

东北制药：积极拓展国际市场 提升优势品种话语权



新华社图片

东北制药相关负责人日前在接受中国证券报记者采访时表示，作为国内重要的药品生产和出口基地，公司近年来加速优化产品和销售结构，以技术研发作为培育壮大新动能的突破口，在拓展国内市场的同时进一步加大国际市场销售力度，不断提升公司优势品种在国际市场上的话语权，提高公司品牌影响力和综合竞争力，更好地参与国际市场竞争。

● 本报记者 宋维东

细菌引起的急性单纯性下尿路感染，如急性膀胱炎等。

该负责人表示，目前维生素C、左卡尼汀及磷霉素氨丁三醇3个原料药产品的欧盟CEP认证正按进度进行。上述产品一旦获得CEP证书，将对东北制药进一步拓展国际高端市场具有积极影响。

作为国内大型原料药生产企业之一，东北制药在国际市场竞争中优势显著。东北制药是全球最大的吡拉西坦原料药生产商。早在2006年，公司就成为国内吡拉西坦原料药生产企业中唯一获得欧盟CEP证书的企业。

“在发展过程中，公司持续改进质量管理体系，不断提高质量管理水平，为国际注册、高端认证夯实了基础。”该负责人表示，目前东北制药产品质量符合GMP、USP等最新质量标准，多个产品通过了欧盟CEP、美国FDA等国际高端认证，诸多主导产品通过了美国、欧洲、日本、巴西、俄罗斯、波兰等多个国家和地区的注册和质量审计。

除提交维生素C、左卡尼汀以及磷霉素氨丁三醇CEP认证申请外，仅2021年以来，东北制药就已成功拿到

涉及巴西、韩国、俄罗斯、白俄罗斯、泰国、越南、日本、埃及、德国、印度等26个国家的51个药品注册证书。

“当前国际市场原料药供给虽然充足，但优质原料供给并不足。公司将利用这一契机，依托企业品牌、产品质量等优势，积极推进原料药产品国际注册及高端认证，加大国际市场拓展力度。”该负责人说。

提高国际市场份额

经过多年发展，东北制药主要业务已涵盖化学制药、医药商业、医药工程、生物医药等板块，形成了医药上下游产业及服务集群。东北制药也是国内最大原料药生产企业之一和国际市场上的主流供应商。

其中，公司是全球维生素C主要供应商、国内外左卡系列核心供应商。公司磷霉素钠占据国内70%以上的市场份额，并出口国际市场。公司还是全球氯霉素主要供应企业。公司生产的卡前列甲酯为国家创新药，系独家产品。

此外，东北制药还拥有国际最大的

黄连素全合成生产线。目前，公司维生素C、左卡尼汀、磷霉素、黄连素、吡拉西坦等主要原料药已经远销全球100多个国家和地区。

近年来，东北制药借助“混改”红利，推动体制机制创新，持续加大研发投入，在产品自主研发以及合作研发、工艺技术创新与改进等方面积累了雄厚的资源储备，为巩固并扩大产品优势奠定了坚实基础。

针对疫情影响，东北制药近两年来积极推动产品结构调整，不断丰富产品线，提高服务能力，进一步加强与世界主流食品、保健品生产商等重要客户的合作，并取得了长期供货的优质订单。公司还开发了多个国家不同领域的潜在客户，拿到出口订单，成功实现了国际客户多元化。

“公司始终高度重视研发创新、产品质量和客户服务，在市场上建立了良好的客户口碑，在优势产品上拥有强有力的市场话语权。在今后发展中，公司将进一步加快现有产品结构调整，积极推进相关产品板块整合发力，为客户提供解决方案，不断提高产品市场竞争力，开拓更大国际市场。”上述负责人说。

海汽集团 拟收购海旅免税100%股权

● 本报记者 李媛媛

5月27日晚，海汽集团公告称，拟收购海南旅投持有的海旅免税的100%股权。公告显示，该交易完成后，海汽集团主营业务将从传统客运业务转型为综合旅游业务。同时，随着优质资产注入，有利于增强公司的盈利能力。

构成关联交易

公告显示，海汽集团拟向海南旅发行股份及支付现金购买其持有的海旅免税100%股权。同时，拟向不超过三十五名符合条件的特定对象发行股份的方式募集配套资金，拟用于本次交易中的现金对价、补充流动资金以及支付本次交易相关税费及中介机构费用等。

值得注意的是，海南旅投持有海汽集团控股股东海汽控股90%股权，为公司间接控股股东，本次交易事项构成关联交易。

海旅免税成立于2020年7月21日，是海南旅投全资子公司，实际控制人为海南省国资委。海旅免税主营业务为批发和百货零售，在离岛免税、跨境电商、岛内免税三大商业板块均有布局。此外，海旅免税共有8家下属参控股公司，包括海旅免税城、香港海旅免税、海旅黑虎等。

据悉，海旅免税城是海旅免税倾力打造的三亚市大型离岛免税购物商城，于2020年12月开业，是集免税购物、含税购物、餐饮娱乐于一体的高端旅游零售综合体。

提升盈利能力

海汽集团表示，上述交易将助力公司从传统交通企业升级成综合旅游上市公司，打造海南旅游新名片，同时有助于提高公司盈利能力。海汽集团表示，受疫情等因素影响，公司主营业务业绩近年来有所下滑，2019年、2020年、2021年度实现净利润分别为487.430万元、-9901.15万元、-7268.22万元。

公告显示，海旅免税盈利能力较强，2020年、2021年、2022年1-3月营业收入分别为0.13亿元、24.55亿元、13.84亿元；归属于母公司股东净利润分别为-0.53亿元、-0.26亿元、0.62亿元。海旅免税自成立以来业绩保持高速增长，今年一季度实现扭亏为盈。

同时，免税市场前景发展较好。据海南省商务厅数据，2021年海南离岛免税销售继续保持快速增长态势，全省10家离岛免税店销售额达601.73亿元，同比增长84%。其中，免税销售额达504.9亿元，同比增长83%；免税购物人数达967.66万人次，同比增长73%；免税购买件数达5349.25万件，同比增长71%。今年一季度，海口海关共监管销售海南离岛免税购物金额为147.2亿元，同比增长8.4%；购物件数为2027万件，同比增长14.2%。

兴业证券研报表示，短期海南虽受疫情影响，但随着海南离岛免税知名度和相关基础设施的持续提升，疫情修复后客流恢复，行业有望继续高速增长。

扭亏为盈 拼多多一季度净利达26亿元

● 本报记者 杨洁

北京时间5月27日，拼多多发布2022年第一季度财报。一季度，拼多多实现营收237.94亿元，同比增长7%；经营利润达21.54亿元，去年同期经营亏损41.47亿元；归属于普通股股东净利润达26亿元，去年同期归属于普通股股东净利润为亏损29.05亿元。

平台生产效率大幅提高

营收规模超预期，净利润同比扭亏为盈，拼多多股价在当天美股盘前一度涨超10%。拼多多的业绩表现也优于刚刚披露财报不久的阿里巴巴和京东集团。此前，京东集团财报显示，2022年第一季度实现营收2397亿元，同比增长18.0%，归属于普通股股东的净亏损为30亿元，由盈转亏，其2021年同期净利润为36亿元；阿里巴巴第四财季（2022年第一季度）非公认会计准则下净利润为197.99亿元，同比下降24%。

拼多多财务总监戴晓璐表示：“本季度平台营收增长主要源于平台商家活动和交易体量的增长。”在用户增长放缓的前提下，平台过去几个季度更加注重深耕技术领域，用技术创新为消费者和商家提供了更加多元化的服务，大幅提高平台的生产效率。

截至2022年3月31日，拼多多年活跃买家数达到8.819亿，同比增长7%。2022年一季度，拼多多APP的平均月活跃用户数达到7.513亿，同比增长4%。

财报数据显示，拼多多一季度经营活动产生的现金流量净额为

90.68亿元，2021年同期为37.25亿元。截至2022年3月31日，公司现金、现金等价物和短期投资为952亿元，而截至2021年12月31日这一数字为929亿元。

重投研发和农业初显成效

拼多多一季度营业成本为71.6亿元，同比下降33%。一季度，拼多多的营销费用同比下降14%至112.19亿元，营销费用占收入的比例进一步降低至47%，2021年同期为59%。

在削减营销的同时，拼多多将投入重点放在研发上。一季度，拼多多研发费用为26.69亿元，同比增长20%，主要原因是员工人数增加和招聘更有经验的研发人员。

“过去几个季度，我们选择把更多的资源和精力投入到数字技术、农业科技和农产品物流等领域。”拼多多董事长兼CEO陈磊表示，目前来看，重仓技术和农业已渐见成效，也让公司更加坚定了长期致力于农业数字化的决心，“我们相信农业数字化转型的机遇和效率，将惠及整个社会。”

陈磊表示，拼多多逐步完成了从重营销到重研发的战略转型，持续重投农业领域，并连续投入百亿元设立“百亿农研”专项。

作为起家于农产品的电商平台，拼多多过去几个季度进一步加大对农产品运输、物流和仓储等基础设施的投入，大幅提高了农产品上行的规模和效率。截至2022年3月31日，累计已有近4万款优质农货上线拼多多百亿补贴频道。



视觉中国图片

温氏股份：降本增效成效明显 下半年或迎周期拐点

● 本报记者 高佳晨

在周期底部徘徊了许久的生猪行业，近期逐步回暖。

根据温氏股份等头部养殖公司公布的4月销售数据简报，生猪销售额及销售均价环比均有所回升。温氏股份副总裁兼董秘梅锦方在接受中国证券报记者专访时表示，自去年以来，公司通过各种举措降本增效，目前取得初步成效。此轮“猪周期”已基本触底，下半年或迎周期拐点。

猪价连月回升

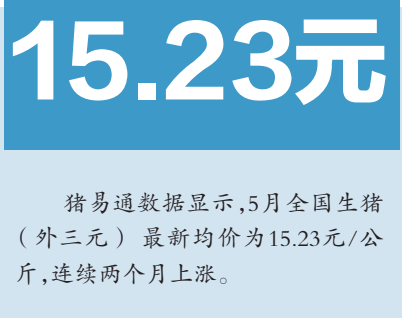
去年三季度以来，生猪价格持续低位运行，叠加饲料价格上涨等压力，猪企纷纷开始节衣缩食“过冬”。如今，随着猪价连月上涨，行业似乎迎来回暖迹象。

根据温氏股份日前公布的销售数据，4月公司销售肉猪142.70万头（含毛猪和鲜品），销售收入22.63亿元，毛猪销售均价13.33元/公斤，环比变动分别为-1.48%、7.45%、9.53%，同比变动分别为129.27%、40.04%、-39.27%。

总体看来，由于产能不断释放，养殖企业生猪销售数量同比上升较大，虽然生猪销售均价同比去年仍有差距，但近几个月来，已开始稳步回升。

国家统计局最新数据显示，五月中旬生猪（外三元）价格为15.5元/公斤，较5月上旬增加0.6元/公斤，涨幅为4%。猪易通数据显示，5月全国生猪（外三元）最新均价为15.23元/公斤，连续两个月上涨。

梅锦方告诉记者，公司还是按照原来的生产计划稳健生产，产量也在逐步提高，出栏量已恢复到一个月140万-150万头，“公司根据未来肉猪销售计



划安排投苗和生产，保证合理的肉猪存栏量。”

据介绍，2021年公司主要业务鸡、猪类收入分别占营业收入的46.69%和45.41%，实现双轮驱动；产能方面，公司现有猪场竣工产能约4600万头，育肥端有效饲养能力约2600万头，可以满足公司今明两年的生产规划。

眼下，全国疫情有所反复，不少投资者关心疫情对公司养猪业务造成的影响。梅锦方表示，公司在全国布局养猪业务，大部分地区生产和销售不受影响。“对于涉疫地区，疫情对公司物流运输、产品销售和市场消费需求产生一定影响，但整体在可控范围内。原料供应方面，公司原材料一般有合理的库存，部分地区也可以采用就地采购等方式，保障原料供应，确保生产正常运行；销售策略方面，对于已划定为严管封控的区域，采取一切可能的办法，包括协调分段运输、利用当地屠宰客户就地屠宰分流、开发周边市场客户增加交易量等，尽量降低不利影响，目前整体生产经营顺畅。”

多措并举显成效

为平稳度过周期底部，以温氏股份为代表的养殖企业开始控制成本、提高效率，并取得明显成效。温氏股份更是从2020年四季度就开始“慢下来”，停止新项目立项，在建项目能缓则缓，控制资本开支。

梅锦方表示，资金方面，公司现有库存资金充裕，规模超百亿元，且融资渠道丰富。除此之外，还有几十亿元规模可随时变现的财务性投资项目。除养猪业务外，公司还有养鸡、养鸭以及投资等业务，对冲优势明显，可以提供较稳定的经营性现金流。“畜牧养殖业有明显的周期性，现在养猪业处于周期底部，公司有足够的资金储备度过行业低谷期。”

降本增效方面，梅锦方表示，2021年公司通过调整干部薪酬、减少日常费用支出等，降低人力和运营成本、提升运作效率，其他消耗性支出也尽量减少，但生产单位员工为公司发展坚守一线岗位，薪酬未作调整，合作农户的收益也准时支付。

“早在2018年，公司生猪年产能就有2200多万头了，后来受非洲猪瘟影响，产出量大幅减少。虽然现在每个月产能都在增加，但也是原有产能的恢复，还达不到2018年产能。现在我们是尽量恢复原有产能，使成本进一步降低。公司目前主要业务还是养猪、养鸡，核心业务不变，但一些本来效益就比较差的资产会做一些优化处理。”梅锦方表示。

据了解，今年一季度，温氏股份养猪成本控制基本符合季度目标和预期。根据公司披露的数据，饲料价格上涨影响了成本下降的速度和幅度，若剔除存货跌价准备影响，3月养猪综合成本低于9

元/斤，相比1月略有下降。2022年公司的养猪综合成本目标为8元-8.5元/斤。

今年二季度，公司将补充部分后备母猪，适当加快配种节奏，增加能繁母猪数量至110万-120万头，到年底增加至140万头，扩大生产规模。同时，持续开展降本增效专项活动，加大采用优势原料等，降低饲料成本。

预计下半年行情好转

梅锦方告诉记者，这轮“猪周期”算得上是自己从业以来经历的最大挑战。“一方面价格波动大。两年猪价过高，一度到了一斤20多元，今年年初又这么低，一斤连6元不到。”梅锦方表示，另一方面，之前受非洲猪瘟影响，产量大幅下降导致价格过高，此后行业公司不断增产，又导致产能过高。这两年受疫情影响，需求萎缩，再加上饲料涨价等因素影响，行业面临很大挑战。

在梅锦方看来，如今整个农业或养猪业的集中度越来越高、资本参与度越来越高。“虽然今年行业暂时低迷，但总产出不会比去年少，应该还会增加。经历过非洲猪瘟后，行业公司增加产能和恢复产能的能力都比以前有所提升。”

梅锦方坦言，行业的周期性面临种种不确定性，可能今年企业亏损严重，明年就供不应求、猪价大涨了。为企业要做好长远考量，沉下心来打好基础，做好生产管理，稳健度过行业低迷期。

“虽然上半年行情低迷，但行情总会起来的。低谷必然会迎来反弹，低谷越深，弹性就越大。目前来看，我们还是比较有信心的，乐观预计下半年可能会好转。对于未来，我们依然信心十足。”梅锦方表示。