

“种植牙自由”有多远？ 宁波试点医保限价支付

本报记者 伍月明 广州报道

回忆起种牙的经历,“在手术开始之前,医生会穿着绿色的手术服在我身边准备手术用具,然后为我盖上一块绿色的布料,遮住眼睛和身体,只露出嘴巴。紧接着,碘伏消毒后,医生在帮我做好局麻的情况下,用手术器械将牙龈切开,在牙槽骨内植入种植体,然后进行术后缝合。”李米(化名)向《中国经营报》记者提到,“今年自己曾接种韩国品牌登腾的种植牙,由于有活动优惠,价

单颗可达上万元

目前民营医院主要采用的都是进口的种植牙,几乎没有涉及到国产种植牙。

太平洋证券研报显示,种植牙被口腔医学界公认为缺牙的最佳修复方式。缺牙的修复方式主要有三种,分别为种植牙、固定义齿以及活动义齿。其中,种植牙因为可以获得与天然牙功能、结构以及美观效果十分相似的修复效果,已经成为越来越多缺牙患者的修复方式。与李米一样,王彤(化名)也在小红书上分享了自己的种牙故事,位于广州的她,走访了多个大型的私立医院口腔门诊,“后来选择了广州市的某三甲医院种牙,植骨、

医疗服务费占比高

医保部门从规范收费项目入手,将种植牙费用分为材料费和医疗服务费两部分。

实际上,种植牙的价格构成如何,如何降低种植牙的高价,是业内持续关注的问题。除了种植牙集采方面不断释放信号以外,地方省市层面也在积极探索引导种牙价格回归合理区间,减轻患者的种牙费用负担。2022年4月29日,宁波市医保局发布消息称,在全国率先全面推出种植牙医保限价支付政策,并组织百家医疗机构开展集体签约。通过综合考虑生产厂家成本和医疗机构的服务费用,宁波市医保局将耗材的价格限定在国产1000元、进口1500元,医疗机构(二级及以下)的医疗服务费用定为2000元。记者从宁波市医保局了解到,宁波市医保部门是通过规范种植费用医保上传和限定医疗服务费用标

位在5000元/颗。”

近日,记者在广东调查发现,大多数民营口腔医院所推出的种植牙均为进口,韩国和欧美产品占绝大多数。不同品牌的种植牙套餐价格悬殊。5月16~19日,记者咨询了多家广东地区的民营口腔医院,其种植牙套餐费用在2000元~2万元/颗不等,而其种植牙的品牌均来自进口。而部分公立医院方面的客服人员则在接受记者采访时表示,“在选择种植牙之前,医生需要对患者的口腔进行检查,包

上颚提升以及种植全过程大概需要40分钟,种植牙品牌为瑞士的ITI,整体价格为1.5万元/颗。”在其故事下方,记者注意到,有不少小红书的用户在下方询问套餐、主治医生等信息。记者在大众点评上注意到,广东地区的多家民营口腔医院推出了关于种植牙的优惠套餐,其种植牙的品牌均为进口,不同品牌之间的价位相差悬殊。经梳理,民营医院所展示的品牌主要是来自韩国、瑞典、瑞士以

括口腔CT及对口腔炎症等各个指标进行分析,才能给出具体的种植牙方案。”值得注意的是,在骨科类医用耗材等纳入集采后,国家层面也不断释放出要将种植牙纳入集采的信号。与此同步的是,地方层面也在积极探索如何降低患者种植牙的接种负担。近日,宁波市在全国率先全面推出种植牙医保限价支付政策,并组织百家医疗机构开展集体签约,限定国产品牌全过程价格3000元/颗,进口品牌全过程价格3500元/

及美国的种植牙。例如,同样来自韩国的品牌,登特斯与登腾的种植牙套餐价格分别为1998元/颗、5400元/颗,而瑞典的诺贝尔、瑞士的ITI种植牙则价格更为昂贵,多家民营医院对此标注的价位约为1万元/颗,但也有部分民营医院表示诺贝尔的种植牙套餐价格为2万元/颗。另外,也有民营医院的客服向记者力荐美国品牌皓圣,最具有性价比优势。一位口腔医院的工作人员告诉记者,“通常种植牙的套餐包含

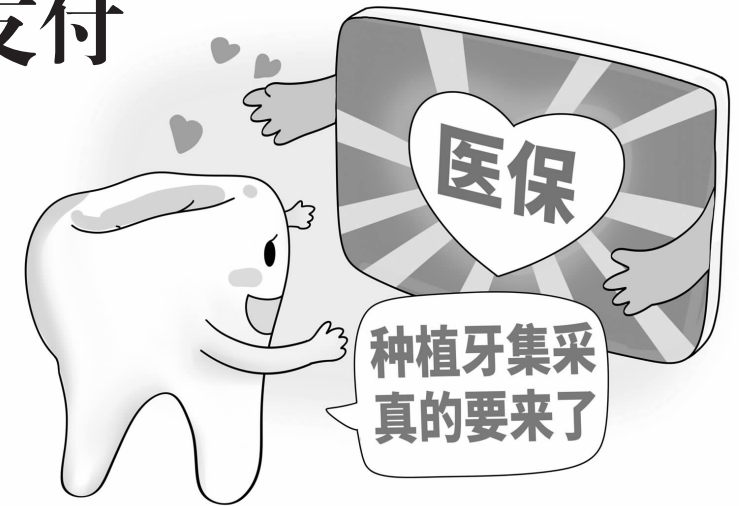
而言,医疗服务费的规范是限价工作的重点。”除此以外,宁波市医保局医药价格和招标采购处屠志君向记者提及:“从整体来看,医保历年账户的支付能力是这一模式可复制的基础。”

记者从宁波市医保局了解到,早在2016年,宁波市已明确将种植牙项目列入医保历年账户支付范围并全额支付。据不完全统计,全市每年种植牙数量在12万颗左右,种植牙渗透率达到每万人120颗左右,远高于每万人25~30颗的国内平均渗透率,其中民营口腔医疗机构种植业务量超过80%。谈及此次政策当中的宁波市医保局“先行先试”做法中的创新之处,宁波市医保局方面则回应记者:

颗。耗材的价格限定在国产1000元、进口1500元,医疗机构(二级及以下)的医疗服务费用定为2000元。4月8日,国家医保局对此专题调研,并充分肯定宁波市“先行先试”的做法。对于宁波市医保局在种植牙降价领域的探索,5月12日晚,宁波市医保局方面回应记者称,“为解决种牙贵的问题,满足群众的基本种植需求,宁波医保局积极引导耗材供应商和医疗机构让利惠民,推出种植牙医保限价支付政策。”

种植体、普通烤瓷牙冠、基台以及手术费用等,骨粉和骨膜不包含在套餐内。目前民营医院主要采用的都是进口的种植牙,几乎没有涉及到国产种植牙。”相对于民营口腔医院直接给出种植牙套餐的方案,多家公立医院口腔科的相关人员则告诉记者,“目前无法直接告诉种植牙品牌的套餐价位。从种植牙的流程来看,首先需要到医院做CT检查,从而判断牙槽骨的骨龄是否允许做牙齿的植入,可选择的品牌范围如何。”

“主要体现在以下三方面:一是规范上传种植牙项目医保编码(区分医疗服务费和材料费),统一种植牙收费项目的内涵,规范种植牙项目及材料的备案上传;二是按照医疗机构等级,对承诺执行医保限价政策的定点医疗机构收取的种植牙医疗服务费限定2000元的标准(二级及以下医疗机构);三是明确历年账户支付范围,对目录外的种植牙费用历年账户不予支付。”对于上述模式的可复制性,屠志君向记者提及:“政策的落地执行影响因素非常多,植体供应商和医疗机构的态度、种植牙渗透率、媒体和社会对政策的宣传以及政策执行后的部门监管等,都可能制约种植牙医保限价支付政策的落地和推广。”



在骨科类医用耗材等纳入集采后,国家层面也不断释放出要将种植牙纳入集采的信号。视觉中国/图

进口种植体超九成

国产种植体定位和韩系接近,但起步较晚且受到韩系价格压制,市场份额预计在7%。

要注意的是,在终端的种植手术中,占据较大价值量的为种植牙的核心耗材。而种植体这一细分领域目前存在较为广阔的国产替代空间。国海证券研报指出,种植体为种植牙中的核心耗材,约占消费者支付总费用的10.4%。韩系种植体品牌凭借价格优势(消费端价格为欧系1/3)推动种植牙平民化,受众面广,近年来市场份额不断提升至58%;欧美系厂商为种植体鼻祖,受公立医院和高端市场偏好,价格和利润率更高;国产种植体定位和韩系接近,但起步较晚且受到韩系价格压制,市场份额预计在7%。以2020年市场规模计算,国产市场份额在6.8%。国内的种植体生产企业有数十家,主要包括华西口腔医院、北京莱顿、威高洁丽康、大博百齿泰、江苏创英(由正海生物代理)、康拓医疗、宁波美格真、常州百康特、深圳安特、柯润玺等,其中营收体量大的预计在5000万元左右。

记者查询国家药监局官网发现,截至目前,国内获批的牙科种植体相关批文共有24个,产品名称为牙种植体、种植体系统,注册人名称为北京莱顿生物材料有限公司、威海威高洁丽康生物材料有限公司、江苏创英医疗器械有限公司等。实际上,目前已有多家上市公司对口腔种植的细分赛道进行布局。且多家券商研报指出,

国内种植体在产品 and 临床数据上都存在突破的可能性。太平洋证券研报对此分析,目前国内种植体在表面处理上还是仿制的欧洲两大品牌,技术大方向上不太有改进,但是在寻求微创新。另外,国内种植牙发展仍处在初期,种植牙医生数量不足,存在大量的二三线空白市场。随着临床数据的积累,临床需求反馈到产品的微创新,到和更多的医院合作,拓展品牌知名度有望得到更多份额,进而实现进口替代,有望复制韩国种植体市场情况。而在产业端,记者注意到,2020年,大博医疗科技股份有限公司(002901.SZ)非公开发行所募集的资金,将用于扩大公司骨科植入性高值耗材及口腔种植体的生产产能,其中,在口腔种植体生产线上建设项目的投入金额为3.65亿元。而烟台正海生物科技股份有限公司(300653.SZ)2021年报显示,公司于2021年5月与江苏创英医疗器械有限公司签署了《产品经销协议》,代理种植体产品。截至报告期,公司代理的种植体销售区域已覆盖全国22个省份,实现销售额约400万元。对于种植体业务的具体规划以及布局,记者曾对此致函且致电相关业务的上市公司,但均表示,目前上述业务还处于发展阶段,等到合适的时机会接受采访。

增速亮眼 华东医药成医美领跑者？

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

近两年,我国医美行业监管政策不断明晰,市场格局正加速调整,拥有合规医疗器械注册证的头部企业优势得以放大,不断推出差异化新产品。近日,华东医药股份有限公司(000963.SZ,以下简称“华东医药”)召开2021年年报及2022年一季报业绩说明会。得益于海外市场的恢复性增长和国内运营主体超额完成的业绩,华东医药医美板块表现亮眼,实现营收10.0亿元,同比增长123.28%,占公司整体营收2.90%。

全球布局开疆拓土

自踏入医美行业以来,华东医药的目光便放眼全球。在少女针横空出世前,华东医药更为知名的医美产品是子公司华东宁波代理的伊婉玻尿酸。2013年,华东宁波与韩国LG签订中国区总代理协议,正式进军医美。民生证券研报显示,伊婉在韩国和中国一直保持着较高市场占有率。据沙利文数据,伊婉国内市占率连续多年第一,销售额在国内医美玻尿酸终端市场占比超过20%。近年,华东医药持续加码医美领域的全球收购。2018年,华东医药收购英国上市公司Sinclair,并开启了医美业务整合。2021年,英国Sinclair收购西班牙能量源型医美器械公司High Tech100%股权,拓展能量源类医美器械业务领域的产品管线;2022年2月,Sinclair收购全球化能量源型医美器械公司Viora100%股权。

其中国际医美业务与国内医美业务营收分别约为6.7亿元、3.7亿元。年报显示,医美业务方面华东医药已拥有无创+微创医美领域产品三十余款,其中海内外已上市产品达二十款,产品组合覆盖面部填充、埋线、皮肤管理等非手术类主流医美领域。再生类领域的“少女针”则是华东医药在市场中备受关注的一款产品,少女针的注册名称为注射用聚己内酯微球面部填充剂Polycaprolactone Gel for Injection(即Ellansé®伊妍仕®产品),属于进口第三类医疗器械。2021年,少女针在国内获批消息一出,华东医药股价次日随即

此外,华东医药年报显示,报告期内Sinclair获得比利时KiOmed公司4款在研的全球创新型KiOmed®壳聚糖医美产品在皮肤医美领域的全球区域(除美国外)独家许可;引进美国R2公司的冷触美容仪酷雪Glacial Spa®(F0,冷冻祛斑医疗器械的生活美容版本),已获得韩国和中国台湾的上市许可。华东医药方面表示,公司医美业务正处于快速发展阶段,业务增速潜力相较更大,医美业务在公司整体业务的比重将逐步提升。在布局全球的同时,华东医药与华东宁波的“母子纠纷”也即将走向终局。华东医药公告显示,宁波市北仑区人民法院主持对华东宁波的司法清算,2021年12月31日后,华东宁波不再纳入公司财务报表的合并范围。一季报显示,华东宁波去年同期医美代理业务营业收入9600万

涨停。自2021年8月底少女针上市以来,已为华东医药带来超过3亿元营收。近年谋求创新转型的华东医药,未来将如何拓展医美业务?对此,华东医药方向向《中国经营报》记者表示,中国市场作为公司医美业务的一个特殊市场,将继续引入科技含金量高、市场潜力大的产品,借助公司在中国的注册、营销实力稳步做大中国市场;在国际上,将依托公司国内医美营销基础以及医美行业的高速发展,助力国际优质产品的迅速落地和商业化,致力于成为国内医美领跑者。元,归属公司合并报表净利润926.5万元,少女针国内运营主体欣可丽美学已超越去年同期华东宁波医美代理业务收入规模及对公司利润贡献。华东医药方面表示,随着华东宁波的清算,其与伊婉玻尿酸、Jetema肉毒素产品的代理权目前已终止。后续公司将综合考虑上市时间、产品特性和合作条件等各方面的因素,在全球范围内寻找同类产品合适的合作伙伴。当前,华东医药的医美业务营收以国外业务为主。年报显示,2021年Sinclair(含合并新收购西班牙High Tech公司)全年实现营业收入约6.65亿元人民币,同比增长108.51%,其中Sinclair自身营收增长79.24%,为Sinclair公司历史上最好表现,核心产品Ellansé®全球市场实现99%增长。目前,公司医美板块海外员工占比为84%。

“少女针”有望成爆款

在持续开展医美业务全球战略布局的同时,2021年更是华东医药加速推进自营产品国内注册上市进程的破局之年。除了少女针成功获批上市以外,公司多款产品在国内外的认证取得进展。其中,少女针被认为是“再生领域”的重要产品。国内获批三类医疗器械的相似产品,包括长春圣博玛生物材料有限公司的聚乳酸面部填充剂“艾维岚童颜针”和爱美客的“濡白天使针”,均于2021年获批。华东医药方面表示,再生医美产品符合消费升级趋势,良性的市场竞争将带来正向的作用,有利于市场合规发展。公司伊妍仕产品定位高端市场,具有差异化优势,预计在未来3~5年,可尽享再生类制剂蓝海赛道的先发红利,有望成为公司乃至国内医美市场首款10亿级别重磅品种。随着医美监管趋严,行业加速出清,医美市场格局正走向重塑。华东医药方面表示,公司医美业务起点高、国际化程度高,产品管线丰富。目前公司主要布局医美领域的上游产品,属轻医美领域,且始终以制药人的科学严谨态度深耕医美产业,医美产品的注册及生产工作均严格按照国家相关规定。未来随着国内医美市场合规程度的进一步提升,伊妍仕产品将具备更好的发展机会与市场前景。少女针的价格不菲,以北京

市为例,医美机构的报价在16000~24000元不等。在进行少女针等注射项目时,求美者要考虑注射的部位、注射的层次、注射的量及施术手法的精准。华东医药方面表示,Ellansé®伊妍仕®产品能够刺激注射部位皮下的胶原再生,与普通玻尿酸相比注射部位相对较深,对医生注射水平要求较高。为此,公司制定了全面的医生培训指导体系,采取线上加线下的模式进行,培训内容包括解剖学、材料科学等基础理论知识的学习和线下实操教学,培训结束后将对医生进行理论+实际操作考核,通过考核后将为医生授证,只有经过认证合格的医生才能为求美者提供服务。公告显示,欣可丽美学签约合作医院数量已超400家、培训认证医生数量超过700人。但与医美市场庞大需求相比,少女针认证医生的数量或仍有很大的增长空间。华东医药表示,Sinclair为医生提供了多种类型的培训,包括每年在西班牙、巴西和韩国举行的WEM(世界专家会议),工作坊、大师班、实操培训类的区域WEM,专题讨论等学术会议交流,线上活动包括在线培训研讨会、Sinclair学院等。Sinclair学院为医生提供了优质的在线教育资源,可支持实操医美项目培训,并提供额外的实践支持服务。公司未来将会通过线上或者线下活动,促进国内医生与海外专家交

流,分享经验,致力于推动医美行业的发展。从营收来看,华东医药医美板块的布局已见成效。2022年一季度,华东医药医美板块合计实现营业收入4.53亿元,按可比口径(剔除华东宁波)同比增长226.8%。同期,国内医美巨头爱美客营收为4.3亿元。对于公司的整体业务,华东医药亦在年报中坦言,集采国谈的深入推进宣告着仿制药红利时代的彻底终结,新冠肺炎疫情的反复与外部局势的动荡致使生产经营不确定性增加,过去三年公司的报表增长数据没有过往出色,因而公司狠抓转型创新。随着各家企业新产品的不断推出,公司产品商业化能力成为重要竞争维度。对此,华东医药称,公司各业务板块均有独立的市场推广团队。公司制定了包括医药工业、医药商业、医美业务等各业务板块的战略发展规划及经营目标,并会严格按照计划执行。在医美领域,公司根据医美产品的品牌特性与销售模式,采用不同的销售团队拓展市场。各产品销售团队互相独立,确保决策快速、市场拓展高效,实现产品间的协同发展。Ellansé®伊妍仕®产品未来的发展潜力大、市场前景好,公司将抓住住时机,不断加大市场覆盖和品牌推广力度,持续提升产品渗透率,带动公司国内医美业务持续增长。