

## 摘要

本研究以國內外處方藥流通渠道建設和我國處方藥分銷渠道發展的歷程及現狀為背景，針對分銷渠道理論在我國處方藥流通領域的開展，及對我國處方藥流通業競爭能力提升的作用、方法等問題作了初步的探討。整個研究以處方藥分銷渠道為對象，從分銷渠道的相關概念、藥品市場分析、藥品分銷渠道特徵、歷史及現狀分析入手，針對處方藥的特殊性，在廣泛的文獻閱讀和訪談的基礎上，具體闡述了以提升銷量為目標的處方藥分銷渠道的設計規劃、管理及與政策之間的協調等幾方面的內容。開展本研究的主要目的是通過對分銷市場及一般渠道理論的瞭解，為我國處方藥分銷企業的渠道建設提出規劃策略建議和意見參考。

文章首先從分銷與營銷的區別入手，之後結合對藥品市場、行業特徵、處方藥流通歷史和現狀分析研究的基礎上，得出我國處方藥流通業面臨很大發展空間和良好的機遇，但也存在很大挑戰。

在此背景下，文章接下來具體分析了處方藥銷售如何規劃。在現階段，我國處方藥銷售的主要模式有總部—辦事處—區域分銷模式、獨家代理模式及多家代理模式。企業應根據自身狀況選擇合適的渠道模式。作者認為應該對廠家的產品因素、市場因素、企業自身因素、有關法律法規及本土化等方面進行全面考慮權衡之後，遵循科學的程序進行設計，并在實際中不斷優化、評估及調整。另外，隨著法制的完善和人民意識的提高，處方藥的電子商務不失為提升銷量的一個新方法。

在渠道管理方面。首先，分銷成員的管理是基礎，成員管理的重心在于選擇成員并以各種激勵培養渠道成員的忠誠度。其次，醫藥代表是藥品銷售的直接參與者，不僅代表著企業形象，而且對藥品銷售額的高低起著決定性的作用。因此，加強企業銷售隊伍的管理是提升銷量的一個重要研究方面。另外，目前物流管理在我國藥品分銷中尚屬薄弱環節，物流管理不僅直接決定商品價值和使用價值是否能順利實現，而且是企業提升銷量的有力手段。最後，竄貨是分銷衝突最基本、最重要的類型，做好竄貨的管理對於分銷管理至關重要。因此，本文從這四個影響銷量的關鍵控制點闡述了如何完善管理，提升銷量。

另外，醫藥分銷行業關乎人們生命健康，有著特殊的重要性。其分銷渠道受到一系列法律法規的約束和導向，分銷渠道的各個環節都要符合相關法律規定，參與分銷的各個企業都要取得相關的認證，不管是分銷渠道的設計還是管理都必須要重視政策法規的導向和約束作用。文章最後具體分析了提升銷量與藥品法、專利法、醫藥招標和醫療保險之間的關係。認為處方藥想從根本上提升銷量，首先需要符合藥品法的要求，不可因小失大。其次，要從根本上解決銷量問題，必須做到仿創結合，很好的利用專利法。此外，保持流通渠道的暢通，是提升銷量的重要因素之一。對於處方藥銷售企業來說，正確對待招標採購，採取恰當的策略，提高藥品的質量療效比，以規範的程序、適當的價格中標，才能保證處方藥順利進入醫院銷售。同時，爭取自己廠家的藥品進入醫保目錄，也大大有利于銷量的提升。

總之，由于我國特殊的處方藥銷售狀況，使得處方藥銷量的提升受到醫院数量和医院开发速度这两个發展瓶頸的制約，但有關醫院的發展不在本文的研究範疇之內。我們致力于從另一個方向研究如何跨越這兩個發展瓶頸，站在企業的角度上，以分銷渠道為研究對象，探討如何科學地規劃和管理，這在現階段是提升處方藥銷量的科學、快捷有效的方法之一，研究結果可供相關人員及企業決策參考。

關鍵詞： 提升銷量 處方藥 分銷 管理