

# 摸底进行时 种植牙集采再度推进

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

“一个县级以下医院,平均一颗种植牙治疗费用在6000元到2万元,如果种全口牙,相当于在县城买套房。”

怀揣让大多数老百姓看得起牙的初衷,全国人大代表李小莉曾在去年“两会”期间提交了一份关于规范种植牙材料费用并将其治疗和服务费用纳入医保的建议。

而就在8月18日,国家医保局就《关于开展口腔种植医疗服务收

费和耗材价格专项治理的通知(征求意见稿)》(以下简称“《征求意见稿》”)公开征求意见,“精心组织开展种植牙耗材集中采购”为工作内容之一。

事实上,近段时间以来,在有关部门的统一部署下,一项关于口腔种植收费和医疗服务价格调查登记的工作已在多地展开,调查范围涉及公立、非公立医疗机构。

近日,民营口腔机构从业者黄鑫(化名)对《中国经营报》记者表示,据其了解,行业内部分公立及民

营口腔医院,目前已收到相关种植牙价格调查登记通知,且要求保量登记造册。

公司层面,通策医疗(600763.SH)股价在8月15日~8月16日连续两日收跌,公司相关人士日前对媒体表示,“种植牙集采对公司产品销量和利润不会有影响。”深圳市家鸿口腔医疗股份有限公司(以下简称“家鸿口腔”)则对记者称,对开展种植牙价格调查登记的通知处于关注状态,暂无相关内容提供。

## 多地开展价格调查登记

近期,多地发布开展种植牙价格调查登记工作的消息一出,业内有声音认为,这是种植牙推进集采的前奏。

“到院充48元抵4800元,480颗进口种植牙免费送!”“限时砍价活动进行时,邀请4人帮砍价,9.9元可得500元种牙抵用金!”

近期,广州一家连锁民营口腔机构在公交车车厢等公共场所贴出如上广告。据其官方微信小程序公布的价目表,韩国种植牙(配烤瓷冠)原价为1万元/颗,德国种植牙(配烤瓷冠)原价为1.38万元/颗。如此对比,上述促销措施的力度可谓“诱人”。

作为一项兼具医疗与消费属性的服务,种植牙治疗项目的价格令人“望而生畏”,呼吁种植牙降价的声音也不绝于耳。

其中,集采是被寄予厚望的途径之一。而近期多地发布开展种植牙价格调查登记工作的消息一出,业内有声音认为,这是种植牙推进集采的前奏。

记者查阅相关公告了解到,发布日期在8月5日~8月16日之间。

8月5日,湖南省邵阳市医保局官网发布《湖南省医疗保障局关于开展口腔种植收费和医疗服务价格调查登记工作的通知》。该文件显示,“长期以来,群众对口腔种植费用高、收费不规范等问题反映强烈。”

另一方面,为贯彻落实九部委《关于印发2022年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点的通知》(以下简称“《纠正通知》”)要求,配合口腔种植医疗服务和耗

材收费专项治理,为后续实施种植体集采、规范口腔种植医疗服务价格项目和收费等工作奠定坚实基础,按照国家医保局统一部署,决定在该省全面开展口腔种植收费和医疗服务价格调查登记工作。

今年6月,国家卫健委等九部委联合印发《纠正通知》,其中重点提到“规范牙科医疗服务和耗材收费,规范公立医院牙科医生多点执业,对于开展种植牙服务,但不参加种植牙耗材省际联盟采购的医疗机构开展重点督察。”

而此次价格调查登记工作的内容也较为充分,包括口腔种植的医疗服务价格(口腔种植全过程涉及的服务项目、收费标准、定价主体等信息,包括但不限于种植体植入手术、植骨手术、牙冠安装、牙周洁治、种植体或牙冠修理费等)、口腔种植的种植体系统价格、牙冠产品价格或加工服务收费、口腔种植总体费用情况。

记者翻阅其他省市发布的文件进行对比,内容与上述湖南省医保局下发的文件基本一致。总的来看,此项工作要求从8月初展开,大致于9月中旬完成,其间还有省内市州交叉抽查环节。

由此次种植牙价格调查登记工作的开展联想到集采的推进,并非没有由来。

今年以来,浙江宁波和安徽蚌埠先行先试推出种植牙医保限价

措施以及医联体采购,而国家医保局敲定的2022年药品耗材省级联盟采购重点任务中,提到由四川牵头的口腔种植体联盟采购。

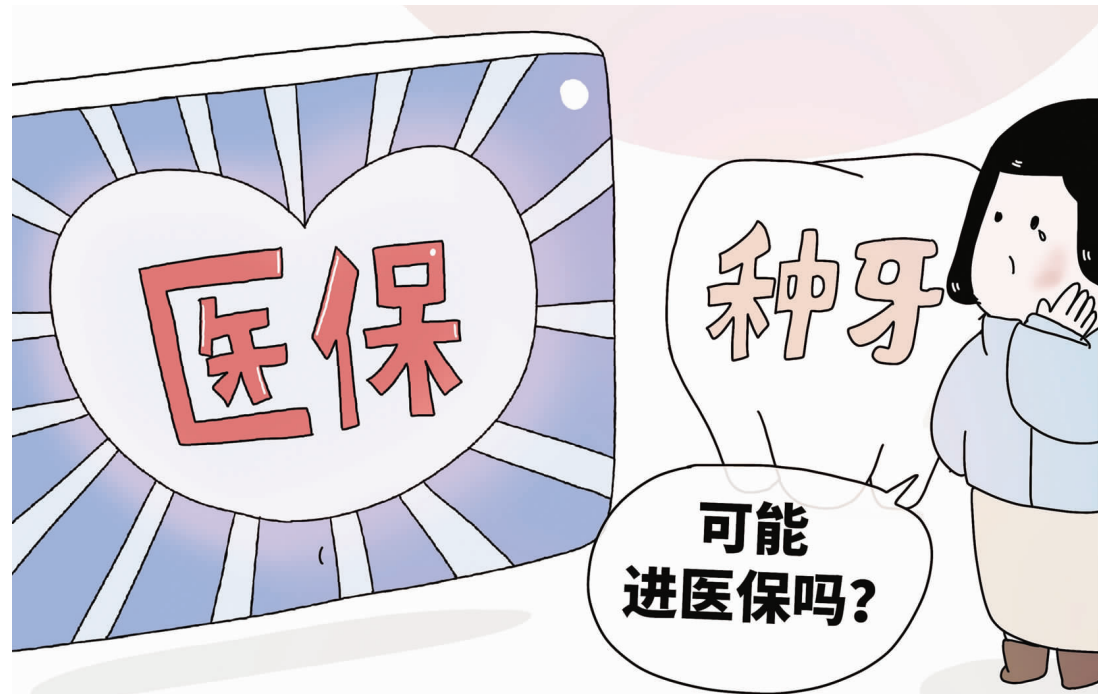
8月18日,结合前期调查和征求行业意见的情况,国家医保局形成《征求意见稿》,并面向社会公开征求意见,截止时间为2022年8月27日。

具体而言,上述文件共提及4项主要工作,包括规范口腔种植医疗服务和耗材收费方式、强化口腔种植等医疗服务价格调控、精心组织开展种植牙耗材集中采购、实施口腔种植收费综合治理。

其中,针对种植牙耗材集采,国家医保局提出,由四川省医疗保障局牵头组建种植牙耗材省际采购联盟,各省份均应参加。集中采购以成套的种植体系统为单元,包含种植体、修复基台,以及覆盖螺丝、愈合基台、转移杆、替代体等配件。

此外,广泛发动各级各类医疗机构参加。原则上各统筹地区参加此次集采的医疗机构数(含民营)占开展种植牙服务医疗机构的比例应达40%以上,或该区域报送需求总量占上年度实际使用总量的比例达50%以上。

另一方面,记者注意到,近期开展的价格调查登记工作也在上述《征求意见稿》中出现,要求省级医疗保障部门以省为单位形成报告报国家医保局。



近段时间以来,在有关部门的统一部署下,一项关于口腔种植收费和医疗服务价格调查登记的工作已在多地展开,调查范围涉及公立、非公立医疗机构。

视觉中国/图

## 全力动员民营医院参与

与其他纳入集采的项目不同,种植牙服务的供给由民营机构占据市场主导地位。

在此次开展的种植牙价格调查登记工作范围,以及《征求意见稿》提出的集采工作要求中,民营医院的纳入成为市场关注的另一焦点。

湖南省医保局下发的通知中提到,调查登记范围要“确保‘横到边、竖到底、全覆盖’”。

值得注意的是,与其他纳入集采的项目不同,种植牙服务的供给由民营机构占据市场主导地位。根据前瞻产业研究院统计,2019年,我国民营口腔医院数量占比达81.69%。预计到2021年,我国民营口腔医院将达到866家,占比将超过83%。

另一方面,当前,种植牙尚未进入医保支付的诊疗项目范围。李小莉告诉记者,国家医保局在去年9月曾对其提交的建议作出答复称,根据规定,目前各省(区、市)对眼镜、义齿、义眼等器具均不纳入基本医保支付范围。

记者查阅各地文件了解到,《上海市基本医疗保险不予支付费用的诊疗项目范围》提及种植牙;《深圳市社会医疗保险诊疗

项目和服务设施范围》中,不予偿付各种矫形及生理缺陷的手术、检查治疗项目,如牙列不整、义齿修复(包括桩冠、套冠、安装义齿)、种植牙各种非功能性整容、矫形手术等费用。

不过,李小莉也关注到,今年2月,国务院政策例行吹风会上,对于种植牙集采,国家医保局表示,“从地方探索开始,去年年初部署,由四川组织省际联盟,研究种植牙体集采规程,现在方案基本成熟,准备今年上半年力争能够推出地方集采的联盟改革。”

降价呼声高涨,多方探索解决路径背后,种植牙耗材价格是否如同外界所认为的“存在巨大水分”?

对此,黄鑫对记者表示,种植牙治疗项目的材料费用在整体治疗费用中占比很低,一般没有超过30%,更多的是租金、设备、人工及医生的成长成本,“一个规范的牙医从本科到执业,需要学习和更新的知识、技术非常多,但每天看诊的数量

毕竟有限。”

家鸿口腔的招股书显示,2021年上半年,公司固定全瓷类义齿、固定金属类义齿、活动胶托类义齿、活动钢托类义齿的平均销售成本分别为125.34元/颗、159.96元/颗、100.25元/颗、142.71元/颗。其中,固定全瓷类义齿的毛利率最高,达58.88%。

在黄鑫看来,首先,种植牙手术属个人消费项目,不在国家医保统筹范围。其次,这是一个市场充分竞争的领域,即使在海外,商业保险覆盖种植牙的比例也很低。另一方面,黄鑫认为,目前口腔治疗领域还有其他更值得提前进医保的项目,如洁牙、牙周病治疗等。

根据中泰证券研报,以国内存量市场计算,种植牙潜在市场需求超2000万颗,种植牙终端市场规模超千亿元。老龄化进程加速背景下,国内口腔种植行业潜在需求旺盛,支付能力和医生供给两大核心限制因素正在改善,国内种植牙渗透率有望快速提升。

# 百洋医药中报业绩大增 创新孵化势头不减

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

2022年8月17日,青岛百洋医药股份有限公司(301015.SZ,以下简称“百洋医药”)发布2022年中期业绩报告。报告期内,百洋医药实现营业收入37.30亿元,同比增加11.50%;公司实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.22亿元,同比增加21.37%。中报发布当日,百洋医药与武田制药再

## 商业化平台价值不断凸显

百洋医药所处行业虽为医药流通行业,但又不同于传统医药商业公司,定位“商业化”平台公司,意味着公司业务有药品流通,更重要的是品牌打造运营这个“商业化”过程。随着医学技术的发展,行业技术研究的不断深入,研发投入的不断增长以及市场竞争的不断加剧,导致了医药行业的分工不断细化,因此提出了对品牌运营服务的需求。

医药的研发与生产面临着巨额投入的资金压力。由于市场竞争的不断加剧,研发和生产支出的不断提升,大幅压缩了传统生产厂商在产品推广及销售方面的支出。因此,医药生产企业正逐步从研发、生产及销售一体化的传统经营方式向专业化、平台化的方向发展,已初步形成了研发平台、生产加工平台、推广销售平台共同发展的行业格局。

伴随着医药市场的国际化,尤其是美国、欧洲等发达国家的医药生产企业往往是跨国企业,由于对他国或其他地区的市场需求了解不足,出于对全球药品研发趋势判断风险的考虑,该类药企更愿意付出

度携手,持续深化在消化领域的品牌商业化合作。

百洋医药是一个综合性医疗健康服务平台,主营业务是为医药产品生产企业提供营销综合服务,包括医药产品的品牌运营、批发配送及零售,其中品牌运营业务的毛利率占比超过80%,系公司的主要利润来源。

近年来,由于医药行业进入专业分工时代,药企正逐步从研发、生产

一定成本,把专业的产品推广及销售工作交给专业的公司去完成,而自身专注于药品的研发与生产。

一方面,传统医药生产企业的销售团队通常以面向大城市的大医院市场为主。很多医药生产企业通过大客户管理方式,建立了成熟的医院渠道推广模式。但是随着医药分开、集中采购政策的全面推行,大量的处方药流向院外市场。在面向零售渠道时,大客户管理方式难以充分发挥作用。因此,为满足医院渠道和零售渠道的差异化推广需求,很多医药生产企业会选择自有销售推广团队和外部销售推广团队相结合的方式。

另一方面,传统的医药批发、零售企业很难完成不同医药产品个性化市场推广及销售的职能。传统的医药批发、零售企业通常是在产品需求既定的前提下完成交易,关注的是货款安全、覆盖充分、流向清楚、价格可控等标准。伴随着医药制度的改革及行业的不断发展,医药批发、零售行业的集中度不断上升,这导致了批发、零售企业提供服务的同质化,难以为不

同医药生产厂商提供个性化的产品市场推广服务。由此,品牌运营商已成为越来越多医药生产厂商进行产品市场推广与销售时的重要选择。通过和医药生产厂商签署推广协议、代理协议或通过参股、控股、品牌收购等方式直接持有品牌,品牌运营公司可以为医药产品的流通提供专业的消费者教育、产品学术推广、营销策划、产品分销、商务接洽、流向跟踪等服务,最终实现医药产品的市场推广,加速药品的终端销售。

而作为医药产业链商业化环节重要的CXO平台,百洋医药紧抓发展机遇,在主营业务赛道不断发力,持续领跑行业发展。

中期业绩报告显示,2022年上半年,百洋医药的核心业务品牌运营实现营业收入16.98亿元,同比增长31.12%。若还原两票制业务计算,实现营业收入22.80亿元,同比增长46.20%。毛利额实现7.98亿元,占比80.40%。

经过多年运营打造出的包括进口钙离子通道抑制剂、消化不良领导品牌泌特等优质品牌矩阵,为百洋

药规模约为472亿元;根据前瞻产业研究院预测,2018年至2022年,我国医药品牌运营行业的市场规模将保持25%-30%的增长率。医药品牌运营行业具有广阔的发展前景。

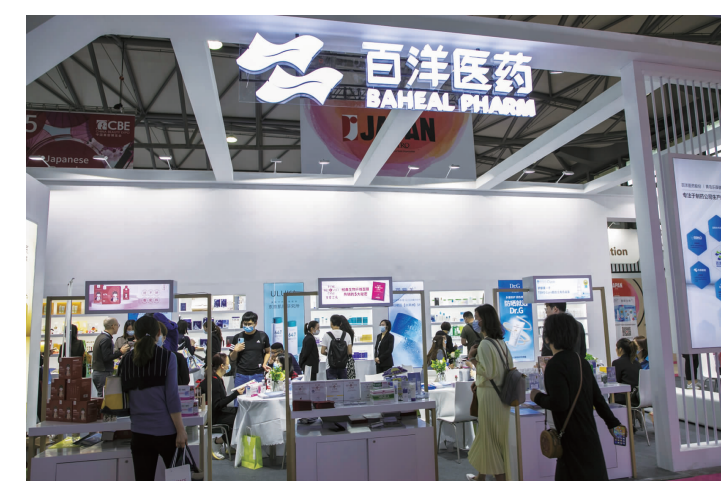
与此同时,医药行业和国计民生的紧密相关性、国内医疗卫生投入的持续上升、进口药品规模的持续增长、国内医疗改革政策的推进等因素均为医药品牌运营行业的发展提供了充足的动力。

医药核心竞争力保驾护航。

报告期内,迪巧、泌特、安斯泰来系列、海露等核心品牌稳步增长。若还原两票制业务计算,迪巧、泌特、安斯泰来系列、海露等旗舰产品分别实现营业收入8.38亿元、2.07亿元、3.37亿元、2.10亿元,同比增长26.05%、4.85%、78.92%、97.33%。

同时,百洋医药的第三方商业化平台价值不断凸显,持续收获主流上游药企的认同,合作伙伴也在不断扩容。

2022年2月,百洋医药与上海谊众达成战略合作,承接肿瘤创新药紫晟®商业化运营。8月,百洋医药与武田制药再度携手,双方围绕消化领域药物持续开展商业化合作,进一步扩大合作品牌的销售渠道范围。



百洋医药定位“商业化”平台公司,意味着公司业务有药品流通,更重要的是品牌打造运营这个“商业化”过程。

视觉中国/图

## 向生态型Big Pharma迈进

近年来,在政策与资本的支持推动下,中国医药创新领域取得了高速发展。百洋医药积极探索创新发展路径,正从第三方健康品牌商业化平台向生态型Big Pharma发展迈进。

中国医学创新联盟执行秘书长张宁此前曾公开表示,医学科技成果转化大有可为,但需要庞大的系统支撑。对于医生而言,发现临床痛点没有问题,但最后想把科研成果真正落地很难,基本上把样品做出来就达到了极限。因此,需要医院外的庞大系统支撑,包括整个产品的临床、注册到市场。

凭借对临床需求的“敏锐嗅觉”以及对价值赛道的持续研究,百洋医药聚焦创新药、高端医疗器械和技术转化平台三大赛道,通过商业化权益、产业投资、生态协同等方式,与创新药企业、国家级科研院所建立

广泛深入的“产学研”立体化合作,培育真正具有临床应用价值的创新。

2022年4月,百洋医药与北京门头沟区签署战略合作协议,科研成果转化基地全新启航。上半年,百洋医药在创新孵化方面进展频频,先后投资了专注于全球球面立体定向放疗治疗设备研发的华科先锋,从事高端医用成像器械研发、生产、销售及服务的百年康健,与青岛海洋生物医药研究院合资成立了一家专注于靶向蛋白降解(PROTAC)药物的发现、开发及商业化的生物技术公司——普泰科。

未来,面对重塑中的医药行业格局,百洋医药还将以“商业化突破、生态化创新”双轮驱动的发展战略,筑牢企业在商业化平台领域的领先优势,不断提升生态化创新水平,推动公司业绩持续稳定增长。