

【头条评论】

应加大“出口转内销”式小作文整治力度

熊锦秋

近日,三花智控个股上演了由“特斯拉50亿元订单”小作文引发股价脉冲的闹剧。笔者认为,应加大对此类小作文整治力度。

根据报道,这篇小作文的传播路径极具迷惑性:先在国内投资圈小范围酝酿,继而“出口”至海外社交平台X进行“精致包装”,伪装成援引国内媒体或特斯拉相关资讯,再经由其他海外账号二次传播赋予其“国际认证”假象,最后“内销”回国内股票交流平台,利用信息差和时间差,在A股市场精准引爆。此事件或将当前利用小作文操控股价的灰色产业链暴露无遗,影响市场正常秩序,应依法严查整治。

应该说,“出口转内销”式小作文的本质或属新型市场操纵。三花智控在“关于市场不实传言的澄清公告”中披露,关于三花智控获得机器人大额订单的传言不属实。小作文“出口转内销”手法,增加了信息的“可信度”,但其实是一种更为隐蔽、危害更大的违法行为组合。其核心目的或在于通过编造、传播虚假信息,影响证券交易价格,并从中牟利,或符合《证券法》第五十五条第五款“利用虚假或者不确定的重大信息,诱导投资者进行证券交易”操纵手段的定义。这种操纵手段不排除有二级市场倒卖高卖操作行为相配合。

另外,《证券法》第五十六条明确规定禁止任何单位和个人编造、传播虚假信息或者误导性信息,扰乱证券市场。本案相关主体或涉嫌编造并利用信息网络传播虚假信息;第一百九十三条规定了违反第五十六条的行政处罚条款,包括没收违法所得,并处以违法所得一倍以上十倍以下的罚款。

《行政处罚法》第二十九条规定,对当事人的同一个违法行为,不得给予两次以上罚款的行政处罚;同一个违法行为违反多个法律规范应当给予罚款处罚的,按照罚款数额高的规定处罚。证券监管部门可依法调查本案类似小作文传播行为,重点是小作文虚假信息发布方与二级市场

交易者之间是否存在关联甚至主体重合,若查实构成以上两种违法行为,可“择一重处”。此外,若传播平台未尽到合理审核义务,对明显虚假、误导性信息未及时采取必要措施,也需承担一定责任。

小作文屡禁不止,根源在于违法成本相对较低,以及部分投资者盲目跟风炒作的心理。为根治此顽疾,建议:

一是强化跨境监管协作与溯源打击。面对“出口转内销”等新型手段,监管部门需加强与境外证券监管机构及大型社交平台的国际合作,建立高效的信息共享与协查机制。要一查到底,全力追溯虚假信息的真正源头、关键传播节点以及背后的利益链条;无论行为人身境内还是境外,只要其行为损害中国资本市场秩序和投资者合法权益,都应想方设法追究其法律责任。

二是压实信息传播环节各方责任。应严格落实社交平台、财经媒体的主体责任,督促其利用技术手段加强对平台上证券相关信息的监控和识别,对存疑信息设置

置风险提示,对确认为虚假或误导性的信息及时采取标注、限流、删除等措施。对放任甚至变相鼓励小作文传播以获取流量的平台,应依法依规问责。

三是提高上市公司对市场传言的反应速度。上市公司对于可能对公司股价产生重大影响的市场传闻,应按照相关要求及时履行核实和澄清义务,必要时申请临时停牌,避免投资者因不实信息遭受损失。对“一眼假”信息,应争分夺秒尽早发布澄清公告。

四是加强投资者教育。引导中小投资者的投资决策基于上市公司公开披露的信息,包括符合证券监管机构规定条件媒体发布的消息,对其他媒体报道的消息要多一分警惕,不轻信、不盲从,避免成为小作文的“接盘侠”。

总之,此事或敲响警钟,市场操纵等违法违规行为正在不断演变升级,监管执法应与时俱进,只有坚持“零容忍”,切实让违法者付出沉重代价,才能有效遏制小作文乱象,维护资本市场“三公”原则。

【时代风口】

科技巨头为何大举收购传媒娱乐和社交平台资产

张锐

甲骨文公司的创始人拉里·埃里森将自己的狼性基因传承给了自己的独生子大卫·埃里森,后者一手创建的科技公司天空之舞前不久斥资80亿美元一举拿下了影业霸主派拉蒙,其中老埃里森拿出了60亿美元的真金白银对儿子的收购给予了强力支持,派拉蒙影业、MTV电视台、CBS电视台、Showtime频道以及Simon & Schuster出版社等诸多传奇媒体资产均悉数纳入埃里森家族的旗下。接下来,小埃里森还可能对华纳兄弟探索公司下手,此举若能成真,埃里森家族将真正创建一个占据好莱坞江山的巨无霸媒体帝国。

像埃里森家族这样将资本铁蹄伸进传媒娱乐以及游戏社交领域的硅谷科技巨头并不鲜见,早一点的案例是亚马逊买下《华盛顿邮报》以及Facebook购进社交媒体应用运营商Instagram(照片墙),再就是2022年马斯克用440亿美元的巨资收购推特,以及2023年微软出资687亿美元买下动视暴雪。

不惜斥重金收购传媒娱乐以及社交平台资产,科技巨头虽有各自不同的战略考量,但看似分散而孤立的商业行为背后,实则隐藏着一套完整的并购驱动逻辑,以及可以重叠的价值目标诉求。与此同时,这种跨界并购与融合既重新定义了商业竞争的产业边界、价值链条和竞争规则,也深刻改变着全球文化产业的格局与生态系统,最终所产生的商业赋能意义远远超过传统意义上的协同效应。

首先,科技巨头收购社交媒体资产表达出了对内容尤其是优质内容的集体追逐。传媒社交以及游戏娱乐领域往往是内容的富集地,而内容特别是优质内容又是数字经济时代最为重要的价值驱动与核心引擎资产,微软通过游戏内容叠加增强其Xbox生态和云游戏战略的吸引力,甲骨文则能够利用派拉蒙的影视库来



国家医保局加强定点药店药品价格管理

药店玩弄阴阳价,如此套路危害大。
阳价用来偷国库,阴价用来肥私家。
可叹患者被利用,痛恨蛀虫奸计要。
加强监管有必要,呵护医保靠大家。

朱慧卿/漫画 孙勇/诗

【管理锦囊】

服务升级小细节 激活消费大潜力

余明辉

火车票可以“0元购”?10月20日起,中国国家铁路集团有限公司将优化升级“铁路畅行”常旅客会员服务,新增多项免乘车和积分福利,让积分兑换火车票成为可能,相当于“免费”坐火车。此外,对14至28周岁的常旅客会员实施更大幅度的积分优惠,会员积分在兑换火车票的基础上,新增座位升席功能,常旅客会员积分的应用场景进一步拓展。

这看似只是铁路服务的小细节调整,实则是交通供给侧对接消费需求的精准发力,为“铁路+”消费赋能,为人员流动提速,更给沿线经济发展注入活力,成为扩大内需的生动实践。

此次铁路服务升级精准激活了“铁

路+”消费潜力。过去,火车票只是空间位移的凭证;如今,积分体系让出行与消费形成联动闭环。普通会员1000元购票获5000积分抵50元,14至28周岁青年会员可获10000积分抵100元,积分升席功能更是让服务体验进阶。这种设计既提升了旅客出行意愿,又推动了铁路从“运输载体”向“消费枢纽”转型。旅客用积分兑换车票后,更有余力投入目的地消费,铁路与文旅、餐饮等产业的联动空间随之拓宽,正契合《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》中“交通与关联产业融合发展”的要求。

人员流动效率的提升在此次升级中尤为凸显。青年群体作为出行主力,获得双倍积分优惠,这一靶向施策直击痛点。

无论是大学生返校、职场新人通勤,还是

年轻人文旅出行,都能通过积分积累降低出行成本。

沿线经济发展在铁路服务升级中获得新动能。交通是区域经济的血脉,铁路积分政策通过吸引客流,让沿线城市的资源优势更快转化为发展优势。偏远地区的特色农产品可借由增长的客流走向全国,中小城市的文旅资源能通过便捷出行被更多人知晓,形成“客流带动物流、物流激活产业”的良性循环。这与“高铁游”撬动区域经济的逻辑一脉相承,都是通过交通网络的“链接力”,将过境客流转化为“目的地”消费,让铁路线成为沿线经济的“黄金走廊”。

从更大背景看,交通服务优化是扩大内需的重要抓手。当前,激活内需需打通“供给—消费”堵点,铁路积分升级正是精

构建的生态中,转换成本将变得极高,这就形成了强大的锁定效应。

从竞争格局看,科技巨头对传媒娱乐与社交游戏资产的收购加速了数字生态的寡头化趋势。随着各家巨头不断扩充自己的内容库和平台矩阵,市场竞争逐渐从单一产品或服务的竞争,升级为整个生态系统的竞争。新进入者面临极高的壁垒,不仅需要技术能力和资金实力,还需要积累足够的内容资源和用户基础。这种格局下,中小型内容创作者和平台要么被收购,要么被迫依附于某个生态生存。因此,随着这些数字帝国的疆域不断扩张,如何在寡头竞争环境中保持市场的开放性和创新活力,成为监管机构和行业参与者需要共同面对的挑战。

准发力点。它通过降低出行成本释放消费能力,通过提升服务质量增强消费意愿,更通过产业联动拓宽消费场景。这种小切口推动大变化的实践,印证了交通基础设施贸易成本下降效应的经济学逻辑——人员流动成本降低,必然带动商品与要素的高效流通,进而提升市场运行效率。

铁路服务的每一处升级,都是对民生需求的回应,更是对发展大局的支撑。积分体系的完善让出行更具性价比,青年优惠彰显政策温度,升席功能满足品质需求。这些举措叠加发力,不仅让铁路服务更接地气、更有温度,更构建起“出行—消费—发展”的正向循环。随着“铁路畅行”服务的持续优化,其在扩大内需、畅通循环中的作用将进一步凸显,为经济高质量发展提供坚实支撑。

【法治之道】

全链条追责
斩断号段转租利益链

王琦

“尊敬的客户,您已成功订购某某演唱会门票,请在15分钟内支付票款,超时订单将自动关闭。”前段时间,多位市民收到这样一条来自1068号段开头的短信。不少急于抢购热门演唱会、体育赛事门票的市民未加核实,便按照提示向指定账户转账付款,直至被拦在场馆门外,才发现自己被骗了。

在信息爆炸的时代,短信已成为人们日常生活中不可或缺的信息传递方式。此次报道曝光的1068号段涉诈案件,不仅揭露了诈骗分子利用正规号段实施诈骗的恶劣手段,更凸显了通信资源管理存在的漏洞以及全链条追责的迫切性。本应受到严格管控的通信资源,为何会沦为诈骗分子的“作案外衣”?

经调查发现,涉案的1068号段资源最初由正规公司向工信部申请获取。然而,该公司获得资源后并未自行运营,而是层层转租、转售,最终该号段落入不具备合法使用权的河北某网络科技公司手中。在这一过程中,每一家参与转租的公司都清楚知晓“禁止转租转售码号或短信发送权限”的规定,却无一履行相应的责任和义务。正是这种集体性的失职,为诈骗分子创造了可乘之机。

杭州互联网法院以公益诉讼形式推进此案,具有极其深远的意义。由于接收诈骗短信的人员分布广泛且数量众多,单个受害者维权困难重重,而公益诉讼则代表不特定的社会多数人提起诉讼,要求相关涉案人员和公司承担民事侵权责任,这是司法制度的一项创新举措。最终,法院当庭判令6名被告在国家级媒体上公开赔礼道歉,并赔偿公益损害赔偿金共计50万元。这一判决,不仅让违法者付出了应有的代价,也为社会公众讨回了公道。

这起案件审理的最大亮点在于实现了全链条追责。与以往仅对诈骗分子追究刑事责任不同,此次将电信业务链条上的运营、转租主体全部纳入责任范围。这种全链条追责模式,犹如一张严密的大网,让每一个参与违法违规行为的主体都无处可逃。它向社会传递了一个明确且坚定的信号:在电信网络诈骗面前,任何环节的失守都将受到法律的严厉惩处。

从长远角度审视,这起案件的意义不仅在于惩处违法者,更在于筑牢通信安全防线。当前,已有部分市民对1068号段产生了信任危机,即使未遭受诈骗,收到相关短信也会对其真实性心存疑虑。长此以往,涉案被告的行为不仅会破坏公众对正规通信号段的信任,还会损害国家通信领域的公信力。全链条追责,正是对这种信任危机和公信力损害的有力回应。它促使电信业务经营者切实落实防控义务,将防范诈骗信息传播作为法定责任,而非可有可无的“可选动作”。

1068号段诈骗案为我们敲响了警钟,也让我们看到了司法在打击电信网络诈骗方面的决心与智慧。全链条追责模式,为守护通信安全防线提供了宝贵的借鉴。司法机关应持续加大打击力度,不断创新打击方式,让电信网络诈骗无处遁形,使我们的通信环境更加安全、可信。

【世相百态】

中小学春秋假
有望提振旅游市场

贺成

随着多地宣布将从今秋起试行中小学春秋假,不少地方将春秋假安排在11月,为期3天,连上周末,中小学生可“喜提”5天小长假。在此背景之下,近期有不少家长咨询秋假相关产品,同时,去哪儿旅行数据显示,11月12日至16日期间,宁波出发的机票预订量同比增长2.18倍;11月12日至16日期间,佛山出发的机票比去年同期增长2.76倍,最热门的10个目的地依次是北京、杭州、上海、舟山、温州、成都、阜阳、宁波、青岛和芜湖,其中去往北京的机票预订量同比增长1.9倍。

中小学生“喜提”5天小长假,便催生机票预订量迅猛增长,不失为一个积极信号。今年9月16日,商务部等9部门对外发布了《关于扩大服务消费的若干政策措施》,提出五方面19条举措。其中,第十三条指出:优化学生假期安排,完善配套政策。在放假总天数和教学时间总量保持不变的情况下,鼓励有条件的地方结合气候条件、生产安排、职工带薪休假制度落实等因素,科学调整每学年的教学和放假时间,探索设置中小学春秋假,相应缩短寒暑假时间,增加旅游出行等服务消费时间。

由此可见,多地探索实施及鼓励研究探索春秋假,目的就是为国内旅游市场注入新活力。

目前我国旅游行业发展已经摆脱了供给不足的状态,但面临旅游出行过度集中、消费者体验差,淡季需求又严重不足的现状。多地推行春秋假,恰恰可以缓解这一情况。对于消费者而言,11月是旅游的传统淡季,无论是机票价格还是酒店价格相较“十一”旺季均下降三成以上,旅游人数相对较少、旅游体验也大大提升,是错峰旅游的较好选择。同时,11月中旬也是南方省份赏秋的最佳时间,无论是本地游、省内游还是跨省游均有非常丰富的旅游体验。

对于旅游商家来说,在公商务出行人数下降的背景下,亲子游是很好的补充。据测算,一张儿童票能够带动1—2张成人票的消费。在今年国庆中秋假期,一张儿童票甚至能带动3—4张成人票的购买,有效拉动了全家游、携老游的预订。

当然,再积极的信号终将只是个信号,要真正实现为国内旅游市场注入新活力,还需要多方共同努力去做更多更实更细的工作,包括政策继续发力推动文旅产业与教育需求的更深层次结合,提升家庭和学校对假期教育价值的日益重视等。

本版专栏文章
仅代表作者个人观点