

复星 84 亿收购印度药企 中国药企扎堆海外并购

■ 陈杰 王满立

中国药企正在扎堆进行海外并购。近日，复星医药公告称，拟通过控股子公司出资不超过 12.6137 亿美元(约合 84 亿元人民币)收购印度药企 GlandPharma Limited (以下简称“GlandPharma”)约 86.08%的股权。这起并购的达成不仅是今年以来印度最大宗外来收购交易，同时也刷新了中国药企出海并购的纪录。

对于复星医药来说，这场收购为集团进军国际仿制药市场提供了一定的助推力。一直以来，印度药企在仿制药领域的国际化进程要比中国药企领先多个身位。资料显示，Gland-Pharma 成立于 1978 年，主要从事注射剂药品的生产制造业务，是印度第一家获得美国 FDA 批准的注射剂药品生产制造企业，并获得全球各大市场的 GMP 认证，公司业务收入主要来自于美国和欧洲。作为少数专业从事生产制造注射剂药品的公司之一，GlandPharma 在印度市场同类公司中处于领先地位。

对于此次收购，复星医药董事长陈启宇在近日的电话会议中指出，复星医药近年来一直寻求通过并购的方式迅速切入全球仿制药市场。在复星的仿制药业务中，注射剂业务发展

据悉，今年以来，中国药企在出海“扫货”上频频发力，且出手皆为“大手笔”，并购金额纪录刷新频率之快前所未有。

良好，而 GlandPharma 则一直专注于注射剂的仿制药市场，对注射剂仿制药的全球注册体系非常熟悉，产品通过多个市场体系验证，收购将有助于提升双方在注射剂市场的总体份额。同时，复星医药有机会通过 GlandPharma 平台，将研发能力输出至全球，“包括利用 Gland-Pharma 已经具备的全球注册能力及全球质量管理能力，帮助复星国内的产品通过在全球其



他国家的认证，使得复星国内研发的产品通过 GlandPharma 进入全球市场”。

实际上，不只复星医药，今年以来，中国药企在出海“扫货”上频频发力，且出手皆为“大手笔”，并购金额纪录刷新频率之快前所未有。今年初，三诺生物宣布对日本医疗器械公司尼普洛旗下诊断业务公司 NIPRO 的收购，交易 2.73 亿美元；随后，3 月 29 日，人福医药宣布以

5.5 亿美元收购两家美国公司；在复星医药创造了中国药企出海并购纪录的同一时间段，绿叶制药斥资约 18 亿元人民币收购瑞士药企 Acino 旗下的透皮释药物业务。此外，有消息称，由华润集团牵头的一个财团近日正准备收购澳大利亚癌症医疗提供商 GenesisCare 的一部分股权，这部分股权据称值 17 亿澳元(约合 13 亿美元)。仅 7 月，公开了并购金额的药企海

外并购就已经达到四起，且均规模可观。

CVSource 投中数据也印证了今年以来高频率的中国药企海外扫货潮。过去十年里，中国医药海外投资的平均增幅只有 30%，而过去半年里却出现突然爆发现象。数据显示，2016 年一季度中国海外并购市场交易金额较 2015 年四季度增长 3 倍，达到 1155 亿美元，不仅超过 2015 年全年交易规模，而且占 2016 年一季度全球跨境并购量的近 1/2。

对此，医药行业专家岳锋向《北京商报》记者透露，中国药企进行海外扫货，很大程度上与国内低迷的股市以及经济增速放缓有关。此外，国内能上市的医药企业都已经上市，能并购的标的也都被并购，几轮之后，优秀的并购标的日趋减少，这也促使国内资金充足的药企纷纷开拓海外市场。

同时，岳锋也指出，目前进行海外并购的中国药企多数都拥有较强的资金实力，但在进行并购时，对于海外标的的选择仍需要“擦亮眼睛”。未来，还会有很多药企选择海外并购，但首先需要药企熟悉海外资本市场、拥有海外孵化器资源，同时兼备清晰的并购战略，这样才有利于收购成功后对标的进行整合管理，进而实现利益最大化。

1300 亿！ 高端制药设备为医药产业“换潮装”

随着我国社会和经济的发展，国民健康意识逐渐提升，国内医药需求将持续增长，医药市场发展趋稳，在此形势下，制药设备业也将取得快速发展。据中投顾问产业研究中心预测，未来 5 年中国制药装备行业市场规模年复合增速将在 20%左右，至 2020 年行业市场规模有望突破 1300 亿元。

医药需求持续增长 制药设备增长保持 20%以上

随着我国社会和经济的发展，我国国民的健康意识逐渐提升，居民对于药品和医疗服务的需求，无论是主观消费意愿还是可观消费能力都有了明显提高，药品消费市场增长迅速，受人口老龄化、药品价格下降、输液限用、医保控费等众多因素影响，药品消费市场未来仍将维持较快增长态势，这将有力的带动制药装备市场迅速发展。

另外，为控制药品研发生产成本，国际大型制药公司的全球产业布局逐步向具有成本优势的地区转移，在这种趋势下，中国已经成为全球最大药品原材料生产及出口国家，并逐渐向生产和出口药品制剂的国家转型，这为我国制药装备行业带来了巨大的想象空间。

市场需求持续增长是推动我国制药装备行业快速增长的主要动力。数字统计，2010 年



至 2015 年的 6 年间，我国制药装备行业总销售规模已经从 156 亿元增长至 525 亿元，增速一直保持在 20%以上。

我国制药设备面临两大格局 低端设备竞争激烈

随着我国经济水平的持续发展以及我国

对于医药产业需求的逐年增大，我国医药市场呈现出明显快速增长趋势，而制药设备市场也获得了快速发展，且呈现两大格局。

一方面，国外制药装备巨头纷纷加大了在中国市场的投资规模与销售力度，凭借其在资金、人才、设备、技术、研发等方面的优势，占据了国内高端制药装备的主要市场份额。

另一方面，经过数十年的开拓和积累，我国

制药装备行业逐步形成了一批具有较强研发能力、拥有自主知识产权、在中高端市场具有较强竞争力的制药装备制造制造商。尤其在中医药炮制设备领域，我国企业的研发能力、产品创新能力和企业盈利能力均实现了长足的发展。

但是，由于我国制药设备行业集中度较低，大多数中小企业缺乏具有自主知识产权的高附加值产品，多数制药设备品种的稳定性、生产规模化与集约化程度较低，不同企业的产品差异程度较小，低端制药设备市场竞争较为激烈。

医药行业将上演“换装潮” 制药设备将向高端转型

药品质量改善需要相关装备的更新，随着新版 GMP 的实施，人们对药品质量提出了更高的要求，这为制药装备行业发展营造了很大的发展空间。为适应医药工业发展及政策监管趋严的大环境，医药行业将上演“换装潮”，为了满足医药市场的新需求，制药设备需要向高端转型，努力向自动化、智能化、集成化方向发展。

规模化、集中化生产可能会导致制药装备价格下降，但未采几年高端制药装备市场渗透率将提高，部分低端装备将会被淘汰，行业平均价格水平不会出现大幅波动，市场需求则会

稳步上升。中投顾问产业研究中心预测，未来 5 年中国制药装备行业市场规模年复合增速将在 20%左右，至 2020 年行业市场规模有望突破 1300 亿元。

紧紧围绕制药工艺、制药工程及“GMP”要求研制、开发新产品、改进新产品，满足药品生产企业“GMP”改造需要的重任，自然落在了制药装备行业的肩上。在这一时期，制药装备行业产品的技术水平、质量、全面符合“GMP”要求及产品品种规格等方面都有显著提高和发展，行业整体水平又上了一个新台阶。

至目前，我国生产制药装备的企业已发展到 800 余家，产品品种规格超过 3000 种，据不完全统计，年产值约 150 亿元人民币，产品除充分满足国内中西药厂、动物药厂及保健品厂需求外，还远销 60 多个国家和地区。

谁能成为未来制药机械行业的领军企业？无疑是那些拥有高技术创新产品的企业。行业统计资料显示，制药装备中传统产品销售量逐年下降，如提取罐、浓缩器、干燥箱等，而技术含量高的制药机械产品销量则稳步增长。同类产品，自动化设备逐步替代半自动化设备，先进设备逐步替代落后设备，产品技术水平将成为决定企业市场份额的关键因素。实行制药装备质量安全市场准入制度，是从我国的实际情况出发，为保证药品的质量安全所采取的一项重要措施。

(据中国制药网)

医药电商公司转战自营 借力移动医疗或是出路

■ 范蓉

虽然电商业务在最近几年迅猛发展，但医药电商却未在这股风潮中顺风而呼，据统计，医药电商仅占整体电商行业的 2%。由于政策规定，网上限售处方药，因此，医药电商仅能销售非药类商品，即便是天猫医药馆，经营更多是那些保健品、医疗器械、隐形眼镜、成人情趣用品等。

“已经有不少医药电商企业跨掉，除了个别企业勉强过得去，多数医药电商行业都以吹牛为主。”一心堂总裁赵懿表示。

但医药电商仍被药店、医药集团、创业公司等觊觎，一个现象是，在药品第三方零售平台受到政策限制的背景下，一批药店零售企业开始发展自营 B2C 电商。但自营 B2C 是一条康庄大道吗？

医药电商 成本费用不比线下低？

6 月份，两家送药 O2O 平台药快好、药给力同时宣布停止电商送药服务。这也预示着药品快速送达服务模式以失败告终。

如果不能为用户提供快速上门送药的问题，试想医药电商平台对于那些急需用药的患者而言吸引力会有多大呢？

赵懿表示，要实现“1 小时药品送达”的承诺需要时是强大的网点及人员配备。以一心堂为例，在昆明主城区有 700 家门店和 4000 名员工，这样高密度的门店网点，却很难进行大规模送货人员配备。除非每天有足够多送货业务产生，才能够去独立支撑一批专门送货人员队伍，否则在送药如此低频的业务中，是很难支撑这个商业模式的。

另外，医药电商的成本并不比线下成本低。赵懿算了一本账，线上成本比线下成本低主要是实体店的租金，但却多出了一个快递费用。目前，药店店铺租金占销售额的 8-9%，而电商的快递费为 6-8 元。按实体店的测算比例，电商销售客单价要高于 80 元，电商快递费才能和实体店的店铺租金打平。相比实体店客单价 50 元，电商要高于 80 元客单价不太容易。



如果选择去第三方平台销售，还要加上 3.5%的佣金和各种营销费，成本并不比实体店少。

“企业经营成本难以降低，商品还要保持低价都是假象。”赵懿认为。

据悉，很多医药连锁店由于没有获得相关资质只能线上销售保健品等种类不多的商品，在第三方平台的业绩并不理想。

医药公司 另起炉灶的机遇有多大？

赵懿表示，一心堂不会大力在第三方平台上发展医药电商。原因是，目前在第三方平台的销售占比较少，只占到一心堂销售的百分之十几。另外，第三方平台的经营成本并没有下降，最重要的一点是，这 5 年来，没有让他们赚到钱。

“与其成为参天大树上的一根树枝，还不如自己发展成一棵参天大树。”据悉，与赵懿有相同想法的这些医药企业集团很多，他们试图借助自身线下门店资源，发展 O2O 业

务，通过线下门店员工销售线上商品，门店则支持线上药品的配送。

一位医药连锁店的人士认为，相对纯电商平台，类似像一心堂等集药品研发、生产、批发、零售、连锁经营等医药企业集团的优势很明显，他们拥有供应链资源和现存巨大的市场份额。另外，药品与消费类产品不同，从药厂、代理商、医药批发公司、药店等产业链错综复杂，而药品种类和药厂数量庞大，尽管是 BAT 三大平台也很难把控医药行业从供货到销售的所有环节。

但业内人士表示，虽然这些医药企业集团有先天的优势，但电商的经营却不是传统药企看上的那么简单。大多数大型传统药企最开始的触网方式仍然是第三方平台，有些甚至没有专人负责运营，对于电商业务，他们没有任何的经验。

而电商一直是砸钱在短期内难以盈利的业务。日前，复星医药拟 1500 万摘牌国药健康在线 10%股权，国药在线亏损达 1115 万。

在 B2C 医药电商领域，排名前十的如七乐康、康爱多、健客网等都是过去中小型药店

或互联网背景创业者发展起来的。

从市场规模来看，医药在零售端的比例占比非常少。目前，中国药品终端市场 80%市场份额都在公立医院，而药店终端市场份额也只占 20%，普通 OTC 药品在药企眼里根本不赚钱。走零售药店渠道，中小药厂非常积极，而中大型药厂主要精力还是在医院的处方药以及各省的招投标。

因此，如果处方药不外流，医药电商始终是一块不大的蛋糕。

向移动医疗领域延伸 会是一条出路吗？

医药电商仅是医疗领域的一部分，有的是通过医药电商切入移动医疗医疗领域，如医药电商企业七乐康今年上线“大白云诊”移动医疗 APP，以及天猫医药馆与阿里健康的结合，阿里健康欲将医药、线下门店(今年 7 月，阿里 1680 万元收购广州五十年医药连锁公司全部股权)、医院等全部打通；有的则是通过医药电商解决企业流水、交易量问题，如寻医问药、平安好医生，例如九药网在平安好医生。

将医药电商成为移动医疗中的一个服务，并开始成为创业公司的一个新的路径，据悉，平安好医生 APP 里，已入驻包括好药师、康爱多、九药网。而据九药网公布的数据显示，其主要销售额来自于平安好医生 APP。

而对于第三方平台也早已看到医药电商的局限性，京东最近牵手桃谷科技并宣布进入移动医疗。“医药电商受限于政策，京东不得不向更为广阔的移动医疗业务衍生。”上述业内人士表示，单纯的电商，在线问诊等难以支撑移动医疗的发展，这些第三方平台更看重的是综合健康管理，包括医患管理、药品 O2O、慢病管理、儿童健康管理等。

“但从单一的业务去涵盖所有医疗服务，需要在产业链上构建一条完整的体系，而移动医疗的每个分支又是极其复杂的。”一位寻医问药网的负责人认为，从医药电商向整体移动医疗领域延伸并不是所有创业公司都能玩得起的，没有好的商业模式仍然是一个重大的阻力。即便是最早涉足移动医疗领域的创业公司春雨医生目前仍还在苦苦挣扎。

网上售药监管趋严 传统医药流通企业将受益

8 月 1 日起，天猫医药馆停止网上售药。此外，其他多家著名医药网络平台也将暂停相关业务。天猫医药馆在对外声明中表示，将按照河北药监局通知，积极配合停止第三方平台药品网上零售业务，其他业务维持正常运营。事实上，网络售药平台已被集体叫停，7 月底，国家食药总局宣布第三方网上售药平台试点工作已经结束。

据了解，去年开始，药品流通企业主动转型，努力开拓医药电商市场，与拥有流量优势的阿里巴巴、腾讯、百度、京东等互联网公司跨界融合、整合资源，对行业格局变革带来深刻影响。医药电子商务模式也呈现多元化趋势，如通过自建平台或与医药电商企业合作，发展 B2B、B2C、O2O 业务，整合供应商、批发企业、零售药店、医院资源打造云服务平台，通过云服务平台提供慢性病健康咨询等便民服务，以及跨行业合作、跨地区开展智能医药信息服务，帮助用户完成从自诊到问诊、购药的全过程。

商务部统计数据表示，截至去年底，已获得医药网络零售 B2C 许可的公司共计 386 家，数量相比上一年增加了 46.2%，而在 2013 年医药网络零售 B2C 从业公司仅有 137 家。

业内人士认为，第三方平台售药试点期间暴露的诸多问题，尤其是线上销售处方药的问题，可能是监管部门下决心紧急叫停的根本原因。另外，互联网产业专家向上证报资讯透露，安全应该是网络售药的最主要问题，从严监管也能理解，但从购药方便性来看，网络售药仍有较大优势。

事实上，天猫医药馆被叫停药品在线交易功能之后，也可能采取类似 1 号店的方式，只提供药品信息展示，消费者选中需要的商品后，页面自动跳转到相应医药商的官方网站上完成交易。不过这也给商家带来额外的负担，比如人力成本的增加、交易效率的降低，最终将会影响总体的销售额。业内人士分析认为，网上售药业务遇冷，有望向线下零售业务回流，传统医药流通企业将获得更多发展机遇。

(陈颖)