

## 应加强对医药新产品的宏观管理

文/王丽娜

随着市场经济的发展,各生产厂商在促销方面的竞争日益激烈,各生产商、经销商都使尽了浑身解数,不惜加大销售成本,参加激烈的市场竞争。按理说,商家相互竞争,消费者应该得利。但是最近从网上查到的一些事实,联系自己生活中的亲身经历,都是“厂商相争,消费者遭殃”,为此,笔者就这方面的不正当竞争,以及治理的办法谈点个人见解。

### 一、新产品宏观管理中存在的一些问题

据网上报道:某公司生产并销售的“立竿见影”售价为195元一盒,广告宣传中说是治疗肝炎的新药,害得肝炎患者纷纷购买,结果并没有什么神奇的疗效,后来才发现就是其他厂商早已生产并销售了多年的“清肝片”,其价格为3.6元一盒。某公司生产并销售的“络欣通”,也被宣传为治疗心脑血管病的新药,每盒24片装,每日服三次,每次3片,售价36.8元一盒,其实就是中国传统的中药银杏叶片。广西金嗓子药业有限公司生产的银杏叶片与上述“络欣通”的成分、含量完全一样,也是每片含黄酮苷9.6mg,萜类内脂2.4mg,其功能主治也是活血化瘀通络,用于瘀血阻络引起的胸痹、心痛、中风、半身不遂、舌强语蹇;冠心病稳定型心绞痛、脑梗阻塞见上述证候者。包装也是24片,用法用量也是一次2片,一日三次,而在药店的零售价只有3.8元一盒。其疗效和上述络欣通完全一样。笔者就是先使用络欣通,后改为银杏叶片的,个人体会是二者没有区别。第三个让笔者多花钱的是所谓新产品就是“新命源”,当我看到电视上的广告时,就以为它是一种治疗心脏病的新药,结果花了512元买了四盒,平均每盒单价128元,买四赠一,最终单价102.4元一盒。可是,服用完全部药品以后,没有太大疗效,后上网查询,才知道“新命源”就是传统中药“心可宁”,只有十几元钱一盒。那些不断翻新的到底是些什么药呢?一位从事了30多年医疗工作的医院院长曾告诉记者,一种核心成分为青霉素的感冒药针剂,成本仅6角钱,加入一点其他药品成分以后,价格狂升到150元到600元;几元钱的氟哌酸成分不变,换个包装就变成了100多元一盒的新药。药厂和药商就将一些廉价而疗效好的药品改头换面,按“新药”重新定价,在医药界已经成为“公开的秘密”。

由于缺乏自主创新,在目前我国生产的化学药品中,97%以上属于超过知识产权保护期的仿制药。化学药生产能力严重过剩,对同一种药品,药监部门通常给几十家企业发放批准文号。如单单一个阿司匹林,全国就有30多家企业生产,恶性竞争由此开始,一些药品生产企业在旧药中加一点无关紧要的成分,堂而皇之就成为新药后,身价立刻就翻了几倍。

为什么“络欣通”“新命源”“立竿见影”能够让消费者心甘情愿地多花钱呢?原因有两个:一是厂商抓住了消费者“有病乱投医”的心理,二是厂商用“新产品”作幌子,忽悠消费者,结果是,不但消费者的利益受到了侵害,而且,以诚信为宗旨的老产品生产厂商也受到了侵害,长期下去,社会诚信就会出现,市场价格就会引起混乱。因此,为了维护消费者和传统生产厂商的共同利益,为了规范医药市场的管理,笔者认为,首先应该加强新产品的宏观管理。

### 二、新产品的概念和宏观管理方法

#### 1、什么是新产品

新产品是指采用新技术原理、新设计构思而研制生产的全新产品或在结构、材质、工艺等某一方面比老产品有明显改进,从而显著提高了产品性能或扩大了使用功能的产品。

根据以上新产品的概念,作为医药行业的新产品必须具备以下条件:

- (1) 功能主治上有新的突破,治疗的范围或疗效有显著的提高或扩大;
- (2) 药品的成份或化学含量有重大改变;
- (3) 药品的可靠性和安全性有重大提高,比如,某类降压药的毒、副作用减轻或维持时间变长等;
- (4) 经济性,即在原有结构、性能等不变的前提下,降低了产品的售价,可以看作是新产品。

#### 2、对加强新产品宏观管理的几点建议

有了新产品的概念和标准,还需要医药管理部门的强有力的宏观管理措施,才能使我们医药市场上的新产品名副其实。即使新产品在投放市场的初期,由于研究开发费用的一影响,价格稍高一点,但是因为它有实实在在的技术含量在里面,消费者也不存在上当受骗和利益受损害的问题。那么怎样才能加强新产品的宏观经济管理呢?我们认为,需要做好以下几方面的工作。

- (1) 生产厂商有新产品面市,必须经过医药管理局的专门机构审批,审批的标准可以根据以

上新产品的概念和应具备的条件，制定出详细规定。未经审批的新产品不准上市，如有违法，处以高额罚款，并通过媒体报道公众。

(2) 新产品的名称以其化学成分或功能主治为取名范围，不准取一些容易引起误会和曲解的药品名。因为医药是特殊的工业产品，因此，必须以科学的态度来给产品命名，使消费者一看其名，便知疗效和功能。如XX感冒片，就不允许取名“好快乐”等等。根据这个规定，银杏叶片就不能叫“络欣通”，清肝片更不能叫“立竿见影”，如此类推。这个关谁来把？答案有一个，医药管理局。

(3) 新产品的定价要合理。新产品定价的多少，有企业根据市场情况进行决策，但要报物价部门和医药管理部门联合审批。凡不够新产品资格的老产品，必须按市场哪个价格随行就市，不能为提高产品价格，把老产品包装成新产品再涨价出售。

(4) 关于新产品的审批权应该由国家统一掌握。凡在全国范围内已有生产，并且生产期在三年以上的产品，均为老产品，不能在新产品的审批权上搞地方割据。各省为了发展医药业，可通联营的方式，将省外的好产品引进省内，不可将省外已生产多年而本省第一次生产的老产品，作为新产品上报、生产并出售。如有此类行为，一经发现，处以重罚。

(5) 如果物价管理部门和医药管理部门解决不了药品市场上假冒“新产品”卖高价的问题，可以成立一个“新产品价格及上市资格监督局”专门负责这一项工作。消费者由于医疗制度改革的原因，需要自费买药的比重越来越大，再加上厂商的“新产品忽悠策略”，那么消费者的利益会面临着更大的风险。所以，必须抓紧时间、集中力量搞好这项工作。

(6) 统计部门应该加强新产品的统计和分析工作。随时反映新产品的开发、研制、生产、改进等各方面的情况。以前，国家统计局和各业务主管局曾经统计关注过这一问题。现在，要首先关注医药商品的新产品试制、研发的情况。

(7) 新产品的研制过程中，要把产品质量作为头等大事来抓。国家药检质量部门应切实负起责任来，各地方药品质检工作也要以全国大市场为重，不能为了地方利益而损害了全国消费者的利益。

(8) 商品的商业化名称的标识在商标的字体上不能超过药物的化学名称的字体，药物的化学名称要以醒目的字体和彩色注明在最显眼的位置上。

(9)、以整顿药品新产品市场为契机，抓好国内全部药品新产品市场的规范化问题，使消费者从药厂生产厂家的竞争中得到真正的实惠。

总之，医药产品出现的冒充新产品卖高价的问题，不是几个生产厂商的个别问题，而是普遍存在的问题。这些问题不解决，消费者的利益就得不到很好的维护，厂商之间就缺乏公平竞争的基础。为此，我们必须加强新产品的宏观管理，逐步消灭“忽悠”消费者的现象，稳定国内医药市场，从而，提高人民的健康水平(作者单位：烟台职业学院)

#### 相关链接

我国电力事业的市场化路径探析  
我国行业协会规章的概念探析  
旅游业可持续增长模型的构建  
我国物流企业融资现状分析  
论建筑行业工程安全管理  
应加强对医药新产品的宏观管理  
关于健身俱乐部经营管理的研究  
我国餐饮业的现状、问题及对策分析  
制药企业资金管理问题典型案例研究

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：(010) 65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心