

谁在坐庄？叶飞“爆料门”疑云难消

多家疑涉事券商回应

自媒体百万大V“叶飞私募冠军直说”关于上市公司的爆料事件仍在持续发酵中。据叶飞微博资料显示，其为淮北市倚天投资有限公司的总经理，曾为阳光私募基金经理冠军、中国社会科学院特聘教授、第一财经及央视二套特约财经评论员。叶飞自称，他的主营业务是私募基金和委托理财。

此前在5月9日，叶飞发文称，中源家居曾在今年3月31日通过中间人联系叶飞，让其及下家通过操纵市场的方式哄抬股价，而这其中涉及了4家券商。5月17日，被叶飞爆料参与中源家居市值管理的券商纷纷否认与违规操作行为有关。

北京商报记者通过查询叶飞的微博内容了解到，其下家为恒泰证券资管经理管宣。在合作达成后，管宣安排民生证券买入中源家居股票约1500万元，另外再安排天风证券买入1500万元。但由于期间中源家居股价跌停，因此只买了1543万元，还有1500万元未买入。另外，叶飞于5月17日在微信发文称，民生证券的经理已经离职。

对于上述事件，恒泰证券相关负责人向北京商报记者表示，管宣已经在3月5日从恒泰证券离职，中源家居操作事项发生在3月中下旬，他个人离职后参与的事情恒泰证券并不知情。经核查，自2021年至今，恒泰证券的自营投资、资产管理计划产品均未交易过中源家居股票，两融业务的信用账户中也没有客户持有，该股票也不在公司融资买入标的的范围内。

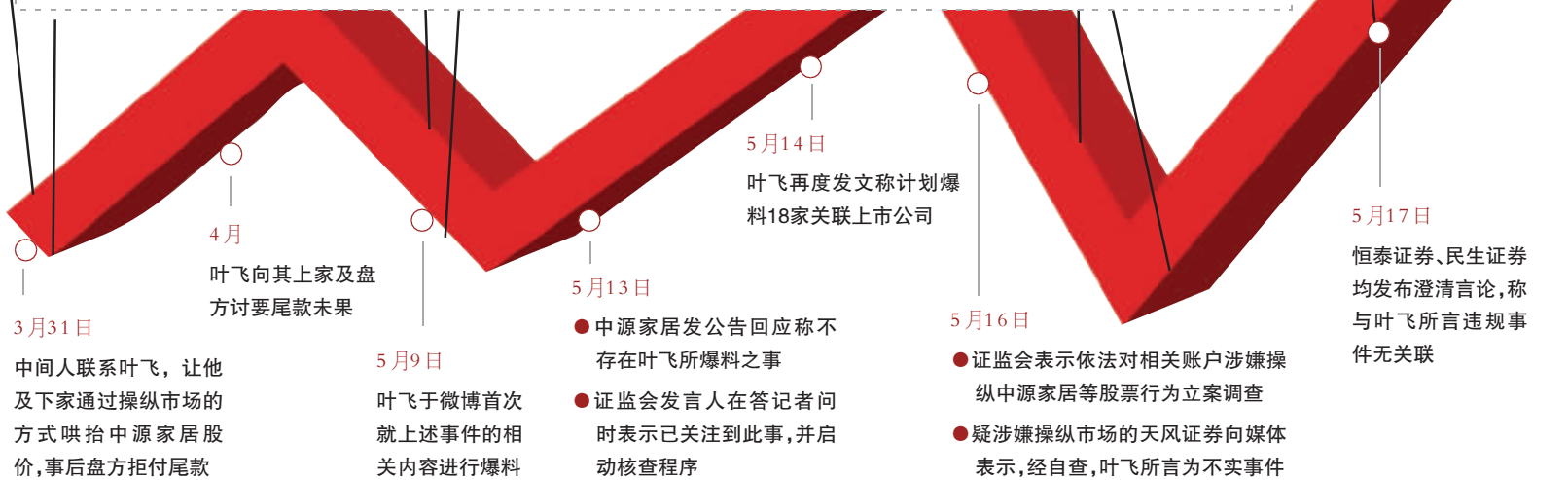
同日，民生证券也针对此事回应表示，民生资管并未参与中源家居市值管理，今年一季度确实有自营部门的投资经理在投资权限内买入中源家居股票，但公司肯定不会参与上市公司市值管理。

而天风证券也在此前接受媒体采访时表示，公司从未参与叶飞所述中源家居市值管理的相关行为，自营和资管部门2021年也未发生过疑似中源家居市值管理相关的股票交易记录，自媒体大V所言存在不实。另一方面，关于自营业务与中源家居情况，天风证券对自营业务的主要负责人员均进行了询问核实，相关负责人均表示未收到过叶飞所述相关方曾联系其付费购买中源家居股票的情况。

据报道，天风证券自查内容显示，公司全自营账户方面仅1个量化交易策略账户组（2个账户）发生过中源家居股票交易。经查，该账户组交易策略基于量化因子选股，不涉及人工的主动判断，该账户组在2021年2月1日-5月11日期间曾交易过中源家居，但期间最高持仓市值仅37.04万元（时间为2021年4月8日），考虑到中源家居15亿元左右的市值规模，前述交易无法对其二级市场价格或市值情况产生影响。

另外，叶飞曾在微博中爆料他的上家是申万宏源证券青岛营业部的刘鹏。据中证协信息显示，刘鹏于2012年9月加入申万宏源证券，执业岗位为证券经纪业务营销，目前的登记状态为正常。但据叶飞此前公布与刘鹏的一段电话录音内容显示，刘鹏目前已从公司离职。

近期，有关自媒体大V叶飞“爆料门”一事闹得沸沸扬扬。根据关联人叶飞所发布的内容显示，上市公司中源家居联合私募、公募一起以市值管理的名义进行操纵股价、商业贿赂等违规操作，但私募和机构却被上市公司“坑”了，以至私募“大佬”公开“讨债”，并扬言要披露涉事的18家上市公司。此外，叶飞还一度披露了4家关联事件券商的名单。截至5月17日，涉嫌参与中源家居市值管理的多家券商纷纷就此事作出回应，均表示并无违规操作，但也无法阻止涉事股票集体暴跌。到底A股谁在坐庄？个中疑云仍待廓清。



3月31日
中间人联系叶飞，让他及下家通过操纵市场的方式哄抬中源家居股价，事后盘方拒付尾款

4月
叶飞向其上家及盘方讨要尾款未果

5月9日
叶飞于微博首次就上述事件的相关内容进行爆料

5月13日
●中源家居发布公告回应称不存在叶飞所爆料之事
●证监会发言人在答记者问时表示已关注到此事，并启动核查程序

5月14日
叶飞再度发文称计划爆料18家关联上市公司

5月16日
●证监会表示依法对相关账户涉嫌操纵中源家居等股票行为立案调查
●疑似涉嫌操纵市场的天风证券向媒体表示，经自查，叶飞所言为不实事件

5月17日
恒泰证券、民生证券均发布澄清言论，称与叶飞所言违规事件无关联

有关刘鹏目前的执业状态及公司对所涉事件的知情情况，北京商报记者发文采访申万宏源证券。但截至记者发稿前，尚未收到相关回复。有知情人士向记者表示，刘鹏目前确已离职。

“爆料门”背后利益链

那么，这个“爆料门”的来龙去脉究竟是怎么一回事？爆料的背后又牵扯了怎样的利益关系？

据悉，该爆料事件的起始时间最早可追溯到5月9日，叶飞于当天在其个人微博发布消息称，中源家居于3月31日通过多名中间人联系到叶飞，付了不到10%的定金，让叶飞的下家，即私募基金经理和券商资管购买中源家居的股票。但购买后，中源家居的股价一直跌停，且盘方蒲菲迪赖账不付尾款。

据中证协官网显示，蒲菲迪曾于2011年2月入职新时代证券，执业岗位为一般证券业务，并于2013年9月离职注销。此后，蒲菲迪再无就职证券公司的相关信息更新。另据天眼查信息显示，蒲菲迪目前为莘天使基金管理（深圳）有限公司的执行董事及总经理，持股比例为70%。

据叶飞微博阐述，蒲菲迪一开始许诺以锁仓代持保底给保证金，盘方拉升30%以上，但结果不仅不是锁仓，还直接出货，事后也未支付保底的保证金。随后至今，叶飞一直联系中间人，但都被推脱，并不肯负责。据叶飞披露的聊天记录显示，截至4月底，其上家刘鹏也无法联系到他的上线，他们成了无人搭理的中途人。另外，由于叶飞的下家一直向其索要几百万元的尾款，但叶飞这边并未收到上家的费用，因此他的下家，即公募和券商资管大概损失了几百万元。

北京商报记者根据叶飞提供的电话录音内容及其微博所发布的信息整理得知，叶飞要求刘鹏支付欠其下家管宣的70万元，以及叶飞作为中间人的中介费。据电话录音内容指出，叶飞作为中间人所赚的比例为6.5%，在叶飞下家已支付的1543万元的基础上可以估算，他的中介费约为100.3万元。而此前，刘鹏

已支付了20万元的定金，但尾款尚未付清。

叶飞还透露，盘方蒲菲迪曾拿出200名股东名册等资料让其过目。因此，叶飞表示，在无奈之下，只能先从源头找起。另外，叶飞还曾于5月14日在微信称，计划爆料18家上市公司，1周1家。目前，叶飞披露的上市公司名单包括中源家居、维信诺、昊志机电、隆基机械、东方时尚、今创集团、众应互联、祥鑫科技、法兰泰克、华钰矿业、城地香江。

“叶飞概念股”跌停

遭叶飞点名的个股被市场戏称为“叶飞概念股”，其中隆基机械、东方时尚、今创集团、*ST众应、ST华钰等7股5月17日跌停。

交易行情显示，今创集团5月17日跌停开盘，开盘后在几笔大额买单下，公司成功撮开跌停板，但随后公司再度封上跌停。截至当日收盘，今创集团股价12.4元/股，跌幅10.01%，总市值98.04亿元。

除了今创集团之外，隆基机械、东方时尚、*ST众应、ST华钰、法兰泰克、祥鑫科技6股也在5月17日跌停。

另外遭叶飞点名的个股还有中源家居、维信诺、昊志机电、城地香江等，上述个股虽未跌停，但也在5月17日出现了大跌行情。其中，城地香江在5月17日盘中触及跌停，截至当日收盘，公司股价报11.6元/股，跌幅为9.09%。

中源家居、维信诺、昊志机电跌幅则分别为6.59%、5.8%、13.83%。

针对相关情况，北京商报记者分别致电今创集团、利通电子方面进行采访，其中今创集团相关负责人表示，公司未开展叶飞提及的市值管理，具体情况关注公司后续公告；利通电子相关负责人则表示，暂时不方便回应，一切以公司最终公告为准。

监管部门将“重拳出击”

上述事件发生后，经过酝酿发酵，已成为社会及监管部门高度重视的事件。对此，5月16日，证监会也发文明确了立案严查的态度。

券商业资深人士王剑辉表示，若有机构和个人通过合谋的行为来影响上市公司股价，一

老周侃股
Laozhou talking

查黑庄越狠，股民心越稳

周科竟

5月17日，被叶飞点名的多家涉嫌操纵股价的上市公司跌停，不少走势异常的中小盘股也纷纷大跌，这是股民对黑庄操作股票的用脚投票，监管层要严查黑庄，查得越严，股民越放心。

如果投资者看好一只股票，然后按照走势追高买入，但是其后发现它的上涨走势并非因为公司本身的质地良好，而是因为上市公司和各类黑庄一起联手炮制，那么投资者将会作何感受？满满被骗之感。

如果说投资者自己非要买入业绩不好、成长性也差的ST股，然后遭受损失，投资者怪不了别人。但是，这些黑庄操作的股票，大多都是正常股票，并没有ST标识，而且业绩也没有那么糟糕，但是在上市公司的要求下，股价出现异常的上涨走势，同时坊间还会有各类传言流出，投资者很难区分传言的真伪，而上市公司的公告也会进行有选择的发布，即公告总是向着有利于黑庄操盘的方向，投资者买入这样的股票，胜算有多少可想而知。

多年前曾有过一次“基金黑幕”，即无法出逃的庄家向公募基金付费，要求公募基金买入自己坐庄的股票，然后按照基金买入的数量，以每股多少钱向基金公司或者基金经理支付费用，结果一经曝光，投资者哗然，基金的公信力瞬间崩塌，经过了这么多年的经营，基金的形象刚刚有所好转，就有了“叶飞门”，这次牵连到的不仅有公募基金和私募基金，

经证实，必然涉及到操控市场、操纵股价的违规行为。对于券商等中介机构而言，可能会面临业务暂停甚至是相关负责人遭到市场禁入等处罚。但该事件确实给监管部门在市值管理这一方面敲响警钟，并就后续如何避免黑箱操作等违规行为发生上了一课。在这样的背景下，上市公司还需要更多、更及时的信息披露，让市场变得有规可循，有法可依。”

上海明伦律师事务所合伙人、律师王智斌也向北京商报记者提到，如果该大V爆料属实，中源家居或其实际控制人已涉嫌构成操纵市场。按照证券法第55条之规定，操纵证券市场行为给投资者造成损失的，应当依法承担赔偿责任。据此，特定范围内的中源家居受损投资者，有权提起民事索赔诉讼。

另外，监管部门也准备对相关违法违规情形“重拳出击”。证监会表示，下一步，将对恶性操纵市场等违法违规行为持续保持“零容忍”态度，重拳打击肆意妄为、逃避监管的各类操纵市场行为，对于上市公司及实控人、私募基金、公募基金等相关机构和个人从事或参与的，将会同公安机关依法彻查严处，绝不姑息。

北京商报记者 孟凡霞 李海媛 马换换

还有上市公司及其实际控制人。

那么问题来了，究竟有没有办法能够让投资者可以简单地相信这些机构，能够放心地把自己的血汗钱交给他们打理？不管是买入私募基金或者公募基金，再或者直接买入股票，总之，投资者需要一个放心的投资环境，一个令投资者可以按照上市公司公开信息、正常的盘面交易情况来交易的投资场所。

本栏也说过，如果没有叶飞的爆料，估计这些黑庄很难被投资者及监管层发现，如果他们按照约定向各路机构支付了服务费，估计叶飞也不会出来爆料，所以本栏说，他们的违法行为非常隐蔽，极难被发现，管理层也很难进行事前的防范，那么唯一有效的办法就只有对被发现的违法违规进行极其严厉的惩罚性处罚，这样才能提高他们的违法成本，以儆效尤。

例如对于涉案的上市公司，直接强制退市，要求大股东按照坐庄期间的最高价回购股票，公募基金、私募基金管理人承担连带赔偿责任，这样的力度或许还不够，但或许能稍微抑制一下畸形的市值管理。

当然，对于涉案的公募基金、私募基金投资者，他们也是受害人，本栏认为他们也应该按照坐庄期间的最高净值赎回的权利，差额部分由基金公司及私募基金管理人承担，严厉的惩罚不仅是为了补偿受到损害的投资者，也是为了保护更多的投资者不受损害。

客户高度集中 捷邦科技对富士康依赖度连升

北京商报讯(记者 刘凤茹)作为精密功能件和结构件生产服务商，捷邦精密科技股份有限公司(以下简称“捷邦科技”)欲冲击A股。公开信息来看，目前捷邦科技的创业板IPO申请已获受理。北京商报记者发现，报告期内营业收入保持连续增长的捷邦科技，客户趋于集中，尤其是对大客户富士康的营收依赖升温明显。数据显示，报告期内富士康的营收贡献率超三成以上。从披露的数据来看，捷邦科技的客户集中度水平高于同行业可比公司的平均水平。

招股书显示，捷邦科技主要从事消费电子精密功能件和结构件的研发、设计、生产和销售。经营业绩上，2018-2020年，捷邦科技

实现的营业收入分别为44804.66万元、60741.05万元、85663.15万元。从前述数据看出，捷邦科技营业收入保持持续增长态势，这背后离不开“大金主”的支持。

招股书显示，接受同一实际控制人控制的客户合并计算，2018-2020年，捷邦科技向前五大客户合计销售金额分别为37656.14万元、48599.22万元、69408.73万元，分别占各期营业收入的比例为84.05%、80.01%和81.03%。也就是说，捷邦科技报告期超八成收入均由前五大销售客户贡献。

对于客户集中度高的原因，捷邦科技在招股书中给出的解释为，公司主要产品为消费电子精密功能件和结构件，主要应用于平

板电脑、笔记本电脑、一体机电脑、智能家居、3D打印、无人机等消费电子产品领域，客户集中度较高为消费电子产业链特点。消费电子行业经过多年的发展，终端品牌已形成高市场集中度的特点。

在招股书中，捷邦科技将领益智造、安洁科技、恒铭达、智动力、达瑞电子等公司列为同行业竞争对手。北京商报记者注意到，捷邦科技客户集中度水平高于同行业可比公司的平均水平。数据显示，2018-2020年，捷邦科技同行业可比公司前五大客户的集中度分别为70.23%、66.04%、63.02%，同行业可比公司的客户集中度水平呈逐年下降的趋势。

北京商报记者注意到，在捷邦科技的前

五大客户中，富士康系主力客户。

招股书显示，2018年，捷邦科技对富士康实现的销售金额为15943.73万元，占当期营业收入的比例为35.58%。2019年，捷邦科技对富士康的销售金额提升至22384.61万元，当期的营业收入占比也提升至36.85%。2020年，捷邦科技对富士康的销售金额增至33850.26万元，占当期营业收入的比例近四成。

报告期内，富士康一直稳居捷邦科技第一大客户的位置。相比之下，捷邦科技其他客户报告期内出现一定变动。

资深证券市场分析人士布娜新认为，对单一大客户营收依赖升温并非IPO的实质性障碍，却是一个重要的审核风险。投融资专家许小恒

解释称，这种情况下，发行人的可持续经营、持续盈利能力以及独立性会受到大客户的影响。“一旦大客户发生较大的变故，将对公司经营业绩带来不利影响。”许小恒如是说。

针对“对富士康营业收入逐年增加的具体原因”；“相比之下，捷邦科技其他客户销售收入明显变动且并不稳定，是否意味着公司某种程度上依赖富士康的收入”以及“公司如何保持与富士康合作黏性”等问题时，捷邦科技在回复北京商报记者的采访函中谈到，公司对富士康营业收入逐年增加是客户对公司产品需求不断增加的结果。为降低客户集中度，公司将采取持续不断开拓终端品牌厂商和新客户，拓展产品应用领域、开拓新市场，加大业务多元化布局等措施。