



加速布局药店

北京商报记者注意到,为提升产品销售情况,各大药企均开始加大与药店之间的合作。近日,东北制药与四川一心堂、四川海王星辰策划广场舞等活动,并匹配相关项目和动销活动。

东北制药与上述药店动销内容主要为,消费者购买一定金额的东北制药产品,可以免费换取一件其他商品或以较少的金额换取一件东北制药产品,动销活动成本由东北制药和连锁药店共同承担。

无独有偶,2019年9月,哈药集团营销有限公司与吉林大药房签署连锁战略合作协议。同年6月,哈药相继与国大药房母公司国药控股、漱玉平民大药房等签署战略合作协议。

针对公司加大与连锁药店合作的原因,东北制药和哈药股份均未给出相关回复。在业内人士看来,目前,国内一大批以

药品采购趋严 药企转战医药零售

随着“4+7”、两票制等政策的全面推进,药企也在寻求新的出路。北京商报记者发现,多家药企加大与连锁药店合作,转变销售思路。近日,东北制药与四川一心堂等药房合作举办广场舞活动;哈药与吉林大药房等药房签署战略连锁合作协议。业内人士认为,在带量采购等政策影响下,企业也开始转变玩法,从过去以“学术营销+医药渠道拓展”为主的营销模式向与连锁药店等渠道合作的方式,直接给患者提供专业化疾病科普及规范用药等知识服务,促进产品销售。未来,零售药店将成为药企的必争之地。

医院临床为主攻市场的制药企业,正在面临寻找新出路的处境。与连锁药店等渠道合作,可以直接给消费者提供专业化疾病科普以及规范用药等服务知识,有助于提升产品销量。一位行业人士更是坦言,药企已经开始赤膊上阵做健康科普了。

东北制药集团股份有限公司OTC营销中心副总经理王雷公开表示,通过广场舞等活动,东北制药相关产品的销量在成都显著提升。就实施的情况来看,引流效果超出预期。通过相关活动,东北制药加强同连锁药店的合作,可以打响相关产品的零售端品牌。”王雷说道。

在哈药营销执行总经理成文辉看来,与大型医药连锁建立全面合作关系是公司深度布局市场、扩展覆盖的重要举措之一。

转变营销模式

在“4+7”带量采购、医保控费、两票制等政策影响下,多个企业产品销量、价格大

幅下滑,销售和利润压力下,依托过去“学术营销”方式显然已经难以获得较高利润,向零售药店拓展以及消费者健康科普教育转型迫在眉睫。

带量采购的基础逻辑是以价换量。日前,新一轮带量采购在上海开标,此次带量采购的试点范围扩大至全国且引入“多家中标”的机制,这意味着竞争进一步加剧。

资料显示,按照相关规定,若只有1家企业中标,医院将给予50%的约定采购量;若3家企业中标,医院将给予70%的约定采购量。

医院一直以来都是药品的最大终端市场。据前瞻产业研究院数据显示,药品终端可以分为公立医院、零售药店以及公立基层医疗三大终端市场。2018年上半年,公立医院终端市场份额最大,占比67.7%;零售药店终端、公立基层医疗分别占比22.7%、9.6%。

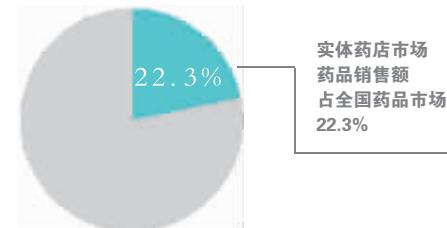
一位不愿具名的业内人士表示,药品中标后,产品销量得到保障,但价格大幅下

2018年药品终端市场药店份额一览

实体药店市场药品销售额3820亿元

同比增长6.8%

七年复合增长率9.7%



带量采购后,京新药业发布公告称,公司将继续积极推进产品在其他市场的销售推广,降低此次产品失标带来的影响。

医药行业投资分析人士李硕在接受北京商报记者时表示,此前,多家药企并不重视零售药店等渠道,带量采购后,药企逐渐意识到这些渠道的重要性。未来,零售药店将成为药企的必争之地。

益丰药房董秘王付国公开表示,药品销售渠道可能会因为政策重新洗牌。长期来看,中标企业毕竟是少数,更多失去医院市场份额的药企会将营销政策向连锁药店倾斜。

在复星医药董事长、复宏汉霖主席兼非执行董事陈启宇看来,未来药品将会分为三种市场,第一种为带量采购市场,量大价低。第二种为创新药市场,药企通过专业推广占领市场。第三种为零售渠道等院外市场,消费者自主选择零售渠道的处方及非处方药。因此,院外市场占有一定的重要的位置。

北京商报记者 郭秀娟 姚倩

渠道面临洗牌

根据中康资讯旗下中康CMH数据显示,2018年,公立医院仍为终端药品销售的最大市场。不过,随着分级诊疗、医药分家、处方外流等政策引导,基层医疗、零售药店市场份额正逐步提高,公立医院市场的销售额增速则呈放缓趋势。

上述趋势的变化成为企业拓展的方向。华森制药在2018年财报中指出,公司未来产品销售将从聚焦公立医院,逐步拓展至民营医院、基层医疗机构、零售连锁药房以及电商平台等。此外,在旗下产品无缘

· 资讯 ·

希玛眼科完成收购上海璐视德医疗

北京商报讯(记者郭秀娟姚倩)近日,希玛眼科发布公告称,公司收购上海璐视德医疗全部股权的所有先决条件均已获达成及交割已落实。交割完成后,上海璐视德医疗成为公司的间接全资附属公司,其财务业绩将综合计入希玛眼科的财务报表。

公告显示,上海璐视德医疗成立于2002年4月17日,其注册资本为2800.25万元。上海璐视德医疗为投资控股公司,及其全资附属公司拥有及经营位于黄浦区的一家眼科医院,及三家诊所分别位于浦东新区、杨浦区及普陀区。

据介绍,上海璐视德医疗及其附属公司的眼科医院设施可容纳30张病床,可为患者提供住院式眼科治疗,以及三

间手术室。此外,还可专门提供包括白内障及屈光手术等眼科疾病的诊断与治疗服务以及验光服务。

希玛眼科在公告中表示,交割后,公司向医师及辅助医疗专业人员提供医疗培训,并将医疗设备升级,从而在中国选定城市(包括北京、深圳、惠州、昆明及上海)成立贯彻及综合眼科医疗服务网络。

希玛眼科是由医生林顺潮在香港建立的专业眼科医院,该公司采用连锁经营模式,在香港、深圳和北京均有医院。根据希玛眼科今年8月公布的中期业绩,该公司实现收益约2.65亿港元,同比增长37.6%;公司权益持有人应占溢利3375.7万港元,同比增长1.81倍。

健康元雾化吸入溶液首仿获批

北京商报讯(记者郭秀娟姚倩)日前,健康元发布公告称,公司全资子公司深圳大太药业有限公司及控股子公司上海方予健康医药科技有限公司(以下简称“上海方予”)盐酸左沙丁胺醇雾化吸入溶液,收到国家药品监督管理局核准签发的药品注册批件。

资料显示,盐酸左沙丁胺醇雾化吸入溶液主要用于治疗或预防可逆性气道阻塞性疾病引起的支气管痉挛。沙丁胺醇为短效β2受体激动剂,起效迅速,是目前临幊上治疗哮喘急性发作应用较广

泛的药物。根据公告,盐酸左沙丁胺醇雾化吸入溶液为国内首仿,2017年3月1日上海方予首次提交本品注册申请获受理。2018年6月5日,国家食品药品监督管理总局药品审评中心将盐酸左沙丁胺醇吸入溶液纳入优先审评药品注册程序。

根据国家药品监督管理局药品审评中心网站及咸达数据库显示,目前,国内只有健康元取得该品种注册批件,另有1家企业已批准临幊。

北京先宝妇产医院完成更名

北京商报讯(记者郭秀娟姚倩)日前,北京先和妇产医院全新升级并更名为北京先宝妇产医院。在金卫集团的支持下,先宝妇产引进医疗管理团队,从医院质量、人才、服务以及环境等方面进行了更新与升级,旨在将先宝改造成“专业医疗”与“品质服务”双驱动的妇儿专科医院,为北京市行政中心的发展以及今后周边社区居民做好健康配套服务。

目前,北京先宝妇产医院组建了一

探索盈利模式 复宏汉霖加速药品商业化

北京商报讯(记者郭秀娟)成功登陆港交所后,如何实现盈利成为复宏汉霖需要考虑的问题。近日,复星国际联席总裁、复星医药董事长陈启宇在接受北京商报记者记者采访时表示,公司有多款产品会在短期内上市,随着新产品不断上市,研发支出和营收会逐渐达到平衡状态,从而推动公司实现盈利。

2010年成立于上海的复宏汉霖,一直以来专注于研发单克隆抗体药物,产品覆盖肿瘤与自身免疫性疾病等领域。由于研发投入较多,目前复宏汉霖依然未能实现盈利。数据显示,2017年复宏汉霖亏损3.84亿元,2018年亏损5.05亿元,2019年一季度亏损1.58亿元。

2019年9月25日,复宏汉霖在港交所挂牌上市,发行价每股49.60港元,初始市

值267亿港元。其中,复宏汉霖拟动用本次全球发售所得款项90%用于投入研发,10%用于其他。据陈启宇透露,复宏汉霖从成立之初至今,研发投入总计约25亿元。

在谈到如何平衡高额研发支出和亏损业绩时,陈启宇表示,企业做平衡一定是当收入能够规模化的时候才能讲平衡,很少的收入讲平衡没有意义。公司首款产品汉利康(利妥昔单抗注射液,HLX01)于今年2月获批,5月开始商业化销售。此外,HLX02(赫赛汀生物类似药)、HLX03(修美乐生物类似药)、HLX04(安维汀生物类似药)这三种单抗生物类似药也将在短期内即将上市。

在复宏汉霖总裁兼CEO刘世高看来,创新药的投资周期特别长,产品上市后可能还需要几年才能显示出回报。为了持续

运转,复宏汉霖的投入会持续不断,短期内不会多赚,但公司的估值会不断增加,因为公司手握多个在研新药,这就是复宏汉霖的战略。谁最先上市,获得的市场份额将最大。

刘世高指出,生物类似药研发的技术壁垒及资金壁垒都非常高。一款生物类似药,整个临床试验的研发投入近5亿元,还不包括后期建厂的更大投资。如果能以第一名进入市场,可以拿到约50%的市场份额,第二名则只有20%-30%的市场份额甚至更低,再往后份额更少,投资呈负值则得不偿失。

据了解,汉利康上市后不久便主动降价,价格相较于同品规的原研药低了约40%。据陈启宇透露,3个多月时间,同一个时间段新发的病人开出的处方,汉利康和原研药的比例已经到1:3。

未雨绸缪 勇担使命

——朝阳区市场监管局开展食品安全事故应急演练

9月19日下午,一场全过程的食品安全突发事故应急演练在朝阳区成功举办。这是朝阳区市场监管局不忘初心、牢记使命”主题教育启动以后开展的一项重要工作内容,目的是在提高执法人员应急能力的同时,达到主题教育与业务工作“两手抓、两不误、两促进”的效果。

此次演练借助演员、道具、视频等多种手段,再现了事故涉及的各类场景,采用情景模拟实战与桌面推演相结合的方式进行,内容紧紧围绕事故接报和信息报送、医疗机构调查处置、责任单位调查处置三个科目的主要业务知识和技能,模拟了调查处理过程中应当秉持的工作思路、调查询问要点、证据固定方式和执法履职关键点等,全面测试了参演人员的食品安全应急处置工作水平,也是对全体观摩人员应急知识的一次再强化再巩固再提升。

同时,本次演练设置了评估组,成员就是观摩人员,他们从专业角度进行评估,对演练过程中暴露出的问题提出改进建议,

这对于进一步优化应急事件处置流程也有非常重要的作用。

形式新颖 切合实际

此次演练模拟了接到信息后,朝阳区市场监管局快速启动食品安全突发事件应急响应,迅速开展应急处置工作,在最短的时间内控制了事态的扩大和危害蔓延的全过程。

“第一次参加这种形式的应急演练,感觉很新颖很全面,将主题教育与监管实际相结合,内容也是我们平时工作中接触过的类似事件,带入感很强,学到了很多东西。”参加演练的一名同志说道。

上级领导、知名专家点评

演练结束后,北京市市场监管局应急管理处处长张岩对本次应急演练做了点评,认为此次演练准备充分,计划周密,形

式新颖,指导性强”。

朝阳区政府办副主任、区应急局副局长蔡睿认为,此次演练是对朝阳区市场监管应急处置能力的一次全面展示和检验,对今后的应急管理工作具有较强的指导意义。

国家行政学院邹积亮副教授对各参演组的现场表现进行了点评,他认为,本次演练达到了检验应急预案、锻炼应急队伍、熟悉处置流程、提高应急能力的预期目的。

下一步,朝阳区市场监管局将把主题教育和市场监管工作结合起来,在做好“规定动作”的同时做精“自选动作”,区局将紧扣区委区政府和市局中心工作,坚持问题导向,把解决人民群众身边的问题作为主题教育的重要内容之一,特别是“接诉即办”、“创建国家卫生区”、“优化营商环境”等工作,做到学以致用,将学习成果用于指导实践、推动工作、解决问题,让群众切实感受到主题教育带来的新变化、新气象。