

全国首例！网络个人大病求助纠纷案宣判

隐瞒财产，水滴筹求助人被判全额退款

11月6日上午，全国首例因网络个人大病求助引发的纠纷在北京朝阳法院一审宣判。法院认定筹款发起人莫先生隐瞒名下财产和其他社会救助，违反约定用途将筹集款项挪作他用，构成违约，一审判令莫先生全额返还筹款15.3万余元并支付相应利息。法院同时向民政部、北京水滴互保科技有限公司(以下简称水滴筹公司)发出司法建议，督促其切实加强爱心筹款资金使用的监督和管理。

审理 筹款人隐瞒财产和其他社会救助

因儿子出生后身患威尔斯科特-奥尔德里奇综合征，2018年4月15日，莫先生在水滴筹平台为儿子发起筹款目标为40万元的个人大病筹款，最终筹得15.3万余元。2018年7月23日，莫先生的儿子因病不治身亡。因接到莫先生妻子的举报，水滴筹公司向朝阳区法院提起诉讼，要求莫先生全额返还所筹善款，并支付相应利息。

法院审理查明，为给儿子治病，莫先生总计产生医疗费35.5万余元，其中医保报销后个人支付部分为17.7万余元。通过水滴筹筹款前，莫先生已通过其他社会救助渠道获得6万元救助，水滴筹筹款后又获得当地民政部门救助款2.8万余元。莫先生的儿子

病逝后，在医院账户内的3万元救助款结余被相关救助机构收回。也就是说，莫先生通过其他社会救助渠道实际获得的救助款为5.8万元。

法院还查明，莫先生在通过网络申请救助时隐瞒了名下车辆等财产信息，亦未提供妻子名下的财产信息。莫先生通过水滴筹发布的家庭财产情况与其申请其他社会救助时自行申报填写的内容、妻子的证言等也存在多处矛盾。

尽管莫先生辩称，水滴筹筹集的善款被用来偿还儿子治疗所欠下的债务，但是他与平台、捐赠人约定的筹款用途明确为儿子的“后续医疗费”。庭审中，莫先生承认违背了约定。

判决 全额返还筹款并退还赠与人

朝阳法院审理认为，莫先生隐瞒家庭财产信息、社会救助情况构成一般事实不实，违反约定用途使用筹集款的行为属于将筹集款挪作他用，上述行为构成违约。根据《水滴筹个人求助信息发布条款》，在发起人有虚假、伪造和隐瞒行为、求助获得资助款后放弃治疗或存在挪用、盗用、骗用等行时，水滴筹平台有权要求发起人返还筹集款项。

法院同时指出，尽管水滴筹公司没有尽到严格形式审查义

务，未妥善履行严格监督义务，存在审查瑕疵，但该审查瑕疵不能成为莫先生减免违约责任、拒绝支付利息的合理抗辩和合法依据。最终，朝阳法院一审判令莫先生全额返还水滴筹公司全部善款15.3万余元并支付相应利息。

关于返还后的善款，法院在判决中指出，水滴筹公司应根据《用户协议》《水滴筹个人求助信息发布条款》、比例原则，公开、及时、准确地返还赠与人，除非原赠与人明确同意转赠他人。

追问 如何防骗捐，法院发出建议书

宣判后，朝阳法院召开新闻发布会，通报了案件审理中发现的当下互联网个人大病求助行业存在的问题。

朝阳法院望京法庭庭长王敏指出，尽管互联网个人大病求助已经蓬勃发展，但相关的法律规范尚处于空白，网络平台、发起人、筹款人、捐赠人的权利义务、责任承担均无明确规定，求助信息披露范围不清、标准不明、责任不实，筹集款项的流向和使用不公开、不透明、不规范。

对此，她建议尽快完善立法、加强行业自律；构建募集资金第三方托管机制，实现网络平台自有资

金与募集资金的分账管理、定期公示；建立网络平台与医疗机构的资金双向流转机制，实现筹集款扣划至医疗机构直接用于结算，从而改变目前筹款人直接提现的方式，切实加强爱心筹款的监督管理和使用，降低资金风险。

当天上午，朝阳法院就上述问题分别向民政部和北京水滴互保科技有限公司发出司法建议书，建议民政部协调推进个人大病求助行为的立法工作，建立健全部门规章；水滴筹平台加大资源投入，健全审核机制，配备与求助规模相适应的审核和监督力量等。

据《北京晚报》

我国启动6G研发

为促进我国移动通信产业发展和科技创新，推动第六代移动通信(6G)技术研发工作，11月3日，科技部会同发展改革委、教育部、工业和信息化部、中科院、自然科学基金委在北京组织召开6G技术研发工作启动会。

会议宣布成立国家6G技术研发推进工作组和总体专家组，其中，推进工作组职责是推动6G技术研发工作实施；总体专家组由来自高校、科研院所和企业共37位专家组成，主要负责提出6G技术研究布局建议与技术论证，为重大决策提供咨询与建议。6G技术研发推进工作组和总体专家组的成立，标志着我国6G技术研发工作正式启动。

据科技部网站

我国专家将参与巴黎圣母院修复工作

记者从国家文物局获悉，中法双方11月6日在京签署合作文件，就巴黎圣母院修复开展合作，中国专家将参与巴黎圣母院修复工作。

根据这份文件，中法双方将在2020年确定巴黎圣母院保护修复合作的主题、模式及中方专家人选，尽早选派中国专家与法国团队共同参与现场修复工作。据新华社

开市超百日，科创板首现破发

专家提醒：未来打新要更重视产业前景和估值



11月6日早盘，昊海生科与久日新材双双跌破发行价。科创板开市已超百日，股价波动收窄的同时，新股上市首日涨幅也逐渐收窄。有分析师提醒股民，往后打新需要更重视产业前景、估值等因素。

现代快报+/ZAKER南京记者 王天驰

科创板首只破发股诞生

11月6日早盘，昊海生科在上市的第六个交易日，以88.53元/股开盘，跌破89.23元的发行价，成为科创板开市以来首只破发股票。无独有偶，刚刚登陆科创板第二天的久日新材盘中最低跌至66.01元，跌破66.68元的发行价，成为最快破发的科创板股票。

截至11月6日收盘，两只盘中先后破发股均有所回升，昊海生科报89.85元，下跌0.01%，股价回到发行价以上；久日新材报66.35元，下跌6.5%，收盘价仍然低于发行价。

自2019年7月22日首批25家科创板企业上市交易以来，科创板稳步扩容，发行上市审核进入常态化。近期，科创板处于密集上新阶段，本周二和周三分别有5只和4只新股登陆科创板，上周也有6只科创板新股上市。随着科创板阵营的不断扩大，新股上

市首日涨幅也在逐渐收窄。

从上周开始，已经多次出现了科创板个股首日涨幅创新低的情况。10月30日，昊海生科上市首日上涨46.48%，刷新此前传音控股保持的64.44%的首日最低涨幅纪录。10月31日，杰普特上市首日收盘涨幅为33.74%，再创新低；之后还有鸿泉物联、宝兰德、奥福环保、久日新材四个个股上市首日涨幅未能达到30%。其中，在11月5日登陆科创板的久日新材当天涨幅仅为6.42%，按中一签500股计算，单签浮盈收益仅有2140元。

从上周的新股表现来看，不仅是科创板，主板新股走势也偏弱。先是渝农商行上市首日便开板，涨幅仅为27.04%，次日跌停；与渝农商行同日上市的麒盛科技，上市首日虽然保住涨停板，不过随后两个交易日均跌停收盘。

股民：继续打新，但会更谨慎

对于近期新股的低迷走势，有不少股民表示“这样下去真不敢随便打新了”“逢新必打的时代要过去了吗”“没中签反而庆幸了”。股民臧先生告诉现代快报财经猎豹，他此前中签了久日新材，这也是他打中的第一只科创板股票。臧先生坦言，中签后还是挺开心的，毕竟科创板开市以来，新股前期走势都很亮眼。然而，久日新材上市后的表现就让臧先生感觉有点“扎心”了。

臧先生表示，虽然破发很遗憾，但是还未抛掉持有的久日新材股票，在他看来，公司从事的

化工产业有比较好的发展前景，希望之后股价能够反弹，而且自己坚持打新的投资策略不会改变，只是在选择新股时候会更加谨慎。

财经博主郭施亮认为，在未来市场逐渐走向注册制的趋势下，新股上市后的价格表现从很大程度上将取决于市场。在新股上市首日开板乃至破发的背景下，资金采取市值配售策略的积极性也会有所下降，届时将会更考验投资者的打新申购智慧，但也是市场化趋于成熟的表现。

专家：要重视产业前景和估值

对于新股破发的现象，金百临咨询首席策略分析师秦洪认为，新股破发目前只是偶发现象，但值得注意。

秦洪表示，科创板的发行市盈率的市场化，是询价机制，发行价格基本上隐含了市场资金对公司未来业绩演绎趋势所对应的价格预期。所以，存在着上市即破发的可能性。未来随着注册制、新股发行询价机制的推进、推广，新股发行将进一步市场化，港股的新股发行价格、上市后价格的并轨现象可能会在A股上演，但前提条件仍然是全

面询价机制。

秦洪认为，近期新股的表现一定程度上是引导市场回归理性的因素之一。但更主要的是成交量稀少，市场承接盘减少，不仅仅是新股价格重心下移，而且整个非核心资产股价格也在下移，这背后隐含的是整个市场交易氛围回落的趋势。

秦洪也提醒投资者，未来打科创板新股要更谨慎，要高度重视产业前景和估值等因素。而主板、中小板、创业板的打新，则需要关注是否与大盘股、H股有比价效应。

乐高主题乐园选址上海金山

乐高乐园上海主题度假区项目11月6日正式签署投资合作协议，选址上海金山。这一度假区将融合乐高积木主题元素与中国文化，面向2至12岁儿童的家庭，营造沉浸式亲子互动体验，成为全球最大的乐高乐园度假区之一。

据了解，上海乐高乐园度假区总投资预计5.5亿美元，将给孩子们和家庭提供激发想象创意、富有科技感的娱乐体验项目及互动益智课程。除了风格独特的乐高主题乐园外，还将拥有与之配套的场景式主题酒店。

上海金山区区长胡卫国表示，此次乐高乐园选址金山，不仅有利于沪浙经济对接，更好促进长三角更高质量一体化发展；也有利于推动上海形成“东有迪士尼、西有乐高”的主题乐园布局。乐高乐园度假区将与金山滨海、田园、古镇等旅游元素交融交汇，助力金山进一步成为上海国际性大都市的后花园，成为长三角乃至全国知名度较高、影响力较大的都市休闲度假旅游目的地。

在全球范围内，自1968年第一座乐高乐园建成至今，已建成运营位于英国、美国、日本、德国、丹麦等地的多座乐高乐园。中国是乐高集团的战略增长市场，在过去几年中，乐高集团在中国的零售业务取得了快速发展。目前，乐高集团已在上海和北京开设了3家品牌旗舰店。

据新华社