

医药公司上半年业绩增速放缓

基因测序等新技术产业化尚待时日

□本报记者 戴小河

截至7月16日晚,两市共有104家医药类上市公司预披露2014年中期业绩,其中近八成公司预喜,超两成公司报忧。从整体上看,医药公司业绩延续一季度以来的放缓态势。医保控费后医保支出增速放缓,是拉低行业增速的主要原因。业内人士告诉中国证券报记者,运盛实业、世荣兆业等地产公司上半年均有布局医院的动作,下半年或有更多地产公司投身医疗服务产业。此外,基因测序、细胞治疗等新兴技术和模式,虽代表着产业发展方向,但业绩体现尚需较长时间。

报忧报喜二八开

医药公司中期业绩增速分化明显。在104家预披露公司中,预喜的公司有79家(含扭亏和盈利),占比76%;报忧的公司有25家(含预减和亏损),占比24%。其中,鑫富药业预增1284.66%,九安医疗预减60%。

在79家业绩报喜的公司中,上半年业绩增速超过100%的公司有17家,四环生物以18倍的净利润增幅居榜首;鑫富药业以12倍的净利润增幅位居第二位;净利润同比增幅第三的是新华制药,预增730%。嘉应制药、亚太药业、东北制药、福瑞股份、普洛药业、嘉事堂、金达威、信邦制药、莱茵生物、海翔药业、誉衡药业均实现净利润同比翻番。

预计业绩增速在50%-100%的公司有香雪制药、金城医药、京新药业等16家公司;业绩增速在30%-50%间的有24家公司,包括以岭药业、华邦颖泰、亚宝药业、和佳股份、爱尔眼科等;业绩增速在0-30%的公司有22家,分别是楚天科技、翰宇药业、冠昊生物、宝莱特等。在25家业绩报忧公司中,有7家公司业绩预亏,18家业绩预减。国农科技和广济药业同比下滑幅度分别为9341%及3966%。青海明胶、九安医疗、紫鑫药业、沃森生物、莱美药业、紫光古汉的业绩同比下滑超过100%。



新华社图片

增速延续放缓态势

“0-50%增速区间的公司占比超过一半。

医药板块中期业绩呈现出整体放缓的态势,这 and 行业大趋势相符。”国信证券首席医药分析师贺平鸽表示,未来公司业绩分化会更严重。其实,医药行业业绩整体增速放缓自今年一季度以来就已有苗头。根据中国证券报记者测算,2014年第一季度医药公司平均收入增速为13.7%,可能为全年最低点。导致这一“悲剧”的导火索在于医保控费后医保支出增速放缓,这是拉低行业增速的主要原因。

从子行业来看,中成药收入增速放缓最为明显,主要是因为近来紧刮的降价风潮影响下游客户备货。从第一季度各中成药公司的收入来看,平均增速为13.83%,但同仁堂、云南白药这些业界“巨无霸”的独家品种由于其强势的价格保护能力而少受影响。

化学制剂类公司一季度收入增速为12.72%,利润增速为18.82%。此前的2013年化学制剂行业受GSK贿赂事件影响甚大,从2013年9月开始收入增速开始放缓,从2013年1-8月的20%,狂跌至2014年1-2月的3%。目前来看,行业已逐步走出阴影,高端专科药的增长正带动行业整体利润提升,眼下行业正处于逐步完成渠道库存清理,最低谷时期即将过去。

医疗器械行业一季度的收入增速仅有5.31%,同比下滑3.7%,出口形势尚不明朗,低壁垒品种竞争趋向激烈,盈利能力有所下降。2012年以来行业的整合步伐加快,细分领域集中度提升。今年3月CFDA公布新版医疗器械监管条例的修改草案,新条例从6月1日起实施,总体上鼓励创新,有利于激发企业的研发活力,提升新品产出率,加快行业增长。

化学原料药的出口仍处于低谷期,环保方面让企业“压力山大”。一季度行业收入增速

为11.32%,同比下降8.65%,受库存周期和产品价格影响,行业增速还在剧烈波动。大宗原料药企业目前还面临空前的环保压力,加上产品降价,企业的毛利率趋向于下降态势。

医药上市公司的分化正在加剧。在179家医药上市公司中,扣非净利润增速大于20%的公司占比从2009年的72%下降至今年一季度的40%;扣非净利润增速大于50%的公司占比从2009年的42%下降至今年一季度的16%。

三大投资机会

中国证券报记者采访的多位资深业内人士表示,在行业整体增速明显放缓情况下,下半年投资可沿着三条思路,一是在分化中寻找业绩确定性的公司;二是在地产业不景气的情况下,个别地产公司投身医疗服务行业;三是公司将发生内生和外延式变化,例如营销改革、新药获批或者新药上市等。

业内人士表示,上半年主题投资从民营医院到移动医疗、基因测序、细胞治疗,市场不断追逐新兴技术和模式。虽然新技术代表着产业的发展方向,但其技术和产业化还需要较长的路程,真正业绩体现尚需较长时间。

另有业内人士表示,下半年个别规模小、业绩不稳定的地产公司可能投身医疗服务行业,如上半年的运盛实业、世荣兆业都有收购医院的动作,相信下半年会有更多的地产公司涉足医疗服务行业。此外,海通证券认为,部分医药公司未来要摆脱低成本困境,需要介入新领域,而开发新产品和外延式并购是最重要的两条路径。通过创新开发新产品,进入医疗服务等新领域无疑最有吸引力;但并购虽然能够解决短期利润增长速度慢的问题,但后期的持续性难以预测。

在创新药方面,海通证券认为,除了过去备受关注的专利药、生物制药等领域外,基因测序、移动医疗、网上药店等新的业态不断出现,这些领域虽然大部分仍然处于题材炒作阶段,但不可否认的是行业趋势已经形成,商业模式也在逐步成熟过程中,技术进步或带来的巨大空间。

天虹商场两股东“一增一减”分歧初现

□本报记者 马庆圆

近日,天虹商场前两大股东持股比例变化广受市场关注。合作了三十年的两大股东,一家大手笔减持,一家同时增持,这在天虹商场上市之后还是第一次。“一增一减”背后,是天虹商场近三年来增收不增利的现实。尽管公司近年来先后进入商业地产领域、拓展微信合作、加强网上销售,但都收效甚微。分析人士指出,天虹商场第二大股东五龙贸易有限公司持股比例较高,随着天虹商场业绩增长明显放缓,不排除其通过减持继续兑现相关投资收益。

二股东大笔减持

天虹商场7月9日发布公告称,五龙贸易有限公司于2014年7月7日通过协议大宗交易方式向天虹商场控股股东中航国际深圳公司出售天虹商场3100万股,占上市公司总股本的3.87%,减持均价为9.61元/股。与大宗交易通常折价交易不同,此次天虹商场两大股东间的交易价格采用了当日的开盘价。公告同时显示,2013年7月10日至2014年7月7日,中航国际深圳公司及其一致行动人中航投资累计增持天虹商场3710.912万股,占上市公司股份总数的4.64%。作为天虹商场的发起人股东,中航深圳与五龙贸易的合作至今已超过30年。二者持股比例一直非常接近。1984年4月3日,深圳市天虹商场与五龙贸易公司(港资)签署《合资经营“天虹商场”合同书》,引入外资股东。上市后,中航深圳和五龙贸易分别持有天虹商场39.52%和38.75%股份。凭借不足亿元的投资本金,五龙贸

易在获得高额分红的同时,所持天虹商场的市值一度超过75亿元。

据了解,五龙贸易有限公司是一家投资控股公司,主要业务为对外投资及管理。黄俊康是五龙贸易有限公司的实际控制人,黄俊康及其夫人间接控股莱蒙鹏源国际集团有限公司,进而拥有莱蒙房地产(深圳)有限公司等主要从事房地产开发业务的子公司。

2011年以来,宏观经济和零售行业的变化,令长期快速增长的天虹商场放慢了脚步。公开资料显示,2007年-2011年,天虹商场扣非净利润从2.29亿元增长到5.63亿元,四年间增幅达146%;然而,从2011年开始,天虹商场陷入“增收不增利”的怪圈,公司2011-2013年的营业收入分别为130.36亿元、143.77亿元和160.32亿元,扣非净利润则为5.63亿元、5.66亿元和5.70亿元;2014年一季度,公司扣非净利润更是同比下滑6.22%。

“轻资产”变身“开发商”

面对电商的冲击和零售行业的调整,天虹商场也在调整发展模式。重要的变化之一,就是加大自有物业的比例。

上市之初,天虹商场“轻资产”快速扩张的模式广受资本市场追捧。国信证券2010年5月的一份研究报告就以《天虹商场:轻资产的创新型连锁百货》为题,认为轻资产拓展为主,可以避免因新项目投资带来业绩大幅波动。然而,在综合成本上涨、电商等新业态的冲击下,“轻资产”类连锁百货受到严重冲击。

“试水”商业地产,成为天虹的选择。2010年11月开始,天虹商场陆续拍下了五宗地块,分

别位于厦门、苏州、南昌、吉安、深圳,主要为商业地产项目和建设总部大厦。公开资料显示,南昌九洲天虹项目预计投资4.4亿元,江西吉安项目计划投资总额4.29亿元,厦门会展北项目计划投资6.32亿元,总部大厦建筑工程预算6.6亿元。此外,天虹商场在苏州相城竞得3.86万平方米的地块用于建设商业项目。消息人士介绍,该地块将建设总面积超30万平方米的5栋商业物业。

“零售类企业借助商业地产快速成长的案例很多,但该模式需要强大的品牌资源和专业团队运作。”分析人士指出,尽管购置自有物业可以降低租金等风险,但房地产“只赚不亏”的时代已经过去,大规模投资商业地产或加剧业绩波动,且自建物业对企业的资金要求也较高。

2014年1月7日,天虹商场发布《关于苏州市天虹置业有限公司委托常州莱蒙都会置业有限公司对苏州项目进行全面委托管理的公告》,委托常州莱蒙对苏州相城项目实行全面委托项目管理,项目管理服务费包含项目委托管理费与项目物业销售服务费,预计交易总额不超过6425万元。

谋“多元”难改经营困局

在进行商业地产开发的同时,天虹商场在线上业务、门店购物中心、便利店等方面已有布局,但目前来看对业绩贡献有限。

2013年9月,天虹商场联手腾讯微生活打造了天虹应用平台,此平台通过腾讯微生活,将商场商品、优惠和服务信息上传,让顾客通过订阅获取个性化资讯。受此消息影响,天虹商场二级市场股价11个交易日上涨近80%,一度超过每股14元。然而,随着概念的冷却,微信合作、“微

店”推出等更多实现的是展示商品、绑定会员卡等功能,加上公司2013年净利润成长缓慢,之后公司股价回到9元附近。

此外,天虹商场2013年积极推进现有实体店向购物中心化转型。2013年10月26日,天虹商场首家购物中心——深圳宝安中心区天虹购物中心全面开业,此外公司在江西和浙江地区的购物中心筹备工作也在推进。2014年,天虹商场计划“从顾客需求出发,提供更好的商品和服务,全力推进现有实体店向购物中心化”。然而,曾被零售百货视为业务创新的购物中心模式,由于近年来商业地产快速发展,过剩迹象已很明显,广东某市甚至出现了一条路上有9个Mall的现象。业内人士介绍,目前深圳购物中心存量达到220万平方米,未来3年深圳购物中心还将大幅增加,预计2016年将达约350万平方米。对此,天虹商场一位中层人士表示,百货类公司蜂拥投建购物中心确存在一定程度的“跟风”。

同时,拓展并运营便利店业务也是天虹商场今年重点经营计划之一。近日,第一家天虹“微喔”便利店开始试营业,与传统便利店不同,天虹“微喔”还提供网络购物区域,顾客可以使用店内的平板电脑进行购物。事实上,便利店的竞争也已非常激烈。深圳现有的便利店品牌众多,传统全国类连锁店有7-11、ok便利店、喜士多、全家、深圳本地的百里臣、万店通,华润万家旗下的VanGO便利店,此外还有美宜佳、快客等。中国连锁经营协会发布的“中国城市便利店指数”显示,深圳每3250人就“拥有”一家便利店,饱和度为全国第三。深圳起家的天虹商场,拓展便利店业务成效如何,尚待观察。

四川长虹加速布局家庭互联网生态圈

□本报记者 郭新志

在初步完成智能终端领域的布局之后,四川长虹将触角伸向了家庭互联网生态中的另一重要环节——内容。四川长虹近日与加拿大SMART科技公司、神州数码签署战略合作协议,拟从产品、方案和渠道上进行优势组合,共同打造智慧教育生态圈。“这是公司家庭互联网生态圈中在内容环节的探索,希望借此探索新的商业模式”,7月15日,四川长虹相关人士称,公司几年前就在完善内容环节布局,转型是一个渐进过程。

拟建智慧教育生态圈

近日,四川长虹与加拿大SMART科技公司、神州数码签署战略合作协议。合作三方表示将从产品、方案和渠道上进行优势组合,打开中国教育信息化改革新局面。四川长虹同时发布面向未来的智慧教育生态圈规划和4K超清智能交互式一体机(预装行业顶级白板软件Smart

Notebook)。

早在几年前,四川长虹已着手布局内容环节短板,并陆续与一些内容商洽谈合作。“近年来,无论是互联网企业还是终端企业都加快了客厅端口的布局,以智能电视为主要代表的入口成为大家抢占的重点。”易观国际分析师庞亿明告诉中国证券报记者,乐视、爱奇艺、优酷等因新项目投资带来业绩大幅波动。然而,在综合成本上涨、电商等新业态的冲击下,“轻资产”类连锁百货受到严重冲击。

“试水”商业地产,成为天虹的选择。2010年11月开始,天虹商场陆续拍下了五宗地块,分

别位于厦门、苏州、南昌、吉安、深圳,主要为商业地产项目和建设总部大厦。公开资料显示,南昌九洲天虹项目预计投资4.4亿元,江西吉安项目计划投资总额4.29亿元,厦门会展北项目计划投资6.32亿元,总部大厦建筑工程预算6.6亿元。此外,天虹商场在苏州相城竞得3.86万平方米的地块用于建设商业项目。消息人士介绍,该地块将建设总面积超30万平方米的5栋商业物业。

用户需求,通过终端设备、数据层、虚拟平台、教育应用四大模块创新突破,构建智慧教育环境。

新商业模式将逐渐落地

基于智能战略转型,四川长虹提出“智慧教育生态圈”。四川长虹董秘谭明献指出,2013年,公司提出了以“智能化、网络化、协同化”为重点的“新三坐标”智能战略。其核心是以人为中心,通过广泛连接,实现人、设备及服务的智能协同,做强智能终端,建设“传感器”网络,开放数据接口,为消费者提供越来越智慧的终端及服务,并构建新的商业模式。

自去年以来,四川长虹相继推出了基于智能战略的CHiQ(启客)系列智能电视、智能冰箱和智能空调,构筑起家庭互联网在智能终端环节的“三板斧”,初步完成了“终端+平台+内容+服务”的终端布局。如今则开始加速布局内容、服务等薄弱环节。

分析人士指出,随着四川长虹家庭互联网

技术的成熟及产品落地,云计算、大数据等新兴业务将成为公司新的增长领域。事实上,围绕大数据商业模式创新,长虹积极开展多项技术合作开发,包括与中科院软件所进行的数据挖掘项目合作,与中科大进行数据存储、图像识别、云服务平台关键技术等方面的合作,与西安交大共同研发人脸识别、手势识别等技术。

四川长虹相关人士称,实现四川长虹智能战略首先要做大、做强智能终端,同时利用传感器网络获取来自电视、冰箱、空调、手机等智能终端的用户数据;其次是通过海量用户数据分析,为智能设备用户提供个性化和人性化的应用与服务,在此基础上探索出的新的商业模式,实现公司业绩的持续稳定增长。

“考察手机市场的发展,小米的崛起给业界很多启发,电视厂商传统依靠卖终端的盈利模式必须改变。”在庞亿明看来,随着智能电视普及率的提高以及内容商与终端厂商的深度融合,传统电视厂商的新商业模式探索也将随之落地。

航天信息

拟发行24亿元可转债

□本报记者 陈静

航天信息7月16日晚间公告,拟发行不超过24亿元可转债,投向金税产业、金融电子支付等四个项目。

公告介绍,本次发行的可转债总额拟定为不超过24亿元,可转债票面利率不超过3%。募集资金总额扣除发行费用后,用于金税产业升级及应用拓展项目、金融电子支付及服务产业化项目、自主安全的物联网技术及应用产业化项目、信息安全关键技术研发及信息化基础能力建设项目,项目总投资26.2亿元,拟使用募集资金24亿元。

其中,金税产业升级及应用拓展项目的建设内容包括防伪税控系统(增值税专票)升级、普通发票税控系统升级、电子发票系统及发票大数据服务平台以及金税产业拓展一企业财税软件系统的建设实施。

此外,通过金融电子支付及服务产业化项目,航天信息将加快形成金融芯片、金融IC卡、金融支付终端、专业化服务等全产业链的核心竞争能力。

自主安全的物联网技术建设内容包括,自主安全可控的一体化云平台产业化、出入境综合解决方案产业化以及酒店管理一体化系统产业化。航天信息表示,公司计划通过该项目建设,完成在云计算技术、大数据技术及人像识别技术等领域的技术创新和产品研发,扩大公司在政府信息化及企业信息化领域的市场份额。

中超电缆

再获石墨烯电缆专利

□本报记者 汪瑶

中超电缆7月16日晚间公告,16日收到由国家知识产权局颁发的实用新型专利证书,公司获得“石墨烯复合高半导体聚烯烃屏蔽电力电缆”专利,专利期限10年。

中超电缆称,由于该项目尚处于科研成果研发阶段,批量产业化还需要比较长时间,短期内不会对公司经营效益产生实质性影响。

中超电缆主营电线电缆的研发、生产、销售和服务,近年来公司在石墨烯领域的步子越迈越大。今年早些时候,公司投资设立了石墨烯子公司,经营石墨烯电缆及其他特种电线电缆的设计、研发、制造等。6月19日,公司公告,取得两项实用新型专利证书,分别是石墨烯复合高半导体聚乙烯屏蔽电力电缆和带石墨烯涂层的架空导线。

环保部对环境案件开展督察

四家企业未有效整改

□本报记者 王颖春

环保部7月16日召开新闻发布会,通报了2013年环境行政执法后督察情况,对鞍钢等4家未能开展整改措施的企业进行了处理。

据环保部环境监察局局长邹首民介绍,2013年底至2014年初,环境保护部组织6个区域督查中心,对2012年查处和重点督办的环境案件开展督察,检查各案件执行处理处罚要求和整改落实情况。93起案件中,有70起案件涉及的环境问题已处罚到位、执行到位并基本整改到位,占75.3%;19起案件仍在整改中,尚未完成,占20.4%;4起案件未开展有效的整改工作,占4.3%。目前,大部分企业处罚整改完毕,但仍有4家企业未能开展整改措施,分别是鞍山钢铁集团公司化工总厂、哈尔滨亚麻纺织有限公司、广西百色融达铜业有限责任公司、铜陵市城北污水处理厂。

邹首民表示,针对出现问题环保部将分类处理,对情节严重的,如鞍钢集团化工总厂等企业,进行挂牌督办。先责令其履行处理处罚决定,若逾期将申请法院强制执行。在挂牌督办期间,暂停以上企业除节能减排、生态环境保护以外的项目。

广发银行

加速推进O2O战略

□本报记者 黎宇文

广发银行近期加速布局O2O战略。作为国内最早实现与三大运营商签署移动支付战略协议的商业银行,广发银行利用移动支付技术,加快拓展手机支付市场。目前该行全国范围内的联通客户、移动客户均可申请“手机钱包”服务,与中国电信合作的“手机钱包”已处于技术验证阶段,预计近期正式推出。

据介绍,广发银行业内首推的“24小时智能银行”作为网络金融业务的线下物理实体,承担了衔接“线上、线下核心机站”的重要角色。广发银行将24小时金融服务深入社区,提供全程指引的借记卡办理、信用卡还款、账单分期、贷款申请等服务。截至2014年6月底,该行已在全国14个城市布点“24小时智能银行”,累计受理客户6万余人次、发放借记卡7000多张。