

# 斩断医生与药品利益链 北京将试点医药分开狙击“大处方”

□ 李亚红

医药分开能否破除“医生卖药”怪圈?医生开大处方、患者“看病贵”问题暴露出“以药养医”问题,导致医患失信,甚至纠纷频发。目前“医药分开”被寄予厚望。北京将在三甲医院展开试点,取消药品加成、挂号费和诊疗费,建立医事服务费制度,通过系列政策联动,狙击“看病贵”。

## 医事服务费: 卖药提成变服务收入

“6岁小孩发烧,在北京一家三甲医院挂号验血120元,医生看了5分钟,给开了17盒药,药价850元。”在北京一家科技公司上班的蒋涛谈起带孩子看病的经历很激动,他甚至认为,“医生不是在看病,是卖药。”医生多卖药的动力在于“以药补医”,这将要改变了。北京市已决定在北京友谊医院进行医药分开、法人治理运行机制、医保总额预付等改革试点。

“以药补医”是上世纪50年代,国家为弥补医疗卫生事业经费不足制定的政策。即允许医院销售药品时,在进价基础上加价15%。随着时代发展,弊端逐渐显现。北京市医改办主任韩晓芳表示,目前医院卖药越多收入越高,医生开药越多获得提成越多。这种政策逐步演化成一种逐利机制,导致医生乱开

大处方、滥用抗生素等问题,导致“看病贵”,破坏医患关系。

韩晓芳介绍,北京市决心从机制上彻底解决“以药补医”痼疾,掐断医院、医生卖药的利益链,在北京友谊医院取消目前的挂号费、诊疗费,15%的药品加成,药品实行进价销售。然后,通过建立医事服务费来弥补医院这些损失。

医事服务费以2010年医院药品加成、挂号费和诊疗费收入为基础,按照总体平移的原则算出医事服务费总额,因此按静态测算医院总收入不会减少。这项改革将医院卖药的收益变为零,而只有服务好病人、多诊治病人才能获得更多的医事服务费。医事服务费按医师职级确定,纳入医保报销范围。韩晓芳介绍,医保定额支付每人每次40元,北京市医保患者每人每次个人支付标准为:普通门诊2元,副主任医师20元,主任医师40元,知名专家门诊60元。

## 医院收入不减 患者负担减轻

记者5月19日到北京友谊医院采访。一位主任医师表示,“挂号费不如停车费”的怪现象早已证明,医生的诊疗费、手术费偏低。这就意味着,即使专家诊治了一个疑难杂症患者,如果不使用药品和耗材,就难以取得收入。

北京大学公共卫生学院教授周

“以药养医”已经到了非改不可的时刻,理清机制、“以医养医”才是眼下中国医疗制度理想的方向。首都北京将在三甲医院展开试点,取消药品加成、挂号费和诊疗费,建立医事服务费制度,通过一系列政策联动,狙击“看病贵”。

子君说,实际上,医事服务费就是在提高医生的劳务价格,因为以前医院的劳务价格太低,弥补不了成本,所以会多卖药增加收入。

北京友谊医院院长刘建表示,医院内部调查显示,绝大部分医生不满“以药补医”。医生有知识、有技术,却要靠卖药来养,毁坏形象,大家希望尽快撕掉这个标签。“药品收入等量平移至医事服务费。只要医院门诊量与过去持平,收取的医事服务费与过去的药品收入会基本相当。”

北京市财政局副局长师淑英说,北京市将完善财政投入机制,对试点医院基本建设、大型设备购置等给予补助。还将建立考核奖励基金,将财政补助与试点医院的绩效考核结构



挂钩,医院服务量越大、绩效考核越好,获得的补偿和奖励越多。

## 政策联动 斩断医生与药品利益链

有专家认为,取消药品加成只是切断了医院收入和药品销售的关系,医生多卖药、医药企业送“回扣”的链条并没有完全斩断,医生仍有多卖药的动力。对此韩晓芳解释,友谊医院试点医药分开绝不是单纯地取消药品加成,而是多措并举、政策联动。除了加大财政投入外,友谊医院还试点医保总额预付制。

北京将在北京友谊医院、北京朝

阳医院、北京同仁医院、北京积水潭医院4家三甲医院展开医保支付总额预付改革试点,以医院上一年度发生的实际费用为基础,适当考虑增长因素,确定下一年度医保定额管理指标,节余奖励,超过定额的费用医院和医保机构按比例负担,超过费用越多医院分担的比例越高。

北京市人社局副局长孙彦表示,虽然医药分开改革令医保基金的支出会有所增加,但同时医药分开后,医生不再有开“大处方”的动力,医院的用药将会更趋于合理,有利于医保基金的结余。因此,医保基金增支,不能简单地视作增加了多少压力。

## 瞄准世界前沿技术 加大自主创新力度

# 亚宝药业转型跨越四措并举

□ 索玉祥

作为传统产业和主导产业之一,目前,我国医药产业发展有喜有忧,并且普遍面临诸多考验。特别是新版GMP的实施和数千种药品质量标准的升级,更是考验制药企业的发展水平和转型实力。对此,亚宝药业董事长任武贤说:“变革既给了我们压力,也给了我们机遇,只要我们有优秀人才,有核心技术,有卓越产品,并且牢牢牵住科技创新这个牛鼻子,就能实现转型跨越的目标。”

在波诡云谲、竞争激烈的医药大市场,在充满变数的医药大洗牌中,亚宝人极目远眺,坚定信念,瞄准国际高端市场,发力医药高科技产品,依靠科技创新之剑打出一片崭新的天地,获得了良好的发展契机。

### 一、大力实施人才战略,吸纳培

养优秀人才,为产品研发和自主创新提供人才保障。人才是企业的第一资源,是自主创新的决定性因素。因此,作为企业,必须通过各种途径,采取各种措施,招聘、培养足够的科研开发人才,加大企业的自主创新力度。亚宝几年来先后吸纳了100余名专业研发人才,其中从美国、加拿大、韩国、日本等国和国内著名高校引进博士、博士后等高层次人才16名,组建了自己的专业研发团队。同时,企业还加强与科研院所的产学研协作,采取企业出资金、出课题,科研单位出人才、出技术的方式,共同研发新产品。多年来,他们先后同40多家科研院所进行了这样的合作,取得了20项发明专利,在缓控释制剂、生物制药等方面,获得了数十项重要科研成果。

### 二、打造科技创新平台,建立研

发激励机制,实现科技创新的预期目标。拥有人才固然重要,但更重要的是要盘活用好人才,切实做到拴心留人,让他们人尽其才,实现自我价值。一方面,要为人才创优条件,建立研发平台,让他们有用武之地;另一方面,要制定激励措施,激发和调动人才的创新热情。近年来,亚宝先后在北京组建了亚宝药物研究院、国家级企业技术中心、博士后科研工作站,在太原组建了生物药研发中心和亚宝院士工作站,制定和施行了优厚的激励政策,成为山西省首批高新技术企业和首批海外高层次人才创新创业基地。这些措施,有力地保障了科技创新工作的顺利开展,并已经获得了30项国家发明专利。

三、要瞄准前沿技术和国际高端市场,注重产品价值,彰显自主创新

的独特优势与广阔前景。科技创新必须把握好方向,一定要研发具有核心技术和自主知识产权的新产品,这样的产品科技含量高、附加值高,并且属于低能耗、低排放项目,真正有自己的特色,有强大的竞争优势。近年来,亚宝在研发上,瞄准欧美高端市场,瞄准缓控释制剂和生物制药,投资近15亿元,建设了缓控释制剂、生物制药、纳米靶向制剂等生产线,目前已经在全国和全省首家通过新版GMP认证,正在准备国际认证。这样的高科技项目将极大地提升企业整体发展水平,显著地实现产品结构的优化升级,有力地助推企业的转型发展。

四、要坚定创新信心,要舍得研发投入,一定要抢抓机遇,在自主创新上谋求跨越。自主创新是企业竞争的哲学,是企业不断发展的一场

革命。目前,随着国家实施新版GMP认证和药品标准普遍升级,使药品的市场准入门坎大大提高,加之,国外药企也纷纷在我国抢滩,国内药企面临严峻考验。但另一方面,随着人们生活水平的提高和健康意识的增强以及国家医改政策的出台,医药市场将会有更大的容量,因而也为医药产业的发展提供了良好的契机。亚宝每年投入的研发费用在6000万元以上,目前有10个大型项目正在实施之中,已进入基础研究或临床实验的研发项目还有80多个。他们的产品结构侧重于老年慢性病和儿科病,用于防治鼻咽癌等的生物药和治疗哮喘病的缓控释药物已经获得发明专利,有5个中药品种有效成分的提纯度已经达到以了90%以上。所有这些,将成为他们转型发展的重要因素。

滇虹 康王 半月谈 52

## 康王洗剂见证品牌的力量

分别从品牌基准度、品牌强度、品牌影响力、品牌推力四个维度全方位评估一个药品的品牌价值,同时,评选活动还汇集了全国三甲医院400多位临床医学药学专家、主流医药连锁企业家、行业内外主流媒体资深专家、医药行业品牌营销和策划专家的专项调研,动用了大批量的专业人员对我国一二线城市分批次地开展规模性的消费者调研,专业、真实、客观地反映了目前中国知名药品品牌价值。

可以说,2011年的中国药品品牌评选标准近乎严苛,能够上榜的品牌均是得到了业内专家和消费者双重认可的。拿入选的滇虹药业的康王洗剂来说,康王洗剂是OTC去屑第一品牌,一直致力于用专业的技术为人们提供有效的头屑问题解决方案,用专业医药的态度帮助人们实现健康去屑的目标。与众多日化去屑产品相比,康王洗剂的独特优势就是“药

物”。中华医学会常委、北大人民医院皮肤科主任张建中教授表示:头屑其实是一种由真菌引起的疾病,去屑的关键在于杀灭真菌。普通去屑洗发水不能杀灭真菌,因此只能暂时洗掉头屑,并不能消除头屑根源,要彻底去除头屑,必须要选择具有杀灭真菌作用的药物。

康王洗剂内含去屑效果出众的酮康唑成分,能够直接作用于真菌,快速、彻底地杀灭引起头屑的真菌,从根本上治疗头屑;此外,针对头屑出现时带来的头皮瘙痒等症状,康王洗剂也能迅速消除头皮瘙痒;为了将去屑、护发完美结合,康王洗剂特别添加了养发、护发精华素,在去屑止痒的同时,对头发也有非常好的柔顺、滋养和护理作用。专家建议,由于康王洗剂属于OTC药物,因此头屑患者应按照说明书的建议,每周使用两次,以实现最佳的去屑效果。鉴于真菌感染程度和繁殖周期的不同,使用

频率可以遵医嘱适当增减。

在“头皮屑是一种由真菌感染引起的疾病”的知识越来越普及的今天,滇虹药业和康王品牌所倡导的“药物去屑”专业理念,正好迎合了消费者的这种心理需求,康王洗剂也因彻底治疗头皮屑、头皮瘙痒和脂溢性皮炎,被消费者誉为“去屑专家”,赢得了众多头屑患者青睐,目前已成为国内“药物去屑”领导品牌,市场份额、销量均排名全国第一。

据MDC负责人介绍,登上中国药品品牌榜单的大多数品牌都已经不止一次上榜,体现了品牌药品质量与市场占有的双重稳定性,如康王洗剂凭借卓越的产品品质和效果、多年来的安全验证、优异的品牌建设及良好的市场口碑表现连线上榜。这不仅印证了康王的卓越品质和雄厚实力,也是业内外对滇虹康王洗涤品牌的肯定和鼓励。

## 以研发促新品产业化 上海医药 瞄准“双百亿”新目标

5月29日,笔者从上海医药获悉,今年一季度,上海医药实现销售收入1666亿元,同比增长36%。然而,上药的目标远不止于此。今年,上海医药将瞄准“双百亿”新目标,即销售收入净增100亿元,工业净规模增加至100亿元,实现营业收入和经营性净利润的两位数增长。

据解放日报报道,这是已在连续两年高位数增长情况下的再增长,上药的底气何来?药企要有持续的发展力,创新是关键。为此,上药以研发转型促进新品产业化。2010年起,公司实施了研发转型,聚焦重点治疗领域,为重大疾病和慢性病提供安全有效的治疗药物;同时,强化产学研联盟体系,建立特色关键技术平台;并从内部整合研发资源,建立中央研究院总院下的企业分院制研发体系,建立严格的项目评审和考核制度。目前,整个上药集团有2个国家级技术中心和11个省级技术中心。两年来,公司研发投入逐年增加,研发投入占工业销售的比重从2010年的35%上升到2011年的445%。“一般来讲,国内大部分药企的研发投入25%-30%左右。”有关负责人介绍。

上药的研发创新更是一种开放式的研发。去年2月,上海医药在利用社会研发资源实施创新药物研发上实现了重大突破。公司出资18亿元与复旦张江共同进行四个创新药的研究开发和产业化。上海医药借此契机一举进入基因工程、脂质体、光动力三大研发领域。过去,上药的品种结构相对老化,基药、普药、低价药居多,近10年获得的批文很少。而2010年以来,上海医药共获得临床批文7个,生产批文8个,27个产品实现产业化上市。

握紧拳头,强势聚焦主业。截至2011年年末,公司生产约829个医药产品,主要覆盖化学和生物药品、现代中药和其他保健品,产品聚焦在心血管系统、消化道和新陈代谢、中枢神经系统、全身性抗感染药及抗肿瘤和免疫调节等五大治疗领域,年销售过亿产品17个。而这其中有58个产品是重点品种,他们的销售收入占公司制药业务销售收入比重约50%,占总毛利额的68%。据介绍,在这58个聚焦重点品种里,2011年销售过亿产品17个,预计2012年销售过亿单一品种将超过20个。为此,通过同类重点产品的集中营销平台,充分发挥和整合集团品种资源优势,推动工业品种做大做强。今年,上海医药继续将“调结构”作为主要方针之一,力争把58个重点品种占总销售收入的比例提升至56%。

通过营销变革,改变“不会卖药”局面。2010年起,上药实施营销四大平台建设,通过推进分销控股为主渠道的集中分销平台,加强工商协同对接,促进公司产品在全国各省市的销售。与此同时,“集中采购、定点生产、统一配送”的零差率药物购销模式“松江模式”推广到更广泛的区域。目前,松江“零差率”模式已经在长宁、徐汇、虹口、闵行、嘉定等行政区域内推行,并推广到青岛、常州等地区。据介绍,上药通过政府公共事务的联动集中平台,推进集团内企业间政府事务的网络协作,在药品物价、招标等政府事务中体现出较好的联动互补作用。通过大宗药材集中采购平台,降低成本,提高了市场议价能力。同时,公司积极转变营销方式,在坚持做好原有主渠道销售市场的同时,积极探索非招标市场,拓展多渠道药品营销。

未来,上海医药在并购方面,将更加侧重于工业领域的并购,主要围绕产业链,在原料药、药品品种,以及区域互补性上做并购选择。

(李青)



□ 本报记者 何沙洲

一再发生的药品食品等人命关天的安全事故,提醒广大自我药疗人群面临着不少潜在的健康威胁。针对国内药品市场产品良莠不齐的现状,已经举行四届的“健康中国·中国药品品牌榜”评选活动,则为公众的合理、安全用药提供了参考,上榜品牌均具备产品质量过硬、品牌建设多年、企业勇于承担社会责任等特点,是公众可以放心选择的药品品牌,不