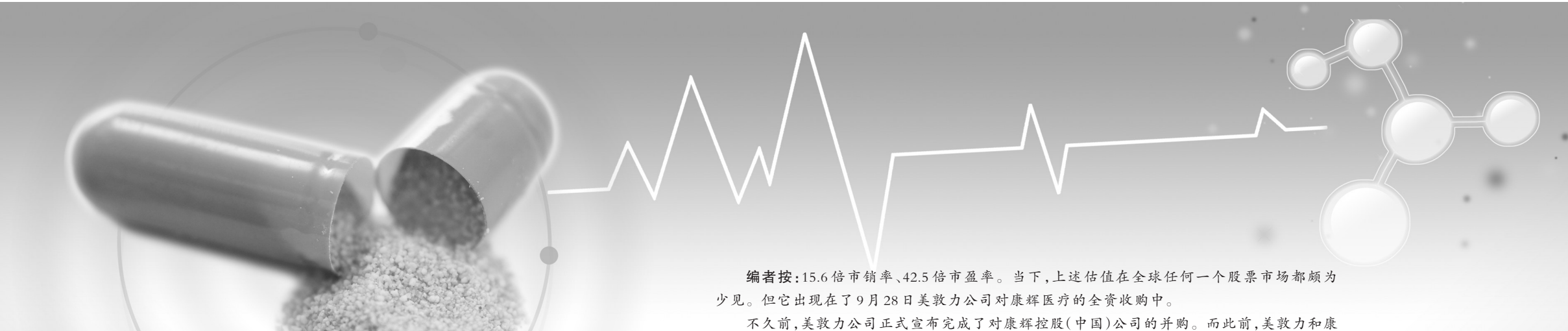


本版撰文 本报记者 栾 鹤 徐 森



看好中国市场 跨国医疗企业投资“不差钱”

日前,美敦力公司(以下简称美敦力)宣布完成了对康辉控股(中国)公司(以下简称康辉)的并购。

根据此前双方签订的协议,美敦力向康辉支付了大约8.16亿美元现金。扣除康辉的现金,该交易的总价值为大约7.55亿美元。

据记者了解,该收购不仅是中国本土最大的医药健康类企业并购交易,也是美敦力在本土以外完成的最大并购案。

从名不见经传到一鸣惊人

作为一家进入中国市场已经有23年的全球知名公司,美敦力却在华经营得十分低调。这个公司为数不多地见诸报端,也就在2009年7月,被媒体披露其曾与国内骨科领域排名靠前的山东威高医用高分子制品股份有限公司(下称“威高”)成立合资公司。在那次合作中,美敦力向威高投入股本17.26亿港元(约合2.21亿美元),收购后者15%股份。而骨科治疗,正是美敦力全球的数个优势业务之一。

此次对康辉的并购,引起了业界极大的反响,但这一次,美敦力选择“对象”的考察标准与上次投资威高时的标准截然不同。

“美敦力之所以选择康辉,是因为康辉是中国一家上市公司。从美敦力的全球投资策略来看,我们对中

国市场非常重视,具体举措之一就是投资,而这次我们选择的是直接投资一家企业。”美敦力公司公共事务高级经理吴伟农在电话采访中对记者表示,“从产品的角度来讲,美敦力的产品大多针对脊柱、神经外科、神经调控,但在关节、创伤领域却没有什么产品。如果想更好地服务中国市场,就要提供全套产品,而与康辉的合作,正好填补了美敦力在某些方面产品的空缺。”吴伟农说。

投中集团(ChinaVenture)分析师万格也对记者表示,美敦力公司主要还是看好国内庞大的医疗需求。在相关医疗基础设施配备不足的情况下,具备实力的企业有望通过并购介入国内医疗领域,获取一定市场份额。

凭自身优势得青睐

除了中国市场带来的吸引力,康辉自身的优势也是美敦力看重的。

据记者了解,康辉公司成立于1997年,并购达成前已在纽约证交所上市。此外,这家公司在国内已建立了多种流通渠道,并在其他29个国家有业务。

“从可接触性来看,已在纽约证交所上市的康辉显然更容易让人了解。此外,在渠道方面,已经将‘触角’伸向海外,这尤其符合美敦力的需求。”吴伟农对记者表示。

万格分析指出,从产品销售分布来看,康辉医疗在骨科治疗领域国内领先,并在二三线城市铺开了销路,拥有部分省级三甲医院“准入证”,这一独特优势使得美敦力可利用其推广自己的心脑血管辅助治疗药物及器械,增加境外业务收入。而从资本运作角度来看,美敦力的此番收购,使得上市前对康辉医疗投资的VC/PE机构IDG资本、维梧创投、凯鹏华盈等,因美敦力的溢价战略收购,有望获得较IPO更理想的退出回报。

外企看好中国医疗市场

“我们为已建成的康辉公司感到骄傲,也认识到作为合并机构的一部分,借助美敦力的规模和专业技能来加快实现我们全球化远景的机遇是巨大的。”康辉首席执行官杨利波说。

而吴伟农对记者透露,其实美敦力与康辉正式接触是在今年夏天,而到了9月份双方就达成了并购协议。从时间上来看,进程非常快。

“这说明,无论是美敦力,还是康辉,合作意愿都很强。另外,康辉方面对于美敦力进驻之后的盈利预期非常高,这也是这次并购会进行得如此顺利的重要原因。”吴伟农表示。

其实,在过去不到一个月的时间里,美敦力不止对康辉进行了并购,它于10月15日还购买了深圳先建科

技公司19%的股权,获得了该公司产品分销权并有机会增持所有权。而近年来,多家位列世界500强的医药外企纷纷开展资本运作,参与或收购中国国内的医药企业。

对此,万格认为,这主要还是因为医药外企看好国内庞大的市场需求。目前,国内医疗市场存在巨大缺口,国内庞大人口基数以及人口老龄化趋势为资本运作提供了契机。

“外资入境收购主要还是希望利用国内在细分领域较有影响力的企业进行分销渠道拓展。这两次收购,投行在其中扮演了重要角色。美国投行派杰(Piper Jaffray)是康辉和先建的IPO主承销商,这两次收购交易也由派杰接手,投行对企业的深入调查和了解,是促成这两笔交易的重要环节。”万格说。

据了解,随着老龄化进程的加快,中国骨科疾病的病患数量大幅增长,使得这一市场迅速崛起。国际骨质疏松基金会的数据显示,中国有6940万50岁以上的骨质疏松患者,预计到2020年,相关医疗支出将超过125亿美元。而在国内高端、大型医疗器械市场,外资企业几乎占据了80%以上的市场份额,中国企业已经无路可退。面对国外医药巨头的觊觎,万格认为,国内企业应增加产品研发投入、不断创新,将产品销售推向需求度更高的三线以下城市及农村市场。

链 接

盘点跨国药企在华30年

第一阶段:(1980年-1990年)投石问路

1978年,中国改革开放伊始,国民健康水平较低,医药工业也非常落后,亟须引进外资给国内医药行业输血。

1980年8月2日,在北京举行的中国大冢制药有限公司成立合同签订仪式上,中日双方签署了《合资经营中国大冢制药有限公司合同书》、《技术合作合同》和《中国大冢制药有限公司章程》3份文件。中国医药工业公司和日本大冢制药株式会社共出资7100万元,成立合资公司中国大冢制药,中国第一家外资制药企业诞生,由此开启了外资制药企业在中国的发展历程。

1982年5月,美国百时美施贵宝公司与中国医药对外贸易总公司和上海医药(集团)总公司签约,共同投资11164万元成立中美上海施贵宝制药有限公司。

1982年9月,中国与瑞典的第一家合资企业无锡华瑞制药有限公司成立,注册资本1560万美元,主要提供肠内营养产品等。

1985年4月,西安杨森制药有限公司成立,由美国强生公司全资子公司比利时杨森制药有限公司与陕西省医药总公司、陕西汉江药业股份有限公司、中国医药工业公司和中国医药对外贸易总公司合资兴建,总投资1.5亿元。

1985年7月,中美合资企业苏州胶囊有限公司成立,为中国引进了高质量空心胶囊技术。

中国大冢、上海施贵宝、无锡华瑞、西安杨森和苏州胶囊先后在中国顺利建厂投产,这5家最先在中国成立的医药合资企业被业内称为“老五家”。

阶段特点:跨国企业主要通过技术授权等手段,利用中国医药企业的低成本优势,在华设厂和分公司,规模有限。

第二阶段:(1990年-2008年)跑马圈地

上世纪90年代初中期是外企进入中国医药市场的一个高峰,罗氏制药、阿斯利康等大公司相继入驻。

2001年1月,丹麦诺和诺德公司在北京建立了世界级研发中心,这是跨国制药公司在中国设立的第一家研发中心,该研发中心侧重于基础研究。

2002年11月,阿斯利康制药有限公司东南亚临床研究中心在中国正式挂牌成立,该中心是跨国制药公司在中国的第一个临床研究机构。

2003年10月,制药巨头美国礼来公司与上海开拓者化学研究管理有限公司共同建立的礼来实验室大楼正式落成,此举标志着跨国制药企业与中国企业在药品研发方面开始进入合作研究(CRO)阶段。

2006年1月,强生中国证实,已从上海第一生化药业收购了其持有的上海强生制药10%的股权,上海强生制药由一家合资企业变成了强生的独资企业。

2007年10月,德国拜耳收购东盛“白加黑”案获商务部批准,拜耳耗资10.72亿元收购东盛止咳及感冒类西药非处方药业务及相关资产,由此拉开了跨国制药公司在中国大手笔并购的序幕。

阶段特点:跨国企业加大在华研发力度,通过设立独资企业、加快并购中国本土医药企业等手段进行新一轮的产业整合,以提升

其核心竞争力。金融危机也促使跨国企业对以中国为代表的新兴市场给予了前所未有的关注。

第三阶段:(2009年至今)超国民时代终结

2009年,中国正式启动第三轮医改。在国家崛起成为主旋律、中国医药市场快速发展的过程中,中国本土制药企业的崛起成为中坚力量。30年沧海桑田,中国出现了一批有竞争力的本土仿制药企业和研发型企业,与外企同台竞技。

“单独定价权”,这是最饱受诟病的外资药所享受的超国民待遇,即原研药品即使过了专利保护期,仍能享有单独定价特权。在许多国家专利药品保护期后价格大幅度跳水的“专利悬崖”现象在中国基本没有发生。动辄数千元的外资药品费用使患肿瘤、免疫系统疾病的患者不堪承受,药物费用甚至可能超过治疗总费用的50%。

国家发展改革委发出通知,决定从2012年10月8日起调整部分抗肿瘤、免疫和血液系统类等药品的最高零售限价,平均降价幅度为17%。被限价的“主力”都是外资药品,此轮“砍价”,外企或将告别在中国的超国民待遇。

外资药企可能会走上一条“以量补价”的发展道路,续写他们在中国的“成功故事”。毕竟中国市场十分庞大,任何一家外资药企都不愿意轻易放弃。

近几年,“强劲增长”等词汇屡屡见于各大公司对其在华业务的评价上。一些公司也调高了对中国市场的预期,2012年3月,德国拜耳首席执行官表示,他们确定了2015年之前在中国营业额翻倍的目标。

除业绩增长,外资医药企业在华销售队伍也在逐年扩大。据国外媒体报道,2011年全球医药销售人员数量下降了1.8%,而中国却增长了18.6%。

阶段特点:竞合,将会是未来跨国医药企业与本土企业关系的主旋律。目前,虽然国内企业在化学制剂研发上无法与跨国药企抗衡,但在生产以及原料合成方面,国内企业却具有自身的优势,项目也更贴近中国市场需求。

跨国药企给中国带来了什么?

进入中国30余年,跨国医药企业早已赚得盆满钵满,同时也给中国医药行业带来了新的“氧气”。

NO.1 新药

跨国药企进入中国,最直接的就是给患者带来了新药。在中国现在销售最大的3个品类是抗感染类、心血管类和抗肿瘤类药品,其中大部分产品由跨国药企提供,填补临床治疗空白的新药更是不胜枚举。

NO.2 药品生产质量管理规范

跨国医药企业把“药品生产质量管理规范”(GMP)引入了中国,中国放弃了医药工业设计的苏联模式。而除GMP之外,国外制药业有关环保、职业健康与安全生产的标准也随之进入了中国,实际上推动了中国医药工程设计与国际接轨。1988年,卫生部出台第一部GMP法规,中国GMP的概念正式形成。

NO.3 药品研发

一系列跨国药企在华研发机构的建立,从客观上推动了中国药品研发进程。随着人类对生物技术新药的不断探索和开发,如今,生物技术药物正在快速崛起,并有着大幅增长的发展趋势。2008年,全球十大畅销药物排行榜上已有5个生物技术产品,作为全球最大的生物技术公司,罗氏60%的销售额来自生物技术药物,这给中国本土医药研发指明了发展方向。

NO.4 药品专利保护

近年来,中国在药品知识产权保护方面取得了很大的进步,这与外资药企的呼吁不无关系。2002年,中国实行对药品未公开数据保护(保护期6年),同时增加了专利联结的有关规定,在新药专利失效前不准仿制药上市,以保护新药市场和鼓励研发。

NO.5 医药代表制度

最早进入中国市场的几家外资药企如西安杨森、中美史克和上海施贵宝等引进医药代表制度。医药代表制度在国外已有近40年的历史,被广泛认可和接受。虽然,中国的部分医药代表与药品腐败难脱干系,但医药代表制度不仅给医疗专业人员传递了新药品知识,而且还收集临床药品安全信息,反馈给药品研制开发企业,推动了临床药学的发展。

