

行业蓝海 HangyeLanhai

生意火爆利润不高

医药电商 如何冲破黎明前的黑暗

在近日举行的首届医药电商物流高峰论坛上,有商家认为,“现在应该是药品B2C行业爆发的前夜。”这种爆发是否意味着行业前景无限光明呢?面对生意火爆利润不高的严酷现实,医药电商企业如何才能早日驱逐黑暗,喜迎行业曙光呢?



说起买药,多数人可能还是选择在医院和药店,不知道有多少人开始尝试通过日趋火爆的电子商务购买所需药品。然而,正是在这样一个增长趋势已经形成的行业,增量却不增利,在医药电商B2C领域,不少人为此困惑。在近日举行的首届医药电商物流高峰论坛上,有商家认为,“现在应该是药品B2C行业爆发的前夜。”这种爆发是否意味着行业前景的无限光明呢?

网上买药认可度不高

有媒体随机访问三位北京市民网上买药的意愿和经验。第一位说:“不知道,没有试过,如果可靠的话肯定会去网上买。现在在网上买东西挺方便的,但是买药没试过。”第二位的回答是:“知道网上买药。我有一个担心就是,怕买到假的。”第三位也说:“知道。之前之所以没选择,是因为网上没有明显的价格优势。而且像药店,距离不远就有一个,中午出来一下就能把药买了。”

这几位北京市民的声音也许能够代表一大部分消费者的心声。网上药店,其实从行业角度已经不算一个新生事物,但目前,我国80%以上的

药品销售均在医院实现。药品网上交易并不是医药流通业的主流业态。在更多普通人的眼中,迈开第一步去尝试网上买药,也总有一道无形的心理藩篱。新鲜,没必要、不踏实。这种纠结的情绪存在于消费者的心里,也使得医药类电商的前景总是或明或暗,看不那么清楚。

增长势头锐不可当

与消费者对药品电商的认知形成落差的是,医药行业电商的发展势头非常强劲。在近日举行的首届医药电商物流高峰论坛上,传来了很多让人振奋的数据。商康医药网CEO周求华表示,该网去年5月到年底的销售额才五六千万元,而今年每个月的销售额已有五六千万元。销售额快速提升的喜人态势似乎让大家看到了更多的希望。

不过,在很多业内专家看来,医药电商销售额的账面飙升,并不值得欢呼雀跃。电子商务分析师李成东表示,要综合考虑销售额的基数和具体占比,不能只看增长率。“前面基数小,所以后面才增量。还要看增量里面具体是哪些卖的多哪些卖的少,有些保健品都是混合在里面的。一般

保健品的价格差非常大,让利幅度也往往较大。”

据了解,医药电商B2C模式现在大致有两类,自己的官网和进驻天猫医药馆等平台,但普遍的现象是,销售额大却不赚钱。尽管如此,各家电商还是要在有限的空间里寻找低价的可能。

药房网是中国第一家合法的网上药店,以京卫大药房为实体基础努力拓展行业的空间。京卫大药房一位工作人员说:“网站是我们的,网上有销售我们也提成。对我们来说是一样的。网上的商品价格就是药店的会员价,有时候比我们的会员价还偏低一点。”

医药电商是否水土不服

有业内人士认为,虽然政策不允许网上药店销售处方药,但是医药类电商已经度过了政策的寒冬,获得了在网上卖药的资质,解决了渠道问题。但在李成东看来,获得渠道只是销售的基础,只有打消消费者网上买药的安全性顾虑,才能解决市场需求不足的问题。也就是说,能否让普通消费者相信网购药品,才是医药电商真正的命门。他说:“我觉得目前还看

不到灿烂的前景。用户还不习惯到线上去买药,药和别的商品是不一样的。网上药店现在还没有解决这一问题。”

中国电子商务协会副秘书长李安渝对此表示赞同,他指出,国外医药电商成长发展的政策环境更成熟,但也并没有取得真正意义上的成功。药品是不是适合电子商务有待商榷:第一,电子商务比较适合于标准产品,而药品的使用是非常个性化的;第二,国外已经做到医药分开,药品本身有一个很健全的流通体系,在这种情况下医药电商发展得都不理想,而我国刚刚小面积试点医药分开,药品分销各个环节存在利益冲突。

(据中国医药报)

业内观点

物流及售后服务瓶颈待破

在业内人士看来,即使抛却对整个行业前景的质疑,医药类电商现在存在的物流配送困境、售后服务问题等用户体验方面的瓶颈都亟待突破。而只有静下心来解决了这一系列问题,才能从根本上培育市场习惯,赢取一个行业的未来。

上半年我国医疗器械行业投资达19亿美元

清科数据库统计显示,2012年上半年医疗器械行业所披露的投资案例共11起,投资总额为19亿美元。其中,针对中低端医疗器械的研发、生产和销售领域的投资不在少数。值得关注的投资领域还包括医学诊断方案提供、医学诊断设备以及专科医疗器械(如口腔、眼科)。可以说,我国医疗器械市场的上升空间依旧,其潜在能量更有待在未来继续多角度地挖掘显现。

医疗器械行业是以多学科交叉、知识及资金密集为特点的高新技术产业,所涉及领域不仅涵盖医学、生物学、光学、机械,同时也包含电磁、高分子等。在我国,该产业自建国后开始起步,近年来得益于消费群体的扩大及政策支持而一直趋好,在国民生产总值中所占比例逐渐增加,行业规模亦稳中有升。在2012年我国出台的医改政策中,医疗器械领域虽未被针对性地提出具体支持条款或要求细则,但该领域前景并未由此受到限制或影响。可以说,我国医疗器械行业的现状及其特点,决定了其大可依附于医疗范围内与其相关的领域进行联动发展,继而在新一轮医改行进过程中展现自身潜能。

清科研究中心认为,纵观产业现状及医改趋势,我国医疗器械行业的潜能可体现于两方面:其一源于“内”,其二源于“外”。

早在2009年医改中,加强基层医

疗卫生机构建设就已被提上日程,其中明文规定在全国范围内支持建设各级别基层医疗机构共5000多所。我国基层医疗机构的数目增加,诊疗人次超高,配置设施标准化、完善化所带动的医疗器械和相关产品的需求上升,以及医保覆盖率提高、社会老龄化、国民医保意识加强等,这些因素有可能刺激我国医疗器械市场需求量的放大,为这个市场潜能的释放及活跃性提高添砖加瓦。

我国是全球医疗器械的主要生产和进出口基地,多种中低端医疗器械产品的产量更是位居世界首位。虽然近年来我国进出口方面整体形势不容乐观,但医疗贸易或得益于其刚性需求的特性而未受过多负面影响。据国家高技术司数据显示,2007年至2011年三季度,我国医疗设备与器械制造业出口值的同期增量虽略有波动,但整体发展稳健,在全国规模以上工业出口值中的占比亦稳中有升。前五位出口产品的种类依次为医疗诊断与治疗产品、保健康复用品、一次性耗材、医用辅料以及口腔设备与材料。另外,国外相关政策的引导对我国医疗器械出口量的升高也会起到一定积极作用。2011年,我国共向219个国家及地区出口医疗器械产品。其中,美国一直是我国医院诊断与治疗设备输出的首要市场。

(新华网)

三普药业再次入选“2012 财富中国 500 强”

7月13日,《财富》中文网发布2012年“中国上市企业500强”排行榜,三普药业股份有限公司再次入选“中国500强”。

《财富》中文版的“《财富》中国500强排行榜”通过对中国境内外上市的所有中国公司进行定量计算,全方位分析其公司资产规模、盈利能力、增长潜力、资源利用和各项财务指标,选择经营规模最大的500家公司形成综合性榜单,具有权威的参考价值。三普药业经过20多年的发展,积累了强大的势能,连续进入前百强可谓实至名归。

近年来,三普药业保持了旺盛的发展态势。在战略发展模式上,公司在坚持在发展电缆、医药两大主业的同时,加快兼并收购相关产业优势企业,在产品结构上,通过非公开发行股票,投

资包括风电、核电、太阳能等新能源电缆在内的5个项目,进一步扩大企业经营规模,改善产品结构,实现公司可持续发展。在技术创新上,公司坚持以市场为导向,着力搭建科研平台,充实研发队伍,不断创新,尤其是三普药业旗下电缆产业国内独有的颠覆性产品——碳纤维复合芯导线,综合解决了架空输电领域存在的各项技术瓶颈,代表了未来架空导线的技术发展趋势。

据了解,2012年三普药业实现营业收入133亿元,同比上升21.49%;净利润41亿元,同比上升25.55%。其中电缆产业计划实现营业收入130亿元,净利润4亿元。从行业巨大发展空间等因素综合考量,预计三普药业在未来将保持较高的增长速度。

(钱艺鹏)

羚锐制药 强化自主创新能力 推动企业跨越式发展

提高企业的自主创新能力,不断强化企业在自主创新中的主体地位,是企业实现发展方式转型、增强发展后劲、提高核心竞争力的重要举措。近年来,国内知名医药上市企业——河南羚锐制药股份有限公司坚持“科技兴企”战略,不断提升企业自主创新能力,生产经营各主要经济指标以年均20%以上的增幅保持了良好发展势头,由大别山深山区一家作坊式小厂、科技扶贫企业发展壮大成为上市公司、国家火炬计划重点高新技术企业,走出了一条深山区、贫困地区,尤其是革命老区兴办企业的新路子。

羚锐制药总部地处大别山腹地的河南省新县,由河南省信阳羚羊山制药厂和香港锐星企业公司合资组建而成,创立之初是一家由国家科委扶持老区新县创办的一家科技扶贫企业。通过艰苦创业,顽强拼搏,1999年6月完成股份制改造,并在2000年10月成功上市。经过近20年的市场洗礼,公司已形成规模化、集团化的经营态势,并在北京、武汉、郑州、常州、信阳等地控股、参股10余家企业。公司用近20年的发展实践,有力地印证了“科学是第一生产力”的真理。

羚锐制药在科技兴企、企业自主创新方面的主要做法具体表现在以下几个方面:

一是构建企业自主创新体系。羚锐制药以自主知识产权群体,构筑现代中药膏药创新基础。自主知识产权是自主创新的核心支撑和重要前提条件,是产品和产业自主的基础和关键,也是创新自主和技术标准自主的基础和关键。国家主席胡锦涛在全国科学技术大会上强调,要把提高自主创新能力摆在全部科技工作的首位。羚锐制药在国家高度重视自主知识产权的大背景下,提出了科技兴企、自主创新理念。1994年,公司在刚刚起步的情况下,深入市场调研,依然贷款近百万元用于科技投入,针对中老年骨质增生患者较多的现状,根据祖



国中医药学中的内病外治原理,将我国传统中医药理论与现代科技相结合,成功开发出了纯中药制剂、橡胶膏剂药品——骨质增生一贴灵,并在此基础上,进一步弘扬中医药文化,先后向市场推出了通络祛痛膏、壮骨麝香止痛、辣椒风湿膏、冰樟桉氟轻松贴膏、骨增生镇痛膏等系列外用贴膏剂产品,将中医药贴膏文化进一步发扬光大。

二是坚持科技创新,建立健全现代医药产业链。传统中医药传承至今,已遇到了前所未有的发展瓶颈。如何将现代中医药与现代科技有机结合,弘扬光大中医药事业,已经成为现代中医药发展的一个重要课题。羚锐制药每年提取一定比例的销售收入作为科研专项基金,全力投入技术创新和科技开发。公司通过了河南省绿色环保体系认证,被认定为河南省绿色企业,并通过了GB/T19001-2008质量管理体系(ISO9001:2008)、GB/T24001-2004环境管理体系(ISO14001:2004)和GB/T28001-2001职业健康安全管理体系“三标一体化”认证,由此成为国内少有的整合质量、环境、安全健康三大管理体系为一体的标准化企业。公司已经涉足药品生产、医药研发、生物医药、保健品开发生产和金融投资等领域,从一张不起眼的小小膏药做起,通过建立左右侧互补、上下游



延伸的产业经营格局,以其全程化、系统化、广覆盖的特点,不断完善产业链,逐渐形成了产业规模,构筑了支撑现代医药健康产业的坚固平台。

三是激活资源,构筑科技创新体系。羚锐人强烈地感受到人才是企业第一资源,推进科技创新,关键在人才,而且最重要的是多元化人才、复合型人才。为此,公司确立了“得人才者得未来”的人才理念,大力实施人才工程,先后在信阳、郑州、北京等大中城市建设厂房、购置房产,设立药品研究所和科研、生产基地和办公点;公司分别在新县和信阳建设羚锐生态工业园和羚锐科技园,建成了全国最大的外用贴膏药品生产基地国内一流的大型口服药生产基地,在公司总部新县设立有国家博士后科研工作站、国内首家经皮给药制剂工程技术研究中心和国家认定的企业技术中心,并在北京总部基地购买了两栋办公楼,在与中国中医科学院中药研究所等单位共同组建北京羚锐伟业科技有限公司的基础上,设立了北京羚锐药物研究院,建立健全了自己的科研创新体系。

四是依靠自主创新,增强品牌竞争力。创新是一个民族的灵魂,是一个企业和国家发展的不懈动力。企业在拥有自己的核心技术方面下足功夫,公司科技人员对膏剂药品生产的各



项工艺进行改进,如将膏剂药品的背衬材料由原来的纺织布改为弹力布,使产品保湿性提高,从而延长产品保质期,并且由于弹力布具有更好的柔软度和延伸性,使患者贴膏药处的皮肤吸氧充足、透气性好,易于排汗,这样既可以减少或避免皮肤出现过敏问题,药物疗效更持久,公司科研人员还在膏药药物基质中采用了透皮吸收促进剂,进一步提高了产品科技含量。

不仅如此,公司经常性开展QC小组活动,组织科研人员、技术骨干和一线工人进行生产技术攻关。2002年,公司通过与华中科技大学激光加工国家工程研究中心等单位合作,将二氧化碳激光应用于橡胶膏剂生产工艺,研制出“膏剂在线激光切孔设备”和工艺技术,完成了橡胶膏剂生产线的计算机控制二氧化碳激光超微切孔项目开发,成功地将激光先进制造技术引入橡胶膏剂药品制造行业,使“羚锐”牌贴膏超微切孔,既增强产品透气性,克服因传统切孔大造成的药物流失,又便于药效充分发挥,全力祛痛,还减少了皮肤的过敏反应,产品使用更方便、更舒适、更安全,以其高科技、防伪性好、高效渗透、药力强劲,更有效地保障了广大消费者的利益。该技术及设备具有国际先进水平,拥有自主知识产权,已获得国家发



明专利和实用新型专利各一项。

五是强化理念与意识创新,打造特色健康产业。羚锐制药致力于从事健康产业的产品研发与销售,2009年引进吸收了德国化学贴膏生产工艺设备,建设年产5000万贴芬太尼(骨架型)项目;2012年在信阳洋山新区开工建设了信阳羚锐健康园。所有这些,都是响应国家大的健康食品安全和现代农业发展规划,结合羚锐企业所在地信阳的天然优势来展开的,具有广阔的发展前景。在今后的发展中,羚锐制药将进一步完善自主创新体系,不断开发研制新药品,新上高新技术项目,提升核心竞争力,以低碳排放的经济增长方式和新的产业结构,在中部崛起和中原经济区建设进程中,当好河南省农村改革发展综合试验区的助推器,力争为中部崛起和中原经济区建设、为信阳实现跨越式发展再立新功。

(汤兴)