

9月初,有关部门表示,我国基本药物制度初步建立,省级集中采购在31个省区市已经全面推行,307种常用药实行“零差价”销售。然而,由于利润过低,部分基本药物被药企停产或降低质量。百姓空欢喜一场,原来望眼欲穿的低价药品成为了水中月镜中花!

药企利润过低 基本药物制度 遭遇继发性“休克”

□ 李子君

日前,关于“鱼精蛋白全国供应告急,非紧急心脏手术被叫停,医生连夜‘借’药”的报道频见报端,国家基本药物的采购与使用引起多方关注。

9月初,有关部门曾表示,我国基本药物制度初步建立,省级集中采购在31个省区市已经全面推行,307种常用药实行“零差价”销售。然而,由于利润过低,部分基本药物被药企停产或降低质量;“以药养医”破除后,财政补贴难到位,基层医疗机构和医护人员积极性不高;一些常用药依然需要患者到大医院排队开药等问题也时常出现。

据《北京商报》报道,业界专家指出,在基本药物制度实行的同时,还要推动建立按人头、按病种付费和总额预付这些打包付费机制,才能不仅降低财政支出,也不会增加城乡居民的医疗负担。

卖药不赚钱 财政补不齐 基层医疗机构“活不下去”

通俗而言,基本药物制度核心是卖基本药物“不赚钱”,然而由于基层医院药品收入普遍约占其总收入的70%,实行“收支两条线”之后,基层医务人员的激励成本降低,与此同时财政补贴却未能及时到位,甚至多数地方政府均感叹“补不起”,直接导致了基层医疗机构无米下锅。

“收支两条线这种做法实际上等于完全消除了医疗机构及医生的盈利动机。如果没有动机,费心费力地降低成本提高质量对于医院管理者和医务人员来说有何收益呢?”中国社科院经济研究所研究员朱恒鹏直言。

对此,北京一家社区卫生医疗机构的负责人也表示赞同。在他看来,相对于大医院可以通过手术费、检查费等多渠道收费,基层医院的收入全部依赖于政府补贴,医护人员的收入普遍不高,大部分医生年薪不到5万元。这使近几年社区医生流失率持续走高。

要么没利润 要么赔钱干 企业“抵制”生产基本药物

不但是基层医疗机构,由于多数基



专家解惑

夏学銮:尝试推行打包付费机制

基本药物制度看似靠药品集中采购的方式“让利”降低医疗费用,但是问题并不那么简单。药品企业不愿生产,基层医院积极性不高,这些基本药物制度存在的弊端急需尽快解决。不过,如果一味加大政府补贴,这个数字将十分巨大,部分省份会难以承担,而轻易提高诊疗费用又会增加患者的负担。

“可以尝试采取在广大医疗机构中按人头付费、按病种付费和总额预付这些打包付费机制的推行逐步得到解决。”北京大学社会学系教授夏学銮认为,实行按人头付费,必须明确门诊统筹基本医疗服务,保障患者一般诊疗费和其他必需的基层医疗服务费用的支付。这样既没有增加财政支出,也不会降低社区医疗机构的收入水平,保证患者就诊质量。

本药物在招标的过程中一味追求超低价格,让许多中标的企业毫无利润可言,有些“无利可图”的企业选择了变相“抵制”。

某药企负责人告诉记者,对于企业来说,由于利润太低,生产基本药物目录中的药品企业几乎是“赔本赚吆喝”,这就导致了企业变相抵制,有的药品甚至刚一降价就在市场中消失,出现随即换个名字加价再上市的情况。

基本药物制度施行以来,国家发改委先后对上万种基本药物降价。

北京中医药学会秘书长高丹枫表示,经过数十次降价,许多基本医保目录药品利润空间非常稀薄,企业声称无

法实现盈利,低价药逐渐消失。而几乎每次降价后,都会出现降价药品停止生产、换个名称和包装再次销售的情况,药企主要通过改包装、改剂型、改规格让低价药以高身价重新问世。

不赚钱不卖 医院药不全 基层买药不便患者有意见

社区医院“零差率”售药让不少患者享受到了廉价购药的便利,但记者调查发现,除了感冒冲剂这类日常用药外,一些成本较高但利润微薄的常用药却难以在社区医院开到。

57岁的申女士是2型糖尿病患者,俗称格华止的盐酸二甲双胍是申女士的日常必备药物,由于这种药不仅可以降血糖,还能减轻体重,因此申女士需要长期服用。今年年初,申女士从原单位退休,让她没想到的是,原本可以在单位附近大医院开到的格华止,在楼下的社区医疗服务中心却难觅踪影。申女士为此不得不每月都要到离家3公里外的二级医院去开一次药,与其他急病患者一起排队挂号。

“社区医院里也有个别品种的降糖药,但现在糖尿病患者越来越多,社区医院为什么不能将药品的种类丰富起来呢?”申女士说。

抗洪救灾第一线武警官兵用上皮康王——滇虹药业皮康王产品捐赠抗灾英雄活动记



捐赠药品仪式现场。

□ 本报记者 何沙洲
特约记者 钟巍 闫焱

2011年9月以来,我国四川、陕

西、河南、湖北、云南、山东、贵州、重庆和甘肃等9省(市)107个县922个乡(镇)618万人受灾,因灾死亡、失踪101人,倒塌房屋102万间,紧

急转移150.75万人,直接经济损失约1245亿元。昆明滇虹药业在心系灾区群众的同时,也时刻关心着奋战在抗洪救灾第一线的武警官兵;针对高温酷暑、潮湿等导致武警官兵易患上皮肤疾病的实际情况,滇虹药业向广大武警官兵捐赠了皮疾克星皮康王药品。

2011年9月21日,在北京武警总医院,滇虹药业正式通过中国红十字会向广大武警官兵捐赠价值10万元的皮康王药品。这些药品将跟随武警总医院义诊活动,免费提供给广大武警官兵使用。中国红十字会总会侯峰忠处长感谢滇虹药业的善举,同时高度肯定滇虹药业一直以来致力于慈善的努力与行动。

北京武警总医院医务部主任、医学博士刘惠亮大校也代表武警官兵对

滇虹药业表示感谢,他指出此次捐赠的皮康王产品非常及时与实用,广大武警官兵需要皮康王这样疗效好、见效快的好产品;并表示一定通过基层官兵义诊等方式,将滇虹药业这份爱心转达给广大武警官兵。

作为国内著名的专业皮肤用药品牌厂家,滇虹药业公司长期致力于中国慈善事业,更是与军队有着特殊的军民鱼水情。滇虹药业的王牌产品:有皮疾克星美誉的皮康王系列产品正是1984年抗战自卫反击战中,为解决战士们在高温潮湿环境下受皮疾困扰影响战斗力而紧急研发的皮肤特效药;后来滇虹药业公司将其“军转民”,造福更多普通消费者,成为国内皮肤外用药的著名品牌。

(玉祥)

今年原料药出口将创历史新高 出口额或达250亿

中国医保商会许铭主任9月21日向上海证券报记者表示,今年原料药出口将创历史新高,全年有望实现250亿元的出口销售额,同比增幅达30%。

与此同时,9月份以来,印度、巴西等国正对我国的原料药出口展开一轮核查风暴。业内专业人士认为,核查无碍我国今年原料药出口继续攀高。

全年出口将创新高

许铭表示,今年中国原料药的出口仍是中国医药23461.16%股吧研报行业的一大亮点。从今年1-6月的原料药出口情况来看,出口总额实现了110亿美元和29%的增长幅度。许铭点评道,“4AA和硫酸氢红霉素这两大原料药的出口最可圈可点。”

他乐观预测,今年原料药出口将实现250亿元的出口总额销售额,创历史新高。

原料药出口趋严

在原料药出口将创新高的同时,印度、巴西等国正对我国的原料药出口展开一轮核查风暴。

近一周以来,北京一家原料药企业的负责人张先生有点紧张。他告诉记者:“下周印度和巴西的几个客户到公司来做现场核查,听说很严。国内有通过欧美FDA认证的企业,也有未过

关的。”

今年以来,印度已经成为我国原料药出口的第一大市场。在中国健康网原料药首席分析师周健看来,印度、巴西等地的客户就今年对中国出口的原料药质量加强了监管。他表示,在原料药方面,中国主要是做粗加工,印度是做精加工。

从国际惯例来看,原料药的出口不像药品制剂那样,需要通过FDA这样的标准认证。只要客户有需求,中国企业就可以出口。但是未来原料药出口的认证从可有可无将演变成必须要有。这个方面,印度走在了前面。中国医药保健品进出口商会综合部主任许铭博士这样向记者表示,印度方面已经有意识地要求中国原料药企业符合GMP标准或者欧洲的cGMP标准。

“很明显,未来出口印度等地的门槛提高了。”健康网总经理吴惠芳向记者表示。她认为,如果能通过印度、巴西的核查,企业出口到这个国家的销量就会水涨船高,这在国内也将产生带动效应,其他未通过核查标准的企业将会效仿。

浙江海翔药业证券部相关人士向记者表示,今年以来,来自规范市场欧美和印度客户对企业的原料药中间体4AA、克林霉素等原料药的生产要求越来越严格。通过核查,客户对公司的生产体系表示认同,因此今年的出口增长也十分明显。

(宣 璐)

羚锐制药 以“七个一”推进质量改进

本 报 讯 在今年9月质量月期间,国内知名医药上市企业——河南羚锐制药股份有限公司践行“诚信立业、造福人类”企业理念,围绕“以患者为中心,加快现场质量改进”主题,在各生产车间开展了“七个一”系列活动。

“七个一”活动贯穿羚锐制药质量月全过程:即一次宣贯,将今年以来典型的批量质量异议汇编成小册子,让员工了解自己在一贯质量管理中的重要作用、责任和义务;一轮“标准化作业大检查”,通过查质量问题,促整改,加强现场的质量管理,深化GMP认证工作;一次专项过程审核,开展通络祛痛膏(骨质增生一贴灵)、壮骨麝香止痛膏、培元通脑胶囊等部分重点产品的过程审核;一次设备功能精度

大交流,通过相互借鉴、取长补短,提高管理实效;开展一系列用户走访,听取用户和患者意见,并在公司内部开展职能部门与生产车间、上下工序间的用户走访活动;发布一组GMP自查、自纠管理成果,召开一次“质量”专题自主管理成果发布会,不断推进群众性质量管理活动的开展;举办一次先进评选,评选、表彰一批操作能手、岗位标兵,发挥先进者的标杆、示范作用。

公司要求,要以提升产品质量为主线,查找工艺、技术和过程控制中的短板,加大质量攻关,提高工艺技术水平 and 过程监控监管能力;引导全体员工努力提高产品质量和服务质量,进一步树立规范化、标准化作业的意识。

(汤兴)

新上药借力上海信谊药厂 剑指 OTC 市场

“我们希望以此为新的起点,吹响进攻OTC的号角,通过信谊搭建OTC资源整合的平台。”在日前举行的信谊品牌合作签约仪式上,上海医药总裁徐国雄表示。

角逐OTC市场正是上药战略转型的重要组成部分。对于未来的发展,新上药在年初提出了“两个转变”的战略思想,即“从上海的上药转变为全国的上药”,“从传统国企的上药转变为市场化的上药”。为了更好地地实施战略,新上药采取了多项措施,确保实现预算目标,保持有质量的可持续增长。而在OTC市场潜力巨大、各大巨头齐争夺蛋糕的当下,对于新上药而言,做大OTC市场显得格外迫切。

据了解,新上药决定将放大OTC营销效应的试点工作放在上海信谊药厂有限公司,确定了通过信谊旗下重点产品的营销

整合来带动做大OTC市场的战略。经过谨慎的前期调研,信谊选择携手北斗星策划顾问有限公司(原江中药业品牌策划团队),共同推动OTC营销运作。北斗星策划顾问团队曾打造了全国OTC行业重要消化领域第一品牌,具有丰富的实战经验。“我相信通过此次合作,一定能为信谊、乃至新上药在OTC产品市场里寻找一片新的蓝海,也希望信谊能实现新上药产业发展转型的试点突破,承载更多的产品资源,成为有品牌影响力的药企。”信谊药厂总经理顾浩亮表示。

公开资料显示,信谊目前拥有1063个产品生产批文,涉及14大治疗领域,20余种剂型。主要以消化、代谢、心血管、眼科药为聚焦治疗领域。产品研发主要集中在消化道用药、心血管用药及抗肿瘤用药等5大疾病治疗领域。

(康义理)