

证券时报副总编辑成孝海对话智飞生物董事长、总经理蒋仁生

疫苗事件加速行业净化 智飞生物重磅产品将相继上市

证券时报记者 唐强

“社会效益第一,企业效益第二!”这就是智飞生物(600122)多年来坚持的经商之道。当然,这也是智飞生物董事长、总经理蒋仁生的为人之道。蒋仁生认为,作为疫苗企业,智飞生物必须要将社会效益放在首位,企业效益应该放在第二位。两者并不矛盾,但若搞反,可能就要出大问题。

日前,证券时报上市公司高质量发展在行动”采访团走进智飞生物,证券时报副总编辑成孝海对话智飞生物董事长、总经理蒋仁生,一起探讨了疫苗市场的理解与智飞生物发展布局之道。

旗下多款独家产品

成孝海:目前,智飞生物已是国内综合实力特别强的上市民营生物疫苗供应和服务商,您为什么选择在重庆创业,智飞又经历了怎样的发展过程?

蒋仁生:从2002年开始,我在重庆组建了这家疫苗公司,但为什么跑到重庆来?那是因为销售疫苗,也就是生物制品,需要有个特殊的生物制品许可证,当时智飞生物的前身企业刚好拥有这些资质,因此就把它兼并收购过来。

2002年,智飞生物便开始做代理,2003年初开始起步做研发,因此智飞是集研发、生产、销售、配送、进出口业务一条龙,整个发展历史比较简单。作为民营企业来说,智飞生物当前销售额、利润等,应该排在疫苗行业排名前列。

成孝海:智飞名字是怎么而来,为什么叫智飞呢?

蒋仁生:智飞生物这个名字是收购时取的,而它的前身叫金鑫生物。当年,在工商注册的时候一共挑了五个名字备选,最终选择“智飞”,这包含用智慧来飞翔的寓意。

成孝海:现在生物疫苗行业是一个什么样的状况,智飞生物处于民营疫苗企业的前列,公司到底拥有什么样的行业地位?

蒋仁生:目前,国内生物疫苗行业包括国有和民营两种类型的企业,全国每年批签的一类苗和二类苗有8亿~9亿支,主要以一类苗为主,二类苗是对一类苗的补充。其中,一类苗还是以国有的为主,现共有兰州、武汉、长春等国有六大生物所;民营生物制品企业现有好几十家,虽民营企业也有一类苗,但更多是以二类为主。

就智飞生物来讲,公司主要做一些多联多价新型疫苗的研发,所以主要以二类疫苗为主。从目前的销售额、市场份额来看,智飞生物应该是行业中比较靠前的,因为我们不但是有自己的疫苗,同时还有代理默沙东的疫苗。

在中国市场,默沙东旗下疫苗有五个大的产品,产品数量多,且比较齐全;智飞生物自己则有一个多联多价的三联疫苗,还有其它的一些脑膜炎、肺炎的疫苗。

成孝海:在疫苗市场中,一类疫苗和二类疫苗的市场份额,大致是一个什么情况?

蒋仁生:因为一类苗是以国有企业为主,二类苗便要看品种市场占有率。比如,在专为小孩提供的多糖蛋白结合等流脑疫苗中,智飞生物的产品占有份额是比较大的。

其中,AC-Hib三联苗是智飞独家研发的自主产品,默沙东的四价及九价宫颈癌疫苗是智飞独家代理产品,此外,默沙东五价轮状疫苗已获药监局批签上市,这款疫苗产品也是智飞生物独家代理销售,所以这些产品市场占有率有份额比较大。

三大法宝提升业绩

成孝海:从2017年开始,智飞生物就扭转了过去业绩下滑的局面,开始进入高速增长时期,原因是什么?

蒋仁生:因2016年山东疫苗事件影响,那时流通领域很多事项陷入停顿,国内整个疫苗行业实际进入了一个最低的低谷。直到2017年,国家监管层逐步完善各种规范措施,且全社会的疾病防控需求始终对疫苗的需求

很大,加之舆论的有效宣传,使得疫苗行业供需量得到回升。

从自身来讲,智飞生物的快速成长是得益于,我们本身过去十分注重自主研发。比如,以前小孩单纯打Hib疫苗或者AC群流脑疫苗至少需要八针,而现在智飞生物AC-Hib三联苗打四针就可以了。如此一来,这就解决了小孩早接种、早预防的问题,还减少针次及痛苦,该产品的需求量也得到提升。

其二,这还得益于智飞生物整个销售网络,因为公司本身全部是以直销为主,拥有一支覆盖面极广的直销队伍。

当然,智飞生物还有第三大法宝,那就是我们的代理产品也在快速的放量增长。2016年,智飞生物利润最低仅几千万元;到2017年,上市公司实现净利润超过4亿元;2018年上半年,公司净利润已达到6.82亿元,相信今年全年还有一个比较好的成绩。

成孝海:营销是智飞生物的强项,请重点介绍一下营销方面的竞争优势?通过横向来看,智飞生物的营销体系与同类上市公司相比,规模是大还是小?

蒋仁生:从2002年创业开始,我们就开始建立自己的销售队伍,并以直销为主全部由公司直接管理。

目前,智飞生物已经覆盖全国300多个地市,2600多个区县,26000余个基层卫生服务点。这些网点,可直接服务于接种,直接做下面的宣传、推广、服务,该领域正快速的上升。截至目前,智飞生物在全国已经有1400多名销售人员,覆盖26000多个接种点。

从横向对比,在这两个领域的覆盖面,目前我还不知道有哪一家比智飞规模更大,也许后面的同行会逐步增加上来。

智飞与默沙东价值观相似

成孝海:在市场上,智飞生物与默沙东的合作尤为引人关注,并已正式独家代理后者宫颈癌疫苗。默沙东是一个很大的跨国公司,它年销售收入约500多亿美元,默沙东为什么会选择和智飞生物合作,这里面的故事可否给我们分享一下?

蒋仁生:是有一些故事,智飞生物于2010年上市以后,公司的产品还是比较单一的,但是智飞有一个比较好的销售队伍和网络,公司口碑非常好,得到全国疾控行业的认可。

相对应的,智飞生物在上市以后,也想寻求突破。因为自身原有品种比较少,所以必须要有一个代理的品种,我们把国内、国外的产品都筛过,最后觉得默沙东产品比较适合,更觉得默沙东的核心价值观、企业文化跟智飞生物很相似。

早在1950年,默克先生就已提出,药品是为人类而生产的,不是为追求利润而制造的。多年以前,我说社会效益第一,企业效益第二;同时,我们也对员工核心价值观、企业文化就提出人品要第一,还有诚信、规范、法律法规、质量第一。这些内涵都与默克先生很相近,谈的时候就很容易谈拢了。

当然这个过程当中,我在2011年也去了默沙东美国总部,默克也看过智飞对疾控、接种点的(服务),我们所做的工作跟他想要合作的伙伴是很相似的,最终双方在2011年签署了战略合作协议。

2012年,智飞生物就签下默沙东四价宫颈癌疫苗中国大陆地区独家代理合同,双方得到彼此认可。在合作过程当中,难免会有一些磕磕碰碰,但双方都是相互理解、相互包容,现在我们也合作的很愉快。

就像您刚才提到的,大公司也是从小公司发展起来的,当然智飞生物开始是小,但也可以通过自身努力做大。

HPV疫苗供应仍紧张

成孝海:2017年底,智飞生物代理销售默沙东四价宫颈癌疫苗,但至今全国各地供货情况比较紧张,这种情况有没有缓解?

蒋仁生:中国的宫颈癌疫苗,妇女需求存量很大。比如,四价HPV疫苗



■ 证券时报副总编辑成孝海(左)对话智飞生物董事长、总经理蒋仁生



■ 智飞生物研发产业基地概况

魏峥/摄 周靖宇/制图

是20岁到45岁,有26个年龄段,一个年龄段约900万人,总共就将近2亿待接种人群。

每人需要打三针,但初期一年就是几百万支获批上市产品,仅能供应100多万人接种需求,所以各地供货紧张。预计到明年,随着供货量的增加,四价HPV疫苗接种紧张状况将得到一定缓解。

成孝海:智飞生物已在2018年中报披露,默沙东九价HPV疫苗也得到批签发售,目前其销售情况和市场前景怎么样?

蒋仁生:九价HPV疫苗市场需求也比较大,这款疫苗包含11个年龄段(即从16岁到26岁),该疫苗需求量和要求接种的意愿是非常多的。但在今年,目前获得批签上市的九价HPV疫苗是十几万支,今年这量肯定是满足不了接种需求的,明年可能批签量就会上来了。

成孝海:目前,智飞生物代理的默沙东五价轮状病毒疫苗已经在多地中标,市场前景将会如何?

蒋仁生:五价轮状病毒疫苗已在云南、河南、重庆、四川等多地获得中标公示。9月26日,重庆完成五价轮状疫苗全国首剂接种工作,重庆也成为全国首个接种该疫苗的省份。

我认为,五价轮状病毒疫苗市场前景非常好,因为小孩的、婴幼儿的轮状病毒腹泻发病率是非常高的,而且病死率不容忽视。此前,国内只有兰州生物制品研究所该疫苗,但只是单价苗,而默沙东这块产品是五价苗,并在八个月就基本可全部服完。

重磅产品将相继上市

成孝海:近两年,智飞生物实现了高速增长态势,能否保持一个较长的时间?

蒋仁生:能维持多久呢?实际上,这也是大家对智飞生物比较关心的焦点,我想以后的几年也都将会有一个高速增长。

目前,智飞生物业绩比较确定性的就是2018年、2019年、2020年和2021年,至于能持续多少年,那就让我们持续关注智飞生物后续的储备产品吧。在2022年以后,智飞生物下一轮还

有多款自主产品及代理产品上市,这将对上市公司未来业绩提供有力支撑。

目前,智飞正在申报生产母牛分枝杆菌疫苗和EC检测试剂,这两个产品都是针对结核病。前者是结核潜伏感染人群预防用疫苗,EC是能够鉴别卡介苗接种与结核感染的体内诊断试剂,用于筛查结核带菌者。

2018年6月,智飞龙科马研发的母牛分枝杆菌疫苗(结核感染人群用),已正式纳入国家药监局药品审评中心特殊审批程序和优先审评审批,若一切进展顺利则有望在年底或明年初,拿到批准文号上市销售。

政府已提出到2035年,我国的结核病要在现有的基础上下降90%,病死率下降95%。而在这十几年过程中,需要先把所有人群筛一轮、筛两轮或者是三轮,这就需要用到智飞生产的诊断试剂和母牛分枝杆菌疫苗等产品。

实际上,这几款自主研发产品都是针对结核病配套使用的,若是在今年或者是明年批准上市,将对结核病进行有效能诊断,并提供治疗性的预防。届时,有望对结核病的控制会做很大的贡献,当该病得到了控制,那智飞的效益肯定也有了保障。目前,智飞产品还没正式获批上市,但它们的高速增长还是比较好的,值得期待的。

目前,智飞生物已公告20多个在研产品,相信未来的几年都有很好的自主产品上市。

自主和代理双重并举

成孝海:从2018年中报来看,目前智飞生物已经形成自主产品和代理产品双驱动的经营格局,但代理产品销售收入远远超过自主产品。您是怎么看待这个情况?

蒋仁生:2017年,公司其实是以自主产品为主,当年净利润4.32亿元中,自主产品占了90%多。2018年,代理和自主产品总利润稍微低一点;但从销售额来看,今年代理产品销售额是已经高于自主产品,后续两三年的发展也是这样的。

以前我确实讲过“自有为主,代理为辅”,但因为现在这几款代理产品确实也比较高,性价比也很高,所以它们占的销售额就相对比较高了。

实际上,我们已经都是在充分考虑这个问题,刚才已经跟您提到过,那就是智飞自主研发的结核病疫苗。母牛分枝杆菌疫苗、EC诊断试剂等结核病相关产品一旦上市,它们的销售额将有一个非常大的突破,很可能在明、后年实现较大增幅。

除此之外,自主研发的人用(二倍体)狂犬疫苗、四价流感病毒裂解疫苗等产品已在做三期临床,也就这两年时间左右有望上市,届时相关产品销量也能提升上去;同时,今年智飞还在做十五价肺炎临床试验,争取在明、后年把临床做完。

另外,痢疾疫苗也是智飞独家产品,该疫苗正在做二期临床试验。近年来,智飞生物储备了比较多的独家疫苗自研产品,所以今后上市公司的销售额还是可观的,相信我们还是“自有为主,代理为辅”的发展策略。

自主研发强才有话语权

成孝海:目前,智飞生物正在销售的自产的疫苗是什么样情况,AC-Hib三联苗是公司主力产品,其优势能够保持多长时间?

蒋仁生:上市公司现有五个产品,最主要的是以AC-Hib三联苗为主,其销售增长的态势较好。至少到目前为止,尚未出现第二家上市销售同类产品,同行企业研发出类似产品上市,可能会面临一定的市场竞争。

不过,这类疫苗存量市场同样很大,每年我国都有大量小孩出生,2017年大概是1700多万新生儿。按照一个小孩来讲,接种三联苗需打三支基础免疫针,这第四针则是加强针;按三针计算需5000多万剂,而我们现在每年批签疫苗就500、600万剂。

成孝海:除了这个三联疫苗以外,智飞生物还有哪一款自主研发的疫苗,未来市场空间会比较大?

蒋仁生:我们现在正在申报,且已经

生产和做完三期临床的就是结核的EC诊断试剂,以及母牛分枝杆菌疫苗等。结核病不容忽视,EC筛查的人群特别大,第一轮筛查对象全部是中小学生,仅新入学的学生就有多个年龄组。首先,今后要把高危人群筛出来,筛出来以后还有预防,便需要接种母牛分枝杆菌疫苗,这两款都是大产品。

成孝海:EC和母牛分枝杆菌疫苗未来市场地位和销售,是否能跟三联疫苗的规模进行对比?

蒋仁生:我觉得,它们市场规模要比三联疫苗更好,而且还要好得多,因为这个需求量很大。实际上,政府还扮演者引导的角色,世卫组织以及我国都已提出,要在2035年将结核病进行控制,并在2050年要消除该疾病。

成孝海:在智飞生物发展过程中,自主研发起了一个决定性的作用,您给介绍一下智飞生物的研发实力。

蒋仁生:2002年,智飞刚刚成立只做代理的时候,就已投入了大量资金进行研发,只有研发上来了,未来才有自己说得上的话。

首先,智飞子公司北京绿竹设有研发中心,现有研发人员100多人,主要以多糖蛋白结合苗为主,代表产品是AC-Hib三联苗、十五价的肺炎苗、痢疾结合苗等。另一子公司智飞龙科马主要从事防治结核类生物制品以及预防狂犬病毒、流感病毒等病毒类疫苗的研发。除此之外,智飞生物还建立起一些小型研发平台,每个平台30至50人。

疫苗事件加速行业净化

成孝海:前段时间,闹得沸沸扬扬的长生生物的事件,引发了很大的舆论关注,各种声音都有,您是怎么看待此次事件,是否会像2016年山东疫苗事件对整个生物疫苗产业带来巨大冲击?

蒋仁生:我个人觉得,此次长生疫苗事件,没有上次山东疫苗事件对行业的影响那么大。

但是,长生事件对整个疫苗行业的震动,可能对生产监管领域的影响更大。今后,对整个疫苗行业的净化会越来越好的,从监管政策的制定到企业的研发、生产、使用,都会越来越规范。

2016年山东疫苗事件问题出在流通领域,国务院后续对条例进行修改,实行了一票制,确保了疫苗流通的规范操作。

此次,长生事件问题出在生产、监管方面,今后这些领域将更规范。毕竟,疫苗市场的容量还在,疫苗也还是必须要使用的,疫苗的需求量未来是会越来越大的,疫苗行业也会越来越好了。当然,这关键在于对整个疫苗行业的净化,从研发、生产、推广、销售一系列的过程都需要进一步规范。

成孝海:虽然长生疫苗是一则负面事件,但对整个行业的规范发展,还是能够起到一定的推动作用。

蒋仁生:对,在短期之内是有一些影响,但作为长期来说,我觉得应该是好的。

成孝海:疫苗行业风险很高,有政策层面、舆情事件层面风险,还有所谓的安全风险。对这些不确定性风险,智飞生物都是怎么应对的?

蒋仁生:不能出了事才去应对,应该在开始做事的时候就要想到,自己应该怎么去规范,要把社会效益、产品质量、规范操作摆在前面。以山东疫苗事件为例,无论在该事件爆发前后,智飞生物的疫苗均不允许卖到接种点去,冷链运输把控很好,杜绝了风险的出现。

成孝海:您介绍一下智飞生物的发展战略,未来会是一个什么样的企业?

蒋仁生:2018年、2019年、2020年这三年间,智飞生物将坚持推广自主产品和代理产品,四价九价HPV疫苗、五价轮状疫苗将为上市公司业绩提供保障,并将有望增加EC及母牛分枝杆菌疫苗两大产品。2021年、2022年、2023年这三年间,除延续与默沙东的产品代理合同外,EC等智飞自主研发产品将进入高峰期,后续二倍体狂犬、四价流感疫苗也都有望迎来上市销售。

我只能把这些产品放在这里,让大家自己来做量化,让市场慢慢去品味吧。若按照这样的规划顺利发展,智飞生物未来在现有的基础上再增长一倍、两倍或者三倍,应该是非常值得期待的事情。