

# 巨人教育破产 精锐教育进入退市倒计时 教培机构倒闭潮来临?

■本报记者 李春莲

8月31日,巨人教育在其官方微博发布消息称,由于经营困难,秋季无法继续向学员提供教学服务。并称已无法完成全部学员退费,会尽力通过其他培训机构的帮助解决未消化课程。

一位在巨人教育任职四年的老师向《证券日报》记者表示,拖欠两个月的工资还没发,即便有钱肯定也是先退家长的费用。

巨人教育表示,公司核心管理团队会继续坚守,保证家长可以联系上公司,处理好学员家长的问题,也请大家充分考虑公司提供的选择,尽可能减少损失。

随着“双减”政策的持续落地,撑不下去的教培机构也越来越多。

一位教育行业的投资人向《证券日报》记者表示,“双减”政策执行到位,教培机构的洗牌会持续加剧,几家头部企业在转型期间也会颇为艰难,中小企业难以维系。

## 巨人教育宣布破产

市场对巨人教育的倒下也颇为唏嘘。早在2018年,精锐教育收购巨人教育时,还对这家传统老牌教培机构抱有很大的希望。

2019年4月份,精锐教育董事长张熙表示,到2023年,巨人教育将在中国区建立起500家线上线下结合的校区,完成50万的学生在读指标,预计达到50亿元的生产收入。未来五年,巨人教育将投入20亿元,其中10亿元是用于校区的扩张和区域性的并购。

然而,2020年巨人教育就开始走下坡路。去年12月份,精锐教育

宣布重组旗下投资的班课业务,包括巨人教育,天津华英,巨人网校,优毕慧等合并进入“新巨人教育”公司,重组后新巨人教育独立发展,并邀请了新的管理团队。精锐教育拥有“新巨人教育”公司的股东身份和董事会席位,不再参与实际运营。

巨人教育资金链已经无法支撑其正常运行。

8月初,巨人教育董事、CEO罗沫鸣在公司内部群发言称,随着“双减”政策落地,巨人教育面临着极为艰难的转型以及更为巨大的经营压力。8月11日,罗沫鸣向公司员工表示,精锐教育决定不再对巨人网校投入资金,目前公司没有办法正常发放薪资。

因为事发突然,有不少巨人教育的员工因工资未发,社保停缴等问题,去朝阳区和海淀区的仲裁机构进行咨询和登记。

不过,巨人当时在给家长和员工的通知中还称,暑假未消耗的课时学费可顺延至秋季继续使用,在转型方案未确定前暂缓一切支出行为。

经过20天的挣扎,这家27年的教培机构还是没有坚持住。

## 精锐教育退市倒计时?

提前放弃巨人教育的精锐教育,同样受到影响。今年以来,精锐教育多次被罚款,进入教育培训机构“黑榜榜单”。

4月份,精锐教育因违规广告宣传接连被监管部门处罚三次,合计罚款6.84万元。

6月份,上海市场监管局消息显示,分别对精锐英语、掌门1对1、华尔街英语和精锐教育等四家校外培训机构依法从重处罚,罚款合计1000万元。

主要是因为精锐教育在其官方微博、公众号、网站的宣传中虚构教



师资质,虚构教师培训、任教经历。上述行为属于虚假或引人误解的商业宣传行为。

自诩为高端辅导的精锐教育,多次因虚假宣传被处罚也不断遭到家长的质疑。

《证券日报》记者从新浪黑猫投诉发现,多数投诉提到师资力量堪忧、退费困难等问题。

更加雪上加霜的是,精锐教育在2021财年上半年已经亏损3.32亿元,公司资产负债率为97.94%。

8月4日,精锐教育收到纽交所发出的退市警示函,若连续30个交易日普通股最低成交价低于每股1美元,则面临退市风险。

截至8月31日收盘,精锐教育股价为0.5251美元/股,已经连续20

个交易日股价低于1美元。

《证券日报》记者向精锐教育有关人士问及股价持续低于1美元有何举措,截至发稿,未得到回复。

对于即将退市一事,香颂资本执行董事沈萌向《证券日报》记者表示,精锐教育这么久没有对策,说明很大程度上是束手无策,而不是蛰伏待机。

## 教培机构倒闭潮来临

不管是巨人教育破产还是华尔街英语跑路,“双减”政策发布后,教培机构正在面临越来越严峻的考验。

8月31日,海淀教委公示了首批学科类校外培训机构,其中新东方、学而思、新航道、高思等机构的相关分校都已列入白名单,但仍旧

还有很多教育平台尚未对外披露。这意味着只要未被列入白名单的机构都面临倒闭的风险。

东吴证券研究报告显示,各地政府在近一个月内严格落实“双减”政策,出台了更加细化的限制,K12教培监管落地预计按计划推进。

天眼查最新数据显示,截至9月1日,2021年教培相关企业注销或吊销的数量超16万家,较2020年同期相比,增长约26.51%。

据不完全统计,今年7月以来,我国已有超1250家教培相关机构被法院强制执行。教培机构倒闭潮已经开始。深度科技研究院院长张孝荣向《证券日报》记者表示,严监管之下,没有现金流支撑的教培机构存活空间非常小。

# 前有多晶硅 后有有机硅 二级市场炒作者“硅”迷心窍?

■本报记者 赵学敏  
见习记者 张晓玉

去年以来多晶硅价格持续上涨,今年以来,曾经默默无闻的有机硅,一跃成为国内化工类“涨价王”。

据百川数据,8月27日,有机硅DMC均价为36000元/吨,7日环比上涨9.09%,30日环比上涨18.03%。公开监测数据显示,金属硅价格8月31日421#上调1150元至28250元/吨,再创历史新高。

今年以来,有机硅和多晶硅价格不断上涨,产业链上游公司“名”“利”双收,下游公司“抱团取暖”。

## 有机硅景气高涨 相关概念股受益

今年上半年有机硅市场呈上涨态势。1月份-2月份行业淡季,市场底部态势明显,进入3月份需求恢复,市场快速上涨;5月份受新增产能投产预期影响,市场回调,6月份行业检修开工下调,市场再次进入上行通道。

截至2021年6月底,国内有机硅产能378万吨,较2020年底增加40万吨。上半年行业平均开工率82%左右,有机硅环体累计产量约70万吨,同比增加约30%。

中钢经济研究院首席研究员胡麒牧对记者表示,“今年有机硅价格的大幅上涨是供需两方面共同作用的结果。从供给侧来看,是上游工业硅生产企业开工不足,导致有机硅原料供应受限,成本大幅提升;从需求来看,下游企业需求拉动有机硅价格上涨”。

北京特亿阳光新能源总裁祁海坤在接受《证券日报》记者采访时表示:“今年的工业硅料整体看是供应偏紧的格局,硅原料涨价也会引起下游厂商无论是光伏硅料半导体硅料还是有机硅企业的接连涨价。部分地区的电力供应紧缺甚至出现限电现象,加上环保等因素的加持,对硅价影响还是比较大的。”

随着有机硅价格上涨,产业链上游公司盈利明显。据《证券日报》记者统计,在有机硅板块23家上市公司中,除了宏达新材、集泰股份、西安科

技、宏柏新材今年上半年净利润下降外,其他19家公司净利润均呈现不同程度上涨。其中,鲁西化工归母净利润同比增长1064%;三孚股份归母净利润同比增长300%;三友化工扭亏为盈,实现归母净利润11.67亿元。

在披露的半年报中,三友化工、三孚股份以及新安股份等多家公司均表示,上半年由于有机硅等主营产品价格上涨明显,带动营收业绩大幅增长。

除了业绩的上涨,二级市场有机硅板块同样获得资金青睐。根据东方财富Choice数据统计,从年初至8月31日,有机硅板块涨幅达183.93%,其中,合盛硅业股价涨幅548.77%(后复权),三孚股份累计涨幅达368.66%(后复权)。

前海开源基金首席经济学家杨德龙对《证券日报》记者表示:“今年我国有机硅淡季不淡,价格接近历史新高,受益于海外、国内需求高增。金属硅旺季限电开工率不足,下游需求高增有望维持长景气。加上光伏多晶硅需求快速增长,拉动三氯氢硅进入上行周期,行业景气

度持续回升,看好后市行情。”

## 硅料价格涨势向下传导 光伏龙头深度联姻

除了有机硅价格上涨以外,作为光伏产业上游原材料的多晶硅,价格经过短暂下降后,近期又出现涨价趋势。

据中国有色金属工业协会硅业分会8月25日公布的当周数据显示,单晶复投料当周成交均价20.91万元/吨,环比增长1.6%;单晶致密料成交均价20.68万元/吨,环比增长1.62%。

随着上游硅料涨价,市场电池片价格跟涨。单晶硅片龙头隆基股份、电池片龙头通威太阳能纷纷上调8月报价,最高涨幅达6%。8月30日,通威太阳能发布了电池片最新报价,这是8月以来第二次调整价格,此次调价幅度至0.02元/W-0.03元/W。PVInfoLink统计数据,8月份前三周,单晶硅片、单晶电池片分别最高上涨9%、5%。

晶澳科技董秘武廷栋对《证券日

报》表示:“硅料属于化工生产环节,扩产周期较长。下游光伏装机需求增长强劲,光伏制造扩产周期明显短于硅料扩产周期,出现供需错配,短期内快速推高硅料价格。”

今年以来,晶科能源、通威股份、晶澳科技、特变电工、天合光能5家光伏企业通过增资入股、合资扩产形式与硅料企业达成深度合作,锁定原料供应。

对于光伏龙头深度联姻硅料企业并扩张产能,胡麒牧认为,“双碳”背景下能源结构调整的刚性约束使得光伏装机容量的扩容量巨大,而且需求是长期持续的,因此增加硅片产能是必要的。光伏龙头强强联手,有利于进一步加强光伏产业链的资源共享与整合。

祁海坤表示,受硅料接连涨价的影响,下游环节的小硅片厂“无米下锅”,电池片企业和组件工厂有的已经出现亏损现象、停工停产甚至倒闭。很多处于硅料下游的光伏企业,在无法追求单个制造环节利润的情况下,只能从产业链的规模上开拓发展空间。

# 华晨中华官网关闭 服务电话变更 宝马中国:收购华晨中华部分资产而非品牌

■本报记者 龚梦泽

经历近十个月的破产重组后,华晨集团和宝马中国近日终于达成一项议案:宝马中国将以16.33亿元收购“中华”汽车相关资产。

8月31日上午,这项议案在华晨集团等12家企业实质合并重整案召开的第二次债权人大会(下文简称“二债会”)上得到了通过。在二债会上,共有三项议案,包括财产管理及变价方案、成立债权人委员会两项议案,以及核心议案宝马中国收购“中华”汽车相关资产。

据悉,在二债会上尽管三项议案全部通过。不过,宝马中国收购“中华”汽车的议案通过率不高,同意金额只占出席会议债权金额的57%,仅略超50%的最低限额。

事实上,作为曾经引领国产车发展的品牌,华晨中华被收购一事持续引发热议。对此,9月1日,宝马中国方面有关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,公司在过去18年中与华晨集团建立了牢固的合作关系,“我们希望以实际行动支持华

晨集团的重组,并致力于进一步拓展公司在辽宁省的业务”。

值得注意的是,宝马此次收购的并不是华晨中华品牌,而是汽车生产相关部分资产。据记者了解,宝马中国提案的准确表述是:关于“中华”品牌汽车生产相关部分资产及华晨汽车制造有限公司股权收购方案。

## 华晨中华部分资产 16.33亿元被收购

早在今年5月份,宝马集团全资子公司宝马中国就已经正式表达了收购意向。据不愿具名的机构债权人透露,二债会召开前一周,破产管理人就从沈阳到全国各地拜访债权人,表示非常重视宝马的收购方案,专程上门争取债权人同意。

对于此次宝马中国16.33亿元的收购价格,在外界看来基本公允。据公开资料显示,截至2020年11月20日,“中华”汽车品牌生产相关部分资产为12.33亿元,这一数字也就是此次宝马中国收购华晨中华的主要内容之一。“本次收购主要是生产

相关的部分资产,包括土地、厂房、设备等,不包括生产资质。”宝马中国官方表示。

具体而言,“中华”汽车品牌生产相关部分资产,包括土地使用权3项,价值2.4亿元;房屋建筑物19项和构筑物20项,价值7亿元;机器设备179项,价值2.93亿元;以及华晨集团持有的华晨汽车制造有限公司100%股权,由于资产与负债相抵,价值0.45万元,合计12.33亿元。

而这也意味着,除了12.33亿元的资产出价,宝马中国16.33亿元的价格,还有4亿元的溢价。而这4亿元的溢价,有很大一部分实际上是被用来支付宝马中国收购华晨汽车制造有限公司100%股权。

据了解,“中华”汽车品牌是华晨汽车集团旗下三个自主品牌之一,另外两个分别是“金杯”和“华颂”。此外华晨汽车集团还拥有“华晨宝马”和“华晨雷诺”两个合资品牌。如今,“金杯”“中华”等自主品牌已趋于边缘化。结合到集团经营层面,华晨汽车集团看似体量庞大,但其利润近年来主要来自华晨中国,而华晨中

国则主要依靠华晨宝马输血。

财报数据显示,2015年至2019年,华晨宝马为华晨中国贡献的净利润分别为38.23亿元、39.93亿元、52.33亿元、62.45亿元和76.26亿元。

## 华晨集团积重难返 偿债压力大

尽管宝马中国通过收购给予了华晨集团资金支持,但是华晨集团目前的偿债压力仍然“压力山大”,其245.8亿元的负债总金额更是达到资产的2.5倍。

早在2020年10月份,华晨汽车集团控股有限公司的存续债券“17华汽05”,发生实质性违约,这也是华晨集团首次在公开债务市场上违约。

同年11月20日,沈阳市中级人民法院裁定受理债权人对华晨汽车集团控股有限公司重整申请,标志着这家车企正式进入破产重整程序。

《证券日报》记者查阅二债会公布的信息显示,截至2021年8月13日,共计有6005家债权人向管理人申报债权,申报债权金额约543.13亿元,管

理人经审查初步确定及暂缓确定的债权金额约499.83亿元。此外经调查,预计职工债权及未申报债权约120.01亿元,因此,华晨集团等12家企业的预计负债总金额为619.84亿元。

记者观察到,华晨中华目前处于停摆状态,不仅旗下产品近一年没有排产,其终端销售也持续8个月销量为零。与此同时,已售车辆车主的售后问题也需要解决。

此外,《证券日报》记者发现华晨中华-中华品牌官网已经无法打开。而通过华晨汽车集团官方网站跳转到华晨中华网页后,主页展示的旗下三款产品中中华V7、V6、V3,均无法网页链接;记者拨打华晨中华客户服务中心热线,电话接通后消息提示:“欢迎致电华晨雷诺金杯,即日起,中华品牌24小时热线已变更”。

对此,不愿具名的宝马中国相关负责人表示:“我们希望以实际行动支持华晨集团的重组,我们希望使用华晨汽车制造有限公司现有的生产能力。不过,该项目仍在有关部门的审批过程中,目前无法提供详细信息。”

## 连锁药房一线调研: 中小药房内卷加剧 龙头企业带头破局

■本报记者 何文英

“我们小区这条商业街上的药房去年倒闭了两三家,即便是这样,现在还是每隔几十米就有一家药店,为了揽客买药通常会送米、面、油、鸡蛋、卫生纸、水杯之类的日常用品。”由于患有糖尿病,常年需要买药的长沙市民郭女士对附近的连锁药房了如指掌。

《证券日报》记者在调研中发现,近年来连锁药房行业竞争加剧,过去开店即盈利的时代早已画上句号。随着行业内卷的白热化,一方面资源持续向龙头企业聚集;另一方面龙头企业也在尝试多元化发展带头破局。

## 中小连锁药房已错过“最好的时代”

“从药品价格来看,还是老百姓,益丰的药房比较便宜,一些中小药房的药并不便宜,只是这些中小药房的赠品花样多,但有些赠品并不实用。”郭女士对《证券日报》记者表示。

记者随机走访了一家非上市药房,店员表示“消费满200即可获赠一袋米”。在闲聊中,店长向《证券日报》记者表示:“现在生意不像以前那么好做了,竞争太激烈,客流量明显下降,但房租工资还是要照付。”

残酷的现实与上述说法相互印证。在记者所在的小区,一年内已陆续有三家非上市药房关门停业。一位拟上市连锁药房董秘在接受《证券日报》记者采访时表示:“前些年药房开业就盈利,现在不管是上市公司还是非上市公司的药房在选址上都十分谨慎,回本周也明显变长。”

伴随“开店即盈利”时代终结的,还有中小药房“坐地起价”的黄金时期。2018年,上市公司几大连锁药房龙头以雄厚的资本实力加速全国范围内的跑马圈地,在此背景下,并购标的的溢价也水涨船高。某上市公司董事长曾在股东大会上吐槽:“一些中小药房的实控人名除了董事长本人,其他的谈判人一律不见,并购谈判也是漫天要价。”

某中小药房实控人张姓先生在接受《证券日报》记者采访时更是悔不当初。“当年有上市公司要并购我的药房,当时我觉得和其他有些药房的并购价格比不是太满意,而且药房现金流充裕我想着自己在家收钱也挺不错,没想到现在经营不如从前,并购也谈不起了。”

前述连锁药房董秘表示,行业内卷确实在加剧。“随着国家医改的深入推进,各项政策的出台,客观上加剧了连锁药房的竞争,但通过竞争实现了资源优化配置和产业迭代升级。”

“国家也推出了一些利好政策在惠及连锁药房,比如多个省份都在取消药店距离和面积的限制。另外,“双通道”管理、处方外流、长期处方管理都把连锁药房纳入了进来,发挥药房的潜在优势。按照政策预测,随着药店面积、距离的放开,处方药在药房调剂这块能有效降低经营压力和成本支出,也会改变新开药房成本的回收周期。”董秘补充道。

她认为,在政策大环境下,差异化竞争在某些方面会逐渐缩小,比如处方药、大品牌类、集采品种等这些基础用药板块产品会趋同,但差异化竞争比较明显的是门店自有品牌、健康服务能力、慢病管理能力等。

在此背景下,龙头企业携经验沉淀和资本积累双重优势在行业竞争加剧趋势中已经率先跑出内卷圈。国家药监局公开数据显示,2011年到2021年一季度期间,我国的药店数量从42.4万家增加到56.1万家,连锁门店数量从14.7万家增至31.91万家,连锁率从34.67%增长至56.88%,得到了大幅提升。另据中康CMH数据,2020年百强连锁以全国15.8%的门店数量,占据了全国药品零售市场40.9%的份额,较2018年提升了3个百分点。

## 斜向入局者倒逼行业加速转型

除了连锁药房的内卷外,互联网开启药品零售的斜向入局也给行业带来了一定的冲击。一位拟上市连锁药房企业的董事长在接受《证券日报》记者采访时表示:“随着线上新零售的不断发展,消费者在购物方面拥有了越来越多的选择,这种消费模式让实体店遭受了一定的打击,这也倒逼实体店纷纷开始加速转型。”

千金大药房总经理罗凯对《证券日报》记者表示,为适应互联网的发展,公司专门组建了新零售部,在BTC、OTO板块同时发力,公司还自建了OTO千金健康到家小程序,方便广大消费者,同时也在直播带货兴趣电商领域积极探索。

从线下积蓄客户到导线上流量,医药电商已成为头部连锁药房上市公司的必争之地。老百姓半年报显示,公司与腾讯的战略合作,赋能新零售业务发展。2021年上半年,公司线上渠道销售总额达3亿元,同比增长200%,已超2020年全年销售额。

益丰药房半年报显示,公司通过益丰健康App、小程序营销的运用,为线下门店带来持续增量的订单和客流。报告期内,公司互联网业务实现销售收入5.05亿元,其中,020销售收入占比67.02%,同比增长139.89%;B2C销售收入占比32.98%,同比增长40.55%。

一位券商医药行业分析师在接受《证券日报》记者采访时表示,互联网医疗和药店是竞合关系,医药电商入场加速行业整合,加快处方外流速度,长期利好连锁龙头。“短期来看,医药电商和互联网医疗对付费途径、现金流向、供应链影响也不大,龙头药店把握了院外市场的新机遇,发力新零售,充分利用线下门店布局优势,开辟O2O业务,抢夺线上市场市占率,加速了行业集中度提升。”

该分析师强调,药品是标准品,但购药流程是非标的。“长期来看,药事服务是连锁药房的线下壁垒,药品区别于其他消费品的特征——强监管、信任品、信息不对称、风险厌恶,决定了线下药事服务的较高壁垒。用药咨询、线下体验、健康宣教等服务将不断提高消费者忠诚度和复购率,夯实头部连锁药房品牌的护城河。”