

生物医药投资降温 基石药业收缩御寒

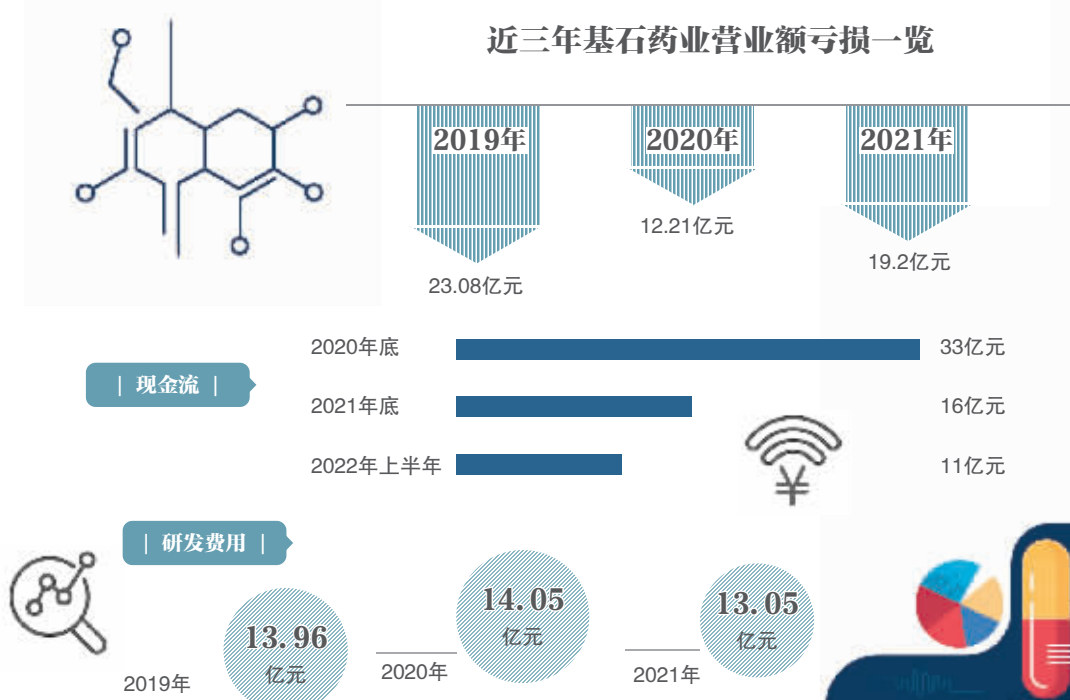
11月13日,北京商报记者获悉,出于目前并无大批量生产的明确计划、降低企业运营成本的考量,基石药业苏州产业化基地于2022年11月4日暂时停工、停产。

近年来受益于药品审评审批政策改革和资本市场政策利好,我国一大批初创型Biotech登陆资本市场。作为港股18A上市公司中的一员,基石药业成立于2015年底,是一家生物制药公司,专注于研究开发及商业化创新肿瘤免疫治疗及精准治疗药物。

从研发到成为涵盖研发、生产、销售一体的Biopharma是多数Biotech想要完成的转型。据了解,2019年8月,基石药业全球研发总部及产业化基地项目在苏州签约,项目总体规划总面积近10万平方米,建成后同时具备生物药和化学药的研发、中试及商业化生产的一体化研发生产能力,设计产能可达2.6万升大分子生物药和10亿片小分子化学药片剂和胶囊。

根据2022年半年报,基石药业已完成生产基地的建设并于2021年底如期开始试运行。启动试运行后,基石药业正在为商业规模的生产做筹备,无论是用于临床试验或是用于商业销售,这将使其自身有能力控制自身产品的供应。

然而,自2021年下半年以来,医药行业在一级市场和二级市场遭遇寒潮,现金流成为



Biotech“活下去”的关键。从基石药业自身来看,2019-2021年,基石药业分别亏损23.08亿元、12.21亿元、19.2亿元。其中2020-2021年的营收分别为10.4亿元、2.44亿元,两年的营收总额加起来不够2021年一年的亏损。

现金流方面,基石药业账上现金从2020年底的33亿元锐减至2021年底的16亿元,2022年上半年,基石药业账上只剩下11亿元。

而基石药业的研发投入未减,2019-2021年,其研发费用分别达到13.96亿元、14.05亿元、13.05亿元。业内预测,按照这个消耗速度,基石药业现金枯竭只是时间问题。

尽管基石药业方面称,暂时的停工停产并不意味着公司产业化基地的关闭,公司将保留核心工作人员,继续积极接洽产业合作机会,为将来再次起航做准备,但无论是停产



还是转让研发管线,都释放出一个信号,“Biotech们”正在想尽办法“御寒”。

基石药业并非业内首家对生产环节减少投资的Biotech公司。今年9月,科望医药将生产基地卖给了药明生物。根据双方的合作,药明生物吸纳科望医药的苏州工艺开发和中试生产设施,同时保障其全球创新药管线的开发和生产需求。成立于2017年的科望医药主

做抗体类大分子药物,目前尚未有一款自研产品上市。

此外,Biotech通过收缩研发管线获得现金流。今年10月,和铂医药宣布将其处于临床后期的巴托单抗(HBM9161)独家授权给石药集团子公司恩必普药业,恩必普药业同意向和铂医药支付1.5亿元的首付款。更早前,云顶新耀将把开发和商业化拓达维(Trodely,戈沙妥单抗)的独家权利转让给Immunomedics。云顶新耀将预付款2.8亿美元和未来潜在的里程碑付款1.75亿美元。

联想之星合伙人陆刚曾在“医工转化成果与投融资论坛”上提到,以港交所生物科技指数为参考,自2021年7月达到一个高点后,迎来两波深跌,最低时,多数头部公司的股价已跌至原高点的30%。系统性的深度大跌和反弹乏力意味着,这是一个非常凛冽的寒冬。对于下跌的原因,大家已形成共识,主因无非是适应症开发拥挤,创新同质化严重,估值泡沫高昂。

陆刚认为,前期累积的同质化资产依然严重过剩,出清仍需时间。当有相当数量的企业被迫“资金面失活”,或出现频繁的管线割肉式出售这种较有“血腥味”的现象之时,可能就是反转之日。熬过冬天的优质公司,可以较容易地做到“剩者为王”。

北京商报记者 姚倩

告别造纸 美利云“上车”新能源



上市逾24年,一直以造纸业务为主营业务的美利云(000815)

要将公司造纸业务相关资产负债全部置出,同时置入锂离子电池业务相关资产。11月13日晚间,美利云披露重组预案显示,公司拟通过重大资产置换及发行股份购买资产的方式购买天津聚元新能源科技有限公司(以下简称“天津聚元”)100%股权和力神电池(苏州)有限公司(以下简称“苏州力神”)100%股权。美利云资产腾挪大动作背后,公司主营业务持续承压,今年前三季度归属净利润出现亏损。如今将不被市场看好的资产置出,同时向热门行业转型也使得投资者对公司本次重组抱有极高期待。

拟进行重大资产置换

美利云本次重组的方式是由重大资产置换、发行股份购买资产及募集配套资金三部分组成。

具体来看,美利云拟以截至评估基准日造纸业务相关资产及负债作为置出资产,与天津力神持有的天津聚元100%股权和苏州力神100%股权的等值部分进行置换,置出资产将由天津力神或其指定的第三方承接。

美利云表示,本次交易中,初步预计置入资产的交易价格将高于置出资产的交易价格,针对拟置出资产的作价与置入资产作价的差额,拟由公司通过发行股份的方式购买。此外,公司拟向包括国调基金二期在内的不超过35名符合条件的特定投资者,以询价的方式非公开发行A股募集配套资金,其中国调基金二期作为公司实控人控制的公司拟认购不超过6亿元。

值得一提的是,本次交易标的天津聚元、苏州力神均为美利云实控人中国诚通旗下的资产。据悉,本次交易对方为天津力神,是美利云实控人中国诚通控制的公司,而在本次交易完成后,天津力神将成为美利云的控股股东。

此外,随着本次交易的预案及相关议案的披露,美利云于11月14日开市起复牌。

置出造纸业务发展新能源

本次重大资产置换,意味着美利云将与经营了20多年的造纸业务告别,转身走向新能源业务。

资料显示,天津聚元拟承接天津力神母



公司层面消费电池业务相关的资产及对应负债、知识产权、人员以及力神电池(香港)有限公司100%的股权,主要销售的产品包括聚合物锂离子电池和消费类方形锂离子电池,并向客户提供相应产品的售后服务;苏州力神主要销售的产品为圆柱型锂离子电池,并从事上述产品的售后服务。

美利云表示,通过本次交易,可以将公司造纸业务相关资产及负债整体置出,同时将盈利能力较强、发展潜力较大的天津力神消费电池资产注入公司,实现公司主营业务的转型,改善经营状况,增强持续盈利能力和发展潜力。

据了解,美利云于1998年在深交所上市,彼时公司证券简称为“美利纸业”,上市之初主营业务即为造纸业务,是当时西北地区最大的造纸类上市公司。近年来,美利云逐渐由传统造纸行业转为造纸行业、云计算产业、光伏行业多线发展。

直至今年上半年,造纸业务仍是美利云主要的营收来源。财务数据显示,今年上半年,造纸业、云板块、光伏发电三部分实现的营业收入占公司主营收入的比例分别为79.76%、14.96%、2.85%,此外还有2.43%的其他收入。

针对公司相关问题,北京商报记者致电美利云董秘办公室进行采访,不过对方电话未有人接听。

业绩出现亏损

在美利云此番资产腾挪的背后,公司现阶段业绩出现承压。

2021年,美利云归属净利润开始出现亏损。财务数据显示,2021年,美利云实现营业收入约为12.32亿元,同比增长6.04%;对应实现的归属净利润约为-1728万元,同比下降135.61%。

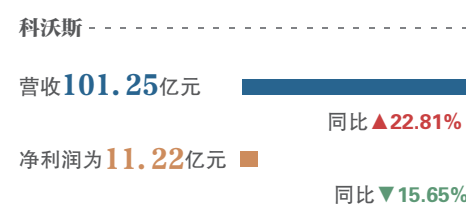
今年前三季度,美利云归属净利润继续亏损,且亏损程度超过去年全年。财务数据显示,今年前三季度,美利云实现营业收入约为7.46亿元,同比下降10.22%;对应实现的归属净利润约为-4996万元,同比下降449.03%。

对于业绩下滑的原因,美利云表示,主要是报告期内受疫情、美元升值等因素影响,国内市场需求不足,公司纸产品销售同比下降,营业收入同比减少,原材料采购价格涨幅较大,生产成本同比上升,造成毛利率同比下降,导致公司营业利润同比减少。

由此可以看出,主要是由于造纸业务导致公司业绩出现亏损。经济学家宋清辉表示,在发展新能源业务的同时,置出公司亏损业务,对公司来说是重大利好。但随着公司主营业务、经营规模、资产配置和人员结构等发生变化,也要警惕业务转型带来的整合风险。

北京商报记者 丁宁

清洁小家电利润缩水



11月13日,随着三季报披露完毕,清洁类小家电上市公司也向市场交出答卷,从业绩来看,各家表现不一,以扫地机器人闻名的科沃斯、石头科技利润均有下滑,上游代工企业目前暂时“安全”,不过在业内人士看来,尽管清洁类小家电潜力依旧,但恐难“躺着赚钱”。

费用上升吞噬利润

三季报数据显示,今年前9个月,科沃斯实现营收101.25亿元,同比增长22.81%;净利润为11.22亿元,同比减少15.65%。其中三季度净利润下滑明显,同比下降了48.94%。前三季度,石头科技实现营收43.92亿元,同比增长14.78%;归母净利润8.55亿元,同比下降15.85%。

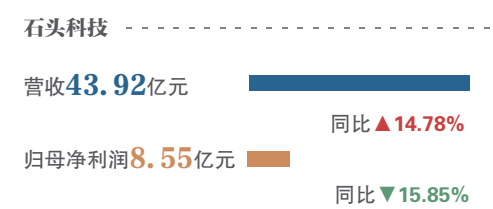
以代工为主的富佳股份则实现了增长,该公司前三季度实现收入19.95亿元,同比增长4.87%;归母净利润2.74亿元,同比增长38.75%,而莱克电器三季度营收达67.38亿元,归母净利润约8.2亿元,同比上涨71.73%。

从财报数据来看,石头科技与科沃斯“增收不增利”的主要原因还是成本上涨,尽管近期原材料成本有所回落,但销售费用、研发投入的增高还是侵蚀了不少利润空间,对于莱克电器而言也存在同样的问题,成本上涨致使毛利率下滑,前三季度该公司毛利率下滑4.41%。

清洁家电企业费用上涨有着深层次的逻辑,资深产业经济观察家梁振鹏指出,在国内市场中,产品同质化问题初步显现,为求差异化,企业不得不在研发上加码,同时加大营销力度,致使相关费用上升。

专家观点也在企业发言中得到印证,为应对消费市场疲弱,石头科技表示:“将依托优秀的产品,加强市场推广力度,持续贯彻全球化、全渠道覆盖的销售模式和多元化的营销策略,实现精细化运营与管理。”

而科沃斯研发费用的大幅增加,也印证了清洁家电在产品升级上遇到的挑战,尽管三季报中并未披露研发费用去向,但该公司半年报数据显示,上半年研发费用达3.52亿元,同比增长超74%。对此,科沃斯的解释



是:“主要系本期公司围绕用户需求不断进行技术创新,不断加大研发项目投入,持续优化研发人才队伍结构,职工薪酬及股份支付增加所致。”

补足线下“短板”破局

对于清洁类小家电业绩,专家观点指出,该品类小家电具备增长潜力,但从单家公司或产品赛道来讲,恐怕难以“躺着赚钱”。

产业观察家洪仕斌认为,对清洁电器的销售状况需要客观看待,从整体市场而言前景依旧乐观,目前仍处于普及阶段,还有不少提升空间,其增长的底层逻辑在于城市家庭的增长,但并不如厨电、白色家电那样,对城市化、房地产等领域的指标反应“敏捷”,而是需要一定时间的沉淀。

但从各个企业短期来看,出货受到一定挑战,一方面,海外市场尤其是欧洲是其重要增长点,而国际经济局势动荡致使出货受阻;另一方面,如何在市场疲弱之时仍然着力研发,平衡好费用与营收的关系,也考验着企业的实力。

销售毛利率也能侧面反映出企业“挣钱”变得更难,三季报数据显示,石头科技销售毛利率同比下滑2.71%,2021年年报中同比下滑6.27%,科沃斯当前毛利率为49.74%,同比微增0.52%,增速相较前几个财年有所放缓。

对于清洁小家电的破局之道,洪仕斌认为,除了增进智能化、融入万物互联的大背景这样的远景之外,企业当下需要更现实、更有效的手段。例如进行品牌内部孵化,平价与高端产品并举,线上为主,兼顾线下等策略。

专家指出,扫地机器人、洗地机等产品自问世之初便带着网络基因,如今主要的出货渠道仍是在线上,在激烈的网络价格战中,企业不得不在利润上进行一定妥协,但线下市场则是高端产品出货的有力渠道,一方面,企业能够向家居建材市场借力;另一方面,家电产品的性能更有赖于消费者亲身体验,打造城市旗舰店、社区高档展厅不失为推广的良策。

北京商报记者 金朝力 王柱力