

新闻眼>>>

安全套:国内企业无名牌

文/本报记者 胡文华

我国已经成为安全套产销大国,2004年国内安全套总产量达到37亿只左右,占全球总产量的20%。据海关统计,2004年中国生产的安全套出口到了68个国家和地区。而同时,国外的产品也在不断涌入中国市场,并大有淹没中国产品之势,一个令业内担忧的现象是,国内安全套市场上有品牌和名气的产品全部来自外资或合资企业,国内企业的产品竟无一形成品牌优势。

市场秩序有待规范 主力企业尚需强身

我国是全球安全套四大生产国之一(另外三个是英国、美国、日本)。2004年,我国安全套内销量为26亿只左右(含12亿只政府采购免费发放品),出口11亿只;同时,我国每年进口安全套约为1.5亿~2亿只。

据了解,在国内安全套市场,计划经济的色彩一直比较浓,市场的一半还处于按照国家计划定点生产、政府采购免费发放范围。近年来,尤其是我国加入WTO后,计划外市场发展迅速,且市场竞争渐趋激烈。据中国橡胶工业协会乳胶分会理事长陶然介绍,目前在国内外整个安全套生产领域,有7家是按照国家排产计划组织生产的传统定点企业,有2家中外合资企业,4家民营企业,但规模都比较小。此外还有四五家民营企业正在筹建之中。

陶然说,按照国家有关规定,安全套是

不能做商业广告的。这就给安全套打造品牌增加了难度,也是导致国内生产企业没有名牌产品的一个重要原因。此外,安全套贴牌加工引起的市场混乱也是一个不容忽视的问题。

据陶然介绍,近年来,由于利益驱动,市场上出现了近200家安全套贴牌生产商,注册了1000多个安全套品牌,使计划外安全套市场呈现“四乱”:

一是质量乱。产品质量良莠不齐,尤其是一些新建企业产品质量失控,但因价格低廉受到一些贴牌商的青睐,使这样的产品在精美的包装掩饰下得以销售。还有一些所谓的进口产品,其实就是国内贴牌商加工的,其质量与国内产品相当,但价格却高出很多。二是价格乱。市场上同样数量包装(每盒10只或12只装)的产品,每盒价格高的达80元,低的只有0.8元。进口产品中绝大部分是贴牌商在国外如马来西亚加工的,有的贴牌商干脆在境外注册一个公司,将国内出口到国外的安全套改换商标后再进口到国内。三是品牌乱。市场上现有各种品牌的安全套上千种,进口品牌30余种,有的一个贴牌商就有三四十个品牌,一家安全套生产企业同时为四五十家贴牌商加工产品。四是管理乱。多个政府职能部门参与管理,政出多门,重复检测收费,生产企业无所适从。

对国内安全套市场的“有厂无牌,有牌无名”现象,全国人大代表、原国家计生委副主任李宏规及一些业内专家分析,国内安全套主要生产厂过去是国家投资兴建

的,尽管一些企业的产品质量与国外同类产品相比并不逊色,但由于包装技术相对落后,给消费者的第一印象就不如国外那些包装时尚的产品。此外,对7家定点企业生产的安全套产品,一直是政府采购,计划经济色彩较浓。当计划外市场需求逐渐形成规模时,这些企业反应迟缓,而一些贴牌商却适时抓住了机会。品牌通常是在市场的拼博中形成的,尽管现在有的企业已开始打造品牌,但毕竟起步较晚,至今在市场上还没有形成国产安全套强势品牌。

专家诊脉品牌培育 行业迎来发展机遇

我国加入WTO后,国内安全套行业迎来新的发展机遇和挑战。国家计生委药具管理中心有关专家安保华说,首先,我国加入WTO后,天然乳胶将逐步取消进口配额,降低关税。与此同时,安全套生产所需的其他进口辅料,也会因降低关税税率而降低成本。

其次,计划生育基本国策和世界范围内的控制人口增长将长期持续下去,同时,根据有关规定,国外企业不能参加我国的政府采购活动,这就为国内企业留出了发展空间,随着人民生活水平的提高,计划内政府采购量还会不断增加。

此外,近年来性病和艾滋病传播速

度加快,人们的保护意识增强,安全套的市场需求逐渐增加。同时,国家也在加强对安全套市场的监管,以规范竞争秩序,扶优抑劣。

面对发展机遇,国内企业如何培育自己的品牌?陶然、安保华等业内专家结合国内外市场情况,为企业进行了诊断开方:

第一,生产规模较大、产品质量较高的企业,不要参与低价竞争,要坚持走品牌之路,同时寻找机会走出去参与国际竞争,在条件成熟时还可以到国外投资建厂或销售自己的品牌产品,从根本上解决单一贴牌出口问题。对于规模较小、产品质量又不稳定的企业,先要寻求技术合作,提高产品质量。倡导行业内的兼并重组,使市场资源得到优化配置,为培育国产安全套名牌产品创造条件。

第二,政府可设立专门的行政监管部门对安全套市场进行管理,对不符合行业标准的企业要淘汰出局,同时应尽快制定安全套生产商、包装商、经销商资质标准,使各厂家公平竞争。

第三,行业协会应充分发挥作用,在行业内提倡自律,引导企业拒绝向规模小、管理差、不符合生产条件的贴牌商供货,为净化市场环境做出贡献。发挥行业协会信息渠道畅通的权威作用,为消费者提供“知情选择”的准确信息,防止不法企业钻空子误导消费者。

案例 河南新谊医药集团是一家国有大型医药骨干企业,其拳头产品凯西莱(硫普罗宁)系列从1996年上市以来,单品年销售额已突破3.5亿元,凯西莱品牌的硫普罗宁冻干粉针剂和片剂,也已成了国内医院临床保肝类药物应用最广的产品,是近些年来肝药医院市场名副其实的“常青树”。

一个品牌是如何在竞争激烈的医院市场持续保持领先地位的?笔者认为,新谊医药在巩固其品牌领导地位的经营思路值得一些有市场优势的企业借鉴。

专利阻击战 巧妙利用时间差

在企业竞争中,时间上的领先尤其重要,很多企业在某领域的“领先”其实就是打时间差。有眼光的企业总是非常善于抢在对手前,在技术专利上筑起壁垒,让跟进者望而却步。

凯西莱(硫普罗宁)就是新谊集团在我国加入WTO前“抢”来的一个商机。硫普罗宁最早在日本上市,德、意、美、瑞士等国也相继把它作为改善肝功能药物应用临床。1996年,新谊集团与河南医药研究院合作,对硫普罗宁片剂进行了成功仿制。取得了片剂证书之后,该集团又于1998年在国际上率先开发出稳定性更高、见效更快的硫普罗宁粉针剂型,并获得了国家四类新药证书。

凯西莱(硫普罗宁)粉针剂上市之后,很快获得了良好的业绩。一些企业注意到了硫普罗宁粉针剂这块诱人的市场,纷纷开始仿制。面对这种情况,新谊集团首先考虑的是把知识产权作为保护市场的最好武器,同时考虑到四类新药拥有6年的市场保护期,把握好专利申报的节奏。2002年

个案点评>>>

领导品牌 如何持续领先

文/陈东

年底,新谊集团抢在新药保护期到期前,向国家知识产权局递交了硫普罗宁粉针剂发明专利申请。2005年3月,国家知识产权局向新谊集团颁发了硫普罗宁粉针剂发明专利证书。专利证书的取得,就从法律上确立了凯西莱在硫普罗宁粉针剂的市场独占地位。

新谊集团巧妙利用“时间差”,把竞争对手挡在了门外,从而为凯西莱的领先地位提供了保护。

扩大适用面“两手抓”显成效

从营销学的角度来看,占据优势的市场领导者,可通过发现新用途,以找到新的消费者,增加使用量,从而确保既得市场地位。

凯西莱是一个成熟的药品,新谊集团根据其特点,采用了加大药理、临床应用研究和多学科开发并举的“两手抓”策略,以保持市场的持续增长。从2000年至今,该集团与一些研究院所合作开展了300多项硫普罗宁的临床应用研究,在各类专业医学刊物和全国性学术会议上发表500余篇科研论文。大量的临床应用研究,不仅使医生更清晰地了解了该药品的疗效,让临床医生增加了对产品的信心,也为进一步的学术营销奠定了基础。

对于新科室的开发,他们采用的是以大量的临床应用研究为支持,在巩固主力科室的同时,渗透相关科室的战略。通过多年的努力,在学术交流和临床研究的推动下,凯西莱(硫普罗宁)从最早应用的传染科、消化科已推展到精神科、肿瘤科等相关科室,充分发掘了该产品适用症广的优势,使其销售额近年来每年都保持30%以上的增长速度。

售后服务 模块化全程跟踪

凯西莱销售持续增长的另一个重要原因是其专业化和精细化的售后服务。笔者分析,凯西莱售后服务的“模块化”主要表现在三个方面:一是设立专门机构对售后服务进行统一管理;二是制定了针对不同对象的售后服务体系和规范;三是建立了严格执行服务的保障措施。

对消费者,新谊集团总部开通了专门的消费者服务热线,由指定专家为患者解答关于产品的各类问题;对其商业合作伙伴,新谊集团通过派员扶持、定期培训,以协助经销商开发市场;对于医生,他们通过学术会议、各类培训活动指导临床用药。同时,凯西莱的售后服务中心还要求销售人员积极与医生保持良好沟通,及时解决医生用药过程中出现的问题。在凯西莱实现年销售收入3.5亿元的背后,我们看到了一个服务理念“领先”的现代企业,多年来总比竞争对手多走半步,用服务品质形成区隔竞争者的壁垒,成为凯西莱成功的又一答案。

商务快讯>>>

国内医药保健品在美频遭扣留

本报讯 今年以来,中国医药保健品进出口商会连续发布美国FDA扣留国外商品数据情况。从医保商会公布的数据来看,被FDA扣留的中国货物中,药品、医疗器械的数量始终居于前列。

中国医药保健品进出口商会法律部主任官宁云说,我国产品被扣留的原因,主要包括:不符合美国关于生产的规定,有毒有害物质超标,不符合美国关于标签、包装、卫生、生产和销售的规定,产品达不到美国标准或未经美国批准等。其中,食品类被扣留的主要原因是符合生产规定,含有不安全物质和腐烂造成的产品不符合卫生要求;药品主要是不符合包装、标签和说明书的规定;医疗器械被扣留的主要原因是符合销售规定;化妆品主要是不符合美国有关化妆品标签的规定。

“目前医保商会对于扣留的实际原因也非常关注,正在着手进行调查,但是由于许多产品的出口都是企业的自主行为,来自企业的信息很少,调查工作非常困难。”官宁云说。

据悉,遭扣留的货品可能会退回中国,也有可能在美国当地被销毁。“目前在国际贸易中必须遵守贸易国的游戏规则,打擦边球或者蒙混过关都是不行的。企业进入美国,首先要做好相关注册,考虑到产品销售各个环节,企业还要重视海关给出的扣留原因说明,并认真做出整改,避免再次被扣留。”官宁云希望企业能够积极向医保商会反馈信息,以借助商会的力量解决问题,而不是遮遮掩掩。(方剑春)

美国撤销 对我一水肌酸征收反倾销税

本报讯 4月11日,美国商务部发布公告,撤销对我一水肌酸征收反倾销税。本案是美国商务部于2000年2月4日发布的反倾销令,按照规定5年后即2005年1月3日再进行日落复审。但在提起复审后的90天内,美国商务部没有见到其国内相关利益方的任何反应。根据美国反倾销法的规定,如果在复审后90天内,国内相关利益方没有提出意见,商务部就应发布撤销反倾销税的法令。据了解,撤销对我一水肌酸征收反倾销税的法令已于今年2月4日生效。(方剑春)

南非将继续 对我扑热息痛征收反倾销税

本报讯 4月14日,南非国际贸易管理委员会的函件披露了对来自中国、美国和法国的扑热息痛日落复审裁决结果的信息。据了解,该委员会于2004年6月11日提起对来自上述三国的扑热息痛反倾销进行日落复审。调查中,中国和美国均没有企业应诉,法国罗地亚公司应诉。调查当局使用美国作为替代国来确定正常价值,计算出中国的倾销幅度为380.55%,倾销税为\$6.85/Kg(R45.56/Kg)。法国罗地亚公司获得的倾销税为0.67欧元/Kg(R5.58/Kg)。(方剑春)



4月16日,河南省省长李成玉(前排左二)在宛西制药股份有限公司调研时,对该企业的改革经验给予高度评价。他指出,国企改革势在必行,要通过改革激发企业内在动力,使企业活力充分释放,宛西制药为全省国企改革探索出了一条新的发展路子,值得学习和借鉴。 陈飞于平 范红英 摄影报道

管理软件>>>

无线射频管理系统托起医药现代物流

佳软E6.NET RF系统的性能特征

在物流中心现场,为了把获得的信息实时传送到处理中心,再经处理中心处理后下达响应信息,必须以有效的传输技术实现实时信息交换。

采用RF技术及无线射频技术,能在远程进行无线的信息交换,非常有利于移动作业时的信息交流,此外还有以下优点:

1. 提高在库货品资料的正确性。RF实时控制管理在库的各储位及各作业点的数据,正确掌握每一时刻的在库资料。
2. 大幅度提高企业运作效率。RF使用设备自动登录数据,效率高、速度快,提高在同样人力使用条件下的效率。
3. 交互式信息交换。提供入库上架、补货、拣货等作业的指令与指示、确认与错误更正。
4. 减少文件工作。所有作业登录的资料、库存记录等均存于数据库,减少文件分发抄录工作,实现业务处理的无纸化。
5. 实现了实时管理。RF实时传送处理,提高各项作业的时效,消除了业务处理因输入时间的延迟而耽误。

佳软E6.NET RF系统在出入库流程中的使用说明

1. 货架与入库流程
利用RF货架的操作逻辑包括:
a) 货架的概念:将入库货物按照一定的规则码放在货架上,并通过RF系统建立起货架与货架上货物的一一对应关系。具体过程如下:操作人员通过RF终端依次录入货架上的商品信息(如果商品外包装有可利用的条码,可直接扫描商品条码,如果没有,在商品入库的时候佳软系统会自动分配一个条形码)然后扫描货架条码并确认。

b) 叉车司机又取货架完毕后,用RF终端扫描货架条码,从而将获得货架的入库地址信息,并根据信息提示将货架放入指定货位;

2. 整货架出库流程
整货架出库的概念:全部货架上的物料一次出库完成。本流程主要针对大批量药品(譬如阿莫西林)及区域代理需要调拨的药品。整货架出库的任务由佳软系统发送,并加入到任务列表中。出库叉车司机在RF终端上申请出库作业指令,并根据RF信息提示到指定货位又取货架并扫描货架条码,库存信息更新。然后司机将货架搬运到出库备货区。

3. 整箱拣选出库过程
整箱拣选出库的任务由佳软系统发送。拣选指令(发货单)包括定单号、货架号、物料号、拣选数量(箱)等信息,即TO运输指令。

实际的拣选作业过程概述如下:叉车司机在RF终端上申请出库任务,并根据RF信息提示到指定货位又取货架。然后,司机用RF终端扫描货架条码,获得拣选信息。拣选后的组合货架也由RF注册,拣选完毕后货架被送回原货位。

4. 拆零拣选区出库流程
拆零拣选区主要存放存储量相对较少但拣选频次高的药品。此区域的出库任务由佳软系统发送,拣选指令(销售出库单)包括货位号、拣选数量(盒)等信息。信息加入到任务列表中。操作人员通过RF终端申请出库作业指令,并根据信息提示到指定货位进行拣选操作。拣选完成后,操作人员再次使用RF终端扫描货架条码以确认拣选完成,此时数据库记录更新。然后操作再次申请的下一条命令。(二)



药品基地成旅游胜地 太极集团巧打旅游牌

本报讯 (记者 龚毅)随着“五一”黄金周的即将到来,日前从太极集团旅游发展处传出好消息,太极集团与重庆市半岛旅行社合作,联手打造生态旅游,近日已推出了仙女山至武陵山2-3日游项目。

据了解,太极集团在仙女山的中药材种植基地,开始即是企业原料供应地之一。后来,该集团斥资在基地附近修建了一些旅游的基础设施,并与旅行社合作,对景点进行包装宣传,使之成为一个运动休闲的生态旅游景点,旨在向人们宣传医药文化知识的同时,进一步挖掘了中药材基地的潜在价值。

除此以外,太极集团的太极医药工业园也在4月8日举行的重庆市旅游工作会议上,获国家旅游局颁发的首批全国工农业旅游示范点。

据了解,该工业园地处涪陵长江与乌江交汇处,由生产园区和科研园区组成,是国家ISO14000环境管理示范区。太极集团在工业园内建立了“走进中药厂家,感受中药文化,接受健康咨询,更新健康理念,选购健康产品,品尝中华药膳”为主要旅游内容的系列项目服务体系。在这里,游客可以亲眼目睹药物是如何从原料“变”成成品药的,同时还可以亲身体会传统中医药与现代中药产业的巧妙融合,感受该集团深厚的企业文化氛围。