

产业透视 &gt;&gt;&gt;

# 增销不增效方面扩大 医药商业如何走出困境

文/张晓军

近几年,医药商业企业销售额逐年增长,但却“增销不增效”,连续几年行业利润率都低于1%。由于获利空间不断下降,一些老牌医药商业企业已不堪重负,濒于破产。研究表明,遵照现代物流规律重新打造医药商业,加速行业整合,将有助于行业实现“降费增效”。

## 行业面临三大尴尬

通过深入调查发现,当前医药商业行业存在三大尴尬:增销不增效、降费难、腰鼓型组织。

### 一、医药商业行业身陷“量增利减”困局

据中国医药商业协会统计,近两年,医药商业购销总体上呈现增长态势,每年增幅都在10%以上,但是商业企业效益难以乐观,医药商业进入微利时代。

以排名全国医药销售额第六位的山东省为例,2004年全省医药商业完成商品销售收入净额972.3亿元,同比增长10.28%,亏损1.3亿元,比上年增加5400万元。17个地级市中,有14个市及省属企业出现较大幅度亏损。从亏损面来看,山东省统计的131家企业中有87家亏损,亏损面66.4%,亏损额1.7亿元,比上年增亏6500万元。不少企业陷入非常困难的境地。

近年来,医药商业一直在走下坡路,一个基本特征是毛利率“屡往低处走”。山东省经贸委医药处副处长张新明介绍,上世纪90年代医药商业企业的毛利率一般为17%~18%,利润率可达7%~8%,最高时纯利达10%,全省药品批发企业实现利润2亿元,利润在两三千万的企业有好几家。随着市场的逐步放开,毛利率也逐步降低,现在只有5%~8%,甚至还要低。

据业内人士介绍,国家制定的药品零售价由生产环节的成本、税金、利润率加上流通环节大约35%的综合差利构成,这一差利由医院和医药商业企业分享。商业企业的批零差利是基本固定的,就是在出厂价的基础上顺加19%,但这19%是不能保证的,为了在激烈竞争中抢得一杯羹,商业企业往往要把10%让利给医院,自己仅留9%,加上其它形式的价格折让,医院所得实际上超过零售价的30%,商业企业只能拿到5%~8%。

二、“利减”压力反遭遇“降费刚性”  
在与医院的利益博弈中,商业企业步步退缩,利润空间不断下降。由毛利降低带来的压力,股份制、私营等新兴市场主体尚能支撑,而转制步伐太慢、费用率居高不下的国企颓然不支,纷纷倒闭。

2003年3月完成重组的潍坊海王医药公司获得了飞速发展,销售额近两年连续翻番,2004年完成销售收入达22.3亿元,比上年同期增长83.1%,盈利3387万元,增长102.26%,已成长为山东医药商业领域的领军企业。而作为山东最大国有医药商业企业的山东省医药集团,去年的销售额是23亿元,与潍坊海王(26.1亿元)差不多,而销售收入仅完成13亿元,同比下降34.47%,亏损3119万元。

山东省医药集团业务处处长耿告诉记者,两家企业完成的销售额差不多,但医药集团4000多人,而潍坊海王只有700多人,管理成本、人员成本、盈利模式相差很大。先河新药开发公司山东地区经理任沧说,同样是1个亿的销售额,国企是六七百人来做,而民营企业只要30个人就完全可以做到,甚至更少。

曾经占济南市场75%份额的济南医药采购供应站党委书记孙政军也抱怨,在毛利越来越低的情况下,降费增效是医药商业企业逃生的主要途径,然而工资、贷款利息、水电费、通讯费、招待费等费用支出是刚性的,每年费用开支大约在5000万元,下降空间有限,费用降不下来就只有亏损。2004年,济南医药站亏损800多万元,与此同时,其躯体上却生长出20多家原有职工开的新公司。

三、小、多、散、乱的“腰鼓”型行业组织体系  
流通领域小、多、散、乱的问题一直没有得到有效解决,中国人民大学李宪法将这种规模小、数量多、数量多,效益差的行业组织体系称为“鼓”。

现在没有人能说清楚济南市有多少家医药商业企业,只是“估计有200多家”。山东省经贸委也只是掌握国有及股份制药批企业的数据库,对近几年涌现的个体私营企业基本没有统计。这些被业内视为“散兵游勇”的个体私营企业多是原国有商业企业的业务骨干及药厂的医药代表所开,他们在医药分销业向国内资本开放之前,以挂靠国企上交管理费生存,称为“分公司”,分公司下面还有“孙公司”,子子孙孙,无从计数。

而在这成千上万的药品批发企业中,90%是小型企业,企业集约度低、利润率低、管理效能低,行业素质整体不高。如此多渠道、多环节的流通模式,在近几年国家政策性、体制性“壁垒”前暴露出了种种问题,亏损也就成为必然趋势。

## 五大因素制约发展

部分专家及企业界人士分析认为,医药商业企业效益连年下滑主要受以下因素影

响:

其一,药品集中招标采购政策的实施以及医疗机构“以药养医”机制的存在。目前在医院的收入构成中,财政拨款越来越少,药品收入占比渐渐提升,而且越小的医院药品收入比例越高,省级医院约占50%,县级医院占到60%~70%。为了自身发展,医院必然在加大药品收入上做文章,拼命压低药品进价,扩大自己的利润空间。我国药品零售主渠道是国有医疗机构,他们垄断了药品市场80%的份额。为了在竞争中胜出,“药批企业不是比服务,而是比价格”。在一家有商业企业做过10年销售主管的徐经理认为,药品集中招标采购恰恰提供了一个价格折扣比拼的平台,在竞标时互相压价,使流通企业拿到的差利越来越低。以前药批企业对医院供货在批发价的基础上给予九八或九五的折扣让利,现在已降到八五折、七折甚至六折。

其二,日益加快的市场整合使固守一地的企业利润空间受到挤压。1995年以前,医药商业企业经营的地域性特征比较明显,划地而治。随着市场的放开,一些“先知先觉”的企业不再满足于在原来的“一亩三分地”创食,开始业务扩张,在全国拓展自己的地盘。而抢占其他企业的市场份额,价格竞争无疑是最简单的方式。在扩张“飞地”的同时,一些具备了一定实力的企业开始了“大鱼吃小鱼”的并购之旅,规模化经营提高了市场占有率、市场控制力,产生了规模效益,有了更大的降价竞争的空间。

其三,“药厂”一步到终端”的模式瓜分了流通环节的利润。生产企业抢食药品销售市场,引发了更为激烈的市场竞争。有些药厂以某种新药“做临床”为由,直接给医院供货,实现生产、流通两个环节的利润“通吃”,而药批企业只能作壁上观。孙政军对此深有感触:“集中招标采购时,药厂可以和商业企业站在同一条线上投标,既有货源优势,又有价格优势,造成商业企业功能的弱化。”

其四,医药商业企业多、散、乱的局面未根本扭转。据介绍,美国医药商业企业毛利率大约为3%,比我国还低,但其集中度比较高,销售额大,费用率低,因此获利能力强。美国的药品交易额为每年2000亿~3000亿美元,其中排名前五位的企业就占到市场份额的90%。目前我国药品年交易额在2000亿元人民币左右,是美国的1/10,药品批发企业却上万家公司。由于规模小,仓储、运输等费用高,单位销售额的成本居高不下。由于僧多粥少,医药商业企业只能不断削减自己的毛利率,以保持市场份额。

其五,现代物流模式尚未形成,物流成

本居高不下。医药商业企业要发展就必须遵照现代物流规律。我国目前的医药物流企业采用的是仓库、车辆和人员的堆积方式,实现以人工为主的商品储运,管理效率不高,流通方式落后,因此面对更大的商品吞吐,效率、速度、准确与成本等因素对发展造成影响。据统计,目前国内医药商业的平均物流成本占销售额的10%以上,而美国医药批发商仅为2.6%。

从2004年12月开始,我国对外资开放医药分销市场,医药分销业进入国际化竞争时代。虽然短期内由于国外企业对国内医药流通领域不了解,并没有像预期的那样大规模进入,但并不代表外资没有看好这个市场,只是在等待时机。如果国内医药商业企业不抓住这一时机迅速发展壮大,今后的日子就更难了。

## 发展现代物流是关键

李宪法认为,目前的药品流通体系已不再适应市场经济的要求,对其修修补补不能从根本上解决问题,必须彻底改革,构建符合市场经济要求的药品流通体系。深化医药流通体制改革,首要的是把“腰鼓”变成“哑铃”,通过市场自由竞争及行政手段,完成药品流通体系的“瘦身”。

业内专家指出,从政府层面来讲,应从政策上对医药商业企业各种形式的兼并、重组、联合加以支持和引导。目前流通领域山头林立,存在盲目投资和重复建设问题。GSP认证作为一种行政手段,已将上千家药品批发企业淘汰出局,推动了医药商业企业整体素质的提高。但医药商业要健康发展,仍需国家实施正确、有效的引导和调控。山东省经贸委医药处副处长张新明认为,为发展医药现代物流业,政府还应该加快中心城市物流的基础建设,提高中心城市业务聚集度和服务水平,有效实现医药流通渠道的扁平化,解决配送半径和配送成本过大的问题。

专家指出,从企业层面来讲,医药商业实质上是一个分销总通道,所有医药商业企业可视为一个大的物流企业。业内人士认为,我国现有的医药流通企业在规模化、营销地区全国化、流通技术和设备科学化、经营行为规范化等方面,同欧美发达国家相比还有很大差距。因此,要抓住机会进行各种形式的联合、兼并、重组,发展超大规模的医药物流企业。可以采取供应链管理模式,以物流中心为平台,与制造商和药品零售商等下游企业建立起一套完整的供应系统,形成相对稳定的产销联盟,提高药品分销效率,降低成本。

新闻速递 &gt;&gt;&gt;

## 黑龙江

### 七成药品参加集中招标采购

据新华社电,今年以来,黑龙江继续加强对药品和医用耗材集中招标采购的监管,规范招标采购行为,取得成效。

据了解,今年黑龙江省采取了扩大招标采购覆盖面和药品品种及数量的措施,简化了招标采购程序,积极探索网上招标采购的办法,提高了招标的集中度和规模效益,规范了招标采购行为,遏制了药品和医用耗材价格的不合理增长。上半年,黑龙江有600家医疗机构(含全部二级以上医疗机构352家)参加了药品集中招标采购,采购金额达14.75亿元,占用药总金额的76.41%,让利患者2.51亿元。

## 银川医药业

### 奠定宁夏药业擎天柱地位

本报讯,据宁夏银川市统计局提供的数据显示,去年银川市医药工业实现产品销售收入6.08亿元,占宁夏回族自治区医药工业产品销售收入的比重为98.0%;实现利润总额近亿元,占全区的比重达98.9%。

据专家介绍,近年来,银川市适时出台了《加快医药产业发展的意见》,着力优化投资环境,为医药工业的发展提供了宽松的政策环境。宁夏中药材品种过千种,同时在能源、农副产品、特种养殖资源、人力资源和气候资源等方面也具有明显优势,为银川市医药工业发展提供了良好的资源基础。技术改造项目和新建项目的建设也成为银川医药工业新的增长点,近一年来银川市先后有启元药业、沙赛药业、多维药业、博尔泰力药业、龙凤药业等企业的近20个车间通过了GMP认证。(方海鹰)

## 云南

### 灯盏花产业发展提速

据新华社电,近来,一度受发展瓶颈制约的云南灯盏花产业从原料种植到剂型加工都取得突破性进展,步入快速发展车道。

灯盏花是目前治疗闭塞性脑血管疾病和脑溢血后遗症的有效天然药物,灯盏花类药品已被列入国家重点发展的中草药品种和中医院治疗心脑血管疾病临床必备急救药品。云南省为了充分利用当地灯盏花资源优势,将灯盏花列为重点发展的“五大系列药物”进行扶持。

云南泸西县近年来加大了人工种植面积,去年底泸西县灯盏花GAP基地已通过国家认证,成为全国第一家通过认证的灯盏花种植地区。此外,云南生物谷灯盏花药业有限公司实施的灯盏花生物开发和医药GMP改造项目日前竣工并通过验收。这一项目的建成投产,实现了灯盏花资源从原料提取到剂型加工的产业化生产,提升了灯盏花药业制造水平。按照发展战略,明年全县将种植灯盏花5000亩至6000亩,2007年争取发展到1万亩,用3至5年的时间发展到5万亩。

## 诺华制药

### 有意收购凯龙全部股份

据新华社电,由于预期感冒疫苗的需求将在未来10年大幅增长,瑞士诺华制药公司日前表示,公司已向美国凯龙(Chiron)实验室董事会提出了45亿美元的收购提案,欲购买凯龙公司剩余的58%的股份。诺华公司目前已经拥有凯龙42%的股份。

凯龙公司擅长生物技术制药,是全球第二大感冒疫苗生产商。诺华方面说,公司是在凯龙董事会独立董事的同意下提出这项建议的,如果凯龙成为诺华集团的全资子公司,诺华更能帮助凯龙克服财务基本问题。

诺华集团发言人还说,对于凯龙公司、公司雇员和股东以及依靠凯龙产品的病患而言,收购是最佳的选择。凯龙公司表示已经接到了诺华公司的出价方案,将交给董事会评估。

# 我国医疗器械及设备出口快速增长

文/中国医药保健品进出口商会 曹钢

2005年上半年,我国医疗器械及设备出口继续快速增长,出口额达16.32亿美元,同比增长33.71%,增幅比去年同期下降了2.75个百分点,占同期医药保健品出口总额的22.36%,是仅次于西药原料药出口的第二大类产品。从贸易方式上看,进料加工贸易方式占49.94%,一般贸易方式占39.55%,其他贸易方式占10.51%。总的来看,上半年我国医疗器械及设备出口呈现以下特点:

## 外资和合资企业是出口主力军

今年上半年,全国共有5491家企业经营97种(类)医疗器械及设备出口到192个国家和地区,出口该类商品排名前50位企业的出口额占该类商品出口总额的44.74%,集中度较高,出口已成为促进我国医疗器械及设备行业持续增长的重要动力。虽然医疗器械及设备出口市场在不断扩大,但国产医疗器械生产企业的产品一般技术含量较低,竞争能力让人担忧,在出口排名前10位的企业中,外资和合资企业就有7家,从整个出口企业的构成看,外资和合资企业是国内医疗器械及设备出口的主力军。

## 中小型医疗器械竞争力强

从出口产品结构看,主要是常规设备、手术器械、按摩器具等中小型产品,由于具有价格优势、功能和可靠性与国外同类产品水平相当,所以在国际市场我国中小型医疗器械有明显的比较优势和竞争能力(详见表一)。

按摩器具近年来在医疗器械及设备行业中的地位越来越重要,成为行业中出口金额最大的产品,所占比重达14.73%,出口额每年以两位数的速度增长。今年上半年,我国按摩器具出口到122个国家和地区,主要出口市场是日本、美国、中国香港、韩国和德国,所占比重达69.4%,特别是对韩国出口金额同比增长626.86%,呈高速增长态势。其他针、导管、插管及类

似品出口金额排在按摩器具之后列第二位,今年以来已出口到141个国家和地区,主要出口市场是日本、德国、荷兰、美国和中国香港,所占比重达66.26%,仅日本市场就占了37.58%。对德国出口金额同比增长了105.71%,对中国香港出口金额同比下降了16.01%。血压测量仪器及器具的出口金额排第三位,今年以来已出口到124个国家和地区,主要出口市场是美国、日本、荷兰、德国和俄罗斯,所占比重高达77.09%。除对德国出口金额同比下降了3.74%外,对其他四大市场出口金额同比均保持不同程度的增长。

## 高科技医疗设备出口稳步增长

高科技医疗设备的基本特征是数字化、计算机化、多学科、跨领域。近年来,我国一些民营高科技企业发展迅猛,在超声波诊断仪、病员监护仪等产品上自主研发,拥有自主知识产权和自主品牌,许多已获得CE和FDA认证。此外,一些高科技医疗设备如磁共振成像装置、X射线断层检查仪等在合资和引进先进技术后,出口稳步增长,但不少关键技术仍被发达国家跨国公司所垄断。

1~6月,B型超声波诊断仪出口到106个国家和地区,主要出口市场是日本、瑞士、美国、俄罗斯和埃及,所占比重达50.88%,其中对埃及出口从去年同期的23台提高到今年以来的529台,同比增长2200%。磁共振成像装置出口到29个国家和地区,主要出口市场是美国、日本、西班牙、法国和印度,所占比重达58.09%。除对日本出口金额同比下降7.54%外,对其余四大市场出口均增长较快,特别是对西班牙出口从去年同期的1台提高到今年以来的7台,同比增长了575.49%。病员监护仪出口到91个国家和地区,主要出口市场是美国、印度、土耳其、韩国和波兰,所占比重达58.09%,其中,对土耳其出口金额增长较快,同比增长179.93%,对韩国今年以来出现负增长,出口金额同比下降了60.65%。特别值得一提的是,出口排名第一的深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司占据了病员监护仪出口的半壁江山,比重达58.38%。彩色超声波诊断仪出口到38个国家和地区,主要出口市场是

美国、日本、德国、印度和以色列,所占比重高达73.62%,其中,对日本和印度出口均出现高速增长,出口金额同比分别增长了731.89%和484.88%。X射线断层检查仪已出口到30个国家和地区,主要出口市场是日本、印度、德国、伊拉克和美国,所占比重高达78.91%,除对德国市场出口继续保持增长外,对其余四大市场出口均出现负增长,特别是对美国出口金额同比下降了83.58%。

## 三大出口市场占据半壁江山

有专家估计,目前全球的医疗器械及设备市场规模约2300亿美元,世界上最大的医疗器械及设备市场是美国、欧盟和日本,其中美国是世界上最大的医疗器械、设备生产国和消费国,它供应了世界市场40%以上的医疗器械、设备,同时消费了世界37%的医疗器械、设备。美国同时还是我国医疗器械、设备出口的最大市场,日本排第二,德国排第三(详见表二)。

今年上半年,我国出口到美国市场的医疗器械及设备金额为3.84亿美元,同比增长26.57%,出口额排在前三位的产品主要是按摩器具、未列名矫正视力、护眼等用途的眼科用品和血压测量仪器及器具,所占比重达30.95%。我国出口到日本市场的医疗器械及设备金额为2.81亿美元,同比增长25.53%;出口排在前三位的产品主要是按摩器具,其他针、导管、插管及类似品和血压测量仪器、器具,所占比重达52.22%。我国出口到德国市场的医疗器械及设备金额为8971万美元,出口额排在前三位的产品主要是血压测量仪器、器具,其他针、导管、插管及类似品和按摩器具,所占比重达38.09%。

总的来看,2005年上半年我国医疗器械及设备出口继续快速增长,在保持中小型医疗器械出口的比较优势和竞争能力的同时,一些高科技医疗设备产品和高附加值产品出口也稳步增长,使我国医疗器械及设备在国际市场上有了更大的拓展空间。

表一 2005年1~6月中国中小型医疗器械重点产品出口统计