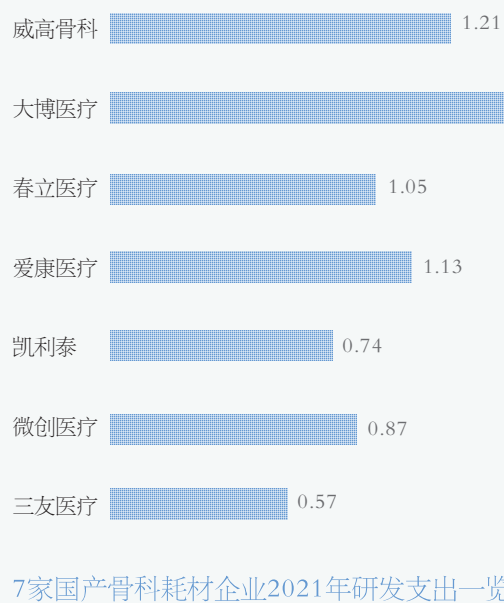
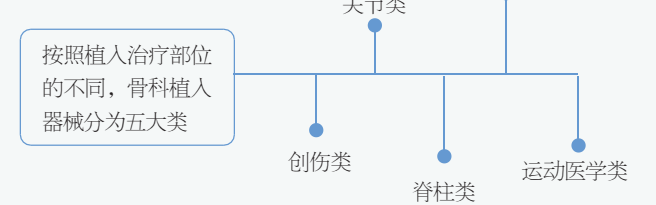


# 脊柱耗材国采拉开帷幕

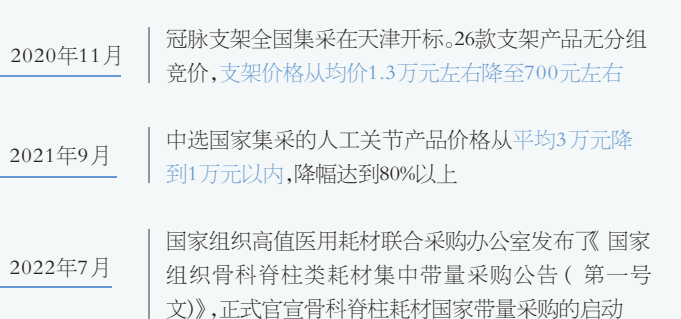
继冠脉支架、骨科人工关节之后，第三个高值耗材国家集采品种来了。7月12日，北京商报记者获悉，国家组织高值医用耗材集中采购办公室发布《国家组织骨科脊柱类耗材集中带量采购公告（第一号文）》以下简称《第一号文》。根据文件，此次集中带量采购产品为骨科脊柱类医用耗材，共分为14个产品系统类别。对比此前冠脉支架、骨科人工关节均超80%的价格降幅，此次骨科脊柱耗材集采方案的最终获批，也将使整个市场重新洗牌。



骨科植入器械类别一览



高值耗材国采时间线一览



## 覆盖14个产品

本次集中带量采购产品为骨科脊柱类医用耗材，根据手术类型、手术部位、入路方式等组建产品系统进行采购，共分为颈椎前路钉板固定融合系统、颈椎后路钉棒固定系统以及胸腰椎前路钉棒固定融合系统等14个产品系统类别。

其中，颈椎前路钉板固定融合系统的主要部件包括固定板、螺钉、融合器，可选部件包括钛网等。颈椎后路钉棒固定系统的主要部件包括棒、螺钉、螺塞、横连接，可选部件包括枕骨板/枕骨夹(含枕骨钉)、枕骨棒、钩等。

脊柱耗材被纳入集中采购势不可挡。2022年3月，一份《关于开展部分高值医用耗材医院采购数据填报的通知》的红头文件显示，骨科脊柱类等医用耗材开始数据填报。5

月《国家组织骨科脊柱类耗材集中带量采购方案》征求意见稿)下发给骨科企业。

与此前征求意见稿列出的13个集采产品系统不同，此次《第一号文》的14个产品覆盖了更多的脊柱类手术。采购周期方面，此次脊柱类医用耗材的带量采购周期定为3年(自中选结果实际执行日起计算)。

海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东在接受北京商报记者采访时表示，药品和高值医用耗材集中带量采购提速扩面意义重大，让越来越多的医用高值药品耗材从奢侈品变为日用品，让老百姓能以比较普惠的价格用上高质量的药品耗材，提升国民救治水平和健康保障。

## 价格会降多少

脊柱耗材国家集中采购风潮迫近，在冠脉支架、骨科人工关节纷纷“挤水分”之后，脊

柱耗材中标价格的降幅又将达到多少？

据了解，高值医用耗材是指直接作用于人体、对安全性有严格要求、临床使用量大、价格相对较高的医用耗材，随着临床使用越来越广泛，价格虚高等问题也越来越突出。某骨科医生向北京商报记者透露称，过去骨科耗材的利润的确很大，经销商卖出两个零部件，可以月入上万，集采不断扩面下，虚高的水分正在被挤出。

2020年11月，冠脉支架全国集采在天津开标。11家企业26款支架产品无分组竞价，支架价格从均价1.3万元左右降至700元左右，产品平均降价超90%；2021年9月，中选国家集采的人工关节产品价格从平均3万元降到1万元以内，降幅达到80%以上。

业内预测，此次脊柱耗材的价格也将有较大的降幅。事实上，包括脊柱耗材在内的高值耗材已被全国多地纳入过集采范围。根据安徽省医保局消息，2021年，安徽省已完成5

类医用耗材、5类临床检验产品集中带量采购，共节约资金约9.72亿元，其中骨科植入脊柱类耗材平均降幅达75%。

## 国产仍具替代空间

目前我国骨科植入医疗器械整体市场主要被外资巨头主导，强生和美敦力两家外资合计占据了国内脊柱类产品市场50%以上的市场份额。排名前五的本土企业中，威高骨科和三友医疗的市场份额分别在8%和4%左右。

对市场而言，业内人士认为，国产龙头企业具有打价格战的天然优势，市场份额将进一步提升。对于企业而言，降价带来的利润下降将倒逼企业创新升级。

2021年财报显示，威高骨科的主要产品脊柱、创伤、关节类耗材占主营业务收入的比例分别为47.41%、28.3%、21.78%。三友医疗

主要产品脊柱类植入耗材占营业收入的比例为87%；大博医疗脊柱类产品占营业收入的比重为28.35%。

威高骨科在2021年年报中坦言，创伤联盟及国家关节带量采购均使产品入院价格大幅降低，降幅超过80%。公司可能面临产品价格下降风险，进而导致毛利率下降，对公司未来盈利能力产生不利影响。爱康医疗方面则表示，人工关节集中带量采购政策使公司业绩在当期遭受重挫，特别是在部分省区试点的省采更是严重影响集团的销售增长。

邓之东表示，骨科集采将促进行业提质增效，降低市场营销成本，企业发展由营销驱动转向技术研发和创新驱动，加速行业转型升级，高质量发展。技术创新、转型升级是企业应对挑战、突破困境的有效途径，提质增效，加强创新，才能适应未来发展趋势，保持长期稳健发展。北京商报记者 姚倩

## “WPS文件被锁”上演罗生门

7月12日，“WPS文件被锁”当事人向媒体透露：5月自己100多万字的小论文稿当时确实被WPS封锁，无法打开使用，但从未说过本地文件被删，且在与WPS沟通过程中，WPS方曾承认是审核系统误判了敏感词，并承诺将加强系统检测漏洞。

但前一日WPS在声明中表示：“一位用户分享的在线文档链接涉嫌违规，我们依法禁止了他人访问该链接，此事被讹传为WPS删除用户本地文件”。截至北京商报记者发稿，WPS相关人士对当事人最新发声未予回应。

WPS是一款可抗衡Office的国内办公软件套装，2022年一季度，WPS移动端月活3.36亿，母公司金山办公营收8.68亿元，净利润2.01亿元。但除了这次“本地文件被锁”事件，在第三方投诉平台，有关WPS“强迫购买会员”“免费试用期不满即自动扣费”等吐槽亦不在少数。

## 当事人发声

在WPS针对“WPS文档被锁”事件发布声明后，当事人发帖回应：“本来我不想提了，但是营销号搬运我的事，上了热一，网友质疑我文件有问题。对此我再强调，文件没有问题，是他们家检测功能出现问题，检测错了，我躺枪误伤，把我文件给锁了”。

按照当事人的说法：“WPS在我文件被锁第二天就说我是分享文件导致触发封锁，然后证据证明我并没有对外分享过文件，WPS客服也清楚。于是第三天WPS解开我的文件，确定不是因为分享，不是因为文件违规，对我进行道歉。我第一天要求过道歉，并且修复漏洞，在WPS诬陷我分享后，我要求退会费用，但是WPS道歉后并没有做到”。

7月12日，当事人向媒体也强调了未分享、无违规情况：“在与WPS进行沟通的过程中，WPS方曾承认是审核系统误判了

敏感词，并承诺将加强系统检测漏洞，提高标准，而非官方声明所言，是由于文档本身含有违禁内容且对外分享”。

该人士还强调：“自己的文件完全合法合规，不存在违禁内容，并称被封文件除了配合WPS调查分享给WPS工作人员外，并未给其他人分享过。自己平常创作中有多个平台备份的习惯，相同的文档在其他多个云文档平台中皆有存档，并未出现内容违法违规提示。也从未说过本地文件被删，只是被封锁，无法打开”，并提供了与WPS客服的沟通截图。

除了事件当事人，多位网友也表示，自己曾有过被WPS锁文的经历。名为“momobuai520”的用户曾发文称：“WPS的作者还是小心一点吧，我的文档被锁了一周还没解封，申诉也申诉不通过。”

## WPS保持沉默

这不是当事人第一次针对此事发帖，7月11日WPS发表声明前，当事人曾

发帖称“WPS窥探并且自行封锁稿子，严禁访问。说文件含有违禁内容，禁止访问，谁给它权利窥探用户隐私文件，并且自行处理，更别谈全部内容清水，网站都能发出去”。

那么WPS有没有权利查看用户文件内容并封锁？北京国际律师事务所律师姚克枫向北京商报记者解读：“如果WPS作为本地化办公工具，是不可以审查用户文件的。如果用户采用的是云文档功能或要分享文档，WPS就成了传播工具。在这种情况下，WPS有权根据敏感词监测等技术手段去审查或封锁用户文件。这是监管部门在《个人信息保护法》《安全法》等法律条例中给平台方提出的要求”。

针对这起事件，WPS在7月11日发布的声明中称：“近期一位用户分享的在线文档链接，涉嫌违规，我们依法禁止了他人访问该链接。此事被讹传为WPS删除用户本地文件。我们将保留通过法律途径维护合法权益的权利。”针对当事人在上述声明发布后的回应，WPS相关人士保持沉默。

WPS创立于1988年，是金山办公的核心产品。根据2022年一季度财报，金山办公营收8.68亿元，同比增长12.26%；净利润2.01亿元，同比下滑21.78%。截至2022年3月31日，金山办公旗下主要产品WPS Office及金山词霸月度活跃设备数5.72亿，同比增长14.86%。其中WPS PC版月度活跃设备数2.32亿，较上年同期增长17.17%；移动版月度活跃设备数3.36亿，较上年同期增长14.29%。虽然，WPS的主要竞争企业并未披露其国内办公软件市场所占份额，但WPS被公认为国内办公软件头部产品。

北京商报记者 魏蔚

## 延续颓势 均瑶健康上半年净利下滑恐超六成

北京商报讯(记者 王晓)7月12日，均瑶健康发布业绩预告显示，2022年上半年均瑶健康营收同比增长，但净利却下滑超六成。按照均瑶健康的说法，上半年业绩增收不增利主要是原料、制造成本上涨以及疫情影响下部分子公司停产、物流不畅所致。

根据均瑶健康披露的2022年半年度业绩预告，均瑶健康预计2022年上半年实现营业收入5.14亿-5.68亿元，与去年同期相比，将增加3694.82万-9103.52万元，同比增长7.75%-19.09%。

在利润方面，均瑶健康预计2022年上半年实现的归属净利润为4391.33万-4853.57万元，与去年同期相比，将减少7595.56万-8057.8万元，同比下降61.01%-64.73%；预计实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为2791.27万-3085.09万元，与去年同期相比，将减少5805.42万-6099.24万元，同比下降65.3%-68.6%。

对于上述增收不增利现象，均瑶健康在公告中将其归因于原材料、制造等成本端负担加重。报告期内，受国际环境影响，公司使用的主要原材料价格发生较大幅度的持续上涨，叠加制造成本等诸多因素的影响，对比去年同期成本端负担大幅上升，导致公司2022年上半年经营业绩同比产生较大幅度波动，影响业绩表现。未来公司将采取有效手段予以积极应对。”均瑶健康在公告中表示。

“此外，受国内新冠疫情影响，报告期内，部分子公司停产、物流不畅等因素导致公司生产、发货、销售等多环节均受到不同程度影响。”均瑶健康方面补充道，随着疫情逐渐平复，公司已经采取多种措施最大程度保证经营活动的正常开展。

事实上，净利下滑对登陆资本市场的均瑶健康来说已是家常便饭。为改变这一现状，均

瑶健康曾提出“进军益生菌，二次创业”。

公开资料显示，均瑶健康是均瑶集团旗下继吉祥航空、爱建集团、大东方后的第四家上市公司。上世纪90年代初即进入乳制品及含乳饮料行业，2011年起，该公司推出“味动力”，迈入含乳饮品中的常温乳酸菌市场，并以此为主营业务。2020年8月，均瑶健康成功登陆上交所主板，被誉为“常温乳酸菌第一股”。

自上市以来，均瑶健康业绩已连续两年出现净利下滑。数据显示，2020年，均瑶健康上市首年就出现业绩下滑，净利下降27.6%；2021年实现净利1.47亿元，同比下降31.26%；在2022年一季度实现净利润1827.4万元，同比下降71.6%。

业绩接连受挫下，均瑶健康将目光转向益生菌赛道寻求业绩新增。通过二次创业，发展培育新品，尤其以益生菌为核心突破，向“益生菌第一股”奋进。”均瑶健康在2021年年报中表示。2021年3月，均瑶健康宣布与江南大学在上海市签订了《战略合作协议》。数据显示，截至2021年末，该公司与江南大学等世界一流学府结成战略合作，通过独家授权、自研、购买等方式储备了具有独特功能性的益生菌菌株十余株，并2021年下半年累计上市16个SKU，包括益生菌固体饮料、咀嚼片、黑巧、酸奶巧克力等。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来，均瑶健康原有大单品乳酸菌饮料没有太多科技含量，随着伊利、蒙牛等龙头布局，均瑶健康“味动力”的市场份额正在逐步萎缩。在大健康背景下，益生菌确实是目前的热门赛道，但益生菌产品与均瑶健康原有产品线销售渠道并不匹配，需要投入较大的人力、物力成本，短时间内很难拉动均瑶健康业绩增长。

对于均瑶健康未来将如何改善净利润下滑的局面，北京商报记者发邮件采访均瑶健康，但截至发稿并未收到回复。