

华北制药2021年净利润预降79% 欲跨界茶饮走“国潮风”

■本报记者 李春莲
见习记者 张晓玉

近期,华北制药受到舆论关注,一方面,其2021年归母净利润预计同比减少79.45%左右;与此同时,公司涉足新式茶饮也成为市场热议的话题。1月18日,华北制药工作人员就上述独家回应《证券日报》记者:“公司业绩下降主要受疫情和政府补助减少影响。跨界茶饮则是培育华药健康消费品的一次有益尝试,希望打造国潮饮品界的新标杆。”

集采资格 有望下半年恢复

1月15日,华北制药发布公告称,公司预计2021年实现归属于上市公司股东的净利润2000万元左右,较上年同期(法定披露数据)减少7732万元左右,下降79.45%左右;预计实现归母扣非净利润-5900万元左右。

对于业绩预减的原因,华北制药在公告中表示,这是“由于石家庄市藁城区新冠疫情冲击,以及内外多重不利因素叠加的复杂局面”。

此外,华北制药表示,与上年同期相比,本期计入当期损益的政府补助等非经常性损益事项合计减少约8000万元,主要是去年同期收到援企稳岗资金7944万元。

2021年,华北制药还曾因集采断供事件备受关注。而因集采断供,华北制药被取消了2021年8月11日至2022年5月10日参与国家组织药品集中采购活动的申报资格。

鼎臣医药管理咨询总经理史立臣表示,“集采断供事件对华北制药影响很大,公司的相关产品在将近10个月的时间里无法再参与国家集采申报,这就意味着很长一段时间内无法在公立医疗机构实现销售,只能从院外市场获得一些非集采营收,导致两个财年年度业绩受到影响。估计公司2022年下半年能恢复参与国家集采,但2022年5月10日后,集采断供事件的影响仍然难以消除。”

值得一提的是,华北制药工作人员向记者介绍,“目前华北制药布洛芬缓释胶囊每月产能已达到1100万粒,



能够保证集采的正常供应。”

瞄准茶饮赛道 寻找新的业绩增长点

除了业绩,华北制药跨界涉足新式茶饮一事也备受关注。2021年8月份,华北制药持股51%的华北制药河北华维健康产业有限公司推出奶茶品牌“甄饮子”,这一举动被市场解读为华北制药欲寻找新的业绩增长点。但业界对其跨界茶饮亦持有不同观点。

史立臣表示,“主要由于医药行业政策,现在药企都在布局非药领域,如进入日用品、做医美产品等来拓展新的业务单元,弥补主业经营压力。华北制药这几年经营压力很大,涉足饮品行业估计是经营压力所致,尤其是被暂停集采申报资格后,经营压力更大。”

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:“我国现制茶饮拥有千亿元级市场,每年仍有逾20%的增速,华北制药显然是想抓住年轻消费者,发挥药企的研发优势,以健康养生茶饮为突破,向消费者提供健康产品和服务。但这

毕竟是跨界经营,医药和茶饮的市场特征存在很大差别,且茶饮市场竞争激烈,华北制药的品牌能否在新赛道发威,存在不确定性。”

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林则表示:“不看好华北制药跨界做饮料,华北制药从一个有壁垒的医药行业,跨越到壁垒更低的领域,放弃了自己的特长,进入陌生领域,此举并不可取。”

不过,在四川天府健康产业研究院首席专家孟立联看来,“华北制药拥有一般饮料企业不具备的能力和优势。但这仅仅是成功跨界必要条件之一。事实上,健康食品饮料市场发展空间很大,比如,以健康为噱头的食品饮料不少,但真正健康的食品饮料却凤毛麟角。因此,我们对华北制药跨界抱有期待。”

药企纷纷跨界 新式茶饮究竟有多香?

事实上,不只是华北制药,此前老字号同仁堂也曾因卖咖啡、奶茶走红,其所开设的“知嘛健康”线下体验店,更是销售甘草拿铁、肉桂卡布奇诺和润肺茶、黑枸杞葡萄酒等饮品。

新式茶饮究竟有多香,吸引多家药企跨界。根据灼识咨询数据,2020年我国现制茶饮市场规模为1136亿元,2015年至2020年的复合增速为21.9%,预计到2025年市场规模可达3400亿元。

史立臣表示,“药企跨界进入饮料行业不是新鲜事,比如三九集团的999下火王、太极集团的太极水、天方药业的苹果醋系列、哈药集团的“苗条淑女”瘦身饮料等,从2010年至今,至少50家医药企业尝试过经营饮料业务。但迄今为止,尚没有真正的大众消费品牌诞生,且大多数半路夭折。而华北制2014年就曾涉足果汁饮料和饮用水,此番再次进入饮料行业,难度不小。”

胡麒牧认为,“药企跨界饮料大多选择保健饮料赛道,也就是利用传统中医药的一些保健食疗优势布局大健康板块,以实现业务多元化,分享健康消费市场红利。但医药和饮料行业的运行机制和消费特征有明显差别,渠道重合度非常低,因此药企跨界的成功案例并不多,药企需要进一步发掘医药与饮料行业的共同点,找准细分赛道,进而深挖垂直市场,力争取得突破。”

化妆品销售额创8年最大增幅 大力促销成增长“密钥”

■本报记者 李春莲
见习记者 王镜茹

1月17日,国家统计局发布数据显示,2021年化妆品类零售总额达4026亿元,2020年为3400亿元,增幅18.41%,创8年来化妆品类零售总额最大增幅。

不久前,国家药监局发布《化妆品生产质量管理规范》,对产品生产进行全过程监管,对于化妆品生产设备和生产环境提出较高要求,提高了新品进入的门槛。

万联证券研究所大消费组首席分析师陈雯接受《证券日报》记者采访时表示,在疫情影响以及监管趋严等因素的影响下,化妆品零售总额逆势增长,主要与消费群体持续扩容以及消费频次不断增加有关。中长期来看,化妆品渗透率及消费频次的提升仍有空间,两者将继续驱动市场持续向好。

行业增长“密钥”

2021年3月份至6月份,化妆品类零售总额每月同比增幅分别为42.50%、17.80%、14.60%、13.50%,均跑赢社会零售总额增幅;虽然从7月份开始增幅下滑,甚至8月份出现零增长,但10月份起,化妆品零售总额同比增幅再次领先于社零增幅。

值得注意的是,2021年内化妆品零售总额共有7个月(3月份、5月份、6月份、9月份、10月份、11月份、12月份)单月超300亿元,11月份更是创下全年高峰,达571亿元,比最低值(7月零售总额239亿元)高出332亿元。

陈雯告诉记者:“这首先基于化妆品消费群体持续扩容,相关产品迅速渗透于精致的年轻一代中,出现‘低龄化’‘男性消费’等趋势;二是从消费频次来看,国人使用化妆品的频次不断提升,消费逐渐由可选变为必选,年轻人对于颜值外表的重视推动化妆品消费快速增长。”

化妆品行业分析师李静怡认为,“这几个月几乎都出现在各种‘大促’前后:‘三八妇女节’‘618’‘双十一’‘双12’,促销活动已成为促进化妆品行业业绩增长的重要推动力。”

数据显示,得益于2021年的第一个大促节点,2021年3月份化妆品零售总额同比增长42.5%,创2021年

内最大增幅。

集合店成功“突围”

渠道方面,由于疫情,直播行业在过去两年快速发展,化妆品行业也从中获益。不过,根据国元证券发布的数据,2021年淘系化妆品成交额为2543.18亿元,同比下降8.72%。

对此,深圳市思其晟公司CEO伍岱麒告诉《证券日报》记者:“淘系化妆品下滑,跟整个淘系电商的流量下滑不无关系。分流主要体现在以下几个方面:一是受快抖两大短视频平台的直播电商影响;二是疫情让很多依靠社交的平台也崛起了,部分商品通过社交媒体进行销售;三是化妆品集合店崛起,给年轻消费者提供了更多购物场所选择。”

艾媒数据显示,2020年中国化妆品集合店行业市场规模为419亿元,其中新型美妆集合店占比达到7.6%。2021年有望提升至15.8%,市场规模预期将达到130亿元。

和麦贺达集团副总裁田黎明认为,化妆品线上渠道和线下渠道的占比或将趋于稳定。其中线上已经逐渐饱和,进入存量争夺阶段,接下来很难再出现爆发,但也不必担心衰退。

如今,消费者十分看重化妆品功效成分。艾媒咨询数据显示,63.9%和53.9%的消费者认为产品效果和成分是其购买化妆品的重要因素。

近两年,“玻尿酸”三巨头之一华熙生物的功能性护肤产品迎来爆发性增长。2020年该产品营收13.46亿元,同比增长112.30%,占公司总营业收入比例首次超过50%,达51.13%。而2017年至2019年,华熙生物功能性护肤产品营业收入分别仅为0.95亿元、2.90亿元、6.34亿元。

陈雯认为,我国功能性护肤品市场高速增长的原因在于,“从需求端来看,受环境变化、压力增加以及皮肤护理不当等因素影响,国人敏感肌群体不断增加,目前我国女性敏感肌群体占比达1/3;同时,在社交媒体平台的宣传推动下,国人敏感肌护理意识逐渐增强;从供给端来看,品牌、研发、渠道和营销为该行业筑起了壁垒,使得功能性护肤品市场竞争度较高,以‘皮肤学级护肤品’子赛道为例,业务规模排名前三和前五的品牌,市场占有率分别达到47.4%、61.7%。随着化妆品行业监管趋严,具备研发、渠道、营销、品牌等优势头部企业有望强者恒强。”

新冠治疗药物概念股“走红” 入局者搅动千亿元市场

■本报记者 张敏

受奥密克戎传入我国影响,1月18日,精华制药上涨7%,舒泰神上涨6%;港股上市公司歌礼制药涨超3%。根据同花顺iFinD数据,截至1月18日,自2021年12月20日以来,舒泰神区间涨幅超67%,歌礼制药、精华制药、雅本化学区间涨幅则已翻倍。

值得一提的是,中国市场仅有腾盛博药一款新冠中和抗体疗法上市,其他企业的新冠药物研发仍在进行之中。

舒泰神董秘办人士向《证券日报》记者介绍,公司针对治疗重型新冠患者适应症的新冠药物正在特别评审审批程序中,具体上市日期不确定。先声药业相关人士向记者透露,公司的新冠口服药物开发进入全力冲刺阶段。此外,君实生物正在积极推进新冠口服小分子药物VV116的临床试验,目前正在准备该药物国际多中心二、三期临床试验。不过,公司并未回复具体的上市时间。

新冠治疗药物的市场前景激发了企业研发热情。华创证券发布的研报认为,新冠口服药疗效优异,预计欧美发达国家市场在300亿美元级别,国内相关CMO供应链业务有望持续拓展。此外,国产新冠口服药未来每年(储备)

需求量有望达到亿人级别(对比2019年奥司他韦在国内销售超亿人份)。

国内多款治疗药物公布进展

1月17日,据报道,国内唯一获批进入临床试验的新冠治疗小分子药物VV116,年内通过临床试验后,有望在2022年下半年递交新药上市(NDA)申请。

据了解, VV116由中国科学院上海药物研究所、中国科学院武汉病毒研究所、中国科学院新疆理化技术研究所、中国科学院新疆理化技术研究中心共同研发。2021年10月份,君实生物宣布与旺山旺水达成合作,共同承担该药物在全球范围内的临床开发和产业化工作。

君实生物2021年12月31日宣布,乌兹别克斯坦卫生部已批准其口服核苷类抗新冠病毒药物VV116的紧急使用授权。对此,君实生物相关人士向记者表示,对该药物在国内的上市时间表不予置评。

除此之外,包括先声药业、歌礼制药等都在加速推进新冠治疗药物的开发。默沙东、辉瑞、吉利德科学相继公布进展,带动了A股相关概念股上涨,尤其是与上述主体生产相关的(原材料、

此外,1月13日晚,舒泰神发布公告称,公司STSA-1002注射液I期临床试验(国内)完成首例受试者给药。STSA-1002注射液可治疗病毒(SARS-CoV-2)导致的严重肺炎、急性肺损伤或急性呼吸窘迫综合征等。

概念股涨势凌厉

新冠治疗药物在疫情防控中扮演重要角色,全球范围内已经有多款药物获批上市。

2021年12月22日,美国FDA正式批准了辉瑞新冠小分子口服药PAXLOVID针对高风险轻中度患者的EUA(应急使用授权)申请。另一款新冠小分子口服药默沙东的Molnupiravir先在英国获批上市,之后也获得美国EUA。

2021年年底,吉利德科学(GILD.US)宣布,欧盟委员会扩大了瑞德西韦(Veklury)的适应症,可用于治疗不需要补充氧气且有可能发展为重症的成年新冠患者。此外,吉利德科学还表示,对奥密克戎变异株的遗传信息的初步分析表明,瑞德西韦将继续对该变异株发挥积极作用。

默沙东、辉瑞、吉利德科学相继公布进展,带动了A股相关概念股上涨,尤其是与上述主体生产相关的(原材料、

中间体等)上市公司受到追捧。

精华制药1月17日在投资者互动平台表示,公司子公司利托那韦中间体中包含系列中间体,不同品种的中间体价格不一致;跟2021年比价格暂无明显上涨情形;公司及子公司没有直接和吉利德科学签订供应合同,公司及子公司森管医药近期未签订和二氧六环产品相关的大额购销合同。截至1月18日,自2021年12月20日以来,精华制药的区间涨幅接近200%。

停牌核查的雅本化学1月18日在回复投资者提问“卡梅酯”相关情况时表示,公司将根据市场需求及订单情况决定是否扩产。据了解,卡龙酸酐及其衍生产产品从工艺流程上可用于合成辉瑞公司新冠口服药PAXLOVID。截至1月18日,自2021年12月20日以来,雅本化学的区间涨幅超270%。

值得关注的是,在新冠药物概念股持续上涨之际,多家上市公司股东公布了减持计划。

舒泰神发布公告称,公司于1月11日收到持股5%以上股东香塘集团的股份减持计划告知函;此外,精华制药发布公告称,公司于去年12月31日收到公司董事、总经理周云中的《减持计划书》。

披露质量,增强信息对称性。

陈梦洁认为,供给端,可通过不断完善资本市场提高A股上市公司的整体质量,增强A股对中长期资金吸引力;需求端,在制度规则上可以适时逐步提升养老金、险资等机构的权益投资占比,推出更多风险对冲型金融工具,在风险可控的前提下吸引长线配置资金入市;通道方面,建议完善发行产品的审核程序提升效率,稳步扩大市场、机构和产品高水平双向开放。

(上接A1版)

“保险资金投资权益性资产的比例上限提升过程中,保险资金投资股市的规模将继续扩张。”苏宁金融研究院宏观经济研究中心副主任陶金接受《证券日报》记者采访时表示,鉴于长期资金对投资风险更敏感,投资风格稳健甚至保守,在提升股票投资比例上限的同时,也需要引导保险资管、养老金机构加强自身投资研究能力、风控能力和基金等投资渠道的研究能力,如此才能扩

大管理人的选择范围,在长期投资中获得更高的稳健收益。

此外,随着我国资本市场改革开放力度加大,对境外长期资金的吸引力增强。证监会最新数据显示,2021年外资保持稳步流入,全年外资净流入A股市场3846亿元,为过去五年最高水平。

“目前外资通过陆股通流入A股资金占比达90%左右,此外,境外资本还可以通过QFII、沪伦通、中日互

ETF等方式参与我国资本市场,未来可以进一步深化与境外市场的互联互通机制,提高交易额度等方式增强资金的活力和人民币资产的吸引力。”陈梦洁称。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林建议,可通过畅通流动性方式吸引中长期资金。比如外债注资畅通的投资渠道;增加金融市场行产品的投放,提供更多风险对冲工具,同时,加强监管,提升上市公司信息

宁德时代发布换电品牌 “换”VS“充”再惹补能争议

■本报记者 李婷

1月18日,宁德时代董事长曾毓群拿着一块巧克力,为宁德时代“巧克力换电块”代言。与此同时,宁德时代“首发”换电品牌EVOGO,并宣布其将由宁德时代子公司时代电服进行运营。

宁德时代表示,组合换电整体解决方案由“换电块、快换站、APP”共同构成,其将在10个城市首批启动换电服务,并官宣一汽奔腾为换电品牌的首个合作车企。

宁德时代相关负责人向《证券日报》记者透露,换电模式下,实现了车电分离,买车可以不用买电池而是租电池,后续将陆续公布正在洽谈的其他车企。

不过也有业内人士质疑,特斯拉放弃了换电模式,而宁德时代时代的换电模式又能否成功?

截至2021年12月份,新能源汽车国内零售渗透率达到了22.6%,然而里程焦虑、补能焦虑和购置成本依然是消费痛点。

对于电动车的能源来源,早在2021年5月份召开的2020年年度业绩说明会上,曾毓群曾表示,“我们认为换电、快充在经济性和成熟度上都比氢能好。”

而在此次换电品牌发布会上,宁德时代提出在车电分离的模式下,将电池作为共享资产独立出来,推出“换电块、快换站、APP”的组合方案。据介绍,巧克力换电块“可以适配全球80%已经上市以及未来3年要上市的新能源平台开发的车型。”同时可以适用于A00级到B级、C级的乘用车以及物流车,打通了电池与车型的适配壁垒,实现换电车型的选择自由。

早在去年初,特斯拉和蔚来曾一度陷入“充电还是换电”的争论。特斯拉方面表示,充电是大规模民用电动车最好的补能方式,特斯拉早前尝试过换电,却放弃了。

另一边,以蔚来为代表的国内车企提出了不同意见。蔚来表示,蔚来的电池“可充、可换、可升级”,既可以充电,也可以换电。此外,在换电政策风口之下,吉利科技、长安、东风等企业也纷纷入局。

一位不愿具名的车企负责人对《证券日报》记者表示,同一汽车品牌可以采用换电或充电等多种模式,短期看,市场上将会出现换电和充电多种补能模式并存现象。在乘用车领域确实相对适合标准化换电,而商用车因电池较多且分散分布采取换电模式有一定的困难。

北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔则对《证券日报》记者表示,对于多数车企而言,电池包是利润较高的核心零部件,车企一旦放开让第三方进入之后,将很难掌控其核心竞争力。

真理研究首席行业分析师墨柯对《证券日报》表示,包括宁德时代等企业加速布局,可以预见近一两年内,换电模式将获得较大发展,但从车企角度看,还是抱着试一试的态度。

业内人士认为,技术力、资产力以及资源力将成为宁德时代发展换电模式的三大关键词,其中电池制造商比主机厂更具电池管理运营的技术基础;而依托动力电池循环寿命,通过电池租赁与梯次利用、回收利用等商业模式将提升盈利性;而其具有广泛的客户基础,多元的应用场景,才使其能够进行网络和生态运营。