

# 文匯財經

漲跌(點) 漲跌%		漲跌(點) 漲跌%		漲跌(點) 漲跌%		漲跌(點) 漲跌%			
香港恆生指數	休市	深州B股指數	休市	悉尼普通指數	4418.95	-5.46	-0.12		
滬深300指數	休市	深證成份指數	休市	新西蘭NZ50	3480.42	+7.33	+0.21		
上海A股指數	休市	東京日經225指數	9819.99	-230.40	-2.29	雅加達綜合指數	4134.04	-81.41	-1.93
上海B股指數	休市	台灣加權平均指數	休市	吉隆坡綜合指數	1599.27	-7.36	-0.46		
上證綜合指數	休市	首爾綜合指數	2018.61	-30.67	-1.50	曼谷證券指數	1198.09	-12.98	-1.07
深圳A股指數	休市	新加坡海峽時報指數	2985.04	-29.94	-0.99	馬尼拉綜合指數	5038.92	-17.56	-0.35
						美國道瓊斯指數	13077.02	-122.53	-0.93
						納斯達克指數	3082.57	-31.00	-1.00
						倫敦富時100指數	5753.28	-85.06	-1.46
						德國DAX指數	6831.42	-150.86	-2.16
						法國CAC40指數	3343.18	-63.60	-1.87

B1 責任編輯: 劉理建 2012年4月5日(星期四) 香港 文匯報 WEN WEI PO

WEN WEI BUSINESS 專線: 2873 8002 傳真: 2873 3957 電郵: business@wenweipo.com 網址: http://www.wenweipo.com 地產版電話: 2871 5302 地產版傳真: 2814 0960

## 北京同仁堂

# 丁永鈴: 海外發展 文化先行

歷史上,伴隨着西方列強隆隆炮火,西醫、西藥迅速「佔領」龐大的中國市場。如今有着三百多年歷史的北京同仁堂,從北京的四合院到全球十六個國家和地區的64家藥店,卻花近20年時間。北京同仁堂國藥有限公司董事總經理丁永鈴認為,中醫藥國際化面臨着文化認同、國際統一標準缺失、貿易保護及技術壁壘、知識產權保護等多頭「攔路虎」,而以「以醫帶藥」、文化先行等則是海外拓荒的開路先鋒。

西醫、西藥早已廣為國人所普遍接受,甚至一度引發中醫藥被嚴重西化的擔憂,但作為中華民族數千年文明所留下的瑰寶——中醫藥,其走向的國際化步伐卻是舉步維艱。多年來,為在國際上爭得一席之地,中國北京同仁堂(集團)有限責任公司副總經理、北京同仁堂國藥有限公司董事總經理、中國醫藥保健藥品進出口商會副會長丁永鈴,不得不忍痛作出大量取捨。

調整處方 遵守外國信仰

文化差異和認知不同是中西醫藥國際化困難重重的根源所在,而有意和無意的貿易與技術壁壘,更是令中醫藥的國際化步伐步履維艱。丁永鈴說,不論是歐美等發達國家,還是泰國、越南等發展中國家,對中醫藥都沒有形成一個完全的認識,許多國家都將中醫藥視同西藥加以管理,「不管這些東西是什麼,有多麼好。要想進入他們國家就必須按照他們遊戲規則辦。除非放棄這個國家,否則就要改。」

如馬來西亞主流社會是馬來人,信奉伊斯蘭教,烏雞白鳳丸進入馬來西亞前,對方要專程來京認證雞的全過程是不是清真處理;在泰國,一個中藥產品註冊有時需要兩、三年時間,甚至連國內最常用感冒清熱顆粒都需改名;很多人認為越南比中國落後,但實際上越南對中藥數據和檢測要求,遠遠超過中國;同仁堂頗受歡迎的大活絡丹,也曾因其所含的小

藥鹼屬於新加坡禁制成分,不得不歷兩年時間重新改良才獲准在星銷售。

### 不足一成產品進東南亞

另一方面,國際上既不認可中國的標準,同時對中醫藥又沒有統一的標準。據統計,同仁堂在內地銷售的中成藥有1,000多個品種,但目前在東南亞國家獲准銷售的卻只有幾十種。與中國文化相對接近的東南亞國家尚且如此,中醫藥進入歐美等西方主流國家之難便可想而知。目前,世界不少國家都在或準備專門針對中醫藥進行立法,而有些國家甚至為保護本國醫藥產業,借管理與規範之名,對中醫藥設置各種法律、貿易和技術門檻。

### 正名藥品身份耗時費巨

事實上,同仁堂部分產品,現在都是以食品補充劑的身份而非藥品的身份進歐美等西方主流市場。「如果要走複雜而漫長的認證程序,去爭藥品的身份,光各種認證費用就可能要幾千甚至幾萬美金。在目前市場有限的情況下,如此大的投入就是雞肋碰石頭,而把資料提供到什麼程度,更涉及知識產權保護和處方保密的問題。」丁永鈴表示。

或改頭換面,或調整處方,或本地化生產,儘管在走向海外的道路上邁出許多無奈之舉,惟丁永鈴認為,只要先搶佔住國際市場份額,從未來發展的角度來看,中醫藥國際化之戰就已經算是打贏第一仗。



■丁永鈴認為:「要想進入他們國家就必須按照他們遊戲規則辦。」

■同仁堂2004年在港建立生產研發基地,並在多個國家實施本土化經營戰略。

■為吸引海外民眾,同仁堂澳洲布里斯本本店向當地學生介紹抓方認藥。

## 攻堅「三先三後」

「同仁堂海外經營戰略取得成功,主要有七大至勝法寶。首先,同仁堂在海外的發展是先貿易,後辦店;先經營,後生產;先亞洲,後歐美。」丁永鈴介紹,下一步重點考慮的是進入歐美主流市場,既經營產品還要傳播文化,能夠讓主流社會的外國人真正了解同仁堂,認知中國醫藥精髓。

### 「以醫帶藥」人才本土化

從1993年起「以醫帶藥」走向海外到今天,同仁堂已在海外16個國家和地區擁有18家公司、1家生產研發基地和64家藥店。在不同的國家和地區,同仁堂都採取古樸典雅的統一裝修模式,醫、藥、食、文化並舉。

丁永鈴說,同仁堂在海外的產品銷售不是靠廣告宣傳,而是通過「名店、名藥、名醫」的海外經營特色,

### 分支實現規範化管理

同時,同仁堂在海外的每一家公司或藥店都實現規範化管理,系內所有商品統一出口,並做到標識、文化及形象統一。

丁永鈴坦言,文化的影響力並非一夕之功。舉辦各種健康諮詢講座、贈醫施藥等活動,與國家漢辦合作在全球孔子學院推廣中醫藥文化,在這些活動的影響下,外國友人也許尚不能理解複雜的針灸穴位和「斤斤計較」

逐漸擴大影響,建立穩固的客戶群。目前,在海外400餘名員工中,有300多名來自當地,實現人才本土化。

2004年,同仁堂投資1.78億港元在香港建立生產研發基地,並在多個國家實施本土化經營戰略。該公司規劃,到2015年境外零售總店將達到100家。

### 同仁堂海外經營戰略七招

- 一、循序漸進 穩紮穩打
- 二、以醫帶藥 形成海外特色
- 三、建立生產研發基地 實施本土化經營
- 四、文化引領 搭建發展新平台
- 五、建設隊伍 保障可持續發展
- 六、強化管理 保證國有資產保值增值
- 七、資產重組 實現集團化飛躍

的藥方,但中醫藥的療效已經逐漸在部分國家和地區獲得認可。

2011年3月,同仁堂海外公司順利完成境外資產重組,形成集資本運營中心、無形資產管理中心、生產研發中心、進出口貿易代理中心、人員派出中心及文化塑造中心於一體的海外集團。丁永鈴說,這為海外實現質的飛躍打下堅實基礎。

## 財經新聞

# 遠東環球或夥中建總拓海外

香港文匯報訊(記者 趙建強、陳遠威)中國建築(3311)早前完成遠東環球(0830)的收購,中國建築副主席兼遠東環球主席周勇表示,未來中國建築的海外發展,將全數交由遠東環球負責,遠東環球亦不排除與母公司中國建築工程總公司(中建總)以合資公司形式合作發展海外業務。但中國建築目前持有的海外業務,則不考慮注入遠東環球。

為配合遠東的海外發展業務,中國建築早前已將專責處理海外業務的張哲孫調任遠東行政總裁職務。他表示,未來不排除將部分中國建築的海外員工,逐步移入新公司,遠東亦會考慮在目前中國建築擁有業務的海外市場,如印度、迪拜等地尋找投資機會。張氏又稱,目前遠東於溫哥華、多倫多、紐約等多個美國城市,均有項目投標。

收購遠東環球具協同效應

周勇表示,完成收購後,遠東持有約8億元現金,資金已經足夠,暫時無須進行融資,料公司會盡快完成配股,並將流通量增加至規定要求,以便安排復牌。他又再次就早前有傳媒指,中國建築以高溢價購入遠東環球澄清,指購入該公司可為海外業務帶來協同效應,而且中國建築不少新簽項目如賭場、醫院等都有玻璃幕牆部分,收購對公司業務有幫助。



■周勇(左)表示,收購遠東環球有助拓展海外歐美業務。旁為遠東環球行政總裁張哲孫。

### 今年目標新簽約9億

他又指,內地市場欠規範,一般毛利率亦低於海外項目,且看好美國市場有復甦跡象,收購有助拓展海外,尤其歐美業務。

### 五千人清明節參觀奧柏·御峯

奧柏·御峯售樓處昨日獲約5000人參觀,料八成為用家。

香港文匯報訊(記者 趙建強)信置大角咀奧柏·御峯售樓處昨日開放示範單位,發展商估計全日有約5,000人參觀,料八成為用家,七成為奧運遊客,公司預料項目最終買家中,有約85%以上為本地客。

### 帝峯千呎平台戶售2250萬

信置表示,旗下同區帝峯·皇殿日前獲一本地用家購入8座8樓C室單位,面積1,181呎,連1,101呎平台,成交價2,250萬元,呎價19,052元。另外,有內地買家斥資約1,800萬元,購入御金·國峯1座3樓B室單位,面積1,208呎,呎價約14,877元。

### 廣交會酒店房價標準出爐

香港文匯報訊(記者 古寧 廣州報導)廣州市物價局日前批覆第111、112屆廣交會期間廣州地區酒店房價,廣交會期間廣州地區酒店房價實行行業指導價,其具體標準與去年相同。

據了解,五星級酒店標準房的標價,最高不過2,190元/天,而白金五星級的酒店則可以自行訂立房價。四星級酒店為標準房1,630元/天,三星級酒店為958元/天,二星級酒店為535元/天。經濟型酒店可執行二星級酒店行業指導價。

### 延吉高新區引資20億

香港文匯報訊(記者 劉靖宇 長春報導)記者在日前召開的延吉高新技術產業開發區2012年招商引資大會上了解到,2012年吉林省延吉高新區招商引資到位資金達到20億元(人民幣,下同),開工建設12個億元以上工業項目,引進12個電子產品製造業企業,竣工投資12個較大項目,激活12處閒置廠房及土地,為高新區加速發展提供強勁動力。

據了解,延吉高新區將大力開展活動招商、親情招商、中介招商、網絡招商、叩門招商、以商招商等多種形式的招商活動,將對符合產業導向的國際500強、國內100強、行業50強等企業重點招商;並準備在新擴的高新區「定區域、定產業、定企業、定時間」招商,建設生物產業園區、裝備製造業園區、新材料產業園區、新能源產業園區、新一代信息科技產業園區、大學軟件園區、循環經濟園區、高科技農業示範園區、臨港物流園區等九大園區。