

# 全国统一大市场背景下的药品市场问题

## 摘要

本文主要研究了自 2022 年 4 月 10 日，新华社发布了《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》后，意见明确，加快建立全国统一的市场制度规则，打破地方保护和市场分割，打通制约经济循环的关键堵点，促进商品要素资源在更大范围内畅通流动，加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场，全面推动我国市场由大到强转变，为建设高标准市场体系、构建高水平社会主义市场经济体制提供坚强支撑。从而研究在国家出台建立统一大市场背景下，药品市场的混乱问题能否得到有效改善。

针对问题一：建立评价某一行行业全国大市场“统一”的指标体系，确定某一行行业背景以及在全国各地的销售手段进行分析，从而联系到药品市场进行检验得出指标体系，并将给出的“指标”与“经济”进行分析，根据分析结果，判断出他们之间的关系。

针对问题二：看病难看病贵是多年来社会关注的问题，为了减小公平性问题的影响，该题需要查找多家企业在多个地区销售药品所出台的制度和政府的政策。将该指标配合其他参数，建立更优化的模型，从而研究进行分析在“统一大市场”方面有多大提升空间。得出各地销售排名。以优化百姓“真实受利率”得到“平均受益度”。

针对问题三：在各地区政策以及所建立体系中从经济和市场健康运行的角度研究药品市场存在的这些问题，在新的“统一大市场”背景下哪些问题是可以经过有效途径处理后得到改善的。

针对问题四：根据以上问题的研究为国家卫生健康委员会提供报告，就国家“统一大市场”背景下药品市场可能出现的问题提出意见和建议，使得全国各地就产品价格的高低进行公平性的解决。

**关键词：**市场药品价格 层次分析法 统计 评价 筛选 公平

## 目录

一、问题重述.....	3
1.1 题目背景.....	3
1.2 待解问题.....	3
二、问题分析.....	4
2.1 问题一的分析.....	4
2.2 问题二的分析.....	4
2.3 问题三的分析.....	4
2.4 问题四的分析.....	5
三、模型假设.....	5
四、变量说明.....	5
五、模型建立与求解.....	6
5.1 问题一.....	6
5.1.1 数据的预处理.....	6
5.1.2 模型的建立.....	6
5.1.3 结果与分析.....	7
5.2 问题二.....	7
5.2.1 模型的建立.....	7
5.2.2 结果与分析.....	9
5.3 问题三.....	9

5.3.1 药品市场的关键问题.....	9
5.3.2 解决方法.....	9
5.4 问题四.....	10
5.4.1 提出意见.....	10
6.1 参考论文 .....	12

## 一、问题的重述

### 1.1 问题重述

随着中国市场的稳步发展，新华社发布了《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》后，意见明确，加快建立全国统一的市场制度规则，打破地方保护和市场分割，打通制约经济循环的关键堵点，促进商品要素资源在更大范围内畅通流动，加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场，全面推动我国市场由大到强转变，为建设高标准市场体系、构建高水平社会主义市场经济体制提供坚强支撑。从而研究在国家出台建立统一大市场背景下，药品市场的混乱问题能否得到有效改善。

### 1.2 待解决问题

根据上述实际情况问题以及相应问题的查找所得到的数据信息，从而建立数学模型解决下列问题：

问题一：要求建立评价某一行业全国大市场“统一”的指标体系，从而联系到药品市场的指标体系，总结并给出全国大市场“统一”的这些指标与经济运行质量的具体关系。

问题二：在问题一的基础上，对附件 1 中企业的证券提炼出的相关指标进行量化分析，得出我国目前药品市场统一的程度，给予得到的结果进行评价。并且搜集相关多家企业在多个地区销售药品所出台的医疗制度与政府的政策。分析在“统一大市场”方面有多大提升空间。

问题三： 结合考虑从经济和市场健康运行的角度研究药品市场存在哪些关键问题？且这些问题在新的“统一大市场”背景下哪些是可以得到解决或改善，哪些需要通过其它途径来解决。

问题四：结合以上三个问题以及相关数据研究为国家卫生健康委员会提供 1 份报告，就国家“统一大市场”背景下药品市场可能出现的问题提出相应的意见和建议。

## 二、问题分析

### 2.1 问题一的分析

题目要求建立评价某一行业全国大市场“统一”的指标体系，前提需要查找相关药品企业在市场中的经营情况，或者药品企业证券的盈利状况，建立多个指标统计出相应数据，根据指标数据高低在依次由高到低进行比较，之后以指标比较的数据情况研究与经济运行质量的具体关系。

### 2.2 问题二的分析

看病难看病贵是多年来社会关注的问题，需要综合考虑各企业的各种风险和可能的突发因素，以及地方政府对药品的管理政策与监管力度。因此我们应对目标企业所营业范围内的各地的地方政策与现如今的医疗制度进行研究。分析出我国药品在“统一大市场”方面有多大提升空间。

### 2.3 问题三分析

题目要求从经济以及市场健康角度分析药品市场的关键问题，因而我们通过搜索药品市场相关数据从不同的维度进而分析市场中存在的问题。通过新的“统一大市场”背景对这些问题进行相关分析，最后通过合适的方法对这些问题进行相关的优化与处理。

### 2.4 问题四分析

通过对于前三个问题的处理与分析，我们已经了解“全国统一大市场”背景下药品市场可能存在的问题以及相关隐患，通过对这些问题的分析在我们的观点下提出相关建议以及意见报告给国家卫生健康管理局。

### 三、模型假设

1. 假设三家企业还未进入统一大市场。
2. 假设企业在不受其他条件打入“统一大市场”。
3. 假设企业所做的全部业务都在简介上列明。
4. 假设银行对信誉高、信贷风险小的企业给予较低的利率。

### 四、变量说明

#### 一、 变量的说明

变量	解释
<b>S</b>	山西德元堂药业有限公司
<b>C</b>	承德天原药业有限公司
<b>T</b>	天津太平洋化学制药有限公司
<b>QT1</b>	其它企业
<b>QT2</b>	其它企业
<b>QT3</b>	其它企业
<b>w</b>	依赖度
<b><math>P_i</math></b>	利润
<b>ZB</b>	指标
<b>PP</b>	品牌
<b>JG</b>	价格
<b>YX</b>	药效
<b>CX</b>	创新

注：（依赖度表示在市场逐步统一的情况下，人们对一家企业药品的购买次数以及回购的程度）

### 五、模型建立与求解.

#### 5.1 问题一

##### 5.1.1 数据的预处理

对附件 1 内的信息筛选分析后，我们通过 excel 表格对所选的指标进行查找，

然后计算出每个指标对一个企业的重要性。我们根据各类“指标”结果为“5”则概率记为“80%-100%”，结果为“4”则概率记为“60%-80%”。结果为“3”则概率记为“40%-60%”，同理以下相同。

我们假设不同企业相同指标相似概率，认定为相同。由于企业之间还有许多不同的指标类型，我们假设其他不会严重影响打入“统一大市场”的条件。对其他指标进行处理，通过观察不难看出，有些名称有着很高的相似性，我们认为他们分别作用相似，将他们的名称统一处理。例如：

安全性（security），可靠性（reliability），合格率（Acceptance rate）表示的是同一类指标定义为药效，

企业背景（Business background）：名声（reputation）表示的是同一类指标定义为品牌，

同理以下的与上相同。

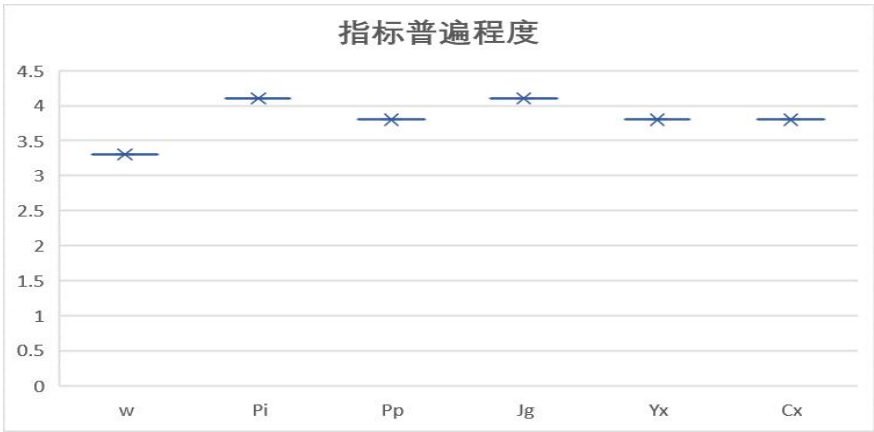
5. 1. 2 模型的建立

表 1 企业指标统计

指标与结果	S	C	T	QT1	QT2	QT3
w	4	4	3	4	3	2
Pi	5	4	5	4	3	4
Pp	5	4	3	5	4	3
Jg	4	4	5	4	3	5
Yx	4	4	4	4	4	3
Cx	4	4	5	3	4	3

紧接这对表一统计完的结果进行分析，了解企业对哪些指标着重程度更高一些。建立指标普遍程度柱状图进行多角度研究。

表 2 企业指标普遍程度



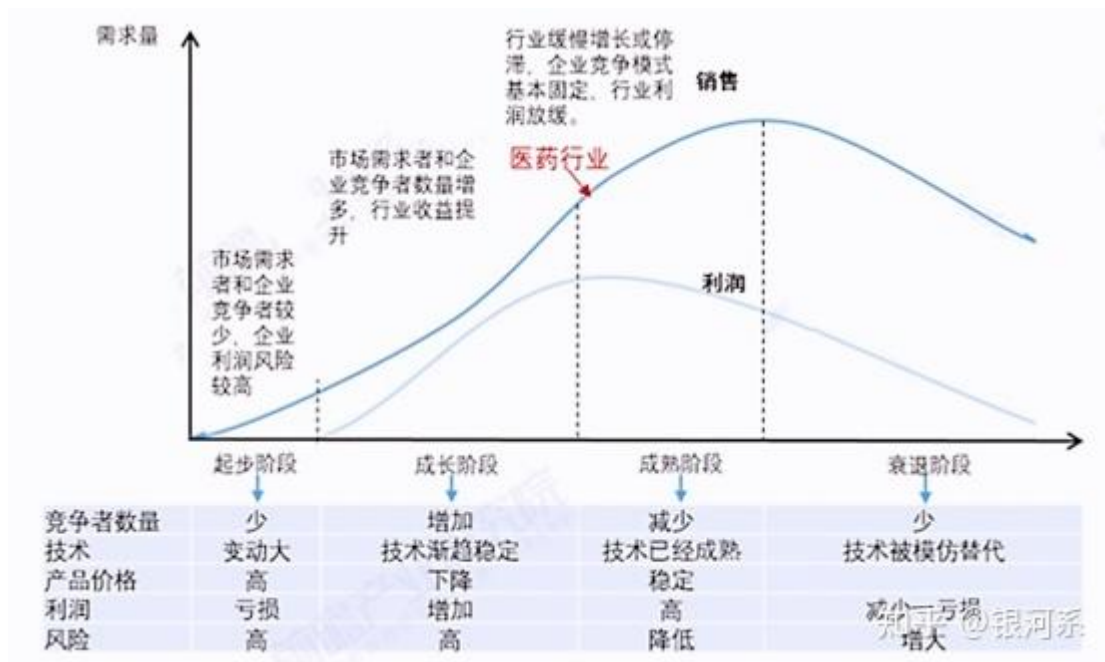
5.1.3 结果与分析

根据数据分析山西德元堂药业有限公司，及其他几个企业的指标来看，如果想打入“统一大市场”品牌的保障相当重要，在品牌的支撑作用下疗效需要有保障，如今看病难看病贵的问题普遍存在，人们宁愿便宜也不愿意昂贵，所以企业为了持久生存下去，质量的保证下还应将价格做到合理范围，如今市场科技化，且营销范围广，创新便是现如今企业生存的必要手段。所以“品牌”，“创新”，“价格”，“药效”是支持企业生存的必要支柱。而只有品牌名声高，社会认同度便会提高，经济利益也随着增加。药效又可以让企业对人们的信誉度提高，再加上价格的合理，可以是人们的回购率抬高很多。而企业之间的竞争也离不开创新的作用，只有在这样的情况下企业可以生存，经济可以提高。

5.2 问题二

5.2.1 模型的建立

每个产业都要经历一个由成长到衰退的发展演变过程。这个过程便称为产业的生命周期。一般地，行业的生命周期可分为四个阶段，即形成期（也叫初创期、幼稚期）、扩张期（也叫成长期）、成熟期和衰退期。如下图所示：



表三（行业的生命周期）

## 1、形成期

在这一阶段，由于新行业刚刚诞生或初建不久，销售缓慢增长，收入较低，前期投入成本较高，需求少，利润缺乏，竞争者少。

## 2、扩张期

在这一时期，拥有一定市场营销和财务力量的企业逐渐主导市场，销售迅速增长，成本逐渐减少，利润迅速增加，新竞争者进入导致市场扩大。

## 3、成熟期

行业的成熟期是一个相对较长的时期。在这一时期里，在竞争中生存下来的少数大厂商垄断了整个行业的市场，每个厂商都占有一定比例的市场份额。

销售达到顶峰后逐渐下降，成本较低，利润较高且稳定，竞争者最多但是逐渐开始减少，但是，由于技术创新的原因，某些行业或许实际上会有新的增长。

## 4、衰退期

这一时期出现在较长的稳定阶段后。由于新产品和大量替代品的出现，原行业的需求开始逐渐减少，销售下降，成本很低，利润下降，部分竞争者开始离开市场。

在衰退期如果出现了重大技术变革，该产业就可能结束衰退期，开始新的产业生命运动周期。



## 5.2.2 结果与分析

近年来随着经济的不断发展我国人均收入与支出不断上升,以及老龄化等政策的驱动我国药品行业发展迅速,根据相关资料的查阅,目前我国医药产业处于成长期到成熟期的过度阶段,在这个阶段我国药品行业的销售增长率以及利润率将会逐年降低,市场饱和,竞争激烈,产品更新慢成了我国药品行业处于如今阶段的主要因素。因此我们应大力注重药品科研,开发全新领域减少竞争压力,实现从仿药制药到自主研发的过渡。

药品市场的不统一也是现在存在的主要问题,虽然国家颁布了许多政策但是药品行业的统一增速缓慢仍然是现在存在的主要问题。随着近年来药品购销“两票制”全面落地,仿制药一致性评价持续推进,国务院机构改革国家医保局成立,全权负责药品的市场流通及最终销售价格,掌握着药械产品的定价权、招标采购权和支付权,从目前我国医药流通行业发展趋势来看,“两票制”压缩了从生产企业到流通企业最后到医院的环节。以“两票”替代目前常见的多级代理模式,加速资源整合效率、使得信誉度好、规范性强、终端覆盖广、销售能力强的大型医药流通企业市场占有率迅速提升,行业集中度不断提高,这将为药品市场的科研创新以及市场流通打下坚实的基础。

## 5.3 问题三

### 5.3.1 药品市场的关键问题

改革开放以来,我国医药行业 GDP 稳定增长,呈现出良好的发展趋势。同时我国医药行业脱胎于传统的计划经济体制,在由计划经济向市场经济转型的过程中,由于我国药品生产流通的不透明性,加上药品市场的高额利润,受经济利益的驱使,我国药品市场中仍存在一些問題。

现存在的问题:

- (1) 制售假劣药品的行为屡禁不止
- (2) 无证经营和超范围经营长期存在
- (3) 药品虚假广告铺天盖地
- (4) 2000 年改革至今,营销违规现象频发。
- (5) 顺应 GPM 时代下的营销思路,部分药企只能获得少部分的分成,收益偏低。
- (6) 垄断消费行为严重

### 5.3.2 解决方法

现存在问题的相关解决方法

(1) 现如今假劣药品行为屡禁不止我们应该从两方面着手解决。

一、提高人民的安全意识,进行相关的思想教育,假劣药品对人们健康生活影响是不言而喻的,其不确定的安全隐患不仅会对人们的财产安全造成威胁更有甚者对人民的健康安全造成威胁。我们可以以此为切入点对人民群众进行思想教育以指导购药。

二、应该严厉打击制造假劣药品的企业,自 1998 年原国家药品监督管理局成立后,对制售假劣药品违法行为保持高压状态,坚持“五不放过”原则,这一方面展示出药品监督管理部门一直深入开展打击制售假劣药品的专项斗争,但另一方

面也更加暴露出不法分子生产假药劣药的规模不断扩大，制售假劣药品的行为更加猖獗。所以我们还应该颁布相关政策对于假劣药品企业进行打压，保护人民群众的生命财产安全。

## （2）无证经营以及超范围经营相关处理方法

在一些外来人口密集地，城乡结合部和城中村的小巷中，依然活跃着不少无证药店，一些社会药房超范围销售仍然存在并且屡禁不止，根本还是我国药店制度的不规范。我们应该对其先进行行政处罚，对其犯罪的行为进行思想教育并且对其所在的市场进行监管与建设。为此要以安全教育为基础，以安全宣传为手段让其深刻认识到市场不规范所带来社会危害。

根据药品的特殊性，借鉴国外药品流通的经验，我国药品流通模式应该有传统的分级销售向现代化的物流模式转变。在确保药品流通全过程安全性的前提下，提高药品市场的集中度和透明度，推进药品分销企业的规模热优化、信息化、标准化和现代化，加快对药品流通全过程的流程再造，构建以 热度信息化引领的药品现代物流体系，大力发展医药电子商务、连锁经营、物流配送等现代营销方式，建立高效的药品市场监管体制和行业中介组织，促进他律和自律的有效结合，实现药品流通高效率、高效益和低成本。

（3）网络时代的应运而生，虚假广告频繁存在，人们面对真假毫无头绪。相应的政策也在换来换去，所以政府应当严厉看管，人们应当仔细辨别，只有这样药品的虚假才会慢慢扫除。

（4）营销违规现象频发，政府应当制定相应的法律法规，严厉查处违规企业，整顿药品行业的众多弊端，让药品行业绿色化降低企业竞争化从而使价格销售在合理范围之内。

（5）顺应 GPM 时代下的营销思路，部分药企只能获得少部分的分成，收益偏低。对于 GPM 时代的到来企业需加速客户服务，让更多外贸企业可以审时度势，调整正确市场战略，迅速抓住窗口期的商机！全新升级的 GPM，突破科技创新，突出专业聚焦，引领行业的发展。解决经济问题，创立新型营销手段，使企业成为越来越多客户值得信赖的长期合作伙伴。

（6）为解决企业垄断行为，政府需建立政策，为小型企业寻找相应投资企业，促进小型企业正常运作，并且管理垄断式的企业，增加对大企业的税收利率，让其减少海外进口的垄断式行为，使得企业在“统一大市场”下公平的背景下正常运作。

## 5.4 问题四

### 5.4.1 提出意见

现将我国“统一大市场”背景下药品市场可能出现的问题提出的意见和建议如下。

目前的市场下，我国的制药企业众多，在现在的形势下，众企业既要最大程度的保证收益，又要顺应 GPM 时代下的营销思路，对药品的成本，售价等多项进行考虑，所以，一部分药企在这个形势下只能市场获得小部分的分成，收益偏低，不仅如此，新的医药行业政策实施阶段也对企业提出了新的挑战，医疗体制改革、价格降低、直销及线上交易等均对药企成本、质控及营销策略创新等提出新的要求。通过查找数据得知于 2001 年 12 月中国正式加入世贸组织，药品关税逐年降低到 2003 年下降到 6%，2003 年初中国对外开放了药品分销服务市场，中

国制药经营企业直面国际竞争对手的挑战。中国的医药发展目前有三个阶段，第一是健康发展阶段上世纪 80 年代末，医药外企进入中国，闭环良好，学术角度介绍药品使用方法。第二阶段是上世纪 90 年代末，民营药企大量爆发，混乱，人员涌入，以人情网关系推广产品。第三阶段是改革合规阶段，2000 年至今，政府推出改革政策，营销违规现象频发，近几年开始减少。药品是一种具有特殊性的产品，其所有的公益性并不能排斥药品是商品的本质属性，它在关乎每个人的生命健康安全，但同时是商业过程中的产品，其次，医药代表对医院开展工作也有其影响力。医生整日忙于就诊，来不及更新和学习最新药学知识、技术等，因此负责传递药品新信息，提高医生用药水平的责任就落到医药代表的肩上。

第一点：规范，政府和市场各归其位，也就是说市场与政府不能互相干涉，市场竞争在不正常运作的情况下，所有厂商遭受巨大损失的案例不在少数。在我们的城市中，大部分的水力、电力公司都是民营的，但是都由政府密切管制着，这些被管制的企业的共同点就是都依赖于某种网络管制，建设整体网络的成本高，经营的成本较低，在这种情况下放任大企业不管会形成地方企业垄断。所以必须正确处理好市场和政府的关系，不相互干涉的情况下有机结合起来，应当更加尊重市场规律、更好的发挥政府能力。危害行为较大的是垄断行为，当市场上的某件商品供不应求时，价格会提高。生产方也会增加产量，使供等于求。当市场上的某件商品供大于求时，价格会降低，引起资源流出，从而导致供给减少，需求增加，价格的升高或者降低正是在供求关系的影响下进行上下浮动，实现对社会资源的有效配置。而垄断行为导致物品的价格无法正常反应市场的供求关系和竞争状况，导致扰乱正常的市场秩序。同样价格垄断也会影响企业间的公平竞争，一旦形成了价格垄断就不会存在公平竞争，从而导致实施价格垄断的企业获得非法的竞争优势，这样就对其他企业造成了不公平的竞争，破坏了正常企业的竞争秩序。垄断消费还会影响消费者福利，垄断行为使消费者面临损失。第一点消费者在购买相同数量的产品时要比竞争状态下支出更高的价格，这部分可以说是垄断收入，从消费者那里扣除的。二是消费者购买数量的损失，同样的价格买到了少数量的商品。还会影响经济运行效率和科技进步。价格垄断会对当前产业和相关产业进行利益固化，如果缺失了同行的竞争，会让整个经济运行的效率难以提高，容易造成企业创新意愿的降低，从而阻碍社会整体的科技进步速度。

第二点：公平：一视同仁对待所有市场主体。中共中央国务院 4 月 10 日发布的实行统一的市场准入制度。严格落实“全国一张清单”管理模式，严禁各地区各部门自行发布具有市场准入性质的负面清单，维护市场准入负面清单制度的统一性、严肃性、权威性。研究完善市场准入效能评估指标，稳步开展市场准入效能评估。依法开展市场主体登记注册工作，建立全国统一的登记注册数据标准和企业名称自主申报行业字词库，逐步实现经营范围登记的统一表达。对于未来的市场局面，主要是关于民生，国家想要看到的是药品价格低，质量好，让人民有病好治，价格通过规范的市场竞争来实现，而质量方面需要严格的监管才可以实现。近几年随着人民生活水平的提高，人口老龄化的日益加深医药市场的规模持续增加。2106-2020 年我国的医药企业增加了约十万家。随着科学技术的不断提高，研制出来的药功效也越来越好，所以部分老药可能被替代，对我国的医药流通企业来说具有较大的经营风险。我们上面考虑了品牌，价格，药效，创新这些方面，规定了统一的市场准入，在进货后对市场的统一管理，以及在不规范市场的统一惩罚、规范措施。只有一一次又一次的规范不当市场竞争和干预行为，才可以让市场慢慢的规范运作起来。

第三点：开放，药品市场应该由省到外，不应当只局限于自己省内，不往外卖，也不接受外面往里的。例如部分地区保护本地企业，外来企业不让进来，从而形成他们的企业垄断，是让自己赚钱，永远都得不到提高，这就回归到了第二点，我国上游的医药制造行业是 1. 原料药、中药材、其他原料药 2. 化学制药、生物制药、中药制药 3. 医疗器械等。中游的医药流通行业是 1. 医药批发 2. 医药零售。下游是终端市场 1. 医院 2. 基层医疗机构 3. 零售药店 4. 消费者。通过对 2020 年药品流通行业区域分布情况分析得到华东地区销售规模最大，占比 36.1%，后面依次是中南、华北、西南、东北、西北，中国药品市场京津冀经济区、长江三角洲经济区，珠江三角洲经济区加起来占比一半。应加速战略转型，推动内贸和外贸一起发展，使行业集中度进一步提高。应当扩大市场覆盖率，增加跨区，跨省的服务，增强区与区，省与省之间的协作能力，使药品市场开放。

## 参考文献

- [1] 药源网：
- [2] 中国医药行业现状？知乎 银河系；
- [3] 新华社/《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》发布，2022.04.10；