

销售费用占营收近六成

核心品种遭遇政策限制 舒泰神业绩颓势不改

本报记者 高瑜静 曹学平 北京报道

国家政策层面对辅助用药销售监管的日益收紧,使药企的销售业绩也顺势而变。

近日,舒泰神(北京)生物制药股份有限公司(以下简称“舒泰神”,300204.SZ)发布2018年半年报。在经历2017年净利润小幅缩水后,舒泰神此次的营收与净利润双双遭遇“滑铁卢”。

业绩近腰斩

舒泰神方面表示,业绩下滑的主要原因是医保控费、二次议价、总量控制、重点监控目录等政策的实施给营销工作带来诸多挑战。

苏肽生是舒泰神在2006年获批的西药注射液产品,作为“其他神经系统药物”列入国家医保乙类药物,主要用于促进神经损伤恢复,治疗视神经损伤。2006年获批上市后,2009年曾被列入《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录(2009年版)》,类别为乙类药物,2017年再次列入《国家医保药品目录(2017年版)》。

记者梳理公开数据发现,自舒泰神2011年登陆A股后,公司的苏肽生产品在2017年首次出现销售业绩下滑。一直以来,苏肽生都是舒泰神的业绩顶梁柱,销售业绩在经历上市两年的大幅增长后,从2013年至2016年,每年营收均保持在10%以上的增速。

2016年时,苏肽生的业绩增长到达巅峰,实现营收12.39亿元,占当年整体营收的88.31%,毛利率为97.12%。此后,苏肽生的销售业绩急转直下。2017年,该产品实现收入11.59亿元,同比下滑6.45%。

2018年第一季度,舒泰神业绩进一步缩水。公司实现营业总收入2.73亿元,同比下降17.17%,归属于上市公司股东的净利润为5557.73万元,比去年同期下降18.34%。

彼时,舒泰神方面表示,业绩下滑的主要原因是医保控费、二次议

2018年上半年,公司实现营业收入4.44亿元,比去年同期下降37.30%;归属于上市公司股东的净利润9678.83万元,比去年同期下降32.11%。

值得注意的是,舒泰神的主要产品苏肽生(注射用鼠神经生长因子)销售业绩颓势不减。

2017年时,苏肽生营收11.59亿元,同比下降6.45%。而在2018年上半年,苏肽生的销售业绩再遇低潮,实现销售收入为3.22亿元,同

比下降46.92%。

一位注射用鼠神经生长因子的生产厂商负责人在接受《中国经营报》记者采访时称,近年来受国家医保控费政策影响,为了将有限的医保资源覆盖更多患者急需的药品,一些临床使用范围过广、带辅助治疗特征的产品,在医保控费趋势下就会受到一些限制,包括限用、或者从省级招标目录中剔除,这对鼠神经生长因子产品的销售影响明显。



在经历2017年净利润小幅缩水后,舒泰神2018年上半年的营收与净利润双双遭遇“滑铁卢”。
本报资料室/图

价、总量控制、重点监控目录等政策的实施给营销工作带来诸多挑战。

直到2018年上半年,舒泰神业绩大幅下挫,实现营业收入4.44亿元,比去年同期下降37.30%;归属于上市公司股东的净利润9678.83万元,比去年同期下降32.11%。其中,苏肽生实现营收3.22亿元,同比减少46.92%。

舒泰神在半年报中坦言道,公司存在主要产品较为集中的风险,主要产品苏肽生目前仍然是公司营业收入的主要来源,如果上述产品客观经营环境发生重大变化、销

售产生波动,将对公司的经营业绩和财务状况产生不利影响。

东兴证券分析师张金洋在最近一份研报中分析认为,舒泰神核心产品苏肽生收入3.22亿元,叠加降价影响,整体收入端下降46.92%。主要受医保控费、总量控制、重点监控目录等负面政策带来的营销挑战。未来公司将进一步巩固市场份额和竞争优势,开展其他适应症的研究(糖尿病足及周围神经损伤),从而实现苏肽生下陷收窄。

限辅政策加码

在国家深化医改背景下,医保控费、取消药品加成、降低药占比均成为重要手段,而缺乏足够循证医学证据体系、临床用量又大的辅助用药,更成为系列手段钳制的重要对象。

实际上,对于其他的注射用鼠神经生长因子生产商而言,境况同样不容乐观。

记者通过国家药监局网站查询发现,目前市场上有四家获批生产注射用鼠神经生长因子的企业,分别是,舒泰神、丽珠医药集团股份有限公司(以下简称“丽珠集团”,000513.SZ,01513.HK)、山东未名生物医药股份有限公司(002581.SZ)旗下的未名生物医药有限公司(以下简称“未名医药”)、武汉海特生物制药股份有限公司(以下简称“海特生物”,300683.SZ)。

依次对应的注射用鼠神经生长因子产品的商用名分别为,舒泰神的苏肽生、丽珠集团的丽康乐、未名医药的恩经复、海特生物的金路捷。

销售业绩难提升

营销举措在整个市场收缩环境下,可能短期会增加市场规模,但由于整体市场有限,因而销售业绩很难提升。

随着医药政策持续加码,药企也开始在销售端着力,试图“曲线救国”。

舒泰神在苏肽生的销售业绩承压后,针对不同品种的特点制订了针对性的营销策略,而在苏肽生方面重点进行精细化管理。

据舒泰神在2018年半年报中介绍,“通过对销售过程的精细化管理,实现了销售系统效率的提升,加速了销售链条中各层级的反馈,同时销售服务的流程得到优化,销售费用也有所下降。此外,公司进一步推进国家级和省市级专业性学术活动的实施,深入有序地开展市场推广活动。”

值得注意的是,在舒泰神着力精细化营销管理时,其销售费

2018年上半年,海特生物的金路捷实现营收2.61亿元,同比下降32.41%;丽珠集团2018年半年报显示,丽康乐实现销售收入2.28亿元,同比下降18.13%;

未名医药的恩经复实现营收2.22亿元,同比下降25.05%,毛利率为92.69%。

本报记者通过广东省药品交易中心公开信息了解到,丽珠集团的丽康乐在广东省2017年第一季度的药品竞价交易中失标,直到2017年12月,该款产品才回到广东市场。

丽珠集团董秘杨亮在接受《中国经营报》记者采访时称:“公司的鼠神经生长因子在广东药品交易中心竞标时,因为竞争对手以低价竞争,公司为了维持

全国的价格体系平衡,就没有着力竞标。从2017年年底开始,该款产品在广东省等省区陆续中标,而且该产品陆续在全国各地竞得新标。”

据上述注射用鼠神经生长因子的生产厂商负责人介绍,在国家深化医改背景下,医保控费、取消药品加成、降低药占比均成为重要手段,而缺乏足够循证医学证据体系、临床用量又大的辅助用药,更成为系列手段钳制的重要对象。在医保控费系列政策向上传导过程中,在医院终端会发挥直接作用。注射用鼠神经生长因子在部分省市药品招标中失标,同时该产品在主要的销售市场三级医院中被限用,所以销售业绩波动明显。

费用支出始终居高不下。

2018年上半年,舒泰神销售费用2.53亿元,销售费用占营业收入比高达57%。其中,销售费用细项中的“咨询推广费”更成为主要开支。2018年上半年,舒泰神的“咨询推广费”为2.26亿元。与此同时,舒泰神的其他流动负债中,预提推广费的期末余额为2.47亿元。

事实上,自舒泰神上市后,其销售费用开支节节攀升。2012年,其销售费用支出同比增长492.13%,突破亿元,达到2.91亿元。自此,舒泰神在销售费用上豪掷亿金。

2015年至2017年期间,其销售费用分别为8.52亿元、9.36亿元和9.15亿元。仅2017年,销售

费用占当年营业收入的65.95%。

上述注射用鼠神经生长因子的生产厂商负责人告诉记者,营销举措在整个市场收缩环境下,可能短期会增加市场规模,但由于整体市场有限,因而销售业绩很难提升。

丽珠集团董秘杨亮表示:“我们在市场营销方面也采取了一些举措,包括在原有的区域市场中,调整产品价格、开拓新的区域市场,同时也会在医院端细化销售人员的考核,激励销售人员开拓更多空白医院的终端。”

关于舒泰神采取的销售费用开支的变动及利用效率等情况,《中国经营报》记者多次向舒泰神董秘办公室致函致电,截至发稿,未获回复。

上半年营收51亿净利增56%

利用百万例大数据 太极集团现代中药国际化提速

本报记者 曹学平 北京报道

近日,太极集团(600129.SH)公布2018年半年报,今年上半年实现营业收入51.46亿元,同比增

长15.79%,归属于上市公司股东的净利润5430.74万元,同比增长56.29%,扣除非经常性损益归属于上市公司股东的净利润同比增长73.92%。

值得关注的是,2018年上半年,公司紧紧围绕打造“中华第一药”藿香正气口服液的核心战略要求,终端销量持续上升。开展藿香正气口服液百万例真实世界

研究,全国近6000名基层医生参与了该项研究,为藿香正气口服液的广泛使用提供了科学循证医学证据。

太极集团有限公司董事局主

席白礼西对此表示,藿香正气口服液百万例真实世界研究,是人类历史上首次用如此大规模的真实数据验证药品安全性、有效性、稳定性;也是迄今为止全球

规模最大的大数据药理学真实世界研究,将创造药理学又一个吉尼斯纪录,更是中国人在全球首次用大数据证明中药的确切疗效。

推动民族药与世界对话

中医学凝聚着深邃的哲学智慧和中华民族的健康养生理念及实践,是打开中华文明宝库的钥匙。中医药国际化全面提速,中医药服务已在183个国家和地区应用,有86个国家政府与中国签订了有关中医药的合作协议,中国在国外建立了17个中医药中心及一批中医药“走出去”的合作基地。

当下中医药发展迎来走向国际的最好机遇,但由于历史原因,中药研究基础薄弱,临床评价证据缺失,不辩证或不善于辩证造成的中成药不合理使用,中成药品种多,知名品牌少的现象突出。这些问题已严重制约和影响

打造“治未病”三大产业集群

中医药是中华民族瑰宝,为中华民族的生存和繁衍做出了巨大的贡献。在“十三五”规划提出的“中医药继承与发展”战略的引领下,中医药展现出前所未有的开放性、融合性、持续性和适应性,这一文化瑰宝的魅力受到越来越深度的关切。

国际化推动中药产业革命,攻克现代中药的许多关键技术问题,是中药走向国际化的必经之路。

面临新形势、新机遇,太极集团对中医药的发展思路更加清晰:遵循中医“治未病”思想,以传承千年古方为责任,采用现代工艺及独家专利工艺,打造现代中药,普及中医药知识、传播中医药文化。

我国中医药的持续健康发展。

以中国自主品牌太极藿香正气液为例,藿香正气液是拥有自主知识产权的专利产品。但在向海外推广过程中,就遇到一大瓶颈——大数据。为此,太极集团启动的藿香正气液百万例真实世界研究项目将填补这一空白。

太极集团这一重大举措得到医疗战线上各级专家及医生的大力支持,国际国内从院士到专家,从中医到西医,从科研到一线,均积极参与太极藿香正气液的临床研究。

2018年,全国各地近10万名医生,103所医科大学自发加入到中国首个中成药百万例临床研究——藿香正

气液真实世界研究的队伍中。该项目首席专家组由中国工程院副院长樊代明担任主任委员,由中国中药协会会长房书亭、成都中医药大学校长余曙光担任副主任委员,由西京医院、北京中医医院和成都中医药大学附属医院等单位的21位专家组成技术委员会。

在各级专家及医生的大力支持下,藿香正气液百万例真实世界研究工作进展顺利,得到全国各地老、中、青一线医生及专家团队的大力支持。为更好地将真实世界研究这项伟大的任务落实到具体行动中,让年轻一代的后备医药专业人员感知真实世界这一创新药品临床研究

方式,7月中旬,来自全国100多所医药高等院校的3000多名医药协调员,奔赴临床一线,全力协助一线医生做好百万例真实世界研究的相关工作,确保数据权威性与真实性。

目前该项目已获国际权威机构认同,在WHO国际临床试验注册平台完成注册。

该项目的启动和顺利完成意义深远,它一方面可以弥补传统中医药研究大数据缺失的短板,为国内外市场使用藿香正气口服液提供广泛科学的循证医学依据。另一方面,可以与国际充分接轨,为民族药品牌走向世界奠定坚实基础。

覆盖了未病先防、既病防变两个层面。

如何治未病?这就要求首先知道每个人的饮食情况、心里健康情况、体质情况,从“中医治人,辩证论治”的思想中,科学选择药疗、食疗、心疗的产品同步给予积极有效的治疗。

未来30年,太极集团在“治未病”领域产业链的构建上,将紧紧围绕十九大会议精神,坚持中药为本,突出太极藿香正气液、太极通天口服液、太极丹参口服液等药疗优势品种,太极山泉水等食疗优势品种,太极沉香木饰等心疗优势品种的核心竞争力,突出太极集团在心疗、食疗、药疗等领域的品牌国际影响力,助力更多海内外人士身心健康。

牌统计排名中名列前茅:藿香正气口服液、鼻窦炎口服液分列“中成药·感冒暑湿类”第一名、“中成药·五官科类”第一名,急救糖浆获“中成药·止咳化痰平喘类”第二名。

除药疗外,食疗、心疗也是中医药文化不可分割的一部分,更是太极集团延伸产业链,做大做强民族药产业的重要理论支撑。习近平总书记指出,中华文化历来强调健康养生、祛病健身。预防是最经济、最有效的健康策略。预防的核心在药疗、食疗、心疗三结合的“治未病”领域。

太极集团旗下产业集群已形成以独家消化系统药物(藿香正气口服液、双苓止泻口服液为代表)、独家呼吸系统药物(急救糖浆、百咳净为代表)、独家心脑血管药物(通天口服液、丹参口服液为代表)为三大战略性“药疗”产品线。

太极集团及拳头“药疗”产品藿香正气口服液、太极急救糖浆等在国际、国内知名度大幅提升。太极集团连续十五年位列中国500强企业,2017年中国500强排名大幅提升,2018年,获中国医药行业改革开放30年五大品牌奖,与同仁堂、云南白药、东阿集团、三九集团齐名。集团产品在中国非处方药物协会2017年组织开展的年度非处方药产品品