

“3·15”风暴中心里的多氟多

子公司河南亿丰电子新材料有限公司(以下简称“亿丰电子”)遭央视“3·15”晚会点名,让六氟磷酸锂龙头企业多氟多深陷舆论旋涡。3月16日,多氟多发布声明公告,虽紧急撇清关系,但亿丰电子目前已进入停产核查阶段。

实际上,多氟多持股亿丰电子仅逾一年。2025年初,上市公司刚从实控人李世江旗下多氟多集团手中收购亿丰电子54%的股权;而本次交易,也只是双方巨额关联交易的冰山一角。数据显示,仅2025年前11个月,两公司间的关联交易金额已近10亿元。

亿丰电子已停产

央视“3·15”晚会点名企业亿丰电子,目前已停止生产经营。

3月15日,央视“3·15”晚会曝光四川省蜀福香食品有限责任公司(以下简称“蜀福香”)、重庆市曾巧食品有限公司(以下简称“曾巧食品”)等在生产鸡爪时使用双氧水进行漂白泡发,涉及亿丰电子的双氧水销售业务。

天眼查工商信息显示,亿丰电子为多氟多控股子公司,多氟多持有其54%的股份。有关事项披露后,多氟多于3月16日早间紧急发布声明公告,称亿丰电子未与媒体报道的蜀福香、曾巧食品等建立任何形式的业务合作、品牌授权或产品生产关系,其生产、销售行为与公司及控股子公司无任何关联。

不过,“3·15”晚会直指亿丰电子因违规提供无标签食品添加剂、违反危化品管理规定被一并查处。3月16日,据央视新闻,获嘉县市场监督管理局发布情况通报称,央视“3·15”晚会曝光违规使用过氧化氢生产加工凤爪问题涉及亿丰电子,获嘉县高度重视,第一时间成立联合调查组,连夜对涉事企业开展全面核查。目前,该企业已停止生

产经营活动,相关情况正在深入调查中。

据了解,多氟多成立于1999年,主要从事高性能无机氟化物、电子化学品、锂离子电池及材料等领域的研发、生产和销售。公司于2010年5月登陆A股市场,上市至今已近16年时间。

北京商报记者翻阅多氟多历史公告得知,其持有亿丰电子股权时间并不长。公司于2025年1月披露并购公告,筹划以自有资金2845.8万元收购李世江旗下多氟多集团持有的亿丰电子54%股权。彼时,对于关联交易的目的,多氟多方面曾表示,有利于丰富公司电子化学品业务板块产品结构。

不过,从多氟多于3月16日最新披露的亿丰电子2025年业绩表现看,并不尽如人意。当年,亿丰电子营收3115.2万元,净利润-338.72万元(未审计),处于亏损状态。

而从往期财务数据来看,2023年,亿丰电子营收5397.82万元,净利润29.56万元,尚处于盈利状态;2024年前10个月,营收3626.15万元,净利润-18.01万元,已经陷入亏损状态。

今年关联交易预计13.21亿元

多氟多系由李世江一手创立的企业。截

至2025年三季度末,李世江直接持有多氟多10.29%的股权,也为上市公司单一第一大股东;单一第二大股东则是由李世江持股68%的多氟多集团,其持有2.39%的多氟多股权。

北京商报记者注意到,在关联并购亿丰电子股权的背后,多氟多与关联方多氟多集团之间已经构建起了一张庞大的关联交易网。数据显示,2025年1月1日—11月30日,多氟多与多氟多集团发生各类关联交易金额9.79亿元(不含税)。另外,公司2026年预计日常关联交易中,向多氟多集团及其子公司销售商品、提供劳务、采购商品、接受服务的金额分别约4.05亿元、300万元、9.1亿元、250万元,合计约13.21亿元。

另外,天眼查股权全景穿透图显示,多氟多与多氟多集团共同持股4家企业,分别系广西宁福新能源科技有限公司(以下简称“广西宁福”)、多氟多同位素科技(河南)有限公司(以下简称“同位素科技”)、浙江中宁硅业股份有限公司、河南省氟基新材料科技有限公司(以下简称“氟基新材料”)。

据多氟多历史公告,公司分别于2025年3月、6月、12月向同位素科技、氟基新材料、广西宁福进行增资。其中,多氟多增资分别为1.03亿元、2302.94万元、10亿元。

知名商业顾问、企业战略专家霍虹屹告诉北京商报记者,增资的主要目的通常是强化产业链协同,比如共同持股的企业是上下游配套主体,增资可以巩固原材料供应或拓展产品应用场景。另外,也可能是为了绑定关联方的利益,提升合作的稳定性。

此外,天眼查工商信息显示,2026年2月10日,由多氟多与多氟多集团共同持股的河南佳福新材料有限公司被注销。截至目前,该公司由多氟多与多氟多集团分别持股75%、25%。

李云峰刚“接棒”董事长

穿透多氟多关联方多氟多集团股权关系,除李世江外,其儿子李云峰,女儿李凌

霄,弟弟李世斌、李世轩纷纷现身。股权关系显示,李云峰系多氟多集团第二大股东,持有10%公司股份;李凌霄、李世斌、李世轩持股比例则分别约为8%、6%、2%。

在“创二代”纷纷接班的当下,现年已75岁的李世江也开始推动后代走向台前。2025年12月,其子李云峰正式“接棒”,成为多氟多董事长。而在本次交接前,从两人2024年的职位及薪酬情况来看,李世江时任公司董事长,年薪120万元;李云峰时任公司总经理,年薪120.1万元。

二代接班之际,从多氟多基本面来看,也于2025年出现“回暖”迹象。财务数据显示,2022—2024年,公司实现营业收入分别约为123.58亿元、119.38亿元、82.07亿元;对应实现归属净利润分别约为19.58亿元、5.11亿元、-3.08亿元。而据公司2025年业绩预告,公司全年预计实现归属净利润2亿—2.8亿元,同比扭亏为盈。

截至2025年第三季度末,多氟多账上货币资金约57.28亿元;同时存在长期借款41.76亿元,短期借款13.22亿元,合计约54.98亿元。“这一现象背后折射的核心问题是资金配置效率偏低,闲置资金未能有效覆盖融资成本。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示。

二级市场方面,2025年下半年,多氟多曾迎来一波股价大涨,于2025年7月16日—11月17日这83个交易日内的区间累计涨幅达238.47%。不过之后,公司股价震荡回调。截至3月16日收盘,多氟多股价小幅收跌0.97%,报30.55元/股,总市值363.7亿元。

另外值得一提的是,2025年末,李世江之女李凌云计划“出手”套现,拟通过集中竞价、大宗交易方式合计减持公司股份不超过231.07万股(占剔除公司回购专用账户股份后总股本的0.2%)。

针对相关情况,北京商报记者向多氟多方面发去采访函进行采访,但截至发稿,未收到公司回复。

北京商报记者 王蔓蕾

私域营销游走于真空地带

今年央视“3·15”晚会曝光了以私域大健康营销为代表的私域营销乱象。不少私域营销企业通过打造“专家人设”、伪造产品资质等手段,将老年人引流至社交平台的私域场景进行“收割”。3月16日,北京商报记者浏览多个平台发现,部分商家、自称专家的达人通常会以低价商品或服务、入群指导为由将消费者从公域平台引入私域社群,再引导消费者高价续费。然而,这也暗藏货不对板、记录难查等消费风险。

有专业人士建议,私域营销因其封闭性、无痕化的技术特征成为监管盲区,需要从法律层面压实平台责任,同时以技术赋能监管,实现“以技治技”。

假“专家”助长私域欺诈

3月15日,央视“3·15”晚会重点曝光私域大健康营销骗局,点名《生命密码》视频制作方“大红国际”,以及盛维文化传媒有限公司、傲盈文化传媒有限公司、要吧文化传播有限公司。

私域营销侵害消费者权益的问题变得越来越突出。去年8月,中国消费者协会公布的2025年上半年消费投诉分析中曾指出,私域引流营销正在成为新的投诉热点。

在黑猫投诉平台,根据多名消费者的反馈,北京商报记者发现,部分商家或达人常常采取一种营销套路——依托主讲人在某领域的专业身份,在短视频等公域平台售卖数十元的低价课程,将消费者引流至微信等社交平台后,再高价销售上千元的课程。然而,如果消费者在私域交易后未获得相应服务,款项往往难以追回。

这些自称“专家”“教授”的达人涉足心理咨询、教育、法律和医药等多个领域,关于个人观点、行业讲解的短视频在平台上

同样屡见不鲜。在一些短视频平台,部分达人在直播时会挂上商家链接卖货,或是售卖培训课程。

根据国家广电总局、文旅部发布的《网络主播行为规范》第十三条,对于需要较高专业水平(如医疗卫生、财经金融、法律、教育)的直播内容,主播应取得相应执业资质,并向直播平台进行执业资质报备,直播平台应对主播进行资质审核及备案。

监管与维权的真空地带

私域流量卖货模式的兴起,既是平台推进商业化的举措,也是商家、达人做大经营的需求。但是,在监管方加强整治的私域直播领域,消费侵权问题仍然在高频发生。

2025年9月,福建、黑龙江、江苏等16省市消协组织共同发布的《“护银龄破暗域”私域直播乱象消费调查报告》显示,42.35%的消费者遭遇过以次充好,26.47%的消费者被收取赠品高额运费。此外,私域直播还存在售后拉黑、付款不发货、退换货难、记录难查等问题。

此外,随着公域平台的监管环境日益收紧,大量不法商家选择转向更为隐蔽的私域空间,对监管部门而言,传统监管模式面临着巨大挑战。与公域平台较为公开透明的交易环境不同,私域交易往往依托微信群、小程序等封闭生态,部分商家甚至会在微信群、直播间设置准入门槛,导致监管部门难以及时监测和介入。

“私域营销的监管盲区主要源于其封闭性、无痕化的技术特征,即内容在私密圈层内‘即播即毁’,且产业链条责任主体模糊,导致监管部门难以穿透监测、固定证据。”百联咨询创始人、零售电商行业专家庄帅向北京商报记者指出。

如果说私域交易的隐蔽性、封闭性使得监管部门“看不见”,那么消费者则是“找不到”投诉对象。北京商报记者发现,在黑猫投诉平台,关于私域卖货的投诉中,有大量投诉因“商家未匹配成功”而无法继续推进。由于缺乏实名认证等机制,私域商家身份模糊,消费者往往维权无门。

同时,与公域电商提供订单信息、订单查询等基础服务不同,私域交易往往取证困难。如私域直播间普遍没有回放功能,消费者无法及时留存商家承诺、商品详情等关键证据。

前述16省市消协组织联合发布的调查报告还指出,19.07%的消费者分不清私域与正规平台,增加了维权难度。即使消费者具备取证意识,但证据类型多集中于转账记录,对于虚假宣传、产品质量等关键证据的收集异常困难。

庄帅认为,消费者面临的维权难题集中在责任主体难锁定,例如往往只有微信号或直播间名。同时,证据链易断裂,比如无回放、无交易记录、无评价机制,导致无法向具体经营者追责。

强化全链条责任追究

眼下,私域直播等私域电商模式飞速发展,艾瑞咨询发布的《2025年中国私域电商行业趋势白皮书》显示,到2027年,中国私域电商用户规模预计将逼近10亿大关,市场交易规模有望突破3万亿元。然而,市场规模扩大的同时,私域电商也落入监管盲区。

中消协专家委员会委员、对外经济贸易大学法学院教授苏号朋表示,从行政监管的角度来说,应该构建穿透式的监管体系,从而破解私域直播、私域营销中存在的隐蔽性等难题,包括交易数据的收集、固定、存取等要

求;私域直播所在平台同样要对直播内容、交易内容进行保存,包括货款支付、直播内容、聊天记录、交易日志等,都要按照电商法的规定保存一定期限。

“另外,私域营销主体也要进行主体的实名认证,并且在直播页面上的显著位置公示其营业执照及行政许可信息。如果是没有亮证亮照的账号,平台应该采取限制措施或者屏蔽。作为消费者也应当注意留存证据,以便在发生纠纷时向市场监管部门举报投诉。”苏号朋强调。

据了解,自2026年2月1日起,《直播电商监督管理办法》(国家市场监督管理总局、国家互联网信息办公室令第117号)正式施行,明确将私域直播纳入监管范围,要求其他网络服务提供者根据在直播电商活动中的具体服务内容,依法履行相应的平台经营者义务。

清明私域营销环境同样离不开平台的作用。“如果平台明知或者应知商家利用其服务进行违法活动而没有采取制止措施,平台应当承担电商法、消费者权益保护法规定的法律责任,包括连带责任。”苏号朋认为,支付机构也要协同配合完成市场监管部门的要求,加强对一些异常、高频的大额个人转账的监测,以确定是否涉及到私域营销的消费交易问题。

针对消费者在私域交易领域存在取证难的问题,苏号朋建议,法院在审理相关案件中,应当更多适用举证责任的倒置,让经营者承担更多的举证责任。针对消费者尤其是老年消费者的欺诈行为,要严格落实消费者权益保护法规定的3倍惩罚性赔偿,以及食品安全法规定的10倍惩罚性赔偿。同时,通过引入集体诉讼、公益诉讼机制,提高经营者的违法成本。

北京商报记者 何倩 实习记者 毛思怡

“3·15”追踪

事件:哈啰租电动车被央视“3·15”晚会点名

追踪:CEO同为永安行实控人

央视“3·15”晚会点名哈啰租电动车门店存在违反国家标准,解除电动自行车限速的行为。北京商报记者发现,哈啰联合创始人、CEO杨磊,同时还系A股公司永安行实控人,2025年4月正式入主永安行。

事件:假“洋货”Joybaby

追踪:阿里健康大药房海外店已下架相关商品

北京商报在发布《揭开Joybaby“进口”面纱:英国生产商仅1人、FDA认证注册即可得》稿件后,阿里健康已紧急下架相关产品,目前阿里健康大药房海外店内已无任何Joybaby相关商品在售。

事件:深蓝S7i智驾风波

追踪:深蓝汽车表态:预计今年三季度实现红绿灯倒计时功能

北京商报在发布《被抛弃的深蓝i版车主:OTA升级承诺不兑现,多花1.5万元不如普通版》稿件后,深蓝S7i车主表示,在“深蓝S7i智驾版被曝长期更新滞后”等热点话题不断发酵后,相关车主终于等来深蓝方面的主动联系。

深蓝汽车客服称,“预计于今年三季度实现红绿灯倒计时功能”。从车主提供的对话内容来看,深蓝方面暂未对其他功能诉求给出回应。

事件:万能骆驼奶粉不对板

追踪:“DNG”店铺相关骆驼奶粉产品已下架

北京商报在发布的《直播间里的万能骆驼奶粉,货不对板的“奶中黄金”》稿件中提及,“DNG海外旗舰店”所售的“DHA益生菌富硒全脂骆驼奶粉”存在成分、含量不符合《食品安全国家标准乳粉和调制乳粉》(GB 19644-2024)的情况。

稿件发出后,北京商报记者跟踪发现,稿件中提及的“DNG海外旗舰店”所售相关产品已全部下架,客服人员表示“暂时没有库存”。

事件:“租机贷”灰色产业链

追踪:借租机租赁商品不再默认勾选购买碎屏险

3月15日,北京商报发布《网贷马甲乱象!起底“租机贷”灰色产业链:至少九成客户奔着变现来的》,其中提到借租机在部分出租的手机产品中存在默认搭售498元碎屏险的情况。租赁过程中,用户若未能仔细甄别,便将进一步推高成本。

北京商报记者注意到,报道发布后,借租机平台已取消前述搭售情况,同一个入口进入后,不再默认勾选购买碎屏险。

事件:大同保险经纪自动扣费

追踪:大同保险经纪官网已无法访问

北京商报在发布的《保险自动扣费成谜!大同保险经纪的“变种神技”》中,报道了湖北大同保险经纪有限公司(以下简称“大同保险经纪”)通过免费赠险引导客户升级高价付费保险,再默认签订支付服务协议的问题,同时指出大同保险经纪通过“安易保”等平台引流,“狡兔三窟”在其他渠道以赠险为诱饵,诱导用户进入投保流程。

北京商报记者注意到,目前大同保险经纪官网已无法访问,此前能够领取赠险的微信服务号“安易保”目前同样无法进入大同保险经纪的赠险领取页面。