

# 药企不只卖药还卖肥料

贵州百灵进军生物肥料业,与云南白药、广药集团等合伍形成药企扩张产业链大军

本报记者 范思绮

今年10月,贵州百灵历时约两年、斥资近4亿的胶原蛋白保健饮品“爱透”投放市场。在保健食品的市场还未站稳,贵州百灵于2012年11月9日又出公告,宣布收购金圣方肥业公司,正式投身生物肥料业。

然而,此前声势浩大的宣传以及耗费巨资的代言似乎并没有让“爱透”一帆风顺地打入保健食品的市场,在面市后短短一个月的时间里,“爱透”胶原蛋白饮品饱受媒体与消费者等多方质疑。

## 多元化迷局

记者走访北京市各大商场,印有“要美丽,喝爱透”广告语的“爱透”胶原蛋白饮品均有销售。然而标价为每瓶10元上下的“爱透”胶原蛋白饮品似乎并不是大多数消费者的首选。记者观察发现,选购“爱透”胶原蛋白饮品的消费者并不多。

随后,记者拨通了贵州百灵行政部门的联系电话,董事会秘书牛先生就“爱透”胶原蛋白饮品目前的市场

销售业绩只字不提。而就贵州百灵是否欲走“多元化”发展道路,牛秘书也表示,“贵州百灵是传统医药企业,开发‘爱透’胶原蛋白饮品并非是百灵走‘多元化’,而是公司提倡的‘大健康’范畴的一部分。”

医药行业资深研究员周先生认为,药企走向保健食品市场是乃“自然趋势”,医药企业大都以保健品行业作为跨界“首选”,因为医药生产企业投身保健品行业具有“先天优势”,但因为保健品行业风险较高,不确定性较大,对跨界投身保健品行业的药企仍持“观望”姿态。

贵州百灵前进的步伐似乎并未因“爱透”不尽如人意的市场表现而受到影响。百灵“潇洒转身”,大手笔收购贵州金圣方肥业公司,将其业务范围扩展到微生物肥料上来。

“百灵每年有近2万吨的中药残渣,做垃圾填埋浪费资源,并且费时费力,而利用这些中药残渣来生产微生物肥料,不但可以‘变废为宝’、保护环境,还可以降低成本,提高效益。”贵州百灵董事会牛秘书向记者说明公司收购金圣方肥业公司的初衷。

“与贵州百灵之前进入快消品产业的选择相比,投身微生物制肥产业的决策更为明智。”长城战略咨询企业咨询部经理表示,利用企业自身生产而产生的废渣制造微生物肥料不但可以延伸下游产业链,生产出的微生物肥料还可以为上游的原材料种植服务,提高资源利用率,也符合当下发展循环经济,建设绿色生态企业的政策号召。

## “一体化”试验

尽管保健食品行业是现如今大多数药企的“不二之选”,但是“虚假宣传”的质疑仍令不少药企深陷窘境。跨界投资早已不是什么新鲜的话题,药企投身保健食品行业看似无可厚非,实则暗藏“玄机”。

“保健食品行业门槛较低,利润空间较大,加之受国家下调中成药药价政策的影响,成本上涨,药企欲开发新的利润增长点,于是纷纷选择了与药‘同源’且消费量较高、流通较快的保健食品行业。”上述马经理表示,尽管药品与食品有“同源性”,但是由于销售模式、分销渠道的差异,会给我

企业主营业务发展带来一定的压力和负担。加之市场开发、队伍建设的需要,很可能牵扯企业过多人力、物力、财力,或致痛失主营业务,往往得不偿失。

面对诸多的利益诱惑,企业往往会迷失自己的经营方向,专注主营业务是企业应该的“本能”。正略钧策合伙人艾宏图在接受记者采访时表示,很多企业在发展过程中没有做到足够专注,在没有形成业务的核心竞争力和优势竞争地位的情况下寻求“多元化”发展道路,分散了公司资源,中国企业应做到专注主营业务。

对于医药企业而言,选择“多元化”战略往往会导致资金流向,增加企业的经营风险,相比之下,选择“一体化”战略可能会减少风险,更利于企业日后的发展。“相比之下,选择纵向一体化的道路更加适合医药企业。”马经理再次表示,“纵向一体化战略的发展中心仍是主营业务,向上游延伸可以降低原料成本,向下游延伸可以提高资源利用率,上下游又可同时为主业服务,更利于主营业务的深入发展”。

# 高档中成药价格猛涨 发改委着手调控

本报记者 范思绮

11月初,发改委下发了《关于报送部分中成药成本价格等信息的通知》,收集中成药价格信息,为中成药价格评审工作提前做好相应准备。专家表示,中成药药价再次下调已成定局。调价在长期来看或已是常态。

广州白云山奇星药业有限公司党委书记、总经理李光亮坦言感受到了压力。“生产企业现在最大的问题就是价格。有关部门从宏观上认为还有降价空间,实际上就生产企业而言,降价空间其实已经很小。”李光亮说,一些微利产品成本价格倒挂的现象已出现了一段时间,药企的利润空间快到天花板了。“市场上出现了药材以次充好的现象,不过一些自身监管较严格的企业还能坚守底线”。

为了应对利润空间的压缩,李光亮透露,“公司已调整重点出口市场,将主要精力放在新兴市场,如越南、印尼、俄罗斯、白俄罗斯、乌克兰、土耳其、南非等国家和地区。”

## 消费者质疑:降价何在?

自2005年发改委首次下调药价以来,八年的时间里,药品价格的下调不下数十次。随着中国医疗体制改革的不断向前推进,“降低药价、优惠群众”的呼声也是越来越高。此次计划降价所涉及的抗肿瘤、免疫和血液系统类等药品都属于高价位药品,业内人士坦言,此次降价可以减轻患者相当一部分的负担。

然而,面对如此“有诚意”的“降价令”,消费者的反应似乎有些过于冷静了。“降药价的事听得太多了,可是真正降下来的就太少了。”正在北京市朝阳区望京社区卫生服务中心排队就医的李女士如是表达自己冷静面对“降价令”的原因,“最初听说要降药价,我们还是很兴奋的,可是听得多,见得少,心里难免有些失落。”

记者在走访中了解到,像李女士一样,“从欣喜到平静,从平静再到质疑”的消费者不在少数,消费者似乎已经对这样的一个“重大利好”不怎么“感冒”了。浏览有关“药价下调”的论坛以及跟帖,网友的反应也是质疑声居多,大部分网友认为药品降价普通公众得不到太多实惠。

随后,记者拨通国家发改委新闻

发改委历次下调中成药价格一览表

调价日期	调价项目	平均降幅
2004年6月	下调24种抗感染类药品最高零售价,400多个剂型规格	30%
2005年10月	下调22种常用药品最高零售价,涉及200多个剂型规格	超过40%
2006年3月	下调130多种西药以及涉及30多种中成药价格	发改委首次下调中成药价格
2006年6月	下调阿司匹林等67种抗肿瘤药品最高零售价,涉及300多个剂型规格	23%
2006年8月	下调99种抗微生物药品最高零售价,涉及400多个剂型规格	30%
2006年11月	下调32种中成药肿瘤用药最高零售价,涉及100多个剂型规格	14.5%
2007年1月	下调10类354种心脑血管类药品最高零售价	20%
2007年3月15日	下调278种中成药内科用药最高零售价,涉及1000多个剂型规格	15%
2010年12月12日	下调17种抗生素、心脑血管以及头孢曲松等部分单独定价药品的最高零售价格	19%
2011年3月	下调162种抗生素和循环系统类药品最高零售价,涉及1300多个剂型规格	21%
2011年9月	下调82种激素、调节内分泌类和神经系统类药品最高零售价,涉及400个剂型规格	14%
2011年12月12日	下调部分抗生素、心脑血管类药品最高零售价	19%
2012年5月1日	下调53种消化系统类药品最高零售价,涉及300多个剂型规格	17%
2012年10月8日	下调95种抗肿瘤、免疫和血液系统类药品最高零售价,涉及200多个剂型规格	17%

王利博制图

办的电话欲了解关于此次中成药降价的相关信息,则被告知“相关政策还未敲定,传闻实属‘捕风捉影’,一切以国家发改委主页公布信息为准”。

北京市朝阳区一家中药铺的工作人员告诉记者,从2009年到2011年,在这三年的时间里,中药材价格平均上涨了两倍多。像是三七,现在已经涨至每公斤600元以上。

中成药企业可谓是“有苦说不出”,原材料成本上涨给企业的生产带来了空前的压力,然而面对发改委的“降价令”又无法“置之不理”。为了“不做赔本生意”,一些物美价廉的常用中成药已经下架。

“药品是对价格最敏感的,降价对药品销售的影响是一定的。”北京

同仁堂商业投资发展有限公司宣传办刘主任肯定了“降价令”对药企的影响,但当记者追问具体销售影响时,刘主任以“无权接受采访”为由,拒绝了记者的要求。

“发改委下调中成药价格使得本就利润有限的中成药企业利润变得更薄,为了能够控制成本,相当一部分企业选择了‘规避’降价。将‘降价令’上的药品下架,或是‘改名换姓’,或是增减原料,再重新包装上架,以维持利润。”工信部研究院吴维海表示。

“发改委下调药价,初衷在于压缩‘灰色利润’空间,从而方便百姓,惠及群众。”吴维海认为,降价初衷遭到“篡改”,是“降价令”难以落实的关键。

## “降价令”初衷难以落实

“中成药降价,难度较大,主要是由于近年来生产成本上涨幅度过大导致的。”深圳某证券研究所研究员对中成药降价的实施效果略表担忧。根据2010年中国药材市场统计数据,仅2010年全年,8成中药材涨价,平均涨幅已达109%,近三成涨幅过半。其中人们所熟知的冬虫夏草的

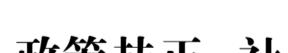
价格已经堪比黄金,而太子参、三七、金银花、党参的涨幅也相继创下历史新高。

北京市朝阳区一家中药铺的工作人员告诉记者,从2009年到2011年,在这三年的时间里,中药材价格平均上涨了两倍多。像是三七,现在已经涨至每公斤600元以上。

中成药企业可谓是“有苦说不出”,原材料成本上涨给企业的生产带来了空前的压力,然而面对发改委的“降价令”又无法“置之不理”。为了“不做赔本生意”,一些物美价廉的常用中成药已经下架。

“药品是对价格最敏感的,降价对药品销售的影响是一定的。”北京

## 延伸



## 政策扶正 社会资本松绑

态,社会资本允许进入公立医院重组,加上对实验室建设也提出更高的要求,医改的重点将从过往注重医药分离、医药控费的改革,逐步转移到医药、医检双轨并重的改革路向。

“第三方医学实验室是医疗服务控保质,解决‘看病难看病贵’的可靠途径”。美国病理执业医师李洪波博士表示,通过第三方医学实验室可以有效地规避医院在实验室设备、软件、人员等方面高额投资,同时极大地提高对病症的诊断精准度;对于三甲医院来说,有些检验项目对设备、人员要求高,投入大,单家医院由于样本量有

限,投入巨资、装备齐全的实验室又浪费了大量的医疗资源,第三方医学检验机构则可以集中承接和外包这些项目,节省了投入,同时提高专业化水平和规模效益。

对于“社会资本松绑”,金域检验董事长梁耀铭表现得很激动。“这是政策文件首次明确对社会资本参与医疗体系做‘扶正’表态,令民营医疗机构顿觉扬眉吐气。当前政策为社会资本参与公共医疗体系提供支持依据,第三方医检的扩张步伐将有望进一步加快,当前行业的复合增长率还将有进一步提升的空间。”

前沿

# 百亿巨资拼杀央视招标

“

根据央视数据显示,今年参加竞标企业共251家,排在前三位的行业分别是食品饮料、家用电器、金融,增长较快的行业还有汽车、酒类、旅游等。大企业大品牌不计其数,新企业新力量也成蓄势待发之势。

行业中标分布(万元)

排名	行业	行业总额	行业占比
1	酒业	420804	31.4%
2	饮料	191870	14.3%
3	家电	109273	8.2%
4	食品	98108	7.3%
5	交通	88342	6.6%
6	金融保险	79841	6.0%
7	IT网络	59123	4.4%
8	商超	50664	3.8%
9	日化	41291	3.1%
10	药业	30907	2.3%
11	通讯	26353	2.0%
12	食用油	25199	1.9%
13	保健食品	17570	1.3%
14	服饰	16559	1.2%
15	乳业	11445	0.9%
16	建材家装	10348	0.8%
17	工程机械	10084	0.8%
18	能源	7020	0.5%
19	旅游	4104	0.3%
20	其他	39229	2.9%
总计		1338134	100.0%

本报记者 范思绮

2012年11月18日,素有“中国市场风向标”、“中国经济晴雨表”之称的央视广告招标正式开槌竞购。

不负“汇聚力量,成就梦想”的期望,在中国经济阵痛转型的艰难时期,央视广告招标依然“热度不减,风采依旧”。经过了13个小时的激烈角逐,本次招标最终招标总额达到了158.8134亿元,比去年增长16.2377亿元,增幅11.39%,再创央视招标历史新高,并高于中国经济增速近50%(前三季度中国GDP增速为7.7%)。

## 汇源“先发制人”夺“失地”

央视广告招标刚刚拉开帷幕,一记重磅随即抛出:在第一轮暗标投标的过程中,汇源“先声夺人”“拔得头筹”,以3.39亿元独家冠名《星光大道(超级版)》。中国汇源果汁集团党委书记、常务副总裁赵金林对此“不以为意”,称以3.39亿投得《星光大道(超级版)》的独家冠名权与此前预期相差不大。

据悉,今年红得一塌糊涂的《中国好声音》的独家冠名权曾经也是汇源计划的“盘中餐”,汇源1.99亿元的竞标价“一步之差”惜败加多宝。赵金林坦言,相对《中国好声音》这样一个季度性的节目来说,《星光大道(超级版)》是年度“盛宴”,并且知名度、影响力亦不在《中国好声音》之下,以3.39亿元拍下《星光大道(超级版)》的独家冠名权,真的是“物超所值”。

(下转第十二版)

# 塑化剂击中“酒鬼” 上市白酒股价全线下挫

本报记者 陈青松

11月19日,继台湾塑化剂事件之后,酒鬼酒被曝检测出塑化剂含量超标高达260%,再次引发行业地震。

随即酒鬼酒发布临时停牌公告。公告主要内容为:因媒体报道了酒鬼酒股份有限公司尚未披露的信息,经公司申请,本所于2012年11月19日开市起对公司股票(证券代码:000799)进行临时停牌,待公司刊登相关公告后复牌。

此前,有媒体在酒鬼酒实际控制人中糖集团的子公司北京中糖酒类有限公司购买了438元/瓶的酒鬼酒,并送上海天祥质量技术服务有限公司进行检测。

检测报告显示,酒鬼酒中的塑化剂DBP明显超标,超标达260%。也就意味着,酒鬼酒已经威胁到人体安全。

记者了解到,自酒鬼酒身陷塑化剂丑闻后,市场上已经有消费者要求退货。在酒鬼酒本土市场、湖南长沙的多家超市,相关负责人表示,目前还没有接到将酒鬼酒下架的通知。《中国企业报》记者致电酒鬼酒万家红销售有限公司,相关负责人告知酒鬼酒目前并没有出台对应政策。

经过辗转,记者联系上该公司湖南区域负责人。但该负责人却对记者表示,“我只负责酒鬼酒的另外系列。被曝光的那个系列的酒鬼酒我不负责。”

随后记者联系酒鬼酒公司董秘处,相关负责人告诉记者“长沙有专门负责解释此事的白总”,但记者给“白总”打电话,电话却一直无人接听。

(