

医疗健康消费需求多点开花 美团加码细分赛道布局



近期美团消费医疗产品负责人伍盛菲在接受中国证券报记者采访时表示,近两年来,消费者的医疗健康消费需求开始从传统的“治疗”向“预防”转变。据美团平台消费数据显示,口腔、眼科、体检、中医等健康消费呈现出多点开花的趋势。“平台消费医疗布局尚属初期,目前会更多聚焦产品能力建设,包括在供给、运营等层面做更大投入。”

●本报记者 杨洁

医疗健康消费热度提升

随着消费需求持续增长,体检、正畸、种植牙、OK镜等以改善生活质量为目标的医疗健康服务,正成为一条蓬勃发展的新赛道。

据国盛证券报告测算,2022年我国消费型医疗服务已达万亿市场规模,预计2025年市场规模有望提升到2.4万亿元。

美团平台消费数据显示,医疗健康消费在线上呈现出三大特征:规模增长、多点开花、个性消费。

口腔、眼科、体检、中医等健康消费多点开花。在美团平台,眼科在2022年热度上涨最快,流量增幅超过120%。其中,视光全品类成为眼科细分市场的“黑马”,年同比涨幅最高超过500%。在口腔领域,儿童齿科和种植牙搜索涨幅最高。

动脉网联合美团医疗发布的《2023口腔医疗服务洞察报告》显示,在儿童齿科消费中,防龋类项目

增幅最快,在过去5年间,涂氟在儿童齿科消费项目中的占比提升了18%。此外,以年轻人为主的口腔护理也成为口腔行业快速崛起的蓝海市场,而宠物口腔医疗、口腔医疗加商业保险等细分领域也逐渐成为就医新趋势,为口腔消费带来更大的市场机会。

“我们观察到,不管是成人还是儿童,大家对眼保健、眼保护的认知逐渐提升,特别是干眼症相关的产品服务需求大幅提升,眼部按摩、干眼SPA等服务销售火爆。”伍盛菲说,“在这类新兴需求增量市场,用户痛点其实特别明显,平台方要解决信息不对称问题,让用户知道这是什么服务,并且能够放心地选择想要的服务。”

加强数字化建设 减少信息不对称

伍盛菲表示,美团消费医疗团队隶属于美团丽人及医美事业部,

2022年开始独立。尽管面临疫情不利影响,但美团消费医疗的口腔和眼科赛道发展速度远超团队预期,新型品类的市场增长、用户增长也超出预期。

“我们有一个很大的愿景——每年服务三亿家庭,让三亿家庭更健康。目前平台消费医疗团队还处于初期阶段,过往大家熟知的口腔、体检这类消费属性特别强的服务在美团已经快速增长。今年我们会加强这些成熟品类的覆盖密度和深度,同时大力投入建设更丰富的消费医疗供给品类,比如眼科、中医、康复、综合医院、专科等,横向拓展丰富度。”伍盛菲表示。

在伍盛菲看来,消费医疗项目的信息不对称痛点比较明显。“用户可能之前没有接触过类似项目,需要从0到1认识这个行业,确实存在一些认知门槛和信息壁垒,导致用户决策难。平台需要围绕用户痛点去做行业深耕,帮助用户能够更好地选店和选服务。”伍盛菲说。

线上化、数字化成为消费医疗机构触达消费者、消除信息不对称的重要途径。《2023口腔医疗服务洞察报告》称,数字化升级已成为消费医疗机构创新变革的共识,6成以上的口腔机构选择线上平台进行规模化、低成本获客,有87%的机构会选择美团、大众点评等作为数字化营销渠道。

瑞尔齿科副总经理兼华北地区总经理胡云帆对记者表示,瑞尔齿科将美团、大众点评上的页面作为门诊微官网来精细化运营。

爱尔集团营销中心总监伍晋弘表示:“去年12月,我们把实体机构的服务‘搬’到线上,扩大了线上供给范围,明显感到视光、屈光等线上预订订单销量增加。”

数据显示,今年2月,爱尔眼科在美团线上门店的下单用户数同比增长160%,部分门店较合作前的交易涨幅高达745%。据了解,今年爱尔500多家线下机构将在美团上开启数字化新征程。

据国盛证券报告测算,2022年我国消费型医疗服务已达万亿市场规模,预计2025年市场规模有望提升到2.4万亿元。

视觉中国图片

房企融资明显恢复 利率整体较低

●本报记者 董添

近期,多家上市房企发布融资方案,不少房企单笔融资额度较高,融资利率则整体比较低。有的房企融资利率甚至低于3%。业内人士预计,2023年房企融资将明显恢复。

接连发布融资方案

中交地产近日发布拟发行公司债券的公告,本次发行公司债券的期限不超过5年(含5年),规模不超过10亿元(含10亿元)。具体发行规模、是否分期发行及分期方式需提请股东大会授权董事会根据公司资金需求情况和发行时市场情况,在前述范围内确定。

根据中交地产公告,具体发行期限将根据公司的资金需求及市场情况确定,可以是单一期限品种,也可以是多种期限品种的组合。本期债券募集资金拟用于偿还到期公司债券,或证监会、交易所核准的用途等。募集资金的具体用途将提请股东大会授权董事会根据公司的具体情况确定。

不少房企计划融资金额较高。3月21日,据上交所披露,厦门建发股份有限公司2023年面向专业投资者公开发行公司债券已提交注册。债券类别为小公募,拟发行金额为50亿元。

华润置地也计划发行2023年度第一期中期票据,发行用途为用于项目建设。其中,品种一初始发行规模为不超过20亿元(含20亿元),品种二初始发行规模为不超过20亿元(含20亿元)。发行人与主承销商有权根据簿记建档情况对本期中期票据各品种最终发行规模进行回拨调整,即减少其中一个品种发行规模,同时将另一个品种发行规模增加相同金额;两个品种间可以进行双向回

拨,回拨比例不受限制,两个品种的最终发行规模合计不超过40亿元(含40亿元)。

中指研究院企业研究总监刘水表示,预计2023年房企融资将明显恢复。从政策上看,“三支箭”支持房企融资的措施将会进一步落实,银行与房企签订的授信协议将逐步落实。房企也将积极利用政策支持工具如信贷、债券、股权及其他工具进行融资,补充资金流动性,增强安全垫。

融资利率较低

从融资利率看,多数房企融资利率较低。举例来看,3月22日,据上清所披露,珠海华发集团有限公司于2023年3月16日发行了23华发集团SCP006,发行金额为10亿元,票面利率为3.04%。发行期限为250日,起息日为2023年3月17日。

保利发展3月20日晚公告称,3月16日,公司成功发行2023年度第二期短期融资券,发行利率为2.26%,实际发行总额为25亿元,起息日为2023年3月17日,兑付日为2023年12月12日。

从保利发展披露的销售情况及拿地情况看,两者均出现了一定恢复。保利发展2023年2月销售情况简报显示,2023年2月,公司实现签约面积203.41万平方米,同比增长35.51%;实现签约金额342.84亿元,同比增长42.98%。2023年1-2月,公司实现签约面积387.35万平方米,同比增长15.33%;实现签约金额638.29亿元,同比增长22.09%。公司新增房地产开发项目4个,分别是广州市天河区科韵路西侧地块、苏州市高新区吴越路东侧地块、西安市长安区航天北路北侧地块以及天水保利时光印象项目二期。



新华社图片

值得一提的是,部分房企在年报及业绩说明会上提到,2022年融资成本及融资结构进一步优化。美的置业管理层在3月27日召开的业绩说明会上表示,2022年,公司平均融资成本为4.62%,融资成本进一步降低。而新增债务加权平均融资成本为4.52%,在行业内具有较强的竞争力。公司债券结构逐步优化。经过一年的降杠杆,公司已经达到了绿档要求。其中,公司净负债率为43.9%,现金短债比为1.6,扣除预售款后的资产负债率为68.2%。

业绩普遍下滑

近期,上市房企陆续披露2022年年报。从年报业绩表现看,绝大多数房企报告期内业绩出现下滑。

不少大型房企净利润出现大幅下滑。招商蛇口2022年年报显示,公司2022年共实现营业收入约1830.03

亿元,同比增长13.92%;实现归属于上市公司股东的净利润约42.64亿元,同比下降58.89%。2022年,公司累计获取56宗地块,总计容建面约726万平方米,总地价约1279亿元,公司需支付地价为766亿元。

北辰实业2022年共实现营业收入129.89亿元,同比下降41.45%。公司利润总额和归属于母公司净利润分别约为-14.38亿元和-15.76亿元。虽然盈利能力出现下滑,但部分房地产上市公司还是发布了现金分红预案。以城投控股为例,报告期内,公司实现营业收入84.68亿元,同比下降7.88%;实现归属于上市公司股东净利润7.83亿元,同比下降14.15%。公司拟向全体股东每10股派发现金股利1.1元(含税)。公司在建项目规模144.62万平方米,年内实现开工34.86万平方米,竣工61.81万平方米,实现新增土地储备面积约3.17万平方米。

沙特阿美拟斥资246亿元 成为荣盛石化战投方

●本报记者 于蒙蒙

荣盛石化3月27日晚披露,公司控股股东荣盛控股与沙特阿美全资子公司AOC签署了《股份买卖协议》,约定荣盛控股将其所持有的公司10.13亿股以24.3元/股的价格转让给AOC,对价总额为246.05亿元。同时,荣盛石化与沙特阿美签署了《战略合作协议》,推动双方各自战略目标的实现和长期的可持续发展。

借助本次战略合作,荣盛石化表示公司及子公司将进一步巩固与沙特阿美现有原油采购业务的合作关系,获得长期稳定的原油以及其他化工原材料的供应,并有望进一步拓展公司化工产品的海外销售渠道,保障石油化工品产业链的稳定性。

战投方背景雄厚

沙特阿美是一个有多年历史的综合国际石油集团,其主要从事石油勘探、开发、生产、炼制、运输和销售等业务,于2019年在沙特证券交易所上市,截至2023年3月23日的市值约为7.07万亿沙特里亚尔(约等于1.88万亿美元),AOC系沙特阿美全资子公司。

本次战投协议的焦点在于荣盛石化的控股子公司浙江石油化工有限公司(简称“浙石化”)。公告显示,AOC本次受让股份交割日起3年内,荣盛石化承诺应持有不低于51%的浙石化股权;荣盛石化外的任何人士均无权直接或间接指示或促使指示浙石化的管理和政策,无论是通过拥有投票权、通过合同约定或通过任命和/或指示浙石化的任何董事、高级管理人员或受托人或其他人员;荣盛石化不得出售浙石化的全部或实质全部资产或业务。

业务层面,协议约定,沙特阿美、浙石化和荣盛石化(新加坡)私人有限公司(简称“荣盛新加坡”)将签订一份原油采购协议(简称“COSA”),关于沙特阿美向浙石化供应承诺数量为每天48万桶的阿拉伯原油,供浙石化位于中国浙江省舟山市的炼油厂加工;协议初始固定期限20年,后续以5年为期限延长。沙特阿美旗下Aramco Trading

珍酒李渡通过港交所聆讯 酒企竞相筹备登陆资本市场

●本报记者 潘宇静

3月26日晚,珍酒李渡集团有限公司(简称“珍酒李渡”)在港交所披露其通过聆讯后的招股书,或很快在香港主板挂牌上市。珍酒李渡从递交招股书到通过港交所聆讯用时不到三个月,若成功上市,其将成为港股白酒“第一股”。

据中国证券报记者不完全统计,目前锚定IPO的酒企有30多家,其中包括郎酒、国台、西凤酒、金沙酒业等。业内人士表示,珍酒李渡若成功上市或将拓宽白酒企业的上市通道。

专注于次高端及以上产品

珍酒李渡在中国经营四个主要白酒品牌,包括珍酒、李渡、湘窖和开口笑。招股书显示,珍酒主要面向酱香型白酒爱好者,李渡主要针对次高端及以上级别的兼香型白酒产品,湘窖、开口笑则为区域性白酒品牌。按2021年收入计,珍酒李渡为中国第四大民营白酒公司,也是中国白酒行业中提供三种香型白酒的第三大公司;在中国所有白酒公司中排名第14位,市场份额为0.8%。

招股书显示,在2020年、2021年和2022年三个财年,珍酒李渡的营业收入分别为23.99亿元、51.02亿元和58.56亿元,相应的净利润分别为5.20亿元、10.32亿元和10.30亿元。

其中,2022年珍酒创收38.23亿元,占总营收的比重为65.3%;李渡、湘窖、开口笑分别创收8.87亿元、7.13亿元、3.39亿元,占总营收的比重分别为15.1%、12.2%、5.8%。

珍酒李渡在招股书中披露,公司次高端及以上级别的白酒产品收入占比由2020年的51.8%增长至2022年的65.4%。2022年,珍酒、李渡及湘窖在次高端及以上级别白酒产品中收入占比分别为68.4%、76.7%及74.7%。

“我们已战略性地专注于次高端及以上级别白酒产品的营销。”珍酒李渡称,截至2023年1月31日,公司已经建立约有1100名成员的销售团队,致力于销售及营销次高端及以上级别的白酒产品。咨询公司弗若斯特沙利文的数据显示,中国次高端及以上级别白酒的市场规模预期在所有价格范围中以最快的

Singapore Pte. Ltd(简称“ATS”)和荣盛新加坡将签订框架协议,主要内容为在COSA有效期内,除COSA项下的原油供应外,ATS可向荣盛新加坡额外供应至多8万桶/日的阿拉伯和/或非阿拉伯原油。

保障供应链稳定

通过引入沙特阿美作为战投方,对于荣盛石化而言意义非凡。

荣盛石化的主要原材料是原油,为满足产品生产需求,公司每年需要向包括沙特阿美在内的国际原油供应商进口大量的原油等原材料。荣盛石化称,在双方不断加深的交易往来之中,公司与沙特阿美建立了良好的合作关系,但此前双方已达成并执行的采购合同期限较短,到期后需要经常性续签新的采购合同;由于炼化一体化企业大规模运营的特征,生产过程中任何原材料供应的中断都将严重影响持续运营,并对公司运营效率和盈利能力产生显著影响,因此稳定的原油供应对于公司持续发展具有显著的重要性和商业意义。

沙特阿美亦有合作需求。沙特阿美一方面需要原油产品的稳定销售市场,另一方面也正在加速推进下游化工品领域的全球布局,在包括中国在内的新兴市场中投资炼化一体化及化工品项目,不断开拓在下游化工品市场的发展路径,打造全球领先的一体化能源与化工品企业,提升其原油产品的最终附加值和整体盈利空间。

荣盛石化表示,通过本次战略合作,公司及子公司将进一步巩固与沙特阿美现有原油采购业务的合作关系,获得长期稳定的原油以及其他化工原材料的供应,并有望进一步拓展公司化工产品的海外销售渠道,保障石油化工品产业链的稳定性;同时,沙特阿美也将获得大量稳定的原油采购需求,并进一步拓展在中国化工品领域的布局。此外,通过签署战略合作协议以及协议项下的技术分享框架协议,为公司引入沙特阿美在炼油、石化等领域的先进技术,以及双方进行技术优势互补、资源共享等合作奠定了良好基础。

速度增长,由2022年的2341亿元增加至2026年的3719亿元,复合年增长率为12.3%。

从白酒行业来看,弗若斯特沙利文统计显示,2021年白酒占中国酒精饮料市场69.5%的市场份额,超过同期葡萄酒占法国酒精饮料市场49.9%的市场份额及啤酒占美国酒精饮料市场50.5%的市场份额。中国白酒行业的市场规模预期自2022年的6211亿元增加至2026年的7695亿元,复合年增长率为5.5%。

多家酒企谋上市

珍酒李渡若成功上市,将成为2016年金徽酒A股上市后,白酒行业时隔多年迎来的上市“新面孔”。

据记者不完全统计,目前锚定IPO的酒企有30多家,其中包括郎酒、国台、西凤酒、金沙酒业等。这其中,仅《贵州省2022年度最新上市挂牌后备企业名单》中,就包括国台、贵州醇、小糊涂仙等9家酒企和3家涉酒配套企业。

知趣咨询总经理蔡宇飞表示,市场分化趋势凸显,头部酒企销售能力将提升。名酒市场会进一步走强,中低端品牌竞争压力进一步加大,行业将进入名酒与品质比拼阶段。

近几年,有的酒企曾直接尝试冲刺A股、有的酒企尝试通过资产重组的方式上市、有的酒企想要借壳上市,但没有一家酒企成功上市。A股酒企上市之路仍停留在三个时段。1994年1月,山西汾酒在上交所挂牌,成为“白酒第一股”。此后6年,泸州老窖、舍得、古井贡酒、五粮液、皇台酒业等10家酒企相继上市。2001年-2002年,贵州茅台、老白干在上交所挂牌后,酒企上市节奏放缓。2009年-2016年,洋河股份、青青稞酒、今世缘、迎驾贡酒、口子窖、金徽酒6家酒企赶上新一轮上市热潮,白酒股上市案例至此戛然而止。

业内人士表示,注册制背景下,白酒企业上市通道不断被拓宽,但白酒企业进入IPO环节还要厘清诸多权责问题,如土地、建筑、商标等资产归属,集团与股份公司同业竞争问题等。企业核心竞争力培养仍然占据主导地位,创新和引领能力也需要得到提升。其中,股权结构、治理结构、财务结构是改造的核心。