

子公司融资1亿美元后解散? 恒瑞医药知情人士:影响有限

证券时报记者 陈丽湘

9月15日,有传闻称“某Biotech(生物科技)公司”全员被裁,该消息引起了医药圈不小的震动。

原因有两个方面,一是该公司不久前刚提交了新药上市申请,且去年获得一笔1亿美元的融资,从基本面来看并不差;二是该公司是“医药一哥”恒瑞医药的子公司,背景雄厚。这样的生物科技子公司传闻即将解散,着实让人惊讶。

据了解,这家公司叫瑞石生物医药有限公司(简称“瑞石生物”)。针对传闻,证券时报记者联系上恒瑞医药内部人士。

据恒瑞医药知情人士透露:“具体情况还需要等公司官方信息。但瑞石生物体量不大,仅百来名员工,对公司来说影响有限。另外,SHR0302强直性脊柱炎NDA申请刚获受理,其他适应症研发仍在正常进行,估计不会受到影响。”

据瑞石生物官网信息,这是一

家临床阶段的生物制药公司,致力于研发创新药物,专注于具有未被满足临床需求的免疫炎症性疾病。2020年11月,瑞石生物被认定为高新技术企业。

据传闻,瑞石生物举行内部会议公布经营情况,经过股东大会决议决定全员解散,中止公司经营,解散后运营工作由母公司恒瑞医药成立工作组接管。被裁员工的补偿由HR发放,现场有员工发生冲突。

也有报道称,瑞石生物确实有宣布裁员,但并非遣散全部员工,具体的裁员方案还在制定中,细则会在后续中确定。

据此,恒瑞医药知情人士对证券时报记者表示,具体情况还需要等公司官方信息,“但瑞石生物体量不大,仅百来名员工,对公司来说影响有限。”

企查查资料显示,瑞石生物成立于2018年,注册地址为上海市浦东新区,注册资本为1亿美元。2022

年,瑞石生物的参保人数为136人,瑞石生物董事长为恒瑞医药的董事长孙飘扬,总经理兼法定代表人为王敏。

王敏是瑞石生物的创始人,曾任职启明创投医疗健康投资合伙人。在医药领域,王敏经验丰富,具有20多年在大型跨国制药公司工作的经验并持有高级领导职位,组建过多个完整的药物临床开发团队,共获得大约20个新药和适应症在中国和加拿大的快速批准上市。

在王敏的管理下,瑞石生物的新药研发频频传好消息。在今年6月份,瑞石生物一类新药硫酸艾玛昔替尼片的上市申请获国家药监局药品审评中心(CDE)受理。这是国内首个提交上市申请并获受理的国内自主研发的JAK1抑制剂,拟用于青少年及成人中-重度特应性皮炎的治疗。如果该药获批上市,将填补国内企业在中-重度特应性皮炎治疗领域的空白。

就在新药即将进入商业化阶段

的前夕,瑞石生物却传出被解散的消息,着实让业内惊讶。不过,据证券时报记者了解,瑞石生物已经撤回该药治疗中-重度特应性皮炎的上市申请,原因是“申报策略调整主动撤回”。

该药的另一个适应症研究已经获得突破进展。该药的代码为“SHR0302”,上述知情人士表示,瑞石生物的SHR0302(用于治疗强直性脊柱炎)的NDA申请刚获受理,其他适应症研发仍在正常进行,不会受到影响。

据公开资料,瑞石生物是恒瑞医药的非全资子公司,间接持股比例为81.63%。根据恒瑞医药的历史公告,去年瑞石生物曾收到一笔金额为5.42亿元的A轮融资款。这笔资金由恒瑞医药保管。截至今年6月底,恒瑞医药还需应付瑞石生物的A轮融资款1.6亿元。

而据瑞石生物公告,去年公司获得的A轮融资款接近1亿美元。由华盖资本旗下医疗基金及其管理

的首都大健康基金共同领投,楹联健康基金、张江浩珩、清科产投、翰颐资本跟投。这是瑞石生物的首次外部融资。本轮融资的资金将用于推进瑞石生物在自身免疫及炎症性疾病领域创新药物的研究和全球临床开发。

众所周知,新药研发是“烧钱”的项目。尽管瑞石生物已经在短短几年内获得两次融资,但资金状况可能已经并不宽裕。根据恒瑞医药此前发布的公告,SHR0302的相关项目累计已投入研发费用约7.6亿元。除SHR0302外,瑞石生物还有多款药物在研发。例如,其研发的BTK抑制剂SHR1459片,正在开展二期临床试验;肠道选择性ROR γ t抑制剂RS1805片,也已经进入二期临床验证试验。随着临床试验的推进,这些项目都处在“烧钱”的阶段。

今年上半年,瑞石生物新增了两笔银行信用借款各500万元,借款期限分别为1年期和半年期,借款年化利率均为3.60%。

数字化建设成效显著 米奥会展加速推动中国自有展出海

见习记者 聂英好

“中国强大的制造业需要有同样强大的服务业相匹配,从中国制造业迈向中国品牌,未来一定需要自主展览平台推动外贸企业与传统行业走向全球。怀着这样的愿景,米奥会展在发展战略上将会分三步走:打造‘海外广交会’、升级为国际专业展、走向国际专业展。”米奥会展(300795)董事长潘建军近日在接受证券时报记者采访时表示。

作为中国海外会展首家上市公司,米奥会展深耕境外自办展,于2019年越过上市的门槛,大力发展数字化,同时在资本的助推下,专业化持续提升。

从“海外广交会”到国际专业展

对于外贸企业而言,参加展会是获取订单的主要方式。潘建军表示,在米奥会展2010年创立之时,公司就定位于打造“海外广交会”,这也是米奥第一阶段的战略目标。

“米奥的海外自办展跟广交会(中国进出口商品交易会)的区别就在于,广交会是全球的采购商来中国采购中国商品的展会,而米奥自办展是组织中国商家出国门,把中国商品带到全球买家门口的展会,属于两个不同的服务方向。”潘建军解释道。

数十载之间,我国外贸发展风起云涌,米奥会展第一阶段的境外自办展以贸易促进为主,行业交流、品牌推广为辅。2014年至2019年6月,米奥累计吸引数万家“中国制造企业”参加米奥会展在全球主办的境外自办展获取订单。

随着全球贸易形势变化,我国外贸正在由中国制造全球贸易时代,进入到中国品牌全球制造时代。潘建军认为,中国制造需要和全球不同区域的对口产业进行交流与合作、品牌推广,因此,2023年米奥会展正在原有贸易展的基础上升级孵化专业展,期望专业展的举办,将米奥从全球贸易促进平台升级为全球贸易促进与专业交流合作双平台。至此,米奥迈向第二阶段目标——国际专业展。

“展会专业化发展是展览业发展的规律,专业升级是米奥的生命力所在。”潘建军表示,过去米奥在全球四大洲各大区域商业节点国举办了国际贸易博览会,项目全部进入良性盈利状态,为米奥在境外办专业展奠定较好基础,2023年米奥

将采取合作、合资、收购和自办四条路径,在境外自主展览平台上孵化不同专业的全球系列展。

着眼于全球,专业展一方面存在较大的国际市场需求,另一方面部分细分行业的参展企业数已具备独立发展的条件,有助于推动中国传统行业出海。米奥目前已有的自主细分主题展会包括 Homelife 及 Machinex 两大系列,其中 Homelife 系列展会以“中国品牌家居”为概念。根据2023年半年报,米奥计划在2023年把原有展会全线升级为八大专业主题展同档期举办,即建材展、纺织服装展、家居展、家电3C展、工业机械展、包装机械展、电力能源展、孕婴童展。

今年下半年,米奥11月将在印尼举办“印尼工业装备和零部件(联)展”,展会规模近600个展位;12月将在阿联酋迪拜举办建材家装展、国际纺织展、国际家居礼品展等主题展会,展会规模平均达到近800个展位。截至2023年上半年,上述展会的业务销售工作完成率近70%。

不过,国际专业展并非米奥战略目标的终点,潘建军向记者介绍,在第二阶段走稳之后,米奥将走向第三阶段目标,即国际专业展。

“目前米奥所处的第二阶段属办展产能提量阶段,特点是产能增长迅速,无论是自己单独办展还是与其他行业机构、公司等合作办展,目标就是快速扩张产能,这两个阶段都以服务中国企业为主。当产能达一定体量时,米奥则要开始向国际专业展转型,服务对象由中国展商扩大至全球展商,这一时期升级为提质阶段。”潘建军展望道。

数字化建设 变危机为转机

“塞翁失马,焉知祸福,疫情期间线下展会无法举办,导致米奥主营业务几乎颗粒无收,但同时也促使我们加快数字化建设的步伐,迅速推出了数字化线上展览产品。”潘建军说道。

米奥会展于2020年率先推出在线数字展览产品“网展Max”,该产品荣获浙江省首台(套)产品称号;2021年推出双线双展产品“网展Meta”,所谓双线双展,简单来说即是国内厂商足不出户线上参展,展品海外展出,海外买家线下参展。潘建军表示,双线双展也成为后面政府文件上提到的“境外线下商品展,境内线上对口谈”创新办展模式。



中国(越南)贸易博览会开幕式

米奥会展2023年上半年印尼展会现场



图片来源:米奥会展公司提供 官媒制图

米奥持续在大数据平台的基础设施建设上投入大量资金,在不断完善外部数据的同时,也加快内部数字化管理,研发费用从2019年的548万元一路提升至2022年的1554万元。2022年,米奥会展共投入1554万元用于境内数字化营销平台建设、境外买家运营系统的部署以及人工智能语音接入境外买家运营系统的应用。

体现在业绩上,米奥会展持续投入的数字化运作取得显著成效,公司2020年的营收为9435万元,同比减少77.84%,几乎全部来自数字化线上展览收入,不过同时也因净利润为负值且全年营收低于1亿元而被深交所实施退市风险警示;此后米奥加速线下展览向线上展览转型,2021年实现营业收入1.82亿元,同比增长92.51%,扣非净利润虽继续亏损5353万元,但同比减亏14.53%,并实现“摘帽”;2022年顺利扭亏为盈。

伴随着2023年全球线下展会快速复苏,线下展会仍然是促进贸易与经济的最重要手段,但潘建军意识到,随着全球数字化进程推进,展览数字化作为展会重要元素已成为会展行业未来的变革方向。“过去三年,数字化已极大地推动了会展业的发展,并将继续推动会展行业在新兴科技与技术领域的长足发展。”他表示。

着眼当下,米奥将三年的全面数字展览能力叠加到过去二十年的线下办展能力上,在全球会展业内率先创新推出双线融合的办展模式“网展O2O”,通过数字赋能,“双线融合”的创新办展模式,可以帮助参展企业见到想见的买家,例如在展中,当前邀约的买家进场时,系统会通过网展APP实时通知参展企业,参展企业可直接在APP内快速联系买家约见。”潘建军表示,双线融合办展模式通过对买家进行用户画像和精准营销,改变了传统至今的“守株待兔”式参展模式,通过数字赋能,有效提升参展企业的

参展效率、效能和效果。

2023年由AIGC催化的人工智能浪潮之中,米奥会展也在大数据、元宇宙与AI等技术方向有所布局。米奥作为微软云的长期合作伙伴,已经率先接入微软云的OpenAI服务,在海外推广、国内销售、客户服务等方面已展应用,未来有望持续提升运营效率,助力利润率提升。据潘建军透露,米奥当前正在筹备以VR看展为核心的解决方案,该产品旨在打破展览展示面积限制与内容限制,将企业可供展示的业务最大化。

助力外贸企业 拓展市场

“参加展览只是手段,拓展市场才是目的。”潘建军坦言,这是米奥会展一直秉承的办展理念。

政策端亦鼓励外贸企业通过参展方式拓展国际市场。今年4月25日,国务院办公厅印发《关于推动外贸稳规模优结构的意见》,意见中提出五方面政策措施,其中提到“进一步加大对外贸企业参加各类境外展会的支持力度,持续培育境外自办展会,扩大办展规模。”

2023年上半年,中国赴国外全面放开后,外贸企业出海参展需求强劲。米奥会展分别在印尼、波兰、德国、阿联酋、越南、巴西、墨西哥和日本8个国家成功举办了9场展会,展会总规模和总收入同比大幅增长。上半年米奥会展业绩逆势逆袭,实现营收3.53亿元,同比增长270.55%;归母净利润7619.49万元,不仅成功扭亏为盈,半年度净利润甚至已超过疫情前2018年、2019年全年的净利润规模。

而在国际贸易的复杂形势和趋势下,当前国内企业出海参展仍面临重重困难,首当其冲的阻碍因素即是欧美市场外贸明显缩量,欧美国际展会对中国展商的供给不足,且欧美签证、机票等商务出行堵点严重。

面对外贸企业出海参展遭遇的困境,米奥会展2023年通过自办展对市场进行三个方面升级,分别为拓展欧美市场,加大东盟、拉美和中东三大贸易增量市场办展力度,以及升级RCEP区域市场的办展布局结构。

“米奥通过在欧美国家举办自办展,主要帮助中国企业返回欧美市场参展,从而实现稳外贸目的。”潘建军指出。2023年上半年米奥赴德国举办展会,是米奥首次进入欧美国家市场,同时,米奥的德国展也是中国会展第一次以独立办展形式在世界展览强国与一线国际展会同台演绎,在中国会展业发展中具有里程碑意义。

针对东盟、拉美和中东三大贸易增量显著的市场,米奥会展正加大自办展力度,办展频率由一年一届升级为一年二届,从而帮助更多的中国外贸企业分享到市场增量红利。

在《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)全面生效的契机下,米奥会展升级了在该区域的办展布局,分别在RCEP区域市场中经济体量最大的日本、人口最多未来增量最大的印尼和投资最热的越南布局办展,助力中国外贸企业更有针对性地拓展这个全球最大的区域贸易一体化市场。2023年上半年,米奥在RCEP国家印尼成功举办两场展会,每场展会办展规模均达到2万平方米。上半年,米奥在“一带一路”市场、RCEP市场及新兴市场办展数量占公司总体办展数量超90%。

“米奥会展既是中国制造的服务者,也是中国制造这一大IP红利的受益者。”潘建军感慨道,过去二十年,米奥一直致力于推动中国外贸企业走出去;而在未来,米奥将致力于推动中国传统行业、中国展览走出去。

面向专业升级、数字升级与市场升级的未来之路,潘建军满怀憧憬与信心,并期待着在更美好的未来,米奥有望助力中国打造国际化的区域产业品牌,实现出海经济的高质量发展。

走进上市公司 实探经济新动能

爆雷金额再增2.3亿 微光股份超4亿未收回

证券时报记者 唐强

继9月8日披露购买的5000万元中融信托产品逾期兑付后,微光股份(002801)于9月15日晚间再次公告部分信托产品逾期兑付。

微光股份“踩雷”中融信托一事还要追溯到2022年,去年7月15日、8月2日,该公司分别召开董事会及临时股东大会,审议通过了《关于继续使用部分闲置自有资金进行委托理财的议案》,总额不超过10亿元,其中单笔购买委托理财产品金额不超过1亿元,在此额度内,资金可滚动使用。同时,微光股份股东大会授权公司董事长行使该项投资决策权,具体事项由财务部负责组织实施。

微光股份公告中提到,分别于2023年3月15日、6月13日、6月14日购买了中融信托发行的信托产品,产品编号1号10000万元、中融1号5000万元、汇聚金1号5000万元,微光股份全资子公司微光技术于2023年6月13日购买了中融信托发行的信托产品,产品编号1号3000万元。

截至本公告披露日,上述信托产品已到期,微光股份及全资子公司微光技术尚未收到上述信托产品本金及投资收益。对此,微光股份已就信托产品逾期兑付的事宜与中融信托多次进行了沟通,微光股份未收到中融信托方面的正式文件回复,后续微光股份将继续督促中融信托尽快兑付本金及投资收益,并及时履行信息披露义务。

接下来,微光股份积极联系各相关方,督促中融信托尽快向公司及子公司兑付已到期信托产品投资本金及收益,同时准备相关材料,通过各类法律措施以最大程度减少潜在损失,尽最大努力维护好公司和全体股东的权益。后续,微光股份将加强对使用自有资金投资理财产品的安全评估,严控投资风险,密切关注理财产品的回款进展情况。

证券时报记者注意到,截至9月15日公告日,微光股份及子公司使用闲置自有资金购买的尚未收回的中融信托信托产品金额合计40751.66万元。微光股份坦言,鉴于上述信托产品投资款项的收回尚存在不确定性,并基于非保本理财产品的性质,存在本息不能全部兑付的风险,如本息无法全部兑付将对公司利润产生不利影响,影响程度具有不确定性。微光股份表示,目前公司经营正常,财务状况稳健,该事项不影响公司持续运营及日常经营资金需求。

据2023年半年报披露,今年1~6月期间,微光股份实现营业收入6.51亿元,同比下降0.39%;实现净利润1.61亿元,同比下降0.50%;经营活动产生的现金流量净额为1.06亿元,同比增长3.07%。具体业务来看,微光股份实现境外销售收入3.58亿元,同比下降4.15%;实现境内销售收入2.93亿元,同比增长4.62%。其中,外转子风机实现销售收入2.94亿元,同比增长14.11%,伺服电机实现销售收入0.4亿元,同比增长41.05%。

今年半年报中,微光股份还特别提到投资收益为1116.13万元,占利润总额比例为6.15%。这主要系购买理财产品取得的投资收益。此外,微光股份上半年披露资产减值461.84万元,主要系计提的存货跌价准备。截至2023年上半年末,微光股份尚有货币资金2.2亿元,较去年同期减少4.07%;微光股份购买的银行理财产品为1.95亿元,购买信托理财产品为8.32亿元。除中融信托产品外,微光股份还曾购买有中建投信托、五矿国际信托、杭银理财、陆家嘴国际信托、光大兴陇信托等相关信托产品。

今年8月以来,包括先锋电子(002767)、金房能源(001210)、金博股份(688598)、南都物业(603506)、威亨国际(605056)等多家A股上市公司相继披露购买的中融信托理财产品发生逾期兑付。这些逾期的信托产品预期年化收益率在5.6%至7.2%,期限为3个月、12个月、24个月不等。

据了解,中融信托停兑的理财产品大多为资金池类项目,即产品底层对应多个资产,但资金端却是滚动发行,因此同一资金池项目的不同期产品存在一定连锁反应。关于中融信托产品停兑的原因,其中之一系前期布局的房地产行业风险敞口较大。

德邦证券统计显示,购买中融信托产品的上市公司,以生物医药、机械设备和汽车行业为主,多数为小市值公司。已披露购买中融信托产品的上市公司中,一级行业分类下,生物医药公司合计8家,机械设备公司合计5家,汽车公司合计5家。浙商证券分析,本次中融信托产品出现逾期兑付的情况,不能排除与地产敞口较高有关。从行业情况来看,地产项目出现问题信托产品违约的主要原因。

e公司 上市公司资讯第一平台