

顺丰、阿里杀入医药物流 “新老势力”各有烦恼

网上销售处方药的政策尚未落地,但一批瞄上医药电商物流的快递企业已按捺不住。日前,顺丰、阿里旗下菜鸟网络相继杀入医药物流配送领域。更早之前,德邦、新邦等快运公司也在涉足药品配送。

顺丰等快递企业的到来,让原本“宁静”的医药物流配送市场迎来“新老势力”的角逐:一边是国药、上药以及九州通等传统的医药物流分销企业;另一边则是顺丰、菜鸟网络等新近介入该领域的快递新锐。它们的战场则是方兴未艾的医药电商大潮与计日可期的处方药网售蓝海。

对于医药物流领域的“新老势力”,业内人士对记者分析称,行业前景可观,但眼下医药物流领域的新老企业却各有各的烦恼。“顺丰、菜鸟等快递企业具有配送网点优势,但市场增量则是有限的,很多的药品流通仍控制在医药巨头手中;传统的医药物流企业则面临从传统医药物流向电商物流转型的困境。”

医药物流领域密集“迎新”

5月11日,阿里巴巴集团与全球十大药企之一的默沙东宣布达成多方面战略合作。双方将携手探讨在广泛的医疗领域的合作,包括专业医疗仓储、慢病管理云端数据存储,以及健康数据分析等云计算业务的合作。相关报道指出,“医疗仓储物流是阿里巴巴旗下菜鸟网络的全国物流体系的一部分,这一合作成为菜鸟搭建医药物流体系的重要一步”。

同日,菜鸟网络对媒体透露,5月10日母亲节当天,菜鸟网络正式推出了名为“极速达”的快递服务,这一服务将在3小时内将货物送达用户。目前,北京、上海、广州、杭州、天津5个城市消费者已经可以在天猫上享受这一服务,年内成都、武汉、深圳、南京等14个城市也将陆续开通。部分城市和区域极速达服务会向1小时内提速。

值得注意的是,目前菜鸟网络的该项服务主要服务于天猫医药馆,第一阶段已经打通了1500家线下药房。

有观点认为,这一服务将加快阿里在医药物流领域的布局,进一步帮助其推进医药电商和移动医疗等业务的发展。

无独有偶,近期“顺丰有意介入医药领域”的传闻也甚嚣尘上。今年4月,顺丰官方的相关负责人证实了这一消息。他透露,“在2014年初顺丰就正式成立专门事业部,专注于医药物流领域,为医疗行业提供定制化的物流服务,通过近一年来的发展和探索,顺丰医药已实现‘仓干配’一体化。目前,顺丰已开通广州-厦门-上海的医药冷链干线,服务范围覆盖佛山、东莞、中山、深圳、惠州、漳州、泉州。”

与此同时,有媒体报道称,近日顺丰已经接连挖走了国药集团医药物流方面的负责人以及广州国控相关的管理人士。

4月30日,南方都市报则详细披露了顺丰的“诚意”:在冷藏车发展方面,顺丰已投入运行的冷藏车近百辆,配备医药温控箱500多个,在配送过程可实时进行温度监控,而且顺丰还为此专门研发了一系列一次性泡沫包装以及可回收的中转箱,在保障快件运输安全的同时实现了温度控制。

而快递行业除了顺丰、菜鸟网络,还有德邦、新邦等快运公司也在介入药品配送。不过,它们主要是做常温药品城市配送,血液制品、疫苗等必须冷链的药物则未见涉及。

从这几年的趋势看,第三方医药物流处于快速发展时期,国家也在密集批复第三方医药物流企业落地,如山东的大舜医药物流、四川的成都医药、云南的昊邦医药。

这些企业扎堆医药物流领域,与未来相当可观的市场前景不无关系。今年4月以来,有报道称,业界最期待的医药电商政策利好《互联网食品药品经营监督管理办法》(下称《办法》)目前已经制定完毕。在国家力推“互联网+”战略东风吹拂下,该政策有望加速落地。《办法》中关于处方药解禁、配送条件放宽等具体细则一旦出炉,医药电商黄金时代或将随之而至。有业内人士预测,一旦网售处方药放开,或将有价值3000亿元的



的处方药登陆线上销售。

“新老势力”各有各的烦恼

据不完全统计,截至目前,我国的药品批发企业有1.65万家,零售企业有14万家。然而,95%以上的相关企业都是中小规模的企业。

对于这一现状背后的原因,卓创资讯医药行业分析师赵镇认为成本是一大影响因素,“医药物流的投建成本高,主要体现在运输配送投入的成本和仓库建设成本很高。”

在高昂的成本之下,医药物流领域少数龙头企业的现状也不容乐观。据悉,目前国内医药物流分销领军企业为国药、上药以及九州通,然而三家企业所占份额也分别仅占市场销售总额的3%-5%左右。

而在医药电商大潮、处方药放开预期下,这些企业又将面临怎样的命运呢?

赵镇对记者表示,九州通等本身就属医药流通企业,在上游药企资源、配送资质、经营经验等方面具备先天的优势,但其缺乏的则是“互联网基因”。“触网不易,医药流通企业的转型都面临着如何把传统优势资源与新技术、新模式结合,线上与线下结合的困惑”。

北京鼎臣医药咨询负责人史立臣则认为,九州通等企业的医药物流是B2B模式,是企业向医疗机构、药店供货,而电商物流是B2C,是需要企业把药品直接送到消费者手中,这一领域恰恰是其短板。

史立臣表示:“传统医药物流企业投建电商物流的成本会很高,而目前处方药网上销售的政策尚未落地,整个行业很难放量增长,盈利压力大。”

那么,作为医药物流企业的新兵,顺丰、菜鸟等快递企业又面临怎样的问题呢?

据记者了解,根据《关于加强互联网药品销售管理的通知》,医药电商物流配送需要符合《药品经营质量管理规范(GSP)》的有关要求,即要进行GSP认证。即便顺丰无需担心国家对第三方医药物流企业的信息技术、物流设备、营销管理等软硬件的要求。那么挡在顺丰前进路上的还有相关医药物流的配送资质认定。

“目前,医药电商的GSP证都是在省级食药监部门审批,顺丰等想做医药第三方配送的GSP牌照是否在省级食药监部门审批就可以全国通用?出了广东又如何认证?”一位不愿透露姓名的业内人士曾提出疑虑。

史立臣也认为,快递企业发展医药物流主要面临两大问题,其一是成本高、投入大,而行业并未放量,难以盈利;其二是快递企业在现有体系中组建医药物流很容易四不像,未必能轻易获得相关配送资质。

而在赵镇看来,专业的物流公司具有网点优势,然而市场增量却是有限的。“很多的药品流通仍控制在医药巨头手中。物流公司要入局医药物流,还是要经过竞合的方式和药企实现互利共赢。”

(臧允浩)

五粮液集团多元化发力:进军医药网贷 P2P



“不过,尽管医药行业需要足够的资金需求量来支持行业发展,但目前从国内外看,医疗医药行业P2P还处于摸索阶段。”一行业资深人士表示。

炙手可热的互联网金融又添一员。5月9日,五粮液集团借旗下企业宜宾制药打造的P2P平台——深圳万盈金融上线。

“该平台是国内为数不多的,将金融投资引向高新医药供应链的一站式理财服务平台。”宜宾制药董事长助理李卫诚在P2P平台发布仪式上说。

业内分析人士指出,这将有助于缓解长期困扰中国生物医药产业的“钱荒”问题。

但事实上,国内外医药医疗的P2P运作尚在摸索。据红象金融统计,截至目前有超过40家的上市公司涉足P2P领域。有行业资深人士表示,大型企业介入P2P领域是希望借助网贷平台完善其互联网金融生态系统,同时也对P2P平台起了增信作用。另有上市公司介入目的是借“触网”炒作股价。

宜宾制药进军 P2P 平台

5月9日,深圳万盈金融P2P平台宣布上线,这家平台由上海富田股权投资基金管理有限公司投资成立。去年7月,五粮液集团宜宾制药有限责任公司(下称宜宾制药)控股了该股权投资基金管理有限公司。

宜宾制药企业网站显示,这家老牌的医药企业成立于1969年。1997年由五粮液酒厂兼并,现是五粮液集团的核心企业之一。

媒体报道显示,截至去年6月30日,宜宾制药累计亏损5127.69万元,资产负债率达76.96%。

不过,正是因为背靠五粮液集团,亏损的宜宾制药依然大举进军P2P。《21世纪经济报道》记者注意到,在万盈金融平台上标着“100%本息保障、大型国有企业控股的投资机构,充分保障投资者本金及收益的安全”。目前,其发布的多个借款标的金额为10万元或20万元,期限为1至12月不等,年利率在10%到16.5%不等。

除了母公司是大型国企的出身,宜宾制药还拥有同门兄弟五粮液,“上市公司壳价值和具有影响力的品牌,这些关联性都能直接带来很多投资人。”P2P行业资深人士李卫诚对21世纪经济报道记者说。

实际上,进入P2P行业,宜宾制药并非首例。据红象金融统计,截至目前,已有40余家A股上市公司先后加入P2P行业,大部分会选择通过注资、增资的方式收购、入股P2P平台。

网贷天眼副总裁袁涛向记者分析,未来会有越来越多的大型国企,尤其是上市公司加入这个行业。有此相关背景的P2P平台有着相对严格的风控体系和强大的信用背书,无疑比其他大多数P2P平台安全性高。

在李卫看来,企业扎堆投入P2P网贷平

台,除了希望借助网贷平台完善自身互联网金融生态系统外,不排除很多上市公司借互联网金融概念炒作股价。

中天城投发布公告后,有两个交易日股价出现涨停,5个交易日的累计涨幅达35.95%;大金重工也在公告后5个交易日出现两次涨停,5个交易日的累计涨幅达到21.65%。

近日,多轮股份改名“匹匹匹”拟进军P2P行业备受争议。多轮股份实为房地产相关行业,尽管其声称要转型互联网金融,并获得控股股东授权使用“www.p2p.com”域名,但根据其对于监管层的回复显示,实际上该公司目前对上述设想完全处于“空转”阶段,并无任何实质性的动作。

但这并不影响多轮股份股价飙涨,从5月10日晚间多轮股份宣布更名后,第二日开始便在5月11日、12日连获两个涨停。

医药医疗行业 P2P 待摸索

与多轮股份“空中转体”不同的是,宜宾制药相关负责人表示,公司打算在P2P领域“大干一场”。

5月9日,宜宾制药董事长助理李卫诚指出万盈金融定位:“万盈金融将借助宜宾制药在医药行业里的整合资源,和富田基金专业的风控及产品能力,打造成国内为数不多将金融投资引向高新医药供应链的

一站式理财服务平台。”

万盈金融称,医药企业借款通常用于扩大再生产、购买新设备等日常运营支出,这保证了还款来源。

科技部中国技术发展战略研究院副院长王宏广曾预测,预计到2020年,整个生物经济产业将达到9万亿元,其中生物医药产业有5万亿元的产业潜力。而国内高新医药产业发展的资金缺口非常大。无疑,宜宾制药相中的显然是医药领域的资金缺口。

“不过,尽管医药行业需要足够的资金需求量来支持行业发展,但目前从国内外看,医疗医药行业P2P还处于摸索阶段。”一行业资深人士表示。

网贷天眼一位数据分析人士向记者提供的数据显示,P2P行业2014年全年规模约为3058亿元,2015年前四个月成交额估计在1200亿元左右,保守估计第一季度同比上涨13%左右,“2014年大概有超过六成的资金进入了房地产(包含工程款)及其相关的领域,医药医疗的利润较高,目前来看,还没有出现资金大范围进入的趋势。”

虽然医药医疗是片蓝海,但实际操作上亦有不同的问题。“以新药研发为例,其开发是个无底洞,周期设置很长,若超标很容易出现资金链断裂,投资者的风险会很大。一些平台很可能因为自身资金缺乏,开始较正规地发标,随后则做成一个自融平台了。”上述资深人士表示。

李卫也向记者指出一些行业“潜规则”,如将一些业务拆分成独立子公司就可以到平台融资,法律关系上仍属于上下游企业或者控股,只有一部分为民营。

袁涛介绍,目前医药P2P主要是以医院扩建、医疗器械购买等的标的为主。

据了解,医界贷2014年1月1日正式上线,是国内首个专注于医疗行业融资与理财的P2P平台,目前大多医药医疗行业的借款都是以地区性医院和医疗企业的资金装修改造为主,用于设备升级的占比不高,在整个P2P领域占比有限。

医购贷是中国第一家医疗设备产业链P2P平台,于2014年11月上线。医界贷网站信息显示,截至2015年3月27日,医界贷线上交易额突破8亿元。医购贷由国内三德医疗器械(南京)有限公司、远大伟业(香港)投资集团、九鼎医疗健康产业投资控股集团等九家医疗集团合力创建,主要是为解决医疗机构采购最新医疗设备所带来的资金缺口问题。

(朱萍)

联影医疗争做 高端医疗器械产业 排头兵

5月15日,上海联影医疗科技有限公司携全线20余款自主研发的高端医疗产品包括3.0T超导磁共振和128层CT,首次登陆第73届中国国际医疗器械(春季)博览会,并全盘展示四年来自研发的所有核心部件与核心技术。

联影医疗成立至今尽管只有4年,但成绩斐然:七大产品事业部拔地而起,与联影研究院交互并行;联影研发中心根植中国,辐射全球;17款自主研发的系统与软件产品全线铺开打入市场;2014年销售元年即收获近10亿订单,全线产品在全国装机数量逾数百台。曾经中国高端医疗设备行业外资企业一统天下的旧格局,已轰然崩裂。

《经济参考报》记者了解到,长期以来,我国公立医院大型医用设备市场一直被“GPS”三分天下,国产医用设备甚至连县级医院都很难进。“GPS”是大型医用设备界对通用电气(General Electric)、飞利浦(Philips)、西门子(Siemens)这三家跨国企业的简称。2014年6月5日,卫计委紧急发文,要求严格控制公立医院大型医用设备配置,引导医疗机逐步提高国产医用设备配置水平。联影医疗的业绩也就在相关政策支持下获得了巨大的成功。

科技部部长万钢到访联影医疗时一连用了三个“够品位”形容他的初印象——“我早就听说过联影,今天真正走进联影,第一感觉就是够品位;产品设计够品位、企业管理够品位、制度流程够品位!”

卫计委副主任、国务院医改办主任孙志刚赴联影医疗调研后对联影探索通过信息化手段,在省、县、乡镇分级建立区域影像中心,改善基层医疗服务能力工作给予了积极肯定。

更有中央领导提出,希望“联影医疗争做中国高端医疗器械产业的排头兵、弄潮儿”。

外界聚焦联影医疗的成功,更关注不太在媒体前抛头露面,却促成联影医疗崛起的关键人物薛敏。记者了解到,在此展会上,联影医疗除了展示产品外,其背后那位极富传奇色彩的“军师”薛敏也将站到台前。

“过去的一年,将成为中国医疗行业出现重大转折的标志年。”这句话出自近日薛敏写给联影医疗全体员工的一封信,信的末尾,他的头衔不再是大家所熟悉的联影首席顾问,而是联影董事长兼首席执行官。

薛敏对记者表示,国产品牌进军高端医疗设备行业,面对的不是零起点而是负起点,国内品牌的口碑都被“做烂了”。“很多国内企业并未打算在外资品牌一统天下的中国市场取胜,而仅求生——他们满足于以低质低价产品在低端市场分一杯羹,缺乏与国际一流试比肩的信仰和勇气,不求做强,但求生存;同时,伴随着这种卑微的求生心态,是以短期利益为导向的战略短视:他们在对短期利益的追逐中放弃了对自主创新的坚持,背离了曾经以自主创新突围的初衷。”他说。

联影医疗成立之初,创新战略便被定义为发展的两大核心战略之一。在联影医疗质量管理部总监看来,薛敏对创新的追求近乎狂热。他数次在行业论坛上强调指出,在高端医疗设备行业,一家公司的竞争力体现在是否能掌握核心技术。唯有掌握核心技术,才能真正摆脱山寨、摆脱低端追随,不再受制于人。

基于薛敏的创新理念,联影初团队逐渐明晰了他们所追求的“联影标准”:全线产品必须有至少两个“人无我有”的创新点,哪怕是属于普放的产品也必须创新,做精品!这一份对创新的“狂热”开始在整个联影强势蔓延,驱动研发团队不断挑战自身极限。由联影医疗七大事业部CEO组成的最高评审小组为所有即将贴上联影标识的产品制定了一个标准“阈值”:联影第一代产品必须通过自主创新达到世界一流软硬件技术水准,且全线产品必须有独特的创新亮点。

正是基于薛敏的创新理念,联影初研发团队终于在不断磨合和自我审视中摸清了前行的道路。在如此创新氛围下,一系列创新之举接连诞生:联影96环光导PET-CT以分辨率和扫描速度的双重突破填补国际空白,为世界首创;中国第一台自主研发的128层宽体探测器在联影医疗诞生,各项性能达到甚至超越国际尖端产品水准。

“联影医疗的核心竞争力是人才和平台。高端医疗设备行业不是简单的制造业,而是创新技术高度密集的高科技行业。如果没有相关背景的高技术人才,联影是做不成的。值得骄傲的是,联影这个平台已经吸引了很多海内外顶尖人才。此外,这么多产品线同时起步,我们搭建了硬件平台、软件平台、服务平台、产学研医协同创新平台。人才和平台缺一不可,否则联影也走不到我们想去的未来。”薛敏说。

(曾亮亮)