



又有外资原研药主动降价了！1月18日，辉瑞宣布，旗下乳腺癌明星药爱博新（通用名哌柏西利）每瓶售价从29799元跌至13667元，降价幅度达到54%，在进入中国市场近三年后，爱博新迎来了首次大降价。外资原研药降价的背后，指向了一个战略的选择——在医保谈判和集中采购常态化的大背景下，价格体系受到冲击的外资原研药要如何布局

中国市场？羊城晚报记者梳理发现，随着市场竞争加剧，本土仿制药加快国产替代，也倒逼着外资原研药逐渐适应降价趋势。

外资药企的策略也出现了分化：有原研药直接报出最低价杀入医保目录；也有原研药虽未中标却仍主动申请降价；还有原研药则选择放弃医保市场，但通过加码与商业保险合作和慈善赠药力度，争夺市场份额。



图/视觉中国

多种原研药降价幅度超90%

提起外资原研药，大众最直接的印象就是“贵”。不过，这几年，诸多原研药也刮起了“降价风”。

2018年“4+7带量采购”试点推出后，阿利斯康的吉非替尼约76%的降价幅度令人“大跌眼镜”，2019年第二批带量采购，拜耳的阿卡波糖“出其不意”以超90%的降幅最低价中选，到了2020年第三批带量采购，卫材的甲钴胺片、辉瑞的利奈唑胺片、优时比的左乙拉西坦成功中标，部分品种的最高降幅同样达到了90%。

为进入集采和医保目录，外资药企逐渐接受了动辄50%的大幅度降价，以期获得中标资格。非中标品种也开始了主动降价，2019年，诺华的甲磺酸伊马替尼（100mg×60片）价格就降到了7182元/盒，此前其在全国各省的中标价为10000元左右，礼来的注射用培美曲塞二钠100mg和500mg也主动申请挂网降价30%。

步入2021年，原研药主动降价

的风潮仍在延续。1月18日，辉瑞大幅下调旗下明星品种爱博新的价格。

公开资料显示，爱博新是辉瑞推出的全球第一个细胞周期蛋白依赖性激酶（CDK）4/6的选择性抑制剂，该药适用于治疗激素受体（HR）阳性、HER2阴性的局部晚期或转移性乳腺癌。

根据国家癌症中心2019年1月发布的全国癌症统计数据，全国女性乳腺癌新发病例占女性恶性肿瘤发病的17.10%，位居女性恶性肿瘤发病第1位，每年发病约304万，其中，约有60%的乳腺癌患者为（HR）阳性、HER2阴性类型。

辉瑞制药相关负责人告诉羊城晚报记者，这意味着患者服用剂量125mg/天，月治疗费用约13667元，较此前下降54%，这次大幅度的降价将会让罹患乳腺癌患者和家庭得到更多获益。本次调整后的新价格自2021年1月18日在中

内地开始执行。

主动降价背后的市场博弈

值得注意的是，作为乳腺癌创新药，爱博新曾被寄望进入医保，但在2019年医保目录和2020年的新版医保目录中，其均未被纳入，对此，有业内人士分析称，由于国内没有与之竞争的同类产品，辉瑞的降价意愿其实不强。

不过，对于这个说法，辉瑞方面并不认可。辉瑞回应羊城晚报记者称，实际上辉瑞一直在努力推动该药进入医保目录，对于此次未中标感到非常遗憾，“我们在推动乳腺癌治疗规范化的时候就发现，乳腺癌的治疗在城乡之间出现不平衡，而制约因素之一就是药

物太贵，很多患者不舍得用。如果这个药能够进入医保，就可以让更多患者不再因为价格问题对治疗药物望而却步，可以用上高品质、可负担的创新药。

进而提升全国整体乳腺癌的规范诊疗，提高晚期乳腺癌患者5年生存率。”辉瑞内部工作人员告诉记者，公司仍会持续推动该药进医保。而在辉瑞的爱博新主动“打五折”的背后，同样有“真刀真枪”的市场博弈。羊城晚报记者注意到，就在

2020年12月31日，礼来乳腺癌创新药阿贝西利片在国内的上市申请获批了，成为继爱博新后国内上市的第2款CDK4/6抑制剂。这也意味着，辉瑞的爱博新在独占中国市场近3年后，终于迎来了近身肉搏的竞争者，这或许也成为了此次辉瑞主动降价的直接导火索。与此同时，仿制药也成为了潜在的竞争对手，目前，齐鲁制药的哌柏西利胶囊已经获批成为该药的首仿药，先声药业也已经提交了上市申请，多款仿制药蓄势待发，等待2023年爱博新专利到期后上市销售。

而从更深层次的原因来看，尽管爱博新在细分领域是相对独家的抗癌新药，但如果将其放在乳腺癌用药的大领域可以看到，2020年最新医保目录已经涵盖了氟维司群、伊尼妥单抗、地舒单抗、白蛋白紫杉醇、紫杉醇脂质体、戈舍瑞林、曲妥珠单抗、帕妥珠单抗、吡咯替尼等多种乳腺癌用药。“辉瑞这个药物本来的市场份额就小，如果不降价，就很难在医院市场扩大销售了。”鼎臣咨询创始人史立臣对记者分析表示。

院内市场仍是不可放弃的领地

进医保，以价换量！根据诺华的财报，2020年该公司又有8个产品及新适应症进入到了国家医保目录，辉瑞则斩获4个品种。不过，在参与带量采购和医保谈判方面，外资药企们的策略也有所分化，在部分企业积极争取进医保的同时，也有外资企业出现了“陪跑心态”。

其中，在第三批带量采购中，125家企业共191个药品品种中标，仅3个品种的外资原研药中选，为历次国采最少。

阿斯利康的阿那曲唑、默沙东的地氯雷他定、罗氏的卡培他滨、礼来的奥氮平口崩片、葛兰素史克的拉米夫定、诺华的来曲唑、辉瑞的舍曲林等品种，均报出了远超最高有效申报价的价格。同时，百时美施贵宝的阿哌沙班片、卡托普利片、勃林格殷格翰的盐酸氨溴索片、拜耳的盐酸环丙沙星片、安斯泰来的头孢地尼胶囊、礼来的头孢克洛胶囊这6个品种更是直接放弃了投标机会。

外资药企要不要进医保和集采，与不同产品的市场策略有关。史立臣指出，对于已经有众多仿制药的成熟品种，外资药企也往往难以取得性价比

优势，比如在单抗药领域，今年4款国产的PD-1药物都顺利降价进入医保，而进口的K药和O药均无缘进入。

“要明确的一点是，不参加带量采购或者医保谈判，不意味着放弃院内市场。”史立臣对羊城晚报记者指出，院内市场仍然是外资原研药布局的重中之重。根据现有政策，国家集采规定了一定的采购量，比如整体采购额的50%-70%，但是总还有剩余的一部分。而对于外资药企来说，就算在上述环节未中标或者谈判不成功，仍然可以进医院销售、争取剩余的这一部分市场份额。由于用药习惯及消费水平的差异，不少老百姓对原研药的需求仍在，争取这部分院内市场，这也成为了众多外资药企的发力方向。如其中，辉瑞的立普妥和络活喜在未中标的情况下，仍然凭借着专科化医生团队建设和原有品牌优势，实现了逆势增长。

而长期以来，成熟的学术推广能力、丰富的全球专家资源以及完善的营销团队体系恰恰是外资药企的优势，但在市场竞争加剧、本土仿制药加快追赶的情况下，能否保持巩固上述优势也是对外资药企们的考验。

转战商业保险或者慈善赠药

一个不争的事实是，近年来，随着带量采购和医保谈判的风暴推行，外资原研药传统的价格体系受到了极大的冲击。挑战已经不可不规避，药企唯有主动迎战并承接政策的红利才是上策。

记者注意到，在进不进医保、如何更好布局院内市场的博弈之外，外资药企们也开始“多条腿走路”，通过加码慈善赠药力度，或者转战商业保险的形式，扩大药品的覆盖。

如其中，O药的慈善赠药方案已经再度加码。方案调整为年度“3+3，后续3+X”，即符合项目标准的患者，在申请年度内最多自付6次O药的治疗费用，便可获得该申请年度内剩余的所有药品援助。据天风证券研报，以60公斤患者为例，新患者援助计划实施后，患者一年的治疗费用从48万元降至11万元。

此外，外资药企也加大了与商业保险的合作力度。自2019年起，辉瑞就与中国人保上海分公司（PICC）、上海镁信健康科技有限公司共同推出了“博爱新安——乳腺癌患者医疗费用补偿项目”，将商业保险融入乳腺癌领域的治疗支付，探索创新的解决方案以满足患者健康需求。这也是国内首个将商业保险融入癌症治疗支付方案。

目前，这样的商保项目还在持续推进中。辉瑞相关负责人告诉记者，2020年11月，辉瑞先后与平安智慧城市以及镁信和中再寿险达成战略合作，并在今年逐步与有意向的地方政府展开积极合作，就在1月20日，杭州市商业补充医疗保险“西湖益联保”发布，爱博新被纳入报销范围。与此同时，全国多个城市将爱博新纳入当地商业保险。

整体上看，无论是政策内市场还是政策外市场，外资原研药降价以提升患者可及性，提升产品竞争力渐渐成为趋势。兴业证券分析认为，对于具备较高临床价值的外资品种，降价后以价换量的作用明显，庞大的患者基础也是他们愿意对价格作出让步的基础，来自国内药企本土替代的压力也是促使原研药降价的因素之一，更加灵活的赠药方案则为外资药企降价构筑了缓冲空间。调整与变化，已势在必行。



近500家医院和机构

在支付宝上线核酸检测预约服务

部分支持“先检测后付费”

文/沈钊

「核酸检测」线上预约已拓展至150个城市

覆盖面更广
(覆盖150城、近500家医院和机构)

服务更多样
(支持团体预约、部分支

持先检后付或上门采样)

预约更便捷
(机构地图随时查附近采样点)

数据来源
阿里健康

建议大家就地过年。如有特殊情况需返乡，建议提前规划、做好防护。

上支付宝搜“核酸检测”，即可进入“新冠核酸检测服务”专区，能查询全国采样点位置或附近核酸检测机构位置，进行提前预约检测，或预约上门采样。此外，上支付宝搜“疫情”进入“抗击新冠肺炎”专区，也可直达核酸检测预约页面。检测采样完成后，医院和部分机构还支持上支付宝查询7天内“核酸检测证明”结果。

据悉，目前，已有超466个医院或机构通过支付宝提供核酸检测预约服务，覆盖了全国150个城市。其中，超88个城市、4家机构提供预约上门采样的服务。另外，部分城市还支持20人以上团体检测预约功能。支付宝和阿里健康提醒，由于公立医院和第三方机构的检测价格有所不同，同时上门检测和前往检测点的费用也不同，建议大家根据实际情况选择服务。

此外，作为核酸检测的最

1月28日，2021春运正式启幕，这是疫情防控常态下的第一个春运。昨日，卫健委明确，符合出行条件人员持核酸检测阴性证明返乡无需隔离。为应对这一波核酸检测需求，目前支付宝上预约核酸检测或上门采样的机构已覆盖超150个城市、涉及466个医院和机构。此外，支付宝还提供了“先检测后付费”的服务以及团体检测预约服务。

他不回家 缘于“阿道夫”们的 责任坚守

文/薛月晨

视频中，从坚守一线、长时间没回家的医护、民警、社区工作者、高铁乘务员，到为了家庭奔波的网约车司机、快递小哥，大家对“你今年回家吗？”“家是什么？最想对家人说……”“新年最大的愿望是什么？”三个问题，给出了普通人不平凡的答案。

他们中有的是为了小家生计在奔波，有的是为了人生理想而奋斗，更多的人则是在持续坚守岗位，服务大家。每个人背后不仅有辛酸，更有故事。视频发出后的24小时内，播放量高达800万次，“TA不回家”不仅说出了国人舍小家为大家的利他精神，更折射出疫情当下，与“阿道夫”同行的普通人荣辱与共的坚定和自信。

“TA不回家”，其实是为了让更多的人拥有家的温暖。

据了解，为了让更多的人能够在春节期间享受到更多“家的味道”，阿道夫开启了系列春节公益传播。不仅支持了人民日报这支充满爱与希望的《TA不回家的理由》的街采视频，还在2021年1月15日当天，在广州高铁站发出了“把爱带回家”阿道夫品牌专列”。

阿道夫总裁李志珍表示：爱的味道，就是阿道夫始终提倡的味道，这其中有的是温暖，有爱的付出，每一种努力，汇聚在一起，就是人间的至善至美。

“爱和公益，与产品一样，都需要‘用心’经营。用心做出好产品，用爱心推动好公益。”李志珍说，鉴于这一理念，阿道夫自成立之初，就秉持着“高起点、高标准、高品质”的极致匠心，在产品创新、产业发展与公益

“广州的年味，其实都是人情味。”春节临近，广州处处升起人情烟火味，阿道夫作为从本土崛起的高端香氛洗护品牌，融入城市节奏，以家人之名，打造着更“有味道”的品牌形象。

今年春节不回家，对有的人来说是响应倡议的选择，对另一些人来说则是对责任的坚守。作为国货洗护品牌代表的阿道夫，与人民日报新媒体共同致敬大爱守护者。1月25

日晚，街采视频《TA不回家的理由》迅速登上微博热门，并引发网友热议。

动着洗护用品的产业升级。在渠道推动上，阿道夫顺应并抓住社会与国人的需求，面对疫情影响，线下渠道严重受损的情况下，积极果断开展自救，改变传统销售方式，通过“空中美课”等各种创新营销模式，带动渠道实现逆增长。

对此，李志珍表示：“从阿道夫打开国内高端香氛洗护市场开始，我们的定位便不是来分红利，而是来创造红利的。我们从不以价格战做诱饵，不以牺牲消费者的利益为代价，而是通过不断迭代产品，优化用户体验，用心产品，来触动消费者。”

聚焦社会，聚焦生活，阿道夫在产品与公益共同发展的路上，互相促进，始终以家人之名与消费者站在一起。“TA不回家”，正是缘于千千万万的“阿道夫”的责任坚守。