

药企泛消费转型受追捧

# 新资源食品主打“药食同源”牌

□本报记者 刘国锋

“明月清风相思，丽日百草也多情。”当这样一句歌词，用浪漫手法将康美药业(600518)描绘在电视广告中时，中药企业在新时期的竞争策略不禁让人侧目。

百草如何多情？在泛消费转型中有生动体现。卫生部日前表示，健康人群按照食用量食用人工种植人参是安全的，根据《中华人民共和国食品安全法》和《新资源食品管理办法》，批准人参(人工种植)为新资源食品，每天食用量不大于3克。消息刚一出台，刺激紫鑫药业(002118)、益盛药业(002566)股价大涨，引发市场关注。

业内人士称，随着社会消费水平的升级，中药新资源食品有望迎来新的发展空间。目前，中药产业，作为战略性新兴产业中最具传统色彩的部分，不但被看好向现代中药发展的潜力，还出现了跨品种转型、向大健康转型的趋势，而以“药食同源”为主打牌的中药新资源食品，将成为中药产业走向新兴的又一利器。

中国证券报记者了解到，我国法规中既是药品又是食品的物品有80多种，可用于保健食品的中药材有100多种。

## 记者观察

### 投资中药衍生品当三思

□本报记者 刘国锋

中药衍生品是一个宽阔的范畴，涵盖中药保健品和中药新资源食品，伴随消费升级和人口老龄化推动，中药衍生品正成为未来投资的黄金地带。但与药品投资不同的是，中药衍生品属于营销驱动型领域，再精明的投资机构，也需要在出手前多用几次试金石，才能辨明标的企业成色。

国内保健品领域有三个成长案例一直为创投机构津津乐道，分别是脑白金、黄金搭档、三株口服液，三株口服液的一夜消失较前两者的成功更让创投人士记忆犹新。在他们看来，保健品领域适合赚钱，但不一定适合创投投资，在政策管控、行业自律和市场认知三重约束下，品牌、广告和宣传通常更为有效。保健品应该是营销领域最高的一个境界。”一位创投合伙人对中国证券报记者说，创投机构似乎难以对之进行量化。

保健品很容易被人们联想到广告狂轰滥炸、效果夸大的词上，随着近来食品药品领域“黑天鹅事件”的频发，保健品行业的原料、功效、质量受到越来越多的关注。产品必须有自己的特色，必须有货真价实的功效，才能赢得市场追捧。”上述创投人士如此向中国证券报记者表示。

公众的消费习惯也逐渐表现得理性，由20世纪末期流行的礼品消费和跟风消费，过渡到如今的功效和品牌消费，中药企业的品牌优势、研发优势和信誉优势开始凸显，一定程度上成为机构的投资依据。但中药衍生品显然更为复杂，一是它无法回避常规保健品领域的一些弊病，如原料分散、进入门槛低、行业格局散乱等，二是中药的功能和成分等至今无法厘清，使得行业标准的制定和产品推广受到影响，不利于市场投资判断。

在此背景下，是投资一个营销团队，还是投资一个产品，成为让创投资金最纠结的问题。汤臣倍健的营销经验或许值得借鉴，在医药流通整合的大环境下，公司利用捆绑百强连锁药店的形式实现了产品快速覆盖，建立起广泛的营销网络，借助公司品牌形象的树立、原料基地的扩展和渠道层面利益机制的完善，最终赢得了市场份额，公司自2011年三季度以来净利润同比增幅连续超过100%。

在中药企业品牌、研发优势的基础上，多数中药衍生产品做大做强可期，如云南白药牙膏最初走高价路线并不被看好，但在优秀营销策略的推动下，最终成为继高露洁、佳洁士之后的第三大牙膏品牌；而王老吉凉茶在经历加多宝和广州药业的是非恩怨后，也变得更加炙手可热。诚如医药行业研究员所说的，中药衍生品企业投资有三个不得不考虑的因素，分别是企业公信力的培育、优秀营销网络的建立和过硬的产品品质，三个因素共同发力，才能产生优秀的中药衍生品企业。

## 中药衍生品相关企业市场表现

企业名称	相关产品	所属类别	中期业绩增幅	年内股价涨幅
紫鑫药业	人参酒、人参茶	新资源食品	降低49.61%	+15.69%
康恩贝	阳光堂养液	新资源食品	降低29.18%	+44.35%
贵州百灵	爱透”饮料	中药饮料	增长23.05%	+35.73%
云南白药	牙膏、洗发水	中药日化	增长28.44%	+16.93%
广州药业	王老吉凉茶	中药饮料	增长20.86%	+84.25%
马应龙	八宝眼霜	中药日化	增长10.69%	-4.23%
三精制药	双黄连牙膏	中药日化	增长3.99%	+3.23%
香雪制药	凉茶	中药饮料	增长40.63%	+29.63%
江中药业	参灵草口服液	中药饮料	增长11.18%	-18.25%

制表:刘国锋



部分市场上常见的中药衍生产品。 IC图片

## 药食两用壮大需求

中国证券报记者表示，我国是传统人参消费国，但年消费量仅有2000多吨，出口价格约为韩国的1/10，重要原因之一就是中国人参仅作为药品使用，而韩国从中国东北地区收购人参后，将其加工成为高端消费品，高价销往中国。

据介绍，吉林长白山区是最大的人参产区，产量占到世界的70%，但国内龙头加工企业较少，缺乏强势品牌，个体户占比近半，且毁林载采的方式破坏生态环境，抑制了产业的壮大和良性发展。

培育人参产业龙头企业，成为吉林省的工作重点之一。早在2011年，吉林省便试点人参药食两用。吉林省振兴人参产业的意见提出，将通过建设标准化生产基地，扶持龙头企业发展，计划到2012年参业产值实现200亿元，2015年实现400亿元，2020年实现

1000亿元。紫鑫药业、益盛药业等企业受到重点扶持。

中国证券报记者从知情人士处了解到，在日前召开的第八届中国吉林·东北亚投资贸易博览会上，部分人参龙头企业已抓住先机抢占“药食两用”市场，紫鑫药业推出的人参食品达数十种之多，包括人参茶系列、人参酒系列、人参糖系列等。

据了解，人参果蔬酵素是紫鑫药业第一款“药食同源”产品，以人参、蔬菜、水果为原料制成；公司同时生产的人参枸杞苹果汁也让市场人士耳目一新。

目前，紫鑫药业在研的人参食品有160多种，人参饼干、人参酒和人参茶等得到消费者认可。吉林省人参工程技术研究中心人士表示，允许人参进入食品，是人参界和参农多年来期盼的，将极大促进中国人参业的国际竞争力，促进吉林人参产业的振兴。

而“药食同源”给中药企业带来的产品延伸机会，并不仅局限在人参身上。

卫生部在2002年2月发布可用于保健食品的物品名单，把人参、人参与人参果包括在内，使其无法进入普通食品领域。此外，三七、丹参、五味子、西洋参、生首乌、芦荟、益母草等110种物品被列入，使这些原材料的应用范围受到抑制。

而一旦这些药材获准“药食两用”，便可极大地刺激市场需求。卫生部数据显示，我国既是食品又是药品的物品多达87种，包括丁香、山药、罗汉果、木瓜、甘草、决明子、茯苓、金银花、枸杞子、薄荷等。

其中，部分药材生产的饮料或固体食品已经有广阔市场，如木瓜汁、甘草茶、决明子茶、茯苓糕、茯苓夹饼等，受到市场追捧。

## 交叉地带企业火拼

中国证券报记者日前在走访北京多家商场、保健品店和药品连锁商店时了解到，面对“药食两用”的市场机会，中药企业和食品企业均如箭在弦上，在食品、饮料等领域展开了激烈争夺，而跨国企业也对这块市场觊觎已久。

而上市中药企业中的康恩贝(600572)、龙力生物(002604)等，也分别拥有阳光营养液、低聚木糖等新资源食品。一些实力雄厚的医药研究机构开始将中药新资源食品的研发推向高端和纵深。如北京泛华医药新技术研究所获批生产冬虫夏草多糖营养液、石药集团获批生产活力素营养液等，均具有较强的自主研发实力或市场推广能力。药企与食品企业的联盟也浮出水面，兰州科林生物制品厂与北京四博连绿色食品公司合作开发了补王虫草精，并借助多种途径进行推销。

中草药饮料往往被认为是最能体现“药食同源”的理念，其中发展最成熟的王老吉凉茶，是人尽皆知的中药饮品龙头，并战胜可口可乐在国内市场的神话，引来众多效仿者。

华创证券表示，中国饮料行业是改革开放以来发展起来的新兴行业，是消费品中的发展热点和新增长点，功能饮料的开发会更加凸显饮料市场的未来潜力，以凉茶为急先锋的中药饮料市场将更加繁荣，中草药题材饮料市场规模增速将高于整体，2013年销售额有望突破500亿元。

不断扩大的市场空间让中药企业垂涎。目前在凉茶领域，有广州药业的王老吉凉茶、达利集团的和其正凉茶、广州健生堂凉茶、广州黄振龙凉茶及香雪制药的凉茶等。部分中药企业和食品企业

还借助新资源食品概念联手扩充饮料的覆盖范围，如常州市利佳保健品厂与上海冶炼厂半导体材料分厂联合研发的健康锗饮液，上海宝生生物技术公司和浙江省临平啤酒厂联合研发的活力王SOD啤酒，给市场带来一丝新意。

据北京生物技术和新医药产业促进中心副主任李琼此前介绍，中药企业的高成长兼长周期的产品正不断涌现，目前中国老龄人口超过1.8亿，中药保健品市场规模正迅速扩展，产业环境也日益完善。在过去10年间，美国健康产业的消费增长由2000亿美元激增到目前的1万亿美元规模。可以预见，随着我国居民健康意识和保健消费力的不断增长，以中药饮料为代表的中药衍生品的发展将加快。

## 转型背后竞争加深

中国食品药品检定研究院人士对中国证券报记者表示，中药企业转型快速消费品生产，既有传统的品牌优势，也受到营销模式的制约。据介绍，中药企业研发能力强、固有品牌市场信誉高，容易转化为企业的竞争优势，但快速消费品的营销和竞争与药品销售有较大差异，传统中药企业若突然切入，未必能获得快速增长。

紫鑫药业对此有着深刻感触。公司2012年中报表示，随着公司人参食品新品种不断推出，产品种类的增加和整体产能的扩张将给公司的销售能力带来新的挑战，部分产品在市场投放方式、销售渠道、销售模式上与公司现有的中成药存在一定的区别，销售额能否同步增长面临着营销投入

和网络建设的制约。公司如果不能在产品品质、资金投入、销售策略等方面取得竞争优势，将影响到公司的营业收入和整体业绩。

反观过去20多年间中药衍生品行业的变迁可以发现，食品企业或日用化学品企业往往能凭借精准的市场判断，在中药企业之前抢得先机。早在1983年，中华中药牙膏便问世，当年销售额达到1200万元人民币，而直到2005年，云南白药牙膏才开始拓展中药牙膏市场，与此同时，田七、纳爱斯、立白等也以“中草药”概念崛起，在中药日化品领域打得不可开交。2005年时，尼尔森公司调查发现，中药题材牙膏的市场占有率达到50%。

业内人士认为，中药企业自身所处市场环境较为封闭，药品

集团、华润双鹤、江中药业等的保健食品正不断抢滩零售终端。此外值得注意的是：受药品降价等因素影响，许多药店开始扩大保健食品经营，随着居民消费方式转变和预防观念的增强，金银花、胖大海、决明子等中药材也开始抢占茶叶市场的份额，一场白热化的竞争似乎正在酝酿。

而惠氏、奈氏力斯、安利、仙妮蕾德、雅芳等400多家外资企业也不断加强在中国保健食品市场的存在，安利中国2010年在中国的销售额达到210亿元，其中保健食品占比达到60%。李琼介绍，这400多家外资企业以7%的品种收获了国内市场约40%的市场份额，使国内中药衍生品企业面临更加艰巨的竞争格局。

原辅料掺假制约医药产业发展于明德：持续从严整顿

□本报记者 刘国锋

继工业明胶毒胶囊、地沟油抗生素事件后，中药材染色事件日前再次引发市场关注。因涉嫌用化工色素金胺O进行染色并掺假，凯利中药饮片公司9月8日遭国家药监局曝光。9月10日早盘，因2011年度曾购入凯利公司的药材，相关上市公司股价出现大幅下挫。中国证券报记者表示，原料、辅料等领域的问题严重打击市场对药品的信心，不利于医药产业的发展，下一步仍将进一步从严整顿。

## 价格诱惑招致掺假

据国家食品药品监督管理局9月8日曝光，安徽亳州一批中药饮片企业使用化工色素金胺O进行染色、利用铝盐和镁盐进行增重，其中8家中药饮片生产企业被停产整顿，6家企业GMP证书被收回，12家企业被立案调查。

国家药监局称，在中药材、中药饮片生产中染色增重、掺杂使假会对后续的中药生产、临床配方使用带来极大的危害，造成系统性安全风险，是严重的、恶劣的违法行为。

这种整顿非常必要，应该进一步规范中药材行业发展。”中国食品药品检定研究院中药民族药标准研究与检测中心主任林瑞超对中国证券报记者表示。

事实上，这并非中药企业首次面对药材信用危机。早在2011年，四川蜀中制药就因用苹果皮冒充板蓝根遭到处罚。业内人士直言不讳地指出，蜀中制药的复方丹参片中标价只是原料价格的1/4，其为了占领基层医疗市场，使用“低价中标”策略，并最终曝出了掺杂使假的行为。

于明德表示，药企的逐利行为刺激药材流通领域违法事件频出。“低价中标”促使部分下游药企暗中掺假；中药材价格暴涨，则推动部分上游药材供应商染色、增重。上下游的掺假行为，皆需要严格治理。

2009年下半年以来，受气候因素和市场需求影响，中药材价格出现了连续暴涨，在打击下游中药企业盈利的同时，也刺激药材供应商违法行为增多。业内人士称，“加铝”、“加镁”、“加盐”、“加糖”、“加色素”等掺杂使假行为，已经成为中药行业的潜规则。而药品价格的持续上涨，也在一定程度上促使地沟油冒充大豆油现象的出现。

必须严厉打击，整顿医药原料市场的经营环境，才能推动行业持续发展。”于明德对中国证券报记者表示。

## 企业自建基地应对

于明德对中国证券报记者称，企业自建GAP生产基地，解决市场紧缺的药材需求，将是缓解供需紧张和避免购入劣质药材的可取之道。

目前，国内中药企业GAP生产基地逐步增多。同仁堂、以岭药业、贵州百灵等过半A股中药上市公司建有中药材生产基地。而九州通等流通企业为应对成本波动压力，在中药材贸易中采用减少中间环节、直接实现产地对接、自建GAP基地、建立部分大宗药材适量储备等措施，以改进营收。

中国证券报记者了解到，工信部也正不断加大对中药材种植基地的扶持力度，“十一五”期间对中药材种植每年安排2500万元扶持资金，“十二五”开始每年再增加1亿元，而2012年的扶持资金规模达到1.35亿元。

值得注意的是，自己种植中药材，短期或可解决企业难题，但并非中药产业发展的长久之策。由于GAP标准种植的成本过高，部分中药企业GAP标准药材仅能满足自身制剂加工需要，流通在市场上的多数中药材并不符合GAP标准，严重影响了行业的健康发展。

业内专家对中国证券报记者表示，质量标准的缺失严重制约着中药产业的健康发展，特别是栽培药材质量的参差不齐，令药用作用存在明显差异，如部分地区三年期药材可能两年便被采摘，药用质量被人为降低。

无论是中药材，还是毒胶囊、地沟油抗生素事件，都反映了医药行业原辅材料层面的治理有很长的路要走，需要进一步管理。”于明德对中国证券报记者表示。

## 名词解释

### 新资源食品

根据卫生部规定，新资源食品是指对人体不得产生任何急性、亚急性、慢性或其他潜在性健康危害的在我国无食用习惯的动物、植物和微生物，从动物、植物、微生物中分离的在我国无食用习惯的食品原料，在食品加工过程中使用的微生物新品种，以及因采用新工艺生产导致原有成分或者结构发生改变的食品原料。

随着中药行业的转型和发展，目前中药资源食品与中药饮料、中药保健品、中药日化用品等，逐渐被合称为中药衍生品。卫生部负责新资源食品的审批和管理，国家食品药品监督管理局负责保健品的审批和管理。(刘国锋)