浙江证监局对雪球大V“金泓”开出8325万元罚单,并处3年证券市场禁入。据悉,其利用粉丝超10.7万的账号公开荐股,推荐了启迪环境、路维光电、光华科技等32只股票,在150个交易日交易金额达6.31亿元,违法所得4162.39万元。

记者在平台上看到,有雪球用户留言称,“跟着金泓买路维光电,他晒持仓说长期持有,却转头就卖。我被套30%,现在才知道他是‘喊多砸盘’,监管罚他太解气了!”“金泓说启迪环境有翻倍潜力,我满仓进了,结果他发文第二天就清仓,股价直接跌15%!我亏了8万,找他理论被拉黑,他还删帖说‘不构成投资建议’,这不是明摆着割韭菜吗?”

通过“游资战法”煽动投资者跟风

在监管部门严查的同时,网络平台也开启专项整治行动。1月20日,雪球永久封禁了22个违规大V账号,涉案账号均存在发言不当、涉嫌抢帽子交易(指先建仓,再以高影响力发布煽动性荐股内容,吸引跟风资金推高股价后反向卖出获利)、非法荐股、诱导跟风交易等违规行为。

记者注意到,此次被封禁的账号中,部分账号通过“游资战法”“带队复盘”等方式煽动投资者跟风,推荐股票曾出现短期暴涨暴跌的极端走势。如账号“福禄娃爷爷”推荐的鹭燕医药,股价一个月内从11元/股暴涨至28元/股后又暴跌40%,导致投资者深度套牢。账号“杭州新城路”曾以18亿元重仓上海电力等股票,引发散户跟风。

强监管高处罚压力下,部分大V主动销号,如“天神神疯子”等,也有人发帖暗示退出,如账号“轮回666”在其微信公众号发文称“人生若只如初见”。目前,这些雪球平台相关账号已全面清空,内容不可见。

此外,抖音、腾讯等平台也宣布同步开展违规内容重点打击行动,形成整治合力。

监管与平台双重整治见实效

平台整治与监管执法形成紧密联动,正是落实国家网信办与证监会联合开展的涉资本市场网上不实信息专项整治要求。

有分析指出,上述“金泓案”将“大V带单——反向割韭菜”灰色产业链完整地置于监管审视之下。罚没超8000万元足以覆盖当事人“流量变现”的全部收益,加上3年的证券市场禁入,相当于将大V的职业生涯一次性归零,这将彻底扭转违法成本与违法收益的比例关系,强化震慑效应。

深圳大学法学院吕成龙副教授认为,大V利用影响力误导投资者的行为,严重损害市场公信力,监管与平台的双重整治能引导资金流向优质企业,推动市场从题材炒作转向价值投资,提升资源配置效率。

■新华社

上市公司CSR观察

杰出女企业家熊海涛被留置

实控三家公司,事发前有公司精准减持

新快报讯 记者张晓茵报道 1月28日,实控人熊海涛被留置后,A股上市公司高盟新材、毅昌科技、东材科技股价应声下跌。当日,三家公司股价分别报收12.3元/股、7.88元/股和25.9元/股,跌幅达14.52%、9.94%和3.65%,市场情绪明显承压。

根据相关公告,熊海涛系“涉嫌犯罪”被四川省监察委员会立案调查并实施留置,目前该案件仍在进一步调查中。

尽管其控制的三家上市公司在公告中均强调,“董事会及高级管理人员正常履职,生产经营未受重大影响”,但市场反应仍趋谨慎。投资者关注点不仅集中于留置事件本身,还延伸至公司在事件曝光前后的相关操作。

公开资料显示,熊海涛出生于1964年,1997年熊海涛加入前夫袁志敏创立的金发科技,曾担任副总经理及董事等职,目前其仍为金发科技股东。在资本版图上,熊海涛通过高金集团股权,间接控制高盟新材、毅昌科技和东材科技。担任高金富恒集团有限公司执行董事、广州毅昌科技股份有限公司副董事长、四川东材科技集团股份有限公司副董事长和北京高盟新材料股份有限公司副董事长。任广州市黄埔区工商业联合会副主席。2025年3月27日,胡润研究院发布《2025胡润全球富豪榜》,袁志敏、熊海涛夫妇以140亿财富位列榜单第1981位。

新快报记者注意到,就在留置消息披露前一日,熊海涛“因个人原因”辞去了毅昌科技董事、副董事长及提名委员会委员职务,目前未在该公司及其子公司担任任何职位。不久前,毅昌科技曾发布变更公告,高金集团拟转让相关股权,若转让完成,滁州市国资委将成为毅昌科技实际控制人。因此,熊海涛辞职的举动,也被部分市场人士解读为降低潜在影响。

此外,高盟新材近期多份公告显示,副总经理史向前、李德宇、王小平的减持计划已完成,这也引发部分投资者质疑为何高管能在“暴雷”前精准减持。

针对金发科技,熊海涛亦有所动作。1月20日,其结束了自身减持计划,同日,熊海涛的一致行动人完成内部股份划转,部分股份的表决权随之委托给熊海涛行使。在此背景下,不少金发科技投资者也在股吧中表达了对股价可能受牵连的担忧。

由于此次的监管机关并非证监会或交易所,为进一步了解情况,新快报记者先后致电高盟新材和毅昌科技董事会秘书处,一家表示以公告为准,另一家则称与公司无关,均未透露具体原因。

有相关报道称,东材科技董事长唐安斌表示,熊海涛被留置一事与某地领导违纪有关,因此她被相关部门留置,协助调查。



复购率达44% “广货”护肤品牌HBN赴港IPO

新快报讯 记者陆妍思报道 又一“广货”护肤品牌赴港上市。近日,HBN母公司深圳护家科技(集团)股份有限公司(下称“HBN”)向港交所递交上市申请。招股书显示,HBN是最早提出“早C晚A”护肤理念的国产护肤品牌,其自主研发的类A醇新原料通过国家备案。但这么一个主打功效创新的品牌,其研发费用比例却在逐年下降。1月28日,HBN回复新快报称,2025年前三季研发费用率波动的原因是“研发开支在一年中的第四季度通常较高,且表示其研发投入绝对值会保持稳定,整体研发投入强度也高于行业平均水平”。

主打功效护肤年营收超20亿

公开信息显示,HBN创立于2019年,是中国护肤品市场前十大国产品牌中最年轻的品牌。创始人兼CEO姚哲男直接持有HBN35.08%股份,为公司第一大股东,美图网持有23.81%股份。姚哲男、汪洋夫妇合计控制股东会76.19%表决权。

根据招股书,2023年、2024年及2025年1-9月,HBN营收分别为19.48亿元、20.83亿元、15.14亿元,同期净利润为3883.5万元、1.3亿元、1.45亿元,其中2024年净利润同比增长232.5%,而2025年前三季利润已超越2024年全年。

分析认为,HBN营收利润稳增,主因是其主打科研创新驱动的功效性护肤。根据灼识咨询报告,HBN是中国A醇成分护肤品中的领先品牌。以销量计,其A醇成分护肤品在2022年至2024年连续三年位居中国第一,同一时期α-熊果苷焕颜精萃水即俗称“发光水”在中国精华水品类中排名第一。截至2025年9月,累计复购用户超460万,2025年在天猫、抖音平台的平均复购率分别达到35.4%和44.0%。

募资重点投入新原料研发

不过,招股书显示,HBN研发投入及其占比均呈现下滑态势。2023年、2024年及2025年1-9月,研发投入分别为6597.9万元、5783.4万元、3998.1万元,占营收的比重分别为3.39%、2.78%、2.64%。

对此,HBN回复新快报记者称,HBN没有采用高额投入封闭实验室的传统模式,而是构建“内部精干团队+外部顶尖科研网络”的协同体系。内部百人跨学科科研团队专注核心技术转化,并与超过30家科研机构深度合作,共享前沿设施与智力。同时还打造了可复用的研发中台与核心技术,如开发出具有自主知识产权的透皮吸收技术体系,并构建了涵盖多领域的功效验证模型。这些技术平台

可复用于多个产品线,显著提高了研发投入的转化效率。

招股书显示,HBN累计发表50篇SCI国际索引期刊论文,自主研发的类A醇新原料通过国家备案,且公司是国内唯一为全线产品开展SGS等国际权威机构真人功效检测的护肤品牌,累计完成超万人规模实测。同时,HBN已成功备案4款自研中国新原料,数量稳居国货品牌前列。

HBN表示,相对稳定的研发投入与持续增长的高含金量的科研成果,“恰恰证明了HBN研发路径的高效与独特性,这正是我们的核心竞争力所在”。

招股书显示,公司此次募资将重点投入新原料研发、产能优化及数字化运营,持续深耕改善型与维稳型护肤双赛道。

HBN所在的皮肤学级护肤赛道正迎来结构性增长机遇。据灼识咨询数据,2024年,中国前十大皮肤学级护肤品牌总零售额超过300亿元,2019-2024年复合增长率超过16.7%,远超过8.6%的行业整体增长率,是中国护肤品市场增速最快的细分领域之一。尽管如此,中国皮肤学级护肤市场对比成熟市场,整体仍处于发展早期,有望持续扩大市场份额,充分释放其广阔的市场成长空间。