

长春高新的“阿喀琉斯之踵”： 集采模式下市值缩水超800亿元

■本报记者 张敏

之前预计8月24日发布半年报的长春高新，提前于8月14日发布了2021年半年报。半年报显示，公司上半年实现营业收入49.63亿元，同比增长26.71%；实现归属于上市公司股东的净利润19.23亿元，同比增长46.85%。其中，子公司金赛药业实现收入37.88亿元，同比增长49.42%；实现净利润18.59亿元，同比增长64.40%，占长春高新净利润的96.7%。

一位不愿具名的业内人士向《证券日报》记者表示，生长激素的销售渠道主要是民营医疗机构，这让市场对其产品的合理使用产生了质疑。

针对此事，《证券日报》记者致电长春高新董秘办，工作人员表示，受控制药占比、生长激素长期注射等因素影响，公司的产品销售采取的是“公立医院医生检查开单、去民营医院取药”的模式。“百姓对身高比较重视，因此儿童生长激素市场要远大于成人市场。成人生长激素市场是公司未来开拓的重点”。

集采模式之下 单一产品格局亟待破解

在带量采购的模式下，长春高新产品结构风险成为投资者关注的焦点。

从数据上来看，生长激素的营收占据公司整体营收的76%，占公司营收的半壁江山以上。

“假设集采政策落地、产品价格下降，公司将努力通过提升用户体量等方式确保公司业绩。”长春高新在与投资者交流时表示。

长春高新表示，目前，公司生长激素产品主要应用于儿童身高管理领域，未来公司将积极推进成人生长激素缺乏



长春高新提前对外发布2021年半年报

● 公司上半年实现营业收入**49.63亿元**，同比增长**26.71%**；实现归属于上市公司股东净利润**19.23亿元**，同比增长**46.85%**。其中，子公司金赛药业实现收入**37.88亿元**，实现净利润**18.59亿元**

● 从半年报数据来看，主营产品为生长激素的金赛药业仍是业绩贡献的主力，对上市公司净利润的贡献率约为**96.7%**

王琳/制图

乏适应症相应销售工作。在儿童健康领域，将积极拓展儿童营养、医疗器械等领域产品。在辅助生殖方面，公司促卵泡激素产品覆盖持续提升，同时积极推进长效促卵泡激素等相关产品研发进度。在肿瘤治疗领域，新引进的重组人白介素-2突变体将进一步拓展公司在肿瘤领域产品覆盖。在疫苗产品方面，公司积极推进带状疱疹疫苗、液体鼻喷流感疫苗、百白破疫苗等研发进展。

“肯定会增持 只是时间的问题”

数据显示，今年以来，长春高新从

年内股价最高点523元/股(5月17日)一度跌至264元/股(8月6日)，市值缩水一度超1000亿元。

8月16日，长春高新的收盘价为309元/股，相比年内最高价523元/股，跌幅为69%，市值缩水超800亿元。

8月7日，护盘心切的长春高新发布公告称，收到持股5%以上股东金磊、公司现任董事马骥、姜云涛、王志刚、监事赵树平、高级管理人员李秀峰、朱兴功、熊德申通知，基于对公司未来发展前景的信心以及对公

司投资价值的认同，计划自本公告披露之日起6个月内(法律、法规及深圳证券交易所业务规则等有关规定

不允许增持的期间除外)以自有或自筹资金通过深圳证券交易所交易系统增持公司股份，增持金额合计不低于人民币3000万元，不高于人民币5000万元。

针对增持事宜，上述长春高新董秘办工作人员向记者表示，受半年报发布等因素影响，上述增持事宜还未进行。“肯定会增持，只是时间的问题”。

8月16日，长春高新发布的投资者交流活动表示：“鉴于金磊先生于今年5月份进行过减持，按照法律法规对于短线交易的限制，其最早于11月份才能实施增持计划。”

艺人花式翻车上市公司频繁踩雷 专家支招如何避开“黑天鹅”

■本报记者 何文英

继吴亦凡之后，近日又有多个艺人接连花式翻车，与这些艺人有合作关系的上市公司纷纷被殃及。

在遭遇此类“黑天鹅”事件后，上市公司不仅品牌受损还将遭受真金白银的经济损失。如何避开这些“黑天鹅”，专家、律师有话要说。

品牌方吐槽 艺人翻车猝不及防

近日，艺人张哲瀚被网友扒出，曾在2019年年底参加朋友在日本乃木神社举办的婚礼，2018年还发布过在靖国神社前的留影，引发巨大争议。

随后，多个品牌宣布与张哲瀚解约。据不完全统计，可口可乐、倩碧、娃哈哈、水星家纺、徐福记中国、九阳股份、潘多拉珠宝、百草味、京都念慈庵、妮维雅、一叶子、伊丽莎白雅顿、百力滋、《梦幻西游》手游、安克创新等多个品牌纷纷宣布与其解约，波及品牌涉及多家上市公司。

某品牌方相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示：“张哲瀚翻车真的来得猝不及防，我们5月份刚官宣旗下某产品由他代言，现在这些产品以及和他相关的周边全部下架，公司将面临一定的经济损失，这件事对公司品牌形象的伤害更是难以衡量。”

该负责人透露，公司是和张哲瀚的代理公司签的约，合同约定是分期付款，目前已经触发了解约条件，之后将不再支付代言费。“我们已经第一时间通过律师给他发了解约函，在合同里我们有约定过违约责任，但现在艺人翻车的方式太多了，合同里也难做到全面界定。”

专家建议 对代言人尽调

“当时请张哲瀚代言是因为他粉丝的年龄段与我们产品消费者有比较大的重合，我们的初衷是想更贴合消费者的个性化需求，这个事件出来后，以后在选择代言人时也会更加地审慎。”上述品牌方相关负责人表示，这些艺人的流量对于厂家有着致命的吸引力。

对于艺人花样翻车上市公司频繁踩雷，中央财经大学数字经济融合创新中心主任陈端在接受《证券日报》记者采访时表示，艺人代言是流量经济发展到一定程度应运而生的现象，踩雷后的负反馈示范效应会催生新的变化。“上市公司请艺人代言是粉丝经济和饭圈文化下催生的商业模式，粉丝流量转化为关注度和购买力在过去已经形成比较明晰的传导链条。”

结合当前形势，陈端表示：“在监管部门重拳整治饭圈文化的严厉政策以及艺人频繁翻车的背景下，上述链条的底层支撑逻辑开始变化，艺人代言的商业价值以及变现能力正在逐步衰减。尤其在出现‘黑天鹅’事件时，如果不采取危机应对手法壮士断腕，造成的损失可能会更大。”

对于仍然想选择艺人代言的上市公司，陈端也提出了一些“避雷”建议：“首先，在选择艺人代言前要对过往的价值观念、言语行为等历史轨迹做一个类似于上市公司尽调的摸排，摒弃一个类似艺人入场。其次，通过法律条款对其履约期间的言谈举止进行规范，用

失德造成的违约损失作为一种事前震慑。最后，未雨绸缪准备好舆情危机预案，虽然第一时间发声快速进行切割不失为一种手段，但针对特定艺人可能触发的舆情事件其性质、特征和背后的价值导向，以组合拳的方式进行补救效果可能更好。”

“品牌方在与艺人签订广告代言合同时，可以加入‘德艺双馨’条款，要求艺人承诺在代言期间保持良好艺人形象、遵守公序良俗、遵守法律法规，同时约定构成劣迹艺人情形下的单方面合同解除权。”湖南芙蓉律师事务所律师钟文科在接受《证券日报》记者采访时亦建议，上市公司在聘请艺人代言时做好法律层面的风险阻断。

钟文科表示：“在艺人存在失德行为或其他负面舆论或合同解除条件时，品牌方应当全面收集证据，一方面向艺人发布合同解除通知、合同解除声明等；另一方面可以考虑就后续的损害赔偿与艺人协商解决。品牌方可以按造成实际损失向艺人索赔，包括已经支付的代言费、已投入的广告制作成本，以及其他直接损失。”

引实力外援打造“区块链+无人驾驶”换电生态平台 协鑫能科加快商务车换电技术布局

■本报记者 曹卫新

协鑫能科换电业务布局再提速。8月15日晚，协鑫能科发布公告称，公司与杭州趣链科技有限公司、上海西井信息科技有限公司签署战略合作框架协议。

协鑫能科将对换电站、区块链和无人驾驶的交叉应用领域与两家公司展开全面合作，形成整体解决方案，打造结合区块链技术+无人驾驶的换电生态平台。

协鑫能科总经理费智在接受《证券日报》记者采访时表示：“三方将立足各自优势，以无人驾驶新能源车产业为切入点，积极推动结合无人驾驶与区块链技术的换电生态发展。协鑫能科主要聚焦新能源汽车充换电站的投资和建设，趣链科技聚焦区块链技术在智造服务中的应用，西井科技聚焦无人驾驶新能源车辆的进一步商业化落地以及大宗物流平

台化效应。”

扩充“朋友圈” 加速推进换电站布局

作为国内领先的清洁能源综合服务商，协鑫能科自2019年登陆资本市场以来，业绩一直保持连续稳定增长。协鑫能科2021年半年报报告显示，上半年，预计实现归属于上市公司股东的净利润为4.58亿元至5.58亿元，预计同比增长30.62%至59.14%。

在稳健发展清洁能源及热电联产业务的同时，今年3月份，协鑫能科宣布切入换电赛道。随后的5个月时间，协鑫能科不断提速换电业务布局，换电生态“朋友圈”逐步扩容。

3月31日，协鑫能科携手中金资本设立了国内首支以“碳中和”为主题的产业基金，基金总规模不超过100亿元。5月19日，公司宣布完成经营范围变更，新增充换电及储能业务。5月30

日，公司与新疆甘泉堡经开区完成合作框架协议，锁定该园区重卡日吞吐逾万辆的换电市场。7月7日，协鑫能科与吉利商用车签署战略合作框架协议，宣布共同推进新能源商用车及配套设施换电的产品开发，拟在未来3年布局超60座以上换电站。

“协鑫能科将利用区块链实现动力电池全生命周期可信溯源，构建换电业务的可信生态，从而引入金融机构为换电运营提供金融服务，促进换电生态的良性发展。”费智对《证券日报》表示。

首个换电站 有望2021年底前投入使用

光大证券在碳中和研究报告中指出，运营车辆及短倒重卡将成为换电重要应用场景。随着换电站更广泛地布局以及换电站利用率的上升，到2025年，我国换电站需求将达6678座，电动汽车换电补能总需求达249亿千瓦时，

换电服务市场规模达421亿元。

中钢经济研究院首席研究员胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示：“换电模式之所以再度兴起，主要缘于新能源车保有量快速增长，而换电模式下的相关技术更加成熟稳定。换电模式能实现更集约和安全的能源管理。换电模式更有规模经济，节约了全社会的运营成本。”

胡麒牧建议：“能源企业和第三方运营商合作的模式应该更具优势。换电模式下，要统一行业标准，才能让不同品牌的汽车共享电池，同时也应充分利用国家电网和传统能源企业的网点优势。”

依据协鑫能科定增方案，公司计划在江苏、广东、广西、新疆等地区落地新能源汽车换电站建设项目，通过租赁场地的方式新建约300个乘用车换电站和185个重卡换电站，合计485个换电站，引进相关辅助配套设施。公司首个换电站预计今年三季度就能逐步投入市场。

重庆拟投近79亿元建设23个垃圾焚烧发电项目 三峰环境迎来新的增量市场

■本报记者 王鹤 见习记者 冯雨瑶

近段时间以来，各省陆续发布生活垃圾焚烧发电战略“蓝图”，加大投资垃圾焚烧发电项目。日前，重庆市发展改革委发布的《重庆市生活垃圾焚烧发电中长期专项规划(2021—2035年)》(以下简称《规划》)指出，到2035年，将在重庆市全域规划23个新建、扩建垃圾焚烧发电项目，包括12个新建项目及11个原址扩建项目(含2个新建后二期扩建项目)。规划项目全部建成后，预计可新增焚烧处理能力11500吨/日，总投资资金约78.67亿元。

业内人士认为，在《规划》指引下，位于生活垃圾末端处置市场的发展潜力不容小觑，看好龙头相关企业的发展前景。地处重庆的三峰环境有望率先尝到本地政策的“甜头”。据了解，当前在重庆已建成的10座生活垃圾焚烧发电项目，除开州区、石柱县和酉阳县3座生活垃圾焚烧发电项目外，有7座归属重庆本地企业三峰环境。

《规划》以2020年为基准年，中期至2025年，远期至2035年，对重庆市生活垃圾焚烧发电进行了全方位的规划布局，以加快实现全市生活垃圾“减量化、资源化、无害化”的处理目标。

据重庆市城管局统计，近三年重庆市生活垃圾年无害化处理量已呈逐年递增趋势。2018年为717万吨，2019年为738万吨，2020年为750万吨，平均年增速为2.25%。截至2020年底，重庆市在运行的生活垃圾处理设施48座，总处理能力2.39万吨/日。按处置能力划分，焚烧、填埋处理、协同处置能力占比分别为60.89%、38.27%和0.84%。

79亿元建垃圾焚烧发电项目

《规划》以2020年为基准年，中期至2025年，远期至2035年，对重庆市生活垃圾焚烧发电进行了全方位的规划布局，以加快实现全市生活垃圾“减量化、资源化、无害化”的处理目标。

据重庆市城管局统计，近三年重庆市生活垃圾年无害化处理量已呈逐年递增趋势。2018年为717万吨，2019年为738万吨，2020年为750万吨，平均年增速为2.25%。截至2020年底，重庆市在运行的生活垃圾处理设施48座，总处理能力2.39万吨/日。按处置能力划分，焚烧、填埋处理、协同处置能力占比分别为60.89%、38.27%和0.84%。

对此，IPC中国区首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示：“垃圾焚烧发电是一种高风险的产业，若全权由企业负责会存有一定隐患。城市垃圾处理属于公共服务范畴，还是应该由政府主导，财政提供全额保障，唯有如此，才可能避免偷工减料、玩忽职守的黑洞。”张孝荣表示，垃圾焚烧发电不能市场化。

斗鱼二季度营收23.37亿元 移动端MAU达6070万创新高

■本报记者 谢若琳

8月16日收盘后，斗鱼发布了2021年第二季度财务报告。期内，斗鱼实现总营收23.37亿元，环比增长8.6%；毛利润3.07亿元，环比增长17.8%，毛利率为13.1%。

得益于内容丰富度的提高，本季度斗鱼用户活跃度、粘性均保持着良好增长态势。期内，斗鱼移动端MAU(季度平均活跃用户数)达6070万，再创历史新高。公司平均付费用户数达720万，环比增长2.8%。

“去年年初，新冠疫情暴发导致线上业务迅猛扩张，在此基础上，本季度斗鱼用户规模仍然保持有力增长，尤其是移动端3月份活跃用户增速明显。”一位传媒行业券商分析师在接受《证券日报》记者采访时表示，斗鱼用户量创新高背后主要是由高质量的电竞内容驱动的。“首先，斗鱼抓住了重大赛事的流量机会，吸引了更多新玩家和老用户使用斗鱼。据不完全统计，仅第二季度斗鱼就直播了LPL春季总决赛、2021英雄联盟季中冠军赛等超过50场官方大型赛事活动，自制了超过80场电竞赛事；其次，除了保持与《英雄联盟》、《王者荣耀》等头部游戏厂商的深化合作外，斗鱼第二季度与更多中长尾游戏和新上线游戏建立了深度合作，丰富了游戏内容品类；同时，斗鱼利用平台顶级职业选手、游戏大神主播资源，为用户推荐了游戏铭文选配、装备选配等攻略，提高了重度用户更深层次的参与度。”

在社区运营层面，斗鱼仍坚持以“游戏厂商、主播和视频创作者、游戏玩家的需求关系”为切入点，游戏厂商、游戏媒体、视频创作者构建起个性化的运营场景。在精细化运营《英雄联盟》《王者荣耀》《绝地求生》《和平精英》等爆款游戏内容已取得先见优势的基础上，本季度斗鱼积极引入众多游戏厂商，追踪不同游戏的生命周期，从测试阶段和游戏厂商深度联动，营造游戏相关热门话题，推出自制赛事、策划面对面等活动，提升社区活跃度和用户粘性。

持续加大研发投入

财报显示，第二季度，斗鱼持续加码技术研发方面的投入。期内，斗鱼自研了AV1解码技术，成为了国内首家直播场景下支持AV1解码的平台。在此背景下，斗鱼本季度带宽费用已由上季度的1.72亿元下降至1.62亿元，环比降低5.9%。

生态布局撬动全新增长空间

二季度，斗鱼持续进行产品功能创新，形成了“直播+中视频+社区”三位一体的业务生态。随着社区繁荣度进一步提升，斗鱼商业化潜力得到释放。财报显示，斗鱼月均付费用户达720万；营收达23.37亿元，环比增长8.6%；其中直播收入达21.78亿元，环比增长9%；毛利润达3.07亿元，环比增长17.8%。

截至目前，斗鱼已经在直播之外扩充了视频、图文、社区等功能，同时容纳了UGC(用户生产内容)、PGC(专业生产内容)、PUGC(专业用户生产内容)，构筑了完整内容生态。第二季度，探索PGC内容创新和加强与游戏厂商联动是斗鱼精细化运营、沉淀用户需求的两大大方向。

在扩充PGC内容方面，斗鱼围绕

度焚烧发电是城市化进展与城市化程度提升的必然结果，也是生活垃圾资源化、减量化与无害化的必然选择。由于生活垃圾的低热值特点，具有很高的环保要求。”

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示：“垃圾焚烧发电的前提是健全的垃圾分类。一方面，垃圾分类需要强大的基础设施支持，分类不到位将影响焚烧；另一方面，垃圾焚烧过程会产生大量的有毒气体，如果控制不好，会给当地居民生活带来灾难性的影响。”

三峰环境迎来发展机遇

“生活垃圾处理所带动的资源化、减量化、无害化对于生活垃圾上下游产业链的企业发展带来了较大的发展空间与良好的市场前景。”柏文喜进一步表示。

在重庆稳坐垃圾焚烧市场“头把交椅”的三峰环境，有望在《规划》的政策窗口期迎来新的增量市场。

三峰环境于2020年在上交所上市，公司主营业务包括垃圾焚烧发电项目投资运营、EPC建造以及垃圾焚烧发电核心设备研发制造等。

今年上半年，三峰环境各项运营指标稳步提升。上半年，公司合计完成垃圾焚烧发电499.36万吨，同比增长20.09%；实现发电量19.57亿度，同比增长28.41%，上网电量17.28亿度，同比增长28.67%；平均自用率约11.7%，同比下降0.29个百分点。截至报告期末，公司共投运垃圾焚烧发电项目33个(含参股项目)，设计处理规模合计3.8万吨/日。

“垃圾焚烧发电是一种高风险的产业，若全权由企业负责会存有一定隐患。城市垃圾处理属于公共服务范畴，还是应该由政府主导，财政提供全额保障，唯有如此，才可能避免偷工减料、玩忽职守的黑洞。”张孝荣表示，垃圾焚烧发电不能市场化。

“垃圾焚烧发电是一种高风险的产业，若全权由企业负责会存有一定隐患。城市垃圾处理属于公共服务范畴，还是应该由政府主导，财政提供全额保障，唯有如此，才可能避免偷工减料、玩忽职守的黑洞。”张孝荣表示，垃圾焚烧发电不能市场化。