

· 资讯 ·

好大夫在线推专家团队平台

北京商报讯(记者 钱瑜 郭秀娟)日前,以“连接、赋能”为主题的好大夫在线2018战略发布会在京举行。北京商报记者了解到,好大夫在线2018年战略关键点为聚焦基层,将专家的碎片时间和业余时间分出一部分给基层医生,真正帮助基层提升诊疗能力,让患者真正能安心地留在基层,为基层实现分级诊疗目标。

据介绍,目前全国已有17万名医生通过好大夫在线平台向全国患者提供咨询服务。好大夫在线CEO王航认为,医生们166万小时的宝贵时间如果能够分一部分用在远程会诊,会发挥更加巨大的价值。据介绍,为更合理利用专家时间,好大夫在线推出专家团队平台,上级医生和下级医生利用手机平台组成专家团队,目前已有4353个专家团队组建成功,并开始有业务发生。

吉利德丙肝药物索华迪在华上市

北京商报讯(记者 钱瑜 郭秀娟)日前,吉利德科学公司(以下简称“吉利德”)宣布,首个覆盖慢性丙型肝炎(慢丙肝)1、2、3、4、5和6型基因型的口服抗病毒药物索华迪(通用名:索磷布韦)正式在华上市,用于与其他药物联合,治疗成人泛基因型及12~18岁青少年基因2型和3型丙型肝炎。

资料显示,自2013年在美国获批以来,索磷布韦已在79个国家获批上市,以索磷布韦为基础的治疗方案已惠及全球150多万人。

得益于我国药品审评审批制度改革的持续推进,索华迪在中国提交注册申请后获得优先审评审批,国家食品药品监督管理总局于2017年9月20日批准该药上市。

莱茵生物出售莱茵康尔99%股权

北京商报讯(记者 钱瑜 郭秀娟)日前,莱茵生物发布公告称,为尽快收回投资,优化资产结构,以支持主营业务发展,公司采取邀请招标的方式出售全资子公司莱茵康尔99%股权。

公告内容显示,此次股权转让事项的中标单位君和投资的实际控制人蒋小三为公司控股股东的关联人,股权转让构成关联交易。根据对莱茵康尔的股权价值评估和审计,莱茵康尔总资产约3.46亿元,净资产约3.45亿元。本次交易将为莱茵生物贡献净利润约3950万元。莱茵生物方面表示,此次交易所得将用于补充公司营运资金,有利于提升公司整体竞争实力,符合公司长期发展战略。

据了解,莱茵康尔经营范围包括化妆品的研发及其技术转让,预包装食品兼散装食品、化妆品、日用品的批发、零售,农副土特产品的销售(粮食除外),植物制品的研发、生产、加工和销售。

中韩专家演示甲状腺癌手术

“中韩达芬奇机器人甲状腺癌手术直播大会”将于2017年12月9日在北京举行,届时中韩两国的达芬奇手术专家将齐聚北京和睦家医院,进行甲状腺癌微创手术演示。

据了解,甲状腺癌患者的十年生存率能达到95%以上,治愈率高且没有生命威胁,因此术后外观显得尤为重要,颈部无刀痕的达芬奇机器人手术已成为中年女性患者的首选。

北京和睦家医院院长盘仲莹表示,北京和睦家医院自2015年5月引进达芬奇手术机器人以来,相继在泌尿外科、胸外科、甲状腺外科等多领域开展手术,能够帮助患者以最小的创伤获得最佳的手术效果,始终是医院追求的目标。

北京商报综合报道

马应龙尴尬的生态扩张

药妆成为传统医药企业进军大健康市场的突破口。云南白药、马应龙等企业在几年前便开始研发面膜、护肤品等药妆系列产品,希望借此突围日益被压缩的传统药品业务发展空间。不过,北京商报记者近日走访发现,药企日化产品销售难言乐观。业内分析认为,受政策和渠道等因素限制,药妆在国内处于较为尴尬的位置,很难发展起来。而目前国内药企也与最开始争相布局引进专业人才不同,在日化领域并未投入较多精力,只是做一下连带销售。

北京商记者在走访过程中发现,国内药企推出的药妆很少出现在商场内,更多是在药店内进行销售,但销售情况并不乐观。北京市朝阳门附近的永安堂大药房售货员表示,马应龙旗下的眼霜对黑眼圈比较有效果,但是对眼袋效果不大。“眼霜上市挺长时间了,但是销量不是特别好,很一般。”上述永安堂大药房销售人员说道。

灯市口附近的康中福大药房售货员则表示,马应龙眼霜药店一般进货较少,现在暂时没货,近200元一盒的价格有点高,销量一般。除了上述两家药店,北京市多家药店销售人员均表示未听说过该款产品。公开资料显示,云南白药曾经大力推广的采之汲面膜,上市后的销量与云南白药牙膏相去甚远。

药企纷纷布局药妆的一大原因,



是国内药妆市场规模的快速增长。根据前瞻产业研究院2015年发布的《药妆行业品牌竞争与投资分析报告》显示,中国药妆市场规模在2015年达到350亿元左右,相比2009年增长了近4倍。报告预测,2021年我国药妆市场将达到600亿元。

日化行业专家、赛恩资本合伙人夏天表示,近几年国内一些药企进入化妆品领域,也推出较多产品,但从目前来看没有一种产品真正具有市场影响力。在夏天看来,目前国内药妆渠道并不发达,药妆的主要销售渠道依然是药店。国内很难像欧洲和日本一样药妆渠道和品类占据化妆品较大市场。目前为止,药企推出的化妆品及相关产品在化妆品领域的规模和影响力都可以忽略不计。”

据一位业内知情人士透露,目前,药企在日化专业人才引进和规划方面并没有投入太多精力,更多的是想在不扩充人员和加大市场

投入的情况下通过自有渠道做连带销售,而这导致药企很难进入化妆品销售主流渠道。“最初进入日化领域的时候,药企应该引进过相关人才并搭建过团队,但在一定时间的摸索后效果不太好,从而选择放弃团队搭建。”

资料显示,目前业界认可的药妆概念是指具有特殊功能的化妆品。国内相关监管部门并没有明确的概念,导致药妆以三种身份曲线进入市场,以药批号、特殊化妆用品许可证和普通化妆品生产销售。今年,国家食药监总局《化妆品监督管理条例(征求意见稿)》公开征求意见,要求化妆品宣传不得明示或者暗示具有医疗作用,还增加了针对网络销售的监管内容,这也让药妆的身份更加尴尬。另外,以痔疮产品闻名的马应龙如今生产销售眼霜等产品让部分消费者在一定程度上难以接受认可。

北京商报记者 钱瑜 高春艳

国大药房28亿出让40%股权

北京商报讯(记者 钱瑜 郭秀娟)日前,国药集团一致药业股份有限公司发布公告,截至挂牌公告期满,国大药房引入战略投资者项目征集到一家意向投资方,为Walgreens Boots Alliance (Hong Kong) Investments Limited。

沃博联(Walgreens Boots Alliance)作为实际控制人通过其在香港设立的全资子公司Walgreens Boots Alliance (Hong Kong) Investments Limited作为增资主体认购国大药房股权,增资金额为28亿元,增资后持有国大药房40%股权。

公告显示,沃博联是全球首家

以药店为主导的世界级医药保健企业,通过经营药品批发和社区药店,提供深受信赖的医疗保健服务,拥有百余年传承,历史悠久。

沃博联是美国和欧洲最大的零售药店和保健日用品零售店,由美国沃尔格林和欧洲联合博姿两家公司合并而成。截至2017年8月31日,沃博联及其进行股权权益投资的公司在全世界超过25个国家开展业务,在11个国家运营超过13200家门店。

国大药房是全国销售规模排名第一的医药零售企业。根据财报信息,国大药房门店数达3693家,零售连锁网络遍布19个省、自治区

及直辖市,覆盖近70个大中城市。2017年上半年,国大药房实现营业收入48.88亿元,同比增长12%,净利润同比增长30.08%至0.99亿元。自2016年9月正式被国药一致收购后,国大药房成为国药集团的战略性零售平台,国药一致将专注于医药分销及零售业务,不再控股医药工业相关资产。

业内分析认为,国大药房虽然销售额较高,但相比一心堂、老百姓等民营连锁药店盈利能力略低。此次引入沃博联,预计将借助其海外供应网络和运营管理经验等优势进一步提升国大药房的运营能力,助力零售板块业绩增长。

常山药业进军玻尿酸市场

北京商报讯(记者 钱瑜 郭秀娟)12月1日,常山药业发布公告称,公司与InnPharm SRI(以下简称“InnPharm”)签署《合作意向书》,双方拟共同成立中外合资公司,在中国市场销售透明质酸(即玻尿酸)类产品。InnPharm是一家从事生产和销售医疗设备、美容产

品和医药产品的意大利公司。

据公告,InnPharm研发生产的透明质酸系列产品通过了欧盟CE认证。本次合作的目的是设立合资公司,在亚洲区域销售InnPharm研发生产的透明质酸类产品。

常山药业表示,合资公司

的设立及运营,将充分发挥公司与InnPharm在透明质酸类产品的研发、生产、销售及市场上等多方面优势,有利于公司在玻尿酸系列产品之外积极培育新的产品,开发医疗美容等新的市场,为公司长远发展增添新的利润增长点。