

# 125家A股生物医药公司2022年近九成盈利 超七成研发投入同比增长

■本报记者 张敏  
见习记者 熊悦

同花顺数据显示,截至4月3日,A股481家医药生物公司中,已有125家公司发布了2022年年度报告,占比为26%。其中,近九成公司实现盈利;22家公司营收规模突破百亿元;六成公司实现营收、归母净利润双增;归母净利润超过10亿元的有22家。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林对《证券日报》记者表示,随着医保谈判、集采政策及药物一致性评价等的常态化推进,从已披露2022年年报的125家医药生物公司来看,医药生物板块整体业绩较为乐观且好于预期。

截至4月3日收盘,分属于化学制剂、其他生物制品、中药、原料药、医疗研发外包等细分领域的481家医药生物上市公司总市值达到7.29万亿元,占整个A股总市值约8%。

## 22家公司 去年营收超百亿元

数据显示,上述125家发布2022年年度报告的医药生物公司中,去年营收超百亿元的有22家。其中,上海医药、白云山、南京医药营收规模位居前三,分别为2319.81亿元、707.88亿元、502.22亿元;同时,125家公司中,98家公司去年实现营收同比增长,其中实

现营收、归母净利润双增的共计75家,占比60%。

在125家公司中,有111家公司去年实现盈利,占比近九成;有80家公司去年归母净利润较上年同期进一步增长,如长春高新、海正药业、安科生物等。

安科生物在2022年年度报告中表示,得益于母公司及主要子公司业绩快速增长等原因,公司去年归母净利润同比大增240.38%至7.03亿元。分产品来看,公司的生物制品、化学合成药、原料药的销售量较上年同期均有不同程度的增长。

在125家公司中,有14家公司2022年陷入亏损,如舒泰神、利德曼、莱美药业等。据梳理,14家公司亏损原因主要集中在研发投入持续增长致使业绩承压、带量集采政策落地压缩产品利润空间等。

## 39家公司 研发投入占比超10%

在上述125家公司中,有118家公司披露了去年的研发投入金额,合计达到465.16亿元,较上年同期的388.13亿元增长近两成。

其中,94家公司研发投入金额较上年增加,占比超七成。39家公司研发投入总额占营业收入比例(以下简称“研发投入占比”)超过10%,其中化学制剂和其他生物制品公司较多,中药公司相对较少。

具体而言,华人健康、英诺特、康华生物等公司的研发投入金额



较上年同期翻倍。在研发投入占比方面,前沿生物、盟科药业、君实生物居前三分,分别为323.73%、311.97%和164.04%。

巨丰投资高级投资顾问翁梓驰对记者表示,医药生物行业具有资本密集的特点,与其他产业相比,医药产业的研发投入占比较高。而技术更新的时效性又决定了投资需求的连续性,因此药企在研发阶段必须筹集资金、确保持续投入,才能助推医药生物创新。

“研发投入金额较上年同期增长,表明越来越多医药生物企业愈发重视核心竞争力提升。”

值得注意的是,上述125家公司中,有62家对研发投入进行了资本化处理,占比近一半,其中部分公司的研发投入资本化率较高。

高禾投资管理合伙人刘盛宇告诉记者,目前我国研发费用的会计处理向国际财务报告准则(IFRS)的方法靠拢,即企业内部研究开发项目的支出,划分为研究支出

与开发支出两个阶段。研究费用通过费用化处理计入当期损益;进入开发阶段后,相关费用如满足技术可行性、有使用和出售意图、有实用性等条件,则可以资本化。

盘和林认为,从财务审慎角度,应该鼓励研发投入费用化,而不是资本化。研发投入资本化,会将计入费用的过程延迟,从而让研发投入形成资产,进而虚增账面资产,而研发投入费用化能够让企业资产更实。

# 去年底50家医药生物公司获机构重仓 今年以来中药相关个股跑赢板块

■本报记者 楚丽君  
见习记者 曹原赫

截至4月3日,根据同花顺数据显示,医药生物行业内共有125家公司率先发布2022年业绩报告,其中有82家公司去年净利润实现同比增长,占比超六成。

业内人士普遍认为,随着人们对健康的重视程度不断提升,医药消费需求增长,行业内企业将不断加大研发投入,不断推出新产品,市场竞争将逐渐激烈。

## 四成公司被机构重仓

医药生物公司被各大机构看

好,经常跻身QFII等机构重仓行业前三。而各大机构投资者持仓动向一直受到投资者关注。

随着医药生物上市公司年报业绩的公布,社保基金、养老金、QFII及险资等各类重量级机构对医药生物行业上市公司的持仓动态也逐渐浮出水面。

东方财富Choice数据显示,截至去年四季度末,在已披露去年年报的125家医药生物上市公司中,共有50家上市公司股票被上述4类机构重仓持有,占比达四成。

具体来看,险资出现在11家年报十大流通股股东之中;QFII出现在24家公司股东名单中;社保基金出现在18家公司股东名单

中;养老金出现在8家公司股东名单中。

值得注意的是,截至去年四季度末,多家医药生物公司股票同时被多类机构重仓持有,其中同时被3类机构重仓持有的公司为2家,分别为丽珠集团、心脉医疗;同时被2类机构重仓持有的公司为7家,分别为奥浦迈、海尔生物、华润三九、京新药业、昆药集团、云南白药、长春高新。

## 中药行业个股涨幅居前

同花顺数据显示,截至4月3日收盘,从申万一级行业看,医药生物板块年初至今表现并不好,指数期间上涨0.77%,在31类申万一级行业中仅排第26位。

对此,金百临咨询资深分析师秦洪对《证券日报》记者表示,生物医药股目前并不是市场热钱关注的焦点,考虑到去年四季度基金曾一度回补生物医药股的仓位,有标配甚至超配的迹象。

从个股来看,从1月3日至4月3日,已率先发布去年年报的125家医药生物公司中,有76家公司实现区间上涨,52家跑赢大盘(6.67%)。记者进一步梳理发现,中药相关个股表现突出,在上述125家公司里,年涨幅位居前10位的公司中,有7家公司属于中药行业。

长城证券认为,目前中药板块估值仍处于低位,中药行业治理水平不断提升,业绩增速和持续性较好,叠加政策红利催化,长期看好中药行业在老龄化加剧下对治疗慢性病、提高免疫力等方面的优势和银发经济下目标群体的消费升级。

投资策略方面,秦洪表示生物医药产业是人类健康的守护神,市场需求相对稳定且科技属性属性突出。因此,未来的投资机会仍是相对确定的,流出的资金或会回补。另外,中药股在去年年末的回落主要是前期涨幅较大,并不是基本面的因素。目前中药股的估值性价比仍然处于一个可接受的区间,后续的机会犹存。

## 大力发展CDMO业务

### 美诺华去年净利同比增长138%

美诺华董秘应高峰表示:“公司与默沙东已在第一期品种合作的基础上启动第二期项目的洽谈,预计之后会有多个品种落地宣城美诺华”

■本报记者 吴奕萱 郭露霞

4月3日晚间,美诺华发布了2022年年报,公司实现营业收入14.57亿元,较上年同期增长15.80%;归属于上市公司股东的净利润3.39亿元,较上年同期增长137.67%;扣非后归母净利润2.32亿元,较上年同期增长84.26%,公司近三年扣非后归母净利润复合增长率达到69.79%。

美诺华董秘应高峰对《证券日报》记者表示:“2022年公司落实既定的战略转型政策,大力推进CDMO(合同定制研发及生产)板块业务发展,实现了营业收入的稳步增长。同时,公司利用产品质量优势及多生产基地产能规模优势,快速、精准把握市场,不断地满足客户差异化需求,盈利能力不断提升。”

从数据端可以看出,CDMO业务是美诺华2022年业绩增长的核心驱动力之一。年报显示,2022年公司共实现CDMO业务销售收入5.04亿元,同比增长89.99%。

事实上,美诺华CDMO业务的快速发展也与行业整体发展趋势有关。CDMO处于药物研发至商业化销售的中间关键环节,由于创新药领域不断发展,且研发成本和风险居高不下,越来越多的上下游医药研发和制造企业选择CDMO服务来节约成本、控制风险并提升研发效率。

海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东在接受记者采访时表示:“中国拥有强大的产业链供应能力和相对低成本的技术人才,随着项目管理能力及知识产权保护等软实力的提升以及政策的支持,国内CDMO行业将迎来更多发展机遇,可以预见国内CDMO市场规模将不断扩大。”

一位研究医药行业的机构人士也对记者表示:“中国在制药领域的政策环境、质量体系建设、技术和人才储备方面,已使国内CDMO企业有足够能力将自身业务向下游高附加值领域推进,因此国内企业在业务延伸和发展上拥有巨大的成长空间。”

美诺华CDMO业务主要由全资子公司宣城美诺华药业有限公司(以下简称“宣城美诺华”)负责。2021年美诺华与大型跨国制药企业默沙东在宠物药、兽药、动物保健领域签订了十年期CDMO战略合作协议,截至2022年末,第一期9个项目均已按照时间表开展不同阶段的工作,技术转移进展顺利。

前述机构人士认为:“随着公司与默沙东战略合作的实质化推进,相关技术转移与商业化合作逐步落地,美诺华CDMO业务的发展有望提速。”

对此,应高峰表示:“公司与默沙东已在第一期品种合作的基础上启动第二期项目的洽谈,预计之后会有多个品种落地宣城美诺华。随着后续合作情况的逐渐清晰,公司会根据实际产能需求,以及项目进展情况,在宣城美诺华二期建设上规划新的合作产线,优先保证客户的需求。”

另外,2022年美诺华围绕ADC payload、linker、合成生物学等相关技术进行CDMO业务开发布局。目前公司已经开始承接相关业务,并完成了初步的订单验证交付。

应高峰表示:“虽然目前在这些创新技术领域的开发还处于起步阶段,但公司已明确将其作为CDMO业务未来的主要发力方向之一。未来公司将通过研发投入、合作开发、投资并购等方式,循序渐进、科学合理地推进新业务的发展。”

本版主编于南 责编张钰鹏 制作张玉萍  
E-mail:zmxz@zqrb.net 电话010-83251785

## 周黑鸭CEO张宇晨:

# 多重因素“倒逼”公司加快全渠道变革步伐 更稳健、更扎实迎接卤味行业复苏

4月3日,周黑鸭举行2022年度业绩说明会,周黑鸭CEO张宇晨表示,疫情三年,恰好亦是公司第三次创业的三年,特殊时期也进一步“倒逼”公司加快全渠道变革的步伐。结构性变化帮助公司应对了不确定因素,公司变得更稳健、更扎实。

## 2022年经营现金流净额达4.7亿元 拥有充足造血能力

据财报显示,2022年全年周黑鸭总营收为23.4亿元,同比下降18.3%;净利润2528.3万元,同比下降92.6%。对于业绩下滑,4月3日张宇晨在公司2022年度业绩交流会上表示,由于多重因素影响,交通枢纽、商圈客流量锐减,使得公司位于上述区域的门店受到巨大冲击;此外也受到原料成本上升的影响,鸭苗价格在2022年7月份-9月份短时间内暴涨300%,并维持高价到11月底,而肉鸭价格也自2020年以来持续上涨,到2022年逼近5元/斤,突破历史新高。

虽然业绩承压,但是周黑鸭经营性现金流较为充沛,2022年经营现金流净额达到4.7亿元;可用现金超20亿元,拥有充足的造血能力;此外,55.0%的毛利率保持相对稳定并远超同行。

“经营现金流是企业的血液,企业可以没有利润,但一定要有经营现金流,这能够让企业穿越漫长的黑夜。为此,周黑鸭建立起了一个以充沛的经营现金流为核心的、具备足够弹性的财务体系。”张宇晨说。

据历年财报显示,2020年-2022年三年现金流净额超过13.3亿元,远超其净利润。2022年净现比是18.59,高于1的业内公认安全线。而将范围扩大,2022年现金及银行存款超过12亿元,拥有充足的造血能力;资产负债率也一直保持在非常健康的水平。

## 2023年目标新开门店1000家左右 坚持“直营+特许+O&O”三轮驱动

周黑鸭能够交出一份符合行业预期的答卷,有赖于坚持“直营+特许+O&O”三轮驱动战略,特别是特许经营的业务模式。

2022年,面对外部环境的不确定性,公司稳步推进商业模式升级,逆势拓展门店,并加速拓展社区及下沉市场的布局,整体门店结构更加均衡,业务抗风险能力不断提高。2019年5月份,公司启动“直营+特许+O&O”三轮驱动商业模式的加速器。2022年6月份,周黑鸭宣布开放单店特许经营2.0轻盈版,拓展的城市数量增加,瞄准社区及下沉市场。与此同时,降低入场门槛,顺应消费特性,推出了更具吸引力的单店模型,单店整体投资由当初20万元至25万元降到8万元至10万元,受到被特许伙伴的欢迎。

截至2022年底,周黑鸭门店总数达3429家,已覆盖全国319个城市,相较2019年1320

家门店呈现翻倍增长。在财务方面,直营门店贡献49.3%的营收,特许经营业务的营收贡献迅速增长,已经达到29.6%。张宇晨表示:“2023消费回暖的情况下,我们仍将计划新开1000家门店,加强高势能渠道能力,符合高频消费。”

互联网也是周黑鸭推动渠道变革的关注领域。除了继续开发直营和特许模式的线下实体店业务外,不断完善电商和外卖体系,做重O&O(线上渠道及自营外卖)业务,实现全渠道多场景下的消费者精准覆盖。

2019年,周黑鸭O&O渠道营收占比为23.8%;2021年,这一比例升至32.0%;到了2022年,这一比例达到32.3%。

财报显示,2022年持续优化外卖运营,通过多场景广告投放、异业合作、充分发挥头部平台资源等措施精准推广;同时,夯实“达人直播+品牌自播+精选联盟”三大内容矩阵;在社区生鲜渠道,通过升级渠道策略、精细化运营等不断加深品牌渗透。

从时间拉长到第三次创业的三年时间里,外卖近场三年营收增加76.16%,从2019年4.32亿元升至7.61亿元;社区生鲜增速则高达750%,从2019年0.16亿元,升至2022年1.36亿元;直播远场增速为354.17%,从2019年0.24亿元升至2022年1.09亿元。

以渠道店为例,周黑鸭已在盒马、朴朴超市、叮咚买菜、七鲜、美团买菜、美团优选、永辉超市等多个生鲜平台渠道推进布局。

在互联网领域,周黑鸭亦积极拓展抖音、快手、小红书等受年轻人欢迎的新兴电商平台,进行渠道的多元化建设,全渠道触达更多年轻消费者。

## 打开新品类市场 夯实可持续增长能力

张宇晨表示:“进入新品类的能力对于一个消费品类公司可持续发展至关重要”。周黑鸭聚焦年轻消费主力,挖掘消费者“吃虾怕麻烦”的痛点,主打“单手吃虾”,首次启用全国品牌代言人,成功推出大单品——小龙虾品牌,市场空间巨大。数据显示,周黑鸭的产品结构中,新品终端销售额贡献率从1.6%提升到了20%。

面对不同的消费者和社区及三线以下城市的下沉,周黑鸭推出小盒新品,补充9.9元-25元中低价位的空缺,由此拉动了销售。2023年初,还推出了微辣系列口味,覆盖了巨量不太能吃辣的主流消费人群。

“新品不断推出背后,得益于周黑鸭改变了过去以产品为导向的思维模式,转而以客户需求为导向,重新自我审视,重建了新产品研

发体系。”张宇晨说。

## 休闲卤制品行业将迎来快速复苏 公司业绩弹性可期

根据 Frost & Sullivan的资料,休闲卤制品具有风味浓郁的特性,复购率高,市场规模增长速度快,由2010年232亿元增至2020年1123亿元,复合年增长率为17%。这是休闲食品行业中增速最快的细分赛道(10年CAGR约17%)。目前行业竞争格局分散,CR3仅15%;消费升级与对食品安全诉求的提升将推动集中度与连锁化率的提升,头部品牌仍有较大的发展空间。

2022年是卤味行业低谷期,2023年将迎来快速复苏,参与者行业生存环境是一样的,但起跑线却不同。周黑鸭在行业中拥有很大优势:一是产品线丰富,并打造爆款单品及新品,市场认可度高;二是前期特许加盟布局,以充分具备快速扩张条件,对业绩释放也是巨大的;三是小而美店面快速布局社区及下沉市场,前瞻性获得先发优势;四是积极成本管控优化预计2023年对利润有一定提振,销售费用率存下降空间。

国信证券表示,周黑鸭所处赛道正处于成长期,品牌优势明显,加盟模式放开后发展势头迅猛,将受益于行业扩容和集中度的提升。2023年起外部环境对门店业务的影响减弱已成确定性趋势,公司有望同时迎来店数增长与店效恢复,未来业绩弹性可期。(CIS)