

东北制药：开年即冲刺 跑好全年“第一棒”

东北制药相关负责人日前在接受中国证券报记者采访时表示，开局关乎全局，起步决定走势。公司高度重视开年各项工作，在全公司范围内开展“站上新起点、奋力开新局”形势任务教育，以更主动的工作态度、更积极的工作措施全面抓好生产和销售各项工作，保持良好发展态势，确保全年“开门红”。同时，大力提升精细化管理水平，于点滴处降低成本，从细微处要效益，全面提升业绩水平。

●本报记者 宋维东



东北制药101分厂生产线

公司供图

满产超产保市场

作为国内重要的药品生产与出口基地，东北制药一直以来具备显著的“原料药+制剂”一体化优势。特别是公司生产的德维喜、整肠生、卡孕栓、脑复康、东维力等制剂产品市场认可度高；维生素C、左卡尼汀、磷霉素、黄连素、吡拉西坦等主要原料药，更是远销全球100多个国家和地区。

触达全球的销售市场，对后方生产提出了更高要求。“公司围绕2024年商业计划和首季市场需求，提前部署今年1、2月份联动生产计划，合理调整，追加生产产品规，组织各单位加大马力全力满产超产。”东北制药生产指挥中心副主任、总调度长李洪说。

1月份，东北制药原料药产品排产同比增长175%，制剂产品排产同比增长48.3%。

作为东北制药产品线最多的制剂分厂，101分厂采取集约高效生产模式落实生产计划，通过优化排产流程、验证与生产相结合，进一步提高生产线产能。截至目前，101分厂马来酸氯氮地平片、盐酸小檗碱片、去痛片等产品产量同比翻倍，阿奇霉素分散片、左卡尼汀口服溶液、复方乙酰水杨酸片等产品产量同比提升20%以上。

中国证券报记者在东北制药原料药201分厂精制工段看到，员工们正在紧张有序地进行产品生产、包装。随着市场需求持续增长，该分厂加紧生产，积极抢进度、赶订单、备库存。“1月份，分厂部分品规产品产量已完成计划任务的150%，为全年生产经营开了好头。”该分厂厂长李兆才说。

综合施策应对竞争

2023年，面对市场竞争压力，东北制药动态调整业务结构，拓展营销思路，以优势品种作为拓展市场的主力品种，公司整体盈利能力持续提升。2023年前三季度，东北制药实现归属于上市公司股东的净利润2.20亿元，同比增长71.52%。

今年，东北制药进一步强化市场拓展，综合施策，有效应对激烈的市场竞争。记者在调研中见到东北制药制剂销售公司市场部副部长袁启龙时，他正在给销区业务人员讲解2024年产品招商方案的重点内容，并解答相关细节问题。

“制剂销售公司今年要围绕全年销售利润指标精细销售管理，以拓展终端、提升利润为核心，持续

扩大销售覆盖面与市场影响力。”袁启龙说，“1月份，制剂销售公司的一项重点工作就是推进全年招商，盯紧纯销进度，推动现有品种提速放量。”

原料药方面，东北制药制定差异化的营销策略，科学统计分析数据并抓住市场契机，推行新客户、终端客户开发政策，大力支持销售业务员对空白市场和新客户开发。

一直以来，原料药都是东北制药出口的重点品种。为推动原料药出口，东北制药今年更加主动、精准开发高端客户，进一步加强与全球主流食品、保健品生产商等重要客户合作，力争取得更多长期供货的优质订单；同时，加快相关药品的国

际认证，为打开更大的国际市场奠定基础。

日前，东北制药收到了欧洲药品监督管理局签发的原料药欧洲药典适用性证书（简称“CEP证书”），公司原料药左卡尼汀首次通过欧盟高端注册。东北制药也是国内左卡尼汀原料药生产企业中第二家获得CEP证书的企业。

东北制药在日前发布的公告中表示，公司是目前全国最大的左卡尼汀原料药生产企业，年产量和年出口量均位居全球前列。本次CEP注册通过，标志着公司左卡尼汀原料药正式通过欧盟高端注册，允许在欧盟高端医药市场进行销售，对提升该产品在国际上的地位将起到推动作用。

各生产系统则立足技术降本支撑，通过项目策划、方案论证、小试验证到生产应用，在质量达标、运行合规的基础上实现技术降本。

“公司把各项指标精细化到各个岗位，营造全员参与生产经营的浓厚氛围，让‘算细账’成为全员自觉行动，从细处着手，将精细化管理贯穿到企业生产、经营、管理全过程，使成本得到有效管控，实现直接创效的目的，推动经营业绩持续增长。”王维琳说。

纵深推进精细管理

在东北制药总经理助理王维琳看来，在降成本上降一分钱也不嫌少。成本管理一直是企业竞争力的一个重要因素。为此，在开年讲精细管理，就是要向全公司传递重要信号，即要进一步强化精细管理，推进降本控费，形成联动降本增效机制，全力挖潜，让效益在供产销各个环节中充分体现。

“精细管理带来的直接效益就是成本得到有效管控。”王维琳说，“公司从采购源头、工艺提升、能源节降等多方面深入挖潜

增效，通过控制成本费用实现开支最小化，从而保证企业运营效率最大化。”

眼下，东北制药各条线多措并举，全面提升精细化管理水平。

“我们仔细分析研判市场趋势，依据生产原料的库存、生产使用量、采购周期，把控采购时机和节奏，严控招标采购价格及议价定标管理。”东北制药采购保供中心主任白波表示，要通过控采、勤采、少采、集采等方式，超前策划，多措并举将降本创效做实做细。

A股医疗公司迎2024年首起收购案 龙头企业积极并购整合产业链

●本报记者 傅苏颖

日前，迈瑞医疗宣布拟通过“协议转让+表决权”的方式，使用66.5亿元自有资金实现对科创板上市医疗器械公司惠泰医疗控制权的收购，快速布局心血管领域细分赛道。这是2024年A股医疗领域首起收购案，也可能成为科创板首单“A收A”实现控制权转让的案例。

业内人士认为，对于医疗领域上市公司来说，成为细分领域龙头后往往需要找到第二增长曲线，投资并购可以帮助上市公司找到潜在的机会。

砸出“真金白银”收购

综合行业研究报告数据看，全球心血管领域市场规模已达到560亿美元，中国市场规模也超过500亿元人民币，在全球和国内医疗器械市场规模中均排名第二，仅次于体外诊断领域。在人口老龄化加剧的背景下，心血管领域市场增速更是显著高于其他领域。此次迈瑞医疗正是希望通过收购惠泰医疗控制权，在人口老龄化大潮下快速切入心血管赛道。

惠泰医疗是国内心血管领域的细分龙头企业。在电生理领域，惠泰医疗旗下电生理电极导管和可控射频消融导管，以及于2020年获批上市的漂浮临时起搏电极导管，均为国内首个获得相关注册证的国产产品，并被科技部认定为国家重点新产品。血管介入领域中，惠泰医疗在冠脉通路、外周血管介入两大细分赛道均有涉及，多项研发产品填补国产临床空白。突破性的创新产品也为惠泰医疗带来了高速的业绩增长，惠泰医疗预计2023年实现归母净利润5.10至5.65亿元，同比增长42%至58%。

为此次收购，迈瑞医疗砸出了“真金白银”。公告显示，本次收购综合成本约为450元/股，相较惠泰医疗最新收盘价溢价约20%。迈瑞医疗在公告中解释，收购控制权的出发点和时间点均是基于公司对于未来战略发展方向和节奏来考虑，旨在通过并购优秀国产公司，帮助迈瑞医疗快速切入心血管赛道，为迈瑞长期维持快速增长作出积极贡献。

双方强强联合，无疑将带来双赢。有机构认为，本次交易完成后，迈瑞医疗在研发和营销体系等各方面资源融合，有望赋能惠泰医疗不断提升产品在全球市场的竞争力。

近年来，迈瑞医疗格外重视外延式并购为公司发展带来的驱动效应。迈瑞医疗称，未来将继续围绕战略发展方向加速并购步伐，主要从主营业务补强、全新业务探索、海外发展支持等方面着手。通过并购的方式快速整合全球范围内的全产业链前沿技术，提升现有业务在高端市场的综合竞争力，加快成长型业务的发展速度，同时在全新业务领域不断进行探索，寻找长期更大且可持续的增长空间，并结合海外市场的本地化运营平台建设。

Wind数据显示，截至1月29日，有近30家医疗器械上市公司披露2023年业绩预告，其中14家公司去年业绩预喜，占比近五成。从净利润增幅上限看，山外山、乐心医疗、爱朋医疗和冠昊生物四

家公司预计净利润翻倍。加大技术创新、不断丰富产品线以及实现降本增效是业绩增长的主要原因。

山外山预计2023年归母净利润为1.6亿元至2亿元，同比增长170.1%到237.63%。报告期内，公司通过大力推进技术创新、新产品布局、性能提升等举措不断增强产品竞争优势，得到客户充分认可，品牌效应逐渐增强，实现产品销量增长。在血液净化产品国产替代政策的进一步推进下，公司营业收入和盈利水平持续增长。

乐心医疗预计2023年归母净利润较上年同期增长199.09%至211.48%，实现扭亏为盈，整体经营改善取得阶段性成果。报告期内，公司致力于提升综合管理水平和经营质量。对外积极调整销售策略，进一步优化客户结构。通过一系列的改革和持续改善措施，综合毛利率较上年大幅提升。

乐心医疗称，2024年公司将锚定“医疗级远程健康监测设备及服务提供商”核心战略，深化远程健康/慢病管理服务和新品研发，加快新技术新场景的应用、渠道开拓、大客户战略，重塑企业品牌形象。

开拓海外市场

医疗器械上市公司积极推动全球化布局。迈瑞医疗在去年年底披露的投资者关系活动记录表中分析，展望海外市场，短期来看，高端客户群加速突破的趋势仍将持续，并且公司在海外本地化生产、仓储物流、临床和IT服务等能力建设上也取得了阶段性进展，因此海外市场2023年四季度有望延续快速增长的趋势。长期来看，由于迈瑞已布局的产品在海外的可及市场空间已经达到了4500亿元，其金额数倍于国内的可及市场空间，但2022年公司在海外市场的收入还不到120亿元，市占率还不到3%。为了贯彻落实公司全球化发展的战略规划，公司在海外市场将持续通过内部投资和外部并购相结合的方式完善一系列本地化能力建设，加速欧美和发展中国家高端客户的突破进程，以此保障海外市场长期稳定地快速增长。

山外山日前披露，公司2023年前三季度海外销售收入达到8787.76万元，同比增长139.94%。公司血液净化设备系列产品凭借优异的产品质量、稳定可靠的性能与极高的性价比优势，已成功打入全球市场，并远销至意大利、瑞士、印尼、印度、马来西亚等70多个国家和地区。随着公司海外市场的发力和深耕，海外市场的销售还将会持续增长。

元禾控股相关人士称，医疗器械的创新大部分是基于现有技术平台的迭代式改良，这种机会往往被拥有先发优势的龙头企业主导。只有在出现显著的技术变革时，新玩家才有望打破固有局面，从而催生出一波新的投资机会。

相较创新药，元禾控股相关人士认为，器械赛道分散，没有显而易见的技术浪潮，但隐藏在很多产品背后仍有一些技术共性的趋势。除体外诊断以外的其他器械领域，有三个方向：耗材的微创化、设备的智能化、能量形式的多样化。其中，耗材微创化最直接的体现就是心脑血管耗材，整体从开胸走向介入；此外，骨科及其他耗材，在腔镜等帮助下也在不断提高微创化水平。

药企积极研发口服GLP-1类药物

●本报记者 李梦扬

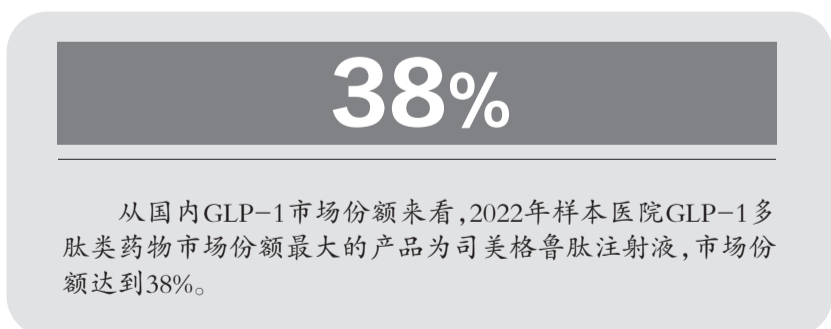
1月29日，减肥药概念股持续活跃，截至收盘，金凯生科涨停，昊帆生物、常山药业、诺泰生物等跟涨。消息面上，根据国家药品监督管理局政务服务门户网站消息，近日，诺和诺德研发生产的诺和忻（司美格鲁肽片）已获批上市，用于治疗2型糖尿病，这是在我国首个获批上市的口服GLP-1（胰高血糖素样肽-1）受体激动剂。

目前，司美格鲁肽口服剂型的减肥适应症仍在三期临床阶段。国内华东医药、翰宇药业、通化东宝等多家药企亦正在研发口服GLP-1类药物。业内人士表示，口服剂型具备更好的依从性，是GLP-1药物的重要研发方向之一。

关注口服剂型前景

诺和诺德全球高级副总裁兼大中国区总裁周霞萍表示：“诺和忻是公司加速引进中国的又一重磅创新药物。作为全球糖尿病治疗领域的领军者，我们将继续以患者为中心，引领GLP-1RA类药物的研发突破，推动糖尿病治疗理念的革新。”

有业内人士向记者介绍，诺和忻是全球首个且目前唯一口服胰高糖素样



肽-1受体激动剂（GLP-1RA）。相较于注射版，口服具有一定的便利性，且更易保存，同时需要每日服用。

据了解，司美格鲁肽口服剂型（Rybelsus）于2019年在美国上市，2020年在欧洲和日本上市。根据诺和诺德披露的2023年三季度财报，2023年前三季度，糖尿病适应症注射剂Ozempic销售额达656.53亿丹麦克朗，同比增长53%；减肥适应症注射剂Wegovy销售额达217.29亿丹麦克朗，同比增长481%；口服制剂Rybelsus销售额达128.4亿丹麦克朗，同比增长77%。

国投证券分析师马帅表示，从国内GLP-1市场份额来看，2022年样本医院GLP-1多肽类药物市场份额最大的产品为司美格鲁肽注射液，市场份额达

到38%。他预计，口服司美格鲁肽片在国内上市销售后将进一步提升GLP-1类药物市场规模。

方正证券表示，Rybelsus的原料用量每月约是注射用量的90倍，预计Rybelsus在国内上市将很大程度带动如SNAC辅料供应商、司美格鲁肽原料药公司等相关产业链企业的发展。

发展潜力较大

目前，国内亦有多家药企正在研发口服GLP-1类药物。华东医药在近日披露的机构调研纪要中透露，公司在研的GLP-1产品中，口服小分子GLP-1受体激动剂HDM1002片已获得中国和美国的IND（新药临床研究）批准，

国内目前处于Ib期临床阶段。

翰宇药业表示，公司在多肽减重降糖管线的布局有替尔泊肽、司美格鲁肽、利拉鲁肽等，其中在司美格鲁肽的口服、注射剂方面都有布局。

1月23日，通化东宝在互动平台上称，公司在研GLP-1产品包括一类创新药口服小分子GLP-1受体激动剂（THDBH110胶囊）和GLP-1/GIP双靶点受体激动剂（注射用THDBH120），未来将进一步探索和挖掘这些产品在减肥等适应症的潜力。

“从给药类型看，各大药企积极研发口服剂型，如辉瑞和礼来正在开发的小分子类GLP-1药物。”方正证券称。口服剂型研发方面，招银国际进一步分析，与多肽口服GLP-1相比，非肽类GLP-1激动剂具有较好的生物利用度，分子设计较为简单，生产成本较低，具有较大的发展潜力。

目前市场颇为关注减肥药领域的进展。药物临床试验登记与信息公示平台显示，司美格鲁肽口服剂型的减肥适应症仍在三期临床阶段。

马帅称，目前国内已有多家企业布局GLP-1药物，核心布局市场为减重市场，已经有二十余家企业的GLP-1药物进入减重适应症临床开发阶段，此外还有多款药物处在临床前阶段。



视觉中国图片