

聚焦三季报

OK镜首次进入集采范围 业内人士称收费模式将趋于合理

目前,国产OK镜价格为8000元左右,进口价格超过1万元,加上服务费用有的超过2万元

本报记者 张敏 见习记者 许林楠

10月26日,河北省医用器械集中采购中心发布通知,拟于近期开展20种医用耗材集中带量采购,组织开展信息填报工作。其中,角膜塑形用硬性透气接触镜(用于视力矫正和近视控制,俗称OK镜)首次纳入集采。

10月27日,受上述消息影响,拥有OK镜产品的A股上市公司出现调整,其中欧普康视股价跌停,收报33.49元/股。

OK镜产品目前并不在医保报销范围,集采之后是否会纳入医保?对此,《证券日报》记者联系河北省医用器械集中采购中心,但电话未接通。

那么,OK镜纳入河北省集中带量采购,是否会对相关公司业务产生影响?巨丰投顾高级投资顾问翁梓驰向《证券日报》记者表示,上述通知目的是让企业填报信息,是否实施带量集中采购以及招投标细则均处于待确定状态。

多家上市公司回应集采

面对集采消息的影响,10月27日,欧普康视在投资者互动平台进行了相关回应。“带量采购通常是医保承诺采购量并为用户支付产品费用,正常的结果是量升价降。如全面实施,对为公立院提供产品的经销机构可能会产生较明显的影响;对于厂家来说,则要量升的正面影响和价降的负面影响(从利润角度看)综合后的效果,目前尚无法判断。青少年近视人群十分庞大,如果医保代替家长支付费用,使用人数必将大幅提升。”

对于其他省份是否会跟进,欧普康视表示,公司无法进行判断。

“医保带量集中采购是由医保支付费用的,国家医保局最近在对十三届全国人大五次会议第6184号建议的答复中表示,医保立足于参保人基本医疗需求,角膜塑形镜目前不在医保范围内,常规理解也不属于基本医疗需求,而且潜在使用人群巨大,各地可能会根据自身的医保预算作出决策。”

对于市场关心的OK镜纳入集采事宜,爱尔眼科董秘吴士君对《证券日报》表示,“爱尔眼科提供的是基于双眼视功能和医疗属性的近视综合防控体系,始终以多层次服务动态满足多元化需求。视光业务占公司约五分之一,OK镜只是其中之一。”

相关企业业绩向好

青少年近视防控备受关注。根据国家卫健委发布的数据,2020年,我国儿童青少年总体近视率为52.7%,较2019年上升2.5个百分点,其中6岁儿童为14.3%,小学生为35.6%,初中生为71.1%,高中生为80.5%。

2022年1月,国家卫生健康委印发《“十四五”全国眼健康规划(2021—2025年)》(国卫医发〔2022〕1号)。该《规划》指出,有效推进儿童青少年近视防控和科学矫治工作。指导医疗机构规范开展近视矫治服务,制定完善角膜塑形镜等临床应用规范,加强近视相关手术操作监管等等。

爱尔眼科董秘吴士君对《证券日报》表示:“OK镜不仅适用于青少年,成年人只要检查合格后也可以佩戴,这一点绝大多数人还不清楚。因此,OK镜在中国存在巨大的潜在市场。”

当下,角膜塑形镜的市场需求保持增长趋势,相关上市公司前



魏健骐/制图

三季度业绩稳健上行。

欧普康视2022年前三季度营收实现12.11亿元,同比增长21.58%;归母净利润实现5.05亿元,同比增长14.06%。其中第三季度营收实现5.27亿元,同比上涨23.63%;归母净利润实现2.47亿元,同比上涨32.07%。对于业绩增长原因,欧普康视表示主要是角膜塑形镜的应用处于上升通道中,公司产品销量和营销服务终端收入仍在增加。

爱博医疗2022年前三季度营收实现4.41亿元,同比上涨35.83%;归母净利润实现1.99亿元,同比上涨41.82%。对于业绩增长原因,爱博医疗表示主要系“普诺明”系列人工晶体和“普诺瞳”角

膜塑形镜销量持续增长所致。

降价空间几何?

OK镜的价格让不少近视患者望而却步。

据了解,国产OK镜的价格为8000元左右,进口的价格会超过1万元。一位给孩子购买了OK镜产品的家长向《证券日报》记者介绍:“OK镜的价格加上服务费用超2万余元,且随着孩子眼球的发育,产品需要复购,并不是买一次就可以实现矫正视力的目的。”

对于未来OK镜价格是否会下降?爱尔眼科董秘吴士君表示,OK镜不是太阳镜,验配高度个性化,产品和相应的医疗服务多元化,包含

了初检、试戴、调整、定制、每月复查、镜片维护以及万一出现并发症后的及时诊治处理。“在集采和竞争中收费模式必然趋于更合理,目前是打包收费,以后会不会分开定价?都不清楚,但无论如何,肯定会让医患双方的利益都得到合理维护,因为只有合理的模式,行业发展才能可持续。”

值得一提的是,在OK镜赛道,进口品牌占据较高市场份额,而国产品牌市占率偏低。对此,翁梓驰向《证券日报》记者表示:“OK镜进入集采,短期来看对于行业平均毛利率有负面影响,但是长期来看,将来业务放量预期,医院的成本更低、效率更高,规模效益会更加显著,利好头部公司。”

五粮液实现归母净利近200亿元 同比增长15.36%

本报记者 王丽新 见习记者 李静

10月27日晚间,五粮液披露了2022年三季度报告,1月份至9月份公司实现营业收入557.8亿元,同比增长12.19%;归母净利润199.89亿元,同比增长15.36%。

公告显示,在今年第三季度,五粮液实现营业收入145.57亿元,同比增长12.24%;实现归母净利润48.9亿元,同比增长18.5%。第三季度,五粮液经营活动现金流净额88.98亿元,同比增长33%,环比增长68.27%。经营活动现金流单季大幅改善,也体现了公司较强的抗风险能力。

知趣咨询总经理、酒类营销专家蔡学飞在接受《证券日报》记者采访时表示,五粮液的稳健增长是在企业庞大的体量、不断提升的治理结构,以及全国性市场竞争力提升的基础上实现的,并且这种“稳”是在各种风险下取得的正向增长,表现出企业的成长质量较高。

“今年以来,白酒行业面临消费场景缺失、市场动销不畅等挑战,但公司核心产品第八代五粮液依然保持了良好的动销态势。”五粮液在接待投资者调研时如此表示。

近年来,五粮液在战略上精简了旗下子品牌(最多时数量达到上千个),避免了大量“杂牌”稀释五粮液的品牌影响力,凭借着大单品策略,推动公司持续稳健发展。

蔡学飞表示,随着名酒化与品质化消费的发展,五粮液作为名酒代表,无论是从品牌价值还是产品销售都在走强,并且在次高端与高端市场持续发力,高端的品牌价值深化发展了产品矩阵的势能。

数据显示,2022年三季度末,五粮液在建工程为35.61亿元。近年来,五粮液全力推进一批重大项目建设。今年30万吨陶坛陈酿酒库一期项目投产,10万吨生态酿酒一期项目开工建设,技改挖潜扩能项目如期建设完工并投产生产等。

此外,2018年-2021年,五粮液研发投入逐年增加,分别为0.84亿元、1.26亿元、1.31亿元、1.77亿元,而今年前三季度公司研发投入超1.6亿元,接近去年研发费用的总额。

山西汾酒实现净利同比增45.7% 主要经营指标再创新高

本报讯 10月27日晚间,山西汾酒披露2022年前三季度报告,报告期内,公司实现营业收入221.44亿元,同比增长28.32%,归属于上市公司股东的净利润71.08亿元,同比增长45.7%。其中2022年第三季度单季营业收入68.1亿元,同比增长32.54%;单季归属于上市公司股东的净利润20.96亿元,同比增长56.96%。主要经营指标再创历史新高。

2022年,公司以汾酒复兴总纲为指引,坚持稳中求进工作总基调,高效统筹疫情防控和生产经营,针对点状疫情灵活调整营销政策,科学统筹,上下联动,夯实高质量发展基础,拓展高质量发展空间。

持续优化产品结构。在“抓两头,带中间”产品策略的基础上,通过“两条线、双提升”的产品调整策略,进一步实现汾酒产品结构全面优化。第一条是以青花20汾酒为发展主线,向上提升青花30、青花40产品的档次和规模,从而实现青花汾酒全系列产品市场占有率的重大突破。第二条是以玻汾为发展基准线,扩大清香消费群体,从而拉动老白汾等腰部产品的全面发展。2022年,青花汾酒系列等中高端产品实现大幅增长。8月以来,献礼版玻汾在河南、安徽、广东、陕西等地陆续发布,稳步推进产品结构升级,逐步引领光瓶酒发展市场。

全国化进程稳步推进。公司深入推进汾酒“1357+10”全国化市场布局,聚焦“大基地市场”“华东市场”“华南市场”三大市场,加大资源投入、深化渠道布局、创新管理模式。今年山西省内市场高质量发展成效显著,产品结构持续提升,销售收入稳步增长;公司深度推进长江以南市场开发,强化消费者圈层培育,消费者复购率显著提升。

持续强化品牌势能。在品牌传播方面,山西汾酒与媒体展开深度合作,结合国潮风,创作了多部“品青花汾酒,观二十四节气”主题系列短视频;与经销商合作开展了“举杯赞盛世,对酒话安康”活动,与消费者深度捆绑。(张敏刘剑)

华微电子实现净利3684.43万元 研发投入持续增加

本报讯 10月27日晚间,华微电子发布2022年第三季度报告。报告显示,该公司2022年前三季度实现营收15.35亿元,同比下降4.06%;实现归属于上市公司股东的净利润3684.43万元,同比下降40.20%。

研发方面,华微电子持续增强研发力量,加大研发投入。前三季度研发费用为8459.50万元,同比增长25.04%。该公司着力打造核心产品工艺技术平台,为企业发展注入新动能,推进公司核心竞争力持续快速提升。(马宇璇)

本版主编于德良 编辑屈珂薇 制作李波 E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

华为前三季度实现营收4458亿元 终端业务下滑趋势放缓

本报记者 贾丽

10月27日,华为发布了2022年三季度经营业绩,前三季度公司实现销售收入4458亿元,与去年同期持平,主营业务利润率为6.1%。

此次,华为并未公布各业务板块的具体营收情况。不过,谈及前三季度业绩,华为轮值董事长徐直军公开表示:“整体经营结果符合预期,终端业务下行趋势持续放缓,ICT基础设施业务保持了稳定增长。华为将继续吸纳优秀人才,持续投资研发。”

在2020年、2021年及2022年前三季度业绩中,华为分别为实现销售收入6713亿元、4558亿元、4458亿

元。前两年中,华为主营业务净利润率分别为8.0%、10.2%。从营收规模来看,华为收入呈现逐年下滑趋势,净利润方面也有所波动。

华为一位内部人士在接受《证券日报》记者采访时表示:“今年公司前三季度实现的6.1%的主营业务利润率,主要体现了几大主营业务的利润情况,与净利润率有一些差别。目前,华为净利润水平呈稳定态势。”

华为的主营业务由运营商业、企业业务及终端业务三大板块组成。华为2022年半年报显示,公司上半年实现销售收入3016亿元,其中运营商业业务收入为1427亿元,同比增长4%;企业业务收入为547

亿元,同比增长27.5%;终端业务收入为1013亿元,同比下滑25.3%。可见,拖累华为业绩的主要因素,便是终端业务收入的下滑。

受芯片供应限制及全球智能手机出货量下降等影响,2020年及2021年上半年,华为终端业务营收分别同比下滑46.95%、25%。从徐直军释放的信息来看,华为终端业务的下滑幅度正在持续收窄,今年三季度下滑态势也有所放缓。

目前,外界对华为手机依旧充满期待。10月27日,第三方市场机构纳仕Canalys发布报告显示,第三季度中国大陆智能手机出货量达7000万台,相比第二季度有所改善。其中,vi-

vo、OPPO、荣耀、苹果、小米位列出货量前五。另外,华为出货量凭借仅支持4G的Mate系列再次获得增长。

达睿咨询创始人马继华接受《证券日报》记者采访时表示:“在经历了连续三年的困难后,华为已步入了常态发展新阶段。从财报数据可以看出,其受外部压力影响最大的终端业务营收下降趋势已开始放缓。在高端市场,华为依旧有较强的竞争力。不过华为所面临的挑战依旧不小,仍需在拓展其他消费市场的同时找出解决芯片问题的方法。”

在失去智能手机等终端业务的增长支持后,华为亟待智能汽车、可穿戴设备、智能家居等消费领域

找到新的抓手。同时,华为正通过扩张运营商业、企业业务,从B端市场探索新利润增长点。

ICT基础设施业务是华为最核心的业务之一。今年以来,华为在ICT基础设施业务领域动作频频。2022年上半年,华为接连成立第二批、第三批总计15个军团,重点围绕新兴政企业领域组建,涉及数字金融、广域网络、数据中心底座等领域。

中国本土企业软实力研究中心研究员周锡冰对《证券日报》记者表示,“华为正在终端业务之外寻找新的‘支柱’,其内部成长较快的企业业务被推到重要位置,而军团成为开辟这一市场的重要力量。”

光伏逆变器行业景气度高企 多家公司前三季度营收净利双增

本报记者 吴奕萱 见习记者 郭霖露

近年来,受益于全球光伏新增装机量高速增长,光伏逆变器行业景气度高企。

东方财富Choice数据显示,已披露的光伏逆变器行业上市公司2022年三季报或业绩预告显示,光伏逆变器上市公司业绩均实现上涨。今年以来,多家上市公司披露了光伏逆变器扩产计划。

前三季度6家上市公司均实现营收净利双增

10月27日,锦浪科技披露三季报,公司前三季度实现营收41.67亿元,同比增长80.86%;实现归母净利润7.03亿元,同比增长93.75%。对于业绩增长的原因,锦浪科技表示,新能源领域保持高速增长态势,公司从事的组串式并网逆变器及储能逆变器的市场需求快速增长,产品出

货量持续增加,公司盈利能力快速提升。

同日,禾迈股份、阳光电源也披露了三季报。具体来看,禾迈股份前三季度实现营收9.36亿元,同比增长84.67%,净利润3.62亿元,同比增长197.79%;阳光电源前三季度实现营收222.24亿元,同比增长44.56%,净利润20.61亿元,同比增长36.94%。

截至10月27日下午4点,已有6家光伏逆变器行业上市公司披露三季报,均实现营收净利双增。科士达前三季度实现营收27.40亿元,同比增长48.27%,归母净利润4.47亿元,同比增长58.84%;易事特前三季度实现营收37.55亿元,同比增长38.92%;归母净利润3.99亿元,同比增长9.86%;上能电气前三季度实现营收10.66亿元,同比增长64.51%,归母净利润4541.03万元,同比增长1.90%。

此外,德业股份、昱能科技等2家公司披露的三季报业绩预告显

示,受益于光伏行业持续向好,公司逆变器等产品下游客户订单充足,2家公司预计前三季度均实现归母净利润同比大涨。德业股份预计2022年前三季度实现归母净利润9亿元至9.5亿元,同比增长124.64%到137.12%;昱能科技预计2022年1月份至9月份实现归母净利润2.49亿元至2.79亿元,较上年同期增长330%到382%。

兴储世纪总裁助理刘继茂向《证券日报》记者表示:“随着全球光伏系统安装量爆发,光伏逆变器行业公司在组件价格上涨的同时,逆变器的价格也在上涨。”

中国人民大学国际货币研究所研究员陈佳表示,今年以来,欧洲地区光伏产品的需求攀升推动了我国光伏逆变器产品出口,上半年甚至出现过月度对欧盟出口同比增长超110%的现象。考虑欧洲今冬能源短缺,而国产IGBT(绝缘栅双极型晶体管)瓶颈已经突破,各厂商逆变器库存较稳定,预计四季度逆变器行

业继续保持增长趋势。”

上市公司投资扩产热情高涨

根据Wood Mackenzie数据,预计到2025年全球光伏逆变器市场空间将达到300GW,对应市场规模达180亿美元,目前产能供给仍有较大缺口,行业前景广阔。

刘继茂告诉记者:“逆变器行业在2018年经历了大浪淘沙,淘汰了80%以上的公司,剩下的都是质量可靠,资金实力充足,渠道建设稳定的公司。逆变器技术要求高,且销售依赖特渠道,进入逆变器行业的门槛相对较高,因此各企业纷纷扩产应对不断增长的需求。”

今年以来,锦浪科技、固德威启动再融资计划。固德威拟定增募资不超过25.4亿元,用于年产20GW并网逆变器及2.7GWH储能电池生产基地建设项目、年产20GW并网、储能逆变器及1.8GWH储能电池生产

基地建设项目及补充流动资金。

锦浪科技拟定增募资不超过29.25亿元,主要用于年产95万台组串式逆变器新建项目、分布式光伏电站建设项目以及补充流动资金。锦浪科技相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示:“随着光伏平价上网时代到来,叠加碳中和目标的积极政策影响,光伏逆变器市场需求量将快速提升,公司急需扩产满足快速增长的市场需求。”

德业股份于近期披露了两起投资计划。10月24日晚间,德业股份公告称,已与海宁市黄湾镇政府达成投资协议,拟在当地投建微型逆变器生产制造、逆变器研发项目,项目总投资15亿元。9月29日,公司与浙江省海盐经济开发区管理委员会签署投资协议,拟在当地投资组串式、储能式逆变器生产项目,投资规模15亿元。

今年6月份以来,首航新能、古瑞瓦特、艾罗能源、三晶股份先后冲刺IPO。从上述4家公司披露的招股书来看,募资拟主要用于逆变器项目扩产。