

新闻眼>>>

四股力量角逐降糖药市场

文/本报记者 徐蕾莹

中国目前已经有3000万糖尿病患者,但这个巨大的数字还只是已经确诊的人数。专家估计,中国大约有1亿人正受到糖尿病的威胁。巨大的市场必然伴随着激烈的竞争。

在北京冠城堂北太平庄药店,营业员热情地向记者介绍了多种降糖产品,并强力推荐某品牌的消渴茶,她说:“这是中药,没有副作用。只要喝上一个疗程,血糖肯定可以降低下来。效果挺好,卖得也好,很多人都是回头客。”

在距离冠城堂不过百米的“超市发”超市里,当记者询问有没有适合糖尿病人的产品时,营业员极力向记者推荐某蜂胶产品。据她介绍,这款去年刚刚上市的产品在老百姓中已经有相当的认知度,虽然价格不菲,仍然有很多人专程前来购买,“最多的一人来了4套,一共24盒呢”。

据诺和诺德(中国)制药有限公司市场部总监隋承皓介绍,今天这样一

个庞大的糖尿病治疗和预防市场,过去却曾经非常萧条。降糖、降压、降血脂领域曾一度被视为三大雷区,企业不敢轻易涉足。因为没有明显症状时,高血糖、高血压、高血脂患者常常不把“三高”当回事,忽视治疗与保健;当病情加重时,患者就会选择前往医院,请教医生,遵医嘱吃药。对此,不少企业也束手无策。由于糖尿病病因复杂,至今医学上还未有定论,相应的降糖机理也十分复杂。此外,血糖很容易受到环境因素的影响,情绪波动、饮食不当都会引发人体血糖不稳定。患者通常会有意无意地忽略其他因素,而对药品疗效产生怀疑。因此,许多企业对于糖尿病市场都只是远景。

不过,现在的情况已今非昔比。在报纸、广播、互联网、车身广告和街头散发的小广告中,专业的糖尿病医院、糖尿病治疗仪、蜂胶保健品等等名目繁多的产品与服务信息扑面而来,令

人目不暇接。北京御生堂生物工程技术有限公司营销中心经理侯红军把这一现状归结为四大力量相互争夺、角力的结果。

第一股力量是以诺和诺德和拜耳等为代表的跨国制药企业和国内大型药企,这是市场竞争中最强势的力量。侯红军说,“跨国公司的产品科技含量高,疗效明显,而且企业资金雄厚,他们可以在几年不赢利的情况下还开展许多医生教育活动。”

目前,国内一批颇有实力的企业,如太极集团等,也在尝试向跨国制药企业学习,他们同样把医院设定为主要阵地,走学术营销的路子,他们也可以视为是第一股强势力量的一部分。显而易见,跨国制药企业的诸多优势是绝大多数国内企业难以并驾齐驱的,因此,他们惟有探询其他的营销道路。

第二股力量是一些中等规模的国

内制药企业。这些企业的产品价格不高,对于中低收入的消费者来说比较容易承受,因此只要做好通路,也能在市场上占据一席之地。不过由于规模有限,他们常常只能占据部分地方市场,而无力用产品网络覆盖全国,因此他们可以被称为是地方部队。

第三股力量是游击队。不少保健食品生产企业和一些中药企业都存在夸大宣传、过度承诺行为,你推出“签约治疗”,我就说“终生免费治疗”。“这类企业只做短线市场,一旦销售得手,就迅速转移阵地,消失得无影无踪。”侯红军说。

对于许多中小企业而言,进入医院的门槛越来越高,产品技术难有突破,资金的压力迫使它们只能选择快速催熟产品,或铤而走险,用虚假宣传欺骗消费者,“XXX元治愈糖尿病”的宣传语并不鲜见。毫无疑问,这批游击队的做法搅乱了糖尿病市场,也损害了消费者的

利益。

最后一股力量主要是保健食品生产企业,XX降糖奶粉是其中的代表之一。这些保健食品企业的做法是设立“桥头堡”——通过在居民小区中设立自己的直销服务连锁店,步步为营,拓展自己的营销网络。据侯红军介绍说,在这些连锁店中,通常会配备有一些简单的医疗设备,可以为患者提供免费测量血糖等服务,还会聘请几位医务人员提供咨询、开办讲座,进行电话指导等。通过上述服务,使其产品逐渐赢得消费者的信赖。在某些地方,这类连锁店甚至成了社区内的健康交流中心,或者是老年人的日常活动场所。依托这些“桥头堡”,除了在地理位置上横向拓展网络,公司还可以在纵向上开发系列产品,进一步细化市场。侯红军说,这种做法需要的资金相对较少,只要企业多点耐心,多点前期策划与管理,还是可以收到明显效益的。

弃用普通天然胶塞 四大抗生素企业 调高氨苄青霉素 粉针价格

本报讯(记者方剑春)日前从中国化学制药工业协会抗生素专业委员会得到消息,华北制药集团、石家庄制药集团、山东鲁抗医药集团、哈药集团制药总厂4家企业已对自2005年1月1日起采用非普通天然胶塞的0.5g、1g氨苄青霉素粉针的出厂价格做适当调整,幅度为在原使用普通天然胶塞0.5g、1g氨苄青霉素粉针出厂价的基础上分别上调0.04元以上。

根据原国家药品监督管理局国药管注[2000]462号“关于实施《药品包装材料、容器管理办法》(暂行)加强药包材监督管理工作的通知”以及近日国家食品药品监督管理局食药监注[2005]13号“关于进一步做好淘汰普通天然胶塞工作的通知”,除注射用青霉素钾盐、钠盐以外,其他药品粉剂的生产自2005年1月1日起均不得使用普通天然胶塞。

据了解,更换胶塞及相关包材将使氨苄青霉素粉针产品成本每支增加0.04元至0.05元。北京丰科城副总经理牛正乾说,由于抗生素领域竞争激烈,一些品种的利润很低,甚至已经是赔本销售。这次四大企业对氨苄青霉素粉针联合涨价的幅度很小,对市场和销售都不会造成明显的影响,但抗生素是非常敏感的品种,对业内来说意义深远。

(曹师越)

安国做强中药饮片品牌

本报讯 近日,国药展览有限责任公司与河北省食品药品监督管理局在安国联合举办了“安国中药饮片生产企业座谈会”,保定市、安国市药监局的主要负责人及安国市所属16家中药饮片生产企业就中药饮片的发展进行了探讨。

安国中药材交易已有千年历史。安国不仅是中国北方的主要中药材集散地,也是重要的中药饮片生产、加工地。据了解,目前,安国市中药饮片企业年生产能力达3.9万吨,另外已获药监部门批准正在筹建中的企业有11家,总投资合计约1.85亿元,预计年生产能力3.1万吨,总的生产规模将达到7万吨,品种800多个。中药饮片生产广泛采用机械切割、低温浸润、隧道烘干、热风灭菌、真空充氮包装等现代制药技术工艺,形成了一批具有一定规模

和影响力的中药饮片加工企业。在GMP认证方面,截至目前,共有6家企业通过了GMP认证,占全国通过认证或现场检查总数的26.3%,居全国领先水平,进一步奠定了安国作为中药饮片生产加工的强势地位。去年,安国市6家企业参加了“2004中国国际天然药物药材饮片展览会”,进一步增进了与中药原料药企业间的交流与合作,充分展示了安国中药饮片的品牌。

但是,目前在安国也存在着中药饮片生产企业生产能力发挥不足、药农无证违法加工中药饮片现象。药监部门表示,今后将加大执法力度,严厉打击违法加工饮片、合法企业出租、出让《药品生产许可证》行为以及贴牌销售、代开发票等不法行为,为安国中药饮片业的健康发展保驾护航。

近日,华海药业通过了由浙江省经贸委和省环保局组成的“清洁生产工作专家组”进行的现场验收,这标志着华海药业在环保工作中又迈上了一个新的台阶。图为验收现场。

方永乐 摄

