

太极集团斥10亿 打造藿香正气液

长远规划将用10年时间实现藿香正气液等系列产品年销售额突破20亿,并将研发藿香正气类饮料

□时报记者 李劫 肖勇晖

我国的藿香正气产业将步入一个全面起飞的阶段。日前,太极集团销售总公司党委书记、副总经理鲜亚在接受记者采访时透露,目前,全国共有藿香正气类产品生产厂约300家,2006年上半年全国销售额约为5~10亿元左右。太极集团长期的市场调研分析认为,藿香正气市场潜力巨大,市场额度远高于一般行内专家预测的25亿,他估计至少有100亿的商机。逐利是资本的天性,因看好藿香正气市场,太极集团计划投资10亿,用10年时间实现藿香正气液等系列产品年销售额突破20亿。

含酒精等因素制约销售

据太极集团多年市场调查测算,藿香正气类产品的年市场容量至少在50亿元人民币,随着藿香正气类产品的科技进步、产品附加值和品牌价值的提升,这一产业

的理论市场容量还将大幅扩展。这是记者在采访太极集团销售总公司党委书记、副总经理鲜亚时获悉的。

记者不禁提出疑问:为什么理论市场容量在50亿元以上,实际上却只开发出了5~10亿元的市场规模?鲜亚分析指出,主要原因在于千年经典药品在流通不发达的情况下,消费者只能就近用药,使之形成了鲜明的地域特征,很难形成全国统一的市场。太极集团生产的藿香正气系列产品80%的销量集中在四川、重庆一隅,目前年销售额为1亿,约占全国总销售额的5%;并且太极藿香正气口服液的价格水平按二级市场的购买能力定位,不利于在发达地区推广。其次,藿香正气产品剂型和功能上难有突破,口感较差,含酒精,患者难接受,尤其是老年人和儿童。

但中国药学会的专家认为,藿香正气产业虽未形成突破性的市场创新,但这一产业的成长前景被广泛看好,许多企业正在伺机而动。

将研发藿香正气类饮料

事实上,包括太极集团、神威药业、天津天士力、北京同仁堂等企业也都在采取各种措施,以求分得藿香正气市场的一块蛋糕。但据了解,目前,重庆太极集团生产的藿香正气液是藿香正气市场上年销量最大、年销售额最高的品牌,2005年全国销售额约2亿元。鲜亚表示,太极集团计划投资10亿,用10年时间,把藿香正气液等系列产品做到20亿。

记者在采访中了解到,目前,太极集团已在药理学、适应症、观察方案和治疗方案等领域获得技术进步,改良了藿香正气产品口感,取消了酒精成分,提升产品附加值,改良后的藿香正气口服液已申请国家专利,主治功能扩展到胃病等方面。同时,鲜亚称,太极集团要把藿香正气口服液作为一种消费者自选的药品来普及。还打算研发藿香正气饮料类产品,像王老吉、邓老凉茶做凉茶饮料那样做出更大的藿香正气市场。

巧用不含酒精的藿香正气液

剂型改革,利用现代制药工艺精制而成的高浓缩口服液,目前拥有藿香正气液的自主知识产权厂家,仅太极集团一家。太极藿香正气液除了解暑,其实还有很多鲜为人知的用途,只要巧用,生活中许多常见病都能用它来解决。

防治空调病:现在的人们长期出入空调房,温差过大很容易引起头昏发热、头痛眩晕、胸闷气短、恶心呕吐等症状。

防治夏季感冒:夏季

感冒大多表现为周身不适,不想进餐,头昏头痛等。如事先服用太极藿香正气液,就可以预防了。当然如不慎出现上述不适之后再服药,同样也有治疗的效果。

治疗常见肠胃疾病:如劳累、受凉或进食生冷、麻辣过多等引起胃肠功能失调,出现胃肠不适如腹胀、腹痛、腹泻、消化不良等症状,应及时服用一支太极藿香正气液。

增进食欲,帮助消化:出差在外,由于作息时间和

饮食口味的改变,很容易造成食欲下降、不消化等。如果在餐前或餐后半小时口服一支太极藿香正气液,这些大问题就会很快解决。

晕车晕船、水土不服:乘坐车、船前,可用药棉蘸取藿香正气液敷于肚脐内,或在乘车5分钟前口服一支太极藿香正气液(儿童酌减),可防治晕车晕船。

预防治疗小儿痄子:将太极藿香正气液10ml(1支)兑水1~2千克,用于儿童洗浴,可起到预防和治疗小儿痄子的作用。

曾经,巩俐代言曲美让人印象深刻,现在,注重品牌宣传的太极集团又启用了端庄贤淑的著名影视演员史兰芽代言藿香正气液。(资料图片)



藿香正气是我国医学宝库中不可多得的千古良方。藿香正气类产品是一个广泛适应于利湿消滞类病症治疗和预防的大品种。而太极集团生产的藿香正气液是在藿香正气水(含酒精)的基础上历经十余年的

广州药企首创“五级”质控体系

广州市食品药品监督管理局在8月24日牵头举办了“药品质量安全论坛”。会上,广州白云山和记黄埔中药有限公司和广州白云山制药总厂,率先在全国推出了“五级”质量保障体系,通过“五道关口”严把药品生产质量关。

据悉,目前国家法定的质控体系仅有三级。即“企业决策层、生产操作一线、质量方针执行部门”等三级质量保证体系。广药集团副总经理、广州白云山和记黄埔中药总经理李楚源认为,现有药品生产质控体系比较侧重于企业内部的生产及管理环节,只是保障一般质量安全的“基本保证”;随着市场经济的发展,药品质量保障和安全使用,除与生产之外,与原材料供应、流通等外部环境之间的关系也越来越密切,让老百姓真正吃上放心药,还必须要有更高要求的优质保证。

白云山总厂等药企创造性地提出“五级”质量保证体系的新管理理念。即从药品生产的原材料生产抓起;向后扩展,向药品售后管理延伸,从而形成“企业决策层、原材料供应、生产操作一线、质量方针执行部门、药品售后服务”等“五级”质控体系。

与中成药企业不同,作为打造全国最大“口服抗生素基地”的白云山制药总厂,在其“五级”质控体系的打造中,则摸索出另外的模式。据白云山制药总厂厂长陈矛介绍,目前企业的质控模式,除在生产过程中严格按国家有关标准生产外,超过一半以上的质控体系还远远高于国家法定标准。而在化学原料和辅料的供应把关中,企业更是将其作为一个核心源头来抓,除第一次进货严格检验外,其后每一批进货都要认真复检。

时报记者 吴信谊
通讯员 赵敏

盘龙云海造“零缺陷”产品

自8月7日起,国内一项连续公布的国内口服美容养颜产品专项市场调查显示:在药店铺货率和药店销售提及率两项数据调查指标中,排毒养颜胶囊分别以95%和83%双居首位,领先国内美容养颜产品。据了解,该调查覆盖北京、上海、广州、武汉、成都等8个城市,每个城市抽取30家样本店,以总体240家药店来反映目前口服美容养颜产品零售市场整体情况。

据业内人士介绍,产品铺货率指标反映出企业对终端渠道的覆盖能力和掌控

能力。对于盘龙云海在此次调查中显示的卓越表现,盘龙云海集团有关负责人称,近两年,盘龙云海顺应全国医药销售网络大流通、大覆盖的发展趋势,加大了对销售渠道的管理整合,对覆盖能力弱、商业信誉低、影响市场价格秩序的经销商大力削减,同时对覆盖能力强、商业信誉好的经销商予以扶持,整合形成了一批稳定的合作伙伴。本次调查研究中,排毒养颜胶囊的药店铺货率为95%,遥遥领先于同类市场中的保健品,这说明了盘龙云海已开始显示出积极的终端控制能力和市场竞争

力。高铺货率解决消费者“买得到”的问题,而销售提及率则反映出产品在终端的销售情况,是产品品质和营销传播两个因素共同作用的结果。盘龙云海集团有关负责人介绍,在产品品质控制上,盘龙云海一直严格要求,从产品组方、配伍、药材选择、软硬件建设和质量管理等方面全面强化,从根本上保证了排毒养颜胶囊的品质和功效。今年,公司进一步提出“零缺陷”产品的质量目标,向更高的质量目标冲刺。

时报记者 李劫



盘龙云海公司举办的每次户外都会引起消费者排长龙参与。(资料图片)