

# 国货航上市首日跻身千亿元市值俱乐部

## 三大航物流公司“会师”A股渐行渐近

■本报记者 李乔宇

又一家总市值超过千亿元的上市公司亮相A股市场。

12月30日,中国国际货运航空股份有限公司(以下简称“国货航”)正式登陆A股。当日,国货航高开,盘中股价一度涨幅逾400%,随后小幅回落。截至收盘,国货航报9.3元/股,涨幅为304.35%,总市值达1117亿元。

公开资料显示,国货航IPO发行价为2.3元/股,募集资金34.95亿元,为今年A股募资规模最大的IPO。

从12月30日国货航上市首日的表现来看,其备受资金青睐,当日成交额达62.1亿元。同花顺数据显示,12月30日,国货航净买入

额为2.40亿元。

往前回溯,12月19日,国货航发布首次公开发行网上申购及中签率情况,网上有效申购户数超过1300万户,较今年6月底主板新股网上申购户数增加了超600万户,创年内最高纪录。“国家队”亦亮相国货航战略配售的投资者名单。

公告显示,参与国货航战略配售的投资者类型包括两类,一是包括中国航空油料集团有限公司、湖北省铁路发展基金有限责任公司、北京京国盛投资基金(有限合伙)以及南方工业资产管理有限责任公司四家与发行人经营业务具有战略合作关系或长期合作愿景的大型企业或其下属企业;二是包括国风创新投资基金股份有限公司、京津冀协同发展产业投资基金

(有限合伙)以及中国保险投资基金(有限合伙)三家具有长期投资意愿的大型保险公司或者其下属企业、国家级大型投资基金或者其下属企业。

“国货航上市正处于航空货运市场旺盛时期,航空运力供不应求。作为国内拥有最大宽体机队(客、货)的航空承运人,此时上市受到追捧符合预期。”中国民航管理干部学院教授邹建军告诉《证券日报》记者。

数据显示,2024年1月份至9月份,国货航实现营业收入142.23亿元,同比增长44.81%;实现归属于母公司股东的净利润11.05亿元,同比增加71.07%。公告显示,2024年1月份至9月份,国货航经营业绩大幅提升,主要系随着航空货运行业

逐步恢复常态化运行以及全球供应链体系的逐步稳定,叠加跨境电商对航空货运的旺盛需求,航空货运运价及货邮周转量亦开始从2023年初的行业低点逐步回升,公司经营业绩相应大幅提升。

国货航预计2024年度营业收入为202.01亿元,同比增加35.40%;预计归母净利润为17.96亿元,同比增加55.70%。

邹建军对2025年的市场表现抱有谨慎乐观态度。他认为,航空货运表现有望保持稳健态势,但同时也看到,市场仍面临不确定性风险。

广东外语外贸大学南国商学院教授郭佳同样对《证券日报》记者表示,国货航在部分洲际航线上占据优势,但同时也需要留意地缘

政治风险。

随着国货航的上市,三大航物流公司“会师”A股渐行渐近。2021年,“航空物流混改第一股”东方航空物流股份有限公司在上交所主板上市。南方航空物流股份有限公司(以下简称“南航物流”)IPO也于2023年12月31日获得受理,上交所官网显示,南航物流主板IPO近日更新提交相关财务资料,公司拟募集资金约60.8亿元。

郭佳告诉记者,上市意味着国货航混改走完了最后一步。从历史环境来看,三大航推动物流公司单独上市,意在解决物流公司彼时遇到的问题。目前来看,三大航物流资产属于相对优质资产,单独上市可以为国内资本市场留下好的筹码。

# 东软集团拟收购思芮科技100%股权

■本报记者 李勇

12月30日晚间,筹划重大资产重组停牌数日的东软集团股份有限公司(以下简称“东软集团”)正式公布收购计划,公司拟以支付现金的方式购买上海思芮信息科技有限公司(以下简称“思芮科技”)57%股权,以发行股份方式购买思芮科技剩余43%股权,并募集配套资金。

资料显示,东软集团成立于1991年,是中国第一家上市的软件企业,目前已经成长为行业领先的全球化信息技术、产品和解决方案公司,在医疗健康、智能汽车互联、智慧城市、企业数字化转型等众多领域可为客户提供自主软件、产品及服务。

收购标的思芮科技专注于高科技、互联网、先进制造等领域的企业数字化转型与信息技术服务,拥有深厚的行业及客户积累,目前已在北京、上海、南京、广州、深圳等城市设立了13个支撑平台,覆盖包括字节跳动、京东集团、上汽集团、OPPO、华润数字科技、翼支付等头部客户在内的超200家高新技术、互联网、先进制造等领域的优质客户。

公告显示,2023年及今年前三季度,思芮科技营业收入分别为9.42亿元和6.74亿元;净利润分别为6008.85万元和2172.69万元。

据东软集团12月30日晚间披露的交易细节,现金交易部分,东软集团拟以支付现金方式向上海瑞应人才科技集团有限公司及天津芮屹企业管理咨询中心(有限合伙)购买思芮科技57%股权;发行股份方面,东软集团拟发行股份向大连东软控股有限公司购买其持有的思芮科技43%股份。同时,公司拟向不超过35名特定投资者发行股份募集配套资金。因标的资产的审计、评估工作尚未完成,标的资产的评估值及交易价格目前均尚未确定。

“并购重组是企业优化资源配置、实现价值发现与价值创造的重要方式,也是企业提升竞争力、赋能技术创新的重要途径,是企业补链强链、做优做强、提升投资价值的重要手段。”深圳市优品投资顾问有限公司投资顾问李鹏岩在接受《证券日报》记者采访时表示。

东软集团在相关公告中表示,在公司全面推进解决方案智能化战略落地的背景下,本次交易将充分发挥双方业务的协同效应,推动双方在智能化、数据价值化等领域的能力和资源整合,并推动公司业务规模增长和盈利水平提升。

不愿具名的市场人士认为,东软集团立足主业,围绕产业布局收购优质资产,将有助于公司在数字经济领域强链补链延链,进一步提升企业的综合竞争实力。

此外,公告还显示,鉴于本次交易涉及的审计、评估工作尚未完成,东软集团董事会决定暂不召集股东大会审议本次交易事项。经向交易所申请,东软集团股票将于2024年12月31日开市起复牌。

# 华润置地年末加快补仓步伐 一周内接连拿下4宗地块

■本报记者 陈 澧

临近年末,土地市场又热闹了起来,不少头部房企接连“扫货”。

华润置地有限公司(以下简称“华润置地”)就在短短一周时间内以小幅溢价,接连拿下4宗地块,分布于重庆、武汉、济南等地。

具体来说,12月23日,重庆市2宗涉宅用地出让,其中,江北新区地块共吸引了4家竞买人现场竞价,最终由华润置地以总价3.04亿元竞得,成交楼面价9736元/平方米,溢价率12.67%。

12月26日,武汉迎来第35次土拍,当天热度最高的一宗宅地位于武昌区徐家棚团结路以西,起始价5.92亿元,起始楼面价11000元/平方米,最终,华润置地经过25轮竞价,以总价7.12亿元竞得该地块,溢价率20.28%。

紧接着,12月27日,济南两宗位于市中区兴隆山的低密土地由华润置地摘得。其中,一宗地块以底价成交,楼面地价1.15万元/平方米;一宗地块小幅溢价1.81%,楼面地价1.17万元/平方米。

值得一提的是,临近年末,在市场热度持续的同时,华润置地亦加快了补仓步伐,11月份、12月份的拿地频次以及金额都有所增加。

12月12日,华润置地发布的公告显示,公司11月份于泉州、上海、杭州、武汉合计收购6宗地块,应付权益对价合计133.5亿元。而在10月份,华润置地仅在福州、上海、广州收购了3宗地块,应付土地收购权益对价约为57.2亿元。

“华润置地作为头部房企,拿地节奏加快,某种程度上反映了企业对市场信心的提升。头部房企在充足的资金支持下,有能力适度加大土地储备,迎接市场机会。”易居研究院副院长严跃进向《证券日报》记者表示。

公开资料显示,2024年前11个月,华润置地累计合同销售金额约2291.0亿元,总合同销售建筑面积约1003.1万平方米,在房企中名列前茅。除此之外,华润置地今年以来亦持续获得融资贷款,融资利率维持在低位水平。

华润置地为何拿地选择在重庆、武汉、济南等城市呢?在中指研究院研究副总监李益峰看来,一线城市和核心二线城市的经济产业基础好,人口持续流入,都将对房地产市场的长期发展和短期恢复形成有效的支撑,房地产市场有望率先止跌回稳。

“当前部分大城市仍存在结构性供求矛盾,就房地产行业未来发展机会来看,改善性住房需求长期存在,随着居民生活水平的不断提高以及对美好生活的向往,叠加新房产品力不断提升,未来能够契合居民住房消费升级趋势的新房楼盘仍会受到市场青睐。”李益峰如是称。

# 中药材价格指数创年内新低 如何平衡市场供需?

■本报记者 殷高峰 贺玉娟

中药材价格持续回落。12月30日,康美·中国中药材价格指数为1922.68点,较前一日下降7.54点,继续刷新今年最低点。

中药材市场的价格波动牵动着整个产业链的发展。业内人士在接受《证券日报》记者采访时表示,中药材价格的大幅波动影响行业健康发展,希望建立中药材储备模式以平衡市场供需,使中药材价格在合理区间内波动。

## 中药材价格波动明显

与今年7月份的历史最高点2253.20点相比,目前康美·中国中药材价格指数点位已下跌超300点,回落到2023年初的水平。

而前期因价格上涨受关注度较高的大宗药材如酸枣仁、白术、三七、党参、当归等,价格均出现了大幅回落。其中,酸枣仁从原先超过1000元/千克的价格降至近两年来的“冰点”,目前酸枣仁(统货)市场价格约480元/千克,降幅超50%;白术(统货)较前期180元/千克的高价回落至80元/千克附近,降幅约55%。

作为中国四大药都之首的亳州,有着全国规模最大的中药材交易中心。《证券日报》记者今年实地走访安徽省亳州中药材市场了解到,此前大热的多个中药材交易品种价格已大幅回落。

康美(亳州)华佗国际中药城商业有限公司文化宣传部负责人李宇宁向《证券日报》记者介绍,目前亳州中药材交易市场每天上市品种多达到2800多种,每天客流量在4万人至6万人之间,2023年这里产生的交易额达560亿元,占全国同类市场的三分之一,是全国中药材市场价格变化的晴雨表。

记者与多位在亳州中药材市场经营的客商交流了解到,2023

年中药材价格普遍呈上涨趋势,交易市场十分火热;而2024年价格上涨幅度较大的多是一些小品种药材,不少2023年火热的品种已大幅降温。

主要经营酸枣仁的一位商户对记者表示,2019年和2020年酸枣仁价格都在200元/千克左右,去年年初在400元/千克左右,然后一路快速上涨,去年底涨至1200元/千克。但随着价格的下滑,今年销量也受到了影响。

“对于从事这个行业的人来说,价格大涨并没有给我们带来更多的收入。”西安一家药材市场的商户对《证券日报》记者表示,正常经营的商户都是按照日常的销售情况来进货的,价格快速波动的情况下,更不敢大量进货。

“价格波动大的情况下,在价格上涨的时候能够赚钱,而在价格回落的时候,就会有赔钱的风险。”上述商户表示,这种大幅的价格波动给商户的日常经营带来了不小影响。

“事实上,对于大部分长期从事中药材交易的商户来说,基本都是随行就市,不会大量囤货。”李宇宁表示,药材放在冷库里,也是需要成本的。

## 多举措应对价格波动

中药材行业是一个典型的周期性行业,此前业内普遍认为中药材价格在8年至10年的区间内会有一个波动的规律,但资本的涌入使得这个波动周期正在缩短,过大的价格波动也扰动着中药材品种的种植节奏。

“近年来中药材价格波动的情况相对明显,这种不正常的价格波动对中药材产业链上下游的各个环节都带来了一定的不利影响。黑崎资本首席投资执行官陈兴文对《证券日报》记者表示。



与今年7月份的历史最高点2253.20点相比,目前的中药材价格指数点位已下跌超300点,回落到2023年初的水平

例如,牡丹种植周期长达5年,而中药牡丹皮收购价格低廉,导致药农弃种,供给收缩引发价格上涨。

再比如,安徽亳州市谯城区富收种植农民专业合作社负责人付林对《证券日报》记者表示,白芍是亳州的主要地产中药材,也是亳州种植最多的一个品类。“以前卖20元/千克的时候,是不挣什么钱的,去年可以卖到50元/千克,没想到今年质量最好的白芍最高价超过200元/千克。”

但事实上,价格最高的时候,付林心里总有一些担忧:“春季是白芍的种植季节,周边有不少人把还未成熟的麦子都铲了,种上白

芍。而三四年后,就是白芍的成熟周期,大量的白芍上市,肯定会对价格产生影响。”

事实上,白芍属于周期较长的中药材,对市场变化还可以做出调整。但一些短周期的中药材,比如紫菀,是一年生的中药材,“明年随着大批量的紫菀上市,价格滑落的可能性比较大,对于今年一些新的种植户来说,可能就达不到预期。”付林说。

陈兴文建议,在种植端,通过推广标准化种植和规模化生产,可以提高药材的质量和产量,减少供需失衡引起的价格波动。

汉中市中医药事业和产业发

展(创新)联盟主席何梓华在接受《证券日报》记者采访时建议,应建立中药材储备模式,组织相关专家对中药材储备品种和定点储备企业、合作社进行评估,确定中药材储备品种目录和储备企业、合作社名录,并引进中药材气调养护技术。通过中药材储备进行“丰储欠补”,平衡市场供需,避免价格异常波动。

海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东在接受《证券日报》记者采访时表示,长期来看,随着中药材种植技术的提升、供应链管理的优化以及市场需求的变化,中药材价格仍将会出现周期性的波动,但总体趋势将趋于稳定。

# 中式养生茶饮赛道火热 中医药企业纷纷加码布局

■本报记者 李如是

随着传统中医药文化的推广和消费者健康意识的增强,餐饮赛道掀起养生热潮,市场上出现了众多中药奶茶、中药咖啡、中药面包、中药冰淇淋、中式养生水、草本药膳等养生类产品。“干了这杯熬夜水”“泡一杯枸杞拿铁”成为年轻人养生新话题。

天眼查APP数据显示,截至12月30日,今年以来全国养生茶饮相关企业的注册数量同比增长了40%。近年来,随着入局者的增多,市场上的现制养生茶饮门店迅速增长。红餐大数据显示,截至2024年11月份,全国现制养生茶饮门店数超过了六千家,比2023年底翻了一倍。

其中,不少养生茶饮店背后,还有中医馆和中医药企业的身影,其产品大多以“药食同源”作为卖点。例如,江苏百黎堂中医馆旗下的“陆黎·开了个方子”茶饮店,北

京同仁堂股份有限公司旗下品牌“知嘛健康”,中国中药控股有限公司旗下广东一方制药有限公司打造的品牌“一方四季”等。

## 市场渐成规模

艾媒咨询数据显示,2024年中国新式茶饮市场规模将达到3547.2亿元,预计未来几年将维持小幅但稳定的增长态势,到2028年有望突破4000亿元。近年来,新茶饮品牌在扩张之余,将目光纷纷投向了养生赛道,中式养生茶饮频频登上热搜。

现制养生茶饮赛道已有一些品牌拥有一定规模。例如,创立于2018年的“暖燕·女生大姨好伴侣”已在全国开设500余家门店;创立于2023年的“陆黎·开了个方子”,目前全国门店数超过了160家;创立于2020年的“荷田水铺”和“青楠五味茶”,目前门店数量分别为90余家 and 70余家。

有投资者关注到养生茶饮赛道的火热,纷纷向中医药相关企业建言。天津红日药业股份有限公司工作人员表示,目前,公司控股子公司兰州汶河医疗器械研制开发有限公司下属品牌“文禾康元”,主营大健康系列饮品及养生茶饮等产品。浙江震元股份有限公司相关负责人则表示,公司药食同源健康养生系列产品目前处于开发探索阶段,销量小,未来是否加大投资力度需视市场接受情况而定。

四川天府健康产业研究院首席专家孟立联对《证券日报》记者表示:“中医药服务体系日益完善且水平在不断提高,相应的中药材及其产品供应也在不断丰富。”

2024年夏季,浙江省中医院大推出的“乌梅汤2.0版”引发了广泛关注,各大中医院也成为不少年轻人的打卡热点。《证券日报》记者也在云南省中医院看到了热销的安神助眠方、气血双补方、润

肺方、养发方、健脾祛湿方等小包装茶饮。

有中医院、中医馆背书的中药茶饮受到消费者青睐。因此,专做中式养生茶饮的品牌,往往会与当地知名中医馆合作。

云南昆明养生茶饮品牌——心医茶铺工作人员对《证券日报》记者表示:“店内热销的‘晚安水’‘元气茶’‘清火汤’等茶饮配方,都是向老字号中医馆福林堂咨询后开出的。”

## “中药+”受到资本青睐

养生茶饮成为今年新茶饮行业的“新宠”,以人参、茯苓、罗汉果、枸杞、红枣、黑芝麻、山药、桂圆等食材为原料的茶饮产品走入大众视野,养生茶饮店扎堆推出“熬夜水”“晚安水”“纤纤水”“刮油茶”等更适用于现代日常生活场景的品类。

副会长朱丹蓬对《证券日报》记者表示:“颜值管理、体重管理、营养管理、健康管理已贯穿于新生代以及大部分中国人的生活。养生茶饮等‘中药+’产品的热销,是人们对大健康需求的体现。”

红餐数据显示,具备功能属性并融合传统中医药文化的养生茶饮受到资本青睐,如“荷田水铺”“椿风”“陆黎·开了个方子”等品牌均获得了融资,其中,“荷田水铺”于2020年至今已获得4轮融资,估值超过6.6亿元。

养生茶饮市场的增长得益于当代年轻人逐渐增强的养生意识。孟立联表示:“养生需求的扩张,主要还是受中医药政策、中医药产业和中医药需求等因素催化。近年来,中医治未病的理念、无病预防的观念深入人心。”

“随着年轻消费群体对于身体管理的持续需求,一定程度上将促使行业不断规范发展。”朱丹蓬表示。