

基药配送“重拳”监管 药企“赔本”欲迎还拒

□本报记者 刘兴龙 实习记者 戴小荷

近期,多个省份相继出重拳整顿配送不达标药企,华北制药、科伦药业、华润三九等多家上市公司被点。这预示着地方药品招标主管部门有意加强中标药品管理。事实上,在基本药物市场中,中标却不配送或少配送的怪相屡见不鲜。多家公司高管表示,配送不达标的主要原因在于药品价格过低,监管“重拳”恐会打破低利润率药品格局。

配送监管趋严

山西、甘肃、湖北……近期多个省份药品招标主管部门相继清理基药配送情况,基药配送监管呈现愈来愈严格的趋势。据中国证券报记者统计,上述三个省份均以配送率80%作为衡量配送是否达标的分水岭。按此计算,山西省上一年度共有186个品规的基本药物配送不达标,湖北省2013年1-11月有387个,甘肃省2013年1-5月有704个。

在不达标的药企当中,多数为中小企业,其中也不乏东北制药、华北制药、恒瑞医药等上市公司。2013年7月,华北制药的重组人促红素注射液(CHO细胞)和汉森制药的泛影葡胺注射液因配送率为0,被甘肃官方严重警告。2014年初,华北制药的三款药品在山西配送不达标再次上榜。与华北制药同病相怜的还有汉森制药、华润三九、奇正藏药、科伦药业、西南药业、仙琚制药、江中药业、亚太药业、哈药股份、佛慈制药等上市公司。

2014年1月13日,山西省药采中心对配送率不达标的药企集中约谈,要求未来1个月内配送不达标药企的配送率须达90%以



一名来自山东临沂的医院代表在核对配送的基本药品。

新华社记者 朱峥 摄

上,保证全省覆盖。否则,药采中心将采取进一步措施。但将会采取的是何种措施,该中心并未予以说明。

甘肃的做法则是,对2013年1-12月未参与过基本药物配送的企业将取消配送资格,对配送率在40%以下的企业将记不良记录。

一位地方卫计委官员表示,对中标后不供货、不足量供货、不及时发货,或只对部分医疗机构供货送货的药品生产企业,列入一般不良记录;取消违规企业违规产品的中标挂网资格,自取消之日起两年内不接受违规

产品的投标申请,全省医疗卫生机构两年内不得以任何形式采购违规产品,原签订的购销合同终止。

湖北省卫计委药政处负责人告诉中国证券报记者,该省对基药配送的管理将常态化,对违规药企的处罚力度也将加大。

药企风险与机遇并存

在各地药采部门对配送监管越来越严格的背景下,多位上市药企高管表示,目前配送率较低的药品主要是低价药和

非独家品种药,“弃之可惜,坚持做又吃力不讨好”。

汉森制药一高管表示,公司有时被药采中心点名批评是受边缘药品连累。“这些药品主要是注射液药品,此类药品技术门槛低,公司精力也没放在它们上面。未来低价药也可能采取与四磨汤捆绑配送的办法,比如某个省订购的四磨汤分量大,同时也订购了部分低价的注射液,那我也会尽量满足注射液方面的配送,再满足不了,我就不去竞标了,改做OTC市场。”

“比较万幸的是,我们的产品四磨汤进入了湖南、广东、青海等8个省市的基药增补目录。四磨汤属于独家发明专利产品,每年的销售额占公司总销售额的七成左右,因为价格上有保障,所以配送都能满足。”上述高管表示。

华北制药一位负责人则对严管趋势持乐观态度。他表示,配送监管越严、惩罚措施越严格,对大型企业将越有利。“首先,高压监管下,一些小企业若继续配送不达标,可能会被清退出某个省份的基药市场,这将给我们腾出市场空间。其次,这些中小企业在往年的招标中经常搞恶性竞标,故意拉低中标价格,最后大家都把价格打得很低,卖得越多,就可能亏得越多。”

科伦药业、京新药业的高管则表示,目前监管虽然越来越严,但是一般会给企业留出一两个月时间,只要在这一两个月时间内将配送率拉上去就没事。“有药采中心来约谈的时候,我们就根据要求达标,但以后究竟要怎么做,我们也还没想好,先观望一下会有什么具体制度出台。”京新药业一位高管称。

去年维持正增长

2014年彩电与互联网将深度融合

□本报记者 傅嘉

1722亿元,同比增长17%。

分析人士表示,家电节能补贴政策2013年6月结束,彩电行业进入政策空窗期,全年维持两位数的增速实属不易。不过,四季度增速较一、二季度明显放缓,显示出市场弱复苏趋势没有改变。

一位彩电行业人士认为,当前中国宏观经济增速放缓,且出口形势短期难现好转,对2014年彩电行业走势持谨慎预期。会上,奥维咨询预测,2014年中国彩电市场内销零售总量将达4564万台,同比下降4.5%。

2013年是中国彩电行业的互联网元年,无论是互联网企业还是传统企业均在智能电视上频频发力,使之成为业内最靓丽的风景线。创维推出子品牌酷开,探寻双品牌运营模式;TCL联合爱奇艺发布了TV+电视,将优质互联网内容融入传统彩电行业;康佳推出了第一个线上超高清品牌KKTV;长虹以协同化、智能化、网络化三个维度出发,积极推出了家庭互联网战略;海尔则致力于智能家居产业建设,

推动物联网发展,近期还与优酷土豆、华数传媒联手共同推进模卡智能电视。

但对传统企业而言,互联网双刃剑效应短期十分明显。奥维咨询零售研究部总经理刘闯表示,高低低价使得传统厂商面临较大成本压力,且互联网电视一定程度上颠覆了原来的行业模式,彩电行业的利润点从生产商和渠道商、品牌商迅速向内容与业务服务商转移。

超高清电视将放量

出于对利润的需求,在节能补贴政策之后,2013年下半年毛利相对较高的大尺寸UHD电视成为各大传统厂商的推广方向。2014年各大厂商将在UHD超高清彩电的研发推广上投入充足的资源。

华星光电、群创等上游面板企业对UHD超高清面板持积极推广态度,UHD超高清电视成本开始下降,反映到终端销售上就是UHD超高清电视价格降低,消费者接受度提高。2013年下半年以来,UHD电视的售价基本以每月500

元的区间下滑,令市场对UHD电视的接受度超出预期,爆发趋势十分明确。业内人士预计,2014年全年UHD超高清电视市场总量将达783万台,市场渗透率为17%,其中2014年四季度UHD超高清电视的渗透率将达到25%以上。

彩电高端化的趋势在2014年仍将突出。随着与互联网的深度融合,精准的社会化营销需要大规模的用户数据分析作指导。事实上,2013年许多有前瞻性的彩电企业已经在大数据分析方面投入大量资源,成立了多家大数据公司。

至于彩电行业2014年将面临的调整,奥维咨询认为主要有三点:一是规模问题,2014年彩电市场将处于后政策时代的消化期,市场规模将小幅收缩;二是市场规模的收缩给依靠规模化生产的彩电企业造成盈利困境,厂商或需发掘除终端销售外的新盈利点;三是传统的渠道已经不能充分满足消费者日益多样化的需求,为消费者提供更多样的渠道仍是业内面临的重大课题。

东旭光电玻璃基板认证进展超预期

□本报记者 傅嘉

良品已顺利下线并送客户认证,之后短短几个月内,公司先后解决了良率爬坡、和康宁达成和解等一系列重大经营事项。种种迹象显示,自芜湖六代线募投项目达产以来,东旭光电从上到下业务提速态势十分明显。

在新年伊始刚刚完成更名后,东旭光电随即发布下游认证公告给市场吃下定心丸。1月7日,公司表示液晶玻璃基中批量认证已经在大陆客户京东方顺利完成,大批量认证正在进行。1月15日,公司表示在台湾市场认证顺利,实现突破,近日已获客户订单,本月下旬开始供货。

一位分析师向中国证券报表示,虽然东旭光电在公告中并未点出台湾客户的名字,但结合之前的小批量公告可以确定其

台湾客户是中华映管无疑。京东方和中华映管是东旭光电下游目前仅有的两个客户,两客户通过认证较之前市场普遍预期的时间至少提前了大半个月,尤其是台湾方面出货的时间点,之前市场普遍预期是在农历新年之后。

大规模出货料提前

随着两大客户的中批量认证通过,大批量的测试通过仅仅是时间问题。一位接近东旭光电的人士向中国证券报记者透露,按照业内流程,公司有望在农历新年前完成京东方的大批量认证。这意味着京东方将成为公司第一个实现大批量出货的客户,公司的产能释放时间点将笃定提前。

该人士表示,按照东旭光电的理论产能设计,四条生产线的年产能有200万片左右,从京东方和中华映管的需求来看,公司的一期产能在未来不久将实现满产满销。而二期生产线达产之后,考虑到下游的容量问题,公司不排除未来将开拓新客户。

该人士表示,尽管中华映管的出货量在台湾不如群创和友达,但中华映管目前的产品对成本的把握较为严格,因此对国产玻璃基板的需求更高。

东旭光电董秘付股芳向中国证券报记者表示,目前公司一期四条线的业务正在稳步推进,二期四条线的厂房已经封顶,力争在农历新年前将设备就位,上半年陆续点火升温。

从事移动转售、企业手机等电信增值服务业务,注册资本5000万元。

据悉,目前用友软件已与中国电信签署移动转售协议。郑雨林称,移动转售牌照申请事宜正在推进中。他介绍说,移动转售业务是公司2014年的重点,主要针对企业用户,未来公司还将与中国电信深度合作。

在用友的新业务版图中,互联网金融则是另一焦点,公司拟为企业用户提供第三方支付服务,并且与财务软件打通。郑雨林介绍,公司有近两百万的客户群,针对现有的客户群,开展第三方支付,有很大的现实需求。目前,牌照申请正在推进之中。

成为天然气第三大消费国 今年我国石油需求或增4%

由中国石油集团经济技术研究院编撰的《2013年国内石油气行业发展报告》1月15日在京发布。根据报告,2013年我国石油和天然气的对外依存度分别达到58.1%和31.6%,中国已成为全球第三大天然气消费国;预计2014年国际油价将小幅回落,美欧亚三地气价价差继续缩小,而中国的石油需求增速将小幅回升,天然气需求继续快速增长,占一次能源消费比重或增至6.3%。

2013年我国石油和原油表观消费量分别达到4.98亿吨和4.87亿吨,同比分别增长1.7%和2.8%,增速较2012年下降2.8和1.7个百分点。石油对外依存度为58.1%,与上年基本持平。

2013年天然气需求量迅猛增长,估计2013年全年表观消费量达到1676亿立方米,同比增长13.9%,占一次能源消费的比重将由上年的5.4%上升至5.9%。天然气进口量达到530亿立方米,对外依存度达到31.6%。

生产方面,2013年全国原油产量稳步增长,估计达到2.1亿吨,同比增长2.1%;常规天然气产量约1170亿立方米,同比增长8.6%,页岩气产量预计接近2亿立方米;海外油气权益产量超过1.1亿吨,较2012年增长10%以上。

报告预计,2014年我国的石油需求增速将在4%左右,达到5.18亿吨。石油和原油净进口量将分别达到3.04亿吨和2.98亿吨,较2013年增长5.3%和7.1%,石油对外依存度将达到58.8%。天然气的市场供需仍将保持紧平衡,预计表观消费量达到1860亿立方米,同比增长11.0%,在一次能源消费中所占比重增加到6.3%。(汪曙)

腾讯15亿港元入股华南城

腾讯15日宣布以总价约15亿港元,认购合共6.803亿股华南城新股,占华南城已发行股本约9.9%。同时,腾讯可按3.50港元/股的价格(价格可协商)进一步认购2.448亿股新股,总计约8.5亿港元,如果完成,腾讯最终将持有华南城13.0%的股份。

根据协议,双方将在线上线下一体化商贸领域进行全面的合作,包括电子商务、品牌特卖、O2O零售、支付及仓储物流。

华南城将运用腾讯的互联网技术搭建华南城网,以服务公司各项目的中小企业,建立网上交易业务。华南城的实体奥特莱斯业务资源也将与腾讯电商平台探索在线品牌特卖服务合作。此外,华南城的奥特莱斯及好百年家居广场等零售业务和腾讯展开合作洽谈,借助腾讯旗下平台提供O2O零售服务体验。

同时,华南城与腾讯将在支付与仓储物流上进行合作。对于腾讯而言,通过此次合作,其在电商领域的实力将进一步增强,与阿里的正面交锋或更激烈。(王荣)

与通化县政府达成战略合作协议 康美药业拟再收医院

康美药业公告称,近日公司与通化县人民政府签订了《医疗产业战略合作框架意向书》,通化县人民政府依据国家医疗卫生改革的相关政策,与公司建立医疗产业战略合作关系。

公告显示,公司在符合国有资产转让相关政策的原则下,将对通化县人民医院和通化县中医院进行整体收购。收购完成后,通化县人民政府对公司在两家医院的基建、科室建设、设备购置和人才培养等方面的工作进行专项资金扶持,公司承诺后续在上述两家医院之基建、科室建设、设备购置和人才培养等方面的资金应用规模原则上不少于两亿元。

此前,公司曾与梅河口市人民政府签订了《医疗产业战略合作框架意向书》,公司拟整体收购梅河口市妇幼保健院、友谊医院、中医院名下的全部资产。

业内人士表示,康美药业积极介入医院,有望给公司带来新的利润增长点。(游沙)

乐视TV推70吋超级电视

1月15日,乐视TV在京召开发布会,以8999元的价格发布首款70英寸超级电视Max70。这也是乐视TV继推出X系列、S系列产品之后,推出的超高端产品。同时,乐视TV宣布对旗下另一主要产品X60降价销售,价格调整为4999+980元(两年乐视网TV版年费)。此外,乐视TV还发布了乐视网TV版3.0、手机电视助手2.0、新的Pro版超级遥控器。

据了解,自2013年年初,乐视盒子C1开售以来,乐视TV智能终端总销量突破120万台,其中超级电视销量已达30万台左右。

据介绍,Max70采用高通骁龙4核1.7GHz处理器,屏幕采用全球唯一十代线原装SDP面板,并搭载全球首款全体感智能电视UI系统——LetvUI3.0智能操作系统,配合全新的Pro版超级遥控器、体感摄像头等配件。Max70定价8999元,而市场上同尺寸电视均在2万元左右。

乐视CEO贾跃亭表示,Max70的推出使超级电视的产品线日臻完善,已全面覆盖主流、高端、超高端产品市场。其中,S50、S40作为市场主流产品,高端产品X60,用户覆盖高端客户群体,超高端的Max70,将开启私家智能影院生活。

最新数据显示,乐视TV超级电视日均开机率超过72%,周均开机率超过90%,月均开机率95%。(陈光)

民生银行打造贵金属旗舰店

15日,中国民生银行贵金属旗舰店启动仪式在民生银行木樨地支行举行。首批贵金属旗舰店包括木樨地支行、西长安街支行和世纪城支行三家旗舰店。

据了解,这三家支行将被着力打造成北京地区规模最大、功能最齐全、设备最先进、品味最高雅的贵金属旗舰店。客户可以在旗舰店内体验一站式服务,具体包括贵金属鉴赏、实物销售、黄金回购、贵金属市场咨询以及投资交易体验等。同时,旗舰店还将为高端客户提供专属业务办理渠道。

民生银行相关人士称,在北京首批旗舰店开业之后,福州、太原、广州等地的多家中国民生银行贵金属旗舰店也将陆续推出。

此次民生银行推出贵金属旗舰店就是提升客户体验,为全产业链客户提供一条龙服务的有益之举。其三大特点突出:品类丰富、专属服务、高端品质。(任明杰)

□本报记者 王荣

“公司会将高端、中端业务拆分,组建两个专业公司。”15日,用友软件召开题为“平台化发展产业链共赢”的合作伙伴大会,董事长王文京称,2014年是公司转型“软件及IT服务+数据服务+金融/电信服务”的关键年,除了传统软件及IT服务领域调整外,电信服务业务也是重点。

据悉,用友软件已与中国电信签署移动转售协议,并成立了独立运营的子公司,未来拟针对企业用户推出企业手机、电信增值业务以及企业定制套餐。

转型平台商

王文京表示,未来将以U8、U9等为基础组建新的专业中端公司,目的是希望以专业公司的方式,实现高端业务升级,中端业务重振。

用友高级副总裁郑雨林表示,高端业务是偏专业服务的业务模式,主要是直销;中端是标准解决方案的模式,主要走分销途径。郑雨林提供的数据显示,公司高端客户已经达到1万家长规模,中端客户则达到了几十万家。

这一业务划分也是为了适应其2013年制定的转型战略。当时明确,未来三年的关键是“平台化转型”、“业务聚焦”和“管理升

级”,公司拟推出私有云及混合云UAP平台以及CSP平台,作为产品转型的重要方向。

“UAP平台有望较快落地。”有分析人士指出,用友软件将与集成商和独立软件开发商合作在UAP平台上形成案例,开展高端和终端客户的远程、托管、租用、私有云及混合云服务。而CSP目前已基本搭建完毕,通过CSP平台,独立软件开发商可望用最小的投入开发出优质的APP应用。

转售业务将落地

日前,用友软件宣布与子公司畅捷通等共同发起设立用友移动通信技术服务有限公