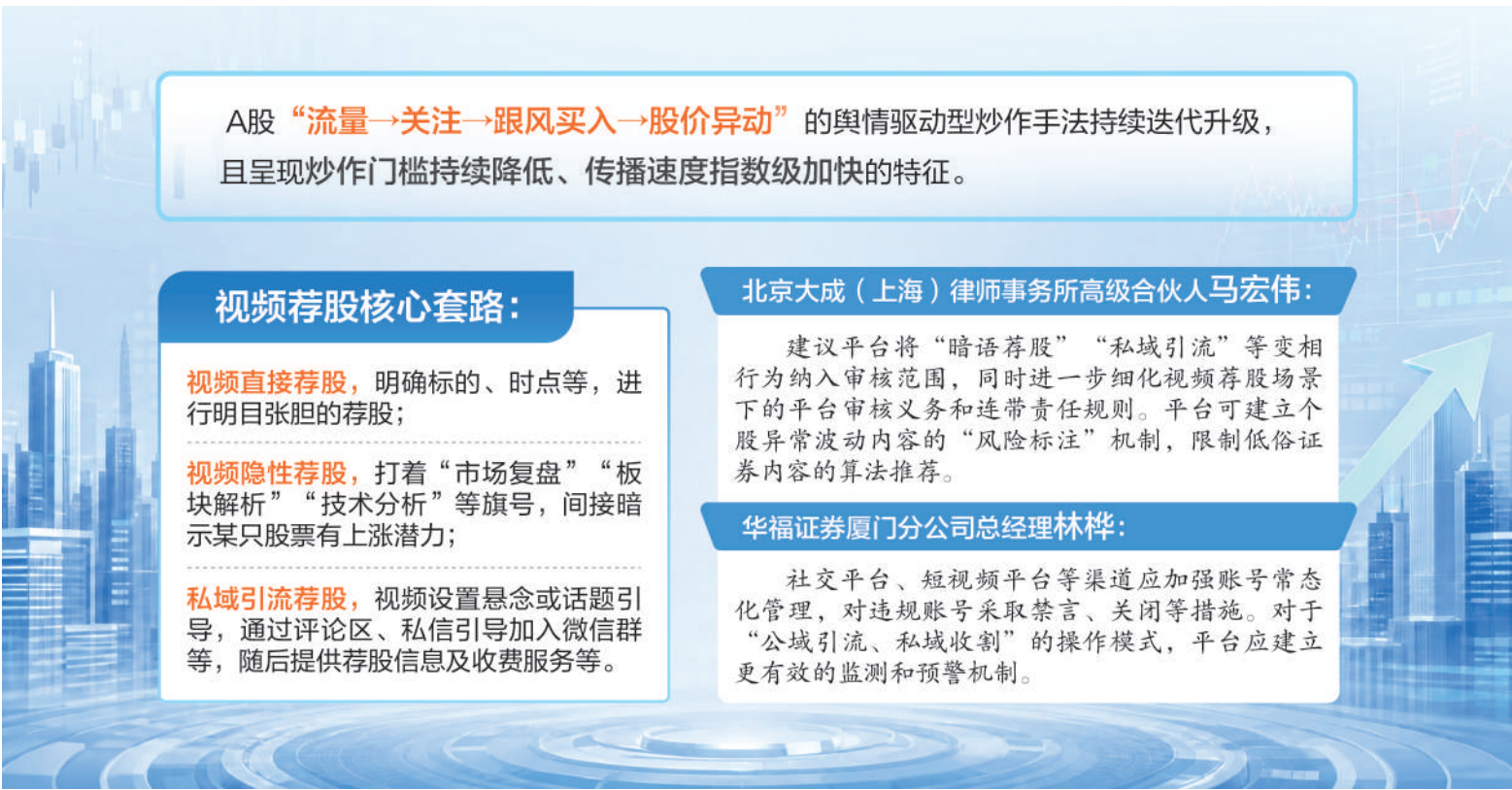


灰色荐股花样翻新 整治打击亟待升维



证券时报记者 张淑贤

近日，“任泽平学员称爆仓亏损超千万”一事持续发酵，其VIP群聊随之解散，这起风波，将“知识付费”与“投资引导”之间的模糊地带再次摊开于公众面前。与此同时，“立

帖荐股”“视频荐股”“AI荐股”等乱象层出不穷，监管部门近期已接连查处多起相关案件，A股市场的荐股生态问题再度引发广泛关注。

据证券时报记者了解，当前行业整治更多以“是否具备证券从业资格”作为判定荐股合法

与否的主要依据。对此，多位受访人士指出，从业资质不应成为判定合法与否的唯一标尺，而应回归行为实质——是否主动向投资者推荐个股、是否以营利为目的，双管齐下：既严查无资质主体的非法荐股，也整治有资质机构的违规操作，有效遏制荐股乱象。

幅超25%，其中两个涨停，全程无任何基本面良好的支撑。

从2022年“脱口秀概念股”、2024年“谐音股”、2025年“卖惨求涨停”，到此次“低俗赌约”模式，A股“流量→关注→跟风买入→股价异动”的舆情驱动型炒作手法持续迭代升级，且呈现炒作门槛持续降低、传播速度指数级加快的特征。

马宏伟表示，“赌约帖”看似娱乐化玩梗，一旦引发个股股价异常波动，其法律性质已远超普通网络言论，可能触及编造传播虚假信息、操纵市场等多条红线。

AI技术的发展，更给不法分子提供了可乘之机，其利用AI换脸、语音克隆等技术，生成知名投资人、财经大V的荐股视频用于引流，更具欺骗性和隐蔽性。上述“助理”尽管自称并非机器人，但从其声音、信息推送频次来看，大概率是AI机器人。

于如何区分投资者正常的信息交流以及违法荐股。中公教育事件证明，在算法推荐机制放大下，散户群体性非理性行为已初步具备实质影响个股定价的能力。

但散户自发跟风与有组织的信息操纵本质不同。在马宏伟看来，传统操纵依赖资金和信息“硬实力”，核心要素是主观故意和客观操纵行为，散户跟风买入本质上是群体性非理性决策，与有组织、有预谋的操纵存在本质区别。但需警惕，部分看似“散户自发”的行为背后可能隐藏着互联网打法，即利用社交平台流量和算法推荐机制控制情绪、配合资金炒作收割散户。

林桦表示，从行业角度看，需要厘清合法知识分享与违规荐股行为之间的边界。

以夸张赌约、低俗承诺制造话题干扰市场定价，甚至配合资金收割，显然属于被禁止的红线。不过，个股讨论是投资者正当的信息交流需求，也不能因噎废食。

个人信息与隐私保护法律框架内进行，因此面临执法门槛。”

业内建议，对于监管部门而言，一方面，持续发布风险提示和典型案例，帮助投资者建立“查资质、辨真伪、拒诱惑”的基本防范意识。另一方面，面对AI伪造、跨境展业等新挑战，进一步加强技术反制能力建设，提升对深度伪造内容和隐蔽违规行为的识别与处置效率。

提升投资者的防非反诈能力也是重要一环。投资者应掌握基本识别方法，不轻信荐股信息，尤其要警惕“赌约帖”这类流量炒作荐股行为。

唯有平台承担治理责任、监管追踪新型操纵手法、投资者提高风险防范意识，三方协同方能遏制荐股乱象。



长鑫科技中签结果出炉 超770万个中签号码

证券时报记者 胡华雄

7月19日，长鑫科技披露网下初步配售结果及网上中签结果公告。

公告显示，本次发行价格为8.66元/股。回拨机制启动后，网上发行最终中签率为0.47141739%。中签号码共有7702207个，每个中签号码可以认购500股长鑫科技A股股票，中一签需缴款4330元，认购资金应当于7月20日(T+2日)16:00前到账。

网下发行申购情况方面，经核查确认，发行公告披露的285家网下投资者管理的10907个有效报价配售对象全部按照发行

公告的要求进行了网下申购，网下有效申购数量为1.24万亿股。

至于网下初步配售结果，A类投资者初步获配数量约19.78亿股，占网下发行总量的91%；B类投资者初步获配数量约1.96亿股，占网下发行总量的9%。资料显示，A类投资者包括公募基金、社保基金、养老金、年金基金、银行理财产品、保险资金、保险资产管理产品、合格境外投资者资金，B类投资者为除A类外的其他投资机构。

资料显示，长鑫科技专注于DRAM产品的研发、设计、生产及销售，公司产能规模已位居中国第一、全球第四。

证监会今开座谈会 促进市场稳定健康发展

<<上接A1版

从中国国新和中国诚通果断出手和其他市场主体自主披露的增持回购等动作来看，各方对稳定市场有信心，也有行动。7月14日以来，已有490余家A股公司披露业绩预喜的公告，其中主板430余家、两创板自愿性披露50余家，其中不乏此前市场高度关注的“明星”企业。过去一周，沪深两市增持、回购或利润分配公告达到1500余家次，其中主板有820余家次、两创板相关公告超600家次。多家券商上周五第一时间对市场“批量强平”的“小作文”予以否认，明确两融风险可控，不存在大面积强平情形。还有一些私募机构官宣自购，“越跌越买”。多家头部量化机构此前也纷纷否认“已将韩国科技股走势纳入因子模型”的传言。

管理层也在引导和呵护市场。监管部门多次强调，将继续推动发挥各方合力，健全“长钱长投”的市场机制；主动拥抱新一

<<上接A1版

以首店首发 打造国际消费高地

商务部部长王文涛曾用3句话阐释培育国际消费中心城市重点任务：聚焦“国际”，努力构建融合全球消费资源的集聚地；紧扣“消费”，全力打造消费升级的新高地；突出“中心”，不断强化集聚辐射和引领带动作用。

在具体实践中，新开首店、各类首发活动是各城市打造引领全球消费潮流新高地的重要量化参考指标。

根据公开信息，5城在这方面展现出不同程度的吸引力。其中，上海2025年新增首店1093家，全球及亚洲首店等高能级首店占比达16.8%，数量与质量均居全国首位；北京同年则新增首店1068家，较2024年同期相比增长11.3%，平均每天新增首店3家；天津2025年引入品质首店超300家，同比增长96%；广州自2021年获批开展国际消费中心城市培育建设以来，截至2025年10月，累计引进首店近1800家，举办首发、首秀、首展活动超6000场；重庆截至目前则累计引进国际国内知名品牌超2200个。

北京良瑛国际公关顾问有限公司总经理谈慧玲对记者表示，首店和首发活动的一项重要作用在于挖掘新需求、为大众创造消费契机。

“比如我们之前在王府井做过活动，知名品牌影响力相对更大，关注度也足够多。”谈慧玲举例指出，当前品牌更加注重宣传实效，在诸如王府井这样的“商业金街”，整体商业环境良好，首发活动有助于增强市场曝光度，加强产品转化。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员王微接受证券时报记者采访时表示，聚焦全球消费资源，吸引各类国际大牌，可以更好地服务国内消费提质扩容升级的需要；与此同时，中国品牌在引领、带动全球消费方面，也发挥了重要作用。

“特别是像新技术革命推动的新能源汽车发展，当前已成为引领全球消费的重要力量。”王微表示，未来仍需不断做强本土品牌，在引领全球消费方面深化发展。

根植本土： 民族的，就是世界的

事实上，依托自身资源禀赋，挖掘本土品牌的消费增长潜力，从而多维度聚集培育优质消费资源，仍是深化建设国际消费中心城市的重点之一。

轮科技革命和产业变革，让资本市场更包容、更适应科技企业发展需求。

从实际举措来看，无论是加快发展宽基ETF产品、推出主动ETF试点，还是推出科创板“1+6”政策、“并购六条”、创业板深化改革等举措，都是推动市场更稳定健康的发展，助力资本市场与实体经济的双向融合。

近期，多位证券分析师对市场长期趋势发声。国泰海通研报称，稳定是底色，中国股市企稳与转机已不远，金融、资源、科技等行业有望呈现高景气增长。申万证券策略团队认为，本轮抛压已集中释放，微观结构稳定性可能很快自然恢复；红利类资产有望加快修复，同时存储龙头上市，资金分化可能好于预期，构成市场超跌反弹契机。

资深业内人士建议，站在新的均衡起点，市场的行稳致远还是回到资产安全和价值中枢的主线上来，但也要避免“重蹈覆辙”，多些理性和审慎，区分出那些真正估值实、科技硬的企业。如此，市场的“信心”才有“稳”的基础和“进”的支撑。

证券时报记者从重庆市商务委了解到，下阶段将瞄准全球优质商品和服务，加强“外引”和“内培”，促进国内外知名消费品牌和优质市场主体加快集聚，打造国际消费资源集聚高地。

具体来看，重庆将持续做靓“首发巴渝”城市名片，2026年目标新引进品牌首店300个以上，开展高能级首发活动100场以上。围绕汽车、服装、食品、农产品、工艺品等领域，做大做强消费品工业。

“近期‘冰雪’机车通过国际赛事出圈，这为‘重庆摩企’走向世界注入了强劲动力。”重庆市商务委相关负责人接受记者采访时表示，当前“重庆造”摩托车出口量已在全国范围内排名第一，与此同时，还通过“渝车出海”专项行动等，持续扩大重庆“智”造消费品的品牌影响力。

CPE源峰董事总经理房蕙蕙也有类似观察，她用时下的成功案例说明中国品牌在全球市场上从卖产品走向系统表达的新趋势——泡泡玛特彰显了渠道和IP影响力，大疆代表的是技术高度和定价权，小米的设计为中国科技企业赢得审美认同，老铺黄金代表东方叙事进入高端消费场景；波司登把羽绒服从保暖单品升级为时尚装备，证明中国品牌的竞争力不再只是制造效率，还有专业性能和高端设计；Insta360则代表了中国科技出海的新路径：从卖硬件走向运营全球创作生态……

以“四新”引领发展深化

“如果说过去是紧扣‘消费’，那未来就是要紧扣‘新消费’。”王微强调，下阶段深化国际消费中心城市建设，首先要围绕服务消费、时尚消费、新技术新产品消费等，推动新场景打造和传统商圈焕新。

事实上，北京日前集中发布的12个国际消费中心城市建设重点项目，就包括了一批焕新升级的老项目。证券时报记者了解到，核心城区存量商业升级是北京城市更新的关键，一批老牌商场和历史街区改造之后盘活了低效空间，在保留文化底蕴同时注入新消费业态，为传统商圈重聚人气、补齐功能短板。

王文涛今年4月在第五届国际消费中心城市论坛上阐述5个城市下阶段建设任务时就明确了“四新”——打造商品消费扩容升级的新样板，培育服务消费增长的新动能，树立活跃线下消费的新标杆，建设扩大入境消费的新高地。

此外，王微还强调，要突出国际消费中心城市的引领作用，一方面是要通过消费带动产业全链条的提质升级，另一方面还要辐射带动周边区域，让更多人群从中获益。

1 亲测：荐股操作花样翻新 隐蔽性更强

记者在某视频平台随机进入一间股市直播间，发现主播不停地引导添加助理领取福利材料。记者添加后，该名所谓的“助理”在发布主播复盘笔记后，即开始推荐收费套餐，宣称“每天推送会员票，不仅提供代码，还会给出买卖点”，并罗列了多个近期案例。

随后每天，该“助理”日均向记者推送信息20余条，持续推销付费荐股项目，具有较强的诱导性。

上述模式是短视频平台常见的荐股操作之一。中证投股中心联合中证数据梳理的视频荐股核心套路包括：视频直接荐股，明确标的、时点等，进行明目张胆的荐股；视频隐性荐股，打着“市场复盘”“板块解析”“技术分析”等旗号，间接暗示某只股票有上涨潜力；私域引流荐股，

视频设置悬念或话题引导，通过评论区、私信引导加入微信群等，随后提供荐股信息及收费服务等。

北京大成（上海）律师事务所高级合伙人马宏伟接受证券时报记者采访时表示，当前视频荐股的传播路径多为先在短视频发布泛财经内容，以话术吸引关注；然后通过私信、评论区互动导入私域社群，在封闭环境中实施收费荐股。部分主播甚至在直播中使用谐音、代号、暗语等方式“软性荐股”，刻意规避平台审核。

“立帖荐股”是资本市场又一受关注的荐股乱象。近期，证监会已对涉中公教育和共进股份的赌约帖进行立案调查。以中公教育事件为例，一条赌约帖在5个交易日内撬动股价累计涨

2 何为“非法”？资质与边界应厘清

长期以来，市场甚至监管部门普遍以“是否具备证券投资咨询资格”作为判断荐股是否合法的主要标准，无资质主体开展有偿荐股，是监管部门重点整治和打击的行为。

有接近监管部门的人士向记者坦言，持牌机构从业人员受到案约束，荐股总有翻车时，一旦被投诉，会受到监管部门的处罚，“有个庙在，跑不了，目前打击的主要是连庙都没有的”。

可见，无证券从业资格的人员从事有偿荐股，违法性毫无争议。但当下亟须厘清的是，从业编号与合法并不能画等号。记者添加上述“助理”后，其随即发来所在机构资质及其本人的证券从业编号，面对记者“是否合法”的询问，也言辞凿凿地称“我们是有资质的”。记者查阅发现，该机构资质与该人员的证券从业编号均为真实存在。

机构有资质、人员有证券从业编号，就是合法吗？华福证券厦门分公司总经理林桦接受记者采访时表示，证券从业资格证明是进入证券行业的人门要求，即便拥有证券从业编号，一旦违反法律法规的禁止性规定，以虚假信息、内幕信息荐股，或利用软件工具误导宣传的，也都是非法荐股行为。

上述接近监管部门的人士认为，针对持牌机构的荐股乱象，也应加大整治与打击力度，“任何一个负责任的机构，都不应该主动推荐个股，而是当投资者提出个股询问时，投顾要帮助投资者分析行业与公司基本面，或者提供方法，投资者可为方法付费，如果直接为投资者提供买卖点，信息缺乏透明度，就存在违法的空间”。

而在“立帖荐股”乱象中，治理难点之一在

3 监管、平台和投资者协同发力

荐股乱象、非法荐股，长期以来一直是监管部门整治与打击的对象。证监会主席吴清在2026陆家嘴论坛上明确表态，依法从严打击利用人工智能非法荐股、造谣传谣、违法交易等乱象。

深圳证监局也发布风险提示，提醒投资者认清非法荐股骗局，注意甄别非法行为的套路，守护自身财产安全。

平台是荐股乱象传播的第一道关口，整治与打击非法荐股，第一道防线便是压实平台主体责任。林桦表示，社交平台、短视频平台等渠道应加强账号常态化管理，对违规账号采取禁言、关闭等措施。对于“公域引流、私域收割”的操作模式，平台应建立更有效的监测和预警机制。

多家平台也在持续打击非法荐股行为。