

掘金农村医疗市场 品牌药或可称王

信息快报

江苏立法明确药品召回制度

本报讯 日前从江苏省食品药品监督管理局获悉, 目前开始实施的《江苏省药品监督管理条例》首次在我国药品监管地方性立法中明确药品召回制度。

《江苏省药品监督管理条例》规定, 如果药品生产企业发现其生产的药品存在安全隐患, 应立即向社会公布有关信息, 通知药品经营企业、医疗机构停止销售、使用, 告知消费者停止使用, 主动召回药品, 并向所在地药品监督管理部门报告。药品经营企业和医疗机构发现问题药品, 应立即停止使用并通知药品生产企业或供货商, 妥善保存药品的同时向所在地药品监督管理部门报告。药品监督管理部门发现问题药品, 要求药品经营企业、医疗机构停止销售、使用该药品, 并立即向社会公布有关信息。

朱旭东

贵州全力保护苗药品种资源

本报讯 从近日召开的贵州省药材种植发展现场会了解到, 贵州省将采取有效措施, 全力保护苗药品种资源。

贵州各类中药资源达 4802 种, 其中药用植物 4419 种, 占全国药用植物种类的 35%, 中药资源蕴藏量达 6500 万吨。贵州将开展中药材资源调查, 建立野生资源濒危预警机制, 开展珍稀濒危中药资源的替代品研究; 建设一批药材种植基地, 加强药材评价、筛选及安全性检测研究, 建立药材质量标准体系。此外, 贵州还将建立中药材资源库和重点药材品种繁育中心, 制定药材种子、种苗标准, 防止品种退化, 并用现代科学技术手段对贵州药材的自然因子、生产因子进行深入研究, 阐明药材材料内涵, 奠定标准生产操作规程的科学依据。

水吉

神威药业捐赠 200 万元钱物支援四川地震灾区

本报讯 近日, 神威药业向四川地震灾区捐赠 100 万元善款, 并紧急组织价值 100 多万元的药品发往灾区。

据悉, 此次捐赠的 100 万元药品包括神威藿香正气软胶囊、清开灵软胶囊、小儿氨酚黄那敏颗粒等, 为消炎、抗病毒、防治感冒、腹泻的品牌药品。目前, 首批救灾药品已紧急装车发往灾区。神威药业董事长李振江表示, 神威药业还计划后续向灾区进行一系列物资和药品捐助。

近年来, 神威药业已累计为社会捐助数千万元, 被民政部授予“爱心捐助奖”。

亚洲最大规模制药展 6 月上海开幕

本报讯 (记者 史秋实) 被称为“亚洲制药行业第一展”的第八届世界制药原料中国展暨 2008 世界制药机械、包装设备与材料中国展将于 6 月 24—26 日在上海举行, 展商数量达 1500 余家。

据了解, 世界制药原料中国展已走过 7 年的路程, 已发展成为亚洲同类展会中规模最大、层次最高的国际盛会, 对中国原料药行业和中国制药工业的发展起着积极的推动作用。本届展会规模空前, 展出面积突破 75000 平方米, 吸引来自 20 多个国家和地区的行业领军企业参展, 国内龙头企业将悉数到场, 意大利、西班牙、日本、韩国等国展团阵容超强, 彰显出本届展会的活力和行业号召力。届时, 行业内知名品牌、高新技术产品将荟萃一堂, 充分展示中国以及亚洲市场的巨大潜力。

购范围, 把该省所有乡镇卫生院临床用药纳入省级药品统一招标采购程序。业内人士认为, 此举使得许多处方药得以进入农村市场, 扩大了农村市场的用药选择面, 有助于提高农村市场规模。不过, 农村市场虽大, 但成熟度较低, 市场开发成本高。某外资医药企业高管表示, 正在考虑是否应该进入农村医疗市场, 因为在作市场先驱的同时, 很可能成为“先烈”。

进入农村市场最大的问题是渠道。点多面广、销售分散的特点使得终端网络的建设和维护需要大量人力, 产品覆盖需要物流高度畅通, 而宣传拉动又需要巨额财力支持, 企业自建网络无疑成本太高。贾鹏云认为, 医药企业借助其他渠道进入农村市场是个不错的选择。九州通、华东医药等药品流通企业已经开始探索第三终端, 医药企业可与之合作, “借路”进入市场。就农村市场而言, 与县级医药公司合作是最可靠、最直接的途径。

有业内人士提出医药企业可以借鉴保健品的营销模式进入农村市场, 但贾鹏云认为, “保健品单品价格高, 利润也高, 而且不少保健品火得快退得也快, 而药品单品价格低, 靠的是长期积累赢得市场, 它们是两个不同的概念。保健品的营销模式本质上是‘人海+广告’战术, 可供药品借鉴的并不多”。

目前, 不少医药企业已经开始关注农村市场, 企业的营销意识、营销模式也在进行调整, 例如更加看重终端, 增加销售人员等。农村市场开发成本高, 对企业的盈利能力要求也相应提高, 但营销模式在企业内部的各药品品种间是可以复制的, 尽早开拓有助于抢先占领农村市场。

品牌药背后都有上规模的大型医药企业作支撑, 不但实现了规模化生产, 企业管理、生产、市场开拓等经营行为也比较规范, 并且不靠高价格谋利, 产品价格相对较低, 正好符合农民的消费需求。

医药企业管理协会常务副会长于明德认为, 我国有 8 亿农民, 按人均每年 100 元计算, 农村医疗市场将扩增 800 亿元, 按药费占 70% 的比例计算, 预计农村药品市场将扩容 560 亿元。

品牌药占据优势

基于对农民消费心理的了解, 贾鹏云认为, 新型农村合作医疗制度是一项了不起的举措, 非常适合农村的实际情况, 打开了医药企业通向农村市场的一条制度性的通道。

那么, 哪些药品将在农村市场受到欢迎? 贾鹏云的回答是品牌药。品牌药背后都有上规模的大型医药企业作支撑, 不但实现了规模化生产, 企业管理、生产、市场开拓等经营行为也比较规范, 并且不靠高价格谋利, 产品价格相对较低, 而这正好符合农民的消费需求。此外, 品牌药的质量和治疗效果也更有保障。

日前, 为进一步缓解河南省 7000 万农民看病难、吃药贵的问题, 河南省政府常务会议决定将该省新型农村合作医疗常用药品全部纳入省级药品集中招标采购

且, 我国虽然正在普及新型农村合作医疗制度, 但由于缺少一些具体操作措施, 例如不住院就无法报销医药费等, 影响了农民的积极性。这导致农村医疗市场在药品消费需求上形成了自己的特点。贾鹏云认为, “处方药和用于治疗大病的急救药将成为农村医疗市场的重头戏, 而 OTC 药品目前从新农合中受益较小而且发展缓慢”。不过, 他同时认为, 随着收入的提高, 农民越来越关注自身健康, 长远来看, OTC 市场也将实现逐渐增长。

卫生部部长陈竺曾明确表示, 到 2008 年年底, 我国将实行新型农村合作医疗制度全面覆盖。财政部社会保障司有关负责人也公开表示, 2008 年政府将提高对新型农村合作医疗和城镇居民基本医疗保险的财政补助水平, 人均年财政补助标准将从现行的 40 元提高到 80 元, 其中中央财政补助标准从 20 元提高到 40 元。政府的高度重视将成为发展动力, 农村医疗市场的潜力值得关注。中国

中药饮片难解“廉”尴尬 加成率应提高

本报讯 中医药最大的优势是简、便、验、廉, 但这种优势也在一定程度上造成了现在中医院的困境。北京中医药大学东直门医院药学部曹俊岭博士近日表示, 不能让“廉”阻碍中医药发展, 中药饮片加成率应适当提高。

曹俊岭说, 由于中医医疗服务价格偏低, 导致中药饮片在医疗机构的收入中占很重要的一部分, 甚至可以说是某些医疗机构的生存之本。中药饮片的低加成率势必影响医疗机构的经济效益, 给医院总体发展带来消极影响, 因此有些综合性医院干脆取消饮片药房。

曹俊岭介绍说, 中药饮片本身的

特性和经营的特殊性决定中药损耗较大。例如“一称来、百称去”的量取方式导致大部分饮片难免损耗; 白术、山药、地龙等许多中药入库时是完整的饮片, 但在调剂过程中经不断抓取, 饮片已经变碎不能使用; 一些贵重的饮片在炮制时需用盐作辅料, 在仓库储存一段时间或在药房放置一段时间后盐会结晶析出; 醋制饮片经过长期放置也有较大损耗。此外, 中药饮片入库时含有一定水分, 长时间放置必将导致水分自然挥发而损耗。中药中的杂质也在损耗的范围内, 且耗损率不低于 0.1%。因此, 医疗机构经营中药饮片会处于一定的亏损状态, 最终造成

很多医疗机构放弃经营中药饮片。

中药饮片的调剂需要大量人力, 劳动力成本高, 劳动强度大, 工作环境差。调剂一副饮片处方需 10—15 分钟, 在一些中药饮片销售量比较大的单位, 工作人员可能连坐的机会都没有。同时, 调剂师还要不断学习专业理论知识, 担负着培养学生和为临床合理用药提供咨询的任务, 过高的劳动强度和较低的待遇导致中药饮片调剂队伍中的专业人才严重减少。

曹俊岭表示, 政府应当允许医疗机构根据中药本身的特殊性以及目前医疗机构的经营体制, 适当提高中药饮片的加成率, 而不能让“廉”成为中医药发展的桎梏。

冯磊

我国西药原料药出口身价大幅提升

■ 本报记者 史秋实报道

记者日前从中国医药保健品进出口商会了解到, 近年来我国原料药发展迅速, 已成为世界原料药第一大生产和出口国。同时, 由于国际医药市场格局和需求没有发生根本变化, 中国的原料药在国际市场的地位没有其他国家能够马上替代。

中国医药保健品进出口商会西药部主任谈圣采表示, 由于综合成本大幅提高, 特色原料药发展加快, 预计 2008 年我国原料药出口价格将保持高位运行。中国医药保健品进出口商会提供的数据显示, 今年 1—3 月我国原料药进出口额为 57.35 亿美元, 同比增长 29.98%, 占医药保健品类商品同期进出口总额的 52.72%。1—3 月共有 5015 家企业出口原料药, 5 家龙头企业的出口额占全部原料药出口额的比重均超过 1%, 出口增幅在 37%—196% 之间。

亚洲、欧洲和北美三大市场占我国原料药出口市场的比重高达 88.9%, 亚洲市场以 41.3% 的比重独占鳌头。1—3

月, 我国原料药对三大市场的出口量价齐升, 出口额增幅在 40% 以上。对伊拉克、塔吉克斯坦、拉脱维亚的出口增幅较大, 反映出原料药出口市场多元化取得了积极成果。

谈圣采认为, 市场供求预期偏紧是出口价格大幅上扬的重要原因。出于对今年制药企业实行新的环保排放标准年北京举办奥运会对周边地区高污染企业生产限制的担忧, 业内普遍认为今年原料药市场供应将偏紧, 推动 1—3 月原料药出口价格一路走高。我国西药原料药一般贸易出口均价上涨 49%; 大宗原料药中, 糖精出口均价同比增长 226.61%, 维生素 C 出口均价同比增长 99.57%, 扑热息痛出口均价同比增长 15.28%。“就连一些老品种如四环素、氯霉素等出口均价增幅也超过 46%。”谈圣采介绍道。

谈圣采说, 虽然由于环保压力增加、加强质量监管等因素, 未来原料药出口量可能减少或降低增幅, 但由于价格增幅较大, 出口金额仍将保持良好的发展势头, 增幅将超过 20%。

不过, 记者在采访中获知, 人民币

升值、环保压力增加、原材料和其他生产资料价格上涨及劳动力成本增加等诸多不利因素依然会对今年原料药出口产生较大影响。

中国医药保健品进出口商会的一份内部资料显示, 首先, 人民币升值使企业执行长期订单的损失巨大, 汇率变化的不确定性也对企业签订长期供货合同构成很大困难。而且, 人民币升值幅度较大, 使许多商品的价格优势荡然无存, 在国际竞争中处于劣势。

其次, 出口退税调整幅度过大, 影响中国出口商品的国际竞争力和企业利润空间, 进而影响企业发展能力。谈圣采表示, 劳动力、煤、水、电及其他生产资料的涨价对我国医疗保健产品的生产和出口产生一定影响。

此外, 部分大宗原料药产能扩张, 脆弱的市场供求平衡随时可能被打破。由于去年以来部分大宗原料药因环保原因和跨国公司停产而减少了市场供应, 出口价格有较大幅度攀升, 在有利可图的情况下, 部分大宗原料药产能扩张。但目前的出口高价建立在市场供求基本平衡的基础上, 一旦新增产能导致新的供过于求, 原料药市场将面临新一轮的剧烈动荡。

■ 本报记者 王朝选报道

政策对行业的影响永远不容忽视。虽然医改最终方案尚未破茧而出, 但有些大方向已经确定, 例如全民医保, 尤其是政府加大对城市社区和农村医疗的投入, 这使得第三终端备受关注。在近日举办的第 45 届沈阳药交会上, 以农村市场为主流的第三终端成为众多医药企业关注的焦点。为探究城市社区和农村医疗市场的特点以及营销模式等问题, 记者进行了深入采访。

城市市场规范化

所谓第三终端指除医院药房、药店之外, 直接面向消费者开展医药保健品销售的所有零售终端, 其主要阵地是广大农村和一些城镇的居民小区。华素制药 OTC 事业部、洋浦四环康诺医药有限公司总经理贾鹏云告诉记者, 第三终端其实以农村医疗市场为主, 城市市场已经相当完善, 结构稳定。

贾鹏云表示, 城市市场的三级结构已经确立, 而且已经规模化、规范化。首先是医院, 以处方药销售为主; 其次是城市社区医疗机构, 例如社区诊所等; 第三是药店, 近年来药店发展迅速, 日趋完善。

城市市场的规模化和渠道操作的规范化, 对医药企业而言是一件好事。贾鹏云认为, 这让医药企业的市场管理变得相对容易, 可以集中精力从事药品研发和生产。而且, 还使得医药企业可以实现快速的市场反应、药品的快速配送, 市场开发成本低。医药企业只要与渠道龙头签订协议, 产品即可铺满该渠道商的“势力范围”。此外, 产业链各环节的利润也相对透明。

农村市场极具潜力

相对城市市场的规范和完善, 农村医疗市场则显得远不够成熟。非但大医院少, 原有的乡村卫生所等基层医疗机构或承包给个人或生存艰难, 甚至已经不存在。农村医疗市场虽然很有潜力, 但对医药企业而言还是一块有待开垦的荒地。

农村医疗市场有自己的特点。青岛黄海制药市场部经理何春曙表示, “农村市场消费特点与城市有本质区别, 农村个体诊所、零售药店占绝对优势, 它们比医院数量多、价格低。另外, 消费者的品牌忠诚度低, 药品一旦被认可, 不会轻易改换, 同类竞争品种也比较少”。

据了解, 农民收入低, 生活俭省, 由于怕花钱, 所以对疾病并不太重视, “小病不当病, 大病拖着看, 等到去看医生时往往病情已经相当严重”。而

和资本的双建设才能促进医药流通企业繁荣。尽管目前销售额最大的流通企业都是全国性的企业, 但从发展趋势看, 优势将体现在区域化和专业化上。

全国性医药流通企业虽然在全国的份额较大, 但具体到各个地方并不能称王, 与当地监管部门的联系也不如当地企业紧密。另外, 由于国家加大对艾滋病、结核病、血吸虫病等疾病的免费治疗力度, 专业药物的前景会很光明, 专业化药品的流通企业也将更有竞争力。

朱长浩认为, 微利是医药流通企业的发展方向, 为保证利润, 只有走规模化道路。并购、重组仍是未来医药行业变革与发展的亮点, 通过并购重组扩大经营规模、追求规模效益已成为医药企业改革发展的必由之路。

魏玮

药用丁基胶塞企业呼吁规范市场

本报讯 日前, 《胶塞企业座谈会会议纪要》正式在中国医药包装协会网站发布。此次座谈会上, 与会企业在药用丁基胶塞尺寸标准、市场准入、药用丁基橡胶供应及生产厂商自律等方面达成了一致意见。

《纪要》显示, 此次会议的与会方基本上同意 250 毫升以上的输液瓶瓶口外径在原有 32 毫米和 28 毫米规格的基础上, 增加瓶口外径 26 毫米规格。业内人士认为, 这有利于下一步药用丁基胶塞标准的制定。不过, 《纪要》强调制药企业如选用 26 毫米规格的胶塞, 须做好系统风险评估、验证和足够的相容性试验。100 毫升以下输液中需多次穿刺瓶塞的产品, 建议不使用小于 26 毫米的规格。同时, 还建议药品包装材料将瓶口尺寸的关键项目列入, 并制定镀膜、涂膜、覆膜等药用胶塞技术术语标准。

马建忠