

医用防护物资迎“出海”窗口期

□本报记者 刘杨

为保障医用物资基础生产材料的供应,今年一季度多家企业全力增产、转产口罩产业链原料供应。随着国内疫情防控工作的好转,近来这些企业又相继将眼光转向了海外,陆续披露医用防护物资的出口意向和计划,除了口罩和熔喷布外,一直被海外青睐的消毒剂的出口订单也明显增加。

获得海外销售资质

随着国内疫情防控向好,多家医用物资生产企业正积极推动口罩等防疫物资在海外市场的销售。据中国证券报记者统计,截至目前,已有包括首航高科、瀚宇药业、三鑫医疗、均胜电子等逾10家上市公司发布公告称,公司相关防疫产品获得美国FDA认证、欧盟CE认证,具备进入欧美市场的准入条件。

首航高科3月25日公告,公司全资孙公司首航医疗收到美国食品药品监督管理局的通知,首航医疗向美国FDA提交的产品备案申请获得批准。产品名称为一次性口罩包括平面耳挂式、平面绑带式、折叠耳挂式。

瀚宇药业3月21日公告表示,公司全资子

公司成纪药业生产的口罩产品获得欧盟CE认证,公司正积极推动口罩产品在海外市场的销售,努力为公司带来新的盈利增长点。

三鑫医疗则公告称,公司于3月13日收到欧盟CE符合性声明文件,根据欧盟医疗器械相关法规的规定,公司的一次性医用口罩在欧盟完成了医疗器械备案注册。

与此同时,更多上市公司的口罩“出海”计划,仍在积极推进中。

佛慈制药3月25日在深交所互动平台表示,公司自产口罩出口需要进行相关认证,公司目前正在积极开展相关工作。

3月23日,新纶科技在深交所互动平台透露,口罩产线正申请在韩国、美国等地的认证和直接销售资质,将在满足国内需求后再对外出口。公司口罩产线尚有设备未到货,随着新产线的调试和设备的不断到货,产能在稳步提升中。

此外,柏堡龙、尚荣医疗、吉宏股份、奥美医疗等公司也陆续表示有口罩出口订单的生产意向和计划。

消毒剂出口大增

疫情防控的另一主要物资消毒剂的需

求同样增长迅速。

3月24日,中石化子公司江汉盐化工将300吨漂粉精消毒剂通过上海、深圳等口岸第一时间发往海外市场。中石化有关负责人表示,江汉盐化工近期海外订单同比大幅增长,最近公司已累计向意大利、法国、澳大利亚、新西兰、泰国、越南等10多个国家出口漂粉精产品10256吨,目前公司还有1.4万吨的订单,且预计客户需求还在进一步增长中。

目前已有多家公司将消毒剂销售列入其经营范围内。红太阳3月13日公告,公司已经办理完成增加经营范围工商变更登记及公司章程备案手续,并取得了南京市市场监督管理局换发的新营业执照,其中经营范围增加了“消毒剂销售”项目。海翔药业3月12日公告,因公司业务发展的需要,公司拟在原经营范围中增加第二类医疗器械生产;消毒剂生产。

也有不少已有消毒剂生产业务的企业在积极生产保供。卫星石化3月19日披露投资者调研报告时表示,为抗击疫情,保障下游口罩和消毒剂产业链的原料供应,公司双氧水装置和聚丙烯PPH225生产装置高负荷生产。佛慈制药3月16日表示,公司全力组织

口罩、75%乙醇消毒剂的生产和保供。

优先保证国内需求

多家上市公司表示,海外出口的前提是确保国内供应。东华能源近日在互动平台上表示,随着海外疫情逐步扩大,公司在保障国内医用口罩等防护用品生产的前提下,自今年2月起,已累计向印度、越南等国出口了3000多吨医用无纺布原料Y381H。

蓝帆医疗也表示,目前公司收到美国、阿联酋、法国、英国等众多国家的订单,公司将按照订单顺序全力保障订单的供应;公司的丁腈医疗级手套在美国豁免关税的名单内。

道恩股份3月23日在互动平台透露,公司生产的熔喷料对外出口,已接到国外订单,但出口占比不大,近期优先保证国内需求。

此外,中医药在新冠肺炎疫情防控中也迎来“出海”机遇。以岭药业独家药品莲花清瘟颗粒已随中国医疗专家支援伊拉克和意大利两国,投入全部生产线生产莲花清瘟系列药品;华润三九在投资者关系互动平台上透露,公司海外业务在公司总体业务中占比小,板蓝根有少量出口业务。

国内企业积极应对东京奥运会延期

疫情影响下,东京奥运会被按下了“延期键”。3月24日晚,日本首相安倍晋三与国际奥委会(IOC)主席巴赫举行电话会谈,会谈后安倍晋三召开发布会宣布,与巴赫达成共识,考虑全球新冠肺炎疫情形势,考虑到参赛选手的准备时间等问题,东京奥运会将推迟一年左右举行,最晚在2021年夏天举办东京奥运会。

东京奥运会涉及的相关方包括主办城市、赞助商、转播商及合作伙伴等,将因延期而面临巨额损失。有测算称,东京奥运会推迟举行造成的直接经济损失约为60亿美元。中国证券报记者了解到,国内相关企业正以积极的心态应对这一历史性挑战。

多家企业参与

中国证券报记者梳理发现,国内众多头部企业以赞助商或合作方身份积极参与奥运会,以期获得提升品牌美誉度和促进业务量。

阿里巴巴的赞助引人瞩目。2017年1月份,国际奥委会与阿里巴巴集团达成期限直至2028年的长期合作,阿里巴巴加入奥林匹克全球合作伙伴(TOP)赞助计划,成为“云服务”及“电子商务平台服务”的官方合作伙伴,其拥有的全球合作权益覆盖东京奥运会。

更直接的是运动品牌的参与。安踏2019年10月份宣布,成为国际奥委会官方体育服装供应商至2022年底。根据合约内容,安踏将为国际奥委会委员及工作人员提供包括体育服装、鞋和配件在内的体育装备,合作期间也包括东京奥运会。

多家A股也涉足奥运经济。2018年10月,凯撒旅业确认,为2019—2020年中国体育代表团票务销售及接待服务供应商,同时也为中国奥委会独家票务代理机构。奥拓电子在互动易中披露,公司产品有应用到东京奥运会。比音勒芬则表示,2020年将为中国高尔夫国家队征战东京奥运会研发设计奥运比赛用服。中体产业在2019年半年报披露,公司全面进入北京冬奥会和东京奥运会营销周期,为知名企业客户提供从运动员经纪到营销策划、执行的奥运营销全案服务。

积极应对挑战

面对疫情和奥运会延期,相关企业并未止住住前进步伐,而是积极应对挑战。

阿里巴巴表示,虽然赛事延期,但此刻全球共同抗击疫情,正是奥运精神倡导的“和平、友谊、团结”的最好诠释,阿里巴巴正在用数字化能力支持全球抗击疫情行动,所参与的各项奥运筹备工作也将继续推进。

安踏体育首席执行官丁世忠在近期的业绩会上指出,疫情是暂时的,随着国内市场复苏,集团旗下门店已基本恢复营业,自有工厂复工率达100%,外包工厂也恢复90%以上产能,集团有望在下半年恢复至正常经营水平,集团2025年实现流水双千亿的目标不会改变。

凯撒旅游方面强调,作为东京奥运会中国奥委会辖区官方票务代理机构,凯撒旅游相关权益伴随东京奥运会而产生,只要东京奥运会没有结束,凯撒旅游的上述身份就不会改变。(于蒙蒙)

□本报记者 徐金忠

日前,兰生股份公告了经重组预案修订而来的重组草案,拟将兰生轻工51%股权置出,同时将东浩兰生集团持有的会展集团置入。

兰生股份是1994年2月4日挂牌上市的全国外经贸系统第一家上市公司,主营业务聚焦进出口贸易,旗下经营的品牌包括丰收牌搪瓷器皿、鹭牌铜锁、丽的牌和蜂花牌鞋油等。这样的业务内容,是时代给予的印记,是彼时彼刻的上海的名片。如今,二十六载岁月过去,上海五个中心建设进入关键之年,兰生股份又将为上海贡献别样的城市名片——国际会展中心。

资产“腾笼换鸟”

丰收牌(BUMPER HARVEST)搪瓷器皿、鹭牌(EGRET)铜锁、丽的牌(LUDE)

和蜂花牌(BEE&FLOWER)鞋油……当你看到兰生股份旗下经营的这些品牌的时候,有没有一种历史的沉淀感袭来?这些日常器皿、寻常物件,恰如开放之初的上海,接收着眼花缭乱的富裕世界的馈赠。

如今,带着这些物件而来,虽说兰生股份还似上海滩老克勒一样有着优雅腔调,但是毕竟世事变化,时日已变,人们对兰生股份有着更多的期许。

于是,这家“头势清爽”老牌上海企业,开始了资产腾挪。日前,兰生股份已经公布了重组预案,预案显示,兰生股份拟以兰生轻工51%股权与东浩兰生集团持有的会展集团100%股权的等值部分进行置换,差额部分通过向东浩兰生集团发行股份及支付现金的方式补足。本次交易完成后,会展集团成为上市公司子公司,东浩兰生集团通过此次举将实现其核心会展资产整体上

市,兰生股份也将借此实现产业的置换和动能的升级。

上海的城市名片

对于拟置入的会展资产,兰生股份同样十分热情。“会展集团主要从事展览、传播、会议论坛、节事活动等策划组织、会展场馆管理、展览运输、广告搭建等业务,作为上海市主要会展企业之一,拥有中国国际工业博览会、上海国际绿色建筑建材博览会、上海国际照明展览会等多个UFI认证展会,其报告期内的毛利率分别为16.32%、22.44%及20.19%,大幅高于兰生轻工的毛利率。本次交易后,上市公司将主要从事会展行业业务经营,聚焦会展主业,有利于提升上市公司质量,保障上市公司股东权益。”重组预案写道。

实际上,放眼全球,世界多个著名城市都和知名会展联系在一起。“慕尼黑、法兰克福、汉诺威等,都是世界会展行业绕不开的城市。而上海,同样拥有自己的会展行业,只是我们的发展阶段和发展情况不尽相同。”东浩兰生会展集团总裁陈辉峰表示。

“我们希望将优质的会展资产注入上市公司,希望高质量的会展业务能享受资本市场带来的便利化条件。当然,这一切都需要合规、合理进行,需要充分考虑上市公司股东的利益以及东浩兰生背后国资股东的利益。”陈辉峰表示。

东浩兰生集团上年既定的未来发展目标中有这样的表示:“到2025年,会展集团的部分主要经济指标要达到全球同行业先进水平;到2035年,会展集团进入全球会展行业排名前10名”。这样的发展目标要求映射到上市公司层面,预计“具有国际影响力的一流会展企业”将会是“蝶变”后的兰生股份呈现给世人的惊喜。

前路必至 心向往之

2020年全球银行品牌500强排行榜出炉

光大银行排名上升12位 跃居第28位

注:全球银行品牌500强榜单由英国《银行家》杂志和Brand Finance共同发布。
数据来源:中国光大银行

☎ 95595 🔍 www.cebbank.com

Bank 中国光大银行
—— 共享阳光 · 创新生活 ——