

教育部工信部安排“停课不停学” 国家中小学网络云平台即将亮相

◎记者 夏子航 ◎编辑 邵好

2月12日,教育部网站发布消息称,教育部办公厅、工业和信息化部办公厅联合印发《关于中小学延期开学期间“停课不停学”有关工作安排的通知》,对“停课不停学”工作提出明确意见,并将开通国家中小学网络云平台和中国教育电视台空中课堂,提供优质教学资源。

《通知》提出,“停课不停学”要坚持把做好疫情防控工作放在首位,维护广大师生健康安全;坚持省级统一部署与各地各校因地制宜实施相结合,避免“一刀切”;坚持学校教师线上指导帮助与学生居家自主学习相结合,限时限量合理安排学习。

《通知》特别强调,要求加强组织协调。两部建立部际协调机制,保障网络运行畅通。教育部门要高度重视,认真制定实施方案,注重实施效果,防止形式主义。要强化居家学习指导,帮助学生科学制定居家学习计划,合理选择资源,注重培养学生自

主学习能力。

教育行业分析人士向上证报记者表示,本次在线教育的确迎来绝佳机遇。至于会不会风口过了就退潮,则要分类来看。

本次,作业帮、学而思等等培训辅导类教育巨头纷纷加速“上线”,甚至与官方平台亲密合作,动辄收获千万流量。

“用户增速与平均获客成本是培训辅导类教育企业两大关键指标。”上述人士表示,本次疫情使得不少培训辅导类教育巨头低成本地对接了大量潜在用户,“这是难得一见的机会。”

在本次“停课不停学”中,天喻信息、拓维信息、科大讯飞等教育信息化企业、在线教育平台企业成为主力军,也是各地区教育主管部门、学校合作的主要力量。

“以往,教育信息化1.0时代是以硬件为主,教育信息化2.0时代则以应用场景为核心导向。”前述教育行业分析人士认为,在

线教育平台只有打造良好的用户体验,实现良好效果、融合各方资源才能持续受益。

一家在线教育上市公司相关负责人表示,经过多年磨合,公司一方面在对接各地教育主管部门与学校,另一方面也在对接BAT等互联网巨头及学而思等教育巨头,“实际上,我们在打造的就是一个大大的在线教育平台,与各方可以互相融合。”

《通知》还称,为支持各地做好“停课不停学”工作,帮助学生居家学习,教育部整合国家、有关省市和学校优质教学资源,在延期开学期间,开通国家中小学网络云平台和中国教育电视台空中课堂,免费供各地自主选择使用。

据介绍,平台资源包括防疫知识、红色教育资源、专题教育资源,以及从小学至普通高中的主要学科课程资源,课程时间一般在20分钟左右。国家中小学网络

云平台(网址:ykt.eduyun.cn)自2月17日起开通。同时,中国教育电视台4频道通过直播卫星户户通平台向全国用户传输有关课程,覆盖偏远农村网络信号弱或有线电视未通达地区。为丰富学习资源,还组织部分省级教育部门及中小学免费向全国开放网络学习平台或网校。

从网站域名来看,国家中小学网络云平台在“国家教育资源公共服务平台”上搭建。据知情人士透露,国家中小学网络云平台有BAT巨头参与其中。

研究报告显示,“国家教育资源公共服务平台”由天喻信息建设、提供技术支撑并运维。天喻信息在全国范围内建设了16个省级平台,还打造了以武汉教育云为代表的120个地市平台,以绍兴柯桥区为代表的800个区县平台,并在全国范围内建设了以华师一附小为代表的13000多所智慧校园,全国教育云平台市场占有率达65%。

VR眼镜“钱”景美妙 引多家A股公司“竞折腰”

◎记者 李少鹏 ◎编辑 李魁领

“虚拟现实”越来越现实。近日,一位韩国母亲佩戴VR眼镜与去世女儿重逢的视频登上热搜,视频内容让观看者感动落泪的同时,也让VR这种虚拟现实技术再次成为热议话题。时值新冠肺炎疫情防控正处关键时期,众多商家通过降价促销活动,试图吸引“宅在家”的潜在客户尝鲜VR眼镜。

2月10日,华为在天猫和京东的旗舰店同时发布情人节促销活动,华为VR Glass降价100元,优惠活动期限为2月12日至14日。在内容方面,这款去年底开售的VR眼镜引入华为VR视频平台,包括IMAX电影、360度全景视频等,总时长超过3万小时。此外,该款眼镜还聚集了多家VR视频平台,包括爱奇艺、优酷等,号称“足不出户,便可享受私人专属影院”。

VR/AR从发展初期的体验尝鲜到现在的日渐流行,离不开5G网络的快速发展。不少分析人士称,随着5G网络的落地开花,智能穿戴设备将成为消费电子领域新的增长点,未来发展空间广阔。

一线品牌积极跑马圈地

除华为外,还有很多国内外厂商创新布局,力图将虚拟现实的新娱乐模式带入大众日常生活。

作为最早开始制作VR设备的公司之一,如今的HTC VIVE已较为成熟。记者在采访中了解到,超过1100款VR游戏和应用的HTC VIVE可谓游戏玩家的最爱。其最新升级版的VIVE Pro作了部分改进,分辨率大幅提升,还加入了头戴耳机和麦克风,并支持多人玩家模式。

拥有全球市场占有率最高游戏机PS4的PlayStation也在打造VR版图。“稳定的表现、低廉的价格、高品质游戏库、再加上PS4主机的用户基础,共同造就了PS VR的成功。”有媒体报道称PS VR累计销量已达500万台。

今年,PS VR有望再出新品。据游戏发行商Immersive VR Education最近公开的财报,2020年,索尼将推出PS5并同步发售新版本的PS VR头戴设备,这将进一步扩大高端VR用户基础。索尼会继续提供软件开发包支持,并持续支持这一硬件。

Oculus VR同样是一款为电子游戏设计的头戴式显示器,与PS VR只能连接游戏机不同的是,它可以通过DVI、HDMI、micro USB接口连接电脑或游戏机。

从2013年初期产品Oculus Rift反馈来看,像素点较为明显、分辨率不高、运动追踪方面暂不完善等问题是Oculus VR的“硬伤”。不过随着验书在2014年以20亿美元入主,Oculus VR又逐渐好了起来。其中,去年5月下旬开始发货的Oculus Quest是验书推出的首款高端VR一体机,其最大亮点就是,同时在头显和控制器上支持六自由度的位置追踪。相关信息显示,A股公司歌尔股份即是OculusVR镜头两家供应商之一。

国产品牌身后多有A股支持

国内VR创业者也不甘落后,通过创新研发力求在市场中谋得一席之地。值得一提的是,众多国内VR眼镜厂商背后有着A股企业身影。

以2014年成立的大朋VR为例,其产品包括VR一体机、PC-VR头盔等。其官网显示,大朋VR自成立以来获得了迅雷科技、恺英网络、奥飞娱乐等多家上市公司和机构的投资,其母公司上海乐相科技更是入选2019年中国VR企业50强。天眼查数据显示,目前A股公司恺英网络和奥飞娱乐分别持有上海乐相科技12.8%和9.03%的股权。

再如小派VR。相关信息显示,小派VR拥有双目8K分辨率,清晰度远超2K VR;视角达到200度,已经接近人眼视角,并将整体延时控制在15毫秒以内,有效解决了VR设备上常见的眩晕问题。在2017年底,小派科技宣布完成6000万元A轮融资,本轮融资来自上市公司天马科技和欧菲科技。

另外,参与过CBA2019-2020新赛季揭幕战VR直播的Pico VR旗下产品小怪兽VR眼镜在网上也有售卖。2018年7月,Pico完成了1.675亿元融资,由广发乾和与广发信德创投、青岛巨峰科创等跟投共同完成,由此Pico的估值一举超过11亿元。

新娱乐模式值得期待

VR/AR从发展初期的体验尝鲜到现在的人手感受,离不开5G网络的快速发展。不少分析人士称,随着5G网络的落地开花,智能可穿戴将成为消费电子领域新的增长点,未来需求空间广阔。

据知名信息技术研究和分析公司Gartner预测,2020年全球用户在可穿戴设备上的支出将达到515亿美元,同比增幅将达到27%。

一家券商研报则认为,经历2016年前后的资本热潮,行业回归理性发展。作为新一代信息技术的重要前沿方向,VR/AR在人机交互方面都有了全新的变革。随着技术不断成熟,PC、智能手机完善的产业体系为VR/AR发展奠定基础,5G的普及有望进一步助推行业发展。信通院则预测,到2022年,VR/AR市场规模有望接近5000亿元。

“5G高速传输推动云VR/AR,低时延提升AR/VR的用户体验,泛娱乐将成为VR应用中最具潜力的应用板块。”知萌咨询与国家广告研究院相关数据显示,目前中国有近百万的VR重度用户,其偏好内容的前5位分别为巨幕电影、全景视频、全景漫游、全景图片、VR游戏。其中,VR视频/影视是最受欢迎内容。

维生素国外报价大涨 产业热度“疫”外升温

◎记者 张雪 ◎编辑 全泽源

维生素报价不断升高。除了国内行业需求的不断上升,国外产能的日渐转移,还有维生素医用价值的不断发掘,构成该品种涨价的新推手。

行业需求量上升

中国饲料行业信息网数据显示,节后欧洲VE报价6.5至8欧元/公斤,贸易商出口报价涨至7至8美元/公斤,较节前上涨30%;VD3欧洲市场报价涨至9至11.5欧元/公斤;VA市场报价涨至64至67欧元/公斤。

国际市场维生素价格的变化,正是源于对国内市场关注度增加。中国是维生素生产大国,近六成维生素出口国外,春节及疫情影响了国内产能释放;而国外大厂帝斯曼瑞士工厂年前就传出2020年1季度VE减产消息。

现货供应阶段性偏紧造成了市场的高位运行。2月5日发布的中央一号文件,再为维生素产业的升温加了“一把火”。文件要求2020年加快恢复生猪生产,而生猪、能繁母猪存栏量的上升,有助于拉动国内猪饲料需求。分析人士认为,作为猪饲料重要添加剂,维生素需求将稳步提升。

医学价值获新突破

除了产业不断升温的常规需求外,一个意外的行业应用需求,增添了大众对这个品种的关注度。

前不久,上海市卫生健康委药政管理处、上海市临床药事管理质控中心向上海各医疗机构发出《关于进一步加强近期临床药品供应保障和安全应用的通知》,维生素C作为唯一临床应用预防药物被推荐。

紧接着,当地时间2月11日,美国临床试验数据库官网公布,武汉中南医院彭志勇团队的大剂量VC治疗新冠肺炎正式登记。据公开信息显示,该实验大剂量静脉VC不仅旨在提高抗病毒水平,更重要的是在ALI(急性肺损伤)/ARDS(急性呼吸窘迫综合征)预防和治疗。

与此同时,首都医科大学附属北京朝阳医院内分泌科主任医师宁志伟公开表示,强烈建议在新冠肺炎防治中应用大剂量VD。

无独有偶,1月28日,VitaminDWiki网站上等出了创立者Henry Lahore对新冠肺炎疫情防控的建议,他指出,维生素D能够抑制多种包膜病毒(如疱疹、带状疱疹、埃博拉病毒),其他如登革热病毒、黄热病病毒、麻疹病毒等,而新冠肺炎的病原体也属于冠状病毒。

概念股获关注

维生素价格的大涨、医学价值的再发掘,为这个产业的上市公司也带来了更多关注。据记者梳理,维生素细分领域的龙头公司几乎都已经登陆资本市场。

浙江医药是国家维生素、抗耐药菌抗生素、喹诺酮产品重要的生产基地,公司业务横跨原料药、制剂、保健品和创新药多个领域。公司目前维生素E粉产能为4万吨/年,维生素A产能为5000吨/年。

新和成是以营养品、香精香料、高分子新材料等为主要业务的精细化工企业。作为世界四大维生素生产企业之一,新和成成为全球100多个国家和地区的客户提供产品和服务。公司目前拥有1万吨VA产能,产能位居全球第一,同时拥有2万吨VE油产能,位居全球第二。

花园生物为全球VD3龙头企业,市场份额约占30%。VD3主要生产原料是NF级胆固醇,花园生物基本是国内唯一能够自给VD3原料的企业,也是部分生产企业NF级胆固醇原料的主要供应商。

金达威是全球第一大辅酶Q10生产商,全球前六大VA、第二大VD3生产商。公司通过持续的海外收购整合,从保健品上游原料供应商向中下游生产加工和渠道销售拓展,打造保健品品牌和产品多元矩阵。

兄弟科技是最大的维生素K3生产企业,广济药业是全球主要的维生素B2供应商之一。

博瑞医药开始生产瑞德西韦制剂

若该产品能够获批上市,疫情期间主要通过捐赠等方式供应给相关病人



2月12日,四川省遂宁市疾控中心检验科检验师彭优在进行新型冠状病毒核酸检测 新华社图

◎记者 祁豆豆 ◎编辑 全泽源

昨日,博瑞医药成功仿制瑞德西韦原料药及制剂的消息,为新冠肺炎疫情疫情防控注入“强心剂”。博瑞医药的“硬核”表现不仅将为新冠肺炎患者带来福音,更为其背后股东交出一份满意的成绩单。受此影响,公司股票昨日走出涨幅20%的一字板。据记者初步估算,搭乘博瑞医药IPO“快车”的股东已浮盈超过5倍。

博瑞医药2月12日公告称,近日公司成功仿制开发了瑞德西韦原料药合成工艺技术和制剂技术。公司已经批量生产出瑞德西韦原料药,瑞德西韦制剂批量化生产正在进行中。

消息甫出,投资者便对公司此次重大进展“刨根问底”。

2月12日下午,博瑞医药董秘王征野回应称:“博瑞医药今年1月底开始启动研发项目,并且很短时间内就成功仿制开发和生产了瑞德西韦原料药,现在也开始生产制剂。大概一周时间,第一批

制剂就可以生产出来。我们不会靠这个盈利,主要是把这种药品提供给国家,去救治病人。”

公告显示,截至目前,在瑞德西韦的原料药和制剂开发和生产中已发生的成本预计约500万元,后续进一步放大生产,预计还需要投入约1000万元。

根据研发流程,公司完成瑞德西韦原料药的仿制和制剂生产后,需经过药物临床试验、药品审批等多个环节。若瑞德西韦最终转化为产品投入市场,需要获得Gilead公司作为专利权人的授权等。

博瑞医药进一步表示,若该产品能够获批上市,疫情期间主要通过捐赠等方式供应给相关病人,预计不会对公司2020年度经营业绩产生重大影响。

但是,股价的应声上涨,还是让股东的财富获得大幅增值,尤其对那些初始股东来说,增幅更是惊人。博瑞医药昨日最新收盘价为52.12元,较公司上市首日发行价12.71元,涨幅已超过3倍。谁在坐享这场IPO财富盛宴呢?

疫情改写民众饮食习惯 家电市场出现微妙变化

◎记者 王子霖 ◎编辑 全泽源

2月10日起,制造业企业纷纷复工,但在疫情影响还未完全消除前,部分行业的消费端仍存在较大变化,其中就包括家电行业。奥维云网12日发布的2020年第五、六周(1月27日至2月9日)销售数据显示,线下厨房小家电销售额同比平均降幅超过80%。

由于线下门店近半数停业,此次疫情对于小家电线下市场造成较为明显的影响。加之各大企业延迟复工以及交通受阻,线上部分订单也受到波及。1月27日以来,包括电饭煲、电水壶、电压力锅在内的线下厨电产品销售额同比降幅都超过了80%。但奥维云网认为,尽管家电领域受到短暂冲击,但长期需求

不会受到影响,未来将形成“U型”消费趋势。

危机中总是蕴含着机遇。春节期间,西式厨房家电的需求短期内激增,春节首周(1月27日至2月2日)平均增速接近80%;延期复工的一周,西式厨电同比销售增长进一步扩大到200%以上。其中破壁机两周以来的线上销售额增速分别为99.77%和300%;料理机增速分别为88.86%和252.25%;煎烤机增速分别为93.92%和245.5%。

分析认为,此次疫情对餐饮及外卖的较大影响,以及部分提倡员工自行带饭的企业,刺激了广大消费者动手下厨的机会,各大社交软件也兴起了一股美食制作风。但与西式厨电形成对比的是以电饭煲、电压力锅、电磁炉、电炖锅为代表的中

式厨房家电,出现明显同比下滑。

在开局不利的情况下,2020年小家电市场将何去何从?奥维云网预测,2020年厨房小家电主流七大品类(电饭煲、电压力锅、电磁炉、电水壶、豆浆机、料理机、榨汁机)的销售额将同比下滑2.8%,销售量同比增长5.7%。

从具体品类看,由于“封闭式管理”,外出机会减少等因素导致的咖啡、奶茶、果汁茶饮等产品消费受阻,料理类产品,尤其是目前较为火爆的手持式搅拌机、咖啡机、破壁机会有一定放量。

此次受新冠肺炎疫情影响果蔬清洗机、紫外线消毒灯等健康类小家电需求必然会提升。除此之外,带有高温杀菌类的小家电也将受到热捧,比如带蒸汽高温消毒的破壁机、消毒锅等小家电。