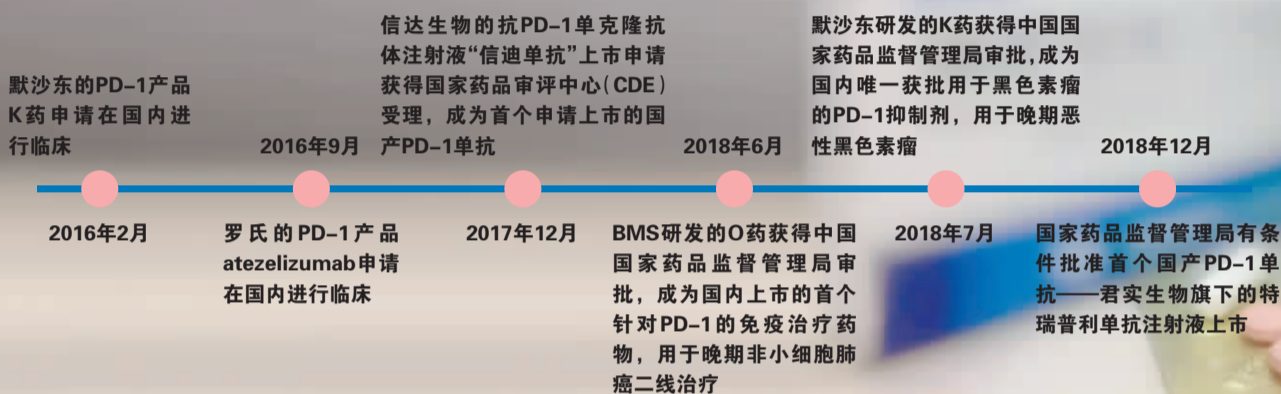




展望2019

# 药企激战肿瘤药市场风口

## 国内外药企肿瘤药布局一览



一笔740亿美元的收购拉开2019年肿瘤药领域竞争大幕。1月3日晚间,百时美施贵宝(以下简称BMS)和新基制药(以下简称新基)宣布,双方签订最终合并协议,BMS将以现金和股票作价合计740亿美元收购新基。此次收购被业界认为是BMS押注肿瘤药领域之举。BMS在全球拥有包括PD-1明星产品欧狄沃(O药)等在内的肿瘤药物,新基旗下拥有用于治疗多发性骨髓瘤的明星产品瑞复美。业内人士认为,肿瘤药领域是目前医药行业最大研究方向,收购新基能够完善BMS产品线,增加竞争优势。不过,目前无论国内外药企均加大在肿瘤创新药领域的投入,百时美BMS能否顺利获得市场份额还存在较大不确定性。

### 格局生变

根据合作协议,BMS拟作价740亿美元以现金加股票的形式收购新基,合并后的公司将拥有9种产品,年销售额超过10亿美元,潜在营收超过150亿美元。其中,BMS成为控股方,原股东将持有新公司69%的股权,新基原股东则持有31%的股权。

资料显示,BMS是美国一家拥有百年发展历史的公司,在治疗心血管疾病、中枢神经系统疾病以及癌症的创新药、婴儿配方奶粉和美发产品的研制、生产等方面处于世界领先地位;新基医药则是一家主要从事研发、设计和研制治疗癌症和炎症和免疫疾病有关药物的生物制药公司。

这一交易也催生了全球第四大药企,使全球制药企业的格局发生变化。资料显示,BMS和新基分别以182.61亿美元和133.35亿美元的处方药销售位居全球制药企业第14名和第20名。此次双方的合并将创造一家年收入超

过340亿美元的新公司,从而成为在全球范围内仅次于辉瑞、诺华和罗氏的第四大公司。

医药行业相关分析人士对北京商报记者表示,全球排名前二十的两个药企合在一起后,无论是公司体量还是产品线都会增强。不过,两个业务结合在一起的公司会产生怎样的化学反应还要看运营团队后续如何操刀及运作。

针对此次收购的原因以及后期公司发展战略等问题,北京商报记者致电BMS,但截至发稿并未收到相关回复。

### 优势互补

在自身明星产品面临挑战的情况下,此次并购被业内普遍视为BMS扩种产品线提升自身竞争力的举措。根据BMS 2017年财报,公司全年实现总收入207.76亿美元。其中,O药和Eliquis(阿哌沙班)为旗下销售额排名一、二的药品,分别实现营收49.48亿美元、48.72亿美元。

作为两大主力产品,O药和阿哌沙班目前面临着不同程度的挑战。据了解,阿哌沙班的专利期将于2022年结束,这意味着阿哌沙班无法通过专利来继续维持在该药上的垄断地位。与此同时,BMS O药的领先优势也因为默沙东旗下PD-1产品Keytruda(K药)的上市减弱。

据了解,O药和K药先后被批准在中国上市,分别用于晚期非小细胞肺癌二线治疗和晚期恶性黑色素瘤。2018年9月,国家药品监督管理局受理了K药肺癌一线适应症上市申请。在医保方面,根据深圳人力资源和社会保障局2018年深圳市重特大疾病补充医疗保险药品目录,K药在增补的药品之列,但O药尚未进入任何一地类似的医保。根据EvaluatePharma 2018年全球药企销售额预测,K药的销售额约为90亿美元、

O药销售额约为70亿美元。

通过收购新基,BMS可获得新基在肿瘤以及免疫等领域的多个管线资产,如可治疗多种血癌的Revlimid,与Agiros Pharmaceuticals合作开发,首款针对IDH2基因突变以及治疗实体瘤的Abraxane等。此外,在未获批的在研药物上,新基拥有包括CAR-T疗法在内的多项产品,如已进入2期临床试验用于治疗大B细胞淋巴瘤的J CAR017、治疗复发/难治性多发性骨髓瘤的bb2121等。

在南京乐药创业投资管理有限公司合伙人郭新峰看来,并购拥有短平快的好处,可迅速将其他公司的产品收入囊中。“百时美BMS收购新基或看上了CART疗法产品,目前FDA仅批准了2个CART产品,该疗法产品具有一定的前景。”

### 竞争加剧

收购新基一方面是BMS产品竞争下提升竞争力的表现,另一方面则是肿瘤药市场不断扩大,公司希望押注该领域占领市场份额。不过,在国内外药企均加大肿瘤药领域投入,市场竞争愈加激烈的情况下,BMS能否通过此次收购占领市场还存在较大不确定性。

咨询公司艾意凯(LEK)调研显示,全球肿瘤免疫治疗市场2016年空间达70亿美元,到2022年将达480亿美元,这时免疫市场将占到癌症治疗市场的四分之一以上份额。而中国已经发展成为全球第二大医药市场,数据显示,中国肿瘤免疫治疗市场到2025年将达120多亿美元。

根据医药咨询公司Igeahub发布《2018年全球肿瘤学领域10大制药公司》榜单,罗氏处于肿瘤学领域领先地位,2017年肿瘤学业务销售额为250.9亿美元;诺华肿瘤学领域销售额为

122.7亿美元位列第二;新基则以108亿美元销售额位列第三。从产品销售情况看,2017年全球畅销的10款肿瘤学药物中,罗氏独揽3个;强生包揽2个,辉瑞、新基、BMS等企业各有一个。

在较大市场的吸引下,肿瘤药领域已经是药企必争之地。BMS中国大陆及香港地区总经理赵萍在接受媒体采访时指出,未来,BMS将继续在免疫治疗领域探索新的治疗方法,通过新型、合理的联合治疗以及生物标志物的探索提升患者的治疗效果。“免疫治疗将来可能是肿瘤治疗最大的趋势,未来中国市场的竞争会非常激烈,产品质量则成为重中之重。”

事实上,除BMS外,罗氏、默克、辉瑞等外资企业也在推进旗下PD-L1单抗在国内的研发进度,且均开展多项III期临床试验,以期抢占市场份额。

从国内层面来看,多家企业也在肿瘤治疗领域加大研发力度。2018年12月,国家药品监督管理局有条件批准首个国产PD-1单抗——君实生物旗下的特瑞普利单抗注射液上市。此外,信达生物、恒瑞医药和百济神州的PD-1/PD-L1已经申报上市,办理状态为在审评审批中(在药审中心)”。另据不完全统计,目前国内共有20余家企业参与PD-1/PD-L1领域的竞争,处于临床不同阶段。

一位不愿具名的业内人士认为,肿瘤药是医药行业最大的研究方向,蛋糕比较大,所有的药企都在尝试这个领域。新基在肿瘤药产品上算比较丰富,但目前不管是默沙东、阿斯利康等外资企业还是君实生物、信达制药等本土企业均在肿瘤创新药领域加大布局投入,BMS能否顺利获得市场份额还存在较大不确定性。

北京商报记者 郭秀娟 姚倩/文 贾丛丛/制表