

---

# International Business Strategy Analysis of Chinese Biomedical Enterprises

Jiying Zhang<sup>a</sup>

<sup>a</sup> International Business, Shinhan University, South Korea

*Received 07 January 2024, Revised 03 April 2024, Accepted 01 July 2024*

---

## Abstract

**Purpose** – With significant transformations in China's economy and society, the heightened living standards have led people to yearn for a better life and health, thus bringing traditional Chinese medical theories back into the spotlight and invigorating traditional Chinese medicine. The rapid advancement of technology worldwide, especially the development of the internet, information technology, and artificial intelligence, has profoundly impacted the traditional Chinese medicine business model. To help Chinese biopharmaceutical companies better adapt to global changes.

**Design/Methodology/Approach** – This paper mainly uses PEST analysis to deeply analyze the current situation of overseas expansion of Chinese medicine companies and related access policies as well as the various challenges faced. Additionally.

**Findings** – In the context of the internet and big data era Chinese pharmaceutical companies face various issues in their international operations. In addition to conventional solutions, new paths for the internationalization of Chinese medicine enterprises need to be explored to ensure their successful global expansion.

**Research Implications** – The research suggests that enhancing the development of cross-border e-commerce in Chinese medicine, strengthening online and offline academic exchanges, developing online APP medical services and applications, increasing the analysis and application of international medical network data, utilizing the "Belt and Road" initiative to expand sales channels and creating new models of online medical training marketing, can help Chinese biopharmaceutical companies break through innovation models and accelerate their internationalization process.

---

**Keywords:** Internationalization of operations, pharmaceutical industry, PEST environmental analysis, independent innovation

**JEL Classifications:** L65, M16, F23

---

<sup>a</sup> First Author, E-mail: 275782586@qq.com

## I. 研究背景

近年来由于对环境保护及健康饮食的日益重视，中草药的市场需求不断上升。在 21 世纪全球经济一体化浪潮的推动下，中国的医药企业积极参与国际分工，在面对国际政治、经济、文化、政策、法律法规等不确定因素时，往往陷入被动，甚至遭遇重大挫折（林兆功，2015）。究其原因无非是：中国企业海外经营过程缺少系统、全面的战略指导，对国际环境的研究成果本能基于本国视角，可以借鉴的行业经验较少，理论和实践经验都不足，盲目追求国际效益，对企业的战略经营有很大挑战。为了更好地应对这一挑战，我们需要多方面探索，制定出切实可行的措施，才能将中药制剂快速推向国际市场。

## II. 中国医药企业国际经营现状分析

跨国企业面临的外部环境存在多样性、复杂性、可控程度低和外部环境对内部环境渗透性较大等诸多特点。本文运用 PEST 分析法，分别从政治环境、经济环境、社会环境和技术环境四方面探讨中国医药企业国际经营可行性的外部环境。

### 1. 中药企业国际化政治环境分析

中药具有独特性，与化学药相比在理论、用药、作用机理上都不同。国际上流通的药物根据化学药注册流程进行审批。世界卫生大会 2009 年批准关于传统医药政策的决定，有利于全世界范围内中药的传播。中国政府加入 WTO 后对国际贸易发展更加重视，这为中药产品的传播提供了良好环境基础（李燕，2023）。

### 2. 中药企业国际化经济环境分析

随着人民对于生活质量水平要求持续提高，相比化学药品对人体有一定的不良反应和副作用之后，人们更偏向于天然药物，这是天然药物在世界需求不断上升的重要原因。据统计，全球有超过八成的人曾接触过天然药物，证明植物药的影响力（李燕，2023）。价格低廉的中药材通过现代医学技术及科研设备进行萃取加工，可制造出具有很高附加值的天然药品，使得全球天然药品行业更具国际市场竞争力。

### 3. 中药企业国际化社会环境分析

由于东西方文化历史与思考模式存在显著差异，欧美地区民众对中医药接纳程度有限；中、日、韩三国对中药的认知和理解程度较高，而且中国企业在实施国际经营战略时，往往缺乏复合型人才及高素质管理者，这严重阻碍了企业国际化经营战略的实施。

### 4. 中药企业国际化技术环境分析

中药企业研发创新能力不足，整体缺乏自主性与创新性。一款新药的研发可能花费数亿美元，耗费十几年或者几十年，研发投入多周期长；中药企业创新突破较难，导致创新意识缺失，中小企业追

求短期效益,无暇长期研发;而且中国是一个仿制药的大国,无疑一定程度上也阻碍了科技创新的动力,阻碍中医药事业的持续创新发展(张志超,2020)。

### III. 新时代背景下中国药企国际经营遇到的主要问题

改革开放以来,中国药企争先跃跃欲试寻求国际市场,但进入国际市场困难重重,且中西文化差异很大,文化药与植物药药理药效截然不同,对国际化的道路望洋兴叹。究其原因主要有:对国际环境、法律法规不熟悉;国际化欠缺系统专业的战略规划;国内中药产品现代化技术和产品质量很难通过国际 GMP 注册要求;传统中草药的质量管理复杂;市场上成熟的中药企业间会对产品进行互相模仿,中医药产业整体缺乏自主创新和研发;技术研发投入不足;高素质医药研发及复合型人才稀缺;中医药企业跨境电商贸易发展力度不足。

### IV. 新时代背景下中国药企国际经营遇到问题的常规对策

随着世界上人们对中药认识的加深及消费观念的不断改变,未来的中药产业属于科技创新型企业,科技创新给中药产业带来更大的市场潜力(李洁,2009)。国际上大多数国家对中药进入本国市场都制定了严格的法律法规(郭岚,孙玲,2014)。如何突破中国医药企业国际经营中的壁垒,发挥中医药企业在国际社会中的作用,是值得研究的重大课题,针对中国医药企业国际经营过程遇到主要问题,可以采取以下措施:对标中药国际准入标准,针对不同国际市场选择不同进入策略;提高中医药产品创新研发实力;中药企业开展标准化与本土化的高效融合的战略;大力培育国际复合型人才战略;构建一种充满活力的创新文化,助力中国医药产业模式的成功转型;加强国际知识产权的保护意识及措施,增强自我防护能力,有效抵御侵犯知识产权的行为。

### V. 互联网与大数据时代背景下中医药企业国际化发展新策略

#### 1. 注重互联网与大数据下中医药跨境电商贸易发展

中医药的跨境电商贸易也在快速发展,做好“引进来”和“走出去”的战略规划,使中医药行业可以利用新型的销售模式进行销售,在确保中草药品质前提下,网络与实体店结合;引入智慧供应链物流管理模式;提供优质的中药用药线上专业客服或 AI 服务;同时应并争取政府、银行的大力支持。

#### 2. 加强线上线下学术交流,促进中医药技术及产品宣传

参与全球学术会议、经济贸易论坛等线上线下活动,可学习前沿领域的研究成果,提升企业品牌、分享最新的临床治疗经验,对提高治疗水平及优化治疗方案起到重要推进作用,也有利于中医技术及产品在全球的广泛宣传。

##### (1) 加强线上 APP 医疗服务的开发

当今 5G、6G 信息时代,开发线上问询软件,有效解决时间和地域的问题。如在线 APP“搜疾病问医生”;线上针对客户使用保健食品建立 VIP 专属医生管家服务,定期检测身体的指标,对比用药前后的身体变化,在线指导用药及用量,给客户及时的指导,大幅提升客户的体验和满意度。

### (2) 加强国际医疗网络数据分析与应用

面对全球的应用市场，应当熟练并善于使用国内外先进医疗数据库，进行相关领域数据分析，先进医疗技术的探索，为中药企业的研究做数据准备，在当今社会高速发展的新时代大数据背景下，中医药企业国际化的进行中，加强国际医疗网络数据分析与应用，可大幅提升本企业的科研水平和实力。

### (3) 利用“一带一路”开拓新营销渠道

线上医学培训由不同国家和地区的专家、医生在线参与，也是医学技术及产品的有效宣传路径。可以响应国家“一带一路”的政策，不断推出全球性的医学线上培训，这种培训模式可以帮助专业人士了解医学技术，掌握有关的诊断、治疗技术，还能帮助医护人员熟练地进行疾病的诊断与护理。

### (4) 构建国际医疗战略联盟

目前中国境内的中药行业呈现出多元化、复杂化趋势，国家应培育中药典型企业，帮助其在科研、资源、技术、人才等方面进行优化配置和支持，促进企业通过品牌或技术等建立国际联盟，寻求更多国际合作伙伴及全球知名的医疗组织，可有效降低中药企业的出海的风险。

### (5) 与国内外高校展开深入校企合作

随着中国医药行业的国际化发展，应积极开展国内外优质高校合作与开发，不断深入探索医学原理，加强医学研究与深入交流，培育医药科研精英，为国内外医药行业的发展提供强有力医学理论及医学人才支撑，助力中国医药行业国际化大发展。

## VI. 结论

随着全球经济一体化的加速发展，实施国际化战略已成为中国药企跨国发展的必要条件，也是国家战略发展的重要组成部分，中医药作为世界医学的重要组成部分，具有广泛的发展前景和国际市场机会。本文对中国中药企业国际化影响因素，进行 PEST 国际环境分析，同时对中药企业国际竞争力进行分析，并提出构建现代化中药企业可持续发展的一些建设，希望能为中国中药企业的国际竞争力提升、国际化发展路径的全面探索提供有用信息，为进一步促进中药企业的国际化发展起到一定的积极促进作用。

## 参考文献

- 林兆功. 中国企业海外经营的国际环境比较研究 [D]. 山东财经大学, 2015.
- 李燕. 我国中药企业国际化发展建议 [D]. 昆明理工大学, 2023. DOI:10.27200/d.cnki.gkmlu.2023.002480.
- 张志超. 吉林省中药企业发展现状及对策研究 [D]. 长春中医药大学, 2020. DOI:10.26980/d.cnki.gcczc.2020.000208
- 李洁. 我国中药企业跨国经营策略探讨 [J]. 中国药房, 2009, 20 (24) :1841-1843.
- 郭岚, 孙玲. 中药产业发展态势、问题和对策 [J]. 中医药管理杂志 .DOI:10.16690/j.cnki.1007-9203.2014.10.041.