

# 7毛退烧药进了“目录”却买不到

社区医院药价是降了,但低价药配不到、常用药开不了带来很大不便

几毛钱的药,明明在基本药物目录里,却买不到,问下来,居然是“不生产了”……近日一些读者向快报反映,自己是冲着低价药和报销比例高,去社区医院看病,结果很失望。

昨天,记者调查了南京部分社区医院服务中心发现,基本药物制度实施后,一些低价药品面临尴尬。



一些基层卫生机构对基本药物进行了公示,方便患者了解 资料图片

## 【记者走访】 低价退烧药很难采购

“不是有几毛钱的退烧药吗?我就是感冒,给我开点就行了。”市民陈大妈有点发烧,到社区医院就诊,让医生“简单化”处理。不料,医生告诉她:“这些药都没有。”

这下陈大妈不乐意了,“该不会是为了多挣钱、拿回扣才不给我开吧?”

“其实根本不是这么回事,是因为现在社区医院根本就进不到这些药!”

记者昨日走访了南京部分社区医院,院方无一不对记者叹起了苦经。

“你看看,退烧药几乎断档了。”滨湖社区卫生服务中心的符岱佳主任焦急地说。

符主任告诉记者,原来退烧药有散利痛,七块多,实施基本药物后,散利痛退出,新出来一种乙酰氨基酚片,有两个厂家在生产供应,一个七角,一个一元左右,但是现在都没有采购到。

药品缺货的现象不只是一家。秦淮区一家社区卫生院负责人告诉记者,确实有这个现象,他们院退烧药倒是不缺,但是听药房的人说,目录里有种特别便宜的维生素

C,现在也采购不到了,后来打电话到厂家,厂家直接说不生产了。

## 【追根溯源】 利润这么低,谁愿意生产啊

“利润这么低,谁愿意生产啊,亏死了呢。”一名区级采购中心的专家告诉记者,目前南京有两家专业的配送公司,有时候医院采购不到相关药品,也向配送公司反映类似问题。但是配送公司也很无奈,目前基本药物的配送率达不到100%的,也就是说有些基本药物,在社区买不到,比较典型的就是极低价的药品。配送公司也试图与这些供应商联系,但这些供应商要么电话打不通,要么干脆说没有货源。“不过也能理解这些厂家,几毛钱的药,利润就几分钱,有的药又不是当糖吃,用量还少,这么少的利润谁愿意去生产。”

一家大药厂的业内人士告诉记者,大型药企的工艺是比小厂要好,成本也高,但是因为招标主要还是看价格,所以他们不占优势,为了中标,价格压得很低。那些几毛钱的药品,利润确实太低太低了,有的药品周转运输一趟下来,成本都高过药品本身价格。

为什么一些药企明知难供应还要参与招标?一名专家说,很多企业当初参与竞标的时候,确实是没办法的事情,因为很舍不得这一块市场,药厂竞争是十分激烈的,失去这一块市场,没有办法向总公司交代,所以拼命压低价格,但是挤进去后,就发现如果企业加大马力供应生产,只能是生产越多,亏损越多,所以很多企业生产并不积极,有的干脆不生产。

另外一方面,配送公司也需要利润,如果赚不到10%的钱,公司也维持不下去,但是一个才几毛钱的药,配送几乎就是不赚钱的活。

## 【又一烦恼】 常用药未进目录开不到

目录里的药品买不到,目录外的常用药也买不到了,这让很多患者感觉不方便。

87岁的张秀文老人家住南京南湖,患有高血压、冠心病以及糖尿病,经常在社区卫生服务中心就诊。昨天,记者在滨湖卫生服务中心遇到了她,她抱怨说,现在药价是便宜了,但跟她好像没有什么关系,她现在每个月要吃七种药,但是从2月份开始,其中有四种药在

社区配不齐了,据说以后也不会有了。

张秀文说的这四种药诺和灵、压氏达、格华止、蒙诺都是常用药,也是许多慢病老人要吃的药。社区医生告诉记者,现在来这里抱怨的还有不少人。一位女士也对记者说:“我每次都替我父亲买药,金水宝胶囊和金荞麦片,前一种是老人肾脏药,后一种则是治疗哮喘的,现在在社区医院都买不到,很不方便。”

有这样尴尬的医院不止一家,记者在秦淮、雨花等多家社区医院调查,都发现有这个现象,很多老年患者重新回到大医院,排队买药。而事实上,现在大医院报销比例低于社区医院,一些患者告诉记者,要不是买不到药,谁愿意一趟一趟往大医院跑啊。

一位社区医院的负责人说,尽管现在也在尽力劝说患者换个基本药物试一试,但是有部分患者,主要是老年患者,习惯了一种药物,不太愿意换。

据了解,部分社区医院也向上级卫生主管部门反映了,但要解决这个问题确实有难处,本来江苏的基本药物品种就多于国家目录,如果再增加药品,就不能称为基本药物了。

快报记者 刘峻

## 》问政·读者来信

### 无锡北塘区版 基本药物目录“缩水”

舒乐安定和黄氏响声丸明明国家目录中有,社区医疗站却配不到

现代快报公民·问政版:

我因失眠和喉炎未愈,前几天到我所社区医疗站想配一点药,考虑到我所居住的无锡市北塘区下属医疗站,是刚实施国家基本药物目录的试点机构,临行前特地在网上查了一下国家基本药物目录,并选定所载的舒乐安定(艾司唑仑片)和黄氏响声丸两种药,谁知到了社区医疗站药房,却被告知这两种药都没有。药房工作人员说,他们执行的基本药物目录是无锡市里规定的“北塘区版”,并把复印件的“北塘区版”的药物目录让我查,上面确实无这两种药。事出无奈,我不得不到市级医院去配回这两种药。为此,提出以下几点意见:

1. 国家基本药物目录出台后,江苏省按药品的通用名又增加了292种药物。即基层医疗机构可用药品应该有599种。为什么现有基层试点医疗机构用药所根据的“北塘区版”之类,却连国家指定的307种药物都要排斥。

2. 国家规定的药品目录在网上轻而易举可查到,但我没有查到江苏新增加的292种药品目录,更没有查到“北塘区版”药品目录,因此我建议药品目录和价格应建立完善的公示制度。

3. 个别品质恶劣的医务人员,拿惯了以前的药品回扣,对新的改革举措持反对态度,以致在实行药物目录规定用药过程中,故意扩大矛盾,或刁难病人,或散布和鼓动不满情绪的,应责成医疗单位订出制度防范或严格惩处。

一退休职工(2010-4-12电邮)

# 梦之蓝 世界蒸馏名酒中的梦之队

日前,洋河梦之蓝以“中国梦,梦之蓝”的品牌宣言,发起了超高端白酒中的“新文化运动”。在洋酒大举进攻、不断蚕食中国酒类市场的时候,中国传统的白酒消费正面临着与现代生活理念、现代生活方式的激烈碰撞。洋河率先脱离窠臼,在充分挖掘、弘扬传统文化的同时,以面向时代、面向民族、面向世界的创新精神,让超高端白酒与时俱进,成为现代人的选择,并由此拉开全面刷新品牌形象,实现品牌战略升级的序幕。一如五四运动对于新中国的意义,此次洋河梦之蓝提出“中国梦”的精神诉求,同样对全球化下的中国白酒具有超前时代的影响。

## 高端“梦之队”惊艳世界蒸馏酒

脱胎于蓝色经典系列的洋河经典名酒梦之蓝,作为洋河股份最高端的白酒,具有绵柔型白酒的内在品质,香气优雅宜人,入口绵甜柔和,饮中畅快淋漓,饮后轻松舒适,把对白酒的品质上升到一个新的高度,足以比肩法国科涅克白兰地、苏格兰威士忌等世界顶尖蒸馏酒。

新包装的梦之蓝包括梦3、梦6、梦9。在命名上,洋河梦之蓝的梦3、梦6、梦9,也契合中国古代文化。三是中国古代最小虚数;“六”在中国文化中象征着吉祥如意、

幸福安康;“九”是中国人心目中的“天数”和最富有神奇色彩的数字。梦3、梦6、梦9具有同样深刻的文化内涵,同时又构成完整、系列的包装层次。而梦之蓝时尚新颖的包装更为其高贵血统加分。新包装的梦之蓝,打破了一般意义上白酒的方方正正的瓶身,细长的瓶颈、圆润弧形的瓶身,加上正蓝色渲染,让不少人看到它的第一眼,感觉是时尚的洋酒。细细品味之下,每个精英人士都可以成功阐释海至深为蓝,天至高为蓝,梦至遥为蓝的生活哲理。

## 高雅口感 梦幻基因

作为世界六大蒸馏酒之一的浓香型白酒,一直是中国白酒的主要香型。洋河在浓香型白酒的工艺基础上,以优质高粱为原料,以小麦、大麦、豌豆制成的高温火曲为发酵剂,辅以闻名遐迩的美人泉水精工酿制而成。由于洋河推行全面质量管理,沿用“老五甬续渣法”,同时采用“人工培养老窖低温缓慢发酵”、“中途回沙”、“慢火蒸馏”、“分等贮存”、“精心勾兑”等传统工艺和新技术,使洋河产品日臻完美,形成了“甜、绵、软、净、香”的独特风格,开创了“绵柔”型超高端白酒。梦之蓝“香气纯正清雅,浓香正宗,典型性强,香与味平衡、香气之间的平衡十分

协调,口味细腻悠长,尾子干净,回味甘甜”的梦幻级口感,足以比肩世界顶级蒸馏白酒。

对市场的正确揣摩,是洋河能进行高端品牌系列化运作的基础。洋河市场部副部长表示:“一款白酒的口感如何定位,我们不是站在企业和专家的角度,而是从消费者的口感需求出发。一个新品牌的推出,洋河都要提前三至四年的时间,接受几千人次的消费者口感测试。测试中,找到大的方向,然后再在大方向中不断升级。以前,人的应酬不算太多,喝酒往往喜欢浓香烈的,但现代人应酬多,更注重养生和口感的温和,洋河的经典系列以其‘中庸’、‘和’的特质恰到好处地迎合了现代消费者的心理需求。迎合了需求我们就赢得了市场……”洋河正是抓住了时代赋予的契机,绵柔的口感加上时尚的包装,吸引了为梦想靠智慧不断崛起的新贵。

## 高贵血统 梦想积淀

梦之蓝其高贵血统的积淀始于隋唐,兴于明清,历经一千四百余年水与火的淬砺,“洋河”一路芬芳,优美的故事接连不断,个个精彩,个个永恒。有乾隆皇帝饮后的赞语:“酒味香醇,真佳酒也!”;

有开国元勋的饮后评价:“酒!还是洋河的好啊!”;有著名作家曹雪芹的“清风明月酒一船”的讴歌;有民间流传的“酒气冲天,飞鸟闻香化凤;糟糠落地,游鱼得味成龙”的口碑,有电视剧《宰相刘罗锅》中六王爷对洋河大曲的忠诚;有电视剧《亮剑》中高级将领李云龙的喜爱……

1914年11月7日夜,上海黄浦江码头。一声轮船汽笛长鸣,划破寂静的夜空,夜幕中“满洲”号起锚离港,驶向浩瀚无际的大海。轮船上,九名中国人站立在甲板上,用平静的目光凝视着即将远去的陆地。严智怡、姜裕涛、陆辛农……正是他们的此次远行,为90年后的我们留下了追寻当年巴拿马赛马会的印记。也正是他们的努力,让中国白酒迈出国门,第一次登上了国际舞台。1915年,洋河荣获巴拿马国际金奖,为国争光,为民族争光。这是洋河实现中国梦,迈向世界的第一步。

1979年,在第三届国家白酒评比中,洋河一跃成为国家八大名酒,荣获“中国名酒”称号;并相继蝉联了国家名酒三连冠。1990年,洋河以“甜、绵、软、净、香”的五星风格独领浓香型白酒先河,国内所有浓香型白酒都以洋河大曲的“甜、绵、软、净、香”的五星风

格为方向。在全国浓香型白酒评比中,洋河以93.5分胜出,成为所有白酒评比的“标杆”,成为浓香型白酒的榜样,其高端品质已让新的超高端白酒品牌呼之欲出。正是梦想的点滴实现、点滴积淀,孕育了超高端白酒“梦之蓝”的高贵血统!

## 中国梦 迈向世界

有人说:白酒是中国的“第五大发明”,白酒是中国的酒。这句话的目的是鼓励中国白酒走向世界,争得与传统“四大发明”同等重要的地位。把蕴含在白酒中的文化传统发扬光大,是洋河的光荣和责任。但是,就像任何一种封闭的文化都无法完成自身的更替和成长一样,新的洋河在不断丰富五谷酿造内涵、坚守绵柔醇厚的内在风骨的同时,也以一个更加开放、更加兼容并蓄的心态,吸取洋酒之所长,展示开放、自信的中国白酒新形象。当“梦之蓝”被选作新加坡 APEC 峰会宴会专用酒之际,就开始了全面进军国际市场,走向国际市场的第一步。怀着领秀天下的气魄,立足全国放眼世界,“梦之蓝”势必将与 13 亿人的中国梦想一起领跑未来,向世界显示中国白酒博大精深的无穷魅力!