

一针难求的九价HPV疫苗去哪了

约不到的还是约不到

九价HPV疫苗扩龄的消息，让之前淡定的人也不淡定了，正掀起一场全国范围内的追捧。

2020年7月，在广东读研一的小璐借着在安徽实习的机会，通过朋友的朋友安排约上了当地公立医院的九价疫苗，即便如此，也拖到了当年的9月才接种了第一针。

三针疫苗4000元左右，加上路费，小璐共花了将近7000元。“当时也很纠结，但是难得有这个路子，这7000块直接掏空了我的积蓄，从奖学金里攒下的钱都花光了。”小璐回忆称。

不同于两年前惊人的排队时间，现在公立机构疫苗的预约换了种“打法”。一家社区卫生服务中心的工作人员称，需要自己在小程序上刷新，什么时候约上了什么时候来打。“现在九价的预约不是排队，而是采取相当于摇号的方式，也许有人比你早进去了，但是他也不一定能够比你早约到疫苗。”

上述工作人员介绍，放苗的频率很有可能要按月来；但具体哪一天也不清楚，主要还是看疾控什么时候能给我们这边苗。

值得一提的是，目前扩龄后的九价HPV疫苗尚未落地。公立机构预约的范围仍为16-26岁，一家私立机构的工作人员也表示，扩龄到45岁的疫苗还没有到，具体价格尚不清楚。

上述工作人员介绍，厂家表示因为涉及到外包装及说明书的更换以及运输等问题，预计最快明年年初左右能够上市，可以提前购买相关商品排队，需要等待疫苗到货后再按照下单时间的顺序进行通知。

谁“抢走了”疫苗

2006年，第一款HPV疫苗的问候标志着宫颈癌成为世界上唯一可以通过疫苗预防的癌症。世界卫生组织建议，9-14岁是接种HPV疫苗的黄金年龄，因此“尽早、尽小”接

从哈尔滨飞到北京，以三针共计高于公立医院2400元的价格成功“上岸九价”，在接种九价HPV疫苗第一针后，小美听到了疫苗扩龄的消息。虽然像个“怨种”，但小美认为这笔钱花得值，因为她相信扩龄之后可能有人“抢苗”。

小美代表了一类人：在迈入26岁之前无奈选择了私立医院“花大钱”办事。而这背后也折射出一种关于九价HPV疫苗的焦虑，在一针难求的市场中被无限放大。

8月30日晚间，国家药监局官宣，默沙东九价HPV疫苗的适用人群从16-26岁拓展至9-45岁。扩龄之后的HPV疫苗再次点燃社交媒体。在默沙东九价扩围搅动的池水里，疫苗去了哪？扩产有多难？何时才能疫苗自由？国产化“追兵”何时能到？

种HPV疫苗才能达到更佳效果的理念才开始深入人心。

目前国内共有五款HPV疫苗获批上市，其中二价的包括国产的万泰生物“馨可宁”、沃森生物“沃泽惠”以及进口的葛兰素史克“希瑞适”，而四价及九价HPV疫苗生产厂家均为默沙东。换句话说，在四价以及九价HPV疫苗的市场，默沙东堪称一家独大。

目前人们通常能够采取三种方式进行疫苗的接种，包括公立医院、私立医院以及代抢，三种方式也各有利弊。

公立医院的价格便宜，通常一针只要1300元左右，但“中签”的程度不亚于春运抢票。而私立医院的三针疫苗通常要比公立医院贵2000元左右，但相应地，等待的时间也会大大缩短。

事实上，私立医院里的九价HPV疫苗已经呈现出高度市场化的趋势。约苗、第三方预约平台让人眼花缭乱，“超值爆款”的信号也是随处可见。

以约苗平台中的北京嘉和妇儿医院为

例，其标示着“现货包三针”的九价HPV疫苗售价为5680元，值得一提的是，该套餐内不仅包含了三针疫苗及三次接种服务费，还搭配有血常规、肾功能等在内的体检项目。

有疫苗专家解释称，二类疫苗的分配是由县级疾控中心决定的，公立医院打自费疫苗最多能加一个冷链管理费，每只疫苗最多也就加30元。公立医院又没有二类疫苗的指标考核，因此公立机构在打自费疫苗的事情上自然就会少一些动力。但疾控中心也会考虑到公益性和盈利性的平衡，不是说私立机构想拿多少就能拿多少。

北京一社区卫生服务中心的工作人员也对北京商报记者提到，相对于社区而言，私立机构的库存可能更大一些，资金等各个方面也可能更充分一些。

在秒杀和砸钱的困境里，有人做起了第三种生意，他们在社交媒体上发布着隐晦却又让人秒懂的广告，或是利用技术，或是利用关系、渠道，以动辄上千元的“中介费”将疫苗送到需要的人手中。



事实上，关于疫苗的去向，市场上的传言也从不少。比如小美所在的城市，始终没有九价HPV疫苗可以约，在朋友的口口相传中，大家仿佛默认，即便是有苗基本上也会内部消化而不会开放外部预约。

扩产到底有多难

在始终供不应求的市场局面之下，矛头指向了九价HPV疫苗的扩产。在给北京商报记者的回复中，默沙东表示，近年来已投入超过10亿美元提高已有的HPV疫苗生产设施的产能，并建造新的生产设施。

中国是默沙东的重要市场。数据显示，2022年上半年，默沙东四价HPV疫苗在中国的批签发量同比去年提升超90%，九价HPV疫苗的批签发量则同比去年增长约4倍。默沙东对中国市场的HPV疫苗供应保持着逐年上升的态势。”

默沙东中国总裁田安娜曾在接受媒体采访时提到：“疫苗是复杂的生物制品，每个

步骤都需要严格的质量管控。我们的HPV疫苗，每一剂从开始生产到应用，最长需要近四年时间”。

海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东提到，国际HPV疫苗的生产周期一般要四年，企业需要做四五年的计划才能满足高价HPV疫苗的生产条件。而且疫苗研发需要巨量的资金、人员和时间投入，生产环境和工艺、质量等要求较高，临床实验周期长。

香颂资本董事沈萌也提到，疫苗的产能和培养技术有关，单纯从扩张的角度，并不是不能实现，但对于企业也不可能不考虑商业因素而无条件扩张。默沙东的高价疫苗生产应该是面向全球市场，而不是针对中国，所以考虑消费需求也是从全球角度。高价疫苗在国外的需求不如国内，假如盲目扩大，就相当于要将高额投入扩建的产能依赖于中国市场，风险太高。

9月7日，沃森生物发布了关于九价HPV疫苗启动III期临床试验的公告，而在这之前，国内已有万泰生物、上海博唯、康乐卫士、江苏瑞科研发的九价疫苗进入临床III期。

产能固然是造成九价HPV疫苗一针难求的原因，但仔细看来，发现也有心理因素的驱使。沈萌认为，在普通人难以具备专业辨别能力时，就容易产生消费选择焦虑，进而产生盲目追求过度消费、宁滥勿缺的心理倾向。而过度焦虑又缺乏专业知识的详尽分析，就使人因为因素造成了不必要的所谓一针难求。

九价HPV疫苗需要“■魅”。中国医学科学院北京协和医学院群医学及公共卫生学院乔友林曾表示，现有证据表明，从公共卫生学角度，二价、四价和九价疫苗在免疫原性以及预防16型、18型HPV相关宫颈癌的效力和效果方面无差别；二价疫苗就能很好地控制住16型和18型这两个最常见病毒基因型，是足够的。”

“无论是二价、四价还是九价，有几价打几价。”一位预防医学业内人士向北京商报记者总结说道。

北京商报记者 陶凤 杨月涵

蜜雪冰城进军瓶装水

蜜雪冰城要做瓶装水了。9月14日，蜜雪冰城雪王爱喝水业务相关人员向北京商报记者表示，将上市饮用天然水。布局瓶装水，蜜雪冰城似乎早有打算，在此之前蜜雪冰城已经获得瓶子设计、瓶贴设计等外观专利授权，这也被业界认为是为进军瓶装水市场做准备。业内人士认为，对于刚完成上市辅导工作的蜜雪冰城来说，加入瓶装水赛道或许是为了在上市前扩大商业版图。当前，瓶装饮料市场规模仍在持续扩大，蜜雪冰城希望进入瓶装饮料寻找另一条增长曲线。

已开启经销咨询

近日，国家知识产权局专利公告显示，蜜雪冰城股份有限公司申请的“瓶体（大雪王）”外观专利获得授权。此前，蜜雪冰城已获得“瓶子（雪王爱喝水）”“箱子（雪王爱喝水）”“瓶贴（霸王系列）”等外观专利授权，还成功申请了“雪王爱喝水”商标。

根据专利信息，上述外观设计包含蜜雪冰城品牌形象“雪王”的图案；“饮用纯净水”“雪王霸王”“蜜桃乌龙气泡水”等文字信息，也让外界一度猜测：蜜雪冰城是不是要出纯净水、气泡水？

9月14日，北京商报记者从蜜雪冰城官方证实，雪王爱喝水已开启代理经销咨询。蜜雪冰城雪王爱喝水业务相关人员在接受北京商报记者采访时表示，公司将上市的是饮用天然水产品，而非外界纷纷猜测的纯净水，且目前并没有气泡水业务。

官网显示，蜜雪冰城是1997年创立的冰淇淋与茶饮的全国连锁品牌，雪王是自2018年启用的品牌形象。蜜雪冰城品牌由三大公司共同服务，蜜雪冰城股份有限公司主导管理运营；大咖国际食品有限公司

多品类、多场景、多渠道、多消费人群的战略布局。对于蜜雪冰城而言，品牌已经进入了头部品牌效应及规模效应双释放的红利期，从消费群体与门店数量等方面来看，布局瓶装水对其营收、利润以及未来估值会有一定加持。

瓶装水市场好闯吗

蜜雪冰城布局饮用天然水背后是不断扩大的市场规模。

中研产业研究院数据显示，我国瓶装水市场规模从2014年的1237亿元增长至2019年的1999亿元，2021年已突破2000亿元。未来几年瓶装水市场规模仍将以8%-9%的速度增长，2025年有望突破3000亿元。根据7月20日京东发布的《2022年京东超市矿泉水消费趋势报告》，目前中国瓶装水市场中，饮用天然水销量占比达到49%。

市场规模虽然呈现不断扩大之势，但天然水行业巨头林立，市场集中度，竞争十分激烈。观研天下数据显示，截至2021年，农夫山泉市占率达到26.5%，华润怡宝市占率为21.3%，康师傅、娃哈哈、百岁山、冰露市占率分别为10.1%、9.9%、7.4%、5.3%。

面对激战中的千亿瓶装水市场，蜜雪冰城好闯吗？

沈萌对此认为，蜜雪冰城的优势在于自身品牌较为知名，且网点规模大，因此对于销售终端的建设有很明显便利条件，相比传统饮料企业自建经销渠道的难度低。但蜜雪冰城作为茶饮品牌，在整体产业链、研发、定位等方面，如何为瓶装水业务赋能是蜜雪冰城需要考虑的问题。

北京商报记者 郭秀娟 张函

理想“过山车”

北京商报讯（记者 刘晓梦）9月14日，港股开盘后理想汽车股价升至107港元。虽然股价攀升，但相比理想L9上市翌日154港元的股价，近期理想汽车股价明显缩水。除资本市场，最近理想汽车也“糟心事”不断。其中，理想汽车总裁沈亚楠减持“理想汽车”套现超9000万元“话题”登上热搜，此前，理想汽车刚经历销量滑铁卢，理想ONE停产降价事件也引发维权风波。

港交所网站显示，今年9月2日，沈亚楠减持理想汽车40万股港股，交易均价为13.1221美元，持股比例从1.74%降至1.71%，套现528.88万美元（约合3361万元人民币）；9月6日，沈亚楠再次抛售理想汽车60万股港股，交易均价为13.125美元，持股比例从1.71%降至1.68%，套现787.5万美元（约合5452万元人民币）。短短5天，沈亚楠共抛售100万股理想汽车港股，套现1316.38万美元（约合9113万元人民币）。

不过，这并不是沈亚楠首次抛售理想汽车股票。2015年，沈亚楠开始担任理想汽车总裁，去年12月6日前，沈亚楠持有3200万股理想汽车股票。

值得注意的是，不仅沈亚楠减持理想汽车股份，今年3月王兴也在2天之内3次出售理想汽车港股股票，套现约3.1亿元，持股比例从22.89%降至22.82%。

今年8-9月为理想汽车第二款型L9的首批车辆交付节点，但新车交付关口，理想汽车却过得很不理想。作为“蔚小理”中唯一实现单季度盈利的车企，理想汽车被认为是距离盈利“上岸”最近的一家，但今年8月理想汽车发布的二季度财报却难言乐观。

财报显示，今年二季度理想汽车营收87.3亿元，同比增长73.3%，环比下降8.7%。相较营收，今年二季度理想汽车的亏损却出现暴增。

财报显示，今年二季度理想汽车净亏损为6.41亿元，同比增长172.2%，较一季度的亏损1100万元猛增5727.3%。

今年8月理想汽车销量更遭遇滑铁卢。数据显示，交付量为4571辆，同比下滑51.54%，环比下滑56.14%。对此，理想汽车相关人士对北京商报记者表示：理想L9车型进入零售中心让顾客试乘试驾前，理想ONE的订单未受任何影响。但当顾客到店试乘试驾理想L9后，有些本计划购买理想ONE车型的顾客，最后选择了理想L9，尤其是对于购车预算相对灵活的顾客。”

虽然理想汽车方面将销量下滑的原因归结为用户转移，但“糟心事”却远未停止。此次沈亚楠减持前，理想ONE将停产为新型L8让路，理想ONE降价2万元清仓“事件”引发车主集体维权。黑猫投诉平台上，超2000人参与对理想汽车的集体投诉。

面对车主的不满，理想汽车通过官方App发布《关于理想ONE售后保障及软件升级服务的说明》称，理想L8发布后，理想ONE的基础售后保障不会受到影响，理想汽车将严格履行对于所有车主的质保承诺，并在使用过程中提供原厂纯正配件用于维修保养和质保服务。中国流通协会专家委员会成员颜景辉表示，L9上市后，为了更好地给产品带来流量，理想汽车从上市便开始加大宣传，而带来热搜走到聚光灯下后，也成为焦点话题。加上此后销量下滑、车主投诉事件，理想汽车的关注度居高不下。

值得关注的是，理想汽车在资本市场已出现波动。截至9月14日收盘，理想汽车港股股价为106.1港元，市值为2211.74亿港元。但截至上周收盘，理想汽车美股上周累计跌0.94%，港股上周累计跌4.87%，今年累计跌15.57%，近52周跌幅达12.87%。