

## 抗菌药销售步入寒冬

一道“限抗令”，抗生素市场再不能平静，受影响最大的莫过于医院市场。那些医院市场覆盖率、市场占有率大的药企，在这次行业洗牌之后，即便不面临生死存亡的问题，也不得不重新考虑布局问题。

经过这番洗礼，能在医院市场继续留下来的企业，其市场将会得以保存，并且销售成本会更低，企业的毛利率会更高。但是，那些此前在医院市场占有率较高的区域性产品，在政策重压之下，一旦被踢出了医院市场，这块失地怕是难再收复。

未来抗菌药物的竞争，将会从价格竞争向品质竞争转变。医院抗生素限用将使基层市场变得更加复杂，限

抗导致大医院中抗生素的品种势必有所减少，低水平、重复生产的抗菌类药物会逐步被淘汰。

更多的主流企业已经开始新的布局。针对当前的产业环境，石药集团打出了创新重拳，限抗令政策导致公司原料药板块利润下降，但涉及心脑血管、内分泌、抗肿瘤等的新药成为公司利润的支柱。

不少抗生素原料生产巨头已经在减产限量，在产品结构上进行调整。可以看出，实现战略突围必须在产品新开发上发力。未来，抗菌药开发将会突出具有新作用机制、具有独特抗菌谱以及具有新骨架的分子等特点。

制药企业的学术会议营销：  
昔日“制胜法宝”恐成“鸡肋”

■本报记者 张思玮

作为跨国制药企业标志性符号的学术会议，最近却遭遇了“寒流”。不仅数量大大减少，而且在规模上也逐渐“缩水”。

“因为很多内容并不是医学界的新内容，都重复讲了好几年，甚至十多年，制药企业只关注自身产品，而不愿意花费成本去介绍新进展，完全忽略了医生的感受和需求。”接受《中国科学报》记者采访时，专注医药行业的曼哈顿资本管理投资公司总裁王进认为，制药企业通过学术会议进行营销的手段，亟须在内容和形式上进行创新，否则将难以吸引医生们的兴趣。

毕竟，在信息化高速发展的今天，各种各样的医学信息充斥着人们的生活。几乎每个制药企业都有一大堆信息可以公布，“灌输式”的形式早已时过境迁。

## 功能“打折”

其实，在很长一段时间里，通过学术会议对产品进行营销的方式，都备受制药企业的追捧。即便在日渐惨淡的今日，学术会议也是制药企业不可或缺的营销手段之一。

特别是跨国制药企业，因其拥有药品的专利权以及比较齐全的各项临床研究资料，在开展学术推广时，便更具权威性，也容易吸引众多医生的目光。

“学术会议既可以让医生获取新药在临床试验中的各项数据，还可以扩宽在专业领域的视野。”北京大学肿瘤医院郭军教授认为，参加有价值的学术会议，的确能提升医生在专业领域的水平。

但也并不是所有的学术会议都有价值。比如，一些国内制药企业所举办的学术会议并不太关注医生的需求，而只是一味地介绍自家产品，更是缺少基本的互动、讨论环节。

“这种学术会议即便是参加了，基本上也没有什么印象。”郭军几乎每个月都能收到参加学术会议的邀请，他都要经过认真地斟酌后，再决定参加与否。

“因为有些学术会议根本就是‘炒冷饭’，甚至有的专家沦为制药企业产品的‘代言人’。”

郭军说。

缘何部分国内制药企业不愿意在学术会议上增设互动环节呢？

“不是不想互动，而是无话可说，绝大多数国内企业都在做仿制药，对产品没有专利权，更缺乏充分的临床研究资料，因此很难说出其中的‘来龙去脉’。”王进表示。

由此看来，制药企业的学术会议如果仅仅是重复传递信息、推荐产品的话，其功能性将会大打折扣，也提不起医生的兴趣。

## 形式为内容服务

到底该如何识别一个学术会议的学术价值？

面对记者的提问，一位从事药物市场营销工作的王姓人士认为，最主要的应该看参加学术会议，能否让医生学习到新知识，而这些新的知识，是否能够指导医生的日常工作和科研，并且在未来工作中也受用。此外，“一定遵循形式为内容服务的原则。制药企业不能打着学术的幌子，变相地请医生们吃喝玩乐”。

但目前尴尬的局面是：多数制药企业市场活动的主办者和策划者，出发点仅仅是学术包装而已。换句话说，他们其中的一部分人也许根本不懂学术，只关注销售业绩。

“让不懂学术的市场部人员制定产品的策略，其结果和卖假药没有区别。”上述王姓人士直言不讳。

他认为，参加制药企业的学术会议是医生获取新知识不可或缺的手段之一。制药企业应邀请领域内有建树的、真正的专家作为指导，并设置出新颖的议题，这样才能吸引到更多的受众。

“制药企业千万不要指望开几场学术会议，就能在产品销售上起到立竿见影的效果。”王姓人士告诉《中国科学报》记者，国外的制药企业已着手对学术会议进行“改革”。

跨国制药企业为了规避当地法律法规的限制，尝试采取赞助第三方的形式，来举行各种类型的学术会议，在内容上不再是单单讲自家产品，而更倾向于治疗领域的进展。

并且，会议的演讲者还会在开讲之前，罗列与自己有经济往来的药厂的目录，让参会人员



医务人员参加会议签到场景。

图片来源：中国能源化学工业网

清楚了解讲者可能的立场。

而这显然在国内是无法“复制”的。

## 创新才能脱颖而出

“我们在抱怨当前学术会议含金量下降的同时，一定要追问为什么。不能简单地将其完全归咎于制药企业的责任心不足，因为每个企业都要追求利润获取发展。而应该考虑，是不是国家对学术会议的监督管理缺乏法律和法规约束？”王进表示，因相关部门的投入不足，如果再没有制药企业的支持，国内的医药领域学术交流水平可能会大打折扣，甚至出现无财力举办、无人参加的局面。

现实中，也的确存在着一些国内制药企业为了吸引更多医生的关注，打着学会的名义，做推广产品之实。

那么，国内制药企业该如何为产品进行学术

推广呢？

采访中，诸多业内人士表示：最重要的还是要了解医生真实需求，并挑选出重要的目标客户，再有的放矢地开展有针对性的学术推广活动。

而在具体实施过程中，制药企业找到一位合适的外部专家资源，围绕带有公益性的学术成果展开，比如将内容的重点放在产品的药理、药性特性与临床研究方面，而不要融进太多的商业行为。

同时，还可以与其他市场推广活动相结合，通过对企业整体形象的宣传提升产品知名度与美誉度等。

“其实，并不是仿制药就不可以做学术。只要你的仿制药质量过硬，哪怕你的试验数据不多，但是这并不影响你讲别人的数据，推进学术的发展。”上述王姓人士说，国内制药企业通过组织学术会议，并有所创新的话，同样也会脱颖而出。

## 对话院长

江苏省人民医院院长王虹：  
悉心善待每位患者

■本报记者 张思玮



## 学术名片：

王虹 江苏江阴人，教授、主任医师、博士生导师，现为江苏省人民医院（南京医科大学第一附属医院）院长、党委书记、南京医科大学副校长、党委常委。兼任江苏省政协常委、江苏省科协常委等职务。先后担任《国际呼吸杂志》、《南京医科大学学报》等期刊主编或编委。长期从事呼吸内科的临床、教学以及科研工作，具有丰富的临床经验。承担部、省级以上课题8项，获国家科技进步三等奖以及省部级奖8次（项）；先后在国内外发表学术论文70余篇，主编、副主编专著6部（本）。

为，始终把合理用药、合理检查、合理治疗作为准则。“合理用药关键是做好抗生素、抗肿瘤药和生物制品三类药物的合理使用，因为这三类药物占到了医院用药的60%左右。而做好合理检查的关键，在于提高医生的诊疗水平，必要的一个不少做，不必要的一个不多做。”

至于合理治疗，王虹觉得，就是要为患者选择适当的、个性化的治疗方案。“比如一位肺癌患者，是该先手术，还是先化疗，要多科协作根据病情来综合评估，制定最佳治疗方案，这是医院综合实力的体现。”

## 注重内涵建设

“我的目标就是要让各级各类人员都有所作为，我就是个搭台的人，让别人‘唱好戏’。我希望医院每个人都演好自己的角色，每个人都能看到自己的发展前景。”王虹把“有所为，有所不为”作为自己的人生哲学。

成果向注重重大项目、关键技术和学科综合效应转变，从强调科技本身发展向强调科技对医疗技术水平和服务能力的拓展、对教育和人才建设的促进、对学科特色与品牌效应的发挥、对医院影响力和核心竞争力的提升转变，注重科技发展对学科、对医院贡献率的提升。

此外，医院始终坚持走品牌化发展路线，着力提升“技术品牌、服务品牌、文化品牌”，通过“门诊满意服务”、“优质护理工程”等一系列举措和活动打造医院优质技术、优质服务和医院文化品牌，全面提升医院的核心竞争力。

## 处处为患者着想

“对于医院发展而言，‘服务好’是基础，‘质量好’是根本，‘医德好’是保障，三者相辅相成又互为因果，做好三者才能真正实现群众满意，而群众满意正是我们广大医护人员的不懈追求。”

善待每一位患者是王虹对医务工作者的最基本要求。“老百姓信赖我们，才来这里看病，我们就尊重和善待他们。”

针对患者流量大、疑难重症多、就诊高峰早的特点，医院实行分层挂号收费、临时增开挂号窗口、逐步实现挂号收费同一窗口等方法，及时有效地分流了患者，减少了患者等待的时间。

同时，优化医技科室的工作流程，提高工作效率。“患者在医院进行所有的检查，除特殊项目之外，均可以在检查当日拿到结果。”王虹说。

此外，医院在已有现场、电话、短信和网上预约四种预约方式的基础上，又采用信息化手段，利用先进的网络资源，增加了现场自助预约挂号和诊间预约的方式，积极引导患者合理选择预约方式，提高专家门诊预约率。

为了方便疑难病患者就诊，医院还特意在导医台设立了“疑难分诊指导处”及“疑难病例会诊联系处”，安排专人协助患者解决从入院前检查到入院的一系列实际问题。

“医务人员可以批评领导，但不能不善待病人。绝对不允许对病人呼来喝去，给冷脸子看。到院来的患者都已经备受疾病折磨，身心疲惫，医生不能再因医务人员的服务差而雪上加霜，这是医生起码的职业道德。目前，客观上存在医患矛盾，医生执业环境不尽如人意，正因为如此，我们才更应该尊重、爱护、善待患者。主动承担起改善医患关系、促进社会和谐的责任。”王虹坦言。

## 观察家

8月2日，国家药监局出台了《加强药用辅料监督管理的有关规定》（以下简称《规定》），并将从明年2月1日起执行。《规定》本着立足当前、着眼长远、堵塞漏洞、加强监管的工作思路，进一步落实了监管责任，提高了准入门槛，明确了辅料的监管模式，力求减少监管部门的监管盲区，加大对违法行为的震慑力度。同时提出了重检查、轻认证、提标准、延范围，实施分类的管理模式，建立药品辅料的数据库等新举措。

业内人士纷纷指出，随着《规定》的颁布，一场关于药用辅料的严格监管乃至行业大洗牌或将渐次拉开大幕……

药品是挽回健康的救命物。打击药品安全犯罪，不只是维护市场秩序和公平正义，更是在打一场形势严峻的公众健康保卫战。生活在一个免于“食品和药品恐惧”的环境，是公众应该享有的权利与尊严。

但《规定》的颁布，仅仅只是解决药品质量问题甚至制度构建长征路上的第一步。毕竟《规定》的很多规范还过于宏观，诸多监管还流于原则，不少流程还有待细化。比如虽然强调重检查、轻认证，但国家层面专门的辅料认证是否就此遥遥无期？此外，美国针对问题药品还建立了完善的黑名单体系，我国尽管有药品管理法、《中国药典》等法律和标准，加上如今的《规定》，但总的来说药品质量安全保障体系依然很脆弱。

比如我们的追责机制和罚则严厉度，还不能够在实际操作中与之衔接，与审判相合，真正做到有法必依，违法必究，重拳出击，形成威慑。2009年，美国制药巨头辉瑞公司在营销中故意夸大药品适用范围，就被政府重罚23亿美元。2010年，葛兰素史克公司被发现将药品原料中掺假，被重罚7.5亿美元，以及默沙东公司被判向一名患者支付900万美元的惩罚性赔偿。如此维护药品安全的严厉执法，巨大震慑，我们还有很多要学习和改进的地方。

此外，企业社会责任感的提升，公众对中国药品信心的恢复，也不是一朝一夕的事。企业责任不仅靠企业自觉，更需要制度监管、社会舆论和民众投诉等手段共同倒逼企业提升社会责任。

马克思曾说：“有300%的利润，资本家就敢犯任何罪行，甚至冒绞首的危险。”这是资本的逐利本性决定的，药品企业作为特殊性质的企业，必须接受国家法律、社会舆论、民众道德的拷问和监督；同时在当前“轿杠”过程中，执法部门、媒体和公众只有联合起来，掀起一场不留死角、不留情面、不打折扣的大扫除，并建立群策群力的长效监管机制，才能将这股日渐弥漫的歪风邪气压下去，保证药品的安全有效。

同时，对药用辅料生产执行GMP，会使药用辅料企业的生产成本增加，其GMP实施费用可达几百万。对于小型药用辅料企业来说，很有可能是一个毁灭性的打击。《规定》的出台，将有利于龙头企业扩大市场份额，同时必将淘汰一些生产质量不过关的企业，小企业经营起来也会更加困难。

大洗牌就像是狂风暴雨，在暴风雨中虽然能荡尽污泥浊水，带来清新的空气，但肯定也会有企业受伤。国家政策出台的主观意识都是好的，但这一过程是否能够掌握得当，确保公平？抑或会带来新的垄断和问题？这都将是我们需要谨慎推行，小心应对的问题。

要促进行业的健康发展，一方面要加大对不合规生产企业的查处，另外，要对以前生产的产品有所交代。在新的标准实施前，已经生产的产品什么时候禁止出售，是在保质期内进行销售还是召回处理，要出台细则进行规范；对正规生产企业要加大扶持力度，真正维护消费者的利益。