

二级市场“狂欢” 脑机接口走进现实

2026年二级市场的首个热门概念属于脑机接口。

自1月5日起,A股人脑工程板块“起飞”,板块内个股掀起涨停潮。1月7日,尽管板块内部分个股出现回调,但板块3日涨幅仍接近18%,创新医疗、南京熊猫等多只概念股斩获三连板。

股价狂飙背后,脑机接口,这一曾只存在于科幻作品中的概念,正加速走进现实。在业内专家看来,2026年有望成为脑机接口产业化的关键年,技术的进步、资本的涌入和市场的期待正共同推动这一前沿领域加速发展。



板块3日涨幅17.98%

新年伊始,脑机接口概念股集体上涨,2026年以来的3个交易日,人脑工程板块累计涨幅达到17.98%。

消息面上,马斯克近日表示,其脑机接口公司Neuralink将于2026年开始对脑机接口设备进行大规模生产,并转向更加精简和几乎完全自动化的外科手术流程。此外,据报道,脑机接口“独角兽”强脑科技在近期完成约20亿元融资,为脑机接口领域除Neuralink以外世界第二大规模融资,进一步点燃投资者热情。

在上述消息影响下,1月5日—6日,人脑工程板块掀起涨停潮,多只个股连续两个交易日“20cm”涨停。1月7日,美好医疗再度“20cm”涨停,南京熊猫、岩山科技等个股斩获三连板。爱朋医疗、麦澜德、伟思医疗等个股则出现回调,其中爱朋医疗跌逾11%。

作为脑机接口主要概念股的创新医疗,已连续3个交易日“一”字涨停。交易行情显示,1月7日,创新医疗收涨9.99%,全天报涨停价28.63元/股。北京商报记者致电创新医疗投资者热线,工作人员向记者表示,公司参股公

司涉及脑机接口业务,为博灵脑机(杭州)科技有限公司(以下简称“博灵脑机”)。资料显示,创新医疗对博灵脑机的持股比例约68.36%,通过博灵脑机切入医疗级脑机接口康复领域。此前,创新医疗回复投资者称,博灵脑机的赛博灵科AC5已于2025年上市。

人工耳蜗是脑机接口的重要应用方向,也是当前临床应用中的技术范例之一。美好医疗系全球人工耳蜗龙头企业的核心供应商。1月5日,美好医疗在深交所互动易回复投资者时表示,目前侵入式脑机接口产品在植入材料选择、生物相容性、自供电技术等关键领域与人工耳蜗高度相通。公司正与下游脑机接口客户深入开展产品合作,协助客户实现从实验室研发到批量出货的高效商业化转化,目前相关业务产生的收入规模较小。

不同的技术路线

脑机接口技术按照信号采集方式的不同,主要分为非侵入式、半侵入式和侵入式三种技术路线,相关公司在技术路线选择上也有所不同。

天使投资人、人工智能专家郭涛表示,侵入式脑机接口需将电极直接植入大脑皮层,

可采集高精度神经信号,是重症医疗场景的核心技术方案,但手术创伤大,易引发免疫排斥反应与长期疤痕组织增生,临床应用门槛高。据了解,马斯克创立的Neuralink主要采用侵入式技术。

此外,郭涛表示,半侵入式技术将电极植入颅骨内但不深入大脑皮层,在信号精度与手术风险间实现平衡,侵入性低于前者,不过仍需专业外科手术支持。非侵入式技术通过头皮表面电极采集信号,无需开颅,具备安全、便捷、低成本的优势,适配消费级场景推广,缺点是信号易受头皮组织干扰,分辨率相对较低,难以捕捉精细神经活动信号。

目前,在A股相关概念股中,主要布局非侵入式技术路线的个股较多,诸如伟思医疗、翔宇医疗、麦澜德等。据了解,脑机接口通过在脑与机器之间建立信息通道,实现生物智能与机器智能的协同交互,是生命科学和信息科学融合发展的前沿技术。当前,脑机接口创新成果持续涌现,产业加速壮大,正孕育颠覆性突破,已成为科技创新和产业创新深度融合的重要领域。

在政策层面,2025年7月,工信部等7部门联合印发的《关于推动脑机接口产业创新发展的实施意见》明确提出,到2030年,脑机

接口产业创新能力显著提升,形成安全可靠的产业体系,培育2—3家有全球影响力的领军企业和一批专精特新中小企业,构建具有国际竞争力的产业生态,综合实力迈入世界前列。

然而,脑机接口技术的商业化道路面临多重挑战。北京中医药大学卫生健康法治研究中心主任邓勇表示,当前脑机接口发展核心难题集中在神经信号高精度解码、侵入式设备植入安全与长期稳定、系统微型化低功耗及临床伦理争议等方面。目前,脑机接口技术整体处于临床验证向产业化过渡早期,非侵入式在康复、消费级场景小范围落地,侵入式仍以临床试验为主,大规模商用需3—5年。

商业化尚早

在连续涨停下,1月6日晚间,伟思医疗、三博脑科、麦澜德等多只个股对公司脑机接口布局情况进行回应。

其中,三博脑科方面表示,目前公司不涉及脑机接口产品的研发、生产及销售,神经调控技术带来的收入占公司营业收入比重很小,对公司业绩基本没有影响;伟思医疗方面

则提到,截至2025年末,公司在脑机接口领域的新产品仍处于市场培育初期,相关产品尚未实现规模化销售,对整体营业收入的贡献仍较为有限。

在脑机接口爆发之际,也有个股迅速“上车”。1月6日,亚辉龙宣布已与脑机星链签署《战略合作框架协议》,通过整合脑机接口技术与临床和市场资源,共同开发脑机接口相关在研产品及推进后续市场拓展及推广,提升在中枢神经疾病等领域的诊疗技术水平。随后,针对这一事项,上交所“闪电”向亚辉龙下发问询函。

亚辉龙方面表示,脑机星链成立时间短、规模较小,目前在睡眠产品方向主要开发产品有脑电采集分析仪、脑机接口助眠仪、脑机接口睡眠监测仪、迷走神经刺激仪,相关产品尚未进入注册申报阶段。

针对公司相关问题,北京商报记者向亚辉龙方面发去采访函,但截至发稿未收到回复。

在郭涛看来,前沿科技热潮中易出现三类典型炒作陷阱。一是概念绑定式炒作,部分企业缺乏实质技术与产品,仅通过业务沾边蹭热点;二是技术效果夸大,企业过度承诺短期商业化进度,忽视研发周期与技术瓶颈;三是估值泡沫化,二级市场估值脱离业绩基本面,透支长期成长空间。投资者需保持理性,深度核查企业技术专利、临床数据等基本信息,甄别概念炒作与真实成长标的,聚焦具备长期技术壁垒与商业化能力的企业,避免盲目跟风短期市场波动。

“评估脑机接口公司优先看技术壁垒,包括核心专利、信号性能与设备易用性;其次是临床与商业化能力,涵盖医疗器械注册进展、营收落地情况与应用场景清晰度;同时需关注跨学科团队、合规资质及资本现金流健康度,规避‘讲故事’企业。”邓勇表示。

北京商报记者 丁宁

争议爷爷的农场IPO:销售费用10倍于研发费

深陷“伪洋牌”争议的儿童食品品牌爷爷的农场,欲赴港上市闯关。近年来,爷爷的农场业绩保持高速增长,净利润亦同步走高。然而,高增长的背后,是销售费用率持续超过30%的营销驱动模式。爷爷的农场在两年内投放了超过30部影视剧广告,并频繁联名热门IP、签约明星代言,可谓一场“营销狂欢”。相比之下,其研发投入占比长期徘徊在3%左右。

高速扩张的同时,爷爷的农场负面缠身。除“伪洋牌”争议外,爷爷的农场多款产品曾因质量问题被监管部门通报。在营销塑造的光环下,“爷爷的农场”能否以真正的产品力赢得市场信任,将成为其上市之路的关键考题。

10倍于研发的销售费用

近两年,爷爷的农场业绩保持高速增长。招股书显示,2023—2025年前三季度,爷爷的农场营收分别为6.22亿元、8.75亿元、7.8亿元,2024年及2025年前三季度,分别同比增长40.64%和23.15%,同期净利润则分别同比增长35.97%和12.07%。

支撑高增长的是巨额营销投入。2023—2025年前三季度,爷爷的农场销售及分销开支分别高达2.01亿元、3.06亿元和2.83亿元,占同期总收入的比重约32.3%、35%及36.3%,逐年攀升。相比之下,同期研发开支占收入的比重仅为2.8%、3.2%和2.2%,不足销售费用的1/10。

据了解,爷爷的农场成立于2018年,以婴幼儿辅食产品起家,近年来逐步将产品线拓展至家庭共享食品。招股书显示,2023—2025年前三季度,其婴童零辅食带来的营收占比分别为93.1%、88%、80.4%。

在销售渠道方面,电商平台成为爷爷的农场的绝对主力。2023—2025年前三季度,爷爷的农场直销渠道占比稳定在42%左右,主要通过电商平台进行销售,同期经销售渠道中电商平台的占比均超30%,两者合计使得其电商相关销售占比超70%。

与众多依托互联网崛起的消费品牌一样,爷爷的农场深谙流量之道。据不完全统计,2024—2025年,爷爷的农场在超过30部热门影视剧中进行广告植入,其中包括《繁花》《与凤行》《庆余年2》

等。同时,也与《长安二十四计》等热门IP进行联名合作,并邀请演员刘涛担任品牌代言人。

营养师王薇表示,婴幼儿辅食的核心价值在于精准匹配不同发育阶段的营养需求,这需要持续的研发投入和科学验证。爷爷的农场“重营销、轻研发”的增长模式,长期来看难以构建差异化配方优势,无法针对中国宝宝特殊体质(如过敏风险、消化特点)开发专属产品。

被争议的“洋身份”

相比高调的营销和略显单薄的研发,多年来令爷爷的农场处于舆论风口浪尖的,是其颇具争议的品牌出身与“洋身份”问题。

爷爷的农场进入中国市场初期,刻意打造“荷兰品牌”的形象,宣传语中多强调“原产欧洲的天然婴幼儿食品品牌”“欧洲原装进口”等。早期产品包装也以英文信息为主,突出“精选欧洲食材”“遵循欧洲食品质量安全体系”等概念。

但据公开信息,爷爷的农场海外公司Earth Prime Enterprise B.V 2017年由法人姜福全注册。2018年,爷爷的农场宣布进入中国,这家海外企业的法人变更为Michele Iacovitti。爷爷的农场进入中国市场时,中国区总经销商为艾斯普瑞(广州)食品有限公司,而该公司法人与CEO同样为姜福全。这一架构意味着,品牌从源头上由中国资本掌控,其所谓的“欧洲血统”更接近于一种针对国内市场的营销包装策略。

或许由于争议不断,近几年,爷爷的农场在宣传上似乎有意淡化“欧洲背景”。该品牌不再突出使用“欧洲”“进口”“原产”等标签,取而代之的是“真材料、少添加、有营养”这类更聚焦产品本身的口号,产品包装也调整为中英文兼具的形式。

根据招股书描述,目前爷爷的农场采取全球化采购与本土化生产相结合的模式,但生产环节几乎完全依赖于国内代工厂。就品牌身份问题,北京商报记者咨询爷爷的农场淘宝官方旗舰店客服人员,对方回复称,爷爷的农场Grandpa's Farm品牌所属公司为艾斯普瑞企业有限公司(香港),中国品牌运营由艾斯普瑞广州公司负责,属于中国品牌。

就品牌定位、投入结构等更深层次的问题,北京商报记者向爷爷的农场方面发去采访函,但截

至发稿未获得回复。

因质量问题屡被通报

轻资产、重代工的运营模式,在帮助爷爷的农场实现产品快速上线的同时,也为其产品质量控制埋下隐患。自爷爷的农场产品上市销售以来,该品牌多次被各级监管部门检出不合格。

2019年6月,国家市场监督管理总局通报显示,爷爷的农场婴幼儿多种谷物混合水果米粉(原产国葡萄牙)和苹果樱桃香蕉泥(原产国法国)两款产品,总钠检出值低于产品包装标签明示值的80%;2020年,广东省市场监督管理局再次通报,爷爷的农场婴幼儿多种谷物米粉泛酸、碘检出值低于产品包装标签标示值的80%,婴幼儿多种谷物混合水果米粉碘检出值低于产品包装标签标示值的80%,被没收违法所得4.19万元,并罚款24.98万元。

2021年4月,海关总署进一步通报,爷爷的农场进口自比利时Belourthe S.A.生产的1批次2217.6千克婴幼儿大米粉,因钙含量不符合国家标准要求被海关拒绝入境。

不仅屡被监管层“点名”,消费者的实际投诉也未中断。截至2026年1月7日,在黑猫投诉平台上,爷爷的农场相关投诉多达200余条,问题多涉及食品异物、变质等。

除屡次出现的产品质量问题外,该品牌部分产品的宣传内容本身也受到质疑。此前,北京商报记者在调查中发现,爷爷的农场以“儿童专用”“减盐”为卖点的酱油产品,不仅钠含量高于未标注儿童专用的某品牌成人减盐酱油,售价更是其近10倍;另一款产品DHA高蛋白鳕鱼肝油每100克含钠量高达774毫克,已属高钠产品(固体食物中钠含量超过600毫克/100克)。其“减盐”“儿童专用”的宣传,更像是一种吸引家长购买高价产品的营销噱头。

消费医疗行业分析师张从文表示,从重金营销驱动增长到品牌身份争议不休,再到产品质量问题屡遭通报,爷爷的农场在冲刺港股IPO的路上,展现出个消费品牌的典型速成路径与其背后隐藏的挑战。上市固然是品牌发展的一个重要里程碑,但对于爷爷的农场而言,当前面临的诸多问题若不妥善解决,上市之路恐充满坎坷。

北京商报记者 王寅浩 宋雨盈

侃股 Stock talking

热门概念炒作必然会分化

周科竟

在纷纷披露异动公告之后,脑机接口概念股出现分化走势。热门概念的炒作初期往往带有非理性情绪,导致真假概念股一起被“炒上天”,但初期炒作之后,市场情绪逐渐回归理性,真正有核心技术和业绩支持的公司会继续前行,其他概念股则会逐步被市场淘汰。

不仅仅是脑机接口,任何热门概念的炒作初期,市场情绪往往伴随着非理性。投资者被概念题材所蕴含的巨大潜力所吸引,在未深入了解概念题材实际发展状况、技术成熟度以及商业应用前景的情况下,便纷纷涌入市场,推动相关股票价格飙升。此时,真假概念股混杂其中,一同享受着市场热情带来的红利。这种非理性的炒作,并非基于公司真实的业绩和核心竞争力。

以脑机接口概念为例,在炒作初期,市场对其充满无限遐想。脑机接口作为一项前沿技术,一旦取得突破,可能带来医疗、教育、娱乐等多个领域的革命性变革。这种巨大的想象空间,让投资者们热血沸腾,纷纷抢购相关概念股,使得这些股票价格在短期内大幅上涨。然而,这种上涨缺乏坚实的业绩支撑,更多是市场情绪的短期体现。

但市场最终会回归理性。随着时间推移,非理性情绪逐渐消退,市场开始回归对上市公司内在价值的评估。投资者开始冷静思考,重新审视这些热门概念股的真正价值。他们不再被概念

材所述惑,而是更加关注公司是否真正掌握核心技术,是否具备将技术转化为实际产品和服务的能力,以及这些产品和服务能否在市场上获得认可并带来实际的业绩增长。

在这种理性审视下,热门概念股出现分化走势成为必然。那些真正拥有核心技术、具备强大研发实力和明确商业规划的公司,能够凭借自身的优势,继续获得投资者的青睐,股价也得以保持稳定或继续上涨。

相反,那些仅仅依靠概念炒作、缺乏核心技术和实际业绩支撑的公司,则逐渐被市场淘汰。随着市场情绪的降温,投资者纷纷撤离,导致这些公司的股价下跌,甚至可能陷入长期的低迷状态。

热门概念炒作的分化现象,是市场自我调节和优化的过程。它有助于淘汰那些不具备真实价值的公司,让资源更加集中地流向那些真正有潜力、有实力的上市公司,从而推动整个行业的健康发展。概念炒作分化也提醒投资者要保持理性,不要被短期的市场热点所述惑,应注重对上市公司的基本面进行分析和研究,作出更加明智的投资决策。

对于上市公司而言,也应该进一步加强对于股价波动的监测,当股价发生明显异动时,应该第一时间公告澄清,避免股价的剧烈波动,这既是一种对投资者负责任的态度,也是增强公司可信度的重要方式。