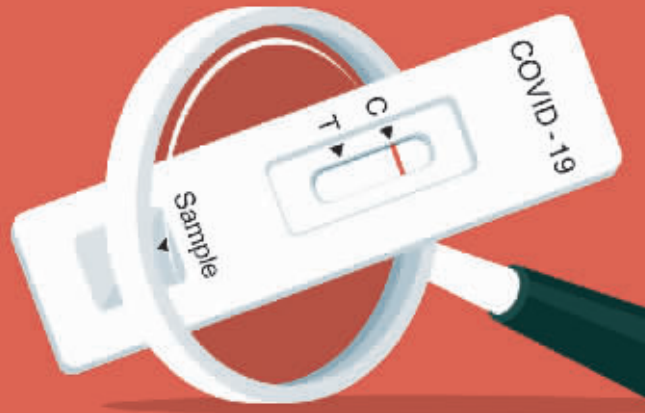


# 抗原试剂“罪”与罚

新冠抗原检测试剂盒市场概况



被催热的抗原试剂还能疯狂多久?最近一周的抗原检测试剂市场,国内某厂家的销售老李(化名)用了“现货为王”四个字来形容。井喷式的需求让排单量达到几千万人份,整个排期已排到年后。而拥有现货的经销商拥有了议价权,容易在头脑发热中碰触违法违规的罪与罚。日前,北京查处哄抬抗原检测试剂盒价格首案,一家店铺线上销售的抗原检测试剂盒进销差价率最高达273.9%。此外,市场上不乏个人高价销售抗原检测试剂盒的情况。

40个试剂盒获批

包含万孚生物、金沃夫生物、华大因源、华科泰生物、诺唯赞、博奥赛斯生物、热景生物、明道捷测生物、乐普诊断、万泰生物、东方基因、明德生物、艾康生物、奥泰生物等厂商。

北京查处哄抬抗原检测试剂盒价格首案

复星新型冠状病毒(2019-nCoV)抗原检测试剂盒(胶体金法)(25人份)进货单价分别为61.25元/盒、67.5元/盒、75元/盒

北京康之家医疗用品有限公司朝阳第一分店线上标价229元/盒,进销差价率最高达273.9%,被警告、罚款20万元

## 排单10万份起

往常,厂家销售可以申请样品发给客户,但这个体验环节已经在上周二叫停,包括老李在内的内部员工想要拿点货都很难。

供货难在排期上也有体现,老李告诉北京商报记者,就目前各家的产能情况,整个排期估计已经排到了年后。“货源在春节前的这一个月依旧是紧缺状态。之前公司的排单量差不多几百万人份,现在达到几千万人份,基本生产不过来。”

想要获得排单的名额不容易,老李所在的公司需要10万份以上的量,而千份以下的订单,老李建议走零售渠道。不止老李的公司,据报道,杭州奥泰生物技术股份有限公司的售后人员称,公司的排单已排至一个月后,且目前发货为100万人次起发。

药店作为抗原检测试剂的下游,目前也

处于一盒难求的状态。一药店从业者告诉北京商报记者,厂家目前没法儿给到稳定的交付时间,“从观察的情况看,没办法准确说几天一定到货,都是可能会到”。

面对当前激增的需求量,老李表示,生产厂家加大产能后,上游也需要加大产能,这样的调整需要时间。中国产业研究院报告显示,新冠抗原检测试剂中游的生产商包括诺唯赞、万孚生物、东方生物、九安医疗、乐普医疗、圣湘生物、迈瑞医疗等,上游原材料供应商则主要包括百普赛斯、迈瑞医疗、泰林生物、拱东医疗、昌红科技等。

“生产厂家握有一些核心的东西,但包装盒、棉签之类的配套产品可能就不是自己生产的了,配套产品有一定的反应时间,是整个供应链上的联动。”老李说。

政府单也是厂家会优先保障的订单。之江生物曾在投资者互动平台上表示,公司产品目前主要销往专业机构或政府部门,针对

国内居民需求,公司正在筹备线上对于C端的直接销售。

## 谁有现货

晓怡(化名)12月5日从网上下单的抗原检测试剂盒花了5天时间才到手里,而李女士选购的次日达抗原检测试剂盒也花了5天时间。

但在林女士的朋友圈,她的房屋中介开始销售抗原检测试剂盒。北京商报记者了解到,该房屋中介公司于今年4月采购了大批量的抗原检测试剂,留给公司自用,现在想把富余的处理掉。

企业端曾是抗原检测试剂厂商的重要客户。据老李介绍,今年初有一些高危行业,比方餐饮、物流经常接触人且流动性比较大的人群,用抗原做初筛,用核酸做确诊。

“现货为王”是老李在采访中给出的定调。据老李介绍,前两周订出去的一些订单,

如今想向代理商或者经销商高价回购,也基本上没货了。“有些客户比较急,我就看能不能从其他的代理商处回购一些。比如两、三块钱卖出去的,现在四、五块钱买回来,我最后依然能卖出去,但现在基本没货。”

北京商报记者在线上平台搜索发现,一些店铺的抗原检测试剂已经卖到了7-12元/份,基本已无现货配送,有的店铺显示缺货,有的店铺则是3-5天发货。拥有现货便拥有了议价权,上述房屋中介销售的25人份抗原检测试剂从100元涨至125元,再到150元,公司的预留货已全部售完。

不过,上述房屋中介的销售行为并不合规。北京君都律师事务所高级合伙人、生命科学与健康医疗法律部主任张文波在接受北京商报记者采访时表示,新冠抗原检测试剂属于第三类医疗器械,第三类医疗器械是需要较高安全级别的医疗器械,经营此类产品的商家需要取得《营业执照》、第三类《医疗器械

经营许可证》。

## 监管出手

针对当前的市场情况,国家已经出手。北京日前披露了首例哄抬抗原检测试剂盒价格的查处结果。而随着更多抗原检测试剂产品的获批,供需紧张有望缓解。

据北京市市场监督管理局消息,2022年12月1日至7日期间,北京康之家医疗用品有限公司朝阳第一分店在某平台销售复星新型冠状病毒(2019-nCoV)抗原检测试剂盒(胶体金法)(规格为25人份/盒),标价229元/盒,进货单价分别为61.25元/盒、67.5元/盒、75元/盒,由于不同时期该平台销售优惠不一,实际销售单价分别为179元/盒、216.5元/盒、229元/盒,进销差价率最高达273.9%,远高于同时期周边市场同类商品。已向当事人送达《行政处罚告知书》,拟给予当事人警告和罚款20万元的行政处罚。

企业端,易瑞生物12月10日晚发布声明称,严格要求经销商等合作方遵守法律法规,服从国家疫情防控政策。对于违反规定,不具备医疗器械经营资质开展销售、不匹配相关检测设备、哄抬物价以及其他任何违法违规行为,一切责任后果由行为人自身承担,与易瑞生物无关。

12月11日,国家药监局新批准了中山生物工程公司的新冠病毒抗原检测试剂产品。截至目前,已有40个新冠病毒抗原检测试剂产品获批,获批厂商包括万孚生物、金沃夫生物、华大因源、华科泰生物、诺唯赞、博奥赛斯生物、热景生物、明道捷测生物、乐普诊断、万泰生物、东方基因、明德生物、艾康生物、奥泰生物等。

“听说一大型医疗器械公司最近也要入局这一市场”,老李透露,市场供需紧张的情况或将得到缓解。北京商报记者 姚倩

## 黄桃罐头怀旧卖点 难成欢乐家林家铺子市场拐点

欢乐家和林家铺子可能也没想到黄桃罐头在过去这个周末会被疯抢甚至登上微博热搜,近日,“东北神秘力量黄桃罐头”“黄桃罐头为啥惹人爱”等话题登上微博热搜,多地甚至出现黄桃罐头卖断货的情况。这样的场面不仅让一众网友有点摸不着头脑,黄桃罐头生产厂家林家铺子也赶紧通过官方微博发布声明称,黄桃罐头本身无药效,目前货源充足,希望消费者理智囤货。

在业内看来,随着水果原材料成本上涨,水果罐头正面临成本上涨、毛利下滑的问题,包括欢乐家、林家铺子在内的水果罐头企业面临不小的压力。此次黄桃罐头被疯抢是一时的,对水果罐头企业来说难以实现长期较大增长,想要走出长期发展的局限,企业还要在加工工艺、新品研发、消费场景开拓、提高产品附加值等多方面投入更多精力。

### 北京部分超市黄桃罐头断货

“桃儿罐头是北方对待生病的玄学,这句话没毛病。”12月11日,家住北京的小张发了一条朋友圈并配图黄桃罐头。

在过去这个周末,黄桃罐头成为众多消费者的心头好。根据部分网友发布的内容,有些超市在黄桃罐头货架摆出“桃(逃)过疫情”的促销语,黄桃罐头也被消费者列入居家康复囤货清单。

12月11日,北京商报记者了解到,在线上,美团买菜、叮咚买菜等平台的黄桃罐头商品均显示正在补货。不过,林家铺子官方旗舰店客服告诉北京商报记者,店内黄桃罐头货源充足。在线下,北京部分超市内黄桃罐头已售空,物美超市(和平新城店)工作人员表示,“大库里都没了,估计这几天店里都没有黄桃罐头”。佳美超市(朝阳门店)工作人员称已申请调货,最快次日可以补货。

对于为什么购买黄桃罐头,小张认为这更多是一种童年回忆。其实,像小张一样,对

大部分消费者而言,购买黄桃罐头更多是一种心理安慰,属于“情怀消费”。就像罐头品牌林家铺子在官方微博发布声明中说的,黄桃罐头本身无药效,由于生病时没胃口,鲜甜有味的黄桃罐头能够缓解不舒服状态,可以带来心情愉悦感。

同时,林家铺子也明确表示,目前货源充足,希望消费者理智囤货。

广科院旗下广科咨询首席策略师沈萌表示,消费者购买黄桃罐头并非因为其是否有功效,绝大多数消费者并不会真正认为黄桃罐头具备医疗康复效果,而是因为黄桃罐头是一种老少咸宜的食品,网络热搜和情怀回忆也为提高黄桃罐头的关注度起到了推波助澜的作用。

### 水果罐头市场能否回温

与近几日黄桃罐头被疯抢有所不同,过去几年,水果罐头正逐渐失去市场。此次黄桃罐头爆火能否带动水果罐头行业迎来新机遇成为业界关注点。

数据显示,中国罐头产量自2016年的1394.86吨逐年下滑,至2021年已经下滑至985吨。中商情报网研究指出,果蔬类罐头属于典型的“季产年销”产品,在果蔬采收期加工制作成罐头,然后储存销售。中国水果罐头行业发展存在同质化现象突出、研发能力较低、原料品质改良不足等问题。随着仓储物流技术提高,新鲜水果更易得,对水果罐头企业的发展造成了一定制约。

当前的市场品牌中,主营水果罐头的品牌有欢乐家、林家铺子、真心罐头等,以2020年首家登陆A股的水果罐头企业欢乐家的财报数据为例,水果罐头品类正面临成本上涨、毛利下滑的情况。

2021年年报显示,欢乐家水果罐头产品营业收入4.91亿元,占公司营业收入的33.39%,毛利同比下降6.75%。欢乐家表示,

由于主要原料橘子、黄桃单价涨幅超过30%,导致水果罐头毛利下降。为了应对成本上涨,2022年7月26日,欢乐家公告称,决定对主要产品黄桃水果罐头系列产品进行出厂价格调整,价格上调幅度约为9%-12%不等。

但涨价并不能避开水果罐头市场空间有限的制约,欢乐家近几年选择业务转型,加入了新业务植物蛋白饮料椰子汁。2020年3月,欢乐家斥资1700万元签约明星代言椰子汁产品。欢乐家在接受机构调研时表示,公司将继续水果罐头和椰子汁双驱动的发展战略。

此外,在消费观念升级的时代,水果罐头产品的高糖高热量属性也与消费者追求的健康风向相违背。数据显示,罐藏水果热量比鲜果果肉(可食部分)高出40%-110%,这也给消费者带来“甜腻”“不健康”的印象。对此,一些品牌通过研发推新,推出了减糖款水果罐头。在林家铺子的官方旗舰店页面中,主推产品即为一款主打减糖、控糖、健康、零脂的黄桃罐头产品。

在沈萌看来,黄桃罐头热潮作为互联网流传的玩笑产物,具有短时间流行的特点,无论是从黄桃罐头的制作原料产能,还是话题性热度的快起快落特点,都会对水果罐头企业的短期业绩有一定积极影响,但长期来看,实际增长幅度不会很大。

战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊表示,水果罐头行业应促进加工工艺的改进,推动罐头食品行业健康、稳定、可持续发展。在产品开发、工艺改进、新包装应用、食品安全等方面进行升级,提高产品附加值,抓住怀旧、送礼等消费场景,适应新消费环境下多样化的需求。

对于上述问题,北京商报记者向欢乐家、真心罐头发送了采访邮件,但截至发稿未收到回复。

北京商报记者 郭秀娟 张函

## 因湃工厂动工 广汽自产电池

“我不是在给宁德时代打工吗?”面对上涨的动力电池成本,广汽集团掌门人曾庆洪曾直接喊话上游供应商。半年后,广汽集团选择直接自产电池,不做“打工仔”。12月11日,广汽集团官方微信公众号发布消息称,位于广汽智联新能源汽车产业园内的因湃电池科技有限公司(以下简称“因湃电池”)动工建设,总投资达109亿元。

今年10月,广汽埃安、广汽乘用车、广汽商贸联合投资并由广汽埃安控股的因湃电池科技有限公司正式注册成立,注册资本达10亿元。两个月后,因湃电池正式动工。广汽埃安相关人士表示:“因湃电池总投资109亿元,占地约666亩,为广州市最大的动力电池+储能电池项目,将全面打通电池研发、设计、智造、销售和服务链条。”

据了解,该工厂预计明年10月实现厂房交付,2024年3月前完成首期6GWh量产线导入,2025年底完成所有36GWh产线导入,届时可满足60万辆车的装机需求,年产值将超过210亿元。

今年11月,宝马汽车宣布,沈阳生产基地将进行动力电池生产的大规模扩建。该动力电池项目位于沈阳经济技术开发区中德(沈阳)高端装备制造产业园,由华晨宝马进行投资。华晨宝马相关人士表示:“投资100亿元用于扩大沈阳生产基地的动力电池生产规模,这是宝马在中国加速电动化的关键一步。”

随后,蔚来电池科技(安徽)有限公司成立。天眼查显示,该公司注册资本为20亿元,由蔚来控股有限公司100%控股,董事长为李斌(蔚来CEO)。李斌表示:“汽车厂商做电池是正常战略。”

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示,如今已有越来越多车企在动力电池产业链上布局。可以看出,整车企业布局动力电池和电驱等核心配套领域,不只为了降低成本,更看到该市场的巨大潜力。

2022年世界动力电池大会上,曾庆洪直言:“当前动力电池产业链上游价格过

高,价格压力直接传导至整车厂,动力电池成本已占到汽车总成本的40%-60%,那我不是在给宁德时代打工吗?”

曾庆洪并不是开玩笑。目前,持续走高的新能源汽车销量,直接拉动锂电池装车量增长。然而,终端需求的爆发式增长,让作为车载动力电池重要原料的锂材料价格一路飙升。据统计,从2020年6月4.1万元/吨的价格洼地,到2022年10月18日53.75万元/吨的价格高位,电池级碳酸锂的价格上涨超12倍,较去年年初上涨超8倍。

原材料价格上涨,让上游企业利润大增。以天齐锂业为例,今年上半年净利润高达120.05亿元,同比增长超百倍。而行业老大宁德时代,今年三季度营收高达973.69亿元,同比大增232.47%,归属于上市公司股东的净利润达94.23亿元,同比增长188.42%,创下宁德时代最高的单季营收和净利润水平。

“从财报看,锂矿企业业绩超强,龙头企业的锂矿业务净利润率在70%左右,动力电池企业的利润率在8%左右,但整车企业的利润率则为5%左右。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示。

据了解,目前动力电池成本已占新能源汽车整车制造总成本的40%-60%,而随着电池能量密度增加,电池成本占比也不断升高。颜景辉表示,动力电池需求量已步入快车道,包括电动汽车、储能等在内的锂电各大市场的需求均快速增长,供需失衡也让上游企业不断提价。

北京商报记者了解到,从今年5月开始,自主品牌、新势力品牌及合资品牌纷纷上调旗下新能源汽车官方指导价。

业内人士认为,上游企业控制电池供应和价格,让下游整车企业对产品的产量、利润逐渐失去控制权,随着新能源汽车攀升,供求不平衡问题也逐渐显现,对于车企而言动力电池主导权已成为未来突围的关键。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦