



财眼

A股新王诞生 长鑫科技刷新多项纪录

中一签可盈利超2万元！造富神话孕育200多名千万富翁

国产DRAM龙头企业长鑫科技7月27日正式登陆科创板。该股以8.66元/股的发行价开盘即一飞冲天,盘中最高涨幅超530%,最终收盘报49元/股,涨465.82%,总市值达3.28万亿元,这一战绩让它正式超越工商银行2.76万亿元市值,登顶A股市值榜首。同时,长鑫科技总市值也超越了美股科技巨头英特尔(上一交易日收盘市值约合人民币3.15万亿元)。长鑫科技也给中签投资者带来丰厚回报,网上中签率约为0.47%,按最新收盘价计算,中一签可盈利超2万元。

■新快报记者 涂波

长鑫科技的首秀表现堪称“疯狂”,一口气刷新了A股多项历史纪录。全天成交额突破1400亿元,成为A股首只单日成交额破千亿元的个股,也是A股历史上首只开盘市值即突破3万亿元的科技股,创下了A股首只千亿元成交额叠加超50%换手率的新股纪录。

此外,长鑫科技的造富神话,造就了200多名千万富翁的诞生。若按收盘价

计算,为合肥国资带来浮盈超万亿元。创始人朱一明持股市值近800亿元。公司高管有7人晋升“10亿身家”,员工持股层面,超6700人次受益,至少237名千万富翁诞生。此外,有数据统计,93家公募旗下合计获配12.34亿股,静态浮盈近500亿元。其中,易方达、南方、工银瑞信分别浮盈约68.03亿元、55.98亿元、47.12亿元。

作为国内规模最大、技术最先进、

布局最全的DRAM研发设计制造一体化企业,长鑫科技产能规模位居中国第一、全球第四,成功打破了海外三巨头在该领域的长期垄断。2026年,长鑫科技也迎来了业绩爆发式增长,在最新披露招股书中,公司预计2026年1—6月实现营收1100亿元至1200亿元,同比增长612.53%至677.31%;预计归母净利润实现500亿元至570亿元,同比最高增长超25倍,实现了从前期巨额亏损到

“日赚近3亿元”的华丽转身。

分析指出,从传统金融到硬科技的代际切换,长鑫科技的强势加冕具有极强的象征意义。长期以来,A股“市值一哥”长期被白酒、银行等传统行业巨头把持,本次A股“一哥”的换主,证明了中国有能力在高端制造领域,培育出世界级企业。耐心资本与国家战略、产业生态的深度耦合,能催生出真正的硬科技龙头。

广东上半年金融总量合理增长 信贷结构持续优化

新快报讯 记者范昊怡报道 7月27日,广东省人民政府新闻办公室召开2026年上半年广东省金融运行形势新闻发布会。数据显示,6月末广东社会融资规模存量达44.2万亿元,同比增长7.2%;本外币各项贷款余额31万亿元,同比增长4.7%;各项存款余额40.5万亿元,同比增长7.4%。上半年跨境收支总额达1.4万亿美元,同比增长17.5%。金融总量合理增长,与广东名义GDP增长基本匹配,为全省经济平稳增长和高质量发展提供了有力有效的金融支撑。

上半年广东社融规模增量达1.8万亿元

发布会上,中国人民银行广东省分行副行长、国家外汇管理局广东省分局副局长吴燕生表示,2026年以来,中国人民银行广东省分行坚决贯彻党中央、国务院决策部署,认真落实适度宽松的货币政策,及时推动总行年初出台的增量政策在广东落地,持续深化金融高水平对外开放。从金融总量来看,上半年,广东社会融资规模增量1.8万亿元,同比多增1799亿元。

在总量合理增长的同时,广东信贷结构呈现出持续优化的鲜明特征。从借款主体看,企(事)业单位贷款是信贷增长的主体。上半年,广东企(事)业单位贷款增加1.1万亿元,同比多增919亿元,其中中长期贷款增加4935亿元,表明金融体系持续为实体经济提供稳定的资金来源。

从投向结构看,更多金融“活水”流向重点领域和薄弱环节。今年以来,广东金融机构各项贷款的增量中,科技、绿色、普惠、养老、数字这金融“五篇大文章”的贡献超过了九成。6月末,广东制造业贷款余额同比增长16.7%,不含房地产业的服务业贷款余额同比增长6.7%,涉农贷款余额同比增长6.7%,民营企业贷款余额同比增长6%,均高于整体贷款增速。

在降低实体经济融资成本方面,广东持续取得成效。6月,广东金融机构新发放的企业贷款利率平均为2.60%,较上年同期下降0.21个百分点。今年上半年,广东跨境收支总额达到1.4万亿美元、同比增长17.5%,资金净流入1621亿美元、同比增长10.4%。

“跨境理财通”参与人数超过18万人

在更高层次、更高质量上助力广东金融高水平开放方面,该行聚焦“实”和“效”。

一方面,外汇管理便利化改革持续深化。优化升级跨境贸易高水平开放试点实施细则,推动试点扩容提质;深化跨境融资便利化改革,优化银行办理外债登记的流程;推进银行外汇展业改革,共44家银行一级分行、6206家企业开展改革,惠及外汇业务902亿美元,企业可凭指令办理、免交审核材料。上半年,国家外汇管理局广东省分局辖区外汇业务套期保值比率达37.6%,较2025年提升5.9个百分点。

另一方面,粤港澳大湾区金融互联互通持续推进。“横琴金融30条”“南沙金融30条”涉及人民银行和外汇局的改革任务已全面落地。辖区9家银行上线自由贸易账户(FT账户)、12家银行上线多功能自由贸易账户(EF账户),累计办理资金业务分别折合人民币7万亿元和6162亿元。“跨境理财通”参与人数超过18万人,资金汇划1403亿元。“跨境养老通”实现粤澳、粤港双线覆盖,有效助力湾区民生融通。

首批北交所
三个月持有期
主题基金陆续上报

据新华社电《中国证券报》27日刊发文章《首批北交所三个月持有期主题基金陆续上报》。文章称,记者近日获悉,首批北交所三个月持有期主题基金自7月24日起陆续向中国证监会递交产品注册申请,目前已经确定华夏基金、易方达基金、汇添富基金、南方基金、嘉实基金、东财基金、富国基金及中信建投基金等8家管理人。

这意味着公募产品布局北交所实现进一步扩容,也将进一步丰富北交所投资产品,吸引增量资金进场,改善二级市场流动性,助力创新型中小企业估值修复。

北交所三个月持有期主题基金是指主要投资北交所股票标的、投资者最短持有期限为三个月的主动权益类基金产品。记者了解到,这是落实证监会《关于高质量建设北京证券交易所的意见》(简称“深改19条”)中“持续丰富产品体系”的重要举措,旨在拓宽增量资金入市渠道,提升市场活跃度。

与前期发行的两年定期开放主题基金相比,三个月持有期产品投资者买入后份额持有满3个月即可自由赎回,大幅缩短锁定周期,投资者可根据市场行情及自身资金规划灵活调整配置节奏。

具体来看,首批8家基金管理人包括华夏基金、汇添富基金、易方达基金、南方基金、嘉实基金、东财基金、富国基金、中信建投基金。管理人选取综合考虑了综合实力、投资者回报等情况,覆盖头部及中小基金公司,体现了管理人选取的梯度安排。

市场人士表示,该类产品为主动管理型北交所开放式主题基金,设置三个月持有期机制,兼顾流动性与稳定性,产品聚焦北交所优质创新型中小企业,将进一步丰富北交所公募产品矩阵。未来,公募基金北交所投资有望形成包括两年期定开基金、三个月持有期基金、场外指数基金、场内ETF等在内的多元化产品矩阵。



高露洁多款“心机商标”被宣告无效

虚假宣传成消费者投诉重灾区

新快报讯 记者陆妍思 实习生杨瀚然报道 近日,国家知识产权局商标局“心机商标”治理专栏更新信息显示,高露洁-棕榄公司旗下4款商标因“带有欺骗性”被依职权宣告无效。截至7月27日,该专栏新增69个“已依职权宣告无效带有欺骗性的商标”,累计已达1596件。

此次被宣告无效的4款商标分别为“高露洁劲白”(注册号5829171)、“高露洁冰爽劲白”(注册号5867531)、“高露洁冰爽劲白 COLGATE”(注册号6583432)及“高露洁劲白 COLGATE”(注册号17572565)。前两件商标于2007年申请、2009年注册成功;图形商标分别于2008年和2015年申请注册。上述4款商标均于2026年5月27日被国家知识产权局商标局“依职权宣告无效”,目前状态为“注册商标被撤销”。

此外,高露洁-棕榄公司2020年申请注册的第46684630号“高露洁劲白”商标,也于2026年5月5日被宣告无效。该公司申请注册的“色修”“高露洁全面防蛀”“怕上火 用洁银”“专效抗敏”等类似功效宣

称商标均已被驳回或不予注册。中国商标网查询显示,高露洁-棕榄公司目前共申请注册1000多件商标。

所谓“心机商标”,是指将原料、工艺或产品卖点等描述性词汇注册为商标,利用公众对词汇的普遍认知,使消费者对商品质量或特点产生误认。记者查询国家药监局国产牙膏备案系统发现,高露洁棕榄(中国)有限公司多款含“美白”字样的牙膏产品,备案功效宣称仅为“清洁”或“防龋”。“高露洁草本美白牙膏”“高露洁全效专业美白牙膏”等备案功效标注为“清洁”;“高露洁光感白牙膏”“高露洁劲白冰爽水晶牙膏”备案功效仅为“防龋”。

商标被宣告无效后,高露洁尚未发布任何整改公告,产品包装更新说明或消费者告知函。记者查询电商平台发现,公司官方旗舰店中“劲白”“密集焕白”“色修美白”“光感白”等词汇仍被大量使用。该旗舰店拥有粉丝258万,年销量超300万件,客服面对商标被宣告无效的询问表示“暂未接到通知”。

财务数据显示,2026年第一季度,高露

洁棕榄公司净销售额53.24亿美元,同比增长8.41%,但归母净利润6.46亿美元,同比减少6.38%。在中国市场,高露洁2026年上半年全渠道市占率为5.3%,其“劲白”系列仍为销量主力。但外资牙膏品牌市场份额整体呈下滑趋势,高露洁市占率下降明显。

近年来,高露洁多次陷入消费者争议。2026年1月,有博主公开维权称,高露洁在未获授权的情况下截取其原创视频,进行AI合成后用于商业宣传,宣称牙膏可“闭合牙缝”。黑猫投诉平台上,高露洁品牌累计投诉130条,其中虚假宣传成投诉重灾区,反映的问题包括“宣传产品所用的视频夸张,看不到效果就说因人而异”“3天美白成流,用20天牙齿依旧未变”“主播说可以修复牙缝,实际不能”等。

分析人士指出,2025年12月1日,《牙膏监督管理办法》全面落地实施,要求牙膏功效宣称应有充分科学依据,并与备案信息保持一致。商标局近期集中对此类“心机商标”予以无效宣告,正是为了避免企业通过商标注册为产品功效背书、欺骗误导消费者。