

中国药企盈利能力制约新药研发步伐

行业毛利水平下降,外资介入研发外包已成趋势

□本报记者 唐文祺

中国医药行业在多重因素影响之下,盈利能力正在面临前所未有的挑战。其中,作为行业利润贡献最大的两个领域——化学药品制剂和中成药效益增幅大幅下滑,成为2006年出现的突出问题。在昨日的“2007上海国际生物医药风险投资融资论坛”上,多位业内专家表示,从目前的市场态势来看,中国医药企业成为新药研发主体的环境并不成熟。“医药生产成本提高、药品价格持续走低等因素对企业有明显影响,因此国内医药企业必须借助外力才能实现研发目标。”全国医药技术市场协会理事长王明学表示。

在昨日的论坛上,上海医药工业研究院市场投资部部长吴泉表示,中国在2006年先后三次实施了药品调价措施,在同时面对上游原辅材料、水电煤运价格处于高位压力等情形下,企业开工严重不足的局面导致行业

毛利水平下降。“行业效益增幅下滑的原因有多种。”他表示,“如上游成本持续高位、开工严重不足运营费用却在上升、药品价格持续走低等因素,都会造成这种情况。”

根据相关数据,2006年中国医药行业实现利润总额412.98亿元,全年呈现波浪形增长态势,但一直处于历史低位。累计亏损企业1368家,行业亏损面为22.62%;累计亏损额44.63亿元,同比增长幅度达到27.37%。

据悉,目前大概有4700间制药厂拥有《药品生产企业许可证》(GMP),其中高达90%比例为中小型企业。但业内专家指出,目前中国生产的药品有自主知识产权的数量很少,产品同质化现象严重。国内大部分制药企业在GMP改造过程中都进行了不同程度的产能扩充,为了解决新增产能,多数企业选择了“仿制”这一途径,从而形成市场混乱、资金不足和创新率低的恶性循环。



中国医药产业盈利能力低下受体制、资金等多种因素影响 资料图

“西药研发资金不足,无法做出真正在国际上获得认可的产品;中药出口量很小,国际市场接受度不高,这些都是影响企业自主研发新药的因素。中国医药企业必须采用和外资合作等方式,才能完成研发目标。”王明学向记者介绍。有资料显示,目前全球20大跨国制药公司均在中国设有全资子公司或合资公司,在中国最畅销的50种药品中,40种为外国制造。

“药品研发高投入高风险,随之而来的也是高收益。中小企业资金缺乏,但大企业则希望减少风险,因此研发外包便成为选

择新趋势。”一位外资医药企业负责人表示。辉瑞制药公司全球研究开发亚洲研究总裁杨青博士认为,研发外包可以与当地最好的企业迅速建立起联系,同时利用研发投入来获得商业上的利益,从而尽快在新药市场中占据份额。

药产业的旗舰企业,于2002年成立之后顺利构筑起以抗肿瘤和自身免疫疾病为中心的技术平台。之后,和记黄埔在2003年“牵手”北京同仁堂,共同组建北京同仁堂和记医药投资有限公司;随后在2004年,和记黄埔与广州白云山成立合资企业,以从事中药生产、销售。

和记黄埔或以多方式扩张中药业版图

□本报记者 唐文祺

在中国医药行业多次完成并购布局的记黄埔,坊间再次传出“并购”言论,称和记黄埔医药产业可能会在今年年内完成2至3家内地药企的并购计划。记者就此事询问了和记黄埔相关负责人,但该负责人对于收购目

标和计划时间表等事宜,表示“并不知情”。“如果和记黄埔发生相关交易,会及时予以公告声明。”该负责人表示。但对于接洽掀起中国医药重组并购热潮的和记黄埔来说,并不排除会采用其他方式来达到“联姻”目标。

和记黄埔医药一内部人士表示,对于目前的中国医药企业来

说,除了上市之外,还可以通过许可证贸易、市场分享、联合开发等模式来达到吸引资金、降低风险的目的。据业内人士介绍,和记黄埔今后可能会通过PNG合作、许可证贸易、研发外包等形式达到合作目标,直接控股的可能性非常小。

和记黄埔“钟情”中药产业由来已久,旗下企业和记黄埔医药(上海)有限公司作为进军中

药产业的旗舰企业,于2002年成立之后顺利构筑起以抗肿瘤和自身免疫疾病为中心的技术平台。之后,和记黄埔在2003年“牵手”北京同仁堂,共同组建北京同仁堂和记医药投资有限公司;随后在2004年,和记黄埔与广州白云山成立合资企业,以从事中药生产、销售。

药产业的旗舰企业,于2002年成立之后顺利构筑起以抗肿瘤和自身免疫疾病为中心的技术平台。之后,和记黄埔在2003年“牵手”北京同仁堂,共同组建北京同仁堂和记医药投资有限公司;随后在2004年,和记黄埔与广州白云山成立合资企业,以从事中药生产、销售。

温州出口英国打火机遭退运

温州某公司出口至英国的62300个打火机日前因触犯欧盟CR法案而遭到退运。据宁波海关了解,该批价值2.2万美元的货物,因违反欧盟CR法案,英国当地政府不允许其在英国伦敦市区销售,并且不允许当废物处理,也不允许转运至欧盟其他国家,无奈之下只能退回中国。

欧盟CR法案即“儿童保护法”,指的是在打火机的销售中,普及率高的打火机必须加装安全锁装置,以防止儿童玩耍。欧盟委员会在2007年3月14日发表的公报中要求,从即日起,所有未配备安全装置的打火机将不再被允许进入欧盟市场,以确保消费者的安全,避免因儿童开启打火机造成人员伤亡和财产损失。

海关人士认为,此次退运为出口打火机的企业敲响了警钟。据了解,我国是世界上最大的打火机制造基地,年产量占全球销售总量的65%左右。(据新华社)

雅虎将为维亚康姆提供搜索广告服务

雅虎公司与维亚康姆公司10日宣布达成一项多年合作协议,雅虎将成为维亚康姆旗下33家网站的独家搜索广告服务提供商。雅虎公司将采用其Panama广告系统来提供服务,两家公司将共享广告收入。此外,雅虎还将向广告商提供寻找目标用户的方法,帮助推广维亚康姆的网站。当天,两家公司没有公布合约涉及的金额数字。

将采用雅虎广告服务的维亚康姆网站包括影视音乐娱乐网站VH1.com,儿童娱乐网站Nickelodeon.com等33个网站。两家公司今后可能把合作协议扩展到维亚康姆旗下的另外140个网站,包括许多面向国际用户的网站。维亚康姆网站称,今年2月份其旗下网站共吸引了9000万名用户访问。在搜索广告领域,雅虎正与世界最大的搜索引擎谷歌进行激烈竞争。而在此前不久,维亚康姆刚刚对谷歌提起诉讼。(据新华社)

MG罗孚45平台知识产权关键部分属本田汽车

南汽拟以谈判或二次开发摆脱困境

□本报记者 吴琼

继上汽集团和南汽集团源自英伦知识产权的潜在纠纷后,围绕南汽集团的另一知识产权纠纷亦浮出水面,即原MG罗孚45平台的知识产权。由于该知识产权中的关键部分属于日本本田汽车,因此南汽集团面临原45平台上开发新车型遇到相当大的阻碍。记者独家获悉:南汽集团正拟通过2种途径达到目的:合法谈判或通过二次开发绕过专利权纠纷。

在南京名爵汽车有限公司厂房中预留了一大片空地,据知情人士透露:该处未来生产原MG45系轿车。而MG45系轿车恰恰可能引起跨国知识产权纠纷。2005年下半年,在原MG罗孚破产前,本田汽车去MG罗孚工厂考察,并取回本田汽车曾提供给罗孚制造45车型和ZS车型的设备和设计图纸;而MG罗孚汽车的管理者亦承认,本



田汽车享有MG罗孚45的许多设计权。

“MGZS平台(即MG45平台)的一套知识产权属于日本本田汽车,当初本田汽车以特许形式允许MG罗孚运用该项技术。”南京名爵汽车有限公司全球产品总监罗伯特·奥特卡表示,“我们正在与本田汽车谈判,希望获得其特许。毕竟,目前这些技术,本田汽车也不用了。”

“我们会借鉴原MG45平台,开发出一款新车。”南京名爵汽车有限公司产品技术总监吴明则告知了南汽集团的另一打算,“进行数据改进后,未来本田汽车将不拥有原MG45平台上开发的新车的知识产权,那么我们就可以绕过知识产权纠纷。”

关于本田汽车知识产权溯源和绕过途径,按照南汽集团的解释应为:1977年起,本田与原罗孚集团所属的英国莱兰(Leyland)汽车集团合作过,一些零部件由本田汽车生产,这些零部件的模具的知识产权拥有者也是本田汽车。在2004年,MG罗孚45大改款时,本田汽车拥有的知识产权变小了。南汽名爵只要在MG45平台上进行二次开发,改进相关数据,就可以绕过可能与本田汽车产生的知识产权纠纷。

但在采访中,记者发现对于何时能实现成功绕路,南汽名爵显然还无法确定。

■相关链接

原罗孚高层主控上汽南汽自主品牌研发

□本报记者 吴琼

由于均源自MG罗孚汽车知识产权,初期上汽集团和南汽集团自主品牌项目始终“缠绕”。继上海证券报独家披露知识产权内幕后,又一场争夺正在上演:双方各从原MG罗孚挖来技术精英,主导自主品牌汽车研发。近日,南汽集团新任全球产品总监罗伯特·奥特卡在盛赞上汽汽车工程首席工程师林德瑞的同时,也证实了在MG罗孚破产前,其职位高于林德瑞。

罗伯特·奥特卡是南汽集团2月中旬才从英国挖来的汽车技术精英,也是南汽集团意图与上汽集团自主品牌一决高下的重要储备人才。据罗伯特·奥特卡介绍,在MG罗孚破产前,其负责重

任产品规划及工程规划;同时也是MG罗孚董事会成员之一;亦负责MG罗孚荷兰国家销售公司;并任MG跑车赛车公司总经理。

“林德瑞是一个非常优秀的工程师。”罗伯特·奥特卡表示,“在上世纪80年代,林德瑞毕业后曾任罗孚集团的底盘工程师,从这时起我们开始共事。但1999年前后,我们相继离开了罗孚,直至2001年前后才重新回到MG罗孚,再度成为同事。”

记者从上汽汽车获悉:自1985年8月至1999年9月,林德瑞曾任罗孚集团车型首席工程师,一手打造出罗孚75的全新底盘概念、宝马集团麾下

MINI车型、敞篷车与柴油车概念规划;1999年9月至2001年4月,林德瑞跳槽至莲花集团任首席工程师,其成就为莲花两款声名卓著的跑车M250与Elise S2;2001年8月至2005年4月,林德瑞先后任MG罗孚历任汽车首席工程师、集团首席工程师和集团新产品工程与战略规划负责人。

尽管从此前的从业经验上看,年轻的林德瑞确实不如60岁的罗伯特·奥特卡,但上汽汽车市场与传播总监黄华琼先生昨日表示:“一个企业或者体系的竞争力,不是由一个或者两个人的能力决定的,也不是一个车型决定的。要成为一个具有国际竞争力的国际企业,需要靠体系竞争力取胜。”

上汽汽车的胸有成竹可能源自其早先的筹划。在原MG罗孚破产前,上汽集团经过精心筛选、考核后,通过与英国著名汽车设计机构里卡多成立项目组的形式,将150名原MG罗孚研究团队的精英揽至怀中;而后等上汽自主品牌运作实体——上汽汽车成立后,将这部分精英正式落户至上汽汽车旗下。

“其实,在早先的合作中,我们了解到哪些技术人员真正为我所需。”黄华琼表示,“可以说,招来的这150名技术精英,都是经过严格筛选的。”

今年网络经济预计可赚460亿 无线广告市场将启动

□本报记者 张韬

昨日,在艾瑞咨询集团主办、中国互联网协会支持举办的2007艾瑞新经济年会上,艾瑞咨询集团总裁杨伟庆指出,2007年网络经济市场规模,净收入将达460亿元,移动增值、网络游戏、网络广告是三大主力赚钱模式。

艾瑞网络经济2007年度报告和热点分析结果显示,如果将移动增值、网络游戏、网络广告在内的几个热门的互联网内容整合在一起,便会发现2007年网络经济的市场规模将可达到460亿元,这部分净收入。网络收入取得快速增长的原因有二,一个是网民基数的增加,目前中国的网民数已经达到1.3亿。另外一个则是行业服务本身的变化。对于网络经济而言,整个中国移动增值、网络游戏、网络广告还是三大主力赚钱模式,占了72%的份额。

报告具体指出,网络经济的收入来源为两个部分,一部分是个人用户,比较典型的网络游戏,还有一部分是公司,就是网络引擎等等。随着网络营销的产业发展,个人占整体的网络经济的比重会逐渐下降,这除了企业

有越来越多的资金投入以外,还因为互联网的竞争越来越激烈,有越来越多的企业开始是以免费为诱惑,用户基础达到一定程度后再进一步提供收费的服务。或者是一开始收费,后来干脆提供完全免费的服务。

报告中同时表示,2007年移动增值市场将继续洗牌。从2004年到2006年,TOM、空中、新浪的市场份额实际上有一定的下降,尤其是前一段时间TOM的财务报告发布,以及退市行为。今后,在整个移动市场还有更多洗牌机会。中国移动和中国联通等利用产业垄断性平台优势的企业会越来越多地自己提供移动增值服务。

艾瑞在2007年3月发布的《无线广告行业调查报告》中显示,2006年中国无线广告市场规模达到5亿元。随着3G网络在中国的开展,移动运营商对移动数据业务的重视,智能手机终端的普及以及无线上网用户的迅速增长,分析师预计2007年无线广告市场规模将达到7.1亿元,2008年无线广告市场规模预计将达到11亿元,而2010年有望达到18亿元。如此巨大的市场空间,将迎来新一轮的无线新媒体广告争夺大战。

广电总局:拒绝国外动画“借壳上市”

□本报记者 姚音

广电总局日前公布的《关于2006年度全国电视动画片发行许可证核发情况的通告》中透露,有国外动画片通过一些特殊途径在国内上市的情况。为此,广电总局表示,将有针对性地推出两方面举措,其一,国外动画经过修改在国内上映的情况,将被叫停;其二,国产动漫基地如果动画生产指标不达标的话,则将面临通报、警告直至取消其资格的可能。广电总局希望以此进一步规范国产动画市场。

根据《通告》统计,2006年全国制作完成的国产电视动画片共124部82326分钟。

《通告》同时指出:“国产电视动画片发行许可制度实行以来,

我国动画片制作、发行、交易和播出市场操作规范、秩序井然,但仍有个别制作机构将境外动画片进行加工、修改,冒充国产动画片申领发行许可证;有的制作机构将同一动画片在不同的地区重复申领发行许可证;有的发行机构伪造动画片发行许可证。”《通告》还公布了一批有问题的动画片的名单。

在肯定国家动画产业基地对国产动画的振兴上取得显著成绩的同时,广电总局也给全国各动画产业基地加了“紧箍咒”。《通告》指出,广电总局每年将对已挂牌的动画产业基地进行业绩考核,并向社会公布考核结果。对考核优秀的动画基地予以表彰和奖励;对考核不合格的,予以通报、警告直至取消其基地资格。

瑞典服饰零售巨头H&M首入中国

□本报记者 于兵兵

据了解,瑞典品牌H&M发源于1947年,目前在全球28个国家拥有1400余家分店。虽然没有一家自身下属的制造工厂,H&M通过全球700多家供应商实现全球采购。H&M相关负责人昨天表示,“经过长期市场调查,H&M认为目前进入中国服饰零售连锁业的时机已经成熟。”一位接近该公司的业内人士称。

MSN内容布局年内接近完成

□本报记者 姚音

针对此前有消息传MSN频道内容的“人场费”高达400万元的说法,据知情人士称,400万分别包涵了合作网站在MSN主页设置频道及在即时聊天页面设置链接按钮图标的200万费用。考虑到即时聊天页面原先预留的20个按钮位置接近用完,未来新增合作伙伴的加盟费可能降至200万-250万元。

据悉,目前快速消费品和汽车是MSN最大的广告客户。新频道的加入势必让MSN的广告销售人员可以把客户群延伸到新的领域。此外,进一步推动网络机器人小I也将成为MSN接下来的重点内容。

据了解,瑞典品牌H&M发源于1947年,目前在全球28个国家拥有1400余家分店。虽然没有一家自身下属的制造工厂,H&M通过全球700多家供应商实现全球采购。H&M相关负责人昨天表示,“经过长期市场调查,H&M认为目前进入中国服饰零售连锁业的时机已经成熟。”一位接近该公司的业内人士称。

福特中国一季度销量劲增16%

□本报记者 吴琼

昨日,福特汽车中国宣布:2007年第一季度,福特汽车中国直属品牌(福特、林肯、沃尔沃、捷豹、路虎)在华共销售42746台,较2006年同期增长16.4%。福特汽车中国各运作实体中,销售增长速度最快的仍是长安福特马自达汽车有限公司(简称“长安福特马自达”),共销售38908辆,同比增长40.8%;增速第二快的为豪华汽车品牌(沃尔沃、捷豹和路虎),总销量达4061台,增长29.8%。

来自全国乘用车联席会的数据显示,长安福特马自达销量的急增主要得益于福特福克斯、蒙迪欧。福特福克斯一季度的零售数为20482台,增长率达24.3%;福特蒙迪欧一季度销量为11384台,同比增长23.5%。