

阿兹夫定片线上开售背后：

## 新冠口服药研发竞争激烈



中国口服新冠药阿兹夫定片线上开售的新闻备受关注。目前，海王星辰已对药品进行下架。该

药品的研发公司真实生物19日发布声明称，这是海王星辰药店的个人行为。实际上，除了阿兹夫定片外，A股有多家上市公司正在快马加鞭的进行新冠口服药的研发。

**真实生物回应阿兹夫定线上售卖 公司欲港股上市**

综合中新经纬、上海第一财经20日报道，真实生物称，海王星辰线上售卖的阿兹夫定片实为它司抗HIV-1适应症药品。该药品源于深圳海王星辰药业通过阿兹夫定的正规渠道配送商广州国控合法采购，采购数量为10瓶。真实生物已第一时间就相关情况和海王星辰进行沟通，要求即刻下架处理。目前海王星辰已对药品进行

下架。

此前，连锁药房海王星辰内部人士对媒体称，内部已经发布了紧急通知，中国国家药监局已通知阿兹夫定不允许线上线下零售，如有已经卖出的，把销售记录报市局。

公开资料显示，河南真实生物科技有限公司是一家成立于2012年的生物制药公司，聚焦抗病毒、抗肿瘤、心脑血管以及肝脏等抗病领域。

据了解，2022年8月4日，真实生物科技递交港交所主板，申请在港上市，中金公司为独家保荐人。

**新冠口服药研发竞争激烈 多家上市公司争分夺秒**

分析认为，新冠小分子口服药

具有对突变株普遍有效、便利性强、产能高、价格低等优势，是抗击新冠疫情的有效武器。

从全球维度来看，已经上市的小分子药物机理主要包括两种：3CL蛋白酶与RdRp，分别以辉瑞的Paxlovid和默沙东的Molnupiravir为代表。中国RdRp进展最快的为真实生物的阿兹夫定。

阿兹夫定片是首个中国国产新冠口服药，目前已附条件获批上市，而除了阿兹夫定片外，A股已有多家上市公司正在快马加鞭的进行新冠口服药的研发，快者已进入III期临床阶段。

中国3CL机理药物进展比较

快的如众生药业，众生药业最新披露了新冠口服药RAY1216片III期临床试验的最新进展，其用于治疗轻型和普通型SARS-CoV-2感染患者的随机、双盲、安慰剂对照III期临床研究完成首例受试者入组。

科兴制药的新冠小分子口服药SHEN26胶囊项目正在开展I期临床试验的相关工作。截至目前，该项目已开始MAD多剂量组的研究，患者入组工作预计将于2022年第四季度完成。

18日，广生堂公告称，旗下的广谱抗新冠口服小分子创新药GST-HG171片的临床I期进展顺利，近日启动了一项由研究者发起的研究。

另外，前沿生物在投资者关系活动中透露，雾化吸入用FB2001，拟用于治疗轻型、普通型新型冠状病毒感染和暴露后预防的临床试验申请获得批准。盘龙药业也在与陕西科技大学梁承远博士团队合作“冠状病毒3CL蛋白酶抑制剂开发”项目，目前正处于临床前研究工作阶段。

## 波音预测未来20年全球航空货运量将翻番

波音公司21日发布消息称，根据该公司最新发布的2022年《世界航空货运预测》(WACF)，未来20年航空货运服务需求将保持强劲，全球航空货运量将翻番。

中新社报道，2022年WACF指出，从现在到2041年，全球货运机

队需要近2800架原装货机和改装货机来满足行业增长和替换老旧机型的需要。在预测期内，航空货运量将增长一倍以上，承运人需要引进能力更强、燃油效率更高而且更加可持续的飞机(例如777-8货机)来满足市场需求。三分之一的

交付量将由新生产的原装货机组成。剩余三分之二将由改装货机组成(例如737-800波音改装货机)，它们可以为承运人在现有和新兴市场中提供更强的灵活性。

2022年WACF还预测，亚太地区将接收所有货机中的近40%，包

括原装货机和改装货机。未来20年全球货机机队将净增长超过1300架，达到3600架以上。

波音民用航空市场营销副总裁霍达仁(Darren Hulst)表示：“在经历过过去两年的历史性需求之后，航空货运市场正在恢复更加正

常的发展步伐。包括快递网络增长、供应链战略变化和新的货运市场参与者出现在内的结构性因素正在推动持续的货机需求。在全球运输网络中，航空货运将继续作为运输高价值货物的关键推动力，在不断扩张的市场中提升运量。”

## 泡泡玛特再度亮相 DesignerCon 持续开拓欧美市场

刚刚过去的周末，全球极具影响力的潮流艺术盛会 DesignerCon 在美国阿纳海姆举行。今年，泡泡玛特再度亮相 DesignerCon，108 平米的展区内，泡泡玛特构建了一个炫彩夺目的赛博朋克世界，为到场的观众提供了一场潮流艺术文化视觉盛宴。

这是泡泡玛特第二次亮相美国 DesignerCon，展会现场展出了多款 MEGA 高端收藏系列，包括 SPACE MOLLY 海绵宝宝联名款、JUST DIMOO SmileyWorld、α SKULLPANDA 融(均为1000%)等

潮玩，此前在泡泡玛特官方网站热销的 SPACE MOLLY Soft Drinks (400%)也亮相展会引发现场观众争相购买。此次展会还展示和发售了多款限定产品，包括 SKULLPANDA、MOLLY、THE MONSTERS 等多个重磅IP，值得一提的是，现场还首发了新IP KUMO，受到本地观众的喜爱。

除了限定手办、MEGA 系列收藏玩具外，泡泡玛特还在现场展示了多款盲盒手办系列，如 SKULLPANDA 夜之城系列、MOLLY 放空的一天系列、Hirono

小小的使坏系列、哈利·波特与密室系列、魔兽世界经典角色系列等等，让当地粉丝近距离接触自己喜爱的形象。多款潮玩产品吸引了全球潮玩爱好者的目光，现场众多粉丝排起长队购买。

泡泡玛特欧美区总监 Alan Mai 表示，“作为全球潮流文化娱乐品牌，泡泡玛特非常重视美国市场的发展。今年也是泡泡玛特第二年参加 Designer Con，我们希望通过这次展会把泡泡玛特的品牌理念传递给更多的美国本土消费者。同时，美国也是全球潮流玩具最大的

消费市场，对其他国家和地区具有影响力，所以美国市场的开拓也是泡泡玛特国际化进程中的重要一步。”

据了解，DesignerCon 是全球最具影响力之一的潮流艺术展会，已经运营超过十年，成为潮流艺术圈的年度盛会，吸引了潮流艺术圈的顶尖艺术家、头部品牌以及大批潮流爱好者和收藏家们。多年来 DesignerCon 推动了潮流艺术的蓬勃发展，同时还诞生了许多优秀的潮流艺术家。此前，泡泡玛特分别亮相英国 DesignerCon 和美国 DesignerCon，收获了大批欧美粉丝的喜爱。

2018年，泡泡玛特就开始布局全球化业务，目前已经建立了国际独立站+三大跨境电商平台的完整线上渠道网络，将潮玩输送至全球超过80个国家和地区。今年，泡泡玛特全球化业务按下加速键，一直强调的DTC战略也取得了阶段性突破，第三季度海外零售店硕果累累，如泡泡玛特首尔旗舰店、东京首店、墨尔本首店均成功开业，当地消费者反响热烈。

在泡泡玛特的国际化布局中，欧美市场一直是重点之一，今年1月，泡泡玛特在伦敦开设了欧洲首店，今年6月，泡泡玛特在洛杉矶开设了首家快闪店。未来，泡泡玛特将持续开拓欧美市场，将中国潮玩带给更多的全球消费者。

## 卡塔尔世界杯带旺中国“看球经济”

21日卡塔尔世界杯正式开赛。赛场远在万里之外，却没有阻挡中国球迷对比赛的热情。受世界杯赛事推动，中国餐饮、酒店与设备市场近期热度猛增。中国“看球经济”逐步升温，资本市场亦是一片欢腾。

**世界杯主题套餐大热 酒水饮料订单量激增**

综合上海第一财经、《深圳商报》22日报道，卡塔尔世界杯正式开踢，球场上一片火热，场外餐饮市场也在升温。几家外卖平台的数据显示，受“看球经济”带动，深圳世界杯主题堂食套餐订单量环比增长63%。

大众点评数据显示，开赛前三周，便有人开始检索预订世界杯看球餐厅，过去7天“世界杯餐厅、看球餐厅”等关键词搜索量周环比增长556%。其中，上海、深圳、杭州、南京、长沙成今年世界杯“餐厅看球”需求热度TOP城市。

上海、杭州等多家适合观赛的餐厅发现，世界杯期间北京晚间21时的时段预订十分火爆。上海趁烧欢乐烧肉相关负责人表示，本周，重要比赛时间就餐的订位满座率已超100%，将适当考虑扩大订座率。

菜品方面，啤酒炸鸡有望取代夏季赛事“网红”小龙虾成为冬季观赛伴侣，开赛前三天，相关套餐销量同比增长超357%。

此外，从数据看，世界杯也推动了外卖经济的增长。饿了么数据显示，上海区域酒水饮料增长近

五成，烧烤和咖啡等品类的订单环比增长超四成。

美团数据显示，世界杯开幕当日，烧烤、披萨、啤酒等传统“看球美味”外卖单量显著上升，而在平台外卖餐饮商户推出的众多“世界杯套餐”中，火锅异军突起，不但火锅外卖单量明显上涨，开赛前三日，外卖买电火锅的单量相比去年同期也上涨达到160%，“吃着火锅看球赛”成为冬季世界杯的一种消费新趋势。

**火热“看球经济” 点燃设备消费热情**

与此同时，看球设备销量也在近期上涨。美团数据显示，开赛前3天，平台上投影仪的外卖单量同比上涨达165%；音箱的外卖单量同比上涨超过100%。

一位北京球迷表示，为了在世界杯开赛时有更好的观赛体验，早在“双11”之际就下单了投影仪和音箱。

第三方监测平台飞瓜数据显示，近30天抖音电商上电视销售额在2.5亿元到5亿元(人民币，下同)之间，在大家电品类里销售额占比为16.42%，这一比例在过去90天内为12.47%，可以看出近30天电视销售占比上升。此外，近30天内抖音电商平台投影仪销售额为1亿元到2.5亿元。

值得一提的是，与以往不同，本届世界杯是首次可以使用VR设备观赛的大型体育赛事。

世界杯的火热也带动了VR眼镜的销量。北京《证券日报》从京

东方面获悉，据京东销售情况显示，近一周VR眼镜成交额同比增长超50%。

球迷小苏表示，为沉浸式观看世界杯，他花费2999元从PICO官网下单了VR眼镜，下单次日就收到货。

“世界杯能在一定程度上促进消费者购买VR头显设备。”IDC中国高级分析师赵思泉表示，不过，由于缺乏爆款应用的吸引，以及目前设备价格与终端智能手机相当，其消费市场仍然没有真正打开，VR产业要真正走入大众市场仍有一定距离。

**到酒店观赛 “看球房”成热门**

因本届世界杯比赛时间为中国深夜，为不打扰家人，不少球迷选择到酒店观赛。“看球房”成为热门。

广州《羊城晚报》报道，11月20日开幕日当晚，同程旅行中国全国“看球房”预订量环比上涨超过30倍；预订“看球房”的人群中，25岁以下年轻人占比64%。

根据同程旅行统计，上海、长沙、武汉、西安、杭州是世界杯期间“看球房”预订最多的城市。其中武汉、长沙、上海以中年男性预订为主，上海、杭州、深圳则有更多的年轻女球迷预订。世界杯期间，三亚的“看球房”平均订单价格最高，每晚超过300元。

另一值得注意的是，一向以女性用户为主的亲子房品类，在20日当晚也变为男性主导——超五成



2022卡塔尔世界杯20日在多哈开幕。图为开幕式的文艺演出。

携程亲子房产品被80后男性用户预订，带娃看球受到追捧。

**“看球经济”火了 A股多板块上涨**

随着中国的“看球经济”逐步升温，资本市场亦是一片欢腾。

广州《21世纪经济报道》记者不完全统计，今年直接参与世界杯项目服务的A股上市公司就有十余家。

尽管在卡塔尔世界杯开幕后首个交易日没有突出表现，但这些A股企业进入11月以来，股价多大幅上涨。截至11月21日收盘，巨力索具、宇通客车、中集集团11月以来的涨幅均超过8%。

此外，wind数据显示，11月以

来(截至11月21日收盘)，世界杯指数涨幅已超过15%。

被称为“A股足球第一股”的星辉娱乐(300043.SZ)，是首家控股欧洲五大联赛顶级俱乐部的A股上市公司。11月以来，星辉娱乐涨17.9%，其间一度创下3.98元/股的阶段高点，最高涨幅近40%。

华南一家私募机构合伙人受访指出，在足球世界的两极欧洲与南美，相较于前者的波澜不惊，后者股票市场上的“世界杯效应”更为突出。整体而言，A股在世界杯比赛期间市场的表现并不差，但同时也建议理性交易，防范炒作风险。