

今日话题·医药行业动向

疫情因素叠加带量采购政策显效 前三季度过半药企大幅削减销售费用

■本报记者 张敏

《证券日报》记者梳理2020年医药生物行业前三季度数据发现,该板块超过一半的上市公司销售费用减少。据同花顺数据,2020年前三季度,医药生物板块353家上市公司中,187家上市公司销售费用减少了,占比过半。其中,63家药企的销售费用同比减少超亿元,华润三九等4家药企的销售费用同比减少超10亿元。

对此,专注医药大健康领域并购投资的东方高圣财务总监杨秀仁向《证券日报》记者表示,出现上述变化主要有两个方面原因:一个是受年初疫情影响,业务销售人员出差、拜访、销售的活动减少;另一个重要原因是受带量采购影响,中标企业药价下降,代理销售等中间环节减少了,不需要支付中间环节费用了。“原来高开高返的情况没有存在的基础了,随药价降低,销售费用自然就减少了,国家系列政策的效果显现。”杨秀仁解释。

“在一定程度上,销售费用是与销售额度正相关的。”北京鼎臣医药管理咨询公司创始人史立臣向《证券日报》记者表示,今年受疫情的影响,上半年很多药企的销售是靠自然增长,因此销售费用支出减少也在情理之中。

同花顺数据,今年前三季度,165家医药生物企业营业收入出现下滑,其中7家上市公司营业收入下滑幅度超50%。包括ST盛运、国农科技等9家医药生物板块的上市公司今年前三季度削减了50%以上的销售费用。

除了受疫情因素外,带量采购的持

续推动成为药企销售费用降低的重要因素之一。在4+7带量采购试点推行之初,国家医保局就明确指出,国家组织药品集中采购试点的作用之一就是促进公立医院深化改革。通过挤掉药品销售费用、改变“带金销售”模式,净化医务人员行医环境,促进合理用药。从企业发布的数据来看,这一举措效果正在显现。

例如,信达泰发布的2020年三季报显示,营业收入较上年同期减少142996.26万元,同比减少40.12%,主要受疫情影响,新产品进院受阻;其次,受带量采购联盟扩围地区执行影响,产品销售收入同比下降,销售费用本期较上年同期减少44988万元,减少38.6%,主要受疫情影响费用支出减少;同时,带量部分对应的销售费用减少。

据记者不完全统计,截至目前,已有北京、上海、湖北、福建等26个省市确定将于11月份执行国家带量采购结果,其中,山西、江苏、甘肃、贵州、辽宁、重庆、青海7个省份于11月1日起正式实施。

史立臣向记者表示,目前这个阶段,随着带量采购品种的扩围以及持续推进,化药企业的销售费用有望继续减少。

在史立臣看来,“在目前的发展模式下,‘带金销售’模式短期内很难改变。”

据记者通过同花顺数据统计,在部分药企销售费用缩水的同时,也有部分药企销售费用1月份至9月份实现了增长。其中,医药生物板块28家上市公司今年前三季度的销售费用增长了50%



以上。

九安医疗在2020年三季报中介绍,公司销售费用同比增长190%,主要因为业务宣传推广及运费等随着收入增加而增加;华兰生物在2020年三季报中介绍,公司销售费用本报告期较上年同期增加93.27%,主要原因为子公司华兰生物疫苗股份有限公司疫苗制品销售收入增加,相应销售推广咨询费增加所致。

由于商业贿赂现象的存在,一些药企销售费用结构中包回扣部分,这也导致医药行业销售费用高企。而“回扣”盛行导致药品价格虚高、医保基金流失。

互联网医保政策新规出台 零售药店想拿红利不容易

■本报记者 闫立良
见习记者 郭冀川

11月2日,国家医保局官网发布《关于积极推进“互联网+”医疗服务医保支付工作的指导意见》(以下简称《意见》)。此次《意见》的发布,是对“互联网+”医疗服务医保支付工作的一次全面、系统的要求和规定。

《意见》明确,参保人在“互联网+”医疗服务定点医疗机构复诊并开具处方发生的诊察费和药品费,可以按照统筹地区医保规定支付。支持“互联网+”医疗复诊处方流转,探索定点医疗机构外购处方信息与定点零售药店互联互通,有条件的统筹地区可以依托全国统一医保信息平台,加快推进外购处方流转相关功能模块应用,便于“互联网+”医疗服务复诊处方流转。

华夏幸福研究院医疗研究员王瑞妍在接受《证券日报》记者采访时表示,互联网医保政策新规出台和“互联网+”复诊处方流转后,不论是简单的

疾病就诊还是慢病复诊开药,可以实现互联网化,在解放线下医院的医疗资源同时,也预示着零售药店的好日子要来了。

王瑞妍说:“对于零售药店来说,处方药一直是很难打开的大市场,因为患者主要在医院药房拿药,只有在少数情况下,才会携带处方到药店开药。现在随着互联网医疗的普及,患者在互联网医院就诊后,可以凭借医生开具的电子处方到定点零售药店购买药品,在医保支付打通后,这部分的医药销售空间会给药店带来新的利润增长点。”

但王瑞妍也表示,并非所有零售药店都能够享受到“互联网+”复诊处方流转的红利,因为互联网医院往往有合作的医药电商进行药品配送,或者让患者到与互联网医院合作的零售药店取药。如果没有与互联网医疗平台合作和快速的配送服务,零售药店将难以引流互联网购药需求。

正是看到互联网医疗和医药电商

的紧密关系,一些连锁药店上市公司也开始向医疗服务布局。益丰药房今年7月份发布的公告称,公司投资设立了两家子公司,旨在为用户提供互联网诊疗、处方流转平台、家庭私人医生、健康管理等服务。这也是首家获得互联网医院牌照的上市零售药店。

目前,连锁药店涉足“互联网+医疗”模式以药品销售为核心,主要是通过“网订店送”“网订店取”方式,由总部集中审核电子处方并统筹连锁门店之间调剂与配送药品,实现就近取药、就近送药。随着零售药店拥有了互联网医院牌照,能将服务进一步延伸到诊疗端,实现互联网医疗的一体化服务。

因为与医药电商平台和互联网医疗服务平台存在竞争关系,“互联网+”是一些连锁药店的短板,因此在积极布局线上的同时,连锁药店也与互联网公司展开合作。如老百姓大药房引入战略投资者腾讯,借助腾讯在智慧零售、云计算、云服务等优势,赋能连锁药店的电商业务发展,助力“新零售”战略。

以岭药业连花清瘟获俄罗斯注册批文 品牌知名度提升将带动业绩持续增长

■本报记者 赵学毅
见习记者 张晓玉

以岭药业连花清瘟胶囊海外“朋友圈”又添一枚好友。

11月5日,以岭药业发布公告,公司近日收到由欧亚经济联盟成员国授权机构——“以S.H.阿夫达尔别基扬院士命名的国家卫生研究所”封闭式股份公司下属卫生保健测试实验室核准签发的膳食补充剂注册批准文件,批准公司药品连花清瘟胶囊符合俄罗斯膳食补充剂标准注册。

据公司三季报显示,2020年前三季度,以岭药业连花清瘟产品实现营业收入28.71亿元,占公司总营业收入的44.52%。2019年度,以岭药业连花清瘟产品实现营业收入17.03亿元,占公司总营业收入的29.24%。2020年前三季度连花清瘟产品营收超去年全年。

获15个国家上市许可

连花清瘟产品为以岭药业的主导产品,国家基本药物目录和国家医保目录(甲类)品种,主要用于感冒、流感相关疾病的治疗。连花清瘟产品先后多次被国家卫生健康委、国家中医药管理局列入感冒、流感相关疾病诊疗方案。

2020年连花清瘟胶囊(颗粒)被列为国家卫生健康委和国家中医药管理局联合发布的《新型冠状病毒肺炎诊疗方案》(试行第四/五/六/七/八版)推荐用药。2020年4月12日,国家药品监督管

理局批准连花清瘟胶囊(颗粒)在原批准适应症的基础上,增加“新型冠状病毒肺炎轻型、普通型”的新适应症。

截至目前,除俄罗斯外,连花清瘟胶囊已在巴西、印度尼西亚、加拿大、莫桑比克、罗马尼亚、泰国、厄瓜多尔、新加坡、老挝、吉尔吉斯斯坦、菲律宾、科威特、毛里求斯、乌干达等国家,分别以“中成药”、“药品”、“植物药”、“天然健康产品”、“食品补充剂”、“现代植物药”、“天然药物”等身份注册获得上市许可。

以岭药业表示,本次连花清瘟胶囊获得俄罗斯膳食补充剂注册批文,标志着公司具备了在俄罗斯市场以膳食补充剂身份销售该产品的资格,对公司拓展海外市场带来积极影响。

此外,对于市场关注的连花清瘟胶囊在美国FDA的进展,以岭药业董秘吴瑞表示:“连花清瘟胶囊美国FDA二期临床试验研究仍按计划正常推进中,公司在美国设有专门团队积极推进相关工作,目前临床病例已经入组完毕,处于数据分析统计阶段。”

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林在接受《证券日报》记者采访时谈到:“海外注册对中国药走出去是个重大的利好,但以岭药业还需要谋求诸如欧美等医药部门的认可。谋求药物管控更严格国家的注册,对于打开国际市场是非常有利的。”

吴瑞表示:“在海外业务方面,公司已成立了国贸中心,全面负责产品的海外市场销售。目前连花清瘟产品在之

前已注册的14个国家整体销售增长态势较好,同时,公司也同步在中东、非洲、拉丁美洲等多个国家积极推进注册工作,继续积极推进连花清瘟产品的海外注册和销售工作,为进一步扩大产品的海外市场份额做积极努力。”

品牌知名度持续提升

根据以岭药业此前发布的三季报显示,前三季度,公司实现营业总收入64.47亿元,同比增长48.31%;实现归属于母公司股东的净利润10.16亿元,同比增长76.74%;实现扣非归母净利润9.82亿元,同比增长81.95%。以此计,前三季度以岭药业营业总收入和归母净利润均已超过2019年全年。

分季度来看,2020年第一季度至第三季度,以岭药业单季度分别实现营业收入23.34亿元、21.53亿元、19.60亿元,同比分别增长50.56%、50.13%、43.84%;分别实现归母净利润4.38亿元、2.76亿元、3.02亿元,同比分别增长51.88%、66.02%、151.25%。

对于业绩的增长,吴瑞表示:“一是由于连花清瘟及以岭药业品牌知名度大幅提升,连花清瘟产品第三季度销售收入仍然实现了逾50%的增长;二是公司心脑血管系列产品恢复增长态势进一步加大,芪苈强心实现同比增长40%;三是公司持续推动营销体系优化升级,各项措施效果开始显现,公司主力品种第三季度单季销售收入均呈现

了较好增长态势。”

谈及心脑血管产品2020年的业绩表现,吴瑞表示:“公司心脑血管产品呈现逐季增长态势。今年一季度,受交通管制、医疗资源向发热门诊倾斜、公司生产线向连花清瘟倾斜等因素影响,心脑血管系列产品销售收入同比小幅下滑;二季度,国内疫情得到较好控制,公司荣获国家科技进步一等奖对于三个心脑血管产品市场影响力的提升作用得到初步显现,加之连花清瘟产品带动以岭药业及其他产品品牌知名度提升,公司营销体系优化、销售队伍扩张、覆盖空白市场、产品开始分线,针对不同的终端制订不同的销售策略等措施助力,从二季度开始显现,心脑血管产品销售收入同比实现10%以上增长;三季度单季,心脑血管系列产品恢复增长态势进一步加大。”

此外,吴瑞谈到:“公司在医疗终端成立连花事业部,为未来维持较高市场占有率,说明以岭药业抓住了市场痛点,其业务分类中,抗感冒类药物需求大幅度提升,此类药物以连花清瘟为主导。长期来看,药品领域已经进入研发军备竞赛阶段,在带量采购大背景下,以岭药业还需要进一步走研发创新道路,将更多的钱投向未来。”

在盘和林看来,“三季度以岭药业业绩大增,说明以岭药业抓住了市场痛点,其业务分类中,抗感冒类药物需求大幅度提升,此类药物以连花清瘟为主导。长期来看,药品领域已经进入研发军备竞赛阶段,在带量采购大背景下,以岭药业还需要进一步走研发创新道路,将更多的钱投向未来。”

中上协·上市公司谈提高质量

心无旁骛抓主业 提高质量谋发展

——基于山东黄金践行高质量发展之路的思考

近期,《国务院关于进一步提高上市公司质量的意见》(以下简称《意见》)发布,开宗明义:上市公司是资本市场的基石,是中国经济的支柱力量。《意见》高屋建瓴,言简意赅,明确了一个总要求,六个总抓手,17项细举措。一个总要求:大力提高上市公司质量,为建设规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场,促进经济高质量发展提供有力支撑。六个总抓手:提高治理水平、推动做优做强、健全退出机制、解决突出问题、提高违法违规成本和形成工作合力。从17项细举措作出了系统性部署、针对性安排,即坚持市场化、法治化方向,加强基础制度建设,各方合力,持续监管,通过优化上市公司结构和发展环境,改善信息披露,提高上市公司可持续发展能力和整体质量,促进经济高质量发展。

《意见》的出台为上市公司在日趋复杂的经济、社会、国际关系等环境下如何更好、更健康、更规范的发展指明了方向,提供了更强有力的政策支撑。

山东黄金矿业股份有限公司(以下简称“山东黄金”或“公司”)自2003年上市以来,特别是进入“十三五”以后,心无旁骛聚焦黄金主业,紧盯战略目标不动摇,坚守价值创造不偏向,持续深化改革不松动,走出了一条具有黄金特色的高质量发展之路。现以山东黄金高质量发展实践为基础,结合《意见》相关要求,从实操层面谈几点思考,以期抛砖引玉,共同推进上市公司高质量发展:

一、党建引领,旗帜鲜明讲政治,有效实现了党的领导和规范公司治理的有机统一

山东黄金作为国有控股上市公司,其控股股东是山东省属国有企业山东黄金集团,公司自成立之初就承担起推动企业做强做优做大、促进国有资产保值增值、提升国有资产控制力影响力的光荣使命。回首山东黄金的高质量发展之路,首要的经验就是坚持党建引领,将党的政治优势与现代企业管理制度紧密结合。把党的领导融入公司治理各环节,从制度设计入手,在《公司章程》中明确规定“党组织发挥领导核心和政治核心作用”的前提下,“厘清党组织与其他公司治理主体的权责边界,实现无缝衔接,形成各司其职、各负其责、协调运转、有效制衡的公司治理机制”。

在经营管理的实践中,公司把党的领导内嵌到治理结构中,党委对高级管理人员选聘、改革发展稳定、重大经营管理事项和涉及职工切身利益等重大事项进行前置研究讨论,并按照规定程序向董事会提出意见建议,为公司发展营造了政治清明的良好环境,切实将党的领导转化为企业规范治理的核心竞争力。

二、坚定战略不动摇,聚焦主业,以国际化标准培育具有全球竞争力的世界一流企业

“自古不谋万世者,不足谋一时;不谋全局者,不足谋一隅。”战略对于企业至关重要,对此,山东黄金一直有深刻的认识和理解。2016年初,面对震荡起伏的全球矿业发展形势,新一届领导班子旗帜鲜明提出“争做国际一流,勇闯世界前十”的“十三五”战略目标,聚焦主业不偏离,以高质量发展为主题,坚持世界眼光、国际标准,培育具有全球竞争力的世界一流黄金企业!战略确定后,山东黄金国内、国际双向发力。国内以科技创新为动力,瞄准世界一流行业水平,加快转型升级,提升企业运营质量和效率。通过加大项目建设力度,有效提升矿山的接续生产能力;通过管理流程诊断、生产系统梳理改善企业的运营效率;通过组建深井开采、充填、选冶三个重点实验室,聚焦制约矿山未来发展的瓶颈展开攻关。国际上对标世界领先黄金企业,不断加快“走出去”步伐。2017年与当时世界排名第一的巴里克黄金公司合作,成功并购阿根廷贝拉德罗金矿,实现了资产的国际化布局;2018年公司在香港联交所主板上市,完成了A+H两地上市架构,实现了资本的国际化布局,为未来更便捷实

施海外并购打下了坚实的基础。进入2020年,公司国际化布局持续发力,顺利签约并购加拿大特拉克资源公司;以场外要约方式发起收购卡蒂诺资源公司(在澳大利亚与加拿大上市);启动港股增发,以换股形式收购港股上市公司企业恒兴黄金100%股份,进一步拓展了全球布局。

三、控股股东支持,背靠金山不心慌,优质资产注入保驾企业发展底气足

《意见》中明确提出“凝聚各方合力”支持上市公司高质量发展,山东黄金近几年快速发展就是得益于控股股东的鼎力支持。在企业市场化、法治化方向,加强基础制度建设,各方合力,持续监管,通过优化上市公司结构和发展环境,改善信息披露,提高上市公司可持续发展能力和整体质量,促进经济高质量发展。通过现金收购、增发股份、资产重组等多种方式源源不断的获取控股股东的优质黄金资产。通过控股股东优质资产注入,不仅借助资本市场实现了资源的合理定价和优化配置,公司快速增加了黄金储量,还实现了主要生产矿区的统一规划、整合开发、规模化生产,有效降低了企业的运营成本,还减少了与控股股东之间的同业竞争。

四、规范治理,责任担当,高质量发展给投资者带来真金白银的回报

公司治理规范有效,一是建立以《公司章程》为核心治理规则的制度体系,形成了党委会、股东大会、董事会、监事会、经营层各司其职、各负其责、协调运转、有效制衡的公司治理机制,推动公司治理效能不断优化。二是狠抓信息披露质量建设,从源头把关,严格信息的收集、编制、传递、审核、复核等每一个环节,把真实、准确、及时、完整作为信息披露的生命线,致力于打造公开、透明的公众公司。由于信息披露工作的优秀表现,公司在上交所信息披露评级中,连续三年被评为“A级”。三是高度重视投资者关系管理,始终把有效沟通作为抓手,为加强沟通的针对性和互动性,每年的年报、半年报披露后,公司管理层主动到北京、上海、深圳、纽约、伦敦等资本市场活跃的区域开展业绩路演,积极保持与境内外长线投资者的互动。公司还定期邀请投资者深入矿山生产经营一线实地考察。社会责任担当赢得赞誉,一是现金分红不含糊,山东黄金在企业自身经营业绩取得飞速增长的同时,始终坚持与投资者共享成长的喜悦。发展的成果,积极回报股东。自上市以来,公司坚持每年现金分红,总额累计达24.60亿元,给投资者带来真金白银的回报。二是公司坚持绿色可持续发展理念,遵循以绿色发展为导向,在国内矿业率先发展生态矿业,目前,已有12家矿山被评为“国家级绿色矿山”,年底前将全面建成“绿色矿业集团”。三是公司的发展始终以人为本,“让尽可能大的范围和尽可能多的个人因山东黄金的存在而受益”,独具山东黄金特色的企业文化润物无声,把企业和员工、合作伙伴、驻地百姓打造为真正的利益共同体、发展共同体和命运共同体。

栉风沐雨的拼搏,带来山东黄金“十三五”日新月异的变化,公司不仅提前一年实现进入世界前十的战略目标,还凭借优良的业绩,规范的治理,成功入选MSCI、富时罗素、标普道琼斯三大国际指数及上证50指数,多次荣获各类奖项,公司市值也成功突破千亿元,一度位居中国有色金属行业市值第一位、全球矿业公司市值50强第20位,并当选中国上市公司协会副会长单位,山东上市公司协会会长单位。

大浪淘沙,吹尽狂沙始到金。面对“十四五”,位居行业世界十强的山东黄金走到了新的起点,《意见》的出台恰逢其时,为公司更好地规划起步,更健康快速的发展迈进了指明了前进的方向,公司将秉持《意见》所倡导的高质量发展理念,向着建设“具有全球竞争力的世界一流黄金企业”阔步前行,不断为股东创造更多的真金白银,为更好回馈股东的厚爱和支持贡献最为持久的山东黄金力量!

（山东黄金董事、董事会秘书汤琦供稿）