财报透视镜

“医美印钞机”失速 玻尿酸高增长神话落幕

胶原蛋白成造富新风口?

羊城晚报记者 汪海晏
实习生 张雨悦

上市公司年报近期已披露收官。羊城晚报记者梳理多家医美上市公司2024年上半年业绩报告发现，可谓几家欢喜几家愁。在过去的几年里，玻尿酸作为主要的美容填充材料，在医美市场上占据主导地位。曾经以玻尿酸为主打的“医美三剑客”——华熙生物、爱美客、昊海生科，更是以堪比茅台的毛利率、在透明质酸领域名列前茅的市占率，被外界称为“医美印钞机”。

不过，随着玻尿酸进入竞品繁多的拥挤赛道，华熙生物等玻尿酸企业挥别高速增长红利期，开始走下坡路；与之相反，重组胶原蛋白则作为医美行业新宠迅速崛起，高增长率、高毛利率使之成为医美赛道造富新风口。

“医美三剑客”业绩滑落

作为国内医美行业的龙头，“医美三剑客”的业绩引人关注。

记者注意到，爱美客在2024年上半年交出了一份增长放缓的财报。报告期内，公司实现营业收入16.57亿元，同比增长13.53%；实现归母净利润11.21亿元，同比增长16.35%。尽管仍然实现了双增长，但相较于过去三年同期，爱美客的业绩增速明显放缓。2021年—2023年的半年报显示，爱美客的营收增速分别为161.87%、39.70%、64.93%；净利润增速分别为188.86%、37.52%、64.66%。

在二级市场，半年报发布次日，爱美客股价跌幅超过12%，拉长时间来看，年初至今公司股价跌幅超过30%。

与爱美客相似，昊海生科在医美领域也面临增速放缓的难题。

今年上半年，昊海生科医疗美容与创面护理产品版块的营收为6.34亿元，同比增长25.72%，而去年同期增幅为47.49%。而在医疗美容与创面护理产品中，又以玻尿酸收入增长最为明显。期内，玻尿酸的收入为4.17亿元，较2023年同期增长51.3%，占医疗美容与创面护理产品收入的比重由54.64%涨至65.76%，上升了11.12个百分点。

值得注意的是，虽然玻尿酸产品成为了今年上半年昊海生科能实现营收、净利双增的最大“功臣”，但其增速也不及以往，尤其是较去年同期增速下降了63.05%。公开资料显示，2023年上半年昊海生科玻尿酸贡献了2.56亿元收入，同比增速为114.35%。

相比于爱美客和昊海生科，华熙生物的业绩则出现明显下滑。2024年上半年，公司营业收入同比下滑8.61%至28.11亿元；归母净利润为3.42亿元，同比降低19.51%。这一业绩创下了华熙生物上市以来的最差半年度业绩。事实上，华熙生物的跌势从去年就已经显现。2023年，华熙生物实现营收60.76亿元，同比微增4.45%；归母净利润为5.93亿元，同比大幅下滑38.97%。

不仅业绩规模下降，二级市场也对华熙生物“冷淡”。2021年7月，华熙生物的股价一路飙升至313元/股，总市值高达1500亿元，一度被市场誉为“医美茅”，但在此之后便开始了漫长的震荡下行。截至9月2日收盘，华熙生物的股价报收48.72元/股，总市值下降至235亿元，蒸发超千亿。

面对如此惨淡的业绩，华熙生物在上半年财报中给出了整体经营成果承压的主要原因，包括管理变革在短期产生了一系列费用，影响短期损益；对研发、创新业务等长期性、战略性的投入没有降低，持续增长；部分业务例如功能性护肤品业务因为报告期正处于管理变革深水区，市场拓展未能完全展开等。

对于玻尿酸市场的增长放缓，艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅对羊城晚报记者表示，这一方面归因于产品同质化严重，市场趋于饱和；另一方面，消费者对健康美容需求的变化，促使他们更倾向于选择一些新型材料。例如，胶原蛋白作为医美行业的新宠，对玻尿酸市场产生了显著的冲击。

胶原蛋白火速崛起

“医美三剑客”业绩起伏背后，是胶原蛋白的火速崛起。

根据弗若斯特沙利文数据，预计到2026年，基于胶原蛋白的皮肤专业护理产品的市场份额将超过透明质酸；到2027年，中国胶原蛋白的整体市场规模将达到1738亿元，其中重组胶原蛋白产品的市场规模为1083亿元，占比62.3%。

2022年年末，巨子生物在港股敲钟，成为港交所“胶原蛋白第一股”；2023年7月，锦波生物头顶A股“重组胶原蛋白第一股”光环，成功登陆北交所。

上市以来，两家公司均向市场递交了亮眼的成绩单。今年上半年，巨子生物实现营业收入25.40亿元，同比增长58.2%；实现归母净利润9.83亿元，同比增长47.4%。作为重组胶原蛋白赛道的“老大哥”，巨子生物是目前全球最大的重组胶原蛋白生产企业之一。目前，公司拥有专业皮肤护理产品（包括功效性护肤品、医用敷料）、保健食品及其他这两大业务，以专业皮肤护理产品为营收支柱，占比超过95%。

巨子生物在2024年中报中解释称，整体收入增长主要受专业皮肤护理产品的销量增长所推动，得益于公司持续加强在全渠道的营销活动，以及经典畅销品类的稳健增长、明星单品的高速增长以及新品的成功推出。

根据财报，今年上半年，巨子生物在功效性护肤品实现营业收入19.4亿元，同比增长62.04%；医用敷料则保持增长，实现营业收入5.9亿元，同比增长48.87%，而去年同期增速仅为14.61%。

重组胶原蛋白“小巨人”锦波生物表现亦不俗。今年上半年实现营业收入6.03亿元，同比增长90.59%；归母净利润3.1亿元，同比增长182.88%，这一数字已经超过去年全年净利润3.0亿元。

锦波生物表示，此次业绩大增得益于医美注射用的胶原蛋白大卖。公司目前核心业务主要分为三个板块：医疗器械、功能性护肤品和原料。财报显示，医疗器械业务在上半年营收5.31亿元，约占总营收的88%，同比增长91.84%。锦波生物指出，重点医疗器械产品是以A型重组人源化胶原蛋白为核心成分的植入剂产品（三类医疗器械），以自主品牌“薇旖美”进行销售，截至今年上半年，薇旖美已覆盖约3000家终端医疗机构。

目前，锦波生物已成功完成了针对Ⅰ型、Ⅲ型、ⅩⅦ型等重组人源化胶原蛋白的关键基础研究，并在此基础上，在妇科、泌尿科、皮肤科、骨科、外科、口腔科、心血管科等多个医疗领域进行应用探索。

玻尿酸企业挥别高增长 图/视觉中国

医美赛道第二增长曲线会是什么?

随着重组胶原蛋白赛道异军突起，“医美三剑客”在维持现有业务的同时，不断加大研发投入，加码其他医美热门赛道，寻求新的增长动力。

2022年，华熙生物以2.33亿元收购益而康生物，进入重组胶原蛋白赛道，并在同年8月发布了胶原蛋白产品，包括动物源胶原蛋白、重组人源胶原蛋白、水解胶原蛋白（肽）等，以满足医疗、食品、再生医学等不同领域需求；同样是在2022年，爱美客斥资3.5亿元通过旗下控股公司收购哈尔滨沛奇隆生物制药有限公司，探索胶原蛋白产品应用领域的更多市场机会；昊海生科在重组胶原蛋白领域也有相关布局，储备了多个包括智能交联胶原蛋白填充剂在内的在研产品管线，其智能交联胶原蛋白产品于2024年6月进入注册检验阶段。

此外，光电设备、肉毒素等医美细分领域也成为“医美三剑客”进军的新领域。

其中，昊海生科通过投资拓展医美产品线，涵盖射频及激光医疗设备和家用仪器、肉毒毒素等领域；爱美客则引进肉毒素产品，并已完成注册申报工作，目前其上市申请已获受理。

传统业务之外的布局无疑为三剑客打开一些新的增长空间。然而，不同于彼时玻尿酸的竞争格局，目前市场上胶原蛋白的热度正在持续攀升。此前，创健医疗、创尔生物均试图冲刺IPO；今年4月上旬，福莱明生物宣布与镜湖资本签署数千万元天使轮投融资战略协议。

医美赛道第二增长曲线会是什么？针对胶原蛋白能否成为下一个玻尿酸，以及胶原蛋白行业前景如何等问题，张毅表示，“短期来看，两者是共存的。玻尿酸作为医美注射材料，其安全性得到广泛认可。虽然胶原蛋白在医美注射类产品中的市场份额增速明显，但胶原蛋白仍然是新的成分，在市场上震撼尚需时日。”他认为，随着市场竞争格局的变化，身处医美赛道的企业首先要保持技术创新，不断提升研发实力，保障产品质量；其次要加速多元化产品布局，以提高市场竞争力，从而稳固自身地位，保持长远发展。

消费探照灯

广州南站快速接客区

停车不到一小时被收80元

文/图 羊城晚报记者 吴珊

作为全国最繁忙的高铁站之一，广州南站7月到发旅客1847.4万人次，日均到发59.6万人次。与大批量客流相对应的是每日穿梭于南站停车场的大量接送站车辆。近日，有车主向羊城晚报投诉称，在南站停车场被收取了“高价”停车费。停车不到一小时，收费80元。记者调查发现，该停车场为“快速接客区”，停车费有特殊规定。如何更好地为来往车辆做好停车指引，不仅考验着广州南站的服务水平，也直接影响着旅客的接送站体验。

A 误进入快速停车区

广州南站是一个“巨无霸”。据公开报道，广州南站停车位超过4000个，该站一层含地铁、地下停车场、地面通道出入口超过90个。长期以来，广州南站“接客难”广受关注。在2019年广州市两会上，多位市人大代表曾建议设立“快速接客区”，让接客车辆在此处即停即走。

同年11月1日零时起，广州南站停车场P3快速接客区正式启用，填补了广州南站停车场一直以来无快速接客区域的空白。目前，广州南站已有P1、P3和P5三个快速接客区。与普通停车场不同，快速接客区收费较高，本意或为督促车主尽快驶离避免拥堵。但是，不断有车主误入快速接客区，付出高额停车费的代价。

据爆料人刘先生介绍，他久居广州，前往广州南站接送客已有多次。近日，他又一次开车到南站接人。在P3停车不到一小时，被收费80元。刘先生说，他是在工作人员指引下进入的P3。“当时车很多，说是P2地下停车场停满了，让停前面的P3。”刘先生说，他并不知道P3是快速接客区，更不知道收费标准。他质疑被工作人员误导，也指出南站未尽到提醒义务。“市区核心区停车一小时也才16元。”

刘先生认为，80元的停车费具有“惩罚性”，更要做好提醒工作，要让车主“知情”。他向记者出示了付款记录，显示收款方为“广东铁青国际文化旅游集团有限公司（以下简称广东铁青）”。“企查查”显示，该公司为中国铁路广州局集团有限公司100%持股的控股企业。广东铁青也是南站停车场的运营方。

近日，在南站P3停车场，有车主停车超过40分钟缴纳了80元停车费

广州南站P2停车场入口，门口石墩上张贴着P1的标识牌。不过，P1和P2停车费不同

B 收费标准告知不到位

记者日前驾车前往南站了解情况。车辆入场P3时，并未看到可能缴纳高额停车费的显著提示。停好车后，在人行道上，记者看到了多个像公交车站牌一样的小型公示牌，仔细查看发现，显示该停车场为“快速接客区”并公示了停车费标准“……超过35分钟至40分钟收费标准为80元，超过40分钟‘移车’。”由于停车场内灯光昏暗，公示牌内容并不容易看清。记者又走回入口处，听到一个温柔女声不断播报，提醒该停车场为快速接客区，长时间停放会产生高额停车费并会被移车。但是，越往车场里面走，提示音越小，最后只剩下嘈杂的车声、人声，无法被远车位的车主听到。

记者走访发现，有不少车主像刘先生一样对南站“快速接客区”不了解。一位外地车主交费80元后，又折返回收费岗亭了解情况。工作人员查询了这台车辆的入场时间，停放了40多分钟。这时，另一位工作人员从旁边走了过来，连忙解释：“超过40分钟收费80元，你在这里停一天也是80元。”根据工作人员的解释，“超过40分钟‘移车’”的情况，似乎并不存在。只要交钱，就可以停一天。

一位刚停好车的外地车主，在得知P3最高收费80元后，又重新钻回车里，迅速驶离了现场。另一位首次来P3接客的车主表示，看到了快速接客区的指示牌，但不知道停车费这么贵。“如果有人巡场进行提示，会更容易引起车主注意。”这位车主表示，来接送站的人通常都比较急，指示牌上很多字，没有时间细看，最好能够通过更直接、更快捷的方式提醒车主。

不过，记者在P3停留大约一小时，并未看到有工作人员巡场，甚至连问路都成为难题。此前曾有广州市人大代表反映南站“接站难”，曾在南站外花了近3小时才接到人，建议增加工作人员。

据了解，在实际运营中，广东铁青以招标的方式，将广州南站停车场（保洁、收费）服务业务进行外包。企查查显示，广东铁青2023年发布的招标公告中，广州南站停车场（保洁、收费）服务业务及铁青文旅公司总部（保洁）服务业务项目，总金额约389.97万元。在收费业务场地及工作时间要求中提到，广东铁青有权根据实际运营需求进行增减调整工作人员。

9月4日晚间，P3停车场中，人行道上的停车费公示牌，内容难以看清

C “快速接客区”不快速?

多位车主质疑P3“快速接客区”不快速，直接导致了高额停车费。

那位交了80元停车费的外地车主告诉记者，P3没有人行出入口通往南站大厅，想接客要绕行。这让他花费了大量时间在“找路”上。两位接站的情侣表示，已经在P3转了一圈，没有看到有通道进入南站大厅。一名中年男子拿着手机边导航边找进站口，差点跟车辆发生碰撞。在P3停车场中，记者也没有看到相应的路标指示牌。

调查发现，一些网约车平台选择“绕开”P3。通过某地图打车软件，当设置上车地点为南站P3时，会自动推荐P1、P5或南站东广场，无法选择从P3上车。至于“绕开”的原因，有司机称或与客人投诉上车点“难找”有关。

同为快速接客区，P1和P5都设有人行出入口直通南站大厅。那么，P3直通南站大厅的出入口去哪儿了呢？或与广铁集团对P3功能调整有关。广州南站地区管委会在接受媒体采访时透露，P3地面空间很大一部分已被划为广珠城际铁路候车室。

D 80元收费高不高?

有车主表示，一不小心被收80元，很是“肉痛”，质疑费用太高。

记者了解到，80元的收费标准已是优化后的结果。2022年10月8日，广州市发展和改革委员会在官网发布了《关于调整广州南站快速接客区机动车停放服务收费标准的批复》（以下简称“批复”），对穗发改价批〔2020〕14号文规定的广州南站快速接客区机动车停放服务收费标准进行局部调整。变化之处在于：原14号文规定，超过40分钟以后按40元/5分钟为标准计费，24小时限价360元。批复指出，广州南站快速接客区允许车辆停放40分钟，超过40分钟移车。因此，超过40分钟以后的收费标准被删除。其他收费标准保持不变：前10分钟免费，超过10分钟后30分钟之前的区段以5元/5分钟为标准计费，超过30分钟至35分钟收费标准为40元，超过35分钟至40分钟收费标准为80元。

批复中还提到，请“广东铁青国际文化旅游集团有限公司”每年1月底之前，将上一年度执行批复的情况，包含收费投诉及处理等进行上报。

9月4日，羊城晚报记者就“快速接客区单次缴纳80元停车费的订单数量”“超过40分钟是否会移车”“快速接客区不快速”等问题联系了“广深铁路股份有限公司广州南车站”。对方表示，广州南站停车场的运营管理属于广东铁青国际文化旅游集团有限公司，并已将收到的问题投诉反馈给集团，再作回复。

9月3日，羊城晚报记者联系广州市发改委了解广东铁青上报的收费投诉及处理情况。对方表示会尽快回复。