

上海：让更多“老字号”驻足海外市场

老字号,既是一种特色商贸品牌,也是民族传统文化的瑰宝。近年来,许多老字号通过持续创新,积极扩大品牌影响力,不少“网红”老字号还“翻红”海外市场,收获了一批海粉。但老字号产品拓展海外市场之路并非一帆风顺,针对企业遇到的市场问题,海关加强政策解读,在创新监管的基础上积极为企业纾困解难,助力老字号走出国门。

进入夏季,冷饮销售火热。上海光明冷饮和大白兔奶糖、百花牌花生牛轧糖跨界合作,联手推出系列冷饮新品准备主打海外市场时,却遭遇了新“烦恼”。原来,冷饮制品进口国要求,出口企业须提交符合该国食药部门进口奶制品安全要求的证明。

了解到企业需求后,上海海关第一时间伸出援手,为企业提供相关资料,详细解答政策。“除了冷饮制品外,花生牛轧糖制品出口时,有些出口目的地国家要求有非转基因的证明。对此,我们积极引导企业在出口前送检样品,并及时为通过检测的产品出具相关证书,对同类的产品进行快速放行。”上海海关所属奉贤海关风控查验二科科长蒋青说。

相比光明冷饮近几年才开始“试水”海外,老字号美加净牙膏的“留洋”历史则久得多。作为中国第一支牙膏的生产商,美加净从上世纪60年代起就开始出口海外,从中华老字号成为国外客户爱用的老品牌,但美加净的出口海外之路同样充满曲折。2019年,进口国将牙膏保质期由3年变为了2年,若不及时调整相应技术规范,出口将面临停滞。在海关协助下,企业及时申请通过了AEO资质并调整了生产线,确保了美加净牙膏的顺利出口。

“海关密切关注国外技术性贸易措施变化,组织整理和解读国外技术法规和标准,重点关注进口国对认证、技术标准、标签和环保等要求,帮助我们这样的老字号产品提升了海外竞争力。”美加净国际贸易部经理胡国敏说。

在积极为企业知识产权保护护航的同时,海关还从优化监管模式入手,助力企业快速通关。去年以来,国际航运业缺柜、缺仓情况严峻,对企业而言,不仅要“抢到”集装箱,还要马上发货,否则会增加运营成本。对此,上海海关指导企业掌握通关流程,规范货物申报的细节和要求,最大程度提升验收效率。

“使AEO资质成为企业出口的一张金字招牌,不光让出口更便利,也使得美加净在进口国享受VIP待遇。”上海车站海关监管科科长陈文俊说,如今的美加净牙膏已远销到欧洲、非洲、美洲、大洋洲等40多个国家和地区,成为我国自主品牌牙膏出口量最多的企业。

据统计,目前,上海共有180家国家认定的老字号企业,42家上海认定的老字号企业,其中一半以上的老字号企业正在探路海外市场。“坚持品质、守正创新,不断抒‘大老字号品牌’的影响力,既有利于做强内循环,又有助于做大外循环。”上海海关进出口食品安全处副处长王震宇说,海关系统将继续为老字号企业出口精准施策、精准护航,让更多的老字号扬名海外。(顾阳)

企业家自述(长篇连载之八十六)

有了短缺保障机制，廉价救命药为何依然出现“药荒”？

近期,氨苯砒片等几种廉价药出现断货,廉价救命药“药荒”现象再次受到社会关注。

“新华视点”记者在上海、云南、浙江、四川等地调研发现,尽管相关部门成立了国家小品种药(短缺药)供应保障联合体,一些廉价药、“孤儿药”被列入国家短缺药品清单,但由于一些措施未能真正落地,企业生产仍动力不足。

氨苯砒片一药难求

“急求!”近日,一些线状IgA大疱性皮肤病患儿家长在网络上四处寻求氨苯砒片。由于求药无果,有的患儿只好使用其他病人用剩的过期药。

氨苯砒片是什么药?为何会不见踪迹?北京大学第一医院皮肤科教授朱学骏介绍,氨苯砒片是一种老药。作为国家基本药物目录中的药品,被广泛应用于麻风病的治疗。后来,这个药品被发现在大部分线状IgA大疱性皮肤病患者身上也有较好的疗效。

“一般情况下,对于线状IgA大疱性皮肤病等自身免疫性皮肤病,医生会首选糖皮质激素。只有在使用效果不佳的情况下才会开氨苯砒片,将其作为一种联合用药。氨苯砒片的抗炎作用有助于控制病情,并且利于患者更快地减少激素用量。”浙江大学医学院附属儿童医院皮肤科主任任韵清表示,目前氨苯砒片确实一药难求,国内仅有极少数医院有存药。

成都市第二人民医院皮肤科主任路永红介绍,线状IgA大疱性皮肤病主要发生在孩子身上,国内外暂无发病率的权威统计数据。“我一年接诊的病人大概有10多例,有其他药能治疗线状IgA大疱性皮肤病,比如免疫制剂、激素等。”

据了解,目前国内持有氨苯砒片生产文号的药企一共4家,分别为上海信谊天平药业有限公司、昆药集团股份有限公司、广州白云山光华制药股份有限公司、广州白云山花城药业有限公司。

记者走访上述四家药企获悉,氨苯砒片均已停产。昆药集团制造中心总经理曹祺表示,该企业的氨苯砒片产能约为每月3000万片,但目前处于停产阶段。

除了氨苯砒片,近年来出现短缺断供情况的廉价救命药还有治疗重症肌无力的特效药溴吡斯的明片、心脏手术用药鱼精蛋白、治



(图据网络)

疗间日疟和卵形疟的伯氨喹、治疗心脏衰竭的抢救用药西地兰注射液和儿童肿瘤常用药平阳霉素等。

四川一家三甲医院医生介绍,溴吡斯的明片发生过数次断供情况,患者只能通过非正规渠道购买高价药品,一些不法分子趁机牟取暴利。硝酸甘油是冠心病和心绞痛患者在关键时刻的救命药,临床应用非常广泛,但全国多地都出现断货现象,而进口的硝酸甘油片一盒价格比国产贵50多元。

成本涨、需求少、利润低

企业为何不再生产这些药?一家氨苯砒片生产企业负责人表示,当前原料药供应成本比较高,叠加其他生产成本等,每瓶定价需要几十元。相比原来每瓶几元钱的价格提高较多,担心市场不接受。但如果按照原价售卖,企业很难持续。

一位医药行业人士表示,原料药耗能高、污染严重,在产业结构调整指导目录中多被列为限制类投资项目。随着环保要求提高,一些小企业难以维系,造成原料上游不稳定,供货不及时,最终导致药品价格攀升。

同时,一些救命药的终端需求并不大。氨苯砒片曾作为麻风病用药被使用,随着我国麻风病患病率下降,该药需求量减少,企业纷纷停产。有数据显示,2020年中国麻风病发

病数量为200例,相比2019年减少了33例。

任韵清表示,氨苯砒片对自身免疫性大疱病的有效性也是小部分临床研究报告和个案报道,并没有大规模的临床研究评估其有效性和安全性。加上一些新药频出,氨苯砒片的市场需求量并不大,企业缺乏生产动力。

朱学骏认为,廉价药短缺的原因主要是定价太低。像“孤儿药”相对来说比较少用,企业的生产成本不能完全仅以药物原料计算,还要考虑其他成本。比如,生产一种药物后,所有设备要全部重新清洗才能生产其他品种的药片,这个清洗费用相当高。

上海医药集团股份有限公司副总裁、上海上药信谊药厂有限公司董事长顾浩亮表示,如果重启氨苯砒片生产,需要进行恢复生产的工艺验证,企业投入成本较高。

曹祺表示,此产品长期未生产,按国家药品监管法规,恢复生产程序至少需要6个月。采访中,一些业内人士还提到,由于一些廉价救命药仅剩一两家企业供应,部分中间商用“买断包销”的模式大幅抬高价格,恶意“炒药”,加剧了短缺现象。

列入短缺清单的同时需推动生产落地

为解决廉价救命药“药荒”困境,国家相

汉源花椒精酿啤酒生产线正式投产

近日,汉源花椒精酿啤酒投产仪式在四川汉源县甘溪坝食品工业园区举行,这标志着年产6000吨汉源花椒精酿啤酒生产线正式投产。

据介绍,汉源花椒精酿啤酒选用优质原料,以水、麦芽、啤酒花及花椒提取物为原料,经过前发酵、后发酵、超临界CO₂萃取、调配制而成,并采用现代先进的生产工艺和生产设备,运用精湛的无菌操作技术和发酵技术,将麦香、酒花香、麻香发挥到极致。“精工艺+

优质原材料”碰撞出来的花椒精酿啤酒,将花椒中的麻味物质与啤酒完美融合,风味独特,口感细腻,在牢牢锁住汉源花椒芳香浓郁、香麻可口独特韵味的时候,传承了传统精酿啤酒的特质。

据了解,年产6000吨汉源花椒精酿啤酒生产线项目是汉源县昊业科技有限公司依托四川大学农产品加工研究院、汉源县昊业花椒产业研究院取得的具有自主知识产权的科研成果。该项目于2021年2月18日进场施

工,占地32亩,总投资6800万元,产值将达5个亿。项目分两期进行,目前第一期投资3000万元,可实现年产值1亿元以上,解决社会就业200人次,项目的投产将进一步丰富甘溪坝食品工业园区业态组合,进一步完善汉源花椒产业链、创新链,不断优化产业生态,培育县域经济新的增长点,为汉源县经济社会发展增添新助力。

近年来,汉源县坚持把花椒产业作为名片产业,在提质增效强品牌上做文章,一方面

关部门近年来采取了多项措施。2017年6月,原国家卫计委等9部门联合印发《关于改革完善短缺药品供应保障机制的实施意见》,提出合理布局监测哨点,建立健全短缺药品清单管理制度,实施定点生产等重点任务措施。

2018年2月,工信部联合原国家卫计委、国家发改委、原国家食药监总局联合发布了《关于组织开展小品种药(短缺药)集中生产基地建设的通知》;2018年7月,我国首个国家小品种药(短缺药)供应保障联合体成立,致力于缓解部分临床必需药品供应紧张或短缺的现象,探索小品种药(短缺药)供应保障长效机制。

当前廉价短缺药供应保障机制日趋完善,但亟须更多具体落地措施。

曹祺表示,希望国家能给予原料采购方面稳定供货支持;药监系统可启用应急复产程序使企业快速恢复生产,及时供货;同时按照药品储备机制,由曾生产氨苯砒片的企业定点生产,能达到质量和产量双确保。

一些生产企业负责人表示,缓解短缺需要政府各部门与行业协会、药品生产企业、患者搭建共享信息平台,卫生部门或药监部门收到药品短缺报告后及时与其他利益相关者沟通,实时监测和更新相关数据;当药企生产环节遇到困难,政府及时提供行政指导。

作为国家小品种药(短缺药)供应保障联合体成员单位,顾浩亮表示,两年来药联体发挥的作用比较明显,截至2020年底,6家小品种药联合体共实现了100个小品种药的生产保供。“当前关键在于解决组织可持续问题,希望政府给予更多的政策支持和指导,并形成长远保供的落地方案。”

药品关系到老百姓生命健康,不能视为普通商品完全按市场法则来调节。四川大学华西医院临床药师于磊认为,如果仅靠市场力量调节,这些廉价救命药很快会消失。国家应进行一定的补助性抢救储备和切实的保障办法引导企业生产,针对临床必需、不可替代、用量不确定、企业不常生产的抢救用药及罕见病用药,应该以省或地区为单位建立此类药品的储备制度,由专门机构负责该类药品的采购、储备及调拨。

(黄筱 龚雯 林苗苗 董小红 岳冉冉)

王建明：动力大王的传奇故事

但是在玉柴还明显地存在着对信用效益的巨大泄漏,这些泄漏掉的比我们已经拿到的,仅仅属于闪现性质的部分要大得多。比如,“要装柴油车,不选玉柴机”就是一大泄漏口。大家听到了没有?今天上午的报告介绍我们公司的产品覆盖率现在是49%。我们原计划1995年产销12万台6105、6108,而最后打下来的结果销售数量是7.5万台。我们有三分之一生产能力经用户选择后被淘汰出局,被用户确定为“要装柴油车,不要玉柴机”。第二个泄漏口是在1995年,第一次出现了在零售市场上我们发动机的零售价不如竞争对手,北方有那么一两个兄弟厂,他们的零售价格超过了玉柴。第三个泄漏口是在价差方面存在着的负效应。北方有一种机型,用这个机装中型车,是小马拉大车,超载能力不强,而且价格昂贵,有3万多、4万多。但是一年下来,这种机型也有不少用户选择购买。1995年销售超过1.5万台。也就是说有1.5万名用户,明明知道玉柴机器的价格便宜,服务又周到,但就是不要,偏偏就要那个4万多块钱的小马拉大车的发动机。应当把这些问题都视为信用效益的泄漏口,本应属于玉柴的更大效益就是从这些口子漏掉了。这是一个理性化的分析,依据这个分析,大家就可以理解邓强的反思为何如此尖锐,吴民勤对制造质量的抨击为什么如此不留情面。“做好”要有标准,就是要生产大量的、大比重的、稳定的信用效益。“做好”的途径有两条:一是现在反反复复说的“精细”,靠全员、全岗、全部工作环节精细作业、精细管理去实现;还有一条就是完善,把我们公司的硬件基础迅速补充坚实、补充完善。

从去年的干部大会的反思到元旦讲话,我已经多次阐述我们公司在“九·五”期间要做的“六硬一软”的任务。“六硬”之中的“五硬”都是为了完善基础。首先是铸造,我们要分立合资高水平、大规模的铸造;第二是分立合资曲轴和连杆的锻造与加工;第三是要分立合资高标准、连锁化的全国服务网点,建立玉柴销售系统的“麦当劳”,“九·五”期间要争取在362个网点中吃下60个,择其60个点做正规化、连锁化的改造;第四是分立合资高水平的、真正能够独立研究发动机技术的技术中心;第五是要对中型机做好更新换代的技术储备;上述五项硬件的任务都是为了“完善”,最终是为了“做好”。

我们一方面要把这五件事情办好,完善玉柴的硬件基础;一方面要抓好全员、全岗、全部工作环节的精细作业与精细管理,汇集起来就一定能够构成玉柴的“做好”。当我们真正做好的时候,公司外部对玉柴的感觉是什么?我想至少应当认为玉柴是安全的、稳定的。而现在外部对玉柴的看法可远不是这样!首先觉得我们工作不扎实,不稳固,其次是感到我们很脆弱,觉得我们完全可以战胜,甚至觉得我们是不堪一击的。为什么?因为我们存在着吴民勤所讲的1995年几乎每月一次的质量灾难。因为我们公司确实存在着邓强今天报告所指出的一系列尖锐问题,如“三级跳”到了“二级跳”的阶段屡攻不上,攻上了又退下来,反反复复、进进退退在那里跳华尔兹。到1996年我们还是只能提做好冲击“三级跳”的准备,不敢正式启动第三级跳。

玉柴的员工应该如何去追求这个“做好”呢?应该是精益求精、守时守则、积极参与、循

环创新。在粗放型的管理状态下,玉柴的不守时、不守则、不讲信用到了什么程度?环环之间没有保证,没有衔接,一再失误,一再丢失战机。在粗放转化为精细的变革中,管理人员要尖锐反思,职工群众要积极参与;否则,粗放转精细又会变成一句空话。“做好”是全员的事情,我们有1万人就是1万人的事情,有13万人就是1.3万人的事情,少一个都不行。把所有的事情都做好了,有人粗枝大叶,在油底壳漏一条毛巾或者掉一枚螺钉进去,就什么都完了。

“做全”言简意明就是全系列、多品种。玉柴现在向机械部、国家计委以及区、市两级政府都做了汇报,我们的产品发展是一定要走向全系列的。现在的玉柴只有重型和中型柴油机,还没有轻型车、轿车和微型车用柴油机。这个缺口我们是一定要填补的。玉柴的轻、轿、微,特别是轿一定要上。这个轿选用的也应该是适用于轻型车的,我们考虑轻、轿、微型柴油机的起点一定要高。

多品种指我们的通用机。不能光是车用机,还要有机组,要有农用、工程机械用等多用途机;不仅要有的,而且要多。从去年底到今年初,我们制造系统在划分上做了一些变动,其中有这个因素,是为“做全”而准备的。

“做大”。昨天在销售人员大会上说了几句话,现在请大家带回去给全体职工。美国有一家杂志叫《财富》,年年在排全球500家经营规模最大的企业,使人倍感羞辱的是前500家没有中国的企业。要多大的规模才能上去呢?大概需要70、80亿美元的销售额。世界排500家,没有一家是中国的。不管别人怎么样,我们这些在玉柴的中国人要化耻辱为动力,要争取

由我们来消除这个耻辱。五十铃作为发动机的专业公司,它的重、中型柴油机年产量50万台,轿车柴油机单年出口欧洲部分的是30万台,合计80万台。玉柴到现在将要形成的生产能力是21万台,今年产销计划仅为10万台。所以任重而道远,我们实在没有什么可以骄傲的。

“做大”就一定要发展轻、轿、微型用柴油机。这是一个重要的计划。公司现在比较集中考虑的是准备两个系列四缸机同时上。一个系列叫四缸四升,按排量来计还有一个四缸二升。四缸四升的规模是10万到15万台,四缸二升的规模是20万台。这一部分计划就是我们讲的“九·五”期间的第六个硬件计划。四缸四升接触的对象之一是五十铃,另一个是曼哈姆在巴西的分公司叫MWM公司。MWM公司的四缸四升机要比五十铃的4H更先进,它是三气门凸轮顶置带电控的。四缸二升现在谈的对象是FEV和AVL,还有五十铃。我们的做法还是灵活运作资产,用账面的资产去跟基金合作,去跟大的产业资本合作。前面的几项,也就是铸造、曲轴连杆的锻造加工、销售系统的改造、技术中心等等,对新来的投资者,无论他们占多大的比例都不要紧,道理很简单,这些项目都是以玉柴为主要市场,跑不掉。然后用家里剩下的21万台柴油机加工与装配的资产去和基金合作,发展轻、轿、微型用柴油机。这一部分玉柴必须要占51%,必须要控制,可是家底只剩下10多个亿,不够怎么办?最近,公司一直在争取国家有关部门、有关企业同意用我们玉柴所需要的整车厂的资产折股进玉柴,壮大我们公司的原始股本,再跟国外的基金合

作,以最终拿下35万台的轻、轿、微型用柴油机。我们这一代人历经10年奋战,创造了一个基础,开始赢得越来越多的支持。昨天我讲了一个例子,过去不太支持玉柴的一个官员,现在正在全力支持我们去使用外国政府9000万美元的软贷款。我们现在有这样的条件,更要当仁不让地争闯世界500强,谁能说玉柴无此责任?

“造市成功”中的“造”是“营造”的“造”,“市”是“市场”的“市”。昨天我在营销人员大会上说了个观点:玉柴过去是开宗明义地反对静态的市场观。因为静态的市场观扼杀玉柴的生存,限制玉柴的发展。玉柴起步之初,我们经常听到有人来问,你们的市场在哪里?我们回答他,从静态来看玉柴没有市场;从动态来说,我们的市场大得很。玉柴过去是反对静态的市场观的,在“八·五”期末“九·五”期初,我们又开宗明义地宣布我们主张市场是可以营造、可以缔造的。

“造市成功”应该表现为几个方面:一是稳增覆盖。就是我们发动机对市场的覆盖率要稳步增加,要年年稳步增加,要年年有增,年年稳增。这个很重要。市场覆盖率在发达国家,在发达公司通常是第一经济指标。1995年是成功年还是失败年?我认为是成功年。因为我们的市场覆盖率从1994年的33%直线增长到49%,利润下降不足为奇,因为整个大市场不好。我们的覆盖率增加了,这是玉柴全体职工在行业里的重大胜利。但是这绝不应当淡化邓强所讲的质量要求,也绝不淡化吴民勤对公司发出的警告。这是两回事。

(此文系本报整理,待续)