

财眼

# 7月A股开门红 成交破万亿

机构建议:围绕“中报业绩”和  
“三大安全”两个维度展开配置

7月3日,A股7月第一个交易日实现开门红,三大指数全部收涨,超3000家个股上涨,成交额突破1万亿元,北向资金净买入近27亿元。机构分析指出7月A股将进入业绩和政策的验证期,建议围绕“中报业绩”和“科技、能源、国防三大安全领域”两个维度展开配置。

■新快报记者 涂波

具体来看,昨日沪指涨1.31%,报3243.98点;深成指涨0.59%,报11091.56点;创业板指涨0.60%,报2228.21点。板块方面,汽车产业、光伏、储能等新能源赛道以及中字头、大金融板块活跃。汽车整车概念指数上涨3.73%,众泰汽车、中通客车、赛力斯、金龙汽车等多股涨停。消息面上,造车新势力6月销量继续回暖,理想月交付首破3万已超去年总和,此前陷入低迷的蔚来、小鹏以及零跑等新势力品牌也在当月呈现出了回暖趋势。

同时,储能板块上能电气涨超16%,科华数据等涨停,盛弘股份、禾迈股份、南都电源等均涨超10%。民航、旅游酒店和食品饮料等大消费板块大

幅走高,长白山涨停,君亭酒店、吉祥航空、中国国航等纷纷冲高。此外,中特估概念板块指数涨超2%,中钢国际涨停,中远海能涨超8%,大金融板块新华保险大涨近8%。

市场观点认为,A股上涨有三方面原因助推:一是新能源重回主流视野,利于凝聚人气。二是刚刚公布的6月财新中国制造业采购经理指数(PMI)录得50.5%,较5月小幅下降0.4个百分点,连续两个月位于扩张区间。英大证券首席经济学家李大霄表示,6月财新PMI50.5%,好于预期。三是地缘政治紧张局势缓解。

对于后市,兴业证券表示,当前市场

正迎来一个涉及面更宽、赚钱效应扩散的做多窗口。在“数字经济”领域,建议逢调整布局,重在把握“数字经济”低位行业的轮动扩散机会。此外,中特估或再次迎来投资机会,当前可以关注电力、有色、机械、建筑等方向。中信证券认为,7月A股将进入业绩和政策的验证期,主题、政策、调仓三大博弈将逐步收敛,调仓主导将明显从博弈转向业绩,建议关注业绩有亮点和景气趋势改善的品种,包括科技板块运营商、通信设备、信创、半导体设备等,以及继续围绕科技安全领域、能源资源安全领域、国防安全领域的“三大安全”领域展开配置,提高其中有业绩优势的品种权重。



## “医美面膜”毛利率超80% 敷尔佳IPO募集近9亿做营销 研发占比不足1%

敷尔佳拿到了资本市场的入场券。日前,证监会披露了关于同意哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司(简称“敷尔佳”)首次公开发行股票注册的批复,敷尔佳离登陆资本市场已近在咫尺。作为一家成立仅6年的公司,敷尔佳极为吸金,三年营收额超50亿元,毛利率也远超行业平均水平。但其2021年前产品主要靠贴牌代工,还存在“重营销轻研发”的问题。

■新快报记者 张晓茵

### 产品成本十元售百元

敷尔佳成立于2017年,是一家从事专业皮肤护理产品研发、生产和销售的公司,主打产品包括敷料和贴、膜类产品。2020年—2022年,敷尔佳的营业收入分别为15.85亿元、16.5亿元及17.69亿元,同期净利润分别为6.48亿元、8.06亿元和8.47亿元,业绩表现十分稳健,与此同时,其综合毛利率已连续两年超80%。

为何敷尔佳的毛利率如此之高?招股书显示,2018年1月至2021年2月,敷尔佳与哈三联进行合作,哈三联(含北星药业)负责产品生产,敷尔佳负责销售、推广及运营。也就是说,起初敷尔佳只是一家贴牌公司;2021年,敷尔佳通过换股向哈三联收购北星药业后,开始自主生产享有生产环节利润,毛利率得到进一步提升。不过,此前招股书显示,代工期间,敷尔佳产品采购价均在10元左右/盒,也就是说自主生产后该方面成本会出现降低,但从天猫旗舰店价格来看,其主打的医用敷料相关产品单盒价格均超过了100元,溢价较为严重。

贴牌发展也使敷尔佳研发投入甚少。2020年—2022年,敷尔佳研发费用分别为147.97万元、524.29万元、1542.61万元,占各期营业收入的比例分别为0.09%、0.32%及0.87%,也就是说,自主生产后其研发费率仍未超过1%,而同行创尔生物、华熙生物、贝泰妮的研发投入分别为7.49%、6.10%、5.08%。

### 2022年推广费超3.53亿元

与“轻研发”相对的则是“重营

销”。2022年,敷尔佳宣传推广费高达3.53亿元,占比销售费用的90%,较2020年的62.62%大幅增加。敷尔佳还在未来发展规划中直言会加强产品推广和宣传。记者注意到,敷尔佳IPO预备募资的18.98亿元中,8.86亿元将用于品牌营销推广项目,投入金额是研发项目的15倍,剩下的资金将用于生产基地建设项目和补充流动资金。

重金推广也使敷尔佳市占率一路上升。弗若斯特沙利文数据显示,2021年,其贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市场第一,占比15.9%;其中医疗器械类敷料贴类产品占比17.5%,市场排名第一。但需指出的是,医用敷料主要是指用以覆盖疮、伤口或其他损害的医用材料。因此敷尔佳生产的医用敷料虽然在市面上被称为“医美面膜”“械字号面膜”,但其实并不是面膜,也并不具有美容效果。

市面上把医用敷料称为“医美面膜”“械字号面膜”进行出售的乱象也引起了相关部门的重视。2020年1月,国家药品监督管理局发布了《化妆品科普:警惕面膜消费陷阱》,该公告直言不存在所谓的“械字号面膜”,而相关部门、媒体的科普也使“医美面膜”概念降温,曾以医用敷料作为主要收入来源的敷尔佳,2022年医疗器械类产品营收额与营收占比均出现下降,其中营收占比降至48.95%,而2018年这一数值为89.92%。针对相关问题,记者于6月30日下午向敷尔佳发去采访函,但截至发稿时仍无回复。

## 比音勒芬喊出“10年10倍”增长 借力国际高端品牌恐成“接盘侠”

近日,比音勒芬集团在广州发布未来十年战略方案,“未来十年营收以10倍增长为目标,营收总规模超300亿元,并瞄准500亿元进军”,此时距其斥资逾7亿元收购Cerruti 1881和Kent&Curwen两大国际奢侈品品牌全球商标所有权仅过去三个月。一时之间,这个此前一向小众低调的高尔夫服饰品牌因目标瞄准“中国版LVMH”而频频刷屏。

■新快报记者 陆妍思

### 业绩 连续12年营收净利双增

随着高调亮出“十年战略方案”,比音勒芬的业绩也聚焦在聚光灯下。数据显示,2019年—2021年,比音勒芬的营业收入分别为18.26亿元、23.03亿元和27.2亿元。其近日发布的2022年度财报显示,2022年全年实现营收28.85亿元,比上年同期增长6.06%;实现归母净利润7.28亿元,比上年同期增长16.5%。

作为“中国高尔夫服饰第一股”,比音勒芬上市7年股价翻了6倍,连续12年营收净利双增。尤其在2022年的寒冬时期,也不曾减薪、不曾裁员且准时发放年终奖。

虽然业绩稳扎稳打,但比音勒芬目前年营收不足30亿元的体量,是如何有底气喊出“十年10倍增长”的目标?答案是多品牌矩阵。4月4日,比音勒芬发布《关于公司对外投资暨收购境外资产的公告》,通过旗下广州厚德载物产业投资基金合伙企业分别向香港凯瑞特有限公司和香港盈丰泽润有限公司投资5700万欧元和3800万欧元(共约合人民币7.2亿元),间接获得高端男装品牌Cerruti 1881和Kent&Curwen的全球商标所有权。在比音勒芬的计划中,到2033年,集团营收将超过300亿元,其中,Cerruti 1881超过50亿元,Kent&Curwen超过30亿元,比音勒芬高尔夫超过50亿元,比音勒芬主标超过150亿元,另一品牌威尼斯做到20亿元。

### 分析 警惕山东如意前车之鉴

不过,在业内人士看来,比音勒芬能不能运营好上述两个品牌还有很长的路要走,稍有不慎还会拖累自身业

绩,山东如意就是前车之鉴。

Cerruti 1881和Kent&Curwen此前均是山东如意旗下利邦控股收购的品牌。由于经营不善,利邦控股在2022年宣布进入破产清算阶段,比音勒芬也是在这个时间段开始着手上述两个品牌的收购。

资料显示,截至2022年11月30日的11个月内,Cerruti 1881新加坡公司和法国公司资产总额为2.39亿港元260万欧元,分别负债1296万港元和113万欧元;Kent&Curwen新加坡公司总资产额为2083万新加坡元,负债508万新加坡元。

“虽然Cerruti 1881和Kent&Curwen都是有着百年历史的高端品牌,但近年业绩却不断萎缩,加上由于山东如意的经营策略影响,目前两品牌门店布局主要集中在中国市场。若这两个品牌在海外市场不能翻身,相信对国内消费者的吸引力也有限。但这涉及海外开店和营销,对并无出海经验的比音勒芬来说并非易事,大概率会成为‘接盘侠’。”一名不愿透露姓名的业内人士向新快报记者分析。

值得一提的是,山东如意也曾喊出要做“中国版LVMH”的口号。自2010年开始,山东如意接连大手笔将法国集团SMCP、瑞士老牌高端消费品牌Bally、英国标志性风衣品牌雅格狮丹、日本百年服装品牌RENOWN等收入囊中,不过由于上述品牌多处于下坡路,加上山东如意缺乏前端的品牌运营、零售运营能力,这些被收购的资产不仅没有创造出预期的利润,反而让其在债务的泥潭中越陷越深。