2016-02-01

**陳如月**

**藥業2016年發燒話題、燙手問題**

 邁入2016年，讓我們看看Pharm Exec編輯顧問委員會委員Cliff Kalb，也是C. Kalb & Associates總裁和老闆，在Pharm Exec雜誌發表他預期這一年藥界會面臨的相關問題。

**從數量到價值的轉型**

 美國醫療系統開始面臨從論服務量計酬的系統轉移到價值結果和績效導向系統的巨大轉變。這種轉變恰當、開始、慢慢發生，或者可以預見一個轉變的引爆點。

**健康照護融合**

 由於快速變化科技的帶動，醫療照護體系的所有利害關係人正在融合。以前分開區隔的，例如藥品、醫療器材、診斷、資訊科技、病人、保險人、醫療服務提供者和藥物管理者以迅速的步調連接和重疊。藥業選擇持續被分離，只看著自己的肚臍眼無視於周遭的變化？或者重新定義競爭者和合作者，歡迎並積極參與變革？研究多元化的公司，包括J&J、GE、Google和Novartis可以獲得啟發，從他們的角度看醫療保健世界真正的機會和威脅的範圍。

**病況所需的解決方案**

 傳統的高度未被滿足的醫療需求目標的阿滋海默症、糖尿病、C型肝炎和許多形式的癌症已經獲得了藥品公司的強烈興趣和花費許多年研發，結果從持續受挫到實際治愈不等。然而全球健康組織，如世界衛生組織已籲請藥界認知對抗生素抗藥細菌的增加，而且指出這些細菌開始迅速智取藥物的長期風險。由於財務因素，藥品公司一直不願投資抗生素，因為投報率低於其他治療領域。Merck採取了大膽的一步，2015年收購抗生素專業公司Cubist。這種努力會激發他人跟隨，然後重新從事這一領域？還是一個孤立的嘗試啟動的趨勢，最後僅只是公共關係的勝利呢?

**以併購作為成長策略**

 過去一年，在醫療保健生態系統提議或是定案的交易價格創紀錄。大型製藥公司、美國的醫療保健供應商系統和保險公司的合併，經過幾年較為溫和的動作後達到頂峰。也許是稅負倒置的機會，美國聯準會是併購的重要金融推手。藥業經營者更廣泛的戰略問題，在於是否向買方傾斜的"擴展 vs 購買"的決定做審慎的商業判斷。有些人認為併購是填補研發產品缺口的短期策略，而其他人則認為這可作為持久競爭優勢的源泉。哪些是關鍵支持這些不同的意見和可以提供什麼例子來支持他們的論點?有比資產互換以獲得成長和提高經營績效更好的方式嗎?

**定價和藥品公司的聲譽**

 最近發生的事件，開頭是Gilead一顆要價高達1000美元的C型肝炎藥物，接著是圖靈藥廠的執行長Martin Shkreli把一種治療愛滋病的老藥抬高價格55倍，由每粒13.5美元增至750美元而引起公憤，Martin Shkreli後來遭到美國聯邦調查局拘捕，原因是懷疑他涉及一宗他創立公司的證券欺詐。隨著美國總統大選進入白熱化階段，共和，民主兩黨候選人針對藥價議題提出討論，例如近期對高藥價的批評就對醫療類股股價造成影響。在短期內 (在選舉季節) 和長遠來看，有什麼具體策略藥業可以採用以扭轉這一趨勢？我們能提供新的和創新的信息給患者、醫療服務提供者和政府，傳達令人信服地溝通價值的故事以力挽狂瀾?

**孤兒藥**

 美國FDA在2015年共核准了45件新藥上市，數量創新高。這當中有20件﹙43%﹚是孤兒藥得到加速審查和專利，但是它們服務的對象人數有限。孤兒藥在過去幾年的增長模式對藥界可能是一把雙刃劍。通常情況下，這些產品的支持者給予這些產品極高的價格，這招致公眾非議，認為可能抵消拯救或延長這些少數罕病生命的重要性。用心良苦孤兒藥的策略擺在太離譜的錯誤方向了？醫藥研發和商業領導人應該如何預見和理清採取孤兒藥的開發和商業化策略的公共政策風險和利益？

**物聯網或醫聯網？**

 我們都聽說過即將到來的物聯網(Internet of Things，IOT)，指的是智能設備將使我們的家園、我們的汽車、我們的企業和無數其他屬性的日常生活通過按一下行動裝置管理的時代。但對醫聯網(Internet of Medical Things，IOMT) 的未來世界說過的有多少呢? 在這個世界裡，病人、藥師、醫師、醫院、保險公司、藥品公司和政府都連結在一起，即時共享數據和資訊，啟用虛擬協調而不受限於參予者的地理位置?只是一個幻想，你說呢?非傳統玩家，像IBM Watson’s Health Cloud、Xerox’s TMS Health、Healthspot的服務等，也許會來得比我們想像得更早。藥業是否已做好準備成為此虛擬管理醫療體系的一部分？準備好，並結合這個未來的方案，什麼是必要的準備？

**地理的機會**

在1990年代，80%的大型藥品公司的業務來自美國、戰略歐洲和日本。在2000年初，成長的焦點轉移到金磚四國﹙巴西、俄羅斯、印度和中國﹚。配合這些國家當地的衛生系統、藥品核准、行銷和定價規定、智慧財產權保護政策，以及與當地的傳統醫藥競爭，已經有難以克服的障礙。在過去的幾年中，MENA代表的中東北非區域﹙Middle East North Africa﹚充滿了地緣政治和宗教的不穩定。那麼，藥品公司全球成長正確的道路是什麼?是多加強拉丁美洲或東歐某些市場的正確時機嗎? 應該重新部署更多的資源在新政府態度親商的印度，或者加大在中國的投資，因為他們打擊腐敗？還是從新興市場和先端市場拉回來，重新評估我們在上世紀建立的業務基礎的七大已開發市場的承諾呢？

 –End–