

急剧攀升的线上交易规模以及各大电商巨头、医药工商企业的强势加入,让业界看到了医药电商快跑的希望。然而,作为电商运营“最后一公里”的物流配送仍然是医药 B2C 发展的最大“软肋”。无论是政策要求,还是自身发展需要,加快现有物流体系建立,进一步提升配送效率,成为医药电商的燃眉之急。

医药电商配送,快跑!

“配送已成为制约医药 B2C 发展的‘软肋’,由于第三方物流多不具备 GSP 资质,自建配送中心成本太高,连锁率尚不足以支撑门店配送,业内呼吁监管部门引导第三方社会物流加入医药电商配送。”

短短两年,网上药店数量暴增。CFDA 官网数据显示,截至 2014 年 4 月 1 日,拿到 C 类牌照的企业已达 165 家。

这几年,医药电商的市场规模急剧扩大。2011 年,国内医药 B2C 规模为 4 亿元,2012 年超过 15 亿元。根据中国电子商务研究中心发布的最新数据,2013 年中国医药 B2C 继续呈现爆发式增长,全年交易规模达到 42.6 亿元。

急剧攀升的线上交易规模以及各大电商巨头、医药工商企业的强势加入,都让业界看到了医药电商快跑的希望。然而,作为电商运营“最后一公里”的物流配送仍然是医药 B2C 发展的最大“软肋”。无论是政策要求,还是自身发展需要,加快现有物流体系建立,进一步提升配送效率,成为医药电商的燃眉之急。

自建配送力所难及

去年底,为了加强对网上药店配送环节的监管,CFDA 下发了加强互联网药品销售管理的通知。通知要求,药品零售连锁企业通过互联网销售药品时,应当使用本企业符合《互联网药品交易服务审批暂行规定》等文件要求的药品配送系统自行配送,保证在售药品的质量安全。

“自行配送”要求让业内倒吸了一口凉气。记者了解到,除了部分城市可以实现门店配送或顾客上门自提以外,网上药店的大部分配送都通过委托第三方社会物流企业完成。即便是首家拥有通过 GSP 认证物流配送

公司的药房网,也只能在北京、上海、广州、南京等几个城市自行配送。

“从监管角度讲,这个政策的初衷是好的。但实际上,网上药店全部自建配送是不现实的。”老百姓网上药店负责人史文禄向《医药经济报》记者表示,“纵观全国,鲜有电商能够负担得起自建物流配送,连阿里巴巴这样资金雄厚的电商巨头都尚未建成物流配送。自建物流配送较为成功的只有京东,但也只是建了一半,却已花费上百亿。这样的成本对任何一家网上药店而言,都是天方夜谭。”

史文禄认为,现阶段网上药店考虑的不应是自建物流配送,而是如何跟专业的第三方物流企业合作,共同保证药品在配送过程中的安全。“比如优化药品供给配送环节中的验收、存储、分拣、配送等作业过程,商品出库时在包装上加强防震、防漏等措施,从外包装上保证药品的安全性等等。以严格的标准选择合作的第三方物流企业,尽量选择模式大、信誉好的全国性第三方物流企业。”

目前来看,网上药店销售的品类以非处方药、保健品、医疗器械以及计生用品为主,要求低温储存和易碎的药品鲜在网上交易。根据有关规定,网上药店配送可以通过自建物流或具有药品配送资质的第三方物流完成。尴尬的是,目前涉及医药物流配送的第三方社会物流企业大多都未通过 GSP 认证,中国邮政虽然陆续在宁夏、内蒙古获得 GSP 证书,但其他地区并未全部通过这一资质认证。

一位医药电商人士表示,可为个人消费者提供远距离、全国性的专业第三方医药物流几乎没有。监管部门可以考虑引导第三方社会物流加入医药电商的配送,对资质符合要求的第三方社会物流企业给予相关认证,允许配送药品,纳入医药电商的监管体系。



门店配送尚难成形

经过前几年“价格战”的贴身肉搏,医药 B2C 的竞争开始转向服务和用户体验,不少网上药店欲将门店配送作为提升客户体验的突破口。

例如,金象网推出了“金象 1 小时服务”,但仍借用快书包的配送物流,并非单纯依靠实体门店的店员。药房网也在全国招募实体药店加盟,以解决全国范围内的药品配送问题。京东医药城提出“连锁药店,上门快送”口号,将构建基于本地、区域化服务的社区型医药电商模式,整合医药连锁药店资源,消费者订单通过连锁门店店员送货上门,实现当地化配送。

对于门店配送的 O2O 模式,前述电商人士表示,以当前国内药店连锁率来看,开展全

国范围内的 O2O 模式还难以成形。网上药店若要将门店配送覆盖到某个区域,要么自建实体门店,要么跟当地大连锁谈判,利用其实体门店配送。

“但是,当前实体门店的整体毛利率不高,新开门店能否承受?各地连锁药店的政策各不相同,一个个区域谈判,费时费力,成本也不低。”该人士表示,“实际上,现阶段的 O2O 模式也面临诸多挑战,包括如何与线下实体店实现信息对接,送配员如何招募,如何做相关培训,如何保证配送的服务质量,总部到门店的配送周期如何协调等。”

史文禄也认为,这还只是一个局部的概念。他指出,网上药店的消费者遍布全国,国内的药店没有哪家实体店能覆盖全国。实体门店除了负责门店销售,是否值得增加人手进行配送,以及配送的服务质量如何保证,都还有待商榷。

(王震)

拜耳牵手中国联通 加强信息化合作

4 月 15 日,中国联通与拜耳中国在北京签署战略合作框架协议。拜耳中国德友汉董事长、中国联通陆益民总经理、姜正新副总经理一同出席了签约仪式。

双方签署了战略合作协议和运营服务合作备忘录。根据协议,双方明确建立长期的战略合作伙伴关系,充分发掘和利用双方在各自领域的优势资源,不断深化在通信服务、医

药行业信息化、新技术应用等领域的全面战略合作。中国联通将充分利用自身行业应用和信息化领域积累的丰富经验,发挥网络资源和国际服务能力方面的优势,全力调配各类保障资源,重点在企业通信服务和信息化创新领域,全面满足拜耳中国的通信需求,在移动办公、销售管家、医药代表移动终端 MDM 管理、医药行业信息化应用等方面提供

技术支撑保障,特别是在 3G/4G 通信方面为拜耳中国提供质优价廉的高品质服务,助力拜耳中国不断提升国际竞争力。

拜耳中国董事长德友汉、中国联通总经理陆益民均表示:拜耳中国与中国联通一定能够不断拓宽合作领域,提升合作层面,丰富合作内容,实现合作共赢。

业内人士指出,两集团都是具有相当竞

争力的国际企业,拜耳中国有着悠久光辉的历史,早在 1882 年拜耳的染料首次在中国市场上出现,如今拜耳集团在中国包括香港地区建立的分支机构已发展到 15 家。此次建立战略合作关系,更是强强联手,空间广阔。中国联通将充分发挥全业务运营优势,协助拜耳中国加快推进企业信息化建设,大幅提升企业核心竞争力。

(宗雯)

帝斯曼“抄底”江山制药 或改国内维 C 格局

路线市场,屡次挥舞着资本之剑,意图在中国并购 VC 猎物。

一位业内人士告诉记者,尽管江山制药目前营收陷入亏损境地,这个行业也处于低谷之中,但是以江山制药为代表的 VC 五大家族,生产技术在 Global 范围内来说都是顶尖水平,此外,中国企业在 VC 生产的成本控制上要领先于外国企业,此时若国内几大 VC 企业失去江山制药,今后 VC 行业复苏之际,被国外资本并购的江山制药就会对国内企业形成很强的竞争力量。

帝斯曼或改中国 VC 竞争格局

对于江山制药的收购,帝斯曼并未透露并购价格等具体信息,仅宣称,如果这个“小并购”能够成功,可以更好地满足帝斯曼财务和战略需求。帝斯曼公司相关负责人直言,“并购如果成功,将帮助帝斯曼进一步巩固公司在 VC 市场的地位。”不过,对于收购方式、金额等具体情况,该公司并未透露,仅表示将适时公布事件进展。

记者从江山制药得到的消息是,目前双方都有买卖意向,但迄今为止,谈判没有任何实质性进展。帝斯曼在回复给记者的邮件中也称,目前还未最终确认收购。

业内人士认为,帝斯曼收购江山制药面临的^{最大}风险是可能会触及有关国家的反垄断法。2000 年年底,罗氏公司开始与江山制药接触,当时罗氏商谈出售股权事宜时提出要占有江山公司 60% 的股份。不过 2002 年 6 月,罗氏公司收到德国政府反垄断局的非正式文件,文件称罗氏与江山制药的合资将导致在某一地区市场份额超过 45%,有垄断的嫌疑,要求罗氏撤回与江山制药的合作申请,罗氏不得已主动停止与江山合作。

“2003 年,帝斯曼营养产品公司收购了罗

氏的维生素业务,这意味着帝斯曼针对江山制药股权的收购不会高于 2003 年的 60%,否则帝斯曼还将遇到同样的问题。”该业内人士分析道。

帝斯曼对于国内的 VC 生产企业觊觎已久。此前的 2009 年 3 月,帝斯曼曾与华药集团及华北制药签署合资协议,帝斯曼出资 8.27 亿元人民币,与华北制药双方组建三家合资公司,在集团层面,帝斯曼以增资的方式,获得华药集团 9.77% 的股份。但是这起耗时 5 年的合资谈判随着冀中能源入主华药迅速告吹。2009 年 10 月 30 日,帝斯曼在荷兰总部正式对外宣布,正式暂停其与华药集团在中国设立营养品和抗感染药领域的合资公司的合约。

据了解,10 多年前,帝斯曼的销售基本上都集中于欧洲。彼时公司欧洲份额占全球销售总额的 75%,目前这一比例已经下降至 35%,美国占比 25%,高速增长地区(包括中国、印度等国家)的占比上升至近 40%。眼下,帝斯曼在中国的年销售额已接近达到 20 亿美元(约合 122 亿元人民币),并计划在 2015 年达到 30 亿美元。

作为 VC 生产大国,我国拥有全球 90% 的生产能力。目前,业内公认的 VC“五大家族”分别是东北制药、华北制药、石药集团、江山制药和后起之秀山东鲁维制药。其中,石药集团和山东鲁维制药产能约为 3~3.5 万吨;东北制药产能约为 2.5 万吨;华北制药和江山制药产能都在 2 万吨左右,“五大家族”的产能总和约 12 万吨,与全球 VC 总需求量大致相当。国际上可与他们匹敌的只有维生素巨头帝斯曼,其大约拥有 2.3 万吨产能。

不难看出,在华所占比重如此之大的帝斯曼为何会选择不断地在华寻找并购目标。如果能成功收购江山制药,势必会影响国内的 VC 竞争格局。

或是最佳并购时机

在业界人士看来,帝斯曼选择此时与江山制药进行收购谈判,也是看准了目前的行业低谷时机,收购价格的溢价幅度也会小很多。此外,江山制药经过多次的股权转让,目前的股东已经不再包含国内一些较大且控股意愿强的资本,此时帝斯曼入主江山制药,所遭遇的阻力已几乎可以排除。

有据可查的江山制药最新财务报表显示,截止 2012 年年底,公司资产总额 28.06 亿元,所有者权益合计 13.13 亿元;2012 年,公司实现营业收入 11.63 亿元,利润总额-1.63 亿元。截至 2013 年 3 月底,公司资产总额 28.04 亿元,所有者权益合计 12.88 亿元;2013 年 1~3 月,公司实现营业收入 2.66 亿元,利润总额-0.25 元。

江山制药与华药同列中国维生素 C 五大家族,也是全球 VC 的主要供应商之一。资料显示,江山制药 2013 年维生素 C 业务的销售额是 9000 万美元(按照 2013 年维生素 C 原粉出口平均单价 3.5 美元/kg 计算,估计江山制药维生素 C 原粉产量约 25000 吨)。比较之下,江山制药去年 3 月之后的 9 个月中维生素 C 销量几乎与前 3 个月的销量持平,不难看出江山制药的营业收入的大幅下滑。

华北制药证券事务部代表告诉记者,维生素类受到市场不景气的影响,收入同比下降 50.82%,净亏损达到 1 亿多元。与华北制药规模相当的江山制药亏损额也应该在 1 亿多元。

此外,2012 年 10 月,江山制药收到美国纽约东区联邦法院就多家美国公司及自然人公司提起的维生素 C 反垄断诉讼的判决,最终向原告支付了 1050 万美元的和解金。

“连续几年的亏损,再加上高额和解金,

亚宝药业 发力儿童药物研制

全国人大代表、亚宝药业集团公司董事长任武贤在参加全国两会期间接受媒体采访时,就我国儿童用药问题提出了自己独到的见解和未来的打算。

任武贤说,据有关资料显示,在我国 3500 多种化学药品制剂中,供儿童专用的不足 60 种。而且,目前中国市场上 90% 上的药品都没有儿童剂型。因为儿童药严重缺乏,很多儿科医生被迫给孩子使用成人药品,这是一个十分严峻的问题,必须引起我们的高度重视。为解决全世界普遍存在的儿童用药缺乏难题,任武贤建议国家有关部门出台鼓励研发儿童新药的综合政策和措施,并且在此之前先单独设立儿童药品审评审批通道,以加快儿童药品审评审批进程,激发研发单位研发儿童药品的积极性,让更多的儿童药品及早上市,尽快解决儿童用药短缺难题。

亚宝药业是一家研发生产儿童用药的重点企业,其拳头产品丁桂儿脐贴已畅销 20 余年,在治疗儿童腹痛腹泻方面做出了重要贡献,惠及了亿万儿童。如今,该药年产量已达 1 亿 4000 万贴,单品种年销售收入 5 亿多元,被树为中国儿童外用药第一品牌和山西省标志性名牌产品,连续四届荣获中国健康年度总评榜“百姓最放心药品品牌”,成为 2009—2011 年店员推荐率最高品牌产品。除此之外,亚宝药业还研发生产了小儿退热巴布贴、葡萄糖酸锌口服液、葡萄糖酸钙口服液、小儿酚氨咖敏颗粒、小儿氨酚黄那敏颗粒、小儿化痰止咳颗粒、小儿咳嗽灵口服液、依托红霉素颗粒和乳酸菌素片等十余种儿童用药。而且,针对儿童易患疾病,他们投入巨资研发生产的治疗小儿腹泻的内服药小儿腹泻散、儿童清咽解热口服液、外用小儿腹泻贴为三个独家品种,也颇受儿童家长欢迎,市场前景看好。

目前,亚宝的儿科药统一使用“丁桂”品牌,以后亚宝所有的儿科药都将划入丁桂旗下,不仅有儿童消化药物,还把产品线拓展至呼吸系统用药、补益系统用药等儿童用药的细分领域,儿童的疾病及其保健都是亚宝的产品定位框架。亚宝把丁桂称之为儿童健康专家。去年亚宝与中国儿童健康基金会和妇女儿童保联会联合举办了儿童健康主题活动,便将丁桂品牌植入其中。目前“丁桂”已成为山西省著名商标,与“亚宝”这枚中国驰名商标相辉映,将有力促进亚宝儿童用药事业的发展。

任武贤在参加完两会后表示,今后亚宝要努力克服儿童药研发投入大、难度大、周期长的困难,在儿童药研发生产上做出更大的投入,为广大儿童提供更多更好的精品药、放心药,为少年儿童的健康成长作出新的贡献。

(索玉祥)



昔日被各路资本竞相争夺的江山制药,如今终于再次走到被资本收购的境地,只是这次欲收购它的是国外同行荷兰皇家帝斯曼公司(以下简称“帝斯曼”)。

4 月 9 日,帝斯曼宣布其正在与江苏江山制药有限公司(以下简称“江山制药”)进行排他性谈判,此次谈判可能导致帝斯曼收购江山制药。由于全球维生素 C(以下简称“VC”)产能严重过剩,曾经的明星企业江山制药近几年来已连续亏损。此时荷兰维生素巨头帝斯曼带着现金来华收购,抄底的意图颇为明显。

多年来,几家中国药企和世界原料药巨头帝斯曼几乎垄断了 VC 市场,但近年来帝斯曼并不满足于其已经稳固的 VC 产品高端