

# 中国医疗器械走向世界 从“借船出海”到“造船出海”

证券时报记者 潘玉蓉

刚刚出炉的A股医疗器械公司三季报,印证了一个判断:想要利润排名靠前,海外市场必须有所建树。“国内保基本,海外保利润”的增长策略,正成为越来越多上市公司的选择。

近年,在头部企业的带动下,腰部企业也积极出海弄潮。过去,多数企业出海依赖海外经销商,现在,企业寻求自主注册拿证赴海外市场,在本地寻找代理商的出海方式受到欢迎。

## 从头部带动到腰部跟随

10月中旬,在深圳第90届中国国际医疗器械博览会(CMEF)上,证券时报记者见到了俄罗斯人托尼,他正用流利的中文向参展商介绍自己的公司——Regicom,这家公司在国内与国瑞中安集团合作,帮助国内医疗器械公司的产品进入欧洲市场。

托尼“扫馆”的目标很明确:从参展的4000多家医疗器械公司中筛选500家,加上联系人微信,给他们发资料,接受询问,并在合适的时候向合适的对象发送办理海外产品注册证的报价单。

展会结束后,托尼对记者表示,他和超过100人建立了交流,20%的人对注册证有兴趣,收获很大。“这个比例对我们行业来说是一个很惊喜的数字,虽然距离签订合同还有一段时间。我们这个生意,急不得。”

在托尼的联系名单中,除了国内的上市公司,还有大量的腰部公司也对出海有着浓厚兴趣。

10月份一整个月,托尼都在中国出差、跑客户,他的感受是,“很多公司打算进入俄罗斯市场,这对我来说是个机会。”

除了在国内参展,不少医疗器械公司寻找各种机会走出去推介自身。10月,CMEF主办方国药励展与马来西亚私立医院协会(APHM)签署合作协议,计划在2025年联合在马来西亚办展,让更多中国医疗器械公司走出国门,与全球医疗器械市场深度融合。

在国内,医保控费和集采对于医疗器械公司的利润形成挤压,细分市场也已经十分“内卷”,出海成为生存和发展的希望。A股126家医疗器械公司前三季报显示,利润排名前十的公司合计实现净利润195.5亿元,占到126家公司利润总和的64%。前十名中,迈瑞医疗、新产业、九安医疗、乐普医疗、联影医疗都已出海“打鱼”多年,海外业务已经成为重要的利润增长点。



## 从“借船出海”到“造船出海”

天风证券研究团队曾将医疗器械企业常见出海模式分为三种类型:加入海外供应链、订单出海、自主出海。

加入海外供应链模式,是指企业承担产品设计、制造等环节,形成“代工”的OEM或者“贴牌”的ODM类型的出海;订单出海模式,是指主要依赖海外经销商,订单和品牌建设处于初期环节,基本没有售后服务;自主出海模式是指建立本土化销售团队、构建产品分装和物流中心、搭建售后服务团队,大规模扩大海外销售。

如果说前面两种方式是“借船出海”,第三种方式则属于主动造船“扬帆出海”。在供应链出海和经销商模式出海的模式下,产品的品牌资产和产品注册证的持有方是海外公司或者经销商,托尼将这种做法比作“把脚放在别人的鞋子里”。

在这种情况下,海外公司或者经销商通常希望成为中国公司的独家代理,避免中国制造商与它的竞争对手进行交易。然而,海外公司或经销商也可能与竞品制造商达成合作,削减对原合作公司的销售资源,届时后者将会陷入被动。“即使别人愿意借船,但主动权在别人,利益分配权在别人,效果控制权在别人。”托尼说。

实力较强的上市公司,大多选择自主出海。在托尼看来,因为大公司更了解注册后的利润潜力,也就更愿意在国外聘请销售经理,去与当地客户谈判。

而数量占据多数的中小医疗器械公司,正试图从“借船出海”转变为自己造船“扬帆出海”。“一些聪明的公司已经清晰地认识到,应该自己去

注册产品,掌握主动权。”托尼说。他所在的公司也帮出海公司寻找本土代理团队和服务团队。“这个业务受到很多公司的欢迎。”

## 从初级走向高端

事关生命安全,对产品的可靠性要求高,对服务响应必须要快,一旦采用不会轻易被替换……国际市场上,医疗器械市场虽然水大鱼大,但进入壁垒也不小。

中国医疗器械第一次在海外大规模亮相,是疫情期间大量出口的呼吸机。疫情结束后,与疫情相关的产品出口快速回落。2024年,随着疫情带来的波动消退,我国医疗器械出口呈现回暖趋势,我国医疗器械在海外市场的替代能力逐步提高。

中国医药保健品进出口商会最新数据显示,今年前三季度,中国对全球医药产品出口额791.75亿美元,同比增长3.12%。其中,医疗器械类产品出口353.39亿美元,同比增长4.63%。欧美是主要出口国。2024年1—9月,我国对欧盟市场的医疗器械类出口为65.77亿美元,同比增长9.36%;对美国市场的出口额为85.42亿美元,同比增长7.31%;对拉丁美洲市场的出口额28.7亿美元,同比增长12.07%。

不同赛道的产品出海难易程度不同,从易到难排列,分别是低值耗材、医疗设备和高值设备。

今年前7月海关数据显示,手术机器人和人工关节等高端器械的出口比例上升,而注射器、针头和纱布等低端产品的比例下降。今年1—7月,监管最严的第三类设备(最高级别医疗器械)的出口额39亿美元,占中国医疗器械出口总额的32.37%,高

于2018年的28.6%。低风险的一类医疗器械(如注射器、纱布)的出口额占医疗器械总出口的25.27%,低于2018年的30.55%。

托尼在中国大型医疗器械公司有着十年的工作经验,曾经负责对接全球市场。在他看来,中国的医疗器械产品,过去曾是低价、初级产品的代称,但现在这一形象发生着改变。一个重要的标志是,欧美大型医院里使用的高端复杂医疗器械,出现了中国的品牌。“这对于提升整个中国医疗器械的市场形象很有帮助。”

今年8月由中国医药保健品进出口商会主办的第六届中国医疗器械国际合作高峰论坛上,国药控股股份有限公司董事长于清明表示,随着国内外市场格局的变化和产业结构的调整,以自主创新和数智化为代表的新理念,正成为中国医疗器械产业领域加速培育新质生产力的重要引擎。以数据驱动、智能运营为核心的数智化与医疗器械的深度融合更是引发了医疗器械领域的变革性创新。

## “滴水穿石”出海路

凭借高可靠性和高性价比,中国医疗器械公司在出海这条路上,默默耕耘多年。

以迈瑞医疗为例,公司早在二十余年前布局国际化,产品陆续进入全球各地的顶级医院,2023年国际业务收入超135亿元。

“应对日趋激烈的全球医疗器械市场竞争,迈瑞医疗会综合考虑当地经济环境、政策环境、市场发展前景、现有销售状况等因素。基于企业的现实情况、行业发展趋势和市场需求,及时、有效地制定符合国际化发

展的战略。”迈瑞医疗在回复证券时报采访时表示。

2023年,迈瑞医疗突破了一众发展中国家医疗实验室市场。据公司介绍,在阿联酋一家全球级连锁实验室,迈瑞团队采取自上而下的策略,成为其在沙特阿拉伯、卡塔尔、巴林和阿曼地区的独家血球供应商。在土耳其某家医疗集团,在其实实验室已装有某国际巨头品牌设备的情况下,迈瑞团队通过细致、贴近客户实际需求的服务,实现了BC(全自动血液细胞分析仪)系列产品的规模性突破。在巴西排名第五的大型私立实验室集团,公司赢下头部的竞争对手,获得该集团旗下所有43家医院的需求项目,并成为巴西血球市场排名第一的品牌。

以鱼跃医疗为代表的一系列国产呼吸机厂商,从2020年开始大量出口海外,因用户使用反馈良好,国内公司则抓住机会,全球多地取得注册证,有力扩展渠道,扩大品牌在海外的知名度,在当地扎根。今年上半年,鱼跃医疗实现外销收入4.79亿元,同比增长30.19%。

国产医疗器械出海,创新实力、事件机遇固然重要,但更值得关注的是国内企业凭借“滴水穿石”的韧性,在一次次快速响应中,在一轮一轮的商业谈判中,在一年一年的市场培育中,让世界认识中国。有人评价,谈论中国医疗器械的全球化,其内容不只是“能卖到哪里”,更是“服务到哪里”“支持到哪里”。从无到有,从有到强,只是中国医疗器械全球化的前两步,去当地市场助力建设,去当地市场紧密捆绑,用技术换市场,用合作换共赢,这才是真正的全球化,也是全球重新认识中国制造的开始。

# 汇顶科技拟4250万欧元出售DCT资产组

证券时报记者 曹晨

11月5日晚间,汇顶科技(603160)公告,根据公司战略发展规划和业务布局调整,为优化资源配置,持续提升公司核心竞争力,公司拟将全资子公司DCT香港持有的DCT GmbH和DCT B.V.的100%股权转让给Tessolve Engineering Service Pte. Ltd.。本次股权转让完成后,汇顶香港不再持有上述标的公司股权。经双方协商确定,初始交易价格为4250万欧元。

从交易标的看,DCT GmbH成立于2009年10月5日,注册地址位于德国,经营范围为软件开发、软件及相关产品(硬件)的贸易,公司通过汇顶香港间接持有其100%股权。

DCT B.V.成立于2019年3月20日,注册地址位于荷兰,经营范围为

软件编写、制作、发布。公司通过汇顶香港间接持有其100%股权。两家公司合称DCT资产组。

财务数据方面,截至2024年9月30日,DCT资产组的资产总额为3575.09万欧元,负债总额1031.89万欧元,净资产为2543.2万欧元。2023年和2024年前三季度,DCT资产组实现收入分别为1882.85万欧元和1019.83万欧元;净利润分别为-236万欧元和-130万欧元。

在交易对价方面,根据DCT所处行业和经营特点,本次评估采用收益法评估结果作为DCT股东全部权益的评估值,为3290万欧元,与DCT资产组截至2024年9月30日的资产账面价值2543万欧元相比,增值率为29.4%。经双方协商确定,本次交易的初始交易价格为4250万欧元。

谈及出售资产的影响,汇顶科技

直言,本次交易有助于整合公司资源,优化公司组织架构,提高资产使用效率,降低管理成本,增强持续经营能力,符合公司整体发展战略需要。同时鉴于DCT资产组所涉产品与公司其他产品协同效应不强,此次交易不会对公司产品日常生产经营业务产生不利影响。

值得一提的是,目前汇顶科技和汇顶香港均不存在为DCT资产组提供担保、委托理财事项;截至公告披露日,汇顶香港对DCT资产组的借款合计为300万欧元,将按股东贷款协议约定,于2025年9月24日前偿还并支付相应利息,且受让方对该借款的偿还承担保证责任。

汇顶科技是一家基于芯片设计和软件开发的整体应用解决方案提供商,目前主要面向智能移动终端市场提供领先的人机交互和生物识别

解决方案,并已成为安卓阵营全球指纹识别方案第一供应商。该公司产品和解决方案主要应用于华为、OPPO、vivo、小米、中兴、一加、魅族等国际国内知名品牌。

从财务数据看,10月24日晚间,汇顶科技披露的三季报显示,公司2024年前三季度实现营业收入32.23亿元,同比增长0.82%,净利润4.48亿元,同比增长3499.3%,基本每股收益0.98元。报告期内,公司聚焦于自身优势明显且市场前景可观的研发项目,持续提升研发效率及加强销售、管理费用管控。其中,第三季度实现营业收入9.67亿元,同比下降17.71%;净利润1.31亿元,同比下降11.82%。

实际上,下游消费电子行业持续回暖,是汇顶科技今年业绩扭亏的重要背景。

根据IDC最新预测,2024年全球智能手机出货量将达12.1亿台,较2023年11.6亿台增长4%,预计到2028年,全球智能手机出货量将达到13.0亿台,年均复合增长率为2.3%。在经历了连续8个季度的下跌后,以PC为代表的消费电子市场终于再次回暖,实现了连续两个季度的增长。

值得一提的是,近期,多个知名品牌发布新款手机引发关注,其中不少新产品搭载了汇顶科技超声波指纹方案。

最新消息显示,10月31日,一加13发布,该机搭载骁龙8至尊版处理器,还首次搭载汇顶科技超声波指纹方案,湿手湿手也可解锁。此外,刚发布的小米15系列全系搭载汇顶科技超声波指纹方案。目前,汇顶科技超声波指纹方案已商用于vivo、iQOO、小米、一加等多款最新旗舰中。

## 天合光能:好的组件产品会率先涨价

证券时报记者 刘灿邦

天合光能(688599)近日披露的投资者关系活动记录表显示,公司于今年10月接受了广发基金、银华基金、Balyasny等机构的调研,参与了路演活动、现场调研、线上电话会议。公司董事朱文瑾、董事会秘书吴群等接待了投资者,并回答了投资者提问。

针对中国光伏行业协会公布0.68元/W最低组件成本价,并宣称低于该报价投标或中标涉嫌违法一事,天合光能认为,当前,组件价格已触及底部区间,协会公布的最低成本价有利于遏制行业“内卷式”恶性竞争,在一定程度上稳定组件价格。同时,公司会发挥龙头企业、链主企业的作用,通过战略合作、产业基金、知识产权等多个维度出力,促进行业生态的改善。

天合光能还表示,无论行业竞争如何演进,公司的多元化业务布局、适度的产能布局以及前瞻的解决方案布局优势都是非常明显的,并且非常有价值。“可能现阶段因为国内外政策、贸易环境变化,使公司的优势板块、优势区域受到一定影响,但是这些市场的中长期基本盘没有变化,短期的波动不影响天合的长期核心竞争力。”

记者注意到,在协会发出上述呼吁后,龙头企业上调组件报价的消息开始蔓延。在上述调研中,机构也就此进行了求证。

天合光能回应称,近期,无论是光伏行业协会的呼吁,一些项目招标价格的回升以及一些组件市场信息的流传,公司认为都是行业从恶性价格竞争中走出来的积极信号,非常值得关注。

此外,公司一直不遗余力地推动行业生态健康发展,近期确实有一些局部市场率先尝试涨价,一方面是积极响应协会号召,另一方面也是基于对自己产品的信心;天合光能还提到,虽然行业内呼吁涨价的声音很高,但是不同公司的产品力和渠道商认可度是不一样的,这个时候一定是好的产品先涨价。

那么,哪个市场会最早出现价格回升?天合光能的判断是欧洲。公司认为,欧洲是品牌渠道壁垒相对较高的市场,随着光伏行业逐步走出周期底部,有望能够看到欧洲市场价格首先出现回暖的迹象。同时,欧洲也是天合光能具有竞争优势的市场,公司在欧洲具备深厚的市场根基与品牌影响力。

今年前三季度,光伏行业、企业持续处于亏损状态,如果组件价格顺利回调,有助于企业盈利能力的恢复,对此,天合光能有何展望?

天合光能负责人分析,随着PERC产能和尾部厂商的出清以及需求的稳步增长,产业链盈利一定会修复。公司认为,这一轮复苏后,可能不再像以前一样,大家的产品、盈利能力趋同,以前产能规模就能大概算出各家盈利规模的情况一去不复返。

“未来在品牌端、渠道端、客户端会出现越来越多的差异化空间,不再单纯提供产品,未来不同的产品组成一个系统解决方案,不同的系统融合成一个光伏项目的整体解决方案,以解决方案为最终交付给客户的标的,这其中蕴含的价值量远高于公司有多少GW的产能、多少比例的自供率等。这方面天合一定是具备优势的。”天合光能负责人说。

与此同时,未来组件环节的竞争格局恐将发生变化。天合光能认为,当前光伏行业处于阶段性的供过于求,但长期来看具备核心竞争力的龙头企业有望稳步提升其市占率。一是在品牌渠道构建上拥有显著优势,且能够紧密贴近客户需求,为客户提供整体解决方案;二是实现全球化产能布局,且具备本地化经营管理能力,能够有效应对贸易壁垒挑战,实现资源的优化配置与高效利用;三是构建多元化的业务体系,不仅能够提供稳定的利润来源与现金流支撑,且进一步拓宽市场边界,面向更为广阔的发展空间。

储能业务发展也是机构关注的话题,天合光能表示,光储融合是行业的必然趋势,公司是组件商中储能业务领先的,未来还会坚定地发展储能板块,打造第二成长曲线。数据显示,2024年前三季度,公司储能业务快速增长,出货超2.5GWh,同比增速近300%。

“今年,公司将在海外市场发力,欧洲已经显现成果,争取突破美国这个高盈利市场。”天合光能判断,储能板块未来几年还将持续高速增长。