

连续三年亏损扩大 “量子科技第一股”国盾量子易主求变

本报记者 秦淼 北京报道

国盾量子(688027.SH)正式结束“无主”状态。

近日,国盾量子发布了系列公告,公司完成向特定对象中电信量子信息科技集团有限公司(以下简称“中电信量子”)的非公开发行。中电信量子已直接持有国盾量子21.86%股份,并通过与中电大资产经营有限责任公司(以下简称“科大控股”)、彭承志签订《一致行动协议》,成为国盾量子控股股东,国务院国资委成为国盾量子实际控制人。作为“量子科技第一股”的国盾量子也结束了自2023年7月9日以来的“无主”状态。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,对于量子科技来说,尽管发展了一段时间,但从总体上来看,量子科技要想有更深更高的突破,还必须在技术创新及其他方面有很强的实力。依靠单个企业的单打独斗,难度很大,所以整合两家企业资源,把各自的优势发挥出来,可以在量子科技方面有更好前景。

中南财经政法大学兼职教授、财经评论员谭浩俊对记者表示,量子科技的发展备受各方高度关注。当两家企业进行整合时,若其背后存在某种背景或政府支持,那么整合的目的可能是为了更好地整合研究量子科技的资源,从而提升我国在量子科技领域的发展能力和水平。而如果是纯粹的市场行为,则可能是两家企业看到了彼此的优势,希望通过整合这些优势,形成更为有利的市场竞争态势,并增强竞争实力。

17.75亿元入局

中电信量子的“入主”将对国盾量子董事、高级管理人员进行调整。

在量子通信领域,国盾量子是我国市场占有率最高的领先企业,形成了从基础研究成果向工程应用和产品快速转化的技术能力体系,数据显示,目前已有上万公里的光纤量子保密通信网络以及多个小型化卫星地面站使用了国盾量子提供的产品。

国盾量子于2020年成功登陆

科创板,成为国内“量子科技第一股”。不过,就在国盾量子上市三年后,国盾量子原实际控制人科大控股、程大海、柳志伟、于晓风、费革胜、冯辉、彭承志出具了《关于一致行动协议到期不再续签的告知函》,确认一致行动协议于2023年7月9日到期且不再续签。

在过往的财报中,国盾量子曾

多次进行风险提示,公司股权结构分散,单个股东持股比例及享有实际支配公司股份表决权比例均未超过公司总股本的30%。上述一致行动协议到期后,公司变更为无控股股东及无实际控制人。公司存在无实际控制人的相关风险。

在陷入“无主”状态半年之后,国盾量子于2024年3月宣布筹划

增发,拟向特定对象发行股票数量不超过2411.23万股,募资不超过19.03亿元。此后,发行股票数量及募资金额又经历了下调。最终国盾量子发行的股票数量为2248.66万股,募集资金总额为17.75亿元。

此次权益变动后,中电信量子将直接持有国盾量子的股份比例为21.86%,并分别与科大控股、彭承志签订《一致行动协议》,拥有的股份表决权比例为40.43%。

记者注意到,中电信量子的“入主”将对国盾量子董事、高级管理人员进行调整。在本次发行前,国盾量子董事会由9名董事组成,其中非独立董事6名,独立董事3名,高级管理人员6名,其中3名由董事兼任。本次发行完成后,中电信量子拟对国盾量子董事、高级管理人员调整,具体来看,国盾量子董事会将由9名董事组成,其中非独立董事6名、独立董事3名,中电信量子有权提名4名非独立董事候选人和2名独立董事候选人;中电信量子有权推荐1名总经理或财务负责人以及2名副总经理。

国盾量子的工作人员在接受记者采访时表示,目前上述高管的调整还在进行中,到位的具体时间

还不确定。

值得注意的是,为推动本次交易的顺利推进,在此次交易完成前,国盾量子的部分董事提出辞职。其董事张莉、张军、唐世彪、周雷已辞去第四届董事会董事职务,监事张岚、刘畅辞去第四届监事会监事职务。

科方得智库研究负责人张新原认为,中电信量子拥有较为强大的科技背景和资金实力,这无疑会给国盾量子的研发工作带来巨大的帮助。在科研领域,尤其是涉及高精尖、复杂的量子科技领域,充足的资金支持、前沿的技术研究环境以及稳定的政策环境都是非常重要的。此外,中电信量子在通信行业有着丰富的经验,可以为国盾量子提供更多的业务机会和资源支持。

同时,张新原表示,在量子科技领域,并购未来可能会成为一种常态。这是因为量子科技是一个新兴领域,需要大量的资金和资源投入,同时也需要不断创新和研发。在这种情况下,通过并购来整合资源、共享技术、加快研发速度,将会是一个有效的手段。当然,并购的成功与否取决于多个因素,如并购对象的背景、业务模式、技术水平、市场前景等。



中电信量子的入主,或将对国盾量子的现状有所“改善”。

视觉中国/图

财务状况有望改善?

2021年至2023年,其归属于母公司股东的净利润已连续三年亏损。

近年来,以量子通信、量子计算和量子精密测量为代表的量子信息技术发展迅速,已经成为基础研究探索、颠覆性技术创新以及未来产业变革的重要发展方向。《第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》指出,量子信息是事关国家安全和全局的基础核心领域;2024年3月发布的《政府工作报告》指出,2023年中国在量子技术等前沿领域取得了新的科技创新

突破,并强调2024年要大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力,制定未来产业发展规划,开辟量子技术、生命科学等新赛道。

但作为“量子科技第一股”,国盾量子近年来的经营业绩并不理想,2021年至2023年,其归属于母公司的净利润(以下简称“归母净利润”)已连续三年亏损。财报显示,2021年至2023年,公司归

母净利润分别为-0.37亿元、-0.86亿元、-1.24亿元,亏损逐年扩大。2024年半年报数据显示,国盾量子营业收入为0.7亿元,同比上涨22.44%;归母净利润为-0.35亿元,亏损小幅收窄。

实际上,在登陆科创板之前,国盾量子的经营尚可,但已出现下滑的趋势,2016年至2020年,实现的营业收入分别为2.27亿元、2.84亿元、2.65亿元、2.58亿

元、1.34亿元,归母净利润为0.59亿元、0.74亿元、0.72亿元、0.49亿元、0.29亿元。

针对持续亏损,国盾量子解释称,公司上市后持续亏损且亏损有所加大,主要是在收入规模较小且毛利额下降的情况下,股份支付费用增加、研发费用持续提升、减值损失及所得税费用增加影响所致。

而引入中电信量子,将对国盾量子的现状有所“改善”。

一方面,国盾量子的股权结构和公司治理结构得以优化,形成更加合理、有效的内部决策机制,提升运营效率,另一方面,本次发行的募集资金在扣除发行费用后将全部用于补充国盾量子的流动资金,国盾量子可以获得更为充足的资金,可以进一步发展主营业务,加码核心技术研发,提升抗风险能力,推动公司持续、健康发展。

京东想吃“天鹅肉”?
多家平台争夺万亿家政市场

本报记者 李静 北京报道

沉寂多年的O2O家政市场出现了新的变化。

近日,京东家政宣布开启“百县十万人招募计划”,面向百县千镇招募10万保洁师,2025年计划把服务覆盖区域拓展至100个城市,并投入10亿元

自营与加盟

京东做家政的时间其实不算太早,2021年年初京东家政才正式落地,最初两年半的时间,一直在北京进行项目打磨,包括客户服务体验、劳动者标准服务流程等全方位进行优化升级。2023年京东家政尝试将业务开拓到深圳、广州、上海等城市。

2025年伊始,京东家政突然提速。近期,京东家政宣布将招募10万保洁师,从百县千镇的23岁—48岁人员中招募,工作内容涉及日常保洁、开荒保洁、家电清洗、玻璃清洗(非高空作业)、做饭师钟点工、软装清洗/保养、家庭专区深度清洁/养护、收纳整理、宠物服务等家政服务。从区域和城市来看,京东家政将大力拓宽业务版图,重点开拓华北、华东、华南、华中、西南、西北等城市群,逐步覆盖北京、上海、广州、深圳、杭州、天津、西安等100个城市。

郭涛对记者表示,京东家政的“百县十万人招募计划”是其拓展家政市场的重大举措,投入10亿元的资金显示出京东的决心和实力。“这一计划对家政服务市场影响深远,

资金全方位提升保洁师收益及合作体验。

在十年前的O2O创业潮中,O2O家政服务曾是一条热门赛道,但也一直存在标准化不明、私下交易、获客成本高等问题。而京东此番大举进军家政赛道,是出于哪些考量?又能为行业带来哪些改变?

将增加服务供给,缓解家政用工缺口超2000万的现状。还会推动行业标准化、规模化发展,提升行业整体服务水平。从市场格局看,则有有望打破现有分散局面。”

对于大范围的拓展业务,京东家政显然也不准备完全走自营店的模式。京东家政方面对记者回应道:“家政的市场规模非常大,仅凭京东家政自营保洁师,无法全面满足消费者需求。京东家政未来也会吸纳多个城市的本地企业合作,由京东家政提供标准化培训及后续监管、履约、售后,承接京东家政外溢订单,提高各城市家政服务的质量,同步推动本地家政企业蓬勃发展。”

但需要看到的是,O2O项目既涉及线上场景,也更依赖线下场景。中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对记者表示,“百县十万人招募计划”要想顺利落地,需要克服许多挑战,比如如何保证服务质量、如何管理庞大的团队、如何应对竞争对手等。

在家政服务中,平台作为链接

“此前资本市场对家政行业热度有所下降,因家政行业重运营、扩展慢、盈利模式需长期运营和市场规范,多数平台亏损高。”天使投资人、资深人工智能专家郭涛对《中国经营报》记者谈道,随着家政服务需求增长,行业发展前景向好,资本市场对家政O2O服务平台的态度可能逐渐转变。

消费者和服务人员的中间平台,一般是从收入中抽取佣金。以京东家政的竞争对手天鹅到家为例,2021年7月,天鹅到家曾向美国证券交易委员会递交IPO申请资料。根据天鹅到家的招股资料,在月嫂服务交易中抽佣30.5%;在保姆服务交易中抽佣9.7%;在保洁服务交易中抽佣16.7%。而家政看重线下服务,消费者与服务人员之间跳过平台进行私下交易时有发生,这也是平台非常苦恼的地方。

而且当时的招股资料显示,2018年—2020年,天鹅到家营收分别为3.99亿元、6.11亿元、7.11亿元,呈现逐步增长的态势;同期净亏损分别为5.912亿元、6.156亿元、6.147亿元。亏损的主要原因就是销售和营销较高。根据财报资料进行粗略估算,2018年—2020年的获客成本分别为330元/人、339元/人、561元/人。

私下交易、获客成本高等天鹅到家面临的问题,无疑也将是京东家政大范围扩张之后同样需要面对的难题。

争夺家政O2O市场

在十年前的O2O创业潮中,家政服务O2O也曾是一条热门赛道,并细化出保洁、洗衣、月嫂、家电维修等多项垂直服务,在垂直领域曾涌现出大量的创业团队,例如e家洁、阿姨帮、家政无忧等。

当时持续一年的投资高峰过后,上门服务市场逐渐疲软,因为盈利模式不清晰,到2015年年底,只有少数O2O上门服务企业在市场中存活下来。

不过,家政服务市场其实一直在快速增长。新经济产业第三方数据挖掘和分析机构艾媒咨询发布的《2024年中国家政服务行业发展状况及消费洞察报告》数据显示,中国家政服务业市场规模增长较快,从2015年的2776亿元提升至2021年的10149亿元,进入万亿级市场行列,2023年市场规模达到11641亿元。在政策推动行业规范化发展、居民消费水平提高、市场对育儿和养老服务需求明显增加等因素的共同推动下,中国家政服务业市场规模将保持平稳的增长态势,预计2026年有望突破13000亿元。

虽然市场增大了很多倍,但包括天鹅到家、好慷在家等在内的那一波家政O2O平台,其实没有打下太多的市场份额。天鹅到家招股资料显示,截至2020年,天鹅到家市场份额在全国目标市场渗透率仅为8%,在自营的29个城市目标市场渗透率为22.3%。截至2020年12月底,天鹅到家平台总交易额达88.28亿元,不到当时市场总量的1%(艾媒咨询数据显示,2020年中国家政服务业市场规模



为8782亿元)。

艾媒咨询分析师认为,中国家政服务业整体市场规模较大,近年来始终保持稳定的增长态势。家政服务行业的市场规模以及国民经济收入都在逐年提高,未来家政服务市场前景可观。

京东选择进入家政市场自然也是看到了仍在快速增长的巨大市场,以及未被充分满足的市场需求。

网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾对记者表示:“虽然市场上已有众多家政公司,但服务质量参差不齐,消费者对高品质家政服务的需求仍未得到充分满足。随着数字化、智能化技术的应用,消费者对高品质家政服务的追求,以及家政服务市场的持续增长,市场上仍有机会。”

“目前家政市场还没有大规模的行业统一操作规范和服务标准,消费者很多时候购买家政服务还是处于开盲盒的状态。”京东家政方面对记者说

道,所以京东家政的规划是将目前社会客户覆盖度最高的基础产品——日常保洁进行标准化、提高服务标准,后续还有深度保洁、开荒保洁、玻璃清洗、家电清洗、做饭小时工等项家政服务业务会陆续在全国开放服务。

袁帅对记者指出,京东作为一家大型企业,在家政行业以新玩家的身份大肆扩张,也可能影响资本市场的投资决策,使投资者更加关注家政行业的潜力和增长前景。

“此前资本市场对家政行业热度有所下降,因家政行业重运营、扩展慢、盈利模式需长期运营和市场规范,多数平台亏损高。”郭涛对记者谈道,随着家政服务需求增长,行业发展前景向好,资本市场对家政O2O服务平台的态度可能逐渐转变。

在京东之后,天鹅到家是否也会发力,以及是否会有更多的重磅玩家进入家政服务市场,都将是市场关注的问题。