

A股又遇“世界杯魔咒”?

加油站将全面推广“交易即开票”

本报讯 国家税务总局11日宣布,自2026年11月1日起,在全国成品油零售加油站全面推广“交易即开票”,实现加油交易与发票开具无缝衔接。

“交易即开票”是指成品油零售加油站完成销售成品油交易后,按照交易数据通过税务部门乐企平台即时向购买方开具全面数字化电子发票。“交易即开票”覆盖成品油零售领域不同交易场景,包括购买方通过第三方支付平台、互联网平台等形式支付加油款以及通过加油卡、现金等形式支付加油款等。

近年来,税务部门持续加大对成品油零售领域涉税违法行为的查处力度。从查处的案件看,部分成品油零售加油站利用加油机作弊、账外经营、隐匿销售收入等方式偷逃税款,扰乱经济税收秩序,影响行业健康发展。

国家税务总局征管和科技发展司有关负责人表示,推广“交易即开票”,可以深度绑定加油交易全流程。消费者完成加油支付后,自动生成发票并直接推送至消费者,可有效杜绝加油站拒开票、漏开票、错开票行为,方便消费者开票,保障消费者合法权益,让每一笔成品油零售消费都有据可查、有票可依。同时,也有助于税务部门规范行业税收秩序,夯实行业税源管理基础,营造公平公正、合规遵从的税收营商环境。(中新)

美国政府5月退还近220亿美元关税

据新华社电 美国财政部10日发布的月度财政数据显示,美国联邦政府5月关税退款金额接近220亿美元,当月美国海关关税净收入为负数。

数据显示,美国5月海关关税总收入为219.3亿美元,关税退款金额达219.72亿美元,这意味着扣除关税退款后,当月关税净收入为负4200万美元。此外,美国联邦政府5月财政赤字为2926.48亿美元;2026财年(自2025年10月起)前8个月,联邦政府财政赤字达1.246万亿美元。

美国最高法院2月20日公布裁决,认定美国《国际紧急经济权力法》没有授权总统征收大规模关税。美国国际贸易法院法官3月4日作出裁决,要求美国海关与边境保护局在关税清算中不得依据《国际紧急经济权力法》征收关税。

美国海关与边境保护局4月20日启动根据美国《国际紧急经济权力法》所收关税的第一阶段退款工作,首批退款于5月11日前后发放。

截至3月初,美国有超过33万家进口商依据《国际紧急经济权力法》提交超过5300万个报关申请并预付或支付关税税款,涉及约1660亿美元资金。

证券情报站

A股小幅震荡 成交量创近一个半月新低

本报讯 A股昨日整体小幅震荡,科创综指在2000点附近获得支撑后反弹翻红,北证50低开低走跌逾3%,上证指数、深证成指、创业板指均小幅飘绿。全市场超4100只个股下跌,成交进一步萎缩至2.57万亿元,再创近一个半月来新低。

盘面上,工业气体、有色金属、化肥概念、光刻机等板块涨幅居前,影视院线、世界杯概念、人工智能、短剧游戏等板块跌幅居前。

市场热点方面,有色金属概念全天保持强势,早盘稀有金属领涨,午后能源金属拉升,天华新能、盛新锂能、融捷股份、赣锋锂业等午后均放量大涨。化肥概念股午后也放量走强,川金诺临近收盘“20cm”涨停,兴发集团一字涨停,六国化工高开秒速封板,湖北宜化、川发龙蟒等涨幅居前。

机构观点

大同证券:在存量资金博弈下,市场呈现明显的“高低切换”特征。短期市场或延续震荡轮动格局,新的主线方向或仍在酝酿之中。而从中长期来看,科技依然是全球博弈的核心战场,无论是“自主可控”还是“AI基建”,国内科技产业仍处于追赶期,国产替代的市场空间依然广阔,政策支持力度也有望持续加大,可耐心等待调整后的布局窗口。(证时)

2026年美加墨世界杯开幕, A股市场又一次迎来“世界杯魔咒”的讨论窗口。

按照赛程,本届世界杯于当地时间6月11日至7月19日在美国、加拿大、墨西哥三国举行,48支球队参赛、104场比赛、39天赛期,均创世界杯历史新高。由于多数赛事对应北京时间凌晨至上午时段,除了传统夜宵观赛、清晨咖啡、茶饮、酒店影音房、外卖平台和体育旅游,也被多家券商纳入赛事经济观察范围。但从A股投资角度看,券商给出的共同判断并不激进:世界杯窗口确实存在一定交易热度下降和阶段性弱势特征,但所谓“世界杯魔咒”并不是稳定有效的择时规律。相比盯着指数涨跌,市场更应回到当下的资金环境、产业主线和中报验证窗口。换言之,世界杯可以带来情绪扰动和消费主题,但很难改变A股原本的运行逻辑。

“世界杯魔咒”有样本,但不是铁律

从历史统计看,世界杯期间A股确实有过“跌多涨少”的印象。

天风证券表示,1994年以来,上证指数在世界杯赛前一周和赛事期间均为8届中5次下跌,2018年是较典型的弱势样本。

浙商证券也提到,1994年至2022年举办的八届世界杯中,上证指数在比赛期间有五次下跌、三次上涨,调整概率约为62.5%。

不过,这一现象并不具备足够强的市场规律属性。若看Wind全A,涨跌次数基本各半;若放到全球市场,标普、日经等主要指数在世界杯期间也没有形成一致下跌规律。换句话说,上证指数的弱势样本更像是特定市场、特定年份、特定周期位置共同作用的结果,而不是赛事本身直接决定股市方向。

华福证券也认为,“世界杯魔咒”更接近统计巧合,其背后可能是日历效应与市场周期位置叠加,而非单纯由赛事交易行为驱动。对投资者来说,把世界杯当作短期情绪扰动可以,但若直接当成减仓或抄底信号,可能过度简化了市场。

成交缩量,可能比指数下跌更典型

相比指数涨跌,世界杯窗口更值得关注的可能是成交热度变化。浙商证券认为,世界杯期间成交缩量、交易情绪降温,是比指数下跌更典型的市场特征。

财通证券也指出,从历史近五轮世界杯看,世界杯开赛首周末A股往往偏弱,跌幅约3%;世界杯结束最后一周,A股又往往回升,涨幅也大约在3%左右。其背后对应的是开赛前后市场成交额收缩,赛事结束后热度修复。

这种变化并不难理解。世界杯是全球顶级体育赛事,注意力天然会从市场切向赛事本身。尤其本届世界杯多数比赛落在北京时间凌晨至上午,夜间观赛会影响部分投资者作息,短线交易活跃度可能受到扰动。

更重要的是,世界杯多在6月至7月举行,这一时间段本身就与A股年中资金面观察期、中报业绩预告验证窗口重合。业绩真空期、政策预期变化、风险偏好切换,都可能与世界杯窗口叠加,使市场表现看上去像被赛事“影响”。



从历史统计看,世界杯期间A股确实有过“跌多涨少”的印象。(资料图片)

赛事经济有机会,但更像短线主题

世界杯并非完全没有投资线索。

国信证券认为,本届美加墨世界杯与往届核心差异明显。赛事首次由三国联合承办,球队扩至48支,比赛增至104场,赛期拉长至39天,赛事热度有望更加平滑释放。由于时差因素,国内观赛场景也会发生变化,夜宵餐饮、酒店影音房、外卖平台,以及清晨茶饮、咖啡订单弹性,可能成为新的消费观察点。

从主题角度看,食品饮料、酒店餐饮、数字媒体、互联网电商、体育消费、体育旅游等方向,都可能在赛事前后获得阶段性关注。

华福证券复盘2002年以来六届世界杯也发现,部分行业存在赛前抢跑、赛中回调特征,金融、大消费在部分赛中阶段表现较好,消费、制造、建筑也曾出现跨周期相对占优样本。

但多家券商也提醒,世界杯主题的持续性并不强。浙商证券以2022年卡特尔世界杯为例称,赛前两周A股体育相关主题指数虽有小幅上扬,但随后快速回调,涨幅在数个交易日内被完全回吐。这意味着,世界杯主题更像事件交易,容易出现“赛前买预期、赛中卖事实”。

世界杯窗口,不必然对应防御风格

一个容易被忽视的现象是,世界杯窗口并不必然对应防御风格。

天风证券认为,世界杯相关主题中,观赛消费和赛事流量方向历史上存在阶段性表现,但更偏事件交易;与此同时,世界杯窗口并不必然对应红利防御,小盘成长和高弹性资产在部分年份反而表现优于红利板块。

这对当前市场尤其重要。若投资者只因为世界杯临近就切向防御,可能忽视市场自身的产业主线。当前A股最强的结构性线索,仍然来自AI算力、半导体、机器人、硬件设备等科技成长方向。世界杯带来的注意力分流,可能影响短线成交,但未必改变资金对高景气产业链的中期定价。

华福证券在投资建议中也提到,所谓“世界杯魔咒”真正影响有限,决定市场方向的仍是市场自身运行逻辑。回到当前宏观与产业趋势,仍建议关注高景气AI算力、强驱动能力等方向。

A股最终还是要回到自身周期

所谓“魔咒”有时灵验,有时失效,原因也正在于此。

对投资者而言,真正需要区分的是两类机会:一类是世界杯主题带来的短线脉冲,适合关注赛前预期和赛事期间兑现节奏;另一类是产业趋势驱动的中期主线,仍要看业绩、订单、资金和政策环境。

所谓“魔咒”有时灵验,有时失效,原因也正在于此。

对投资者而言,真正需要区分的是两类机会:一类是世界杯主题带来的短线脉冲,适合关注赛前预期和赛事期间兑现节奏;另一类是产业趋势驱动的中期主线,仍要看业绩、订单、资金和政策环境。

智能眼镜变“偷拍神器”:隐私防线何以一捅就破?

智能眼镜市场迎来爆发式增长

Rokid的争议并非孤例。随着AR技术成熟与政策扶持加码,2026年中国智能眼镜市场正迎来爆发式增长。

奥维云网数据显示,2026年一季度中国线上智能眼镜零售额达5.6亿元,销量28.2万台,同比激增。其中,Rokid以21.2%份额稳居榜首,其AI眼镜均价超3000元,成为高端市场标杆。然而,高速增长背后,隐私侵权、数据安全等伦理问题正成为行业“阿喀琉斯之踵”。

“智能眼镜是AI时代的可穿戴入口,但入口越大,风险敞口也越大。”一位隐私保护专家警告,眼镜的随身性与拍摄隐蔽性结合,极易沦为“全景监控工具”。此前已发生多起用户滥用设备偷拍公共场所、办公区域的案例,而此次空姐被偷拍事件更凸显出技术滥用对社会信任的侵蚀。

值得关注的是,巨头生态布局加速了行业竞争复杂度。字节、百度、阿里、小米等互联网企业纷纷入局AI硬件,Rokid与高德、支付宝等构建的服务生态,虽然提升了产品实用性,却也放大了数据收集范围。业内对隐私防护失守表示担忧,用户对个人信息、行为轨迹等数据或被滥用的担忧,也放大了数据收集范围。

在隐私保护上,当产品安全技术可被低成本配件破解时,所谓“防护体系”便形同虚设。部分厂商还在商品页暗示“隐蔽拍摄功能”,甚至提供“反检测教程”,将技术工具异化为侵权手段。

电商平台热销遮光贴

6月8日,Rokid针对偷拍事件作出回应,宣布全面整顿社区内容、清理违规账号,并向电商平台投诉恶意遮光贴产品。

作为事件主角,Rokid的应对措施涵盖内容治理、渠道打击与技术升级三重维

度。其AI APP社区已下架涉事内容,违规账号被封禁;官方声明强调将联合平台对遮光贴商家溯源追责,并通过法律手段遏制违规配件销售。技术层面,Rokid承诺强化硬件级防护,包括升级感应配件与算法,确保设备被改装时自动禁用拍摄功能。“我们正从底层重构隐私防护体系。”

Rokid技术团队负责人表示,现有产品已标配强制亮灯提示与遮挡检测功能,系统严禁第三方篡改指示灯权限。未来新品将引入生物识别与场景识别技术,当设备检测到可疑拍摄行为时,将自动阻断操作并上传警报。此外,Rokid在用户协议中新增隐私保护条款,明确禁止侵犯他人权益的行为,违规者将面临法律追责。

然而,6月10日,记者调查发现,多款“智能眼镜遮光贴”仍在电商平台销售,品类涵盖几乎所有品牌的智能眼镜。贝壳财经记者注意到,在电商平台上有不少销售遮光贴,还有可以遮挡眼镜品牌的遮挡贴,不影响摄像头使用的伪装贴等各种产品。

在某电商平台,有店铺的遮光贴月销量超6000件,商品介绍明确标注“拍摄无光、不触发警报”。用户评价中不乏“隐蔽性强”“完美规避指示灯”等表述。

“技术防护再严密,也挡不住有人挖空心思想钻漏洞。”一位关注智能硬件的科技博主指出,遮光贴的泛滥暴露了行业在隐私保护上的结构性缺陷——当产品安全技术可被低成本配件破解时,所谓“防护体系”便形同虚设。部分厂商还在商品页暗示“隐蔽拍摄功能”,甚至提供“反检测教程”,将技术工具异化为侵权手段。

电商平台热销遮光贴

6月8日,Rokid针对偷拍事件作出回应,宣布全面整顿社区内容、清理违规账号,并向电商平台投诉恶意遮光贴产品。

作为事件主角,Rokid的应对措施涵盖内容治理、渠道打击与技术升级三重维