

人设打造、伪造战绩、跨平台引流

起底伪财经“大V”收割流水线

据新华社北京5月12日电 近年来,随着短视频、直播和社交媒体的蓬勃发展,一批打着“财经专家”“股市导师”旗号的伪财经“大V”迅速崛起。他们利用普通投资者渴望财富增值的心理,通过非法荐股、编造股市“小作文”、AI生成虚假信息等手段大肆收割流量与钱财,严重扰乱金融市场秩序,损害投资者合法权益。

从“内幕消息”到加密私域

“进群获取内幕消息”“精准荐股送你暴富”“导师一对一操盘指导”“跟着股神实现财富自由”……不少投资者在网上看到过类似的宣传。

视频平台上一位有14万粉丝的股市分析类博主,其发布的内容大多都是正常的股市动态的分析,但其视频的置顶评论里长期挂着一带链接的评论——“股市便宜的信息差渠道”。新华每日电讯记者点开链接后跳转到一个在线文档,文档里写道“A股超全信息差资讯大全……短线、波段、长线资讯都有”,并附带上了数个QQ账号,称需添加店主QQ查看具体信息。

记者添加店主QQ后,对方发来一条信息称“仅限粉丝参与,文档请勿外传”,随后又发来一条在线文档的链接。记者打开后看到是一个推广付费会员的文档,其介绍称,会员权益包括小道消息、研报、小表格在内的独家源头消息;150多个财经“大V”的圈子内容消息;每周两到三篇付费文章和视频……

文档称,其消息更新的平台并不在主流的社媒平台上,而在其自建的App里,需要办理会员后才会给下载App的方法。其中,年付费会员需要399.8元,四年付费会员需要1199.8元。

在社交媒体平台上,新华每日电讯记者也看到了大量展示自己投资操作的博主,有的展示自己如何在黄金以及比特币市场做交易,并在简介中称“13年经验老手,私教课私聊咨询”;有的定期更新自己的投资收益,不断强化自己“目标达成”“投资成功”等,并在评论区隐晦表达可以“进群抄作业”;还有的账号每天分享比特币行情以及投资操作,并表示可以交流如何炒比特币……

这些所谓的财经“大V”,往往都不会直接添加微信号,而是通过QQ群组的群文件进行信息传递。QQ群组中也并不会直接沟通投资事宜,而是进一步要求粉丝添加其“SafeW”以及“Telegram”账号好友。

记者进一步搜索发现,“Telegram”由于其用户注册无需身份认证,且记录会随时清除,因此成为诈骗发生的重灾区。“SafeW”也是一款主打“安全加密”的即时通讯软件,在2025年上海徐汇警方发布的反诈提示中,明确将“SafeW”列入“涉诈聊天类App”名单。诈骗分子常利用其强加密、阅后即焚等功能,在主流社交平台与受害者建立联系后,以“更安全私聊”为由引导下载,然后实施虚假投资理财等诈骗活动。

记者调查还发现,部分所谓的财经“大V”晒出的投资“战绩”,其实是靠“股票模拟实盘系统”伪造生成。不少商家在电商平台上销售该模拟系统,价格分为25元/周、88元/月、488元/半年、888元/年四个档,交易页面模仿同花顺,自行输入各种信息就可生成一份堪比“股神”的“成绩单”。

从“人设打造”到“精准收割”

近期,“40万粉丝财经‘大V’易伟操纵北京三夫户外用品股份有限公司股票,股民获赔15.7万元”案件引发资本市场广泛关注。中国证监会行政处罚决定书显示,易伟在担任三夫户外董事期间,通过控制76个证券账户,以集中资金、连续买卖、对倒交易等手段操纵股价,非法获利近2800万元。

他还通过微博账户宣扬自己毕业于耶鲁大学,富有投资经验,是大型美元基金管理人,并注册使用微博账号“申尚趣”和“古北老江湖”跟“易伟”账号打配合,散播投资理论和投资建议。

在不具备证券投资咨询从业资格及业务资质的情况下,他通过微博、微信提供推荐个股、预测行情、指导操作等证券咨询服务。并以“付费会员”形式向粉丝收取高额费用,非法所得近2400万元,最终被证监会罚没合计超9900万元。

观察这些伪财经“大V”的“生意经”,可以发现呈现出标准化、产业化、跨平台化的特征。



“内幕消息”骗局。新华社发 程硕作

第一步:人设包装。无论是“张哥滚雪球”的投资专家形象,还是此前被查处的“京圈富二代”的富二代人设,本质都是精心设计的“剧本”,通过营造财富自由的假象吸引想“挣大钱”的投资人。

记者发现,部分平台对财经类视频博主无任何金融从业资质要求,有的平台金融类账号认证要求认证者持有相关资质证书,但一些没有任何资质的人员通过花钱也能买“认证”。此外,有的财经“大V”认证头衔为某公司理财师,但该公司属于科技推广和应用服务业,非持牌金融机构。

第二步:内容引流。股市中“小作文”现象频发,利用短视频、直播等形式编造、传播虚假信息或夸大其词的言论来影响市场情绪,获取流量,进一步加剧市场的不稳定性和投资者的盲目跟风。

部分平台的推荐机制对煽动性内容、高收益展示给予流量倾斜,为非法荐股提供了传播土壤。虽然近期一些平台已加强治理,利用人工审核与算法识别进行打击,但“事后处置”模式难以根治问题。

第三步:收割离场。当粉丝积累到一定规模后,通过付费课程、会员社群、实时荐股等方式变现。这些博主多采用多平台分发、主账号与小号联动的模式,引流、付费、服务环节相互分离,一旦被查处可快速“换马甲”重生。

部分“大V”甚至演化为“抢帽子操纵”。根据浙江证监局调查,“大V”金永荣长期使用“金涪”账号在平台发布荐股信息,积累名气和受众。在2024年9月2日至2025年4月16日期间,该账号控制账户组在荐股后的当日或次日进行大量反向卖出交易,违法所得4000余万元,最终被认定构成典型“抢帽子操纵”。

从单打独斗到协同治理

面对这些乱象,监管部门已从单一处罚转向“监管+平台+司法”的全链条治理。

日前,中国人民银行、工业和信息化部、市场监管总局等八部委联合印发《金融产品网络营销管理办法》(简称办法),对金融机构开展金融产品网络营销以及第三方互联网平台接受金融机构委托为金融产品网络营销提供服务的行为进行全面规范,将于今年9月30日正式实施。

办法规定,通过公众号、直播、短视频营销金融产品的,应当在金融机构自营平台或金融机构在第三方

互联网平台合法开设的账号进行,营销人员应当为金融机构从业人员,具备从事相关业务的资格,并获得金融机构授权同意。

第三方互联网平台应当加强对从事金融产品营销及相关信息内容生产活动主体的资质、资格核验,并在金融产品营销类账号主页展示其金融业务资质或职业资格等认证材料名称。

蚂蚁集团相关人士表示,办法首次将第三方互联网平台开展金融产品网络营销活动全部纳入监管,填补了当前跨行业和跨机构的监管空白,能有效遏制虚假宣传,切实保护金融消费者合法权益。

“此前,许多平台上的财经课程用暗示或让投资者人私群等方式告诉投资者购买哪些股票或基金,这属于打擦边球。这一办法非常重要的一点是,明确不能用平台引流等任何推销商品的方法来‘营销’股票、基金等金融投资产品。因为买卖股票和基金等是投资,与购买商品有本质区别。”上海交通大学上海高级金融学院副教授李楠表示。

在李楠看来,金融投资与网络营销是格格不入的,金融是现在做决策,损失和收益未来才会实现的具有风险和不确定性的决策,而金融市场的信息不对称性巨大,投资者仅凭网红“大V”的推荐或过往业绩来做判断,往往会陷入“追涨杀跌”的行为误区。

上海星瀚律师事务所合伙人律师阮霁倩说,互联网平台作为信息传播的载体,必须切实履行主体责任,从源头遏制乱象蔓延。比如,建立跨平台联合惩戒机制,防止违规账号“换平台重生”。

“与传统违法行为相比,平台授课,拉小群推荐金融产品,甚至推销虚拟货币,呈现跨平台传播、隐蔽性强的趋势,涉及网信、证监、公安等多部门管辖,协同治理机制仍需完善。”阮霁倩说。

此外,李楠强调,伪财经“大V”乱象屡禁不止,除了违规者的别有用心和平台的监管漏洞外,另一重要原因在于有人抱着能够通过内幕消息或炒股秘笈而一夜暴富的急功近利心态进行投资,提高社会大众的金融素养非常重要。

面对日益复杂的网络营销环境,蚂蚁集团相关人士认为,单纯靠人力审核已经很难做到实时与精准,行业可以共同探索AI、隐私计算、风控大模型等技术的深度应用。此外,平台在做好自身业务的同时,积极投入到金融科普中,引导大家建立理性消费和权益保护意识。