

国产医疗器械创新提速 多家公司携最新成果亮相CMEF

■本报记者 张安

5月14日至5月17日,第87届中国国际医疗器械博览会(简称“CMEF”)在上海国家会展中心举办,此次展览面积达32万平方米。

在展览现场,多位行业人士向《证券日报》记者表示,CMEF可被看作全球医疗器械产业风向标。

近年来,受益于国家政策的大力扶持,医疗器械国产替代进程正在加速推进。此次展会以“创新科技,智领未来”为主题,吸引全球近5000家企业参展,汇聚来自20多个国家和地区的创新产品。

多家企业携创新医疗器械参展

此次展会吸引了海内外的医疗器械领军企业参展,其中包括GE医疗、西门子医疗、飞利浦医疗、罗氏诊断、东软医疗、鱼跃医疗等行业头部企业。

在此次展会上,多个创新产品发布。精锋医疗、三诺生物、江生物等公司均有重磅产品亮相。

其中,国产手术机器人公司精锋医疗带来了两款新产品——公司自主研发的精锋多孔腹腔镜手术机器人MP1000和精图3D高清电子腹腔镜。精锋医疗方面向《证券日报》记者表示,上述产品目前均已获得国家药监局的上市批准,其中精锋多孔腹腔镜手术机器人在注册临床试验中,就成功应用于各种高难度四级手术,标志着国产手术机器人的技术性能及临床表现已达到国际领先水平。

三诺生物方面向《证券日报》表示,本次展会重点发布了三诺爱看持续葡萄糖监测系统,该产品于今年3月31日取得国内注册证,也是全球首个将第三代葡萄糖传感技术应用于CGM(即“动态血糖监测”)的产品。

精锋医疗方面向《证券日报》记者表示,CMEF展会是一个展示医疗

器械创新成果和趋势的窗口,可以让行业内外的人士了解最新的技术动态和市场需求,激发创新思维和创新活力,促进技术交流和成果转化。让行业内外的各方利益相关者进行广泛的合作和对接,整合创新要素和创新链条,形成创新共识和创新共赢。

三诺生物方面进一步表示,“截至目前,三诺生物在持续葡萄糖监测系统、糖尿病风险评估与健康服务、慢病健康管理专区、院内外一体化糖尿病数字管理、液相生化iPOCT及Sinocare Family等6个板块都有达成或有意的合作。”

政策扶持 促医疗器械行业加速发展

近年来,随着经济持续增长及人口老龄化程度提高,患者的医疗需求也不断增长。同时,国家持续出台政策,促进医疗器械行业加速

发展。

2021年,国家卫健委发布《“千县工程”县医院综合能力提升工作方案(2021-2025年)》,明确到2025年,力争全国至少1000家县医院达到三级医院水平;2022年9月份,国家卫健委发布《关于印发使用阶段性和参考材料的通知》,相关财政贴息贷款原则上对所有公立和非公立医疗机构全面放开,使用方向包括诊疗、临床检验、重症、康复、科研转化等各类医疗设备购置。

今年的《政府工作报告》中也明确指出,“推动优质医疗资源扩容下沉和区域均衡布局。”在此背景下,医疗器械更新改造需求持续释放,相关医疗器械企业迎来广阔的市场空间。

根据国家统计局数据,2023年一季度,中国医疗器械行业的总收入为2368.3亿元,同比增长18.7%。其中,医疗器械制造业的收入为

1279.5亿元,同比增长23.8%。行业呈现高速发展态势。

就细分产品领域而言,根据医疗器械协会数据,2023年一季度,体外诊断试剂市场规模达到了123.5亿元,同比增长28.7%;医用影像设备市场规模达到了164.6亿元,同比增长14.2%;手术器械市场规模达到了123.5亿元,同比增长12.8%;医用耗材市场规模达到了309.2亿元,同比增长23.8%。

产品方面,5月10日,国家药品监督管理局刚刚批准南京融晟医疗科技有限公司生产的创新产品“自膨式可载粒子胆道支架”注册。至此,国家药监局批准的创新医疗器械产品正式达到200个。

对此,一位不愿具名的医疗器械公司创始人向《证券日报》记者表示,随着国家政策的大力支持,近年来多款创新医疗器械获批,不仅满足了广大民众的需求,也促进了我国医疗器械行业高速发展。

线下娱乐复苏行业竞争加剧 实景剧本杀等新模式引关注

据贝哲斯咨询数据,2022年,全球音乐节市场规模达161.39亿元,中国音乐节市场规模达23.17亿元。预计到2028年,全球音乐节市场规模将达555.79亿元。

据贝哲斯咨询数据,2022年,全球音乐节市场规模达161.39亿元,中国音乐节市场规模达23.17亿元。预计到2028年,全球音乐节市场规模将达555.79亿元。

据贝哲斯咨询数据,2022年,全球音乐节市场规模达161.39亿元,中国音乐节市场规模达23.17亿元。预计到2028年,全球音乐节市场规模将达555.79亿元。

■本报记者 李豪悦

开年以来,演唱会、音乐节、剧本杀等线下娱乐全面复苏,有演唱会门票开售5秒内就售罄。人们的生活变得更加丰富多彩,相关产业也随之进一步发展。

当下最火的线下娱乐形式是什么?相关产业前景如何?从业者又该去哪里淘金?

线下音乐节“井喷”

“抢到了吗?”最近成了歌迷间的最新问候语。5秒内,五月天演唱会门票一售而空,甚至有粉丝质疑主办方与黄牛勾结。

近期,尤其是“五一”假期期间,演唱会热度节节攀高。据中国演出行业协会票务系统采集与服务平台数据,“五一”假期期间全国营业性演出票房收入15.19亿元,同比增962.2%,较2019年同期增长18.4%。音乐节也呈“井喷”态势。招商证券表示,大型音乐节和演唱会数量较2019年同期增幅超35%。

太合音乐集团副总裁张晓春向《证券日报》记者表示,2023年音乐节“井喷”有两个原因。一是许多2020年至2022年暂停的项目推迟到今年完成,造成项目扎堆;二是消费市场回暖,人们的消费意愿提升。

贝哲斯咨询数据显示,全球音乐节市场正在扩大。2022年,全球音乐节市场规模达161.39亿元,中国音乐节市场规模达23.17亿元。预计到2028年,全球音乐节市场规模将达555.79亿元。

“今年的音乐节市场规模明显超过了三年前。有许多新品牌入局,今年投资人更乐观了。”张晓春说道。

4月份至5月份,除了草莓音乐节、麦田音乐节等由摩登天空、太合音乐等专业音乐公司主导的传统IP,蜜雪冰城、元气森林、隅田川咖啡等消费品牌也纷纷举办音乐节。

张晓春认为,越来越多的“新势力”加入,是市场做大后必然出现的结果。消费品牌吸引的音乐节观众群体与品牌用户画像吻合。音乐节的收入主要由招商、现场二次消费、票房、跨界合作等方面构成,其中票房收入是主要来源。因此,对消费品牌来说,与其赞助助力的身份参与,还不如自己做。卖票可以回收一部分成本,品牌曝光度等方面也能自主把控,自主权更大。

据记者测算,国内音乐节票价主要集中在200元到1000元的区间,参加人数最高可达数十万人,仅门票收入便可达千万元级别。但另一方面,有业内人士表示,国内举办音乐节能实现盈利的企业只占20%。

张晓春坦言,相较于音乐节的市场规模增长速度,入局者增长速度更快。“眼下来看,中国线下音乐节越来越热闹,很多原本没有接触过音乐市场的投资人入局。音乐节数量飙升,观众的选择也变得更多,市场竞争压力会随之增加。未来,音乐品牌要考虑的第一要素仍然是现场体验,此外,购票、入场、氛围、互动以及餐饮等方面,都能够影响音乐节的质量。”

实景剧本杀创新旅游模式

另一个热度很高的线下娱乐项目是剧本杀。小黑探剧本娱乐票房显示,2023年剧本杀票房增长迅猛。截至5月14日,5月份剧本杀全国票房已经达到1.65亿元,4月份票房为2.9亿元。而2022年4月份总票房为5051.02万元,5月份总票房为1.2亿元。

洛阳卡卡文化传媒有限公司董事长杨侃向《证券日报》记者表示,剧本杀行业2023年已经进入稳定发展期。

艾媒咨询在《2022-2023年中国剧本杀行业发展现状及消费行为调研分析报告》中预测,到2025年中国剧本杀行业市场规模将增至448.1亿元。剧本杀的模式也变得更加多样化。

“随着旅游业的复苏,多地政府将沉浸式剧本杀纳入景区,这种模式或成为剧本杀行业下一个爆发点。”杨侃介绍,2023年“五一”小长假的旅游热让实景剧本杀更受欢迎。“公司与洛阳市政府合作,在4A景区花果山开展实景剧本杀模式运营,今年5月1日景区收入相比疫情前增加1倍以上。同时,线上售票占比增加,这意味着来花果山的年轻人更多了。”

记者了解到,河南洛阳多次举办剧本杀相关活动。例如,洛阳今年4月份举办了“神奇奇幻志”全城剧本杀活动,推出《神都诡事录》等17个实景剧本杀项目,《无上龙门》等7个沉浸式体验项目和16个桌面剧本杀项目,是第一个推出“全城剧本杀”的城市。

杨侃介绍,随着剧本杀市场发展进入稳定期,行业也开始寻找下一个投资热点。例如,今年投资人的热钱基本都流向了AIGC领域,剧本杀行业开始探索人工智能的可能性。“传统的剧本创作流程是列大纲、填内容,然后修改、测试、上线销售。核心创作和灵感创作暂时还不会被AI取代,内容填充等是最容易被替代的环节。”

多品类工程机械4月份销量增长明显 有公司称年内出口情况良好

■本报记者 李正

近日,中国工程机械工业协会(以下简称“协会”)发布了4月份中国工程机械行业主要产品销售数据,涉及平地机、汽车起重机、履带起重机等10个品类,其中8个品类实现产品销量同比增长。

《证券日报》记者以投资者身份致电一线生产企业柳工,公司相关负责人表示,近期公司的工程机械产品销量情况比较理想。国际市场需求十分强劲。

酷盟投资总经理杨如意告诉《证券日报》记者,从需求方面看,今年以来国内房地产行业对工程机械需求仍相对偏弱,工程机械需求主要来自基建,预计基建对相关需求的拉动作用还将持续。此外,产品出口情况持续向好,将助力工程机械公司持续扩大销售。

8个品类 4月份销量同比增长

据协会对主要制造企业统计,4月份销售各类平地机640台,同比增长13.5%,包括平地机在内,汽车起重机(同比增长14.9%)、履带起重机(同比增长24.2%)、随车起重机(同比增长61.8%)、工业车辆(同比增长10.5%)、压路机(同比增长13.8%)、升降工作平台(同比增长22.9%)、高空作业车(同比增长62.2%)等8个品类实现同比增长,增幅均超过10%;塔式起重机和摊铺机两个品类出现了同比下滑,下滑幅度分别为4.57%和5.16%。

拉长时间线来看,年内工程机械产业整体销售增长同样强劲。

根据协会统计数据,上述10个工程机械品类当中,有6个在今年1月份至4月份累计销售台数实现同比增长,随车起重机(同比增长30.2%)、升降工作平台(同比增长26.7%)等品类涨幅居前。

据上述柳工相关负责人透露,受需求快速增长拉动,目前公司机械产品的产能利用率已经接近满产状态,预计年内销售额将达到300亿元。

东高科技投研学院副院长揭冲在接受《证券日报》记者采访时表示,从国内市场来看,开年以来基建行业复工提速,叠加基建需求快速增长,工程机械产品销量大幅增长。此外,4月份工程机械产品销量明显增长也与基建项目进入开工旺季有关。

杨如意补充称,从基建数据来看,3月份基建固定资产投资累计同比增长10.82%。“新增地方政府债券发行进度较去年同期有所加快,预计随着资金加速落实到具体项目,基建项目开工数量增多,对工程机械需求将进一步提升。”

年内工程机械销量向好势头能否持续?揭冲表示,短期来看,国内国际市场存在不确定性因素。进入4月份,各地基建等重大项目开工热情持续,但随着南方雨季到来,项目施工进度将会受到明显制约,或对工程机械销售情况将形成一定拖累。

受访企业称 出口需求拉动明显

值得关注的是,受“一带一路”倡议等带动,国内工程机械产品的



出口情况持续火热。据协会对主要制造企业统计,2023年4月份销售各类挖掘机18772台,其中出口9259台,同比增长8.9%;1月份至4月份,累计销售挖掘机76243台,其中出口37902台,同比增长12.2%;4月份销售各类装载机9693台,其中出口销量4432台,同比增长51.5%;1月份至4月份,共销售各类装载机38976台,其中出口销量17907台,同比增长32.4%。

徐工机械相关负责人告诉《证券日报》记者,今年以来公司工程机械产品的出口情况不错,前4个月出口销售台数同比增长约50%。

上述柳工相关负责人也表示,今年前4个月,出口需求拉动公司

产品销售效应十分明显。

在揭冲看来,工程机械出口持续向好的根本原因,在于海外市场需求加快恢复迅速带动我国工程机械在海外市场的销量。同时,“一带一路”为工程机械出口搭建了更为广阔的平台,让越来越多的工程机械企业能够“走出去”,发挥主观能动性和自身优势,积极参与全球竞争,助推企业盈利稳步提升。

杨如意补充称,2022年工程机械主要企业出口收入占比达30%至50%,其中“一带一路”沿线国家及地区销售收入占比达70%以上。

估值方面,Choice数据显示,工程机械板块指数报1015.11点,年内累计上涨9.81%。对于该板块的投

资价值,排排网财富研究员刘文婷向《证券日报》记者表示,工程机械板块有望迎来估值和业绩双重提升的机会。“国内市场方面,基建项目开工火热叠加房地产行业回暖预期,有助于拉动工程机械需求。同时,国际市场需求持续旺盛,利好工程机械出口,而且工程机械行业整体估值处于历史低位,在行业边际向好预期下具有较高吸引力。”

杨如意对此表示赞同:“今年是‘一带一路’倡议提出十周年,工程机械赛道受益颇多。另一方面,基建行业持续复苏也是支撑今年工程机械业绩的一大因素,全球化、国际化布局较为全面的工程机械龙头标的更加值得关注。”

港股市场今年以来近七成新股破发 有企业观望等待上市最佳窗口期

■本报记者 许洁

据同花顺数据显示,截至5月16日,年内已有23家公司顺利在港股上市交易,从存展(即保证金)情况看,20家公司实现了超额认购,只有3家公司出现了存展认购不足的情况。

但从上市交易首日表现来看,13家公司股价首日出现下跌,占比近70%。5月份上市的普乐师集团控股、怡俊集团控股、绿竹生物首日股价均出现了下跌,跌幅分别为24.62%、23.44%、32.93%。

对此,上海迈柯莱信息咨询有限公司董事总经理徐阳对《证券日报》记者分析称,新股存展认购不足,和市场总体情况有关。当下,全球经济不景气,港股也难以独善其身。受美联储加息和联系汇率制度影响,中国香港的基准利率也在不断抬升中。此外,破发现象也与企业一级市场估值偏高,

以及过度依赖基石投资者有关。

基石投资者是把“双刃剑”

绿竹生物5月8日在港交所上市,发行价32.8港元,5月9日收盘价为16.7港元,上市仅两个交易日,股价几近腰斩。根据相关资料,绿竹生物引入了基石投资者。

事实上,港股基石投资者的存在好似一把“双刃剑”。

“在市场情绪稳定的时候,基石投资者的参与体现其对拟上市公司管理层、盈利模式、发展前景的肯定,对上市公司起到积极背书作用,能够吸引更多投资者关注。在市场低迷、信心不足的情况下,基石投资者的存在能够保证上市申请人顺利完成首发。”有券商在报告中表示。

但硬币的另一面是,大量基石投资者的存在,以及基石投资者不计代价高价认购,也会带来负面效应:上市公司过于依赖基

石投资者,视其为IPO成功的护身符,有些公司甚至到了没有基石投资者就无法完成发行的地步。

“可以看到,有些通过港股18A政策上市的生物医药企业在一级市场的估值特别高,为了保证顺利发行,企业通常会降低发行规模和募资额,或者与基石投资者签‘抽屉式’回购协议,实控人来做担保。由于一级市场估值过高,虽然企业可以通过上述方式实现上市,但二级市场也不会买单,最终就会形成破发。”和合首创(香港)执行董事陈达对《证券日报》记者表示。

此外,基石投资者的高比例认购及6个月的锁定期造成流动性不足,抑制了相关股票的交投,拖累潜在涨幅。

企业赴港上市依然踊跃

虽然今年港股新股表现不佳,但截至5月13日,年内依然有67家公

司向港交所递交。其中不少是二度、甚至三度更新招股书。比如线上线下一体化汽车服务平台途虎养车、中国最大的线上健身平台KEEP、出行平台嘀嗒出行等。也有新提交招股书的,比如京东工业、京东智能产发等。

记者采访了多位熟悉上述公司情况的人士后发现,有些企业正在等待上市最佳窗口期。比如,一位接近途虎养车的人士对记者表示:“途虎养车3月30日在港交所第三次更新了招股书,业务发展也比较顺利,但管理层目前仍然在观望市场情况,计划选择合适的时间完成上市。”

有从业者告诉记者:“一般来说,港交所上市的平均审核时间约为18个月至24个月,可能会因为各种因素延长或缩短。如果企业的业务复杂,或者在某些领域有严格的监管要求,则其上市的速度可能较慢。此外,财务状况良好的企业通常会更容易通过港交所的审核。例