

# 第三轮药品带量采购启动在即

慢性病用药有望大幅降价

中国证券报记者获悉,由国家医保局组织的第三轮带量采购行动将于2个月内举行,品种数量为35个,其中不少属于高血压、糖尿病这两类慢性病的用药。在前两轮实践的基础上,本轮带量采购方案将调整部分规则。比如,中标的生产厂家最多可以达到6家,一定程度上缓解药企之间的竞争态势。



新华社图片

□本报记者 戴小河 傅苏颖

## 35个品种纳入集采

新一轮带量采购品种为35个,这与之前河南、湖南、广西突击摸底的产品数量一致,谈判议价工作有望在两个月之内开始。本次集采的一大亮点在于,将临床急需、市场规模大的慢性病品种纳入集采范围。其中,高血压用药品种10个左右,糖尿病用药品种约5个。慢性病具有终生服药的特征,在医保中占有较大比重,也是不少患者用药的主要负担。

中标原则方面,依然采用最低价中标的模式,允许多家企业中标。中标企业的数量为n-1。比如,7家投标,6家中标;6家投标,5家中标,以此类推;最高中标企业数量为6家。在报价上采用淘汰制,一旦企业的报价超过最低价的1.8倍,将直接出局。

参与集采的区域为全国32个省(区、市)的公立医院。市场分配方面,仅一家企业中标的给予全部市场50%份额,两家企业中标的给予60%的市场份额,中标三家给予70%的份额,中标4家以上则给予80%。

在此前的第一批带量采购中,每个品种的中标企业只有1家,竞争异常惨烈。第二轮的中标企

业的数量最多不超过3家,根据中标企业的数量,采购量为当年约定采购量计算基数的50%~70%。

中国证券报记者获悉,此轮带量采购的品种可能囊括阿比特龙、阿德福韦酯、阿卡波糖、二甲双胍、甲硝唑、克林霉素、莫西沙星等。阿卡波糖是国内糖尿病第一口服药。11月27日,国家医保局在上海召开座谈会,拜耳、赛诺菲、科伦药业、恒瑞医药、石药集团、齐鲁制药、正大天晴等多家药企参加,旨在为第三轮带量采购扩大品种提前摸底。

## 预计降价幅度较大

此前的带量采购没有纳入高血压和糖尿病用药品种。而作为慢性病治疗领域的大品种,患者对其纳入集采的愿望十分强烈。知情人士透露,有望纳入第三轮国家带量采购的35个品种,通过一致性评价的厂家均达到3家及以上。根据此前经验,此举意味着这35个品种的降价幅度不会低于50%。

我国慢性病患者多,医保机构特别关注这部分人群,早就实行慢性病治疗的报销政策,最高一年可以报销2000元,但仍有不少部分人吃不起药。从第三轮带量采购的迹象看,临床花费数额高的品种将很快被纳入集采范围,包括高血压、糖尿病、恶性肿瘤等治疗领域用药。结合第一

轮的中标价情况看,平均降幅52%,最高降幅96%。比如,平时在药店购买的阿托伐他汀片7元/片,而第一轮带量采购中标价仅0.94元/片。

带量采购强调“量价挂钩”,国家拿出60%~70%的市场份额作为招标筹码,以达到以量换价的目的。企业一旦中标,可以迅速占领市场,而赢得市场的代价就是最大限度降价;一旦落选,则意味着失去市场。

因此,价格与市场的竞争成为带量采购的关键博弈。不少中小药企基于“价”的原因处于劣势,在降低成本、升级药品制作工艺等方面能力有限,且没有足够的经济实力给出低于成本的价格;“量”的方面,即使在价格方面略胜一筹,拿下一个采购周期60%~70%的市场份额,也难以保证药品品质以获得收益平衡。

## 行业三大走向

实施带量采购将导致医药行业重新洗牌,行业趋于集约化和规模化发展。多位业内人士分析称,一致性评价和全国集采工作进一步推广后,行业将出现三大发展走向。

首先,每个品种的市场将被少数企业瓜分,行业集中度大幅提升。根据国家药监局的部署,将来全部仿制药都必须进行一致性评价,并规定“同品种药品通过一致性评价的企业达到3

家以上,集中采购等方面不再选用未通过一致性评价的品种”。目前国内31省(区、市)均已落实该政策。随着一致性评价和全国集采的开展,率先通过再评价的前三家企业将瓜分某一品种的市场。

其次,仿制药的质量和疗效将有所保障,原研药将逐步替代。国家对仿制药一致性评价的技术要求严格参照欧美药品监管法,确保通过一致性评价的仿制药的质量和疗效与原研药相当。在此基础上,“对通过一致性评价的产品在招标采购和医保支付等方面给予和原研药同等待遇”、“药品专利链接和试验数据保护”等政策,为仿制药替代原研药创造了良好的外部环境。在诸多利好条件下,国产仿制药将逐步替代原研药,有望打破原研产品的垄断局面。

第三,受政策驱动或产品质量提升的影响,更多本土企业将进军海外市场。受“支持中国境内企业生产的在欧盟、美国或日本批准上市的药品在中国上市”的政策影响,一些有一定研发实力的企业会利用该政策首先在海外获得认证批文,再向国家药监局申报一致性评价,借此加快审批进程。此外,通过一致性评价的国产仿制药有望实现与原研产品在临床治疗上的相互替代。这将提高国内企业仿制药的国际竞争力。预计更多本土企业将尝试开拓海外市场,提高产品销量。

# 一汽轿车重组方案获股东大会通过 一汽解放上市再进一步

□本报记者 宋维东

12月10日晚,一汽轿车发布公告称,《关于公司本次重大资产重组、发行股份及支付现金购买资产暨关联交易方案的议案》等多项议案获股东大会通过。这标志着一汽轿车重大资产重组即进入实质性操作阶段。随着一汽解放的置入,上市公司将成为一汽解放商用车的上市平台。

## 270亿元重组

一汽轿车重大资产重组备受关注。方案显示,一汽轿车拟设立全资子公司轿车有限,将拥有的除财务公司、鑫安保险之外的股权及部分保留资产以外的全部资产和负债转入轿车有限,并将轿车有限100%股权作为置出资产,与一汽股份持有的一汽解放100%股权中的等值部分进行置换。

资产置换完毕后,一汽轿车主体包括一汽解放100%股权、一汽财务21.8%股权及鑫安保险17.5%股权,主业变更为商用车整车制造和汽车金融业务。

本次重组,置入资产一汽解放100%股权交易作价270.09亿元,置出资产交易作价50.88亿元,差额为219.21亿元,由一汽轿车分别以现金及发行股份的形式支付。值得一提的是,在此前的方案中,一汽轿车将募集不超过35亿元的配套资金。在11月28日晚披露的新方案中,一汽轿车决定取消原方案中的募集配套资金部分,相关对价改由一汽轿车用自有现金支付。

一汽轿车相关负责人表示,此次取消募集配套资金,主要是考虑到优化本次交易后上市公司股本和上市公司现金支付能力。业内人士表示,本次重组受到市场关注,需要权衡各方

利益,对方案进行调整体现出重组双方积极推动此次交易的意愿。“本次重组方案,虽然一汽轿车增发股份数量大,但考虑到置入资产本身规模较大,且装入中国一汽体系内盈利能力很强并符合上市条件的资产,此次重组体现了中国一汽的诚意。”

本次重组,一汽解放的评估价值为270.09亿元,较账面值196亿元增值74.09亿元,增值率约38%。增值部分主要为:长期投资按股权比例计算后总体增值约17亿元;房屋建筑物较账面值增值14亿元;无形资产增值22亿元,土地使用权因地价上涨而导致无形资产增值约22亿元。剩余的增值部分主要来源于一汽解放子公司对股东的投资回报以及因折旧年限与经济耐用年限不同等因素造成的评估增值。

上述业内人士表示,从上述情况看,一汽解放评估值相较于账面值增加的74.09亿元,其中近一半来源于房屋及土地的增值,符合我国实际的国民经济发展背景。

此次交易前,一汽轿车主营乘用车业务,一汽解放专注于商用车业务。交易完成后,一汽轿车主营业务将变更为商用车整车的研发、生产和销售。

## 盘活优质资产

一汽解放是中国第一国产商用车品牌,也是中国唯一掌握世界级整车及三大动力总成核心技术的商用车企业。目前,一汽解放已实现以重型车为主,中型、重型、轻型发展并举的产品格局,拥有牵引车、载货车、自卸车、专用车、军用车五大产品系列,是中国商用车行业处于领先地位的整车企业,也是国内重卡行业的绝对龙头。

近年来,一汽解放自主研发并掌握了发动

机、变速器、车桥总成换油周期等核心技术,技术水平国内领先、国际一流。主要产品市场占有率达到持续上升趋势,在中重型车领域的优势较为明显,市场占有率为排名第一。

2019年上半年,一汽解放实现营业收入488.52亿元,实现归属于母公司所有者的净利润16.62亿元;截至6月末,公司货币资金为109.3亿元。一汽解放是中国一汽旗下盈利能力最强的业务板块之一,被称为中国一汽的“业绩奶牛”,也是中国一汽体系内最优质的资产之一。

相关统计数据显示,截至2018年末,一汽解放经销商数量为538家,网络店年均销量为434辆,销售方面优于同行业竞争对手。此外,一汽解放的主要重卡产品J6、JH6及J7相较于同业产品,拥有产品力竞争优势。

据业内人士分析,2020年至2025年,一汽解放的中重型卡车将达到27万辆的年销售量。细分车型方面,一汽解放将在牵引车、载货车领域保持销售优势,并在自卸车及专用车领域扩大销售。轻型卡车方面,通过新产品的支撑,一汽解放将达到23万辆的销售量。此外,以一汽解放目前的技术储备,有望在新能源领域实现跨越式发展。

值得一提的是,一汽解放积极布局5G生态,今年1月正式发布了“哥伦布智慧物流开放计划”。该计划包含以一汽解放智能平台为核心的“智能+”开放计划和以一汽解放车联网平台为核心的“互联+”开放计划,试图把新能源、物联网、大数据、人工智能、区块链等新技术融为一体,将公司逐步发展成为智慧交通解决方案的提供者。

一汽轿车上述负责人表示,公司此次重大资产重组顺应了汽车行业变革趋势和当前汽车

市场形势,可充分利用资本市场开展产业整合及新业态布局。中国一汽商用车业务的盈利能力及资产规模有望进一步提升,增强上市公司的整体盈利能力及核心竞争力。

## 解决同业竞争问题

2011年,中国一汽主业改制成立一汽股份。一汽股份曾向一汽轿车和一汽夏利作出了在成立五年内通过资产重组或其他方式整合所持的轿车整车生产业务,以解决同业竞争问题的承诺。其后的几年,由于宏观经济环境、汽车行业、证券市场和内部经营管理等方面的变化,一汽股份未能如期履行承诺。

2016年6月,一汽轿车和一汽夏利同时公告表示,一汽股份原计划在五年内解决其与子公司一汽轿车、一汽夏利同业竞争的承诺无法履行,将承诺期再度延迟三年作为过渡期。

同时,中国证监会2016年以来一直在督促一汽股份解决同业竞争事项,一汽股份也在寻求解决的最佳途径。如今,在承诺期结束期三年之后,这一问题的解决随着此次一汽轿车的重大资产重组迈出实质性步伐。

通过本次交易,中国一汽实现了商用车整车业务在A股上市。同时,作为上市公司的一汽轿车主要业务与中国一汽控制的其他单位从事的主要业务不会构成同业竞争。

值得注意的是,一汽夏利12月8日晚公告称,公司控股股东一汽股份将持有的公司控股股东股权无偿划转至铁物股份;公司现有全部资产、负债置出予一汽股份指定的子公司。同时,公司通过发行股份购买资产的方式购买中铁物晟控股权。本次划转完成后,铁物股份将成为公司控股股东,公司实际控制人仍为国务院国资委。

## 四大景区项目全面投入运营

# 新华联文旅转型成效凸显

□本报记者 董添

新华联集团斥资80亿元打造的大型文旅项目鸠兹古镇日前全面开放。至此,新华联旗下长沙铜官窑古镇、西宁童梦乐园、四川阆中古城等四大景区项目全面投入运营,文旅转型成效显著。

新华联文旅发展董事长苏波对中国证券报记者表示,新华联上市之初就将文旅地产作为发展目标。四大景区悉数开放,标志着公司文旅转型取得阶段性进展,公司估值将得到较大提升。文旅项目考验公司持续运营能力和迭代升级能力。目前景区周围地产项目销售情况良好,对文旅板块提供强有力的业绩补充。

## 产业兴镇

据苏波介绍,2018年到2019年上半年,全国文旅特色小镇签约或开工项目120个左右,投资总额超过万亿元。旅游特色小镇已经成为产业升级的聚焦点,是实现旅游业全面深化改革的重要抓手,对持续推进旅游市场可持续发展意义重大。

基于安徽“文化强省、旅游强省”战略部署以及芜湖打造“欢乐城市”的发展目标,新华联将首个文旅建设项目落子安徽芜湖,于2013年开始着手建设鸠兹古镇。截至目前,鸠兹古镇总占地面积1100亩,总建筑面积45万平方米,业态涵盖16处人文景点、30多个非遗体验项目、50多家徽商老字号、10多种徽文化沉浸式演艺、10大特色街区以及2个星级酒店、1个海洋公园等。古镇共有徽派建筑658栋共4288间。其中,明清遗存古建筑42栋318间,为中国目前最大的徽派建筑群。开园首日,鸠兹古镇接待游客超过3万人次。

鸠兹古镇以徽文化为引领,是国内首个徽商主题商帮的旅游区。古镇精心打造了中江书院、铁画博物馆、李经方故居、徽商百杰馆、贾儒堂、梨园堂等系列极具徽文化特色的人文景点,兴建了十大主题街区,满足吃住行游购娱功能的同时,实现产业立镇、产业兴镇的目标。

苏波表示,房企转型特色小镇投资运营商大有可为。第一,特色小镇要实现长远发展目标,离不开房地产开发,无论是旅游型特色小镇还是产业型特色小镇,都必须有房地产开发做支撑。第二,房企拥有较强的资源整合优势与平台构建能力,打造好特色小镇的关键就在于资源整合和特色产业的培育,且房企的资源可以为特色小镇建设和发展助力。第三,2016年以来,特色小镇的建设上升到国家战略,不同层面的支持政策相应出台,为旅游特色小镇带来了发展机会。

## 双核驱动

新华联目前在文旅的布局是“古镇+儿童乐园”,旗下拥有三个古镇和一个儿童主题乐园。随着鸠兹古镇全面开园,新华联旗下的四大主题景区全面推向市场。在这个过程中,新华联实现了由开发商向“开发商+运营商+服务商”的转型,兼顾开发和产业培育,公司向平台化转型。

据新华联介绍,近年来公司大力向文旅产业转型,不断提升文旅运营和服务水平,将文旅产业打造成为公司的核心竞争力。文旅业务释放收益的同时,地产业务为整体利润提供坚实后盾,形成双核驱动模式。

2019年上半年,公司文旅等其他板块销售收入占比升至40%左右,来自房地产销售收入占比下降至60%左右。景区景观配套对周边房地产项目形成明显的溢价,既有利于快速回笼地产收益,又可以反哺景区投资。2019年“十一”期间,已开业景区客流量合计超过50万人次,公司文旅运营进入收获期,转型效果显著。

针对转型原因,苏波表示,房地产回归居住属性,地产公司需要思考转型的问题。同时,文旅产业步入黄金时代。随着经济的发展、消费升级,我国文旅产业已经成为国民经济的战略支柱型产业,是经济增长的新蓝海,是与人民群众息息相关的产业。2019年,国内旅游人数有望超过60亿人次,旅游业为拉动国内消费提供了巨大的空间。

## 运营是关键

“房地产行业的运行模式和文旅产业完全不同。房地产建设好、销售完毕,项目基本就结束,后期最多是物业跟进。而文化旅游项目建成只是刚刚开始,三分建设七分管理,主要考验的是运营和管理。”苏波表示。

针对运营经验,苏波称,在发展文旅产业的过程中,新华联坚持以文化立魂,对当地文化进行深入了解和挖掘。为了使景区文化活起来,我们在鸠兹古镇、铜官窑古镇、阆中古城准备了大量的实景演出,希望把大家带入到中华优秀传统文化中。同时,打造独具特色的景区标签,要有深刻的文化可挖掘性,让IP强起来。在景区开发过程中,吸引了大量优秀企业合作,在铜官窑古镇、鸠兹古镇、西宁童梦乐园以及阆中古城的合作伙伴中,既有顶级的好莱坞环球影城制作单位,也有当地各类文化单位,共同配合打造优秀产品。

新华联文旅发展于2011年7月8日上市。自2013年开始,在新华联集团董事局主席兼总裁傅军的倡导下,新华联对未来的发展作出了全新定位,走转型升级的道路。希望能够在文旅融合新时代,为企业创造出新的价值。国务院发展研究中心、清华大学房地产研究所和中指研究院三家研究机构2019年共同发布的《2019百强文旅企业研究报告》显示,新华联文旅发展荣获文旅地产优秀运营企业称号,与融创、华侨城、碧桂园、万科共同跻身前五位。

# 1-11月新能源汽车销量同比增长1.3%

□本报记者 崔小粟

中国汽车工业协会(简称“中汽协”)12月10日公布的数据显示,11月汽车销量245.7万辆,环比增长7.7%,同比下降3.6%,降幅比上月继续收窄。其中,新能源汽车销量9.5万辆,同比下降43.7%。

1-11月,新能源汽车销量为104.3万辆,同比增长1.3%。中汽协表示,新能源汽车销量连续5个月同比下滑,预计全年或呈现负增长。

## 市场信心有所恢复

11月,汽车产量同比增长,销量同比降幅继续收窄。产销量分别完成259.3万辆和245.7万辆,产量同比增长3.8%,销量同比下降3.6%,销量同比降幅比上月收窄0.5个百分点。

月,汽车产销分别完成2303.8万辆和2311万辆,同比分别下降9%和9.1%,产销量降幅比1-10月分别收窄1.4和0.6个百分点。

中汽协表示,从11月的数据看,产销量恢复到250万辆左右的较高水平,尤其是产量同比增长正增长。这反映出企业在连续降低库存水平后,开始回补库存,生产节奏有所恢复;同时,企业的市场信心有所恢复。

11月,乘用车产销分别完成216.3万辆和205.7万辆,均达到了今年以来最高月度水平,产销量环比分别增长11.6%和6.7%;产量同比增长1.9%,销量同比下降5.4%,降幅比上月缩小0.4个百分点。1-11月,乘用车产销分别完成1917.5万辆和1923.1万辆,同比分别下降10.7%和10.5%,降幅较1-10月继续收窄。

中汽协副秘书长陈士华表示,第四季度以

来,我国汽车产销降幅继续保持收窄态势,但市场总体回升缓慢,消费信心仍不足,但中国汽车产业仍将保持稳定发展。

## 新能源车销量“五连降”

11月,新能源汽车销量继续下降,已连续5个月同比下滑,累计产销量同比仅微增长。新能源汽车产销分别完成11万辆和9.5万辆,同比分别下降36.9%和43.7%。其中,纯电动汽车产销分别完成9.6万辆和8.1万辆,同比分别下降29.6%和41.2%;插电式混合动力汽车产销均完成1.4万辆,同比分别下降63%和54.4%。

1-11月,新能源汽车产销量分别完成109.3万辆和104.3万辆,同比分别增长3.6%和1.3%。其中,纯电动汽车产销量分别完成89.1万辆和83.2万辆,同比分别增长10.3%和5.2%;插电式

混合动力汽车产销量分别完成20.1万辆和21万辆,同比分别下降18.7%和12.1%。

燃料电池汽车产销量分别完成1426辆和1337辆,同比分别增长398.6%和375.8%。