

电子气体百亿元市场规模在招手 昊华科技欲争夺更大份额

■本报记者 李乔宇

21年风雨兼程,21年砥砺前行。1999年8月份,昊华科技的前身天科股份完成工商注册,2001年1月份在上海证券交易所上市。2018年-2019年,中国昊华化工集团股份有限公司将所属12家科技型企业注入天科股份,天科股份更名为昊华科技。上市公司转型为先进材料、特种化学品及创新服务提供商,服务于国家军品、民品多个核心产业。

“昊华科技有我国重要的特种气体研究生产基地;我们的特种涂布技术水平国内领先;我们还是国内最早从事橡胶研究和应用的单位……”谈及昊华科技的种种成就,展厅中的工作人员如数家珍,工作人员告诉记者,除了应用于航空航天领域,公司产品还广泛应用于电子科技、工程机械、工业重防腐等领域。

在昊华科技所属企业的发展历程中,曾见证了多则历史性事件。日前,《证券日报》记者跟随上交所“沪市公司质量行”调研团队走进昊华科技。在位于昊华科技办公大楼的一间展厅里,《证券日报》记者看到三艘神舟载人飞船模型独占中心位,嫦娥三号以及C919模型也引人注目,展厅中放置的标注“中国首次载人航天飞行”的证书亦象征着昊华科技在我国载人航天工程中做出了自己的贡献。

打造行业科创改革标杆

11月23日上午,装配着昊华科技旗下曙光院生产的“三环”牌航空轮胎的国产ARJ21-700飞机103架机在山东东营胜利机场平稳着陆,圆



满完成各项科目,这标志着国产ARJ21飞机装配昊华科技旗下国产航空轮胎首飞成功,也标志着ARJ21飞机国产化向前迈进新的一步。

谈及我国航空业的发展进展,昊华科技董事长胡冬晨告诉记者,近年来,我国航空业发展迅速。目前,ARJ21等已经量产,C929已经开始研发,C919试飞成功,订单数量超千架。“我们非常看好这一块市场。”胡冬晨表示,“我们的西北院、锦西院和北海院都已成为中国商飞的合格供应商,曙光院正在论证之中。我们估计国产大飞机在‘十四五’期间一定会实现产能上量。届时,我们的民用航空轮胎、民用航空玻璃、民用航空密封材料等均实现上量。”

此外,在特种气体领域,昊华科技也正在等待一个更大的市场。胡冬晨告诉记者,随着我国集成电路自给率的提升,电子气体作为关键配套材料的国

产化率也将大幅提升。预计到2025年国产化率可达到70%以上,为国内气体行业提供了极大的市场空间。

“2020年中国特种气体市场规模预计为280亿元,2020年至2025年中国特种气体市场规模增速将保持在15%左右,预计2025年市场规模可达700亿元,其中电子特气总的市场容量应在120亿元至150亿元之间。”胡冬晨如是说。

据公开资料显示,截至今年三季度末,昊华科技主营业务板块分为氟材料、精细化学品、特种橡胶产品以及特种气体,其中特种气体板块今年以来实现营业收入3.24亿元,收入占比16.54%。

据悉,特种气体的生产具有较高的技术门槛,全球市场已形成由少数几家具有技术优势的跨国企业占据多数份额的高度集中的市场竞争格局。长期以来我国特种气

体产品主要依赖进口,但随着国内特种气体生产企业技术不断取得突破,国产特种气体部分产品逐渐实现进口替代。

开源节流应对危机

据最新财报数据显示,昊华科技今年以来业绩不降反增。今年前三季度,昊华科技实现营业收入35.69亿元,同比增加5.66%,净利润4.45亿元,同比增加33.76%。

“我们在很短的时间内就实现了复工复产。”昊华科技董秘刘政良对记者回忆道,为了保障快速复工,昊华科技旗下黎明院、晨光院等单位在春节期间没有停产。

除了有序复工复产,昊华科技还积极降低成本。“公司在疫情初起时就提出树立‘紧日子’思想。”昊华科技财务总监何捷谈道,今年以来,公司在成本费用压控方面取得较好成效,尤其是财务费用同比下降明显,毛利率水平同比提高。

另一方面,在“节流”的同时,昊华科技也在“开源”,丰富公司产品结构,短时间内实现转产,研发出防护服、口罩等防疫物资。

“目前,公司生产经营活动已基本恢复正常,未来围绕围绕主业主业在氟化工、电子气体、航空材料等方面加大研发、投资力度,不断提升公司业绩。随着疫情逐步缓解,公司第三、四季度经营性现金流将逐步恢复并好转。”刘政良表示。



沃森生物暂停出售子公司股权背后： 全力冲击新冠疫苗 建基地有资金压力

■本报记者 张敏
见习记者 顾贞全

备受关注的疫苗研发生产企业沃森生物于12月7日早间发布公告称,12月6日下午,沃森生物紧急召开董事会,审议通过了《关于股东大会取消审议关于签署上海泽润生物科技有限公司股权转让及增资协议的议案》的议案。

对于将上海泽润生物科技有限公司(以下简称“上海泽润”)股权转让一事踩急刹车,沃森生物相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示:“公司十分重视投资者的意见和建议。方案披露后,公司关注到有利于企业长期发展的战略规划与投资者中短期利益有一定冲突,本着负责任的态度,及时召开董事会并决议,暂停上海泽润股权转让交易,积极寻求兼顾公司利益与投资者利益的最佳解决方案。由此,沃森生物董事会形成决议,暂不将股权转让协议提交公司2020年第六次临时股东大会审议。”

子公司被疑对标万泰生物是否合理?

12月5日,沃森生物发布公告称,拟向淄博韵泽创业投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“淄博韵泽”)等

企业转让控股子公司上海泽润部分股权。同时,淄博韵泽还将向上海泽润增资。沃森生物介绍,经各方协商一致,确认上海泽润的整体估值为35亿元。

不过,投资者对于这一股权转让并不买单。一些投资者将上海泽润与市场估值800亿元的厦门万泰对标,从而认为沃森生物“贱卖”了核心子公司上海泽润的股权。这也是目前投资者与沃森生物管理层之间最大的争议。

针对投资者提出的估值合理性问题,沃森生物相关负责人向《证券日报》记者表示,主要参考了上海泽润其他股东近期交易的等值对价,同时也考虑本次引入的是战略投资人,除了提供资金保障外,还能对泽润发展赋能,且其受让股权仅略高于公司,公司继续保留几乎是并列大股东的地位。另外,通过本次交易,能回收近12亿元的现金,并获得超过11亿元的投资收益,更有助于聚焦到公司未来核心业务。

德传医疗基金董事长姜广策在接受媒体采访时表示,万泰生物是二级市场已经上市的公司了,现在年销售收入非常大,同时它的技术平台也比泽润大得多。投资者用二级市场的估值来要求公司完成一级项目,这

个显然是不太合理的。

疫苗上市时间仍不确定

据记者了解,上海泽润生物技术有限公司正在研发中的两大“拳头”产品,是二价HPV疫苗与九价HPV疫苗。

不同于万泰生物,上海泽润的产品仍处于研发阶段,公司仍需要持续的资金投入。记者从沃森生物处了解到,上海泽润的二价HPV疫苗上市的时间具有不确定性,九价HPV疫苗距离上市大概还需五年左右的时间,两支疫苗都达到产品上市至少还得投入10亿元至15亿元资金,这些资金将用于二价和九价产品的研发、临床和生产车间建设。

针对投资者质疑为何在此时转让上海泽润,沃森生物相关负责人向《证券日报》记者解释:“一方面是从沃森生物战略发展的角度来看;而另一方面,也是基于现实因素,考虑到上海泽润的未来发展格局,引入战略投资者后更有利于其独立发展,打开了上海泽润的发展上限,更好地激励研发团队发挥其研发端的优势,在疫苗领域创造更多的价值。”

此外,沃森生物上述负责人向记

者补充道:“经决定按照转让协议,出让控股后沃森生物的相对份额有所减少,但是蛋糕做大了,作为第二大股东的沃森生物未来收益的绝对值未必少。况且,根据协议约定,沃森生物还锁定了HPV产品上市五年内的销售权,这部分核心利益仍然能够得到有效保障。公司作为有丰富经验的产业投资人,以后也会协助上海泽润推进相关产品的产业化工作。”

其他产品线需重金投入

沃森生物2020年半年报显示,1月10日,公司收到了国家药监局颁发的PCV13《药品注册批件》,3月30日首批产品获得批签发。除了亟待投入的二价HPV疫苗以及九价HPV疫苗外,公司与合作方共同合作开发的新型冠状病毒mRNA疫苗于2020年6月份收到国家药品监督管理局批准的《药物临床试验批件》,目前正在开展I期临床试验。在研产品以及获批产品都需要持续的资金投入,考验着沃森生物管理层如何运筹帷幄。

在公司看来,为上海泽润引入战略投资者是公司基于现实业务和未来发展的战略性选择,资源配置的问

题是一直存在且必须解决。上述负责人向记者表示:“如今在HPV疫苗市场,上海泽润也面临较大的竞争压力,尤其是对于HPV这款产品竞争者较多。况且,根据协议约定,上海泽润在研产品的最大价值,为上海泽润寻找更好的发展机遇。”

据公司介绍,沃森生物重新调整战略步骤,将集中更多的精力和资源,快速推进mRNA新冠疫苗和腺病毒新冠疫苗的临床研究进程和产业化建设,力争在明年上半年建成一定规模的新冠疫苗生产基地。同时,公司加快国际化步伐,加大力度布局mRNA、腺病毒等技术平台,开发更多更好的新型疫苗品种。

上述负责人还指出:“沃森生物因为拥有丰富的疫苗产品线,每一个项目都需要资金投入,有些本应早拿到批件的产品,由于投入不足会导致进度慢于国内同行。”此外,PCV13的推广工作也是沃森生物目前的“重头戏”。

对于暂停上海泽润股权转让一事,沃森生物称,公司仍将一如既往地推进上海泽润产品研发及产业化进程,在取得更加广泛认同的基础上,制定并推出契合公司战略及上海泽润长期发展的规划方案,保障其可持续发展。

格力低调开卖5G手机 董明珠手机梦卷土重来?

■本报记者 矫月
见习记者 林堃莹

时隔多年再推手机新品,董明珠的“手机梦”依然没有丢弃,但却一反常态地作风低调。

12月7日,在几乎毫无预热的情形下,格力首款5G手机在“格力董明珠店”低调上架,名为“大松5G手机”。该系列手机搭载了高通骁龙765G,目前有“曜夜星河(黑色)”与“魅夜极光(蓝色)”两种配色,6+128G与8+256G版本的售价分别为2699元、2999元。

没有发布会和社交媒体造势,甚至没有以“格力X代手机”为名,作为公司入局智能手机领域以来的首款5G手机,为何这次发售如此低调?《证券日报》记者曾就此向格力发去采访提纲,截至昨晚截稿时,对方仍未回复。

董明珠的五年“手机梦”

在资深产业经济观察家梁振鹏看来,格力首款5G手机的低调发布,或许与其过往几款手机的销量低迷有关。他向《证券日报》记者表示:“实际上,格力过去几款手机的性价比都比较一般,市场竞争力较低,加上渠道相对单一,销量也就一般。而这一次的低调,更像是格力想试探一下市场反馈。”

2015年3月份,格力董事长董明珠宣布格力要进军智能手机市场。同年6月份的股东大会上,董明珠正式宣布第一代格力手机开卖,售价为1600元。此后,格力先后发布格力二代、三代手机,期间数次有董明珠亲自宣传表达看好,但手机销量均黯然收场。

格力董明珠店面显示,截至目前,格力三代手机的销量均在万台以下,合计不过5900台左右。此外,“大松5G手机”在推出一日后,当前的总销量也没有超过30台。

与其叫嚣惨淡的销量形成鲜明对比的,是董明珠对手机业务的极力看好与重视。董明珠不仅曾表示“希望华为在世界上能是第一的时候,格力能在第二”,也曾发出过“灭掉小米”“要卖1亿部”等声音,还曾声称格力手机能使用三年不会坏。如今,距离格力三代手机发布已过去约三年,首款5G手机的低调发布,或许正是董明珠并未放弃“手机梦”,且改变风格再出发的一个号角。

对于格力手机的销量低迷,梁振鹏认为这得归因于格力手机没有完全市场化的情况和手机的性价比不高。“一直以来,格力手机的销售主要是在格力的经销商体系内,有时候还会与空调等产品搭售。另外一个主要购买群体,则是格力系统内部的员工,或是其他相关群体。”

格力的IoT布局愿景

值得一提的是,在此次大松5G手机的商品详情中,格力重点介绍了该手机能实现智慧互联,可自定义控制智能家居设备的相关功能,这不禁令人联想到格力布局IoT(即“物联网”)实现智能家居互联的战略。

格力电器曾在其2020年半年报中表示:“在通讯设备领域,助力公司开启智慧物联时代,打开智能家居生态链设计控制入口,公司正在加快5G物联网通讯设备的研发。”

机械工业经济研究院创新中心主任宋嘉向《证券日报》记者表示,格力此次布局5G手机,应该是与其在智慧家庭等领域的物联网战略相关:“5G凭借其大带宽、低时延、广联接的三大特性,被行业广泛认为将引发‘场景变革’,其中工业互联网、无人驾驶和智慧家庭被普遍认为是三大典型应用。”

“如此,5G手机还将具备与智慧家电的数据采集、交互和控制功能,这将支撑起家庭各方面需求与外部供应商、供应链之间的信息流、资金流,从而联通家庭与更广阔的外部世界。如果更大胆想象,大松手机若能与格力以外品牌的家电实现互联互通,则将会成为一个跨品牌的智慧家庭数据交互与控制的枢纽。”宋嘉表示。

2019年底,格力举办发布会,对外介绍了其“万物互联,一呼百应”的智能家居蓝图。格力表示,将通过格力语音空调、格力5G手机、物联手机、智能门锁、魔方精灵五大控制入口实现格力所有产品的互通互联,打造多个智慧生活场景,为用户提供个性化全屋智能解决方案。在格力官网上,也早已有了智能家居产品的专栏。

2020年半年报显示,格力电器的智能装备板块在期内实现营收2.09亿元,占总营收比仅有0.3%;公司的空调板块营收占比依然最高,为59.48%,当期实现营收413.33亿元。

梁振鹏表示,为了推进在智能家居产业的布局,是格力坚持推出手机产品的最主要目的。“在智能家居场景中,智能手机相当于是个核心的控制枢纽;其次便是产品线的丰富,例如现在海尔、美的、华为等,他们在智能家居布局的产品线已经比较完善了。”

不过,也有观点对格力手机持有谨慎乐观的态度。“智能手机是一个竞争十分激烈的市场,如果没有足够竞争优势,格力5G手机2699元以上的定价很难争取到用户,而通过手机实现智慧互联是需要大出货量来支撑的。”飞象网创始人、通信行业观察家项立刚向《证券日报》记者表示,“格力更需要去解决其手机自身的竞争力问题,包括品质、品牌与渠道建设等。如果这几方面都解决不好,用手机来推智能家居不能算是一个好办法。”

一起教育科技上市获雷军王强力挺 注重研发筑牢壁垒

■本报记者 许洁

12月4日,一起教育科技在纳斯达克挂牌上市,股票代码为“YQ”,发行定价为10.5美元每股ADS,首日股价报收于10.57美元,市值近20亿美元。东方财富12月7日收盘,公司股价为12.11美元,市值22.75亿美元。

更新后的招股书显示,一起教育科技此次基础发行规模为2740万股ADS,绿鞋规模为411万股ADS。假设绿鞋执行,募资额达3.3亿美元。

上市前,一起教育科技累计完成了7轮融资,投资方包括真格基金、顺为资本、老虎基金、H Capital、淡马锡、DST、中信产业基金等知名机构。上市当晚,雷军、王强、徐小平也纷纷现身支持。

雷军旗下的顺为资本是一起教育科技最大的机构股东。雷军表示,投资一起教育科技不仅仅是投资一家创业公司,而是投资一个让中国教育变得越来越好的梦想。

投资人之一,他称:“只要一起教育科技坚守创业的初心,恪守专注教育科技已经学习服务。可以说一起教育科技已经建立起了很强的品牌认知和竞争壁垒。”

成立9年做对了三件事

来自沙利文(Frost & Sullivan)的报告显示,2020年上半年,一起作业(一起教育科技旗下品牌)的平均MAU(月活跃用户)为中小学在线作业领域第一,规模大于其后四家企业的总和,优势地位明显。此外,在网校业务领域,一起教育科技也已跻身行业前五之列。

一起教育科技创始人兼CEO刘畅表示:“我们已经服务了全国5430万学生、90万老师、4520万家长,很多当时的梦想已经或者正在逐渐成为现实。”

经过9年的成长,一起教育科技链接了老师、学生、家长三方,帮助教育提质增效,不但为一线教师提供海

量内容和智能服务,也为学生提供个性化的学习服务。可以说一起教育科技已经建立起了很强的品牌认知和竞争壁垒。”

回顾一起教育科技的发展历程,刘畅称他和团队做的第一件事,是让城市和农村在一起,推动教育公平。让刘畅印象深刻的是,三年前山东省肥城市王瓜店镇中心小学校长张益强曾握着他的手说:“太谢谢你们了!我们乡镇学校的老师都去了城里,我们只能用你们的产品把教育资源再请回到农村。”

第二件事,是要让教育和科技紧密结合在一起。利用人工智能技术让学校的老师针对每个学生的情况布置个性化作业。辅导老师可以针对学生的薄弱点有针对性地进行辅导。为孩子所有学习场景下减负增效。

第三件事,就是让知识和能力在一起,这样才能真正提高学生的综合素质。刘畅称:“我们现在为老师和学生提供的内容,表面是配合考试标准提分,其实背后融合了大量能力提

升的维度,比如绘本、电影片段。能力提升的背后,更重要的是帮助他养成了学习习惯。”

“上市只是让我们有了再一次继续服务好用户和客户的权利,继续按照初心做好教育,我们的这场战斗只是刚开始。”刘畅如此表示。

持续投入大量研发费用

招股书显示,一起教育科技2019年全年净收入为4.06亿元,同比增长30.75%。2020年前三季度,一起教育科技净收入8.08亿元,同比增长277.48%。

2020年10月份的收入为1.32亿元,主要来自在线K-12辅导服务,从2020年10月1日到2020年11月26日,在线K-12课后补习课程的付费课程注册人数达到77.3万,而2019年同期为28.6万。

一起教育科技的研发费用始终保持高速增长。其2019年研发费用4.91亿元,同比增长23%。2020年前三季度,公司研发投入达到4.23亿元,

同比增长17%,占收入比为52%。相比其他已上市的在线教育企业,这样的研发投入可以说是大手笔。

作为一家将学校老师和学生作为服务对象的企业,技术和研发对于产品体验,以及是否能够真正帮助服务群体提升教学质量和学习效率至关重要,这也许是一起教育科技持续投入大量研发经费的重要原因。

有业内人士指出:“2020年在线教育风起云涌。一方面在线教育的红利期到来;另一方面已上市的企业股价表现不俗,当下或许正是在线教育机构上市的最佳时机。”

根据招股书显示,一起教育科技此次募所得净额将主要用于课外在线教育服务的改善、智能课堂教育解决方案的产品增强、技术研发能力的提升、销售及市场营销活动,以及用于营运资金及一般企业用途。一起教育科技上市后,将在资本、技术、市场的合力下,推动“互联网+教育”行业整体向前发展。