

# 64家农林牧渔上市公司发布业绩预告 生猪养殖企业成亏损大户

■本报记者 桂小笪

“猪周期”对养殖类上市公司造成的业绩冲击正以直观的方式呈现出来。同花顺数据显示,截至2月6日,沪深两市共有64家农林牧渔上市公司发布业绩预告,从预告净利润下限这一指标排序中可知,预亏金额最高的前4家公司全是生猪养殖企业。

“生猪整体供应仍处于充足状态,预计2022年上半年猪价仍将处于较低水平,相关公司亏损仍将延续。”卓创资讯分析师李素杰在接受

《证券日报》记者采访时表示。同花顺数据显示,包括正邦科技、温氏股份、新希望、天邦股份等在内的多家主营生猪养殖业务的上市公司,2021年业绩均受到猪价波动的影响。

“报告期内,因生猪价格大幅下跌、饲料价格连续上涨,以及外购部分猪苗育肥、持续推进种猪优化等因素均推高了企业养殖成本,导致公司肉猪养殖业务2021年净利润同比大幅下降,出现深度亏损。”多家主营生猪养殖业务的上市公司在公告中表示,公司将继续推进

养猪业务固本强基工作,完善生物安全防控体系,持续提升存栏母猪质量,提高肉猪上市率,降低生猪养殖成本。

值得注意的是,这些上市公司的业绩压力在2022年上半年暂时难以缓解。供应端方面,生猪养殖从业者对后市一致看空,对生猪纷纷采取降体重提前出栏的策略,市场上120公斤以下的猪源较为充沛,屠宰企业收购大体重猪源减少,部分屠宰企业倾向于收购大体重猪源,导致生猪交易市场仍处于下滑之中。

李素杰在接受《证券日报》记者采访时表示,目前生猪出栏体重重下滑,出栏量增多,但整体供应仍处于充足状态。

部分上市公司在公告中表示,为了生猪产业长远发展,去年下半年采取了一系列措施。比如,加速淘汰更新低效母猪、弱猪等措施,在一定程度上增加了当期亏损;对猪场进行精准通风、喷淋、除臭等方面专项技改,提升育种优势,加速养殖屠宰深加工一体化转型等,但尚未在当期产生效果。

短期来看,养猪企业想在今年

上半年扭亏的难度较大。卓创资讯认为,目前市场猪源充足,供应端降体重提前出栏的现象反映出从业者看空后市的心态。从需求端来看,虽然春节假期效应对生猪价格提振显著,但在充沛的生猪供应下,市场消化能力有限,导致生猪价格整体上涨乏力。

“截止到1月29日,卓创资讯监测的全国自繁自养生猪每头亏损135.33元。预计2022年上半年猪价仍将处于较低水平,相关企业亏损或将延续。”李素杰对《证券日报》记者表示。

## 生物医药行业估值挤泡沫 开年以来九成公司股价下跌

■本报记者 张敏

随着A股上市公司业绩预告陆续披露,生物医药行业上市公司2021年整体业绩浮出水面。同花顺数据显示,截至2月6日,A股共有238家生物医药行业上市公司发布2021年业绩预告,其中155家上市公司业绩预喜,占比65%。在披露业绩变化幅度的235家上市公司中,有77家上市公司预计净利润增幅超100%。

然而,良好的业绩答卷却难以掩饰生物医药行业面临的前所未有的挑战:今年以来,新股上市破发频现,估值加速去泡沫化,明星上市公司、明星医药基金双双调整,生物医药行业似乎正迎来“至暗时刻”。

### 超六成医药上市公司预喜

在公布2021年业绩预告的生物医药行业上市公司中,有37家预计业绩扭亏,2家续盈,116家业绩预增(其中有25家预计业绩略增)。

在238家发布2021年业绩预告的生物医药行业上市公司中,有29家预计业绩首亏,18家预计业绩续亏,36家业绩预减(其中有10家预计业绩略减)。

从利润变化幅度来看,济民医疗、热景生物、力生制药、哈三联等预计净利润同比增长超1000%。智飞生物、药明康德、东方生物、新和成等预计2021年净利润超40亿元。

ST中珠、博晖创新、太安堂等多家医药公司预计业绩首亏,且净利润下滑幅度超1000%。

记者梳理后发现,商誉减值是上市公司业绩变化的重要因素。例如,博晖创新预计2021年亏损2.7亿元至亏损3.75亿元。公司称,计提商誉减值准备是业绩下滑的原因之一。一方面,由于中科生物进行停产改造以及中科生物下属筹建站运营资质的审批情况不及预期,导致公司控股子公司河北大安制药有限公司收购中科生物形成的商誉存在减值迹象。另一方面,公司控股子公司常州领航量子生物医疗科技有限公司(以下简称“领航量子”)由于经营业绩不及预期,导致公司收购领航量子形成的商誉存在减值迹象。

多家上市公司还公布了集采对业绩的影响。亚太药业称,公司2021年度业绩下滑的主要原因包括:本期因集中采购政策推行等致使销售收入减少;公司按照企业会计准则要求,拟对部分固定资产、长期股权投资计提减值等等。

### 行业估值加速去泡沫

疫情出现,曾让医药行业成为资本市场最热的板块。不过,在经历了估值快速攀升后,医药行业的泡沫又快速被戳破。

同花顺数据显示,2022年以来,截至2月6日,共有388家生物医药类上市公司股价收跌,占整个行业上市公司总量的比例超90%。此外,多家医药类新股出现破发情况,这种现象在港股中表现尤为明显。2022年以来,在有交易数据的196家医疗保健类上市公司中,有七成以上股价出现下跌。

曾在疫情中风光无限的生物医药行业,未来将何去何从?

东方高圣常务副总经理翟裕在接受《证券日报》记者采访时表示,近两年,疫情的发生带动了医药行业,尤其是与疫情相关的疫苗、药物、诊断试剂、防疫物资等领域的上市公司的估值也水涨船高。

“二级市场的估值已提前降温,去年在港股上市的医药股绝大部分在上市当天就破发,一级市场的高估值还在苦苦支撑,预计今年上半年也会有明显调整。”翟裕认为,不论是一级市场还是二级市场,上市公司股价终究要向真实价值回归,好的企业会有更高的估值,蹭热点的企业将会被打回原形。

翟裕向记者介绍,目前很多临床后期的创新药公司融资节奏明显放缓,估值也不断往下调整,仅靠上市套利的故事已很难吸引到投资人买单。投资机构开始普遍关注更早期的项目,很多机构开始参与天使轮投资,甚至直接下场孵化。

### 创新转型仍是行业底色

尽管医药行业股价在持续调整,但创新发展的底色并未改变。

2022年1月30日,工信部、国家发改委、国家卫健委、国家医保局、国家药监局、国家中医药管理局等九部门联合发布《关于印发“十四五”医药工业发展规划的通知》(以下简称《通知》),为医药行业的发展又注入了一剂“强心针”。

《通知》提出的行业目标是:到2025年,医药工业主要经济指标实现中高速增长,前沿领域创新成果突出,创新驱动动力增强,产业链现代化水平明显提高,药械供应保障体系进一步健全,国际化全面向中高端迈进。

具体来看,行业营业收入、利润总额年均增速保持在8%以上,增加值占全部工业的比重提高到5%左右;行业龙头企业集中度进一步提高。同时,创新驱动转型成效显著,全行业研发投入年均增长10%以上;到2025年,创新产品新增销售占全行业营业收入增量的比重进一步增加。

“创新仍是医药工业未来发展的关键。《通知》指出,大力推动创新产品研发。推动企业围绕尚未满足的临床需求,加大投入力度,开展创新产品的开发。支持企业立足本土资源和优势,面向全球市场,紧盯新靶点、新机制药物开展研发布局,积极引领创新。推进中药守正创新,开发与中药临床定位相适应、体现其作用特点和优势的中药新药。完善以临床价值为导向的药物临床研发指导原则,强化信息引导,促进企业合理布局研发管线。”

“《通知》的核心仍是推动医药行业创新发展。企业需要围绕关键技术和行业短板进行研发创新。以仿制药为主的行业正在改变,创新药在未来仍具有投资价值。”一位不愿具名的行业人士向记者表示。

## 聚焦春节档票房经济

# 春节档观影人次创五年新低 高票价是“拦路虎”吗?

■本报记者 谢若琳

“今年春节档整体观影人次下降,总票房也不及预期。”北京一家影城经理向《证券日报》记者总结称。

北京的观众马宣对记者表示,“我的观影体验太差了,电影开场2分钟还没关灯,找工作人员反映时发现,很多工作人员是兼职的,不完全懂流程,整个观影过程乱糟糟的。”

这是今年电影春节档的真实写照。上述影城经理表示,由于电影市场不太景气,2021年大部分影城经历了多轮裁员,有的影城仅留下几个人,热门档期全靠兼职,因而影响了工作效率。

统计数据也显示,今年的春节档(1月31日至2月6日)影院仍收获颇丰,总票房收入已达60亿元(含服务费,下同),排名影史第二。但需强调的是,高票房是高票价带来的,今年春节档期间平均票价为52.8元/张,同比上涨8%,与疫情发生前的2019年相比涨幅达18%。

悦东文化CEO师烨东对记者表示,今年春节档影院呈现高票价现象,其背后的根本原因还是缺乏好的电影,如果都是《你好,李焕英》《流浪地球》之类的高品质电影,观众对票价的高低可能就不会那么敏感。另外,前几年春节档电影市场“走红”,一方面是由于票价低,另一方面是由于娱乐方式较少。最近两年,线上短视频兴起,也在一定程度上分食了人们对电影社交娱乐的需求。

### 票房收入60亿元 观影人次创五年新低

灯塔专业版数据显示,截至2月6日20时,春节档总票房收入已达60亿元,观影总人次为1.13亿人,总场次为314.32万场。

与之对比,2019年、2021年春节档(2020年春节档因疫情取消)的总票房收入分别为59.05亿元、

78.43亿元;总观影人次分别为1.32亿人、1.6亿人;总播放场次分别为292.5万场、287.53万场。

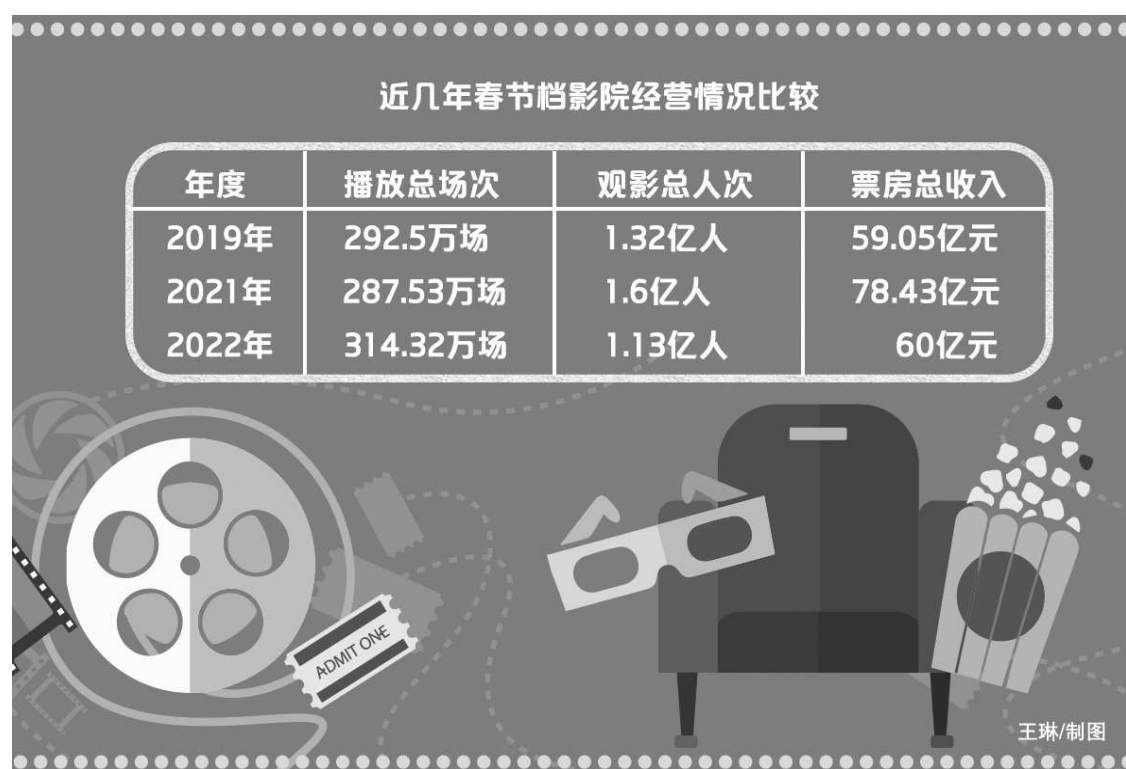
由此可以看出,今年春节档虽然影院播放场次更多,但票房收入并没有显著增长,观影人次更是显著下滑。以春节当日为例,今年大年初一有2592万人走进影院,比去年少了854万人,下降约33%;比2019年减少637万人,下降约20%。

国泰君安研报指出,2022年春节档虽场场播放场次创近五年新高,但观影人次却创近五年新低。根据猫眼专业版的数据,2022年春节档初一至初四的电影播放场次分别为56.4万场、51.8万场、49.8万场、46.5万场,均为近五年新高;但观影人次分别为2592万人、1926万人、1893万人、1658万人,均为近五年最低,由此计算出来的场均观影人次亦为近五年新低。

2022年春节档共有8部电影上映,票房排名前五的电影分别是《长津湖之水门桥》(以下简称《水门桥》)、《这个杀手不太冷静》《奇迹·笨小孩》《熊出没·重返地球》《四海》。其中,《水门桥》以票房收入24.48亿元一骑绝尘,占总票房比例超过四成;《这个杀手不太冷静》大年初二开始逆袭,上座率登顶。

灯塔研究院行业分析师张荣棣在接受《证券日报》记者采访时表示,今年春节档电影票房追平疫情前的2019年春节档,排名影史第二。在市场格局上,今年春节档延续去年和2016年的“超级头部”阵型。《这个杀手不太冷静》在映前热度居高不下,上映后凭借稳定的口碑、密集的笑点,借喜剧刚需的东风逆袭,目前已攀升至票房第二。由此可见,在阖家欢乐的春节档期间,喜剧仍是一种刚需类型。

“与去年相比,今年的喜剧少了,强喜剧类型只有一部《这个杀手不太冷静》。历史战争题材多了,但不冷不热的《水门桥》,还有小众口碑好片《狙击手》,延续了去年主旋律题材影片的优势特点。”



张荣棣进一步表示。

### “最贵”春节档 电影票均价达52.8元

“春节看电影,一年比一年贵了。”马宣对记者表示,一家五口看电影,如果买点饮料、爆米花,花费需要近千元。

2月1日大年初一,记者在海淀区购票,甚至找不到百元以下的电影票。平时售价50元左右的2D影厅,春节期间售价普遍提升至119元以上,黄金场次更是高达169元。如果想看100元左右的电影,只有早上8点多的场次。

灯塔专业版数据显示,2017年、2018年、2019年、2020年、2021年的全年电影票均价分别为:34.4元/张、35.3元/张、37.1元/张、37元/张、40.3元/张;2017年、2018年、2019年、2021年春节档票均价分别为:37.8元/张、39.7元/张、44.7元/张、48.9元/张。

与之相比,2022年春节档电影票均价为52.8元/张,一线城市平均票价高达66.4元/张,因此被业内称为“最贵春节档”。

“今年票价太高,确实劝退了一部分观众。”上述影城经理表示,从大年初三开始,大部分影城已开始下调票价,但上座率却没有明显改观。“今年发行价定价就比往年高,整个电影行业内卷严重,作为终端的影院压力就太大了。”

该影城经理对记者介绍称,电影发行价决定影院的售价,发行价越高,影院的票价也会越高。“发行价相当于产品进货价,如果票价低于发行价,影院是要自己补贴的。”

记者获悉的春节档几大电影发行方案显示,今年春节档单张电影票的发行价同比高出5元至10元。以韩寒导演的《四海》为例,该片发行团队下发给院线的通知要求,A类城市(北京、上海、广州、深圳)数字2D银幕每次票价应为40元/张,B类城市(除上述4城之外的

其他城市)每人票价应为35元/张;如果是中国巨幕2D、中国巨幕AT-MOS-2D等特殊银幕,A类城市,B类城市的票价均为45元/张。发行方强调,“贵方应按不低于该影片票房结算标准与我司进行结算,如实际终端电影销售票价高于票房结算标准的,则以实际终端电影销售票价为准。”

一位专注于TMT的券商行业分析师对《证券日报》记者表示,春节期间,很多影院电影票价涨幅明显,一方面是因过去一年线下影院承受巨大压力所致,很多小影院春节档收入占全年收入超七成;另一方面,消杀工作增加了影院成本,疫情之下零食销售锐减也导致影院收入减少。

“高票价肯定会伤害观众的观影热情。”该分析师对此也表示了担忧,“电影票价再涨下去,观众就都跑了。因此,相关利益方不能饮鸩止渴、竭泽而渔,还是要顾及电影行业的长远发展。”

# 春节档乡镇影院人气旺 提升观影体验仍需配套设施

■本报记者 曹卫新

每逢节假日,邀上三五个亲朋好友,骑车或步行到镇上的电影院看一场电影,正成为小镇青年的休闲选择之一。

虎年春节档,记者走访江苏省南通市如东乡镇电影院后了解到,随着影院建设不断下沉,乡镇影院逐步成为当地居民精神食粮的“主粮”,越来越多、越来越好的乡镇影院开始让小镇青年体验到了大城市年轻人手捧爆米花走进电影院观影的幸福感和获得感。

2月1日下午2点,记者到达南通如东河口镇的幸福蓝海影城后发现,现场人头攒动,候场厅里坐满了等待观影的人群,售票处、卖品处、检票口都排起了长队。一如往年春节档,虎年春节档的观影人气也很旺。

记者在现场看到,一些现场买

票的人都在询问心仪的电影最近的播放场次和时间,售票人员回应称,“下午场基本都满了,要等到晚上7点以后了”。

“假期我和家人都会过来看电影,相比APP上的票价而言,现场买票要便宜点,我们都习惯了来现场买。”记者在售票处随机采访了一位李先生。他告诉记者,以往他们一般都去离家十几公里的桥茶影城或更远一些的岔河影院观影,自从自家镇上建了这座电影院,基本上很少去远处看了。

售票间隙,现场工作人员告诉记者,“这家电影院是2020年开业的,开业没几天就赶上了疫情,中间歇了有半年时间。好在2021年春节档生意挺好的,今年从预售情况来看,应该也不错。”

猫眼专业版统计数据也显示,2月1日大年初一当天,幸福蓝海影城河口店观影人次为1436人,综合

票房8.34万元。截至目前,包含幸福蓝海影城河口店在内,如东共有13座乡镇影院。在2月1日当天,这13座乡镇影院累计观影人次达23638人,综合票房累计150.18万元;单个影院的票房在4万元至21万元不等。

疫情之下影院生存举步维艰,乡镇影院释放的生机推动着中国电影市场的复苏。数据显示,2019年年初,江苏省内仅有174家乡镇影院。到2020年10月,江苏省内乡镇影院数量已增至267家,覆盖率达21.5%。2021年春节档,仅大年初一到初四的4天时间里,江苏省内乡镇影院的总票房收入就达到1.48亿元,贡献了全省近五分之一的春节档票房。到去年底,全国银幕数已突破8万块,乡镇影院的繁荣超过1.2万块。虎年春节档,乡镇影院有望继续扛起春节档“票仓”大旗。

不过,乡镇影院虽然“美”,但也有“烦恼”。记者在调研中发现,一张电影票的票价便宜的也要二三十元,贵的要六七十元。花费几十元钱看电影,有些居民并不觉得“花得值”。春节长假即将结束,在外务工的返乡人员将陆续返回城市,乡镇影院又将流失一波观影人群。如何留住观影人气、保证上座率,成为摆在乡镇影院面前的一道难题。

家住南通如东岔河镇的小杨是影院常客,在她看来,生活需要仪式感,每个月她都会去电影院看电影。接受采访的小杨告诉记者,镇上的影院平时上座率非常低,看电影的人很少,票价也便宜,有时就几个人,几乎算是包场。

面对乡镇影院的痛点,工信部信息通信经济专家委员会委员、中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林在接受记者采访

时说道:“乡镇影院受限的关键不是因为贵。尤其是东部乡镇,经济很发达,有区域经济支撑,观影需求也很旺盛。乡镇影院主要受制于用户体验。当前影院的需求并非单纯看电影,‘大城市卖场+娱乐影视美食’体验的模式是主流,体验是综合性的,影院只是娱乐生态中的一环。由于乡镇人口密度不高,很多影院会考虑压缩成本,乡镇影院和大城市影院在体验上仍存在差距,配套设施、娱乐设施投入不足。另外,当前线上观影占比也在提升。迪士尼已开始将影视IP投放到流媒体,院线IP资源数量和数量都在下滑。”

“建议乡镇影院要持续经营,在成本和体验上去做平衡。影院不是独立载体,要有一定的周边娱乐设施来配套。要尊重市场主体决策原则,让企业去预估乡镇影院市场的容量。”盘和林对记者表示。