

doi:10.13582/j.cnki.1672-7835.2015.05.013

中药企业竞争力变化趋势分析与启示^①

——基于贵州信邦制药股份有限公司的数据

万颖^{1,2}

(1. 中南大学 商学院, 湖南 长沙 410083; 2. 湖南中医药大学 党政办, 湖南 长沙 410208)

摘要: 基于科学性、客观性和动态性原则, 从中药企业竞争力的外部源泉和内部源泉两方面构建变量体系, 并以贵州信邦制药股份有限公司近6年数据为例, 借助主成分分析法对上市前后信邦制药的竞争力变化趋势进行动态分析。结论表明, 信邦制药整体竞争力与外部环境竞争力都呈现上升趋势, 但内在要素投入竞争力呈现波动起伏的状态。基于此, 中药企业要提升竞争力, 必须加强产品质量管理, 夯实企业研发能力, 促进销售额稳步增长, 提高企业的盈利能力。

关键词: 中药企业; 竞争力; 变化趋势; 启示

中图分类号: F831 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-7835(2015)05-0073-07

On the Changing Trend of the Chinese Medicine Enterprises' Competitiveness and Its Enlightenments: Based on the Data of Guizhou Xinbang Pharmaceutical Co. Ltd.

WAN Ying^{1,2}

(1. School of Business, Central South University, Changsha 410083, China;

2. General Administration Office, Hunan University of Chinese Medicine, Changsha 410208, China)

Abstract: Based on scientific, objective and dynamic principles, this paper builds the related variables from exterior sources as well as interior sources of the Chinese medicine enterprises' competitiveness, and conducts a dynamic analysis of the changing trend of its competitiveness before and after Guizhou Xinbang Pharmaceutical Co. Ltd. has been listed by using the Principal Component Analysis and its data in the past 6 years. The conclusions indicate that the entire competitiveness and the exterior environment competitiveness of Guizhou Xinbang Pharmaceutical Co. Ltd. are constantly on the rise, while its internal factor inputs are fluctuating. Thus, provided the Chinese medicine enterprises improve their competitiveness, they need to foster the product quality, improve the research and development ability, promote a steady rise in sales, and enhance the profitability of the enterprises.

Key words: Chinese medicine enterprise; competitiveness; changing trend; enlightenment

随着国家对中药重视程度和普通民众对中药接受程度的不断提升, 我国中药行业的规模日益扩大, 中药企业在整个医药经济中的地位越来越凸显。与此同时, 中药企业之间在市场占有率、研发能力、产品质量、企业基础等方面的竞争也日趋激烈, 到底有哪些因素影响着中药企业竞争力, 这个是业界普遍关

① 收稿日期: 2015-01-19

基金项目: 国家社科基金重点项目(13AJY015)

作者简介: 万颖(1984-), 女, 湖南长沙人, 博士研究生, 主要从事工商管理研究。

注的热点问题。对具体中药企业而言,要培育其竞争力,需要认清其竞争力变化的趋势,明确竞争力形成的内在机理,关键就是对其竞争力变化的因素开展分析与论证。本文选取上市公司——贵州信邦制药股份有限公司为例(以下简称信邦制药),通过获取其上市前后竞争力相关变量的数据(选取2007~2013年的数据,公司于2010年上市),运用主成分分析法对信邦制药的竞争力演变趋势做一个比较,一方面阐述信邦制药竞争力发展趋势,另一方面,分析其上市前后竞争力演变过程及其对中药企业发展的启示。

1 中药企业竞争力变化趋势分析的变量选择

1.1 文献回顾

企业竞争力变化有其内在的动力,也有外部的推力^[1]。国外企业竞争力研究可为分析中药企业竞争力变化趋势提供借鉴。马歇尔(Marshall A, 1925)认为提升企业技术研发能力对增强企业竞争力有着重要影响。张伯伦(Chamberlin E, 1933)和罗宾逊(Robinson, 1934)认为质量管理、流程优化对企业竞争力塑造的重要源泉^{[2]1-2}。佩罗丝(Penrose E, 1959)、沃纳菲尔特(Wernerfelt B, 1984)、巴尼(Barney J B, 1991)认为企业资源整合能力和企业规模效率的提升对增强企业竞争力构成强有力的影响。波特(Poter, 1990),蒂斯(Teece D T, 1997)则提出企业竞争力塑造离不开外部推力的支撑,如有利的政策和机遇等,也离不开内部的动力促进,如科学的架构和良好的公司治理等,普拉哈拉德(P rahalad C K)和哈默(Hamel G)提出了核心竞争力观点,认为企业价值塑造、企业文化等是打造其核心竞争力的重要因素^[3]。国外企业竞争力研究的相关文献对中药企业竞争力变化趋势有一定的启发,即中药企业竞争力的变化是内部因素和外部环境共同作用的结果,因此,在分析中药企业竞争力变化趋势过程中,需要综合考虑中药企业竞争力变化所依赖的内外部因素(变量)。

在国内,一些中药行业的实践者和理论研究者专门就中药企业竞争力的来源和变化趋势展开过研究。一方面,在中药企业竞争力评价指标选择方面,中国医药企业竞争力研究课题组(2003)从规模竞争力、市场竞争力、经营管理竞争力、技术与创新和持续发展能力等五个方面考察中药企业竞争力;南方医药经济研究所每年推出的中国医药企业核心竞争力模型,采用目前国际上比较通行的TOPSIS法作为分析手段,遴选出规模竞争力、效益竞争力、成长竞争力、创新竞争力这四个维度的指标;肖峻(2003)构建了规模竞争能力、科技创新能力、市场能力、企业管理能力和企业影响力等中药企业核心能力评价体系;和君咨询集团构建了产业维度、管理维度和资本维度的三维度测度模型来评价医药企业竞争力^[4]。许方球(2010)从中药企业资源竞争力、知识竞争力、能力竞争力、环境竞争力等方面构建评价指标体系^[5]。另一方面,在中药企业竞争力评价方法方面,汪启航(2009)运用SWOT分析方法定性探讨了中国中药企业竞争力,尤其是科技创新和自主知识产权竞争力^[6];罗爱静,尹瑾(2010)则专门就中药企业自主知识产权创造能力和专利获取能力分析比较了各个实验区中药核心技术分布现状和发展程度^[7];也有一些专家运用定量的研究方法对中药企业竞争力展开实证评价,如肖峻(2003)运用模糊数学法综合评价了中国中药企业核心能力;许方球(2010)运用TOPSIS方法,选取20家中药上市公司财务数据就其竞争力展开了测评;刘彦昆、侯志红(2011)运用层次分析法对中药企业的品牌竞争力进行评价^[8];陈锋、杨俊(2011),冯仁涛、张庆、余翔(2013)等运用相关分析或回归分析相结合的方法,对影响中药企业竞争力的因素展开了实证分析^[9]。

借鉴学者的研究成果,可以看出,中药企业竞争力分析已经有了一定的基础,但是仔细梳理来看,学者们主要也是借鉴企业竞争力评价的一些指标体系来构建中药企业竞争力评价指标体系,并没有形成一个较为统一的评价指标,本研究试图从企业竞争力的源泉出发,从影响中药企业竞争力变化的外部来源和内部来源两个层面选取一些变量,构建变量体系,运用主成分分析法判断中药企业竞争力的变化趋势。

1.2 变量选择

从前面的分析可知,学术界关于中药企业竞争力来源、评价分析已具备一定基础,本研究在借鉴前

期成果的基础上提出,衡量中药企业竞争力变化趋势的变量选择必须基于以下三个原则。一是客观性原则,力求选择一些能客观衡量中药企业竞争力变化趋势的变量,尽可能避免主观性因素的影响,如考察中药企业规模、研发投入、盈利能力以及市场占有率等方面变化的趋势及对竞争力的影响,以提高中药企业竞争力变化趋势分析的针对性和客观性。二是动态性原则,中药企业竞争力变化是一个复杂的动态过程,因此,其变量选取必须具有动态性,本研究将选择时间序列数据,从信邦制药上市前后各取三年数据,即2007~2013年的数据,以动态评价其竞争力的变化趋势。三是科学性原则,中药企业竞争力变化趋势还要全面系统地考虑中药企业自身的特点,如从政策的支持、技术的投入以及资源供给的保障性等因素考虑,以提高评价的科学性。基于上述原则并考虑数据采集的可行性,本文从中药企业竞争力变化的外部来源和内部来源两个方面选择具体的变量来构建评价变量体系,如表1。

表1 中药企业竞争力变化趋势的变量体系构建

竞争力来源	变量分类	具体变量	代码	变量含义及取值
外部来源	政策制度	政府的财政扶持力度	X ₁	反映各级政府是否对信邦制药公司发展给予的财政扶持,以扶持力度大小来衡量。很强=5,较强=4,一般=3,较差=2,很差=1。
		社会支撑度	X ₂	反映信邦制药成长过程中其社会地位的变化,如企业员工获得的劳动奖章、技术奖励、社会地位变化等情况,以支撑度的大小来衡量。支撑力度很大=5,支撑力度较大=4,支撑力度一般=3,支撑力度较小=2,支撑力度很小=1
	社会文化	企业所在地中药文化底蕴	X ₃	从当地中药企业文化底蕴溯源的情况,以中药生产和普及的文化底蕴深厚来衡量。很深=5,较深=4,一般=3,较弱=2,很弱=1。
	资源环境	企业所在地原材料与技术供应情况	X ₄	反映信邦制药自身原材料供应的保障能力,从原材料供应保障性强弱来衡量。很强=5,较强=4,一般=3,较弱=2,很弱=1。
内部来源	企业基础	企业规模	X ₅	分析信邦制药总资产额变化,以总资产额增长率来衡量。
		生产要素情况	X ₆	综合信邦制药各类要素配置的效率,以净资产收益率来衡量,即净利润除以平均资产总额。
	研发能力	企业年度科研投入	X ₇	以信邦制药投入研发的费用占公司年度投入的比例来衡量,取百分比形式。
		企业技术人员所占比例	X ₈	以信邦制药技术研发人员所占公司员工总数的实际比例为衡量标准。
	产品质量	顾客价值获取	X ₉	用来反映患者使用信邦制药产品的满意程度。以信邦制药产品与品牌对消费者的附加值提高和影响消费者购买的可能性大小来衡量,很高=5,较高=4,一般=3,较低=2,很低=1。
		产品疗效	X ₁₀	根据信邦制药在医院反馈的疗效好到差来衡量。很好=5,较好=4,一般=3,较差=2,很差=1
市场营销	市场占有率	X ₁₁	按照信邦制药统计的年度市场占有率情况来衡量,取其占有市场的比率。	
	盈利能力	X ₁₂	以信邦制药的销售净利率来衡量,即净利润除以销售收入。	

注:涉及到实际数据或比率衡量的,用百分比表示。

从上述选取的中药企业竞争力变化趋势分析选择的变量来看,(对变量含义和赋值标准已经做了说明,不再对上述变量逐一予以解释)。其中,政府的财政扶持力度、社会支撑度、企业所在地中药文化底蕴、企业所在地原材料与技术供应情况、产品疗效、顾客价值获取等变量数据通过走访信邦制药公司高层、行业专家、资深证券分析师和主流财经媒体记者,用深度访谈和问卷结合的方式,获取数据,而企业规模、生产要素情况、企业年度科研投入、企业技术人员所占比例、市场占有率、盈利能力等数据则通过对信邦制药开展具体的调研,在调研数据中综合提取。

在选取变量后,对研究的方法和思路做一个简述,具体研究思路是:利用主成分分析法动态比较上市前后信邦制药的竞争力变化趋势。鉴于主成分分析法在国内运用得较多,本文仅对方法运用的步骤

做简要说明。第一步,搜集变量的原始数据,并进行标准化处理;第二步,计算标准化处理后数据的相关系数矩阵;第三步,选择对信邦制药竞争力变化影响较强的主成分,并列主成分表达式^{[10]42-43};第四步,计算主成分得分,并依据得分的数据,结合主成分本身赋予的含义,展开对信邦制药竞争力变化趋势的研究分析,并阐述这一趋势产生的成因。

2 上市前后中药企业发展的演变趋势分析过程

2.1 原始数据采集与相关分析

本文根据中药企业的竞争力变化趋势变量体系,选取12个反映中药企业上市前后竞争力变化的相关数据,即2007~2013年信邦制药的统计数据,鉴于信息披露保密问题,本文不对原始数据进行展示,仅对数据间的相关系数矩阵展开分析,如表2所示。在完成数据采集后,本文运用统计软件SPSS17.0来进行分析,首先,对信邦制药竞争力变化趋势各变量的原始数据进行标准化处理。一方面消除量纲与数量级的不同,以获取标准化的数据供后续研究用;另一方面,借助相关系数分析法获取相关系数矩阵,分析变量之间的关系,以消除各变量之间的共线性,通过主成分分析,减少变量的个数。

表2 相关系数矩阵

变量	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
X1	1.000	0.540	0.665	-0.059	0.231	0.382	0.564	0.110	0.364	0.471	0.459	0.474
X2	0.540	1.000	0.907	0.382	0.026	0.707	0.943	0.213	0.858	0.764	0.921	0.893
X3	0.665	0.907	1.000	0.495	0.027	0.642	0.975	0.041	0.835	0.891	0.943	0.935
X4	-0.059	0.382	0.495	1.000	0.299	0.540	0.502	-0.068	0.702	0.750	0.613	0.573
X5	0.231	0.026	0.027	0.299	1.000	0.000	-0.060	-0.402	0.060	0.056	-0.081	-0.179
X6	0.382	0.707	0.642	0.540	0.000	1.000	0.665	0.648	0.910	0.810	0.752	0.767
X7	0.564	0.943	0.975	0.502	-0.060	0.665	1.000	0.145	0.848	0.855	0.982	0.971
X8	0.110	0.213	0.041	-0.068	-0.402	0.648	0.145	1.000	0.325	0.161	0.228	0.292
X9	0.364	0.858	0.835	0.702	0.060	0.910	0.848	0.325	1.000	0.937	0.912	0.900
X10	0.471	0.764	0.891	0.750	0.056	0.810	0.855	0.161	0.937	1.000	0.902	0.906
X11	0.459	0.921	0.943	0.613	-0.081	0.752	0.982	0.228	0.912	0.902	1.000	0.992
X12	0.474	0.893	0.935	0.573	-0.179	0.767	0.971	0.292	0.900	0.906	0.992	1.000

从表2的相关系数矩阵分析可看出,选取的社会支撑度与企业所在地中药文化底蕴等变量之间存在着极其显著的关系,同时,产品疗效、市场占有率与盈利能力等变量之间直接的相关性也比较强,说明这些变量之间存在信息上的部分重叠。因此,需进行主成分的选取,以进一步提炼出反映信邦制药竞争力变化趋势的主要变量。

2.2 主成分提取

主成分提取原则为其对应特征值大于1的前m个主成分。特征值可被看成是对主成分影响强度大小的变量,若特征值小于1,说明该主成分的解释力度还不如直接引入一个原变量,因此,一般用特征值大于1作为选择基准。通过SPSS17.0软件进行因子分析,并借助方差分解主成分提取分析,得到3个主成分(如表3),即m=3。说明有3个主成分对信邦制药的竞争力变化趋势作用较大。同时在进行因子分析的过程中,得到各因子得分系数。

从表3(各因子得分系数矩阵)可知,社会支撑度、企业所在地中药文化底蕴、企业所在地原材料与技术供应情况等变量在第一主成分上有较高载荷,说明第一主成分基本反映了这些变量的信息,而从第一主成分代表的这些变量的名称和含义来看,可以将第一主成分代表的信息用“信邦制药外部环境竞争力变化趋势”来表述;政府的财政扶持力度、企业年度科研投入、生产要素情况、企业技术人员所占比例等变量在第二主成分上有较高载荷,说明第二主成分基本反映了这些变量的信息,可以将第二主成分代表的信息用“信邦制药内在要素投入竞争力变化趋势”来表述;企业规模、顾客价值获取、产品疗效、

市场占有率、盈利能力等变量在第三主成分上有较高载荷,说明第三主成分基本反映了这些变量的信息,可以将第二主成分代表的信息用“信邦制药内在能力竞争力变化趋势”来表述;因此说,从主成分分析过程中提取的三个主成分能基本反映全部变量信息,故考虑用三个新变量代替原来的 12 个变量。

表 3 各因子得分系数矩阵

	成份		
	1	2	3
政府的财政扶持力度	0.540	-0.720	0.126
社会支撑度	0.916	0.000	-0.204
企业所在地中药文化底蕴	0.946	0.151	-0.242
企业所在地原材料与技术供应情况	0.656	0.380	0.521
企业年度科研投入	0.007	0.804	0.033
企业技术人员所占比例	0.228	0.840	-0.280
企业规模	-0.173	0.038	0.956
生产要素情况	0.113	-0.834	0.279
顾客价值获取	0.221	-0.013	0.957
产品疗效	0.149	0.116	0.947
市场占有率	0.002	-0.014	0.980
盈利能力	-0.016	-0.107	0.975

2.3 综合测量模型构建

这三个新变量的表达不能从输出窗口中直接得到,需将其特征向量运用 SPSS 描述性功能进行求解,与标准化后的数据相乘,然后得出主成分表达式用以计算三个主成分的得分值。三个主成分的表达式如下:

$$F1 = 0.193ZX1 + 0.327ZX2 + 0.338ZX3 + 0.234ZX4 + 0.003ZX5 + 0.081ZX6 - 0.062ZX7 + 0.040ZX8 + 0.079ZX9 + 0.053ZX10 + 0.001ZX11 - 0.006ZX12$$

$$F2 = -0.564ZX1 + 0.01ZX2 + 0.118ZX3 + 0.298ZX4 + 0.630ZX5 - 0.219ZX6 + 0.03ZX7 - 0.653ZX8 - 0.01ZX9 + 0.091ZX10 - 0.011ZX11 - 0.084ZX12$$

$$F3 = 0.114ZX1 - 0.185ZX2 - 0.219ZX3 + 0.472ZX4 + 0.03ZX5 + 0.761ZX6 + 0.867ZX7 + 0.253ZX8 + 0.867ZX9 + 0.858ZX10 + 0.888ZX11 + 0.884ZX12$$

同时,通过上述三个新变量,代入经标准化处理的数据可以计算三个变量的得分值,然后以每个主成分所对应的特征值占所提取主成分总的特征值之和的比例作为权重计算主成分综合模型,得到综合模型如下:

$$F = 0.068ZX1 + 0.219ZX2 + 0.241ZX3 + 0.271ZX4 + 0.102ZX5 + 0.113ZX6 + 0.058ZX7 - 0.042ZX8 + 0.155ZX9 + 0.151ZX10 + 0.1ZX11 + 0.084ZX12$$

3 上市前后信邦制药竞争力变化趋势的结果分析

根据提炼的三个主成分表达式可以反映信邦制药外部及内在竞争力变化的趋势,同时,主成分综合模型可计算信邦制药总体竞争力情况的主成分值,并按综合主成分值进行排序,即可得到上市前后信邦制药竞争力的变化趋势。基于此,将信邦制药竞争力变化趋势得到的分值进行比较(如表 4),并对上市前后信邦制药的竞争力变化趋势进行多角度综合分析。

从表 4 可以直接看出,从 2007~2013 年期间,信邦制药总体竞争力得分值是逐步提高的。信邦制药经过近 20 年的发展,立足于心脑血管、消化系统用药,无论是其经营规模还是市场占有率,甚至盈利能力都一直走在行业前列,已经成为名符其实的有较强实力的现代中药制药企业。上市以来,信邦制药的发展更是迈入了高速成长的快车道,可以预计,未来成长的空间还比较大。而将上市前后信邦制药竞

争力变化趋势的三个主成分得分比较,更是可以清楚地发现其竞争力变化演化轨迹和形成机理。

表4 上市前后信邦制药竞争力变化趋势比较

年度	F(总体竞争力 变化趋势)	排序	F1(外部环境竞争力 变化趋势)	排序	F2(内在要素投入竞 争力变化趋势)	排序	F3(内在能力竞争力 变化趋势)	排序
2007	-1.62	7	-1.380 76	7	0.576 81	3	-0.161 35	7
2008	-1.39	6	-1.041 37	6	-0.131 00	4	-0.623 26	6
2009	-0.91	5	-0.615 19	5	1.289 82	1	0.306 70	8
2010	0.85	3	0.377 79	4	1.104 27	2	0.764 41	7
2011	0.57	4	0.592 22	3	-1.175 15	7	1.495 84	3
2012	0.95	2	1.044 19	1	-0.846 70	6	1.626 44	1
2013	1.54	1	1.023 12	2	-0.818 06	5	1.155 89	2

从外部环境竞争力来看,信邦制药外部环境竞争力呈现一直上升的态势,这说明,外部环境十分有利于信邦制药的竞争力提升,进一步分析可以看出,影响信邦制药外部环境竞争力的因素当中主要有社会支撑度、企业所在地中药文化底蕴、企业所在地原材料与技术供应情况。尤其值得指出的是,这些因素当中的企业所在地原材料与技术供应情况因素对信邦制药的外部环境竞争力起了关键性作用,这是因为,近年来,信邦制药意识到了中药原材料基地建设的重要性,为了完善中药全产业链,提高中药材原料基地的附加值,重点进行了中药材原料基地的建设,如目前信邦制药已建成大方和罗甸中药材种植基地,并制订相应的质量标准确保中药材原料的质量与安全,不仅保障了信邦制药自身药品生产原材料的需要,同时,建立了罗甸固体制剂生产基地和贵阳注射剂生产基地。这些原材料基地建设和技术研发能力提升,让信邦制药能为市场提供优质可控的中药材、中药饮片,目前信邦制药的中药材基地已经成为公司新的利润增长点。

从内在要素投入竞争力来看,信邦制药的内在要素投入竞争力呈现波浪起伏不定的趋势,而影响要素投入竞争力的因素主要有政府的财政扶持力度、企业年度科研投入、生产要素情况、企业技术人员所占比例等因素。深入的分析认为,上市前信邦制药整体要素投入的力量要大于上市后,这是因为,上市前,地方政府对于信邦制药的扶持力度较大,尤其在资金投入和研发鼓励方面,信邦制药自身也意识到了研发投入对企业上市的重要性,因此,自身也加大了要素的投入力度,如增加了年度科研投入,引入了科研人才,同时,上市前信邦制药先后投入经费建立了“贵州省中药工程技术研究中心”、“贵州省企业技术中心”、“贵州省药物制剂工程研究中心”,围绕主导产品形成了自己的核心技术。上市后,尽管要素投入仍然在增加,但增加的幅度不如上市前大。因此,整体内在要素投入竞争力呈现出上市前高于上市后的趋势。

从内在能力竞争力来看,信邦制药的内在能力竞争力在上市前后都有所提升,但近一年来稍有下降。而在主成分反映的影响因素当中,市场占有率和盈利能力对信邦制药的竞争力构成最强的影响,恰恰是近两年这两大因素的增长速度减缓,使得近一年来信邦制药内在能力竞争力呈现出下降的趋势,以市场占有率为例,心脑血管类制药作为最大的用药类别之一,吸引了很多的药企投入,加剧了市场竞争的激烈性程度,与此同时,信邦制药的总资产周转率较低,2013年信邦制药的总资产周转率仅0.31,而同处于贵州的制药上市公司益佰制药却有着1.51的周转率^[11],这就说明信邦制药资产利用效率低,资产利用效率低反映了资金没能得到充分合理的利用,其内在的竞争力没有充分爆发出来。

4 启示与建议

从前面的分析,可以清楚地看出信邦制药上市前后企业竞争力的变化趋势。从总体上看,信邦制药一直以来企业总体竞争力都是呈现稳步上升的态势,与之相伴随的是其越来越优良的外部环境竞争力,并对中药企业竞争力提升产生至关重要的影响。但与此同时,信邦制药的内在能力竞争力却发生了稍许变动,这也正反映了中药行业内企业竞争开始迈入了一个新的阶段,信邦制药作为中药行业上市公司,也正面临着巨大的发展压力,亟需在产品创新、技术研发、市场开拓方面实现转型升级。因此,总结

上市后信邦制药公司的竞争力变化趋势,科学谋划新阶段信邦制药竞争力提升的对策,对信邦制药有着十分重要的现实意义与示范价值。笔者基于对信邦制药竞争力变化趋势分析结果,拟从以下几个方面提出提升中药企业竞争力的对策与建议:

一是要适应外部环境不断变化的需要,尤其是市场需求变化的需要,科学推动企业转型升级。中药行业是医药行业的一个重要组成部分,近年来,随着中药制剂和饮片技术的发展,市场得到了极大的发展,有很大的发展潜力和前景。因此,新阶段,中药企业的发展要综合考虑企业基础和国内外中药企业的发展态势,选择最适合企业发展,且自身最有条件、最有可能作为突破口的方向开展科研攻关与市场拓展^[12]。确定了突破口之后,还要适应中药企业所在药品领域内的发展规律,其中非常重要的一条就是必须适应产品市场需求的发展趋势,统筹抓好中药企业研发、生产、销售3个环节,着力提高企业自主创新能力和市场竞争力,不断推出市场适销的产品。

二是加大企业科技创新和研发力度。中药企业要打造核心竞争力必须整合整个企业的资源,加大研发力量投入,集中科研人员实施集约研发、联合攻关^[13]。当前一些中药企业自己设立的研发机构一般比较少,舍不得投入,搞研发的都只有几个人,尤其在疫苗领域很多企业搞代理销售为主,研发产品很少,难以形成强大的研发力量^[14]。但世界一流医药企业的发展经验告诉我们,企业必须打造自身的核心竞争力,这个核心竞争力就是创新与发展,创新必须依靠科技和研发,中药企业也是如此,要整合企业中医药研发力量,打造高水平的研发平台,以迅速提高整个企业的研发水平,加快提升企业的核心竞争力。要依托好的项目作为载体,充分发挥出中药企业的竞争力。

三是努力开拓市场,培育品牌,提升企业顾客价值。要充分挖掘自身产品的内在价值和效用,尤其是要加强中药研发和生产的标准化,弥补传统文化的国际差异,努力开拓国内外市场,并加强与国际医药行业跨国公司的合资合作,充分利用他们的销售渠道,不断提高产品在国内外市场的份额和品牌影响,以此提升企业顾客价值。

四是加强品质监管与盈利能力塑造。促进中药企业产品升级,逐步改变以药材和粗加工产品为主的局面,积极探索运用新技术、新工艺,把市场销路好的传统中药做成更易让大家接受的新产品,进一步扩大市场企业产品影响力,增强企业盈利能力。

参考文献:

- [1] 张进财,左小德.企业竞争力评价指标体系的构建[J].管理世界,2013(10):172-173.
- [2] Chamberlin, Edward H. The Theory of Monopolistic Competition[M]. Cambridge: Harvard University Press,1933.
- [3] Prahalad C K, Hamel G. The core competence of the corporation [J]. Harvard Business Review, 1990(6):89-98.
- [4] 肖峻.我国中药企业核心能力评价[D].北京:首都经济贸易大学,2003.
- [5] 许方球.基于FAHP的企业知识竞争力综合评价[J].学术交流,2010(4):125-129.
- [6] 汪启航.基于SWOT框架的中药企业专利战略分析[J].科技管理研究,2009(1):210-211.
- [7] 罗爱静,尹瑾.我国综合配套改革实验区中药企业核心专利技术发展研究[J].科技进步与对策,2010(6):76-80.
- [8] 刘彦昆,侯志红.中药企业品牌竞争力评价研究[J].商业经济,2011(12):70-72.
- [9] 陈锋,杨俊.全国知名中药企业专利产出与经济产出的相关性[J].中国实验方剂学杂志,2011(4):221-225.
- [10] 杜栋,庞庆华,吴炎.现代综合评价方法与案例精选[M].北京:清华大学出版社,2008.
- [11] 周晋兰,徐含璐.贵州医药上市公司财务分析[J].中国证券期货,2012(11):3-4.
- [12] 苑雅文.基于知识管理的中药企业竞争力提升路径[J].环渤海经济瞭望,2013(1):42-44.
- [13] 杨晓丹.智力投入对企业价值贡献的有效性研究[J].财经理论与实践,2014(1):91-95.
- [14] 韩培,胡运权.中药产业资源及提升竞争力的几个问题[J].国际经济合作,2006(8):24-25.

(责任校对 莫秀珍)