

超3亿元大礼包来袭 北京硬核加码绿色消费

当节能电器占据卖场C位,绿色消费已经从小众倡导演变为大众理念。4月12日,北京商报记者了解到,北京市将面向在京消费者发放超过3亿元的北京绿色节能消费券。与此同时,家电零售行业也刮起以旧换新风。业内专家指出,在此背景下,家电回收环节需要实现升级,让旧家电实现更多实用价值。

3亿元、20类商品、6个月

在北京市促进绿色节能消费政策新闻发布会上,北京市商务局副局长郭文杰表示,今年4-9月,面向在京消费者,北京将发放超过3亿元的北京绿色节能消费券。消费者可于4月18日上午10时开始领取首批绿色节能消费券,可用于购买笔记本电脑、平板电脑、空调等20类常用家电商品。目前,绿色节能消费券适用商品已超过两万件,数量还会陆续增加。

据郭文杰介绍,4-9月,每月18日上午10时,在参与企业自有的线上平台发放绿色节能消费券,共发放6期。其中4月18日-30日,各参与企业预计将累计发放约20万个绿色节能消费券包。消费者登录参与企业线上平台,进行姓名、身份证、银行卡、手机号四要素认证后,即可申领绿色节能消费券。

参与的企业包括京东、苏宁易购、大中、国美、真快乐、百安居、博达信诚、物美京北大世界、天宇信德、昌达思源10家企业。在京消费者每月在同一参与企业的线上平台可领取1份券包,包含6张消费券,总金额900元,分别是2张50元券(消费满500元可用)、2张100元券(消费满1000元可用)、1张200元券(消费满2000元可用)、1张400元券(消费满4000元可用),当月领取的消费券包当月有效。

北京两轮节能减排政策成效

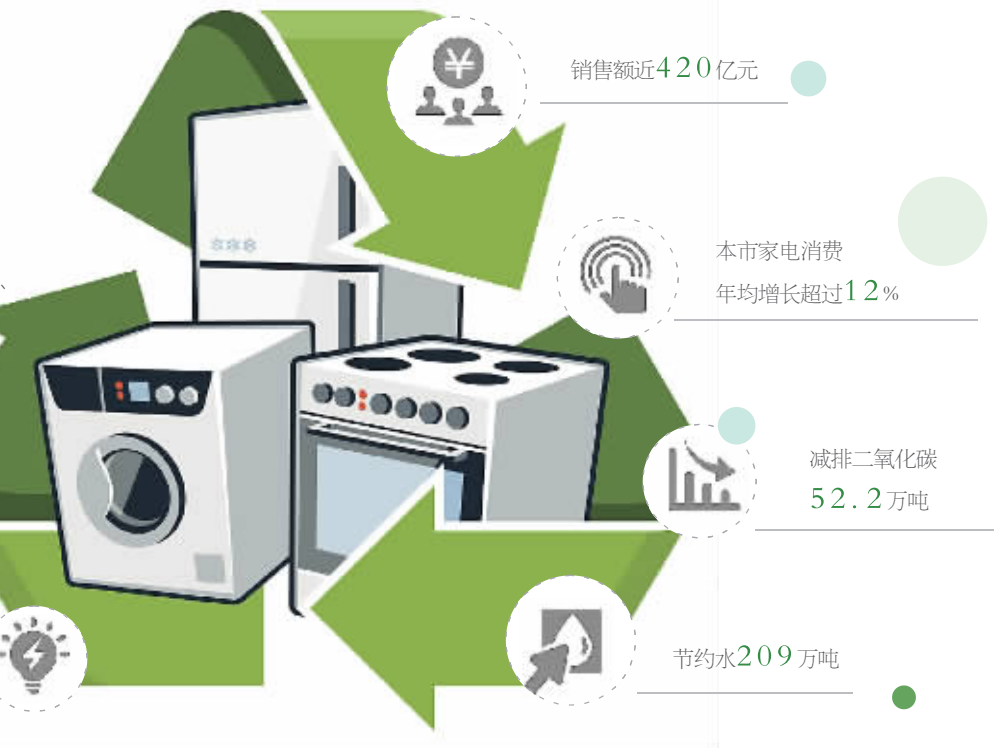
带动参与企业销售
节能产品超过1100万台

节约电7.6亿度

“以旧换新”风起

家电行业进入存量市场,正在通过以旧换新等措施来进一步激活消费。据悉,用户在京东家电选择支持“以旧换新”的商品后,上传旧机信息,即可获得新品立减优惠,并享受免费上门、免费拆机、免费搬运的“三免”服务。

北京苏宁易购在原有以旧换新活动的基础上推出“万物皆可换”活动:消费者凭图书、旧衣服、旧玩具、旧家电等任意旧物,到北京苏宁易购线下门店就可以领取2张面值50元家电补贴券,在购买新家电时使用,另外还可以再享受最高1200元“以旧换新”补贴。



另外,真快乐App、北京国美、北京大中心电器于今年4月开展“放价”活动。活动期间,购买家电优惠多福利多,消费者可以享受“以旧换新补贴”和“节能补贴”的双补贴福利。其中,“以旧换新”至高补贴400元,节能家电至高补贴800元。

根据北京苏宁易购提供的数据,自开展“以旧换新”活动以来,绿色家电销售金额已超过65亿元,节能绿色家电销量突破149万台,平台补贴金额超过7亿元。

两轮减排收效显著

绿色消费不是新概念。在此之前,北京市已经实施两轮节能减排政策,六年以来,累计

动,开发节能产品,推动智能、节能产品上市销售。

有品牌厂商工作人员表示,厂家有更多的时间生产、研发节能产品来满足消费需求,实现产业结构升级。

回收闭环待完善

国家发改委提供的有关数据显示,我国正处于家电报废高峰期,每年淘汰废旧家电量达1亿-1.2亿台,并以平均每年20%的涨幅增长,今年报废家电预计将达1.37亿台。零售企业也在尝试通过“以旧换新”谋求新增量。

不过,以旧换新目前还存在化解“变废为宝”的难点。中国电子视像行业协会副秘书长董敏表示,绿色消费顺应了碳中和的大势。电器节能减排产品的政策刺激,也能促进市场消费,推高产业规模,加强行业活力。

董敏进一步指出,虽然旧电器仍然存在价值,但电子回收、维修再销售或者报废再利用尚未形成一个畅通的闭环,处理成本偏高,少有企业入局且对电器旧物进行科学回收。

在政策层面,国家发改委、工信部和生态环境部等七部委联合印发了《关于完善废旧家电回收处理体系推动家电更新消费的实施方案》,提出将聚焦废旧家电回收处理体系的关键领域和薄弱环节,畅通家电生产、消费、回收、处理全链条。

对于绿色家电消费的增长,零售专家胡春才指出,家电产业的发展和房地产有极大的关联,房子换新将带来的家电更新需求以及提升生活品质的需求。这也是电器零售需要注意的行业联结点。

北京商报记者 王维祎 实习生 冉域

狂揽新冠检测订单 九安医疗日进1.5亿

一季度赚足过去十年总和;“血压计第一股”九安医疗翻身了。4月12日,九安医疗公告称,受益新冠抗原检测试剂盒产品海外销售收入增长,公司预计2022年一季度的净利润将达140亿-160亿元。不过,九安医疗也意识到,新冠疫情防控带来的业绩增长并不具有可持续性。在九安医疗方面看来,试剂盒带来的营收让公司有更多资金和资源去推动核心战略的发展。

一季度预盈160亿

“每天净赚超1.5亿元”印钞”速度堪比茅台……九安医疗披露2022年一季度业绩预告后,引发市场热议。根据业绩预告,九安医疗2022年一季度的净利润预计将达140亿-160亿元,同比增长36707.43%-41965.63%。

九安医疗在2022年一季度赚的钱已超过过去十年总和,按一季度90天计算,九安医疗每天净赚超1.5亿元。财报数据显示,九安医疗在2012-2021年的净利润分别为0.0698亿元、-0.0835亿元、0.102亿元、-1.51亿元、0.145亿元、-1.66亿元、0.127亿元、0.66亿元、2.42亿元、9.13亿元,合计约9.4亿元。

新冠抗原检测试剂盒是九安医疗业绩大增的主要原因。九安医疗在公告中表示,受美国疫情发展的影响,当地对新冠抗原检测试剂盒产品需求大幅增长。报告期内,公司iHealth美国子公司就iHealth新冠抗原检测试剂盒产品通过自身渠道及亚马逊平台进行销售,并与客户签署重大合同及订单。该产品的销售收入增长为公司报告期内的业绩作出了重要贡献。

据不完全统计,九安医疗目前共揽获21.08亿美元订单。2021年11月,九安医疗新冠抗原检测试剂盒产品拿下美国食品药品监督管理局应急使用授权。2022年1月的一则公告显示,九安医疗已与美国纽约州卫生部、纽约州非盈利组织、美国马萨诸

塞联邦及卫生与公众服务部执行办公室等共签订16.09亿美元的订单(约合102.26亿元人民币)。

不过,九安医疗新冠抗原检测试剂盒尚未在国内市场获批。截至4月2日,国家药监局已批准24个新冠病毒抗原检测试剂产品,其中未有九安医疗的身影。

针对产品国内上市申报进展等问题,北京商报记者联系了九安医疗方面,截至发稿未收到更多回复。

扣非净利曾连亏七年

业绩连年低迷,曾徘徊在ST边缘的九安医疗此前并未受到过多关注。2010年,九安医疗登陆深交所,成为国内血压计行业第一家上市企业。在血压计、血糖仪等传统硬件业务基础上,九安医疗推进糖尿病诊疗照护“O+O”模式,以及在新零售平台推出极致性价比的爆款产品两大核心战略。

糖尿病管理是九安医疗实施互联网+医疗核心战略的切入点,公司以移动智能医疗设备为入口,以互联网为载体和技术手段,建立以医生为核心的照护团队,将慢性病管理与诊疗从院内延伸到院外。糖尿病诊疗“O+O”新模式被九安医疗在中国、美国加速推广。

然而传统家用医疗产品竞争激烈,所处互联网医疗行业的糖尿病诊疗照护“O+O”模式回报周期长,九安医疗在过去

七年(2013-2019年)间的扣非净利润一直为负值,业绩长期承压。

在互联网医疗上投入过大是九安医疗方面在接受媒体采访时给出的亏损原因。十年探索下,九安医疗在国内与40多个城市的62家医院建立了合作,将糖尿病诊疗照护“O+O”新模式扩展到40多个城市的近120家医院,包括北京大学第一医院、北京协和医院、朝阳医院等。

新冠抗原检测试剂产品为九安医疗带来了强大的现金流。九安医疗方面公开表示,有了试剂盒的营收,公司有更多资金和资源去加速推动两大核心战略的发展。

多家公司业绩预增

除九安医疗外,还有奥泰生物、东方生物、博拓生物等公司的业绩受新冠核酸/抗原检测试剂的影响大增。

奥泰生物的新冠抗原(唾液)快速检测试剂在2021年5月获得了欧洲CE1434自测证书。奥泰生物预计,受益于新冠检测业务订单保持稳定增长,公司2022年一季度将实现净利润10.3亿-11.9亿元,同比增长585.4%-691.9%。

根据东方生物2021年业绩快报,由于公司新型冠状病毒抗原快速检测试剂(含家庭自测)继续投入到防疫事业中,产品在欧洲市场销售业绩继续大幅度增长等因素,公司预计实现净利47.77亿元,比上年增长184.8%。

不过,这样的业绩存在不可持续性。在独立经济学家、财经评论员王亦坤看来,相关企业业绩大增受需求影响,新冠防疫需求衍生出检测市场。随着新冠疫苗的逐步普及,疫情得到有效控制,衍生的需求市场也将大大萎缩。

浙江晓德律师事务所创始人陈文明认为,新冠疫情防控带来的业绩增长具有偶发性,未来业绩的高增长存在不可持续性的风险。如果疫情得到有效控制,公司新冠检测试剂及相关产品的销量将会有所下降。北京商报记者 姚倩

迈入合规之年 教培机构转型求增长

迈入合规之年,教育上市公司表现如何?截至4月12日,包括高途、有道在内的多家教育企业均已发布2021年财报。北京商报记者注意到,“双减”政策后,不少教育上市公司都开始“甩卖”或直接关停中小学学科培训业务,并朝着不同方向转型。而在剔除不合规业务后,部分企业甚至在四季度实现了季度盈利。

“降成本”后单季度盈利

“双减”政策发布之年,教育中概股的全年业绩表现惨淡。据北京商报记者梳理统计,在已发布2021年全年财报的五家美股教育上市公司中,高途、有道、一起教育和掌门教育四家公司均交出了亏损成绩单,其中,高途2021年全年净亏损超31亿元,同比扩大了122.8%。

唯一实现盈利的51Talk,2021年净利润也呈同比下滑表现。具体来看,51Talk在2021全年的净利润为1.057亿元,而其2020年全年净利润为1.47亿元。

值得注意的是,尽管全年业绩表现不佳,但从2021年四季度来看,上述五家公司均实现了单季度盈利。其中,高途净利润为286亿元,同比由亏转盈;有道、掌门教育则是首次实现季度盈利。

多鲸资本合伙人葛文伟分析指出:“双减”之后,各家公司都进行了大量的人员裁撤,人员出清和投放出清降低了运营成本。过去教培企业为了扩张,会选择走‘战略性亏损’的路线,而在‘双减’之后,这样的路线已经走到头,人员成本和流量投放成本都降至冰点,反映到财报上,就会迅速变成盈利的模型。”而除了降成本,教培企业减少对外投资,寻找新的业务增长点,也是实现四季度盈利的重要因素。

抛售不合规业务

2021年7月,“双减”政策正式发布,为校外培训时代画上了句号。由此,各家机构开始剥离中小学学科培训业务,保证上市公司主体合规。从时间节点及多家公司公告来看,2021年12月31日,是不少上市公司们自设的剥离“大限”。

K12学科培训业务,无疑是上市公司手中的“烫手山芋”。北京商报记者注意到,近日已有多家上市公司低价抛售旗下的学科培训业务。

其中,A股上市公司勤上股份拟1元转让旗下广州龙文教育科技有限公司和北京龙文云教育科技有限公司的99%股权;港股上市公司卓越教育也在公告中称,拟向霍尔果斯乐学创业投资有限公司出售旗下广州市卓越里程教育科技有限公司的全部股权,代价为1元。

“剥离学科培训,是教育上市公司合规的必经之路。”葛文伟表示,目前教育股股价跌至谷底,配合合规操作,能够把学科培训的业务成本剥离在上市公司体系外,也能有效保护上市公司母体。另外公司解散员工和团队的成本也比较高,在业务剥离的同时,也能让大量员工剥离至上市公司体系外,降低裁员和业务缩减时的成本。”

如何转型显“神通”

轻装才好上阵,甩掉不合规包袱后,转型成为摆在教育上市公司面前的新命题。

51Talk将战略重点调整至海外;一起教育科技转型教育SaaS服务商;高途全面转型至成人培训和职业教育等业务领域;有道专注教育智能硬件研发,在词典笔之外进军智能学习灯市场;掌门教育从素质教育、to B业务、教育信息化及SaaS软件服务等多元赛道入手,并表示将入局智能硬件领域,开发以自学产品为核心的课后解决方案。

转换目标人群和市场、发力教育科技,是上述教育上市公司转型的共通点。网易有道CEO周枫曾在此前接受采访时表示,他对教育科技的使用和未来发展持有乐观态度。“好的教育科技产品能够为教育和学习带来好处。”

教育科技看重研发能力,转换目标市场则更考验企业的服务和运营能力。互联网教育专家、素履咨询创始人郁苗告诉北京商报记者,政策对校外培训监管逐步收紧,目前行业的出清已经差不多了:“资本可能会更看好与企业服务相关的培训业务,另外职业培训、产教融合方面也被认为还有成长空间。”

“一部分资本还看好职业教育,因为职业教育相对来讲,受政策的长期利好。”郁苗直言,“职业教育不能像过去的K12阶段一样挣大钱、挣快钱,脱虚向实、与产业相结合、赋能产业的职业培训机构,还会有长期成长和发展的空间。”北京商报记者 程铭劼 赵博宇