



# 健康周刊

## Health Weekly

总第151期 今日2版 每周二出版  
新闻热线 64101880  
主编 郭秀娟



健康周刊订阅号

### D3-D4

2019.4.16

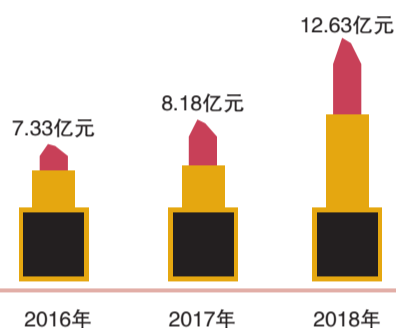
# 玻尿酸独木难支 华熙生物网红路求变

从港交所退市后，故宫口红制造商华熙生物寻求科创板上市。近日，华熙生物出现在科创板受理名单中。华熙生物主要业务为玻尿酸系列产品，根据华熙生物的计划，募资将用于现有主营业务产品的扩产以及新品研发等方面。

医美需求不断增加让华熙生物看到机会，但市场玻尿酸品牌众多，华熙生物也将面临较大竞争压力。在此情况下，华熙生物尝试布局口红等新领域分散风险。



华熙生物近三年营收一览



## 圈地医美市场

华熙生物距离上市又近了一步。4月10日晚，华熙生物成为上交所披露第11批科创板受理名单中唯一一家医药制造企业。

华熙生物主要业务为透明质酸（玻尿酸）系列产品，旗下拥有围绕玻尿酸研发的润百颜针剂、润致以及润百颜护肤等品牌产品。玻尿酸是存在于人体和动物组织中的一种天然直链多糖，在骨科、整形外科以及皮肤科医药等领域应用广泛。

近年来，随着国内医美市场规模不断扩大，玻尿酸在医美市场的应用也越来越广泛。《2018中国医美行业白皮书》显示，我国正规医美市场规模2016年为3088亿元，2018年高达4953亿元。2016-2018年，医美市场规模的增长率维持在20%-30%。国泰君安证券研究数据显示，2017年全球共进行整形注射类治疗项目857.22万例，其中透明质酸注射项目329.83万次，占整体注射类项目比例达38.48%。

在巨大市场需求下，凭借玻尿酸系列产品，华熙生物近几年取得较为亮眼的成绩。招股书数据显示，2016-2018年，华熙生物分别实现营收约7.33亿元、8.18亿元及12.63亿元，实现净利分别约为2.69亿元、2.22亿元及4.23亿元。其中，由玻尿酸原料产品、医疗终端产品和功能性护肤品构成的主营业务收入占总营业收入的比例均在99%以上。

在享受到医美市场红利的背景下，华熙生物冲击科创板被业界普遍认为是加码玻尿酸布局，进一步羹羹医美市场。Latitude Health创始人赵衡表示，医美市场增长较快，上市能为华熙生物

提供产能扩张的资金，有助于公司更好地发展玻尿酸市场。经济学家宋清辉认为，在日益发展壮大的医美市场背景下，华熙生物冲刺资本市场，是想通过扩产进一步羹羹医美市场。

## 竞争对手众多

按照华熙生物的计划，公司登陆科创板获得融资更好地用于对玻尿酸系列产品的扩产，从而更多地抢占市场份额。

华熙生物在招股书中提到，公司业务规模快速扩张，产能已经接近瓶颈。透明质酸原料、针剂类医疗终端产品、次抛原液的产能利用率分别达到87.75%、94.78%和80.43%，已接近饱和状态，难以满足公司未来发展的业务需求。公司此次拟募资31.54亿元用于主营业务开展，包括研发体系的提升改造，现有主营业务产品的产能扩张以及透明质酸终端新品的产业化生产。

不过，近年来国内医美市场玻尿酸品牌逐渐增多，华熙生物旗下润百颜产品面临较大的竞争压力。一位长期在医美机构工作的人士告诉北京商报记者，目前华熙生物旗下润百颜玻尿酸面临较大的市场竞争压力。

北京商报记者了解到，2012年7月，华熙生物旗下的润百颜玻尿酸产品上市。随后的几年间，国内外玻尿酸品牌相继获批。2013年9月、2016年1月，昊海生物的海薇以及韩国的艾莉薇分别获得国家药监局批文。目前，市场上共有瑞蓝、乔雅登以及艾莉薇等进口玻尿酸品牌以及爱芙莱、海薇等国产玻尿酸品牌。中国品牌网数据显示，2018年注射用玻尿酸品牌前三分别为瑞蓝、伊婉以及艾莉薇。

在终端市场方面，华熙生物旗下润百颜玻尿酸竞争力明显不足。北京商报记者以消费者的身份随机询问了几家医美机构，华熙生物旗下的润百颜玻尿酸均不在首推产品之列。伊美尔工作人员表示，玻尿酸品牌分类较多，从维持时长来看，分为短效、中等时效以及长效。短效的可以考虑伊婉、海薇，中等时长考虑瑞蓝，长效的可以选择艾莉薇、乔雅登。同样，正美整形和美莱工作人员向记者推荐了伊婉、艾莉薇及乔雅登玻尿酸，润百颜不在推荐之列。

当北京商报记者询问润百颜玻尿酸产品时，上述多家工作人员表示，润百颜属于国产中端品牌。消费者在生病或免疫力低的状态下，注射润百颜玻尿酸后，易出现发红、肿胀的反应，不建议使用该品牌产品。伊美尔工作人员更是直言，院内目前已经不再使用润百颜玻尿酸，用其他产品进行了替代。

针对公司目前玻尿酸销售情况以及未来战略布局等问题，北京商报记者联系华熙生物相关负责人，但截至发稿并未收到相关回复。

## 凸显研发短板

核心产品竞争力削弱的背景下，华熙生物开始围绕玻尿酸尝试布局新领域，分散由激烈竞争带来风险的同时寻求新的利润点。

2018年底，故宫文创馆宣布推出郎窑红、豆沙红以及变色人鱼姬等6款色号的口红产品以及玻尿酸精致水润保湿面膜等两款面膜。一经推出便出现断货情况。“故宫口红”的走红让更多人知道了华熙生物的存在。

令人疑惑的是，华熙生物旗下包括

原料、润百颜针剂、润百颜护肤、润致以及医药等十余个品牌事业部，产品主要为药品、医疗器械以及护肤品，并未涉及到化妆品业务。在没有化妆品业务的情况下，能否制作出优质化妆品成为消费者关注的问题。

华熙生物董事长赵艳公开提到，由于多年研发和生产玻尿酸原料，公司拥有自身产品优势。借助技术优势，加入公司专利成分油分散性玻尿酸Hycolor，再在口红配方中着重天然来源成分的比例，由此，公司生产出红极一时的故宫口红产品。

故宫口红的成功走红让华熙生物有了更多的底气和勇气尝试布局新领域。赵艳表示，华熙生物尝试从原料到ToC市场的战略转型，做原料市场“专业”是华熙生物的第一步，第二步是公司目前做的日化产品ToC端的“专业”，接下来公司将做好“玻尿酸+”。“玻尿酸不仅仅用于医美方面，我们的终端产品今后也会针对生命健康领域拓展。”

不过，在业内人士看来，想要进入化妆品和生命健康领域没有那么容易，化妆品和生命健康领域需要在产品研发上投入更多的精力。从目前看来，华熙生物因研发投入较少饱受外界诟病，加大产品研发投入提升产品创新能力，是决定华熙生物能否进入新领域的重要考验因素。

数据显示，近年来，华熙生物研发投入不及总营收的5%。2016-2018年，华熙生物的研发费用分别为2396.3万元、2571.85万元以及5286.59万元，占总营收的比例分别为3.27%、3.14%和4.19%。

北京商报记者 郭秀娟 姚倩/文 贾丛丛/制表