



中信国安葡萄酒业股份有限公司 CITIC GUOAN WINE INDUSTRY CO., LTD.

— 倡領产地生态消费 —



善用政策「縫隙」積極爭取註冊 中藥入歐仍有一搏



▲歐盟規定，從5月1日起，凡是未經註冊的植物藥將不得再在歐盟市場上作為藥品銷售和使用。圖為在柏林的蓮和堂中藥行，醫生戴北燕給一名德國病人診脈 新華社

【本報訊】新華社布魯塞爾一日消息：根據歐盟2004年生效的《傳統植物藥指令》，從今年5月1日起，凡是未經註冊的植物藥將不得再在歐盟市場上作為藥品銷售和使用。就中醫入歐七年「零註冊」的問題，業內人士指出，短期來看，中藥進入歐盟的路尚未封死，中國藥企仍有一定的迴旋餘地，但積極爭取註冊才是長久之計。如果利用好這場身份危機，甚至可以為中醫藥在歐盟的發展打開一片更加廣闊的天地。

歐盟目前是世界最大的植物藥市場之一。旅居荷蘭的資深中醫藥專家、歐洲中華醫藥研究發展中心主任林斌教授介紹，目前歐盟植物藥市場規模已達168億歐元（約合249億美元），流通的植物藥多達1200多種，平均60%以上的歐洲人使用過植物藥。

歐盟市場不能棄

可中藥所佔的市場份額十分有限。中國醫藥保健品進出口商會提供的數據顯示，2008年，我國對歐盟各國的中藥出口額僅為1.93億美元，其中註冊難度最大的中藥出口額更是少得可憐，只有1324萬美元。

林斌說，中藥成規模地進入歐盟始於上世紀90年代中後期，近年來發展勢頭不錯。據不完全統計，目前歐洲經過中醫藥培訓的西醫師、理療師、牙醫和在中國受過系統中醫教育的醫生共有15.5萬之多，其中專職從事中醫的佔30%，中醫診療機構近4萬所，大部分以針灸為主，兼用中藥的佔30%到40%，應診的患者每年超過650萬人次。

註冊也要講竅門

對於中國藥企如何突破註冊「瓶頸」，守住歐盟市場，林斌認為得從長短兩方面入手。

短期來說，所謂中藥將被迫全面退出歐盟市場的說法言過其實。實際上，歐盟植物藥市場的大門並沒有關嚴，藥企要善於利用政策「縫隙」保住市場。

據悉，即便是在5月1日之後，部分中藥仍可以像過去一樣作為食品或保健品進入歐盟，只要不標明是治療或預防某種疾病的藥物，就無需註冊，至於如何劃分藥和食品將取決於成員國。

林斌說，目前歐盟成員國在指令的執行上已經出現了明顯差異，其中英國政策收得較緊，除中藥材外，但凡加工後的成品藥都不得入關；而荷蘭的



▲歐盟是世界最大的植物藥市場之一。圖為在德國柏林的一家中藥行 新華社

政策則比較寬鬆，短期來看對中藥進口限制不大，暫且可作為中藥進入歐盟的跳板。

但林斌指出，利用政策縫隙畢竟只是權宜之計，着眼於中醫藥在歐洲的長遠發展，中國藥企還是應該積極註冊，以取得正式藥品身份。

林斌建議，國內藥企可聯合歐洲當地的知名科研機構和銷售公司，共同準備材料，提供檢測數據，這樣成功率會更高。必要時，國內企業也可以聯合提出申請。

危機可化為契機

林斌認為，歐盟出台植物藥指令並非針對中藥，究其初衷，是為解決歐盟市場上傳統植物藥長期沒有合法藥品身份、大多以保健品和食品銷售的窘境。

他指出，有了這部指令後，中藥可以按照簡易註冊程序取得藥品身份，雖然門檻依然很高，但與以往只能按照和化學藥相同的標準註冊相比，要容易得多。其實中醫取得正式身份不乏成功案例，如中醫中的針灸如今在歐洲已是相當流行，其費用大多被納入了歐盟國家的醫療保險體系。

林斌說，歐盟植物藥指令還有助於推動中國藥企苦練「內功」，提高自身生產和管理水準，進一步與國際市場接軌。

歐盟新規重擊中醫業 近十萬人或面臨失業

【本報訊】歐盟《傳統植物藥指令》的實施，除對中國中藥進入歐盟市場是一個重大打擊，對歐盟中醫藥業發展也是一次衝擊，其境內近10萬中醫藥從業人員將面臨轉行或失業的危險，其中包括當地的中醫藥代理商。

在英國，中醫已經發展成為僅次於餐飲業的華人第二大產業，是歐洲中醫藥最發達的國家，是歐洲各國的中藥來源地，英國國內中藥銷售額則佔整個歐洲的一半以上。

然而，《指令》將使中醫藥在英國發展面臨巨大變數。按照英國藥品和保健品管理局的規定，5月1日起，零售藥商仍可以把它們的存貨賣完，但批發商必須立即停止進口中藥。另外，英國明年還可能就中醫註冊進行立法。

有專家指出，如果未來審批制度收緊，英國中醫藥面臨的形勢嚴峻，這對中國中藥企業和歐洲患者都是損失。雖然法規實施之後，英國中醫藥店仍可銷售中草藥、藥粉以及進行針灸治療，但鑒於它們營業收入主要來自中藥銷售，未來前景堪憂。

英國康泰中醫藥集團董事長任廣峰表示，中醫藥在英國前景渺茫，裁員、關店或不可避免。他還說：「中醫在英國經歷20年的發展，如果此次受挫，今後再度崛起將非常困難」。

藥企拓美非市場 東方不亮西方亮

【本報記者黃裕勇廣州二日電】面對歐盟實施《傳統植物藥指令》，正在參加廣交會的中醫藥企業紛紛表示，希望開拓新路謀發展，中醫藥出口商急謀對策開拓北美市場，中國醫保商會則引導企業開拓非洲市場。

深圳三九中醫藥表示，目前在鞏固東南亞和澳洲等中醫藥傳統海外市場的同時，也加強了對北美等市場的開發力度，北美市場近幾年對中醫藥的接受程度正逐步提高。

中國醫保商會負責人表示，由於中國醫藥產品近年來廣受非洲市場歡迎，一批中國知名醫藥類企業也在非洲樹立了良好的市場信譽，開拓非洲市場將是中國中藥企業的新選擇。目前中國正在加大扶持品牌醫藥企業進入非洲市場的力度。

去年下半年以來，中國醫保商會陸續組織多家企業赴非洲巡迴參展，樹立企業形象；與此同時，針對熱點國家和地區，醫保商會還主動向當地醫藥監管部門提供中國規範企業名錄，鼓勵雙方開展正規貿易，從而降低貿易風險。此外，中國有關部門加大了對非醫藥產品出口監管力度。

中國醫藥保健品進出口商會副秘書長談聖采表示，目前中國醫藥監管部門還在統籌考慮建立醫藥出口適度監管機制。他指出，由於非洲市場的特殊環境，中國對非醫藥出口也面臨問題和挑戰，如何努力開發非洲市場需要的產品，並找到進入主流消費群體的渠道，成為擺在中國醫藥產業面前的一大課題。

台灣中草藥受衝擊小

另據中央社消息：台灣「經濟部」工業局指出，目前台灣中藥的丹膏丸散類與科學中藥，一年產值約新台幣60億元，但出口只有3億元，歐盟《傳統植物藥指令》新法規對台灣產業衝擊較小。



▲參加廣交會的中藥出口企業希望拓展北美以及非洲市場 黃裕勇攝



▲「五一」小長假期間，人們在烏魯木齊市七坊街藝術中心觀看文藝演出 新華社

部委力壓樓市非理性反彈

【本報記者張靖唯北京二日電】國家發改委發布的《商品房銷售明碼標價規定》1日起正式實施，商品房銷售實行一套一標價。明碼標價後，開發商可以降價、打折，但漲價必須重新申報備案。據消息人士透露，國務院正在醞釀一系列的新機制、新方法、新方式，與房地產調控相關的各中央部委，也已經把預防「五一」小長假樓市非理性反彈作為眼下最主要的任務。

業內人士表示，實行「一房一價」能使消費者在購房過程中獲得更充分的信息，提高透明度，減少被蒙騙的機率，利於房地產市場的規範化運營，遏制開發商的「坐地起價」行為。從細則上看，「一房一價」如果能夠執行到位的話，對於房地產經營者的報價定會有一定的約束力，對於消費者來說無疑是一件好事。

進入4月以來，北京、上海、杭州等熱點城市的成交量開始逐漸反彈，4月18日至24日上海商品住宅成交均價高達31720元/平方米，環比大幅上漲58.4%。

中國房地產信息研究中心的數據顯示，4月18日至24日，全國35個城市中，量價齊升的城市達到17個，逼近半數之多。其中21個城市成交量環比上漲，26個城市均價環比上漲。杭州、北京分別以91.61%和157.52%的環比漲幅領漲十大重點城市成交量排行。

歐美生意減 東南亞搶客 中國紡企出口「不樂觀」

【本報記者黃裕勇廣州二日電】人民幣兌美元突破6.5關口，升值步伐加快，廣交會上的紡織服裝出口企業關注焦點也從成本因素重新轉移到對人民幣升值的普遍擔憂，加上源自歐美這個中國紡織服裝的主要市場訂單萎縮，中國紡織服裝出口巨頭紛紛表示對前景不樂觀。

江蘇舜天集團副總經理曹小建說，儘管企業此前預料今年人民幣升值步伐不會停止，但近期的突然加速還是讓不少紡織服裝企業感到猝不及防，「這就造成了不少企業在接單時『舉棋不定』，外國採購商也普遍持觀望態度，對外貿出口構成了不小的壓力」。

多家參展商表示，「三期開展以來，歐美客戶基本上不見蹤跡，而且公司的歐美訂單也在大減」。

廣交會上的紡織服裝企業都表示，中國服裝出口將在一季度呈現增長之後迅速回落。有展商稱，一季度的服裝出口增長緣於去年的訂單履約，到4月份，已經基本完成供貨，然而新訂單卻並沒有如期而至，特別是歐美市場並未回暖，對中國服裝的採購訂單也大幅減少。

有參展商認為，中國全年紡織服裝出口形勢不容樂觀，主要是東南亞紡織品出口國迅速崛起搶了中國企業大部分訂單。自從大批韓國、香港、台灣企業赴東南亞發展，並帶去大量的先進設備和管理技術，再加上東南亞地區廉價的勞動力成本，東南亞已經成為中國紡織服裝業全球貿易最強大的對手。



▲在廣交會上，紡織服裝出口企業對今年出口前景預估不樂觀 黃裕勇攝

穗節後旅遊降價四成

【本報記者黃寶儀廣州二日電】3天的「五一」小黃金周已經結束，廣州市內多家旅行社實現「丁財兩旺」，出遊人數同比增長三成，其中港澳等短途遊最受歡迎。

今年五一假期，廣東省內遊中以「廣州遊」最為紅火，遊覽亞運後新廣州的綠道騎行樂、觀看《亞運經典大回放》、以「百年辛亥」為主題的「廣佛肇中旅遊大串門」等線路大受市民歡迎，僅一家旅行社組織的遊客人數就超過1.5萬，同比翻升3倍。港澳遊繼續保持節假日出遊30%左右的穩定增長，「香港迪士尼樂園」、「海洋公園」依然是親子遊的首選。

而在節後，各種旅遊線路出現不同幅度的降價，其中海南遊產品降價最為明顯，以雙飛4天產品為例，五一期間報價2599元，而節後

報價僅為1599元，降幅近四成，成為節後出遊的大熱路線。

五一訪穗遊客逾400萬

另外，廣州市假日辦今天發布「五一」小黃金周盤點數據，指「五一」期間廣州市遊客流量大幅攀升，全市主要景區景點接待400.56萬人次，旅遊業總收入達19.85億元，比去年同期增長34.19%。

接待人數排前五名的廣州市收費景區（點）分別為：長隆旅遊度假區、白雲山風景名勝區、廣州動物園、百萬葵園、廣東科學中心；而4家經營珠江游的企業接待遊客2.87萬人次，營業收入達166.55萬元，同比增長33.96%。



▲「五一」小長假期間，青島前海一線各海濱浴場及觀光點遊人如織。統計顯示，小長假前兩天海濱風景區納客超過45萬人次，與去年同期持平 新華社