中药拓展拉美市场对策研究

熊季霞*, 杨霞

南京中医药大学, 江苏 南京 210046

摘要: 中药拓展拉美市场是中药国际化战略的重要组成部分, 将为中药发展带来更广阔的空间。首先从出口和进口两个方面分析了中拉中药贸易的现状, 其次阐述了中药拓展拉美市场的有利条件和不利因素, 最后有针对性地提出了中药拓展拉美医药市场的对策建议, 以求为政府机构、有关部门和中药企业制定中药国际化发展战略、拓展拉美医药市场提供参考。

关键词: 中药; 拉美市场; 对策; 中药国际化; 贸易

中图分类号: R288 **文献标志码:** A **文章编号:** 0253-2670(2011)08-1651-04

Strategy of Chinese materia medica to enlarge medicinal market in Latin America

XIONG Ji-xia, YANG Xia

Nanjing University of Chinese Medicine, Nanjing 210046, China

Key words: Chinese materia medica (CMM); Latin America market; strategy; internationalization of CMM; trade

拉美地区由地处北美洲的墨西哥与中美洲、加勒比地区、南美洲及未独立的地区组成, 拥有5亿人口, 占世界总人口的8.2%^[1]。近年来, 中药在国内和亚洲市场逐渐趋于饱和, 而欧美医药市场以西药标准为通行标准, 技术壁垒高, 中药产业发展迫切需要开拓包括拉美在内的世界其他市场^[2]。因此, 深入研究中药在拉美地区的拓展策略, 对于增加我国对拉美各国的中药出口, 推进中药的国际化步伐具有重要的现实意义。

1 我国与拉美地区中药贸易现状

近年来, 我国医药产品在拉美地区的出口额不断增长。在经济危机背景下, 2008年我国医药产品出口拉美地区21.75亿美元, 同比增长44.76%; 2009年1~8月为14.10亿美元, 环比增长17.41%, 为世界各大市场中恢复增长最为迅速的地区。近年来, 拉美市场中药需求增长强劲, 我国对拉美的中药出口呈逐年增长的态势。

2008年, 我国从拉美地区进口中药类产品6590万美元, 主要进口产品为海藻、海藻类商品, 进口额3779万美元; 另一种为鱼油脂及其加工品, 进口额2740万美元^[2]。2010年, 我国从拉美进口中药类产品4848.28万美元, 占中药类产品进口总额

8.75%; 向拉美出口中药类产品8133.39万美元, 占中药类产品出口总额4.76%。2009年我国中药进口额拉美地区有2个国家进入前5位, 成为我国中药进口市场中除亚洲传统地区外的第二大市场。虽然拉美地区在我国中药对外贸易中占据较小份额, 但中拉中药贸易发展势头良好, 发展潜力很大。

2 中药拓展拉美市场的有利条件

2.1 拉美医药市场增长迅速

近年来, 拉美地区已成为世界医药市场新的增长点。拉美经济最发达的7国(墨西哥、巴西、阿根廷、秘鲁、智利、委内瑞拉和哥伦比亚)总人口超过4.27亿, GDP总计超过1.8万亿美元, 其医药市场增长迅速, 2007年拉美7国的药品销售额高达400多亿美元。据专家研究, 金融危机对包括拉美在内的新兴国家医药市场未产生很大影响, 尤其是拉美石油生产大国如墨西哥、委内瑞拉等, 药品、医疗器械进口快速增长, 成为推动世界医药市场增长的新“助推器”。

2.2 拉美地区本土医药产业欠发达

受历史和经济发展限制, 拉美本土医药产业发展一直比较缓慢, 规模较小。以拉美大国巴西为例(其医药市场占拉丁美洲的40%), 据巴西外贸秘书处统计, 巴西医药市场国内生产严重不足, 国产药

收稿日期: 2010-09-10

基金项目: 江苏省哲学社会科学基金课题(08EYB011)

作者简介: 熊季霞(1973—), 女, 湖南长沙人, 南京大学经济学博士, 南京中医药大学经贸管理学院经济贸易系主任, 副教授, 硕士生导师, 从事对风险投资、医药企业管理、药事管理等方面研究。Tel: (025)85811678 E-mail: xjx1128@163.com

品仅占市场需求的 40%，需要大量进口医药原料和成品药，其中制药原料的主要来源是中国和印度。拉美地区在短期内难以抑制医药产品进口的需求，这为中国医药企业拓展市场创造了机会。

2.3 拉美地区医药市场技术壁垒较低

与欧美等发达国家相比，拉美国家经济、科技相对落后，受自身药物管理水平和技术发展水平的限制，还没有建立起高标准的医药监管体系，其药物市场准入标准相对较低，有利于我国中药产品拓展拉美市场。

2.4 中医药成本较低，符合拉美民众消费水平

拉美国家为发展中国家，民众的医药消费水平普遍较低。而中药成本较低，相对于西药价格低廉，符合拉美民众消费水平。同时，低成本的中医可以在拉美国家中小城镇和农村地区医疗保障方面发挥较大作用，因此可以通过以医带药的方式促进中药在拉美地区的消费和出口。以墨西哥为例，近年来，肥胖病、心血管病、风湿病、过敏性疾病等发病率增高，西医治疗效果不佳，且药品价格昂贵，一般人付不起药费，而中医针灸对这些病有独特疗效且经济简便。因此，中医针灸受到欢迎，并且被越来越多的病人所接受。同时，与针灸相关中药的消费和进口也出现了较大增长。

2.5 中拉全面合作不断深入

近年来，我国全面加强了与拉美国家的交流，各领域合作不断深化，双边贸易额从 2003 年的 268.1 亿美元增长到了 2009 年的 1 200 亿美元，增幅达 347.8%。联合国拉美经委会的一份研究报告认为，到 2015 年，中国将取代欧盟成为拉美国家第二大出口目的地，到 2020 年，拉美国家从中国的进口额将超过欧盟，甚至超过美国。中拉全面合作的大好形势为中药拓展拉美市场创造了良好的国际环境。

2.6 中国移民逐年增加

随着与拉美国家政治与经济合作的全面发展，我国前往拉美地区的移民也在逐年增加。随着中国移民的增多，包括中医药文化在内的中国文化得到了广泛传播。中国移民对中医药的消费，有利于增强当地居民对中医药的认同和信任，促进中药的消费和进口。

3 中药拓展拉美市场的不利因素

3.1 中药未正式进入拉美医疗市场

由于药物监管、准入和注册等制度、标准的不

同，中药还未正式进入拉美各国的医疗体系和市场，严重制约了中药在拉美地区的出口量。以古巴为例，尽管中药疗效高、不良反应小、价格便宜，有很大市场需求，但由于未正式进入其医疗市场，所以在古巴的医院或药房买不到，就连清凉油、白果等很受欢迎的中药产品也仅能在华侨药店买到。

3.2 中成药质量标准与国际标准存在差异

在中成药质量标准方面，我国与发达国家的药政管理规定存在很大差异。发达国家的药物评价标准注重量化，控制严格，在强调明确有效成分的同时，也注重杂质尤其是砷化物和重金属等有毒或有害物质的量。而我国的中成药标准，强调的是某一味药物，而不是药物的有效成分，且客观标准少，量化程度低，很难严格控制，甚至出现部分中药农药残留量、重金属超标，假冒伪劣产品鱼目混珠等问题。拉美作为国际医药市场的一部分，充斥着日本、韩国和欧美的“洋中药”，如果我国中药产品不能有效解决标准对接和质量提高的问题，就无法与之竞争，更无法有效拓展拉美医药市场。

3.3 中药产品剂型及外观传统

我国中成药在剂型、用量和外包装等方面也没有很好地与国际市场的需要相对接。拉美民族多为感性型民族，其对事物的外观比较注重，民众喜欢容易服用、成分清楚、包装美观的药品。而我国中药产品存在剂量大、不易服用（有的需要煎熬）、成分未标明、包装传统等问题。因此，剂型和外包装对于中药销售有较大影响，即便是较高质量的中药，如果其包装陈旧易损、模糊不清，也同样会造成产品滞销，影响中药在拉美市场的出口。

3.4 中药产业缺乏跨国经营企业

目前，我国中药企业数量众多，但是实施跨国经营的只有同仁堂、天士力、三九集团等极少数企业，多数企业仍选择通过对外贸易方式进入国际市场。对外贸易方式需要向国内、外两个政府交纳税收，还要受到出口目的地政府各种医药政策、制度和标准的限制，严重束缚了经营规模，影响了中药在拉美市场的拓展。而中药企业跨国经营，直接在东道国投资办厂可以享受很多优惠政策，有利于中药拓展拉美医药市场^[3]。

3.5 医药文化差异

拉美地区历史上被西方发达国家殖民时间较长，受西方文化影响很深。因此，虽然该地区国家保留着使用天然药物的传统，但大部分国家仍以西

医药体系为基本医药体系。中医药与西医药是在不同的文化背景下产生的不同的医药学理论体系和医药学模式,在基础理论、思维方法、诊治手段等方面均有本质的不同^[4]。西医讲究对症下药局部治疗;中药成分复杂,讲究君臣佐使、辨证论治;加之语言不通,严重阻碍了拉美民众对中医药文化理念的理解,也严重制约了中药进一步拓展拉美市场。

4 中药拓展拉美市场的对策建议

4.1 通过政府渠道促进中药贸易

我国政府有关部门应与拉美各国相关部门加强交流与合作。一方面与具有植物药管理法规并承认中药的国家加强交流,加强中医药立法和市场准入方面的沟通与协作,为中药拓展拉美市场创造宽松的政策环境;另一方面,对目前正在酝酿立法和还没有植物药管理法规的国家,应主动与其进行中医药文化和政策方面的交流,为其立法提供积极建议和帮助。另外,还应重视地区组织在促进中药国际化中的作用。医药管理部门要充分利用我国政府与拉美地区组织开展合作的机会,大力宣传和推销中药产品,并积极举办中药产品展览会,促进中药拓展拉美市场。

4.2 加强对拉美医药市场的研究

4.2.1 了解拉美各国有关法律及资本运作方式 在中药产品进入拉美市场前后,相关中药企业应当了解并遵守拉美各国的相关法律法规和检测要求,学会运用法律武器保护自己。此外,中药企业在寻找拉美合作伙伴以及融入国外资本前,应当对拉美各国的资本运作方式有所了解,确保资本运作符合所在国要求。

4.2.2 研究拉美各国的药品准入制度 中药拓展拉美市场的前提之一是得到相关国家的准入,因此,要有针对性地研究各国的药品准入制度,确保产品得到准入。以墨西哥卫生部对非处方药的管理要求为例,在安全性方面,要求该药物在墨西哥有广泛使用的经验;同时要求该类药的疗程要短,容易见效,并且具有世界范围的用药经验。因此,要打开墨西哥非处方类中药市场,相关中药企业就必须认真研究其非处方药准入制度,使相关中药产品符合要求^[5]。

4.2.3 掌握新药申请的具体要求 受不同国情的影响,拉美各国对新药申请的要求也存在不同程度的差异。因此,中药企业的管理者和相关人员应当熟练掌握拉美各国对新药申请的各种规定以及申请的

基本程序,通过参加各种讲座和出国考察提高对拉美各国新药申请相关事宜的认识水平。中药企业应当依照不同国家的具体要求,准备详尽、准确、全面的资料。

4.2.4 研究拉美各国中药市场需求重点 由于经济和人口发展水平不同,拉美各国医药市场的需求重点也有所不同,因此中药对拉美各个市场的出口种类也应有所侧重。中药企业应当深入研究拉美各国的医药市场,科学分析其不同的需求重点,以产品的针对性促进中药在整个拉美医药市场的有效拓展。

4.3 通过从拉美进口中药原料贸易促进中药出口贸易

近年来,拉美已经超过欧洲,成为我国中药原料进口的第二大市场。我国可以通过从拉美进口中药原料贸易促进向拉美的中药出口贸易。一方面通过进口贸易在拉美各国建立中药企业良好信誉,使拉美医药机构和企业对我国中药企业及其产品认同和信任。在此基础上,中药企业要加强对拉美医药机构和企业的业务攻关,加大中药产品向拉美的出口。另一方面,通过进口贸易使拉美中药出口企业对中国市场产生依赖,为中拉中药交流与合作创造有利条件。在此基础上,我国政府应加强与拉美各国政府的交流合作,就中药准入、标准、立法等问题进行磋商,在双方企业、机构的协助下,达成双方都能接受的协议,为中药拓展拉美市场创造良好的法律和市场环境。

4.4 大力推进中药现代化

4.4.1 推进中药企业的现代化 中药企业的现代化是中药现代化的基础,应采取多种措施,加强中药企业的现代化基础设施建设,改变中药企业的生产环境,大力推进企业软硬件的标准化建设。对于现代化水平低的企业,应当采取转产、合并与重组等措施^[6-7]。重点建设现代化的大型中药企业,提高中药产品在拉美市场的竞争力。

4.4.2 加快制定实施与国际标准相衔接的管理、检测标准 全面制定和组织实施一系列既保持我国中药特色又与国际标准相衔接的管理、检测标准。可选择若干个 GMP 示范企业,研究探索中药产品生产过程中的药材定量化、质量控制科学化、安全评价规范化、疗效标准严格化等课题,切实提高中药产品质量,全面提升产品的质量和信誉。同时,积极与国际有关组织商榷确立中成药检测的国际统一

标准。

4.5 改进中药产品剂型及外包装

着眼国际和拉美地区药物产品的特点,对我国中药产品的剂型和外包装进行针对性改进。按照方便服用的原则,将中药制成药丸、药袋、胶囊等,以成药出口为主。产品外包装突出拉美特色,融入本土文化元素,按照拉美民众的爱好设计产品外包装形状及颜色等。

4.6 建立中药跨国企业集团

跨国公司在东道国建立研发中心、生产和销售网络,可以充分享受当地政府的优惠政策。我国政府应制定优惠政策,在中药行业内选择骨干企业给予大力支持,使之成为具有相当经济规模和技术实力的中药跨国企业集团,参与国际医药市场竞争。鼓励这些集团在拉美国家设立分公司、研究机构,兼并当地有新药注册经验的中小型草药公司或与之合作,在当地生产中药产品,打破贸易保护主义封锁,积极拓展拉美医药市场。

4.7 加强与拉美地区的中医药的国际交流与合作

4.7.1 举办中医药学术会议,加强中药文化宣传 国内中医药行业应适当地组织召开国际性的中医药学术大会,广泛邀请拉美各国的药物管理人员、经营人员、医学专家和从业人员,使其深入了解中药理论,认同中药疗效,对中药贸易产生兴趣和信心。

利用中拉文化交流节等各种机会,开展形式多样、内容丰富的中药文化讲座、中药文化展览、中药文化节等活动,并用当地语言对中药进行重新梳理与翻译,使拉美普通民众接受中医医疗保健观,认识到现代科学技术与传统中药相结合的独特优势,尽可能地消除因文化差异带来的不信任,为中药拓展拉美市场奠定群众基础。

4.7.2 开办国际性中药学院 借鉴在世界各地开办孔子学院的经验,积极稳妥地在拉美地区开办国际性中药学院,广泛传播中药理论和技术,培养拉美本土化的中药行业人才。同时,通过政府和院校合

作渠道,积极在拉美高校开设中药专业,扩大中药的影响力和普及范围。

4.7.3 加强与拉美华人的合作 拉美华人是中药在拉美市场的重要销售和使用人群,对于中药拓展拉美市场具有重要促进作用。中药企业可在当地华人中开展促销活动,鼓励华人群体使用中药,通过华人对中药的使用增强当地居民对中药的认可和信任,从而带动中药产品消费。此外,当地华人中医比较了解拉美各国情况,有着特定的医疗人群。因此,中药企业应积极与当地华人合作开办中医诊所,通过中医处方销售中药、扩大中药影响,通过“以医带药”带动我国中药出口拉美市场。

5 结语

中药拓展拉美市场,机遇与困境并存,但总的来说机遇大于困难。我国中药行业应积极推进中药现代化建设,不断增强自身竞争实力,深入研究拉美医药市场特点规律,采取有效的策略,积极拓展拉美这一成长中的巨大医药市场,加快中药国际化进程。

参考文献

- [1] 李明德. 拉丁美洲和中拉关系 [M]. 北京: 时事出版社, 2001.
- [2] Liu C X, Xiao P G, Peng Y, *et al.* Challenges in research and development of traditional Chinese medicines [J]. *Chin Herb Med*, 2009, 1(1): 1-28.
- [3] 李 洁. 我国中药企业跨国经营策略探讨 [J]. *中国药房*, 2009, 20(24): 1841-1842.
- [4] 熊季霞. 中药国际化面临的机遇与困难 [J]. *中国药业*, 2007, (16)18: 1-3.
- [5] 赵利斌, 何 毅, 郭治昕, 等. 中药植物药国际研发的新展望 [J]. *药物评价研究*, 2011, 34(1): 1-7.
- [6] 邢志祺. 我国中药企业国际化经营探讨 [D]. 北京: 中国科学技术信息研究所, 2004.
- [7] Mukherjee P K, Pitohairajan V, Murugan V, *et al.* Strategies for revitalization of traditional medicine [J]. *Chin Herb Med*, 2010, 2(1): 1-15.