

# 中国医药开拓俄罗斯市场的现状及建议

陶 丽

早在1995年,中国药品就已正式进入俄罗斯市场。迄今为止,在俄罗斯各地药品质量监督机构注册的有70多个品种,如“三九”、“天士力”和“鲁抗”等企业的药品。在俄罗斯,销售最好的药品是三九胃泰、华佗再造丸和虫草胶囊等。

俄罗斯对药品进口没有设置苛刻的障碍和关税壁垒。外国药品只要在俄罗斯有关药品质量监督机构注册,按照俄罗斯海关局制定的药品进口规定办理通关手续,即可进入俄罗斯市场。

## 一 俄罗斯医药市场概况

对中国制药商而言,俄罗斯市场独具挑战和机遇。不良习惯在俄罗斯并不鲜见,吸烟和酗酒更为普遍。根据专家分析,俄罗斯70%的男性和30%的女性吸烟,每年有27万人死于由吸烟引起的疾病。俄罗斯青少年吸烟也名列全球第一。种种不良习惯导致心血管疾病高发,每年因心血管疾病致死的人数约为140万。据有关数据,俄罗斯人类免疫缺陷病毒(HIV,是导致人类感染艾滋病的一种病毒)感染者达240万。上述状况为医治肺病、肿瘤和肝病以及降胆固醇、降压和抗HIV药物的销售提供了机会。

近几年,俄罗斯医药产业发展缓慢,生产能力不能满足药品需求:不仅原料主要依靠进口,成品也远远不能满足国内实际需要。据中国医药保健品进出口商会市场开发部专家介

绍,俄罗斯现有1000多家药厂,但由于不能在规定时间内完成药品生产质量管理规范(GMP)认证,相当多的企业面临停产或倒闭。在俄罗斯远东地区,进口药品占据了80%的药品市场。在新特药中,进口药品所占的比重更大,而这些畅销的进口药品主要来自波兰、德国、奥地利和保加利亚等12个国家。据了解,目前在俄罗斯销售量非常大的药品有:安乃近、阿司匹林、对乙酰氨基酚、氨茶碱、无水茶碱、布洛芬、咖啡因、红霉素、氯霉素和维C等。俄罗斯市场对治疗高血压、心脏病、肾病和肝胆病等药品、医疗器械和制药设备的需求很大。目前,俄罗斯主要从西方大量进口药品,价格较高;而中国生产的普药质优价廉,在俄罗斯市场具有一定的竞争优势。

中国医药产品进入俄罗斯的门槛较低,加上中俄相继举办“国家年”、“语言年”和“旅游年”,中国医药企业拓展俄市场的大好时机已经到来。据估计,俄70%~80%的药品需要进口。俄决定加快“重要战略意义”药品的国产化,但俄本国制造商即便在专利到期后仍须从外国公司购买生产某些通用名药物所需的许可证。这首先要解决的是资金问题,因为俄生产企业往往面临着严重的财务困难。

## 二 中国医药在俄罗斯市场的情况

2010年,中国对俄罗斯医药贸易额继续增

作者单位:吉林省社会科学院俄罗斯研究所。



长,进出口总额为6.75亿美元,同比增长32%。其中出口再创新高,为6.3亿美元,同比增长39%。

中国西药类产品对俄罗斯出口额为3.84亿美元,同比增长33%。其中,西药原料仍是对俄出口的主要品种(以氨基酸类、抗生素类和抗感染类为主),比重为50%以上;出口额为3.31亿美元,同比增长29%。

中国植物提取物对俄罗斯出口增幅很大,出口额为339.45万美元,同比增长284.64%,成为近几年中药类产品出口的新亮点。据了解,由于一些企业出口未按植物提取物的编码报关,中国植物提取物对俄罗斯出口实际金额远不止于此。

俄罗斯是中国医疗器械的主要出口国。近年来,中国医疗器械对俄出口增速加快。2010年,其出口额为2.38亿美元,同比增长48%。其中,附加值较高的医院诊断与治疗设备的出口异军突起,出口额首次突破1亿美元大关,同比增长59%。随着医疗保健体系的进一步完善和医疗机构设备的不断更新,俄罗斯对中国医疗器械的需求还会进一步增大。

中国医药企业开发俄医药市场也面临很多困难。俄药品市场发展迅速,但也动荡多变。除了其他行业经常碰到的困难外,中国医药企业可能还会遇到行业的特殊问题,如中药尚未在国际药典注册。俄有关法律规定,在国际药典没有注册的药品须在俄境内进行临床试验,周期为药品的有效期。因周期长、费用高,一般中小企业难以承受。这个问题成为中国医药开拓俄医药市场的主要障碍。

造成中国医药及其企业注册难的主要因素有:

第一,中国企业往往不能提供完整全面的文件或不能及时提供相关资料。

第二,进入俄罗斯医药市场的药品与注册时提供的药样不符,质量差异较大,常被俄罗斯有关部门在药品抽查中发现并罚没。

第三,俄罗斯对中国企业的认知度不够,不了解中国医药企业的真正实力,对中国医药

业的认识仅仅停留在中医和中药材上。

第四,中俄关系解冻后,自发无序的边境贸易一拥而上,许多伪劣产品进入俄罗斯,使中国产品(包括药品)声誉受损。

### 三 开拓俄罗斯市场的建议

第一,中国医药企业不能总是抱着有了客户再注册的想法,应抓住机会先行注册产品,以取得进入俄罗斯市场的通行证。

第二,在不违反俄罗斯法律的情况下,中药保健品的营销可以采取直销的方式进行。

第三,建议由有实力并愿意开拓俄市场的中国厂家和商家自愿组成合作实体,有计划、按品种地在俄申办许可证。这样既能防止伪劣药品影响俄市场,又可树立中国民族医药品牌,为进一步扩大出口规模埋下伏笔。

第四,建议与俄药品生产企业合资、合作或收购俄药品生产企业,充分利用俄现有的各种资源,尽快投入药品生产。这样既能降低药品成本,又可绕过药品注册环节,从而加快药品进入国际市场的速度。

第五,利用俄许多地方都设有与中医相近的民族传统医疗机构的优势,中国企业应通过民间渠道,向俄罗斯推广中国的针灸推拿技术及传统医药器械。只要疗效确切、价位适宜并在民间享有信誉,这些技术和器械就可起到促进中国药品和保健品早日进入俄医药市场的积极作用。

应该说,中国药品在俄消费者中已有一定的市场基础,一些中药已打入俄市场,并受到俄居民的高度评价。而且,与其他国家同类产品相比,中国药品和保健品在价位上占有很大优势,巨大的利润空间理应成为推动中俄两国药品经销商共同开发俄医药和保健品市场的动力。目前,中国药品和保健品尚不能通过正常贸易渠道大批量供货。尽管如此,中国药品和保健品仍对俄医药经销商具有强大的吸引力。

(责任编辑:高德平)