1、深圳价格谈判情况

中标情况：9家企业，57规格的血液灌流器参与谈判，最终4家企业、共14个规格中标，健帆中了10个规格，其他3家企业中了4个规格。

价格情况：要求保密，定性说，略有下调，公司对结果很满意。这个价格是医药的终端价格，不是公司的出厂价，利润端对公司影响非常小。

有效期：2年。未来2年价格参照此次谈判结果。

其他：除了灌流器，透析粉液中标了4个，品类上有所突破。

点评：健帆的灌流器属于首创的产品，具备非常高的技术和材料壁垒，其他厂商很难保证产品质量的稳定性，血友病交流群中患者只认健帆。政策层面上，此次中标价格只是略有下降，并不是“唯低价论”，而是“优质优价”，这是好的信号。

2、灌流器在浙江省挂网

在浙江原本只能用于中毒领域，目前肾科的才进入浙江的价格目录，同时进入医保。

点评：新的业绩增长点，浙江的增速会比较快。还是渗透率的逻辑。

3、海外情况

营收占比小，增速快。

推广方面，一是传统方式，即与各国当地经销商合作，即公司前期对经销商进行培训后，再由当地经销商承担主要的市场开发工作。

二是新玩法，在部分国家发展本土团队，实现自主推广。公司新的副总经理就是负责这个的，还引入了几位海外的人才，负责各个片区。

认可度方面，去年6月与国际上6位顶尖医学专家联合成立多脏器支持疗法(MOST)海外专家委员会，开展海外循证医学证据及临床研究等，包括临床方案设计、产品入院试用、循证医学证据解读、论文发表及指导、授课等方面。

产品价格，利润端来看国外的比国内略高。

点评：国内集采压制估值，即使灌流器短期很难被集采，大概率都是像深圳这样的谈判。那么海外收入占比对估值影响极大，如果海外营收能突破10%，那么健帆会有一个质的飞跃，毕竟海外市场可比国内大多了。当然，这需要时间，对22年前健帆在海外的推广情况保持密切关注。

4、结论

谈判释放利好，灌流器和生长激素是两码事。

首先，生长激素针对小朋友，而出生率越来越低；灌流器针对的患者大多是老年人，而中国走向老龄化。

其次，竞争格局差异大，我多次强调生长激素格局恶化了，不再是金赛一家独大了，产品也没有差异性；灌流器不一样，健帆一家独大，在技术、规模、疗效上具备碾压优势，这背后是血液灌流这个技术就是健帆发明的，材料壁垒很高。

最后，患者的阻力不一样，之前衡阳集采，健帆没有投标，根据调研，衡阳中

标的灌流器都在医院库房吃灰，医生和患者根本就不用，最后还是采购的健帆的。

原因之前也提过，血友病这种慢性病都是有患者群的，大部分患者都知道健帆的最好，没有出过事情，小厂的出过事故；大部分医生也不敢用其他厂的，因为灌流是立马见疗效的，出了事情立马就是医疗事故。

全文完。历史文章，仅供参考。

投资需要独立思考，本文所有内容和观点仅仅是个人投资的思考，不构成任何投资建议。