

聚焦集采

药品集采提速扩面 医疗器械股估值压力加大

■本报记者 王丽新 见习记者 郭冀川

近期召开的国务院常务会议为2022年集采定调,要以慢性病、常见病为重点,继续推进国家层面药品集采,各地对国家集采外药品开展省级或跨省联盟采购。今年底前,国家和省级集采药品在每个省合计达到350个以上。

医药板块投资逻辑生变

相比2018年首次集采启动后,通达信医药指数跌幅超过30%,第六次集采启动后,不仅指数影响不明显,部分参与集采的上市公司,反而因为“光脚品种”得到市场追捧,股价接连上涨。

“光脚品种”是指药企的相关品种在市场上还没有销量,或者销量极少,这些品种一旦中标集采,将能够获得销量的大幅提升。森瑞投资医药研究员田新杰告诉《证券日报》记者,集采刚开始的时候,市场看到很多药品降价幅度比较大,可能会影响到药企利润,产生了较大的情绪性反应。2021年在集采常态化背景下,市场对于集采已经较为熟悉了,大部分仿制药企业市场预期充分释放,很多药企当属利空出尽。

国信证券高级研究员张立超告诉《证券日报》记者,带量采购工作趋于常态化之后,医药板块的投资逻辑与过去相比正在发生明显的变化,表现为对板块估值的重新调整和再认识,未来医药企业的核心竞争优势将来自于研发管线的厚度和对成本的控制能力,销售能力将进一步弱化。在此基础上,政策优化、产品创新、转型升级将是医药板块的主要投资逻辑。中长期看,具备规模优势、自主创新能力强、业务布局多元化化和产品管线丰富的优质药企将脱颖而出,通过优胜劣汰机制,医药板块整体朝着集约化、规范化、健康化的方向发展。

从当前医药板块估值变化也可以看到,过去被视为“白马股”的一批药企,在集采压力下失去了往日增速稳定的业绩,估值在逐步走低,而以药明康德、康龙化成成为为代表的创新型医药企业,市场估值在百倍以上。

张立超说:“以药养医、销售驱动的时代已经过去,技术创新与技术进步能力,将成为衡量药企价值与成长性的重要标准。这其中,创新药及制剂、生物药、中成药被市场尤为关注,而仿制药、专利过期原研药等板块逐渐走向夕阳,医药公司在集采压力下转型的效果十分明显。”



医疗器械股估值还有水分

不同于医药行业经历了六次全国集采的洗礼,医疗器械行业仅在2020年启动了心脏支架集采,第二轮医疗器械集采,虽然业内预期会聚焦于骨科耗材,但一直并未落地。田新杰告诉记者,相比仿制药集采,医疗器械集采复杂程度较大,需要考虑不同地区的使用量和供应能力,进程相对缓慢。

此次国务院常务会议进一步

指出,要逐步扩大高值医用耗材集采覆盖面,对群众关注的骨科耗材、药物球囊、种植牙等分别在国家和省级层面开展集采。其中,对种植牙开展集采,也是响应了群众的呼声,是过往政策中少有提及的。

看懂研究院医疗研究员陈乔珊告诉《证券日报》记者,目前,医疗行业有三条清晰的投资主线,分别是创新药、CXO(医药研发外包)和高值医疗器械,近年来医疗类公司IPO情况可以看到,这三类公司上市数量和上市规模是最高的。其中,医疗器械板块市场关注

度一直很高,虽然经历了一轮全国集采,但从估值水平看,医疗器械板块的估值较高,且不限于高端医疗器械公司。

陈乔珊表示,“医疗器械板块的高估值,一方面是市场看好和政策推动;另一方面是因为一些中低端医疗器械公司的产品,尚未明确被纳入集采中,自身又有大健康等概念支撑,甚至能够成为市场炒作的热点。这种情况会随着医疗器械板块的集采发生显著的改变,很多医疗器械上市公司将会像药企上市公司一样,被挤出估值水分。”

种植牙有望降价 通策医疗总市值缩水超700亿元

■本报记者 张敏

动辄花费上万元的种植牙终于要集采了!

1月10日,国务院总理李克强主持召开国务院常务会议,决定常态化制度化开展药品和高值医用耗材集中带量采购,进一步降低患者医药负担。会议指出,扩大高值医用耗材集采,对群众关注的种植牙等分别在国家和省级层面开展集采。

“种植牙集采影响的是成本,其实种植牙还包括医疗机构的运营成本、医生服务成本以及增值服务等。”一位不愿具名的民营口腔连锁机构人士向《证券日报》记者表示,集采会对民营口腔机构产生影响,但影响有限。

在艾媒咨询CEO张毅看来,集采会对种植牙价格产生较大影响,也会对民营口腔医疗机构产生冲击。“民营口腔医疗机构一直以来存在的很大因素是因为种植牙并不纳入医保,公立医疗机构和民营医疗机构价格相差较大。”

一位行业人士向记者介绍:“不同的材料、不同的城市甚至同一城市不同的机构种植牙的价格也不一样,总体而言,价格在3000元/颗至20000元/颗。”

“一些不在医保范围内的药品、耗材纳入集采是大势所趋,要给老百姓以价格的透明。”一位不愿具名的政策分析人士向《证券日报》记者表示,种植牙在部分地区已经开始着手集采,这已经释放了信号。除了种植牙之外,关乎老百姓医药医疗需求的药品、耗材价格透明化都将成为集采的方向。

种植牙集采早有迹可循。国家医保局曾指出,有条件的地方根

据自身经济发展水平和基金承受能力,制定合理的支付标准;充分发挥商业保险的作用,探索探索将牙科项目纳入商业保险支付范围的可行路径。

2021年8月份,宁波市约谈了5家进口种植牙供应商。“根据2021年10月14日宁波市医保局发布的口腔种植牙品牌目录,确定了15个种植体品牌。从2021年11月1日至12月31日为新政策试运行期。试运行期间种植牙可使用医保历年个人账户支付。从2022年1月1日起使用《口腔种植体品牌目录》内种植体,医保历年个人账户可支付使用。”通策医疗董秘办相关人士向记者介绍,目录内的种植牙价格基本在3000元/颗至4000元/颗。

2021年11月份,国家药监局发布《牙科种植体系统同品种临床评价注册审查指导原则(征求意见稿)》;号召相关领域的专家、学者、管理者及从业人员提出建议,进行“一致性评价”。

不过,上述不愿具名的口腔连锁机构人士表示,种植牙并不是暴利,除了种植牙体外,医疗机构的运营成本、医生等也是重要成本支出。“种植牙集采会导致价格下降,但这仅是部分成本下降。”

券商发布的研报认为,我国种植牙市场空间可达1060亿元,未来种植牙赛道高速增长确定性很强。然而,2021年种植牙纳入集采的消息屡次传出,让这一赛道迎来洗牌。

A股口腔赛道的“顶流”是通策医疗,明星基金加持,巅峰时总市值超1300亿元。然而,随着种植牙集采政策的落地,通策医疗的总市值已经大幅缩水。同花顺数

据显示,截至2022年1月11日,相比2021年6月份的总市值超1300亿元,如今通策医疗的总市值不足600亿元,缩水超700亿元。

“公司不是种植牙生产商,集采一定程度上降低了公司的成本。”上述通策医疗董秘办人士向记者介绍,种植牙集采对公司目前业务影响不大。“相对而言,种植牙还是进口品牌为主。”

2021年以来,与通策医疗在同一赛道的瑞尔集团、中国口腔医疗集团、牙博士纷纷启动赴港上市。政策层面的变化是否会影响到口腔连锁机构的盈利预期、估值及上市进程?

张毅认为,随着集采的推进,种植牙价格势必会下滑,也会对当下民营口腔医疗机构的盈利方式产生影响,后者需要用增值服务来弥补价格下降带来的影响。

多家快递企业官宣“春节不打烊” 行业竞争“反内卷”拼服务

■本报记者 吴文婧 见习记者 冯思婕

临近春节,年货网购热潮推动国内快递市场进入节前高峰。中通快递、韵达快递、顺丰速运、中通快递等多家主流快递企业陆续官宣“春节不休服务”,以满足节日期间的寄递需求。菜鸟宣布春节期间将依托自建自营的物流体系,保障全国300多个城市的消费者照常收货。

2022年春节临近,各家快递公司继续喊出照常营业,德邦、韵达、中通、中通、圆通等均表示,将于2022年1月30日(腊月二十八)至2月4日(正月初四)提供“春节不休服务”,在此前后的其他时段按照

日常标准提供常态服务。而顺丰从2008年到2022年,已经连续15年全年无休。

申通“过年不打烊”项目发言人李琴表示,“申通已于一个多月前成立由总裁担任组长的‘过年不打烊’决策组和部门项目组,采取‘日日碰’的方式确定策略、统筹资源,有效保障所有转运中心正常运转,24小时动态更新车辆运输监测数据,确保货物及时流通;协调调节点车辆共用,保障最大化利用。”

中国乡村振兴建设委副秘书长袁帅向《证券日报》记者表示,“新冠疫情疫情防控不容松懈,快递行业是疫情期间民生保障的生力军,2022年春节不打烊意义重大,可以

保障民生,让群众正常生活不受影响,使得‘就地过年’更舒心。”

“多家快递企业在此时主动表示不打烊,是勇于担当社会责任的表现。”袁帅补充道。

为了让员工自愿留守,快递公司也抛出了春节“红包”。

李琴介绍,对于申通一线快递员、操作人员、值守职能员工发放节日红包,对偏远网点还给予额外补贴,激发各环节能动性,从而确保在不打烊期间给全平台、全区域、全商家提供及时、贴心的服务。

顺丰速运杭州华鸿大厦营业点的张先生告诉《证券日报》记者,自己选择在春节期间坚守岗位,“一方面是考虑到疫情的原因,春节会留

在杭州;另外,参考去年春节期间公司的各项福利补贴,多数员工都自愿留下来响应就地过年。”

对快递企业来说,在春节期间留住员工会带来一定的成本压力。对此,中通快递目前已发布了春节具体指导价格:快件重量1公斤以内,涨幅不超过1.5元/单;快件重量1公斤以上,首重报价涨幅不超过1.5元/单,续重报价涨幅不超过0.3元/公斤。

极兔速递也表示,春节期间,受疫情、交通、天气等因素的影响,时效及服务范围将会有所调整。

近年来,在行业“反内卷”的背景下,快递企业价格战偃旗息鼓,而

“春节不休”正是快递行业从价格竞争到价值竞争的实质转变,除了快递单价、运营能力等以外,快递企业更要拼在客户群体中的服务口碑。

IPG中国首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示,“‘春节不打烊’对快递企业保持或者提升市场份额乃至增收和提升客户黏性有着直接意义。”

“客户第一是今年申通‘过年不打烊’的核心策略。”李琴表示,申通将针对不同模式提供差异化服务。

德邦快递方面表示,春节期间,将通过全国网络覆盖、直营网点运营、人力支持、高质量末端派送等多重举措,力保快递收发服务一如既往,不打折扣。

亿纬锂能 上市12年负债大幅增长

■本报记者 矫月 见习记者 李雯珊

1月11日,亿纬锂能宣布与蓝晓科技建立战略合作伙伴关系,在锂资源产业链进行深度合作布局,并积极参与西藏则茶卡盐湖锂资源的开发利用。

2021年以来,新能源汽车一直处于爆发式增长状态,不少上市公司纷纷“链上”或加码投资锂电产业。上市12年来,作为锂电行业龙头的亿纬锂能负债出现较大幅度增长,而资产的增长幅度则稍微逊色。

针对其上市12年负债总额巨增251倍,资产总额仅翻60倍的情况,截至发稿,亿纬锂能未对《证券日报》记者作任何回复。

上市12年负债总额翻251倍

根据公开数据,2009年上市之初,亿纬锂能负债总额仅为6805万元,截至2021年三季报,亿纬锂能负债总额为171亿元;上市12年负债总额翻了251倍。

在资产总额方面,2021年三季度,亿纬锂能资产总额约为365亿元,而2009年的资产总额约为6亿元,上市12年,亿纬锂能资产总额仅翻了约60倍。

一位长期跟踪亿纬锂能的私募基金研究员表示,“亿纬锂能的负债总额出现大规模的增长主要是发生在2016年,可以算是公司融资规模发展的拐点。自上市以来,每年的负债总额都会翻2至3倍,在复合增长的作用下,整个负债的规模就出现了非常大的增长。”

根据公开数据显示,亿纬锂能自上市以来共进行了3次定向增发,第一次在2015年,金额为6亿元;第二次与第三次分别在2019年与2020年,融资金额分别为24.6亿元、24.7亿元。三次定向增发的融资规模为56亿元。

上述私募基金研究员透露,“2017年,该公司发行的可转债未获得证监会通过的主要原因就是监管机构认为亿纬锂能融资过于频繁,2015年进行6亿元定增,2016年发行8亿元的可转债。”

在其它融资方面,记者翻查该公司的公开信息可以看到:2018年,亿纬锂能公告拟申请注册发行总额不超过人民币15亿元(含15亿元)的超短期融资券;2019年发行中期票据4亿元。

锦华基金总经理、中国注册会计师秦先生表示,“锂电行业受益于下游需求旺盛,大力向上下游拓展,需要大量资金,通过举债提高产能和上下游的议价能力是正常现象,也反映了亿纬锂能通过资本市场提升了自身的融资能力,从而实现快速发展的目标;另一方面,建议投资者适度关注其即将到期的流动负债对公司流动资产和经营性现金流的影响,目前看影响应该不大。”

靠孙公司思摩尔输血22亿元

在2021年11月12日,亿纬锂能发布关于孙公司发行可转债的公告。这则公告的背后暴露了该公司“曲线融资”的算盘。

根据该公告,亿纬锂能将间接持有的思摩尔国际股权作为质押标的,在中国香港公开发行3.5亿美元的可转债,期限为5年。募集资金将用于境内外项目建设资金及公司运营资金。

据最新数据显示,亿纬锂能间接持有思摩尔国际31.86%的股权;此次用作发行可转债的股权份额为58,543,474股,约占思摩尔国际已发行股份的0.97%,转股交换价格为46.58港元,换股期为自2022年1月2日起至到期日前10天。

“可转债和可交债通过放大财务杠杆,可以给投资者带来更高的收益,但会增大公司的财务费用,给公司健康发展可能造成较大的风险。选择债务或股权融资需要结合公司的实际经营状况和债务久期而定。”秦先生表示。

“亿纬锂能此次借思摩尔发行可转债进行融资,金额约合人民币22亿元,这与该公司在2019年与2020年A股市场的公开定增数额相当。通过孙公司思摩尔发行可转债进行‘曲线’融资,不失为一个好方法。港股发行可转债没有需要具体项目投向,使用起来相对灵活,也可避开监管。”上述私募基金研究员表示,上市公司一般发行可转债或者可转债都会选择股价比较低低迷的时候,这样未来转股的可能性能够更大。根据目前亿纬锂能的股价情况,不大适合发行可转债或可转债。而思摩尔国际价格从高位腰斩,转股交换价格46.58港元,实现转股可能性非常高。

综上,亿纬锂能2015至2020年三次定增共融资56亿元,2016年发行8亿元可转债,2018年发行15亿元超短融,2019年发行4亿元中期票据,再加2021年利用孙公司思摩尔发行约22亿元可转债,亿纬锂能近7年在资本市场上直接融资的金额高达105亿元。

本版主编 袁元 责编 徐建民 制作 张玉萍 E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

浙江小山村成为高端鱼子酱产地 通过天猫远销海外

“衢州鱼子酱让我一年挣6万元到8万元,不仅可以给自己买衣服、给孩子买玩具,还给家里添置了新家具。”当地从事鱼子酱生产的村民方琴说道。

如果不是鱼子酱产业链的兴起,这样的收入对她来说是想象不到的。

1月10日正逢腊八节,浙江衢州乌溪江畔,鲜鱼养殖加工车间内,方琴和村民们正在紧张地忙碌着。一天前,天猫年货节正式启动,助农成为今年年货节最重要的事情。

方琴所在的浙江省衢州市石室村,被列入天猫年货节“卖空100个乡村计划”,她和工友手中的卡露伽鱼子酱,将在几天内发往全国各地乃至海外,成为消费者餐桌上的抢手美食。

鱼子酱有着“软黄金”的称号,是欧美追捧的舌尖美味。近几年,随着

中国养殖业的科技化创新,产自浙江衢州的鱼子酱凭借优质的品质,逐渐获得国际市场认可,不仅登上了德国汉莎航空的头等舱,还亮相奥斯卡晚宴。

方琴是浙江衢州石室乡石室村村民,也是衢州鲜鱼水产食品科技公司的一名员工。2014年之前,她是一名家庭主妇,只有丈夫在外工作挣钱,一家人日子过得拮据:“一个月500块钱生活费,烧菜都不敢多放一点油,朋友来家里串门,生怕她们留下来吃饭。”

后来,衢州市通过招商引资,将国内产量最大的鱼子酱生产企业引到石室乡。方琴看到工厂的招工通知,抱着试一试的想法,成为鱼子酱生产线上的“取卵”工。跟着老师傅学手艺,她慢慢了解到,每一粒鱼子酱来之不易。

2020年,疫情开始在全球蔓延,鱼

子酱出口销量受到影响。商家将注意力转移到国内市场,通过天猫拓展销路。对于国内外的消费者来说,原本价格昂贵的高端鱼子酱,通过天猫助农供应链,从原产地直达餐桌,以远低于米其林餐厅的价格,顾客就能享受到。天猫年货节期间,还有额外的优惠。

鲜鱼公司的副总经理夏永涛认为,和天猫的深度合作,不仅解决了疫情下的出口难题,长线来看,农业“最后一公里”与“最后一公里”数字化对接,还有助于打造更加符合消费者需求的新产品形态,塑造中国高端农业品牌。不是每个县城都有潜在的鱼子酱消费者。天猫一店即可触达广泛的消费人群。快过年了,越来越多的消费者也开始尝试鱼子酱这种新年货。

这几天,方琴每天早上6点便起

床出发上班,一天都在发货车间忙碌,直到晚上7、8点钟才能下班,过得很充实。

像方琴一样,鱼子酱产业带动了石室乡200名村民在家门口就业,还有近200名村民以订单农业的形式加入养殖合作社,实现收入大幅提升。产自中国的鱼子酱,经过他们的手,被送往世界各地的餐桌,获得海内外消费者的喜爱,成为一个衢州小乡村的骄傲。

以往十里八乡赶集,如今天猫一键买齐全球好物。据悉,今年天猫年货节涵盖了各地家乡年货、原产地美食、老字号、非物质文化遗产手工艺品、虎年主题新品等。其中,“卖空100个乡村”计划将覆盖23个省级行政区,110多个县域的农产品。

(王君) (CIS)



衢州生产的鱼子酱打包现场