

# 中国药品市场发展现状与趋势研究

纪振荣

(陕西医药控股集团天宁制药有限责任公司, 陕西 榆林 718000)

**【摘要】**药品市场反映了中国制药经济的整体水平和全国人民对健康的提升的要求。而中国在改革开放三十年所取得的进展中,药品市场的蓬勃发展也是重要的动力之一。本文系统的论述中国药品市场发展现状并预测未来发展趋势。

**【关键词】**药品市场 现状 趋势

中国的药品市场总体上是中国市场经济发展水平和人民物质文化生活水平的一种特殊再现。改革开放三十多年来,中国的药品市场发生了一系列深刻的变化。从计划经济体制下的趋于行政指令的僵硬的调拨手段到市场经济体制下灵活的按照供求关系的配置方式,一些制药企业纷纷转换经营机制,深化内部多项制度改革,实行集团化、集约化的经营方式,采取总代理、总经销另配合连锁化的营销模式,同时探索性的尝试连锁经营模式,从而促进了一大批具有有限责任、股份制性质的制药营销类企业成长崛起,从而促进了我国药品市场高速、持续和健康的发展。中国药品市场销售规模的增速伴随着中国经济的高增长而呈现出阶梯式发展的态势。

## 一、中国药品市场发展现状分析

### (一) 数量巨大但分布不均衡

中国由于有着相当庞大的人口基数,因此对药品的需求量自然是巨大而且高速增长,但明显分布不均衡,尤其表现在发达城市和一些欠发达城市以及乡镇地区,前者已经达到了饱和,而后者往往具有很大的需求空间却得不到足够的供给,因此形成了相当不平衡的市场分布。而这种不均衡的市场分布必然带来药品价格上的混乱和各个药品产业的不正当竞争。

### (二) 盈利空间逐步压缩

这一点与逐步增长的药品市场数量似乎是矛盾的。而经过深入分析可以得知,正是由于药品企业的激增并进入了竞争白热化的阶段,各个企业往往为了争夺市场而降低药品价格,以让利的方式获得消费者的认可,主观上压缩利润空间,而客观上由于药品产业链条逐步拆分,竞争激烈,也造成了营销成本的提高,从而“分食”了一部分利润。

### (三) 药品产业集中度整体呈提高趋势

中国医药产业集中度整体呈提高趋势。根据中国医药商业协会相关权威统计数据证明,2010年我国的医药商业100强占有所有医药市场的总体份额已经达到了80%以上,同比增长了5个百分点。前3强和前10强的市场份额平稳中攀升,前3强的销售收入达到了三成,前10强的销售收入比重也达到了半数以上。尤其是近几年,国家频繁出台用于治理医药行业的政,医药产业逐步展露出了整合的趋势且程度加深,集团化与规模化自然驱动了成本优势的形成和规模,这样就塑造除了一种对盈利水平的提成产生巨大有利条件的集中度发展模式。

## 二、中国药品市场发展趋势展望

### (一) 市场总量持续增长势不可挡

医保改革使被保险人员的药品支出大大增加,中下收入的普通消费者必然会采取措施降低支出,“小病上药房”便成为他们的选择。这一社会原因使得药品市场的总量从1989年到2009年激增了2.6倍。根据一些权威机构的资料显示,今后几年药品零售市场将以年均35%的幅度增长。然而,中国未来药品市场供过于求的基本格局不会改变。

### (二) 连锁经营成主流经营模式

虽然近几年来中国的药品市场在其经营模式上所选择的连锁经营仍然处于初级阶段和探索期,但按照业内人士的分析和大量成功的企业案例可以得出,未来社会引领中国药业经营模式的正是这种连锁模式。连锁经营模式最终是要实现效益的规模化,因此只有一定的产业规模、连锁店达到一定的数目,连锁总部的物流配送服务才能得到最大限度的发挥,而成本也能够得到最大限

度的降低。中国目前有500多家医药连锁经营企业,虽然当前规模斗殴比较有限,同时还要面临外资咄咄逼人的资本、技术和营销冲击,中国的新兴医药企业会逐步改善其数量多而规模分散的现状,创造性地、适时地运用整合甚至是医药同盟的方式来打造更加具有竞争力的经营模式。

### (三) 市场竞争达到国际化程度

伴随着中国社会入世逐步突破保护期,中国医药产业的产业结构和产业升级也逐步加快了步伐,也恰恰是这场自上而下的医药行业整体上的集团化运营潮流,推动了未来中国经济社会上所流通和竞争的药品产业必将所有运营行为都升级到国际化标准程度。这种全行业产业升级的活动,目前在中国很多城市已经产生积极地资源整合影响。

现代中国,无论是医药产业还是政府医药管理部门都已经看到了本土企业在与国外同行竞争时所表现出的劣势,因此为了全面提高本土医药企业的整体竞争力,大力实施全新的质量控制标准。特别是在最关键的医药研发领域,中国医药企业的年度预算往往非常有限,迥异于竞争力十足的跨国医药企业,因此往往在国际化竞争当中展现出了非常明显的疲态和劣势。尤其是当代中国一再完善医保制度以实现社会民众对价廉药品的支付能力需要,处于弱势的药品研发能力往往会迫使大量的本土医药企业对国外到期专利药进行粗劣的模仿制造从而获得虚脱的竞争优势和成本优势,而这对于那些在研发领域上存在薄弱环节的本土医药企业,恰恰是一个能够在短时期内沉淀能量、厚积勃发的重大机遇。

### (四) 资本整合药业流通领域

经过近三十年激烈的市场竞争的洗刷历练,中国医药流通领域因地理环境、经济区域发展特点以及各个来自不同地方政府的差异化政策体现,很多大型医药集团业已规模完备,如华北地区有华药集团、石药集团、双鹤药业于士力和知名药企同仁堂,东北地区有哈药集团、东北制药集团,华东地区有新华鲁抗集团、齐鲁公司、上海医药股份、上海新先锋、浙江新昌和扬子江等,华南地区有白云山制药、广药集团、三九集团和丽珠集团等,西南地区有成都地奥和太极集团,西北地区有西安杨森和利君集团等。而在这样固定的经济发展格局的促动和规范下,中国未来医药流通领域的合并与合作,其使命往往是具有新型企业背景的中小型制药企业来承担。

总之,中国在入世后融入了经济全球化的潮流,而医药体制改革、流通体制和保险制度也开始向纵深方向发展。而与国际接轨也成为当代医药产业和中国政府所倡导的主要内容和必要改革环节。

## 参考文献

- [1] 王宏杰.对药品零售市场现状和趋势的初步研究[J].上海医药2002(9).
- [2] 史宇广.全国医药市场现状及分析[J].1999(2).
- [3] 陈文玲,李金菊,颜少君.药品现代流通研究报告:中国药品现代市场体系研究与设计[M].中国经济出版社,2010.
- [4] 2011年中国医药市场趋势观察研究预测报告.中华商务网,2010.5.

**作者简介:**纪振荣(1968-),男,陕西省榆林市,陕西医药控股集团天宁制药有限责任公司,经济师,研究方向:企业经济管理。