

# 市场爆炒“新冠口服药”概念 精华制药8连涨后2连跌疑遭“捧杀”

■本报记者 曹卫新

搭上“新冠口服药”概念后,老牌中药股精华制药时隔三年多,股价再返10元以上。

东方财富Choice统计数据显示,2021年12月24日至2022年1月5日,精华制药股票连续8个交易日以涨停价收盘,累计上涨114.62%。期间,公司股价创下近三年新高,最高探至13.65元/股。不过好景不长,连拉8个涨停板后,精华制药股价近两个交易日急转直下。截至1月7日收盘,公司股价报收于11.22元/股,2个交易日累计下跌17.8%。

股价遭遇过山车行情,作为“新冠口服药”概念股的精华制药含金量几何?

《证券日报》记者致电精华制药,询问利托那韦系列中间体相关情况,公司证券部工作人员回复称,“公司股价最近波动比较大。如果需要了解子公司的情况,询问森萱医药比较合适。”随后,该工作人员以重秘出差为由婉拒了采访请求。

## 半月内4次登上龙虎榜

深交所交易公开信息显示,2021年12月27日、2021年12月30日、2022年1月5日,精华制药因异常期间价格涨幅偏离度累计达到21.21%、29.07%、21.84%登上龙虎榜。1月7日,公司又因日价格跌幅偏离度达到8.85%上榜。市场上有名的“拉萨军团”营业部现身买卖席位。

“新冠口服药”仍只停留在概念

阶段,既没有完成临床验证,距离正式上市还有很远距离。那么,在只有概念的时候,股价就短期翻倍,说明是游资在过度炒作这个概念,游资也是利用这种概念进行收益博弈。”香颂资本执行董事沈萌在接受《证券日报》记者采访时表示。

游资缘何要爆炒这家老牌中药股呢?这源于2021年12月22日,辉瑞“Paxlovid”获FDA批准,成美国首个新冠口服药。受辉瑞特效药影响,医药中间体一时成为市场火热追捧的概念。

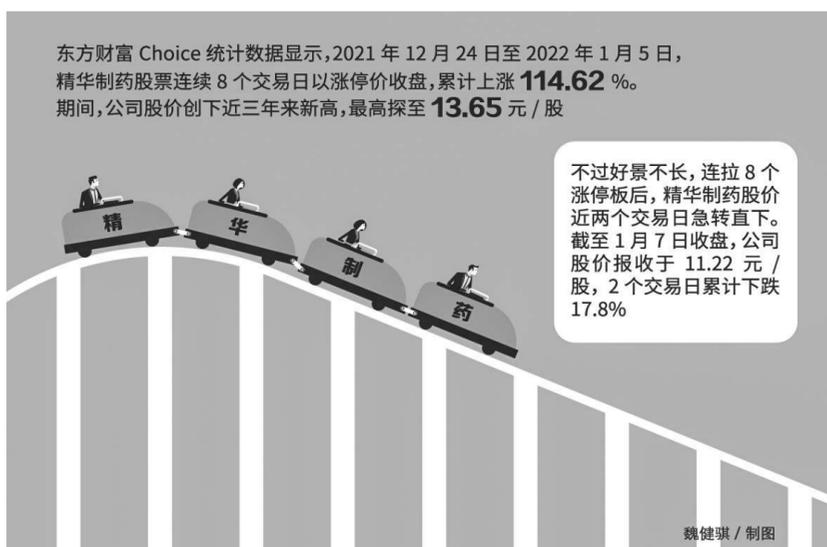
记者查询公告获悉,精华制药旗下控股子公司江苏森萱医药股份有限公司(以下简称“森萱医药”)的确生产、销售利托那韦系列医药中间体。2021年度,森萱医药利托那韦医药中间体预计实现销量11吨,实现销售收入1684万元,预计同比分别下降33%、32%左右。

与多家医药公司相似,沾上“新冠口服药”概念后,精华制药股价便开始起飞。连拉5个涨停板后,公司股价便冲破了10元。

1月3日晚,精华制药对外披露了公司董事、总经理周云中的《减持计划书》,周云中计划在公告披露之日起15个交易日后至2022年7月25日通过证券交易所集中竞价交易方式减持公司股份合计不超过96.6万股。不过公司股价表现并未受高管减持计划影响,仍一路高歌猛进。1月4日、1月5日,公司股价连续两日涨停。

## 股价异动 公司主动“降温”

记者在投资者互动平台发现,



近半个月以来,多位投资者留言询问精华制药利托那韦中间体和辉瑞治疗新冠口服药物的相关情况。在最初的回复中,精华制药对

公司是否与辉瑞方面有合作关系没有给予直接的回复。经投资者反复询问,公司方面的回复内容愈加细致及肯定。

1月4日,就投资者提出的“子公司江苏森萱2019年半年报明确写着为美国吉利德提供优质产品,是公司重要客户。子公司有没有为美国吉利德公司提供过利托那韦中间体产品?”公司方面回复称,“公司子公司森萱医药目前暂

无对美国吉利德公司直接供货合作。”1月5日,公司就相似问题再次回复称,“2019年,公司子公司森萱医药与吉利德确有合作,目前无合作供货。”

从时间点上,公司股价急转直下恰好是在1月5日公司明确向投资者回复“森萱医药与吉利德无合作供货”之后。1月6日,公司股价以12.29元/股的跌停价开盘,全天下跌8.64%。次一个交易日,公司股价再次跌停。

“上市公司的信息披露不能被地通过投资者互动平台进行,而应该更积极主动针对部分传言及时通过公告澄清,否则不排除有意或无意放任游资炒作的可能。”

沈萌表示。

上海明伦律师事务所王智斌律师表示,“在股价出现异动时,公司有义务及时并明确披露其业务与‘热点’之间的完整关系,应进一步到位、明确说明,而不是仅局限于互动易平台上的具体问题回复。即便投资者问的问题仅局限于某一方面,公司仍应将投资者未提问但更为关键的问题一并回答。”

“精华制药1月5日的公告在内容上比较完整,如果公司能够第一时间在互动易平台上进行完整回复,就不会出现股价大幅波动的情况。”王智斌补充道。

# 终止收购江西同安股权 鞍重股份“囤锂”受挫

■本报记者 桂小笋

1月9日晚间,鞍重股份发布公告称,终止以自有资金收购江西同安不低于51%股权,终止的原因在于谈判期间,原矿价格和外部宏观环境波动较大。

对于最近一年内频繁发布公告,积极尝试“跨界”经营的鞍重股份而言,终止并购江西同安股权之后,如何践行自己此前频频提及的“向上游原矿开采、选矿业务延伸发展”目标,则成了投资者最为关注的事项。

## 收购价款未谈妥

鞍重股份在公告中称,由于谈

判期间原矿价格及外部宏观环境波动较大,交易双方始终无法就最终的收购价款达成一致意见。同时,由于签署正式协议所必须满足的全部前置条件尚不具备,正式协议的签订也存在实质障碍。综合以上情况,双方决定终止本次交易。

“锂矿作为上游原材料,受到大宗商品价格上涨影响,而下游消费端,由于以锂电池为代表的新能源板块自去年下半年以来持续走低,这就导致投资锂矿的成本抬升而收益预期下滑的结果。”香颂资本执行董事沈萌在接受《证券日报》记者采访时说。

需要注意的是,2021年12月份,鞍重股份还发布了一则公告称,子公司宜春友锂科技有限公司

拟收购十堰泓晟贸易合伙企业(有限合伙)持有的江西金辉再生资源股份有限公司(以下简称金辉再生)70%股份。收购交易完成后,金辉再生将成为公司合并报表范围内控股子公司,公司业务范围将扩展到选矿和尾矿生产加工行业。

需要关注的是,由于金辉再生的业务也和锂矿相关,在“原矿价格及外部宏观环境波动较大”的背景下,收购是否还能顺利推进,备受关注。

## 曾被质疑炒作

援引公开信息可知,金辉再生生产所用主要原料为江西宜春地区钽铌矿开采产生的矿石及矿

山固体废物,不具备矿产开采资格,生产原料均为外采。宜春地区的钽铌矿资源集中度较高,且行业具有明显的运输半径限制,金辉再生的供应商主要是宜春钽铌矿有限公司等矿产企业,具有一定的供应商依赖性。最近一年,受下游锂电行业的供需影响,金辉再生主要原材料呈现了明显的价格上涨趋势,若未来价格持续上涨,且主要原材料锂云母价格无法及时向下传导,会存在生产成本提高的经营风险。

鞍重股份的主要业务是从事矿山、建筑及筑路机械设备的研发、制造、销售和服务,主要产品为振动筛和预制混凝土构件生产线以及贸易业务。2021年三季报显示,鞍重股

份实现营业收入为15884.92万元,但是,净利润则为亏损。

此前,市场曾有声音质疑鞍重股份炒作锂矿资产收购,鞍重股份的股价在2021年也曾因“涉锂”而有异动,短时间内股价涨幅极大。

按照公司此前的公告,收购金辉再生能够强化公司在选矿环节的处理能力,是公司整个新能源上游产业链布局必不可少的一环。如果收购江西同安股权进展顺利,对于“完善公司在整个新能源上游产业链布局”则是十分有利。如今,随着江西同安的股权并购被终止,鞍重股份未来在此产业链上如何完善布局,则尤为重要。对此,《证券日报》将继续给予关注。

# 万亿元级预制菜赛道入局者众 陆正耀也要分一杯羹

■本报记者 许洁  
见习记者 王君

在市场和资本的双轮驱动下,每日优鲜、叮咚买菜、盒马、美团等行业头部企业纷纷布局预制菜赛道,预制菜已然成为这个冬天最火爆的赛道之一。前有西贝董事长贾国龙宣布拟投资20亿元发力预制菜,现有瑞幸咖啡创始人陆正耀通过舌尖工坊试图再次进军餐饮行业。天眼查App数据显示,目前国内有7.2万家预制菜企业。

预制菜是指以农、畜、水产品为原料,配以各种辅料加工而成的成品或半成品。艾媒咨询数据显示,2019年,中国预制菜市场规模约2445亿元,2020年,市场规模扩大至2888亿元,同比增长18.1%;预计2021年,中国预制菜市场规模为3459亿元,之后将以20%左右的增长率逐年上升。

## 新旧入局者推陈出新

今年以来,一个名为“舌尖工坊”的预制菜产品刷爆朋友圈、抖音等社交平台,这正是由陆正耀旗下公司舌尖科技集团推出的新项目。

“餐饮新风口”“瑞幸咖啡原版人马打造”“万亿元厨房革命”……为迅速拓展市场,舌尖科技打算以加盟的方式迅速拓展市场,项目说明书显示,“舌尖工坊”主要售卖预制食材(半成品菜)和速烹菜(解冻

加热)两类产品,加盟者可以根据自身门店类型选择进货类目。投资金额并不大,只需要投资金额3万元起,门店8平方米。但签约时需缴纳1万元意向金,算下来一个加盟店只需要几万块钱。

这是陆正耀离开瑞幸咖啡后,在餐饮行业的第二个项目。对于哪个赛道入局哪里陆正耀来说,如今选中预制菜赛道正是看到了其万亿元级市场前景。

2020年的疫情和2021年的“原地过年”带火了在家做饭,预制菜、半成品菜成为“懒人星人”等做饭小白的萌宠。

“从宏观环境来看,疫情是促使预制菜发展的一个爆发节点,在此之前,预制菜主要市场在B端。”三餐有料联合创始人王梦菲对《证券日报》记者表示,2014年到2019年,预制菜主要随着外卖平台的发展而爆发,年复合增速一度达到30%。2020年的疫情,突然阻断了预制菜在B端的消费,加上宅家经济爆发,预制菜开始直接进入C端消费的视野,走进家庭和个人的餐桌。

三餐有料是冷链食材领域头部企业冻品在线集团独立孵化的新零售项目,定位家庭便利食材社区超市,主打“3分钟做大餐”的半成品方便菜。自2020年10月20日成立以来,已经完成三轮融资。

《证券日报》记者简单梳理发现,近两年,已有不下二十起预制菜及食材供应企业获得融资,仅2020

年,就有18家企业获得融资。其中,五家融资额超过1亿元。涌入其中的资本,不乏红杉中国、IDG资本、美团等知名机构和企业的踪影。

2021年,味知香正式登陆上交所主板,成为“预制菜行业第一股”,并在年内收获10余个涨停板;2021年9月份,专注速冻米面快餐的千味央厨上市,连拉7个涨停板;2021年11月份,水产预制菜企业鲜美来递交了招股书,再次将预制菜赛道炒热。

除了新入局者,广州酒家、云海肴、同庆楼和西贝等知名连锁餐饮企业增加了预制菜业务。据中国连锁经营协会数据,国内有超过74%的连锁餐饮品牌自建中央厨房,超过半数的餐饮品牌研发预制菜产品。

消费端方面,预制菜已成为各大电商平台“爆款”。天猫数据显示,2021年“双11”期间,预制菜成交额同比增长约2倍,跻身天猫新生活研究所发布“10大趋势单品”,叮咚买菜的快手菜火锅则创下单日售出20万锅的记录。

## 拓展更多场景

预制菜并不是新鲜事物。方便面、速冻水饺这类产品可以称之为预制菜的1.0版本。如今,预制菜已经拓展到佛跳墙、煲仔饭2.0版本。除了特定历史事件催化,经济水平的提高助推了人们对服务性产品的需求以及产业的发展。随着中国老龄化、家庭小型化状况日

益凸显,做饭变得不那么经济。方便、快捷又健康的快手菜火起来顺理成章成为一种现象。

目前,35岁年轻人正在接过年夜饭的主导权,这部分消费群体更愿意尝试预制菜。随着年关临近,预制菜演变为“定制年菜”的趋势愈发强烈。

《证券日报》记者走访发现,盒马鲜生围绕这些掌握了年夜饭主导权的年轻人,“定制”了全套预制年菜。“佛跳墙、花胶鸡等汤羹类”大餐“配赠了非常‘上镜’的锅具,以满足消费者年夜饭的需求。”走访过程中,盒马工作人员对《证券日报》介绍,盒马年菜商品全部采用冷链加工、运输,不额外添加防腐剂,简单加热即可直接上桌。

叮咚买菜的“叮咚王牌菜”也重磅打造了年菜系列,其创新的南方年夜饭餐桌必不可少八宝饭咖啡更是成为下午茶新时尚,还一度成为上海热搜榜第一名。去年,叮咚买菜还创新地将预制菜做成火锅,“切羊肉块”去年11月份的销量较10月份增长了5倍。

每日优鲜也在去年底推出自有品牌老母鸡汤。该款产品为了还原好食材原本味道,不添加一粒味精。此前,“每日招牌菜”还推出过“风味羊蝎子”和“霸气牛骨锅”,均成为了平台预制菜中的热销爆款。

“总体而言,预制菜会比平台平均毛利率高出近15个百分点,而自有品牌预制菜则因为采用了自有供

应链,得以进一步优化成本,在保证毛利率的同时,也让消费者买到更高性价比的商品。”每日优鲜预制菜业务负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,早在2020年3月份,每日优鲜就上线“名店名菜”频道,开始深耕3R类商品,西贝、眉州东坡等知名餐饮企业纷纷受邀入驻,将堂食风味以预制菜的方式送到用户手中。目前,每日优鲜预制菜品类的SKU已经达到了800多个。

物美也推出年夜饭半成品套餐,套餐包含蒜香仔排、宋嫂鱼羹、茶树菇牛柳等10道菜,这些菜都是冷冻储存的,解冻后倒入锅中翻炒或煮熟便可食用。

美团买菜旗下的自营品牌“象大厨”也开辟出了预制菜专区。“味知香等上市公司的良好表现,吸引多家企业入局。”前宅食送CEO、“餐饮老板内参”副总裁穆杨对《证券日报》记者说,日本的预制菜渗透率已达到60%,而中国预制菜的渗透率仅为10%,存在巨大提升空间。

穆杨认为,预制菜市场规模很大,但成本高、消费频次相对低、可替代性高(净菜、外卖)仍是预制菜行业存在的痛点。

在中国餐饮业面临着成本增长、利润收缩的大背景下,预制菜这种去厨房化的新品类存在一定市场前景,但是,对于餐饮品牌和销售平台而言,差异化竞争、精耕细作,提高坪效,更好地培养客户消费习惯或是关键。

# 极兔收购百世后 加盟商融合成最大难题

■本报记者 李春莲 施霖

备受快递行业关注的极兔收购百世一事,已尘埃落定。2021年年底,该交易的反垄断审查已通过,这意味着此次收购基本完成。

进入2022年,对于极兔来说,最大的任务就是加速双方的业务整合,但整合并非易事。

近日,有经营商户向《证券日报》记者透露,极兔收购百世后正在办理切换和收尾工作,导致百世大量网点混乱并停工,但公司发快递的时候对此并不知情,结果好多客户的快递滞留在当地转运站,目前只能更换快递公司。

《证券日报》记者从多方了解到,极兔收购百世后,因为业务调整和融合,多地网点确实出现上述问题。

事实上,这也是业内对极兔收购百世最为担心的地方,两家公司的网络整合,尤其是加盟商融合是其中最大的难题。

“极兔收购百世后,双方整合最大的难点在于末端加盟商的融合问题。”易观流通行业分析师魏建辉向《证券日报》记者表示,加盟商的区域属性非常明显,大家在当地都经营多年,客户资源、管理能力都有深度的积淀,强势整合的难度会非常大。

一位不愿具名的互联网资深人士也向《证券日报》记者表示,快递本身的业务链条看似明晰但错综复杂,总部与加盟商的管理维护、价格挤压之下的分配机制、短板补齐后的产能重整等,都成为“并网”后的障碍。

对于上述问题,极兔未给予《证券日报》记者回复。

## 末端加盟商难融合

2021年10月29日,极兔以68亿元的价格收购百世国内的快递业务。

这是近年来国内快递行业规模较大的一次企业重组,对于极兔来说,面临双方管理团队融合、网点联动性、末端稳定性以及加盟商如何整合等很多问题。

“收购肯定牵涉人员安置和补偿,导致快递的时效性差了很多,尤其是北京以外的区域。”上述经营商户告诉记者。

有知情人士向《证券日报》记者表示,百世旗下的加盟商多是独立的个体,被收购后目前多数处于观望中,这肯定会延缓融合的速度。

据了解,针对同一区域双方的加盟商,极兔提供了四种场景和解决方案,原则上是希望双方加盟商都能够继续经营。

方案显示,原极兔和原百世加盟商通过协商后,一是可以进行区域拆分,分别成为各自区域内唯一加盟商;二是如果其中一方解约退出,另一方成为区域内唯一加盟商;三是可以合股成立合资公司,成为区域内唯一加盟商;四是如果原极兔和原百世加盟商都退出,代理区寻找新加盟商。

魏建辉表示,上述方案基本上把可能出现的状况都考虑到了,但是在实际操作中,很有可能会是双方未端加盟商都僵持不下,都不愿意合并、退网,难以形成共识,导致总部必须进行二选一,进而会影响到区域内的业务平稳过渡。

按照极兔现有的计划,在2022年“618”之前,有关网融合以及其它合并事宜均需完成。

“如果双方在关键时间节点整合顺利,经过‘618’和‘双11’等大节考验,预计两年内有望实现全面融合。”魏建辉表示,极兔对网络融合时间要求相对比较急,如果双方各区域顺利,总部各项政策和扶持力度加强,融合的时间会提前,快的话今年也有可能完成融合。

上述互联网资深人士也认为,极兔必须要在“618”到来之前整装待发,否则很难应对“新赛点”实现弯道超车。

## 有效整合面临挑战

自2020年进入中国市场,极兔利用低价“跑马圈地”,进一步加剧了快递行业的价格战,这也导致整个行业陷入增收不增利的境地。

2021年,我国快递进入千亿元时代。2022年1月6日,国家邮政局发布的最新数据显示,2021年,我国快递业务量最终定格为1085亿件,同比增长30%。

随着快递业务量的不断增加,快递行业也进入巨头争霸阶段,“跑得非常快”的极兔接下来如何与其他快递龙头“同台竞技”存在很大挑战。

事实上,极兔和百世如果能够顺利融合,可以加强极兔在国内地区的网络覆盖,并且减少双方在高密度地区的网络重复覆盖,这对整个快递行业资源的配置来说也是一种优化。

国信证券研究报告认为,如果极兔收购百世后能够有效完成整合,那么极兔将是此次竞争格局优化的最大受益者,长期发展的天花板成功打开。但由于快递是人力和资源密集型行业,该行业企业间的收购整合难度其实非常高,从企业文化融合再到物流网络重塑再到人员组织架构的调整等等,都隐藏着巨大的挑战,最终极兔是否可以有效整合百世还具有不确定性。

对于极兔来说,这场整合战役才刚刚打响。“极兔究竟如何对旗下网点进行合理融合,市场人士还没有看到行之有效的方式。目前来看,其对加盟制的经验不足,网点整合的方向也不是特别明确。”

“贯铨资本CEO、快递行业专家赵小敏向《证券日报》记者表示,应该根据区域的不同,各地方市场竞争情况不同,网点实力不同,实行定制化的整合方案,这样融合才会达到双赢和多赢的效果。极兔2022年时间紧任务重,面临非常巨大的挑战,也可能影响到它接下来的估值甚至上市,如何加速融合实现一加一大于二以及利益最大化,对极兔来讲迫在眉睫。”