

深耕外用药领域逾三十年

小方制药打造具备竞争力的产品体系

8月26日,小方制药在上交所主板上市。当日,小方制药举行上市仪式并通过中国证券报·中证网播出。截至8月26日收盘,公司股价收于33.3元/股,上市首日涨幅约为167.04%,总市值约为53.28亿元。

小方制药董事长、总经理方之光在致辞中表示,小方制药深耕外用药研发、生产和销售。经过多年发展,公司多种消化类药物、皮肤科药物、五官类药物市场份额国内领先。上市后,小方制药将继续专注于外用药领域,依托多年积累,探索产业链延伸;在现有业务基础上,进一步提升产品产能,优化品种结构,增强盈利能力及市场竞争力,推动行业健康和可持续发展。

● 本报记者 李梦扬



小方制药新工厂预期效果图

公司供图

产品品类丰富

据了解,小方制药的前身上海运佳制药有限公司成立于1993年,经过三十余年的发展和沉淀,在外用药领域形成了一定的品牌优势、产品优势。目前,公司产品品种囊括主要的外用药剂型,包括酞剂(含激素类)、滴耳剂、滴鼻剂、滴眼剂等多个剂型。

小方制药表示,公司具备上述剂型药品的自主生产能力和质量控制体系。在上海市医药质量协会组织开展的2022年及2023年度上海市药品生产企业信用等级评估工作中,公司连续两年信用等级评定为“A”。

根据招股说明书,目前小方制药共拥有药品批文63个,其中12个国家基本药物品种,28个国家医保品种。公司于2002年创设并持续使用的“信龙”商标具有较高的市场知名度。旗下多种外用药产品——开塞露、甘油灌肠剂、炉甘

石洗剂、氧化锌软膏、水杨酸软膏、碘甘油、呋麻滴鼻液等市场占有率持续处于国内领先地位。

从财务数据看,招股说明书显示,报告期内,公司主要药品为消化类和皮肤科,2021年至2023年上述药品收入占主营业务收入的比重分别为95.44%、95.43%和94.99%。

具体来看,公司消化类药物主要包括开塞露、甘油灌肠剂等。2021年至2023年,消化类药品的销售收入整体呈增长趋势,2023年消化类药品销售收入2.53亿元,较2021年增加3074.93万元,增长率达13.86%。公司皮肤科药品主要包括炉甘石洗剂、氧化锌软膏、硼酸洗液等。2023年,公司皮肤科药品销售收入1.95亿元,较2021年增加3420.45万元,增长率为21.24%。

小方制药表示,公司主要产品均已

经过多年临床检验,并得到消费者广泛认可,普遍进入基药或医保目录。公司目前产品种类尚未被纳入“带量采购”品种目录。因此,“带量采购”政策暂未对公司的生产经营形成重大影响。

“公司产品疗效可靠且价格较低,符合医疗费用控制的政策导向,在国内用药需求未发生重大变化的情况下,未来几年价格大幅下降的风险较小。未来,若国家出台相应政策将公司产品纳入“带量采购”范围,公司将根据相关政策积极应对。”公司进一步称。

小方制药表示,公司以“做好家庭常用药,让小方制药走进千家万户”为宗旨,为广大患者提供品类齐全、疗效稳定、质量优异的外用药。未来,公司将进一步加强研发创新,增加产品品类、剂型,不断满足普通家庭的疾病治疗与日常护理需求。

计为417.14万元、463.76万元和495.18万元。

“公司设置研发中心,不断优化与开发产品,并创新性改造生产设备。”小方制药介绍,公司已获上海市院士专家工作站指导办公室、上海市奉贤区人民政府联合批准设立专家工作站。公司将充分利用专家科研平台、科研能力、科研成果和人才资源,发挥专家的技术引领作用,集聚创新资源,推动产学研紧密合作。

盈利能力方面,招股说明书显示,2021年至2023年,小方制药营业收入分别为4.02亿元、4.57亿元、4.72亿元;归母净利润分别为1.26亿元、1.75亿元、2.04亿元。报告期内,公司销售规模逐渐扩大,主营业务收入呈持续增长态势。2021年至2023年,公司主营业务收入分别为4.01亿元、4.56亿元、4.72亿元,占营业收入的比例分别为99.88%、99.91%和99.93%。

建项目、新产品开发项目、营销体系建设及品牌推广项目,分别拟投入募集资金6.6亿元、5890万元、1.14亿元。

“本次募集资金投资项目建成后,公司主营业务的生产规模和效率都将得到明显提升,进一步巩固公司在外用药领域的优势地位,全面提高公司的市场竞争能力和持续发展能力,从而保证公司长期稳步发展。”小方制药称。

展望未来,小方制药表示,公司将加大研发投入和人才培养力度,提高生产自动化程度,不断打造、推出新的产品,完善营销服务体系,加大市场开拓力度,扩大经营规模,全面提高管理水平,在国内外外用药领域保持领先地位。

具体到产品和技术发展方面,小方制药进一步表示,公司将加强技术研发团队建设,与高等院校、研发机构等加强合作,强化新外用品、功效性护肤品的开发,丰富产品类别,形成家庭药箱、老人药箱、儿童药箱、专科医院药箱等不同产品组合,提升产品的市场影响力。

在市场开发方面,“公司将以现有营销体系为基础,加强营销活动,积极开拓市场,提升市场渗透率。公司将进一步增强宣传推广活动,充分利用新媒体,提升消费者、医疗服务机构对公司产品的认可度。公司将在国家产业政策的引导下,充分发掘市场需求,开拓细分市场,调整产品结构。”小方制药称。

“数”读小方制药

● 本报记者 李梦扬

基本情况

自成立以来,小方制药始终专注于外用药领域的研发、生产和销售,在外用药领域形成了一定的品牌优势、产品优势。公司产品主要为家庭常备外用药,包括开塞露、炉甘石洗剂、氧化锌软膏、碘甘油等OTC药品。

销售方面,小方制药拥有“经销+直销”两种模式,均为买断式销售。报告期内,经销模式为公司主要销售模式。经销商为医药流通企业,主要包括九州通、国药集团、上药集团、华润医药等。在直销模式下,公司直接客户主要为连锁药房。报告期内,海王星辰、老百姓大药房、益丰药房、叮当快药、一心堂、国大药房、漱玉平民等大型连锁药房均为公司客户。

本次发行情况

本次向社会公众公开发行4000万股,占公司发行后总股本的比例为25%,全部为公开发行新股,不涉及老股转让。

公司和保荐人(主承销商)综合考虑公司基本面、本次公开发行的股份数量、公司所处行业、可比上市公司估值水平、市场情况、募集资金需求以及承销风险等因素,协商确定本次发行价格为12.47元/股。

网上网下回拨机制启动前,网下发行数量为2400万股,占发行数量的60%;网上发行数量为1600万股,占发行数量的40%。回拨机制启动后:网下最终发行数量为800万股,占发行数量的20%;网上最终发行数量为3200万股,占发行数量的80%。

主营业务收入情况

公司主营业务收入主要来自开塞露、甘油灌肠剂、炉甘石洗剂、氧化锌软膏等外用药产品。2021年至2023年,公司主营业务收入分别为4.01亿元、4.56亿元、4.72亿元,占营业收入的比例分别为99.88%、99.91%和99.93%。

报告期内,按销售模式分类,公司主营业务收入主要来自经销模式。2021年至2023年,来自经销模式的收入分别为3.70亿元、4.17亿元、4.28亿元。

从销售区域看,2021年至2023年,公司在华东地区的销售金额较高,分别为1.51亿元、1.69亿元、1.79亿元。华东地区包括上海、江苏、浙江、福建等区域。上述地区经济发展水平较高、市场规模较大,长期以来是公司经营重点地区。

募集资金主要用途

公司本次发行实际募集资金扣除发行费用后拟用于外用药生产基地新建项目、新产品开发项目、营销体系建设及品牌推广项目。

研发与技术情况

2021年至2023年,公司的研发费用分别为1419.95万元、1358.85万元、1628.11万元。截至目前,公司及其子公司通过多年的生产经验累积了4项非专利技术,分别是混悬液灌装技术、乳化分散技术、自动化生产技术、独家药品生产工艺和制备技术。

中国石化:未来3年
每年现金分红比例不低于65%

● 本报记者 张军 董添

日前,中国石化发布2024年度“提质增效重回报”行动方案暨未来三年(2024年-2026年)股东分红回报规划。未来三年,公司每年现金分红比例将不低于65%。

中国石化董事长马永生向中国证券报记者表示,这是公司积极响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》具体举措,将进一步推动公司提质增效,增进价值认同,增强投资者回报。未来,公司将全面深化改革,突出创新引领,加快转型升级,全力攻坚创效。

继续回购股份

8月25日,中国石化披露上半年业绩,董事会决定派发中期股息每股0.146元,现金派息率达49.8%。同时,董事会批准股份回购方案,公司将继续实施回购。中国石化董事会提议,未来三年公司每年现金分红比例将不低于65%,在获得公司股东大会通过后生效实施。

2022年8月28日,中国石化发布回购公告,9月21日首次开展回购工作。这是中国石化上市以来首次实施股份回购,以提升企业价值、维护股东权益。

今年8月25日晚间,中国石化公告,为维护公司价值及股东权益,拟使用不低于8亿元,不超过15亿元的自有资金以集中竞价交易方式回购公司股票。回购股份的期限自董事会批准方案之日起不超过3个月,回购的股份将全部注销并减少注册资本。

中国石化有关负责人表示,公司将继续以投资者需求为导向,持续提高信息披露和投资者关系管理工作质量,通过投资者热线、路演推介、反向路演、视频直播、可视化年报等手段,与利益相关方保持高效沟通。

油气产量创新高

按照国际财务报告准则,中国石化上半年实现营业收入1.58万亿元,股东应占利润371亿元,同比增长2.6%。

半年报显示,上半年公司国内油气当量产量创历史新高。公司加强高质量勘探和效益开发,四川盆地页岩气等勘探取得重大突破,胜利济阳页岩油国家级示范区建设高效推进,加快推进塔河、北部湾等原油重点产能建设,加强老油田精细开发;推进顺北二区、川西海相等天然气重点产能建设,持续完善天然气产供储销体系建设。上半年,公司实现油气当量产量257.66百万桶,同比增长3.1%。

同时,炼化业务灵活调整经营策略。上半年,公司加工原油1.27亿吨,生产成品油7730万吨,其中汽油产量同比增长6.6%,煤油产量同比增长15.2%。化工方面,公司上半年乙烯产量649.6万吨,合成纤维单体及聚合物产量同比增长17.8%;出口量同比增长17.8%;上半年化工产品经营总量为4006万吨。

发挥成品油销售业务网络优势。上半年,中国石化成品油总经销量1.19亿吨,同比增长2.1%,其中境内成品油总经销量9014万吨。

提升ESG管理水平

中国石化是中国最大的一体化能源化工企业之一。着眼未来发展,马永生向记者表示:“公司将全面深化改革,推动高质量发展,突出创新引领,强化精益管理,加快转型升级,全力攻坚创效。”

提升经营质量,拓展创效空间。马永生表示,公司将充分发挥一体化优势,加强产业链优化和区域优化,深挖系统优化潜力,统筹购运产储销全链条,强化成本费用管控,全力满足市场需求,提高服务质量,实现产业链整体效益最大化。上游业务坚持高质量勘探和效益开发,增储稳油增气降本;炼油业务坚持产销协同,灵活调整产品结构和装置负荷,保障产业链高效运转;成品油销售业务全力拓市扩销,巩固市场份额;化工业务坚持“基础+高端”方向,持续加大细分市场、细分市场攻坚力度,全力降成本、拓市场、创效益,增强盈利能力和竞争力。

推动转型升级,培育发展新质生产力。马永生表示,公司将实施创新驱动战略,推动创新链、产业链、资金链、人才链深度融合,持续攻坚关键核心技术,打造原创技术策源地,支撑产业转型升级和战略性新兴产业布局。上游业务抓好胜利济阳页岩油国家级示范区、深地工程等重点项目建设,加快天然气产供储销体系建设,做强做大油气生产基地;培育氢能、风能、太阳能等新能源业务,加快构筑“油气+新能源”多能互补格局。炼化业务加快“高端化、智能化、绿色化”基地建设,统筹低成本“油转化”、差异化“油转特”,布局新材料、生物技术等新兴产业,推进老旧装置更新改造,打造更加安全集约、绿色智能、匹配协调的炼化产业链。成品油销售业务持续优化网络布局,推进充电、加气网络建设和氢能交通示范应用,完善易捷综合服务生态,巩固提升“油气氢电服”综合能源服务网络优势。

提升ESG管理水平,促进可持续发展。马永生表示,公司将持续加强治理体系建设,完善现代企业制度。加强董事会建设,强化科学决策和精益管理,全面从严管控风险。稳步实施碳达峰行动,绿色企业行动计划第二阶段方案,推动CCUS等负碳技术规模化应用,协同推进降碳、减污、提效和增绿,助力经济社会发展全面绿色转型。加强ESG体系建设,提升ESG绩效,推动公司可持续发展。