

“挤干”药品流通环节的水分

本报记者 林火灿

国家启动对药企成本价格调查。成本专项调查将有助于摸清药物生产成本，对成本价与厂商自报的出厂价之间的差距进行评估，如果评估的结果不合理，将要求药企重新设定出厂价，遏制不合理涨价行为。

国家发展改革委有关负责人表示，成本专项调查将有助于摸清药物生产成本，对成本价与厂商自报的出厂价之间的差距进行评估，如果评估的结果不合理，将要求药企重新设定出厂价，遏制不合理涨价行为。

面调整。本轮调整预计可每年减少病人负担约600多亿元。

“药品价格调整，既要切实降低药品价格总体水平，减轻群众药费负担，同时也要兼顾医药行业的健康发展，鼓励研发创新和低价药品生产供应。”郭凡礼说，在三轮医药价格调整刚刚落幕不久，继续大幅度降低药品价格的可能性不大。

不过，我国药品价格仍然有进一步下调的空间。特别是药品流通领域中的乱象丛生，从出厂流转到消费者手中经过大量的中间环节，正是未来药品价格下调的空间所在。

有媒体报道称，一款药品面向市场要经历生产、定价、招投标、销售等多个中间环节，而这几个环节都可以提高药品的价格，并导致药价虚高。一种成本只有5元的药品，最终定价可达到40元。

从这个意义上说，如何遏制药品流通领域带来的价格虚高，已经成为重要课题。而此次成本调查，有助于相关部门摸清药品的真实成本，推动药品管理模式改革。在给药企一定的合理利润空间的基础上，确定最高“天花板”限价，帮助药企摆脱“高定价、大回扣”的竞争，回归到正常的“价格、质量、服务和品牌”的竞争。

向虚高药价“宣战”。根据通知，今年7月至10月，国家发展改革委将成立调查组，对60家知名药企和上市药企进行实地调查。

其中，调查组将对北京红林制药有限公司、北京科园信海医药经营有限公司、北京双鹭药业股份有限公司等33家企业进行出厂价格调查；对扬子江药业集团、北京海燕药业有限公司、葛兰素史克(天津)有限公司、长白山制药股份有限公司等27家进

格等有关情况。国家发展改革委有关负责人表示，成本专项调查将有助于摸清药物生产成本，对成本价与厂商自报的出厂价之间的差距进行评估，如果评估的结果不合理，将要求药企重新设定出厂价，遏制不合理涨价行为。

或为管理模式改革铺路

自2001年以来，我国已经先后出台了三轮药品价格调整方案，涉及近2000种药品。2011年至2012年，国家发展改革委对政府管理价格的化学药品进行第三轮的全

降价效果不明朗

通知指出，在出厂(口岸)价格调查中，国家发展改革委将对调查企业2012年度政府定价药品出厂(口岸)价格以及生产企业财务经营等基本情况摸底。成本专项调查则包括企业在2010年至2012年连续3年全部药品生产、销售、成本费用和价

平安保险购买伦敦地产

国内保险金首投海外不动产

英国知名房地产经纪公司——第一太平洋戴维斯7月8日向媒体证实，平安保险集团投资2.6亿英镑在伦敦购楼，其购买的大楼是伦敦金融城标志性建筑劳合社大楼，目前英国劳埃德保险集团在此办公。

平安是投资地产赚房租还是另有意图？对此，平安保险没有向外界发布公告。该公司董事长秘书金绍琛在接受经济之声采访时表示，拓宽海外投资渠道属于公司正常资产运作。他认为，在伦敦买楼与在北京、深圳投资地产没有太大的区别，可能因为所投地产项目是英国劳埃德保险集团的办公场所，因而广受关注。目前，平安没有计划进军伦敦，与劳埃德保险集团也没有业务交叉。

随后，记者又联系了平安保险集团公关部，希望采访到具体负责投资业务的部门，但得到回复是，资产管理业务是平安主要经营业务之一，其包括保险资金或者第三方资金的境内境外投资和管理，对于具体的投资项目不予置评。

据了解，劳合社大楼造型奇特，与俗称“小黄瓜”的圣玛丽埃克斯30号大楼并列列为伦敦金融城标志性建筑。第一太平洋戴维斯透露，平安保险是从一家德国封闭式基金手中购得这座伦敦金融城的标志性建筑，最终交易价格为2.6亿英镑。

房地产业分析人士张宏伟认为，现在中国刮起了一股伦敦地产热，万达、总部基地、中投等企业都在伦敦拿地，一是对伦敦地产保值增值看好，二是对去英国旅游的中国人消费能力看好。平安保险投资需要多元化，这次投资英国的金融城，也有助他们更好地与国际金融中心接轨，实现信息同步。他认为，伦敦是国际金融中心，从学习国外经验的角度讲，这里有必要的环境。另外，在伦敦投资会加快平安保险融入国际市场氛围，以后可以有针对性作出更快反应。投资类似的地产项目，应该会平安保险带来一些溢价或增值收益。

(更多内容敬请关注中央人民广播电台经济之声每天16:00-20:00播出的天下公司节目)

微讯

国投发布2012年社会责任报告

本报讯 记者李予阳报道：国家开发投资公司日前发布2012年社会责任报告。报告显示，国投10年来综合实力显著增强，营业收入年均增长23%，利润总额年均增长30%，在国民经济发展和国有经济布局调整中发挥了投资导向、结构调整和资产经营的独特作用。

在服务经济社会能力有效提升的同时，该公司坚持低碳环保发展理念，加大清洁能源投资力度，2012年用于水电、风电、光伏发电等清洁能源的投资达199亿元，占全部投资的56%。

海南橡胶集团喜结“非缘”

本报讯 记者陈发焱报道：海南橡胶集团与塞拉利昂共和国政府日前签约成立合资公司，计划共同发展天然橡胶和水稻种植加工项目，这将成为海南农垦集团迈向千亿元级企业集团“走出去”发展的重要一步。

据了解，该项目规划建设种植基地规模为13.5万亩，其中种植橡胶10万亩、种植水稻3.5万亩，并拟建设天然橡胶加工厂、育苗工厂和大米加工厂等，有望带动当地大量就业。塞拉利昂地处非洲西部，多属热带雨林气候，光照充足，雨量充沛，土壤肥沃，土地资源丰富，特别适宜大规模发展天然橡胶种植。

汇能集团煤制液化气落户邢台

本报讯 记者欧阳梦云报道：内蒙古汇能煤电集团近日与河北邢台签约煤制液化气项目。据介绍，汇能集团将在河北巨鹿县投资建设一座大型LNG储备库，并在邢台市范围内国道、省道建设LNG加注站和气化站，项目总投资21亿元。

据了解，内蒙古汇能煤电集团生产20亿立方米煤制天然气和10亿立方米液化项目已于2010年动工，预计2014年建成投产。该煤制液化气项目有助于解决邢台环境污染和城市天然气应急供应问题。

吉孚动力追加在华投资

本报讯 记者刘瑾报道：近日，吉孚动力(GIF)有关负责人表示，将追加对其苏州子公司(GRC)近亿元额度的投资。在扩建完成后，GRC在中国的测试能力将翻倍。

吉孚动力市场部总监博尔纳表示，中国已经成为吉孚动力的重点基地，将推动吉孚先进的工程和测试能力在中国得到广泛应用。吉孚动力把在中国市场的投资视为对整个亚洲总战略的重要组成部分，在今后的岁月中，吉孚将扩大在亚洲其他国家的活动范围。据了解，吉孚动力目前已经与一汽、上汽、东风和长安等汽车生产商开展了研发合作。

本版编辑 董庆森
电子邮箱 jrbqybd@126.com

公司数字

28.2%

工行信用卡消费增长率业内夺冠

本报讯 记者谢慧报道：从中国工商银行获悉，今年上半年，客户使用工行信用卡实现的消费额超过了7500亿元，同比增长28.2%，居国内同业首位。

截至6月末，工行信用卡贷款余额达到2600多亿元，比年初增长10.2%，其中分期付款余额达1587亿元，比年初增长9.8%，占信用卡贷款余额的比重为59.4%。此外，截至6月末，工行信用卡的发卡量已达到近8300万张，信用卡客户数超过5780万户，较年初增长约300万户。

1800家

7天连锁酒店分店持续增加

本报讯 记者龙舒报道：7天连锁酒店集团近日宣布，其在全国分店总数(含筹建和签约)已经突破1800家，覆盖超过240个主要城市。

据了解，自2005年在广州开出第一家分店以来，7天在创建头三年均以每年近400%的增速发展，随后一直保持行业领先的扩张速度；2012年7天净增分店401家，成为经济型酒店行业唯一一年开店数突破400家的单一品牌，再次创下经济型酒店快速扩张的行业纪录。

据介绍，2013年7天将加速推进三四线城市的市场布局。预计到2020年7天将达到5000家连锁店的规模。



由中国烹饪协会主办的“健康火锅中国行”大型活动日前在内蒙古包头市举行。作为本次“健康火锅中国行示范单位”称号获得者，小肥羊联合中国烹饪协会向全国火锅行业经营者发出“放心食材，做健康火锅”的倡议，呼吁火锅企业建立完善的食物安全管理制度，为消费者提供安全、健康的食品。这是在小肥羊食品调料公司工人正精选火锅食材调料辣椒。
本报记者 陈小力摄

动向

上海石化股改方案高票通过

本报上海7月8日电 记者沈则瑾报道：备受社会关注的上海石化股改终于尘埃落定。在今天举行的上海石化股权分置改革A股市场相关股东大会上，流通A股股东投票通过了该公司股改方案。

记者在现场看到，计票结果显示，一共有3.19亿股投了赞成票，占投票总数的84.95%，这组数字为流通A股股东现场表决与网络投票汇总结果。同日举行的仪征化纤股改大会上传出

的消息是，该公司股改方案也已获得流通股股东投票通过。至此，在股改方面被称为“石化双钉”的上海石化和仪征化纤双双完成了“拔钉之旅”。

在上海石化此次股改方案中，中国石化在与流通股股东充分沟通后，在国资委的大力支持下，对方案进行了修改，推出了上市央企中前所未有的对价：由原来的每10股送4.5股提高到送5股，资本公积转增也从每10股转增不少于3股增加至4股。

分析人士认为，修改后的方案体现了中国石化的诚意和完成股改的决心，得到了大部分流通A股股东的认可。中国石化在股改方案中承诺，将在上海石化股改完成后继续支持其后续发展，并将其作为今后相关业务的发展平台。同时，中国石化还提出了实施股权激励的计划。这些措施都为上海石化的后续发展和业绩提升提供了空间，从而激发企业更大的活力，实现大小股东利益最大程度的一致。

仅有品牌魅力是不够的

杨忠阳

的分析，首先，还是国产、进口双渠道的问题。现在刚整合成单一的新销售公司，磨合需要时间；第二，受到前几年车型的引入计划遗留下来的影响，产品不够丰富；第三，奔驰并没有完全理解中国市场；第四，奔驰在二三级城市的网络拓展落后于竞争对手。总之，奔驰没有给自己在中国市场作出准确的定位，而是过度依赖于品牌的魅力。

尽管眼下外界对倪悦的“自我批评”还抱有各种“想法”，但在我看来，倪悦的此次“自我批评”是坦诚的。作为汽车发明者，经过127年的积累，奔驰的品牌魅力在全球毋庸置疑。然而，问题也正如倪悦所言，长期以来，奔驰在华过于相信品牌魅力，而在其他方面不够“作为”。这也是其在公众眼中显得比较“傲慢”，之所以饱受诟病的重要原因。

事实上，随着市场竞争的激烈，企业要

想赢得发展优势，仅有品牌魅力是远远不够的。产业竞争理论表明，企业在市场上的竞争力，除了来自品牌外，还取决于战略、组织、产品、价格、技术、文化等要素。一个企业只有时刻关注客户的需求，通过高效率的运营支撑体系，用优质的产品和服务不断满足、引导并创造新的市场需求，才能成为市场的领军者。

今年上海车展期间，戴姆勒股份公司董事会主席兼梅赛德斯—奔驰汽车集团全球总裁蔡澈曾自信地表示：“到2020年，奔驰要夺回全球豪华车市场第一的宝座。”应该说，有这样伟大梦想的企业是值得尊敬的，但要实现这一梦想，当前奔驰就不能再沉溺于自己的品牌魅力，而是要勇于改变自己，加快本土化步伐，多接“中国地气”。

实际上，只要我们稍加分析就不难发现，奔驰在全球的行业地位和竞争实力并不比对手逊色。先从财务上来看，2012年

戴姆勒股份公司的营业收入、净利润、息税前利润都排在宝马、奥迪之前；即使只计算梅赛德斯奔驰汽车业务，其也只是比宝马稍低一点，但仍然要比奥迪高出不少。再从全球销量来看，2012年宝马、奥迪、奔驰销量分别为184.5万辆、145.51万辆、142.38万辆，如果不计中国销量，奔驰则为121.77万辆，高于奥迪104.93万辆。可见，正是在中国市场上的销售“不作为”，直接导致奔驰在全球市场竞争中落败。

“得中国者，得天下”，当前这已成汽车行业共识。令人欣慰的是，奔驰也已意识到了问题的严重性。在7月5日晚，奔驰公司又加紧人事调整。当然，类似这样的变革究竟能在多大程度上改变积重难返的奔驰中国，还有待市场来检验。但变总比不好，因为在中国仅有品牌魅力是远远不够的，而且竞争对手和消费者留给奔驰的时间已越来越紧迫。

经纬

近日，奔驰在中国可谓麻烦不断。先是在深港车展被少数车主以“毒空气”大肆炒作一把；紧接着在其中一个官方网站大摆“乌龙”，将全新CLS 300和CLS 350车型的错装版标为7元，引得网友一阵“抢购”；随后又有微博爆料，“奔驰中国遭到了德国总部的调查”。

更让奔驰难以忍受的是，奥迪、宝马等竞争对手在市场上快速前进，而自己却裹足不前。笔者7月8日从三大集团获得的最新数据显示，今年1月至6月，奔驰(含SMART品牌)在华销量为107517辆，同比下滑0.6%；而奥迪高达226217辆，同比增长17%；宝马(含MINI品牌)也有18万辆之多，同比增长15%。

是什么让奔驰在中国如此水土不服？北京梅赛德斯—奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官倪悦面对媒体进行了长达数小时的自我解剖。按照倪悦