

# 财眼

严监管持续,追溯过往五年业务

## 银行业再现千万级罚单 近四成涉及违规信贷

[ 银行业严监管持续。日前,银保监会官方披露了由海南银保监局、上海银保监局等地监管分别开出的罚单,被处罚对象包括中信银行、上海银行等相关分支行及个人,共计罚没1675万元。从被罚金额看,上海银行被罚最重。根据处罚信息,上海银行于2014年至2019年存在违规向资本金不足、“四证”不全的房地产项目发放贷款等23项违法违规行为,因而被上海银保监局罚没1652.16万元。新快报记者统计发现,近四成银行因为信贷业务违规被罚,有业内人士表示,除了监管趋严更为精细化外,还有一个原因是监管在时间跨度上追溯到了过往五年。 ]

根据同花顺数据,2020年8月以来截至8月17日,在半个月里,银保监会及其派出机构以及央行对国内银行机构(不含个人)共开出80张罚单,处罚总金额接近7000万元。其中,多张罚单针对商业银行过往的违规事件,最早的案例追溯到2013年。

从违规事项来看,同业、理财资金违规流向“四证”不全、资本金不足的房地产项目等问题较为普遍。8月10日,浦发银行收到了今年罕见的一张千万元罚单,这

是截至目前银保监系统今年开出的最大金额罚单。罚单信息显示,浦发银行2013年至2018年存在同业投资资金违规投向“四证”不全的房地产项目、未按专营部门制规定开展同业业务等12项违法违规事实,罚款金额高达2100万元。

8月5日,兴业银行上海分行也被上海银保监局处以罚款450万元,其中包括,2016年10月至2018年10月,部分同业投资资金违规投向项目资本金不足的房地产项目;2016年12月至2018

年10月,部分理财资金违规投向项目资本金不足的房地产项目等。据业内人士表示,房地产违规融资这些问题存在已久,尤其是在2017年之前较为流行,但在2017年5月监管开启“三违反、三套利、四不当”检查后,房地产违规融资乱象有所减少。

这也成为监管每年三令五申的重点。对于房地产融资问题,去年监管也曾多次发文、启动检查。今年7月,银保监会召开的2020年年中工作座谈会提出,

要坚决防止影子银行死灰复燃、房地产贷款乱象回潮和盲目扩张粗放经营卷土重来。

除了房地产融资业务违规、贷后管理不到位、贷前调查不尽职等常见案由,同业资金投向、个人信息保护、信用卡中心催收外包、员工管理等也成为近期监管处罚的重要领域。如近期交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心,就因对客户个人信息未尽安全保护义务等问题,被罚100万元。

## 4月以来广州实物网上销售同比增长逾30%

电子商务行业法律法规峰会9月底在穗举行

**新快报讯 记者陆妍思报道** 疫情之下电子商务井喷发展,但交易乱象也层出不穷,如何令行业发展步入正轨?记者近日获悉,“2020电子商务行业法律法规峰会”将于9月26日-27日在广州举办,旨在打造更健康的电商生态环境。

今年以来,广州电子商务成绩单亮眼。据海关统计数据显示,今年1-6月,广

州通过海关跨境电商管理平台进出口总值175.2亿元,位列全国首位,占全国105个跨境电商综合试验区进出口总值的约20%。2020广州直播带货年活动3月30日正式启动,活动启动以来,广州市实物商品网上零售额保持高速增长,同比增长均超30%,远高于全国平均增速。

疫情以来电子商务行业迎来井喷式发

展,但与此同时也出现了网络售假、不正当竞争、虚假广告、网络交易平台乱象、用户信息泄露、消费者权益以及物流领域对物流从业人员法益保护缺乏规制等一系列问题。

在这种态势下,进一步推动企业规避法律风险、树立依法经营意识,加大法律法规宣传力度,才能使企业进入良性发展的轨道,助力构建电子商务行业健康生态环

境,推动经济社会持续健康发展。

据悉,“2020电子商务行业法律法规峰会”将围绕“企业法律法规与高质量发展”“优化营商环境、促进法治建设”“降低经营风险、激发市场活力”“典型案例分析、促进创新发展”等主题展开研讨,将为电子商务行业企业提供高质量、高水平、高效率的法律法规。

### 荔枝Q2财报

## 音频社区全方位发展 运营效率显著提升

北京时间8月14日,在线音频第一股荔枝发布了截至2020年6月30日的第二季度未经审计的财务报告。财报显示,荔枝单季度净收入3.5亿元,同比增长56%;移动端月活跃用户持续增长至5590万,同比增长29%;月均付费用户数同比增长51%,达到46万,其中播客板块月均付费用户数同比大涨174%,创历史新高;非美国会计准则下毛利率跃升至26%,荔枝在音频行业中继续保持领先地位。



### 内容及社区生态持续发展

#### 用户互动数创历史新高

财报显示,截至第二季度,荔枝移动端月活跃用户达到5590万,同比增长29%。用户累计上传播客节目数量超过2.15亿,通过评论、点赞、连麦等方式的用户月均总互动次数达到31亿次,均创历史新高。

据了解,针对年轻群体更喜欢的情感、文学、脱口秀等音频品类,荔枝举办了不同类型的活动以丰富平台内容形态,同时又邀请了明星、艺人及KOL通过荔枝进行内容创作。例如,“荔枝明星读诗电台”活动就邀请了数十位明星朗读诗歌,弘扬中华文化。在第二季度,荔枝新增合作艺人119名,共进行直播及录播合作167场,全网曝光量达到5.2亿。

市场分析认为,荔枝在社区内容生态、用户运营和技术赋能等方面的长期稳定投入,是推动用户活跃度和粘性不断提高的重要原因。

### 打造UGC生态体系

#### AI驱动帮助创作者变现

有别于持续购买版权获取内容的PGC模式,以UGC内容为主的荔枝更注重主播生态建设的内生增长。第二季度,荔枝月均活跃内容创作者数达到615万,与平台独家签约的内容创作者数量也大幅增加。

荔枝创始人兼CEO赖奕龙表示:“在第二季度,我们进一步拓展了独家内容创作者数量以增强优质内容供应。我们致力于为创作者提供一个能展现声音才华和获得认同的平台,同时也能实现可观的收入。”

同时,荔枝将AI技术应用于内容分发和内容创作等多个环节。目前,通过App内置音频

制作工具完成的内容比例接近90%,一站式完成音频录制、制作、发布、分享、互动成为平台一大特色。

### 收入结构不断优化

#### 毛利率显著提升

财务方面,荔枝继续保持稳健的财务表现。第二季度实现3.5亿元人民币的营收,同比增长56%。月均付费用户数达到46万,同比增长51%。不断优化的收入结构也提升了荔枝的运营效率,非美国通用会计准则毛利率再度提升,本季度跃升至26%。

财报数据背后,荔枝持续在商业化层面探索发力:二季度通过推出声音才华PK和礼物拍卖等极具互动性的功能成功吸引了Z世代用户,有效提升了平台的付费转化率;同时,通过持续强化粉丝会员服务,打通录播及直播板块,极大丰富了用户的付费场景。值得注意的是,在播客板块,月均付费用户数同比大涨174%,展示了强劲的增长潜力。

此外,粉丝会员权益的开通也吸引到更多用户为喜爱的内容创作者打赏支持,更多优质付费播客的推出更是直接促进了付费用户数量的增加,这些均为内容创作者提供了多元化的变现渠道。许多优秀的创作者都通过荔枝改变了自己的生活,比如荔枝主播“大凯”通过音频直播与发布个人播客获得了可观的收入,继而成立了个人工作室,推出的付费播客在荔枝极受用户喜爱,单部作品在荔枝的播放量超过450万。

赖奕龙表示:“我们相信,随着我们不断深化内容品类建设、不断挖掘和培养内容创作者,并持续扩大社区和加强品牌建设,荔枝将在音频娱乐行业中保持优势地位,并满足不断增长的市场需求。”

(郑志辉/文)