

印度製藥業專攻小眾利基市場

2016 年 04 月 20 日 04:09

[吳慧珍](#)／綜合外電報導

●
《華爾街日報》報導，已在學名藥市場取得優勢地位的印度製藥業，把目標瞄準利基市場，專門針對國際大藥廠疏於經營的疾病領域開發新療法。

儘管印度幾家製藥巨頭，主要是靠銷售價格相對低廉的學名藥（generic drugs）營利，但他們不以此自滿，大手筆砸錢投入新藥研發，革新配送系統，甚至專找專利逾期的暢銷藥進行改良，故而向美國食品藥物管理局（FDA）申請新藥核准的件數出現空前成長。

去年前 3 季 FDA 接獲的新藥申請案中，來自印度藥廠的就占了將近三分之一。同時間的美國學名藥市場，印度製藥業囊括約 4 成市占，前年同期市占率僅 19 %。

位於孟買的學名藥大廠 Lupin，為了躋身新藥開發行列，去年將研發支出提高 17 % 達 1.68 億美元。分析師指出，Lupin 現正研發新的注射藥品，用以治療一些罕見癌症，另外也就專利逾期的鼻噴劑進行改良，供治療某些類型的肺部疾病之用。

以營收論的印度最大藥廠、全球第 5 大學名藥廠 Sun Pharmaceuticals Industries，新開發用來幫白內障手術患者預防疼痛的眼藥水，在本月獲准上市。印度第 2 大製藥廠 Dr. Reddy's Laboratories 研發用以治療牛皮癬的噴劑，以及對付偏頭痛的注射劑，也於今年獲 FDA 核准。

《華爾街日報》報導指稱，學名藥市場競爭日益白熱化且逐漸商品化之下，印度藥廠若想從仿製暢銷藥進階轉型，必須開發專利藥品。

印度製藥業者冀望在新藥市場占有一席之地，採取的戰略是以切入小眾利基市場為目標，因為競爭較不激烈。

Dr. Reddy's 旗下的美國紐澤西州 Promius Pharma 製藥公司專利產品部門副總裁查利（Raghav Chari）指出：「我們設計開發這些藥品時，瞄準的是非常特定的市場，那是截然不同的研發理念。」

（工商時報）