2024-02-05

**譯者**．**陳如月**

2024年及以後的生物製藥趨勢

**生成式人工智慧、關鍵新產品的上市以及上市模式的演變是未來一年值得關注的關鍵趨勢。**

2023年，美國《降低通膨法案》(Inflation Reduction Act，簡稱IRA）、併購、減肥藥和人工智慧 (artificial intelligence，簡稱AI) 佔據了藥業的頭條新聞。儘管它們將繼續成為產業討論的一部分，但有五大趨勢有望在2024年及以後佔據中心舞台：

1. **製藥公司精簡投資組合以實現利潤最大化**

2023年，一些製藥公司將其學名藥業務分拆為獨立的公司，以專注於其創新產品研發線。隨著IRA對定價施加壓力，生物製藥公司將在2024年繼續優化其產品組合和業務策略。預計他們將更專注於即將上市的產品。至關重要的是，他們要做好這些上市。他們將就其上市產品的正確上市（go-to-market，簡稱GTM）模式與處於成熟階段和即將失去專有制（lose exclusivity，簡稱LOE）的模式之間做出艱難的決定。專注和夥伴關係將是他們2024年及以後策略的關鍵。

1. **上市成敗攸關的公司**

在2023-27年期間，美國將有25-275個新藥上市，在這些新藥的支出約為1080億美元，上市成功將對公司在2024年的成功至關重要。我們與在產品上市方面具有豐富經驗的商業領袖進行的研究發現，有五個因素對商業成功至關重要：保險付費者的積極促進和給付、情報和及早的法規監管參與、目標HCP的廣泛採用、更好的外勤人員的效能和效率，以及卓越的病患參與和採用。麻雀變鳳凰的公司將帶來優秀的人才、流程和能力，以克服這些因素，使上市成功。

1. **生成式人工智慧 (GenAI) 開始發揮作用**

2023年藥業領導者認識到了GenAI（generative artificial intelligence，簡稱GenAI）的可能性，但2024年是他們真正將GenAI發揮作用的一年。Sanofi已經宣佈其負責任的AI原則，許多其他公司可能也會效法。製藥公司將從眾多可能的用例中優先考慮一些高影響力的用例，確定正確的數據集以實現GenAI，將AI情境化為醫療用例，建立所需的治理模式，並驗證整個企業採用的投資報酬率。從臨床到醫療再到商業，GenAI有望提高用例的效能和效率，但領域知識和醫師的觀點將是從GenAI中獲取價值的關鍵。

1. **製藥公司將採取措施邁向新的GTM模式**

製藥GTM模式仍然停留在COVID之前使用數位薄板的世界。從完全業務代表主導的上市轉向全數位化的上市，錯過了為外勤人員提供數位渠道和體驗的機會。未來是混成的。製藥公司將在2024年發展它們的GTM模式。將其保險代理商（agency of record，簡稱AOR）[[1]](#footnote-1)、委託銷售服務（contract sales organization，簡稱CSO）和直接面對消費者（direct-to-consumer，簡稱DTC）合作夥伴無縫整合在一起的公司將領先其他公司。這種真正的全通路體驗對於吸引HCP和病人並確保未來的成功至關重要。

1. **GBS與醫療服務提供者合作，推動價值和創新**

Everest Group的一項跨產業研究發現，48%的企業受訪者希望轉向共享服務或全球商業服務（global business services，簡稱GBS）採購模式。生物製藥採用這種模式的進展一直很慢。然而，隨著GBS從產能中心轉變為能力中心，以及企業對GBS的期望從成本生產力演變為增強技術能力和策略流程再造，藥業GBS中心將越來越多地與專業服務提供者合作，以增強和提升內部能力。

 隨著藥業在2023年重新平衡其後疫情時代的優先事項，2024年有望成為其增強韌性並加速發展推動未來永續、獲利增長所需的核心能力的一年。

(資料來源：Pharmaceutical Executive)

1. AOR (Agency of Record)是被保險人的書面聲明，指定他們希望哪個保險機構在保險市場上代表他們。 [↑](#footnote-ref-1)