

聚焦·药品集采

超500亿元注射剂市场迎变局 “灵魂砍价”有望再度上演

■本报记者 张 敏

5月8日,上海医药阳光采购网发布《关于开展第五批国家组织药品集中采购相关药品信息收集工作的通知》,自2021年5月10日起,联合采购办公室开展第五批国家组织药品集中采购相关信息申报工作。这意味着第五批国家集采拉开帷幕。

令人关注的是,注射剂成为这次集中带量采购的关注焦点。工银国际研究部医药行业总分析师张佳林在接受《证券日报》记者采访时表示,从数量来看,本次带量采购品种数(剂型数)都是历次之最。本次集采的最大特点是纳入的注射剂品种达到30个,较前几批次大幅增加,而注射剂品种整体占据医药市场较大份额。由于市场对注射剂纳入早有预期,所以集采落地对市场情绪影响其实不大。

森瑞投资研究总监何山在接受《证券日报》记者采访时表示,“我们认为未来几批集采仍将维持以注射剂为主的基本格局。此前市场关注度较高的生物类似药、胰岛素、中成药等暂未纳入。”

注射剂成第五批带量采购焦点

平安证券发布的报告介绍,本次集采共涉及注射剂品种30个(占比50%),是历史最高,对应存量市场规模约505亿元,占比77%,其中样本医院销售额超10亿元的大品种有碘克沙醇、埃索美拉唑、奥沙利铂、多西他赛等。

在集采的推动下,上述涉及的品种市场格局有望调整。东莞证券介绍,以艾司奥美拉唑注射剂为例,根据Wind医药库,2020年阿斯利康销售额占比约为46%,正大天晴销售额占比约为27.4%,江苏奥赛康销售额占比约为18.7%;集采后,其他符合条件的企业中都将分割部分市场份额。

“传统上注射剂基本走院内途径,一旦脱标其销售渠道基本被封死,对脱标药企影响巨大。因此可以预料此次集采中注射剂的角逐将很激烈。”何山向本报记者表示,自2018年12月以来,全国范围的药品集采已呈常态化、制度化,市场



视觉中国/供图

本身对集采也有谨慎的预期,认为基本医保药品目录内用量大、采购金额高的药品将实现应采尽采,而注射剂进入集采也在预期之中。从这个角度看,第五次集采虽影响大但市场已有充分预期。易观分析医疗行业分析师张竞文向《证券日报》记者表示,注射剂大量集采后,价格将进一步降低,集采需要通过的一致性评价又给企业带来较大的成本压力,因此选择生产首仿或者市场空间广阔的品种成为企业的必然选择,市场竞争也将更加激烈。

生物类似药和中成药未纳入

2021年1月28日,国务院下发的《关于推动药品集中带量采购工作常态化制度化开展的意见》就明确提到未过评品种、中成药以及生物类似药将被纳入药品集采。不过,在第五批带量采购中,此前备受市场关注的生物类似药及

中成药带量采购尚未纳入。

“本次集采尚未纳入生物类似物和中成药,略微超出市场预期,给了相关药企一定的消化时间。”张佳林认为。

张竞文向《证券日报》记者表示,生物类似药和中成药尚未纳入集采,但已被提上日程。但集采纳入标准仍需完善,还要满足品种积累到一定的数量,同时满足医保目录内临床必需、用量量大、金额高,才形成集采的触发机制。

何山向本报记者介绍,本次集采未纳入生物类似药与中成药,但在地方层面,已有个案出现,如去年初武汉对胰岛素进行带量采购。“我们认为,对生物类似药与中成药的全国集采将是迟早的事,更关键的因素是发生的时间点与具体品种。我们认为,胰岛素、白蛋白等在下次国家集采被纳入都是可以接受的事,不会对整个医药板块产生较大影响。”

“单抗药在过去一直被当作新药看待,利妥昔、曲妥珠等单抗也符合用量较

大的特点。随着国内单抗生物类似药的陆续获批,多数单抗将进入充分竞争状态,不排除纳入国家集采可能。若对单抗集采启动时间点过早,如在两三年内发生的话,我们认为,还是会对市场情绪产生较大影响。”何山还向记者表示。

值得一提的是,针对生物类似药集采,相关上市公司早有预期。据了解,目前国内在售的胰岛素主要生产厂家包括诺和诺德、赛诺菲、甘李药业、联邦制药、通化东宝等。近日,甘李药业在回复投资者提问时表示,公司已上市的胰岛素产品线覆盖了现在市场上的主流三代长效、速效和预混产品,产能充足。公司的门冬胰岛素及门冬30胰岛素相继成功获得批件,相信带量采购能够加速新品放量。同时,公司将加强成本管理和质量管理,通过扩大生产规模、加强生产管理和优化资源配置,以及提高生产效率和资源使用效率,不断降低生产成本。

“索取用户隐私”乱象频现 背后隐藏“App包上架”灰色产业链

■本报记者 贾 丽

下载一款外卖平台软件,却被强制要求获取你的照片信息;看个电视剧,却要你对通讯录授权;浏览网页,多次弹出定位授权……在互联网应用中,类似“索取个人隐私”乱象频现,很多用户都在无形中泄露了个人隐私。步入大数据时代,一些App强制用户提供各种不相干的隐私权限,所表现出的强权架势不仅令用户反感,也受到监管部门的关注。

近日,工信部通报下架90款App,并有多家企业被点名。工信部在关于下架侵害用户权益App名单的通报中称,在近期检测中发现,天涯社区、大麦、途牛旅游等企业在App不同版本中反复出现同类问题,被下架的原因大多是因为企业存在违规收集个人信息、超范围收集个人信息、App过度索权等行为。

在大数据时代,个人信息安全如何保障?在App猖狂“索权”的背后,又隐藏着怎样一条产业链?

App市场乱象频现 用户隐私泄露成家常便饭

用户在下载安装一些App时,经常会遇到“请求获取位置权限”“请求获取通讯录内容”之类的内容突然跳出来的情况,一副“不授权就无法使用”的架势,为很多用户带来较大困扰。伴随App小程序的蓬勃发展,强制获取用户语音照片、定位的现象频繁出现,App强制用户授权、过度索取个人隐私信息等问题日趋严重。

5月13日,工信部发布通知称,2021年4月23日向社会通报了93家存在侵害用户权益行为App企业的名单。截至目前,经第三方检测机构核查复检,尚有39款App未按照工信部要求完成整改。此外,在近期检测中,工信部发现,天涯社区、大麦、途牛旅游、VIP陪练、脉脉等5家企业在App不同版本中反复出现同类问题,将依法暂停其违规行为,予以直接下架处理。

工信部强调,相关应用商店应在通报发布后,立即组织对名单中应用软件进行下架处理,并加强举一反三,

认真排查、系统排查反复出现问题的企业,严格落实企业主体责任,把好上架审核关。

谈及App市场乱象,首都企业改革与发展研究会理事肖旭在接受《证券日报》记者采访时表示:“国内的手机App应用在滥用权限、收集用户隐私方面太过随意,例如,私自搜集个人隐私,强制用户使用定向推送功能、账号注销难、过度索取权限、超范围收集个人信息、预置应用程序、捆绑下载、山寨应用等。另外,在信息保护方面缺乏较为有效的措施,隐私信息泄露似乎已成家常便饭,一些公司甚至将用户信息私自共享给第三方以获取利益。”

由于App更迭较快,近年来中小企业开发的App已成为违法违规现象的重灾区,工信部今年已对1862款违规App提出了整改要求。究其原因,上架门槛低、违规成本低是部分App猖狂“索权”的两大主因。

深度科技研究院院长张孝荣接受《证券日报》记者采访时表示:“App违规索权乱象主要表现为违规收集个人信息、不合理索取用户权限等。App过度索权,主要是受商业利益驱动。一方面,收集数据对用户画像,可对用户消费行为进行定向分析,收集的数据越多,画像描述得越细致,分析的结果也就越有价值,也越有利于流量的售卖变现;另一方面,受App算法的驱动,索取用户信息可以做到准确信息推送,从而实现更多的商业目的。这类行业乱象由来已久,背后折射的是相关企业商业道德观念薄弱,对法律法规缺少足够敬畏的客观现实。”

上架门槛低成一大诱因 需加强监管斩断利益链条

《证券日报》记者调查后发现,“App上架”目前已形成一条完善的产业链。记者对App包上架、见效付费、防封、快速上架等词汇搜索后,发现这些词汇大量充斥在互联网上,点击进入后,专业人员全程跟踪、人工BUG协助解决等一系列相关“服务”就会跳到眼前。

一家提供相关服务的网站负责人向记者推介称:“我们可以提供App在

iOS、安卓等各大应用市场上架服务,包括上架流程详解、申请账号、代理申请软件著作权、协助App预审等,包全程服务。虽然现在监管越来越严,但我们熟悉各大市场新版审核规则,成功率较高,一周内就可通过审核,所服务的客户已超过10万,不耽误上架期限。”据该负责人称,如若审核不通过,公司还可以提供被拒解决方案。

另一家网站的服务人员向记者透露:“公司帮助商家的App种类繁多,涉及各个产业,贷款、理财、游戏类的App都做过,棋牌、彩票类App也可以上架。随着App数量不断攀升,同质化问题很严重,重复设计是App在上架审核时普遍面临的问题。在这些程序中,获取用户信息较为普遍,且App上架审核并不严格,对这类问题没有强制的要求和限制。”

“在App‘包上架’的产业链已经非常繁荣,且很成熟。究其原因,主要还是上架门槛低、应用市场管理不到位、相关制度不健全。”看懂研究员、通信高级工程师袁博向《证券日报》记者表示,“商业利益的驱使,令App滥用权利侵犯公民隐私的问题时常发生,最典型的案例就是App索取不必要的安卓系统权利。例如,根本无需获取定位权利的App,索取用户的定位权利后,可收集公民的位置信息并上传,以获取相关商业利益。另外,App将用户用在软件应用过程中的隐私信息提供给第三方用作广告营销的例子也屡见不鲜。更有甚者,部分App还会监听用户对话等信息,一些购物App则利用大数据推送相关的购物信息。当下,贩卖公民隐私信息或利用公民隐私信息进行非法经营的行为非常猖獗,尤其是在互联网广告精准营销方面。”

截至目前,我国对大数据应用领域的治理才刚刚起步,但监管力度却在不断加大。2020年7月,工信部发布《关于开展纵深推进App侵害用户权益专项整治行动的通知》,从此开启了对App侵害用户权益长期专项整治行动。进入2021年后,相关整治行动加速落地。

手机预装市场的快速发展,也是手机App疯狂上架的诱因。其背后存在的利益链条,也驱使手机厂商乐于预装各类App。“安装一个App,手机和平板

等终端厂商可以获取1元至2元的收入,如果预装30个以上的App,手机厂商的成本就可消减大半,甚至可完全抵消成本,这对目前利润率较低的手机厂商而言非常有吸引力。而很多预装的App,用户都是无法删掉的。”一位手机软件开发人士告诉《证券日报》记者。

据了解,安卓手机预装渠道的手机出货量就占出货量20%的份额,而其带来的App激活量和流量增量也是显著的。

“随着相关部门监管的加强,预计安装App市场规模将会减少50%以上。”肖旭建议,“针对App过度索权问题,要从三方面加强监管。首先,应建立健全网络安全管理制度,明确主管领导,落实责任部门,明确责任追究;其次,严格执行网络使用管理规定,在现有法律体系下进一步细化法规条例,开通举报渠道,对违规收集信息的行为加强执法力度;最后,加强网络信息安全教育,增强消费者维权意识,共同抵制违法违规行为。”

袁博则建议:“保护用户隐私,一是要进一步加强立法,增强对隐私信息滥用者的惩罚力度。二是加强对App软件市场类平台的督促,通过App软件用户对App的定位权利后,可收集公民的位置信息并上传,以获取相关商业利益。另外,App将用户用在软件应用过程中的隐私信息提供给第三方用作广告营销的例子也屡见不鲜。更有甚者,部分App还会监听用户对话等信息,一些购物App则利用大数据推送相关的购物信息。当下,贩卖公民隐私信息或利用公民隐私信息进行非法经营的行为非常猖獗,尤其是在互联网广告精准营销方面。”

我国正在推进数字中国的建设,全行业都需要加强对用户信息的保护。以5G为代表的万物互联正值产业发展初期,市场增长迅速,未来发展前景广阔。但无视用户隐私、强索用户权限的行为,已经成为数字中国建设的“拦路虎”,我们必须要为信息社会的健康发展清除这些隐患。”张孝荣表示。

“顶流网红”也有市值焦虑? 爱尔眼科称“会用时间证明价值”

■本报记者 何文英

提前半小时进场占座,会场临时加设三排座位,活动现场不少“粉丝”高举手机捕捉生图……你以为这是明星见面会?其实这是“顶流网红”上市公司爱尔眼科的2020年年度股东大会现场。

5月14日,爱尔眼科召开的2020年年度股东大会吸引了超过200名投资者的参与。公司副董事长、总裁李力在接受《证券日报》记者采访时表示:“每年的年度股东大会就像是爱尔家人的聚会,股东里有很多老面孔,看到他们会觉得非常亲切。”

不过,承载着“家人”的殷殷期盼,自然也是“压力山大”。虽然日前爱尔眼科市值已突破3000亿元,但公司董事长陈邦仍坦言:“希望大家不要给我们那么大的压力,我们会用时间证明自身价值,消化当前较高估值。”

去年业绩逆风翻盘

2020年是检验爱尔眼科实力成色的一年。年初突如其来的疫情让武汉等多地的爱尔医院陷入“暂时性停摆”,仅为部分患者留下急诊窗口。受海外疫情蔓延影响,基于谨慎原则,公司在年报中首次对东南亚领先的连锁眼科医疗机构ISEC(在新加坡上市,2019年被爱尔眼科收购)计提2.86亿元商誉减值,公司整体资产减值超3亿元。

陈邦在和投资者交流时表示,2020年是其近年来最焦灼的年份,去年一季度甚至做好了亏损2亿多元的心理准备。但随着国内疫情形势好转,前期被抑制的眼科需求迎来报复性释放,全年业务量不减反增。2020年年报显示,爱尔眼科去年门诊量超750万人次,同比增长13.89%;手术量近70万例,同比增长14.19%。

随着业务强劲复苏,公司业绩也迎来逆风翻盘。年报显示,2020年公司实现营业收入119.12亿元,同比增长19.24%;实现净利润17.24亿元,同比增长25.01%;实现扣非净利润21.31亿元,同比增长49.12%。

2021年一季度,爱尔眼科更是交出了一份超市场预期的“季考”成绩单。报告期内,公司报告期内营收、净利润、扣非净利润增幅分别高达113.90%、509.88%、1870.84%。即使抛开疫情影响,以2019年一季度业绩作为对比,公司的营收、净利润、扣非净利润依然分别保持56.43%、73.49%、87.18%的高增速。

一位前来参会的私募机构人士

在接受《证券日报》记者采访时表示:“去年爱尔眼科逆势取得营收、净利润的两位数增长,彰显了很强的抗压能力。今年一季度业绩再次证明了其实力,我们继续看好公司的未来表现。”

打出股权激励的“好牌”

当天会议现场,有股东在提问中对近期公司股价的下跌表示了强烈关注。陈邦回应称,公司股价短期调整,是受抱团股下跌的趋势影响,公司对长期业绩增长保持信心,并把握机会迅速启动加强版股权激励,覆盖近5000名员工,提前锁定未来5年净利润高增长。

根据股权激励方案,公司拟向激励对象定向发行A股股票,拟授予限制性股票数量为6000万股,占当前总股本的1.46%。其中,首次授予4800万股,占计划拟授出总量的80%,授予价格为27元/股,覆盖董事、中高层管理人员及核心骨干共4909人。

根据解锁条件,此次激励计划首次授予的限制性股票解除限售考核年度为2021年至2025年五个会计年度,解锁期最长达到78个月。爱尔眼科董秘吴士君对《证券日报》记者表示:“通过文化理念传导、医教研平台建设和股权激励,我们希望能将尔的长期主义转化为每个爱尔人的长期主义。”

事实上,爱尔眼科自上市以来已实施过三次股权激励,加上两次定增的落地,创始人的股权比例已被摊薄了13%。对此,陈邦淡定地表示:“未来创始人股权比例将会不断摊薄,这也是平台不断做大的过程。股权也是一手牌,我们会利用好手里的牌,给更多人提供创业平台,并把这个平台做得更强更大。”

陈邦愿意用摊薄股权的代价去换取打造“百年爱尔”的梦想。今年是爱尔眼科成立18周年,对于“百年爱尔”来说,陈邦认为企业目前仍是少年。对于过往的综合表现,他给出了70分的评价,并希望通过未来五年到十年的发展,能将评价分数提升至80分。

在打造“百年爱尔”的愿景下,爱尔眼科今年开启了“新十年高质量发展”的新征程。陈邦表示,未来3年公司 will 重点打造8个世界级或国家级水平的区域性眼科中心,为各方面的发展打好基础,使学科建设、人才梯队取得更大突破,塑造更大的品牌影响力,推动医院加速发展,让绝大多数省会城市医院通过3年至5年的打造,都能成为当地的第一梯队。

餐饮业复苏好于预期 头部企业迎整合机会

■本报记者 桂小笋

疫情期间,餐饮业集中呈现的资金紧张等问题,一度令这个传统行业呈现在聚光灯下。但在疫情有效控制之后,餐饮行业的复苏明显好于预期。“腾讯Q4小程序餐饮的交易量超过100%;餐饮业融资额比2019年增长28%。”在日前由中国连锁经营协会举办的“2021中国连锁餐饮峰会”上,微信支付餐饮行业负责人樊宇介绍称。

同花顺数据显示,今年关于美食餐饮类融资数据共有23起,单笔融资额小到1000万元、大到20亿元的都有。“餐饮业此前市场比较分散,但头部企业增速超过行业整体增速。由于头部企业上下游基础设施建设完善,全国性品牌和大的连锁企业开始显露优势,餐饮业面临头部企业集中度加强的整合机会。”华映资本主管、合伙人王维玮在接受《证券日报》记者采访时表示。

中国连锁经营协会的年度调研显示,据国家统计局数据,餐饮业2020年实现收入3.9万亿元,同比下降16.6%。但拥有500家门店以上的大型连锁企业,在2020年第四季度实现收入同比正增长,表现好于国家统计局的行业整体水平。

“疫情从发生到逐渐控制,推进了餐饮业连锁化的发展趋势,数字化覆盖与增长也成为显著发展趋势,餐饮业经历了新消费时代下资本市场推动产业化发展的过程。”樊宇介绍称。

王维玮在接受《证券日报》记者采访时表示,从投资角度看,赛道市场的规模、可持续的增长、存量竞争和头部集中化都是投资机会的参考维度,值