

中农立华董事长苏毅：

# 保春耕稳供给促生产 发挥“国家队”带头作用

“为确保今年春耕农药供应量足、质优、价稳，公司各板块都增加了采购量，整体同比增长10%。”眼下正值春耕的关键时期，中国农业生产资料集团公司党委委员、中农立华董事长兼总经理苏毅日前在接受中国证券报记者专访时表示，中农立华作为中华全国供销合作总社下属企业，始终牢记为农初心，不忘服务使命，为端牢中国饭碗、推动乡村振兴发挥为农服务国家队的作用。

● 本报记者 高佳晨



公司供图

## 保供稳价助春耕

2021年以来，随着原材料涨价、国家双控政策等因素影响，原药价格大幅攀升。

记者了解到，今年农药价格虽然从高位逐步回落，但仍高于去年同期，除了草甘膦等特种品类，大部分农药制剂产品价格涨幅在10%左右。

“今年国家对农资保供稳价极为重视。”苏毅告诉记者，为了顺利保障今年春耕生产，公司与120家国内外主要农药生产厂家签订联合保供合作协议，从上下游全面协同，合理保障农药供应链稳定。同时，公司承担了价值1亿元国家救灾农药储备项目，做好突发性重大病虫害防治药剂储备，确保我国农业生产安全与粮食安全。

因去年夏天的洪涝灾害、秋天的长时间阴雨，河南、河北、山东等地冬小麦主产区出现晚播导致弱苗的情况。2月23日，农业农村部发布的消息显示，去年5省共约1.1亿亩小麦晚播，经过努力耕作，冬小麦播种面积基本与去年持平，但苗情长势复杂，夺取夏粮丰收面临空前挑战和困难。

因此，做好农化服务成为中农立华春耕期间的一项重点工作。中农立华400多名农技人员奔赴在全国各地，联合当地合作伙伴，通过开展农民会、试验示范观摩会，及时将科学的种植技术与农资产品带给种植户。苏毅表示：“今年将密切关注冬小麦各阶段生长情况，持续开展农技指导，夏粮不丰收，队伍不收兵！”

此外，为了稳定农民收入，调动农民种粮积极性，中央财政近日下达资金200亿元，对实际种粮农民发放一次性补贴，

缓解农资价格上涨带来的种粮增支影响，稳定农民收入。同时，中央财政预拨农业生产水利救灾资金16亿元，为促进夏粮稳产增产提供有力支撑。

据国家发展改革委消息，今年3月起，2022年度第一批300多万吨春耕肥储备已开始向市场投放。随着春耕自南向北推进，后续还有大量储备化肥将陆续投放市场，以保障春耕等关键时段农业生产用肥需要。

“春耕生产关系夏粮收成，为落实全国春季农业生产，切实做好病虫害防治技术指导，保障夏粮丰收，中农立华团队将持续深入全国小麦主产区，开展线上线下技术服务，全力做好小麦的苗情升级转化及病虫害防治，确保小麦稳产高产。”苏毅表示。

## 农药科技含量越来越高

目前，农资市场竞争态势激烈，对于国内农化流通服务领域的国家队中农立华而言，绿色、科技、服务战略则是安身立命、做大做强之本。

“以往提起农药大家会觉得其毒性高、不环保、污染大，其实农药经过这么多年的更新迭代，早已是高效、低毒、绿色的高科技产品了。”苏毅告诉记者，农田一旦离开了农药，产量就会大大降低。“我们统计过，如果不用农药，产量大概会下降30%—40%，遇到灾害甚至可能颗粒无收。”

为什么说农药早已是高科技产品？深耕行业数十年的苏毅绘声绘色向记者介绍：“比如有一种农药叫棉铃虫性诱剂，以人工化学合成的棉铃虫雌性信息素为主要成分，会散发出雌性棉铃虫的气味，可以诱杀大量雄性棉铃虫，剩下的

雌蛾只产生少数无效卵，从而可达到防治棉铃虫的目的，并且使用时对人畜无毒，无环境污染。还有小米，在它幼苗时期长得与稗草很像，肉眼很难分辨，我们推出专门针对稗草的除草剂‘拿捕净’，可以有效除掉稗草，而不伤谷子幼苗，可谓对症下药。”

谈及绿色农药，苏毅告诉记者，如今，高毒农药占农药总量的3%左右，其余的农药都是中低毒性。“农药研发周期长，大致需要10年；研发投入大，大约3亿美元。”

作为中农集团下属唯一农药流通平台以及国内农药流通龙头，中农立华已与巴斯夫、先正达、拜耳、扬农化工、红太阳、清原农冠等国内外知名企业保持长期稳定的合作关系，近年来业绩稳步增长。

2017年至2020年，公司分别实现营业收入35.03亿元、37.35亿元、43.42亿元、66.41亿元，同比分别增长3.09%、6.6%、16.28%、52.93%；分别实现归母净利润9033.02万元、1.15亿元、1.19亿元、1.32亿元，同比分别增长10.54%、27.82%、2.96%、11.41%，保持稳健持续增长。

2021年前三季度，公司更是取得历史最好的成绩单：实现营业收入74.75亿元，同比增长44.22%；实现归母净利润1.37亿元，同比增长27.32%。其中，第三季度实现营业收入25.98亿元，同比增长58.12%；实现归母净利润2515.94万元，同比增长69.24%。

## “种业芯片”是一项长期工程

助力乡村振兴，实现农业现代化，种子是基础，更是农业的“芯片”。苏毅分管的中农种业作为中农集团农作物种子

业务的主体和平台，是继中国农业发展集团、中国中化、中粮集团之后又一家进入种业的中央类企业。

据介绍，近年来，公司在种业振兴的大背景下，紧抓行业发展机遇，多措并举，做强做大种业规模，保障国家粮食安全。

“种子工程是芯片工程，是一项长期工程。为什么将种业定义为芯片？因为种业是高科技，从选种、培育，到从数千万种中选出一个好的品种，至少也需要8年。真正开发出来的话，它的作用像芯片一样，是质的飞跃，对我国农业贡献非常大。”

记者了解到，近年来，中农种业不断通过多种渠道引入国内外先进的种质资源和育种技术，打造核心研发能力，同时联合国内科研院所，以作物种子改良和优质、高产、广适的新品种繁育推广为主线，打造“供销”品牌种业产业体系。同时，联合渠道合作伙伴，将优质的种子和农药供应给农户，推广种药一体化服务方案，帮助农民增产增收。

同时，中农种业还承担着国家储备任务。2020年、2021年，中农种业连续获批成为国家救灾备荒种子储备承储单位；2022年，公司承担国家救灾备荒种子77万公斤的承储任务。

苏毅告诉记者，在确保粮食安全的大基调下，我国种业有望得到更快发展，公司也会积极关注种业板块的机会。

“目前中农种业正在积极推进改制、引进种业人才。转基因作物方面，中农正在与一些先进跨国企业积极沟通洽谈，未来也许会以某些品种或某些序列等方式进行合作。中农种业已走上发展的快车道，现在部分选种已在试验阶段，但仍需要时间，预计未来三五年会有进一步成效。”

## 房地产行业下行态势减缓 部分热点城市二手房率先回暖

● 本报记者 王舒媛

国家统计局16日发布2月70个大中城市商品住宅销售价格变动情况。数据显示，2月70个大中城市中，一线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比上涨，二三线城市环比持平或下降；一二线城市商品住宅销售价格同比涨幅回落或持平，三线城市同比下降。专家表示，一二线城市的房地产市场率先出现底部特征。

### 降温态势得到有效控制

国家统计局公布的数据显示，2月，一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.5%，涨幅比上月回落0.1个百分点；一线城市二手住宅销售价格环比上涨0.5%，涨幅比上月扩大0.4个百分点。二线城市新建商品住宅销售价格环比由上月上涨0.1%转为持平；二手住宅销售价格环比下降0.3%，降幅比上月扩大0.1个百分点。三线城市新建商品住宅销售价格环比下降0.3%，降幅比上月扩大0.1个百分点；二手住宅销售价格环比下降0.4%，降幅与上月相同。

记者梳理数据发现，2月，70个大中城市中，新房价格环比上涨的城市数量较上月微降至27个，二手房价格环比上涨的城市数量保持稳定；新房和二手房价格环比下降的城市分别有40个和57个，均较上月微增。

“从房价指数来看，1月70个大中城市住宅销售价格指数虽然环比下降，但降幅在收窄，房地产行业下行态势得到减缓。”国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付凌晖15日表示，去年以来，受多重因素影响，房地产市场出现一定的下行态势。但是从今年的情况来看，在各方面的共同努力下，持续稳地价、稳房价、稳预期，房地产市场运行状况已出现了积极变化。

“政策效应传递至市场端仍需时日，市场修复不会一蹴而就。”诸葛找房数据研究中心高级分析师陈霄表示，预计房地产市场在今年5、6月会出现更明显的改善。

### 二手房市场修复迹象较明显

进入3月，部分热点城市二手房市场回暖步伐加快，特别是有一线城市二手房市场已逐渐触底回升。

从诸葛找房数据研究中心重点监测的10城周度数据来看，上周（3月7日—13日），包括北京、深圳、苏州、南京、厦门、宁波等在内的10城二手住宅成交量为13208套，比前一周增长11.22%。其中，北京二手房成交4329套，环比上涨29.07%，二手房成交规模自春节后逐周攀升，市场修复迹象较为明显。

从国家统计局数据来看，上海、北京、广州包揽2月二手房价格涨幅前三。业内人士表示，一线城市二手房市场表现相对较为强势，潜在的购房需求较强。新房方面认购依然略有困难，部分购房需求会转向二手房市场。

诸葛找房数据研究中心表示，2022年春节过后，多地出台的楼市扶持政策逐渐在二手房市场显现，市场信心得到修复，加之金融机构加大对合理住房需求的支持，购房者的置业意愿有所提升，二手房成交量已连续5周上行。预计二手房成交量仍将保持稳中有升态势，但也不排除在疫情影响下再现短暂回调的可能性。

## 上海家化去年净利同比增五成 护肤品跃升为最大业务品类

● 本报记者 王可

3月16日，上海家化发布2021年年报，实现营业收入76.5亿元，同比增长8.73%；净利润为6.49亿元，同比增长50.92%；扣非净利润为6.76亿元，同比增长70.76%。公司拟向全体股东每10股派发2.90元现金红利（含税）。

年报显示，2021年，上海家化护肤品类业务收入为26.97亿元，同比增长22.22%，收入占比提升至35%，跃升为公司第一大业务品类。公司护肤类主要品牌佰草集、玉泽的客户数和复购率均有所提升。

在产品创新方面，公司2021年深化与天猫创新中心合作，取得初步成果：佰草集全新太极肌源系列全部单品进入品牌销售头部SKU（库存单元），“双十一”期间成为品牌电商销售前五位的爆品；新品蓝舱精华上市首周GMV（商品交易总额）超1000万元，在天猫国潮日位列国货美妆第一名；六神新品菁萃沐浴露提升了在沐浴露品类的竞争力；美加净新品酵米系列驱动品牌年轻化及城市下沉。同时，通过聚焦爆品、精简SKU，自有品牌整体头部产品销售占比有所提升，聚合度从2019年的56%上升至2021年的71%。其中，佰草集天猫旗舰店及百货复购率由2020年的33.7%提升至2021年的41.6%，玉泽天猫旗舰店复购率由2020年的36.4%提升至2021年的42.6%。

研发方面，上海家化2021年新提交82项专利申请，同比增长68%。截至2021年底，公司拥有授权有效专利374项；在行业主流期刊上发表21篇论文，并参与5项国标或行标的制定，发布或制定19项团标或地标，涉及功效检测、安全评估、原料或成品检测、数字化转型等。

2021年，公司线上业务营收32亿元，收入占比达42.04%，线上占比与2020年基本持平。特殊渠道在受到平安寿险改革影响导致团购业务下降的背景下，公司用精细化运营策略推动电商多平台布局，逐步降低对单平台的依赖，并向零售业务转型。其中，公司电商业务快速增长，弥补特殊渠道业务下降带来的缺口；公司设立直播中心，累计直播时间达18000小时，助力公司自播业务。

线下业务方面，上海家化2021年保持稳定增长。新零售业务拓展迅猛，同比增速超100%，占国内线下业务超10%；商超、百货、CS（化妆品专营店）等渠道通过到家、到店、云店等形式促进线下业务线上化，降低了疫情带来的线下流量下降的影响；百货渠道积极提升优化效率，截至年底现存专柜及门店数合计866家，同时通过四季SPA业务线上化成功实现扭亏为盈；CS渠道通过传统CS重建和屈臣氏增利，盈利能力明显改善。

## 平安健康去年营收逾70亿元 互联网医疗赛道受青睐

● 本报记者 高改芳

平安健康医疗科技有限公司（简称“平安健康”，港股简称“平安好医生”）日前公布的2021年业绩报告显示，公司2021年总收入达73.34亿元，毛利率为23.3%。其中，医疗服务贡献收入达22.88亿元，占总收入的31.2%。

记者注意到，疫情之下互联网医疗板块持续引发关注。然而，受盈利模式仍不清晰等因素影响，整个板块的表现不尽如人意。互联网医疗企业的上市之路并不顺畅，微医、思派健康、镁信健康等都已启动赴港上市，但鲜有进展。

### 持续投入

平安健康是互联网医疗板块的龙头公司，营收亮眼。

平安健康2021年年报显示，公司总收入达73.34亿元。其中，医疗服务实现收入达22.88亿元，增速为8%；健康服务收入为50.46亿元，增速为6.3%。不过，由于报告期内持续进行战略升级，在渠道、服务和能力方面加大费用投入，公司2021年净亏损15.39亿元。

对于公司2021年亏损比2020年有所增加的原因，平安健康董事会主席、首席执行官方蔚豪表示，公司2020年确定了产品升级、渠道升级、能力升级三大升级方向，2021年是这三大升级方向持续落地的第一年，也是完整的一年。公司战略投入包括医生的生态、企业的健康管理服

31.2%

2021年，平安健康医疗服务贡献收入达22.88亿元，占总收入的31.2%。

务、实体医院网络建设、互联网医院建设等，投入很大但很值得。在投入的过程中，平安健康提炼出了HMO保险+医疗健康、家庭医生会员制、O2O医疗服务三大战略方向。

HMO即健康管理组织（health maintenance organization），在这一模式中，商业保险公司是医疗服务的主要支付方，用户购买健康保险，生病就医费用由商保公司提供报销，形成医院—患者—保险公司的新三角闭环；家庭医生会员制以“1个家庭医生+5大专业服务+1个会员健康档案”为核心服务内容；O2O医疗服务则是锁定了以企业客户为主的方向。

“未来，这些投入还要持续，但整体投入会越来越来少，因为前期大量投入已基本完成。”方蔚豪说。

### 尚未盈利

年报显示，平安健康累计注册用户数达4.2亿，累计咨询量达到12.7亿人次。2021年，公司累计付费用户数逾3800万，付费用户转化率达24.8%。平台上已积累内外部医生团队、健康师、营养师和心理咨询师超4.8万名，签约外部名医超1100名。

然而，像平安健康这样的行业龙头迟迟难以盈利使部分机构对互联网医疗板块的疑虑增多，互联网医疗企业的上市之路并不顺畅。

微医2021年向港交所递交了招股书。招股书显示，微医接入了超过7800家医院和127万名注册医师，业务已覆盖全国超过95%的三甲医院。注册用户达2.2亿，月付费用户逾2500万。2018年至2020年，微医营收分别为2.55亿元、5.06亿元和18.32亿元，但同期净亏损分别为40.52亿元、19.37亿元和19.14亿元。

思派健康今年2月再次向港交所递交招股书。根据最新招股书，2019年至2021年，思派健康收入迅速增长，分别为10.39亿元、27亿元和34.74亿元，但同期净亏损分别为5.96亿元、10.42亿元和37.49亿元。

目前，这两家互联网医疗公司IPO尚未有新的进展。

### 看好赛道

虽仍处于亏损状态，但平安健康管理