

丽珠集团:产品结构优化 消化道产品增长提速

○本报记者 李萌

丽珠集团(000513)实现营业收入4,939.07百万元,相比上年同期的4,564.70百万元,同比增长8.20%;实现净利润834.53百万元,相比上年同期的675.71百万元,同比增长23.50%;实现归属于本公司股东的净利润738.95百万元,相比上年同期的633.35百万元,同比增长16.67%;若剔除非经常性损益项目收益,本公司2019年上半年主营业务实现的归属于本公司股东的净利润为658.60百万元,相比上年同期的571.13百万元,同比增长15.32%。

平安证券叶寅给予丽珠集团“推荐”评级,指出公司梳理组织架构,优化绩效考核,新的机制下进一步激发了员工积极性,促进业绩持续增长;此外,公司调整了丽珠单抗的管理层,重新梳理产品线,重点产品的进度有望得到加快,未来丽珠单抗可能估值提升。由于公司毛利率提升明显,上调公司盈利预测,预计公司2019年~2021年净利润分别为12.50亿、14.45亿、16.66亿(原预测2019年~2021年净利润分别为12.46亿、14.39亿、16.55亿),对应EPS分别为1.34元、1.55元、1.78元,对应PE分别为19X/17X/15X,维持“推荐”评级。

华泰证券代雯研究表示,丽珠集团是业绩稳健高性价比标的,创新管线提供估值弹性。公司当前兼具业绩稳健及低估值优势(现价对应20年PE仅16倍),看好公司短中期产品需求刚性,对集采防御能力较强,后续有望背靠充沛

现金流(截至上半年账面现金78亿元),推动创新重磅陆续上市带来估值提振(公司指引到2020年约有2~3个品种处临床III期):1)rhCG有望1H20年拿到生产批文;2)Perjeta的me-too乳腺癌新辅助治疗即将进入Ib阶段;3)IL-6RI期进行中,即将启动III期。

中报显示,丽珠集团制剂药业务实现销售收入3330.42百万元,报告期实现营业收入的67.43%,其中化学制剂2620.97百万元,较上年同比增长22.19%;中药制剂709.45百万元,较上年同比下降17.68%。化学制剂收入占比持续增大。产品销售增长主要源于公司深化营销改革,推进产品渠道下沉,加快销售专科领域建设,以及原料药领域通过资源整合、调整产品结构、加大国际认证等措施,重点高毛利品种稳定增长。另外,因受医保控费、招标降价等行业政策影响,个别品种出现增速放缓或下降。

在研发方面,实现以研发结果为导向的项目管理机制,优先推进了重点在研品种的进展。报告期内,取得注射用伏立康唑(0.1g)项目的补充申请批件,注射用丹曲林钠已申报并被纳入优先审评,注射用醋酸亮丙瑞林微球(3个月缓释)获得临床批件,在FDA申报的参芪扶正注射液正在进行I期临床总结。一致性评价项目中,替硝唑片已通过国家药品监督管理局核查,克拉霉素片和苯磺酸氨氯地平胶囊完成BE研究,提交注册申报并已受理。公司在原有

研发领域的基础上,逐步布局多肽类的糖尿病药物领域,目前已启动相关项目的研发。

制剂药品的海外销售方面,2019年上半年,重点开展了促性激素、消化道、精神类、抗感染等产品在巴基斯坦、独联体国家、菲律宾、中美洲等国家和地区的准人和销售工作。本报告期内,卡那霉素注射液通过了国际认证(WHO项目),目前销售团队正进行南非等地的市场推广。

原料药及中间体品种结构优化,布局全球市场。公司原料药及中间体业务实现销售收入人民币1219.00百万元,占营业收入的24.68%,较上年同比增长1.64%,而营业利润率较上年同比增长7.18%,盈利能力继续增强。2019年上半年,相关原料药生产企业与国内外重点客户签订了阿卡波糖、苯丙氨酸、达拉霉素等多个品种的销售合同或年度战略合作协议,为后续的销售奠定基础。同时,对高端抗生素、普通抗生素及中间体、高端宠物药、新产品分别确定了不同的营销策略和工作重点。

报告期内,原料药相关的研发取得了较快发展,发酵研发中心和合成研发中心有序运行。发酵研发中心着重于对现有品种的菌种改造和新产品的引进,本报告期内有2个品种通过菌种改造使技经指标得到显著提高。新产品如万星类产品、多肽类产品等品种研发进展顺利,同时,相应品种质量研究及杂质标准品制备也

在同步进行中;合成类原料药研发进展顺利,按计划推进2个品种的研发及1个重点品种的引进工作完成部分项目的工艺优化、工艺定型工作。另外,公司利用自有的原料药延伸产业链,已启动宠物制剂的研发。

生物药研发项目聚焦,加快推进临床。公司全面梳理、评估已立项项目,增设临床中心,强化项目过程管理,聚焦核心项目的临床研究工作。其中:重组人源化抗IL-6R单克隆抗体注射液正在进行I期临床试验,重组抗HER2结构域II人源化单克隆抗体注射液正在准备II期临床试验,注射用重组人源化抗PD-1单克隆抗体正在准备II期临床试验,重组全人源化抗OX40单克隆抗体注射液获临床批文。另一方面,注射用重组人源化促性腺素已于2018年底申报生产,目前已进入CD E审评序列,公司已成立药政、临床和生产三个工作组,全面开展生产现场检查准备工作。重组人源化促性腺素的海外销售工作也已开启,目前已开展在法国、印尼、巴基斯坦、埃及、南非、韩国、土耳其、俄罗斯等地区

的初步商业洽谈。在临床前项目的储备上,丽珠单抗在靶向生物药及细胞治疗方面加强了布局。目前,肿瘤治疗用新型长效靶向细胞因子药物、人源化双特异性自体CAR-T细胞注射液和新型治疗性T细胞疫苗注射液治疗肿瘤等创新型项目已成功立项,完善了公司以创新药为主的短、中、

长期的研发布局。为集中优势资源专注于本公司重点项目的研发推进工作,丽珠单抗正在积极同步开展其他在研项目的对外合作开发与技术转让。

诊断试剂及设备处战略转型期,研发渐出成果。报告期内,丽珠试剂强化目标管理,精简整合队伍,提升团队能力,重点推广呼吸道快检等次新产品。2019年上半年,公司诊断试剂及设备实现销售收入365.33百万元,占营收7.40%,同比增长8.21%。自产产品方面,丽珠试剂深入推广胶体金快速检测分析系统、肺炎支原体联检卡,促使呼吸道金标持续增长;同时,传染病金标产品在基层渠道团队的带动下增长加速;丽珠试剂积极加大产品布局,拓展市场,药物浓度监测领域及商检系统销售不断增长。

代理产品2019年上半年持续增长。X光辐照仪即将获证上市,单人份化学发光PCT项目已获得注册证。分子核酸平台中的BCI、HIV、HCV、HBV产品,全自动多重免疫分析仪以及首批应用抗核抗体15项产品均已完成临床阶段,进入到注册阶段。在国际注册认证方面,截止2019年6月30日,有14个品种在欧盟获得15个医疗器械证书,其中6个品种通过TUV国际认证现场检查。本报告期内,丽珠试剂设立合资公司珠海启奥生物技术有限公司,以共同开发新一代快速分子检测医疗诊断设备及试剂产品。

美好置业: 营收同比倍增 未来成长可期

○本报记者 严肃

8月20日,京东方A(000725)携手创维在深圳举办“京东方创新日”活动。围绕家居、教育、办公、商超等生活中熟悉的不同场景,京东方展现了科技赋能之下智慧生活的新面貌。

智慧客厅中,一场国粹视听盛宴正在上演,京剧演员们凤冠霞帔粉墨登场,眉梢眼角神采奕奕,在搭载BOE(京东方)75英寸8K超高清显示屏的创维电视上,演员的脸谱神情、服装细节纤毫毕现,现场观众犹如亲临戏院。物联时代,家电被赋予更多集成控制功能,BOE(京东方)通过在音箱、冰箱等家电搭载显示屏作为智能交互端口,让家

电互联互通,追剧听歌菜谱查询皆可自由实现。

在教育、办公场景中,京东方A提供的交互电子白板解决方案格外引人注目。这款86英寸纳米银电子白板解决方案具有更高精度及更高灵敏度,可最大支持40点触控和4支多色电容主动笔同时书写,触控响应时间小于8毫秒,可视角度达到178°,透光率可达92%,能最大限度减少光线反射率,充分满足教室、会议室等场景各个角度观看需求,且不会被环境光线导致的反光、偏光等问题困扰,让教学、会议更加高效。

同时,京东方A还展示了基于人工智能技

术自主研发的物联网场景解决方案,涵盖了图像超分、图像增强、图像还原、人体识别等核心算法。其中,超分算法通过模式识别、感知和分析画面,AI生成技术祛除画面噪声,可全方位、多角度地对视频与图像进行优化,并可智能补充图像像素细节特征,实现从标清到高清的直接转换,真实还原图像色彩,极大缓解了当前超高清内容不足的窘境,已广泛应用于各电视台、网络影视平台。此外,BOE(京东方)集研的行为轨迹跟踪系统,通过摄像头采集视频流数据,利用深度学习算法,可对目标用户进行实时监控、跟踪和再识别,在教育、零售、金融等

公共领域动线布局调整、精准营销及服务效率提升方面,应用前景广阔。

近年来,京东方A秉持“开放两端,芯屏气器”物联生态理念,聚焦智慧家居、智慧零售、智慧教育、商务办公、智慧金融等细分场景,与合作伙伴推出一系列物联创新应用解决方案。“京东方创新日”是其物联生态布局的重要组成部分,以此为契机,京东方已走入海尔、海信、格力、一汽、北汽等知名终端品牌并达成广泛合作,未来将与更多合作伙伴携手,进一步深化在其他创新应用领域的探索,让人们的日常生活更加智慧、美好。

太极股份:业绩稳步增长 政务云加速拓展

本报讯 近日,太极股份(002368)发布2019年中报,公司实现营业收入30.13亿元,同比增长11.75%;归母净利润2147.83万元,同比增长7.06%;公司销售费用率为3%,同比提升1.5个百分点。2019年上半年,公司加强市场开拓力度,新签合同总额大幅增加,签约总额超过50亿元。当期非经常性损益中,与企业业务密切相关的政府补助为763.40万元,较上年同期实现大幅增长。

太极股份二季度单季营收和归母净利润同比增速分别为14.34%、11.06%,环比均加速。从产品上看,网安与安全可控是增长核心驱动力,共实现收入6.79亿元,增长46.19%。公司云服务、智慧应用与服务分别同比增长46.19%、10.12%、43.47%。业务结构优化带来毛

利率连续四年持续提升,新签订单总额大幅增长。毛利率方面,整体毛利率达到23.49%,同比提升4.67pct,业务结构继续优化。产品网络与信息安全、系统集成服务、云服务、智慧应用毛利率分别提升0.30pct、2.11pct、4.65pct、5.60pct。

作为一家有着30多年历史的老牌IT企业,太极股份顺应信息产业发展趋势,实现快速发展。进入数字经济时代。在贸易战背景下,公司作为中国电科自主可控的总包单位,进一步布局和完善产业生态体系;同时与华为成立联合实验室,打造开放兼容的产业生态体系,支撑各行各业的ICT产业数字化转型。

公司广泛布局政务信息化,2018年中标国家政务服务平台项目,主要负责工程总集成服

务及核心业务系统建设。今年5月31日中国政务服务平台正式上线试运行,在全国范围内提供政务服务的“一网通办”。同时,公司加速政务云异地拓展,今年3月成功中标天津市政务云,用户规模大幅增加,印证公司云服务商业模式成功。在企业端,公司自主研发的TECO工业互联网平台通过可信服务评估认证,为国家电网、首都机场等大型企业提供办公管理和信息系统服务。随着国家大力实施创新驱动发展战略,政府和企业信息化业务有望实现进一步增长。

同时,子公司人大金仓上半年业务发展迅速,营业收入较上年同期增长超过50%。新发布金仓HTAP分布式数据库KSOOne、金仓分布式视频数据库系统KVDB、金仓异构数据同步软

件KFS三款新品,以分布式、视频图像处理、异构数据同步等技术融合创新,开启数据库细分领域新征程。此外,公司与华为成立联合创新实验室,共同打造开放兼容的产业生态体系。公司是我国电子政务行业领先企业,受益于国内电子政务市场的持续增长,公司电子政务业务根基稳固。秉承电子政务领域的领先优势,公司在政务云领域发展势头良好,公司云服务业务表现亮眼。

华创证券分析师持续看好公司网络安全与自主可控、政务云业务的成长前景。维持预测公司2019~2021年归母净利润分别为3.96亿、4.85亿、5.89亿元,对应PE分别为31倍、25倍、21倍,维持“强推”的投资评级。

(记者 薛雅萍)

东易日盛:订单增长 前景可期

本报讯 8月21日,东易日盛(002713)发布2019年中期业绩报告。报告期内,公司实现营业收入186,461.35万元,同比增长3.02%。

受益行业回暖 估值存在溢价

国盛证券研究员夏天的最新分析认为2019H1新签订单实现增长,预计下半年公司收入有望改善。广发证券姚遥研报指出,东易日盛作为家装龙头,前期万科与链家参与定增后协同效应凸显,有望给公司带来客户导流和品牌效应,后期也有望受益于地产竣工增速回暖,预计公司2019~2021年归母净利润分别为2.79/3.19/3.74亿元。公司目前19年PE约13倍,A股装修业平均PE约15.8倍,考虑到公司主营业务为C端家装业务,毛利率较高,现金流较好,估值存在一定溢价。

订单重回增长,调整营销策略以期打开新局面。经营数据显示,东易日盛新签订单24.0亿元,同增7.7%,其中家装、公装订单分别为20.5、2.2亿元,同比分别变动+3.1%、-7.7%,精工装订单为1.3亿元(18H1精工装订单仅为70万元)。分季度看,Q1、Q2新签订单增速分别为8.7%、6.8%,较18Q4(-16.9%)改善明显。而近2个月竣工增速持续改善,有助于支撑公司未来订单回暖。从预收款情况看,公司2019年二季度末预收款较2018年底增加2.17亿元,公司现金流明显好转,2019H1公司经营现金流净额为2.35亿元,与2018H1基本持平,预收款增加也侧面反映公司未来订单有望继续回暖。

行业景气值得期待,各项业务稳步发展。《2018中国建筑装饰蓝皮书》数据显示,2017年住宅装饰装修全年完成工程总产值1.91万亿元,同比增长7.3%,随着后期家装行业集中度

的进一步提升,东易日盛作为家装龙头,伴随着与万科链家的协同效应,公司有望进一步提升其市场占有率。

速美持续放量 完善供应链平台

截止报告期,个性化家装业务“东易日盛家装”直营及子公司门店共计171家,产品化家装业务门店共54个,其中“速美超级家”48家、上海创城家居“关镇铨”6家。其中速美贡献收入约1.22亿元,去年同期为4136万元,前期投入逐渐见效,收入规模快速扩张。速美19H1亏损517万元,较18H1减亏2937万元。

东易日盛家装业务除了以直营门店及小区拓展进行客户承揽,同时通过主流线上获客渠道布局,包括与四大搜索引擎平台签订合作框架,承接搜索入口的意向客户资源;新拓展装一网、装馨家等渠道获客;广泛拓展自媒体渠道,积极利用双微、抖音等新兴平台引流工作;电商平台资源,先后与天猫、淘宝、京东等平台达成战略合作,开设直营店铺,研发电商平台专属产品;同时对主力获客平台PC官网、H5官网进行改造,还完成微官网、官方APP、微商城和小程序的开发上线工作,不断扩张线上平台的流量承接能力。

通过产品供应链、服务生态链、供应链金融和数字智能供需的应用技术,打造3+1业务模式。目前完成了5个仓储物流城市的行业云仓、干线物流班车、众包平台、整装一体化(全国48小时上门及48小时完工)等服务,已实现稳定的效率;逐步建立了行业数字化标准如各品类货物周转率、配送频次、补货周期、临品期等,以促进行业供应链效率的不断提升和成本下降。

此外,针对市场需求,公司也在探索翻新、

局装等新的业务领域,积极推动产业链间的跨行业合作。

数字化战略 利于效率提升

在获客率方面,公司应用SaaS系统大数据技术及工具实现用户全过程服务、用户画像、需求分析、精准营销推送,为业务端带来海量客户画像资源,通过客户画像,提升客户信息洞察,提高客户线索转化率。在设计方面,DIM+实现深化设计的三维施工图自动生成,确保图纸的可视性和准确性,同时完成自动精准报价,使隐蔽工程透明化,解决水电增项问题,有效杜绝工程费用增项,大幅提升客户满意度,截至目前根据速美业务已竣工户数统计,通过DIM+系统完成图纸的核算及报价准确率达95%以上。AI+3D云设计&裸眼VR云台目前在速美业务各家分公司陆续投入使用,应用于活动现场、样板间及设计师的方案制作。深化图纸设计3小时完成,大幅提升设计效率和转化效率;云台数据同时打通前端OCRM系统与后端DIM系统,使SaaS效能进一步提升。在订单与生产管理方面,木作工厂全面应用了OMS订单管理系统、Insight-Imos智能自动拆单系统、MES生产管理系统;实现导入拆解系统中的订单自动拆解准确率为99.84%;系统拆单率非标达到80.74%,标准订单100%。在项目管理方面,“在线监理系统”实现全程实时线上把控工程质量,把握施工进度、控制项目风险,提高工程管理效率,达成前端、运营平台、工厂多方高效协同,帮助业主直观有效的监督工程进度、工程质量,全程跟进了解,目前速美业务上线率100%。公司通过“事号工序管理”与“事号安全管理”,

实施线上数字化管控。2019年上半年公司已上线各类工作表单400多个,周填写量万余条,A6业务工程监管使用率达到85%;木作工厂生产线长、主机手、送货工、安装工、机修工、质检员等岗位,数据源自事号考核考核指标占全部考核的50%以上。数据信息积累、标准化工序的设立都为公司各环节数字化转型奠定了坚实基础。

设计与产品研发 打造核心竞争力

东易日盛始终致力于满足人们对美好生活的向往,给更多的人用好设计,享受美好生活,通过多年来的持续摸索并不断突破,近年来生活了“家”到“生活”的转化。在风格与生活方式方面,报告期公司推出并落地推广“五新主张”、“七芯行为”,全面解析当下流行的五种风格,通过对风格的解析、材质运用、色彩搭配、软装构成、线条比例等全方位的解读,为设计师明确作品导向,提供实践依据;并通过对人群、习惯、爱好、居家等七种居家行为的诠释,实现在设计当中空间生活方式的应用,让客户在美的享受之上,感受到无微不至的关怀。在产品研发方面,完成了“智享装产品”,运用智能照明、智能安防、智能语音、智能门锁、智能窗帘、智能洁具,智能净化水槽等多种设备联动系统,从安全、环保、健康、时尚、科技出发,带来全新的智能现代化的家居生活环境;还完成了“小家配齐产品”,集硬装、软装、定制家具于一体设计,并针对小户型特点开发4个系列自营活动家具,“现代”“皓月”“套格”“木语”等产品系列,融入软装窗帘、灯饰的产品组合,打造高品质、高服务、高性价比的整装产品。

(记者 严肃)