

# 賣藥的學問

●商欣仁●

這不是一篇普通的文章，它值得所有的人一讀。  
它揭開了藥界的一些內幕，尤其是出之於異國人之口，真令人覺得無限的沉痛。  
自強吧！中國人！

我從臺大藥學系畢業以後，就到有名的藤材藥廠當推銷員，負責本廠在××醫院的業務。雖然不少大夫很肯幫老同學的忙，為我銷了些藥，但困難還是很多。每天在醫院裡晃蕩，打拱作揖，回公司又得聽經理訓示。想起同班女同學都做了醫師夫人，一邊在家裡當賢主婦，一邊把四年苦讀得來的藥劑師執照租給街上的藥房，按月坐收權利金，博得公婆不少歡心；我這麼個大男人，還得到處察言觀色、吞聲忍氣，越想越覺得這份差事不好幹。

前幾天，東京總社裡派了個犬野觀察到臺灣來指導業務。廠裡頭工務單純：日本原料、機器加工，沒什麼好檢討；倒是營業技巧方面，亟須加以改進。那天犬野觀察召集全體推銷員講話，內容精闢，真沒想到賣藥居然有這般大的學問。經理特地吩咐我做了筆記，供今後本廠經營的參考。

這份講詞太精彩了，特錄出以供新生報讀者共賞。

經理、廠長、諸位先生：

首先本人向諸位獻身醫藥事業的救世精神表示崇高的敬意。

其次，本人代表總會社向諸位致意。現在世界各國預防醫學發達，人民保健知識提高，對藥品的控制也越來越嚴，藥劑市場普遍地不景氣，唯有貴國的藥業一枝獨秀。因此，東京方面非常重視在貴國的業務。

今天本觀察要跟諸位談談如何增加藥品銷量的問題。藥劑商業，跟其他商業沒有兩樣；想經營得好，現代商業的技巧都必須拿來運用。最重要的一點就是開拓市場。這要從兩方面來着手：一是民衆，一是醫師。我們先討論民衆這一面。

無論什麼商品，要開拓市場，首先要造成社會對它的需要。最需要藥的，莫過於病患了；所以，

我們第一要叫社會上人人覺得自己時時有病。這，就要靠宣傳了。我們要充份利用所有的大眾傳播工具：報紙、電視、廣播、電影、招貼、傳單，天天廣告，處處宣傳，使整個社會浸淫在一個病的氣氛裡，使大眾替在這個大病釘裏；久而久之，自然浸透病透，我們的事業也就發達了。貴國的藥業，在這個條件上有得天獨厚的環境，因為你們的廣告不受無理的限制。在敝國以及歐美，醫藥是不准對一般民衆做廣告的。經理先生切不要因為宣傳經費太大而不去做。貴國有一句俗話很妙：「羊毛出在羊身上」。相信大家都能瞭解。

廣告的技巧也很要緊。要使一個人覺得自己是個病夫，最好的辦法就是利用他的無知，把人人都有的正常生理現象描寫成疾病的症狀。這樣，就不愁他不變成萎弱的藥罐子了！前天我在報上見到個了不起的廣告，很值得效法。那欄廣告上首先映入眼簾的是六個觸目驚心的大字：

## 你是哪一型的？

下邊跟着一排：頭昏眼花型、記憶減退型、精神不振型、腰酸背痛型、四肢無力型，等等等等。這廣告的妙處是：它一口咬定讀者有病；所以，讀者先生，問題不在您有病沒有，而在您是哪一型的病人。不過別擔心，不管哪一型，服用了本藥都會霍然而癒。

諸位千萬不要小看了醫藥廣告。它有診斷的作用，告訴民衆：你害了什麼病；又有處方的效力，告訴民衆：你該買什麼藥。理論上這是犯法的，因為法律明文規定：不是醫師不可以作診斷；就是醫師，未親看病人也不可以開方。不過諸位請放心，這是漏洞，沒有人會如此去檢舉你、起訴你。實際上呢，這種大規模的診斷、處方，比醫師們一個

一個病人地看，不知要厲害多少！

在貴國經營藥業還有一個好處，就是藥店林立，買藥容易。只要你能用廣告打動人心，他們就可以上街買藥。而且貴國的民衆也似乎不太相信醫師，總喜歡自己買些成藥用。所以諸位從事這個行業，前途是遠大的。

那麼，哪一類的藥品會有最好的銷路、最值得製售呢？據我觀察，非「性藥」莫屬。因為貴國民風異常地淳樸，社會上對性的事情都忌諱不言，當然也不會有什麼性教育；以致這生命中最美麗而自然的行為，竟蒙上了神秘、羞恥、罪惡與病態的色彩。民衆內心的好奇心，跟他外表的抑制是一樣地強烈的。貴國有少數的漢醫看出這點，便在這方面做宣傳的工夫。

貴國報上的醫藥廣告中，起碼有一半是在渲染性衰弱，性病與婦人科病的。人們得不到正當的性常識，只好從廣告裡吸收啓示。於是，男的都「未老先衰」，女的都「白帶赤帶」。這一來，藥還怕沒人買嗎？這一點，我們要向他們（指少數中醫）學習才對。

下面我要講的一點，是站在純商業立場來說的。諸位不要見怪，在西藥工業的發展上，敝國比貴國的歷史稍久一些，當然將來貴國要迎頭趕上，不過，目前本會社在一般人心裡已有了地位與信用，所以在包裝及宣傳上要保持我們藤材的傳統，發揚藤材的特色。

要開拓市場，除了要使人人覺得有病之外，進一步還要使大家知道，沒病也應該吃藥。還好，這「進補藥」的觀念在貴國向來盛行；因此，我們推出的補液補酒都暢銷得很。

昨天廠長建議多造糖衣錠，我認為這是違反吃藥心理的。生病的人會有兩種心理：一種是「虧虛」的心理，以為身體必缺損了什麼，所以吃藥補充；另一種是「犯罪」的心理，以為必是因做錯事而受罰，這是洪荒時代的遺痕，吃苦藥便是求解脫這心理的自虐行為。所以藥還是要苦些好。

接着我要討論怎樣從醫師方面着手開展藥品市場。各位在這方面已經做得很理想。前天我到醫院去觀察，發覺醫師們身上佩用的直尺、捲尺、原子筆、小電筒、筆記簿、火柴乃至香煙盒、打火機，很多都印有本社商標，看起來簡直比諸位還像本會社的推銷員。哈哈！這是我應該誇獎諸位的。

還有，在例行的酒席上，大約也都能把醫師們請到。但是，諸位不但要招待大醫師，就是實習醫師也要一併請來，因為明年他們就成了住院醫師了。這種錢用不着省，「羊毛出在羊身上」，病人生病的時候會計較藥的價錢嗎？

其他的方法很多，運用之妙存乎一心。總而言之，一個原則：一定要使醫師們明白瞭解，藥商的利益與醫師的利益是一致的、打成一片的。

最後，有個小地方請諸位要注意改進。病房、診療室裡本來只該有兩種人：醫務人員與病人病家；現在諸位常在那裡出入，成了第三種人。本來是不可的，為了推銷，不得不這樣；但是我建議諸位，一定要保持那裡肅靜祥和的氣氛，算是我們對病人深切的同情與對醫師由衷的敬意。

謝謝諸位。

那個晚上，我夢見我國實行了公醫制度，醫療保險推廣至全民，藥品由政府製造，醫療由政府供給。一般人不再吃藥，而靠營養，預防與運動維持身體的健康，靠工作、修心與藝術增進心理的健康。報上見不到醫藥廣告，只有專家指導衛生保健的專欄。而我這個推銷藥的，自然是失業了——很高興地。

（轉載自臺灣新生報）

## 花的象徵意義



每一樣花，都代表著她特別的意義例如：

玫瑰花——友愛。 百合花——純潔。

茉莉花——親切。 紫羅蘭——謙遜。

毋忘我——真誠的愛情。

含羞——敏感。 水仙——自負。

石竹——大膽。 薄荷——德行。

芍藥——害羞。 風鈴——感謝。

白菊——真實。 雛菊——清白。

橘花——吉祥。 櫻花——美麗。

梅花——耐寒與卓越。