

聚焦·创新药产业发展

创新药产业迈向“商业化兑现期” AI深度赋能企业发展

■本报记者 贺玉娟 殷高峰

近期,创新药企业受到资本市场关注。资本热潮背后,是创新药产业政策支持、药企盈利能力改善、行业迎来新发展周期。

有医药行业分析人士认为,多家A股创新药企业预计2024年减亏或扭亏为盈,这意味着行业正迈向“商业化兑现期”,国产创新药上市以及海外授权里程碑付款密集确认,将保障企业利润增长。同时,AI正在全方位重塑创新药产业各环节,加速行业商业化进程,未来AI平台将成为药企核心竞争力之一。

多家企业盈利能力改善

2024年,随着核心产品放量、“出海”带来收益以及企业自身降本增效,部分创新药企业利润得到改善。

例如,北京神州细胞生物技术集团股份公司(以下简称“神州细胞”)披露的业绩预告显示,公司预计2024年度实现归属于母公司所有者的净利润9000万元至13000万元,实现扭亏为盈。四川百利天恒药业股份有限公司(以下简称“百利天恒”)、科兴生物制药股份有限公司(以下简称“科兴制药”)等公司也预计2024年将扭亏为盈。

此外,荣昌生物制药(烟台)股份有限公司(以下简称“荣昌生物”)等明星创新药企业预计去年实现减亏。数据显示,荣昌生物预计2024年度实现归属于母公司所有者的净利润约为-147000万元,较2023年减少亏损约4100万元。

神州细胞相关负责人对《证券日报》记者表示:“过去一年,公司多个在研产品陆续进入临床研究阶段,覆盖了恶性肿瘤、自身免疫性疾病、疫苗等多个领域,进一步展现了公司的研发创新能力,也为公司的可持续发展注入了强劲的动力。公司核心产品2024年销售稳定,其他上市产品的销售收入增加,公司整体营业收入较上年同期上升,预计2024年度实现扭亏为盈。”

百利天恒去年业绩增长,是因为公司获得了海外合作的8亿美元首付款。此外,资本市场融资回暖,多家创新药企业通过产品授权获得正向现金流,为后续研发输血。

广州市圆石投资管理有限公司基金经理李益峰对《证券日报》记者分析称:“创新药企业去年业绩向好的原因,整体而言,一是因为国内政策端的长周期支持;二是因为国内药企的自主‘出海’能力增强,国际化实现爆发式突破;三是因为研发效率提升带动成本优化,叠加人工智能的降本增效,大幅提升国内创新药企业的效率,加速创新药的上市。此外,资本市场融资回暖,多家创新药企业通过产品授权获得正向现金流,为后续研发输血。”

前述神州细胞企业人士也对《证券日报》记者表示,综合来看,2024年诸多创新药企业交出了不错的成绩单,是受到了政策支持、市场需求增加及科学技术进步等多方面因素的影响。

“未来,创新药企业盈利能力改善这一趋势有望延续。”李益峰认为,今后2年至3年内,具备差异化技术平台、全球化能力及高效商业化体系的企业将持续享受行业红利,依赖单一产品、研



2024年,随着核心产品放量、“出海”带来收益以及企业自身降本增效,部分创新药企业利润得到改善

发效率低下的企业可能重新陷入亏损。趋势延续但分化加剧,传统的制药厂渐渐退出,具备差异化竞争优势的创新药企业竞争格局越来越好。

“走出去”竞逐全球市场

在多家创新药企业利润改善的背后,海外市场的助力不可忽视。

中邮证券有限责任公司医药首席分析师蔡明子在接受《证券日报》记者采访时表示,海外市场对国内创新药企业意义重大,是其突破市场容量、提升竞争力的必经之路。当前国内创新药企业“出海”已成必然,“出海”成功的企业有望成为全球性制药公司。

“在欧美等发达国家,创新药市场成熟且利润率更高。”深圳市融智私募证券投资基金管理有限公司基金经理兼高级研究员包金刚对《证券日报》记者表示,海外市场方面,欧美等发达地区人均医疗支出高,创新药市场需求旺盛,且存在专利到期缺口;而东南亚等新兴市场人口经济向好,医疗需求大,产品价格优势显著。这为国内创新药企业提供了广阔的发展空间。

“进一步来看,国内创新药企业在‘出海’方面有着巨大的发展机遇,例如在新兴技术领域,如细胞与基因治

疗、双抗/ADC等药物,中国临床试验数量庞大,海外授权空间较大。”蔡明子认为,随着欧美市场准入松动,FDA(美国食品药品监督管理局)加速审批,有利于提升国内创新药企业的影响力和竞争力。

不过创新药企业“出海”并非一路坦途,也面临着众多挑战。包金刚提醒,“不同国家的法规、伦理审查标准不同,这增加了海外临床试验的复杂性。此外,海外临床试验和市场推广成本较高,对企业的资金和资源投入要求大。”“企业在海外销售网络搭建、本土化团队建设、知识产权等方面也面临一定挑战。”蔡明子说。

AI重塑产业发展生态

当前,人工智能技术飞速发展,也为创新药企业带来了新的发展机遇。蔡明子告诉记者,AI正深度赋能创新药企业,重塑其研发、商业等多方面格局。

谈及AI对创新药企业的助力,神州细胞相关负责人对《证券日报》记者表示:“AI技术的飞速发展,正在深刻改变创新药研发的各个环节,如AI可分析海量生物数据,快速识别潜在药物靶点并验证其有效性,缩短传统实验时间。同时AI还可以通过分析患

者数据,精准分层并匹配临床试验,加速招募过程等,从而提高临床试验效率。AI正在推动创新药研发向更高效、精准、个性化的方向发展,尽管面临挑战,但其潜力巨大,未来有望带来更多突破性疗法。”

“AI促使创新药企业迈向‘智能密集型’,提升研发效率、攻克难题、升级生态,拥抱AI的药企有望引领行业发展。”蔡明子表示,例如在研发模式上,大模型可助力企业研发,并在早期药物发现中融入AI提供的智能服务;在商业模式创新上,可升级License模式,出现订阅式药物研发服务;此外,跨学科研发兴起,药企与科技公司建立新合作生态,深化战略合作,实现共赢。总之,未来AI平台将成为药企的核心竞争力之一,重构行业竞争格局。

李益峰也认为,“AI+医疗”正在对创新药行业产生革命性推动作用,从提升研发效率到重构商业模式,甚至将改变行业竞争格局。“主要影响是缩短新药研发周期,AI将平均10年的研发周期压缩至5年至7年。对企业而言,带来的根本性变革包括研发模式转型,即从‘人力密集型’到‘数据驱动型’,同时也带来了商业模式的颠覆,即从‘卖药’到‘卖AI能力’。”李益峰如是说。

创新药企业构建AI研发生态需从三方面发力

■殷高峰 贺玉娟

AI浪潮席卷千行百业,医药行业也不例外。从靶点发现到临床试验设计,AI可谓大有可为。例如,英国AI制药公司Exscientia利用AI平台,仅12个月就成功设计出治疗强迫症的新药分子,而传统方法通常需要4年到5年。

创新药企业如何更好地拥抱AI?笔者认为,还需在三个方面加速突破,积极构建AI医药研发生态圈。

首先,AI模型的训练需要海量且高质量的数据,但目前生物医药领域的数据标准化程度低、共享机制不完善,这制约了AI模型的训练和应用。而且一些药企内部的数据也经分散在不同部门,形成一个“数据孤

岛”。对创新药企业来讲,想要更好地拥抱AI,就需要站在行业发展的角度,建立统一的数据平台,整合内部数据和外部数据,共同构建一个开放、共享、协同的数据生态,为AI应用提供源源不断的动力。

其次,创新药企业需要从自身需求出发,选择最适合的AI技术和应用场景,避免盲目跟风和资源浪费。AI技术日新月异,但并非所有技术都适用于药物研发。这就需要创新药企业积极与AI技术公司、学术机构、行业伙伴等建立良好的合作关系,共同构建AI医药研发生态圈,实现资源共享、优势互补、合作共赢,推动AI技术在药物研发领域的落地应用。

最后,创新药企业要有长远发展的

战略思维。AI技术的应用需要长期投入和持续迭代,短期内或许难以看到显著的经济效益。因此,创新药企业需要摒弃急功近利的心态,着眼于长远发展,制定长期的AI战略规划,持续投入资源,培养人才,构建能力,最终实现AI技术的价值转化。

综合来说,目前,AI制药仍处于早期阶段,大多数AI设计的药物分子尚未进入临床试验阶段,其安全性和有效性还有待验证。但对于创新药企业来说,拥抱AI是大势所趋,AI很大程度上将成为创新药企业未来的核心竞争力。因此,创新药企业要将AI融入企业战略和研发体系的方方面面,构建一个开放、共赢的AI医药研发生态圈,为人类健康事业做出更大贡献。

AI眼镜赛道持续火热 产业链布局正酣

■本报记者 陈红

2月20日,A股市场AI眼镜概念股持续火爆,博士眼镜连锁股份有限公司(以下简称“博士眼镜”)、江西星星科技股份有限公司、浙江水晶光电科技股份有限公司(以下简称“水晶光电”)等涨停,深圳市长盈精密技术股份有限公司、创维数字股份有限公司等纷纷跟涨。

消息面上,2月19日,中国信息通信研究院终端实验室在官方微博发布消息,其联合S-Dream Lab,针对RayBan-Meta Wayfarer智能眼镜开展专项测试,覆盖七大模块超60项指标,旨在为AI眼镜行业提供评价参考。

“上述消息,无疑为行业发展注入了一剂强心针,也从侧面反映出AI眼镜市场的火热与高关注度。”中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平在接受《证券日报》记者采访时表示,AI眼镜热度居高不下,背后有着多重推动因素。从技术层面看,AI技术不断进步成熟,赋予AI眼镜更强大的功能和更优的用户体验;市场需求持续攀升,智能手机的普及和大众对智能穿戴设备的认知加深,让AI眼镜市场需求水涨船高;产业链不断完善,促使AI眼镜生产成本降低、生产效率提高,有力推动其发展。

企业纷纷布局

市场持续火热,众多企业纷纷布局,抢占先机。其中,小米科技有限责任公司(以下简称“小米”)的动向格外引人关注。《证券日报》记者关注到,小米眼镜的官方微博于2月6日上线,天眼查APP显示,小米旗下子公司北京小米移动软件有限公司在AR眼镜领域已获AR感知模组及AR设备、磁吸式AR眼镜、AR眼镜控制指环等多项专利授权。

歌尔股份有限公司、华勤技术股份有限公司、博士眼镜等多家上市公司加码布局AI眼镜产业链上下游。通信运营商也积极入场。中国移动有限公司计划在2025年推出涵盖四大系列的十余款AI眼镜产品;中国电信股份有限公司研发的AI眼镜产品有望在今年上半年面市,并且计划将成本控制在2000元以内;中国联通网络通信股份有限公司与合作伙伴共同研发的eSIM AI运动眼镜已于去年下半年开售。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员余丰慧向《证券日报》记者表示,头部通信运营商凭借广泛的用户群体和庞大的流量入口优势,能够快速收集用户反馈,加速技术迭代,极大地加速AI眼镜技术的突破进程,进而带动产业链相关企业共同发展,形成良好

的产业生态。

近期,还有不少上市公司在投资者互动平台上回应了其在AI眼镜领域的布局动态。2月20日,水晶光电表示,公司光学零组件可用于智能眼镜(未搭载近眼显示)配套的摄像头和传感模块,且公司在元宇宙业务相关显示元件、投影元件及其他AR眼镜光学零组件有技术研发布局;深圳科瑞技术股份有限公司表示,公司在移动终端领域提供AR/VR终端产品的自动化检测设备;欣旺达电子股份有限公司称,公司有适配AI眼镜的电池产品;共达电声股份有限公司表示,公司产品广泛应用于多类消费电子产品领域,已关注到AI赛道发展机遇。

机遇与挑战并存

近年来,政策面高度重视智能穿戴设备产业发展,先后出台《关于促进电子产品消费的若干措施》《关于恢复和扩大消费的措施》等多项产业政策。

北京智帆海岸营销顾问有限责任公司首席顾问梁振鹏向《证券日报》记者表示,这些政策从技术规范到市场培育,全方位为AI眼镜行业的发展保驾护航。

在政策的大力支持下,技术层面也不断突破。随着AI、芯片、光学等前沿技术的持续革新,智能眼镜不再局限于概念阶段,开始进入大众生活,行业发展前景愈发广阔。据中商产业研究院分析师预测,到2025年,全球智能眼镜市场规模有望攀升至48亿美元。

梁振鹏认为,AI眼镜在医疗、工业、教育等领域的应用目前尚处于初步探索阶段。AI眼镜产业要真正迎来爆发,还需跨越技术研发、产品迭代、市场推广和用户接受度等关键节点,预计爆发期在未来2年至3年。

尽管前景光明,但AI眼镜实现产业普及仍面临诸多挑战。萨摩耶云科技(深圳)集团有限公司首席经济学家郑磊向《证券日报》记者表示,这包括数据安全和隐私保护、技术标准和规范、产品同质化、用户接受度等。企业需通过技术创新、设计差异化等脱颖而出,同时建立销售渠道,提升市场竞争力,加大宣传推广力度,提升用户认知和接受度。

余丰慧认为,虽然挑战重重,但在政策推动、市场需求增长和企业创新下,AI眼镜行业有望实现突破式增长。未来,AI眼镜不仅会在消费电子领域大放异彩,还将在医疗、工业、教育等多个领域得到广泛应用,推动整个数字经济的转型升级。在此过程中,上市公司凭借资金、技术和人才优势,将发挥重要作用,值得持续关注。

苹果、OPPO等厂商集中发力中端市场 AI有望成手机标配

■本报记者 贾丽

一改往日高端形象,新一代价格更“亲民”的苹果手机正式来了。2月20日,苹果公司发布iPhone 16e,搭载A18芯片和自研调制解调器Apple C1。iPhone 16e的起售价为4499元,定位中端。

此前,中端市场由OPPO、vivo、小米、真我等手机品牌占据,苹果手机的加入无疑将让市场竞争更为激烈。

“目前,众多中高端厂商均发力中端市场,并推进AI向更多机型普及。2025年,AI手机将大规模出现,推动产业链技术升级与市场格局演变。”首都企业改革与发展研究会理事肖旭对《证券日报》记者表示。

苹果公司放下“身段”发力中端市场,与其面临的境况有关。根据市场调研机构Canalys发布的数据,2024年,中国大陆智能手机出货量达2.85亿台,同比增长4%。从具体品牌排名来看,vivo反超苹果手机,以17%的份额成为中国市场第一,出货量为4930万台,同比增长11%;华为位居第二,市场份额为16%,出货量同比增长37%;苹果手机、OPPO和荣耀紧随其后,市场份额均为15%。其中,苹果手机出货量同比大跌17%。

天风国际证券分析师郭明錤预计,iPhone SE 4(现更名iPhone 16e)在今年上半年、下半年的出货量分别

约为1200万部、1000万部,表现将略好于之前的SE机型(年出货量近2000万部)。

实际上,不仅是苹果手机,OPPO、vivo等品牌也在针对中端市场加快产品更新。据悉,OPPO将推出一款Find X8 mini,发力中端市场。

“iPhone 16e的推出将会迫使竞争对手加速产品更新迭代,提升自身产品的技术水平和市场竞争力。”北京达睿管理咨询有限公司创始人马继华对《证券日报》记者表示。

在北京煌煌周爱信息咨询有限公司合伙人杨思亮看来,中低端手机往往是手机厂商出货量主力,也是营收主要来源之一。苹果公司布局入门级iPhone产品多年,iPhone 16e算是苹果布局中端手机的又一次尝试,AI功能算是该机为数不多的亮点之一。

随着苹果将AI引入中端手机市场,AI有望成为手机标配。杨思亮认为,此前AI主要被应用于高端手机中。苹果在平价机型中引入AI技术,意味着AI将在中低端手机市场大规模普及。2025年,AI手机向中低端市场进一步蔓延,将成为手机行业发展的一大趋势。

“AI在中低端手机上的融入,也将带动AI在手机端侧的应用开发,随着出货量增加,成本降低,开发者增多,手机AI应用等生态将蓬勃发展,利好产业链相关企业。”马继华如是说。

酒企密集控货稳价 释放哪些信号

■本报记者 李静

进入2025年,白酒行业掀起一股“控货”潮。

具体来看,1月5日,贵州珍酒酿酒有限公司宣布自2025年1月10日起停止接收第三代珍十五(含无奖)产品销售订单;1月9日,宜宾五粮液股份有限公司多地经销商称,第八代五粮液(普五)停止供货;1月17日,江苏洋河酒厂股份有限公司(以下简称“洋河股份”)下发通知,停止接受线上天之蓝与海之蓝的订单及货物供应。

2月份以来,酒企控货力度进一步加大。2月1日,江苏今世缘酒业股份有限公司发布文件表示,即日起,暂停接收42度500ML国缘四开、国缘对开销售订单;2月5日,洋河股份再次发布公告称,第六代海之蓝暂停接受订单,此外梦之蓝M6+开始配额销售。2月

14日,洋河股份第三次发布通知,即日起河南省市场暂停接收贵宾酒(金/红)销售订单。

2月20日,《证券日报》记者获悉,山西杏花村汾酒厂股份有限公司旗下产品汾酒青花20、老白汾酒10两款产品在多地停止供货,未来将全部升级为五码合一的新版产品。

中国酒文化品牌研究院智库专家蔡学飞对《证券日报》记者表示:“在市场需求不振的情况下,特别是即将进入节后销售淡季,酒企控货的直接目的是通过减少市场供给来平衡渠道产销,达到维持产品价格稳定、维持企业品牌形象等目的。”

白酒行业分析师、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青向《证券日报》记者表示:“通过停止供货以减少市场上的产品供应量,不仅能够有效缓解库存问题,还能够起到稳定产品价格的作用。”

有经销商坦言:“头部企业的停货是为了大力推进产品价格向价值的合理回归,稳定市场价格,也保护经销商的合理利润空间。”

在蔡学飞看来,适当控货以减少供给,可以维持产品价格体系,也是名酒积极应对调整周期、给渠道商减压、增强产品盈利能力、保证市场持续良性增长的必要措施。

中国酒业协会认为,通过控制市场投放量,白酒品牌有效缓解了供需矛盾,避免了价格的大幅波动。这种自我调整,实际上是在为市场长期健康发展打下基础,有利于整个行业的可持续发展。

中国酒业协会发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》显示,与2023年同期相比,2024年上半年有超60%的经销商和终端零售商表示库存增加,超30%表示面临现金流压力,超

40%表示价格倒挂加剧,超50%表示利润空间缩减。

另据记者统计,截至2024年第三季度末,20家A股白酒公司的存货总额达到了1363.54亿元,同比增长12%。14家库存周转天数出现上涨,占比70%。高库存不仅占用了企业大量的资金和资源,还导致市场价格出现倒挂。

招商证券研报认为,白酒龙头主动控货,打破行业挤压惯性,弱需求下目标制定成为竞争胜负手,呼吁酒企降低增长目标注重实际销售。

在中国酒业协会看来,在行业调整期,酒企须高度重视产品结构优化。首先,酒企需要根据市场需求调整产品结构,增加高性价比产品的比重;其次,酒企须随时关注消费升级趋势,推出更多符合中高端消费者需求的产品;最后,酒企还应通过技术创新,提升产品的品质和特色。