



胰岛素接续采购上海开标：中选价与上一轮基本持平 企业称符合预期

本报记者 张敏
见习记者 金婉霞

近期，国家医保局组织全国各省份开展胰岛素集采协议期满后接续采购（以下简称“接续采购”）。4月23日，接续采购在上海开标。《证券日报》记者在现场看到，共有13家胰岛素企业相关负责人来到现场并递交了申报材料。

当日，全国药品集中采购（胰岛素专项接续）中选结果公布。国家医保局介绍，本次接续采购全国共有35000多家医疗机构参加，填报胰岛素需求总量超过2.4亿支，涵盖临床常用的二代和三代胰岛素。胰岛素生产企业积极参与，所有投标企业均有全部或部分产品中选。接续采购中选价与上一轮价格基本持平。

甘李药业和通化东宝相关负责人均对《证券日报》记者表示，“中标结果符合预期”。甘李药业财务负责人孙程表示：“中标结果符合公司预期，我们将积极响应国家政策，在市场推广、生产质量控制等方面共同努力，完成保供目标。”通化东宝董事会秘书苏瑞表示：“中标结果符合预期，目前公司产能充足，可以保障供应。”

采购量更大、周期更长 企业高度重视

2021年11月份，国家医保局组织了第六批国家集采（胰岛素专项），这是首次对胰岛素进行的国家层面集采。中选结果执行两年来，实际采购量超过协议采购量的2倍。与集采前相比，疗效和安全性更好的三代胰岛素使用量占比从58%提升至70%，向欧洲国家的用药结构趋近。

今年4月17日，国家医保局表示，开展接续采购，巩固集采成果。对比两次集采来看，采购品种未发生变化，仍分为六个采购

组（分别为：基础胰岛素、餐时胰岛素、预混胰岛素、基础胰岛素类似物、餐时胰岛素类似物、预混胰岛素类似物）、11个报价单元。不过，此次的接续采购采购量更大、采购周期也更长：本轮胰岛素专项国采接续报量约2.42亿支，较第一次胰岛素国家集采整体报量增加13%；采购周期则从两年延长至三年半。

对企业而言，更大规模的采购量、更长的采购周期，意味着更大的市场份额、更稳定的市场预期。记者在现场注意到，不少企业对此续接采购高度重视。根据《全国药品集中采购文件（胰岛素专项接续）》，4月23日上午9点至10点是接收申报材料时段，正式开标于上午10点进行。上午9点，记者来到此次的开标地点上海虹桥宾馆，陆续有企业代表来到现场，约半小时后，开标会议室内前的走廊上站满了人。记者与几位企业代表进行了简单交流。

一位企业代表告诉记者，公司高度重视此次续接采购，相关文件一出，公司内部就立马开始认真研究。另一位企业代表则表示，他自己提前一天来到虹桥宾馆“踩点”，开标当日公司项目组成员更是全部到场。

中标不唯低价论 更注重可持续性

4月23日11时前后，拟中选结果陆续读出，在场的不少企业代表面露喜色。

从国家医保局公布的中选结果来看，合计参选的53个产品中，有49个产品获得中选资格，中选率为92%，主流产品基本全部中标。中选价格稳中有降，在首轮集采降价基础上又降低了3.8个百分点。此外，各家企业的报价价差逐步缩小。

比如，据国家医保局官方信息显示，三代预混（胰岛素）组各产品报价价差从2.3倍缩小至1.6倍。一位在现场的企业代表对记者称，此次续接采购的竞价中选规则则比较温和，本质上更类似于一种询价模式，企业的报价预期明确，而实际的中选结果也“符合预期”。

据《全国药品集中采购文件（胰岛素专项接续）》，此次在中选



胰岛素集采协议期满后接续采购现场

价格上，企业满足两个条件之一，即申报价≤同采购组最低申报价1.3倍；申报价>同采购组最低申报价1.3倍，但不高于采购组列出的价格线，即可中标。而在采购量的分配上，则将中选企业分为了A、B、C三组，每一组都可获得对应比例的采购需求量。

“这样的制度设计，可以让企业根据自身成本、市场销量，综合考虑量、价两个因素，估算出较为可持续的报价。”顾雪非表示。

苏瑞也表示，这次续接采购的规则制定比较明确，“每一家企业可以根据自己的实际情况，预判获得哪个组别的量更合适，并给出相应的报价，而不是‘一刀切’，盲目竞争低价，是比较合理的”。

集采并非最低价中标，挤出虚高药价水分，降低群众负担，是集中带量采购的重要目标。“从续约采购的各项规则制定可以看出，核心的考量指标还是临床用药习惯、患者用药的稳定性，其次才是药价。”顾海表示，从此次续接采购的结果来看，胰岛素价格也是有一定幅度的下降，“这两个目标都实现了”。

“并不是价格越低就越好，药品的质量、可及性、供应保障等方面都是需要考虑的因素。”国家卫生健康委卫生发展研究中心医药卫生技术评估与创新管理部部长

顾雪非表示。

国产胰岛素有望持续放量

随着胰岛素国家专项集采在国内各省市陆续落地，国内胰岛素市场也在悄然发生变化，即国产胰岛素的份额、销量正在持续增长。

通化东宝在2023年年报中表示，公司胰岛素各系列产品销量均实现不同程度增长。甘李药业发布的2023年业绩预告显示，2023年，公司国内销售收入大幅增长，主要原因系公司国内胰岛素制剂产品销量较上年同期实现大幅增长，特别是餐时（速效）和预混胰岛素产品的销量增长尤为显著。

展望未来，苏瑞表示，在此次续接采购中，通化东宝两个潜力大品种产品（基础胰岛素类似物、预混胰岛素类似物）均已入选，且获得了较大的带量，公司对未来进一步放量有信心。

此次续接采购中，甘李药业有6个产品参与竞标，所有6个竞标产品全部中标。孙程表示，后期公司将积极推动二代胰岛素向三代胰岛素升级替换，并做好生产质量控制，实现销售目标。

另一方面，胰岛素产品“出海”已经成为相关企业打造新增

长曲线的重要方向。

公开信息显示，通化东宝人胰岛素注射液上市许可申请已于2023年上半年获得欧洲药品管理局正式受理，2023年下半年，通化东宝又与健友股份达成战略合作，共同进军美国胰岛素市场。甘李药业介绍，公司已获得美国食品药品监督管理局及欧洲药品管理局的上市申请受理，公司将积极准备申报材料，推进在美国及欧洲的上市申请进展。同时在2024年，公司将延续在其他世界国家的注册工作，期望公司产品可以获得更多国家和地区的认可。

不过，从全球市场来看，礼来、诺和诺德和赛诺菲这三家胰岛素巨头先后宣布旗下胰岛素产品在美国市场降价。有观点认为，对于“出海”的国内药企而言，市场竞争压力不容小觑。

融智投资高级研究员包金刚向《证券日报》记者表示，“出海”是胰岛素企业打造新增长点的重要方向，中国、美国等胰岛素主要消费国产品价格下降后，三大胰岛素巨头（赛诺菲、礼来、诺和诺德）将业务重心转向减肥等其他领域，这给了中国胰岛素产品“出海”的机会。此外，尽管美国胰岛素价格大幅下降，但相比于国内集采价格仍很贵，因此国产胰岛素产品“出海”前景广阔。

三大运营商一季报“集齐”：收入结构持续改善 研发费用同比增长

本报记者 李乔宇

4月23日晚间，中国电信披露2024年第一季度报告。公告显示，2024年第一季度，中国电信实现营业收入1344.95亿元，同比增长3.7%；实现归属于上市公司股东的净利润85.97亿元，同比增长7.7%。

此前，中国移动及中国联通先后披露了2024年第一季度报告。公告显示，2024年第一季度，中国移动实现营业收入2637亿元，同比增长5.2%；中国联通实现营业收入994.96亿元，同比增长2.3%。以此计算，今年第一季度，三大运营商共实现营业收入4976.91亿元。

产业数字化方面，中国电信紧抓经济社会数字化转型的机遇，持续深耕重点行业，不断拓展生态合作，以“网+云+AI+应用”满足千家万户、千行百业的数字化需求，推动战略新兴业务快速发展，促进数字经济和实体经济深度融合。2024年第一季度，中国电信产业数字化业务收入达到386.79亿元，同比增长10.6%。

中国移动表示，今年第一季度，公司一体推进“网+云+DICT”规模拓展，加大商客市场拓展力度，推进政企解决方案标准化、产品化、平台化，深耕行业数字化服务。今年第一季度，公司DICT业务收入保持良好增长。

中国联通旗下的新兴业务亦成为公司业务增量的重要来源。今年第一季度，中国联通旗下联通云收入达到167亿元，同比增长30.3%；实现数据中心收入66亿元，同比提升4.1%；实现5G行业虚拟专网累计服务客户数达到1万户；网信安全收入实现70%高速增长。

有不愿具名的业内人士表示，从目前三大运营商的收入情况来看，新兴业务收入增速较快，人工智能、云计算、数据中心、大数据等新兴业务正在成为公司业务增量收入来源。同时作为“AI+”行动的主力军，预计千行百业对于“AI+”的需求将最终体现在三大运营商新兴业务的收入增量中，从而持续改善三大运营商的收入结构。

研发费用方面，2024年第一季度，中国电信研发费用为15.71亿元，较去年同期增长13.8%，主要为公司聚焦战略性新兴产业和未来产业，持续加大科技创新力度，加强关键核心技术攻关，提升核心能力。

中国移动以及中国联通披露的数据显示，今年第一季度，中国移动研发费用为30.03亿元，同比增长6.72%；中国联通研发费用为13.79亿元，同比增长19%。以此计算，三大运营商今年第一季度研发费用共计59.53亿元，各家研发费用均同比增长。

中国电信表示，未来将积极把握新一轮科技革命和产业变革发展趋势，持续深入实施云改数转战略，锚定打造服务型、科技型、安全型企业目标愿景，推动新质生产力加快形成，全面深化改革开放，全面推进高质量发展，不断增强核心功能、提高核心竞争力，加快建设世界一流企业。

中国移动表示，将加快培育壮大战略性新兴产业，加快形成新质生产力。中国联通表示，将深入实施联网通信发展、算网融合发展、数智应用发展、国际化发展、大数据创新、人工智能创新、数字新基建、高品质服务和网信安全等重点行动计划。

营收、净利连续三年增长 华润饮料递交港股上市申请

本报记者 李静

4月23日，港交所官网显示，华润饮料（控股）有限公司（以下简称“华润饮料”）于4月22日向港交所递交上市申请，联席保荐人为中银国际、中信证券、美银美林、瑞银集团。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，这标志着华润饮料正式向资本市场迈进，有助于公司通过公开市场融资，增强资本实力，提高品牌影响力。

公开资料显示，华润饮料是中国包装饮用水行业的开创者和国内第二大包装水企业，旗下拥有怡宝、至本清润、蜜水系列、假日系列及佐味茶事等13个品牌的产品组合，共计56个SKU。产品组合覆盖包装饮用水、茶饮料及果汁类饮料等。

根据灼识咨询报告，2014年至2023年，按包装饮用水的零售额计，华润饮料已连续10年位居前两位。2023年，华润饮料在包装饮用水市场的市场份额达到18.4%。自2012年至2023年，华润饮料连续12年在中国饮用纯净水市场保持排名第一。

招股书显示，2021年至2023年，华润饮料分别实现营业收入113.41亿元、126.21亿元、135.11亿元；利润分别为8.58亿元、9.89亿元、13.31亿元。

从营收贡献来看，华润饮料超过九成的营业收入来自包装饮用水，其他饮料产品的贡献不足8%。2021年至2023年，包装饮用水收入分别为108.18亿元、119.06亿元、124.47亿元，分别占总收入的95.4%、94.3%、92.1%。

“包装饮用水是华润饮料的核心业务，且一直保持稳定的发展，但饮用水市场竞争较大，未来公司也应该多品类、多渠道、多场景加大市场布局。”中国食品产业研究院高级研究员朱丹蓬表示。

据悉，此次华润饮料香港IPO募资金额将用于战略性扩张和优化产能、加速销售渠道扩张、数字化升级、进行潜在投资及并购的机会等。

据了解，经销商网络方面，华润饮料与遍布全国的超过1000家经销商成功合作，累计覆盖中国超过200万个零售网点。

产能布局方面，截至2023年12月31日，华润饮料在全国拥有12家已投产的自有工厂及34家合作生产伙伴，从事包装饮用水产品及饮料产品的生产。已投产自有工厂和合作生产伙伴的包装饮用水及饮料产品年标准产能合计为1880万吨，而公司的包装饮用水及饮料产品2023年的实际年总产量为1350万吨。据悉，华润饮料为工厂选址时遵循“1+N”的模式，通常包括在华润饮料于每个地区的大型工厂附近设置数家卫星工厂。

朱丹蓬称，华润饮料围绕核心城市布局产能，有助于降低运输成本，同时也能够实现灵活且有效的生产供应。

券结基金数量已超1000只 总规模突破6500亿元

本报记者 吴珊
见习记者 方凌晨

今年以来，采用券商交易模式（以下简称“券结模式”）的基金产品（以下简称“券结基金”）数量持续扩容。截至4月23日，券结基金数量达1000余只，总规模超6500亿元。越来越多公募机构参与券结基金的发展。

受访业内人士表示，券结基金的发展离不开监管的支持鼓励。同时，券结模式有其自身优势，有助于促进基金公司、券商等参与方业务的发展，实现多赢。未来，券结基金有望迎来更好发展。

券结基金已突破千只

Wind数据显示，截至4月23日，今年以来共有58只（只含主代码，下同）新成立基金采用券结模式，基金募集规模约273亿元，其中4月份以来新成立11只券结基金。至此，券结基金数量共计达1017只，总规模超6500亿元。

对于券结基金数量持续增长的原因，天相投顾基金评价中心相关人士在接受《证券日报》记者采访时表示：“监管对券结基金的鼓励和支持，为其发展提供了良好的政策环境。同时，公募市场的快速发展也为券结基金提供了广阔的市场空间。随着公募市场的不断壮大，投资者对基金产品的需求不断增加，券结基金因其独特的风险控制优势和费用优势受到投资者青

睐。”

“一方面，2019年发布的《关于新设公募基金管理人证券交易模式转换有关事项的通知》明确，新设立的公募基金应当采用新交易模式，鼓励老基金公司在新增产品时采用新交易模式；另一方面，受市场等因素影响，当前投资者态度谨慎，基金发行相对不易，所以基金公司通过基金券结模式以提升基金的销售规模。”蜂巢基金相关人士对《证券日报》记者分析称。

在易米基金看来，券商客户通常表现出更高的风险偏好，更加关注市场波动带来的交易机会和长期投资回报。券结模式下，基金的交易、清算、托管可以“一站式”由券商完成，提高运营效率，同时以券商作为代销机构，对基金的销售有更强的动力。在此前提下，券商可以通过提供经纪服务、托管服务以及基于基金后续表现获得更多的业务收入，这种利益绑定机制有利于刺激券结基金的持续推广和增长。

中小型公募参与度更高

从基金管理人来看，在目前采用券结模式的基金中，中小型公募机构旗下券结基金数量较多。管理数量在20只以上的10家公募机构中，中小型机构占据8席。其中，东方财富基金管理券结基金达45只，居于榜首；另有蜂巢基金、淳厚基金、惠升基金、同泰基金等公募机构管

理的券结基金数量均在20只以上。

“券结基金在一定程度上具有定制属性，是通过基金管理人与券商整合双方资源优势，优选基金经理等方式打造了一只更具竞争力的产品。中小型公募机构在市场竞争中的竞争力相对较弱，通过积极参与券结基金，能够更有效地开拓市场和提升品牌影响力。”天相投顾基金评价中心相关人士表示。

在相关机构看来，相对于其他交易结算模式，券结模式有其自身优势，有助于促进基金公司、券商等参与方业务的发展，实现多赢。蜂巢基金相关人士认为，对于基金公司来说，券结模式下，券商会对产品的交易行为进行实时验券，有助于对公募基金异常交易行为的精确监控；同时，采用券结模式的基金产品不需要缴纳结算备付金、保证金，能够在一定程度上降低资金占用成本。

易米基金表示：“对基金公司而言，券结模式下可以借助券商强大的投研实力，更好地服务投资者；此外，券结券商同时作为代销机构、托管人，会因销售业务收入、托管费收入等因素，更注重产品后面的持续业绩。当业绩有所表现时，会积极投入资源进行基金的持续营销工作，在基金的销售营销方面发力。对券商来说，除了能获得直接的交易手续费收入外，还能通过提供优质的投资工具吸引更多客户资金，增加客户黏性，提高综合金融服务水平，进一步促进其财富管理业务的发展。”

“另外，对投资者而言，券结模式下的基金往往能得到更紧密的跟踪服务和定制化投资建议，有助于他们根据市场变化调整投资组合，从而实现更好的投资效果。”易米基金进一步表示。

据记者梳理，今年以来，包括大型公募、外资公募在内的公募机构也更多参与券结基金的发展中。例如，中欧基金、招商基金旗下采用券结模式的基金数量均在20只以上，此外，天弘基金、博时基金等大型公募机构管理券结基金数量也较多；而外商独资公募联博基金旗下4月初成立的首只产品也采用券结模式。

或迎进一步发展

近日，证监会制定发布《公开募集证券投资基金证券交易费用管理规定》，进一步完善券结模式的规定。招商证券郑积沙团队认为，券结基金将迎来第二春，“该规定对券结模式相对呵护、呈支持态度，如券结基金不受佣金比例分配上限约束等”。

天相投顾基金评价中心相关人士则认为，公募基金降费趋势下，通过优化佣金制度，降低交易成本，加强合规监管等措施，可推动券结基金向更加规范、高效的方向发展，从而提升券结基金的市场竞争力，吸引更多的投资者参与。

券结模式下，基金公司、券商的“绑定”程度加深，选择一个好的合作伙伴至关重要。一家沪上基金