

季節流感進高發期 醫藥股尋寶

東陽光藥股價今季升38% 專家：可小注短炒

發期，相關概念股熱炒。



在股海尋寶不一定要高深的投資理論，只要關心時事，也能從中找到機遇。10月以來，內地流感、呼吸道感染數目急增，分析相信，隨着內地流感進入冬春季高發期，相關治療藥品需求大增，抗流感藥磷酸奧司他韋一度出現搶購潮。東陽光長江藥業（01558）是磷酸奧司他韋的主要生產商，股價近月節節上揚，分析相信有力再衝高，但因已累積一定升幅，只宜小注短炒，股價上望11港元。

大公報記者 李信



他韋，是內地治療流感的主要藥物。



光大證券國際證券策略師伍禮賢向《大公報》表示，踏入冬季後，內地呼吸道疾病進入高發時期，相關概念股迎來炒作，當中以東陽光藥表現最好，主要因為公司最核心產品、用於流感季節的抗流感藥磷酸奧司他韋，貢獻今年上半年近90%的收入，且銷售額較2022年同期大升1.86倍。內地數據顯示，10月份磷酸奧司他韋在北京地區的銷量急增超過1.6倍，因而刺激東陽光藥股價走高，10月至今累升38%。

不過，伍禮賢提醒，投資者目前進場的風險較大，相信隨着流感季節結，磷酸奧司他韋銷量也會回落，加上公司過分依賴單一產品，股價或失去向上的催化劑。

生產抗流感藥 顆粒劑型獲專利

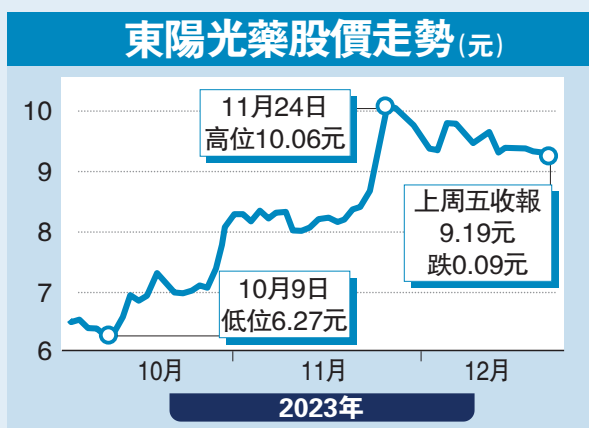
關於東陽光藥的實力，分析指出，近幾年內地流感高發，磷酸奧司他韋銷量一直走高，而該藥一直為內地抗流感臨床應用的一線用藥，其顆粒劑型為該公司獨家專利產品。磷酸奧司他韋亦於2018年獲納入《國家基本藥物目錄（2018年版）》。2019年，磷酸奧司他韋膠囊劑型成功獲批准通過仿製藥質量和療效一致性評價，為內地首家符合該標準的品種。2022年，該公司磷酸奧司他韋產品繼續入選《國家基本醫療保險、工傷保險和生育保險藥品目錄（2022年版）》。因此，該公司相關產品的實力及認受性，受到內地高度肯定。

夥母企研發產品 實現商業化

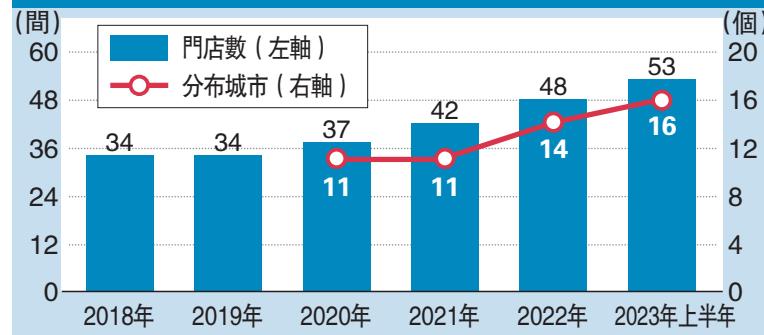
東陽光藥另一賣點是與母公司廣東東陽光藥業，就一系列藥品研發管線項目達成合作，共同於內地開展合作研發17項新藥品，以及小分子仿製藥管線項目（暫定為20項），東陽光藥將獨家負責研發管線合作項目對應產品在內地的商業化，並就銷售收益與廣東東陽光藥業採取銷售分成。

分析指出，廣東東陽光藥業及其子公司具專利權合計近2000項，研究實力雄厚，而東陽光藥競爭力在於強大的產品內地商業化能力，雙方合作可為公司未來內地商業化提供更多的優質醫藥產品，實現雙贏。

市場估計，受惠磷酸奧司他韋銷售額上升，預計東陽光藥今年總銷售額為61億元（人民幣，下同），明年為67億元，這意味超越2019年的銷售額高位62億元，雖然該股近期累積不少升幅，但料在流感高峰期仍有力再炒一輪，股價上試11港元。



固生堂門店數量及分布城市



前景可期

內地為緩解流感高發期壓力，北京市中醫藥管理局組織中醫藥防治流感專家組制定《2023年北京冬季流感中醫藥防治方案（試行）》，分別為成人及兒童流感治療方案給出參考。分析指出，中醫藥治療流感效果理想，短期可關注中醫醫療健康服務提供商固生堂（02273），其上半年業績大幅增長，主要收入來自提供醫療健康解決方案及銷售醫療健康產品，且網絡不斷擴大，前景可期。

光大證券國際證券策略師伍禮賢向《大公報》表示，固生堂擁有多種線上渠道，早前亦收購線下醫療機構，擴大服務網絡，在受惠新客戶、累計客戶、客戶回訪率及平均就診次數消費增長下，客戶忠實度上升，有利公司收入。

招銀國際報告指出，固生堂是內地領先的民營中醫醫療服務機構。截至今年6月底，固生堂的醫療服務擁有53家線下門店，覆蓋全國16個城市；公司網絡內有超過3.1萬名中醫。基於門店網絡和醫師資源不斷擴大，固生堂已成為內地龍頭民營中醫醫療服務機構之一。

夥拍名醫師研發製劑

報告指出，固生堂與多家內地知名三甲中醫院和中醫藥大學達成合作，為優質醫師多點執業打通渠道。同時，固生堂合作的名中醫達到571位，包括9位國醫大師和79位全國名中醫，這為公司開發院內製劑提供堅實的學術基礎。截至今年6月底，固生堂已有三個院內製劑獲得藥監局備案許可，在今年進行了12個製劑研發工作，並計劃在2024年繼續研發7個。

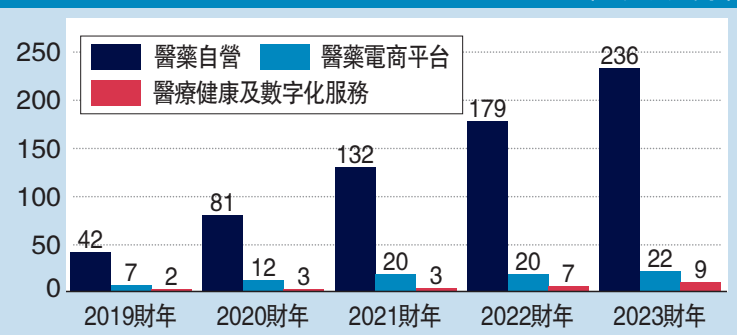
另外，固生堂持續通過「自建+收購」雙輪策略擴張線下門店。公司傳統優勢領域廣東地區在2020年貢獻公司整體收入的52.4%，今年上半年降至35.7%，證明跨區域複製能力成功。目前，門店網絡覆蓋全部4個一線城市，及12個二線核心城市。2023年上半年，一線城市貢獻整體收入63.4%。招銀國際預計，固生堂今年及明年收入增長分別達42.9%及34.9%，給予「買入」評級。



▲固生堂是內地領先的民營中醫醫療服務機構。

▲固生堂醫師資源不斷擴大，網絡有超過3.1萬名中醫。

阿里健康各業務分部收入 (億元人民幣)



增長迅速

內地呼吸道傳染病感染個案急增，北京、山西、四川等地，不少醫院門診人頭湧湧。不少病者為免長時間等候，以及減低交叉感染的機會，選擇在線問診，令主要業務包括醫藥自營業務、醫藥電商平台、醫療健康及數字化服務業務的阿里健康（00241）受惠，有助加強在線上健康領域龍頭地位。分析相信，隨着網絡購藥意識的提高，內地醫藥電商行業滲透率將上升，阿里健康業務有望保持快速增長。

聯手知名藥企 讓病者線上買藥

分析人士指出，近年內地居民愈來愈接受在線問診，加上今年阿里健康聯同阿斯利康、諾華、葛蘭素史克、歐加隆、吉利德、廣州白雲山、齊魯製藥等數十家知名藥企，發起「慢病買藥不出門」活動，向慢性病患者提供藥企直供的線上備藥專區，對60多種常見慢性用藥進行官方補貼，讓慢性病患者足不出戶也可買到所需藥品。有關活動已令許多病患，包括長者等，開始習慣使用阿里健康的服務。

東北證券報告指，經過3年疫情，消費者對互聯網醫療的便捷性有更加直接的體驗，線上醫療用戶高速增長，部分消費者在後疫情時代成為阿里健康的長期客戶。隨着社會趨向老齡化和數字化轉型，阿里健康的醫療服務和數字基建業務將迎來更大發展空間。在互聯網醫療業務方面，阿里健康收購小鹿中醫，通過「醫鹿APP+支付寶醫療健康頻道」為互聯網醫療健康信息社群注入新活力。

阿里健康另一賣點是消費醫療業務，主要覆蓋醫美、口腔、疫苗、體檢等板塊。近年來，阿里健康主要在疫苗和體檢領域發力，依託阿里系流量優勢，持續為來自醫鹿APP、天貓、支付寶、高德、釘釘等用戶提供消費級和醫療級的檢測和疫苗等服務。醫鹿APP已上線「鹿苗」疫苗服務平台，為用戶提供一站式的數字化疫苗預約服務；阿里健康已與數千家疫苗接種機構合作，提供數百萬人次的疫苗預約與預定服務，預計隨着疫情好轉帶來的線下履約率提升，疊加疫後需求復甦，消費醫療業務將持續貢獻業績。

在線問診需求大升 阿里健康受惠



▲阿里健康聯同數十家知名藥企，發起「慢病買藥不出門」活動。

十個令家庭及理財更美滿的習慣



林昶恆 (Alvin)

富足家庭教與練

也會改變，最終人生亦會改變，所以這幾方面是互有關連的，而看後我認同樣能夠應用在家庭及理財中。

(一) 按內外環境改變而調整心態
外在環境改變並非個人能夠控制，但怎樣按改變而調節心態則是個人行為。當你擁有這種想法及定期檢討，便不會被一些突如其來的惡劣情況打擊長遠計劃。

(二) 時常要心懷感恩
諺語說：「人比人，比死人」，所以只會向比自己更好的人比較，永遠感覺不足；我們要知道有很多人可能比自己狀況更不理想，所以我們要習慣感

恩，懂得感恩便能夠看到出路。

(三) 照顧好自己的身體

健康便是財富，健康不佳，擁有多少金錢財富亦不一定快樂，除了日常要保持身體健康外，亦要有合適的醫療保險，減少萬一有病時帶來的擔憂及額外財政需要。

(四) 不要參與及聽信流言

今天的確是難以清晰分辨所有資訊的真實性，所以與其盲目相信，倒不如選擇少聽為妙。

(五) 提醒自己的目標

多專注在自己定下的目標，目前是最好時候檢討進度，了解需要更努力的

部分並着手改進。

(六) 保持學習心態

如果過去做得不好，不要只怪環境或他人，反而要思考是否自己的能力及技巧不足，有需要便多學習。

(七) 保持謙虛心態

我時常提醒自己：「三人行，必有我師」，所以與其他人士溝通時都保持謙虛心態，嘗試從交流中學習對自己有幫助的事情。

(八) 協助與支援有需要人士

擁同理心的人更容易面對挑戰，所以能力容許的話，應該多協助及支援有需要人士。

(九) 接受及克服被拒絕

別人沒有責任奉承自己，而不同的成長歷程及背景，令人對事物的看法有差異，所以不要因別人拒絕自己的想法而感覺難受，更應該謙虛地向對方了解背後原因，這亦是成長過程中的養分。

(十) 努力向懂得更多的人學習更多
不論是專業的人士都有機會有不懂的事情，所以向更多人學習自然能豐富自己的知識及技巧，未來管理人生將更理想。

(作者為家庭理財教育學會會長及認可理財教練，任何查詢可發電郵到info@ffe.com.hk)