

中行ETC 免费办理

扫码在线申请



足不出户快捷发卡

中行ETC客户专属优惠

发送“88”到“中国银行广东分行”微信公众号查看ETC“12重壕礼”

通行费低至7折

OBU免费送

加油满200元减50元

1元洗车



新快报

2019年11月22日 星期五 责编:杨升华 美编:黄海艳 校对:陈泽佳 16

财眼

贵州茅台流通市值跃居 A 股第一

新快报讯 记者涂波报道 A 股大市值个股排名又更新了!截至11月21日收盘,贵州茅台跌0.2%,工商银行跌1.21%,贵州茅台以15467.56亿元的流通市值超过工商银行的15448.78亿元,跃居沪深两市首位。贵州茅台总市值15467.56亿元,位居A股第三。

11月19日,贵州茅台股价盘中创下历史最高价1241.61元。其最新三季报显示,公司每股收益24.24元,净利润304.55亿元,同比增长23.13%,动态市盈率38倍。东方财富研究中心指出,贵州茅台的购买门槛近12.5万元,若按今年一季度的数据,超过四成投资者买不了这只股票,机构已控盘茅台近四成筹码。数据显示,截至2019年9月30日,贵州茅台股东总数为89062人,合计1367家机构持仓,持仓量合计10亿股,占流通盘合计79.60%。主力控盘度非常

A 股流通市值 Top10 (截至2019年11月21日)

股票简称	现价(元)	A 股流通市值(亿元)	总市值(元)	上市天数(天)
贵州茅台	1231.30	15467.56	15467.56	6660
工商银行	5.73	15448.78	19949.66	4773
农业银行	3.59	10556.59	12351.64	3416
中国平安	86.34	9352.92	15490.17	4648
中国石油	5.61	9083.83	9786.11	4399
中国银行	3.63	7650.79	10074.07	4887
招商银行	36.44	7517.19	9107.07	6435
中国人寿	33.55	6986.29	8364.90	4699
五粮液	133.66	5073.43	5188.16	7878
中国石化	4.94	4720.55	5741.45	6679

(来源:同花顺)

高,十大流通股东中包括香港中央结算有限公司、中央汇金和中国证金等。

天风证券指出,贵州茅台利润增速大于营收增速,公司营销体系改革持续

提升中,前三季度减少酱香系列酒经销商494家,公司直销与经销的再平衡有序推进,可关注四季度春节提前效应。

格力集团出手 拟控股欧比特

新快报讯 记者陈学东 实习生刘泳彤报道 在成为长园集团第一大股东后,格力集团又将目光盯上了创业板上市公司欧比特(300053)。11月21日午间,欧比特披露公告称,格力集团全资子公司格力金投拟受让公司三名股东合计持有的超7%的股份,同时有意受让公司实控人颜军所持股份部分表决权,该事项可能涉及公司控制权变更。欧比特称,因该事项仍在进一步洽谈,公司自2019年11月21日开市起停牌,停牌时间预计不超过5个交易日。

据悉,此次格力金投增持欧比特,很大程度上体现了珠海国资委对欧比特发展的信心。欧比特作为珠海当地上市公司,主要从事宇航电子、卫星大数据、人工智能三大业务板块的经营管理工作,其中宇航电子业务是欧比特的传统主业,该业务目前主要为航空航天、工业控制领域提供高可靠的核心元器件及部件(Soc、SIP、EMBC),主要产品为嵌入式SOC芯片类产品,包括多核SOC芯片、总线控制芯片及其应用开发系统等。

取消消费限制一天后 王思聪再被限制消费

新快报讯 记者郑翔彤报道 距取消限制高消费的消息放出不到一日,王思聪再次戴上限制高消费的“紧箍圈”。昨日,中国执行信息公开网显示,11月19日王思聪被北京市第二中级法院发布限制消费令,执行申请人为嘉兴璟字梯为股权投资基金合伙企业(有限合伙)(下称“璟字梯为”)。公开资料显示璟字梯为是上海熊猫互娱文化公司(下称“熊猫互娱”)的股东,王思聪此次被

限制消费或又与熊猫直播有关。

天眼查资料显示,璟字梯为成立后唯一一笔投资便投向了熊猫直播的运营主体熊猫互娱,金额357.91万元,持有熊猫互娱2.31%的股份。王思聪则持有熊猫互娱40.07%的股份,为熊猫互娱董事长、疑似实际控制人和最终受益人。

自熊猫直播于今年3月份正式关停后,各类麻烦便缠上了熊猫互娱和王

思聪。11月9日,中国执行信息公开网显示王思聪已于10月12日被上海市嘉定区人民法院发布限制消费令,立案申请执行人为原熊猫直播的主播曹悦。据悉,曹悦与熊猫互娱存在约370万元的合同纠纷。11月20日,因曹悦同意或王思聪已提供确实有效的担保,该限制消费令取消。但时隔不到一日,王思聪又或因熊猫直播,被法院限制高消费。

AI 驱动的 UGC 音频社区荔枝 将成名副其实的中国音频行业第一股

新快报讯 记者郑志辉报道 UGC 音频社区荔枝(原荔枝FM)近日与成都哈哈曲艺社、天津眼都青年欢乐坊、中华曲苑等全国数十家知名相声社展开合作,引入相声社旗下优质演员及音频内容,通过优质内容付费收听的形式帮助相声主播更好实现商业化,孵化相声 IP。

这是孵化萌生于华南文化娱乐中心广州的荔枝公司,在10月28日正式向美证交会提交IPO申请后,继续依据其AI内容推荐、分发引擎,不断拓展和丰富变现渠道的最新举措。这种多元化的盈利来源,不但推动公司收入逐年提升,也成为其冲刺“中国音频行业第一股”的最有力支撑。

声音互娱,最后的流量富矿

成立仅6年的荔枝公司,当前正身处多道强劲互联网风暴的交汇处,在风口浪尖上闪转腾挪。

首先,自2012年以来,中国在线音频行业一路狂奔,行业用户规模从5000万增长到2018年的4.25亿,年复合增长率达到42.8%。尽管如此,相比音乐、游戏、在线视频的移动互联网用户渗透

率已分别达到89%、82%、74%,在线音频市场的渗透率仅为45.5%,增长空间巨大。有数据显示,预计到2023年,中国在线音频用户规模将超9亿。

5G及物联网IoT的普及,同样给音频行业带来巨大增长潜力。今年上半年,仅智能音箱一项的出货量就比去年同期激增209%,达到约2320万台。仅中国的智能音箱用户预计将从2018年约3420万增长到2023年的约2.5亿。音频作为IoT场景下的主导媒介,其用户增长及市场增长潜力不可限量。

据悉,荔枝已启动布局IoT生态,在与百度合作中首次尝试将互动音频落地到智能音箱IoT场景,同时在海外上线了专注语音互动娱乐的产品,布局海外市场。

当前还是内容消费的最好时代。近年来,随着居民消费理念的升级,知识付费、网络打赏等等变现模式开始兴起并被广泛接受,为在线音频市场的健康发展提供了土壤。

在数股互联网风潮合力推动下,招股书显示,2018年荔枝实现近8亿元营业收入,同比增速超过76%。2019年上

半年实现收入4.87亿元,2019年第三季度,荔枝实现单季度收入近3.3亿元,相比去年同期增速72%。在用户规模上,荔枝现拥有4660多万移动端月均活跃用户,用户平均月度互动次数超过25亿次,移动端用户日均使用时长约53分钟。

AI 决定荔枝的天花板有多高

在线音频大市场中,荔枝是UGC(用户生产内容)模式的坚定支持者。2013年创立时即提出“人人都是播客”,让人们“用声音记录和分享生活”,由此积累了大量的用户和内容创作者。2016年上线语音直播,2018年累计产生原创音频节目超过1亿期,形成了生机勃勃的UGC音频社区,这让荔枝被投资圈视为音频版的Instagram和YouTube。

而从用户构成来看,荔枝又像已经登陆美股的B站。招股书显示,截至2019年9月30日,荔枝有约60%的用户出生于1990-2000年之间,这一代年轻人既有着强烈的表达创作欲望,也是线上娱乐消费的主力人群。

但无论是B站还是YouTube,都在通过个性化推荐与推送算法,根据用户画

像、需求精准发送内容,并在此基础上完成从内容生产到分发再到变现的商业闭环。在这个链条中,AI的能力与效率,决定了企业商业变现的能力。

艾瑞咨询的一份报告指出,荔枝不仅是行业内率先将AI技术应用于音频内容分发平台,同时也是中国为数不多的提供全智能AI分发的在线音频平台之一。以前述与相声品牌合作为例,现相声演员入驻平台后,相声内容将通过荔枝AI智能推荐,分发至精准消费人群,大大拓展了传统相声社的受众规模。同时,荔枝将通过优质内容及相声周榜等平台互动机制,进一步培养“饭圈文化”。流量变现方面,荔枝会对合作相声社开放付费声音、粉丝会员以及打赏权益,使平台和相声社收入渠道变得更加多元。

由招股书不难看出,荔枝强大的内容变现能力为数百万名原创主播的声音才华提供了商业化的机会;可持续的商业模式则使荔枝实现了规模化的盈利,同时,荔枝又不断将产生的收入,以及本次赴美上市的融资资金,进行AI研发投入、海外市场拓展等领域的再投资,以进一步释放不断增长的内容和用户群的变现潜力。