

廉价药突成“香饽饽” 药企为何争夺“亏本生意”

刚刚经历过短缺风波的廉价药摇身一变成了“香饽饽”，尤其是被列入基本药物目录中的药品，在竞标中，成为诸多大型药企不惜“亏本”也要争抢的热门对象。

而在半年前，很多大型药企还对“低价中标”深表不满，甚至提出“不参与、不生产”的口号。如今，为何风向大变呢？

中标记录很重要

2009年，我国开始实行“基本药物招标制度”，按照卫生部等九部委联合发布的《关于建立国家基本药物制度的实施意见》，“政府举办的医疗卫生机构使用的基本药物实行省级集中、网上公开招标采购、统一配送、零差利销售的原则。”

在很多药企看来，“基本药物招标制度”可被简化为“二重门”。

“第一个门”是“资格指标”，“主要是对生产能力、批准文件、经营资质的审核，一般正规的药厂没有问题。”上海一家药企的负责人告诉《中国经济周刊》，关键环节是“第二个门”——“经济商务指标”，“想中标很简单，其实就是拼价格优势，看谁的报价低。”

药企当时为何愿意做亏本买卖？在中部某省中标的一家山东药品生产企业负责人曾公开表示：“该省招标办承诺，如果我以低价中标，即给我们一年3亿支的市场份额，我们咬牙签了。但是第一个月的订单才100万支，3亿支的市场份额根本无法保证，成本根本降不下来。”

于是，一边是大型国企退出竞争，“非正常的超低中标价格可能带来的质量风险和品牌伤害，导致注重品牌的大医药企业不得不放弃无利可图的基本药物竞标。”朱恒鹏分析说。另一边是药价“虚低”造成的安全隐患层出不穷。今年5月，在安徽等省份以超低价中标的“蜀中制药”就因药品质量问题而被勒令停产整顿。

转机发生于今年8月

9月，发展和改革委员会召开专题会议征询生产企业对《关于对基本药物制定统一价格有关问题的通知(征求意见稿)》(以下简称《通知》)的意见，称将“按照补偿合理成本、获得合理利润，兼顾市场实际价格的原则，按药品通用名称”制定统一价格。

“这说明价格要上调了，至少会为药企留有一定的利润空间。”上海一家药企的负责人分析说，“‘统一价格’将改变‘低价竞标’的现状，以后拼的就不是价格，而是质量和服务了。”

根据《通知》，“实行国家统一价格的品种，原则上为基本药物中独家品种以及经多

次集中招标采购价格已经基本稳定且供应充足的品种；多家生产的品种，应在全国2/3以上省市连续3次以上中标。”

“‘中标记录’很重要，曾多次中标的企业比较有优势。”上海一家药企的负责人透露说，一直有公开消息称，年内或将试行41个基本药物品种，其中包括头孢曲松、氨苄西林、青霉素和头孢唑林等抗生素药品。“现在很多药企都在低价竞标，主要抢的就是这些药品。”

拼掉小企业

“已经有消息传出，一旦实行统一价制度，就不会再进行招标，而是定点生产。”上海一家药企的负责人透露说，目前，业内盛传“定点生产”的方案，即统一价后，各企业凭借生产资质、产品质量和配套服务进行竞争，获胜者将获得集中提供基本药物和相应的配送服务的资格。

“那么，谁拿到了‘定点生产’的资格，谁就可以一家独大，垄断某种药品的生产，或者是由某几家药企共同垄断一种药品的生产，这是对市场份额的吞噬，几乎是一步到位。”上海一家药企的负责人认为。

据上述人士分析，如果统一价能给药企留下利润空间，“哪怕很微薄，凭借全国市场庞大的需求量，其利润总额也是非常惊人的。”反之，如果统一价不能让药企获利，甚至必须做亏本买卖，“那也值得，因为先占领了市场份额，形成垄断，就占据了主动权，提价是早晚的事。”

查看2011年各省市的基本药物招标信息可以发现，很多大型药企来势凶猛，成为低价中标的积极参与者，而在2010年，它们的身影还颇为罕见。

“相比短期利润，占领市场，获得‘中标记录’更加重要，很多企业，包括此前退出竞争的大型国企都开始积极参与低价竞标，希望保住市场份额，其实，大型国企更有优势，财大气粗嘛，赔得起。”上海一家药企负责人表示，“很多小药企也在拼命地撑着，因为没有市场份额就没有未来，只能倾家荡产地赌。”他描述了一个细节，“在招标会上，中标的也叹气，没中标的也叹气，没有真正的赢家。”

最令人意外的是，加入这场战争的还有

从未露面的“洋面孔”。6月8日，上海基本药物中标结果公布，据统计，中标的合资、外资药至少有60多个品种、150多个品规，涉及的厂家有辉瑞、拜耳、礼来等近30家制药外企。

“都是为了保住和扩大市场份额，现在牺牲利润，以质量拼掉小企业，再过几年肯定就是品牌药企的天下。”上海一家药企的负责人透露说，华北制药在投资成立河北华民药业有限责任公司时，就曾明确提出“3年不要利润”的发展战略，在浙江省基本药物招标时，还曾公开表示拿出20亿元用于在各省以超低价竞标，这种做法引起了业内的普遍不满。

“硬着头皮走下去”

尽管诸多药企已经开始不顾收益地抢夺“地盘”，但是根据中国外商投资企业协会药品研制和开发行业委员会公布的最新调查报告显示，来自华东地区30个县市基层医疗机构的研究发现，307种国家基本药物种类中有三分之一在基层医疗卫生机构很少使用，不少县市并未配足，其中最少的仅172种。

“全国都在大量使用的药物是很少的，因此低价中标未必能换来市场份额。”中投顾问医药行业研究员郭凡礼对《中国经济周刊》表示，“其实，早在2009年基本药物目录出台时，国家就提出了基本药物国内统一价、统一配送，但是为了保证基本药物制度的稳步运行，最后不得不放弃了这种定价模式，改为各省定价及配送。另一方面，实行基本药物国内统一价和统一配送使人们联想到国内医药招标回到‘计划经济’时代，这也是当时基本药物制度到现在仍处于探索阶段。”

郭凡礼认为，此次一些基本药物再次回到统一价的模式，可以看出政府对基本药物制度到现在仍处于探索阶段。

另外，在“统一价”后，资质考核成为最关键的环节。“如何界定资质？如何防止暗箱操作和腐败？如何给予中小企业一定的发展空间，防止大型药企垄断？”朱恒鹏认为，“必须建立系统的配套政策才能实现‘统一价’制度的初衷，否则，结果很可能背道而驰。”

“虽然前途未卜，但业内的‘低价竞标’已经形成态势，覆水难收了，现在只有硬着头皮走下去。”上海一家药企的负责人感叹说。

(李妍)



再也不用微博营销 你就OUT了



不久前，甘肃医改提出“将突出中医药，并鼓励名中医师傅和徒弟开通微博”的思路，将微博与医改嫁接起来，引发了一番热议。

据中国互联网络信息中心发布的《第28次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2011年6月底，中国网民规模达到4.85亿人，半年增幅仅为6.1%，然而手机网民在总体网民中的比例却已经达到65.5%，规模为3.18亿。尤其引人注目的是，微博用户数量快速增长到了1.95亿，半年增幅高达208.9%，半年时间，微博在网民中的使用率从13.8%提升到了40.2%。

从缩短关系网络开始，注意力真正与经济挂钩，这也印证了经济学家对资本的定义：资本可以让人获得社会需求。诚如周立波所言，微博的可爱在于“微”，微博的可怕在于“博”。

事实上，在“微”背后，已经有上百个地区打算开展智慧城市建设（仅宁波市即宣布将为此投资500亿元），并将其作为“十二五”期间加快经济发展与经济发展模式转变的战略导向和重要抓手，80%以上的城市将物联网列为智慧城市建设的主导产业。

关系网络和实物资本一样，已经被机构或个人认为是一种非常值得投资的社会资本。如今，丁香园、生物谷、健民医药等众多医药企业或机构已经开始在新浪、腾讯等微博集体上线，而这些ID的粉丝亦成为其产品营销的资产之一，如同其专柜数量、渠道资源等资产一起共同成长。

微博“站长之王”蔡文胜对此的生动比喻是：当粉丝超过100，你就是一本内刊；超过1000，你就是布告栏；超过1万，你就是一本杂志；超过10万，你就是一份都市报；超过100万，你就是全国性报纸；超过了1000万，你就是电视台，超过1亿，你就是中央电视台！

目前，微博投票、微博预测等新“玩法”，通过对事件或事物进行定量预测或规划虚拟市场，已经成为微博营销的新生财方式，而在智慧城市建设大规模布局的背景下，如果再不用微博营销，恐怕你就真的OUT了。

(王海洋)

高标准 严要求 军事化 打造一流卫生监督队伍

本报记者 李亚威 吴玉玺 摄影报道

离开了工作岗位，来到一个新的环境，暂时卸下工作的压力，放下身上的职务，经过十天封闭式准军事化训练，参加全省卫生监督人员军训的，终于迎来了展示卫生监督队伍风采的时刻。嘹亮的歌声、整齐的步伐，展示了队员们高昂的斗志；立正、稍息、

跨立口号一出，动作立即到位，队员们脸上的自信和秋日午后的阳光交相辉映。嘹亮的军歌比赛中，回荡在训练场上的是队员们的激情；会操表演整齐划一的动作在告诉每一个人：我们的队伍训练有素、作风顽强、纪律严明。紧握着手头我们庄严宣誓：“我们是执法为

民的健康卫士……” 十天的刻苦训练，我们以军人的标准严格要求自己，克服了怕苦、怕累、怕难的畏难情绪，磨练了意志、强健了体魄，培养了集体观念，增强了组织纪律性，为我省卫生监督开创新局面打下了坚实的基础。



周学山副厅长作重要讲话



周学山副厅长为获奖者颁奖



敬礼



周学山副厅长及5省辖市卫生局局长领导检阅训练成果



集体合影



军歌嘹亮



宣誓



整齐划一



队列展示



听专家授课