

浩欧博未来拟开发200个检测项目

□本报记者 傅苏颖

浩欧博董事长李纪阳近日接受中国证券报记者专访时表示,估计国内过敏和自免检测领域市场规模20亿元。其中,16亿元来自进口产品,市场空间巨大。过敏疾病的诊疗基石是过敏原检测,公司计划未来在4G平台增加过敏及自免检测等200个检测项目。公司是国内唯一一家拥有三代技术的企业,形成了产品梯队,技术在国内处于领先状态,且4G技术达到世界先进水平。



浩欧博办公大楼

本报记者 傅苏颖 摄

有望实现15%-20%的增速。过敏检测市场将朝国产替代进口方向发展,浩欧博这样的国产品牌有望更快成长。

在自免市场,李纪阳介绍,国内自身免疫的特点是一家独大,一家德国企业(现已被美国公司收购,成为美国公司)长期占据国内市场。但这家公司产品一直以二代技术为主,特点是定性检测,手工半自动操作。相对于体外诊断,大多数领域国产品牌都是跟跑状态。在自免免疫市场,中国企业比进口品牌领先研发出了全自动、全定量的四代产品,并已推向市场,销售快速增长。而占据中国80%市场的进口品牌还在研发四代技术。因此,自免领域国产四代取代进口二代产品趋势明显。目前,自免市场规模10多亿元,并以15%的速度成长。

重视研发投入

浩欧博自成立以来一直重视研发投入。数据显示,2016年至2018年,公司研发资金分别为2334.85万元、1968.67万元、2415.28万元,占同期营业收入分别为20.92%、13.45%、11.99%。

洪城水业董事长邵涛:

打造环境综合服务商 业绩释放有望加速

□本报记者 刘杨 钟志敏

“经过这几年的强管理、拓市场、加大资本运作力度等措施,洪城水业加速成长起来。公司已跻身A股15家水务类环保上市公司的前三位。”洪城水业董事长邵涛日前对中国证券报记者表示,“公司适时启动了针对一个供水项目和8个污水项目的非公开发行股票事宜。随着水厂产能爬坡,污水新项目投产及配套工程建设的实施,垃圾焚烧发电项目推进等,公司将继续高效开拓市场,业绩释放有望加速。”

邵涛表示,洪城水业逐步布局全国市场,将自身定位为环境综合服务商,与蓝天白云以及治水、土壤、固废相关联的领域,都是公司潜在的业务板块。

夯实主业应对挑战

中国证券报:如何看待2018年和2019年一季度公司取得的业绩?

邵涛:环保督察常态化,监管力度加强,大气、水、固废等领域治理标准提升,环保行业发展面临“阵痛期”。这对于我们确实是“考验期”,而洪城水业的营收、净利润均实现双位数增长。这在以“稳健”为特点的公用事业行业并不容易。

尤其是2019年一季度,洪城水业实现营收13.3亿元,同比增长23.8%,实现归母净利润1.31亿元,同比增长42%。2018年,公司实现营收43.78亿元,同比增长23.52%。最为突出的是公司供排水及燃气安装工程业务,全年实现营收16.62亿元,同比增长85%。同时,公司保持良好的现金流,2018年经营活动产生的现金流量净额为11.22亿元,同比增长45%,是扣非后归母净利润的3.45倍。

一些细节可能大家没注意到,目前市场通常采用特许经营无形资产摊销的形式进行会计账目处理,而公司为了充分体现会计谨慎性原则,将设备、土建及无形资产进行分类摊销,导致账面摊销费用偏高,但公司净资产收益率与市场总体水平持平或更高。因此,实际持有的项目相对更优质。

中国证券报:环保行业过去一年持续低迷,公司如何应对挑战,如何谋求新的业绩增长点?

邵涛:全国两会提出“污染防治要聚焦打赢蓝天、碧水、净土保卫战等重点任务,统筹兼顾、标本兼治,使生态环境质量持续改善”,并生态环境保护工作制定了时间表和路线图,并为环保产业明确了目标、路径、任务。为了迎接挑战,我们加强内部管理,由粗放式向精细化



集约型转变。全力推进信息化建设,优化升级环保调度系统,实现污水厂在线数据总部可视化,加强日常安全隐患排查机制,树立内部管理标杆,提高污水处理厂精细化管理水平,确保污水达标排放。

同时,全面实施扩容提标工程,主业实力进一步增强。进行全省范围内迄今为止覆盖最广、规模最大的污水扩容提标工程。截至目前,公司共投入31.5亿元,陆续承接了58家污水处理厂的提标改造项目。

此外,进一步拓宽外部市场。对接投资项目百余个,先后中标辽宁营口城市污水处理PPP项目、福建漳浦污水处理PPP项目、赣江新区熊舍污水处理厂、景德镇工业园区污水处理PPP项目、定南县2018-2020年城区污水管网改造工程PPP项目以及浙江温州三家污水处理厂股权收购项目,总投资额近15亿元。

优化整合做大做强

中国证券报:作为大型一类供水企业,洪城水业有哪些核心竞争优势?

邵涛:公司目前拥有供水、污水处理、燃气、新能源等业务板块,综合性环境产业链已初步形成,并且规模较大,市场占有率较高。

在南昌,洪城水业的供水市场具有较强的区域自然垄断性。水务方面,污水处理业务在省内在占据整个县级污水市场80%以上份额;燃气业务方面,公司整合市场,在南昌市场占有率已达90%;新能源方面,公司目前是南昌市最大的车用天然气供应商。受益于近年来南昌市政府对车用天然气推广的大力支持,公用新能源各加气站地理位置优越,竞争能力较强。

博以4G产品的技术优势和性价比,一定程度上已对进口企业2G产品实现了替代。

公司披露的数据显示,目前除了25项过敏4G一期产品即将进入临床外,公司预计将研发拓展项目200余项。对于未来的研发投向,李纪阳表示,一是过敏领域,在过敏4G平台上继续增加过敏原项目。二是自免领域,继续开发新的自免产品。三是考虑到成本上升的风险以及保持产品一致性,加强原材料的自主研发。考虑到未来原材料和过敏研发需要更多人才,未来将进一步充实研发团队。

替代进口趋势明显

“公司在过敏原种类、市场占有率、发展速度以及产品线齐全方面均具有一定优势。”李纪阳表示,公司是国内唯一一家三代技术都有,且定量检测技术国内领先的企业。

李纪阳坦言,公司在国际市场仍存在一定差距,主要在于过敏原种类较少。公司的对标企业美国赛默飞拥有600种过敏原检测,在国际市场占绝对优势。但在中国市场,该公司获得的注册证仅30种左右。

李纪阳表示,公司的产品价格具有一定优势。另外,过敏检测领域具备一定壁垒,包括时间和品种壁垒。一个过敏原从研发到拿到注册证需要3-5年。品种壁垒方面,由于质控、信息系统、招标的原因,大多数医院只会用一家厂家的产品。因此,种类丰富往往意味着竞争力。后来者要想替换已有厂家,这是一个很大的壁垒。

拓展国际市场方面,李纪阳表示,在自免领域,国际市场4G替代3G趋势明显,公司已经掌握4G技术并开发了丰富的自免4G菜单。公司的自免4G产品已取得CE认证,并与德国、西班牙等地专业经销商签订了经销合同,于5月10日在德国率先实现4G产品上市。

招股书显示,2016年至2018年,浩欧博营收分别为1.12亿元、1.46亿元和2.01亿元;2017年度、2018年度同比分别增长31.11%、37.68%。扣非净利润分别为647.99万元、2123.97万元和4445.75万元;2017年度、2018年度同比分别增长227.78%、109.31%。

李纪阳表示,初步估计过敏和自免领域加在一起市场规模20亿元,增速为15%-20%。其中,4亿元来自国产产品,16亿元来自进口产品。公司的产品、技术、产业化、规模化生产、营销网络和客户等方面都具有一定优势。未来,公司将继续实现进口产品的替代。一位医药行业分析师认为,行业国产替代进口趋势明显,浩欧博在分享行业红利的同时,有望实现年复合30%以上增速。

紧跟大数据时代步伐,洪城水业通过“互联网+”着力打造智慧服务,先后构建供水行业GIS地理信息系统(一张图管理)、调度SCADA系统(一双眼监控)、分区计量DMA系统(一张网监测)。通过这三个系统,实现供水管网管理的科学化、信息化、精细化和高效化。

中国证券报:除了深耕主营业务领域,洪城水业在投资领域有哪些布局?

邵涛:要实现更大规模、更快发展,通过并购可达到快速扩大企业规模、拓宽业务范围的目的。在保证内生增长基础上,公司将充分依托资本市场,围绕核心业务,根据战略发展的需要延伸至新的经营区域,加速在全国范围的产业布局。一是加强产业并购等政策研究;二是结合环境产业方面有关的项目投资,积极拓展产业链企业的横向和纵向并购,审慎投资。不少知名民营环保公司近几年盲目投资,导致出现流动性风险,致使股权变更。这给公司并购创造了不少机会。

早在2009年,公司就参股投资了南昌红土创新资本创业投资有限公司(洪城水业占比31%),积极寻找国家鼓励及资本市场认同的项目,以医药、精细化工、电子信息、新材料等领域为主要投资方向。

其中,实现上市和被上市公司收购的项目7、8个,类似的风投项目红土创投还参股了20多个。为保证洪城水业的可持续健康发展,母公司南昌水业集团扮演的角色是优质项目孵化器,对于固废、危废业务的发展亦保持高度关注。

目前孵化的温州热电联产项目是全国唯一的循环产业经济模式项目。这种模式一是综合解决了温州城区污泥无害化处理问题;二是实现了对热电燃烧原材料的零成本化,同时综合解决了温州工业园区废皮革处置问题,将其作为助燃剂替代煤使用,减少了焚烧燃料成本;三是通过焚烧大大减小了原垃圾填埋场的库容压力;四是取得了不限量上网供电,通过污泥、皮革等固体废物废弃物提供稳定焚烧供来源,提升了效益;五是余热回用延伸企业的边际效益。在拥有开发园区半径15公里的供热专营权前提下,已形成热电联产区域自然垄断性竞争优势,这已成为主要利润来源。企业同时取得社会效益和经济效益。

利用综合系统解决环保问题,并取得双效益的产业模式,被复制运用到南昌市的垃圾处理项目。南昌水业集团投资近14亿元,建设南昌麦园循环经济产业园项目,不仅能解决现有垃圾填埋导致的污染问题,而且通过焚烧发电创造新的经济增长点,为企业发展提供了强大助推作用。

用“互联网+”打造智慧水务
中国证券报:公司“智慧水务”进展情况如何?
邵涛:城市建设,供水先行。人们常常把供水管网比喻成一个城市的“主动脉”,为百姓生活和城市建设提供蓬勃动力。以前我们采用人工或电脑绘制供水管网现状分布图,图纸更新滞后,不能及时跟踪监控供水管网分布及定位。而且老图纸随着年代久远会出现遗漏,对一些老旧管网的现状只能依靠人工记忆寻找管网位置,可能出现偏差,费时费力且影响抢修速度,还会造成更多的供水流失,不利于日常供水管网的管理维护。

“信心比黄金重要。”这道出了行业变化的缩影。在日前举行的上海国际电影节期间,与会嘉宾频频强调行业信心的重要性,并认为“抱团取暖”是目前应该考虑的发展手段。这些观点与今年以来电影市场疲态密不可分。今年前五个月,国内分账票房和观影人次增速自2011年来首次出现负增长。

业内人士指出,早前电影行业发展受益银幕数量和互联网平台采购增长,且电影票补贴吸引了大量新的观影人群。随着相关红利消失,行业颓势开始显现,高票价挫伤了观影情绪,短视频等平台在争夺用户。影视公司高管建议,加大内容供给吸引观众,实施错峰排片策略,相关收益分配机制亦被重点提及。

行业发展出现拐点

电影企业寻求“抱团取暖”

□本报记者 于蒙蒙

“信心比黄金重要。”这道出了行业变化的缩影。在日前举行的上海国际电影节期间,与会嘉宾频频强调行业信心的重要性,并认为“抱团取暖”是目前应该考虑的发展手段。这些观点与今年以来电影市场疲态密不可分。今年前五个月,国内分账票房和观影人次增速自2011年来首次出现负增长。

业内人士指出,早前电影行业发展受益银幕数量和互联网平台采购增长,且电影票补贴吸引了大量新的观影人群。随着相关红利消失,行业颓势开始显现,高票价挫伤了观影情绪,短视频等平台在争夺用户。影视公司高管建议,加大内容供给吸引观众,实施错峰排片策略,相关收益分配机制亦被重点提及。

行业颓势

一段时间以来,影视行业一直被阴影笼罩。“2018年是电影资本市场的严冬,一半影视股市值跌落,8家影视公司市值腰斩。这对于电影行业是雪上加霜。”博纳影业董事长于冬坦言。

今年上半年行业形势更加不容乐观。猫眼数据显示,2019年1-5月,中国电影分账票房(不含服务费)和观影人次同比增速均为负,为2011年以来首次下降。1-5月,中国电影分账票房(不含服务费)累计249.41亿元,同比下降6.35%;观影人数仅为6.89亿人次,同比少了1亿人次。一线城市下滑幅度较小,1-5月分账票房(不含服务费)下滑近0.65%;二、三、四线城市票房降幅分别为4.52%,5.07%和7.55%。

在此背景下,暑期档显得尤为重要,主要看头部影片的表现。2018年暑期档(6月1日-8月31日),全国电影票房报收174亿元,同比增长6.74%。其中,《我不是药神》、《西虹市首富》、《一出好戏》分别斩获31亿元、25亿元、13亿元,三部电影合计占暑期档四成票房。

对于今年暑期档,多位业内人士持怀疑态度。值得注意的是,原定于6月15日晚放映的上海国际电影节的开幕片《八佰》,因技术原因取消。而该片早前获广泛好评,市场预计票房在20亿元-30亿元之间,被认为可以撑起暑期档的重要影片。外界担忧该片能否如期在7月5日上映。中国证券报记者梳理发现,今年暑期档片单乏善可陈,除了《八佰》,拥有一定票房号召力的要数《伟大的愿望》和《银河补习班》。华东券商传媒分析师李兵(化名)直言,两部影片票房很难达到20亿元,暑期档整体票房堪忧。

争抢用户

厚德前海基金首席投资官陈昱川认为,早前电影行业持续高速增长离不开院线扩张和平台方采购。“2012年我们有1万多块屏幕,2018年为6万块。爱奇艺2015年(采购)成本是36亿元,2018年大概265亿元。这仅仅是一个平台。这两个水龙头给行业带来很强的活力。”

陈昱川指出,从2018年开始,无论是银幕数增长还是互联网平台,由于各种原因减缓了对影视行业“放水”。“行业发展放缓,当然也有其他因素。”除了驱动力下滑,高票价对观影情绪的挫伤引起行业人士重视。今年春节档频频出现高票价现象,影迷直呼看不起电影。这背后部分原因是猫眼、淘票票等票务平台逐步缩减票补力度,更重要的是一些城市影院借春节之际“收割”,以确保全年业绩。

华谊兄弟副董事长王忠磊坦言,票补带来了新的观影人群,提高了行业的活跃度,但也带来了新问题。“尽管(春节)档期在票房中占比很大,(影院)用提高票价的方法,其实伤害消费者心态。这对行业发展来说比较短视。”

在李兵看来,在观影情绪受挫的情况下,如果不能及时输出高质量影片,一二线城市的观众可能不再愿意踏入影院,电影市场环境将进一步恶化。而在三四线城市,票价因素影响观影热情,同时其他娱乐方式包括短视频、视频直播等在抢夺用户。

低谷求变

一年多来,电影公司之间出现“抱团取暖”之势,一部电影呈现多家联合出品的现象。在中国电影产业高峰论坛上,中国电影、上海电影、博纳影业、万达电影、光线传媒、腾讯影业、阿里影业等企业负责人齐聚一堂,其介绍的70周年献礼影片普遍出现2-3家联合参与的情况。上述高管直言这是“抱团取暖”。

“这一年是特别艰难而又充满信心。越是在市场迷茫时,越是需要电影界同仁一起努力,共克困难。”于冬的一番表态反映了行业心声。于冬表示,2019年对于电影公司而言困难重重。公司的市场方向、题材都有所调整,行业面临洗牌。“信心比黄金更重要。观影人次提升需要一大批优秀影片。”

阿里影业高级副总裁李捷认为,中国电影增量来源于两个方面,一是提高观影频次,二是增加中小体量优质电影的数量。建议排片定档尽量不要扎堆四大档期,选择中档期甚至周末档将成为常态。“如果观影用户在四大档期外看好电影的可能性越来越低,会导致大档期电影也没有善果,因为竞争太激烈。《何以家》和《复联4》定档同一天,我们觉得这片子太小,无所谓竞争。结果发现观众在那个档期无片可看,除了《复联4》只能看我们的《何以家》。”

行业低谷之际,从业者呼吁给予一定政策支持。“电影专资在过去很长一段时间内对电影产业发展促进作用非常大。专资主要是税前票房的5%。以前1元钱票价只收5分,但票价跃升到几十元时,再收5%就不太合适。2018年,全国600亿元票房,62部国产影片有300多亿元,(专资)15多亿元。”于冬建议,今年之后专资能否免征三年,让制片方和影院方有一个缓冲。尤其是电影行业下行阶段,大家共克时艰。

光线传媒董事长王长田认为,不合理的电影市场利益分配机制应该改革。比如,院线和片方的分账比例。“现在已经6万块荧幕,成为全球银幕最多的国家。实际上银幕过剩,内容供应不足。这是因为内容制作公司不强。投资越来越少是因为行业结构不合理。这些问题都应该改变,应该建立鼓励内容创作的政策体系。”