

原料药出口持续低迷 探路新兴市场

■ 本报记者 袁远

记者近日获悉,作为原料药出口大国,中国原料药在进入欧美市场时遇到不小难题。今年上半年,中国医药贸易进出口额达432.37亿美元,同比增长10.28%。但从第三季度起,中国原料药出口欧美进入最艰难时期。

出口增速低位徘徊

一直以来,原料药被认为是低附加值产品,但在中国医药外贸发展的过程中扮演了举足轻重的角色。目前,中国已成为全球原料药最大生产国和出口国,中国是世界原料药供应的主要来源地。

但是,今年以来,原料药国际市场整体需求低迷。由于资金紧张,国外客户减少库存和采购量,更加关注价格,询价增多,大单、长单转为小单,导致国内企业竞争加剧,争抢客户,以致安乃近、阿司匹林等解热镇痛类大宗原料药出口呈现下滑趋势。

根据中国医保商会采集到的中国海关统计数据,2013年上半年,中国原料药出口额为121.12亿美元,同比增长3.08%;出口数量为333.93万吨,同比增长7.46%;出口平均单价同比下降4.07%。出口增速仍在低位徘徊。

制药产能过剩

医药市场的刚性需求决定了对原料药的需求。中国巨大的产能需要通过国际市场消化,促使中国原料药出口在数量上保持稳定增长。目前,大宗原料药产能过剩、竞争激烈,再加上发达国家经济复苏缓慢、新兴市场国家货币贬值,导致原料

药出口价格难以上涨,但是,各方面成本的增加也使得出口价格没有多少下降的空间。

安徽某中型药企总经理厉建告诉记者,技术门槛低、产能复制容易、产品无差异化是致使部分原料药产品产能过剩的原因之一。尤其是在新版GMP(药品生产质量管理规范)改进过程中,快速的固定资产投资极易使技术含量相对不高的原料药制造业出现产能过剩的问题,进而压低行业的整体利润,造成恶性竞争。

厉建还表示,造成出口利润下降的另一个主要原因是消化环保成本的能力还不强,环保标准提速太快。一方面是所有成本都在上涨,另一方面又是终端药品价格在不断下降,这给原料药企业带来非常大的困难,除非企业具有很强的议价能力,但是这样的原料药产品目前还不是很多。

此外,人民币升值也使附加值较低的大宗原料药及中间产品出口压力不断增加。厉建表示,人民币持续升值已经严重影响企业的出口,中国原料药出口在价格竞争上的优势正因此逐渐丧失,对出口企业的经营也形成了一定压力。

大力开发新兴市场

厉建还表示,原料药企业只有通过技术创新,使自身生产技术不断升级,才能让企业的出口利润不断提高。这无形中也增强了企业继续创新的信心,形成良性发展的模式。同时,原料药行业还应出台更严格的监管措施,打击在环保、质量标准方面不合规的企业,避免无序、恶性竞争,保护原料药产业的健康可持续发展。

面对这一轮原料药出口低迷行情,医药



界人士都表示积极应对,继续大力开拓国际市场,努力扩大国际市场份额,积极参与区域经贸合作,切实解决各种难题;抓住新一轮全球医药产业向亚洲转移的机遇,提高承接国际医药产业转移和吸纳的能力。

记者在调查中发现,在全球经济不景气、医药需求不振的背景下,新兴市场几乎成为我国原料药出口增量的唯一出路。数据显示,上半年,中国大宗原料药对新兴市场出口增长10.03%。其中,大中型医药企业加大力度开发新兴市场及非洲市场,百强医药企业出口新兴市场厂家数增长12.2%。

业内人士表示,新兴市场中最值得一提的两个国家是俄罗斯和非洲的尼日利亚。

俄罗斯近年来与中国的贸易往来越来越多,表现在药品贸易上,两个国家目前在医疗保障体制水平、用药水平上都比较相近,其药品市场进入门槛比北美、欧盟要低,这些对中国药品出口都极为有利。此外,尼日利亚也是富有潜力的出口市场,其地处制药工业基础非常薄弱的非洲,是非洲的药品贸易集中地,而中国向来重视与非洲的贸易往来,并成立了中非贸易基金,专门服务对非贸易的中小企业。

特别报道

联想集团加快开拓欧洲市场

7月份,根据美国咨询公司IDC统计,中国联想集团超越美国惠普集团,成为全球第一大个人电脑制造企业。2013年上半年,全球个人电脑市场低迷,销量同比下滑11.4%。在不利的市场环境里,联想集团却实现了超越。尽管联想集团43%的销售集中在中国,但该集团也非常重视开拓全球市场,特别是欧洲市场。联想采取了本地化策略,4月份,德国人安德雷阿斯·麦尔(Andreas

Mayer)被任命为联想荷比卢公司总经理。目前,联想荷比卢公司在比利时的雇员达到20人。由于能够准确把握当地市场,2013年第一季度,联想在欧洲、中东和非洲地区的销量同比增长19%,是排名前5位的个人电脑企业里唯一实现销量增长的。目前,联想在比利时市场份额已达10%,进入前三位。联想荷比卢公司预计,未来两年内,联想在比利时市场份额将翻一番。(汪静)

欧洲需求疲软 冲击啤酒行业

受欧洲经济下滑影响,欧洲啤酒消费需求下降,啤酒企业将业绩增长寄望于新兴市场国家。今年上半年,世界第三大啤酒企业喜力公司净利润达6.39亿欧元,同比下降17%;在西欧市场销量下跌7%,在中东欧市场下降6%。世界第四大啤酒企业嘉士伯公司第二季度净利润减少38%,在西欧市场销量下跌7%,在东欧市场微弱增长0.7%。

亚洲市场保持强劲增长,为啤酒企业全球业绩提供支撑。第二季度,喜

力在亚洲销量增长4%,嘉士伯销量增长7%。

喜力公司首席执行官表示,欧洲和美国的消费者信心仍处于低位,需求不旺,今年天气偏冷也对销量造成一定影响。为应对欧洲市场疲软,啤酒企业不断加大力度开拓新兴市场。2010年以来,喜力在亚洲和拉美市场并购投资超过100亿美元。嘉士伯收购了俄罗斯第一大啤酒企业50%的股份,挖掘东欧市场潜力,取得一定成效。(阎漫漫)

日本食材将登陆上海中式餐厅

日本料理餐厅海外普及推进机构(JRO)8月27日宣布,将在上海的中式餐厅推出使用日本食材的特别菜谱。该活动旨在宣传日本料理的安全性和健康性,扩大日本料理的在华消费群体。JRO与上海的餐饮机构合作,将于9月下旬至10月期间在70多家餐饮店开展该活动。据悉,产自长崎的大虾等水产

品、产自大分的柚子、胡椒以及京都的海带等食材将作为中餐素材及调味料使用。届时,JRO还将制作分发参与本次活动的餐厅地图。JRO是由餐饮业界等组成的非营利机构,致力于向海外推广日本食品。(张立伟)

海外传真



中国游客维系印度洋旅游生命线

对来自广州的熊丽(音译)而言,能在毛里求斯的白沙碧海间度过蜜月堪称美梦成真。婚礼后,她和丈夫游览了毛里求斯首都路易港。她激动地说:“真是完美!”越来越多像熊丽这样的中国游客将涌向印度洋的毛里求斯、马尔代夫和塞舌尔,弥补欧洲游客大幅减少带来的旅游业损失。毛里求斯一名华裔政治家说:“中国人挽救了印度洋旅游业。”

一直以来,地处东非和印度之间的这三大旅游胜地都在与加勒比海地区竞争高端游客。由于2008年的全球金融危机,财务趋紧的法国、英国和德国度蜜月者和家庭更倾向就近选择度假地,导致这三大海岛国的游客入住率直线下降。不过,新出现的中国游客热潮重新托起了3地的旅游经济。

旅游业高管们估计,今年,前往这3个岛国的中国游客人数有望达到30万。相较之下,在金融危机前的2007年,来自中国的游客尚不足4万。毛里求斯V LH酒店集团总裁弗朗索瓦·埃诺说:“我们急需中国游客。”

世界旅游组织的统计显示,中国出境旅游人数2012年已达8300万人次,境外旅游消费额达创纪录的1020亿美元。世界旅游组织秘书长塔利布·里法伊说,这凸显“中国不断增长的中产阶级已成为旅游市场生力军,并将持续改变世界旅游市场格局”。

不过,中国游客却不太可能成为印度洋度假行业的“金主”。平均而言,中国人在海岛上的行程为4天至5天,而法国人会待8天,英国人则一住就12天。

(康妮)

合肥公司求购弹簧

合肥柏懿斯贸易有限公司求购弹簧,量大,寻求信誉良好的中小私企合作,合作期7个月。

联系人:年女士

电话:0551-62385357

手机:18756945617

邮箱:18756945617@163.com

(信息来源:商务部中国商品网)

西安公司供应红光点状激光器

陕西日成科技发展有限公司根据用户要求设计生产激光器,为用户提供光电解决方案。

联系人:王晓荷

电话:029-68581701

手机:13002991883

邮箱:gaoxiang123_456@163.com

(信息来源:商务部中国商品网)

哥斯达黎加公司求购酸化油

哥斯达黎加Impex Global公司求购用于制作饲料的大豆酸化油。该公司还出售回收的稀溶剂,也可为中国出口商开拓哥斯达黎加市场。

联系人:Federico Delgado

电话:00506-88116869/25374141

邮箱:delmo0571@gmail.com

(信息来源:中国商务部官网)

智利客商求购稻壳和稻壳粉

公司:Hormigones Transex Ltda.

联系人:Nicolás Posada

手机:+56 973081477

电话:+56 223926000

邮箱:nposada@htransex.cl

网址:www.hmct.cl

(信息来源:中国商务部官网)

(以上信息仅供参考)

