

“二季度生产情况肯定比一季度好,最困难时期已经过去。”华南一家手机产业链上市公司人士对中国证券报记者说。

中国信通院5月12日发布的报告显示,4月份国内手机市场总体出货量4172.8万部,同比增长14.2%。其中,5G手机出货量占近四成份额。国内手机市场出货量此前已连续10个月同比下滑,多位手机产业链人士认为国内手机市场已全面回暖。



新华社图片

国内手机出货量11个月来首现增长

产业链人士认为手机市场已全面回暖

□本报记者 张兴旺

5G手机占比提升

光弘科技是一家专业电子代工厂商,其客户涵盖华为、vivo、小米、闻泰、华勤等。光弘科技董秘杨荣对中国证券报记者说,“现在是4G向5G过渡阶段,公司生产的5G手机占比在20%至25%之间。产能高峰远没到来,我们有几十条生产线,现在还在加紧下设备订单,准备迎接产能高峰。预计5G手机产能高峰在三、四季度。”

中国信通院报告显示,国内5G手机出货占比已从1月份的26.3%提升至4月份的39.3%。

从5G手机具体出货情况看,4月份,国内市场5G手机出货量1638.2万部;上市新机型22款,占同期手机上市新机型数量的45.8%。1—4月,国内市场5G手机累计出货量3044.1万部,上市新机型累计65款,占比分别为33.6%和47.4%。

中信建投证券指出,尽管总量受到抑制,国内5G手机呈现明显的结构性上涨趋势。预计今年上半年2500元起机型将实现全系列搭载5G,年底千元机将搭载5G,国内5G智能手机全年出货量在1.4亿—1.5亿部。

中信证券认为,一季度、三季度为各大手机品牌的密集发布新品时间。3月,华为、荣耀、红米、OPPO、vivo相继召开产品发布会,普遍推出5G新机型。截至目前,主流品牌5G手机已全面覆盖2000元以上价位段,看好全年的5G渗透率提升以及价位段下探。从一到两年的维度看,预计5G等升级换代需求仍可支撑行业高速增长。

部分公司订单饱和

中国证券报记者从多家手机产业链公司了解到,二季度已恢复正常生产,部分公司甚至出现订单饱和状态。

杨荣对中国证券报记者表示,公司3月下旬就恢复正常生产,现在工厂处于满产状态。光弘科技拿到的订单增加了,公司扩产了,员工数量甚至超过去年峰值。公司惠州工厂去年9月份高峰时有13000人,现在超过15000人。

受益于通讯业务大幅增长,安世半导体并表等因素影响,闻泰科技预计上半年累计净利润较上年同期将有较大增幅。5月12日,闻泰科技相关负责人对中国证券报记者表示,“我们订单充足,有些客户还追加了订

单。现在订单情况好于去年同期。”

5月11日,联创电子副总裁、董秘饶威在电话会议上表示,公司的手机镜头和手机模组,包括高清广角镜头都是全部满产状态。公司5月、6月份的订单基本饱和,7、8月份订单要在5月底才会有比较清晰的情况。光学业务全年销售收入目标没有太大变化。

5月7日,领益智造接受机构调研时表示,“2020年第一季度比较好,第二季度也会有所增长;但全年保持谨慎乐观的态度,主要因为第三季度存在不确定性。但第四季度和明年会有不错的表现。”

海外市场存不确定性

从手机产业链的情况看,海外疫情蔓延对手机市场需求的影响仍不可忽视。中信证券指出,受海外疫情影响,部分终端客户销量短期存下滑风险。

华南一家手机产业链上市公司人士对中国证券报记者说,“受海外疫情影响,手机品牌客户受到冲击,公司二季度遭遇了客户砍单情况。但公司非手机业务,平板、可穿戴设备业务订单有所增加。”

华熙生物董事长赵燕:

发力C端打造世界级功能性护肤品牌

□本报记者 康书伟

国内透明质酸行业龙头华熙生物董事长赵燕日前表示,未来将继续围绕功能性护肤品和功能性食品领域发力,加大市场影响力;在药械领域进一步丰富产品线;在原料板块牢牢守住市场份额。赵燕特别强调,继去年推出核心品牌后,公司今年要在产品力和科技力基础上重点打造品牌力,把“润百颜”打造成全球玻尿酸第一品牌。

加速品牌力打造

2019年华熙生物在科创板上市,当年首次实现功能性护肤品和医疗终端销售收入占比超过60%,公司产品结构调整显效。赵燕表示,2020年公司将在品牌建设上继续发力,“有产品力和品牌力公司才能有免疫力,否则稍有风吹草动就可能下马。”

赵燕表示,公司功能性护肤品的战略定位是多品牌、多渠道。与传统的大日化公司不同,华熙生物是以生物活性物质为基础,以解决功能诉求为核心,以健康、安全为目的做功能性护肤品;而传统大日化公司是以化学配方为出发点。多品牌、多渠道源于功能性护肤品的定位,针对不同的人群,满足不同的功能诉求,定制相应的产品,再找到适合目标人群的渠道。这是华熙生物C端业务板块的逻辑。

这一定位决定了华熙生物的营销方式不同。赵燕表示,公司不是做一个大而全,依靠广告和渠道铺出来的护肤品,不会用传统的广告营销方式与消费者建立沟通,营销费用更多用在研发修炼内功,核心是通过好产品,用合适的方式与消费者沟通。

赵燕表示,2020年重点工作是将“润百颜”打造成全球玻尿酸第一品牌。据介绍,“润百颜”作为公司推出的第一个终端品牌,已有8年时间沉淀,品牌横跨功能性护肤品和医疗美容产品两个领域。特别是在功能性护肤品领域,近两年来发展迅速,拥有百万级的粉丝群体。这是公司触达C端的有力抓手。



图片来源/华熙生物

对标国际大品牌华熙生物胜算几何?赵燕表示,年轻一代消费者崛起,对国货的认知在提升,没有对大牌的依赖性,更讲究产品的功效体验和安全性。这为华熙生物功能性护肤品板块发展提供了很好的窗口期。相较于海外大品牌和传统的国产护肤品牌,尽管公司C端起步相对较晚,但基于透明质酸及生物活性物质的产业基础以及公司的研发优势,公司对功能性护肤品的业务板块未来发展充满信心。

参与竞争拒绝价格战

华熙生物在科创板上市,引发资本市场对于透明质酸的关注。赵燕介绍,从全球透明质酸市场看,87%的供应来自中国,国外食品级和护肤品级领域80%产品来自中国。在医药级领域,过去十几年只有华熙生物参与

投资热,她表示,有竞争行业才能进步。去年形成了透明质酸概念股,行业要形成良性竞争,才有利于发展,不要恶性竞争、打价格战。

运营模式加速转型

尽管受疫情影响,华熙生物今年一季度营收仍增长3.5%,归母净利润增长0.7%。赵燕表示,虽然增长幅度不大,但受疫情影响,相关医院和诊所基本处于停业状态。公司医疗终端板块几乎没有收入贡献,依靠原料和功能性护肤品业绩大幅提升,确保了业绩的增长。

赵燕表示,疫情推动了公司运营模式转型。以医疗服务板块为例,赵燕介绍,远程办公启动后,业务团队创立了很多新的经营模式,通过在线为医疗机构、医生、护士提供培训等方式,品牌建设方面有很大收获,为疫情后的复苏打下了良好基础。

功能性护肤品板块同样通过线上转型实现快速增长。在公司前四大功能性护肤品品牌中,米蓓尔和夸迪两个品牌此前以经销商模式为主,受疫情冲击,经销商难以开展招商,公司被迫转变经营模式,在2月底推出了面向C端的经营模式,目前转型成功,实现了经销商模式和直接面对C端客户电商销售各占50%的销售业绩。从4月份的数据看,势头很好。

此外,疫情对原料板块有一定影响,但影响不大。一方面,疫情对国内和海外市场影响是错位的。比如,在护肤品原料领域,一些国际大牌在美国的工厂采购量明显降低的同时,其在国内的产量和采购量相比去年同期大幅增长。另一方面,在医药级透明质酸领域,行业竞争对手的退出为公司腾出空间。以资生堂为例,2006年华熙开始大规模生产护肤品级透明质酸以后,资生堂基本上不再生产护肤品级原料,但仍保留高利润的医药级产品,并占世界透明质酸很重要的份额。随着华熙生物进入医药级原料领域,国际大企业开始陆续采购华熙生物医药级产品。去年6月,迫于成本和品质等竞争压力,资生堂宣布将退出医药级市场。

大规模检测铺开 核酸试剂需求旺盛

□本报记者 傅苏颖 周文天

5月12日,中国证券报记者从武汉有关部门证实,武汉市下发的《关于开展全市新冠病毒核酸筛查的紧急通知》提出,在武汉全市范围内开展全员新冠病毒核酸筛查“十天大会战”。

业内人士认为,武汉开展全员核酸筛查,符合开展新冠病毒检测常态化、扩大重点地区核酸检测和血清抗体检测范围的导向。扩大检测范围,集中开展检测行动,利好体外诊断公司、检测试剂生产企业以及具有检测能力的医学检验行业。

检测铺开

11日,武汉市新冠肺炎疫情防控指挥部下发紧急通知,决定在武汉全市范围内开展全员新冠病毒核酸筛查“十天大会战”,要求各区按10天期限,做好武汉辖区全员核酸筛查计划安排。

稍早时,湖北省医疗保障局下发通知,将新型冠状病毒核酸检测、新型冠状病毒抗体检测项目临时纳入湖北省基本医疗保险诊疗目录,按乙类支付,自5月6日起在全省正式执行。医保支付具体标准由湖北省各地根据本地实际自行确定,但不得高于此前全省核酸检测180元/次、抗体检测50元/项的最高限价,实行动态调整。

国信证券高级研究员张立超对中国证券报记者表示,在武汉范围内开展全员核酸筛查,可以进一步做好摸排工作,阻断社区传染途径,最大程度地降低疫情反弹风险,符合当前关于开展新冠病毒检测常态化、扩大重点地区核酸检测和血清抗体检测范围的政策导向。目前新冠病毒相关检测试剂集中采购工作在推进。全面扩大检测范围,集中开展检测行动,利好体外诊断公司、检测试剂生产企业以及具有检测能力的医学检验行业。宝新金融首席经济学家郑磊对中国证券报记者表示,武汉的做法可能会大范围推广,全民检测十分必要。

扩大产能

《关于做好新冠肺炎疫情常态化防控工作的指导意见》5月8日印发,要求加快检测试剂和设备研发,提高核酸检测能力,扩大检测范围,对重点人群“应检尽检”,其他人群“愿检尽检”。

早前,中央应对新冠肺炎疫情工作领导小组会议作出重要决定,扩大重点地区核酸检测和血清抗体检测范围。北京、深圳、黑龙江、河南等地相关政策开始落地。

同时,海外疫情仍在蔓延,全球检测能力需持续提升,检测试剂盒需求旺盛。海关总署数据显示,3月1日至4月30日,全国共验放出口主要防疫物资价值712亿元。其中,新型冠状病毒检测试剂盒7341万份。

5月11日,华大基因发布公告,全资子公司BGI EuropeA/S的新型冠状病毒核酸检测产品于近日被列入世界卫生组织(WHO)应急使用清单(EUL)。华大基因称,这意味着WHO对公司产品质量的认可和肯定,可为WHO成员国和各意向采购方提供采购依据,有利于进一步提升公司产品的国际竞争力,在全球范围内助力新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作。

华大基因此前公告,旗下两家子公司的新型冠状病毒核酸检测试剂盒分别获得新加坡HSA的临时授权、加拿大卫生部认证。

达安基因近日在互动平台上表示,目前公司日均试剂盒标准产能可为30万人份/日,根据市场需求产能可以达到100万人份/日以上。公司新型冠状病毒核酸检测相关产品已经发往全球多个国家和地区。

国信证券研报显示,目前华大基因产能居国内企业首位,达到200万人份/日。达安基因、迈克生物、万孚生物、丽珠集团等企业日产能可在30万—50万人份。

提振业绩

天风证券指出,国内将继续加强新冠病毒检测,包括住院病人、门急诊常规化、复学人群检测。中性预估中国新冠病毒核酸检测市场空间为52亿元,抗体检测为34亿元。海外疫情仍处于紧张期,对于试剂盒的需求较大,根据中性预估,海外约有1.3亿人需要进行新冠病毒检测,对应核酸检测市场空间为126亿元,抗体检测市场空间为25亿元。天风证券认为,相关公司二季度将持续受益,国内检测订单有望提升,为全年业绩贡献增量。

兴业证券指出,国内从事新冠病毒检测相关产品研发生产的企业近千家。其中,产品已获得CE认证的企业超过160家。核酸检测产品获得美国FDA EUA的40余家企业中,四家为中国企业,包括华大基因、南京科维思、迈克生物、复星医药。其中,同时取得国内NMPA注册、欧盟CE认证和美国FDA EUA的企业为华大基因、迈克生物、复星医药三家公司。

兴业证券测算了检测试剂盒需求情况。国内方面,疫情防控进入常态化阶段,需要做好打持久仗的准备。假设4类人群需做检测:医院住院患者全部检测、境外输入全部检测、复工复学全部检测,以及全国部分人员自愿检测等,对国内新冠病毒检测试剂的市场进行测算得到的市场规模约为147.59亿元。国外方面,选择目前确诊人数大于5000的国家进行分析,对发达国家以及发展中国家分开测算疫情期间的检测试剂需求量,同时对疫情逐步好转后的常态化检测进行了测算。最终预测得到,在确诊人数不同的假设情景下,全球(除中国)新增市场规模合计10.78亿美元—12.90亿美元。