2016-03-14

**陳如月**

**美國沒有漲價大藥廠能生存嗎**

 2月1日印度最大公司的Sun pharma在美國上市了Novartis的Glivec學名藥。Glivec是最先上市的蛋白酪胺酸激脢抑制劑﹙protein tyrosine kinase inhibitors﹚，2015年美國的銷售額是25.3億美元，全球銷售額達到46.6億美元，在全球抗腫瘤製劑銷售排名第5。Sun的學名藥有180天的獨家販售期，所以用約10％左右的折扣，400 mg 1錠約378美元銷售，非常昂貴﹙註：在台灣Glivec只有100 mg，健保價1錠626元﹚。出於這個原因，Sun　pharma提供私人保險用戶部分負擔一個月10美元的折扣卡。Glivec也有提供部分負擔一個月最多500美元的折扣卡。如果學名藥的部分負擔高，就不可能使用學名藥。

 表1　　　　　　**2015年全球大藥廠**　　　　﹙單位：百萬美元﹚

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 排名 | 公司 | 銷售額 | 成長率 (%) |
| 1 | Pfizer | 44,547 | -2.5 |
| 2 | Novartis | 43,415 | -7.8 |
| 3 | Roche | 41,067 | 1.2 |
|  | MSD | 34,782 | -3.5 |
| 6 | Gilead | 32,639 | 31.1 |

 儘管如此，在美國學名藥已經上市，預估Glivec今年的美國銷售可能減少20億美元以上。Novartis在2015年3月從GSK取得Votrient等的抗腫瘤藥物，加上這些，2015年藥品的銷售為434.2億美元，乃因Diovan等的專利到期使得銷售額大幅減少。Pfizer在10月收購Hospira後，銷售額成為445.5億美元，再度重回全球第一大藥廠寶座。

**超過半數的藥品減收的嚴峻**

 看各公司公布的2015年財務報表，很多大公司受到美元升值和其他國家貨幣貶值的影響大。Novartis的品牌藥品事業，如果以固定匯率計算是成長6%，不過由於歐元貶值和日圓貶值，以美元計算則為304.5億美元，減少4%。雖然在美國因為專利到期產品使得銷售額大幅衰退，但因為漲價和從GSK取得抗腫瘤藥物，所以成長5%。其他的大公司也是一樣，Pfizer的醫用藥品在美國成長15%，不過，在全球則是負成長2.5%。MSD的醫用藥品在美國成長14%，全球則是347.8億美元，負成長3.5%。

 在美國，即使銷售的產品專利過期，但是很多廠商在美國的銷售額成長，這多虧漲價。據輝瑞的報告，進入今年美國的105項產品價格平均漲幅10.6%。目前該公司第二大產品的Lyrica在2014年漲價20%，今年1月起已經漲價9.4%。在美國藥局的售價是一個月60粒膠囊約360美元。這藥品在歐洲專利剛過期，也有是為了填補那個銷售減少的因素。

　　最近美國的藥品漲價和高價的C型肝炎治療藥物以及抗腫瘤藥物成為一個政治問題，也是美國藥業最關注的事，但也延燒到Pfizer的最大產品肺炎鏈球菌疫苗Prevenar13。2015年Prevenar13的美國銷售額成長87%達到40.3億美元，全球銷售額為62.5億美元，成長40%。也出現了「像這類兒童必須的預防用疫苗賺太多。應該更便宜些，讓低所得國家的兒童用得起」的聲音。

　　　　表2　　　　　　**2015年公布銷售額產品的減收品項佔比**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 醫用藥品品項數 | 減收的品項數 | 佔比 |
| Pfizer | 42 | 32 | 76% |
| MSD | 32 | 22 | 65% |
| Novartis | 31 | 17 | 55% |
| AstraZeneca | 27 | 16 | 59% |
| Eli Lilly | 26 | 14 | 54% |
| GSK | 26 | 19 | 73% |

　　在日本，Prevenar13的期望價格是一劑7200日圓（不含稅），在美國是215美元，若以美元兌換120日圓換算，相當於2萬5800日圓，是日本的3.6倍。如果擴大適用到65歲以上預防注射，世界上將有許多人使用，若是達到62億美元以上的銷售額，批判當然也會增加。

　　競爭品MSD的23價疫苗Pneumovax 23在日本的藥價是4737日圓，不過，其市佔率被Prevenar13搶走而下降，2015年全球銷售額是5.4億美元，降低27%，不到Prevenar13的10%。這藥在美國100美元左右，約日本藥價的2.5倍，雖是合理的價格設定，也使Prevenar13成為獨勝的狀態。

　　美國的漲價為何重要，是因為全球的學名藥擴張，所謂長期收載藥品的市場也大幅萎縮。如上表2所示，財務報表公布銷售額的藥品中，結算貨幣基礎的減收藥品的品項數和佔比。

　　Pfizer公佈銷售額的42項產品中，32個產品﹙76％﹚減收，若用固定匯率計算會更少。不過，一般認為美元持續獨步走高，對美元結算的大藥廠來說也有影響股票價格的問題。大藥廠公佈銷售額的主力產品和新產品的其中半數以上是減收，而能夠迅速擴張銷售的新產品有限，因此迫於形勢很多產品在美國不得不提高價格。

　　表2裡面只有GSK是用英鎊結算，減收是因為固定匯率基礎的實際成長率，這樣也有73%，可見對大公司是相當嚴峻的狀況。GSK和鹽野義製藥共同開發的抗HIV藥Tivicay和其合劑的銷售比前年同期增加15.8億美元，從Novartis收購疫苗增加銷售額，以英鎊計算，藥品銷售額是負成長4%，美元計算則是277.5億美元，成為世界第8的藥廠。

　　沒有列在表2裡的Roche公佈的27項產品當中，實際成長率減少的只有9個產品（33%），比表2的六大公司少。最大產品的Rituxan成長5%達到73.4億美元，這也是2015年抗腫瘤製劑全球銷售第一的產品。

　　依賴美國漲價的藥廠，MSD也是其中之一。主力產品的抗糖尿病藥物Januvia在2014年1錠約10美元，2015年約11美元，今年1月漲價到30錠約370美元。和metformin的合劑Janumet也是同樣的價格。Janumet在2015年全球銷售21.5億美元，成長4%，不過，Januvia銷售38.6億美元，減少2%。儘管這是美元升值的大影響，美國的銷售佔有Januvia和Janumet的54％，美國藥品的銷售額因為漲價而成長6%。因為這些佔美國藥品整體銷售額的20%，漲價的影響是很大的。2015年漲價10%，但是兩藥品銷售額共計增加6%，可見競爭的加劇，銷售量減少。

 今年1月美國PBM (pharmacy benefit manager)的Express Scripts和調查公司SSR Health彙整「隨著美國過去3年的漲價，全球銷售增加多少？」這個調查結果。根據此調查結果，AbbVie的Humira每年兩位數的漲價，3年內全球銷售增加2.1倍，BMS增加47％，Pfizer增加34%，MSD增加29%。顯示大部分的世界大藥廠沒有美國的漲價很難持續擴大銷售，如果不能漲價，就不可能維持銷售。

– End –