

前有“集采”后有追兵 OK 镜市场格局生变

本报记者 苏浩 曹学平 北京报道

OK 镜联盟集采细则日前浮出水面。

4 月 10 日，河北省医疗保障局发布关于公布河北省牵头三明采购联盟医用耗材集中带

集采“靴子”落地

本次集采的 OK 镜产品约定采购量为 14342 个，周期为 2 年，涉及河北、海南、青海、江西等 16 个省、市、自治区。

一直以来，需求量大、毛利高是 OK 镜市场的两大特点。

国家卫生健康委疾控局在 2020 年曾公布了一项覆盖全国 8604 所学校、247.7 万名学生的近视专项调查结果。结果显示，2020 年，我国儿童青少年总体近视率为 52.7%；其中 6 岁儿童为 14.3%，小学生为 35.6%，初中生为 71.1%，高中生为 80.5%。而根据海通证券研报数据，当前国内 OK 镜市场渗透率仅为 1.6%，处于较低水平，市场需求量仍保持着高速增长。

虽然市场需求广阔，但 OK 镜动辄上万元的售价，也让不少消费者望而却步，直呼“用不起”。据公开信息，一副国产 OK 镜的终端售价在 0.8 万元—1.5 万元，进口的在 1 万元—1.5 万元。除了镜片本身，加上配套的冲洗液、护理液、滴眼液等护理工具，一年下来费用可高达 2 万元，远高于普通框架眼镜和隐形眼镜的终端售价。

从毛利率来看，根据欧普康视 2022 年年报，公司 83.42% 的收入来自硬性角膜接触镜行业，业务整体毛利率高达 77.97%，其中，角膜塑形镜单品毛利率 89.62%；爱博医疗也披露，2022 年度公司角膜塑形镜产品毛利率达 86.24%。

由于 OK 镜的高消费属性，且目前主要以自费为主，所以很长一

量采购《采购文件》的通告（以下简称《通告》），由河北省牵头开展三明采购联盟 19 种医用耗材集中带量采购，采购品种包括角膜塑形用硬性透气接触镜。

角膜塑形用硬性透气接触镜，

俗称 OK 镜。是一种通过与眼球直接接触，改变角膜形态来矫正屈光不正的医疗器械，在儿童近视防控方面发挥重要作用，属于第三类医疗器械。

OK 镜集采细则正式落地，对相关企业影响几何？4 月 20 日，

欧普康视(300595.SZ)证券事务代表李谚在接受《中国经营报》记者采访时表示，公司在本次联盟集采所列区域的销量占比很小，且这次集采的采购总量也相对较少，目前看，对公司业绩的直接影响有限。



当前国内 OK 镜市场渗透率仅为 1.6%，处于较低水平，市场需求量仍保持着高速增长。

视觉中国/图

段时间，业内普遍认为它集采的可能性非常低。但随着近年来眼科领域集采的不断扩围，对于 OK 镜是否会纳入集采，多数企业也处于观望状态。

直到 2022 年 10 月 26 日，河北省医用药品器械集中采购中心发布《关于开展 20 种集采医用耗材产品信息填报工作的通知》，OK 镜被纳入其中。此举也传递出国家对 OK 镜集采的信号。

而就在上述集采信息公布次日，A 股眼科股遭遇集体大跌。欧普康视开盘跌停，爱尔眼科(300015.SZ)盘中大跌 15%，爱博医疗(688050.SH)一度跌超 10%。

但从《通告》中所约定的采购量来看，本次集采或较为温和。

根据《通告》，本次集采的 19

大耗材品种约定采购量由各医疗机构计算未来一个采购年度实际需求量的 80% 上报确定。其中，角膜塑形用硬性透气接触镜(夜戴型)约定采购量为 14342 个，涉及河北、海南、青海、江西等 16 个省、市、自治区，采购周期为 2 年。

《通告》指出，截至采购文件发布之日，在联盟地区有销售记录的符合申报条件的生产企业均须参加本次采购，如不参加，该企业的全部该种产品带采期内在联盟地区实行备案采购。

在报价方面，《通告》要求，申报企业的报价中须包含首次配镜时赠送的吸棒、镜片收纳盒的价格。申报产品要求以外的其他辅助耗材由申报企业自行决定是否配备，申报企业的报价中应包含上

述辅助耗材的价格。

在竞价排名方面，本次角膜塑形镜产品集中带量采购不区分竞价组，按产品系统的竞价价格由低到高的顺序确定排名，竞价价格最低的为第一名，报价相同以需求量多的优先。

具体到约定采购量分配，《通告》指出，医疗机构按照采购文件的规定，分配给第一名中选企业 20% 的约定采购量。“参与的区域角膜塑形镜在公立医疗机构的总量只有 14342 片，业务量比较小。同时，参与招标最终入选品牌的比例较高，最低价格中标者仅保证 20% 的片量，即不到 3000 片。根据已经公布的参与带量采购的区域和采购规则，正如一些投资机构评论所言，比预想的平和。”李谚如是说。

国产手术机器人商业化难题待解

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

随着国产手术机器人产品陆续获批，“达芬奇”（由美国公司 Intuitive Surgical, Inc 研发生产）在国内市场的绝对优势地位迎来本土企业的冲击。

不仅如此，近段时间以来，国内手术机器人玩家在资本市场的活跃度保持高位。4 月 2 日，杭州键嘉医疗科技股份有限公司（以下简称“键嘉医疗”）递交科创板 IPO 申请获受理；3 月 23 日，哈尔滨思哲睿智能医疗设备股份有限公司（以下简称“思哲睿”）完成科创板 IPO 第二轮审核问询；1 月 11 日，深圳市精锋医疗科技股份有限公司（以下简称“精锋医疗”）二次递表港交所，冲刺港股 IPO。

截至目前，A 股及 H 股市场合计有 3 家国产手术机器人厂商，分别为天智航(688277.SH)、微创机器人(2252.HK)、润迈德(2297.HK)。

不过，随着行业发展进入下一阶段，盈利困境成为笼罩在先行者头上的一朵乌云。根据业绩报告，微创机器人、润迈德在 2022 年亏损同比扩大；2022 年业绩快报显示，天智航仍未能实现盈利，净利润亏损幅度也出现同比扩大。

近日，天智航方面在接受《中国经营报》记者采访时表示，核心产品骨科手术机器人单价昂贵，尚未有效进入医保支付范畴是公司目前遇到的商业化难题之一。公司在 2022 年加大市场推广力度，通过大量学术交流、临床培训等多种方式，向骨科医生普及公司骨科手术机器人的先进技术应用经验。2022 年，上述产品开展的手术数量较往年有了较大幅度的增长。

天智航亏损扩大

业绩快报显示，2022 年，天智航营业收入约为 1.54 亿元，较 2021 年同期下降 1.26%；净利润亏损约 1.14 亿元，较 2021 年同期亏损扩大 43.15%；扣非净利润亏损约 1.36 亿元，较 2021 年同期亏损扩大 31.73%。

截至 2022 年末，天智航总资产约 12 亿元，较 2022 年初减少 6.19%；归属于母公司的所有者权益约 8.8 亿元，较 2022 年初减少 12.31%。

天智航表示，报告期内，公司加大市场投入及营销团队建设，销售费用较 2021 年同期有较大幅度增长。2022 年，公司产生的销售费用为 9080.14 万元，同比增长 27.14%。此外，公司进一步加大新技术、新产品的研发投入，研发费用较 2021 年同期增长 10.11% 至 1.21 亿元。占营业收入的比重为

78.47%，较 2021 年同期增加 8.1 个百分点。

2022 年半年报显示，天智航是我国首家上市的医疗机器人企业（2020 年 7 月在科创板上市），骨科手术机器人是公司核心产品，也是公司的主要收入来源。公司研发的“天玑 1.0”骨科手术机器人在 2016 年 11 月获得 CFDA（国家食品药品监督管理总局）核发的第三类医疗器械注册许可；“天玑 2.0”骨科手术机器人于 2021 年 2 月获得 NMPA（国家药品监督管理局）核发的第三类医疗器械注册证。

财报显示，截至 2021 年末，天智航骨科手术机器人累计开展手术数量超过 1 万例，较 2020 年增长超过 60%。2022 年上半年，天智航骨科手术机器人开展的手术数量超过 5000 例，较 2021 年同期实现增长，已在国内 150 余家医疗机构

进行了常规临床应用。截至 2022 年三季度末，上述产品已累计开展手术数量超过 3 万例。

对于公司骨科手术机器人在 2022 年内开展的手术数量较往年有了较快速度的增长，天智航方面对记者解释称，首先受益于手术机器人市场的蓬勃发展，其市场规模每年均保持快速增长。其次，公司在 2022 年加大了市场推广力度。对于公司骨科手术机器人累计开展的手术数量是否设置有阶段性目标、当前所占据的市场份额情况等问题，天智航方面则未向记者作出具体回复，仅表示“目前公司产品市场占有率和大医院覆盖程度符合预期”。

同时，天智航方面对记者坦言，公司在推进产品传统销售模式的过程中确实面临一些难题。公司为此采用多种业务模式，以缓解

新玩家涌入

即使 OK 镜集采的脚步渐行渐近，但行业赛道内仍有新玩家、新产品涌入。

OK 镜联盟集采落地，背后搅动的将是一个百亿市场。

智研咨询发布的《2022—2028 年中国角膜塑形镜（OK 镜）行业运行态势分析及市场潜力报告》显示，2020 年我国 OK 镜市场规模为 106.62 亿元，2021 年市场规模增长至 125.32 亿元，2012 年至 2021 年的市场规模年均复合增速达 24.8%。

公开资料显示，目前国内获批上市的 OK 镜产品总共有 11 款（包含进口）。记者此前查询国家药品监督管理局官网发现，国内获得“角膜塑形用硬性透气接触镜”产品注册证的境内企业共计 7 家，分别为爱博医疗、欧普康视、阿迩发（无锡）医疗科技有限公司、北京博视顿视光科技有限责任公司、深圳市新产业眼科新技术有限公司（昊海生科控股子公司）、天津视达佳科技有限公司、浙江天瞳医疗器械有限公司。

即使 OK 镜集采的脚步渐行渐近，但行业赛道内仍有新玩家、新产品涌入。

2023 年 4 月 12 日，乐普医疗（300003.SZ）公告称，公司下属公司青眸生物科技（上海）有限公司自主研发的“角膜塑形用硬性透气接触镜”已获得国家药品监督管理局的注册批准，取得Ⅲ类医疗器械注册证（国械注准 20233160484）。

乐普医疗在公告中表示，角膜塑形用硬性透气接触镜是公司在眼科领域布局的重要产品，该产品的获批上市标志着公司在消费医疗领域的战略布局取得重要进展，进一步丰富了公司消费医疗领域产品管线，增强了公司在该领域的核心竞争力。

据了解，近年来，乐普医疗开始积极布局消费医疗类业务，重点关注眼科、牙科、皮肤科等领域的需求，以期实现业务发展的多轮驱动。

与此同时，4 月 17 日，昊海生科也将自研 OK 镜“童享”正式推向市场。据悉，“童享”OK 镜于 2014 年研发立项，选择自主研发创新路线，2022 年 12 月 23 日获批上市。

而欧普康视作为国产 OK 镜上游龙头，针对集采后或将面临的价格下降压力，又将采取何种措施予以应对？对此，李谚表示，近年来，角膜塑形镜品牌增加，竞争加剧。同时，角膜塑形镜的使用人群也在增加，总体规模仍在扩大之中。公司通过以下举措扩大业务规模，包括：扩大视光产品矩阵，在角膜塑形镜之外增加其他眼视光产品；角膜塑形镜产品系列化、特色化，利用自身的行业经验推出一些更加适应特殊群体的镜片设计和定制；增加控股和参股视光终端的业务规模；加强在目前薄弱区域的技术推广和营销；通过投资并购丰富业务种类和收入规模。

“视光产业是生命健康产业中的重要部分，在我国处于发展阶段，我们对产业和企业的发展充满信心。”对于下一阶段公司角膜塑形镜相关产品的业绩放量，李谚表示，2022 年度欧普康视业绩较往年增幅下降主要是因为受新冠疫情的影响，随着疫情的退去，公司也对未来的发展做出了规划和布局，包括推进十几项在研项目、实现二期工程第一部分投产、拓展连锁视光服务终端、提升销售规模、投资新产品新技术等。

港交所 IPO 的精锋医疗也未实现盈利。

记者注意到，上述 3 家国产手术机器人企业的核心产品各有所侧重。键嘉医疗的核心产品为 ARTHROBOT 髌关节置换手术机器人，可辅助医生开展髌、膝、单髁等关节置换手术。2022 年 4 月，上述产品取得第三类医疗器械注册证，目前正处于市场拓展阶段。

截至 2022 年 9 月末，键嘉医疗核心产品尚未实现销售收入。2019 年—2021 年及 2022 年前三季度，公司归属于普通股股东的净利润分别为—3228.09 万元、—4991.92 万元、—9918.21 万元和—2.77 亿元。招股书显示，键嘉医疗此次 IPO 拟募资约 15 亿元，分别投向手术机器人技术研发项目、研发中

心建设项目、营销网络建设项目等 5 个项目。

对于核心产品的商业化开展计划，键嘉医疗方面对记者表示，“目前公司处于 IPO 审核静默期，受监管信息披露要求，公司近期项目进度、业务数据及经营规划等不方便透露。”

与键嘉医疗不同，思哲睿、精锋医疗的手术机器人产品目前已实现销售。招股书显示，2022 年 12 月，思哲睿腔镜手术机器人——康多机器人 SR1000 产品中标黑龙江中医药大学附属第一医院腹腔镜内窥镜手术系统采购项目，中标价格为 538 万元，中标单位为思哲睿经销商；2023 年 2 月，思哲睿与经销商签订合同，向四川省泌尿外科医院销售 1 台医生控制台、1 台患者手

术平台和 1 套内窥镜系统及配套部分耗材，终端采购价格为 900 万元。2022 年 12 月，精锋医疗获得四川省一家三级甲等医院的第一笔多孔腔镜手术机器人 MP1000 销售订单，具体销售金额未披露。

值得注意的是，思哲睿、精锋医疗所布局的腔镜手术机器人是目前应用最广泛的手术机器人产品。根据弗若斯特沙利文、东吴证券研究所发布的数据，2020 年，腔镜手术机器人占全球手术机器人市场规模约 63.15%，骨科手术机器人占比约 16.75%。

上述数据显示，2017 年—2021 年，中国腔镜手术机器人的市场规模从 7 亿元增长至 32.4 亿元，预计到 2025 年达 113.6 亿元，且未来将持续增长。