

埃索美拉唑重磅新药上市

莱美药业独家品种将占半壁江山

□本报记者 周渝 重庆报道

6月下旬,莱美药业自主研发的国家4类新药埃索美拉唑肠溶胶囊(莱美舒)将正式上市,这意味着从1999年开始立项、历时15年的埃索美拉唑新药研发宣告成功。据了解,该新药在未来数年内将有望成为莱美药业单品销售收入最大的品种,预计年销售额可达10亿元级别,成为公司利润贡献最大的品种。随着埃索美拉唑以及下半年即将上市的免疫调节剂乌体林斯的销售,公司独家新品种销售额占比将超过一半。

享有三年独家生产权

埃索美拉唑是全新一代质子泵抑制剂(PPI),主要适用于治疗消化性溃疡。与其他质子泵抑制剂相比,埃索美拉唑具有疗程更短、疗效更稳定、起效更快速持久和较高的HP根除率等优势,是目前治疗消化性溃疡的最新一代药物。

据IMS和南方医药经济研究所的样本医院销售数据,2012年消化系统药物销售规模超过270亿元,同比增长13%左右。其中PPI药物占据约70%的份额,作为PPI药物新一代品种的埃索美拉唑正处于快速增长期。在南方医药研究所2013年样本医院终端消化系统药物销售额中,埃索美拉唑的市场份额达3.76%,增速最快。2013年1050家IMS样本医院数据显示,进口埃索美拉唑制剂销售额约9亿元,若样本放大至全国2.2万家医院,整个市场销售额会更大。

据了解,目前我国市场销售的埃索



新华社图片

美拉唑药品只有国际医药巨头阿斯利康的进口品种,国内没有其他生产厂家。莱美药业自主研发成功埃索美拉唑,打破了外国药企的垄断。根据我国现行医药审批体制,莱美埃索美拉唑肠溶胶囊有三年的监测保护期。未来三年,莱美药业在我国享有独家生产销售埃索美拉唑肠溶胶囊的权利。

中国证券报记者从莱美药业了解到,从今年初开始,公司在全国范围进行经销商招商和目标医院的覆盖工作,目前全国三甲医院覆盖了60%以上,计划年底达到80%;20多个主要省份实现经销商网络覆盖,且该新药在部分省份已被收录入地方基药目录,今年内公司将完成全国绝大部分省份的招标和补标工作。

根据相关监管部门的审批,莱美舒

的终端零售价格暂定为每盒88元,低于同规格的阿斯利康进口产品4元钱,价格差距不足5%。医药专业人士表示,这一定价是按照新药标准来定价的,不需要参照仿制药相比同类原研药价格下降15%至30%的定价标准。通常进口药的利润空间较大,而莱美舒的终端价格仅低不足5%,其毛利率水平和利润空间可观。

据公司预计,今年下半年莱美舒销售额将有望突破一亿元,明年预计将实现爆发式增长,三年左右莱美舒年销售额预计可达到10亿元。

据了解,与其他上市的处方新药相比,由于进口埃索美拉唑制剂已进入国内数年,该药有着良好的医生、专家认同度和市场基础,因此莱美舒的市场推广速度将会较快。公司预计,由于国产药在

贵州茅台拟降门槛扩招专卖店

业界担忧出货放量扰乱价格

□本报记者 王锦

贵州茅台6月16日在其官网挂出“国酒茅台专卖店网络发展公示”,拟在相关空白市场区域发展国酒茅台专卖店营销网络,且资金门槛相比以往下降不少。这被视为茅台在继去年放开经销权之后,又一扩充营销网络、刺激出货量之举。

业内认为,由于茅台酒产能逐渐释放,而终端消费并未真正转好,增加销售网络便成为面临压力的茅台的重要选择。一方面可以促使渠道下沉、渗透此前并未受重视的大众消费市场,借此实现对市场份额的挤压式成长;另一方面也能够直接增加出货量,带动公司业绩上升。

茅台“扩招”

在“国酒茅台专卖店网络发展公示”中,贵州茅台表示,拟在相关空白市场区域发展国酒茅台专卖店营销网络,诚邀有酒类经营能力的企业或个人垂询加盟。并指明空白区域是指:符合专卖店各项条件,且未有国酒茅台专卖店或特约经销商的县级行政区域、地级城市、省

会城市的空白区、新区和经济开发区。

而对于加盟条件,茅台提出了4点要求,包括:申请加盟企业必须在当地有营业两年以上的酒类产品经销公司,且营业额名列当地前3名;在当地必须有较好的社会关系,较强的社会影响力和较成熟的营销网络;同时还需要公司组织机构完善,有成熟的销售业务拓展团队;必须有符合开设专卖店的候选门店。

有媒体援引茅台内部人士话称,茅台已有三年未增加专卖店代理渠道,目前包括自营门店,茅台在全国有1100余家专卖店,全国范围还有1000多个空白县级市等区域;根据茅台此前内部开会讨论,首批可能会吸收100家代理商,即新增100家专卖店,最终可能会增加200家。

据了解,在具体销售任务方面,上述空白区域的新增经销商需要同茅台签订4.5吨的销售合同,其中包括按999元/瓶的团购价采购1.5吨飞天茅台,按819元/瓶的出厂价采购的3吨飞天茅台。按此计算,经销商约需付出800万元的资金成本。

值得注意的是,上述“门槛”相较于

年茅台放开经销权时降低不少。2013年7月,贵州茅台以“30吨999元配3吨819元”的条件扩大经销商阵营,也引来包括银基集团在内的经销商的热捧加盟,而30吨的资金门槛则超过6000万元。

有业内人士指出,无论是销售量还是低价货占比,新的政策均有不同幅度的放开,茅台希望能够实现小商广泛分销的意图明显;另一方面来看,由于茅台酒产能在不断释放,但市场销量却未能同样释放,茅台此举也是不得已为之,未来经销权门槛的逐步下降将是大概率。

出货量或扰乱价格

对于此次贵州茅台“扩招”的影响,有行业人士分析,由于进入门槛并不高,无疑将吸引一批其他白酒经销商的进入,或像去年放开经销权时一样,刺激茅台出货量,从而带动公司业绩增长。去年贵州茅台放开经销权的举动给公司业绩带来了“立竿见影”的效果。在行业深度调整、其余酒企负增长甚至亏损的背景下,贵州茅台2013年营收增长16.88%,净利润增长13.74%。对于今年,

贵州茅台给出的预期目标是,预计公司2014年度实现营业收入较上年同期增长3%左右。据悉,当前茅台一批价约为870-890元瓶左右,在价格无法上涨的情况下,量增成为保障业绩的主要途径。

茅台广东地区一级特约经销商超扬贸易认为,茅台进一步吸纳经销商一是将渠道渗透得更深(主要提前布局未来的系列酒板块);二是淘汰一批无法适应市场的老经销商;三是持续加强对经销渠道的管理,违规者被淘汰时维持市场的稳定。

但也有经销商及业内人士并不乐观,认为茅台作为白酒最富竞争力的品牌之一,经过白酒黄金十年的发展,几乎有消费力的区域都有了茅台的经销商,空白区域并不多或者较偏远,而这样的空白区域能够带来的销量并不一定乐观。

此外,也有行业人士担忧,由于白酒终端动销并没有真正改善,茅台的举动只是依靠对经销商的“扩招”实现了铺货量的增长,可能会出现“大库”转“小库”的情况,同时可能会扰乱终端价格。

PE/VC瞄准医疗健康产业

□本报记者 傅嘉

第四届中国医疗健康产业投资与并购大会19日在京举行,医疗和TMT已成为PE/VC投资最为活跃的两个领域。中国医疗保险研究会会长王东进在会上表示,我国医疗卫生支出每年都以20%的速度增长。行业专家预测,2020年我国医疗产业规模将达到8万亿元。

行业规模持续增长

王东进表示,目前在全国依次建立了城镇职工基本医疗保险制度、新型农村合作医疗制度、城镇居民基本医疗保险制度、城乡医疗救助制度,参保(合)总人数超过13亿人,参保率在95%以上。政府对医保的投入力度不断加大,对城乡居民医保的参保补贴由初始的年人均20元、40元增加到目前的320元。保障水平逐步提高,职工医保、城乡居民医保政策范围内的医疗费用报销率分别达到75%和70%左右。

他认为,由疾病保险到健康管理是全民医保发展的必然趋势。目前天津、青岛在积极探索基本医保在疾病预防、健康管理、长期照护等方面的更多作为,更好地发挥基本医保的基础性作用,提高医保基金的使用效率。随着经济的发展、制度的完善,基本医保与大健康产业的结合将更加紧密。

随着“老龄化”等一系列社会问题的逐步显现,业内对医疗产业的发展势头预期达成一致。北大光华卫生经济与管理研究院执行院长刘国恩表示,相关研究结果显示,2015年美国约三分之一的GDP来自于医疗卫生健康产业,中国目前是5%左右,离发达国家的平均水平还有五个百分点差距。以7%的经济增长速度来测算,医疗卫生健康产业贡献10%GDP,则行业规模达8万亿元。

移动医疗受关注

多家投资机构表示,TMT和医疗将成为未来重点关注的两大领域,前者的观点在于移动互联网所孕育的颠覆性商业模式,后者的观点则在于其能够穿越经济周期的成长性。

清科集团发布的《中国医疗健康产业投融资报告》也佐证了这一判断。数据显示,2013年中国医疗健康产业投资案例创历年新高,达到210起。其中,医药企业投资案例占整个医疗健康投资案例的40%。从投资金额来看,医疗设备和医疗服务领域整体投资规模和平均每笔投资金额上涨明显。2013年中国医疗服务行业投资案例达到29起,平均投资金额在医疗健康领域最高,达到1506万美元。

清科集团CEO倪正东表示,现在整个投资界最关心的两大行业为移动互联网和医疗健康,产生了一个交集领域移动医疗。未来几年移动互联网和医疗健康的结合,将产生巨大的投资机会。

ST天威子公司对外拆借资金遭审计

□本报记者 汪珏

ST天威6月19日晚公告,公司全资子公司存在对外拆借资金行为,被国家审计署审计。

公告显示,2013年,国家审计署对公司实际控制人中国兵器装备集团公司2012年度财务收支情况进行了审计,延伸到公司,并对相关事宜进行了追溯。

审计结果指出,ST天威的全资子公司天威保变(合肥)变压器有限公司2009年至2012年存在对外拆借资金的行为,累计借款5.06亿元(截至2013年6月,9006.72万元未收回)。

公司称,针对此审计问题,公司高度重视,采取有效措施进行了整改。目前,已终止了子公司天威合变的拆借资金行为,并采取法律手段追讨借款。同时,公司进一步完善了内控建设,制定并完善了相关制度,规范和加强了资金管理,杜绝类似问题的再次发生。

公司同时强调,本次审计发现的问题不会对本公司整体经营业绩和已公布的财务报表产生重大影响。

直营店与互联网并行

摩恩电气营销双线作战

□本报记者 李良

摩恩电气日前在上海九星市场举办旗下首只特种布电线直营店开业仪式。当天,摩恩电气特种布电线在阿里巴巴、淘宝网、互联网营销平台上线。据公司透露,下一步,还将在天猫、一号店及中国建设银行善融商务平台等开拓网上营销,提升品牌认知度和扩大销量。

“此次电线直营店开业和互联网营销平台上线,标志着摩恩电气线上线下并驾齐驱,成功引入OTO营销模式,客户可以在线上下单,线下体验和配送。此举进一步扩大了摩恩品牌在上海地区乃至全国的影响力。”摩恩电气有关人士向记者表示。

据了解,此次启动的直营店以三种特种布电线销售为主,包括双层塑料绝缘电线、低烟无卤环保布电线、传统电线升级布电线。

环保法配套制度建设正在推进

□本报记者 欧阳春香

环保部政策法规司副司长别涛在6月19日召开的中欧环境治理项目2014年全国会议上表示,新《环保法》配套立法正在有计划地进行中,有30项配套制度措施需要建设。同时,新《环保法》还明确了乡镇级别也要建立农村环保监测机构。

别涛表示,新《环保法》是环保领域基础性的法律,力争在明年1月新《环保法》生效之前完成相关协调程序,并就大气、土壤、水污染等出台配套的专项法规。

别涛称,新《环保法》将农村环保的责任落实到乡镇一级政府,提出乡镇一级政府要负责农村环保的综合整治。

6月物业服务价格指数增0.38%

□本报记者 于萍

根据中国指数研究院对全国二十个重点城市星级小区的调查,6月二十大城市物业服务价格综合指数为1004.98点,物业服务均价为2.04元/平方米/月,较去年同期上涨0.38%,较2013年年底上涨0.19%,低于CPI涨幅。

调查结果显示,主要城市物业服务均价大多保持稳定,有17个城市过去半年的涨幅在0.5%以内或保持不变,多数项目仍在执行入住时的价格。

6月18日,中指院、中国房地业TOP100研究组发布了2014中国物业服务百强企业研究报告,万科物业、绿城物业、长城物业、保利物业、金地物业等企业位居前列。研究显示,2013年物业百强企业实现在管项目总建筑面积均值1511万平方米,同比增长11.6%,百强企业布局城市增至22个。

此外,中指院还开展了“2014年物业服务价格水平调查”。结果显示,五成左右的业主及物业服务企业认为小区物业费收取基本合理。但在认为物业费不合理的业主及企业中,有超过四成业主认为价格偏高,而超过三成企业认为偏低。