

新闻速递&gt;&gt;&gt;

金华  
医药工业连续七年快速增长

本报讯 据统计,2004年金华市医药工业完成总产值53.89亿元,同比增长21.6%;完成销售收入58.1亿元,同比增长34.43%;产品出口交货值11.28亿元,同比增长26.25%;实现利税总额8.55亿元,同比增长14.14%。据悉,这已是该市医药工业连续第七个年头保持快速增长,年均增长率在20%以上。

7年来,金华市医药行业不断加大科技投入,累计技改投入17亿元,科研投入6亿元,先后建立了中央药物研究所和手性药物研究中心等7家省级以上药物研发中心。康恩贝、尖峰药业、康裕药业等17家企业成为省级或国家级高新技术企业。

金华市医药行业不断调整产品结构,目前原料药与制剂的比重为2:8。同时,企业还积极开发高附加值产品,着力培育品牌产品,截至2004年12月,全市单品种销售额超过5000万元的有17个,超亿元的有6个,有浙江省名牌产品15个。(水金堂 汪敏燕)

南京  
招标采购将采用新办法

本报讯 南京市物价局日前发出通知,根据新出台的《江苏省集中招标采购药品及收费管理暂行办法》,今后全市药品集中招标将采用新规则。新办法将促使药品招标采购更加规范化,中标药品的价格有望进一步降低。

据物价部门介绍,从今年开始,南京市药品招标将改变过去物价部门“倒扣作价”的办法,而是由医疗机构直接“顺加作价”,即以中标价为基础顺加规定的差价率确定中标药品零售价格。具体的作价公式为:中标药品零售价格=中标价×(1+差价率)。医疗机构根据该公式自主核定中标药品的零售价后,报给物价部门备案。

在此次公布的中标药品差价率中,中标价越低的差价率越高,中标价越高的差价率越低,最高的为单个品种中标价在10元以下的药品,差价率为38%,而最低的是单个品种中标价在500元以上的药品,差价率仅为18%。对此,物价部门解释,这是为了鼓励医疗机构多使用价格便宜的药品,不至于因为流转费用过高、利润过少而摒弃低价药。此前省物价局曾对省直属11家医疗机构现行中标药品价格调查显示,采用新的作价办法后,中标药品的价格有望平均再降10%以上。

(石小磊)

## 2005年医药行业两大任务——

## 加快国际化步伐 锻造核心竞争力

文/中国医药企业管理协会常务副会长 于明德

## 医药行业呈现三大特征

销售平稳增长 利润增幅骤降  
1.药品销售收入3476.15亿元,比上年同期增长17.44%,比近五年平均增幅下降1个百分点。  
2.实现利润总额306.37亿元,比上年同期增长11.74%,比近五年平均增幅下降17个百分点。  
3.全国工业企业销售利润率平均8.81%,比上年下降0.44个百分点;全国资产负债率平均52.78%,比上年降低1.15个百分点。  
4.亏损企业数量1136户,占生产企业总数的22.6%(统计口径5014户);亏损企业亏损金额33.15亿元,比上年同期增长27%。  
山东增长最快 河北受创严重  
31个省、市、自治区中销售增长的有30个,其中增幅最大的为山东省;31个省、市、自治区中利润增长的有24个,下降的为7个,下降幅度最大的为河北省,但无汇总亏损省。

## 政策影响企业沉浮

抗生素降价 对抗生素生产大省影响很大。  
对基础抗生素的强制性降价,极大地影响了一批以抗生素生产为主的大型国有企业集团。这些企业生产虽然大幅度增长,但效益却一落千丈。华药、石药、新华、鲁抗、哈药都在困境中拼搏,有的出现了近四十年来的首亏。  
扬子江药业以80亿元的销售额和8亿多元利润双居行业榜首,销售利润率也高于全国平均水平。这其中值得学习的经验可能是多方面的,但最重要的一条就是“因企制宜、营销创新”。扬子江药业的成功再一次印证了“凡是成功的企业必须与众不同”这一真理。成功企业各有各的秘诀,没有一个普遍适用的成功模式,最符合本企业情况的模式就是最适用的,当然就是最有希望获得成功的。

2004年,许多企业都在抱怨“招标采购”带来的痛苦,都在质疑“政府定价”对解决价格虚高的实效性,但是艰难的日子还要一天天过,2005年是否会雨过天晴,前景并不乐观。药品生产经营的大环境变化不会太大,诸多积弊也不可能一扫而光,我们必须有克服困难的多种准备。

## 今年行业两大任务

2005年,医药行业可能遇到两个方面的困难:  
一是由于汇率的浮动和印度制药业的强有力竞争,我国医药企业出口的难度会加大,依靠出口大幅增长能多大程度消化国内过剩的生产能力还是未知数。国内市场愈来愈拥挤,出口难度不断增大,我们必须另辟蹊径。  
二是虽然国内药品消费水平迅速提高,但由于严格置于政府定价下的医疗保险范围内的消费仍处支配地位,在没有出台更好的降低人民群众用药负担的改革措施前,降价可能依然会继续。由于绝大多数医药企业还没有走上“仿创结合”的康庄大道,因此,一哄而上的仿制生产导致的恶性降价,2005年还会继续下去。产品结构和产业结构调整道路还很漫长,所以还要做好与困难长期作战的准备。

今年医药行业主要应做好以下两项工作。  
加快国际化步伐  
鉴于我国以非专利药生产和消费为主的局面近年不会改变;GMP改造过后,生产能力过剩的局面更为严重;占世界药品消费总量88%的欧、美、日三大市场对中国的化学原料药及制剂、中药提取物、合同研发等多方面的需求日益增长,我们靠低水平扩张,恶性降价已难有出路,那么“走出去”就是

一个明智的选择。

不同时期的国际化有不同的内容,当前除了人和产品“走出去”外,最关键的也是最有希望的,是资本走出去。

从参资入股国外医药生产企业入手,实现在欧、美、日国家的本土化生产,规避贸易摩擦,跻身主导市场。这是印度同行走过的成功之路,也是我们可以借鉴的非常现实的国际化发展之路。

改革开放二十多年来,在人与产品的国际化方面我们已经有过成功的实践。但是,在经济全球化新形势下,对资本走出去我们还比较陌生,风险巨大,利润丰厚,造成决策的困难。“以贸促资”、“先掺后控”与“产业上下游伙伴交叉持股”等探索都是可行的。海尔集团、TCL集团以及中国华源集团等一批企业已经有了成功的实践,值得学习和借鉴。路有千条,不管走那一条,国际化面临的首要问题是培养和锻炼企业的诉讼能力。事事有律师,寸步不离法律,这是国内企业走国际化道路的必修课。

锻造企业核心竞争力

以利润最大化为终极目标的企业管理,对企业核心竞争力有两方面要求:一是在近期尚不能改变以非专利仿制药为主的产品结构时,我们的目标是同品种成本最低,同品种市场份额最大;二是在远期企业已经走上“仿创结合”之路的时候,我们的目标是建立差异化的竞争优势,不论是产品创新、技术创新和管理创新,总要与与众不同。创建任何一方面的特色优势都是竞争力!我们必须清醒地认识到,不可能永远依靠“中国制造”扩大出口,资源压力、环境压力甚至一些非经济因素的压力与日俱增。我们要逐步从“中国制造”向“中国创造”转变,医药企业的“仿创结合”发展战略,正是符合这一转变的正确选择。

竞争力不是规划出来的而是实践打拼出来的,培育企业核心竞争力应围绕四项重点工作展开:一是仿创结合,大力发展非专利药;二是大力推进中药现代化;三是以降费增效为目标,实现医药流通现代化;四是创造条件“走出去”。

医药企业锻造核心竞争力主要是面对经济全球化的新形势如何与国际强手竞争。所以,我们必须以新视角来培育竞争力,以新标准来衡量竞争力。

我们要通过优势互补的联合、兼并初步实现规模经营,要建立通畅的国内和国外融资渠道,把企业的血管与内、外资本市场搭接起来,以产业发展为基础,以资产经营与资本增值为重点,实现“两手抓”。只有资本实力强大,我们才能抗击强手,才能赢得起也亏得起,在市场风浪中站稳脚跟。

技术开发能力是企业生命力所在,它既包含原创药的研发,也包括“仿创结合”战略中的再创新,而近年来对大多数企业而言更为实际的是后者,如地塞米松、洛伐他汀、氧氟沙星等产品的技术创新使我们成为世界强者,也带来了大量的“转移生产”的订单。这当然是企业的核心竞争力。

市场控制力是竞争力的重要体现,在中国这样一个非专利制药大国中,同样的药品,营销能力的差异往往是决定企业成败的首要因素。同样是银杏叶片,同样是氧氟沙星,营销有特色、能力强的企业一年可以卖几亿元,而能力差的企业却一筹莫展。因此我们不能不承认,营销有特色的企业有较强的市场控制力。这同样也是企业的核心竞争力。

器械卫材形势看好 原料药生产困难重重