

行业呈复苏趋势

医疗器械上市公司加大创新力度

近日,联影医疗举行2024年度及2025年第一季度业绩暨现金分红说明会。公司董事长兼联席首席执行官张强表示,2024年,在全球化拓展与“高举高打”战略的双重驱动下,公司实现中国市场占有率、国际业务收入、高端设备及服务收入等多项核心指标的历史性突破。展望未来,围绕自主创新和全球化发展的战略路径,公司将持续扩大品牌影响力,坚持以客户为中心,推动产品功能持续创新,全面提升市场份额。

近期,医疗器械上市公司业绩说明会密集举行。中国证券报记者梳理发现,医疗设备更新政策、医疗器械创新研发进展、海外市场布局成为投资者普遍关注的话题。业内人士表示,随着医疗专项债发行规模的反弹、医疗设备更新项目的启动,医疗设备的月度招标数据呈现持续改善趋势,医疗设备公司业绩有望复苏。此外,医疗器械出海趋势向好,不少龙头公司加快了海外市场开拓和本地化深耕。

● 本报记者 李梦扬

以自主创新为核心驱动力

根据联影医疗日前披露的财报,2024年,公司实现营业收入103.00亿元,归母净利润12.62亿元。2025年第一季度,公司实现营业收入24.78亿元,同比增长5.42%;归母净利润3.70亿元,同比增长1.87%。

张强介绍,2024年,国内医疗设备行业受到设备更新政策落地节奏等因素影响,市场需求阶段性错配,使得整体增速放缓。根据众成数科统计,2025年第一季度,全国医疗设备招投标整体市场规模同比增长约67%。同时公司在今年一季度也迎来业绩回暖,展现出强劲的增长动能和市场竞争能力。

值得关注的是,2024年,公司实现海外业务营业收入22.66亿元,同比增长35.07%,占总体营业收入的比例为22%。张强表示,随着全球市场需求的持续释放和公司全球化战略的不断深化,短期内公司将聚焦提升出海能力,夯实本地化营销与服务体系;中期来看,公司将加快全球业务扩张步伐,进一步拓展市场覆盖与产品渗透;长期来看,公司致力于实现全球技术引领,与客户建立长期共赢的生态合作关系。

研发方面,2024年联影医疗研发投入达到22.61亿元,占营业收入的比例为21.95%,同比提升5.14个百分点。公司董事、董事会秘书兼首席投资官蔡涛表示,在强有力的研发投入之下,配合“高端突破+基盘稳固”的策略,2024年和



联影医疗生产车间

公司供图

2025年一季度联影医疗推出了从临床经济型到高端科研型的一系列创新产品,其中获批上市产品超20款,尤其是中高端产品凭借着市场竞争力对公司营收的贡献正在持续扩大。

“联影医疗始终以自主创新为核心驱动力,持续加大研发投入,在关键技术领域实现多项重大突破,逐步建立起涵盖磁体、射频和功率放大器、球管、高压发生器及探测器等核心零部件在内的完整自研体系。”蔡涛称。

具体到AI技术,张强表示:“随着AI技术与大模型的蓬勃发展,医疗影像行业正迎来全方位变革。从行业发展趋势来看,AI已从底层技术创新迈向深度临床赋能。”目前联影医疗已打造了跨产品线的完整数智化超级平台,各产品线均已完成智能化技术平台的开发与搭载,实现了AI技术的源头级赋能,并推动了多模态、跨尺度诊疗技术的创新。

完善海外市场布局

近期,多家医疗器械上市公司召开业绩说明会。记者梳理发现,医疗设备更新政策、医疗器械创新研发进展、海外市场布局等多方面情况频频被投资者追问。

迈瑞医疗在近日召开的2024年网上业绩说明会上透露,自去年12月份以来,国内市场的医疗设备月度招标数据呈现持续复苏态势。随着医疗设备更新项目逐步启动,医疗设备月度招标数据的复苏如果能够持续,公司有信心国内



视觉中国图片

业务将从今年三季度开始迎来重大拐点。

2024年3月,国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,其中提到,推进医疗卫生机构装备和信息化设施迭代升级,鼓励具备条件的医疗机构加快医学影像、放射治疗、远程诊疗、手术机器人等医疗装备更新改造。对此,联影医疗董事、总经理、联席首席执

行官谭国陞近日回复投资者提问时表示,该方案作为一项覆盖2024年至2027年的中长期政策,在2025年及未来几年对高端医疗设备领域产生积极且深远的影响。在政策推动下,医疗设备市场的潜在需求将被逐步激活。加之政策周期延续至2027年,市场需求具备良好的延续性和成长性。

翔港科技:向“打造日化产品一站式供应链”战略目标迈进

● 本报记者 乔翔

当前,全球化妆品行业正经历多重变革——消费者对个性化、环保包装的需求激增,品牌方对供应链效率与成本控制的要求日益严苛。在此背景下,翔港科技与科丝美诗(中国)化妆品有限公司于日前正式签署战略合作协议。

“我们能够以较低的成本提供优质的包材,从而提升对方的产品在市场上的竞争力,这是双方此次合作的主要出发点和愿景。”谈及此次合作,翔港科技董事长、总经理董建军在接受中国证券报记者采访时表示,双方将围绕产品开发、供应链优化、成本控制等领域展开全方位协作。

借合作打开高端市场

纵观此次合作,一方面,科丝美诗(中国)虽在研发与生产端具备优势,但其包装供应链较为依赖外部合作;另一方面,在“打造日化产品一站式供应链”的战略目标下,翔港科技积极整合包装印刷(外包材)、包装容器(内包材)、化妆品(内容物)三大业务板块,希望通过技术协同进一步打开高端市场。

在此背景下,双方一拍即合。据悉,科丝美诗(中国)成立于2004年,拥有超5000名员工,已在上海、广州建立4个生产基地。此外,其拥有配方研发、功效测评、战略市场等专业团队。

作为科丝美诗(中国)母公司,科丝美诗集团自1992年创立以来,已在韩国、中国、日本等地建立生产基地,业务领域涵盖化妆品、生物制药及健康食品。财务数据显示,2024年,科丝美诗集团合并销售额同比增长21.9%。

这一成绩彰显了其在全球化妆品原始设计制造商(ODM)领域的领先地位。未来,科丝美诗集团将通过精准区域化运营和深度客户分层,持续巩固世界领先化妆品研发制造企业的核心竞争力。



翔港科技包装生产车间

本报记者 乔翔 摄

自成立以来,翔港科技一直以“包装让生活更美好”为企业使命,将日化、食品、烟草行业作为产品拓展和覆盖的核心领域,通过历年的研发投入及技术积累,逐步形成了从产品设计、方案优化、加工生产到第三方采购与包装产品物流配送、供应商库存管理以及辅助包装作业的一体化业务模式。

“传统的包装印刷产品生产厂商往往只能获取生产环节的利润,而公司作为一体化包装解决方案供应商,能够为客户提供包装设计、结构设计、工艺研发等全方位、多层次的技术支持,深度介入了下游产业链,与下游客户达成更密切的业务联系。”董建军表示。

此次合作是翔港科技践行公司既定发展战略的又一次深度探索。据介绍,翔港科技通过旗下瑾亨化妆品、久塑科技积极开拓化妆品原始设备制造商(OEM)、ODM业务和化妆品塑料

包装业务,从而实现了为日化类客户提供包装印刷(外包材)、包装容器(内包材)和化妆品(内容物)业务的“一站式”服务。

“正是基于这一模式,公司可在提高外包材、内包材、内容物加工综合接单联动能力的基础上,更好地提升客户黏性。”董建军说,特别是在与优质客户的合作过程中,进一步推动公司形成“研发-生产-包装”的完整生态链。

提倡绿色生产加工理念

此次合作协议明确,双方将在产品开发、精益生产、供应保障及成本优化等领域进行深度合作。

在产品端,翔港科技可提供满足对方所需的相关产品,并且该类产品具备成本优势;在生

产端,翔港科技在上海的基地可与科丝美诗(中国)现有产能形成区域联动,进一步降低物流成本。

近年来,翔港科技对内部生产、销售、管理等流程进行全面梳理和优化,消除不必要的环节和重复劳动,提高整体效率,减少库存积压,降低生产成本和资金占用。此外,工艺部门通过不断工艺优化,提高生产加工效率、降低材料成本。

值得一提的是,除成本控制方面外,翔港科技在绿色生产方面的优势也是促成此次合作的一个重要基础。

“公司一贯大力提倡绿色生产加工理念。”董建军表示,随着公司近年来不断推动技改措施,加快技术升级,在提升公司产品环保技术、增加产品和服务附加值的同时,也一定程度上提高了细分行业的技术壁垒,拉大了差异化竞争的空间。

《中国包装工业发展规划(2021-2025年)》提出,推进绿色转型进程,突出绿色低碳循环转型在产业深度转型和可持续发展中的引领性作用,加快构建覆盖包装全生命周期的绿色发展体系,显著提升绿色发展水平,有效形成包装产业循环经济发展模式。

业内人士告诉记者,国际知名客户往往具有较强的社会责任感和环保意识,对供应商的产品原材料、生产工艺的环保性有着非常高的要求。

作为全球领先的美妆供应链企业,科丝美诗集团将绿色发展理念贯穿于产品设计、原材料采购、生产和物流等全过程。

科丝美诗集团不仅在自身节能减排和环保管理上表现出色,还有效带动了供应链上下游的合作伙伴,推动它们提高资源利用效率、优化环境绩效,共同实现绿色转型。2024年,科丝美诗(中国)与约420家原辅材供应商保持业务往来,进一步推进绿色供应链管理,共同推动资源利用效率和环境绩效的全面提升。

近年来,不少医疗器械企业持续加大研发投入,创新成果不断涌现。安图生物董事长苗拥军近日在业绩说明会上表示,公司通过阵地式研发,持续打造新的高附加值产品,形成差异化的竞争优势,并不断加强生产经营和精益化管理水平,提升公司产品的创新能力和综合实力。

新产业在日前披露的投资者关系活动记录表中表示,公司始终坚持技术创新,不断推出更具竞争力的产品来推动终端用户的覆盖。在化学发光免疫分析仪器方面,公司推出了单机测试速度600个测试/小时的MAGLUMI X8和单机测试速度1000个测试/小时的MAGLUMI X10,不断突破单机测试速度纪录,满足中大型终端用户的需求。未来,公司将继续依托四大技术平台的高效协同优势,提升公司的市场竞争力。

与此同时,不少医疗器械企业在国际市场得到了越来越多的认可。“目前公司在海外各区域布局正逐步完善,今年有信心延续良好态势。”鱼跃医疗在近日披露的投资者关系活动记录表中表示,公司在以东南亚、欧洲、南美为代表的区域收入体量已经有一定规模,未来将在这些区域内强化人才配置,增强文化协同,促进营收进一步增长。在北美市场,公司持续加强与战略伙伴的合作共赢,推进呼吸治疗产品进入市场销售。此外,公司将进一步挖掘中东、非洲等区域的市场机会。

“国际市场方面,公司今年一季度国际业务同比增长不到5%,主要是由于去年同期国际业务基数较高。未来公司将继续加大力度建设海外本地化平台。”迈瑞医疗表示。

提升创新能力

业内人士表示,近年来,相关政策支持推动医疗器械产业发展。在此背景下,中国医疗器械企业持续加大研发投入,创新能力不断提升,推动创新医疗器械产业化。

根据国家药监局于今年2月发布的《2024年度医疗器械注册工作报告》,2024年,国家药监局共批准创新医疗器械65个,优先审批医疗器械8个,创新医疗器械批准数量连续两年维持高位。

平安证券表示,2025年以来,国家陆续发布相关政策支持创新医疗器械发展,按程序将符合条件的创新药和医疗器械纳入医保支付范围,相关创新性产品有望迎来更好的支付环境,获得更快发展。

业绩方面,国泰海通证券分析称,2024年启动的大规模医疗设备更新政策由于政策覆盖面广、周期长、涉及环节多,使得部分市场需求出现暂时性积压。展望未来,随着医疗专项债发行规模的反弹、医疗设备更新项目启动,医疗设备的月度招标数据将呈现持续改善趋势,医疗设备公司业绩有望持续复苏。

海外市场方面,国泰海通证券表示,中国医疗器械产业具备工程师优势、产业工人群体优势及完善供应链优势,产品全球性价比突出。从细分板块看,医疗器械出海呈现从低端到中高端的升级,以及从低值耗材逐步向高端设备、体外诊断、高值耗材拓展的趋势。