

财眼

上会前夕广州农商行撤回A股IPO申请

新快报讯 记者范昊怡报道 上会前夕，资产规模破万亿元的广州农村商业银行股份有限公司(下称“广州农商行”)突然撤回了IPO申请。12月29日，证监会发布公告称，“鉴于广州农商行已向我会申请撤回申报材料，决定取消第十八届发审委第183次发审委会议对该公司发行申报文件的审核。”广州农商行原定于12月30日上会。

对于上会前夕撤回IPO申请材料

的原因，广州农商行昨日下午回应称，鉴于战略规划调整，该行经审慎考虑，并经与该行A股发行申请相关中介机构的审慎研究，决定撤回A股发行申请。广州农商行同时表示，目前业务运作良好，撤回A股发行申请将不会对该行造成重大不利影响。此外，将根据实际情况择机重启A股发行申请。

广州农商行谋划A股上市已久，该行于2017年6月在港上市。2018年8

月，广州农商行在广东证监局办理A股IPO辅导备案登记。2019年3月15日，广州农商行向证监会提交A股上市申请，加入A股IPO排队“大军”。

招股书显示，该行计划登陆深交所，拟发行不超过15.97亿股股权，占发行后总股本的14%。保荐机构为中金公司。今年4月，因存在部分金融资产减值准备计提不充分、个别违约债券会计核算前后不一致等问题，证监会对广

州农商行采取出具警示函的行政监管措施。

广州农商行2020年上半年报显示，该行上半年实现营业收入117.94亿元，同比增长9.2%；实现归属股东净利润30.86亿元，同比下降14.09%。截至2020年6月30日，广州农商行不良贷款率1.84%，较上年末上升0.11个百分点，拨备覆盖率为189.38%，较年初下降18.71个百分点。

“水果猎人”杨晓洋： 百度，就是知识大咖无差别科普的沃土

无差别科普，是高知人士的基础公益事业

专业本是精密仪器的理工男杨晓洋，从小就热爱植物，天生对各种植物有着过目不忘的天赋。在新加坡求学期间，亲眼目睹稀有植物的灭绝，让他痛心疾首的同时，也促使他放弃工程师的工作，投身到植物引种育保事业，业余爱好则是全球猎寻各种稀奇古怪的水果、植物，并且将它们介绍、展现给国内读者。

“我给自己的定位就是一双世界华人的眼睛，带着大家一起探索全世界的水果。一边是去探索、学习，另一边就是拍成视频，让更多的人认识到这些水果。”杨晓洋对记者这样表示。

但其实最开始，杨晓洋只是尝试在微博、知乎等平台上回答大家和水果有关的问题。很快，他就发现这种形式效率很低，最常见的就是同样的问题，会不断地被问一次、两次甚至更多。杨晓洋觉得这样一个个回答太麻烦，而且也不可能每个人的所有问题都能回答他。

杨晓洋想将回答每个人的边际成本降到最低，他想到了出书。他一度以为，写书就前期枯燥一点、难一点，写完了自己就没啥事了，剩下的事情都是出版社做推广。后来很快又发现书的传播效率没有以前那么高了，因为现在大众获取知识的途径太多了。最后想到了现在视频比较火，而且视频是比较维度的，可以让大众看到。

今年6月17日，杨晓洋正式入驻百度百家号开始发文，并且组织了一支视频团队，从

榴莲、百香果、杨梅等常见水果入手，用更生动镜头语言做水果知识科普，7月1日即收获第一条“百万播放”视频。截至12月10日，杨晓洋团队已经产出20余个播放百万的爆款视频，内容覆盖百度百科词条、问答、好看视频等多个渠道，俘获了一大批高粘性粉丝。

在被问及为何选择百度作为自己的首要内容产出平台时，杨晓洋告诉记者，自己的姑姑有次买山竹时先上百度搜“山竹该怎么挑”，一搜就搜到了他的视频，看完后专门发信息赞他“做的事情很有公益性”，这件事反而让他意识到自己之前做的事情太不接地气。

实际上，这也是不少行业专家、知识大咖刚开始答疑时比较容易走入的误区——被某些平台的大流量所吸引，忽略了平台调性。其实，不同的平台，有些适合消闲娱乐，有些用户主要在上面追星八卦，但要说到搭建了完整的知识体系，仅有在此领域深耕了十多年的百度一家——日常泛知识提问，去百度搜一搜，还有就是百度百科和百度经验；专业学习、科学研究有百度文库、百度学术等；有海量的免费高质量内容，也可以付费获取优质创作者的专门辅导。

正如杨晓洋所说，“从入驻到现在半年多，我整个的感受，就是百度真是个科普的沃土。很多人有问题，或者是有什么知识想深入了解，肯定第一时间还是先想到百度。”

百度知识体系，进一步帮助创作者淬炼提升

事实上，百度的“AI搜索+信息流”双引擎，不但智能识别、归纳了用户的多种碎片化问题和知识请求，如图片搜索查询某种未知水果，“xx水果该怎么吃、怎么挑”“哪里的xx最甜”甚至“到哪里买”等等，将之导引至百度由百度百科、百度知道、百度文库等组成的百度内容供给大中台，满足了一般用户的日常知识需求，更重要的是大大提高了知识分享效率，让杨晓洋等内容创作者避免了重复回答一些基本知识点问题。

另一方面，杨晓洋作为一个难得的既具有专业硬知识，又有讲解能力与初心的优质内容创作者，百度第一时间关注到了他，并主动为他量身定制了多种形式的深度合作，让他的专业知识的价值得以乘数扩大开来。

以杨晓洋团队的视频为例，其实刚开时也不是每条都能爆款的。杨晓洋说，“我自己一开始是比较偏向于选一些比较稀奇的，或者是我没见过、没吃过的东西作为创作题材的。百度给了我很好的建议，哪怕非常普通的水果，哪怕就是一个脐橙，只要能把‘脐橙为什么有一个肚脐眼’这件事讲好了，对大众而言都是收获。”

除了选材的尽量客观，据百度相关负责人

透露，她们还在视频长度、相应标注的添加等方面给了杨晓洋团队不少建议，才有了20多条百万浏览的精品视频。

叫好叫座的微综艺纪录片《水果猎人杨晓洋》，起源于杨晓洋在全世界跑了一圈后，发现很多人对于中国自己的水果都还不了解，大家“身在福中不知福”。杨晓洋希望向尽可能多的国人，讲述中国水果的丰富和美好，也就是他常说的“无差别科普”，这样的想法打动了百度，双方一拍即合，决定让杨晓洋本色演出，拍摄纪录他在湖南怀化、云南芒市、吉林长白山等地边走边尝水果的经历。配合秒懂百科、好看视频等矩阵资源传播，《水果猎人杨晓洋》第一季上架一个月的全网播放量就达到了1500万的惊人数字。

对于与百度未来的进一步合作，杨晓洋说，“我们期待在未来，比如说在百度百科搜任何一个水果，我们相关的内容，不管是文字形式的或是视频的，都会给大众一个更加客观、相对准确一点的知识反馈和知识的提供。”

“我觉得平台是非常重要的。知识固然重要，如果知识没有放对地方，可能它的影响力、传播力也是不够的，这是我们为什么选择跟百度深度合作的原因。”杨晓洋最后说。



■杨晓洋