

# 儿童药研发成药品企业生产短板

儿童专用中成药生产企业广州王老吉药业(以下简称“王老吉药业”)日前宣布,2016年将全面进军儿童药市场,在安全、有效、质量可控的前提下开发新的儿科品种。

“随着国民健康意识的不断提升,时下用药安全日益得到重视,已成为继食品安全后又一个进入公众视野的重大课题。”王老吉药业相关负责人认为,目前儿童用药保障文件的出台,一些高校设立儿科学,都标志着儿科发展的“春天”已经到来。

有研究报告预测,于2016年1月1日起正式实施的二孩政策,预计将带来每年

100万-200万新生儿,2018年新生儿数量有望超2000万,这个数字将直接刺激儿童药市场需求的大幅攀升。北京商报记者查阅资料发现,在制药企业的A股上市公司中,单一主营儿童药生产和销售的只有康芝药业,其余近20家上市公司同时涉及成人药和儿童药。公开资料显示,目前市面上儿童用药品种少、规格少、剂型少,儿童安全用药面临着严峻考验。目前国内市场上90%以上的药品都没有儿童剂型,儿童专用药品更是不足2%。同时,不合理用药比例高达12%-32%,儿童药物不良反应率是成人的两倍,儿童成为安全用药隐患的重灾区。

利好政策不断出台正在吸引着众多未涉及儿童药的上市公司在这个领域进行拓展。例如主营成人注射剂和化学片剂的誉衡药业,2015年宣布进军儿童大健康领域;主营水利发电的湖南发展控股子公司康年医疗于去年3月在长沙投资1600万元设立了一家儿童康复中心。

需求量大增的同时是儿童药市场面临着严峻的考验。北京鼎臣医药管理咨询中心负责人史立臣表示,我国儿童药市场虽然前景广阔,但依然面临着一些困难。例如产品的研发,很多企业认为儿童药的生产非常简单,仅需要在成人药品用量上稍加改动即可,其实并非如此,儿童药必

须区别于成人药品进行研发,而这对于一部分企业来说是短板。另一方面就是我国目前没有统一的儿童疾病谱,只是围绕现有儿童的一些病症进行研发,这种药品的研发相对来说含金量较低。

据了解,3月7日,国家食品药品监督管理总局发布了《儿科人群药物临床试验技术指导原则》,从伦理学考虑、数据和安全监察、受试者年龄分层、儿科剂型选择等方面做了详细指导。其中,在剂型研发选择方面,特别提到儿科人群对剂型的接受程度会受到药品本身的口感、气味和质地等影响,要注意“药片大小和形状”。

北京商报记者 吴颖 郭秀娟

## · 速读 ·

### 本市进入水痘高发期

春季水痘将自本月起逐步达到季节性高峰期。今年前两月,北京已报告1740例水痘,大约一半病例为15岁以下人群。北京市疾控中心监测数据显示,从每年3月开始,水痘发病人数将逐渐上升,5-6月发病将达到季节性高峰。

据了解,水痘是由水痘带状疱疹病毒引起的急性传染病,水痘病人是惟一的传染源,主要经呼吸道飞沫和直接接触水痘疱疹液传播。该病传染性强,人群普遍易感,但多见于儿童,极易在托幼园所和学校内引起聚集发病。

水痘潜伏期一般为12-21天,初期会出现发热、咽痛等症状。持续1-2天后进入出疹期,皮疹首先出现在头部和躯干,逐渐波及四肢。初为红色斑疹、后变为丘疹并发展为疱疹,疱疹后1-2天,疱疹从中心开始干枯结痂,周围皮肤红晕消失,再经数日痂皮脱落。

专家表示,托幼园所、中小学校要培养学生养成良好的卫生习惯,做到勤洗手,以免交叉感染。教室要经常开窗通风,保持环境整洁。

### “传太医”App转型工作室

近日,致力于改变医疗就诊体验的医疗App“传太医”宣布,将在今年建2000个“太医工作室”,即由临床医生和医生助理共同组成的医生虚拟工作室模式。

据悉,今年“传太医”将投入5000万元,配备700人的服务团队,建设2000个“太医工作室”,开发至少20个常见疾病的临床协作支持系统。系统主要实现智能协作的诊后随访、患者教育、健康预警、健康管理、远程协作等功能。传太医创始人兼CEO苑光波表示,到年底,将做到每天让2万名就诊患者得到改良的医疗服务,而且对患者将完全免费。

北京商报综合报道

## · 医讯 ·

### ■北京宣武医院

时间:3月22日14:30-16:30

题目:睡眠与脑卒中

主讲:副主任医师丁岩

题目:失眠的药物治疗

主讲:副主任医师李宁

题目:失眠的认知行为治疗

主讲:资深心理治疗师张欣乐

地点:首都医科大学宣武医院多功能厅

### ■北大人民医院

时间:3月23日14:00

题目:肺癌早期的诊断方法、慢性阻塞性肺疾病与肺癌

主讲:呼吸内科副主任医师穆新林、主治医师叶阮健

时间:3月25日9:30

题目:母乳喂养

主讲:产科主管护师宋庆华

地点:门诊五层报告厅

## 动态

# 汤臣倍健拿下NBTY两大品牌经营权

汤臣倍健近日发布最新公告称,与全球膳食补充剂企业NBTY成立合资公司。合资公司中,汤臣倍健持股60%,NBTY持股40%,合资公司将拥有NBTY旗下两大品牌自然之宝(Nature's Bounty)和美瑞克斯(Met-RX)在中国市场的永久经营权和商标使用权。

NBTY公司建于1971年,总部设于美国纽约,是集研发、生产、销售高品质膳食补充剂的综合性公司。NBTY拥有多个世界知名品牌,业务遍布全球120多个国家。截至2015财年,NBTY总销售额约32.3亿美元。

自然之宝是NBTY在美国及世界各地销售的主

要品牌。美瑞克斯是NBTY旗下的顶尖运动营养品牌,2006年进入中国并迅速崛起为中国销售量最大的进口运动营养品牌。

此次合作,汤臣倍健不但如愿“拿下”世界知名膳食补充剂品牌,同时获得了自然之宝和美瑞克斯在中国内地市场的永久经

营权,使汤臣倍健的全球品牌整合战略跨出了关键性一步。对NBTY而言,借助汤臣倍健的渠道优势和网络资源来迅速提升两个品牌在中国市场的销售和影响力,并利用汤臣倍健的批文优势以及全球领先的“透明工厂”实现部分产品本土化生产。

北京商报记者 吴颖

# 碧生源依托“两袋茶”多路发力

近日,碧生源发布年度公告显示,根据独立第三方数据,按零售药房出售的包括保健品、药品或其他类型产品零售额计算,2015年,在润肠通便产品市场板块,碧生源常润茶占据的市场份额为21.81%,连续八年占据市场榜首。

在减肥产品市场板块,碧生源减肥茶市场份额为42.26%,连续六年占据市场份额第一。在减肥药品市场板块,来利牌奥利司他市场份额达到47.1%,直接名列OTC减肥产品榜首。

今年是保健行业蓄势待发的一年,众多的机遇

和挑战摆在碧生源面前。伴随着国家出台“健康中国”战略,碧生源提出了企业发展六大规划。

首先,聚焦连锁药房、提高单品销量。第二,关注来利奥利司他减肥药,使其成为碧生源新药市场快速增长的动力。第三,让碧生源新产品进入电商渠

道,从而吸引大批新客户。第四,开展走进航空、高铁、酒店、高校等地活动,力争获得多方面合作。第五,推进云南植物事业,创造碧生源集团绩效的全新增量。第六,开展投资并购、合资、参股,对外拓展扩张新路径。

北京商报记者 吴颖

## 养生

# 2/3国人有睡眠障碍

## 美好睡眠从调节心情开始



38%,失眠人群数量相对较多。从我们睡眠门诊的患者比例来看,也是以失眠患者为主。”李宁介绍,来该医院睡眠门诊接受失眠问题治疗患者数量近两年来呈上升趋势。

“失眠绝大多数为情绪病,个人情绪问题会直接

影响到我们的睡眠质量而造成失眠。情绪带来的失眠不仅存在于中老年人身上,甚至青少年也会有失眠现象。”李宁表示,“慢性失眠加上短期失眠一起算的话,我国大约有2/3的人都存在失眠的情况。”

李宁强调,并非是有

失眠情况的人都需要到医院治疗。一周失眠三次以上,时间超过3个月属于慢性失眠,这种时候患者应该来医院进行检查接受治疗。长期严重失眠容易诱发一些身体疾病,如头晕头痛、记忆力下降、注意力不能集中、心慌、胸闷、血压升高、食欲减退、嗝气返酸以及内分泌紊乱引发的月经不調、血糖上升等疾病。

“事实上,对于偶尔的短期失眠可以通过自身情绪的调节来缓解,也可以做一些瑜伽、太极等舒缓的动作来帮助我们达到放松心情的效果。”李宁表示。

北京商报记者 吴颖 郭秀娟