

聚焦年报业绩预告

科斯伍德教育主业凸显 2019年净利同比预增超1.8倍

■本报见习记者 陈 红

1月15日,科斯伍德发布2019年度业绩预告。预计2019年1月份至12月份实现归属于上市公司股东的净利润为7700.44万元至8540.49万元,比去年同期增长175%至205%。

提及2019年度业绩增长的原因,科斯伍德董事会秘书张峰在接受《证券日报》记者采访时表示,“主要是公司子公司陕西龙门教育科技有限公司(以下简称“龙门教育”)并表,贡献了超1.6亿元的利润;同时龙门教育的核心业务——全封闭业务及K12业务保持增长所致。”

另外,科斯伍德表示,报告期内,公司胶印油墨业务板块经营稳健,运营效率稳步提升,销售收入和毛利率与去年同期相比均略有增长。2019年度,公司积极扩展融资渠道,进一步降低融资费用。

进一步聚焦教育产业

《证券日报》记者了解到,科斯伍德上市以来,业务经营稳健,但鉴于近年来油墨行业趋于饱和,公司尝试谋求转型,并于2017年12月份完成收购龙门教育49.76%股权的交割,开启了胶印油墨和教育的双主营业务布局。

而在龙门教育并表后,科斯伍德的业绩显著增厚,进而选择收购其剩余股份。2019年11月29日,公司“发行股份、可转换债券及支付现金收购龙门教育50.17%股权并募集配套资金不超过3亿元”的事项获证监会核准批复。2020年1月8日,公司公告称,龙门教育已经完成公司类型及法定代表人变



更,公司对其持股比例从49.76%提升至99.93%。

据披露,龙门教育承诺2017年至2019年分别实现净利润不低于1.0亿元、1.3亿元和1.6亿元。2017年龙门教育实现归母净利润1.05亿元,同比增长50.56%;2018年实现归母净利润1.32亿元,较2017年增长25.26%;2019年龙门教育预计实现归母净利润超1.62亿元,具备较好的盈利能力。

“龙门教育2019年业绩增长符合预期,超额完成业绩承诺。剩余股权收购顺利完成,将显著增厚公司2020年及以后业绩,同时将深入绑定龙门管理团队,进一步聚焦教育主业。龙门教育竞争优势明显,业务模式稀缺,中长期看点在于西安地区的深化(校区数量有望继续增加)及异地复制(目前拥有北京2个校区,在校生700余

人,未来有望在河南等其他区域实现复制)打开产能空间。”中泰证券分析师范欣悦表示。

而对于近期成功收购龙门教育剩余股权,科斯伍德表示,做大做强教育产业是上市公司未来经营战略的重点发展方向,公司十分看好K12教育培训行业的前景。据重组方案显示,龙门教育主营业务为K12阶段的非学历教育培训服务,立足于满足中高考学生获得个体提高的需求,以主要课程的面授培训以及支持课程的相关辅助软件产品为基础,向学生提供全方位的培训服务。由于学习时间跨度长、在校学生数量大,K12教育已经成为中国教育市场规模最大的细分领域。

世纪证券分析师顾静认为,“国内K12课外培训超万亿元市场可期,中西部是优质赛道;根据Frost&sullivan数

AI云服务进入快速推广复制期 神思电子去年净利润有望翻倍

■本报记者 赵彬彬

1月15日,神思电子披露业绩预告显示,预计2019年公司实现归属于上市公司股东的净利润区间为1859万元至2065.5万元。往前追溯,2018年公司实现净利润1032.77万元,按照本次业绩预告上限计算,公司2019年净利润有望同比翻倍。

AI云服务是神思电子业绩高速增长的主推手。“经过三年多持续的研发投入与市场开拓,公司AI云服务产品方案与实际应用场景深度融合,已进入快速推广复制阶段,AI云服务业务收入占比大幅增长。”神思电子相关人士告诉《证券日报》记者。

实现战略升级

资料显示,神思电子是国内二代身份识别领域龙头,自2004年从事身份认证业务以来,公司系列化线下

身份认证产品已进入国内各省市,在金融、公安、通信、人社、医疗等行业具备良好的客户基础。2015年,神思电子在创业板上市,是济南第一家创业板公司。

2016年,公司提出“从身份识别到人工智能”的升级战略。经过三年发展,神思电子基于AI核心技术建设了云脑认知计算服务平台,并已成功应用于虚拟机器人、自助设备升级、互联网身份认证、智慧营业厅、智慧园区、智慧餐饮等系列产品与解决方案中,在行业垂直场景和细分领域实现了算力、算法与数据的闭环应用。

上述战略确定后,公司相继与IBM、百度、依图科技、商汤、寒武纪、地平线等企业建立合作关系,参股或控股曙光易通、术术医疗、百应科技等一系列人工智能相关领域公司,实现了在人工智能行业上下游的生态布局。

就在不久前,神思电子智慧餐饮解决方案顺利完成华为TaiShan100兼

容性测试,获得了HUAWEI COMPATIBLE证书及相关认证徽标的使用权,神思电子正式加入华为鲲鹏生态社区。

之所以能与商汤、寒武纪等“独角兽”展开合作,“一个很重要的原因就是,无论是技术上还是商业逻辑上,大家都在同一个层面上。”神思电子总经理并焜博士表示,“我们目前已经拥有超过20项人工智能发明专利,让我们拥有了与头部企业对话的实力,并获得了越来越多上下游企业的认可。”

AI云服务进入复制期

经过三年的持续研发投入和样板市场建设,神思电子已初步完成战略布局,智能视频监控系统、智慧餐饮、智慧营业厅、智慧园区与家庭服务一体化管理平台等5项AI云服务解决方案全部实现场景化商务应用落地,并进入复制推广阶段。

网红餐厅“太二酸菜鱼”吸粉能力强 九毛九在港交所上市 首日收涨56.36%

■本报见习记者 林婷莹

2020年1月15日,获超购逾600倍、冻资超1400亿港元的网红餐饮品牌“太二酸菜鱼”(下称“太二”)母公司九毛九国际控股有限公司(下称“九毛九”)在港成功上市,联交所迎来继海底捞后的又一高人气快时尚餐饮企业。挂牌价为6.6港元/股的九毛九当天股价高开45.91%,最终收涨56.36%,报价10.32港元/股。

华盛证券分析师对《证券日报》记者表示:“九毛九此次上市获得了非常高的超购倍数,一定程度上反映了市场预期很高。这种预期的来源,首先当然是公司本身的基本面优秀,过往的营收和净利润都增长稳健,且市场对其未来业绩也有非常高的预期,这主要与餐饮企业快速扩张下沉市场的增长特点相关。”

主力品牌“太二”获看好

资料显示,九毛九旗下餐饮品牌有“九毛九”、“太二”、“2颗鸡蛋煎饼”、“怂”和“那末大叔是大厨”,主打菜系包括西北菜、川菜和精品粤菜,目标客群主要为年轻群体,人均消费最高不超200元。目前,公司共有287间自主经营餐厅和41间加盟餐厅,覆盖15个

省份和4个直辖市,共39个城市。

从财务数据来看,九毛九品牌与太二酸菜鱼品牌是公司当前的营收主力。2019年上半年,公司实现营业收入12.37亿元(人民币,下同),同比增长41.5%;其中九毛九品牌餐厅与太二品牌餐厅的营收占比分别为55.2%、43.5%,合计占比高达98.7%。此外,去年中期公司实现经营利润2.41亿元,其中太二品牌就贡献了1.25亿元。

值得一提的是,从一线与新一线城市、到二三线城市,过去几年太二品牌的各项经营指标均实现稳健增长。以一线城市为例,2016年至2019年上半年,太二的顾客人均消费从66元涨至77元,翻台率从3.6倍上涨到了5倍,略高于同期海底捞的平均翻台率4.8倍。

中国食品产业分析师朱丹蓬对《证券日报》记者表示:“酸菜鱼是近两年比较火爆的一个细分品类。在这一板块的发展上,九毛九实际上也依托了其自身产业链与供应链的优势,以及品牌优势,整体的发展还是非常顺畅的,我们可以看到它翻台率在整个行业里也是比较理想的。”

华盛证券分析师认为,作为连锁餐饮企业,九毛九虽然在细分市场上跟海底捞所处的火锅市场不一样,但都具备依靠快速扩张门店下沉市场来

获得高速成长的能力。该分析师表示:“跟火锅一样,公司旗下的太二品牌在扩张上也具备标准化的能力,在扩张时不会太依赖厨师之类的不可控因素,这种能力对连锁餐饮来说很重要。”

此外,还有不愿具名的投资机构研究员对《证券日报》记者表示:“太二餐厅专注购物中心、限制用餐人数等独特的商业模式,已为其打下了良好的发展基础,加上菜品简单、容易标准化、品牌有网红性质,它的未来扩张还是很值得期待的。”

上市后将发力扩张

据介绍,对于本次IPO所募得资金净额,九毛九预计将约72%的资金用于扩展餐厅网络,约11%用于偿还招商银行的银行贷款,约10%用于营运资金、约7%的资金用于进一步增强餐厅供应和支持能力并改进公司的集中采购系统。以此来看,开店扩张是九毛九未来几年的发展重点。

对此,九毛九表示:“公司预计将在2021年前新开约370间自营餐厅,其中约有240间为太二餐厅,约54间为九毛九餐厅,约76间为其他品牌餐厅。此外,预计2021年前将新开设约460间2颗鸡蛋煎饼加盟餐厅。”

据,预计2022年,国内K12课外培训市场将达到7689亿元,2018年-2022年年均复合增速为10.2%。对比韩国,国内市场渗透率、学费具有倍增空间;中西部地区课外课程培训参与率提升空间更大,值得关注。”

油墨业务经营稳健

值得一提的是,在公司教育业务蒸蒸日上,同时,科斯伍德另一项主营业务——油墨也保持稳健发展状态。

资料显示,科斯伍德创立于2003年,前身为大东洋油墨,2011年公司成功登陆资本市场,是胶印油墨行业率先上市的公司。主营产品为胶印油墨的研发、生产与销售。

据2019年半年报显示,公司油墨业务各产品毛利率均有所提高,高光泽型胶印油墨、高耐磨型胶印油墨、快干亮光型胶印油墨毛利率分别为22.68%、24.77%、16.43%;分别同比增长3.45%、0.25%、0.39%。

就2019年业绩预告来看,“剔除龙门教育并表影响,估计传统主业(含总部财务、中介费用支出)贡献净利-0.07亿元至0.04亿元,其中利息支出税后影响金额约0.18亿元、收购龙门剩余股权发生的中介费用税后影响金额约0.12亿元,还原油墨业务实际盈利0.23亿元至0.34亿元。”范欣悦说道。

“未来,公司将以教育为主,并持续关注相关产业加大教育方面投资,教育方面主要以中高考升学、学生就业,包括未来职业培训方面会进行一些布局;油墨业务还要看具体的发展情况,目前保持稳健发展即可。”张峰向《证券日报》记者表示。

潍柴动力全球布局再落两子 并购海外小巨头补技术短板

神思电子相关人士告诉《证券日报》记者,公司“智能视频监控系统”已与济南的几个动车所陆续签约;“智慧餐饮”现在有自助、自选、外卖等模式,已经在部分企事业单位食堂应用,江苏大学也全面上线应用;“智慧营业厅”解决方案在烟台税务营业厅样板的基础上,正联合航天信息在全国范围推广,并且向电力、政务等行业复制。

公司2019年半年报显示,家庭服务一体化管理平台已有近60家企业成功入驻,平台已注册从业人员近十万人,成为山东省内最大的家庭服务一体化管理平台。

AI云服务业务的持续落地,带动公司业绩逐步攀升。

2019年1月份至9月份,神思电子实现营业收入3.22亿元,同比增长17.07%;实现净利润1218.44万元,同比增长91.36%,人工智能业务已成为公司重要的业绩增长点。

永和智控收购达州中科95%股权 进军医疗服务行业

朱丹蓬对记者表示:“在中国餐饮行业高速发展的今天,九毛九需要依托行业的发展红利进行资本运营,不仅有利于企业在短时间内借助资本杠杆进行快速扩张、优化业务结构、做大做强,更有利于企业中长期发展。”

值得注意的是,弗若斯特沙利文数据显示,按2018年收入计算,虽然公司旗下的太二品牌在国内酸菜鱼市场占有率有4.4%的市场份额且排名第一,但与排名第二、市占率为3.9%的竞争对手间差距并不大;此外,公司另一主力品牌九毛九则在国内外西北菜市场排名第二、占有市场份额仅0.8%,与排名第一、市占率为3.2%的西贝莪面村差距明显。

据悉,除门店扩张外,公司发展战略还有继续通过多品牌及多概念策略扩张至更多细分市场。九毛九表示:“主要得益于各个品牌均有自身特点和品牌定位,多品牌多概念的策略使我们能够分散业务风险。而鉴于品牌目标客群的不同,这也能降低我们餐厅之间的竞争风险。”

朱丹蓬表示:“九毛九的多元化、多场景战略,其实是符合当今消费新生代喜新厌旧的消费思维。但其中一个关键问题是,九毛九品牌间的菜系跨度太大,这对其整体运营带来的管理难度等都是应该思考的问题。”

■本报记者吴奕莹 见习记者吴文文

1月14日,永和智控发布公告称,全资子公司成都永和成医疗科技有限公司(以下简称“成都永和成”)以支付现金方式收购达州中科肿瘤医院有限公司(以下简称“达州中科”)95%股权,股权转让价格为8860万元。

永和智控作为国内少数掌握无铅铜产品加工与制造技术的水暖器材制造厂家之一,多年前已提前进入欧、美高端市场,在产品和制造技术方面具有一定优势。此次成都永和成收购达州中科,是公司由专业水暖器材生产企业向医疗健康产业逐步转型的体现。

随着我国经济的发展和人民生活水平的提高,我国的医疗消费需求和市场需求将越来越大。相关业内人士对记者表示,对于群众来说,不仅需要高水平的医疗技术,还需要人性化高质量的服务,这对以服务和经营见长的民营医院来说是较大的发展机遇。

永和智控相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,基于可持续性发展,增强上市公司盈利能力的原则,公司将逐步调整主营业务,公司已组建专业的医疗管理团队,在维持现有主营业务开展的前提下,积极向医疗服务行

业拓展。

公开资料显示,达州中科肿瘤医院是以肿瘤放疗为主的专科医院,致力于各种肿瘤的诊断及综合治疗。医院建筑面积1万平方米,设置床位100多张。公告显示,截至2019年9月末,达州中科资产总计为8251万元,负债总计为3802.12万元,2019年前三季度实现营收391.30万元。收购增值率为109.81%。

上述相关负责人坦言,收购达州中科是公司在国内医疗服务市场领域的第一个落地项目,对公司未来的产业布局 and 战略规划均具有重要意义,符合公司的长期发展战略。

此外,永和智控2019年三季报显示,公司营业收入为4.55亿元,同比下降9.66%,前三季度归母净利润5695.69万元,同比下降6.33%。

对此,永和智控方面表示,2019年以来国内外形势复杂多变,公司面对严峻的市场竞争。公司将优化产业布局,积极开发新市场提升销售额,进一步探索自主品牌销售模式,不断提升原有业务持续盈利能力,同时稳步向医疗行业拓展,力争获得良好的投资效益。

相关业内人士表示,此次股权收购或将有利于改善上市公司经营情况,提高资产质量、增强盈利能力。

潍柴动力全球布局再落两子 并购海外小巨头补技术短板

■本报见习记者 王 僮

1月15日上午,潍柴动力分别与德国欧德思公司、奥地利威迪斯公司在山东济南签署战略合作协议。

《证券日报》记者在现场了解到,此次签署战略合作协议,意味着潍柴动力成功完成对德国欧德思公司80%股权的收购,以及将收购奥地利威迪斯公司51%股权,成为两家公司的控股股东。同时,此番战略重组的迅速落地,将有效填补中国在新能源动力总成电机控制系统和农业装备CVT动力系统的核心技术短板,加速潍柴新生态的产业化进程。

山东重工董事长、潍柴动力董事长谭旭光表示,之所以选择与这两家公司达成战略合作,是因为潍柴瞄准了两家公司在各自关键技术领域卓越的

公开资料显示,德国欧德思公司成立30年来,一直致力于工业及交通运输行业用电机、电控和电源的研究开发工作,拥有多种数控机床用伺服电机和驱动器、新能源商用车用电机控制器、电机、燃料电池DC/DC变换器等产品的设计开发和系统集成能力。

谭旭光表示,潍柴动力战略重组德国欧德思公司是继携手英国锡里斯、加拿大巴拉德后,在新能源动力系统领域上的又一国际化战略布局。通过资源的有效整合,潍柴不仅掌握了重型商用车传统动力总成领域的核心技术,还一举掌控了电机控制器核心技术,成功构筑起“电池+电机+电

广电电气 完成对原GE中国配电业务并购

■本报记者 刘会玲

1月15日,广电电气发布公告称,截至目前,公司现金收购ABB(原GE工业系统中国区配电业务)已经完成相关工商变更登记,这意味着本次收购正式步入收官阶段,集团公司再添两家控股子公司。后续两子公司将在中国市场使用AEG品牌并由AEG团队继续负责保障和服务。

广电电气相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,“公司通过子公司收购ABB(中国)旗下CJV60%股权和EJV60%股权。两家标的公司均为ABB于2018年并购GE工业系统时收购的公司。通过本次交易,注入盈利能力较强、经营稳定的电气设备元器件及成套设备制造业务,有助于改善公司的经营状况,提高资产质量。”

根据广电电气去年11月27日发布的重大资产购买草案,广电电气拟通过子公司上海安奕极企业发展有限公司(以下简称“奕安极”)以现金方式购买ABB(中国)持有的CJV60%的股权、上海通用广电工程有限公司(以下简称“广电工程”)以现金方式购买ABB(中国)持有的EJV60%的股权。

随着CJV与EJV控制权异主,GE商标使用权也发生变化。根据股权转让协议,两家公司在交割日起的四个月期限后将无法使用GE标志。与此同时,广电电气已完成了与伊

莱克斯集团关于AEG商标授权协议的签订,协议约定可以将AEG商标转授权给CJV与EJV,这也意味着CJV与EJV将在中国市场使用AEG商标。

资料显示,CJV主要从事应用于电力设备的真空断路器和空气断路器等元器件的研发、制造、销售和服务。EJV主要从事中低压开关柜和变压器等成套产品的研发、制造、销售和服务。

广电电气主要从事高低压输配电成套设备、各类元器件及零配件的生产销售。核心客户涉及电网、电厂、石油化工、冶金、轨道交通等行业。公司主要通过招投标方式完成销售并按“以销定产”的模式制造产品。

“此次收购标的资产均为电气设备制造企业,交易完成后,将进一步完善公司全系列高端配电产品组合,增强生产供应链的协同效应。同时,公司能更好地为客户提供包括成套设备、元器件和变压器产品的全套配电设备和解决方案,将对公司主营业务的成长,包括旗下合资公司各产品线的拓展、市场占有率和客户服务能力的全面提升产生积极影响。”上述负责人表示。

“输配电行业是个寡头垄断的市场,国家电网是最大的客户,也是全行业内最大的供应商,所以非国网的企业目前生存压力很大。对上市公司来说不通过收购转型或升级,那么未来的营收表现可能会更差。”香颂资本沈萌在接受记者采访时表示。