

# 研发销售倒挂 长风药业要上市

长风药业日前递交招股书，拟科创板上市。在招股书“市场推广费”一栏中，长风药业列出了“医院拜访”费，该费用2022年达2385.76万元，引发了市场关注。且近年来长风药业研发费用占比逐年走低，销售费用占比每年攀升，其中2022年的销售费用首次超过研发费用。一直以来，医药行业的药物销售很大程度上依赖于各个公司的市场推广、销售渠道，医药行业市场推广费被认为是商业贿赂的高发区。近三年来，依靠吸入制剂产品，长风药业产生销售收入，并逐步减亏。不过，这一药物市场竞争激烈，长风药业仍面临不小的压力。



医药卫生法教授邓勇告诉北京商报记者，医院拜访包括学术拜访、商务拜访以及患者拜访。其中学术拜访的对象为医生，可以面对面交流其用药效果，包括产品的疗效、安全性和依从性等。商务拜访的对象为经销商，可以面对面沟通备货补货情况、跟进销售时出现的问题。患者拜访一般采取的形式为组织社区义诊。

据海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东介绍，医院拜访是药企常见的营销推广活动方式，拜访内容包括产品推介、学术交流、临床指导、回访服务等，旨在与医生、医院及其他医疗机构建立良好的合作关系，促进药品的销售和推广。

长风药业在招股书中对“医院拜访”的解释为，主要是对终端医院相关科室进行日常拜访。在邓之东看来，“医院拜访”费用容易引发市场争议的原因在于，披露中缺乏明确具体的使用用途，如是否包括商务招待费用等，缺乏透明度，则容易引发商业贿赂质疑。“当前，社会对医疗行业中商业贿赂和不正当竞争问题越来越关注，虽然医院拜访是企业推广产品的一种合法形式，但这些费用如果被滥用或用于不法之目的，就会引发贪腐和安全问题。”邓之东也强调，但这并不能简单地将其与商业贿赂画等号，需要进行具体情况具体分析。

邓勇表示，医药拜访与商业贿赂本质上不同，医药拜访是正当的，而商业贿赂是违法的，严重者会涉及刑事罪名。医药拜访不会花费高额费用，不会输送不正当利益，以谋取交易优势，这是其本质差异。企业在IPO时，证券交易所要求其披露市场推广费用、推广费用变动及其合理性。

## 研发费占比逐年走低

给长风药业创造业绩的大单品吸入用布地奈德混悬液面临众多竞争对手，该产品的原研厂商为阿斯利康。国内厂商四川普锐特、健康元、正大天晴的产品均早于长风药业上市。此外，天津金耀、河北仁合益康、福瑞喜以及南京力成的产品处于申报上市阶段，还有TEVA等6家公司的产品处于BE/临床试验阶段。

面对大单品的增长风险，长风药业亟待新产品面世。不过，2020-2022年，长风药业的研发费用分别为2.02亿元、0.99亿元及1.07亿元，占期间费用的比例分别为48.19%、42.23%和31.13%。相较研发费用，长风药业销售费用增长明显。同期，该公司的销售费用分别为2651.76万元、5181.52万元及1.36亿元，占期间费用比例分别为6.34%、22.15%及39.36%。

尽管在第五批全国药品集中采购中，四川普锐特、长风药业、健康元、正大天晴的吸入用布地奈德混悬液分别以2.79元/支、3.19元/支、3.39元/支、5.65元/支的价格中选，但长风药业面临价格进一步下降的风险。

该公司在招股书中称，本轮采购周期原则上为三年。2024年采购周期届满后，公司面临无法续标或续标价格进一步下降的风险。此外，公司在研产品存在获批上市前即被纳入全国集中采购范围的可能，进而对公司获批产品快速实现商业化造成一定不利影响；或是产品获批上市后被纳入全国集中采购范围的可能，如果该等产品销量的增速无法覆盖产品价格下降对收入的影响，则对公司未来的经营业绩造成一定不利影响。

北京商报记者 姚倩

## 上市募资15亿元

此次上市，长风药业拟募资15亿元，其中8.1亿元投向新建生产吸入制剂等项目，6.4亿元投向药物研发项目，0.5亿元投向吸入制剂研发实验室建设项目。

长风药业以吸入制剂药物研发及产业化为核心发展战略。截至该招股书签署日，公司已上市吸入制剂产品3个，在研产品管线12个，覆盖哮喘、COPD(慢性阻塞性肺疾病)、过敏性鼻炎等主要呼吸系统疾病。报告期内，长风药业自主研发上市并进入第五批全国药品集中采购目录的吸入用布地奈德混悬液是治疗哮喘的主要药物品种；氮卓斯汀氟替卡松鼻喷雾剂系国内首个获批的激素-抗组胺复

方鼻喷雾剂品种。

受益于核心产品的商业化，长风药业营收大增。2021年5月，长风药业的吸入用布地奈德混悬液获批上市，并于2021年6月中选第五批全国药品集中采购。此后公司的营收迎来大幅增长。2020年，长风药业的营收仅为485.88万元；2021-2022年，长风药业分别实现营收4198.57万元、3.49亿元。2020-2022年，该公司分别亏损4.05亿元、1.32亿元及4939.92万元，逐年减亏。

尽管拥有三款吸入制剂产品，但吸入用布地奈德混悬液为长风药业贡献了超九成的营收，是绝对的大单品。2021-2022年，该产品分别实现营收2983.18万元、3.359亿元，分别占当期收入的71.05%、96.22%。

吸入用布地奈德混悬液是当前医院治疗

支气管哮喘的主要药物，据兴业证券研究报告，我国目前哮喘和COPD治疗药物市场规模合计188亿元。2019年市占率前三名的药物为布地奈德、孟鲁司特、布地奈德福莫特罗，市场份额分别为32.93%、12.78%、10.21%。

针对业务发展等问题，北京商报记者联系了长风药业方面，但截至发稿未收到回复。

## 医院拜访费2000万元/年

亏损也要砸钱市场推广，2020-2022年，长风药业合计亏损5.86亿元，但这三年的销售费用合计达到约2.14亿元。在招股书中，长风药业披露了“医院拜访”费，引发市场关注。

北中医战研院岐黄法商研究中心主任、

## Market focus

### 7天无消费可一次性全额退款 北京为医美行为划红线

7月16日，北京商报记者获悉，为进一步规范北京市美容医疗机构合同签订行为，北京市卫生健康委员会同市场监管部门联合印发《北京市医疗美容服务合同(试行)》示范文本(以下简称《合同》)，《合同》对消费者以及美容机构均给出了消费提示。《合同》提到，医美机构不得制造“容貌焦虑”，也不得一次性收取超过单次治疗费用5倍的费用，如缴费7日内未实行医美服务，消费者有权要求一次性全额退款。



《合同》对消费者作出了五点提示。北京市卫健委表示，医疗美容服务是一种医疗行为，具有较高的专业性、复杂性和一定的风险性，而对医疗美容效果的心理预期和对实际效果的评价往往带有一定的主观性。请消费者增强对医疗美容服务风险的了解和认知，形成对服务效果的合理期待，理性适度消费。

北京市卫健委提示，消费者可以登录北京市卫生健康委员会官网(<http://wjw.beijing.gov.cn>)和国家药品监督管理局官网(<https://www.nmpa.gov.cn>)，对《医疗机构执业许可证》《医师执业证书》及药品和医疗器械等信息进行核实，避免接受不具备相应资质或从业资格的机构和人员提供的医疗美容服务，或使用未经政府主管部门批准、注册或备案的药品和医疗器械。

此外，消费者可以向美容医疗机构索要服务项目所用肉毒素、玻尿酸、胶原蛋白及假体等填充材料及其他高净值器械产品的合格证、溯源码等资料。消费者应当注意留存接受服务前后的对比照片、费用支出凭据、签名文书等相关材料，避免在空白或有留白的文书中签名。

北京市卫健委还表示，消费者应以实名接受医疗美容服务，否则在发生纠纷时将承担相应的举证责任。消费者应当注意，一般情况下，对医疗美容服务的效果应当于恢复期结束后才能进行准确判断。

《合同》同时对美容医疗机构作出提示，美容医疗机构应当规范营销行为，如实介绍、宣传服务内容

和效果，杜绝虚假宣传，不得违背社会良好风尚，不得制造“容貌焦虑”。

北京市卫健委表示，美容医疗机构应当加大信息公开力度，主动公示机构资质和人员执业资格情况、使用药品和医疗器械信息、服务价格等内容，提升服务透明度。美容医疗机构应当规范价格行为，落实明码标价要求，不得在标价之外加价，不得收取任何未予标明的费用，不得实施价格欺诈行为。

擅自扩大诊疗范围是近年来医美消费的重灾区。比如“肋软骨+假体隆鼻术”属于四级手术，但部分仅具备卫生部公布的美容外科项目中一、二级项目手术资质的美容医疗机构仍为消费者提供这一项目。此前，江苏省高级人民法院披露医疗美容行业突出问题专项治理工作时便提到了这一案例。

北京市卫健委提示，美容医疗机构应当根据自身条件和能力在卫生健康主管部门批准或备案的诊疗科目范围内开展医疗服务，不得擅自扩大诊疗范围。美容医疗机构应当教育、引导和督促从业人员严格遵守相关法律法规和诊疗规范要求，使用来源合法的药品和医疗器械，保障消费者人身安全。同时应当建立健全服务前、服务中和服务后全过程风险告知和防范机制，积极稳妥化解医疗美容服务纠纷。

在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看来，合同具有相对性，对患者的保护还需通过日常整个诊疗的检查，比如病历资料等整个过程进行判断。

北京商报记者 姚倩

## 净利暴增 长虹美菱翻身

7月16日，北京商报记者获悉，长虹美菱发布半年度业绩预告，数据显示，2023年上半年长虹美菱预计实现归母净利润3.2亿-3.8亿元，同比增长430.02%-529.4%；扣非净利润实现3.4亿-4亿元，同比增长8177.54%-9638.28%。前几年，长虹美菱扣非净利润持续亏损，继2022年该项目转正后，半年报预告再现利好，长虹美菱真正“翻身”了吗？

### 暴增的秘密

对于业绩转正原因，长虹美菱表示，国际市场方面，在海运费下降、市场逐步恢复的大环境下，公司积极抢抓订单，大力推进产品拓展，接单及发货大幅增加，同时坚持冰洗协同，洗衣机产业快速拓展。

对于国内空调产业方面，长虹美菱称，公司深入推进“营销转型”，紧跟市场及各地气候特征，提前布局市场，优化产品结构，并与重点客户持续保持战略合作。同时，报告期内大宗原材料价格同比下降。综合来看，报告期内实现公司营业收入及净利润同比增长，经营业绩同向上升。

但不容忽视的是，除了业绩改善外，同比基数较低也是关键。2022年上半年，长虹美菱的归母净利润虽然有约6037万元，但实际上，其扣非净利润仅有约410万元，造成差异的主要原因，乃是当期长虹美菱收到约4134万元的政府补助，此外还有非流动资产处置损益等。

受大环境影响，去年同期长虹美菱仍处于“阴霾”之下，奥维云网数据显示，2022年上半年，中国家电市场实现零售额3389亿元，同比下滑9.3个百分点。市场外部环境持续恶化，散发的疫情起伏绵延严重影响了需求的释放，全国物流运输被疫情阻断也令市场雪上加霜。

从更长的时间跨度看，2017-2022年，长虹美菱只有2020年归母净利润亏损，其余年份均为正值，不过从扣非净利润看，2017-2021年的六年时间内，长虹美菱一直陷于亏损当中，以2021年为例，当年长虹美菱投资收益、公允价值变动收益约有1.05亿元，此外还有1.03亿元的政府补助，最终实现了约5190万元的归母净利润，实际上其扣非净利润则亏损约1.4亿元。

### 下一步怎么走

不过可喜的是，长虹美菱的业绩在2022年成功翻身，扣非净利润扭亏，尽管截至目前该企业详细的半年报仍未发布，不过从2022年年报也可看出其业绩改善的端倪。

首先是经营方式改善，冰箱、冰柜以及空调是如今长虹美菱最重要的利营收来源，2022年，冰箱、冰柜营收占比为37.91%，空调营收占比为48.39%，在冰箱、冰柜主营业务上，长虹美菱坚持以柜定产，提高直发比例，降低库存总量，提高库存周转率，此举也有利于降低经营风险。

毕竟坏账问题不容小觑，举例来说，截至去年底，长虹美菱及中山长虹对巴制公司应收账款金额为4145.7万元，不过，由于巴制公司资不抵债等原因，上述账款均已全部逾期。2022年四季度，长虹美菱及中山长虹拟对巴制公司应收账款单项计提坏账准备合计达3376.07万元。

其次是经营效率提升，长虹美菱称，公司以刚性预算为核心的费用管控体系进一步强化，并在持续增收、降本、降费，通过资金效率、渠道效率、产品效率、管理效率四个方面促经营改善。

这一点在数据上也有所反映，从期间费用率来看，2019年和2020年，长虹美菱期间费用率分别为17.95%和16.9%，2021年至今年一季度，该公司期间费用率一直控制在12%以下，从销售净利率来看，2021年长虹美菱仅有0.48%，而今年一季度则达到了2.55%。

市场关心的是，长虹美菱业绩利好能持续多久。产业观察家洪仕斌认为，从大环境来说，2023年对家电企业仍然有利，首先，疫情阴霾逐渐远去，市场状况有序恢复，家电消费有所回暖；其次，房屋交付数量的提升也会带动家装需求。

但专家同时也指出，无论是冰箱、冰柜还是空调，在国内市场的渗透率已经很高，长虹美菱的主营业务身处“红海”，未来业绩能否持续向上，需要看其是否能抓住“家电换新”这一重要的市场需求。

另有市场分析认为，多元化或是长虹美菱制胜未来的关键。其业绩近年来表现与其背后长虹系资源协同息息相关。通过近几年的内部孵化和外延式扩张，四川长虹业务及旗下子公司目前业务覆盖智能家电业务、冰箱压缩机等核心部件、IT服务等成熟产业，以及新能源、智能制造、生物医疗等新兴产业，并与长虹美菱形成协同发展，同时，集团的生物医疗技术也将应用在家电升级方面。

北京商报记者 陶凤 王柱力