

经典低价药难觅踪影 以每年几十种的速度消失

■ 钱宇阳 报道

5 月，国家发改委取消 500 多种低价药的最高零售价；6 月底，北京市发改委公布了北京第一批低价药品清单，确定了共 160 种低价药品。不过，记者走访市区多家药店发现，过去的经典低价药仍难觅踪影，即便有一些低价药，有些药店也不愿意推荐给消费者，将其摆在了不显眼的位置。

调查篇 部分经典老药市场难寻

7 月 30 日，记者走访京城多家药店发现，三七伤药片、三金片、维 C 银翘片、藿香正气丸等低价药还较为常见，但仍有一些品种低价药难觅其踪。

在昌平区沙河一家药店，记者发现，12 片装维 C 银翘片 3.2 元，折合为 0.267 元/片；27 片装的三七伤药片售价为 1.9 元，折合为 0.07 元/片；72 片装的三金片售价为 22 元，折合约 0.3 元/片。除此之外，记者还找到了红霉素眼膏(2g 装，售价 0.3 元)和去痛片(2 片装，售价 0.03 元/片)等低价药。“这些都是普药，在市面上较为常见，药店一般都会进这些药。不过购买的都是一些中老年人，我们一般也不主推这些产品。”药店的工作人员告诉记者。同时，记者还发现这些低价药多数摆放在不显眼的货架上。如维 C 银翘片放在了背向入口的货架上，且是靠近中下层的位置，但如果仔细找的话，也很容易找到。

当记者问是否有一些治疗甲亢的甲硫咪唑、治疗心衰的地高辛等低价药时，该药店工作人员告诉记者并没有这些药物。随后，走访几家药店中也并没有发现此类药物。多家医院药房内部人士也告诉记者，低价药医院药房中也不全，但一些常用的低价药还是有的。如维 C 银翘片、藿香正气丸等。

中投顾问研究总监郭凡礼介绍，目前市场上一些品种的低价药仍一药难求。治疗过敏性皮疹、过敏性鼻炎等过敏性疾病的扑尔敏，疗效已被肯定，每天的治疗费用才 0.07 元；治疗胃肠不适、消化不良的大黄碳酸氢钠片，1000 片只要 4 元钱；治疗抑郁症的丙咪唑，100 片价格不足 10 元；解毒消炎药牛黄解毒片(每盒 1 元)、解热止痛药去痛片和安乃近片(每片 0.02 元)、感冒清胶囊(每盒 1.8 元)、速效伤风胶囊(每盒 1.3 元)、治疗湿疹的炉甘石洗剂(每瓶 2 元)、导便的开塞露(每支 0.5 元)、盐酸金霉素眼膏(每支 0.5 元)、伤湿止痛膏(每盒 1.2 元)、助消化的大山楂丸(每盒 1.6 元)……这些老百姓耳熟能详的廉价药品，目前在市场已经很难买到。

以每年几十种的速度消失

近年来，很多市场上常见的国产低价药逐渐没了踪影，数据显示，十年间，在对我国 12 个城市 42 家三甲医院临床用药调查后，短缺的常用药、治疗特殊病的药品数量高达 342 种。

以甲硫咪唑为例，这种治疗甲亢的常见药在去年悄悄地消失了——全国各地陆续出现甲硫咪唑“药荒”，有的地方甚至出现全城“一盒难求”。据了解，生产甲硫咪唑成品



药的企业共 13 家，有原料药许可资质的企业是 3 家，但最后只有北京市的一家药企勉强维持。表面上看，甲硫咪唑去年“断货”的直接原因是药企原料药证书到期，药品停产。但根本原因是产品价格偏低，企业缺乏生产积极性。国家发改委制定基本药物全国最高限价，甲硫咪唑的全国零售最高限价是每瓶 4.9 元。

中国医药企业管理协会、中国医药企业家协会会长于明德就公开表示，廉价药品正以每年几十种的速度消失。

低价药为何闹药荒

为何低价药在市场难觅呢？郭凡礼表示，造成低价药难觅的原因是“无利可图”。“终端价格低，无法让利给中间流通环节，医院医生、销售人员难从中获利，积极性降低，造成低价药入市受阻，采购量下降，导致生产商不得不缩减产量，造成低价药难觅。”

于明德分析，目前看，最主要的还是一些廉价药品招标价格太低，导致企业利润微薄，甚至零利润，不愿意生产。因为招标由各个省分别进行，招标办是临时组织起来的一个不太懂药品生产、流通的机构，在招标价格上总是选择越低越好，全国范围内也是选最低价格。由于招标部门离企业比较远，所以企业的话通常听不进去，认定这个价格可以继续降，最终逼死低价药。“当前我国药品生产能力还是产能过剩，供大于求，只要有一分钱的利润，都有人生产。目前药品原材料价格上涨，企业成本在不断提高，但廉价药的最高零售价却没有得到相应的上调，有的药价甚至十多年都没变过。以常用药红霉素、青霉素为例，如今的价格差不多都是 5 年前的价格，廉价药利润空间越来越微薄，甚至不能保本。”

朝阳医院主管药师张征告诉记者，患者难觅低价药一大原因也与目前的医疗体制有关。“现在很多医院是‘以药养医’，一些医生并不愿意开低价药，没有市场需求，药厂自然不愿意生产。此外，使用低价药医生获得的回扣低，也是更倾向于使用贵一些的药品的原因。”

张征还表示，一些低价药由于副作用或疗效不足也逐渐被淘汰，被安全性更好的产品替代。“比较典型是抗生素类药物，比如氯

霉素眼药水治沙眼，多数时候已被诺氟沙星眼药水取代。氯霉素眼药水在一开始使用时消除沙眼效果不错，但使用多年后会产生耐药性，治疗沙眼的效果就会下降。”

放开零售限价扶持低价药

为了改变低价药难觅这种现状，今年 5 月，国家发改委发出《关于改进低价药品价格管理有关问题的通知》，鼓励药企生产低价药积极性，减轻患者使用高价药的负担，国家取消 283 种低价西药、250 种低价中成药的最高零售价。根据公开的清单，被取消限价的药品包括红霉素、青霉素、阿莫西林、庆大霉素、乙酰螺旋霉素等常用、廉价的药品。同时要求，生产企业可在西药费用日均不超过 3 元、中成药日均费用不超过 5 元的前提下自主定价。

此外，北京市发改委 6 月底也公布了北京第一批低价药品清单，确定了共 160 种低价药品，其中西药 34 种，中成药 126 种。清单包括感冒清热口服液、维 C 银翘片、藿香正气水等均入榜。

国家卫计委全国合理用药监测系统专家孙忠实介绍，低价药最高限价制度，源于原国家计委 2000 年发布的《关于改革药品价格管理的意见》等相关规定，低价药最高限价政策的初衷，是为了控制临床常用药的价格，减轻病患负担。但近年来，药品企业生产成本逐年上涨，低价药品的利润不断下降，药品企业因此不愿生产或降低产量。“合理调整低价药品价格，有利于调动企业生产供应低价药品的积极性，一些低价药可能会很快‘复活’。”

目前，市场已经闻风而动，如知名中药企业白云山和黄中药决定，将列入低价药目录的小儿板蓝根颗粒、消炎利胆片等药品恢复生产。

低价药价格不会大幅上涨

一些患者担心，放开低价药最高限价后，药品价格会不会大幅增加，是否会加大患者的医疗负担呢？

发改委有关负责人表示，低价药品大多是生产企业众多、竞争比较激烈的药品，放开最高零售限价，市场实际交易价格不会出现普涨现象。价格主管部门将加强监管和引导，防止经营者滥用自主定价权。

另外，有关部门将针对低价药品进一步完善招标采购政策，确保通过竞争形成合理价格。专家表示，即使一些药品因原辅材料上涨需要调整零售价格，价格变动也是可控的，而且对低价药品报销标准比较高，基本不会增加患者负担。合理调整低价药品价格，有利于调动企业生产供应低价药品的积极性，有利于医疗机构优化用药结构，减少高价药品使用，从总体上看，有利于医药费用下降。

郭凡礼也表示，许多低价药品的日均费用远远低于最新政府指导价，所以低价药零售价存在较大的提升空间，“该政策实际为低价药中独家品种的价格上调埋下伏笔，有利于低价药产业回暖。虽然低价药涨价会提高用药成本，但是相比能够替代一部分高价药，那么总体上是有利于药费和医疗成本的降低。”

根治需取消“以药补医”政策

多位业内人士表示，国家发展改革委宣布为低价药定价“松绑”为一项有益举措。上百种低价药的生产企业可在一定范围内自主定价，有利于这些药品生产保留合理的利润空间，避免价廉物美的药品短缺、停产。也有人表示，单是生产环节政策调整，对留住低价药影响有限，必须对改变“以药补医”医疗体制。

数据显示，目前医院把持着全国 8 成左右的药品销售终端，又垄断着处方权。根据现行规则，医院有 15% 的药品加成权，100 元钱的高价药的加成就是 15 元，如果 1 元钱的低价药加成也就 0.15 元。这使得低价药面临两难境地：一方面销售不赚钱，另一方面生产不赚钱。

孙忠实表示，要低价药进入寻常百姓家，还需加快医改，让医院愿意采购、医生愿意开方，将生产、医院、销售整个环节打通，才可以解决经典老药难重现的问题。“加快推进医保付费方式改革，调动医疗机构优先使用低价药品的积极性。药品采购也应增强医疗机构的参与度，以优惠价格鼓励医院批量采购低价药，以优质服务确保低价药配送及时到位。”

张征也表示，要留住低价药，还需建立科学的医院薪酬制度，避免将医务人员收入

与开药、检查、治疗等收入直接挂钩，通过合理的绩效考核引导医务人员选用价廉质优的药品。

服务篇 日常生活要合理用药

感冒、拉肚子、发烧……日常生活，人们常会闹些小毛病，我们该如何合理用药？

盲目使用药物危害大

张征介绍，用药要遵循“能不用就不用，能少用不多用，能口服不肌注，能肌注不输液”等合理用药原则。

很多人感冒就喜欢用抗菌类药物，这种方法可取吗？张征介绍，大多数感冒属病毒感染，导致腹泻的病因也有多种，随意使用抗菌药只会增加副作用。对于确属细菌感染的疾病，要根据引起疾病的不同菌种选择相应的药物。一些人认为只要是抗菌药物就能“消炎”，殊不知每种抗菌药物的抗菌谱不同，用药不当，轻则达不到理想疗效或使药效降低，重则增加药物毒副作用，危及健康。

张征说，我们提倡的安全合理用药，还倡导人们不要过度用药。口服药物相对安全，需经过胃肠道吸收，起效慢，但并不意味着口服药就不会发生不良反应，有的口服药也会产生皮疹等不良反应。因此，能不用药最好不用。

一些患者认为用药种类多或用药剂量大就可以“加快”药物的疗效。张征表示，这种做法并不可取。同时使用多种药物有可能导致药物相互作用，使得药物减效、失效，甚至发生严重的不良反应。因此除非在医师或药师的建议或许可下，否则严禁随意并用多种药物。

如何正确选择药品

那么日常生活中，该如何选择药物呢？张征提出以下建议：

辨清症状。购买药品之前，首先要搞清楚自己的病情及身体情况，然后对症状进行判断。如果对自己的症状辨别不清应到医院就诊，经医生指导后再购药。

选择药品。了解自己的病症后，就要向药师咨询适合自己症状的药物，以及药物的疗效、副作用。

查看包装。要看清药物的成分和主治病症，以及商标、生产日期等。要确定包装上有无批准文号。

阅读药物说明书。药物说明书是该药最详尽的信息，购药时一定要详细阅读。

适量购药。购药前，最好向医生或药师咨询用药的疗程，再决定购买量，一般治疗感冒发热的药，3-5 日为 1 个疗程；止咳、消炎药 5-7 日为 1 个疗程；治疗肠胃病用药的时间较长，可适当多购买一些。另外，还需要长期服用的保健类药品，购药量也可以多一些。

注意药品的价格与实用性。有些人总觉得价格较高的药物，药效很强。副作用小，而忽略了药品的对症性，盲目购买。有的人只偏重于药物的低价位，而不看重药品的质量。这两种购买类型都是片面的，在购药时也应注意。

国产手机蚕食三星苹果份额 中国制造再崛起

■ 李芝玲 报道

在全球智能手机市场上，华为、联想等中国厂商正在逐步蚕食三星、苹果的份额。数据显示，今年二季度，三星的智能手机出货量同比减少 3.9%，市场份额也跌破了 30%；苹果 iPhone 的市场份额则从去年同期的 13.0% 降至 11.9%。与此同时，位列三星和苹果之后的华为的智能手机出货量则同比大幅增长 95.1%，联想也有 38.7% 的增长率。从量上来说，今年以来国产手机的表现良好，这与华为、中兴、联想、小米等厂商的模式创新(包括营销模式、管理模式等)密不可分。不过，国产手机要进入高端市场获取更多的利润，在技术创新上还有很长的路要走。

全球智能手机市场 三星份额锐减，华为大增

全球智能手机市场发展稳中有变。从总体上来说，在已经十分庞大的基数下，出货量继续增长，但增长率显现出放缓的趋势。根据市场研究机构 IDC 公司发布的数据，今年首个季度全球智能手机出货量为 2.82 亿部，表现稍逊于去年第四季度的 2.9 亿部，但进入二季度，该数据达到 2.953 亿部，创下了历史最高记录，并且 IDC 预计，今年下半年出货量将继续保持增长，第三季度的单季数据有可能首次超过 3 亿部。而在增长率方

面，今年第二季度，全球智能手机出货量实现了 2.6% 的环比增长，与去年同期相比增长 23.1%，不过，这与近两年来动辄 30 多个百分比的增长率相比，明显体现出今年全球智能手机市场发展增速在放缓。

从不同厂商的表现来看，第二季度三星电子在全球智能手机市场的占有率锐减，出货量也有所减少；苹果虽销量增加，但市场份额却在下降。具体来说，三星电子智能手机出货量从去年二季度的 7730 万部减至当季的 7430 万部，同比减少了 3.9%；市场份额为 25.2%，比去年同期的 32.3% 大幅下降了 7.1 个百分点。苹果公司当季智能手机出货量为 3510 万部，较去年同期增加 12.4%；市场份额为 11.9%，低于去年同期的 13.0%。

此番消彼长，在三星市场份额锐减的同时，中国手机厂商却上升势头迅猛，尤其是华为和联想的智能手机销量有较大幅度的增长，瓜分了苹果、三星让出来的市场份额。今年第二季度，位列第三的华为智能手机出货量为 2030 万部，较去年同期增加 95.1%；市场份额为 6.9%，高于去年同期的 4.3%。而联想则以 5.4% 的市场份额位居第四，出货量为 1580 万部，较去年同期增加 38.7%。

三星式微 国产手机迎来最好的时代

如果说苹果公司二季度在全球智能手

机市场的份额有所下降是因为处于新品空窗期，步入三季度，随着下一代 iPhone 的发布，特别是关于该机是否配备大屏已被广泛讨论，苹果的市场份额极有可能上升。而对于三星来说，这一理由显然不成立，并且，发展形势更为严峻。在智能手机出货量下降、市场份额被侵蚀的同时，三星手机业务上个季度的盈利能力也不理想。根据该公司发布的 2014 年第二季度财报，三星第二季度的净利润为 6.3 万亿韩元，比去年同期的 7.8 万亿韩元下降了 20%，这是三星自 2012 年第二季度以来最低的净利润。而此前三星就曾警告称，今年第二季度将是近两年来业绩最糟糕的一个季度，原因是其手机业务增长停滞。

自从 2012 年第一季度超越诺基亚成为手机销量冠军之后，三星在手机市场上的“双线作战”策略一度受到热议。一方面，在高端市场上，三星相继推出 Galaxy Note 和 Galaxy S 系列智能手机产品，与苹果 iPhone 相抗衡，在销量上大获成功，同时也树立起了自身的高端品牌形象。另一方面，在中低端市场上，三星广撒网，多个不同价位、配置功能不一的高性价比产品密集推向市场，满足不同用户的购机需求。

但在短短的两年多时间里，三星就显现出了要从手机市场顶峰跌落的迹象。不仅在高端市场上无法撼动苹果的地位，在中低端领域，华为、联想等其他厂商凭借高

性价比安卓智能手机俘获了不少消费者，品牌知名度越来越高，成为三星强有力的竞争对手。对此，市场研究公司 IDC 高级研究经理梅丽莎·周指出：“我们正进入一个新的阶段：即使在新兴市场，许多消费者不再是首次购机者，他们对各种品牌变得更加熟悉，因此，虽然他们可能会坚持使用安卓手机，但这并不意味着会坚持使用某个品牌的设备。”

除此之外，让三星引以为豪的供应链优势也正在弱化。三星拥有包括屏幕、CPU、memory、电路设计等横向一体化的供应链优势，这让它可以与苹果公司在许多专利技术上一比高下。但是，随着台湾日本屏幕、国内集成电路、芯片制造业、台湾和大陆代工企业的技术成熟和壮大，中国企业可以不再受制于三星的原材料供应，也能迅速制造出低价优质的手机，这是三星手机走向没落的一个重要原因。

三星正从顶峰跌落，与此同时，华为、联想等中国手机厂商的市场份额正不断扩大，用户的认可度也在逐渐提升，再加上国内 4G 商用带来的换机潮，国产手机迎来了很好的发展机遇。

“中国制造”不乏模式创新 但缺技术创新

“这是最好的时代，也是最坏的时代”，

这句话似乎最能诠释目前国内厂商在手机市场面临的境遇。

在智能手机时代，国产手机能够迅速崛起，除了有依靠安卓系统、高性价比、运营商渠道红利等老生常谈的原因之外，模式创新也十分关键，这包括营销模式、产品研发模式、管理模式等，今年以来国内厂商在这几个方面的创新动作尤其多。

以二季度表现抢眼的华为为例。作为国产手机的前沿品牌，华为终端在不断调整发展策略。在产品方面，以“荣耀”产品线为先锋，走精品策略，重塑品牌形象。据了解，去年智能手机在华为手机中的整体比例达到 87%，中高档机型为出货量占比大幅提升至 12%。在营销方面，从华为今年的动作来看，该公司的营销力度有所加强，尤其是在互联网营销方面。

不过，从长远发展来看，国产手机要进一步打造品牌知名度和美誉度、进入高端市场获取利润，还是要依靠核心技术创新。与技术创新相比，模式创新的成本要低很多，并且与“机海战术”相似，也可获得较大的市场。但随着硬件的微利化趋势，核心技术创新将对手机利润的增长做出更大的贡献，而指纹识别、3D 成像、近场通讯等引领智能手机发展潮流的核心创新技术一直被洋品牌所垄断。在手机市场竞争变得越来越激烈的当下，中国手机厂商如何通过技术创新把品牌做出价值、创造更高的利润，是必须面对的问题。