# 广西中药产品进入东盟市场的若干问题研究(1)论文

来源：网络 作者：独影花开 更新时间：2024-09-10

*【论文摘要】 面对竞争日趋激烈的国内市场，我国的中药产品必须走向国际市场。由于广西与东盟各国之间有着独特的地理位置和人文环境，我区的中药产品进入东盟市场将是不错的选择。中药产品要成功进入东盟市场，应解决强化相关领导和企业抢占东盟市场的意识、...*

【论文摘要】 面对竞争日趋激烈的国内市场，我国的中药产品必须走向国际市场。由于广西与东盟各国之间有着独特的地理位置和人文环境，我区的中药产品进入东盟市场将是不错的选择。

中药产品要成功进入东盟市场，应解决强化相关领导和企业抢占东盟市场的意识、统一协调各企业的行动、对东盟市场的营销环境进行调研、进行SWOT分析、加快中药现代化的步伐、选择正确的进入方式和策略等相关问题。 【论文关键词】 中药产品 东盟市场 进入方式 根据2006年1月12日在广西第十届人民代表大会第四次会议上通过的《广西壮族自治区十一五规划纲要报告》，广西将依托资源优势和现有产业基础，重点培育和发展汽车、铝业、钢铁、石油化工、锰业、糖业、林浆纸、医药、茧丝绸、工程机械10大产业集群，其中，医药产业集群又以发展现代中药和生物制药为重点。

笔者认为要大力发展现代中药，加快广西中药产品进入东盟市场的步伐将是一个突破口。主要理由有：

（1）国内市场竞争激烈，短期内增长潜力有限；

（2）广西与东盟各国之间有着独特的地理位置和人文环境；

（3）东盟是一个拥有5.1亿人口的大市场，华人较多，各国政府大都承认我国的中药，中成药得到广泛的应用，进入相对容易，而且市场竞争不太激烈，增长潜力大；

（4）中国-东盟博览会每年均在南宁举办，为广西的企业向东盟各国宣传中药产品和加强合作提供一个很好的平台；

（5）要进入东盟市场，政府就要出台相应的扶持政策，同时也迫使企业加大新产品研发投入，努力提高产品质量和营销管理水平，反过来又促进企业竞争能力的提高，不仅使自己的产品占领了东盟市场，回到国内还能进一步提高这些企业在国内的市场份额。当然，广西的中药产品要成功进入东盟市场，应解决以下几个问题：

一、加强组织和领导，统一协调各企业的行动 加强组织和领导是广西的中药产品成功进入东盟市场的保证。尽管是否抢占某个市场是企业的个体行为，但要使广西的中药产品成功进入东盟市场仅靠单个企业尤其是中小中药企业的力量是难以做到的，因为中药产品要成功进入东盟市场首先要进一步提高中药产品质量，这就涉及到中药现代化的问题。

而中药现代化是一个复杂的系统工程，需要方方面面的协作配合，只有在中药全行业包括药品开发、药材栽培、采集加工、剂型开发、产品包装等各个环节重新规范，采用新技术、新设备、新标准进行现代化改造，在继承传统精华的基础上实现中药提取、分析、制剂技术的现代化，我们的中药才有可能在国际市场上与西药展开强有力的竞争。要实现这个宏伟目标，需要资金、技术、人才、政策扶持和相关部门的配合，同时也需要相关企业之间的共同协作，所以应由自治区人民政府牵头，组建一个广西中药发展协调领导机构，统一领导、协调、指导相关部门和企业的工作，并在发展规划、政策、资金、技术、人才等方面综合考虑。

只有这样，广西的中药产品才有可能大规模进入东盟市场并逐步进入欧美市场。

二、组织力量对东盟的市场营销环境进行调研 广西的中药产品要成功进入东盟市场，还有一个重要的前提，我们必须了解东盟的市场情况。笔者这里所说的了解不是一般的了解，而是对东盟市场的宏观、微观营销环境进行全面的了解。

对宏观环境的了解具体又包括人口、经济、政治、法律（尤其是对进出口控制和药品管制的相关法规等）、文化等各方面内容。对微观环境的了解具体包括东盟各国的消费者需求特点和购买习惯，相关产业的竞争状况，药品市场发育程度，药品营销渠道的现状，各种促销手段的可利用程度等。

要全面了解这些情况，就必须组织力量对东盟市场的营销环境进行调研，这需要大量的时间、资金和人员，尤其是第一手资料的收集，如果由单个企业去进行调研，不仅企业难以承受这笔巨额费用，而且也是一种浪费。如果由政府出面组织相关的企业组成一个临时的调研机构去开展调研活动，或者由相关的企业共同出资委托某个专业调研机构去开展调研活动，这样都会大大减轻企业的负担，而且调研效果不见得比单个企业差。

除此之外，笔者认为还有一种更好的方法，就是由中国-东盟各国的高校的专家、教授组成一个国际研究小组，分头调查研究该专家、教授所在国的市场情况，然后汇总成一部《中国-东盟各国市场营销环境研究报告》著作，这部著作不仅对广西的制药企业有用，而且对所有准备在中国-东盟各国市场大展宏图的企业（包括东盟各国企业、甚至一些跨国公司）都有重要的指导作用。这样做的好处是，企业的负担更轻（只需购买一部著作，有些不够细的情况再进行补充调查），而且还有利于加强中国-东盟各国高校之间的联系，提高各国高校的营销教学质量和研究水平。

缺点是时间跨度要长一些，所以本研究项目宜提早进行，研究费用可由政府先资助一部分，企业赞助一部分。

三、进行SWOT分析 广西的中药产品要成功进入东盟市场，就要做到知己知彼，扬长避短。因此，在对东盟市场的营销环境进行调研的基础上，还要进行SWOT即优势（Strength ）、劣势（Weakness）、机会（ Opportunity）、威胁（Threat）分析。

如果仅从面上的分析，我们的优势为:

（1）广西的中药资源非常丰富，药材物种达4623种，而且还背靠药材物种的第一大省——云南；

（2）中药复方在应用上品种繁多，对新药和保健食品的开发有得天独厚的优势；

（3）中药文化对药物开发利用的独特思维和理论体系，留下许多领先世界的医药记录，如《本草纲目》、《神农本草经》等；

（4）中药新产品的开发成本比西药低，副作用小，而且能标本兼治；

（5）中药对一些疑难病、慢性病和老年病有独特疗效。 我们的劣势:（

1)中药企业的规模太小，新产品研发投入不足;（

2)中药的标准化水平太低，尤其是药材和原料的标准化水平更低;

(3)目前广西仍有部分中药企业的药品生产质量管理体系未能完全达到GMP标准;

(4)企业管理水平不高，缺乏国际化经营的人才及经验。 外部环境提供的机会:

(1)随着化学药品导致药源性疾病增加，“回归自然”的思潮在世界兴起，国际市场对中草药和天然药物的需求扩大，据统计，在亚洲有60%的人使用中草药进行保健与治病；

(2)东盟是一个拥有5.1亿人口的大市场，华人较多，各国政府大都承认我国的中药，中成药得到广泛的应用；

(3)中国加入WTO和即将建立的中国-东盟自由贸易区，加上广西与东盟各国之间有着独特的地理位置和人文环境将为广西中药产业带来难得的发展机会;

(4)有利的国家产业政策环境;

(5)我们对“非典”的治疗效果大大提升中药在海外的知名度和可信度。 外部环境产生的威胁:（

1)日本、韩国、西欧等国的制药企业加入中药产品市场的竞争，他们生产的“洋中药”开始大规模进入中国市场和东盟市场；

（2）东盟各国对药品管制的法规对我国现有中药产品的进入非常不利；

（3）各国的西药以疗效快、普及率高的优势占据东盟的绝大部分市场；

（4）东盟各国有不少消费者对中药不了解，而且从未使用过中药治病。 当然，笔者上面所做的SWOT分析仅从面上进行粗略的分析，如果要更细更精确的话，必须在对东盟市场的营销环境和我国我区的中药行业进行充分调研的基础上进行分析。

有了SWOT分析做基础，政府相关部门和企业就可以制定相应的战略和对策。

四、加快中药现代化的步伐，使广西中药产品质量有一个质的飞跃 从上面所做的SWOT分析可以看出，广西中药产品进入东盟市场的劣势和威胁主要来自于中药产品的质量和标准化水平低问题，实质就是中药现代化问题。也就是说，中药现代化的步伐的快慢，将直接影响到我区中药产品进入东盟市场的快慢。

而要加快广西中药现代化的步伐，必须在组建广西中药发展协调领导机构的基础上，做好以下几项工作： 1.尽快出台相关政策，鼓励更多中药企业通过GMP改造和提高产品质量。尤其是一些产品市场前景好的中药企业进行GMP改造时，政府应在资金、税收方面给予扶持。

2.抓紧组织建设若干个中药材GAP种植示范基地和鼓励民营企业投资建设中药材GAP种植基地，尤其是需求量大、短缺、濒危地道中药材的GAP种植示范基地更应该抓紧规划和实施，以从源头上保证中药产品的高质量。 3.统一组织协调广西现有的中药研发力量或成立自治区中药研发中心，加大新产品开发的投资力度，尤其是研制和开发一些符合东盟市场需求的新剂型。

鼓励风险投资基金进入中药新产品研发领域。 4.进一步加强中药的质量管理，根据国家《中药材生产管理规范》和《药品生产管理规范》制定严格统一的质量控制标准和检测方法。

包括制定科学合理的中药材鉴别方法和收购标准规范，确定适合现代化大生产的最佳炮制方法，对中药生产制定具体可操作的工艺标准等，并据此实行严格的监控，逐步使药材的采收、加工、中药产品的生产、流通纳入现代化、标准化、规范化管理轨道。

五、择正确的进入方式和策略 一个产品要成功进入国际市场，进入方式和策略的选择尤其关键，广西中药产品进入东盟市场也不例外，这不仅关系到企业能否顺利地进入某个目标市场，还关系到企业进入该市场后是否有利可图，能否有足够的市场竞争力以维持其生存与发展。 一般说来，一个企业的产品要进入国际市场不外乎有三种方式：产品出口（包括直接出口和间接出口）、技术授权（包括许可交易和特许专营）、对外直接投资（包括合资经营和独资经营），这三种方式各有优缺点。

广西中药产品进入东盟市场究竟选择何种方式，应考虑以下几个因素：

（1）我们的企业是否具有某种垄断优势？

（2）我们的企业是否具有内部化优势？(3）区位优势是在国内还是国外？如果企业只具有垄断优势，选择技术授权方式更好；如果企业同时具有垄断优势和内部化优势，区位优势是在国内，则宜选择产品出口方式；如果企业同时具有垄断优势和内部化优势，区位优势是在国外，则宜选择对外直接投资。由于目前中药产品的生产国际上还没有统一的标准，选择对外直接投资和技术授权方式都不太现实，只能选择产品出口方式，这样就得比较直接出口和间接出口哪种形式更好。

尽管采用直接出口形式能使中药生产企业对其出口产品的经营保留了部分和全部的控制权，并不断积累国际市场营销经验，培养营销人才，但也增加了企业的投入，而且对完全没有国际化经营经验的企业来说，这种形式意味着中药生产企业要承担巨大的风险。因此，根据目前广西的中药生产企业的实际，应由所有有意进入东盟市场的中药生产企业共同组建一个中医药国际营销股份公司代理销售所有企业的产品。

这样做不仅大大降低了每个中药生产企业的风险，而且还有利于统一对外，避免价格战，同时还有直接出口形式的好处。 在进入策略方面，除了采用传统的广告、人员推销、公关、营业推广等整合营销策略外，还有一个非常重要的策略就是“以医带药”的策略。

具体来说，就是利用东盟各国现有的医院、诊所、医生尤其是中医院、中医师推销我们的中药产品，哪怕是通过药店销售的药品，也要有医生咨询或开处方，只有这样，才能快速提升中药产品的销量。如果条件允许，还可以考虑在东盟各国开办中医学院和中医院，不断为他们培养中医药人才和救治病人，到那个时候，中药在东盟各国的普及就指日可待。

参考文献： 梁修庆:转变观念，加快广西中药产业国际化的步伐[J].广西大学学报，2003

（4） 沈兆熊:关于发展广西中药工业的几点思考[J].广西中医药，2001

（6） 梁嘉骅曹渲玮:我国中药国际化发展对策研究[J].科技与进步，2001

（6） 黄进明:中成药的国际营销策略分析[J].医药世界，2006

（3） 陈卫忠.我国中药进入国际市场问题的研究[J].中南药学，2006

（1） 贾伟高文远段宏泉肖培根:中药国际化探讨[J].中国中药杂志，2002

（9）

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn