

国家集采推动 人工关节价格将降至千元级



视觉中国图片

9月14日,国家医保局组织开展人工关节集中带量采购,涉及人工髋关节、人工膝关节,拟中选结果于当天中午公布。此次人工关节集采共有48家企业参与,44家中选,中选率为92%。拟中选髋关节平均价格从3.5万元下降至7000元左右,膝关节平均价格从3.2万元下降至5000元左右,平均降价幅度达82%。

中国社会科学院行为经济学实验室执行主任姚宇对中国证券报记者表示,此次人工关节国家集采有利于行业集中度提升,利好国产龙头企业。

报价竞争激烈

本次人工关节集采共涉及陶瓷-陶瓷类髋关节产品系统、陶瓷-聚乙烯类髋关节产品系统、合金-聚乙烯类髋关节产品系统和膝关节产品系统四大类产品。首年意向采购量共54万套,占全国医疗机构总需求量的90%。按2020年采购价计算,公立医疗机构人工髋、膝关节采购金额约200亿元,占高值医用耗材市场的10%以上。

从现场来看,企业报价竞争激烈。其中,天津康尔诺科技有限公司针对合金-聚乙烯类髋关节产品系统报出了全场最低价1788元,上海晟实医疗器械科技有限公司则报价1970元。

国内医疗器械龙头企业迈瑞医疗在陶瓷-陶瓷类髋关节产品系统上报出了10509元的全组最高价,掀起了会场的一个小高潮。另外,上海博玛医疗科技有限公司针对膝关节报价15444元,报出了全场最高价。

针对企业报价差距较大的原因,国家组织高值医用耗材联合采购办公室集中采购组组长高雪在现场表示,这符合临床的实际需求,企业都是根据成本来测算,不同企业的成本测算有不同的方法。

此次集采的另一个特点是外资企业参与度很高,降价积极。例如,史赛克陶瓷-聚乙烯类髋关节产品系统、合金-聚乙烯类髋关节产品系统分别报价5119元和4160元,比一些国产企业报价都要低。

姚宇表示,此次人工关节国家集采

工作不仅推动相关产品价格下调,还将推动国内人工关节假体行业的整合和调整。针对有人担心价格下降后可能带来质量下降的担忧,姚宇称这是不必要的。他认为,在过去带金销售的市场模式下,产品质量和价格并不完全是正相关关系,产品用量大,价格高,并不代表其质量就一定好。这次集中招标采购由国家医保局出面向生产企业承诺采购量,直接砍掉了产品流通、代理环节的费用,这样一来,中标的企业可以安心地在产品研发、提升质量方面,朝着更能满足百姓需求的方向发力。

机制创新

骨科类集采报价方面,联采办根据企业的供应能力、医疗机构的需求、产品适应范围和供应的区域,将投标进行了分组,如果医疗机构需求量大,生产企业全国供应能力强,则分在A组;如果产品只在区域性供应,需求量有限,则分在B组。

多位受访人士对中国证券报记者表示,此次集采规则按生产企业的供应能力作为参考,将企业分为A、B组,不区分进口企业和国产企业,是此次集采规则设定的一大特点,这表明对国产企业产品品质的认可。

姚宇认为,国内企业通过与外资企业在同一标准的竞标平台上竞争后,能够帮助真正有实力的企业增强市场信心,也能够帮助企业发现自身产品亟需提升的关键点。集中招标采购工作本质上是一种市场价格发现机制。集采确定的价格将成为一种有效的市场信号,引

导企业重新定位自身的研发、管理和未来市场策略,有利于企业持续健康发展。国金证券认为,此次带量采购将提升关节类产品的国产利用率。过去市场长期被捷迈和强生等外资厂商主导,此次带量采购A、B类分组完全按照意向采购量划分,没有区分进口和国产产品,在国产关节类产品成本优势较强的情况下,国产厂商降价意愿更强,预计未来市场份额有望进一步提升。

国家医保局表示,本次集采坚持招采合一、量价挂钩,在总结冠脉支架集采成功经验的基础上,着眼于尊重临床需求和关节类产品特点,对采购规则作了进一步探索创新。一是按产品系统实施采购。根据临床使用特点,将临床完整手术所需的多个主要部件组合为产品系统实施采购,避免部分必要的部件因未中标而短缺,以及部分部件因未被纳入集采而涨价,确保临床治疗的整体性和安全性。二是充分考虑临床伴随服务。关节类手术需要企业提供“跟台”等临床伴随服务,本次集采企业报价时单列伴随服务费用,确保产品稳定供应和使用,有利于中选结果顺利落地。

“此次招标机制更趋合理,最低价入围概念正逐渐向合理价中标层次转变,保供应相关机制的预置是这次的亮点。”创生医疗相关负责人对中证报记者表示,公司的产品此次分在B组,已经中选,如果按照相关产品报价折算,价格降幅在85%以上。

中国证券报记者获悉,创生医疗此次参与投标的产品是髋关节,报价2779元,髌骨假体价格为460元,伴随服务价格为300元。

预计明年3月实施

高雪表示,本次采购报价基本合理,符合预期,预计将在明年3月实施。

为防止产品短缺,高雪表示,国家联采办将及时上线人工关节登记系统,该系统会涵盖从生产企业到经营单位、医疗机构再到患者的实际使用情况,是一个全供应链登记系统。“登记系统上线之后,能监测到生产企业发货情况、经营企业库存情况和医疗机构使用情况,把所有过程收录在系统中,一旦出现短缺情况,能及时进行预警。”

国金证券认为,过去关节类产品在国内植入渗透率较低。根据中国医师协会的数据,2018年中国人工全髋关节置换手术43.93万台,植入率35例/万人;人工全膝关节置换手术24.93万台,膝关节单髌置换手术1.12万台,植入率1.87例/万人。相较于美国2014年11.64例/万人的髋关节植入率和21.35例/万人的膝关节植入率,我国仍有巨大提升空间。根据标点信息的数据,2019年国内关节类植入医疗器械市场规模为86亿元,预计到2024年有望增长到187亿元,复合增速达16.87%。

国金证券建议,关注行业中产品品类丰富、布局完善的企业。未来行业集中度有望进一步提升,原本份额较小的企业如能在本次集采中以价换量,实现份额提升,未来有望提升收入规模。

上述创生医疗相关负责人表示,此次报价不低于成本价,能保证一定的利润。“中标意味着能确保公司生存,同时全国市场准入门槛打开,所有的医院都可以在网上选购公司相关中选产品。”

瞄准智慧办公领域 华为进入打印机市场

● 本报记者 吴科任

在企业云化、智能化加速以及信创需求旺盛的大背景下,国产打印机市场迎来新的人局者。9月13日晚,华为发布旗下首款搭载HarmonyOS的激光打印机产品Pix Lab X1。这是华为在智慧办公领域的一步关键布局。

目前,全球打印机整机市场产值超过两千亿元,但主要被海外大厂主导。国内方面,联想布局较早,知名度和市占率在国产品牌中均位居前列;奔图作为后起之秀,近年来发展势头迅猛。得力、小米等厂商也有布局。

IDC中国高级研究经理巴姗姗接受中国证券报记者采访时表示:“打印机以往被视作PC产品的外设,但近几年,打印机无线功能和手机打印小程序的发展使得打印机能跟手机直联,成为无线互联网设备的一员,并逐步成为重要的用户人口。这是越来越多‘圈外’厂商进入打印机市场的一个考虑。”

搭载鸿蒙系统

非击打式打印机主要分为三类,即激光打印机、喷墨式打印机和针式打印机。赛迪顾问数据显示,2020年,全球打印机销售额为421.2亿美元。据纳思达公告,2020年,全球激光打印机销售额为338亿美元。

华为PixLab X1是一款激光打印机。华为介绍,PixLab X1上手容易,其搭载HarmonyOS的华为手机、平板以及笔记本等设备,可以实现靠近发现弹窗配网,只需要点击连接,配网过程可视化,手机最快20秒完成配网,实现即开即用,免去了复杂的配网流程。

同时,华为PixLab X1一改传统产品的复杂操作逻辑,以HarmonyOS为技术基底,推出一碰打印功能,只需要将手机轻碰华为分享区域,手机中弹出打印预览界面,即可开始打印。该产品还支持复印、扫描这两大功能。

华为PixLab X1售价为1899元。赛迪顾问数据显示,2020年,惠普、兄弟这两家海外大厂的激光打印机全球平均销售为2606.43元、1692.94元,国产品牌联想、奔图对应的价格为1440.54元、1026.88元。

行业集中度较高

全球激光打印机行业属于成熟行业,集中度较高。赛迪顾问数据显示,2019年-2020年,前三大品牌(惠普、佳能、兄弟)出货量占据全球销量的64.1%和68.7%。

其中,惠普可谓一家独大,2020年其在全球激光打印机市场的份额高达41.3%,在中国激光打印机市场的份额达46.2%。

国产激光打印机方面,主要品牌有联想、奔图、得力等。赛迪顾问数据显示,2020年,联

想激光打印机的全球市场份额为4.8%、中国市场份额为12.2%;奔图激光打印机的全球市场份额为4%、中国市场份额为7.7%。

与上世纪即开始从事打印机业务的惠普、佳能等传统打印机巨头厂商相比,国内打印机厂商起步较晚,但发展迅速。

例如奔图电子,公司前身为赛纳科技的打印机事业部,从2015年开始从事打印机业务,如今已发展为完整掌握打印机核心技术和自主知识产权,集打印机及耗材的研发、设计、生产和销售为一体的企业,已全面构建从耗材到打印机整机生产的全产业链布局。

纳思达披露的调研纪要显示,今年上半年,奔图打印机全球出货量及收入保持稳定增长,出货量同比增长率超过50%。奔图上半年营业收入为18.63亿元,同比增长151.40%;净利润为3.52亿元,同比增长764.61%。

巴姗姗介绍,中国是全球激光打印机的最大市场,2020年出货量占全球总量的30%,国产品牌的市占率稳步上升。

品牌之间有竞合

目前,中国打印机市场的阵营可大致分为传统国际品牌、国产品牌及互联网生态型品牌,其竞争策略存在差异。“我们看一款打印机的发展潜力,除了机器自身的性能、定价、专利归属等方面外,还要综合考虑耗材策略及其盈利空间,以及是否能提供给用户更多的可打印内容和更好的打印体验。”巴姗姗认为。

巴姗姗表示,“耗材是很重要的因素。国际大品牌由于打印机的装机量比较大,针对他们的兼容耗材非常多。兼容耗材厂商跟打印机厂商有点‘相爱相杀’的关系,没有兼容耗材,打印机的装机量很难有快速提升,但是兼容耗材多了又会影响原装耗材的收入。国产品牌有些是通过低价耗材去跟兼容耗材竞争的,加上自己产品的装机量不如国际品牌大,兼容耗材厂商做国产品牌的耗材,其规模效益不够分摊成本。所以,一些国产品在耗材上会有比较好的收益。”

“国际品牌往往机器溢价高,耗材定价高,利润丰厚;国产品牌往往产品性价比高,耗材定价相对竞争力强;而互联网生态型品牌强调产品的圈用户能力,他们可以短期内不太介意硬件和耗材的利润贡献。”巴姗姗表示。

尽管打印机市场竞争激烈,但各品牌阵营间也有相互的渗透和影响。“一些国际厂商的渠道乐意增加销售国产品牌的产品去增强政府客户黏性,另外销售国产品牌产品可以有额外的利润增长来源。在技术层面上,国产品牌在中高速黑白和彩色打印设备上存在空白,还需要由国际品牌代工来实现,这会在较长时间内制约国产品牌的发展。”巴姗姗说。



视觉中国图片

成本上升需求旺盛 多家钛白粉企业提价

● 本报记者 何昱璞

钛白粉再度迎来涨价潮。龙佰集团、中核钛白、安纳达、惠云钛业等钛白粉企业近日纷纷发布提价公告,每吨上调幅度在700元-1000元之间。

原材料价格上涨

此次钛白粉涨价动因为生产成本快速提升。国内某钛白粉企业负责人告诉中国证券报记者,涨价主要是成本上涨导致,今年以来钛精矿和硫酸价格持续上涨。

中核钛白公告称,自9月14日起,公司钛白粉销售价格在原价基础上对国内客户上调1000元/吨,对国际客户出口价格上调150美元/吨。这是中核钛白年内第七次上调钛白粉价格。

龙佰集团公告显示,自2021年1月起,公司每月都在提价。其中,5月提价两次,累计上调价格达到7000元/吨。

安纳达9月14日晚公告,公司决定从9月15日起上调主营产品销售价格,金红石型钛白粉和锐钛型钛白粉国内销售价格均上调1000元/吨,出口价格上调150美元/吨。至此,公司在8月12日上调价格的基础上,再次上调主营产品价格,金红石型钛白粉和锐钛型钛白粉价格均累计上调2000元/吨。

业内人士认为,近期钛精矿上涨的主要原因是受限产等因素影响,原矿产量减少,进而导致钛精矿整体产量减少;而钛

白粉企业开工率高企,导致整个市场供不应求。

业内人士表示,“虽然产品价格上涨,但相对原材料涨价有些滞后。”根据生意社数据,截至9月13日,钛白粉均价在20000元/吨以上,最高达到21600元/吨。

得益于产品价格上涨,各家钛白粉企业上半年业绩增幅较大。龙佰集团上半年实现净利润24.35亿元,同比增长88.33%;中核钛白实现净利润6.57亿元,同比增长167.89%;金浦钛业上半年实现净利润1.12亿元,同比增长1404.26%;惠云钛业上半年实现净利润1.08亿元,同比增长132.38%;安纳达上半年净利润为8606.15万元,同比增长132.99%。

需求旺盛

从钛白粉需求端看,国内市场需求持续向好,国外市场仍受疫情影响,产能装置暂未恢复正常,在一定程度上刺激了钛白粉出口,产品出口量持续增加。

目前企业排单较满。鲁北化工在接受投资者调研时表示,预计未来两年内有一定量的钛白粉产能释放,虽然供给增加,但钛白粉需求旺盛,预计未来钛白粉价格不会大幅下降。一方面,国内生产具有成本和环保优势,出口替代国外钛白粉是长期趋势;另一方面,未来钛白粉可以作为铅粉、立德粉等产品替代物,拓展了钛白粉的用途。近期钛白粉上游的钛矿、硫酸价格涨幅较大,为钛白粉价格保持高位运

行提供稳定支撑,预计未来钛白粉产品价格仍有一定的上涨空间。

生意社数据显示,钛精矿方面,四川攀西地区钛精矿继续价格上调。云南地区钛精矿受环保影响,现货供应较为紧张,厂家多交付前期订单。受疫情影响,进口钛精矿供应也持续紧张,中小厂商钛精矿有所惜售。业内人士认为,目前市场钛精矿货源整体偏紧,短期看,供需错配使得钛精矿价格仍有上涨空间。

在钛精矿产量有限的背景下,2020年以来,国内钛白粉龙头纷纷延伸产业布局。8月4日,龙佰集团公告称,全资子公司四川龙蟒矿冶将投资建设700万吨绿色高效选矿项目,新增铁精矿160万吨/年、钛精矿40万吨/年、硫钴精矿1.5万吨/年,投资估算6亿元,建设时间为1年7个月;甘肃子公司拟投资建设3万吨/年转子级海绵钛技术提升改造项目,项目总投资18亿元,建设周期为4年。

国金证券表示,目前全球钛精矿供应仍然偏紧,未来全球少有钛精矿新增产能,预计钛精矿高景气度继续维持,钛精矿产能提升将进一步增强公司钛白粉业务的成本优势。

布局锂电材料领域

值得注意的是,多家钛白粉企业抓紧布局新材料领域。据了解,钛白粉企业可以将副产硫酸亚铁直接用于磷酸铁制备,因此也具有一定的成本优势,成为进军磷酸铁行业的一股重要力量。