

第12批国家药品集采开标 多家上市公司产品拟中选

8月2日晚间，科伦药业、华东医药等多家上市公司披露第12批国家组织药品集中带量采购产品拟中选情况。7月31日，第12批国家组织药品集中带量采购开标产生拟中选结果。本次集采覆盖65款临床常用药品，规则层面再度优化升级，行业竞价更趋理性。企业普遍认为，此次拟中选以及后续签订采购合同并实施，将进一步扩大相关产品的销售，提高市场占有率，提升公司品牌影响力。

分析人士认为，当前集采已常态化推进至第12批，对二级市场的边际冲击已显著钝化，叠加当前头部公司创新收入占比持续提升，对于成功实现从仿制药向创新跃迁的公司，仿制药集采对其报表影响将逐年走弱。

● 本报记者 傅苏颖

覆盖65种药品

国家医保局披露，本次集采65种药品全部采购成功，覆盖抗感染、抗肿瘤、抗血栓、降血糖、降血压、降血脂、风湿免疫、消炎镇痛等领域常用药品。全国共4.5万家医药机构报量，医药企业积极参与本次集采，327家企业的521个产品获得拟中选资格。

国家医保局表示，此次集采报量

强化质量监管要求

国家医保局表示，此次集采平均每个品种有15家企业参与投标，竞争激烈程度较高，企业数量最多的品种达到49家。本次集采规则进一步强化反内卷，采取两档防范异常低价措施：对报价低于均值一定幅度的（超过1个标准差），不作为控制价差的锚点；对报价低于均值

上市药企多款产品拟中选

国家医保局表示，从拟中选结果来看，临床认可度高、质量和供应有保障的主流企业普遍拟中选，例如齐鲁制药、科伦药业、石家庄四药、倍特药业均有10余个产品拟中选；诺华公司的沙库巴曲缬沙坦、拜耳公司的碘普罗胺、卫材公司的倍他司汀、雅培公司的地屈孕酮、广州绿十字的复方氨基酸等10个参比制剂拟中选。

科伦药业公告显示，公司共有包括



视觉中国图片

更贴近临床需求、基层供应更加稳定、患者用药更加多元。根据规则，第12批集采中，所有采购需求都可以落实到具体厂牌，集采确定采购药品范围，具体希望采哪个牌子、采多少数量由医疗机构根据实际情况提出需求。医疗机构的既有用药习惯和产品结构，能够更直接地反映在报量中。同时，每个

品种的报量原则上不低于平均历史采购量80%，但允许根据临床需求变化合理调整。这样的安排既有助于避免报量与实际使用脱节，也为临床需求变化留出必要空间。

此次集采进一步优化了临床用药保障机制。一方面，参比制剂（原研药）转移至境内生产的药品可以平等参与

包装形式变化影响药效稳定性。提高境外生产仿制药的资质条件，要求提供通过中国药监部门检查的证明材料。

此外，此次集采突出“保供应”，优化基层用药保障。鼓励紧密型医联体作为整体统一报量，提升基层医疗机构需求集中度，避免因报量小、需求分散导致供应关

药，依托集采医疗机构优先选用中选药品政策，有助于稳固院内现有市场基本盘；产品拟中选价格较原售价有所下调，有利于进一步提升药品可及性，降低移植、自身免疫性疾病长期治疗患者的用药经济负担。

康弘药业披露，公司吡仑帕奈片拟中选，该产品于今年5月份获《药品注册证书》。若公司后续签订采购合同并实施，将有利于进一步扩大相关产品的销

集采投标。另一方面，在既有复活机制基础上，为报价有效但未能入围的参比制剂新增“不带量复活”的规则。符合价格条件的产品可以获得中选资格，但不带量，可由医疗机构根据临床需要采购。这既体现了集采规则与多元需求之间的平衡，也提高了参比制剂的可及性。

系碎片化，提高中选企业供应配送积极性。对于采购量少、采购频率低的基层医疗机构，实际执行时允许在中选厂牌中灵活选择，提升基层用药保供韧性。

截至目前，12批国家组织药品集采已累计覆盖555种药品。预计患者将于今年内用上第12批集采的中选药品。

售规模，扩充合作渠道，提高市场占有率，促进公司相关产品国内市场的开拓，提升公司的品牌影响力，对公司的未来经营业绩产生积极的影响。

昂利康公告，公司西格列汀二甲双胍缓释片、沙库巴曲缬沙坦钠片及子公司海西药业吸入用七氟烷拟中选此次集采。本次拟中选三个产品的2025年度销售额合计约为5068万元，占公司2025年度营业总收入的3.56%。

哈尔滨聚力打造国家先进制造业集群

● 新华社记者 刘赫焱 徐凯鑫

盛夏时节，哈尔滨先进制造业企业生产线一派繁忙。作为老工业基地，哈尔滨着力推动航空集群、绥哈大齐生物制造集群两大国家先进制造业集群建设，使其加速迈向规模化、高端化、智能化、绿色化发展轨道。

哈尔滨平房区是哈尔滨航空产业重要承载区，传承着哈尔滨老工业基地历史根脉。记者从哈尔滨市平房区工业信息科技局获悉，平房区已形成以航空工业哈飞、中国航发东安、中铝东轻为核心，广联航空、东安实业等一批配套企业集群发展的格局。

AC332直升机完成功能和可靠性试飞、AC352中型多用途直升机填补国内市场空白……近年来，航空工业哈飞加快推进航空产品升级换代。中国航发东安是中国轻型航空动力、航空机械传动系统的专业化研制生产基地，在铝镁铸造、齿轮与机匣加工、热表处理、特种焊接、理化计量、无损检测等方面形成了独特技术优势，构建了国内一流的制造体系。

在低空经济赛道，产业集群协同效应持续显现。记者在位于平房区的哈尔滨联合飞机科技有限公司生产车间看到，工人与自动化生产设备默契配合，铂影T1400无人直升机生产线满负荷运转。这款“空中重卡”破解了工业级无人机小载重、短续航的痛点，可有效赋能黑龙江大农田、大森林、大湖泊等应用场景，在农业生



Ti1400无人直升机在哈尔滨市平房区上空飞行

新华社图文

产、物流运输、应急救援等领域展现出巨大潜力。

“产业集群协同优势有效助力生产线高速运转。”联合飞机副总裁孙立业说，数百米半径内，本地专精特新“小巨人”企业就能完成一些核心零部件的交付，航空复合材料、铝镁合金加工等上游环节也有本地企业保供，“家门口”的供应链大大压缩了装配周期与物流成本。

近年来，黑龙江加快推动航空产业发展，依托雄厚的产业基础，构建起完善的航

空制造产业链。今年6月，哈尔滨市航空航天产业联盟正式成立，联盟坚持政府引导、市场主导、龙头引领，致力于打造政产学研协同融合通道。

与航空集群交相辉映的还有绥哈大齐生物制造集群。绥化、哈尔滨、大庆、齐齐哈尔四地抢抓“粮头食尾、农头工尾”发展机遇，推动玉米生物制造产业走规模化、高值化、绿色化发展道路。2025年，绥哈大齐地区生物制造集群规上企业达到164家，产值达722.1亿元。

7月新能源车企销量分化 年度目标完成进度拉开差距

● 殷浩楠 龚梦泽

截至8月2日，国内新能源车7月销量陆续出炉。零跑汽车以101267辆位居新势力车企第一，成为当月唯一突破10万辆的新势力车企；鸿蒙智行交付45046辆，排名第二；小鹏汽车交付38027辆，位列第三，蔚来、极氪和理想紧随其后。随着前7个月销量汇总数据出炉，车企之间的累计交付量和年度目标完成进度进一步拉开差距。

零跑领跑新势力

具体来看，7月市场最大的变化来自零跑汽车，其单月交付101267辆，同比增长102.0%、环比增长8.5%，前7个月累计交付约45.8万辆。零跑的月度交付量约为第二名的2.2倍，累计交付量也超过其他新势力车企。

鸿蒙智行7月交付45046辆，前7个月累计交付约28.6万辆；小鹏汽车交付38027辆，同比增长3.6%，前7个月累计交付约20.4万辆。两家企业当月销量相差约7000辆，累计交付量则相差约8.2万辆。

蔚来与极氪的7月销量更为接近。蔚来交付35934辆，同比增长71.0%，前7个月累计交付约22.7万辆；极氪交付35837辆，同比增长111.1%、环比增长1.9%，前7个月累计交付约21.4万辆。两家企业单月交付量相差不足100辆，累计交付量相差约1.3万辆。

此外，理想汽车7月交付30468辆，前7个月累计交付约22.4万辆。小米汽车仍只公布“7月交付超过3万辆”，今年以来已连续7个月未提供精准数字；但据中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会数据，小米汽车6月零售34738辆，上半年累计零售185055辆，与其“6月交付超过3万辆”“上半年交付超过18万辆”的数据基本相符。深蓝汽车7月交付29213辆，同比增长7.5%，前7个月累计交付约19.3万辆；岚图汽车和阿维塔7月分别交付13189辆和7626辆，前7个月累计交付约8.9万辆和约3.5万辆。

从累计交付量看，零跑已经形成较为明显的数量优势，鸿蒙智行位居其后，蔚来、理想、极氪和小鹏汽车集中在20万辆至23万辆。几家企业月度销量相近，但前期交付体量差异，使得各方达成年度目标所需的后续销量规模存在显著分化。

年末冲刺承压

在已经公布明确年度目标的车企中，极氪完成进度较快，前7个月完成约30万辆目标的71.4%。其剩余销量约8.6万辆，后5个月月均交付约1.7万辆即可完成目标。零跑年度目标约为100万辆，目前完成率为45.8%，后5个月仍需交付约54.2万辆，月均需要达到约10.8万辆。

蔚来没有公布单一的整数目标，蔚来董事长李斌给出的口径是2026年交付量同比增长40%—50%。按照2025年交付326028辆计算，对应全年交付区间约45.6万辆至48.9万辆；以此测算，蔚来前7个月完成率约为45.4%，后5个月月均需要交付约5.5万辆。

理想汽车提出2026年销量同比增长20%以上，按照2025年交付406343辆计算，年度目标下限约为48.8万辆。按此测算，理想前7个月完成率约为45.9%，后5个月月均至少需要交付约5.3万辆。小米汽车年度目标为55万辆，根据其上半年交付超过18万辆、7月交付超过3万辆计算，前7个月完成率至少为38.2%；按最低交付量测算，后5个月月均需要交付约6.8万辆。阿维塔约22万辆年度目标的完成率约为16.0%，后5个月月均需要交付约3.7万辆。

行业对全年新能源汽车市场仍有增量预期。中国汽车工业协会预计，2026年新能源汽车销量约为1900万辆，同比增长15.2%；乘联分会预计，三季度车市有望改善，四季度销量有望恢复同比增长。后5个月市场需求能否如期改善，将影响车企缩小年度目标差距的速度。

市场增长能否转化为企业销量，还要看订单和交付能力。零跑汽车创始人、董事长兼CEO朱江明近期表示，零跑的新车主要集中在上半年发布，下半年将以交付为主；谈及约100万辆年度目标时，他称“不能有Plan B，只能往这个方向努力”。小米集团董事长兼CEO雷军也曾表示，行业竞争激烈，约55万辆的目标对进入汽车市场仅两年的小米而言“真不的低”。随着新车型陆续交付，各家能否把订单转化为稳定销量，将直接影响全年目标的完成情况。



新华社图片