

引资310亿 东航集团股权多元化改革疾驰

央企集团“首单”

作为国企改革三年行动在中央企业集团层面股权多元化改革的“首单”，东航集团披露，曾先后与多方战略投资者完成投资方案确定、增资协议商谈、战略合作推进等各项工作。最终根据协议，中国人寿集团下属全资子公司出资110亿元、上海久事集团出资100亿元、中国旅游集团和中国国新分别出资50亿元。

同样值得关注的是，参与股权多元化改革的各方中，既有国资委旗下的中央企业，也有中央金融机构、地方国有企业。由此，东航集团意图明确，期望通过此次“牵手”，为自身产业整合、经营、可持续发展等多方面注入新的动力。

另外，不少业内人士认为，虽然东航集团对于股权多元化改革已筹划多时，但在疫情冲击下，改革的诉求变得更为迫切。根据东航集团旗下中国东方航空股份有限公司半年报显示，其生产量、收入、利润等指标均出现下滑。

故针对本轮改革的意义，东航集团也表示，将大幅降低东航集团的资产负债率，为后疫情时期的发展提供强有力的战略推动和资金保障。与此同时，该集团还承诺，本次增资款将主要用于做强做优做大航空主业，并在航空保险、交通建设、旅游服务、产融结合等方面与战略投资者加强协同。

“接下来，东航集团将进一步优化产业布局，打造形成以全服务航空、经济型航空、航空物流为三大支柱产业，以航空维修、航空食品、科技创新、金融贸易、产业投资平台为五大协同产业的‘3+5’产业格局。”东航集团总经理、党组书记李养民在接受北京商报记者采访时强调。

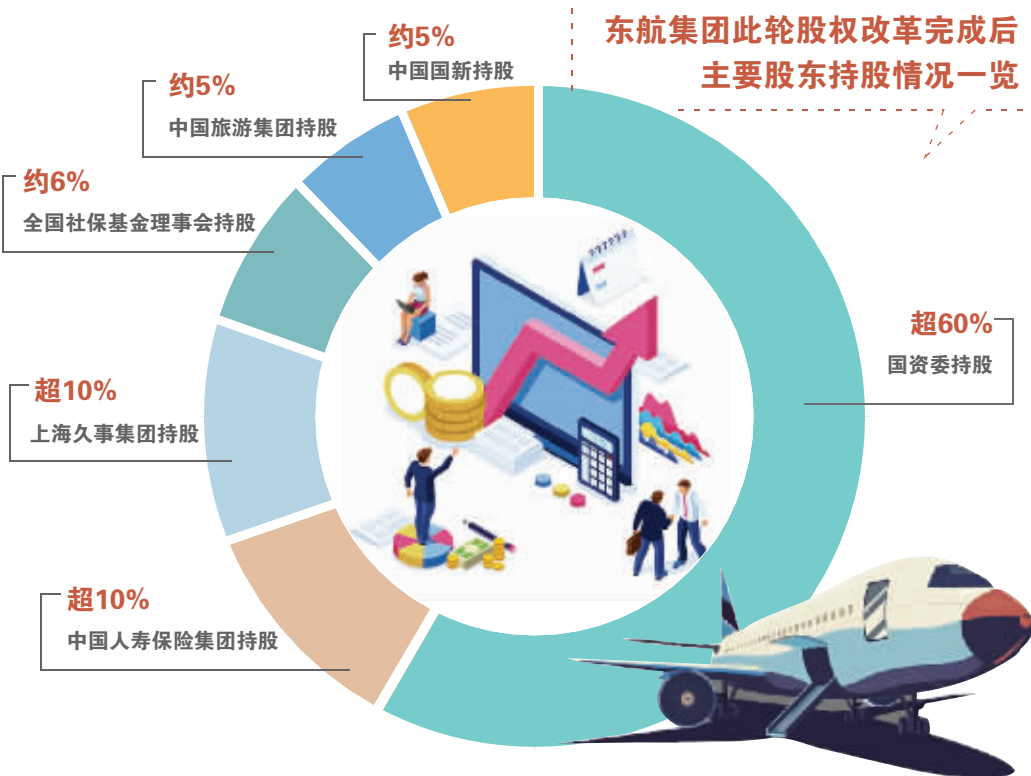
投石问路

近几年，东航在国有民航企业的混改中

随着战投“朋友圈”的扩容，东航再次扮演了国企改革“急先锋”的角色。10月12日下午，东航集团宣布，引入财政部所属的中央金融企业中国人寿保险(集团)公司，上海市国资委所属的上海久事(集团)有限公司，以及两家中央企业中国旅游集团有限公司和中国国新资产管理有限公司，增资共计310亿元，并由此成为多元股东的央企集团。为推动此次重磅改革，东航拿出了超过30%的股权引资，力度之大超乎很多人预期，但更引人关注的是，在疫情阴霾并未散去之时，本次改革的效果几何。

始终扮演着“急先锋”的角色。早在2017年，东航就完成了所有三级企业的混合所有制改革。此前，东航集团旗下东航物流还成为了全国首批、民航首家混合所有制改革试点落地企业，当时，该公司不仅一口气引入了联想、普洛斯、德邦和上海绿地4个外部投资者，而且集团持股更是一次性从100%降到了45%。去年7月，东航物流还向中国证监会递交招股书，拟向A股冲刺。

有观点认为，如果说彼时东航物流的改革是为了挣脱航空物流领域“十年九亏”的枷锁，那么这一次，东航集团的股权多元化，则是其在疫情常态化背景下必须走出的关键一步。310亿元的资金，对于任何一家经历了疫情重创的航企来说，都是一股不小的助力。”国企改革专家、上海天强管理咨询有限公司总经理祝波善直言，可以说，降低负



挑战进行时

“对于东航来说，股权多元化只是改革的一个逗号，真正的挑战才刚刚开始。”祝波善进一步指出《国企改革三年行动方案》提出，要探索建立现代企业制度，而这—目标实现的重要路径就是建立更市场化的董事会制度，令新入局的投资者可以与被投资企业拥有更广泛的协同空间。他直言，本次，东航集团让出了约30%的股份，改革决心和力度都很大，可效果如何，还要看董事会如何设立、如何保证各投资主体的合法权益等。

而中国民航管理干部学院教授建军还提出，包括东航在内，我国的国企在进行集团层面的股权多元化改革过程中，选择的对象基本都是中央或地方的国有控股企业，它们在管理基因上有相近之处，因此，对于急于实施质量、效率与动力变革的国有企业来说，创新与全要素生产率提升就成为下一步它们必须要面对的新课题。

对此，李养民则介绍，此次，东航在与各投资企业合作过程中有着共同目标，更多是要引入战略投资，引入现代企业管理和治理的思想、理念和文化，同时也配合东航集团的战略发展。他具体举例称，比如引入中国人寿集团，对东航集团的金融投资板块的业务拓展有支持作用；引入上海久事集团，可使得东航集团扎根上海，服务长三角得到全方位的支持和帮助；引入中国旅游集团，双方大方向一致，都是服务型的旅游企业，在业务上有很多合作机会；引入中国国新，在创新发展中会有很多业务合作。

提及未来是否会进一步引入新的战投方时，李养民明确表示：现在只是第一步、刚刚开始，相信在未来的发展中，国有企业的改革将是不断深化的。”不可否认，这一说法给了业界极大的想象空间。

北京商报记者 肖玮 蒋梦惟

债率是东航此时在集团层面引入战投最直接的益处。

不过，纵观东航混改的时间轴也可以看出，其前进的每一步都是一次大胆的试水。在民航专家李伊看来，东航之所以走在国企改革队伍前列，主要原因之一是其掌门人刘绍勇一向被业界认为是愿意改变、敢于改革的领导。在2018年3月，刘绍勇就曾公开表示，东航集团已经向国务院国资委提交关于集团公司层面推进混合所有制改革的申请报告。另外，随着经济活跃度不断提升，长三角的民航市场需求也越来越大，而以上海为主场的东航，其优质资源和相对灵活的运营模式等，为改革提供了较好的基础。

“本次，东航进行的股权多元化改革，可以称作是我国一级央企在集团层面推进这项改革过程中的重要突破，为后续其他企业提

供了可借鉴的样本。”祝波善表示，未来在东航集团内部，国务院国资委将更多地扮演一个出资人的身份，原来沿用多年的国资委对“管人管事管资产”的机制将被打破，政府部门更充分地“管资产”变为“管资本”，同时，如果东航的路能够走通，那么央企与地方国企、金融企业之间的股权融合、深度合作就可以形成一个相对完整的模式，让后来者“有迹可循”。

祝波善坦言，此前，国资委对于国企的管理，更多采取的是带有行政性质的管理，尤其是一级央企，股东大会的概念一直被相对淡化。而在这一轮改革之中，国务院国资委对于东航集团的管理将进行根本性的改变，虽然国务院国资委仍然是东航的绝对控股方，但既然引入了新的战投方，在决策前也需要充分考虑各股东的利益。

刚需托底 在线少儿思维赛道暗流涌动

10月12日，在线教育公司火花思维宣布完成E2轮的1亿美元融资，而在完成此轮融资之后，火花思维的累积融资金额已经达到了4.4亿美元。值得注意的是，跟投火花思维此轮融资的除了投资机构 and 基金，另一家在线教育赛道玩家猿辅导也赫然在列，从选手到投手，在线少儿教育领域内的资本流动正在加速。

再获融资

在距离宣布获得1.5亿美元E1轮融资不到两个月后，火花思维在10月12日再次宣布完成1亿美元的E2轮融资。至此，火花思维的E轮融资共计2.5亿美元，累积的融资总额已经达到了4.4亿美元。

而在刚刚完成的E2轮融资中，北京商报记者发现，投资者中除了熟悉的领投方腾讯、跟投方凯雷投资集团旗下基金外，猿辅导也作为此轮融资的跟投方出现在了名单中。

据公开资料显示，猿辅导作为今年发展最为迅猛的在线教育机构之一，已经完成了多笔大额融资。今年3月，猿辅导宣布完成10亿美元的融资。此外，8月底也曾有媒体曝出消息，称猿辅导又将完成一轮12亿美元的融资，但针对这一消息，猿辅导方面不予置评。

令人注意的是，猿辅导此次跟投火花思维，从在线少儿教育赛道内的选手变成了投手，而其旗下斑马AI课的业务范围和火花思维的业务范围高度重合，此举意图何为？记者就此问题联系了猿辅导方面的工作人员，但其未给出解答。

在中关村教育投资管理合伙人于进勇看来，猿辅导此次的投资举措可以从猿辅导和火花思维两个方面来看：“我觉得猿辅导这次的投资可能是出于一种产业布局，当然也不排除他们想要了解火花思维一些内部信息的考虑。另外，火花思维能接受猿辅导的投资也让人十分意外，可能需要后续再观察一些相关企业的动向，了解背后的原因”。

课程涨价

在频频获得资本青睐的背后，在线少儿思维赛道有着“刚需”作为底气。从家长的角度来看，数理思维课程一直是在给孩子挑选课程时的首选。

家住某四线城市的家长王先生告诉记者，他的儿子今年刚上小学二年级，身边已经有不少同学报名了猿辅导、作业帮等在线课程。“我们做家长的不希望孩子落后，小城市的优秀老师资源又较为稀缺，所以最近我也在给儿子选择合适的线上课外辅导课程，数学相对英语和语文来说提分见效更快，也是我最早开始给孩子报名的。”

此外，王先生表示，选择英语和语文课程时，在面对绘本、一对一外教直播课、大语文直播课等众多产品时，自己会犹豫不决。但报名数学思维课程时，自己做决定会更快。

在刚性需求面前，踩中风口在线教育机构也有了涨价的底气。“十一”假期是今年秋季学期开学后的第一个长假，此外，今年的“十一”恰逢中秋，国内疫情控制平稳，令人期待满满。众多在线教育机构瞄准这一时间节点，对课程价格进行了调整。

以火花思维为例，从10月1日起，直播课涨价300元，从5980元调整为6280元；10月10日，AI课也从1399元涨价到了1699元。另一家身处在线少儿思维赛道的公司豌豆思维也进行了课程调整，北京商报记者注意到，豌豆思维在9月的半年课价格为4988元，共包含60课时正课和16课时赠课；而目前10月的半年课课包价格仍为4988元，但课包内容变

为了52课时正课和6课时赠课，课程单价有所提高。

家长的刚性需求给了机构适当涨价的底气，也给资本市场释放出公司向盈利方向发展的信号。蓝象资本投资副总裁邱彦峰表示，投资机构在选择投资项目时，对融资轮次靠前和轮次靠后的机构，会有不同的考察角度。“面对一些在A轮融资之前早期项目时，投资机构会更加关注项目本身的创新性和在市场上是否存在机会；但对融资到后面轮次的公司，投资方会更加考量公司的经营规模和资本回报，比如市场地位、收入规模、上市路径等等。”

“多条腿走路”

纵观整个在线低龄教育赛道，细分领域的头部公司在抢占到一定的市场份额后，都开始进行扩科扩年龄段的动作。以火花思维为例，从去年开始，公司陆续布局英语和语文赛道，上线相关课程；思维、英语、语文三科并举已经成为众多在线教育机构（如瓜瓜龙、斑马AI课等）的标配。而刚刚上市的洪恩教育，也表示要将公司课程和产品面向的年龄段从3至8岁扩展为0至12岁。

由此可以看出，先在某个科目领域内进行深耕，制造出一定的品牌影响力，再拓展科目和年龄段，已经成为各家机构绕不开的发展之路。有业内人士指出，若机构只发展单科业务，自身的抗风险性和竞争力都会较低，教育行业仍然是一个政策导向较强的市场，需要机构们“多条腿走路”，应对不同的变化。

邱彦峰也进一步表示，目前教育市场仍处于快速发展的阶段；投资方可能还是更在意公司的规模，并没有过分考量在意公司的盈利状况。尤其是在项目发展情况还比较好的时候，投资方可能更在意项目公司能否通过已有的路径扩大公司的规模”。

北京商报记者 程铭劼 实习记者 赵博宇

稳居分账票房前列 怪兽题材电影有多能打

北京商报讯(记者 郑蕊)在网络电影的日益风靡之下，怪兽题材也凭借独特的观影体验热度高涨，在近期的每日分账票房中位居优爱腾各平台的前列。怪兽题材之所以吸睛不断，与其在情节及画面、音效等共同作用下的观影效果更具刺激性有关，而在刺激性的感官体验之外，该类作品的口碑评分仍高低不一，这也意味着吸睛只是第一步，拥有更加优质的内容质量才能使其获得长久的发展。

据猫眼专业版显示，截至10月11日15时30分，在猫眼全网热度榜的网络电影一类中，位居热度值前三位的作品分别为《山海巨兽：锁龙井》和《怒海狂蛛》，均与怪兽题材相关。而在优爱腾单日分账票房排行榜中，《怪兽2：史前异种》《蛇王》《大章鱼》《变异九头蛇》等怪兽题材影片，同样排在各平台的前列。

值得注意的是，怪兽题材影片在热度榜和分账票房榜中均位列前列的情况并非只是出现在某一日，而是已持续一周有余，且包括《蛇王》《大章鱼》在内的作品，累计分账票房已过千万元，另有多部作品则已获得百万元的分账票房。

“怪兽题材与喜剧片、爱情片等题材相比，虽然能够通过剧情设计以及笑点的设置引发观众的情感共鸣，但也有部分观众选择观看电影为的是追求一种感官上的刺激。在这一条件下，通过画面声音特效营造出紧张氛围的怪兽题材影片，成为部分观众的选择，也是电影市场长久不衰的类型之一。”导演黄志勇如是说。

值得注意的是，在怪兽题材电影火热的背后，网络电影市场也迎来了快速发展期。据2020上半年度电影市场数据洞察显示，今年上半年，全网上线网络电影176部，虽然整体数量较2019年同期

减少了33.1%，但全网共有37部网络电影实现分账票房突破千万元，这一数量创下了六年来上半年分账票房的历史新高，动作、奇幻、武侠等类型影片在分账市场中占据优势。

与此同时，在线上观影付费意愿方面，64%的用户选择了“完全可以接受”与“比较能够接受”两个选项，明确表示“不接受”的用户仅占比三成，这也证明了线上付费观影模式可以被市场接受。

37部

今年上半年，全网上线网络电影176部，虽然整体数量较2019年同期减少了33.1%，但全网共有37部网络电影实现分账票房突破千万元。

虽然持续吸金，但网络电影市场仍未脱离“高原无高峰”的状态，怪兽题材作品也不例外，真正实现高口碑的作品还是少数，包括近期热度较高的《怒海狂蛛》等作品的豆瓣评分也尚不足4分。

在黄志勇看来，虽然网络电影并未在网下电影院线放映，观影体验中的沉浸感略显薄弱，但这并不意味着观众会对网络电影放松要求与标准，仍会对剧情的逻辑设计、拍摄画面、演员演技、后期特效等方面有较高的要求，因此若想实现更为长久的发展，夺人眼球只是第一步，后期还需要拿出过硬的内容质量真正获得观众的认可。