

营销之道>>>

# 解冻老产品 捂热冷市场

## 广州白云山制药总厂头孢硫脒市场推广探秘

文/本报记者 黄每裕

### 编者按:

不少医药企业都重视新产品,忽视老产品,因为新产品一般利润空间大。其实,对于医药市场而言,老产品与新产品是相对的,安全有效的老产品永远都有市场,注入先进技术重新上市的老产品也可以“返老还童”。在市场上开拓出一片新天地。但是,需要指出的是,老产品“返老还童”需要本质上的创新,如技术创新、剂型改造,而不是仅仅换个新包装、起个新名字。而且,要使老产品在市场上“长生不老”,也需要企业根据实际情况采取必要的保障措施,尤其要学会利用知识产权来保护自己的市场。这里编发的一篇文章,对于拥有老产品的企业来说,或许可以提供一些参考。

近年来,我国抗生素领域接连受到“限售令”和产品大幅度降价等不利因素影响,导致整个行业普遍低迷,很多企业经营效益大幅滑坡。然而,相同的市场环境下,广州白云山制药总厂却逆势飘红,效益节节上升。究其原因,是该厂重点培育的老产品头孢硫脒(商品名“仙力素”),使企业在激烈的市场竞争中一枝独秀。

### 选老产品抓新机遇

几年前,白云山制药总厂把一个“冷藏”了20多年的老产品头孢硫脒挖掘出来,作为重点开发的目標。这一决策让业内很多人不

解——他们认为,头孢硫脒属于第一代头孢菌素,而现在第二代、第三代甚至第四代产品都已经或即将上市了,为什么一向具有超前意识的白云山制药总厂还热衷于搞第一代产品?

其实,这是白云山制药总厂通过深入的市场调研后做出的慎重决定。因为他们深知头孢硫脒的特殊性,洞察到了这一老产品在新的市场环境下所具有的广阔前景。头孢硫脒在对付革兰氏阳性菌、肠球菌和耐甲氧西林金葡球菌等方面的疗效比第二代、第三代头孢菌素更胜一筹。尤其是它可以作为抗感染的一线用药,部分替代“王牌”产品万古霉素,达到减少使用万古霉素的目的,从而减低或延缓其耐药性。随着近年来世界范围内耐药性问题的日渐严重,头孢硫脒更显示出其优越性,市场需求急剧上升,这说明老产品迎来了新的市场机遇。

此外,白云山制药总厂认定头孢硫脒还有其特殊意义。中国市场上的头孢菌素类产品,几乎都是由外国人发明、首先在国外使用、后来被引进中国的,唯独头孢硫脒是由中国人发明、首先在中国使

用的。头孢硫脒是上个世纪70年代末由我国研发成功的,但由于种种原因,一直未能实现产业化。而白云山制药总厂使这一产品顺利产业化并在市场上取得成功,自然意义非凡。据了解,头孢硫脒自1999年正式投产上市以来,销售量连年翻番,预计到今年将突破亿元大关,成为白云山制药总厂新的支柱产业。

### 打学术牌通市场路

鉴于头孢硫脒的专业性和特殊性,白云山制药总厂对这一产品采取了与众不同的宣传推广形式。该厂医学部长、被称为“教授级推销员”的李忠思认为,头孢硫脒临床应用价值很高,对于这么一个高档次的处方药,开拓市场一定要走学术推广之路。

他们瞄准医学界的权威,希望通过产品的宣传介绍,让这一有“话语权”的群体了解头孢硫脒,并尝试着去用,进而通过临床实践肯定产品的疗效。同时,白云山制药总厂还投入大量人力、物力和财力,在全国30多家大医院进行了2000多例头孢硫脒临床药理再评

价的研究,并积极参加各种专业会议,与同行进行学术探讨。经过几年的学术推广,头孢硫脒逐渐打开了市场销路,“仙力素”成为一个响当当的品牌。

### 筑专利墙享长久利

白云山制药总厂开发头孢硫脒取得成功,引起了不少同行的羡慕,一些抗生素生产厂家千方百计企图仿制。但白云山制药总厂早已对此做好了防范措施,使很多仿制者望而却步。头孢硫脒化学结构非常特殊,产品稳定性差,生产工艺难以控制,工业化难度较大,白云山制药总厂针对头孢硫脒的生产过程、用途等及时申报了一系列专利,力图从多方面进行保护。据悉,该厂去年5月向国家知识产权局申请的“结晶头孢硫脒及其制备方法”的发明专利,经过两年多的审核,已于今年7月27日正式批准授权。这项专利对头孢硫脒的名称、制备方法和产品用途等几个方面都进行了保护。专利壁垒,使白云山制药总厂今后更放心地收获头孢硫脒这一老产品带来的成功。

营销看台>>>

## 统计销量别留“盲点”

文/马鑫良

销售指标是衡量药企营销水平的手段之一。通过销售指标,能够反映销售人员和销售客户的销售状况,并以此作为依据来确定下一季度、下一年的生产和销售计划。但在实际中,很多企业由于统计不全面,得出了错误的销量统计,比如只是简单地将从仓库运到客户手中的货物就算作销量。而这种错误通常又会导致企业在制定年度计划时出现误差。

笔者认为,全面而准确地统计产品销量,就必须“盘点”清楚以下几个通常会被忽略的“盲点”:

**1. 盘点库存。**这里所说的库存,是指停留在销售渠道中没有被市场消化的产品。如有些销售人员用压货的方式将货物放在自己认为安全的地方,这些货物实际并没有送到客户手中,不能算作销量。有些商业公司受市场变化的影响,一时冲动囤积大量药品,却长时间销售不动,这些货物其实都是“库存”,而不能算作销量。如果药企没有进行市场跟踪和调研,只是乐观地认为销售出去的货物都被市场消化了,而把滞留在渠道中的库存产品也都计入销售量,必然因此受损。

**2. 盘点终端。**有多少货物出了生产企业的仓库,也到了客户手里?还有多少

货物在终端没有销售出去?这也是药品生产企业应该全面考虑的。有些企业把到达药店或者医院终端的货物都算作产品销量,但如果终端维护不利,产品被从药店或者医院退回来,就会造成销量统计不准。所以,生产企业一方面要搞好终端建设,维护促进其销售产品,同时也要考虑到终端的风险性。盘点终端有利于生产企业控制产品的实际销售量,同时也是了解、掌握终端的有效方式。

**3. 盘点渠道。**对多数药品生产企业而言,销售渠道影响着产品的销量。当药企考核产品销量时,还要考虑到渠道中还有多少货物没有送到客户手中。尽管普药的销售渠道简单,但销量仍旧掺杂“水分”,而新药的销售渠道通常多而散,控制起来有一定的难度,所以药企应该经常盘点尚在渠道中的货物,而不能简单地统计销量而夸大销售指标。

有些药企会认为如此“盘点”不仅浪费时间,也容易造成营销资源浪费。其实,企业应该通过系统管理来实现科学统计,如严格控制终端流向,使企业对货物走向清清楚楚,建立科学的客户跟踪系统,使货物始终处于自己的监控之下等。这样核算的销量才能比较接近实际,据此制定的营销政策和策略才更符合市场。



8月7日,先灵(广州)药业有限公司举行庆典,庆祝德国先灵在华开展业务120周年。图为庆典仪式现场。本报记者 张旭 摄

企业资讯>>>

### 南方医大牵手广东医保 打造医药物流平台

本报讯 8月8日,由“校企合作”共同投资创办的医药物流企业——广东南方医药有限公司在广州成立。

该公司的投资方之一是南方医科大学,其前身为中国人民解放军第一军医大学。另一投资方广东医药保健品有限公司是近年来发展迅速的一家民营药企。作为广州振盛投资有限公司旗下的核心企业,“广东医保”代理和经销国内各大药厂的产品品规达1000余个,建立了遍及全国的医药销售网络。此次校企合作,将实现双方优势互补,使广东南方医药有限公司成为一个高起点的现代医药物流平台。(郭宇华)

### 海王银河 跨省扩张抢滩杭州

本报讯 日前,由山东海王银河医药有限公司控股、首期投资5000万元的浙江海王医药有限公司在杭州成立。

山东海王银河医药有限公司是近两年迅速崛起的一家医药商业公司,该公司凭借独特的营销模式、健全的网络以及优质的服务,在山东医药市场取得了良好业绩,其对山东三甲医院的覆盖率已经达到100%,县级以上医院的覆盖率达到90%,配送业务范围覆盖全省17个地市、辐射周边省市。浙江海王医药公司是其在全国外设立的第一家子公司,是海王银河在全省复制、推广其独特营销模式的一次尝试,也是海王银河从区域性流通企业转型为全国物流公司的一个过渡。据了解,海王银河计划用5年时间,建立北以山东潍坊为中心,南以浙江杭州为中心,覆盖中国沿海城市,辐射周边省市的医药物流网络。(孙锦科)

### 海南海神药业 丹东新厂扩建大输液基地

本报讯 日前,海南海神药业集团丹东联盛制药有限公司新厂在丹东正式奠基。新区投资5400万元,占地2.3万平方米。新厂扩建了原有输液、冻干粉生产线,预计投产年后产值可达2.5亿元。丹东联盛制药有限公司是海神药业集团2001年进行集团化管理后建立的第一个药品生产基地。据悉,该集团还计划将利用东北丰富的药材资源,开拓中药注射剂市场。(王蔚佳)