# 莎普爱思会成“黑天鹅”吗?

## 国民信托四只产品恐“踩雷”

“白内障看不清,莎普爱思滴眼睛。”上市公司莎普爱思(603168)的眼药水广告,依然在各大电视台循环播出。但在A股市场上,越来越多的质疑声已让莎普爱思的股价抬不起头来。

昨天,莎普爱思开盘后一路走低,盘中最大跌幅达6.68%。截至收盘,莎普爱思报收22.1元,下跌3.45%。莎普爱思又成黑天鹅?新进抄底的国民信托显然很着急。

### 国民信托新进入场抄底

前十大流通股东独占四席

莎普爱思的三季报显示,公募基金并未出现在前十大流通股东名单中,但新进入场抄底的国民信托恐怕有“踩雷”的风险。截至2017年9月30日,在莎普爱思的前十大流通股东中,国民信托独占4席,其四个信托计划在今年三季度新进入成为该股前十大流通股东。

新进莎普爱思的四款信托产品分别是:国民信托·龙头2号集合资金信托计划,持股242.74万股,占比1.061%;国民信托·三想梦想7号证券投资集合资金信托计划,持股240万股,占比1.049%;国民信托·龙头7号证券投资集合资金信托计划,持股140万股,占比0.612%;国民信托·三想梦想9号证券投资集合资金信托计划,持股126.97万股,占比0.555%。四只信托分列莎普爱思的前5、6、7、8大流通股东。

### 洗脑神药陷信任危机

广告费用高达2.6亿元,研发费用仅0.29亿元

12月2日,一篇来源于自媒体科普平台“丁香医生”的文章,将莎普爱思推向风口浪尖。这篇名为《一年卖出7.5亿的洗脑“神药”,请放过中国老人》的文章称,多位眼科医生并不认可莎普爱思滴眼液的“白内障防治功效”。质疑者认为,莎普爱思滴眼液是“假科普,真营销”,通过广告误导患者。

12月4日,莎普爱思股价开盘即大跌。公司当天发布公告回应称,莎普爱思滴眼液视频广告内容符合《广告法》相关规定,经过浙江省食品药品监督管理局审核批准,取得了相关药品广告批准文号;浙江省以外发布的广告,已在该广告发布地的省级食品药品监督管理局进行备案。

昨日,新浪财经关于此事的调查显示,近7成网友并不相信莎普爱思。其中,高达69.2%的网友对公司的“广告费用高达2.6亿元,药物研发费用仅有0.29亿元”表示质疑。他们认为,这是公司“只重利益,本末倒置”的反映。

“丁香医生”发布的文章也对莎普爱思“用各种广告轮番洗脑”的行为予以了质疑。莎普爱思公告的数据显示,2014年度至2017年1-9月,公司的广告费用分别为2.1亿元、2.4亿元、2.6亿元、2.2亿元,分别占公司营收占比的27%、26%、26.84%和31.87%。同业上市公司的广告费用占比基本不会超过20%。

莎普爱思在公告中回应称,公司的广告费用占营业收入比重较高,主要原因系公司的产品较为单一,目前滴眼液产品占公司营收比重超过75%(2016年经审计数),与其他多品种经营的上市公司相比,公司通过广告投入提高了品牌知名度,弥补了公司产品品种单一的不足。

### 并非个案

上半年,123家A股广告费用超1亿元,医药行业数量最多

莎普爱思巨额广告投入并非个案。Wind资讯数据统计显示,大量的广告宣传推广费用,正在侵蚀上市公司的净利润水平。仅2017年上半年,A股市场中多达123家公司广告宣传费用超过1亿元。其中,医药商业、食品饮料以及房地产三个行业的上市公司数量最多,位居前三位,分别为45家、24家和12家。

在众多广告大户中,更有10家上市公司广告宣传费用超过10亿元,分别来自医药生物、食品饮料、汽车以及房地产行业。其中,上汽集团(600104)以47亿元位居榜首,恒瑞医药(600276)以及健康元(600380)分别以21亿元和19亿元分居第二、三位。这些公司的广告宣传推广费用占公司净利润比例,有的甚至超过100%,比如健康元的广告费占净利润之比高达581.54%;最低的贵州茅台(600519),广告费占净利润之比也达到10.78%。

北京晨报首席记者 王洁

北京迷思管理咨询有限公司 快速 便捷 安全 省钱
选我们,先试用,后付费
服务项目:工商注册 财务服务
资质审批 商标注册
联系电话:13120112011

栏花广告
刊登热线
57491668
广告

沙发翻新
沙发套
专业定做各式沙发、民用沙发、换皮套、清洗、沙发套,椅套及布艺制品
北京东阳利沙发厂
010-58464658

本版广告由北京宏远盛世广告有限公司独家代理
声明·公告登报热线 010-57754234
每周二、三、四、五、六刊出
本版广告为信息资讯,不作为签订合同及承担法律责任的依据。