



医药流通 第三方物流鏖战正酣

□ 康义瑶

已于今年7月退出中国快递市场的DHL,近期却高调宣布继续加大投资中国的医药物流领域,并在北京成立其国内第2家DHL生命科学与医疗保健物流中心,冀图在潜力巨大的医药第三方物流占据一席之地。

酝酿已久的《全国药品流通行业发展规划纲要(2011-2015年)》(下简称《规划纲要》)终于在年中出炉,明确指出要“推动医药物流服务专业化”,被业界评价为“医药第三方物流的发展正在迎来一个历史节点”。在国药控股、九州通等传统商业巨头对第三方物流觊觎已久并纷纷布局的同时,邮政物流、DHL等已涉及医药领域的社会物流企业纷纷实施新举措,一场酣战在即。

DHL 发力

“经预测,到2015年,新兴市场将约占全球医药销售增长额的75%。”DHL全球货运、运输首席执行官Roger Crook表示,“我们正把资金大量投向前景广阔的新兴市场——亚太地区,尤其是客户需求越来越多样化的中国市场。”

DHL发表的一项研究显示,中国将成为以出口原料药等相关产品为主的全球第五大药物出口国,并将于2015年一跃成为世界第二

从去年底到今年初,国药、上药、华润在中国医药商业领域掀起了一次大范围的并购热潮。外资商业更希望进入那些难以进入的区域,比如重庆、四川等地方龙头把持的地域,毕竟地方政府对吸引外资更有兴趣。

大医疗消费国,以应对不断提升的高品质医疗需求。该项研究同时提出,2010年中国生命科学行业价值约为553亿欧元,预计在2010-2015年间将以17%的复合年均增长率的速度高速增长。

在DHL看来,在中国人口老龄化问题日趋严重以及医疗需求的快速增长影响下,冷链物流在新兴市场的发展机会广泛。DHL全球货运中国区首席执行官黄国哲表示,“新建成的物流中心将提供符合监管和最高安全质量标准的冷链运输,避免在海关通关过程中因温度偏差导致的风险。”

此外,DHL注意到中国市场客户的需求正在发生变化,黄国哲总结为,“客户需求正从合同物流转向

综合物流网络服务。”

克隆邮政模式

继先前宁夏邮政通过GSP认证后,国家邮政局日前宣布内蒙古邮政速递物流公司也拿到了GSP认证证书,具备了全面进入医药经营与配送领域的合法资质。这一事件被视为以宁夏邮政为代表的邮政医药物流模式正在全国加快复制的重要信号。

据了解,目前内蒙古邮政速递物流正积极参与自治区政府基本药品配送集中招标采购,争取药品配送份额。此前,宁夏速递物流公司药配分公司已经从一个单一的药品配送企业,成长为颇具实力的“药品经营+配送”的专业化公司。

值得关注的是,《规划纲要》明确指出:“要推动医药物流服务专业化发展。在满足医药物流标准的前提下,有效利用邮政、仓储等社会物流资源,发展第三方医药物流。”这为已开展数年的邮政医药物流提供了进一步发展的注脚。

在业界看来,尽管邮政医药物流的服务并不那么尽如人意,但拥有最为广泛(尤其是在基层市场)的终端网络,这是其他社会物流难以比拟的优势。数据显示,我国有2070个县,基层医疗机构包括33万个社区卫生服务中心(站)、38万个乡镇卫生院和648

万个村卫生室等。中国邮政拥有遍布全国城乡的网络资源和强大的仓储服务能力,为实现全面覆盖基层医疗机构增添了可能性。

事实上,邮政医药物流的这一优势也被医药商业巨头所看重。今年4月,中国邮政集团公司与上海医药集团股份有限公司签署了全面战略合作框架协议,旨在打造全国性的新型医药物流配送网络,共同建设跨行业的长期战略合作伙伴关系,合作内容包括建设覆盖全国的基本药物配送网络、特殊药品配送、高值药品直送业务、合作建设现代医药物流设施以及供应链融资的金融服务等。尽管中国邮政此前曾涉足医药物流,但主要是某些地方分支机构在自己辖区内的一般性业务行为,与上药的合作则是着眼全国,在全国范围内构建医药物流网络将成为邮政物流发展的新起点。

这项合作的背后仍然是整个产业对于供应链构建的强烈诉求,上海医药集团董事长吕明方提出:“供应链服务是医药分销业务的本质,供应链体系的构建也就成为医药分销企业长期发展的基础。其产业基础必然是全国性的供应链体系,核心必然是全国性的客户网络与物流配送网络。”DHL同样感受到了供应链时代的呼之欲来,黄国哲表示:“我们期待在不久的将来,政府、制造商和物流服务商通力合作,共同打造一个真正的集成供应链。”

医药评说 | PINGSHUO 医药流通企业 莫在创新中迷失

□ 史万奎

当前,正值中国医药流通行业格局重构,医药流通的社会职能定位、社会使命、责任界限,不断受到利益、观念、环境、政策动机等方方面面的冲击。医药流通企业的上下游客户定义、竞争相关元素以及战略选择也随之处于思考、追问、犹豫与探索之中。传统的运营模式盈利空间日益狭小,倒逼企业去探索那种可以在未来傲立群芳、一劳永逸的运营模式和盈利项目。

为了更多地获取掌控客户的服务项目,更多地获取盈利机会,更多地竞争能力方面摆脱竞争对手,一个美妙而模糊的“增值服务”概念,便逐渐成为众多医药流通企业、乃至医药流通行业的共同战略方向。一个个似是而非的增值服务项目,成为企业追逐的美好梦想,输出品牌、输出管理、输出团队、免费提供标准体系等等“开天辟地”的创新概念和项目,在不断分解着企业的战略目标,蚕食着企业的战略资源。

医药流通企业本身从主业上是对流通业务的选择,如果主业选择的不是流通,而是所谓的增值服务中的哪一种,也就让人无话可说了。问题在于,企业本身战略定位在医药流通这一业务,不去在战略核心业务上下功夫,而将眼光撒向无边无际的增值业务上,就值得慎重。尤其是医药流通核心业务还没有搞出优势,就急匆匆地去忙活那些增值业务,最后,可能会种了好多树,但都是小老树,既不能顶天,也缺乏立地的基础,任何一棵都难以抵挡对手的冲击。

医药流通行业始终以地利之便,借公共关系“人和”之利,凭公司老板等三两个精英在生存、在发展。从企业运营的角度看,和国内外企业相比,还处在初始阶段;就企业核心竞争力构建方面,即便和国内医药工业相比,也有很大差距;从人才和运营管理能力等方面看,中国医药流通行业在效率和效能等方面还有很大的伸缩空间;作为业者,缺乏耐心从企业内部做扎实的功底,而用增值服务的幻想相互忽悠,无异于舍本求末。

从资源和企业战略状态来说,中国医药流通行业众多企业当前要做的,可能更多地是进行战略占位,在供应链的不同环节,选择那些所谓的增值服务中的某一种,去谋求引领这一定位的市场未来。热衷于增值服务的企业,要当心在创新中走失。

(作者为北京民智谷管理顾问公司执行董事)

三季报出炉 药企增长分化

□ 南都

各上市企业于近日纷纷披露第三季度报告,从公布的业绩来看,大型药企的净利润基本不太理想,好一点的,如上海医药和广州药业,只是略有上升,若除去通货膨胀的影响,实际上净利润也是在缩水。更有甚者,药股份第三季度净利润狂降八成。但与此同时,也有部分企业如片仔癀和东阿阿胶等品种相对特殊的企业,净利润却有四成以上的增长。

基药招标制度挤压利润

以上海医药为例,其第三季度报告显示,今年第三季度创造净利润接近36亿,只比去年同期上升2.55%。与此形成鲜明对比的是,去年第三季度的净利润同比增长率高达63.68%。另外两大制药公司华润三九和国药股份在第三季度则是净利润负增长的局面,华润三九下降14.17%,而国药股份暴跌30.3%。

专家首先将之归结为现行的基药低价招标采购制度。中投顾问医药行业研究员郭凡礼向南都记者介绍说,这些企业所生产的药品种类很多都进入了“基本药物目录”或者各省的“增补目录”,譬如上海医药就有18%的收入来自于基本药物。而由于价低使得这些企业主动放弃了投标,从而让出了一些市场份额,这对公司的销售以及净利润有很大影响。

中国医药管理协会会长于明德之前就声称在目前的“唯低价是取”的制度下,很多药品的中标价其实是低于企业正常生产的成本价,为了保住市场份额,同时维持药品质量,企业只能硬着头皮赔本生产。在此情况下,以基药为主的企业净利润大幅度下滑也就在情理之中了。

两头挤压使企业不堪重负

今年以来,在通货膨胀的“主旋律”下,药用原材料价格还有人力资源价格均大幅上涨,很多药厂都面临空前的成本压力。有药企负责人对记者透露,今年以来,原材料成本总体上升两至三倍,而人力成本也至少增加30%,但另一方面,政府对普药价格管制得很厉害,导致有些药品停产要比继续生产更为划算。

该负责人说,一方面是原料市场的高度市场化,另一方面是成品的价格管制,这种“两头挤压”的模式给企业的生产和销售造成一定程度的扭曲,从而压缩了企业的利润空间。

名贵药品风景独好

在大型药企惆怅着入冬的同时,片仔癀和东阿阿胶这两个品种较为单一的企业却风景这边独好。根据这两个企业披露的公报,片仔癀和东阿阿胶在第三季度净利润分别为5016.7万和1.6亿,增长率分别为48.19%和45.93%。而且值得注意的是,最近片仔癀继今年年初以来第二次涨价,而企业负责人则认为涨价不会在多大程度上影响销量和业绩。

有经销商向南都记者透露,片仔癀和东阿阿胶这两种产品,市面上可替代的产品极少,销量非常可观,而且,企业在定价方面的自主性相对强一些,不像普药,价格被发改委等相关部门盯得很紧。

四季度或难有突破

对于今年最后一季度各大药厂表现,分析人士在继续持谨慎乐观的态度的同时,也觉得未来业绩不大可能出现反转。郭凡礼向南都记者表示,第四季度是医药行业的传统旺季,但是对以普药为主的大药厂来说,下半年招标形势仍然严峻,所以业绩不太可能出现大幅反弹的局面。

延伸阅读 | YANSHEN YUEDU

外资并购潮来袭 康德乐吞下永裕医药 但纯粹的外资尚难进入中国医药商业领域

□ 贾岩

今年年初,上海医药先后拿下中信医药和广东中山医药公司,年中,国药控股拿下武汉的国有医药商业公司武汉中联,民营巨头九州通则分别在今年4月和6月收购了湖北香连药业有限公司和河南杏林大药房等公司。一出出“南下北上”的并购大戏让行业关注者颇感惊讶和欣喜。

随着上海医药成功上市,“三

巨头”的并购表演暂时归于沉寂。这种局面很正常,所谓“成也萧何,败也萧何”,不是所有企业都能在并购中保持高效率。随着可并购对象的减少、交易停滞、部分地方政府的抵触,多种迹象表明,商业并购潮可能要经历一段低潮期。

然而,央企唱罢,外企登场了。去年闹得沸沸扬扬的永裕医药收购争夺案一直是“雷声大,雨点小”,近日,美国大型药品批发商康德乐健康集团董事长乔治巴雷特透露,该

公司已完成对中国最大的外资医药商业公司永裕医药的并购。

作为外资试水中国医药分销领域的先锋,永裕医药的年销售额达10亿美元,在中国医药商业领域位列前十,分销网络覆盖中国330个城市,与中国6700多家批发商、49000家医院有渠道合作,同时与500多家中外药厂有业务往来。

事实上,永裕医药一直是国内几大医药流通巨头争夺的目标,广

药、上药曾为此绞尽脑汁,却未能如愿。康德乐是美国第二大医药流通巨头,这项耗资47亿美元的并购是该公司在亚洲药品分销领域的首次重大投资,对中国医药流通领域也具有重大意义。此前,医药分销领域是外资的禁区,永裕医药以后,一直不见有外资试水。随着中国医药市场的开放,合资的医药分销公司逐渐有了更好的发展前景,因此,像康德乐这样的外资巨头才会把视线放在中国。

郭振宇出任世界自我药疗产业联盟主席后烧出“三把火” “任期内要在全球推动三件事”

□ 本报记者 何沙洲

10月27日,在墨西哥巴亚尔塔港举行的第十七届世界自我药疗产业联盟(WSMI)全球大会上,昆明滇虹药业有限公司董事长、总裁郭振宇博士出任联盟主席。这是该联盟首次选举华人出任主席,郭振宇博士也成为第一个出任国际性非政府组织(NGO)主席的华人。

作为新一任主席,郭振宇博士表示要在全球推动三件事:

一是推动非处方药的品牌建设和消费者教育,通过有计划的消费者教育向公众传递自我保健和自我药疗的理念和知识,推动OTC行业持续进行品牌打造,从而推动自我保健和负责任的自我药疗事业的发展。

二是推动发展中国家在非处方药领域的立法完善。主要是在政策法规及药品的分类管理上完善相关法律法规。

三是将每年的7月24日设为



图为世界自我药疗产业协会主席郭振宇(中)与世界自我药疗产业协会前任主席Christopher Combe和世界自我药疗产业协会总干事David E. WEBBER合影。

国际自我保健日,推动中华养生保健理念走向世界。今年国际自我保健日已于7月24日在北京正式启动,未来将在全球各国进行推广。设定全球自我保健日的目的在于理念的传播,强调自我保健,自我药疗的正确观念。而之所以选择将7月24日定为“自我保健日”是基于每周七天,每天24小时,时刻关注自己健康,有意识的,合理的对自身的健康进行保健和管理。

目前,随着中国自我药疗市场的飞速成长,中国在世界自我药疗行业的重要地位日益显现,郭振宇博士说:“通过不断增强的中国非处方药(OTC)的影响力,以及WSMI对中国OTC市场的重视,有充足的理由相信中国很快可以成为世界第一大的OTC市场”。

郭振宇博士表示,随着社会经济的发展和人均寿命的不断提高,医疗保健体系在全球所有区域和国

家都承受压力,医保的问题已让许多国家不堪重负,因此,完善公共卫生体系服务是非常重要的。同时向公众推行自我保健以及负责任地借助非处方药物进行自我药疗,将为公众健康、医疗改革等起到积极的作用。

据了解,世界自我药疗产业联盟成立于1970年,总部设于法国。由全球各大洲50多个国家非处方药物协会及诸如辉瑞、葛兰素史克、诺华、拜耳、默克等全球知名药企组成。WSMI以非政府组织的身份和世界卫生组织(WHO)保持官方联系,致力于WHO的公共卫生目标。旨在创造和维护一个国际环境,鼓励人们通过负责任地使用安全有效的自我药疗产品维护自身的健康。同时在全球推广负责任的自我药疗,推动药品零售及非处方药产业的发展,有效减轻各国人民日益增长的医疗保健需求与各国现存医药卫生资源不足的矛盾。

新华药厂连续三年 万元产值降耗10%

近日,山东省政府节能督查组在省质监局副局长张闽生的带领下,到山东新华制药股份有限公司督导检查节能工作。新华制药领导张代铭、杜德平、杜德清等共同出席汇报会,公司董事长、党委书记张代铭作了题为《节约能源 促发展方式转变》的汇报。

张代铭董事长在汇报中指出,2011年,在省市及各级节能部门领导的大力支持下,新华制药以科学发展观统领全局,把做好节能工作作为转方式调结构的重要途径和提高核心竞争力的战略举措,不断加大“四新技术”的投入,主要经济指标创历史最好水平。

在连续三年万元产值能耗降低近10%的情况下,下一步,新华将在继续挖掘节能潜力的基础上,把握转方式调结构这一主线,抓住四新技术应用、清洁生产与循环经济、能源在线管理系统优化等重要环节,切实履行企业节能的主体责任,实现节能工作的新突破。(张爱琴 陈修龙)