

16项辅助生殖技术项目纳入北京医保 未来有望全国铺开

■本报记者 张敏
见习记者 张安

2月21日,北京市医保局会同市卫生健康委、市人社局印发《关于规范调整部分医疗服务价格项目的通知》(以下简称《通知》),对63项医疗服务价格项目进行规范调整,其中对体外受精胚胎培养等53项辅助生殖技术项目进行了统一定价。同时,《通知》指出,为实施积极生育支持措施,通过组织专家论证,在费用可控、确保医保基金可承受的基础上,将门诊治疗中常见的宫腔内人工授精术、胚胎移植术、精子优选处理等16项辅助生殖技术项目纳入医保甲类报销范围。新政策将于3月26日正式落地。

受此消息影响,当日午后,多家相关上市公司股价大幅拉升,其中康芝药业、达嘉维康涨停。

业内人士向《证券日报》记者表示,未来该政策有望在全国铺开。

首进医保

近年来,随着二孩、三孩等配套政策密集出台,人口问题持续受到国家高度关注。辅助生殖技术纳入医保将给最想生育的人群以更多的保障。

“这一政策的发布显示了国家大力鼓励生育的决心。”辅助生殖(试管婴儿)医疗机构、医保定点单位北京家圆医院院长廖希兴奋地告诉记者表示,“尝试做辅助生殖技术的人群,是有强烈生育意愿的人群。做辅助生殖有个特点:是做一次成功率有限,没成功的需要继续尝试,但是这样一再治疗,会增加患者经济负担。国家之所以此前没有将辅助生殖技术项目纳入医保,应该也是因为考虑到费用太

高。对老百姓来说,这是一个很好的福利,能减轻老百姓的负担,增加他们尝试辅助生殖的机会,增加成功生育率。”

2月21日,平安证券发布的研报认为,北京此次将16项辅助生殖项目纳入医保后未降价,此次纳入医保的项目有体外受精胚胎培养、囊胚培养等十六个项目。其中2项是IUI(人工授精)的项目,1项是二代IVF(试管婴儿)的项目,3项是三代IVF的项目,其余则为胚胎储存等项目。

“通过对比,我们发现纳入医保后,这16个项目与之前的价格没有变化。我们认为,辅助生殖体现了医生的技术与服务价值,因此对于核心的技术服务环节,降价风险有限。目前我国IVF单周期平均花费约为3.5万元至4.5万元(不包括三代),此次进入医保,医保覆盖约8000元至11000元。国家近期鼓励生育的政策频出,我们认为未来辅助生殖项目有望在更多地区纳入医保支付。”平安证券指出。

但北京将辅助生殖纳入医保报销之后,后续会不会有更多的地方跟进?

曾有全国人大代表提出“关于‘不孕不育症’辅助治疗纳入国家医保提高人口增长的建议”。对此,国家医疗保障局曾于2021年9月15日在《国家医疗保障局对十三届全国人大四次会议第5581号建议的答复》中表示,医保部门已将符合条件的生育支持药物溴隐亭、曲普瑞林、氯米芬等促排卵药纳入支付范围。同时,在诊疗项目方面,将指导各地立足“保基本”的定位,在科学测算,充分论证的基础上,逐步把医保能承担的技术成熟、安全可靠、费用可控的治疗性辅助生殖技术按程序纳入医保

2月21日

北京市医保局会同市卫生健康委、市人社局印发《关于规范调整部分医疗服务价格项目的通知》对63项医疗服务价格项目进行规范调整,其中对体外受精胚胎培养等53项辅助生殖技术项目进行了统一定价

受此影响,37家辅助生殖概念股,有35家上涨。其中达嘉健康、康芝药业、思创医惠、共同药业、悦心健康、汉商集团等涨幅超10%

支付范围。

此外,今年有网友在人民网领导留言板提出“请求不孕不育纳入医保,请求辅助生殖纳入医保”,对此,河南省医疗保障局回应称:“在当前情况下,基本医疗保险制度主要还是立足于为群众提供基本医疗保障,着力满足基本医疗需求,还没有能力将支付范围扩大到辅助生殖类项目。”

渗透率有望提升

根据沙利文的数据,到2023年我国不孕不育的人群占比将达到18%。港股上市公司锦欣医疗发布的招股说明书显示,2017年中国大约有4770万对不孕症夫

妇,预期于2023年将增加至约5620万对。2017年,约有527000名患者在中国接受辅助生殖服务,预期将于2023年增长至约956000名,复合年增长率达到10.4%。

与美国相比,我国辅助生殖技术的渗透率较低。

对此,私募排排网研究员包金刚向本报记者表示:“目前我国辅助生殖行业渗透率较低,仅为8%左右(美国超30%),其中的一个主要原因就是费用较高。以IVF为例,单周期平均价格为3.5万元左右,35岁以下的女性做过1次周期的比例为43%,但35岁至39岁女性的对应比例达61%,2次周期就达7万元,价格高昂。如果将辅助生殖项目纳入医保,可以降低患者的经济

压力,有利于增强患者治疗意愿。”

同花顺数据显示,2月21日,37家辅助生殖概念股中,有35家上涨。其中达嘉健康、康芝药业、思创医惠、共同药业、悦心健康、汉商集团等涨幅超10%。

对此,广州圆石投资医药行业首席研究员李益峰向记者表示,辅助生殖纳入医保体系后,行业渗透率提高有望加速。从供给端来看,私立医院市场占有率仅为10.71%。随着需求增加,将推动整个辅助生殖市场进行扩容。而公立医院窗口有限,后续私立医院有望迎来窗口期,可通过增值服务来吸引客户。从产业链来看,辅助升值的上游——医疗器械或将成为黄金赛道。

海底捞预告去年最高亏45亿元 初尝疯狂扩张恶果?

■本报记者 许洁
见习记者 王君 贺玉娟

2月21日,海底捞2021年最高亏45亿元的消息引发关注。公司盈利警告称,2021年净利润亏损约38亿元至45亿元;营业收入预计超过400亿元,增长超过40%。

该消息一出,2月21日港股餐饮板块大跌。其中,海底捞股价大跌6.04%,九毛九跌4.26%,快餐帝国跌3.53%,呷哺呷哺跌2.85%。

对于2021年业绩亏损的原因,海底捞归因于2020年、2021年门店网络快速扩张以及公司内部管理问题等对经营状况带来的冲击。

急速扩张 半年或亏掉三年净利

2月21日早间,海底捞发布的盈利预警显示,预计2021年全年亏损38亿元至45亿元,而在2021年上半年海底捞还实现了9453万元净利润。这意味着,海底捞在半年之内亏掉了上市以来近三年的净利润。数据显示,海底捞自2018年至2020年分别实现净利润为16.46亿元、23.45亿元和3.09亿元,合计约43亿元。

相较于净利润的不断下滑,海底捞的营收却步步高升,预计2021年全年营收将实现400亿元,同比增长超40%,出现增收不增利的情况。

这样的业绩情况或与海底捞此前门店急速扩张有关。中国食品产业分析师朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示,海底捞依靠扩张治标不治本,短期来看门店扩张有利于提升收入,但急速的扩张则会加大整体的管理成本及经营风险。

数据显示,截至2021年6月底,海底捞全球门店总数为1597家。受益于门店扩张带来的利好,2019年海底捞营收增长56.5%,彼时,海底捞便立下快速扩张目标,并在疫情之下不改扩张之势,2020年至2021年上半年海底捞分别新开门店544家、299家,逆势扩张843家门店。

扩张之下各项成本也在增加,据海底捞半年报数据显示,2021年上半年海底捞原材料及易耗品的成本达85.02亿元,同比增长95.5%,员工成本达71.61亿元,同比增长75.8%。物业租金及相关支出达1.98亿元,同比增长125.2%。此外,业务扩张导致其2021年上半年资产负债率高达75.4%,较2020年上半年同比增长约一倍。

疯狂扩张之后,海底捞终于按下“暂停键”,2021年11月5日,海底捞发布公告称,将于12月31日前紧急关停300家左右经营未达预期的门店。此外,海底捞还推出了“啄木鸟”计划,持续关注经营业绩不佳的门店,并相应采取改善措施;重建并强化集团部分职能部门,恢复大区管理体系,适时收缩集团的业务扩张计划。

关停300多家餐厅以及餐厅经营业绩下滑等因素导致海底捞处置长期资产的一次性损失、减值损失等合计约33亿元至39亿元。

“虽然海底捞已经开始断臂止血,关停近300家门店整体亏损面有所收窄,但在疫情之下,庞大的门店规模或将拖累海底捞2022年的整体业绩。”朱丹蓬表示,“目前的海底捞失去了差异化竞争优势,沦为平庸大众品牌,整体的品牌效应并不足以支撑其扩张后带来的规模效应。因此,预计2022年海底捞仍将面临亏损的局面。”

近一年市值蒸发超3600亿港元 海底捞能打翻身仗吗?

从餐饮行业发展来看,根据中国烹饪协会发布的《2021年中国餐饮市场分析及2022年市场前景预测》显示,2021年,全国餐饮收入46895亿元,与上年相比由负转正增长18.6%,两年平均下降0.5%,还未恢复至疫情之前的2019年水平。鉴于疫情反复多发,餐饮业不断调整发展策略,采取关停部分门店等措施应对当前困境。

同样为火锅头部企业的呷哺呷哺亦在2021年关闭亏损门店,实行外卖、呷煮呷烫、茶饮等为新增长点的策略。

近年来,越来越多的火锅企业崛起抢滩市场,火锅行业成为“吸金赛道”。《证券日报》记者梳理发现,今年1月份,重庆火锅直营品牌珮姐宣布完成亿元A轮融资。而自去年以来,周师兄、巴奴等多个火锅餐饮连锁品牌接连获得融资,且融资额均为上亿元级别。

其中,2021年,有消息称巴奴毛肚火锅将完成超5亿元新一轮融资。对此,巴奴创始人杜中兵在20周年媒体交流活动中透露,目前还在与投资方接触,并未完成融资。“巴奴会遵循自己的拓店节奏,3年之内巴奴依然会聚焦一二线城市”。

艾媒咨询创始人张毅对《证券日报》记者表示,在资本加持下,火锅行业赛道表现势头强劲,各品牌竞争不断白热化。“火锅已经成为竞争最激烈的赛道之一。越来越多的人杀入赛道,但同时也越来越多的入倒下。”

“目前海底捞的主题应该就是调整,去掉冗余门店,重新将每个店的效率发挥到极致,但是要恢复到4700亿港元的市值,短期来看,超出了基本逻辑支撑。”前宅食送CEO、“餐饮老板内参”副总裁穆杨对《证券日报》坦言,近期来看,海底捞在调整战略下市值能回到初期就不错了。“当然,前提是调整成功”。

盈利预警消息发布后,截至2月21日收盘,海底捞股价大跌6.04%,报收18.98港元/股。相比去年海底捞股价冲破历史高点达85.75港元/股,总市值一度接近4700亿港元。然而,近一年以来海底捞股价已跌超75%,市值蒸发超3600亿港元。

作为头部火锅企业,虽然面临门店收缩窘境,但壮士断腕的整改决心能否让海底捞重回巅峰?仍需拭目以待。

医疗企业扎堆赴港上市 多家公司IPO折戟再递表

■本报记者 许洁
见习记者 张安

2月21日,推想医疗科技股份有限公司(以下简称“推想医疗”)招股书到期,在港交所官方网站变为失效状态。

自2月14日至21日,短短一周时间,就有3家医疗公司因招股书到期导致上市折戟。这三家公司分别为Mega Genomics Limited(以下简称“美因基因”)、深圳北芯生命科技股份有限公司(以下简称“北芯生命”)以及推想医疗。其中,美因基因于2月16日招股书失效,招股书失效的第二天,美因基因火速更新招股书信息,开启二度赴港上市征程。查看港交所官网可见,与美因基因一样因招股书失效而再度交表的公司并不少。

多家医疗公司IPO受挫 招股书失效后再递表

目前,有多家医疗公司排队赴

港上市都存在招股书即将到期的情况,除上述3家公司外,本月内还有纽脉医疗、药捷安康、雅普耳鼻喉等公司的招股书即将到期。

2月17日,美因基因二度交表。资料显示,该公司是一家基因检测平台公司,专注于消费级基因检测及癌症筛查服务。根据弗若斯特沙利文报告显示,美因基因是中国最大的消费级检测平台,并且是全球三大消费级基因检测平台之一。

业绩方面,美因基因于2018年、2019年、2020年及截至2021年9月30日止9个月,实现营收分别为1.95亿元、1.24亿元、2.03亿元及1.52亿元;净利润分别为2200万元、2970万元、7910万元及4160万元。

另外一家招股书失效的公司为北芯生命。创立于2016年的北芯生命是一家提供心血管疾病的精准治疗解决方案的医疗科技企业。业绩方面,2019年、2020年以及2021年第一季度,北芯生命的营业收入分别为0、158.8万元和475.3

万元,净亏损分别为3964.4万元、5711.5万元和2583.6万元。公司亏损的主要原因是新产品研发费用和产品的销售费用。

2021年8月20日,推想医疗向港交所递交招股书,高盛、瑞银集团、中信建投国际为联合保荐人。资料显示,推想医疗以肺结节AI为起点切入生命科学。

营收方面,推想医疗2019年、2020年营业收入分别为人民币662万元、2770万元,同比增长318%;2021年一季度实现营收2213万元,较去年同期484万元增长357%。利润方面,推想医疗2019年、2020年和2021年一季度,经调整的净利润亏损为1.52亿元、1.25亿元和12695万元。

虽然尚未盈利,但北芯生命和推想医疗备受资本青睐。北芯生命IPO前,累计完成6轮融资,投资方包括红杉中国、德诚资本、国投创投、启明创投、博裕资本、泰格医药等多家机构。而推想医疗成立五年间,完成了7轮融资,投资方包

括红杉中国、启明创投、元生资本、鼎晖投资、中关村并购母基金、高盛资管、建行建信信托等,总融资额超过14亿元。

此前,博日科技、健世科技、医达健康、瑞科生物等多家企业均因招股书到期失效选择二度向港交所递交招股书。其中,博日科技仅在第二次交表后第4天就通过了港交所聆讯。

医疗公司纷纷赴港上市 港交所审核压力增加

自港交所2018年修改《上市规则》引入18A章,允许未盈利生物科技公司在香港上市以来,医疗公司赴港上市热潮不断。

根据港交所官方公布的数据显示,截至2021年12月17日,共有92只新股上市,首次公开集资金额达3189亿元。其中有54家新经济公司,占期内香港首次公开招股集资金额的86.6%。而在这54家公司中,有32家是医疗保健及生物科技公

咖啡市场前景真香 诱中国邮政、“两桶油”等竞相入局

■本报记者 李春莲

开年以来,咖啡行业风起云涌,成为“内卷”最为激烈的赛道之一。星巴克、瑞幸等先后涨价引发不少争议。

近日,中国邮政的第一家咖啡店在厦门正式开业,这一举动标志着中国邮政正式进军咖啡行业。“中国咖啡市场空间广阔,属于年轻消费群体最为青睐的高频、刚需消费品类之一。”易观分析品牌零售行业分析师李心怡向《证券日报》记者表示,咖啡这一品类标准化程度较高,易于规模化扩张。

铺开就能做全国第一?

中国邮政并不是第一家跨界开咖啡的巨头。此前,中国石化凭借坐拥3万座加油站的优势,被市场认为只要铺开就是全国第一。

2019年9月3日,中石化易捷发布全新品牌“易捷咖啡”,首店落户苏州,中国石化的加油站咖啡正式面市。此次中石化易捷选择合作伙伴是互联网咖啡品类的创建者“连咖啡”。

两年多过去了,《证券日报》记者通过查询发现,截至目前,除了苏州、北京、上海、南京等城市均有三、四家中石化易捷咖啡。

数据显示,中国邮政依托自身遍布城乡、覆盖全国的优势,坐拥近9000个揽投部、5.4万个营业支局所和42万个信息系统完善的合作邮乐购站点资源。

这意味着,中国邮政将来至少有5万家门店可以用来卖咖啡。

想做全国第一的还不止中国邮政和中国石化。早在2018年,中石油旗下昆仑好客咖啡项目开始开始在便利店铺设现磨咖啡。

如今,中国邮政的到来,也让竞争激烈的咖啡市场再添变数。

李心怡认为,中国邮政有着庞大的邮政网点,跨界做咖啡容易形成规模,且中国邮政这块招牌本身就有着品牌效应,在打开消费者认知度上已经消除了许多障碍。跨界做咖啡面临的是专业咖啡品牌的竞争,如何做好产品品质、用户体验、品牌运营、供应链管控,对中国邮政都是新的挑战。

行业规模呈持续扩大趋势

之所以中国石化、中国邮政等大佬不断入局咖啡市场,是这个行业的广阔前景“诱人”。

艾媒咨询数据显示,2020年中国咖啡行业市场规模达3000亿元,中国咖啡行业市场规模预计将保持27.2%的上升态势,远高于全球2%的平均增速。2025年中国咖啡行业市场规模将达1万亿元,总体呈现持续扩大的趋势。

国泰君安发布的研究报告表

示,得益于居民可支配收入提升下的消费升级趋势,以及国内品牌的烧钱补贴对消费者的加速教育,中国咖啡市场未来有望持续快速增长。

事实上,星巴克作为老牌咖啡品牌,受到越来越多的冲击,“一哥”地位已经愈发不稳固。

在此背景下,星巴克、瑞幸相继宣布上调咖啡价格。

与此同时,新兴的咖啡品牌依靠自身的优势不断抢占细分市场,这也导致咖啡市场投融资活跃度较高。

其中,三顿半主营产品速溶咖啡,目标客群为一、二线城市的学生及年轻上班族,2021年6月份获得B+轮融资。

而Manner Coffee是一个咖啡连锁品牌,兼具精品咖啡的高品质和日常饮品的亲民定价,目标客群主要为一、二线城市年轻白领,2021年6月份获得B+

轮融资。

易观分析相关研究报告还提到,Manner Coffee品牌估值已飙升至20亿美元,单店估值已破亿美元,远超星巴克等第三空间或者高端精品咖啡,目前全国营业门店350家至400家。

与此同时,喜茶、奈雪的茶等新茶饮企业也杀入咖啡市场,中华老字号同仁堂也跨界卖起养生咖啡。

“目前更看好平价咖啡市场,其市场空间较精品咖啡更大,也更易规模化,在这条细分赛道应该会跑出一两个龙头品牌。”李心怡认为,目前中国咖啡市场仍处于相对早期,消费潜力巨大,现磨咖啡高频、刚需,且能满足年青一代生活仪式感需求,在各咖啡细分赛道中热点最高,增长潜力可期。“饮品化”和“平价化”是中国现磨咖啡市场的两大发展趋势,本土高性价比咖啡品牌潜力最大。