

·药业专论·

我国中药出口存在问题及相应策略

徐爱军 赵万洲* 申俊龙

(南京中医药大学医药管理系 南京 210029)

摘要 目前,我国中药出口存在市场份额少、出口产品结构不合理、市场狭窄、产品质量低等诸多问题,并对其原因作了分析,提出如下建议:(1)加强中药质量管理;(2)资产重组,走规模经营之路;(3)大力推广代理制;(4)优化中药出口产品结构,促进出口市场结构合理化;(5)加强中药现代化研究,寻找中药走向世界的突破口。

关键词 中药;出口;产品结构;策略

Problem and tactics of export of traditional Chinese medicine

Xu Aijun, Zhao Wanzhou, Shen Junlong

(Department of Medical Administration, Nanjing University
of Traditional Chinese Medicine, Nanjing 210029)

ABSTRACT Export of traditional Chinese medicine has the following problems, market portion is low, product structure is not rational, the market is narrow and product quality is pool. The reasons are analyzed. The tactics are put forward: strengthen the quality management. capital recomposed, following the way of scope economy, devote major efforts to popularizing agent system. improve the product structure and promote the market structure to be rational. strengthen the research of modernization of traditional chinese medicine.

KEY WORDS traditional chinese medicine, export, product structure, tactics

在世界性的“回归大自然”热潮的推动下,人们逐渐认识到中药的独特疗效和对某些疑难杂症所起的不可替代的作用,使用中药的国家和人口与日俱增。新加坡近两年从我国进口中药材年均 2 万吨,金额达 6 千万美元(包括从香港的转口贸易),占我国中药材出口量的 12%,占出口至东南亚的 65%。英国消费者对诸如大蒜胶囊和银杏药片等成药的消费在 5 年期间翻了一番。1994 年

法国和德国中成药的销售量高达 3 亿美元。即使是对中药进口限制相当严格的美国,其国内市场中药的年销售额也已达 21 亿美元。90 年代中期,世界天然药物的年贸易额已将近 50 亿美元,而国际市场上药用植物及其制成品、保健食品、天然化妆品及香料的年销售额高达 300 亿美元。我国药品在全球十分畅销,1978 年至 1993 年我国中成药销售额和饮片用中药材销售额分别增加 10.85 倍和 2.28 倍。但在这背后却潜伏着不少问题,表明我国中药出口的形势还相当严峻。

* 南京中医药大学中药学院

一、存在问题

(一) 市场份额少 我国中药出口有 3 个市场,即港澳台、东南亚各国、北美西欧以华人为中心的市场,日本、韩国市场和西方草药市场。这 3 个市场 1993 年中草药及其制成品的销售额为 140 亿美元,且以每年 10% 的速度增长。我国中草药在这 3 个市场中的市场份额却与我国作为中医药大国的地位极不相称。以华人为中心的国际市场中药年销售额为 50 亿美元,我国只占 20~30% 的份额;在年销售额达 42 亿美元的日韩市场中,我国中药仅占有 3~4% 的份额。可见我国中药出口在国际市场中的份额极少。

(二) 出口产品结构不合理和市场狭窄 我国的出口中药,品种虽多,但以药材、传统中成药为主,占中药出口总额的 60% 以上;中药半成品、保健制品和中药成药,仅占中药出口总额的 30% 稍多;而高科技、高附加值的出口中药制品更是寥寥。其次,我国的出口中药价格普遍偏低,规模偏小。1993 年,新加坡向我国出口中药材 7 吨,平均单价是我国出口药材价格的 80 倍。在中药出口的上千个品种中,单个品种超过 1000 万美元的还不到 10 个,而日本的一个“救心丹”,年销售就超过 1 亿美元,韩国的“高丽参”年出口额也在 1 亿美元以上,欧洲人参产品市场 90% 以上是韩国产品。由于我国中药出口未形成规模,自然无法获得规模效应。

在中药出口的 3 个市场中,以华人为中心的市场和日韩市场是我国传统的中药出口市场,占我国中药出口的 83%,而出口到其他一百多个国家和地区中药仅占我国中药出口量的 17%,市场狭窄,不利于我国中药出口的稳定发展。

(三) 出口中药产品质量尚待提高 由于中医传统理论和西方医学理论体系的差异,我国中药的出口受到一定程度的限制,但除此以外,我国中药产品自身尚存在着许多不足,限制了中药出口的发展。

中药的重金属含量、农药残留量、有毒物质含量问题一直是影响我国中药出口的重要因素。如美国禁止含有汞、铅、朱砂成份的中药进口和销售,另外还禁止我国的丁香、大黄、甘草、天仙子的提取物,以及松脂、猪胆汁、薄荷油、脱水蒜粉等作为药用成份,并规定所有中草药需经本国医生开具处方后,才可购买或出售,药商经营的中草药在上市前需向 FDA 申请许可,并通过严格的动物试验和三个阶段的人体试验。加拿大也禁止含汞、铅、砷、砒霜等重金属或有毒物质含量超过该国规定的中药销售。马来西亚、新加坡、泰国规定中药中铜的含量必须小于 150ppm,铅小于 20ppm,汞小于 0.5ppm,砷小于 5ppm。香港、日本、韩国均对这方面有着严格的规定。

药品包装和说明书不规范。药品的包装和说明书是药品作为商品的组成部分,而中国出口中药包装差,印刷水平低,说明书不规范,包装材质差,不能反映药品的药理、毒理、有效成份、安全指标等内容,说明书“说而不明”,造成医生、患者、商人诸多不便。

中药剂型落后。我国传统中药的剂型无非是丸散膏丹及汤剂,这对于西方人来说无法接受,而且对于生活节奏逐渐加快的华人也有诸多不便之处。

动物药问题。自从中国在 1995 年 5 月加入《濒危野生动物植物国际贸易公约》组织后,虎骨、犀角等动物药已禁止使用,但由于各国对我国中药的成见,动物药问题对我国中药出口的负面影响很大。

二、原因分析

(一) 国际市场竞争激烈 日本和韩国近年来加大了开拓国际中药市场的力度。日本对中药采取“兼蓄并用、自成体系”的方针,声称要使日本成为传统医药的中心,其汉药年生产总值 1995 年已超过 1000 亿日元,仅津村“顺天堂”1 年的产值就相当于我国中药产品的年出口总额。此外日本凭借其科技资金

优势,在新的中药制剂开发方面取得了显著的效益,如救心丸、津村柴苓汤等成功地打开并占领了国际市场。日本的牛黄清心丸、正露丸、SENVIN 针灸针畅销英美。而韩国采用拳头产品战略,近年来中药材、中成药出口额增长很快。另外,西方一些大医药公司纷纷设立天然药物部,积极开发中药制品。德国施瓦贝公司生产的银杏制剂销售额已达 5 亿美元。不仅如此,许多国家甚至出口中药到我国。新加坡是东南亚第一个向我国出口中成药的国家,1993 年新加坡向我国出口中药材 7 吨,金额为 170 万美元。而一些来自第三世界的国家,如印度、墨西哥等利用其成本低的优势,在中药国际市场上也崭露头角。

(二)我国中药出口秩序混乱 外贸体制改革以来,我国外贸公司急剧增多,形成了多渠道出口的局面。各个地方外贸公司、具有自营进出口权的中药生产企业各自为政、相互压价,导致供求关系急剧变化,价格出现大起大落,多年来多头销售、缺乏管理问题一直困扰着我国中药出口的良性增长。

(三)忽视中药的研究开发 国内中药厂家、科研院所对中药新药的开发投入不多,而日、美、欧的一些药厂,35%以上的职工是从事新药的研究开发的。同时,我国对中医中药的保护政策,造成了国内厂家长期依赖国内市场的心理。开发疗效显著、安全稳定的新药的力度不够,利用现代高科技改进中药包装、改进中药剂型的投入不足,利用现代医学原理来研究中药药理的步伐不大,这就势必影响中药走向现代化,走向国际化的进程。

此外,出口退税缓慢、退税率的降低、东南亚金融风波等也影响了我国中药的出口。

三、应对策略

(一)加强中药质量管理 加强出口中药的质量管理,可在药材的生产区建立无公害药材生产基地,抓好药材在原产地的采收、加工工作,解决中药材、中成药的农药残留量和重金属超标问题。加强中药生产企业的

GMP 建设,以规模生产,创规模效益。

我国建立了出口中药产品质量注册和检验放行制度,并于 1996 年 5 月 1 日起生效,规定出口的中药产品及其生产企业须获得国家中医药管理局核发的质量注册证书,中药酒、片仔癀、白药、蜂王浆制剂和其它中式成药必须有商检部门实行检验,检验合格后方可出口。加强中药质量管理已成为促进中药出口的首要途径。

(二)资产重组,走规模经营之路 至 1995 年底,全国已有中药制药厂 940 家,但整体经济实力差,亏损面很大,无法在竞争激烈的国际市场中立足,唯一的出路是利用收购、兼并、参股、联合、出售转让、破产拍卖等方式引入现代企业制度,成立强有力的综合性大企业集团,走规模经营之路。江苏省医药保健品进出口公司与江苏省土产进出口公司、江苏省针棉织品进出口公司共同组建的江苏汇鸿国际集团,利用强强联合,在医药外贸行业率先迈出“资产重组”的步伐。

目前,应抓住当前的大好机遇,针对我国中药企业数量多、规模小和低水平重复生产的特点,以骨干企业为核心,围绕龙头产品,通过资产重组、强弱兼并、强强联合等途径,发展大型企业和企业集团,把“小、散、低”的粗放型企业变成能参与国际市场竞争的“航空母舰”。

(三)大力推广代理制 随着外贸经营权由审批制向登记制的过渡,越来越多的生产企业、科研院所,甚至个人将获得外贸经营许可权。随着我国国内市场的进一步开放,外资企业将不可避免地进入我国的外贸领域,国内首家中外合资外贸公司——中韩合资兰生大宇公司已在上海成立。我国的中药出口贸易将形成多元化、分散化的贸易格局。

要改变我国中药出口“小、散、乱”的格局,充分利用工贸双方的优势,就必须大力推广外贸代理制。外贸代理是一种国际通行的贸易方式,在国际贸易活动中被广泛采用。

经过几十年的积累,特别是改革开放以来,医药外贸公司在人才、国际营销、贸易渠道、商业信息等方面已形成了自己的优势。一些较大型的外贸公司在国际化、集团化、规模化方针的指导下,已具备了一定经济实力,并且一些品牌已得到国际的承认。而中药生产企业在扩大出口方面也具有自身的优势,主要体现在新产品的开发和技术的应用、改进等方面,并拥有自己适销对路的拳头产品。利用工贸双方各自的优势,可以减少生产企业交易成本,实现产销结合,直接面向国际市场,提高国际竞争力。

(四)优化中药出口产品结构,促进出口市场结构合理化 继续利用现代化仪器及分析方法,进行中成药在安全性、质量标准 and 功效方面的研究,逐步实现中药的现代化。以市场为导向,加大投入资金,开发新药,促进中药产品的升级换代,增加中药出口产品的附加值,优化中药产品结构。天津天士力制药有限公司在这方面率先取得突破。该公司研制生产的复方丹参滴丸于1997年12月正式通过FDA预审,FDA同意复方丹参滴丸按美国的新药管理程序,以天然复方混合剂的形式直接进入新药II~III期临床研究,这标志着中国的第一个复方中成药获得了FDA具有国际权威的药品管理部门的认可,表明我国中药从真正意义上实现了走向世界“零”的突破。

加大开拓新市场的力度,今后我国中药出口应在传统市场的基础上,积极开拓欧洲、非洲、中东等地区的中药销售市场。非洲市场对产品没有配额限制,而中国的药品价格与当地从西方进口的药品价格要差10倍以上,中药出口具有很强的竞争力。阿拉伯国

家对中药的需求量也不断增加,1991~1995年中东地区中药的年销售额已将近50亿美元,这对我国中药出口来说是一个重要的契机。

(五)加强中药现代化研究,寻找中药走向世界的突破口 在传统中医理论指导下合理用药是中医治病的原则,但正由于这个原因,导致我国中药出口的局限性。因此,要扩大我国的中药出口,就必须改变思路,加强中药现代化研究,包括传统中药加工模式的改革,中成药剂型的改进,深入对中药发挥作用的物质基础及作用机理的研究等,努力促进中药走向世界。我们可用现代医学术语来说明中药的功效、主治及作用原理等,使广大外国医生及患者也能使用中药,这样才有可能使中药进入各国的主流社会,扩大中药的国际市场,在近期内获得重大突破。

另外,我们知道中药申办FDA认证手续可以采用5种形式,即食品、健康食品、营养补剂、国家药品验证号、国家新药等。近期,我国中药进入国际市场可以营养补剂(Dietary Supplement)为主要突破口进行相关工作,这种做法优点是投资少,在短期内可以多品种、大批量出口,并可在世界各国扩大中医药的影响,使各国医生及患者逐渐熟悉并接受中药,为以后更大规模的中医中药出口奠定基础,而且可为将来申请处方药或非处方药(OTC)作好准备。

参考文献

- [1]邱希淳,王志华.谁代理谁——推行外贸代理制的几点思考.国际贸易,1997;2:8
- [2]邱希淳,徐旭,刘速,等.论在我国推行外贸代理的紧迫性及相关的政策环境(上).国际贸易问题,1996;10:1
- [3]李连达.中药现代化与走向世界.中国中医药信息杂志,1997;4(11):3