

一次性医用手套厂商陷在周期里

本报记者 张锐 曹学平 北京报道

近日,一次性手套行业上市公司英科医疗科技股份有限公司(300677.SZ,以下简称“英科医疗”)、中红普林医疗用品股份有限公司(300981.SZ,以下简称“中红

医疗”),蓝帆医疗股份有限公司(002382.SZ,以下简称“蓝帆医疗”)均发布了2023年半年报。三家企业2023年上半年的净利润与上年同期相比均有不同程度的下降。

其中,蓝帆医疗报告期内实现营业收入22.62亿元,同比下降

12.12%;归母净利润亏损2.36亿元,同比下降31.13%。英科医疗报告期内实现营业收入32.95亿元,同比下降11.91%;归母净利润2.93亿元,同比下降27.14%。中红医疗报告期内营业收入9.99亿元,同比增长8.18%;归母净利润-494.26万

元,同比下降106.75%。

英科医疗半年报称,2020—2021年,一次性医用手套行业的产能迅速扩张,市场出现阶段性供过于求的局面。而2023年上半年市场仍处于产能出清阶段,手套价格处于历史低位,全行业

出现普遍亏损。

就未来公司经营等相关问题,《中国经营报》记者分别致函致电三家上市公司,英科医疗、中红医疗方面均表示不接受采访。蓝帆医疗方面向记者表示,从供应端来看,海内外头部企业部分扩产计划并

未如期实施,减轻了供应端压力。从需求端来看,未来市场逐步回归常态,供求关系及市场环境逐步恢复健康平衡的状态,之前进入市场的部分中小厂商将会被逐渐淘汰,永久性手套需求增长将会持续拉动市场增长。

业绩普遍下滑

“由于库存去化周期临近尾声,下游需求回暖,产品价格开始触底回升,一次性手套行业的销量和价格均将迎来拐点。”

在产能过剩、产品价格下调的背景下,2023年上半年手套的价格处于低位已成为市场的共识,进而在一定程度上影响了国内一次性手套行业厂商的业绩。

蓝帆医疗主营业务包括心脑血管业务、健康防护业务及护理业务,报告显示,营业收入的同比变化主要系报告期防护事业部产品单价下跌导致的收入下降。报告期内,来自健康防护产品的营收约16.09亿元,占比71.11%,较上年同期减少21.49%。同时蓝帆医疗也表示,二季度防护事业部的营业收入、毛利率和净利润各项数据相比一季度均有改善,亏损幅度收窄,作为经营绩效先行指标的开工率显著提升。

英科医疗主营业务涵盖个人防护、康复护理、其他产品三大板块,一次性手套是公司当前核心业务。报告期内,个人防护类收入29.63亿元,同比下降14.85%,主要系市场

需求疲软、全球产能增加、销售均价下降导致,该部分业务毛利率同比减少8.25%。

中红医疗三大事业部分别为健康防护事业部、安全输注事业部及创新孵化事业部。报告期内,健康防护事业部的营收为8.90亿元。公告显示,中红医疗第一季度因供求关系等因素影响,公司净利润亏损;第二季度随着市场逐渐回暖、通过降本增效等一系列措施实现净利润单季度扭亏为盈,环比明显改善。

蓝帆医疗方面认为,过去几年手套行业迎来巨大发展,直接提升了人们的健康意识、卫生防范意识和工业安全防范标准,为一次性手套行业未来可持续发展奠定了基础。2023年起,全球手套需求在增量拔高的基础上,预计将恢复正常增长。同时在全球手套产能结构性从海外向中国转移的背景下,中国



2023年上半年,一次性手套市场仍处于产能出清阶段。视觉中国/图

头部企业将率先获益。具体到公司而言,预计随着下半年产销规模的继续扩大,公司健康防护手套产品销量将继续提升。

从上半年的销量、产能利用率和价格表现来看,行业均给予了正

向反馈。今年年初以来,头部企业开工率正持续恢复。此外,由于库存去化周期临近尾声,下游需求回暖,产品价格开始触底回升,一次性手套行业的销量和价格均将迎来拐点。

清,头部企业将受益。

根据各公司公告,英科医疗报告期末一次性手套年化产能由750亿只增长至970亿只。其中一次性丁腈手套年化产能为480亿只,一次性PVC手套年化产能为310亿只。中红医疗拥有丁腈、PVC等防护手套产能255亿只,乳胶手套产能5亿副。蓝帆医疗各类手套设备产能约500亿只/年。防护业务方面,报告期内蓝帆医疗防护事业部手套产品综合销量较去年同期增长约5%,综合生产量较去年同期增长约10%。

在产能利用率方面,中红医疗5月公告披露,除正在进行升级改造以生产较高毛利产品的部分产线及相应车间,公司产能利用率已经达到比较理想的水平。英科医疗4月在投资者互动平台回复,目前公司一次性丁腈手套产能接近满产,一次性PVC手套产能利用率相比于一季度高点有所降低。一季度在全球行业形势严峻的形势下,依然保持较高的产能利用率。蓝帆医疗表示,2023年上半年,公司PVC手套产线开工率超过70%、丁腈手套产线开工率已提升至超过90%。

也积极扩展产品品类。

蓝帆医疗此前将业务拓展至心脑血管方面,但经历了行业集采后,报告期内公司心脑血管业务仍处于亏损状态。公告显示,蓝帆医疗心脑血管事业部2023年1—6月亏损8627.62万元,较去年同期亏损大幅缩窄约40%,营业收入较去年同期大幅增长超过30%。报告期内心脑血管产品营收4.99亿元,占营业收入的比重为22.07%。

蓝帆医疗方面表示,创新产品开发周期长,三类植入高危器械从研发到审批通过至少需要5年时间,研发投入大,为公司短期盈利带来挑战。此外,集采中核心产品价格的大幅下降为公司带来了一定的经营压力,但同时公司也借此完成了市占率的提升。

英科医疗也布局了多类产品。英科医疗近日在投资者互动平台回复,关于公司2023年上半年的新品开发,不仅涉及一次性手套产品,还增加了个人护理和家务清洁类产品。同时研发了对环境友好的可降解丁腈/PE产品等。

在促进业绩的恢复方面,蓝帆医疗方面也表示,公司一方面全力开拓销售、充分挖掘在健康防护行业持续深耕和诚信经营所积累的优势资源,在海内外市场持续开发新客户和铺设新渠道,提高市场占有率。另一方面,公司将提升生产工艺和自动化生产水平,不断提高劳动生产效率、产品质量和生产管理水平,降低产品生产能耗和物耗,有效降低产品生产成本。此外,公司

在促进业绩的恢复方面,蓝帆医疗方面也表示,公司一方面全力开拓销售、充分挖掘在健康防护行业持续深耕和诚信经营所积累的优势资源,在海内外市场持续开发新客户和铺设新渠道,提高市场占有率。另一方面,公司将提升生产工艺和自动化生产水平,不断提高劳动生产效率、产品质量和生产管理水平,降低产品生产能耗和物耗,有效降低产品生产成本。此外,公司

将通过构建“高值耗材+中低值耗材”产业布局、建设遍及全球的销售渠道和客户基础、打通“政产学研”一体化布局、投资孵化延伸产品领域等多种途径进一步拓宽业绩。

产能难消化

据全球手套龙头Top Glove公告,手套平均售价已经于2023年2月起开始上调。

到稳固。

海内外企业的扩产已停下脚步,未来的产能消化也成为市场关注的问题。

蓝帆医疗方面表示,从渠道端来看,随着疫情期间市场囤积的手套产品到期,过剩渠道库存持续消化,渠道从去库存进入补库存阶段,市场循环回归常态化,产品价格开始触底回升,一次性手套行业的销量和价格均将迎来拐点。据全球手套龙头Top Glove公告,手套平均售价已经于2023年2月起开始上调。行业产能过剩情况正迅速缓解,低端产能出

清,头部企业将受益。

根据各公司公告,英科医疗报告期末一次性手套年化产能由750亿只增长至970亿只。其中一次性丁腈手套年化产能为480亿只,一次性PVC手套年化产能为310亿只。中红医疗拥有丁腈、PVC等防护手套产能255亿只,乳胶手套产能5亿副。蓝帆医疗各类手套设备产能约500亿只/年。防护业务方面,报告期内蓝帆医疗防护事业部手套产品综合销量较去年同期增长约5%,综合生产量较去年同期增长约10%。

在产能利用率方面,中红医疗5月公告披露,除正在进行升级改造以生产较高毛利产品的部分产线及相应车间,公司产能利用率已经达到比较理想的水平。英科医疗4月在投资者互动平台回复,目前公司一次性丁腈手套产能接近满产,一次性PVC手套产能利用率相比于一季度高点有所降低。一季度在全球行业形势严峻的形势下,依然保持较高的产能利用率。蓝帆医疗表示,2023年上半年,公司PVC手套产线开工率超过70%、丁腈手套产线开工率已提升至超过90%。

迈瑞医疗三大产线发力高端市场

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

迈瑞医疗(300760.SZ)对全球高端客户群的渗透正在加速。

近期,迈瑞医疗发布2023年半年报。上半年,公司营收约184.76亿元,同比增长20.32%,净利润约为64.42亿元,同比增长21.83%。分产品来看,生命信息与支持、体外诊断、医学影像等三大业务收入增速分别

约为28%、16.2%、13.4%。

关于三大产线收入增长的因素,迈瑞医疗在半年报中均提及高端市场的突破。

报告期内,迈瑞医疗产品覆盖中国近11万家医疗机构和99%以上的三甲医院。其中,高端超声占公司国内超声收入的比重已超过一半。海外市场方面,迈瑞医疗在生命信息与支持、体外诊断、医学

影像领域分别突破100家全新高端客户。

迈瑞医疗方面表示,三大产线的产品在过去三年大量进入海内外全新高端客户群,迅速提升公司的影响力和知名度。但对于三大产线高端产品的整体收入贡献情况,迈瑞医疗相关负责人对《中国经营报》记者表示,“没有具体资料可提供。”

高端客户实现了更多产品的横向突破。报告期内,公司生命信息与支持业务收入约86.67亿元,同比增长约28%,毛利率为67.16%。迈瑞医疗方面表示,得益于国内医疗新基建的开展和海外高端客户群的突破,生命信息与支持业务在报告期内实现高速增长。其中,由于国内医疗新基建的建设方向主要为大型公立医院扩容,因此对于医疗器械的采购需求多以全院级大项目为主。

报告期内,迈瑞医疗医学影像业务营收约37亿元,同比增长13.4%,其中二季度增长超过35%,主要得益于国内超声业务自3月份以来逐步复苏,以及全新高端和中高端超声产品迅速上量带来海内外高端客户群的突破。在国内市场,迈瑞医疗在院内传统超声科室和新兴临床科室加速实现高端突破,二、三级医院占国内超声收入的比重连年提升。

上半年,迈瑞医疗在医学影像领域突破110家海外全新高端客户,与此同时,还有超过30家已有高端客户实现更多产品的横向突破。

技术持续迭代

此前,迈瑞医疗方面表示,“长期以来,公司每年会将营收的10%左右投入研发。”

发力营销之外,迈瑞医疗上半年的研发投入同比增长40.07%至约20.4亿元,占营业收入的比重为11.04%。公司产品不断丰富,技术持续迭代,尤其高端产品不断实现突破。

报告期内,迈瑞医疗在生命信息与支持领域推出急救转运呼吸机、新一代除颤监护、新一代麻醉系统等新产品和解决方案;在体外诊断领域推出传染病免疫试剂乙型肝炎病毒核心抗体测定试剂盒、全自动凝血分析仪等新产品;在医学影像领域推出低端台式彩超、兽用智能DR等新产品。公司预计在下半年推出超高端全身台式彩超、高端心脏台式彩超、高端体检台式彩超等。

迈瑞医疗在半年报中指出,目前,生命信息与支持业务各主要产品的技术水平已逐渐步入全球引领行列,产品竞争力已逐渐全面达到世界一流水平;体外诊断领域,公司实现在化学发光原材料领域核心技术的自主可控,力争在三年内实现化学发光业务的产品竞争力全面追上国际一线品牌;医学影像领域,公司未来将通过对超高端超声领域的技术积累,实现海内外高端客户群的全面突破,加速国产化率和市场份额的提升。

迈瑞医疗方面表示,体外诊断是公司核心业务方向之一,不断提升产品性能、完善海外供应链布局是公司体外诊断业务发展战略方向。“但一直以来,海外供应链平台的缺失成为制约公司体外诊断国际化发展,尤其是对中大样本量客户突破的瓶颈。据统计,公司体外诊断业务在海外的可及市场空间近400亿美元,且中

大样本量客户的占比超七成,但2022年公司海外体外诊断业务收入仍不到4亿美元,其中绝大部分收入来自于小样本量客户。”

今年7月,迈瑞医疗宣布以现金形式收购德国体外诊断公司DiaSys Diagnostic Systems的75%股权,收购总价预计约为1.15亿欧元。交割完成后,公司将加强海外本地化生产、仓储、物流、服务等能力建设,为实现体外诊断业务的全面国际化奠定基础。

如此一来,为实现公司经营发展所采取的营销、研发、并购等策略也将形成实实在在的多笔支出,考验着迈瑞医疗的资金管理能力。

半年报显示,上半年,迈瑞医疗销售商品、提供劳务收到的现金约为174.43亿元,收入现金比率约为94%;应收账款约为37.05亿元,较今年年初增加约10.5亿元。应收账款分类披露显示,报告期内,境内第三方客户、境外第三方客户应收账款期末账面余额分别约为16.95亿元、22亿元。其中,境内第三方客户计提坏账准备约为1.05亿元。

9月6日,迈瑞医疗在投资者互动平台表示,境内第三方客户超出信用期90天~360天的应收账款主要是部分直销客户回款有所延长所致,对公司利润不会产生重大影响。

提升市场占有率

在原先制定的2023年度经营计划中,提升市场占有率是迈瑞医疗优化营销体系、实施并购整合的目标之一,其同时也是公司用来应对产品价格下降、中美贸易摩擦相关风险的措施之一。

上半年,迈瑞医疗的销售费用同比增长31.72%至约28.35亿元,增速超过营收和净利润,主要是由于公司在报告期内持续加强全球营销及服务网络建设所致。

具体来看,职工薪酬、广告及推广费、招聘及培训费较去年同期增长明显。其中,广告及推广费同比增长约104.35%;招聘及培训费同比增长约89.5%。职工薪酬同比增长约26.6%至约17.35亿元,占销售费用的比重超过60%。截至6月30日,迈瑞医疗营销人员有4256人,较2022年末增加239人。

扩大市场占有率和提升高端客户渗透率,尤其是加快体外诊断业务在海外高端医院和第三方连锁实验室的渗透速度,是迈瑞医疗今年营销工作的重点。

上半年,迈瑞医疗在体外诊断领

域突破180家海外全新高端客户,其中包括73家第三方连锁实验室(突破数量超过去年全年),并有接近80家已有高端客户实现更多产品的横向突破。

报告期内,公司体外诊断业务营收约59.75亿元,毛利率为62.63%,其中二季度收入增长超过35%。自3月份以来,得益于国内常规门诊急诊、体检、手术等诊疗活动的恢复,国内外体外诊断试剂消耗随之复苏,BC-7500系列等仪器的装机表现亮眼。同时,海外市场平台化能力建设加速推进,海外中大样本量客户加快突破。

迈瑞医疗方面表示,今年以来,公司通过并购和自建的方式加快海外市场平台化能力建设,海外中大样本量客户的渗透速度仍在持续加快。此外,体外诊断业务海外高端连锁实验室的渗透速度,是迈瑞医疗今年营销工作的重点。

生命信息与支持领域,迈瑞医疗上半年突破160家海外全新高端客户,与此同时,还有超过300家已有