



中国医药企业竞争力评估和战略选择

中国社会科学院 唐世平 (博士)

导 言

改革开放以来,我国的医药产业取得了长足的进步。但和西方发达国家相比,我国的医药产业仍是一个低集中度、低技术、低效率、低利润的产业。

我们只需要看一些简单的数字就可以感受到形势的严峻。新一轮兼并浪潮已经使如今整个发达国家的医药行业为不到二十家的大企业所控制,而到2000年底,全球的大型医药企业估计将剩下不到十家。这些企业1999年的销售额在70-300亿美元之间,利润在9-60亿美元之间(见附表一)。日益昂贵的新药研究开发(R&D)费用(每一个新药的研究开发需耗资1-5亿美元,耗时10-15年)使得这些企业每年必须将其年销售额的10-25%(其绝对值在7-60亿美元之间)投入到新药的R&D上,以寻找能赚取高额回报的药物,也就是所谓的“值10亿美元的分子(billion dollar molecule)”。

相比之下,我国如今有数千家制药企业,而我国目前最大的西药企业,华北制药厂1998年的总产值仅为31亿港币,利润为1.9亿人民币(2.3千万美元左右)。考虑到购买力的因素,华北制药的利润约合为4千6百万美元。在我国,即使考虑到购买力和其他因素,一个新药的开发仍需1-2.5千万美元左右。这样昂贵的费用,使华北制药无法承担这样的风险。如此,我国迄今为止还未能开发出一个真正的新药(New Chemical Entity, NCE)便很容易理解了。

在中药业,我国目前最成功的中成药企业,成都地奥1998年的总产值为7.2亿人民币,利润则和华北制药相当。如果以中药开发费用是西药开发费用的三分之一计算,在我国一个现代新中成药的开发费用仍将高达4-8百万美元。同样,我国的中成药企业也难以在新药开发上真正有效地投入资源。

某种意义上说,我国的医药产业正处在被两面夹

击的困境中。在一条战线上,我国的西药企业面临着跨国医药企业的围剿。在另一条战线上,传统的中成药越来越不适应现代生活的要求,而现代中成药业(mTCM)我国又远落后于日本和韩国。究其原因,我国的医药产业和其他许多产业一样,面临着过份分散的问题。过份分散的直接后果是:

A. 企业规模小,因而无法获取现代工业的规模效应。

B. 资源的严重分散使得我国的医药企业无法在生产技术和产品开发上进行真正意义上有效投资,因为高昂的R&D费用使得企业无法承担新药开发失败的风险。即使象华北制药这样的企业,其一年的利润也足够在两三个新药项目上赌一赌。

而一旦项目失败,企业就可能从此陷入危机。

B. 资源的分散也意味着人力资源的分散,从而造成了企业R&D能力的分散。在知识经济的时代,人的竞争是企业竞争的根本;没有一流的人才,便没有真正的R&D。资源的分散使企业无法凝聚一支高水平的R&D队伍。目前我国医药R&D主要仍在集中在院校和研究所,而许多企业的R&D只不过是徒有虚名,而相比之下,所有世界领先的医药企业均拥有自己的一流R&D能力。

C. 企业由于无法进行高水平的R&D,所以只能低水平重复。在西药行业,几乎所有的前六十名企业,均是生产抗菌素或维生素的。而其他类型的药物(比如高新抗癌药物),却几乎没有领先企业在生产。其结果是抗菌素和维生素供给严重过剩,利润率极低,反过来制药企业R&D能力的提高。

如果目前的状况在未来五到十年没有明显的改善,我国的医药产业极有可能在两条战线上均全线崩溃。可以毫不夸张地说,我国的医药产业如果没有一次大规模的重组,其在全球经济中的竞争和生存能力将是极其有限的。

如何评估企业的竞争力

面对医药产业的困境,我国的政府、专家、学者、企业管理人员已达成共识:即我国的医药产业必须经过一个大规模的重组,才能走出目前资源分散和竞争力低下的困境。但是,对于两个最关键的问题:即如何重组,和重组以后怎么办,却没有系统和科学的回答。

企业要重组,就要求企业首先对其自身的优势和缺陷有一个客观的评估,也就是说必须先“知己”。因为医药行业的特殊性,这里我们提出一个适合医药企业的企业竞争力评估方案,供大家参考。

我们认为,要评估一个医药企业的竞争力,必须考察以下几个方面:

A) 企业的经济状况。这一点包括总资产、净资产、负债、负债率、现金储备等。这一点是企业相对容易做到的。

B) 企业的管理经营水平。这一点包括总产值、销售产值、利润、利润率、生产经营用成本、资金回报率、企业决策水平、决策效率、决策执行效率。

C) 企业的产品竞争力。这一点包括企业主要产品市场占有率、和竞争者在关键市场上的优势、利润率、受专利或中药保护的品种多少、产品的地理覆盖率。

D) 企业的 R&D 竞争力。这一点包括企业本身的 R&D 能力(R&D 人员的总数、占整个职工的比例、R&D 人员的水平)、企业和研究单位的联系与合作、企业 R&D 的力量集中度、企业 R&D 的覆盖面、企业 R&D 的。

E) 企业的市场营销能力。这一点包括企业的市场营销人员数、营销网点数和覆盖率、营销模式、企业在主要市场上的知名度、企业主要产品在消费者中的知名度、顾客对企业产品的忠诚度。

F) 企业的潜在竞争力。这一点主要是指企业正处在 R&D 阶段的新产品的潜力、包括新产品的潜在市场大小、竞争对手的多少和强弱、新产品的优势。

评估后的战略选择

(一) 自身的战略选择

企业在对自身有了一个客观的评估后,就要考虑自己的战略选择。即:必须清楚什么样的企业是具有兼并其他企业的能力,而应主动出击的;什么样的企业是应该主动寻求买家的;什么样的企业是应该先改

善内部管理,以图能卖个好价钱或是买进的。其次,寻求兼并或合并的企业还必须对选择什么样的目标或伙伴有一个大的概念。

简单地说,竞争能力强的企业是应该主动出击的。

在规模和利润上均高于领先企业指标的平均值的企业是具有绝对竞争力的。这些企业都应主动寻求扩张。如西药业的深圳南方、山东新华/鲁抗、武汉红桃 K、扬子江,以及中药业,的七家企业(重庆太极、成都地奥、正大青春宝、通化东宝,吉林敖东,桂林三金、四川中汇)。

有规模但效益低下的企业(如白云山制药,东北制药集团,哈尔滨制药),管理是关键。这些企业必须首先迅速改变其经营状况,提高企业的相对竞争力,从而使企业能卖个好价钱甚至能日后买进其他企业。

那些效益好,但规模小的企业也应该主动出击,并购或相互合并,甚至主动寻求买主。那些规模不大但效益好的企业(比如通化金马),应利用自己的有利地位,相互并购或是否并一些有规模但效益相对差一些的企业。这些企业如能把握机遇,主动出击,就有可能成为领先企业。而如果毫无动作,则可能坐失良机。如漳州片子痂的市场价值就因其规模的缩小而下降了许多,实力也大打折扣。当然,这样的企业作为被兼并的对象仍极具吸引力,因为其利润率一直保持在极高的水平。

为此,我们的企业所有者和经营管理者都必须抛弃那种认为将企业卖了是丢人现眼的陈旧思想。实质上,把企业在其市场价值最高时卖出去不仅不是无能的表现,而恰恰是高瞻远瞩的表现。等到企业快要破产时,不仅想买都难,卖的价钱也肯定好不了。

这一切都意味着规模小而效益又差的企业是最需要主动寻求买主的。

(二) 选择合并伙伴和兼并目标

尽管每个企业选择合并或兼并的对象都应视其特殊要求而定,但选择目标的大思路应该是相似的。

通过我们对国外医药行业兼并的研究,接合我国的实际情况,我们认为不论是中药或西药,并购时选择目标或伙伴,除了考虑企业的业绩之外(比如,企业的利润率不错,但规模稍小的企业管理是兼并的首选),总的指导思想还要考虑下列几个因素:

A. 产品互补性。兼并或合并要么强化企业在某一两个领域中的优势,要么扩大产品范围。重组不仅要

看到企业目前的产品生命力，更要看到正处于开发阶段的新产品的潜力。因为西药行业的产品重复性很高，因此重组首先要考虑的是两个企业是否有互补的相对优势，比如一个企业在某一产品上的生产效率相对较低，而另一企业在该产品上的生产效率则较高。这样，合并后前者能将该产品的生产移交给后者，而前者则去开发新产品或是强化其它领域。

B. 管理和经营上的互补性。比如一个企业的 R&D 强，而另外一个企业则在市场营销上有优势。这种企业间的互补性可以说和产品互补性同样的重要。

C. 地理互补性。西药的原材料不大受地理限制，因此兼并应更多地考虑扩大产品覆盖率。当然，地理近也是一个有利因素，因为可以更好地协调合并后的经营，合并时遇到的地方主义阻力也会较小。

D. 企业管理文化的适应能力。合并后的企业应交给管理水平更高的一方来管理，而两个企业是否能相互适应对合并成功与否有极大的影响。在欧美的合并风中，合并后的企业如果效益不佳，大多数是因为合并后的企业不能迅速磨合，构筑新的企业文化。企业如果是合并而产生的，更需要重视这一点，因为合并许多情况下是平等的双方联手，但联手后谁是最高决策人却事关重大，一定要预先就确定下来。如果合并后的企业有两个最高决策人，且对企业的发展有不同的意见，合并就往往不太成功，比如花旗银行（Citi-bank）和旅行者集团（Traveler Group）。

中药企业在并购时，其总的指导思想和西药业大体相似，但有中药业的特殊性。中药业的产品分布明显具有地方性和特色性。这就是说，不同中药企业的产品更具有互补性（地理上的和生理上的），给企业的合并和兼并带来了更多的机会。中药企业并购的地理互补性包括两个方面：一是通过兼并扩大产品覆盖率；二是因为中药的原材料相对受地理限制更多，兼并可以使企业支配更多的原材料，利于开发出新的产品。

（三）跨国医药公司重组个案分析

八十年代末后，欧美的医药行业步入了一个大规模的合并和兼并时期。许多跨国巨型公司之间进行了合并，而稍小的医药公司不是被大公司兼并，就是为了生存起见，相互合并（见表四）。这样的结果是，不到二十家巨型医药公司垄断了整个欧美的医药市场。

在发达国家，一个医药公司的生存和发展，主要取决于公司能否开发出畅销的新药。某种意义上说，公司的每个新药都必须尽量成为某一疾病的特效药，才能在其专利保护期内，赚取足够的利润以弥补 R&D

的开支。然而日益昂贵的新药 R&D 投入和各国政府企图控制高昂的医疗费用带来的压力，不仅让中小型医药企业感到难以生存，也使大公司感到力不从心。

这样，企业间的合并和兼并就成了生存的必要手段，因为合并后的公司可以集中双方的优势、削减不必要的开支、R&D 更加集中而又覆盖广泛，这样，合并和兼并就成了企业竞争最有效的策略之一。

发达国家的医药企业在考虑合并和兼并的伙伴时，大多考虑两点（因为大多数企业的管理都相当先进，所以管理上的互补性在发达国家反而不那么关键）：即产品互补性和地域互补性。比如，Glaxo-Wellcome 在寻求伙伴时就是如此。Glaxo-Wellcome 对和 Bristol-Meyers Squibb（BMS）合并极感兴趣，因为 Glaxo-Wellcome 在哮喘和偏头疼上有优势，而 Bristol-Meyers Squibb 则在癌症和心血管病上有优势，两者基本上只在 AIDS 上有些重复。在地理覆盖方面，两家公司均在美国市场居领先地位，联手后可以稳拿第一，而 Glaxo-Wellcome 在全球范围内有良好的市场营销系统。尽管后来 Glaxo-Wellcome 选择了和 SmithKline Beecham 合并，但 Glaxo-Wellcome 的策略并没有改变。

这些跨国医药公司间的重组经验和教训显然值得我们借鉴。为此，我们选择了两个具有代表性的重组进行个案分析，希望从中得出一些如何选择合并伙伴或是兼并目标的启示。

表一：过去十年的欧美医药行业的主要合并和兼并

Pfizer-Warner Lambert
Glaxo-Wellcome/SmithKline Beecham
Astro-Zeneca
Norvatis (Ciba-Geigy, Sandoz)
Aventis (Hoechst, Rhone-Pulenc)
Sanofi-Synthelabo
Pharmacia-Amersham
Pharmacia-Upjohn
Bristol-Meyers, Squibb

案例分析：Astra 和 Zeneca 的合并成 Astra-Zeneca(1998)

Astro-AB（瑞典）和 Zeneca（英国）的合并是新一轮大型医药企业合并的典型。合并后的公司 Astro-Zeneca 的销售额将达 115 亿美元，总资产达到 670 亿美元，其中 Astra 占 46.5% 的股份，而 Zeneca 则占剩下的 53.5% 股份。合并后的 Astro-Zeneca 将裁员 6000 人，从而在三年内节省开支 11 亿美元。在当时，两家公司合并后一跃成为几个领域中的领先者（表二），成为全球第三大医药企业（仅次于 Merck 和 BMS）。

表二:ASTRA 和 ZENECA 合并后的状况

领域	领域排名
肠胃系统	1
心血管	5
呼吸系统	4
抗癌	2
麻醉	1

两者合并的理由可以由 Zeneca 和 Astra 在 1998 的状况 (表三、四) 中略窥一斑:

表三: Astra 和 Zeneca (1998)

项目	ASTRA (1998/1997)	ZENECA (1998/1997)
销售额	72 亿美元/56 亿美元 (+30%)	34 亿美元/32 亿美元 (+6%)
纯利润	14.7 亿美元/11 亿美元 (34%)	4.4 亿美元/4.3 亿美元 (-2%)
R&D 费用	13 亿美元/10.9 亿美元 (19%)	4.3 亿美元/4.0 亿美元 (+7.5%)
评价	Losec 一枝独秀	在抗癌药物仅次于 BMS

表四: Astra 主要药物 1998 销售状况 (万美元)

ASTRA 药名	1998	1997	增长
Losec (胃溃疡)	31, 619	21, 527	+47%
Pulmicort (哮喘)	5, 486	4, 922	+11%
Seloken (心血管)	3, 568	3, 162	+13%
Plendil (抗高血压)	2, 625	2, 241	+17%

表三和表四的数据显示, Astra 旗下只有 Losec 一枝独秀, 它的销售额和利润占到总销售额和利润的 50% 以上, 但 Losec 的专利保护将于 2001 到期, 而 Astra 除 Losec 之外没有太有希望的新药。1998 年度, Astra 除 Losec 外只有四种药的销售有大于 10% 的增长。

相比之下, 尽管 Zeneca 经济效益当时不好, 但前景光明。其几个已进入第三期临床试验的潜在新药, 如用于治乳腺癌的 Faslodex、治胃酸的 Perprazole、降胆固醇的 ZD4522、治哮喘的 Budosix、治中风的 Zendra、治尿失控的 ZD-6169 均效果良好。

因此, 两者的合并可以说是天地良缘: Astra 可以帮 Zeneca 度过难关, 而 Zeneca 将保证 Astra 的未来。对双方来说, 都是居安思危后的良策。

重组的战略

一个产业的重组大体上有两种战略选择: 1) 由

下至上的经典市场机制, 即中小企业先相互吞并, 然后逐渐变大, 最后形成垄断型的大企业。2) 由上至下, 即大企业先重组合并, 迫使中小型企业无法生存而迅速被吞并的方式。

我国家电行业的重组是第一种战略的代表。这一方式的缺点是所需时间较长, 而且重组通常要以价格战的方式迫使一些企业破产来进行, 整个行业损失惨重。其优点是因为结局至始至终都由市场决定, 所以相对更合理。

美国国防工业在冷战后的重组则是第二种战略的典型。这一方式的优势是所需时间较短, 企业相对损失较小, 整个产业重组可以在相对短的时间内完成。其缺点是重组在短期内不见得完全反映市场的力量。但这一缺陷只要企业仍以市场竞争为生存手段, 就最终会被市场力量所纠正。这一机制尽管经常有政府干预的因素 (这里的政府干预不仅包括正面的, 也包括负面的, 如反垄断), 且随着规模经济的状大, 已日益多见。以至于像美国这样的典型“自由经济”国家, 也不再反对大企业的垄断兼并, 甚至相当鼓励。比如美国对波音和麦道的合并就积极支持, 甚至不惜威胁欧洲国家以达到目的。

鉴于我国目前医药企业数量如此庞大, 第一种方式的重组将需要很长时间, 不利于迅速形成规模经营。西药企业本身的利润率已经极低, 很难承受价值战的消耗。在中药行业中, 许多企业都依靠一两个产品生存, 并没有直接的竞争关系, 无法以价格战的方式淘汰企业。因此, 采取第一种方式重组医药行业将是一个漫长的过程, 弊多利少。从目前的医药企业之间重组的情况来看 (表五), 尽管一些大型的合并对整个医药行业已构成影响 (比如山东新华鲁抗、石家庄制药), 而且近两年医药行业内的重组频繁, 规模也趋大, 但这些重组远没有从根本上改变整个行业的过分分散的状况。从 1996 到 1998 年, 大企业在整个行业中的垄断地位并没有多大的提高 (表六、七)。因此, 这些重组是远远不够的, 整个行业的集中度离理想的状况还有很长的路要走。

因此, 第二种重组战略更适合中国医药行业的重组。这样的重组战略不仅有利于减少整个行业的损失, 更会有至上而下的放大效应, 使整个产业迅速地走向规模化经营。这是因为:

A. 大企业的合并和兼并会给中小企业造成巨大的兼并压力 (如今全球汽车工业、银行业、以及医药业本身的重组就是一个佐证), 从而大大加快重组进程。

这种放大效应将迫使类似规模和更小规模的企业自动寻求合并和兼并。最近欧美医药业的兼并风就已对 Roche 构成巨大压力，辉瑞（Pfizer）最近强行收购 Warner Lambert 的动机也主要是受到这种压力的影响。

B. 企业的竞争迅速由大企业把持，从而加速资源优化配制，精简机构，集中 R&D，创造更大的效益。

C. 中国的国情是地方主义严重，没有一定的政府推动，企业重组会有相当大的难度。由上至下的机制更利于破除地方主义，利于企业和整个产业的发展。

表五：近几年中国医药企业的重组

时间	合并企业（买方，卖方）
1997	正大青春宝，四川九龙
1998	华北制药，太原药业
1998	金星 HEILEN，湖北药业
1998	福州复兴药业，莆田抗菌素厂
1998	红桃 K，武汉第九制药厂
1998	金陵药业
1998	武汉健民，武汉田田
1998	石家庄制药，河北制药
1998	北京双鹤，昆山制药
1998	湖南古汉（衡阳药厂，衡阳中药）
1998	哈尔滨制药厂，哈尔滨制药二厂
1998	山东齐鲁，济南鲁药
1998	山东新华，山东鲁抗

表六：西药行业概览：1996-1998

项目/年份	1996	1997	1998
全医药行业总产值（90 年不变价）	864	972	1216
增长率	...	19.8%	25%
行业总产值	727	768	901
西药企业总数	1605	1544	1784
西药大型企业总数	189	213	269
50 家领先西药企业产值	284.3	313.3	374
50 家领先西药企业产值占行业总产值比例	39%	40.7%	39%
50 家领先西药企业平均产值	5.68	6.26	7.48

表七：中药行业概览：1996-1998

项目/年份	1996	1997	1998
全医药行业总产值（亿元，90 年不变价）	864	972	1216
增长率	...	19.8%	25%
行业总产值	727	768	901
31 家领先中药企业产值	60	73.7	94.4
31 家领先中药企业产值占行业总产值比例	8.25%	9.1%	10.47%
31 家领先中药企业平均产值	1.93	2.28	3.04

这表明，在过去的三年中，尽管西药领先企业的平均产值有所上升，且领先企业间的合并和兼并已经开始，但总体来说，西药行业的集中度并没有多大改变。最让人担忧的是企业总数和被列入大型企业的企业数居然仍在增加，而领先企业产值占行业总产值的比例并没有任何改善。

相比之下，尽管中药企业的平均规模要更小，但中药的集中化趋势比西药要好（表七）。从 1996 到 1998，西药 50 家领先企业在整个医药产业的比重几乎没有变化，而相比之下，31 家中药企业在产业中的比重却从 1996 年的 8.25% 上升到 1997 年的 9.1%，到 1998 年的 10.47%。比重的年增长率连续两年达到 13%。企业的规模更是有显著增长，年增长率分别达到 1997 年的 13.3% 和 1998 年的 33.3%。

对政府的宏观政策建议

尽管行业的重组主要靠企业来实现，但在我国转型期的经济中，政府的作用仍是不可低估，甚至举足轻重的。因此，中国医药行业的重组必须有一个良好的政策环境。

为此，政府应该考虑：

A. 限制新的制药企业成立，鼓励技术转让，而不是重复建设新的中小型药厂。

目前我们对建立新医药厂的要求太低。在这一点上，我们应该像药品的流通管制那样，不再允许新的企业成立。除非是特殊的情况，比如一系列的新药必须用全新的技术和设备制造，否则根本没有必要在去建新的企业甚至生产线。新的技术或产品无须经过漫长的生产线建设过程，就可以通过“合同制造网络（contract production network, CPN）”来更快捷地将产品推向市场。“合同制造”代表了知识经济时代的新生

产模式,是我们的企业必须跟上的潮流。

因此,国家不应再只要企业能达到 GMP 就允许上马,而要考虑企业的生存能力,以及这样的企业给环境和整个行业带来的不良后果。不断涌现的新企业只会给整个行业的长远发展带来不利影响。

B. 逐步放开流通领域。在限制流通领域企业数量的同时,要放开对生产性企业直接销售药品的限制。目前的限制极大的增加了生产企业的经营成本,也不

利于药品流通的集团化和连锁化。

C. 中央政府应要求地方政府尽快摒弃地方保护主义,为医药行业间的跨地区兼并和合并开绿灯。

D. 继续推进国有企业改革,促成所有的大型企业完善现代企业制度。这样不仅有利于兼并和合并的完成,更利于兼并和合并后企业的内部重组、精兵简政、提高效率。

附表一:全球领先医药企业

公司	市场价值 +	销 售	利 润	R&D	核心领域
Pfizer/Warner Lambert	220	28 #	N.A	4.7	心血管 (Norvasc), 抗阳痿 (Viagra), 抗菌素 (Trovan), 偏头疼 (Relpax), 抗忧郁症 (Zoloft) 糖尿病, 降胆固醇 (Lipitor), 糖尿病 (Rezulin), 抗爱滋病。OTC-Zantac
Merck	180	32.7 # (17.5)	5.9	1.68 (98)	降胆固醇 (Zocor), 高血压/心脏病, 治胃溃疡, 抗菌素, 医疗管理
Glaxo-SmithKline	160	24.2	3.0	4	呼吸系统 (Zantac**), 中枢神经系统, 抗感染, 肠胃系统抗忧郁症 (Seroxat),
Bristol-Myers Squibb (98)	135	18.3 # (12.6)	3.2	1.3	降胆固醇 (Pravachol), 抗癌药物, 糖尿病, 心血管病
Johnson & Johnson	120	27.5 # (10.7)	4.2	2.6	医药只占 35%。risperidone (rispendal), procrit
Roche (CHF)*	\$ 102 billion	\$ 18.7	4.277	2.903	中枢神经系统 (Rocephin), 抗感染 (Rx19%, OTC14%, GNE7%)
Norvatis(CHF)*	\$ 90 billion	\$ 31.2	5.211	2.629	cyclosporin (Neoral), 抗炎症, 抗真菌, 高血压, 中枢神经系统
Eli Lilly	75	10	2.7	1.8	中枢神经系统(Prozac),内分泌系统,抗癌,骨质疏松(evista/raloxifene)
Astra-Zeneca	70	11.5	1.91	1.73	抗癌(Zoladex),心血管(Zestril),呼吸系统,治胃溃疡(losec),中枢神经系统,镇痛,农药
Schering-Plough*	65	6.8	1.4444	847	抗过敏 (Claritin), 抗感染, 抗癌, 皮肤
American Home Products	60	14.2	2.0	1.55	避孕药 (Premarin), 心血管, 疫苗, 营养, 农业, 动物医学
Pharmacia/Upjohn/Monsanto	57	17	N.A	2.0	抗癌 (Xalatan), 代谢 (Detrol), 戒烟 (Nicorette), 头发再生 (Rogaine), 失眠 (Ambien), 关节炎 (Celebrex)
Aventis (1998)	N.A.	20 # (14.4)	3.8	2.5	医药只占 40%
SnofiSynth elabo (franc)* (1998)	155	35 (28)	N.A.	5.7	

+ : 市场价值为 2000.1.31 的股市值, 其它值, 除标明外, 为 1999 年值。资料来源: The Economist, Feb. 12, 2000; The Wall Street Journal; Annual Reports, Chemical Market Reporter, Jan. 24, 2000。#: 包括非医药销售, 括号内为纯医药销售额。*: 非美元为单位; CHF: 瑞士法郎; DM: 德国马克; SEK: 瑞典; franc: 法郎。