

2021年国内粗钢需求或增至11亿吨

钢铁板块估值有望继续抬升

□本报记者 董添

11月以来,在需求的强劲推动下,国内钢材价格屡次创出新高,粗钢产量也高位运行。兰格钢铁经济研究中心首席分析师陈克新指出,2020年中国钢材市场体量继续扩容,表观消费量将跃上10亿吨粗钢新台阶,实现历史性突破。预计2021年钢材市场总量需求继续稳定增长,有可能达到11亿吨,再创新高。

产量维持高位

受下游基建、房地产开工率提升等因素影响,今年以来,钢铁行业产销量整体超预期。特别是“金九银十”的旺季期间,行业产销量同比增长幅度明显。

国家统计局数据显示,2020年10月,粗钢产量9220万吨,环比下降0.4%,同比增长12.7%;生铁产量7617万吨,环比上升0.5%,同比增长9.4%;钢材产量11848万吨,环比上升0.4%,同比增长14.2%。10月,在下游需求明显放量的带动下,国内钢材市场呈现震荡反弹的走势,虽然环保限产政策制约着钢铁企业的生产,产能释放速度有所放缓,但钢铁产量依旧维持在高位。

11月以来,国内钢材市场呈现快速拉涨的态势,国内钢材价格屡次创出新高。在这种氛围的烘托下,国内钢铁生产企业虽然受到环保限产政策的制约,但限产效果并不显著。

兰格钢铁网调研数据显示,11月前两周,全国百家中小钢企高炉开工率为86.25%,较10月(86.45%)下降0.2个百分点,但依然高出去年同期7.75个百分点。11月钢铁产量将可能会再次冲高,全国粗钢日产或再次冲上300万吨大关,其中重点大中型钢铁企业平均粗钢旬产将维持在216万吨左右。

针对短期内钢铁行业的走势,兰格钢铁网指出,对于国内钢材市场而言,基建投资维持小幅回暖态势,同时地产行业也表现出较强的韧性,而整体制造行业回升态势也较为明显,从而使得下游需求的释放明显超出预期,但传统需求淡季正在逐步



新华社图片

走来,整体的用钢需求也将逐步转淡。

中泰证券研报显示,近期经济基本面好于市场预期,同时资金面偏紧,叠加海外疫苗等一系列因素,市场风格开始切换。近期,库存及成交数据仍然反映需求较强,这一点可能与今年暖冬淡季延迟有关。随着北方大范围降雪的开始,未来需求将逐步切换至淡季。预计11月下旬社会库存去化将放缓。需求的季节性变化与价格之间并无明显相关性,此前高企的社会库存已经在淡季前得到相当程度的消化,库存压力缓解,只要需求同比不明显转差,价格就有望在短期维持强势。

需求继续增长

陈克新称,2021年全国钢材消费需求将继续增长。其中,粗钢表观消费量预计将会超过10.6亿吨,增幅在4%以上。预计全年粗钢直接出口量(钢材折算)8000万吨左右,出口水平由降转升。上述两个方面相加,预计2021年中国全部粗钢需求量或将达到11亿吨,比上年增长5%左右。

针对粗钢需求量增长的原因,兰格钢铁网指出,2021年,宏观经济将普遍提速,包括国内市场与国际市场两个层面。

国内市场方面,预计新一年继续以补短板、基础设施投资作为经济稳增长的重要抓手,房地产投资依旧保持较高速度增长,这将使得2021年中国钢材国内消费继续得到强化。据中国工程机械工业协会最新统计数据,2020年10月,国内纳入统计的25家主机制造企业共计销售各类挖掘机产品27331台,同比涨幅达到60.5%。这是挖掘机销售数据连续7个月同比增速超

过50%。挖掘机销量连续保持高增长,预示我国基建投资项目密集开工,基建投资增速进一步加快。这不仅预示着新一年内钢材国内总量需求继续得到强化,还意味着建筑用钢材在需求总量中的强势地位。

国际市场方面,预计新一年内欧美国家有可能实施大规模财政刺激政策,并且不会退出极度宽松货币政策。在宏观经济预期复苏的同时,全球制造业也显现向好趋势。全球制造业趋势向好,欧美国家大概率会实施大规模财政刺激政策等利好,对于世界钢材需求及中国外需环境改善,都是一个好消息,尤其是在钢材的间接出口方面。2020年,中国钢材间接出口形势远比预期的要好。据海关统计,今年前10个月,我国出口机电产品8.45万亿元,同比增长3.8%,占出口总值的59%。预计新一年内欧美国家机电产品生产会继续受到疫情冲击,中国机电产品出口替代效应增强,刺激中国机电产品出口提速,致使钢材间接出口获得强化。

需求结构方面,业内人士指出,预计2021年中国钢材需求结构将延续2020年的两大特点:总量需求中突出国内需求;国内需求中突出建筑用钢材需求。

机构建议关注钢铁股行情

值得注意的是,“金九银十”旺季周期以来,不少钢铁类上市公司的股价出现了明显抬升。短期内,钢铁股作为周期性板块的代表,获得了不错的超额收益。

中泰证券称,与三季度钢价的成本推动不同,本轮钢价上涨确实带来了吨钢盈利的改善,尤其是受益于下游汽车家电景气及产能增量有限的冷轧品种,盈利已经

恢复至较高水平,预计四季度行业盈利将上一个台阶,可以继续关注钢铁股行情。

中国证券报记者梳理发现,截至目前,已发布全年业绩预告的钢铁上市公司整体保持了较高的盈利性。其中,金洲管道预计2020年归属于上市公司股东的净利润为49589.51万元至63364.38万元,同比增长80%至130%。公司称,湖州金洲公司资产被政策性征收,确认大额资产处置收益,致非经常性损益大幅增长。此外,公司主营业务盈利能力持续增强。

ST抚钢则预计2020年全年续盈。公司表示,2020年,公司采取以“产品开发结构调整,挖潜节支降本增效”为主要经营措施,严格控制制造成本,同时通过产品结构调整,公司高附加值产品订单持续增长,为公司盈利能力提供了有力支撑。预计2020年度公司将持续保持盈利。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林接受中国证券报记者采访时指出,现阶段钢铁行业的估值适中,行业中企业需要区别对待。钢铁行业是比较成熟的行业,其估值平稳状况下应该在10倍-15倍左右。如果全球疫情问题解决,在经济复苏背景下,未来一段时间会引来不错的需求提升,所以钢铁行业中期可看好,但长期依然是过剩产业。

盘和林预计,钢铁行业后市大概率会分化,其中,受产能过剩影响,以粗钢为主要输出产品的上市公司业绩将随着钢材价格上下起伏,属于典型的行业周期特征。但预计部分钢铁企业通过转型逐步会向精钢领域进发,通过工艺提升和研发,向钢铁制品的下游延伸,而不是单纯输出粗钢产品,此类企业未来会周期弱化,逐步增强竞争力。

东软集团董事长兼CEO刘积仁：

在软件新生态时代创造更大价值

□本报记者 宋维东

在日前举行的“东软解决方案论坛2020”上,东软集团董事长兼CEO刘积仁接受中国证券报记者采访时表示,随着软件技术普及和应用的深入,软件将成为构建数字社会生态系统的工具,并进入更开放、更融合、更创新的生态时代。东软集团要抓住行业发展趋势,在以价值创造为核心的经营模式中走出新发展之路,创造更大价值。

软件行业新变化

“软件的内涵发生了根本改变。”刘积仁说,“过去软件是技术产品,可以做系统集成、解决方案。现在软件的使用方式、范围和业务生态与过去完全不同,成为赋能工具,可以构建新的商业模式,成为生态连接的纽带,也可以是跨界融合的支撑平台。”

也正因如此,近年来,东软集团坚持发展医疗健康及社会保障、智能汽车互联、智慧城市、企业互联等核心业务的同时,选择具有巨大发展潜力的新行业,发挥软件的赋能效应,创造出可以独立发展并与公司核心业务互补的新领域,如数字医疗设备、云医院、新能源汽车技术等创新业务,推动公司从创造技术向创造价值转变,从以技术为核心的方向与新业务融合发展转变,从产品公司向服务和平台公司转变。

刘积仁表示,在谈到软件时就要谈到新技术。例如,区块链本身就是一种软件算法,云技术也是软件的一种布置,人工智能是用算法和软件众多数据创造的模式。因此,软件承载了很多新技术的创造,也决定了这些新技术的可用性。

“软件与新技术是孪生的、是相辅相成的。软件在技术的推动下,开发效率正变得越来越高,应用场景能力越来越强,质量可控性越来越好。”刘积仁说。

当前,软件正在不断构造各种各样的数字商业平台和生态。刘积仁以共享经济为例说明,共享经济实际上是各个实体间的连接,这也使得越来越多的商业实体间的界限变得越发模糊,不确定某个实体属于哪个具体产业。软件正在创造越来越多的数字实体,为人们在数字社会提供崭新的发展空间。

刘积仁表示,从最初的技术到后来的产品,再到现在的解决方案与服务,软件行业正进入崭新的生态时代。在这个生态时代中,软件可以赋能,互联可以创造新经济和新生活,同时也在不断创造新行业。

做强软件主业

当前,数字社会的商业规则、社会形态、数据隐私、系统安全、数字空间与非数字空间的不平等问题,将是数字化新生态时代的最大挑战,也是未来技术需要解决的首要问题。依靠大数据技术,用更多元化的数据覆盖更海量的各类主体,提供与其匹配的精准服务,已经成为现实。

对此,刘积仁表示,新兴技术不断涌现与颠覆,软件的定义在不断升级,技术与应用的边界正在消失,软件于无形之中融入生活,公司也一直在思考如何洞悉未来市场的机会。东软集团作为一家软件公司,软件就是东软的“生命支撑”。从最初销售技术产品到销售服务,再到用软件创造与客户之间持续的生态关系,软件对东软来讲就是企业生命的重要组成部分。

东软集团通过软件与服务、制造结合,技术与行业能力结合,提供行业解决方案、智能互联产品、平台产品以及云与数据服务,业务范围越发广泛,涉及行业和社会生活各方面。目前,东软集团形成了以软件技术为核心,医疗健康及社会保障、智能汽车互联、智慧城市、企业互联等业务板块合力发展的综合业务布局。

在医疗健康及社会保障领域,东软集团业务覆盖卫健委、医院、医保、商保、民政、扶贫、就业、养老等领域。根据IDC发布的行业分析报告,东软集团连续10年位列医疗IT解决方案市场份额第一,并位列2019年中国医院核心管理系统市场份额首位,拥有行业最大客户群。公司在中国医保信息化市场、社保软件领域市场份额超过50%,市场占有率始终保持第一。

在智能汽车互联领域,东软集团已发展成为全球领先的汽车电子服务供应商。在汽车电子业务领域,其技术与市场份额都处于领先地位。公司建立了与众多国内国际车厂、国际汽车电子厂商的长期合作。在全球前30大汽车厂商中,85%的厂商使用了东软集团的软件与服务。此外,东软集团还是国家汽车电子安全国标牵头制定单位,子公司东软睿驰是中国汽车工业协会智能网联汽车信息安全与数据共享工作组组长单位等。

在智慧城市领域,东软集团持续推进“智慧城市”战略,积极推动城市数字化产业升级,搭建了“以大数据为核心的新型智慧城市”业务框架,利用云计算、大数据、移动互联网等新技术,构建了覆盖政府、企业、社区、家庭和个人的产业集群,提供智慧城市解决方案与服务。截至目前,公司已与30多个城市建立战略合作关系。

在企业互联领域,东软集团打造覆盖智能商务、智能监管、智能制造的智能化管理体系,以信息技术服务于企业转型及产业优化升级。同时,利用云计算加快企业数字化、网络化、智能化转型,提供云战略规划、云设计、云建设、云管理平台、云管理服务、云运营等全生命周期服务。

创造企业价值

东软集团即将将迎来创业30周年。在刘积仁看来,公司选择软件行业是幸运的,因为

很少看到一个行业能有如此长的生命周期,也很少看到哪个行业面临着如此激烈的竞争。“这30年间,东软集团始终将软件融入生活与社会变革,不断与新技术共生,创造数字经济的载体。”他说。

刘积仁表示,在企业发展过程中,要坚定自身的战略选择,培育发展动力,在创造经济价值的同时更要为社会发展做出贡献。以此次新冠肺炎疫情为例,疫情让东软集团多年布局的大健康生态系统得到验证和提升。东软集团第一时间联合东软大健康产业联盟企业,充分发挥技术和资源优势,以软件的力量加入战“疫”行动。

疫情刚发生后,面对医疗机构资源紧张、公共卫生和社会保障等信息系统亟需升级的局面,东软集团快速推出“疫情自填报”平台,免费帮助基层采集人员信息;派出多个专业团队赶赴各地及时帮助医疗机构升级信息化系统;发布“利剑”疫情防控信息化整体解决方案;以软件赋能硬件,推出可有效防控疫情的智能终端产品“防疫五金刚”,为医院抗疫、企业复工、人员返程提供安全保障。

此外,旗下公司东软医疗向武汉捐赠大型医疗影像设备及软件;快速研发并推出“雷神”方舱CT、“火眼”AI等新品抗击疫情。其中,“雷神”方舱CT从研发、验证到订单生产仅用时7天。东软医疗还向全球多国援驰CT、“雷神”方舱CT等产品,助力30多个国家抗击疫情。旗下公司东软熙康利用互联网医疗熙康云医院平台,开设免费“新型冠状病毒肺炎咨询专区”并推送防控专业知识,受到各方肯定。

“未来软件无所不在。东软集团不能在软件产业变革的大机会面前只充当软件工程师的角色,要将软件作为价值创造的工具和手段,在以价值创造为核心的经营模式中走出软件企业的新发展之路。在价值创造过程中,东软集团也将成为新业态、新业务发展模式的创造者和受益者。”刘积仁说。

德源药业

冲刺精选层获首轮问询

□本报记者 吴勇

德源药业冲刺精选层日前获首轮问询,涉及公司产品核心竞争力、研发能力、产品质量和存储合规性等方面的问题。公司主要从事内分泌治疗药物研发、生产、销售。此次公司拟公开发行不超过1519.7万股人民币普通股,募集资金主要用于固体制剂车间扩建改造项目二期工程以及研发中心建设项目。

专注内分泌治疗领域

德源药业是一家专注于内分泌治疗药物研发、生产、销售的医药制造企业。目前公司拥有成品药注册批件10个,原料药注册批件2个,另有3个原料药批准在上市制剂中使用。公司在售产品6个,涉及糖尿病、高血压以及周围神经疾病等治疗领域。

公司介绍,经过多年发展,公司与国药控股、华润医药、上药集团、南京医药等大型医药商业公司建立了较为稳定的合作关系,依托遍布全国的销售网络,并主要通过配送商(医药商业企业)等渠道将产品销往全国各地的医院、药店、诊所、卫生站等医疗服务终端。

医药行业人士表示,中国的糖尿病患者人数居全球之首,由于城市化带来的生活方式变化以及人口老龄化,中国的糖尿病患者数量还将持续增加。数据显示,2019年中国糖尿病患病人数约为1.16亿人,中国已成为全球糖尿病患病人数最多的国家,与此同时,糖尿病患者数量仍在持续快速增长。预测2040年中国糖尿病患病人群数量将达到1.51亿人。

受益于行业的发展景气度,报告期内(2017年至2019年),德源药业分别实现营业收入2.41亿元、2.56亿元、3.1亿元;归母净利润分别为3347.47万元、3594.22万元、4686.72万元。

主营产品贡献率下降

招股书显示,公司的主要产品之一为盐酸吡格列酮片,报告期内,盐酸吡格列酮片实现销售收入分别为1.49亿元、1.36亿元、1.37亿元,占同期营业收入的比重分别为61.90%、53.27%、44.07%。

盐酸吡格列酮片是由日本武田和美国礼来联合开发的品种,1999年7月15日获美国FDA审批后在美国上市。2005年,日本武田的原研药在我国获得注册,以商品名“艾可拓”上市。2001年中国医药研究开发中心与北京太平洋药业有限公司、上海医药工业研究院、江苏恒瑞医药股份有限公司联合开发成功后,盐酸吡格列酮片作为创新药物获得新药证书和生产批件。

根据药学会重点城市样本医院销售数据显示,2019年,我国国内吡格列酮销售排名前5位的为日本武田药品工业株式会社的“艾可拓”、德源药业的“瑞彤”、北京太平洋药业股份有限公司的“艾汀”、杭州中美华东制药有限公司的“卡司平”、四川绿叶制药股份有限公司的“贝唐宁”。其中,德源药业的市场份额为19.54%。

德源药业表示,公司生产的吡咯列酮片安全性高,发生低血糖风险低,肾功能不全患者使用无需调整剂量,并且长期服用吡格列酮可降低心梗、卒中、全因死亡等心血管事件的发生,减少大血管事件的发生率,延缓动脉粥样硬化的进展,降糖同时带来更多获益。

公司盐酸吡格列酮片(30mg)于2019年12月全国首家通过一致性评价,在一致性评价实验中,公司生产的盐酸吡格列酮片(30mg)功效与国外原研药“艾可拓”做到了基本一致。

但是,值得关注的是,报告期内,盐酸吡格列酮片贡献率持续下降。对此,公司表示,一方面,随着医药采购招投标制度的推行,盐酸吡格列酮销售均价呈现下降趋势,平均销售单价由2017年的2.09元/片下降至2020年上半年的1.85元/片,导致销售额增长有限;另一方面,随着公司其他产品市场认可度的提高和销量的上升,其他产品对公司营业收入的贡献率也持续增加。但盐酸吡格列酮片在首家通过一致性评价后,预计该产品的市场竞争力将进一步得到提升。

产品竞争力受监管关注

在首轮问询中,公司的产品竞争力受到全国股转公司关注。据招股书显示,公司在售产品6个,分别是“瑞彤”(盐酸吡格列酮片)、“唐瑞”(那格列奈片)、“复瑞彤”(吡格列酮二甲双胍片)、“波开清”(坎地氢噻片)、盐酸二甲双胍缓释片以及甲钴胺胶囊。报告期内,“瑞彤”营收分别为1.49亿元、1.36亿元、1.37亿元,占营收比例分别为61.90%、53.27%、44.07%;盐酸二甲双胍缓释片营收分别为3340.56万元、4390.94万元、7090.92万元,占营收比例分别为13.87%、17.15%、22.86%;“复瑞彤”营收分别为1869.59万元、3077.86万元、4724.73万元,占营收比例分别为7.76%、12.02%、15.23%。

对此,全国股转公司要求公司补充披露“瑞彤”在报告期内占营业收入比例下降的原因,是否可能持续下降,是否对未来自收入、产品结构产生重大影响;盐酸二甲双胍缓释片报告期内收入及营收占比增长的原因,相应产品市场份额、市场规模是否同步增加;盐酸吡格列酮片、盐酸二甲双胍缓释片、吡格列酮二甲双胍片的主要应用场景,三者之间是否存在替代关系,结合产品疗效、毒副作用、未来推广规划等,量化分析产品结构变化对公司收入和毛利率影响。

在产品市场空间及竞争力方面。全国股转公司要求公司补充披露糖尿病、高血压治疗领域主要用药方案及其发展变化趋势;公司主要产品及在糖尿病、高血压治疗领域的总市场规模;占比及其变化趋势,是否存在盐酸吡格列酮片等主要产品,在开发产品被其他治疗方案替代的风险。

全国股转公司同时要求,补充披露产品细分市场的竞争情况,公司各主要产品市场份额报告期内变动情况,药物疗效、稳定性、毒副作用、日均费用等方面与同种竞争药品相比的优劣势。量化说明上述产品市场份额市场规模、销售数量变动的匹配关系。