

新闻眼&gt;&gt;&gt;

哪家企业不希望自己的药品在医院销量大?但在山东省的一些医院,药品销售额居首的药品将被封杀。医院的目的是纠正临床用药不正之风。一石激起千层浪。此事在医药卫生系统产生了不同的反响——

# 销量居首就是推销过度?

文/本报记者 卢锡尧

## 医院向不正当销售开刀

3月1日,济南市卫生局宣布,在该市41家二级以上医院试行“药品销售额首位淘汰制”。根据该项制度,济南市41家二级以上医院将淘汰高销售额的药品,今后回扣药品将会因销售额高而被“清理”出济南市的医院。济南市卫生系统每季度将组织专家,对该市41家二级以上医院的药品、单品种用药总量、临床医师用药和合理用药监控情况进行公示,对医院内药品销售额居首位的药物品种,确认其存在临床用药不正之风的,坚决予以淘汰,并取消该药物品种在济南市两年的招投标资格。济南市的这种做法,在医药和卫生行业引发了争议。

其实,早在2004年4月份,青岛市第三人民医院就在青岛市率先开始实施并逐步完善“用药情况统计分析系统”,后又出台了“异常用药谈话制度”,对每个月前10位药品用量排行榜和前20位门诊医生药品比例排行榜等信息予以公示。一旦发现大处方等异常用药现象,该院纪委、监察科就召集相关医生和药品供货方代表进行谈话,分析原因,对有违规行为的药品供应商,将取消其药品供应资格或对其产品实行限量销售,有违规行为的医

生也将受到相应处罚。据该院药剂科主任臧东明介绍,该院至今只停用一种用量大的药品,但对大部分用药排行第一名的药品都是实行的告诫制。

青岛大学医学院附属医院药剂科主任孙伟告诉记者,该院采取的是阶段性控制临床与门诊用药量的办法,重点检查临床与门诊的用药量是否合理。

而青岛市海慈医疗集团2004年就已停止了十几个药品在该院的应用。据其药剂科主任赵国庆介绍,该院监察科、纪委每月进行整个医院的用药量统计,对发现有异常的情况,首先进行合理用药情况调查,如果确属临床用药需要,价格较低,又未发现回扣现象者,可继续正常使用。如果发现有不正之风,医生使用非专业科室用药,用药量又异常者,将对该产品进行停药调查。

青岛市中心医院药剂科主任吕宏宇向记者介绍说,青岛市中心医院自2003年起就采取对上一年度用药金额排在前20位的药品,根据2003年度的用药金额来测定一个下年度季度用药额度,对日常用药进行季度总量控制,但是这种控制是相对的,在疾病高发季节,是在不影响治疗疾病用药的情况下,尽量对用药量进行控制。据了解,青岛市中心医院还运用市场规律来控制医院每一种药品的使用量,该院对所有新药进入该院临床使用持欢迎态度,通过医院的药事委员会审查通过的药品都可进入临床与门诊使用,这样使得该院医生为病人治疗所需药品的选择余地大了。其结果是,进入该院的每一种新药的用药量都不大。

## 销售首位淘汰未必合理

吕宏宇认为,医院所进的新药品种越少,医生的用药选择余地就小,单品种的用药量就可能高,而医院的新药品种越多,医生的用药选择余地就大,单品种的用药量就低。单纯对用药量大的品种进行淘汰是不合理的。他说:“如果一种药品的疗效确切,价格又便宜,使用这种药对患者肯定有利,这样的药品用药量大应该是合理的。再说,医院每年都在发展,整体收入都在增长,药品销售也是医院整体收入的一部分,用药量肯定会逐年递增。”青岛市市立医院的某副主任医师则认为,在

临床用药过程中,大部分医生是按照病情的需要进行合理用药的,依据药品销售额排行对药品的使用进行限制,甚至淘汰,不是一种合理的控制用药的办法。一些临床需要、毒副作用低、价格合理的药品就应当广泛推荐使用,而对毒副作用较高的药品,即使价格再低,也应当慎重给患者使用。

## 药品厂商认为有失公允

广东某制药公司山东办事处的张经理认为,一些小规模厂家为了推销药品,向医生支付用药回扣以促进药品的销售,在社会上造成了负面影响,也使正规药品生产企业受到牵连。他说,医院应当把好药品采购关,尽量采购有研发机构、有一定规模的药厂的产品,不可盲目地通过招标,让一些小药厂的产品以相对低价进入医院,从而导致个别医院临床用药混乱。张经理说,为了应对医院招标的低价,大部分药品生产企业的利润空间已经所剩无几,没有能力再支付用药回扣了。通过招标,医院本身已经获得了极大的利润,如果再对药厂的产品施行“药品销售额首位淘汰制”就不公平了。

据从事医药临床促销工作多年的罗先生介绍,青岛市目前各家医院采取的合理控制临床用药方法都不一样,对药厂来说,最难做的就是青岛市中心医院,因为该院采取的是放开引进新药的办,结果青岛市中心医院的新药最多,医生的选择余地最大,导致每一种新药的用药量都上不去,医药代表的工作就很不好了。罗先生认为,济南市卫生系统实行药品销售首位淘汰制度、淘汰药品两年内不能再参加招投标的办法有点矫枉过正,不是一种合理控制药品临床使用的办法。他说,药品回扣不正之风的纠正,应当首先从药品定价抓起,过高的新药定价不是药厂自己可以决定的。还有医疗机构的招标部门在招标过程中存在暗箱操作,给一些关系好的药厂的品种留足了支付药品回扣的空间,如果药品招标真正委托与卫生行政主管部门与医疗机构无关联的民间中介机构操作,那么,药品的招标价格肯定比目前的情况更为合理,药品的回扣现象要更少。罗先生认为,济南市卫生局的做法过于干预药品使用量,违背了市场规律,不是一种遏制药品回扣的好办法。

## 管理软件>>>

编者按:

目前,多数医药企业已引入计算机管理系统,实现了进销存、财务等基础管理的信息化。随着企业兼并速度加快,市场竞争加剧,利润率逐年摊薄,卖场、快批等新商业模式的引入,企业信息化的重点已从局部应用,转移到企业内部供应链管理,应用规模由部门拓展到企业整体,进而由企业内部延伸到连接上游供应商、下游经销商的大规模应用,应用平台也由局域网提升到互联网,掌上手持设备、RF无线射频技术的引入,为医药行业的现代物流快速发展提供了技术保障。医药行业新一轮信息化的发展趋势,将是以INET、RF为代表的新技术作支撑,以多业态整合管理为重点的集团业务管理平台建设,以生产管理、分销管理为核心的制药业ERP的建设。本版从本期起,将就管理软件在医药行业的具体应用做详尽介绍,以供企业参考。

# 无线射频管理系统托起医药现代物流

计算机无线射频(Radio Frequency,简称RF)数据通讯技术是以无线信道作为传输媒体,建网迅速,通信灵活,可以为用户提供快捷、方便、实时的网络连接,是实现移动通信的关键技术之一。RF技术的应用已经渗透到商业、工业、运输业、物流管理、医疗保险、金融和教学等众多领域。

RF无线实时仓储管理系统是以商品条码技术为核心,充分应用无线网络通讯技术、地理信息系统和无线手持电脑终端,结合C/S和B/S体系结构建立的自动化实时仓储管理系统。综合考虑医药行业现有的仓储系统需求,自动化的仓储系统基本功能如下:

1. 实时货位查询和货位动态分配。通过扫描商品的条形码可以实时查询其存储的货位,同时基于货位库存信息分配货位或动态定义货位。
2. 人力物力资源动态综合分配。可以基于出入库商品的批量动态地分配人力、物力,充分利用资源,提高系统的运行效率,减少浪费。
3. 仓库系统综合盘点功能。可以定期对整个仓库系统进行全面盘点,产生差异表,便于复盘验证。
4. 仓库内部随机抽查盘点功能。可以分仓库、分区、分货位进行随机抽查,也可以针对特定类抽查。

从技术角度而言,系统的建立必须满足以下两个条件:一是实时数据采集,由于人员操作的流动性,必须采用无线网络技术和无线手持电脑终端。二是商品条码化,条码是商品的唯一标识,现代商业管理(包括仓储管理系统的)的基础是商品的条码化。自动化的仓储管理必须借助条码技术建立货位管理的规范化。

国内一部分大型医药企业近年来建

立了比较完善的营销网络体系,而且部分实施了ERP企业资源管理系统。但在建设现代化的物流管理体系方面还存在许多不足,尤其在仓储模式的建立和仓储管理方面,仍停留在人工操作管理阶段,落后的仓储管理模式和设施,对于企业日益增长的货物配送需求愈发难以适应。因此,应用先进的计算机网络通信技术改变仓储模式,实现仓库管理的自动化已成为一种必然。

现阶段,在仓库系统的内部,企业一般依赖于一个非自动化的、以纸张文件为基础的体系来记录、追踪进出货物,以人为记忆实施仓库内部的管理。对于整个仓储区而言,人为因素的不确定性,导致劳动效率低下,人力资源严重浪费。同时随着货物数量的增加以及出入库频率的剧增,这种模式会严重影响正常的运行工作效率。而现有已经建立的计算机管理仓储系统,随着商品流通的加剧,企业采用统一采购、统一配送的模式后,配送数量和配送次数也急剧增加,难以满足仓储管理实时性的要求。无线通讯网络的解决方案开始为越来越多的企业所关注,无线通讯技术在解决了仓储管理操作人员的流动性问题的同时,实现了数据的实时传输。因此,无线实时仓储管理系统成为医药行业仓储和配送环节最好的解决方案。

WWW.JUSTSOFT.COM.CN

佳软中国  
JUSTSOFT CHINA

医药行业管理专家



近日,河北省委副书记刘德旺到石家庄四药有限公司进行考察,他对石家庄四药坚持可持续发展之路所取得的成绩给予充分肯定。图为刘德旺(右二)、石家庄市委副书记艾文礼(右一)在石家庄四药董事长兼总经理曲继广(左一)陪同下考察非PVC软包输液生产线。

史建会 摄影报道

2002年,东北制药决定向OTC领域进军,并选择感冒药康利诺作为主打品种,并开始了深入的市场调查和分析。

## 前期调研发现空间

我国感冒药市场的理论容量在100亿元~150亿元之间,而目前整个感冒药市场的销售额仅有20亿元~30亿元,这就构成了规模巨大的感冒药市场空间。市场上抗感冒药物有上百种,形成一定品牌效应的主要有:快克、新康泰克、康必得、感康、白加黑、感冒通、泰诺、百服宁、安瑞克、银得菲、双黄连口服液等十多个品种。在北京、上海、广州等高端市场,竞争极为激烈,在哈尔滨、沈阳、西安等中部及沿海地区中端市场,品牌效应也逐步显现,而西部及偏远内陆地区的低端市场,地方品牌居多,竞争不激烈,有巨大的发展潜力。

东药的优势和劣势都非常明显,概括有四个优势:即名企优势、产品优势、价格优势、资金优势。但劣势也比较突出,如城市药店网络基本空白,没有OTC促销队伍,缺乏OTC营销经验等等。

## 实施策略“三个推广”

通过调研分析,东药确定了“三个推广”的创新思路,即区域文化推广+以点带面推广+商企联合推广。

1.区域文化推广:东药请东北笑星范伟做产品代言人,拍了电视广告片——《手相片》,使其广告词“康利诺治感冒城里人都知道”、“康利诺治感冒早吃早见笑(效)”在东北地区广为流传。

启示:广告创意不一定要十全十美,但要充分利用好周围的环境,学会借势、顺势、就势,引起广泛关注。东药利用名人效应,突出了其地方特点,使东北消费者对其产品产生亲近感,使品牌知名度得到快速提升。

2.以点带面推广:2003年9月1日,东药选择辽、吉、黑、冀四省为主要推广区域,全面启动康利诺的广告攻势,四省20个城市同时形成电视台、广播电台、晚报同时刊播,实现了立体、交叉、覆盖式的广告传播效应,通过重点区域的宣传推广,带动了周边城市的市场需求,

前沿谋略&gt;&gt;&gt;

# 东药康利诺营销策划案

文/杨晓昕

如辽宁的大连、盘锦以及许多周边城市都有商业公司和消费者的购药要求,从而使销售网络延伸到了全省各个城市,形成以点带面的效果。

启示:靠打广告来树立品牌形象已屡见不鲜,但如何才能打得巧?采用以点带面的市场推广方式,是一个不错的选择。

3.商企联合推广:2003年8月,东药在沈阳召开产品推广暨招商会,内容包括:介绍产品特点,介绍媒体广告计划,播出广告样片,向广告代理机构发放授权委托书。通过高档次的招商会,增强了商业公司销售康利诺的信心,经过制剂销售处与各地代理商的全面沟通,初步确定了辽宁、吉林、黑龙江地区的代理商及连锁药店,全面展开产品铺货工作。

在辽宁省,他们利用东药集团供销公司的东北大药房来带动维康药房和成大药房连锁店。因为东北大药房是该集团的下属企业,工作好开展,而东北大药房又促进了维康和成大药店的销售工作;在黑龙江地区,东药抓住了人民同泰连锁店在哈尔滨覆盖面广的优势,而齐、牡、佳三地的代理商是与东药合作久远的公司,其积极性非常高,当地的促销工作也做得有声有色;吉林地区因为没有大的商业公司和连锁店,因此主要靠药厂自己的业务员来促销,前期采用了向各小药店赠药的方式,迅速完成了铺货任务。

在与商业公司的合作过程中,东药努力说服合作者在其公司内部设立“东药品牌推广中心”,来协助东药进行产品铺货、市场推广及促销工作。同时,东药也在积极组建自己的OTC销售队伍。

启示:术业有专攻。如果单靠东药自己的力量建渠道、铺货、搞促销,需要花费大量的人力、物力和财力,而且在短时间内难以见效。东药利用其产品优势和商业信誉,在商业合作公司内部设立“东药品牌推广中心”,利用商业公司的人员在当地进行全面铺货和促销,从而避免了东药人员不够、经验不足等劣势。这对其他药品生产企业来说有一定的借鉴作用。

目前,康利诺在推广区域内的品牌知名度有了大幅度提高,无提示知晓度位居感冒药第三位,区域市场的铺货率也达到了70%~80%,销售量也在逐月增加。重要的是,东药的OTC队伍在此过程中得到了锻炼和提高。