

太安堂 3.5 亿收购康爱多切入医药电商领域

医药电商成为医药行业的一个投资热点。包括九州通、上海医药等在内的上市公司通过多种途径切入这一领域，而直接收购现有的电商平台可谓是“省心省力”。

9 月 17 日晚，太安堂发布公告称，公司拟以 3.5 亿元收购广东康爱多连锁药店有限公司（简称“康爱多”），由此快速切入医药电商领域。据了解，太安堂此前曾试图建立电子商务及连锁业务，但为更快更好切入医药电商业务，于是变更了募集资金用途。据透露，康爱多去年实现营业收入 1.6 亿元，实现净利润 304 万元；今年 1 月至 7 月，实现营业收入 1.8 亿元，实现净利润 626 万元。

切入医药电商

据太安堂介绍，康爱多自 2010 年 7 月份成立至今，一直致力于医药 OTC 及保健品线上销售及服务，公司旗下拥有康爱多网上药店（自建平台）、康爱多大药房旗舰店（天猫）及移动互联网 Web 端，已形成了良好的品牌效应。截止到 2014 年 3 月份，康爱多已经在电脑、手机、移动 APP、微信等渠道提供较为成熟的购买问询及交易服务，同时康爱多与天猫建立了长期稳定的良好合作关系，借助天猫平台的快速发展，2012 年、2013 年 1 月-7 月销售额在天猫网上药店排名前三。管理层股东承诺康爱多 2014 年度、2015

年度、2016 年度和 2017 年度实现的销售收入分别不低于 2.8 亿元、6.4 亿元、11.5 亿元和 14.5 亿元；2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年度实现的净利润分别不低于 500 万元、800 万元、2000 万元和 3000 万元。

有效整合成关键

近年来，我国医药电商领域发展迅速。根据中国药店医药电商研究中心的监测与统计，2013 年中国医药 B2C 继续呈现爆发式增长。今年，政策上的松动更将给医药电商带来更大的机会。国家食品药品监督管理总局此前发布《互联网食品药品经营监督管理办法》（征求意见稿），在准入门槛的、物流配送条件以及处方药网上销售等内容实现实质性突破，允许符合条件医药电商销售处方药并通过第三方物流配送，这给医药电商来带无限可能性。

太安堂此前试图通过自主建设的方式切入医药电商领域，但公司意识到，目前的速度远远无法满足当前我国医药电商领域发展迅速的布局。于是选择变更募集资金项目用途快速切入电商领域。

太安堂表示，此次收购，一方面通过专业团队人才的对接，将对公司在供应链管理能力、客户服务能力、线上推广及服务保障能力提升上带来帮助，持续优化用户体验；另一方面康爱多已经积累了一定规模的线上消费群体，为公司未来电商业务发展及线下门店效益提高带来推动力。

值得注意的是，网售处方药对于拥有牌照的大型医药流通企业可能会构成利好，但

太安堂作为一家医药生产企业，如何将“医院+供应链+配送+平台+线下门店”有效整合，尚需观察。太安堂也介绍了此次收购存在的风险，其表示“目前还处于初步探索阶段，商业模式还不清晰，公司在医药电商布局上可能面临持续投入和业绩不确定性的风险”。（宗鹤）

新闻链接

2014 年中国医药电商交易规模有望达到 68 亿

从中国电子商会获悉，2014 年，我国医药电商的交易规模预计将达到 68 亿元。

2013 年，我国医药电子商务规模为 42.6 亿元，仅占整个电子商务市场的 0.7%，但增速很快，较之 2012 年的 16.6 亿元、2011 年的 4 亿元，平均增速超过 200%。

2013 年，医药 B2C 交易规模开始呈现快速增长，截止到 2013 年底，药监局登记的获得网上药店牌照的有 150 家，到 2014 年 6 月增长至 193 家。

随着医药 B2C 企业数量的增多，进一步带动了医药零售 B2C 网购市场的发展，天猫和京东商城大型平台电商的介入推动了医药 B2C 的交易规模和用户需求的增长。2013 年，天猫医药馆实现交易总额约 20 亿元，几乎占医药电商总规模的一半。

冠昊生物增资做大孵化器业务

9 月 18 日，冠昊生物股东大会通过了公司使用自有资金 7500 万元对广东冠昊生命健康科技园有限公司增资的议案。据了解，此次增资是满足项目建设、扩大经营，实现其做大做强孵化器业务目的。冠昊生物董事长朱卫平在股东大会上表示，目前孵化器已经引进了十余个项目，包括临近产业化的眼角膜项目、早期的细胞项目等。

广东冠昊生命健康科技园有限公司作为孵化器启动基地，将建设一个具备全球领先水平的干细胞与再生医学应用研究中心。而研究院的临床医学中心、公司配套的细胞生产体系，则将形成一个“前店后厂”细胞治疗示范平台。按照计划，研究院所形成的技术成果将辐射发展出一个干细胞产业集群。

朱卫平认为，冠昊生物对于再生医学类

公司的成长积累了丰富的经验，熟悉科研项目申报、产、临床实验、注册、市场等产业化流程。此外，公司还拥有再生型医用植入器械国家工程实验室平台，将为其产业化提供平台。

“未来，孵化器公司也需要股权多元化，不排除引入政府引导基金等。”朱卫平表示。

（据米内网）

国内仿制药争夺后“专利悬崖”时代



白云山金戈新闻发布会现场



粉色菱形药片和金色包装十分吸引眼球

9 月 18 日，广药集团召开新闻发布会宣布，旗下国产“伟哥”—白云山“金戈”正式拿到了“准生证”，这是国家食药监总局下发的首个中国“伟哥”生产批件，也标志着中美“伟哥”硬战即将拉开帷幕。据了解，美国制药巨头辉瑞医药集团生产的万艾可（俗称“伟哥”）在中国的专利已于今年 5 月 12 日到期，这一消息无疑让中国药企兴奋了起来。国内近二十家药企先后申请了仿制版“伟哥”的生产批件，旨在争夺 ED（勃起功能障碍）药物的市场份额。

其实，万艾可的抢仿大战只是国内仿制药市场的冰山一角。在肿瘤药领域，抢仿大战打得更为激烈。调查显示，超千亿的市场就是块巨大蛋糕，引得国内仿制药企业尽折腰。

各国仿制药让辉瑞寝食难安

万艾可原本是辉瑞要抛弃的用于治疗冠心病的药品，在 1991 年被偶然发现对男性性功能障碍有突出疗效，随后这一神奇的蓝色药片便以“伟哥”之名风靡全球。

万艾可在美国上市第一周便交出了 1.5 万份处方的亮眼成绩单，当年《时代周刊》甚至少见地用不矜持的文字称“世界等待此药已经 4000 年”。截至 2013 年，万艾可在全球已售出 3 亿片，也成为辉瑞公司在中国市场上最赚钱的“金矿”。

这一市场也并非只有万艾可一种药品，目前抗 ED 的全球市场上，除了辉瑞旗下“蓝色”万艾可之外，还有礼来旗下“黄色”希爱力以及拜耳旗下“橘红色”艾力达两种药物参与竞争，并且这两种药也分别在 2004 年和 2005

年进入中国市场。

数据也显示，2013 年国内抗 ED 市场份额为：万艾可占据着 27 个城市中 58.8% 的市场份额，希爱力为 34.6%，艾力达为 6.6%；而 2012 年这一数据分别是：万艾可为 62.8%，希爱力为 32.1%，艾力达为 5.1%。

不过，这些竞争都比不上专利到期后各个国家层出不穷的仿制药让辉瑞寝食难安，典型的如韩国市场，万艾可成分物质（枸橼酸西地那非）专利到期后，从 2012 年 5 月份开始，韩国国内仿制药品纷纷上市，目前韩国生产的伟哥仿制药品有 37 种，这让辉瑞痛失韩国超过 60% 的市场份额。韩国本土产品西力士的销量甚至已经反超万艾可，占据市场头把交椅。

随后，辉瑞万艾可仅剩中国市场仍处龙头地位。但其在中国的好日子也在两年之后迎来了挑战，今年 5 月 12 日，万艾可在中国专利权到期，中国药企已经开始摩拳擦掌抢夺“后辉瑞时代”抗 ED 市场的霸主地位。

仿制药或激发超百亿潜在市场

“我记得万艾可在中国的销售额 2012 年就有 10 亿了。”北大纵横高级医药合伙人史立臣告诉每日新报记者，但这并不能代表中国的抗 ED 药物市场就只有这么大，“ED 患者大部分不能根治，所以要持续不断地用药，但由于万艾可的零售价一粒药 100 多块钱，所以把很大一部分需求挡在外面，中国的仿制药上市后相较于原研药的性价比优势，被抑制的市场需求有望被激发，预计中国的潜在市场规模恐怕要超过百亿元。”

据国家食品药品监督管理总局网站药品注册批件信息显示，目前广州白云山制药、河北常山药业、江苏联环药业、成都地奥集团、四川源基制药、珠海生化制药、北京中天康达医药、广东生化制药工程技术开发中心等近二十家企业，均已申请了万艾可仿制药批文。这些药企的“仿品”只要得到批准，都可以进行生产。

地奥集团相关负责人向记者透露，地奥已经准备好用于制备国产“伟哥”的设备和原料，只要拿到相关生产批文，即可在四川广汉进行生产制备。

此外，常山药业公司董秘张威表示，目前正在筹备仿制药申报材料，预计 2015 年能实现上市销售。除了积极备战申报生产以外，常山药业在车间方面也早有准备。位于常山药业总部的西地那非原料药车间目前正在土建阶段，有望明年建完；位于江苏子公司的西地那非制剂车间早已建完。张威称：“到时由总部生产原料药，江苏子公司生产制剂。”

与此同时，天方药业同样想分食 ED 市场这一块大“蛋糕”。2013 年 6 月 25 日，由上海药物研究所与河南天方制药共同研发的治疗 ED 新药 TPN729MA，获得国家 1.1 类新药的临床批件。上海药物研究所则表示：“TPN729MA 目前正在北京一家医院进行 I 期临床试验，后续顺利的话，也要到 2016 年才能上市。”

但就在各大药企纷纷宣布进军万艾可仿制药市场的同时，广药集团已经领先一步拿到生产批文，其生产的粉色“金戈”药片有望在今年 10 月底铺货上市。在产能方面，白云山制药总厂片剂车间设计产能达到 40 亿片/

年。“但具体的价格我们现在还不方便透露，总之会考虑市场培养和消费者的消费能力以及竞争性上设定一个合理的价格。”白云山制药总厂厂长朱少璇说。

明年国内仿制药规模可能接近 5000 亿元

在全球范围内，仿制药市场发展迅速。在过去的 10 年中，全球仿制药市场的增速是专利药的两倍有余，去年市场规模超过 1300 亿美元，有机构预测未来 5 年内仍将保持 10%~14% 的增速，仿制药在全球药品市场中的比重，从 2000 年的 7%，提高到目前 15% 左右，预计 2015 年将超过 20%。

据了解，从 2012 年开始的 3 年被称为中国的“专利悬崖期”，全球有 600 余种药在中国专利相继到期，对于超过九成西药药品均为仿制药的中国市场来说，这将是一个巨大诱惑。

万艾可只不过是专利药专利到期引发仿制药市场震荡的一个缩影。在“抢仿”的战役中，争夺最激烈的无疑是肿瘤药领域。

有机构预测，在未来的 7 年时间里，将至少有 6 种肿瘤药品专利到期，总价值约为 2590 亿美元，包括赛尔基因研制的来那度胺、强生研制的阿比特龙、罗氏的厄洛替尼、辉瑞的舒尼替尼、葛兰素·史克研制的拉帕替尼、拜耳的索拉菲尼等，所涉企业均是世界级药企。

2590 亿美元的原研药专利市场，其中预期有 46% 的市场份额会被仿制药取代。“预计届时中国抗肿瘤药的市场规模将达到 800 亿元。”北京医药行业专家季黎对记者表示。

由于对肿瘤仿制药的看好，国内药企跃跃欲试。除已上市的药品，国内公司正在等待审批的有来那度胺、阿比特龙、厄洛替尼、舒尼替尼、索拉菲尼、拉帕替尼等 6 个品种。

早在 2009 年 12 月，双鹭药业便在肿瘤仿制药领域开始布局。通过参股卡文迪许 40% 股权来实现来那度胺的抢跑。据了解，南京卡文迪许拥有全球第二个来那度胺的专利。据双鹭药业表示，今年以来来那度胺有望投产。2013 年，在抗肿瘤药物方面，双鹤药业相继申报了拉帕替尼、阿西替尼、阿法替尼、索拉菲尼、舒尼替尼、吉非替尼、达沙替尼等品种。

香港上市的石药集团申报了舒尼替尼、

索拉菲尼。此外，奥赛康、宁波立华制药、振东制药、罗欣药业等也在 6 种肿瘤药的申报当中。

“专利悬崖为仿制药企制造了巨大的机会，原研药一般需要 10~15 年左右研发、报批及量产，重磅品种的研发费用可能高达数十亿美元。相比之下，仿制药的流程大为简化且成本降低了很多，预计在 2015 年左右，国内仿制药规模可能会接近 5000 亿元。”史立臣告诉记者。（任博）

相关连接

仿制药是“逆向工程”品质至关重要

我国众多仿制药企业的产品质量参差不齐，分化差异很大，大量中、小企业的产品均与专利产品存在疗效差异。总的来说，仿制药始终是一项“逆向工程”，无论仿制的好多，只能是专利药的相似药。

仿制药作为专利药的仿制品，虽然标注的有效成分相同，但由于存在合成工艺、制作工艺、质量控制、辅料选择、包装工艺等差别，相同剂量的两种制剂，活性成分的吸收程度和速度不同，最后的生物利用率和等效性也有一定差距。根据美国 FDA 规定，仿制药和专利药生物等效性差距在 80%~125% 之间即达到要求。

最重要的是，专利药在面向市场前，要做大量的基础研究和临床试验工作，在其上市后的专利保护期内（通常超过 10 年），积累了大量临床数据。凡是长期销量巨大的专利药品，皆证明了其安全可靠。而且其药量药性和不良反应被医生熟练掌握，在开药时仅仅出于安全性的考虑，医生也倾向开专利药。

在国际市场上，判断药厂质量的简单标准是看能否获得美 FDA 的批准进入美国市场。印度是仿制药生产强国，美国也是印度最大的药品出口市场，我国仿制药出口美国比印度晚 5~10 年，取得 FDA 仿制药文号的企业不多，尚处于起步阶段。

因为某些药品具有仿制难度，为鼓励创新、保护原专利，也引导其他药厂尽快进入市场，不过由于仿制药和专利药质量和疗效有差距，因此仿制药最终能否占据市场还要靠其自身品质决定。