

聚光上下

两轮换电模式站上风口
企业期盼产业标准和政策引导

■本报记者 许洁

在上海某小区门口走访时,记者看到一排白蓝相间的柜子,一位外卖小哥正在扫码,他要取出的不是外卖,而是一块电动车的电池。三分钟后,外卖小哥骑着电力满满的电动车向等待美食的客户飞驰而去。

伴随着新国标、共享经济及产业升级的助推,电动两轮车行业迎来了爆发式增长,同时也带动了电池技术、换电服务和电机轮胎等上下游产业的发展。这其中,电动两轮车的换电业务突飞猛进。天眼查产业大数据显示,有近六成相关企业是在1年内成立的。

嗅觉敏锐的资本也已经在布局。据《证券日报》记者了解,哈啰出行旗下的两轮换电品牌小哈换电7月21日完成了新一轮融资,金额达数亿元,大湾区基金、磐谷资本、慕华资本等均参与了此次投资。

据悉,小哈换电将把资金继续投入技术研发和产品升级迭代,夯实基础能源网络建设力,加快城市市场的拓展。

“这意味着,通过小哈换电,哈啰已两轮出行领域衍生突破,逐步跨入了城市基础能源服务行列。”一位业内人士对《证券日报》记者表示。

近六成两轮换电企业
成立于1年内

据不完全统计,我国电动自行车保有量为3.25亿辆,数量远超492万的新能源电动汽车保有量。此外,电动自行车产销量在每年3000万辆左右,以每年30%的速度稳步增长,产业正从高速增长向高质量发展转变,产业升级空间巨大。

从民众出行习惯看,国内目前电动自行车日均骑行量超过7亿次,日均充电需求超过1亿次。也就是说,鉴于国内民众日常出行半径普遍不大于30公里,电动自行车在很多地方早已成为民众日常短距离出行的首选。

天眼查产业大数据显示,目前我国有超过73万家电动两轮车相关企业,73%的相关企业分布在批发和零售业。地域分布上,江苏的电动两轮车相关企业数量最多,超过8.5万家,占比超12%。其中,无锡有8000多家相关企业,较为知名的有雅迪控股和新日股份两家上市公司。山东以近8万家相关企业数量位居第二,河北和河南也均拥有5万余家相关企业。

车电分离,把电池作为能源服务的一种载体,在两轮电动车领域已经规模化产业化。换电服务在两轮电动车市场快速兴起,天眼查产业大数据显示,从2016年开始,我国电动两轮车换电相关企业的注册数量快速上涨,57%的相关企业成立于1年内,另有31%的相关企业成立于1年至5年内,仅2020年就新增了1400家相关企业。

但在两轮电动车和电池产业发展火热的背景下,用户普遍存在充电难、充电慢、充电不安全等痛点。

“按照3天充一次电的频率,每天发生的电动自行车充电行为有1亿余次。由于电池的质量参差不齐,部分用户对电池和车辆的私自改装,再加上电池固有的化学性质,在如此高频的使用率下,用户对充电安全再不重视,电动车安全事故发生难以避免。”上述业内人士表示。

两轮换电
缺乏产业政策引导

2020年,“换电”首次出现在政府工作报告有关“新基建”的内容部分,原来“建设充电桩”的表述扩展为“增加充电桩和换电站设施”;2020年7月份,工信部对新能源汽车的换电模式进行了详细介绍,充分肯定换电模式的积极意义;当年10月份国务院通过《新能源汽车产业发展规划》,明确指出要加强换电基础设施建设,给相关产业指明了方向;就在2021年全国两会,政府工作报告中再度沿用该说法



——增加停车场、充电桩、换电站等设施。

由此可以看出,换电站、换电模式在国家层面受到了鼓励与引导,尤其四轮领域换电站的建设。

但全国政协委员、恒银金融科技股份有限公司董事长江浩然曾对《证券日报》记者表示:“相比之下,面向电动自行车的两轮换电模式暂时未纳入国家议程,各企业仍在埋头摸索商业方向,缺乏产业政策的引导,中长期来看不利于社会资源优化配置。而在市场需求方面,两轮换电也有着比四轮领域更为切实的民生需求。”

“相较于四轮换电,两轮换电模式其实能更好地弥补四轮换电推广中的不足。一是两轮电动自行车保有量高,极具市场规模,产业、行业都相对容易迅速出现规模效应;二是两轮车电池本身体积小、重量轻、价格便宜,它的运营成本和建设成本比四轮模式大大降低,可真正使换电网络系统能够在城市落地,产生效益。”小哈换电业务负责人周

树枫对《证券日报》记者表示。

一体化运营
需要多方统一标准

记者在采访中了解到,如果由企业来进行集中、标准、规范化的两轮换电模式,至少可以有效解决以下几个痛点:缓解里程效率;车电分离模式让大众前期购置成本大大降低,对电池质保、维修优惠几乎为零;充电桩快充理论也要30分钟-40分钟,而换电只需3分钟-5分钟,即换即走;在不适合建充电桩的地方,恰适合建设占地面积小的换电站;同样工况条件下,换电电池对电池本身的损耗较小,寿命大大延长;换电模式基本在电网波谷进行充电,对于企业自身,缓解电网压力都可很大程度节省成本、减轻负担。

另外,对于用户而言,无论便捷性、效率、成本上,“换电”都大幅优于传统的充电模式。

比如在传统充电模式下,用户必须统一购买“车+电池”,前期购置支出高,后续使用成本也不低。而采用“以换代充”的换电模式,用户在门店采购时,可无需购买电池,仅需租赁购买相应换电套餐,后续支出较为平滑。

在巨大的市场需求下,自2016年以来,全国范围内已诞生大小超过20家运营企业,运营范围涵盖一、二、三线城市,服务对象主要为共享电动车企业、城市商业配送(外卖、快递等)和家用电动车车主。

“赛道看似拥挤,但手握资金、技术等核心要素的参与者屈指可数。随着政策、技术和消费升级进一步驱动,头部玩家将先入为主,头部企业有望实现弯道超车。”上述业内人士指出,“换电服务是有着美好前景的朝阳产业,但城市两轮换电服务即‘车+电+柜’的一体化运营,需要整车、电池企业、换电服务平台等多方统一标准。如此,两轮换电模式方能被大众所接受,从而成为像水电煤一样的民生‘新基建’。”

民办高校融资进程加速
涨学费、扩规模成致富密码

■本报记者 谢若琳

在教育版图中,作为“现金奶牛”的民办高校板块一直不温不火,在资本市场的表现也远不及K12教育。今年以来,在政策法规明确后,民办高校纷纷走上资本化道路,近一个月来,华南职业教育、中国通才教育、天有教育等教育集团相继赴港上市。

其中,中国通才教育是山西一所民办高校机构,经营着山西工商学院;天有教育旗下经营武汉传媒学院,截至2020年第三季度有学生1.11万人。

“目前资本市场上主流高校地域性明显,大都在某一个省市拥有很强的影响力,从募资用途来看,集团性质的民办高校已经进入扩张期,其上市后开展外延式并购,预计未来国内民办高校集团化趋势将更加明显。”一位教育行业券商分析师对《证券日报》记者表示。

板块复苏

过去十几年中,我国民营高校数量逐年增长。山证国际研报显示,我国民办普通本科院校数量(不包括独立学院)由2009年的48所增加至2019年177所,期间年复合增长率达13.9%,增速远高于公办普通本科院校的1.4%。

这得益于民办教育的相关政策放宽。2003年全国人大常委会审议并通过了《民办教育促进法》,首次删除了“不以营利为目的”这一表述,办学者在法律规定的范围内可以取得合理回报。2016年11月份,《民办教育促进法》修正案获得通过,修订的关键词是“促进”,明确对民办学校实行分类管理,允许营利性民办学校。此后,国内教育证券化进程加快,多家教育类公司扎堆赴港上市,包括宇华教育、民生教育、新高教集团以及中教控股等高校集团。

今年5月14日,修订后的《民促法实施条例》正式落地。国泰君安研报认为,该条例落地,从法规层面真正消除了民办高校板块关于关联交易、兼并收购、协议控制等方面政策的不确定性风险。

东吴证券的吴劲草团队认为,高教和职教行业估值有望修复,同时高校类公司本身在近3年-5年也处于内生增长+外延并购的黄金发展窗口期,成长性确定性高。

在此背景下,民办教育集团再迎资本热潮。天眼查APP显示,2020年至今,有57家高校领域企业完成股权融资。近一个月来,华南职业教育、中国通才教育、天有教育等教育集团相继赴港上市。

民办高校上市的好处非常明显。苏宁金融研究院高级研究员孙杨对《证券日报》记者表示,民办高校和公立大学相比,获得政策支持较少,上市可以让民办高校从资本市场获得融资,以加速民办高校机构的整合、收购和合并,也会促进民办高校之间的竞争,一定程度上让民办高校的经营更加透明。民办高校是重资本和重资产的行业,民办高校可以通过上市获得资本,实现规模化发展,提升教师待遇,提升硬件设施,从而提升教学质量,成为中国教育体系中非常有益的补充。

生财之道

从收入方面来看,民办高校的收入规模和利润都是非常可观的。2020年,18家在香港上市的高等教育和综合教育类公司经调整净利润平均值为37%,其中,6家上市公司经调整2020年利润率逾40%,排名前三的分别是中国科培(70.1%)、中国新华教育(67.9%)和嘉宏教育(48.5%)。

以7月19日提交招股书的天有教育为例,公司旗下拥有武汉传媒学院、武汉育才美术高级中学、黄冈天有、大悟天有四所学校及共同经营江汉大学设计学院。其核心收入来自拥有1.11万学生的武汉传媒学院,截至2020年8月31日的2020财年,武汉传媒学院营收为2.28亿元。

上述券商分析师表示,“从收入模式来看,民办高校的收入主要依靠学费、住宿费等相关费用,如果要维持利润增长,常用的是提高学费、扩大规模两条路径。”

以7月16日在港交所挂牌的中国通才教育集团为例,在山西省太原市经营山西工商学院,2011年升格为山西省第一所民办本科院校。尽管该校学生总数不断增长(2011/2012学年的约8000名增至2020/2021学年的逾17000名),但集团收入增速缓慢,2018年8月31日至2020年8月31日,中国通才教育集团过去三年的营收分别为2.67亿元、2.66亿元、2.71亿元,净利润分别为1.45亿元、1.38亿元、1.43亿元,增速停滞。

再如2020年在港交所上市的东软教育,在2016/2017学年至2019/2020学年期间,以学费增长保证了集团的利润增长。在这期间,其所主要院校的学费增长在25%-55%之间。这直接导致东软教育2017年至2019年净利由1.43亿元稳定增长至1.75亿元。

但很多集团上市的目的都是为了扩张,中国通才教育集团招股书显示,全球发售所得款项用途45%将用作山西工商学院北格校区第四期建设工程;约25%将用作收购或投资潜力巨大的民办高等教育机构,或收购一幅地;约20%将用作山西工商学院龙城校区教学楼及宿舍的翻新及升级项目,购买教学设备及家具等。

“学费增长毕竟不是长久之计,扩大规模才是这些民办高校集团当务之急。”上述分析师表示。据不完全统计,2017年以来,港股上市的民办高校集团共有超过27起收购事件,尤其是2019年出现了并购高峰,并购事件多达14起。

基金投顾试点落地21个月
机构称投顾介入后用户投资行为更理性

■本报记者 吴晓璐

Wind资讯数据显示,截至7月22日,国内公募基金数量达8255只,合计基金规模达23.17万亿元。面对数量如此庞大的基金产品,投资者往往难以抉择,投顾服务也从“可选”变为很多投资者的“必选”。

目前,基金投顾试点落地已经21个月。《证券日报》记者据公开数据梳理,截至7月22日,累积50多家机构获得基金投顾试点资格。

接受记者采访的机构人士和专家认为,投资顾问介入后,用户的投资行为更加理性,盈利概率也会提升。”毛淮平认为,投顾主要提供的是“顾”的服务,与用户接触时能够直接感受到用户的情绪和投资想法,并根据用户的情绪和风险承受能力做出适合他们的投资决策。特别是在市场波动剧烈时,帮助用户分析市场,引导用户做出理性的投资决策。

引导投资者理性投资

2019年10月24日,证监会下发《关于做好公募基金投顾业务试点工作的通知》,首批18家机构随后相继获得试点资格。今年7月16日,谈及首批基金投顾试点,证监会新闻发言人高莉表示,基金投顾试点业务运行平稳,目前合计服务资产已逾500亿元,服务投资者约250万户,试点效果初步显现。目前,证监会正在继续扩大基金投顾业务试点,正陆续推出第二批试点机构,并同步开展试点评估,推动试点转常规工作。

华夏基金子公司华夏财富是首批基金投顾试点之一。华夏财富执行董事兼总经理毛淮平在接受《证券日报》记者采访时表示,目前华夏

财富基金投顾业务目前累计服务客户数近15万人。截至2021年上半年末,华夏投顾客户留存率高达92%,客户行为在专业投顾的引导下趋于理性,复投率也要高于单只基金。

“通过数据对比发现,在投资顾问介入后,用户的投资行为更加理智,盈利概率也会提升。”毛淮平认为,投顾主要提供的是“顾”的服务,与用户接触时能够直接感受到用户的情绪和投资想法,并根据用户的情绪和风险承受能力做出适合他们的投资决策。特别是在市场波动剧烈时,帮助用户分析市场,引导用户做出理性的投资决策。

今年6月底,博时基金获得基金投顾试点资格。博时基金投顾业务相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,基金投顾业务的重点不仅在“投”,还在于“顾”。通过基金投顾,服务机构与投资者深度沟通、长期同行,引导和培育客户配置金融资产的习惯,帮助其避免频繁申赎、短期持有等行为。

“部分投资者喜欢追逐市场热点,且持有基金的周期较短。”博时基金投顾业务相关负责人表示,基金投顾可以通过提供个性化的专业服务和投资陪伴,更加理性引导投资者进行长期投资从而取得更好的投资回报体验,来改善上述问题。

需合力构建“生态圈”

目前,获得基金投顾资格的机构主要是基金公司及其子公司、券商、银行以及第三方基金销售平台,不同背景的基金投顾机构,其优势也有所不同。

“买基金要选择适合的而不是

收益最高、名气最大的,投顾组合也一样,要先了解各类机构做投顾业务的特点及擅长,方便挑选适合自己的投顾服务。”招商基金研究部首席经济学家李湛在接受《证券日报》记者采访时表示,从基金公司及其子公司来看,由于率先发力,其在大类资产配置、基金评价筛选等方面具备极强优势;从第三方基金销售平台来看,其最大优势在于产品线更全,客户基数大,短板在于资产的投资管理;券商方面,由于券商长期深耕资产管理,在投资和服务两方面能力具有比较优势,也积累了一定人才储备,不过基金投顾业务属于买方投顾,从“卖方”到“买方”角色的转变、以及对普通投资者的获客能力或是券商做基金投顾业务的较大挑战;银行拥有强大的客户基础,从试点的几家银行来看,均通过个人零售与私人银行业务在财富管理客户的积累上具有较强优势,但投研能力和相应的风控体系是当前银行推广做投顾业务的最主要短板。

从行业整体来看,毛淮平表示,基金投顾业务的核心可以分为“投”和“顾”两方面,能否在这两方面做全、做细考验并决定着基金投顾机构的核心竞争力。而这两点的标准是不一样的,对于“投”的能力,可能有各种指标和数据能够清晰地进行排名与比较。但是“顾”的能力是很难衡量的,并且不是短期能够衡量的。

“‘顾’的衡量标准是‘客户是否满意’,但到底是满意服务还是满意收益?是满意达到自己的预期,还是满意达到了市场最好的水平?这个指标可能很难去量化,但是也有可能形成核心竞争力和‘护城河’的地方。”毛淮平进一步解释。

“‘顾’的衡量标准是‘客户是否满意’,但到底是满意服务还是满意收益?是满意达到自己的预期,还是满意达到了市场最好的水平?这个指标可能很难去量化,但是也有可能形成核心竞争力和‘护城河’的地方。”毛淮平进一步解释。

“‘顾’的衡量标准是‘客户是否满意’,但到底是满意服务还是满意收益?是满意达到自己的预期,还是满意达到了市场最好的水平?这个指标可能很难去量化,但是也有可能形成核心竞争力和‘护城河’的地方。”毛淮平进一步解释。