

# 教育企业转型多角度突破 AI成驱动发展关键变量

证券时报记者 吴志

过去几年,国内教育行业经历了深刻变革。一方面是“双减”冲击带来的转型压力和挑战,另一方面是政策推动下,教育培训行业迈向规范发展,职业教育等细分领域快速成长带来的新机遇。在挑战与机遇中,教育企业积极寻找适合自身的发展路径。

近期,教育行业上市公司陆续披露2024年半年报。今年上半年,多数教育公司收入和利润双双实现增长;此前亏损的部分教育企业,今年上半年多数实现扭亏或减亏,教育行业发展向好的势头进一步明确。

## 整体业绩向好

截至8月29日晚,A股主要教育企业2024年半年报基本披露完毕。收入增长、盈利改善,是上半年A股教育公司的发展主基调。

财报显示,上半年行动教育、学大教育、凯文教育等公司收入增长明显。以学大教育为例,“双减”后,该公司停止义务教育阶段学科类培训业务,迅速转型。今年上半年,学大教育实现营收16.2亿元,同比增长29.43%;归母净利润1.62亿元,同比增长81.82%,复苏势头强劲。

在降本增效趋势下,上半年A股教育公司的利润增速整体快于收入。如科德教育收入增幅为3.82%,而净利润增长了8.88%。中公教育营业收入下降了16.23%,但净利润增长了41.38%。

中公教育相关人士向证券时报记者表示,公司仍处于战略调整和转型期,上半年公司将战略资源和关注点聚焦于巩固传统业务的核心竞争力和公司整体盈利能力的提升,采取强化成本管控、优化渠道网点、组织架构整合等措施提升公司整体盈利能力。

有多家亏损教育企业今年上半年实现了扭亏或大幅减亏,如凯文教育上半年公司亏损比上年同期的2016万元,下降至约1000万元。

昂立教育此前主要从事K12(学前教育至高中教育)培训业务,转型后一度面临亏损。公司业绩财报显示,2024年上半年实现营收5.65亿元,同比增长38.86%;实现归母净利润-1712万元,同比大幅减亏约9000万元。

积极变化不止出现在A股公司,国内在港股、美股上市的教育公司众多。此前,新东方、好未来两大教培龙头相继披露截至今年5月31日的最新一季财报,两家公司收入均明显增长。另外,新东方旗下学校及学习中心已重新恢复至千余家以上,好未来该财季的经营亏损则大幅缩减。

随着教育板块经营整体改善,市场也给出了积极反馈。今年以来,A股教育板块经过多轮明显上涨,部分上市公司股价已攀升至近两年来的高位。美股上市的好未来集团,好未来近两年分别上涨约140%、70%;港股新东方-S涨幅140%,思考乐教育更是暴涨超600%。

过去几年,国内教育行业经历了深刻变革。今年上半年,多数教育公司收入和利润双双实现增长,行业发展向好的势头进一步明确。

### A股部分教育企业2024年上半年经营表现

证券简称	营业收入(亿元)	营收同比增长	净利润(亿元)	净利润同比增长
行动教育	3.89	35.16%	1.36	29.19%
ST东时	4.30	-14.04%	-0.73	增亏
昂立教育	5.65	38.86%	-0.17	大幅减亏
科德教育	3.70	3.82%	0.63	8.88%
豆神教育	3.30	-28.82%	0.69	224.41%
学大教育	16.20	29.43%	1.62	81.82%
竞业达	1.45	-11.42%	-0.14	增亏
凯文教育	1.52	18.92%	-0.10	51.00%
中公教育	14.48	-16.23%	1.16	41.38%



图虫创意/供图 吴志/制图 翟超/制图

不可回避的是,在近两年的行业转型调整中,也有一批教育企业逐步掉队,甚至被市场淘汰。今年8月5日,主要从事早教业务的美吉姆已因股价连续20个交易日低于1元而被终止上市。另有个别教育企业持续亏损,正处于预重整进程中。

“过去几年国内教育企业普遍面临转型,部分公司没能跟上节奏,面临淘汰是正常的。但行业整体的转型较为顺利,而且教育类业务布局见效需要时间,转型企稳后,未来教育板块的整体发展会越来越好。”一位资深教育行业从业者向记者表示。

## AI成为关键变量

过去两年,部分教育企业因布局直播电商业务,给公众留下了深刻的印象。但直播电商只是教育企业转型的方向之一,而非全部。直播电商之外,国内教育企业的转型已在多个方向取得突破。

此前从事学科类培训的教培企业,近两年的转型需求最为迫切,如今取得的进展也最为可观。以昂立教育为例,上半年公司收入大增,利润改善。公司称,主要原因是公司在巩固素质教育、职业教育、成人教育、国际与基础教育四大板块业务的基础上,着力于扩大业务规模并实现业务高质量发展。

和昂立教育一样,同样从学科类培训业务转型的学大教育,在原有“个性化教育”业务外,又布局了职业教育、文化阅读、医教融合等转型方向。学大教育董事长金鑫向记者介绍,目前学大教育旗下万象书店在全国的第11家门店即将开业,算上半年即将开业的门店,公司在不到三年内开出13家门店。在职业教育领域,学大教育此前通过收购、联合举办等形式布局多所中职学校,逐步深化在职业教育领域的布局。

一家上市公司为何要去开书店、办学校?“学大教育转型的底层逻辑是

发挥公司在教育方面的优势和积淀,推进拔尖创新人才、高素质技术人才、技能人才等方面的人才培养工作和全民阅读及大健康战略。”金鑫如此解释公司的业务布局逻辑。

AI也在教育企业转型中,扮演着越来越重要的“角色”。从AI学习机爆发,到部分教育公司依靠AI实现降本增效,再到AIGC(人工智能生成内容)赋能业务发展,AI在教育行业几乎无处不在,甚至成为推动行业转型升级的关键“变量”。

竞业达是一家从事教育信息化及相关业务的上市公司。公司董事长钱瑞告诉证券时报记者:“从去年底到今年,竞业达发展大的战略就是用AI和AIGC来赋能教育业务的高质量发展,应该说目前整个工作进展还是比较顺利的。”

钱瑞介绍,在公司相对传统的智慧教学等业务中,AIGC的应用可以使得业务场景更加丰富。“基本上我们原有的业务通过AI赋能后,在效率、成果上都有明显的改变。原来我们可能以卖平台、卖软件为主,有了AIGC后,我们可能就变成了卖服务。这种商业模式也符合我们下一步转型升级的趋势。”钱瑞说。

竞业达半年报显示,2024年上半年公司智慧教学业务收入同比增长约35%。竞业达表示,上半年公司全力加大“AIGC+教育”研发投入,虽然相关投入影响了公司短期经营业绩,但夯实了公司AIGC赋能智慧教育的实力。根据财报,截至今年6月底,竞业达在手订单金额超过5亿元,其中智慧教学在手订单同比增长近60%。

AI在降本增效方面,也发挥着直接作用。港股上市职业教育公司粉笔最新财报显示,2024年上半年公司实现营收16.3亿元,同比下降3.1%;但其净利润达到2.8亿元,同比增长240.9%。这主要得益于成本的下降,粉笔重点提到,因为AI及其他在线技术的应用,公司的授课效率提升。

## 挖潜仍有空间

从学科培训、职业教育到教育信息化,教育是一个包罗万象、市场规模庞大的产业。但目前,国内企业对教育业务的探索还不够深入。从经营规模来看,作为行业龙头的A股主要教育公司,今年上半年的营业收入大多只有几亿元,净利润也多在1亿元以下。

究其原因,前述教育从业者以职业教育领域为例向记者分析:“职业教育要实现规模化,就需要大量投资,这个由一家企业来推动是比较困难的,需要国家有更多相关政策的鼓励支持。”

实际上,针对教育领域的政策体系确在逐步深化。近年来,政策一方面聚焦完善准入机制,引导行业规范化发展;另一方面也明确对素质教育、职业教育等领域进行引导和鼓励。这为相关板块的发展带来了新机遇。

金鑫认为,职业教育当前存在社会认可度不高,与产业发展契合度较低,人才需求匹配度较低,职业教育人才的获得感、幸福感、荣誉感不高等问题。

他同时表示,在政策的引导下,社会需求会呈现增长趋势。随着职教高考的完善,社会认可度也将进一步提升;虚拟仿真等新技术的发展,大大提升了职业教育的教学质量和效率;在实现高质量发展的进程中,产教深度融合也是持续解决人才匹配等痛点的主要路径。

“随着区域产业升级和共建‘一带一路’的推进,立足不同区域的禀赋因地制宜形成职业教育人才培养方案,优势经验的‘引进来’与‘走出去’,也是职业教育未来的主要发展方向之一。”金鑫说。

“目前,教育强国、科技强国、人才强国战略已经提到了新的高度。对于竞业达而言,目前我们在高校提供的解决方案、人才培养方案、实验室解决方案,都是为了工程人才的培养。所以目前的政策大环境还是很好的,我们对这块业务也很有信心。”钱瑞说。

# 华为上半年业绩符合市场预期 营收4175亿元增长34%

证券时报记者 严翠

8月29日下午,华为公布2024年上半年成绩单。

上半年,华为共实现销售收入4175亿元人民币,同比增长34.3%,净利润率13.2%。以此计算,上半年华为净利润551.1亿元。

对比来看,2023年上半年,华为共实现销售收入3109亿元,同比增长3.1%,净利润率15%。

2024年一季报,华为实现营业收入约1784.5亿元,同比增长36.66%,净利润约196.5亿元,同比增长约564%。

由此可见,今年上半年,华为营收实现了较高幅度增长,但净利润率略有下滑。

对此,华为轮值董事长徐直军表示,公司整体经营稳健,结果符合预期,华为将贯彻全流程“高质量”的公司战略,持续优化产业组合,增强发展韧性,建设繁荣产业生态,为客户贡献更有竞争力的产品和解决方案。

据了解,华为营收的增长,主要归功于其消费者业务的快速复苏,以及智能汽车、华为云、数字能源业务的快速发展。

根据IDC数据,2024年上半年全球智能手机出货量同比增长7%。其中,中国大陆智能手机市场尤为明显,中国信息通信研究院数据显示,上半年中国市场手机出货量达1.47亿部,同比增长13.2%。

今年上半年华为手机在国内销量大增,第二季度出货量增长幅度达41%,第一季度则接近七成,其间华为推出了Pura 70系列等旗舰手机。

值得一提的是,就在华为披露半年报之际,记者最新获悉,华为终端将于9月10日在深圳举行新品发布会。

而几天前,苹果刚对外宣布,其一年一度的秋季新品发布会定于北京时间9月10日凌晨1点举行。

按照往年惯例,在这次发布会上,苹果将发布年度iPhone系列新品,今年即将发布iPhone 16等多款新品,并逐步淘汰一些旧型号,新产品的上市销售预计将在9月20日左右开始。

与此同时,往年,苹果发布会同期,华为也将发布其年度旗舰手机等新品,如Mate系列新品。

不过,在9月10日举行的华为终端发布会上,华为是否会推出新品Mate 70系列暂时仍是未知数。

# 上半年新签12.19亿元 芯源微在手订单创历史新高

证券时报记者 孙宪超

芯源微(688037)8月29日晚披露半年度报告,报告期内,公司实现营业收入6.94亿元,同比减少0.29%;实现净利润7613.88万元,同比减少43.88%。

值得注意的是,芯源微一季度实现净利润1601.1万元,这意味着公司在今年二季度实现净利润6012.78万元,环比实现了较大的增长。

芯源微是国内涂胶显影、单片式湿法设备龙头企业,近年来,公司在不断巩固主业市场优势的同时,陆续推出了多款重要设备。2023年至今,公司临时键合、解键合设备获得了多家大客户订单。2023年9月,公司广州子公司正式成立,致力于光刻胶泵等核心零部件的研发和产业化。2024年3月,公司正式发布了前道化学清洗机、全自动SiC划裂片一体机两款全新设备,公司产品线持续丰富。

2024年上半年,国内半导体产业发展呈复苏态势,下游晶圆厂、封测厂景气度良好。根据SEMI统计,中国内地已成为全球最大的半导体设备市场,并将在未来四年保持每年300亿美元以上的投资规模,继续引领全球晶圆厂设备支出。

受益于下游市场景气度复苏及公司产品竞争力的持续增强,今

年上半年,芯源微公司新签订单同比实现良好增长。2024年上半年,公司新签订单12.19亿元,同比增长约30%。其中,前道涂胶显影新签订单同比保持良好增长,后道先进封装及小尺寸新签订单同比较大幅度增长,应用于Chiplet领域的新产品临时键合、解键合等新签订单同比增长超过十倍,公司战略性新产品前道单片式高温硫酸化学清洗设备也获得国内重要客户订单。截至2024年6月底,公司在手订单超过26亿元,创历史新高。

通过多年的技术积累以及承担国家02重大专项,芯源微已经成功掌握包括涂胶显影设备、单片式湿法设备等产品多项核心技术,并形成了完善的自主知识产权。

2024年上半年,芯源微持续加大研发投入,研发费用大幅增长,新一代超高产能涂胶显影机、化学清洗机、临时键合机及解键合机等多款新产品迭代及研发进展顺利。

截至报告期末,上述产品尚未形成规模化销售,由于研发费用前置、员工规模增长费用增加等原因,报告期内净利润同比出现一定波动。

据芯源微半年报,公司在报告期内的研发投入1.17亿元,同比增长52%,占营业收入的16.87%。

# 中兴商业:上半年实现归母净利润3903.95万元 经济与社会效益并重

8月27日晚,中兴商业(000715.SZ)发布了2024年上半年业绩报告。在经济稳步回升和消费市场逐步复苏的大环境下,公司坚守“三个有利”的企业核心价值观,以“求新务实 保质增量”作为年度工作的总体方向,并以会员“四个打通”为战略突破口。报告期内,公司股东净利润达到3903.95万元。其中,员工持股计划的实施影响了股东净利润同比减少1255.48万元,剔除这一因素后,公司的业绩与去年同期基本持平。

截至报告期末,公司总资产2.57亿元,较期初增加0.36%;归属于上市公司股东的净资产1.86亿元,较期初增加1.92%。

## 线上线下同频共振 消费市场显活力

2024年上半年,在更大力度扩内需、促消费的政策推动下,我国居民消费能力、居民消费环境、市场增长韧性、市场创新亮点等都得到进一步提升,消

费市场延续稳定向好的恢复态势。

国家统计局、中华全国商业信息中心数据显示,2024年上半年社会消费品零售总额235969亿元,同比增长3.7%。按消费类型,商品零售实现209726亿元,同比增长3.2%。其中,实物商品网上零售额59596亿元,同比增长8.8%,占社会消费品零售总额的比重25.3%,百货店零售额同比下降3.0%。

在全渠道融合趋势下,以中兴商业为代表的传统零售业积极适应市场变化。公司结合线上线下,同频共振,扎实推进经营、管理、服务和文化创新,全面提高工作质量和经营成果,巩固了区域优势地位。

在拓展线上销售方面,公司发力小红书短视频平台,助力品牌宣传推广,同时深挖抖音直播潜力,尝试对接三方机构,探索线上运营新模式。通过积极开展“中兴大厦+”小程序逛店线上直播,线上线下同频共振,助力品牌引流到店,不仅为品牌带来了更多的流量和曝光,也显著提升了品牌的

知名度和美誉度。

## “三个有利” 战略方向显担当

中兴商业始终秉承“三个有利”的企业价值观,即“经营企业一定要对国家有利、对企业有利、对员工有利”,积极履行社会责任。

践行“取之于社会,回报于社会”的企业宗旨,2024年上半年,公司积极响应号召,将乡村全面振兴作为工作重点,巩固脱贫攻坚成果。在甘肃省临夏州东乡族自治县,公司助力乡村振兴企业实现了从传统意义的帮扶向靠自身能力扩大再生产的“造血式”发展转变,助力当地产业发展,扩大就业扶持,稳岗就业。

在促进消费方面,公司积极响应并支持省市政府推出的各项政策措施。今年7月,“低价扫货节”在沈阳盛大开幕,并取得了巨大成功。此次活动不仅创新消费方式,探索新的消费业态,打造新的消费场景,还实现了

跨领域的促消费合作,极大地活跃了辽沈地区的消费市场,为消费者带来了全新的购物体验,同时也为地区消费繁荣发展作出了积极贡献。

“企业发展为了员工,企业发展依靠员工,企业发展成果由员工共享”的理念深深植根于公司的文化之中。

近年来,公司陆续推出一系列员工福利政策,包括基本工资增长、孝敬父母金、医疗费用资助、重大节日福利、手机福利以及“方威励志奖学金”等,从奖金福利到医疗资助,从子女上学到退休养老,从员工本人到子女、配偶、父母全覆盖。这些举措不仅增强了员工的归属感和幸福感,更激发了大家的爱岗敬业精神,形成了企业强大的向心力和凝聚力,共同推动中兴商业向着更加辉煌的明天迈进。

## “三引三来” 营销方式显策略

“吸引年轻人来玩,吸引全家人来逛,吸引全省人来买”。在面向零售新

业态挑战时,中兴商业提出了“三引三来”的营销策划思路,通过创新营销模式,精准落地,不断革新经营理念,以适应百货零售业的发展新趋势。

在贯彻“三引三来”营销策划思路上,公司以元旦、春节、端午节等为重点,以情人节、母亲节、父亲节等为热点,以女王节、会员节、6.18等为爆点,整合品牌资源、异业资源及外部资源,高水平策划,精准宣传,提升销售。挖掘营销热点,围绕文化、艺术、体育、童趣资源,拓展营销赛道,打造传播话题,引流引流效果显著。

在持续推进营销方式和消费场景创新方面,中兴商业通过强化内容营销,围绕文化娱乐、体育赛事、儿童趣味、美妆时尚及明星效应等主题,挖掘并创造话题,有效吸引顾客并促进消费。同时,通过优化商业布局和提升服务质量,中兴商业为顾客打造了一个更加优质舒适的购物环境,提供了全新的购物体验。

此外,中兴商业还专注于打造独特的自有IP,以此增强品牌的吸引力

和市场竞争力。在线上运营方面,公司积极推动线上线下融合,通过线上渠道的创新运营,促进了全渠道营销的协同发展,为公司的持续增长奠定了坚实的基础。

## “党建为魂” 企业文化显成效

自2019年中兴商业实施混改以来,辽宁方大集团成为第一大股东。此后,中兴商业积极导入方大集团“党建为魂”的企业文化,不断加强党建工作在企业发展中的作用和地位,将党建工作成效转化为企业的竞争力,推动企业生产经营工作不断取得新成效。

2024年,中兴商业再次荣获“全国企业党建创新优秀案例”奖项,连续三年获得此项荣誉,充分肯定了中兴商业在党建工作方面的创新实践和突出成效。未来,中兴商业将继续以党建工作为引领,推动企业实现更高质量的发展,为社会创造更大的价值。(CIS)