2021-03-02

**陳如月**

**2020年10大製藥廠商與巨擘的變化**

根據各大藥廠的決算發表，總結2020年的世界前10大藥廠，結果如表1所示。Pfizer只公布排除2019年和2020年已分拆的成熟產品Upjohn的數字。Roche在2019年位居世界第一，但2020年Avastin、Rituxan和Herceptin受到生物相似藥侵蝕，銷售額驟減59億美元，其他的成長產品無法填補。Roche的前期比雖然是▲8.3%，受瑞士法郎升值的影響，實際增長率是▲2%。根據歐洲會計準則IFRS，銷售額不包括特許權使用費，歐洲製造商另外加上這些數字一起計算，所以醫藥專業的Novartis決算的營收更大。

在大型收購的企業中，收購Allergan的AbbVie以443億美元營收位居第四，超越擁有銷售額達144億美元暢銷產品Keytruda的MSD。AbbVie的Humira以198億美元的銷售額繼續位居世界第ㄧ。2019年11月併購Celgene的BMS，雖然Opdivo銷售減少，由於Celegene產品的貢獻，包含銷售達121億美元的Revlimid，增長63.6%，使得BMS以425億美元排名第六。

排除成熟產品和學名藥的Pfizer，前期比成長7.2%，銷售額419億美元排名第七，被BMS超前。但該公司預測2021年僅新冠病毒疫苗銷售就有150億美元（最多接種20億劑），如果按此計劃，藥品的銷售將超過570億美元。Pfizer預計2021年的銷售額將達到614億美元，成為史上最大的製藥廠商。排名第八的Sanofi因為歐元走強，藥品銷售▲0.1％，但若換算成美元則有增長。排名第十的Takeda因為在美國的銷售佔了49%將近ㄧ半，以日幣計算的話，營收▲1.2％，若以美元計算雖有增加，但未達300億美元。

2020年營收超過400億美元的製藥廠商從2019年的4家增加至7家；研發費用方面，MSD、Roche和BMS都超過110億美元，而**Johnson & Johnson**的處方藥事業和Pfizer在95億美元左右，Novartis緊隨其後，接近90億美元，7家公司中有6家的研發費用超過90億美元。

#### 新產品的大型化並非易事

如果按照所公布的藥效類別，很多公司用銷售額排序來看，就會浮現出目前藥界共同的大問題。那就是銷售額越來越集中在大型產品上，即使公司推出新產品，也很難順利擴大。作為這樣的事例，表2總結MSD銷售超過5億美元的13個產品。這13個產品占藥品總銷售額的76%。

在表2中增長超過20%的4個產品中，排名第一的Keytruda以外的3個產品都是合作的產品。MSD沒有上市抗癌藥新產品，與其以癌症新產品超過10億美元為目標，判斷還不如以AstraZeneca的Lynparza、Eisai的Lenvima的10億美元為目標更快，所以，投資巨資進行合作，實際上這些合作可以說是成功的。排名第二的DPP-4抑製劑Januvia在美國的實際銷售價格大幅下降2位數，即使在海外銷售有增長，但自2019年以來一直下降，今後也很難繼續增長。植入式避孕棒 Implanon是預定6月分拆的Organon的主力產品，因為專利到期，2020年銷售開始逐漸減少。HPV疫苗的Gardasil在日本剛剛獲得9價Silguard 9的許可，但在已經大量使用的中國，其銷售已經增長，自2020年以來，在中國的銷售已經超過日本MSD。

表中列出的產品之外，唯一增長顯著的產品是預防CMV感染的新產品Prevymis（增長70%，達到2.8億美元），銷售額較低的產品則因專利到期而出現減收。如果重要的產品因為專利到期或競爭產品出現而銷售銳減，目前還找不到迅速增長到足以填補的大型新產品。另外，特別的是MSD除了疫苗以外，以抗癌藥和Januvia為中心，在基礎醫療領域銷售的產品越來越少。從Pfizer引進糖尿病的SGTL2抑制劑和1天1次1錠的抗HIV藥物，但銷售很少，沒有公佈過銷售額。

許多大型製藥廠商都面臨這種情況。即使是大企業，也越來越難上市新產品以彌補50億美元以上的超大型產品專利到期銷售的驟減。L.E.K. Consulting在1月發表自2004年以來在美國上市新產品的趨勢如下：

* 2004～2016年上市的新藥中，高峰時達到10億美元以上的占24%，5~10億美元占14%，達到5億美元以上合計占38%。2.5億～5億美元占17%，低於2.5億美元最多，占46%。
* 平均上市後第3年達到頂峰時期銷售額的50%。因此，早期的銷售額强烈預言了最終的高峰時期銷售額。
* 在感染症、免疫疾病和心血管藥物方面，許多新產品的表現低於分析師的預期。

自2017年以來上市最成功的是Roche的抗CD20抗體，6個月注射一次的多發性硬化症藥物Ocrevus，在上市第4年的2020年銷售達46億美元，中外製藥創製的血友病治療藥Hemlibra實際上於2018年上市，並在2020年銷售達23億美元，Roche由於一部分新產品的大成功，即使3大主力產品銷售額減少59億美元，實際增長率為▲2%。

在2020年，AbbVie的乾癬適應症產品Skyrizi上市第2年銷售達到15.9億美元，是成長最快的產品。另一方面，抗癌藥新產品在第2年銷售不到1億美元的產品也很多。如果第3年銷售2億美元，那麼5億美元的峰值是困難的，即使是抗癌藥物，新產品前景也存在分歧。

(資料來源：医薬経済WEB)

–Ends–