

# Pillsens

## 公司历史

1865年，埃里克和安妮-皮尔森创办了一家名为“皮尔森医药”的制药公司。他们认为，只要有效果，传统的治疗方法和现代的治疗方法都应该被重视。对研究和开发的持续投入是他们为公司树立的基本原则。因此，他们投入了巨资进行产品开发，并将他们的所有8个孩子培养成了医学家或药理学家。

根据埃里克的日记，史学家发现，埃里克曾计划发明一种“超级药片”。这种“超级药片”将完全由他非常喜欢蔬菜和水果提炼而成。

埃里克也是一个营销大师。他或多或少涉猎或者应用过关系营销、标杆分析法、数据库营销、整合营销传播、客户价值分析、最大化营销、微营销、渠道整合和营销模式等等，他甚至设想过自动化营销。而安妮，则专注于公司内部治理和成本控制。在他们的努力

下，其公司迅速发展成为当地领先的制药公司。

从上世纪50年代起，公司就开始在法国和美国等外国市场销售非处方药品。不过，“皮尔森医药”的业务依旧集中在处方药出口上。在国外市场，公司表现不如芬兰本土。该公司现任首席执行官卡特琳-皮尔森，埃里克

和安妮的直系后代，正努力改变着

公司的盈利状况。她在一年

前被任命为公司首席执

行官，然后立刻开始

精简部门。最近，

她将你任命为止

疼片和抗氧化

剂部门的经理，

负责本地（芬兰

）、美国和法国

市场。首席执行

官期待新的管理

团队能带来立竿见影

的成果。

## 本公司的财务状况

最近的几年“皮尔森医药”的财务状况表现不是很好。公司是负债率较高，盈利能力也不在令人满意的水平。虽然欧元兑美元的汇率波动是造成这一状况的主要原因之一，管理层认为，公司内部也有诸多需要注意和改变的地方。

## 市场

分析人士预测,由于本地市场竞争激烈,欧洲企业可能会将注意力投向国际市场。许多小公司可能会通过合并、收购,形成更强大更具竞争力的公司。

消息人士表示,“皮尔森医药”并没有收购或兼并的计划。该公司在许多领域拥有较大的优势,止疼片和抗氧化剂更是其强势产品。管理层认为,在芬兰、法国和美国市场,“皮尔森医药”有巨大的潜力。

在芬兰本土市场,公司销售额正在缓慢而稳步地上升。分析师表示,“皮尔森医药”在国内(芬兰)市场已经处于很强势状态,他们很难再通过大幅度地降价来增加市场份额。在其他公司异军突起的当前,保住现阶段市场份额是重中之重。

芬兰消费者认为“皮尔森医药”是高质量的代名词。营销部门表示,保持“高质量”这一公司形象对本地市场而言至关重要,同时其亦有助于增加产品在国外市场的销量。

根据最近的市场调研,价格弹性在各个市场都不同。本地市场份额并不会因为降低价格而大幅上升。

至于价格的变化对其他地区市场需求的影响,你需要自己去发现。市场部表示,在美国,止疼片和抗氧化剂可以在很多商店出售,甚至在百货商店和杂货店也可以出售。



## 广告

广告被证明是影响止疼药和抗氧化剂销量的关键因素。研究表明,广告的适量投入与公司的成功密切相关。与此同时,良好的渠道管理可以激励零售商较竞争对手的产品更加青睐“皮尔森医药”的产品。在法国和美国市场,这可以使公司有更多的零售网点;而芬兰的促销对维持目前的零售商的数量至关重要。非处方药的“商品”属性(而非药品属性),对提高零售商的购买意向有一些帮助,而这种效果只能通过广告来创建。

随着各个公司加大营销和质量控制的投入,抗氧化剂整体销售额有一定上扬;与之相反,这对止疼片的销量影响较小。分析师还表示,相对来说,止疼片的销量不容易受价格变化影响。

## 产品

市场报告显示,止疼药的需求将稳步增长。“稳步增长”一词亦可以用来形容“皮尔森医药”产品在法国和美国的产品价格和销量。在芬兰,需求并没有增加很多。止疼药市场并不复杂,预计不会成为管理团队的困扰。

虽然如C-维生素等抗氧化剂已经存在很久了,抗氧化剂真正开始流行是在上世纪90年代。抗氧化剂在人体内的抗氧化作用并不是很确定,它们的有效性方面还不能确定。中国科学家发表的论文表示,抗氧化剂可以降低某些疾病的发病率。不过另一部分学者认为

，我们可以通过日常饮食摄取足量的抗氧化剂，无需额外通过药物补充。抗氧化剂的市场依然在波动，很多人都在纳闷：这个市场是否只是昙花一现。对于制药公司而言，能够开发出新产品来满足的最新研究成果所带来的新需求，是成功的关键。

分析师表示，未来的需求受研发和营销等影响较大，现在很难预测未来数年这些产品的需求会增加还是减少。

## 生产

“皮尔森医药”在芬兰和美国拥有工厂生产止痛药和抗氧化剂。其法国销售的产品全部进口自芬兰或美国。公司遵循着其严格的生产卫生规定。

新兴的抗氧化剂生产线还在  
发展阶段，随着新技  
术的普及，分析  
师预计抗  
氧化剂  
生

产成本会逐渐下降。近日原材料价格的走势复杂，很难说未来原料价格会上升或下降。您的生产部门负责人表示，止痛药的生产已经非常高效，其生产成本在未来很难有大幅变化。

## 决策中使用的单位

本案例中，药品的生产和销售单位都以1000片为一个单位。在数据报告/报表中，销售和生以“千件”为单位，即1000×1000片。批发级采用相同的单位。所有价格都表示都是一个单位，即1000片的价格。所有价格均以当地货币计量。你的公司可以投资厂房和机器设备以扩大产能，产能的增量单位是10000千件。