

中国证券报记者获悉,目前已在全国31个省市正式铺开的药品带量采购政策,或在明年底进一步扩大品种范围。若注射剂一致性评价工作正式顺利开展,届时将会有部分注射剂品种率先被纳入集采范围。此前进行的全国集采行动中,25个品种几乎都遭遇巨幅降价,降幅最大的品种中标价不及其此前销售价格的10%。

一致性评价与全国集采政策成为多数中小药企的生死局,多数中小企业无法承受如此巨幅的降价空间。未来的药品竞争,主要是研发能力、产品工艺、成本控制和产品梯队之间的竞争。随着集采品种继续扩大,市场将越来越向头部企业集中。

□本报记者 戴小河 傅苏颖

注射剂最快明年进入价格战

中国证券报记者获悉,《化学药品注射剂仿制药质量和疗效一致性评价技术要求》和《已上市化学药品注射剂仿制药质量和疗效一致性评价申报资料要求》两份文件征求意见即将完成,可能在今年底发布正式文件,届时注射剂一致性评价工作将正式开始,部分品种有望在明年底之前率先过评。

国家药监局工作人员告诉中国证券报记者,一致性评价是对我国仿制药的一次重新洗牌,将全面提升我国仿制药的质量,保证与原研产品质量和疗效一致。从上述两个征求意见的文件内容来看,注射剂一致性评价的技术要求已逐渐与国际要求接轨,将对我国注射剂的研发和生产提出更高的要求。此举也意味着,一旦每个品种有3家企业过评,国家医保局就可以将其纳入全国集采范围并大幅降价。

据米内网数据,2018年化药注射剂在国内市场(公立医疗机构终端+中国城市零售药店终端)的用药规模达6264.04亿元。根据药智数据统计,截至今年9月末,国家药监局注射剂一致性评价申报获受理的受理号



新华社图片

共计有434个,涉及120个品种。从企业申报数量来看,科伦药业、齐鲁制药、中国生物制药、扬子江、豪森药业、恒瑞医药等行业龙头企业申报数量居前。目前,仅有注射用阿奇霉素按照补充申请通过一致性评价,其余9个注射剂过评品种均是以化药新注册分类获批生产(视同通过一致性评价)。

国家药监局工作人员告诉中国证券报记者,注射剂的一致性评价相对于口服片剂而言,周期更短、技术难度相对较低、成本相对较低(三四百万元左右),因此多数企业有能力通过一致性评价,一旦一个品种有三家过评,在全国集采时将面临价格战。

优质龙头将一骑绝尘

“4+7”带量采购强调“量价挂钩”,国家拿出60%-70%的市场份额作为招标筹码,以达到以量换价的目的。企业一旦中标,会迅速占领市场,而赢得市场的代价就是最大限度降价;一旦落选,则意味着失去市场,面临倒闭的风险。

因此,价格与市场的竞争成为带量采购的关键博弈。在这场博弈中,无数中小药企一方面基于“价”的原因处于劣势,在降低成本、升级药品制作工艺等方面能力有限,又没有足够的经济实力给出低于成本的价格;另一方面基于“量”的原因,即使在价格方面略胜一筹拿下一个采购周期60%-70%的市场份额,也无法保证不会生产低价低质的药品以获得收益平衡。

带量采购必将导致国内医药行业的重新洗牌,影响最大的就是那些专业化程度较低、生产规模较小、企业运营成本较高的中小型企业。未来,大企业吞并小企业,行业发展趋于集约化和规模化。多位业内人士分析称,一致性评价和全国集采工作进一步扩围后,行业将现三大发展走向。

首先,每一个品种的市场将被少数企业瓜分,行业集中度大幅提升。根据国家药监局的部署,将来全部仿制药都必须进行一致性评价,而国家规定“同品种药品通过一致性评价的企业达

到3家以上,在集中采购等方面不再选用未通过一致性评价的品种”。目前国内31个省市都已落实该政策。可以预见,随着一致性评价和全国集采的开展,率先通过再评价的前三家企业将瓜分某一市场,拥有该品种的剩余企业则面临出局。

其次,仿制药的质量和疗效将有所保障,原研药将逐步替代。国家对仿制药一致性评价的技术要求严格参照欧美药品监管法,确保过一致性评价的仿制药的质量和疗效与原研药相当。在此基础上,“对过一致性评价的产品在招标采购和医保支付等方面给予和原研药同等待遇”、“药品专利链接和试验数据保护”等政策为仿制药替代原研药创造了良好的外部环境。在诸多利好条件下,国产仿制药将逐步替代原研药,有望打破原研产品的垄断局面。

最后,受政策驱动或产品质量提升的影响,更多本土企业将进军海外市场。受“支持中国境内企业生产的在欧盟、美国或日本批准上市的药品在中国上市”的政策影响,一些有一定研发实力的企业会利用该政策首先在海外获得认证批文,再向国家药监局申报一致性评价,借此加快审批进程。此外,过一致性评价的国产仿制药有望实现与原研产品在临床治疗上的相互替代,这大大提高了我国仿制药的国际竞争力。预计将有更多本土企业尝试开拓海外市场来提高产品销量。因此,无论是客观上产品质量的提升,还是主观上借助海外申报加速获批进程,都将促使更多企业进军海外市场。

房企年底前降价冲刺将成普遍趋势

□本报记者 董添

截至11月5日,近20家上市房企披露了2019年10月份销售业绩。房企之间销售业绩出现明显分化,龙头房企虽然增速相比往年有所下降,但是10月份整体销售情况明显优于中小房企。从销售模式看,大部分房企10月份增加了供应量,在推盘节奏增加的同时,降价促销趋势明显。业内人士预计,在全年业绩目标压力下,房企最后两个月降价冲刺将成为普遍趋势。

销售出现分化

具体来看,部分房企前10个月销售金额和销售面积相比去年同期上涨幅度均超过2成。以美的置业为例,公司11月5日公告称,截至10月31日,公司及其附属公司、连同其合营企业和联营公司的合同销售额约816亿元,同比增长约24.77%;相应的已售建筑面积约804.2万平方米,同比增长约22.85%。

龙头房企10月份销售情况普遍较好。以恒大为例,公司2019年10月份共实现合约销售额约903亿元,环比增长约8.7%,同比增长约70.2%,继上月之后再度刷新单月合约销售额的历史纪录。

万科A公布的2019年10月份销售及近期新增项目情况简报显示,2019年10月,公司实现合同销售面积271.3万平方米,合同销售金额433.8亿元;前10个月,公司累计实现合同销售面积3332.9万平方米,合同销售金额5189.9亿元,年内销售金额首次突破5000亿元。

碧桂园10月份销售数据显示,公司及附属公司连同其合营公司和联营公司10月单月共实现归属公司股东权益的合同销售金额约567.6亿元,同比增长40.46%;实现归属公司股东权益的合同销售建筑面积约667万平方米,同比增长52.22%。

部分中小房企前10个月销售业绩相比去年同期出现较明显的下滑。阳光100中国2019年前十个月共实现合同销售金额约68.07亿元,同比下降12.7%。景瑞控股前10个月累计实现合约销售金额约175.3亿元,同比下降5%。

对此,中原地产首席分析师张大伟表示,对比2018年同期数据,2019年前10个月房企销售继续分化。2018年同期房企销售金额同比上涨纷纷超过50%,而2019年大部分企业销售较为平稳,部分企业涨幅明显放缓。

销售均价有所下调

从销售均价看,部分房企10月份销售均价

“银十”以量换价

相比9月份有所下调。以中国恒大为例,公司10月份销售简报显示,2019年10月,公司合约销售均价为9336元/平方米,而9月份合约销售均价约为10054元/平方米。

业内人士普遍认为,从销售业绩看,不少房企收获了“金九银十”,但大部分房企都是增加了供应量,部分企业明显调整了价格促销。为了规模化,房企年末最后2个月依然不排除抢收的可能性。

某中型房企高管对中国证券报记者表示,在目前行业利润空间受挤压的环境下,未来房企的盈利能力将更取决于企业自身精细化运营及产品力的打造。

值得注意的是,10月份以来,部分三四线城市楼市热度有所提升,均价有所上涨。58同城、安居客数据显示,2019年10月,全国重点监测67城在线新房均价16491元/平方米,环比上涨0.47%;二手房挂牌均价15432元/平方米,环比上涨0.08%。一线城市价格位于高位,波动小,价格稳定,二线城市基本持平,三四线市场热度则略有上升,环比趋势从9月份的下降转

为上升3.7%。

针对后期楼市走势,多位业内人士指出,后续市场有望继续平稳。从全国范围看,2019年10月,房企整体销售数据不低,但预计房企在未来2个月的销售压力依然非常大。从政策预期看,政策收紧预期明显出现,包括信贷等政策将抑制市场,后续市场或继续出现下行。

土地市场成交量回落

克而瑞研究报告指出,10月份,新房、二手房以及土地市场延续9月低迷走势,皆持续转冷,重点城市新房成交量同比、环比双降,杭州、宁波、徐州等市成交量显著缩量。二手房成交量窄幅波动,环比同样小幅回落。土地市场成交量价齐跌,不过重点城市的土地流拍情况有明显的改善,流拍幅数较上月大幅减少。

克而瑞指出,10月份土地市场成交量价再度回落,不过在北京、武汉等城市优质用地供应增加的支撑下,成交热度并未继续走低,平均溢价率和上月大致持平。各能级城市土地市场虽然均表现为量价齐跌,但市场热度却截然不同。其中,

一线、二线城市的成交溢价率环比上月均有所回升,而三四线城市由于市场持续走冷,溢价率也连续多月下滑,本月已降至10%以下的低位。

部分房企在10月份销售简报中披露了拿地情况,龙头房企整体拿地态度较为积极,但多数中小房企受制于资金压力,拿地态度明显转淡。

以万科A为例,公司2019年9月份销售简报披露以来,新增加开发项目16个。其中,郑州、漳州、南昌、青岛等地拿地块数均超过2块。同时,新增物流地产项目5个,合计需支付权益价款5.71亿元。

对此,张大伟指出,2019年以来,大量的中型标杆房企积极抢地,拿地面积上涨最明显的是中型房企。尤其是销售额要从500亿元冲刺到1000亿元,以及从1000亿元冲刺到2000亿元的第二梯队房企。在调控持续加码的趋势下,房企销售业绩逐渐放缓,但是从抢地加速的动作看,多数房地产企业做大规模的意图仍然较为明显。从拿地位置看,大部分房企都集中在一二线城市拿地。进入10月份,受到年底资金回笼压力的影响,房企拿地态度出现分化。

中小房企再掀赴港上市潮

□本报记者 张玉洁

近期,多家中小房企披露赴港上市进展,甚至出现一日两场上市发布会的奇观。据中国证券报记者不完全统计,截至目前,2019年成功赴港上市的内地房企有5家,还有6家房企正在排队等候审核。但今年上市房企发行价普遍不够理想,平均发行价格较去年下降5成。

第三次房企上市潮

10月29日,新力控股(集团)有限公司和中国天保集团发展有限公司在香港分别举办了上市新闻发布会。前者预计11月15日上市,每股价格区间为3.30港元至4.25港元;后者预计11月11日上市,每股价格区间为2.39港元至3.10港元。这两家企业都是区域性房企,新力控股大约在行业前40名左右,天保集团的项目主要集中在涿州市和张家口市。

据不完全统计,2018年共有正荣地产、弘阳地产等6家内地房企上市成功,其中不乏美的置业等规模较大的房地产企业。把新力控股和天保集团算在内,2019年以来已经有中梁控股等5家企业赴港上市,同时还有汇景控股

等6家企业已经递交材料,上市状态处于“审核中”。

“内地房企第三次赴港上市潮已经开始。”一位专注于内地企业香港上市的投行人士对中国证券报记者表示。

该人士介绍,1997年是第一次内地房企赴港上市潮,前后三年上市房企数量超过20家。第二次上市潮是2007年至2009年,彼时正是全球金融危机期间,房企资金链普遍紧张。“可以说,那个时期上市是企业生死存亡之战。恒大、碧桂园、龙湖等千亿元房企,大都是在那个时期实现了上市,为今天的发展打下了良好的基础。”该人士表示。

他说,A股自2010年开始实质上已停止了房地产企业上市以及再融资,近10年来仅有绿地控股集团实现了上市。房企A股上市之路不通,房企只好转道香港上市。

估值表现平平

从今年目前上市的三只房企个股来看,上市后普遍走势平平,估值处于低位。

中梁控股上市价格5.55港元/股,上市当日即破发,后股价走势一度低至4.685港元/股,近

期股价有所回升,最新收于6.02港元/股,仅较发行价上涨不足10%。银城国际发行价为2.38港元/股,同样经历了首发盘中破发,公司最新股价收于2.33港元/股,仍处于破发状态。银城系物业公司银城生活服务则受到资本市场热烈追捧,最新消息显示,银城生活服务目前共获382.88倍超额认购。按照港股一般规律,物业公司估值将数倍高于房企估值。三家中表现较好的德信中国,最新收于3.25港元/股,较发行价上涨约16%。

低估值并未阻挡房企赴港上市的决心。目前还处在审核状态的6家房企中,海伦堡中国控股和万创国际都不是第一次递交招股书,万创国际更是已经第三次递交招股书。

中原地产首席分析师张大伟表示,目前房地产行业已差不多变成金融行业,多一条融资渠道有时候就代表着企业能够生存下去。因此,现在中小房企都在抢“末班车”,甚至“流血上市”也能够接受。“现在房地产行业的比的就是融资能力和资金成本,谁能够借到钱,谁就能发展。资金紧张,哪怕是万达这样的一流房企,也只能割肉回笼资金。”张大伟表示。

立讯精密、歌尔股份、兆易创新等公司的超预期三季报已经体现了这一趋势,在A股市场上收获了多个涨停。立讯精密、歌尔股份等公司参与Airpods组装代工,立讯精密2019年三季度单季实现归母净利润13.86亿元,同比增长66.74%,此前公司给出的预期是18.38%-38.32%。

歌尔股份近期频繁接受机构投资者调研,受益于智能无线耳机和智能穿戴业务的高速发展,歌尔股份前三季度业绩大增,预计全年可实现归母净利润11.71亿元至13.45亿元,同比增长35%至55%。歌尔股份在调研中表示,因TWS耳机产品供不应求,公司目前产能利用率非常高。未来将继续在智能声学整机方面扩大投入,看好此类产品的前景。未来无论国内还是国外大客户,公司都会成为主力供应商。

兆易创新为耳机等可穿戴设备提供NOR Flash。方正证券点评兆易创新三季报指出,受益于TWS等智能可穿戴设备爆发,公司NOR Flash产品线进入新一轮高增长期。兆易创新收入端呈现逐季加速趋势,2019年三季度单季收入同比增速达63%,毛利率达到40.6%,环比二季度上升3.1个百分点。

穿戴设备迎消费热潮

带动产业链公司业绩增长

□本报记者 杨洁

11月5日,小米在北京发布了小米手表,这是小米旗下首款智能手表产品。三季度以来,华为、苹果等龙头厂商频繁发布智能眼镜、TWS耳机等可穿戴设备新品,获得大卖,增厚业绩。IDC报告称,2019年可穿戴设备市场全球出货量有望突破2.23亿台,2023年市场规模将增加至3亿台。这一趋势之下,NFC、无线充电、OLED、FPC、传感器、ODM、云计算等产业链板块将充分受益。

可穿戴设备迎消费热潮

11月5日,小米在北京发布了小米手表,起售价1299元。这是小米旗下的首款智能手表产品,标志着小米的AIoT产品线再次扩容。小米生态链部总经理屈恒介绍,小米手表搭配高通骁龙3100芯片,能够支持e-SIM独立通话和上网功能。小米为其开发了MIUI for Watch系统,让该款手表拥有独立的应用商店,能够下载APP,从而实现独立打车、听音乐、智能家居控制等功能。

三季度以来,消费电子市场上,可穿戴设备新品发布频繁,消费者热情高涨,行业成长趋势明显。8月21日,华为首款智能眼镜Eyewear首发预售,第一批100万台开始预售一个小时已预约告罄。华为在中期业绩发布会上宣布,2019年上半年可穿戴设备发货量同比增长两倍,而近日发布的三季度报告也表示,智能穿戴等新业务获得高速增长。

苹果AirPods系列耳机也受到消费者广泛追捧,在三季度财报发布会上,苹果宣布可穿戴设备季度收入增速超50%。10月30日,支持主动降噪功能的苹果AirPods Pro耳机正式开售后,迅速上演“手慢无”,超预期的热销一度导致苹果官网延迟发货。

可穿戴设备或迎来爆发期。IDC公布的最新报告显示,2019年可穿戴设备市场全球出货量有望突破2.23亿台,2023年市场规模将增加至3亿台。随着可穿戴市场的发展,众多巨头入场,美国当地时间11月1日,谷歌母公司Alphabet发布公告称,将斥资21亿美元(约合148亿元人民币)对美国可穿戴设备制造商Fitbit进行收购。消息宣布后,Fitbit股价大涨。若这一交易完成,在可穿戴设备领域,苹果将迎来最大竞争对手,而这一领域的竞争也将越发激烈。

IDC今年9月发布报告显示,2019年第二季度,中国可穿戴设备同比增长34.3%至2307万台,小米出货量为528.9万台,占据国内22.9%市场份额,名列第一,其次是华为、苹果。三大厂商占据国内近六成市场份额。

产业链上游公司受益明显

IDC报告称,全球可穿戴设备中手环、手表和耳机仍然是主流设备,发货合计占比可达到95%以上。其他设备如智能眼镜等占比较小,但复合增长率较高。

中信建投证券发布研报称,可穿戴设备的硬件技术主要集中在电池和充电技术,屏幕和处理器三个方面,硬件设计的主要方向是非接触式充电技术,柔韧度和分辨率较高的曲面屏,低功耗的处理器等。软件生态系统方面的主要方向是打造跨平台的一体化可穿戴设备的生态系统和体验良好的应用。另外,未来搭载传感器的可穿戴设备也对大数据和云计算服务提出了更高的要求。可穿戴市场的发展中受益的板块包括NFC、无线充电、OLED、FPC、传感器、ODM、云计算等。

小米生态链部总经理屈恒在发布会上现场介绍,小米手表集成6个传感器、11个芯片、37个心率电子元器件、578个电子元器件,还集成LTE天线、蓝牙/wifi天线、GPS天线。这些零部件厂商都可能从可穿戴设备的火热行情中获益。

立讯精密、歌尔股份、兆易创新等公司的超预期三季报已经体现了这一趋势,在A股市场上收获了多个涨停。立讯精密、歌尔股份等公司参与Airpods组装代工,立讯精密2019年三季度单季实现归母净利润13.86亿元,同比增长66.74%,此前公司给出的预期是18.38%-38.32%。

歌尔股份近期频繁接受机构投资者调研,受益于智能无线耳机和智能穿戴业务的高速发展,歌尔股份前三季度业绩大增,预计全年可实现归母净利润11.71亿元至13.45亿元,同比增长35%至55%。歌尔股份在调研中表示,因TWS耳机产品供不应求,公司目前产能利用率非常高。未来将继续在智能声学整机方面扩大投入,看好此类产品的前景。未来无论国内还是国外大客户,公司都会成为主力供应商。

兆易创新为耳机等可穿戴设备提供NOR Flash。方正证券点评兆易创新三季报指出,受益于TWS等智能可穿戴设备爆发,公司NOR Flash产品线进入新一轮高增长期。兆易创新收入端呈现逐季加速趋势,2019年三季度单季收入同比增速达63%,毛利率达到40.6%,环比二季度上升3.1个百分点。