

调整动力不足 5月LPR报价“按兵不动”

证券时报记者 贺觉渊

5月20日,中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布贷款市场报价利率(LPR)公告,其中,1年期LPR为3.45%,5年期以上LPR为3.95%,维持上期报价不变。

LPR报价由各报价行在中期借贷便利(MLF)利率的基础上加点报价形成,5月MLF利率维持不变,同时银行净息差处于偏低水平,各报价行缺乏下调LPR报价加点的动力。因此,市场对于5月LPR报价不变早有预期。

近日,央行发布四项房地产金融新政,住房贷款利率下调空间进一步打开。随着相关政策落地见效,以及各地房地产政策继续松绑,市场机构普遍看好房地产供需两端将逐渐企稳。由于一揽子政策效果还待显现,短期内通过调降LPR报价来支持房地产市场的必要性不强。

近期,央行指导利率自律机制发布倡议,明确要求银行不得以任何形式向客户承诺或支付突破存款利率授权上限的贴息。专家认为,随着“手工补息”问题逐步规范,银行此前调降存款利率的效果将进一步释放,利差收窄压力也会减轻,有助于提升银行支持实体经济和稳健经营的能力。

不过,民生银行首席经济学家温彬指出,叫停“手工补息”改善银行负债成本的进程相对偏慢,或需等到二季度末才能起到较为明显的成效。而此期间,贷款利率仍在下行,尤其是居民端下行压力依然较大,银行净息差持续承压。

4月30日召开的中央政治局会议提出,要灵活运用利率和存款准备金率等政策工具,加大对实体经济支持

上交所召开座谈会

推动树立理性投资价值投资长期投资理念

证券时报记者 张淑贤

上海证券交易所近日召开“资本市场理性投资、价值投资、长期投资座谈会”,汇聚行业机构合力,推动树立理性投资、价值投资、长期投资理念(以下简称“三投资”理念),培育和弘扬中国特色金融文化,深入践行“五要五不”。上交所党委书记、总经理蔡建春,党委委员、副总经理王红参加座谈会。

与会机构负责人一致表示,要始终坚守金融工作的政治性、人民性,回归行业本源,处理好功能性和盈利性关系。深入贯彻“以客户为中心”的理念,以实际行动践行“三投资”理念。在与会机构负责人看来,“三投资”理念落地有赖投融资两端同向发力,建议持续完善适配中长期资金需求的政策、产品和服务体系,优化会计、财税、



力度,降低社会综合融资成本。受访专家认为,央行在年内仍有必要开展降准、降息,其中降准落地的可能性更大。

目前,超长期特别国债已开启发行,尽管持续较长时间跨度的发行安排有助于减轻超长期特别国债对市场流动性短期扰动,但考虑到今年还有

较大规模的地方政府专项债券待发行,货币政策仍需配合财政政策在二、三季度的发力。财信研究院副院长伍超明对证券时报记者说,预计二季度财政政策力度将明显加大,为避免短期流动性紧张和利率波动过大,央行降准给银行释放长期低成本资金的概率也将加大。

受当前较低的通胀水平影响,国内实际利率依然偏高。专家认为,从降低实体部门融资成本的角度,年内择机降准仍有必要。温彬表示,若接下来物价回升、内生融资需求修复总体仍不乐观,则需要进一步降低实际融资成本,从而降低政策利率和LPR报价的概率也将加大。

全力加速海外布局 中国医疗器械企业角逐万亿蓝海

(上接A1版)截至2023年底,公司累计装机超8290台,其中国内超5900台,国际超2390台。

不仅是亚辉龙,达安基因近年来同样在全力布局化学发光检测领域,并不断开拓海外市场。达安基因董事会秘书张斌表示,公司持续以国际化视角积极探索和布局“走出去”的模式和路径,PCR(聚合酶链反应)产品已经出口140多个国家。公司目前有充分的产能,有以核心原料-试剂-仪器-配套耗材组成的完整贯通的产品链,未来将继续积极拓展海外市场。

在达安基因的研发实验室中,记者看到,不断有实验人员在测试各类试剂和调试相关设备。现场一位负责人告诉记者:“我们实验室和一些试剂生产车间要达到10万级的洁净度,目前试剂菜单的数量也是达到国内企业的第一梯队。我们行业的产品目前在国内市场的份额越来越大,国内医院的接受度也越来越高,因此也开始逐渐走向海外市场。”

加速海外市场布局

“走出去”虽是大势所趋,但一路并不平坦。

刘夏樾表示,在医疗器械的三大类别中,企业海外业务收入的占比从高到低分别为低值耗材、医疗设备和高值耗材。2022年,低值耗材的海外业务收入占比平均为55.4%,医疗设备为38.8%,高值耗材仅为14.1%。这基本反映了不同类别医疗器械出海难易程度的差异,低值耗材因其易于出口而最早出海,其次是医疗设备,高值耗材的出海则仍处于起步阶段。

“尽管高值耗材的国际潜力巨大,但其出口难度也是显而易见的。”刘夏樾表示,单纯依赖经销商来进行高值耗材的国际化是远远不够的,企业还需要提升产品的临床价值。目前,中国在海外市场取得成功的医疗器械企业仍为少数,产品的临床优势和渠道布局是其成功的关键因素。此外,企业需要根据自身产品的属性,灵活应对不同海外市场的法规和合规模式挑战,并制定出适合的出口策略。

一家医疗器械企业负责人坦言,由于海外业务比较特殊,必须做好打“持久战”的准备。“走出去一开始你要进行渠道建设,还要完成当地市场的产品注册,这一周期是非常长的,比国内要长很多。在海外业务开展之初,可能3~5年完全是没有收入的,是纯投入。公司2023年海外业务的快速增长跟我们之前做了十几年的持续投入有很强的相关性。”

目前,一大批中国企业正在全力加速布局海外市场。张斌直言,随着大量相关产品的出口以及产能的大幅度提高,中国IVD企业的技术水平和制造能力得到国际市场的认可,规模化经营、“走出去”的国际化道路逐渐成为国内规模型IVD企业的发展战略。

“业务国际化一直是亚辉龙发展的重心。”王鸣阳表示,2024年公

司将坚定不移地继续推行发达国家+新兴市场双轮驱动的海外战略,同时在战略资源上进一步向国际营销倾斜。

研发铸就竞争“底气”

对于高端医疗器械而言,中国企业面对海外巨头的传统优势,需要花费更大的“心力”和“功夫”。在这场突围战中,只有研发创新才能铸就中国企业与海外巨头竞争的“底气”。

刘夏樾表示,在与海外巨头竞争中,中国企业本身也有着包括成本优势等有利因素。例如,中国拥有较低的生产成本,相对较低的劳动力成本使得医疗器械的生产和组装成本较为低廉,此外,庞大的国内市场为中国医疗器械企业提供了规模经济优势,大规模的生产可降低单位成本。

但他也坦言,中国企业也面临着三大瓶颈和难点。一是技术瓶颈。高端医疗器械通常涉及复杂的技术和精密的设计,中国在某些核心技术领域仍与国际先进水平有差距,如部分高端原材料、核心部件和高端制造工艺等。二是创新体系。虽然中国的研发投入逐年增加,但创新体系尚不完善,从基础研究到产业化的转化效率有待提高,缺乏足够的创新环境和激励机制。三是产业链协同。虽然中国拥有完整的产业链,但在高端医疗器械领域,产业链的协同效应尚未充分发挥,缺乏高效的产业协同创新。

“多年来,我们从未间断过IVD领域的研发与创新,现已拥有化学发光、生化检测、间接免疫荧光、免疫印迹、酶联免疫、胶体金免疫层析等六大体外诊断技术平台,产品覆盖自免、生殖、感染、糖尿病、肝病、心血管等六大特色领域,并在此基础上不断探索优秀产学研合作模式和国内外学术互通,在提升技术水平和创新能力方面持续发力,取得了一系列推动行业进步的成果。”亚辉龙董事长胡腾辉说。

张斌也表示,目前国内体外诊断产品行业在快速发展中,进口替代与产品创新、技术创新成为国内IVD企业实现跨越式发展的一个重要方式,同时中高端诊断技术、产品对低端诊断技术的替代比重在上升中。“公司自2004年上市以来,一直注重技术产品研制和市场开发并举,致力于通过技术创新持续提升产品的竞争力。目前公司的产品涵盖呼吸道病原体、流行性感冒病原体、消化道与食源性病原体、生殖健康与优生优育、肿瘤个性化、个性化药物基因检测等。”

我国正处于“智造”出海的关键转折期,医疗器械尤其是高端医疗器械正在成为一面“出海”的新旗帜。有分析人士指出,中国医疗设备产业经过多年沉淀,技术水平逐步与全球主流国家接轨,部分企业已具备较成熟的出海条件,背靠国内强大的制造业基础,叠加得天独厚的产学研医结合土壤,中国企业有望在国际竞争中脱颖而出。

