# 整合天猫在线医药业务 阿里要下什么棋

随着阿里巴巴集团宣布将转让天猫在线医药业务的营运权给予阿里健康，开始正式整合、打通医疗健康产业全链条,BAT三巨头之间的互联网医疗健康产业之争愈演愈烈。

## 阿里大手笔整合

4 月 15 日,阿里巴巴集团宣布,和香港上市的阿里健康信息技术有限公司达成最终协议。根据协议,阿里巴巴集团将转让天猫在线医药业务的营运权给予阿里健康,以换取阿里健康新发行的股份和可转股债券。阿里健康将以 194.48 亿港元从 AliJK-Investment 及 ChenWenXin 处收购资产。

阿里巴巴集团目前拥有阿里健康约 38%股权，交易完成后，持股将上升到约 53%(如可转债完全兑换以后，将上升到约 54.6%),阿里健康将成为阿里巴巴集团的子公司。

据阿里方面介绍,目前 186 家拥有互联网药品交易服务资格的药房在天猫平台上销售非处方药、医疗器械、隐形眼镜和其他保健产品。2014 年 3 月至 2015 年 3 月,天猫在线医药业务的总商品交易额达到了 47.4 亿元人民币。在交易完成后,消费者将能继续在天猫上在线购买相关产品，阿里健康在后台负责运营商家,集中产品供应,以向消费者提供高质量和大范围的选择。整合在线医药业务，有利于阿里健康在医疗健康电商领域战略聚焦，并将服务拓展至中国医疗健康行业的更多参与方。

阿里巴巴集团 COO 张勇明确表示:“阿里集团已把健康领域的生态建设列为未来的重要战略方向之一。”

就阿里巴巴集团选择以阿里健康为平台整合旗下医疗健康资产，有阿里内部人士表示,阿里健康已具备优势,在未来政策允许的情况下，充分把握机会成为进军在线处方药市场的先行者之一。阿里巴巴集团将会继续支持阿里健康发展为阿里巴巴在健康医疗领域的旗舰平台。天猫医药馆与阿里健康之前是兄弟单位，各自工作有一定的重合性,但有各自的业务逻辑。处方药一旦放开,天猫医药馆也一定会布局。目前，天猫医药馆主要是服务天猫上已有的线上人群，阿里健康定位的是线下的医院人群,做的是医院处方外流。天猫医药馆玩的是 B2C,阿里健康做的是 O2O。天猫在线医药业务的注入，为阿里健康解决了流量来源和同业竞争问题。

一旦交易如愿完成,天猫医药馆将成为阿里健康的战略性资产，这或许是阿里健康正式打通医疗健康产业全链条的开始，最终使阿里健康成为“阿里巴巴集团在健康产业布局的战略旗舰”。

## BAT 加速布局

进入 2015 年，BAT 对医疗健康产业的布局全面加速：就在阿里之前，4 月 12 日，百度正式发布药直达，进军药品 O2O;而腾讯投资的挂号网则完成了对金象网的控股。

从三巨头的布局侧重点来看，其各有优势。2014 年 9 月，腾讯 7000 万美元战略投资医疗健康互联网公司丁香园。根据规划，丁香园将与腾讯各个平台展开一系列合作，其中包括对微信系统的探索和对接，利用通讯社交领域的优势，建立患者和医生的链接，从流量口切入市场。

2014 年 7 月，百度宣布推出“北京健康云”。该项目为北京祥云工程重点项目之一，在大数据分析的基础上，为用户提供专业健康服务。在北京健康云之前，百度还推出了 dulife 穿戴设备、百度健康平台等产品。负责投资移动医疗的专业人士认为，百度的优势主要在于自身大数据的分析能力。当医疗数据积累足够大之后，这些数据的应用场景就极具想象力，包括疫情监测、医疗诊断决策、医疗资源调度、远程医疗等各方面，可以利用其在大数据领域的经验和技术手段，支持从个人健康管理到大医疗、大数据研究，甚至公共卫生政策管理等不同层级的健康决策。

阿里巴巴则在 2014 年 5 月推出“未来医院”项目，通过支付宝对医疗机构开放自己的平台能力，帮助医院提高运转效率，优化医疗资源配置，目前已和全国主要城市的近 50 家三甲医院达成合作意向。阿里的互联网支付优势和电商平台是支持其布局战略的最大助力。

易观国际分析师郭阳认为，BAT 的医疗布局都是在发挥其自身优势的前提下进行的，还谈不上谁更有优势或者更有前景。

(赵晓琳)

# 汤臣倍健“扫码”事件:品牌商动了连锁药店奶酪

“线下客户信息是连锁药店最核心的资源，如果品牌商能跨过药店联系消费者,那对我们的打击很大。”在中国医药物资协会的年会(下称“年会”)上,一位不愿透露姓名的连锁药店负责人向《第一财经日报》记者透露。她所说的,正是不久前,汤臣倍健因为在瓶身印二维码录取消费者信息,从而引发了与部分连锁药店之间的关系一度紧张。

一位接近事件的人士向本报记者透露,目前此事双方已经达成共识,7 月以后,汤臣倍健供给药店的产品将不会印有二维码。

这其实只是品牌商发展消费者资源时,与连锁药店之间矛盾浮现的一个小缩影,因为随着医药电商的规模扩大,未来药店销售的高毛利产品或许都要与品牌线上经营的业务分一杯羹。中国医药物资协会副会长徐郁平向记者表示，互联网化将是一个大趋势,连锁药店目前需要在 1~2 年内赶紧完善会员制度,建立可行的商业模式,不然两年后就会落后掉队了。

## “扫码”引发的争端

记者从年会中了解到,事情源于今年 2 月,有连锁药店负责人发现,汤臣倍健的产品更换包装后附上了二维码,以通过扫码关注官方微信则可以参加抽奖活动来吸引消费者。这一简单的举措被连锁药店解读为在“盗取”消费者信息,从而引发了部分连锁药店与汤臣倍健之间的矛盾,双方关系一度紧张。

本次事件中,山东、江苏等几个省在内的连锁药店对此很敏感。对于这起“扫码”事件,汤臣倍健相关负责人在接受记者采访时承认曾经发生相关事件,但表示:“此事已经和连锁药店达成共识。”

有熟知本次事件的负责人向记者确认,上述事件已经平息,7 月之后，包装上将不会再有二维码,目前双方还有一些细节在商量,“之前双方对二维码有一些误会。在本次年会上,大家已经开会商量之后的对策。”但仍有药店负责人对记者表示,“心里面还是有刺。”

一位保健品行业资深人士向记者分析,连锁药店之所以对“扫码”事件敏感,一方面是由于在连锁药店层面,汤臣倍健一直一家独大,行业里基本没有第二品牌,其次,保健品给予药店的利润很高，有的药店利润的 50%都是由保健品贡献的,所以药店对此表现敏感。“一旦失去这个品牌,对一些药店的销售将带来很严重的影响。”

欧睿咨询提供的数据显示,在膳食营养补充剂领域,汤臣倍健的市场占比虽然排名第六,但前面的品牌多是直销品牌,包括安利、天狮、完美、无限极等,非直销品牌除了东阿阿胶以外,汤臣倍健占比最高。有资料显示,截至 2014 年底,汤臣倍健的产品共进入 96 家全国百强连锁药店和 50 多家全国百强商业超市,终端数量约 5 万家,其中药店占比约 90%，汤臣倍健大部分营收均来自药店渠道。

徐郁平认为,对于药店来说,现在要学会保护自己，关注自己售卖的产品信息,防止消费者的信息被品牌商拿到，另一方面,也要赶紧建立可以持续的会员商业模式,“以前会员制度都不温不火，特别是中小连锁药店,因为投入问题,一直发展不起来,但互联网时代来得太快了,大家都应该有危机意识。”

## 急构多元竞争格局

这只是连锁药店面临压力的一个小缩影。因为随着线上购物的普及,药店内的一些毛利高品类正在被“瓜分”。

目前,以欧姆龙、鱼跃医疗、九安医疗等为代表的家用医疗器械品牌已经纷纷到天猫上开设旗舰店,这让药店们尝到了“割肉”的感觉。因为在目前医药电商中,医疗器械占据着销售大头。与此同时,计生用品也是医药电商的另一大来源。

兴业证券的调研报告显示,医药电商已经从 2011 年的 4 亿元，增长到 2013 年的 42 亿元。而另一方面,中国药品零售发展研究中心的数据显示,2013 年,零售药店的市场规模达 2571 亿元，同比增长 11.34%,增长趋势放缓。

此前有连锁药店高管接受记者采访时表示，现在药店卖药的毛利率能保持在 35%就很不错了,化妆品、保健品等非药品业务的毛利率能达到 60%甚至更高。

徐郁平坦言,品牌商发展线上业务确实在瓜分着药店的销售,“虽然目前的占比还不是很多,但规模发展得很快。”中国医药物资协会秘书长刘忠良也向记者坦言,互联网化是大趋势,这是无法避免的,未来连锁药店与品牌方要学会在此方面好好沟通,并加快学习如何开拓自己的客户资源。不过,这种难度不小,“我们都在探索,但连锁药店多是区域性的,单兵作战导致大家的规模都做不大。”上述连锁药店负责人表示。

延边正道医药连锁有限公司总经理张宏对记者坦言,连锁药店不能再依靠单一品牌来维系业绩,一定要培育多个品牌。在配置上，既要有像汤臣倍健这样的领头品牌,以做标杆，另一方面也要培养第二品牌,减低对单一品牌的依赖程度。

张宏坦言,目前连锁药店最核心的资源是线下客户资源,一旦品牌商拥有用户信息后，跳过药店进行销售，对药店打击很大。“比如说一个品牌的蛋白质粉卖 100 元,药店的拿货价 30 元，但通过扫码后消费者可以以 40 元购得，那么消费者肯定更愿意通过扫码直接获得产品。”

其实,连锁药店的选择已经开始。本次参加年会的生命力董事局主席陈良超向记者坦言:“从前开拓连锁药店资源并没有现在容易，但由于现在他们有这样的意识,光在这次年会上，就已经有至少 10 家全国百强连锁药店有意向与我们签约。我们认为这是一个机会，希望今年终端店面数能翻一番。”生命力去年在澳大利亚登陆资本市场,但目前在一线市场的铺货率还远远不及汤臣倍健。

(陆琨倩)

# 浙江医药布局原料药转型 昌海基地已部分投产

受低附加值和环保压力影响,中国原料药行业持续多年低迷,多年前,石药集团提出从原料药到制剂、从普药到新药的战略转型,并在 2013 年出售其大部分抗生素业务,目前已初有成效。受此影响,目前原料药仍占据主要市场的浙江医药、华海药业、海正药业等正在加速从原料药到制剂的转型,以谋求重回药企主导地位。

“目前国内原料药市场的竞争空间非常狭窄,这也在倒逼浙江的制药企业从原材料的生产向制剂的生产转型,我们的最终目标是将制剂产品走出去。”浙江医药副董事长张国钧日前在接受记者专访时说道。

张国钧向记者透露,目前浙江医药原料药与保健品制剂的产值比例在 5:5，未来目标是二者产值比例达到 3:7，甚至制剂的产值可能会更高。

“浙江药企的原料药生产曾经在全国领先,受惠于订单出口优势,以前我们的产品走出去也很容易，因为原料药生产污染重、利润低,国外的企业不愿意生产,但是近几年生产成本、环保压力都在上去,利润极速下滑,我们不得不寻求转型。”张国钧对记者透露。

实际上，受原料药利润压缩的拖累,作为老牌医药企业，浙江医药大宗原料药 VE 巨头地位早在前几年就已风光不再。从医药行业净利润排名(申万一级行业-医药生物)来看,公司已从 2009 年的行业第 2 名,下滑到 2011 年的第 5 名。

而张国钧向记者透露,2014 年上半年一期已经投产的浙江医药昌海基地将成为此次转型的母体，该基地目前已投资 40 多亿,其中环保投入占据十分之一,预期总投资将超 75 亿,目标年产值 150 亿。

位于浙江绍兴滨海新城的浙江医药昌海基地,目前大部分已建成,该基地将承担四部分产能的生产:维生素、生物药、创新药以及制剂,其中制剂的生产为布局的重中之重。

“原料药我们现在继续生产,但是制剂、保健品这块现在是我们的战略方向。”张国钧介绍,按照公司的“双轮驱动”战略,在原料药继续生产的前提下，加速制剂生产,并意欲拓展出口渠道。

记者在昌海基地了解到,作为发展重点的昌海基地制剂厂区目前正在安装阶段,未来将主攻出口制剂、国内制剂以及国内保健品三大块。张国钧介绍,制剂厂区预计今年下半年会试运行,明年上半年投产。

有业内人士透露,从原料药向制剂生产的转型可能并不容易。

“目前基本上市场上大型的原料药企业都在转型做制剂,一来消化自身生产的原料药,而来可以增加利润。”北大纵横管理咨询集团高级医药合伙人史立臣表示,“但也存在转型失败的风险,比如营销方面,原料药的销售比制剂的销售更为简单,无论在政策还是市场划分上都存在不同。”

(王悦)

# 医药行业 或面临五年调整期

随着上市药企财报持续披露,2014 年医药行业的整体走势也大致体现出来，虽然医药上市公司的业绩普遍飘红，但盈利增幅仍较为疲软——目前中国医药行业整体增速约在 12%至 13%左右,相比前几年接近 18%的增幅存在明显放缓。

对此有专家表示,由于市场结构调整、高价药限价及药品 GMP 及 GSP 更换所带来的动荡等原因，医药制药行业可能还将面临至少五年的调整期。

## 119 家上市药企披露 2014 年财报营收超百亿药企共 11 家

记者根据部分财经网站及媒体所提供的数据显示，截至 4 月 10 日,A 股 194 家上市药企中,已有 119 家已发布 2014 年年报,其中,主营业务收入同比增长为正数的公司达到 101 家,占比 84.87%。

在该数据中，净利同比增长为正数的公司达到 96 家,占比 80.67%,其中,增幅超过 100%的有 10 家，增幅介于 50%至 100%的也有 10 家,增幅超过 30%低于 50%的有 17 家。另外,上市医药公司营收超百亿的有 11 家,分别是上海医药、国药一致、华东医药、白云山、哈药股份复星医药、国药股份、天士力和康美药业等。

## 行业全线飘红太极集团和青海明胶陷亏损

而在医药行业几乎全线飘红时，太极集团和青海明胶却沦落为亏损企业。两者在 2014 年亏损金额分别为 2.8 亿元和 1.2 亿元。其中,太极集团以 2.8 亿元的亏损，成为去年净利跌幅最大的药企。2014 年，太极集团营收上涨 5%的同时，净利润下跌幅度达到惊人的 2302%。

对此有分析人士认为，太极集团参与的西南药业重组方案仍在进行中，投资收益未能计入 2014 年财报,营业外收入降幅较大等都成为其盈利亏损的原因。

而华润三九、力生制药、东宝生物等 7 家药企虽未遭遇亏损的尴尬境地，但盈利营收却也呈现下跌趋势。其中东宝生物创下了 88%的跌幅。

## 广州上市公司净利有增长白云山同比增近七成

就广州本土上市药企而言，营业收入与净利润依然保持增长。其中以白云山为例,根据该公司所提供的业绩报告显示,2014 年营业收入为 187.99 亿元,同比增 6.79%。归属本公司股东的净利润为 11.92 亿元,同比增 21.68%。

资料显示，作为广药集团旗下唯一一个上市平台,白云山也为自己树立目标:向千亿市值迈进。据一名接近广药集团的内部人士透露,除了与马云在互联网上展开深度合作外，从今年起,金戈、铁马和王老吉为广药集团实现“千亿市值”方面作为重点打造和推广的“三大品牌”。

而另一家上市公司香雪制药也实现了盈利，其中营业总收入为 15.27 亿元，同比增长 21.14%，归属本公司股东的净利润为 2.06 亿元,同比增 30.19%,另外近日记者也了解到,香雪集团也公布了第一期员工持股计划。

对此有分析人士认为，作为以抗病毒口服液作为单一拳头产品的制药企业，在去年虽然也实现了净利增长,但是随着市场需求饱和,单一拳头品种药品能否拉动企业持续提升盈利,这是值得商榷的。

## 专家观点:医药行业增长放缓

虽然医药上市公司的业绩普遍飘红，但是在业内人士看来，去年医药行业的盈利增幅仍较为疲软。北京鼎臣医药咨询公司负责人史立臣接受记者采访时表示，目前中国医药行业整体增速约在 12%至 13%左右,相比前几年接近 18%左右的增幅存在明显放缓。

“究其原因主要有,首先是药品招标和价格调整方面，虽然药物总体销售数量相比以前有所提升,但是单品种药价却普遍下降;其次是市场结构性调整，有些产品可能因产品竞争激烈而造成部分厂家退市。”史立臣还指出,高价药的限价政策、药品 GMP 及 GSP 更换所带来的动荡,都是目前医药行业增速放缓的主要原因,而对于医药行业而言，这种增速放缓的调整期可能要持续五年左右。

从今年开始，医药行业政策和市场上持续披露利好信息让部分药企看到了发展契机,而国内部分药企甚至提出要打造“千亿俱乐部”,对此史立臣认为，不论是国内制药巨头还是中小型企业,争夺的市场主要为内地市场。

另外,国内制药企业持续盈利的产品 90%以上都是仿制药，而且盈利的主要手段主要是通过 O2O 等商业模式而非药品研发,这种“重商业轻原研”的方式,对国内药企的可持续发展尤为不利。

(贝贝)

地址:四川省成都市金牛区三环路北一段成彭立交内侧 电话:(028)87319500 87342251(传真) 北京联系地址:北京市朝阳区博大路 3 号 5 号楼 电话:(010)87721045 52896956 52896958 87527365(传真) 广告经营许可证:川工商广字 5100004000280 成都科教印刷厂印刷