



■ 亦云

“据统计,2012 年中国中药产业规模达 5156 亿元,但中药出口仅占约 160 亿元,中成药出口面临重重困难。”成都地奥制药集团有限公司总裁李伯刚日前在出席第四届中医药现代化国际科技大会时这样表示。

会上,德国药典生物学部主席、雷根斯堡大学教授格哈德·弗兰茨(GerhardFranz)指出,中药产业在欧洲市场遇到了质量安全、市场接受度不高等问题。

可见,现代中药要扩大市场,走向世界还需要不断努力。那么,打破现代中药国际化这一困局到底靠什么?记者采访一些专家学者,与您一起寻找答案。

药店“妆”意何时浓

据《第一财经日报》报道,薇姿官方网站显示,薇姿在上海地区有 25 个专柜,其中药店专柜仅有 1 个;在广州地区,薇姿有 22 个专柜,其中药店专柜为 2 个;北京地区 31 个薇姿专柜,药店专柜仅为 8 个。而理肤泉官网显示,目前理肤泉在北京的专柜有 16 个,其中药店专柜 6 个;广州市场专柜 12 个,其中药店专柜仅 2 个。这是否意味着,药妆品牌已经开始逐渐打破“药店专售”的单一渠道,连锁药店正逐步失去“药妆”资源?

近日,一篇报道再次把人们的眼球吸引到“药妆”的话题上。该报道称,“药妆”已集体“逃离”药店,并引用了薇姿和理肤泉官方网站的数据来进行证明,如目前上海地区 25 个药妆专柜中,仅有 1 个在药店。

从 2003 年杭州武林药店开出第一家药妆店至今,药店试水“药妆”之旅已走过 10 年,其间一度有过高潮,然而,药店和厂家对

中药国际化 如何变资源优势为产业优势

效的协同创新,优化产业结构,驶进现代中药国际化的轨道,不仅是中国人民的愿望,更是整个中药产业的需求。

国家制定专项课题

引导中药产业国际化

据了解,早在“九五”时期,国家就首次提出制定“中药现代化科技产业行动计划”的课题,研究中成药优良品种国际化,并且提出了“中药标准化研究”,实现与国际医药界的“双向接轨”。

进入“十五”时期,科技专项“创新药与中药现代化”主题是“国际化中药标准研究”,随后制定了《中医药国际科技合作规划纲要》,推动中医药国际科技合作的深入开展,标志着我国中药国际化进入新的一个台阶。

到了“十一五”,随着《中药现代化发展纲要》的成功制定,中药市场真正确立了中药现代化发展的指导思想、基本原则、发展目标和主要措施,并且正式启动了“现代中药国际化产学研联盟”进行研究。

现在,正值国家发展的“十二五”,以“中药国家化研究”为主题的“多学科中药创新研究计划”正式启动。而且对中医传承与创新发展提出战略要求,不仅要“重点支持 30 个传统中药大品种的二次开发”,而且还要“促进 3-5 个中药品种进入国际市场。”

正如国家卫生和计划生育委员会副主

任、党组成员,兼国家中医药管理局党组书记、局长王国强所言:“中药是中国的,也是世界的;是传统的,更是潜力无穷的。”

中药国际化

离不开科技创新原动力

“提高科学含量,增加中药附加值,中药产业需要不断用质量来征服世界。”世界卫生组织传统医学部主任张奇表示。

随着中药产业的现代化和国际化深入推进,相关部门不仅要继续深入进行有效成分、药代动力学、作用机理等研究,还应该对中药进行广泛与深入的科学 research。

四川省科技厅厅长彭宇行表示:“要想突破,必须得靠科技创新。要将科技创新平台与技术创新战略联盟组建,一起发力,共同作用于四川产学研,不断开发新产品、申报新成果,用技术来创造优势,赢取市场。”

“我到过日本,知道日本技术非常好。所以,今天我想把这次的日本 CKD 株式会社推荐给我们凉山州的四川好医生有限公司。”凉山州科技局党总支部书记胡丽女士向记者说明了自己内心的想法,想通过引进优势技术来发展中药产业。

云南农业大学杨永红教授在接受记者采访时也表示:“中药是一个极具潜力的产业,经过这些年的发展,取得了较大进步。不过要想真正实现国际化,还得依靠不断的技术创新,将资源优势转化为产业优势。”

的少数几个品牌薇姿、理肤泉等把重心转向商超渠道,对药店来说无疑是雪上加霜。不过这也说明,这些在药店站得住脚,寥寥无几的品牌心里很明白哪里才是真正的大市场,也意识到未来几年药店的“药妆”市场扩容艰难,何况当初投身于药店就是为了找一个打进中国市场的突破口。

当然,药店在多元化的道路上并非一无所获,在母婴、日用、护理产品还是取得了一些突破。笔者有一位相识的老总,他做了药妆多年始终难有大的起色,但近年来做日用、护理产品却有不小的成绩。

全国的药店已达 42 万多家,数量如此庞大,使之拥有一个难以比拟的优点——便利性。如何发挥药店的便利优势,这应该成为药店经营者在今后多元化道路上重点思考的问题。

(陈爱军)

冬虫夏草涨价 3000 倍 越挖越少 20 年后或枯竭

生长在平均海拔 3500 米以上高原地带的冬虫夏草,因其稀缺性和不可复制性,堪称中药里的“软黄金”。千百年来,人们遵循着传统的采挖、服用方式。然而近年来,随着资源量和消费群的急剧变化,冬虫夏草行业正逐步走向“传统撞上现代”的升级转型期。

越挖越少 越少越贵 越贵越挖

“上世纪 80 年代末,冬虫夏草开始在市场上走俏。以全国冬虫夏草最大产地青海为代表,不到 30 年的时间里,虫草价格翻了 3000 多倍,产量却仅剩下过去的二三成。”青海省畜牧兽医科学院草原研究院冬虫夏草研究室主任李玉玲说。

冬虫夏草曾为采挖者及虫草商带来的“创富神话”或许会随着产量的剧跌而难以为继。记者了解到,在青海冬虫夏草重要产地玉树藏族自治州,原先一个劳动力一天可以挖到上百根虫草,一个采挖季结束全家可以收入十几万甚至几十万元,然而近些年,一天挖到 10 根虫草的人已经很少见。

调查数据显示:我国 12 个样地虫草平均产量只有过去的 9.94%,部分产地资源量不足 30 年前的 2%。根据 2012 年青海全省普查数据,青藏高原的冬虫夏草蕴藏量已经大幅下降,部分区域的蕴藏量甚至已经降低到 30 年前的 3%至 10%。

“按照这个速度,青海的冬虫夏草资源不超过 20 年就会枯竭。”李玉玲说。

“眼下,合理利用、保护虫草资源是唯一拯救途径。”中投顾问产业研究部经理、医药品研究员郭凡礼说。

记者在前不久闭幕的 2013 中国·青海国际冬虫夏草暨藏医药展览会上发现,相对冬虫夏草原草交易,虫草深加工产品的比例有明显上升。

郭凡礼说:“冬虫夏草深加工已成为行业发展趋势,促使这一局面形成的原因主要有三:其一,作为稀缺性资源,深加工能够将原草最大化利用;其二,深加工产品服用便捷、高效,为主流消费群所青睐;其三,巨大的市场利润空间。”

深加工产业发展迅速

在此次青海国际冬虫夏草及藏医药展览

会上记者发现,相对以往的虫草交易会展,此次展会中,冬虫夏草原草交易一定程度在缩小,其深加工、产业链衍生产品的比例明显上升。

“目前市场上的冬虫夏草深加工产品主要以虫草压制含片、口服液、原粉胶为主,深加工是为了将有限的资源最大限度地利用。”青海省冬虫夏草协会执行会长才让多杰表示。

青海省藏医院常务副院长李先加告诉记者,自古以来,人们服用冬虫夏草的方式不外乎两种:原草嚼服或煲汤食用。随着资源急剧减少和主流消费群消费观念的改变,传统服用方式费时耗力的弊端逐步显现,而现代生物科技的产物—虫草深加工产品开始走向市场。

“目前,冬虫夏草深加工属于超微化物理研磨过程。原草经过超微化,其细化程度一般都可达到 3-4 万目(超微化单位),经过超微化的虫草,无论何种形式(固态、液态)都更利于人体吸收,并且适宜大多数体质。”青海省畜牧兽医科学院草原研究院冬虫夏草研究室主任李玉玲说。

青海春天药用资源科技利用有限公司率先冬虫夏草深加工产品推向市场,其 5X 极草产品系列所利用的就是冬虫夏草超微化原理。据公司的市场宣传,百分百原草压制含片,将虫草最大程度利用,相对服用原草,最高可以达到 7 倍的吸收效果。

对于虫草超微化后的吸收效果,目前我国还没有权威机构发布临床试验证明。但是根据北京同仁堂制药股份有限公司去年发布的一份报告显示:冬虫夏草在超微化至 10 万目时,人体吸收效果将是原草的 10 倍。

“随着科技水平不断进步,冬虫夏草深加工的程度还在不断扩大,超微化至 10 万目,或许在不久的将来就可以通过技术水平的进步而得以实现。”李玉玲说。

在全国冬虫夏草最大产地青海省,越来越多从事冬虫夏草经营的企业开始将目光投向深加工产业。“只有顺应市场走向才能发展。”青海三江源药业有限公司负责人扎西才吉表示。

资源和市场决定行业走向

中投顾问产业研究部经理、医药品研究员郭凡礼指出,深加工产品可谓在资源稀缺情况下应运而生,深加工能够充分利用原草,

促销竞争,其主要对象仍然是中老年人群,“药妆”的 尴尬处境可以想象。

药店对“药妆”所做的种种努力,只是改变了自己,并没有改变消费者——培养他们上药店买“药妆”产品的习惯。不是药店没意识到这一点,只是心有余而力不足,无法提供与商超同样的高待遇,自然无法吸引商超的专业销售人员。店员卖药可以,销售“药妆”却力不从心。虽然有些药店也做了相关培训,但专业的素质和营销的经验需要时间的积累,并非培训就可以解决。即使不惜花血本挖来这方面的高级管理人才,由于药妆产品的销量有限和拓展困难,难有大的作为。

早年杭州武林药店通过对“药妆”经营的探索得出了一个经验:消费者大都认可外国的品牌,国内的品牌很难卖动,而国内许多知名企业生产的“药妆”产品纷纷在药店“搁浅”则成为最好的例证。在药店得到消费者认

并且可以进一步增加原草的附加值,珍惜每一根虫草,将资源利用最大化,是深加工产业得以发展的根本原因之一。

“其次,冬虫夏草深加工的发展是顺应市场需求的结果,当下消费者对健康日益关注,对健康型产品需求量较大,深加工可以以规模优势满足消费者需求。此外传统的使用方式耗时耗力,而深加工产品具有便捷、高效等特点,为主流消费群体所青睐。”郭凡礼说。

另外,可观的经济价值也会催生深加工产业的发展。中国生物工程学会分子医学专业委员会主任委员张耀洲说:“深加工往往是地区特色产业的必经之路。从最初的原始生产、销售,再到深加工,可以带动产业改革和升级,同时也可以利用资源优势换取利益最大化。”

众所周知,生长在青藏高原的青稞,千百年来只作为高原食物的代表而存在。然而当青稞作为产业走上深加工道路时,其所显现的附加值远远超过本身的价值。

据西藏自治区某青稞深加工企业负责人介绍,一亩青稞传统产值最多在 500-1000 元,但是如果把它加工成麦绿素、β-葡聚糖,包括一些药品的中间原料的话,目前比较保守的商业价值是每亩一万元左右。

就冬虫夏草而言,虽然近些年来价格不断攀升,但原草所创造的经济价值终究不抵深加工产品,其稀缺性注定了市场消费群体为主流高端人群。例如 5X 极草系列产品,380 元一克的冬虫夏草纯粉压制含片价格堪比黄金,然而高价格的背后是销售市场的一派火热。

产业升级面临困惑

澳门大学中华医药研究院副院长李少平表示,我国医学对于冬虫夏草的记载历史悠久,过去,冬虫夏草一直作为入药药材而存在,只是后来身价飞涨后才开始被单独服用,其实冬虫夏草是一个天然大处方,其深加工领域范围也很广。

李少平认为,目前的冬虫夏草深加工还只停留在超微化物理研磨阶段,并且是单一利用的阶段,而冬虫夏草的综合利用才是发展深加工的精髓所在。

“人们知道冬虫夏草是好东西,但往往不了解与其他药材合成的复方制剂,会对某些



疾病的治疗产生更好效果,比单一服用虫草更有针对性。”青海金诃藏药馆负责人袁栓宁说。

李玉玲说:“除了复方制剂,冬虫夏草的真菌深加工也拥有广阔的前景。真菌是冬虫夏草的唯一的化学成分所在。在美国、日本等国家,通过虫草提炼的真菌被广泛应用于免疫制剂、保健品和食、药品中,然而我国目前仅有四个制药企业所生产的四种真菌产品。”

若要长远发展,还需要开拓更广的深加工领域。但无论研发还是生产,都需要大量的资金和技术支持,对于少数拥有一定实力的企业可以实现,然而对于诸多小企业,是巨大的障碍。

“虫草交易市场长久以来比较混乱,商户大都‘单兵作战’,小、散、乱企业较多,这样的企业是没有实力发展深加工产业的。”郭凡礼说。

玉树州冬虫夏草协会理事长格金·俄保才仁告诉记者,玉树是品质最好冬虫夏草的产地之一,许多从事从草经营的企业都有意向发展虫草深加工,但苦于没有资金和技术、科研专家的支持而无从开始。

“冬虫夏草深加工虽已成行业趋势,但并非意味着所有企业都要从中分一杯羹,相反,这是一个行业整合、规范市场的过程,大企业在控制原料、产品研发及销售方面均具优势,所以激烈竞争之下诸多小品牌退出是必然。”郭凡礼说。

对于眼下快速发展的冬虫夏草深加工产业,李玉玲表示担忧:发展深加工的初衷是珍惜资源、将资源最大化利用,但产业发展过旺是否会适得其反,造成资源被加快掠夺。

李玉玲认为,政府不应一味鼓励企业投身深加工领域,国家相关部门出于资源保护和生态保护应出台相关措施,一方面发展,一方面也要保护为数不多的虫草资源,实现可持续发展。

(张曦)

短 讯

滇虹药业携手“中医中药中国行”助力齐鲁健康行动

不久前,“山东省 2013 年中医中药中国行‘进乡村’活动”在山东郯城全面启动。国家中医药管理局副局长吴刚、山东省中医药管理局局长武继彪出席启动会并讲话。该活动于 2007 年启动,由国家中医药管理局等 18 部委联合主办的一项持续性活动,是迄今规格最高、规模最大、范围最广、影响最深的大型中医药科普宣传活动。滇虹药业一直以来关注并推动该项活动的开展。

在启动仪式上,滇虹药业积极响应这一活动号召,向山东省卫生厅赠送了价值 50 万元的药品,以使当地基层群众能享受更好的健康服务,推动中医治未病等自我保健理念在基层的普及,帮助基层群众不断提升健康水平。武继彪向滇虹药业对山东省中医中药中国行活动的支持与关注表示感谢。他表示,滇虹药业是一个负责任的优秀企业,希望以后能够更多地合作,共同促进中医中药事业的发展。

中医中药中国行“进乡村”活动,自开展以来,面向基层群众,着力提升基层群众健康水平,在全国各地开展了卓有成效的行动,取得了丰硕的成果,受到群众的欢迎。此次山东省实施的中医药服务基层群众健康行动,通过切实可行的举措,帮助群众提高养生保健水平。活动宗旨与滇虹药业一直以来倡导和实践的健康理念、不谋而合,滇虹药业希望作为其中的一分子,能更好地为提升我国基层健康水平贡献力量。

(本报记者 何沙洲 特约记者 闫纳)

国药一致头孢制剂获欧盟认证 巩固主流市场

国药一致 9 月 25 日晚间公告,公司全资子公司深圳致君制药有限公司 2013 年 6 月接受了西班牙药品管理局(AEMPS)的生产企业 GMP(药品生产质量管理规范)符合性检查,认定致君制药符合欧盟法令 2003/94/EC 所载列的药品生产质量管理规范的原则和准则。近日,致君制药收到西班牙药品管理局颁发的欧盟认可的 GMP 认证证书,证书有效期三年。

致君制药主营业务包括化学药品原料药制造、中成药加工、生产医药化学原料等,今年上半年实现营业收入 6.86 亿元,净利润 1.25 亿元。国药一致上半年实现净利润 2.61 亿元,致君制药贡献了很大力量。

今年上半年,国药一致制药事业部受抗生素行业整体低迷以及复方磷酸可待因口服溶液销售渠道转型的影响,销售增速同比下滑。但致君制药在产品结构优化上,口服固体制剂销售占比较上年同期提升 9 个百分点,致君制药毛利率略好于行业水平。工业国际化取得新突破,国际出口销售收入同比大幅增长 57%。

国药一致近来积极开展新版 GMP 的认证工作,目前深圳致君观澜基地、国药控股深圳中药有限公司、国药集团致君(苏州)制药有限公司已通过新版 GMP 认证。另外,公司的部分生产线已通过欧盟认证,提高了国际竞争能力。此次获得欧盟认证将给致君制药头孢口服固体制剂在国内市场和欧洲等国际主流市场的销售带来积极影响。

(钟何)

山西基药增补扩容近 200 种 中药独家受青睐

山西省卫生厅 9 月 25 日发布地方基药增补目录,品种扩容 198 种,其中,化药和生物制品 123 种、中成药 75 种,而中药独家继续受到青睐,占到中药品种的 50%以上。本次增补是在该省 2010 年 209 个增补品种的基础上作了一定的微调。

统计发现,在 75 个中药品种中,独家品种占到 40 个左右,其中,以岭药业的芪苈强心胶囊、羚锐制药的培元通脑胶囊、亚宝药业的五福化毒片、头痛脑痛胶囊、振东制药的复方苦参注射液、太极集团的鼻渊炎口服液、桂林三金的桂林西瓜霜、独一味的独一味胶囊、华润三九的参附注射液、壮骨关节丸等均纳入地方增补目录。

今年 7 月,青海、广东两省先后发布地方基药增补目录,扩容幅度较预期宽松,其中,中药独家品种均获两省青睐,尤其在广东,独家品种占到中药增补数量的近 80%,绝对主导地位。独家品种由于没有竞争企业,在接下来的招标中具有单独议价的优势。

但是,国药控股政策与产业专家干荣富却表示,中药独家品种也不要盲目乐观,“按照发改委的调价思路,中成药要接受接下来的调价,中药独家肯定不可避免,但是降价可能会比较温和”。

另外,部分化药独家品种也入选目录,如东北制药卡前列甲酯、天士力的水飞蓟宾胶囊、上海医药的丹参酮 II A 磺酸钠。

(辛雯)