2016-05-30

**陳如月**

**全球領先藥品公司的條件Global Medicines Use in 2020**

 IMS Health的「2020’s top 20」預測，要進入世界排名前20大藥品公司的條件是，重視先進國家的特殊領域用藥的特殊化。IMS Health分析了在市場環境成為支付方主導的醫療保健成本的舉措中，保持領先的公司類型。

**新興國家的成長期待薄弱**

前20大公司的世界市場銷售佔率受Teva和Mylan這樣的學名藥資產的公司影響，在2014年下降到57%，預測到2020年更減少到47%，低於5成。這份報告預計這些前20大公司未來保持優勢的苦戰。另外，各公司在過去10年花費了7000億美元併購，但結果是沒有辦法維持或是提高市佔率。與其說是規模的擴大，勿寧說是起了業務重組的作用。

 關於近幾年市場擴大的新興國家﹙定義：平均每人國內生產毛額低，處方藥市場卻有顯著潛力，定義為在未來五年至少銷售額價值增加10億美元的潛力﹚，全球的佔率在過去10年已經從9%擴大到20%，而前20大公司的市佔率則從6%增加但停留在10%，大半的成長是由當地的學名藥企業獲得。擁有專利期創新新藥的大型藥品公司的市場機會有限，「錯過了新興國家市場大幅擴展的機會」。也有企業留下好業績，不過，在許多先進國家一旦產品的專利過期，銷售巨幅銳減，排名開始倒退。

 所有新興國家市場都在預見經濟不穩定的前景下，有失速傾向。俄羅斯、中國和巴西為首，GDP成長率鈍化的預測等的經濟課題和市場的成熟，無法預期如之前的高成長。目前的先進國家和新興國家的成長差額，在過去的10年最低。對多數新藥開發類型的公司而言，新興國家並非期待的市場。

 報告指出，前20大公司在新興國家的做法互異。判斷商業機會，廣泛投資的類型，例如預定上市登革熱疫苗的sanofi和展開胰島素新製劑Tresiba的Novo Nordisk。另外，也常見有多樣性的供給，包括消費者保健和學名藥。Gilead將其指標C肝藥物Sovaldi授權給7家公司，在這些新興國家廉價銷售的策略決定，是一種新的商業模式。

**加快速度銷售候選物質**

 從創新的角度來看，新化合物和生物藥品專利原廠以中小型企業為主，占整體的73%。然而，有前途的智慧財產權一直在以前所未有的速度被賣掉。從前排名企業來看，產品開發和市場准入能力的強項變成是中小型企業選擇合作夥伴的條件。同時，智慧財產關聯的價格上升也顯著。因此，收買有前途的候選物質的動作快速且活躍，並且迅速評估機會和風險是必要的。

 產品的生命週期縮短也是成長的隱憂。以Lipitor為例，1996年上市，巔峰年銷售達130億美元，當2011年年底美國的專利到期二年後，這產品從全球領先排行榜消失，Lipitor上市的16年間總共銷售了1410億美元，年平均88億美元。

 約在Lipitor上市的同時，第一個新一代生物製劑rituximab也於1997年上市。這是單株抗體藥物，用於治療自體免疫性疾病和某些癌症。Infliximab (Remicade﹚在1998年上市，是第一個面臨生物相似性藥品挑戰的單株抗體藥物，infliximab的第一個生物相似性藥品2014年在歐洲上市。在未來，預期生物製劑生命週期可能比小分子長一些。另一方面，Solvadi在2013年12月上市，第一年銷售額是93億美元，但已呈現下滑趨勢，因為Gilead轉移注意力到Harvoni，因此Solvadi的實質產品生命可能不會超過三年。要對應縮短的生命週期，需要很多產品持續成功上市，不過要從過去的例子判斷並非易事。

**確保有多樣技能的人材**

 在這種情況，前20大公司必要的是特殊領域用藥的商業模式。根據IMS Health的預測，到2020年，特殊領域用藥佔銷售額的4分之3。因此，這也說明引進具有各種技能團隊人才的重要性。

 這份報告歸結，2020年的世界前20大公司「重視先進國家，並且專注於特殊領域創新藥物的玩家機會比較大。」

–End–