

B2C 医药电子商务企业的绩效评价研究

罗 瑞*, 单国旗#(广东药学院医药商学院, 广州 510000)

中图分类号 R95 文献标志码 A 文章编号 1001-0408(2016)04-0445-04

DOI 10.6039/j.issn.1001-0408.2016.04.04

摘 要 目的:探讨B2C医药电子商务企业经营管理过程中的问题和改进措施,以促进其发展。方法:初步构建一个包括5个一级指标、28个二级指标的指标体系,利用德尔菲法对16位专家进行两轮问卷调查,以专家对每个指标的重要性程度、熟悉程度、判断依据进行实证打分,构建绩效评价指标体系。利用模糊综合评价法对企业绩效进行客观分析和评定。以Y企业为例,对其绩效评定结果进行分析。结果与结论:构建了具有5个一级指标、24个二级指标的指标体系,两轮调查的专家平均权威程度均为0.76(>0.70),表明调查结果可信。目前对B2C医药电子商务企业的绩效影响较大的是企业在财务和推广方面的表现。Y企业在利润增长、网站稳定和安全、供应商的开发与保持等方面表现优异,然而在员工满意度、客服的专业服务、物流配送质量等方面表现不足。建议B2C医药电子商务企业自建物流,实行全程监控,以提高物流配送质量;加强对员工产品和医药知识培训的投入,引入具有医药学教育背景的人才,以提高客服的专业性;调查员工对企业工作环境、工作群体、工作内容等的满意度,调整企业制度或与员工进行沟通疏导,以提高员工的满意度。

关键词 德尔菲法;B2C医药电子商务企业;模糊综合评价;绩效

Research on the Performance Evaluation of B2C Pharmaceutical E-commerce Enterprises

LUO Rui, SHAN Guoqi (School of Medical Business, Guangdong Pharmaceutical University, Guangzhou 510000, China)

ABSTRACT OBJECTIVE: To explore the problems and improvement measures in the process of operation and management of B2C pharmaceutical E-commerce enterprise, and to promote their development. METHODS: The performance evaluation index system was built preliminarily, including 5 first-level indexes and 28 second-level indexes. Questionnaires survey was conducted among 16 experts by Delphi method, and the weight of every index was calculated by experts according to importance, familiarity and reference. The company performance was analyzed and judged objectively by fuzzy comprehensive evaluation method. The results of Y enterprise performance evaluation were empirically analyzed. RESULTS & CONCLUSIONS: The performance evaluation index system has been built, including 5 first-level indexes, 24 second-level indexes. Average expert authority degree of two rounds survey is 0.76 (>0.70), showing survey result is credible. The performance of the company in the finance and popularization have more influence to the performance of B2C pharmaceutical E-commerce enterprise. The performance of Y company is outstanding in profit growth, site stability and security, suppliers development and maintain and other aspects; however, it is not good enough of performance in employee satisfaction, customer professional services, logistics and distribution quality and other aspects. It is suggested to establish logistics by B2C pharmaceutical E-commerce enterprise themselves, carry out whole-course monitoring to improve the quality of logistics and distribution; increase product and pharmaceutical knowledge training input and introduce talent with the background of medical education so as to strengthen professional service; survey the satisfactory degree of staff to working environment, working group, working content and other aspects, and adjust enterprise system or communicate with staff in order to improve satisfactory degree.

KEYWORDS Delphi method; B2C pharmaceutical E-commerce enterprise; Fuzzy comprehensive evaluation; Performance

B2C(Business to Customer,企业对顾客)医药电子商务模式——网上药店,是一种新生的药品零售业态^[1]。从2005年国家食品药品监督管理局发布《互联网药品交易服务审批暂行规定》开始,我国B2C医药电子商务企业才开始起步,但近两年得到迅速发展。据中国药店医药电商研究中心统计,2013年中国医药B2C医药电子商务企业呈现爆发式增长,全年交易规模达42.6亿元,与2012年的16亿元相比,增长率达166%^[2]。然而,2010年美国B2C电子商务企业的销售规模占其整个医药流通领域的30%左右^[3],而我国2013年B2C电子商务企业的销售规模仅占整个医药流通领域的1%左右^[4]。因

* 硕士研究生。研究方向:企业绩效评价。E-mail: 1121092153@qq.com

通信作者:教授。研究方向:人力资源管理、战略管理、社会管理。E-mail: shanguoqi@126.com

此,我国B2C医药电子商务企业还有很大发展潜力。为使B2C医药电子商务企业保持强劲发展,获得竞争优势,需要提高企业经营管理水平,故对其进行绩效评价成为必要。笔者采用德尔菲法构建绩效评价指标和权重,模糊综合评价法进行评价,以Y企业进行实证分析,指出其经营管理过程中的问题和改进措施,以促进我国B2C医药电子商务企业的发展。

1 德尔菲法确定绩效评价指标

1.1 德尔菲法概述

B2C医药电子商务企业绩效评价指标的构建涉及到企业的方方面面,是一个复杂的综合评价过程。德尔菲法是指邀请在某一领域的专家或有经验的管理人员对某一问题进行预测并最终达成一致意见的结构化方法^[5]。运用这种方法能发挥各位专家的作用,集思广益,准确度高,具有优越性^[6]。

笔者通过查找相关文献并结合实践经验,初步构建了有5

个一级指标、28个二级指标的指标体系。选定16位专家进行问卷调查,其中包括相关专业大学教授8人、博士2人、医药电子商务企业中高层管理人员6人。专家对每个指标的重要性程度、熟悉程度、判断依据进行打分。初步指标体系见表1,专家打分量化情况见表2。

表1 初步指标体系

Tab 1 Preliminary index system

一级指标	二级指标
财务	销售收入
	销售利润率
	利润增长率
	投资回报率
	资金周转率
运营	融资额
	商品丰富程度
	活动策划能力
	供应商的开发与保持能力
	物流配送质量
推广	客户重复购买率
	客服的专业服务能力
	会员管理技术
	对医药电商相关政策的敏感度和识别力
	企业知名度
技术	消费者信任度
	网站日均访问量
	新会员增长率
	现有会员数量
	网站导航及搜索功能
员工成长	网站美观度
	网站运营的稳定性和安全性
	用户操作与支付的方便性
	后台操作系统方便性
	员工培训投入
	员工满意度
	各部门间的组织协调能力
	有医学教育背景的员工所占比例

表2 专家打分量化情况

Tab 2 Quantization table for expert scoring

重要性	量化值	熟悉程度	量化值	判断依据	量化值
非常重要	9	很熟悉	0.9	实践经验	0.8
重要	7	较熟悉	0.7	理论分析	0.6
一般重要	5	一般	0.5	同行了解	0.4
不重要	3	较不熟悉	0.3	直觉	0.2
很不重要	1	很不熟悉	0.1		

1.2 评价指标的确定

以专家意见的集中程度和离散程度作为指标选择的依据。用重要性均值和满分频率表示集中程度,用变异系数表示离散程度^[7]。通过界值法进行评估指标的筛选,重要性均值和满分频率为正向指标,参考界值为每个专家对该项指标所评分数的算数平均值与标准差之差,即“算术均数-标准差”,数值大于界值时入选。变异系数为负向指标,参考界值则为“算术均数+标准差”,数值小于界值时入选。规定必须同时不符合两个及两个以上标准的指标才被删除^[8]。此外,指标的权重是由最后一轮专家对指标的重要性打分并进行归一化处理得到的。

第一轮调查首先让专家对初步建立的指标体系中各指标重要性程度、熟悉程度、判断依据进行打分,统计结果,剔除不满足条件的指标。第二轮调查附上第一轮调查的统计结果供

参考,继续让各个专家给剩余指标的重要性打分。本研究经过两轮调查,统计并分析结果发现专家的意见趋于统一。两轮调查都是发放16份问卷,回收16份,专家积极系数为100%。经过第一轮调查,投资回报率、融资额、现有会员数量、后台操作系统的方便性、有医药学教育背景的员工所占比例这5个指标不符合要求,予以删除。但是考虑到医药行业关系到人们的健康,对专业性要求较高这一特性,结合有关专家意见将“有医药学教育背景的员工所占比例”这一指标保留。由专家对指标的熟悉程度和判断依据计算专家权威程度,两轮调查的专家平均权威程度均为0.76(一般认为专家权威程度大于0.7就可以接受^[9]),这表明调查研究结果可信。各个指标第二轮专家评分结果见表3。

表3 各个指标第二轮专家评分统计结果

Tab 3 Statistics results of second round expert scoring of all indexes

一级指标	重要性均值	权重	二级指标	重要性均值	权重	组合权重	满分频率	标准差	变异系数
财务	9.2	0.242 1	销售收入	7.94	0.253 0	0.061 3	0.56	1.340 1	0.168 8
			销售利润率	8.5	0.270 9	0.065 6	0.75	0.894 4	0.105 2
			利润增长率	8.06	0.256 9	0.062 2	0.50	0.997 9	0.123 8
			资金周转率	6.88	0.219 2	0.053 1	0.44	2.473 2	0.359 7
			运营	7.5	0.197 4	商品丰富程度	6.88	0.123 0	0.024 3
活动策划能力	6.56	0.117 3	0.023 2			0.25	1.750 0	0.266 7	
供应商的开发与保持能力	7.00	0.125 1	0.024 7			0.25	1.460 6	0.208 7	
物流配送质量	7.50	0.134 1	0.026 5			0.38	1.505 5	0.200 7	
客户重复购买率	7.06	0.126 2	0.024 9			0.38	2.080 7	0.294 6	
推广	8.0	0.210 5	客服的专业服务能力	7.81	0.139 6	0.027 6	0.56	1.759 5	0.225 2
			会员管理技术	6.63	0.118 5	0.023 4	0.25	1.668 3	0.251 8
			对医药电商相关政策的敏感度和识别力	6.50	0.116 2	0.022 9	0.19	2.129 2	0.327 6
			企业知名度	7.38	0.256 1	0.053 9	0.31	1.454 9	0.197 3
			消费者信任度	8.06	0.279 7	0.058 9	0.56	1.236 6	0.153 4
技术	7.1	0.186 8	网站日均访问量	6.88	0.238 7	0.050 2	0.06	0.885 1	0.128 7
			新会员增长率	6.50	0.225 5	0.047 5	0.19	1.712 7	0.263 5
			网站导航及搜索功能	7.38	0.247 6	0.046 2	0.44	1.668 3	0.226 2
			网站美观度	6.56	0.220 1	0.041 1	0.19	1.672 1	0.254 7
			网站运营的稳定性和安全性	8.06	0.270 4	0.050 5	0.63	1.436 1	0.178 1
员工成长	6.2	0.163 2	用户操作与支付的方便性	7.81	0.262 0	0.048 9	0.44	1.223 0	0.156 5
			员工培训投入	6.75	0.252 3	0.041 1	0.18	1.612 5	0.238 9
			员工满意度	7.06	0.263 9	0.043 1	0.06	0.771 9	0.109 3
			各部门间的组织协调能力	7.56	0.282 6	0.046 1	0.38	1.364 7	0.180 5
			有医学教育背景的员工所占比例	5.38	0.201 1	0.032 8	0	1.821 2	0.338 8

2 对B2C医药电子商务企业Y的实证分析

基于上文通过德尔菲法构建的B2C医药电子商务企业绩效评价指标体系,拟采用模糊综合评价法对广州市某典型B2C医药电子商务企业Y进行实证分析,对该企业的绩效有一个客观量化的评价,为企业的健康快速发展提供建议。

2.1 Y企业的背景简介

Y公司成立于2001年7月,并于2011年在国内率先开展B2C医药电子商务业务,是国家首批特许获得“药品网上销售资格”的22家医药连锁企业之一,主要从事医药电子商务的B2C模式。Y企业全力发展电子商务,建设独立的网上大药房,成立专业的客服中心和呼叫中心,B2C医药电子商务模式上线几年来积累了数百万会员,其业绩在B2C医药电子商务领域名列前茅。

2.2 实证分析方法及结果

2.2.1 模糊综合评价模型的建立 综合评价是指综合考虑受多种因素影响的事物或系统对其进行总的评价^[10]。对B2C医药电子商务企业进行绩效评价,由于涉及到企业的各个部门,属于全员性的工作,价值评价指标多,评价实施环节多,有的指标数据采集可通过客观统计渠道获得,而有的指标则不易统计,或者因为统计成本较高而不易实施。针对评价指标这一特点,笔者采取适用性较好的模糊综合评价方法来处理^[11]。其将个人主观思维转化成数据化形式,通过计算,最终得到准确的评价结果^[12]。

笔者将对Y企业绩效评价的最终结果分为5个等级,即评判集: $V=(V_1, V_2, V_3, V_4, V_5)=\{\text{非常好, 优秀, 良好, 中等, 较差}\}$ 。选择Y企业中对整个企业比较了解的5位中高层领导,对其进行问卷调查,让其对企业在各个指标上的表现情况对评判集中的各等级的隶属度进行划分,得到模糊评判矩阵R,即:

$$R=(r_{ij})_{m \times n} = \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} & \cdots & r_{1n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ r_{m1} & r_{m2} & \cdots & r_{mn} \end{bmatrix}$$

其中, r_{ij} 在数值上等于第*i*项指标被评价者作出隶属于评判集中第*j*种评判 $V_j(j=1, 2, 3, 4, 5)$ 的有效评价人数与参与评价调查的有效总评价人数的比例, $m=24, n=5$ 。

将上文通过德尔菲法计算确定的每个评价指标的权重值W与模糊评判矩阵R进行合成,确定企业综合绩效评价向量B,即:

$$B=W \times R = \{W_1, W_2, \dots, W_n\} \times \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} & \cdots & r_{1n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ r_{m1} & r_{m2} & \cdots & r_{mn} \end{bmatrix} = (b_1, b_2, \dots, b_n)$$

评判集中各个因素附于基本数值,采用百分制,取 $V_1=100, V_2=80, V_3=60, V_4=50, V_5=30$ 。由 $G=B \times V$ 就可以得到企业绩效评价得分,即为企业综合评价结果。同样方法也可计算出各个一级指标和二级指标的绩效评价得分。

2.2.2 Y企业绩效评价结果 运用上述的模糊综合评价法得Y企业的综合绩效评价向量为:

$$B=W \times R = [0.241 \ 2, 0.197 \ 4, 0.210 \ 5, 0.186 \ 8, 0.163 \ 2] \times \begin{bmatrix} 0.197 \ 2 & 0.542 \ 2 & 0.206 \ 3 & 0.054 \ 2 & 0 \\ 0.147 \ 0 & 0.342 \ 4 & 0.354 \ 0 & 0.156 \ 6 & 0 \\ 0.099 \ 0 & 0.492 \ 8 & 0.352 \ 3 & 0.055 \ 9 & 0 \\ 0.262 \ 5 & 0.547 \ 7 & 0.190 \ 0 & 0 & 0 \\ 0.113 \ 0 & 0.206 \ 0 & 0.353 \ 7 & 0.327 \ 1 & 0 \end{bmatrix} = [0.165 \ 1, 0.438 \ 5, 0.287 \ 2, 0.109 \ 2, 0]$$

综合绩效得分 $G=B \times V=0.165 \ 1 \times 100+0.438 \ 5 \times 80+0.287 \ 2 \times 60+0.109 \ 2 \times 50+0 \times 30=74.282$ 。各个一级指标和二级指标绩效得分情况见表4。

2.2.3 对Y企业绩效评价结果的分析 Y企业综合绩效得分为74.282,这一得分结果属于良好(60)和优秀(80)之间,提示有待于进一步完善经营管理。

根据各个一级指标绩效得分可知,Y企业在技术方面表现最好,其次依次为财务、推广、运营、员工成长。由于电子商务在其他行业的发展已经较为成熟,网页设计、网站稳定和安全、支付手段等技术可以相应运用到B2C医药电子商务中,因此表现相对优秀。而表现最差的是员工成长方面,基本接近良好层面。通过对Y企业的了解,其原因可能是该行业处于发展初期阶段,相对不成熟,企业需要对很多方面进行探索从而忽视了员工成长这一不能快速给企业带来利益的方面。

根据各个二级指标的绩效得分可以看出,Y企业在利润增

表4 各个一级指标和二级指标绩效得分情况

Tab 4 The score of performance evaluation of all the first and second indexes

一级指标	得分	二级指标	得分		
财务	78.184	销售收入	84		
		销售利润率	62		
		利润增长率	88		
		资金周转率	80		
		运营	71.162	商品丰富程度	68
				活动策划能力	66
				供应商的开发与保持能力	88
				物流配送质量	60
				客户重复购买率	84
				客服的专业服务能力	56
推广	73.257	会员管理技术	66		
		对医药电商相关政策的敏感度和识别力	84		
		企业知名度	76		
		消费者信任度	66		
		网站日均访问量	80		
		技术	81.466	新会员增长率	72
				网站导航及搜索功能	80
				网站美观度	72
				网站运营的稳定性和安全性	88
				用户操作与支付的方便性	84
员工成长	65.357			员工培训投入	56
员工满意度		60			
各部门间的组织协调能力		84			
有医药学教育背景的员工所占比例		58			

长、供应商的开发与保持、网站运营的稳定性和安全性3个方面表现最好。企业的利润增长率高说明其成长快,供应商开发与保持能力强和网站运营稳定安全则为企业成长的后盾力量。然而在物流配送能力、客服的专业服务能力、员工培训、有医药学教育背景的员工所占比例4项指标上表现皆为良好及以下水平,说明其从业人员的医药学专业程度和物流配送能力还不够。

2.2.4 对Y企业发展的对策建议 第一,提高物流配送质量。医药产品作为一种特殊的商品,其物流、仓储都有着更专业的要求。而从消费者的角度讲,物流水平决定着从商品质量到运输速度的多项用户体验。首先,药品如果得不到专业的贮藏和运输,会严重影响药物疗效。B2C医药电子商务企业应该自建物流,保障药品从配送车辆到配送人员,都可以实现全程温度湿度和GPS监控,让用户可通过手机APP查询药品的实时状态。每个包裹附有独立编码,防止途中掉包,保证药品派送万无一失。另外,由于药品需求的急迫性,企业物流要缩短消费者从下单到拿到货的等待时间,可适当增加配送中心的数量和规模,加强配送中心的现代化管理^[13],并且订单客服人员要随时解答消费者在等待中的疑问,处理好发生的问题。第二,提高企业员工的专业化水平。由于药品直接关系到人们的健康,对专业性的要求高,医药电子商务企业需要既懂医药又懂互联网的员工。企业应该增加对员工的产品培训和医药知识等培训的投入,增加有医药教育背景的员工数量,尤其是具有医药背景的客服人员,从而增强客服的专业服务能力,提高客户的信任度,增加客户黏度。还可以进行校企合作,一方面为高校提供实习基地,定向培养社会需要的人才;另一方面为企业引进新生力量,使他们可以迅速实现自己的价值,并为企业创造价值。第三,提高员工满意度。从企业的长远发展考虑,员工满意度高才会提高对企业的忠诚度,凝

聚力才会提高,工作态度才会积极,企业才会有长远利益。根据马斯洛的需求层次理论,首先要调查了解员工的需求层次,然后通过各种有针对性的措施来帮助员工满足这些需求。准确把握并满足员工的需求,则会达到理想的员工满意度^[4]。比如调查员工对企业工作环境、工作群体、工作内容等的满意度,调整企业制度或与员工进行沟通疏导。

3 结语

虽然本文在指标体系的构建方面缺少统计学支持,对指标间的关系研究尚不够深入,但是整体上基于德尔菲法和模糊综合评价法构建的B2C医药电子商务企业的绩效评价模型能够为Y企业的健康快速发展提供参考和建议。从指标体系可以看出,企业在财务和推广方面的表现对企业的综合绩效影响较大。Y企业在技术、财务等方面表现较好;在物流配送、员工专业化等方面表现不足,有待提高。

对企业绩效评价的目的是为其发展决策提供依据,帮助其达成战略构想,根本在于企业采取相应的改革措施,才能体现绩效评价的价值^[15]。希望本研究结果能为B2C医药电商企业的发展提供一定的参考。

参考文献

[1] 赵颖.基于需求特殊性的网络购药行为分析与营销对策研究[J].中国药房,2014,25(45):4 317.
[2] 佚名.中国药店医药电商研究中心监测统计[EB/OL]. [2014-06-24].<http://yy.chinairn.com/news/20140624/155520653.html>.
[3] 孟令全,武志昂,周莹.国外网上药店的规制体系和运营体系的发展概况[J].中国药房,2013,24(33):3 165.
[4] 陶剑虹.600亿元医药电商蛋糕,你准备好了吗[N].21世

纪药店,2013-05-06(A02).
[5] 谭元戎,孙剑平.基于德尔菲法的营销人员能力成熟度评价指标体系构建[J].经济问题探索,2012(4):173.
[6] 郭戈,杨飞.应用德尔菲法构建城市体育产业竞争力指标体系[J].体育科技文献通报,2011,19(12):113.
[7] 樊长军,张馨,连宇江,等.基于德尔菲法的高校图书馆公共服务能力指标体系构建[J].情报杂志,2011,30(3):97.
[8] 张立威,黄婉霞,徐庆锋,等.基于德尔菲法的全科医生转岗培训效果评估指标体系构建研究[J].中国全科医学,2013,16(7A):2 271.
[9] 宋俐,羊海涛.应用德尔菲法建立农村基本公共卫生服务评价指标体系[J].江苏预防医学,2011,22(2):10.
[10] 王宏,杜丽萍,张帅.基于模糊综合评价法的高校教师绩效评价模型[J].河北理工大学学报,2011,11(1):56.
[11] 马静,梁秋野.基于平衡计分卡和模糊理论的军队医院绩效评价模型研究[J].中国医院,2014,18(8):60.
[12] 周超,马海群.基于模糊综合评价法的高校信息公开绩效评价研究[J].图书馆理论与实践,2014(2):6.
[13] 李钧.电子商务环境下第三方物流配送质量提升探析[J].中国经贸导刊,2014(17):57.
[14] 苟智双.深圳威尼斯酒店员工满意度研究[D].成都:西南交通大学,2013.
[15] 朱峰.基于平衡计分卡的企业绩效评价:以A公司为例[J].经济师,2014(7):264.

(收稿日期:2015-05-04 修回日期:2015-06-10)

(编辑:林 静)

澳大利亚限制利培酮用于痴呆患者的适应证及疗程

本刊讯 澳大利亚医疗产品管理局(TGA)在2015年第4期《药品安全性更新》中通告了修订利培酮说明书事宜,限制该品种在痴呆患者中的适应证及疗程。

利培酮是一种非典型抗精神病药,属于苯异噁唑衍生物。它是一种选择性单胺能受体拮抗药,对血清素能5-HT₂受体、多巴胺D₂受体和 α_1 肾上腺素受体有高度亲和力。

药品生产企业 Janssen-Cilag 公司向 TGA 提交的一项临床对照研究结果发现,与接受利培酮治疗的阿尔茨海默病痴呆患者相比,接受利培酮治疗血管性或混合性痴呆症患者脑血管不良事件风险增加。服用利培酮的血管性或混合性痴呆患者中任何脑血管不良事件的比值为 5.26(95% CI 1.18~48.11),在阿尔茨海默病痴呆患者中比值为 2.23(95% CI 0.85~6.88)。

自 1993 年至 2015 年 5 月 18 日,该局收到有关利培酮的脑血管不良事件报告 17 例,其中 9 例病例的适应证为痴呆或与痴呆相关行为的治疗,2 例为原发性精神病,其余 6 例未报告适应证。在与痴呆治疗相关的 9 例病例中,1 例指出诊断为阿尔茨海默病,而另 1 例称为额颞痴呆,其他痴呆病例未详细说明痴呆的类型。

在所有非典型抗精神病药的产品信息中,都存在脑血管

不良事件风险的描述,但利培酮是适用于治疗痴呆患者行为障碍的唯一药物。

为阐述非阿尔茨海默病痴呆患者中的这种增加的风险,Janssen-Cilag 公司更新了利培酮的说明书,删除用于血管性或混合性痴呆患者的适应证。此外,还规定利培酮治疗此适应证的持续时间不应超过 12 周,并且仅当症状对非药物治疗方法无应答时,才可用于治疗持续性激动或攻击行为。强调使用利培酮治疗阿尔茨海默病痴呆患者应基于每名患者的个体情况,并权衡其获益与风险。

目前利培酮的适应证更新为:

(1)治疗精神分裂症及相关精神病性症状。

(2)短期治疗与双相 I 型情感障碍相关的急性躁狂症。

(3)治疗(最长治疗为 12 周)阿尔茨海默病中重度痴呆患者的精神病症状或持续性激动或对非药物治疗方法无应答的攻击行为。

(4)治疗智力低下或智力缺陷儿童(5 岁以上)及成人的破坏行为,且这些患者为以破坏行为(如攻击行为、冲动和自我伤害)为主要症状。

(5)治疗与儿童和青少年自闭症相关的行为障碍。