

市场

是产品创新的向导

□ 陈 广 (南京中医药大学)

摘 要: 产品是企业生存和发展的基础,产品创新能力是企业核心竞争力的重要组成部分。在当前形势下,我国的医药企业应重视产品创新,并采取切实措施加强产品创新能力,这对于我国民族医药产业的发展有重大的意义。

关键词: 医药企业 市场 产品创新 竞争优势

新产品意味着新的希望,是企业的生命线。随着中国加入 WTO,医药企业面临的竞争日益严峻,在这样的形势下,加强产品创新尤其具有重要意义。

一、企业、产品、市场的关系

企业是一个有机的整体,它向市场提供产品,并以此为手段从市场争夺其生存发展的资源空间。产品是企业被市场接受和在市场成长的前提和基础。市场是不断变化的,市场的需求在变化,竞争者也在

不断变化,这就要求企业不断创新以适应变化的需要,否则就会被市场淘汰。所以,一个企业的发展战略也就是企业的产品——市场战略,包括:研制开发并向市场推出新产品;加强现有产品的市场地位;淘汰不适应市场需求的产品^[1]。

明确了 3 者的关系,我们不难分析这样一些现象:成功的企业总是有成功的产品,能够持续发展长盛不衰的企业都是有强大的产品创新能力和丰富创新产品储备的企业。有研究者调查了 929 家企业,其

中盈利企业 616 家,32% 有自己的新产品,亏损企业 313 家,仅有 22% 的企业有新产品,而破产企业中只有 15% 的企业有新产品^[2]。

二、产品创新的有关概念

要正确定义产品创新,首先必须正确理解产品的概念。传统的观念局限于产品的实体形式,如一台电视机、一辆汽车等。而现代营销理论提出了产品的整体概念。根据飞利浦·科特勒博士的观点,产品包括核心、形式、附加 3 个层次,他

[World Science and Technology / Modernization of Traditional Chinese Medicine] 45

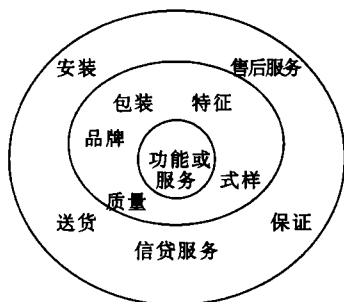


图1 产品层次

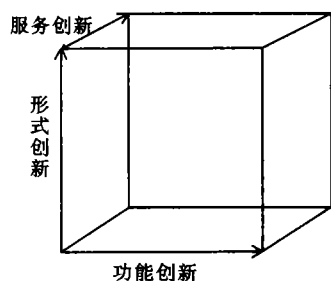


图2 产品创新的维度

构成了产品整体(见图1和图2)。

产品创新是建立在产品整体概念基础上的以市场为导向的系统工程。从单个项目看,它表现为产品某项经济技术参数质和量的突破与提高,包括新产品开发和老产品改进;从整体看,它贯穿产品构思、设计、试制、营销全过程,是功能创新、形式创新、服务创新多维交织的组合创新。产品创新也不仅仅是产品的科学研究工作本身,而是概念更广泛的一个系统化的行为过程,它实际上是技术和营销之间的一种并列和交错的活动^[3]。衡量它是否发生的标准是任意一个层次的产品改进,而衡量这种行为效率和价值的标准是有没有更好地满足消费者需求,并且为企业发展争取到新的资源。

三、以市场为导向的产品创新的基本原则

按照著名营销专家迈克尔·波特教授^[4]在《竞争战略》和《竞争优势》两本经典著作中的观点,竞争优势的来源在于:满足市场的需求;比竞争对手更好地满足市场的需求。这两个原则同样适用于产品创新,即首先是产品创新的方向或者目的是开发出符合市场需求的产品。其次,能够以比竞争对手更低的成本满足同样的需求,或能满足竞争对手不能满足的需求。具体到药品或保健品来讲,就是要使新品具有竞争者不具备的功效或安全性,或服用方便而价格低廉;甚至是竞争产品不具有的使用产品的心理满足。更多的时候,有效的产品创新形成的是产品、品牌的综合优势。

四、医药企业实施以市场为导向的产品创新的重要性

产品创新不仅是企业实现发展战略的关键,而且具有高投入、高回报、高风险的特性。成功的创新产品能给企业发展拓展新的空间,提供可观的利润;失败的“新”产品造成巨大的损失。而成功的关键在于坚持以市场为导向,也就是说,要敏锐地发现市场需求,根据市场需求快速进行产品设计和组织研究开发、包装上市。

力士(Lux)曾经领导香皂市场数10年,直到美国P&G(宝洁)公司大举进军香皂市场。宝洁在对消费者进行广泛调研的基础上得出结论:消费者对环境中存在的各种致

病微生物非常关注,因此设计了“抑菌保健康”的舒肤佳(Safeguard)。该产品一经推出就有突出表现,很快就取代了力士的领导地位。我国的维生素C生产技术世界领先,但长期以来主要出口原料,国外企业将原料加工成成药返销我国。江山制药是国内3大维生素C生产基地之一,该企业抓住人民经济能力和保健意识不断增强的市场机遇,推出了“艾兰得”维生素C含片。企业将片型设计为异型片,口味为桔子、草莓等各种水果味,以白色、粉红、鲜绿区分,而且长期服用不会导致蛀牙,配以美观精致的包装,该产品面市后受到极大欢迎,在很多地区已经成为人们家庭必备的常规保健品。这一行为被业内人士誉为“是我国Vc企业的一面旗帜”。以上的成功,都是因为企业尊重市场规律,敏锐地把握市场的需求,实施了以市场为导向的产品创新的结果。然而,即使是优秀的企业,也难免在产品创新中出现失误,有的企业,开发一个新药投资数百万,产品上市启动全国市场耗资上千万,但由于产品本身的缺陷不符合市场需求,始终无法取得理想的销售业绩,企业在继续投入和彻底放弃之间举步维艰,不仅损失了研发和市场启动费用,而且导致了人力和机会成本的巨大损失。

我国的医药企业产品创新能力总的来讲还处于较低水平,具体表现在:

1. 资金投入不足

国际化的大型制药企业每年用于研发的费用占营业额的10%以

上,有的甚至超过 20%,而我国研制费用平均只有 0.5%~1%。

2. 企业没有自己的研发部门

新产品完全依赖购买或转让的方式获得。而在寻找新产品时片面追求数量,对产品的市场价值无法准确衡量,造成决策的盲目性,甚至导致资源的巨大浪费。

3. 企业有自己的研发部门,但管理体制不够完善,研发工作脱离市场实际,“为开发而开发”

研发过程缺乏客观、系统、量化的评价体系,研发工作具有较大的随意性。因此,加强以市场为导向的产品创新能力是企业发展的迫切要求。

五、对企业实施有效的产品创新的若干建议

1. 牢固树立以市场为导向的观念,以市场研究指导新品开发

观念是行动的前提和方向,新品开发相关人员都应该牢固地树立以市场为导向的观念,并把它转化为有效的行动。在实施产品创新的过程中,尤其是制定开发方案之前,应对相关市场状况进行系统、深入的了解,包括国外市场容量、竞争环境、市场发展趋势、消费者特点等。在必要时借助专业市场研究公司或咨询公司的力量搜集需要的信息和数据。

2. 充分考虑新品的构成要素,明确创新目标

在产品设计时应该考虑产品各方面的构成要素,按照市场的需求来进行设计,做到在研发初期就有明确的目标。如开发一个新药通常

要考虑以下要素是否符合市场需求:

(1) 功效、适应症。是否能有效地治疗疾病或缓解症状?是针对性地治疗某种疾病,还是对相关多种疾病都有疗效?

(2) 安全性。安全性与现有品种比较是否有改善?是否有显著的不良反应而影响产品的使用?

(3) 剂型与服用方法。是口服、外用或是注射剂型?口服是固体(胶囊、片剂、丸剂)还是液体剂型(口服液、酒剂)?是短效还是长效?每天服用三次还是一次?如老年用药必须避免高浓度的酒剂,滋补保健品用低度酒类除外。高血压新药最好采用长效剂型,既可以使患者服用方便,又能避免忘记服药导致的血压波动对患者心脑血管系统的损伤。

(4) 价格。价格是产品营销能否获得成功的关键因素。若定价过高,新产品难于被消费者接受,投入越多的广告促销费用,企业损失越大;反之如果定价太低,消费者可能不信任产品质量,企业也会损失较多的利润空间。价格的确定通常需要借助专门的市场研究技术。

(5) 包装。包装不仅要给药品或保健品以有效的保护,便于使用、贮藏和运输,而且要美观而富于吸引力。

(6) 原料、工艺和质量标准。这三项因素不仅关系到最终产品的内在质量,还经常成为消费者选择某一产品独特理由。

(7) 其他。产品的设计还包括名称品牌等,一个符合产品特点、有

吸引力的名称或品牌能对产品销售和品牌建设起到有效的促进作用。

3. 建立完善的营销信息体系

企业营销信息体系的建立是一项系统工程,它不仅包括企业内部的销售数据库、技术资料,还包括企业通过与外部单位合作获取的各种市场和科技信息。它能为产品创新提供重要的决策依据,保证创新工作的正确方向,并为研发工作的开展提供信息支持。

4. 加强研发部门与销售部门的联系,建设高效的创新体制

企业必须认识到,产品创新工作是企业战略的重要组成部分,是团队协作的系统创新工程,决不是某一部门单独完成的,与其它部门割裂的工作。所以产品创新的组织应包括企业研发、市场、财务、管理部门的相关人员,企业高层领导应该参与,创新团队的成员充分发挥各自的优点,形成高效率和高效益的创新主体。

5. 建立全过程系统评价体系

产品创新工作应包括三个方面的评价:市场前景分析、财务分析、风险与技术可行性分析。这三个方面的评价应该贯穿创新过程的始终,而在不同的阶段又各有侧重。在产品初步概念形成、前期研究工作、临床研究和投放市场的各个阶段,只要出现问题应立即调整,或者终止项目。目的是实现创新工作的效益最大化。

6. 建立有效的创新激励机制,鼓励全员创新,形成创新的企业文化

产品创新过程中,人才发挥着举足轻重的作用。在很多情况下,人的创新精神实际上是不知不觉地被压抑了。建立有效的激励机制,鼓励全员创新,并通过持之以恒的努力形成一种倡导积极创新的企业文化,才能在体制上和思想上最大限度地发挥人的主观能动性,为产品创新和企业发展做出贡献。

六、展 望

当前的国际国内市场形势对企业的产品创新能力提出了更高的要求,产品创新将是今后一段时期内日益受到医药企业关注的主题。我国医药企业应采取切实有效的措施,大力加强产品创新工作,这必将增强企业的核心竞争优势、促进行业的健康发展,对于我国的医药产业具有举足轻重的意义。

参考文献

- 1 [美] 唐纳德·R. 莱曼、拉塞尔·S. 温纳著,魏立原、黄向阳译,产品管理,北京:北京大学出版社,科文(香港)出版有限公司,1998
- 2 胡树华著,产品创新管理,北京:科学出版社,2000:11
- 3 MBA 必修核心课程编译组,新产品开发,北京:中国国际广播出版社,1997:275
- 4 迈克尔·波特著,陈小悦译,竞争优势,北京:华夏出版社,1997
- 5 迈克尔·波特著,陈小悦译,竞争战略,北京:华夏出版社,1997

(责任编辑:贾 琦)

广州市确定中药现代化科技产业发展架构

围绕一个核心 抓住三个重点 构筑两个平台

按照“围绕一个核心、抓住三个重点、构筑两个平台”的总体思路实施建设,加快中药科技创新,优化产品结构,提高技术水平,壮大产业规模与实力。这是广州市科学技术委员会最近在《广州中药现代化科技产业发展思路及实施计划》中所提出来的。

围绕一个核心。就是以建设国家中药现代化科技产业基地(广州)为核心,总揽全局,对全市的产业、科技资源进行统筹安排和优化配置。该基地将根据“虚实结合、分工合作”的原则组建,包括三大部分。一是研究开发部分,以广州地区的大学为主要依托,联合研究所组建中药技术创新中心;二是产业化部分,以广州药业等骨干企业为主要依托,加强产学研结合,组建产业化基地;三是商贸流通部分,改造清平市场,建立面向海内外两个市场的现代化中药商贸流通中心。

抓住三个重点。第一个重点是以二次开发为重点的中药现代化产品开发。包括重点开发现代化中药品种。也包括研究开发中药材提取物、精制物(中间体)产品;还包括研究开发现代中药营养保健品、化妆品及其他中药轻工产品。第二个重点是中药企业的现代化改造。一是通过体制与机制创新,进行中药产业布局的战略调整和重组;以资本运作为主要手段重组中药骨干企业,发展“大品种、大市场、大集团”;推进国有中药企业产权结构多元化;导入先进的企业管理模式;促进生产要素开放流动。二是利用高新技术改造传统中药产业。第三个重点是加强国内外重大项目的引进和合作。大力引进国内国际知名企业落户广州;定期举办国际中医药科技产业博览会暨发展论坛,扩大对外交流与合作;利用地域优势开展穗港中药产业合作。

构筑两个平台。一是技术支撑平台:加强对现有的国家级研究中心(基地)的支持力度;组建新的技术中心,完善技术创新链,建立协作网络;强化研发体系的体制创新,实现产学研联合及高效运作。二是产业服务平台:建立统一领导协调的机构;引进资金和人才;完善孵化机制;发展相关产业,如中药工程装备、中药信息技术、中医药文化旅游等。

广州市科学技术委员会还提出了至2010年的规划目标和今明两年的实施重点,确定了首批进行二次开发和中药新药开发的项目,拟建立中药活性筛选评价中心、中医药信息网络中心、中药药学创新基地、现代中药质量综合评价中心等,并成立中药现代化专家委员会。根据这个发展思路及实施计划,广州中医药大学承建的国家中药现代化工程技术研究中心和国家中药 GLP 重点实验室、GCP 中心、GAP 药材基地将得到重点支持,并将发挥重要的作用。

(文摘)

not in contradict with our socialism market economy, on the contrary it can demonstrate the importance of the management function of the government. In the systems engineering of the modernization of Traditional Chinese medicine, our country has drawn up the goals and countermeasures. It is proved very effective that local governments and departments coordinate their actions and make their specific "Top Designs". That makes the Traditional Chinese Medicine industry a new increasing spot of economy and pushes the development of pharmaceutical industry to the mainstay industry of our country.

Keywords: modernization of Traditional Chinese Medicine industry government Pop Design

Countermeasure to Reinforce the Supervision and Management of Technical Market of New Drugs in China by Law

Guo Ru Xing (Shanxi Provincial Institute For Drug Control, Taiyuan)

Ren Jing (Shanxi Provincial People's Hospital, Taiyuan)

The paper analysed the present situation of technical market of new drugs and put forward some proposals concerning supervision and management of this market by law.

Key words: technical market, supervision and management, by law

Exploring the Method to Modernize Traditional Chinese Medicine

Chen Chong (Shaanxi Zhong Guan Botanical Development Ltd)

By applying the current results obtained from Traditional Chinese Medicine (TCM) research, one can expect to take a short cut in the development of TCM modernization. In order to be understood by more people in the world, the relationship between the "nature, taste and action" of TCM, and the pharmacology of western medicine, has been elucidated with mathematical method. Such as group theory and set theory, in this paper. First, the active constituents have been extracted, then the prescription preparations have been made up by these extractions according to the traditional Chinese prescription. As a result, the components of the TCM were able to be measured, controlled and understood.

Key words: group, theory, active constituents Atherosclerosis

Pharmaceutical Enterprises Should Enhance Product Innovation Guided by Market

Chen Guang (Nan Jing of Traditional Chinese Medicine)

Product is the essence of the existence and development of an enterprise. The ability of products innovation is an important component of the kernel competitive ability of the enterprise. Under the present situation, pharmaceutical enterprises should take more efforts to improve their ability of product innovation, hence make significant contribution for the development to national pharmaceutical industry.

Key words: product creation, pharmaceutical enterprises, competitive advantage, market

Survey of the research on Natural Polysaccharides

Chen Yi

The research of polysaccharides has aroused great interest during recent years. Polysaccharides is not only used in the treatment of cancer but also of immunodeficiency disorders. Polysaccharides as immunomodulation agents are being investigated for potential uses in neoplasm and AIDS et al. With the rapid evolution and adoption of molecular biology and new analytical techniques, the methods of isolating and analyzing polysaccharides develop greatly too. So far establishing product - quality - standard is the key point of Polysaccharides research, especially for the characteristic index and the action mechanism of Polysaccharides. This paper reviewed the research on natural Polysaccharides from its distribution, extraction, isolation, purification, examination, identification and so on.

Key words: natural Polysaccharides, research advance