



护眼有道

访北京协和医院眼科主任陈有信

本报记者 高瑜静 北京报道

常言道,眼睛是心灵的窗户。

然而,“小眼镜”“老花眼”等各个年龄段的眼科疾病,往往让心灵的窗户蒙了尘,甚至被“关”上。

防控“小眼镜”

目前有证据表明,儿童青少年近视率大幅度急速提升的原因是“户外活动少”。

《中国经营报》:国家卫生健康委公布的2018年全国儿童青少年近视调查结果显示,全国儿童青少年总体近视率为53.6%。其中,6岁儿童近视率为14.5%,小学生为36%,初中生为71.6%,高中生为81%。造成我国儿童青少年近视率居高不下的原因有哪些?近视发病低龄化趋势会产生哪些影响?

陈有信:有数据显示,中国大概有6亿近视人群,而且青少年的近视发病率出现增加态势,戴眼镜比例越来越高。对于国家来说,如此高的近视患病率,会影响消防、空军等行业选拔从业者,甚至使合格的服役青年数量减少,从而影响国防安全。目前有证据表明,儿童青少年近视率大幅度急速提升的原因是“户外活动少”。增加户外活动,有助于孩子减少近距离地做作业、看手机、看电视此类活动,一方面预防近视,另一方面控制近视度数的增长、减少近视程

辨别“老花眼”

有一种错误的认识,认为“白内障越熟越好,到了看不见了再做手术”。

《中国经营报》:在我国老年眼病疾病诊疗中,往往有这样一种现象,去医院就诊的大多是晚期眼病患者。为什么会这样?普遍现象?

陈有信:这种现象挺普遍的。一个原因是老年人对疾病的认识不够,尤其是对眼病危害性的认识不到位。很多老年人觉得,自己视力差一点儿,所谓“老眼昏花”,好像是正常的。这就是疾病意识不强。另外,还有一种错误的认识,认为“白内障越熟越好,到了看不见了再做手术”。

这些意识都是需要纠正的。第一,如果白内障患者到了看不见时才做手术,那在病情进展过程中,病人往往很痛苦。从看得见到看不见,这个时间都是以年计的,可能5年,这段时间对于患者而言,视觉昏暗,过程很漫长。第二,白内障到了看不见的程度再做

手术,手术难度极大,风险增加,手术效果也就差了。

现在人们的观念也在改变。对于白内障患者而言,并不是说有一点点白内障就做手术,譬如白内障患者视力可能有1.0,也进行手术,那也是不对的。毕竟做手术有一定的风险。但是白内障手术可以适当提前,原因是,相对过去,现在手术的安全性、手术经验都有很大提高,所以给视力相对好的白内障患者做手术,也比较有把握。

《中国经营报》:有数据显示,中国白内障每百万人口手术量(CSR)仅发达国家的四分之一左右。如何看待我国白内障每百万人口手术量与发达国家存在较大差距?

陈有信:这里面有很多原因,主要还是意识问题,患者没有觉得视力变差对生活质量影响有多大。第

二个原因是经济问题,因为白内障手术在有些地方还没有纳入医保报销。最后还有看病难的问题,医疗服务的可及性。患者想治,他有钱,但是他挂不上号,或者当地的县级医院白内障手术技术还没有普及。这些因素都是影响白内障手术量不高的原因。我们的医疗服务的可及性目前远远不够,我们的医疗资源不够,能做白内障手术的医生人数也不够,有些患者的支付能力也不够,这些都是瓶颈。

《中国经营报》:现在有一些民营医疗机构开展了一些眼科疾病筛查,如何看待?

陈有信:这是一个好事。当公立医院的医疗资源、医疗服务不够时,就需要民营医院引入市场化的机制来补充。因为引入了市场化机制,医疗机构服务的积极性就高

日到来之际,《中国经营报》记者独家专访了北京协和医院眼科主任、北京医师协会眼科医师分会会长陈有信,探讨我国眼科疾病的诊治现状及发展趋势。

陈有信认为,全国近14亿人口中,眼科医生可能只有三四万。现

有的专业眼科医生数量,很难满足日益增长的眼科疾病诊治需求。

因此,在提高眼科诊治培训的数量和质量,扩大人才队伍的同时,还要联合各级政府、卫生行政部门,包括家庭,共同参与进行眼科疾病教育。

强的有力措施,有可能会流于形式,从而解决不了这个问题。

签订目标责任书,各地解决青少年近视问题也就有了抓手,虽然实施成效有待考察,但总比没有责任书要好。作为现在来讲,中央经常抓落实、提倡“回头看”。先有计划,最后要有检查。光顾着下任务,最后不回头来检查,可能会让政策流于形式。但首先得有计划、有要求、有责任书,然后才能去检查实施成效。

在青少年近视防控政策实施过程中,眼科协会等专业组织,要制定一些儿童青少年近视防控的规范。现在市场上看到国家抓儿童近视防控,各种近视防控机构蜂拥而动,鱼龙混杂。我们首先要交给社会大众正确的近视防控理念、措施和办法,尤其是有医学依据的这样一些防控举措。其次要加强专业培训。没有那么多眼科医生真正能够下到基层去做

了,有些民营医疗机构的服务可以延伸到乡串户地筛查病人。这是我们医疗体制中重要的补充。与此同时,也要避免这个过程中出现的一些问题,要加强监管。民营医疗机构中,市场化机制下资本参与,资本是要逐利的,逐利过程中必须要有一个平衡度。这个度是我们医学是要有底线的,医学服务不同于任何其他服务,它要讲良心,要讲底线,要讲服务的质量。比如说,这人有一点点白内障,视力0.8、0.9,就去做白内障手术。或者说,病人有近视,没做矫正,那就直接去做手术。

过度医疗这个现象是存在的,但也不能因噎废食,这就需要加强监管。监管如果发现过度医疗的情况,发现一个查处一个,要罚得重一些。

度及营销渠道建设所致。

以2018年销售费用构成为例,总体销售费用为6.04亿元,其中会务费金额为2.45亿元,列居首位,咨询费为2.17亿元,市场推广费用为0.82亿元,差旅费为0.19亿元,除此以外还包括工资、办公费、运输费以及邮寄费等等。

翰宇药业直言,公司销售费用增长大于销售收入的增长,主要是两方面原因。其一,大量的多肽生产工艺或进行初步工艺开发后的工艺进行生产。

目前,翰宇药业对原料药和客户肽采取直销的方式,由公司直接供给制剂生产厂家、研发机构等下游机构。显然这并不需要大量的市场推广费用。

公司对于制剂产品采用代理分销及专业化学术推广两种经销方式进行销售。

财报提到,为了大力推进制剂等新产品的市场推广工作,积极参与专家学术交流会,组织参与了多场学术会议,获得了治疗

于营业收入,从公司列举的应收账款来看,排名前三的应收账款账龄为一年。

公司对此解释为,第一名、第二名为公司海外原料药客户,前者主要覆盖美国和欧洲市场,后者主要覆盖印度市场,且与公司的合作期间长达五六年。公司从长期经营战略及长远商务合作出

发给予以上两家较长账龄。第三名主要销售产品是医疗器械类,2018年度受国家医保控费的影响,医用高耗材回款周期普遍延长至12~18个月。

翰宇药业称,海外客户已意识到应付账款对公司长期、稳定运营所带来的负面影响,正在积极应公司要求安排回款。

发给予以上两家较长账龄。第三名主要销售产品是医疗器械类,2018年度受国家医保控费的影响,医用高耗材回款周期普遍延长至12~18个月。

翰宇药业称,海外客户已意识到应付账款对公司长期、稳定运营所带来的负面影响,正在积极应公司要求安排回款。

发给予以上两家较长账龄。第三名主要销售产品是医疗器械类,2018年度受国家医保控费的影响,医用高耗材回款周期普遍延长至12~18个月。

翰宇药业称,海外客户已意识到应付账款对公司长期、稳定运营所带来的负面影响,正在积极应公司要求安排回款。

发给予以上两家较长账龄。第三名主要销售产品是医疗器械类,2018年度受国家医保控费的影响,医用高耗材回款周期普遍延长至12~18个月。

翰宇药业称,海外客户已意识到应付账款对公司长期、稳定运营所带来的负面影响,正在积极应公司要求安排回款。

发给予以上两家较长账龄。第三名主要销售产品是医疗器械类,2018年度受国家医保控费的影响,医用高耗材回款周期普遍延长至12~18个月。

翰宇药业称,海外客户已意识到应付账款对公司长期、稳定运营所带来的负面影响,正在积极应公司要求安排回款。

发给予以上两家较长账龄。第三名主要销售产品是医疗器械类,2018年度受国家医保控费的影响,医用高耗材回款周期普遍延长至12~18个月。

翰宇药业称,海外客户已意识到应付账款对公司长期、稳定运营所带来的负面影响,正在积极应公司要求安排回款。

发给予以上两家较长账龄。第三名主要销售产品是医疗器械类,2018年度受国家医保控费的影响,医用高耗材回款周期普遍延长至12~18个月。

翰宇药业称,海外客户已意识到应付账款对公司长期、稳定运营所带来的负面影响,正在积极应公司要求安排回款。

发给予以上两家较长账龄。第三名主要销售产品是医疗器械类,2018年度受国家医保控费的影响,医用高耗材回款周期普遍延长至12~18个月。

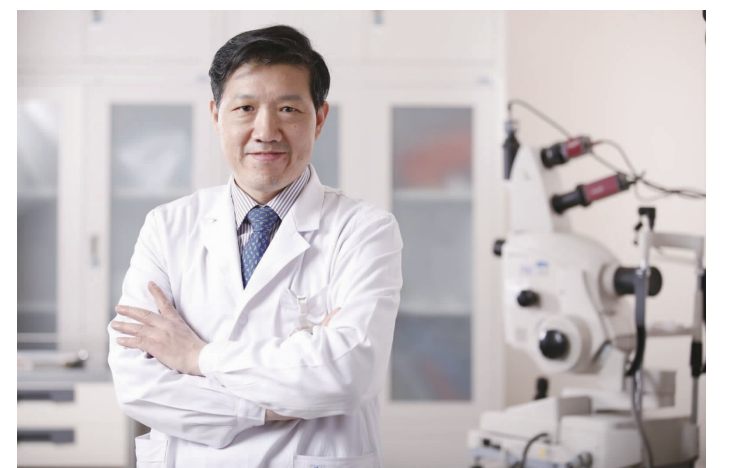
翰宇药业称,海外客户已意识到应付账款对公司长期、稳定运营所带来的负面影响,正在积极应公司要求安排回款。

发给予以上两家较长账龄。第三名主要销售产品是医疗器械类,2018年度受国家医保控费的影响,医用高耗材回款周期普遍延长至12~18个月。

翰宇药业称,海外客户已意识到应付账款对公司长期、稳定运营所带来的负面影响,正在积极应公司要求安排回款。

发给予以上两家较长账龄。第三名主要销售产品是医疗器械类,2018年度受国家医保控费的影响,医用高耗材回款周期普遍延长至12~18个月。

翰宇药业称,海外客户已意识到应付账款对公司长期、稳定运营所带来的负面影响,正在积极应公司要求安排回款。



北京协和医院眼科主任陈有信。

受访者供图

借助新技术

3D微创手术有利于教学、培训,有利于眼科医生手术生命的延长。

《中国经营报》:眼科疾病对临床医生的技术、规范化治疗的部分要求非常高。医生缺口短期内难以补齐,患者需求却不断增长。国内专业眼科医生稀缺的原因有哪些?

陈有信:我们中国有近14亿人口,眼科医生可能只有三四万。随着人口老龄化加快,眼科疾病就更多了,像白内障、黄斑变性等眼科疾病都是与年龄直接相关,所以治疗眼病的需求量比过去大多了。但是真正培训合格的眼科医生缺乏。那怎么办?这就提高培训的数量和质量,扩大人才队伍,但在短期内达不到这样一个目标。尤其在近视防控方面,不能完全靠眼科医生,还要靠各级政府、卫生行政部门,包括家庭,共同参与进行正确的近视防控教育。

《中国经营报》:化解眼科医生缺口难补齐与患者需求上升这两者间的矛盾,北京协和医院有哪些举措?

陈有信:一方面,把眼科医生派驻当地支援帮扶;另一方面,协和医院会组织医生不定期地到一些县级医院进行近视防控教育、眼科筛查等。

我们下一步希望借助互联网、人工智能技术来延伸我们的服务能力。因为我们没有那么多人手,我们想通过一些切实可行的办法提高我们的效率。比如,通过互联网,监控我国近视防控的发生、发展情况,借助互联网远程地参与指导。这是解决看病难、看病贵问题的一个方向。借助互联网,学校和学校之

间,可以通过视频等互联网手段来指导、监控、调查近视发生、发展的情况,比对这些近视防控方法是有效的。比如,我们的专家可以坐在诊室,实时地通过视频给孩子开讲座,普及一些近视防控方法。

《中国经营报》:近年,3D微创手术此类新技术也逐渐应用到眼底病治疗中。3D微创手术在临床应用普及度如何?使用3D微创手术治疗的优势和挑战分别是什么?

陈有信:3D微创是一个新技术,在国外也才兴起了几年。我们眼科医生做手术,比较精细。因为眼球直径大概2.5厘米左右,眼科医生就只能在这个空间里操作,长时间做手术,医生的颈椎持续承压,很多眼科医生都有颈椎病了。另外,我们做手术的空间特别小,旁边的眼科医生要想看一下手术过程学习学习,也很困难。

3D手术的好处就是,通过高质量的视频,三维立体成像后,图像就特别大。而且,所看即所得,旁边的人看到的就手术主刀医生看到的,是完全一样的。所以,3D微创手术有利于教学、培训,有利于眼科医生手术生命的延长。

但与此同时,还是有很多有待完善的地方。3D微创毕竟是通过一个视频,如果视频信号滞后,眼睛里的一些介质干扰了信号传递,视频清晰度有时候就不太高。随着技术的提高,相信这些都可以改善。

销售费用占比被“掩饰” 翰宇药业制剂收入成本难平衡

本报记者 伍月明 曹学平 广州报道

销售费用居高不下吞噬利润,成为深圳翰宇药业股份有限公司(以下简称“翰宇药业”300199.SZ)净利润下滑的一大主因。

5月19日,翰宇药业对《关于对深圳翰宇药业股份有限公司的年报问询函》(创业板年报问询函[2019]第210号)中提到的营收情况以及销售等各项费用的增长进行了复函。

2018年翰宇药业实现营业总收入12.6亿元,同比增长1.5%;实现归属于母公司所有者的净利润-3.4亿元,上年为3.3亿元,未能维持盈利状态。而销售费用则是拖累业绩盈利的主要因素之一。

《中国经营报》记者注意到,翰宇药业销售费用6.04亿元、管理费用1.54亿元。其中,绝大部分销售费用的增长主要集中在会务费、咨询费及市场推广费,共发生5.4亿元。

事实上,2018年翰宇药业营业总收入12.6亿元中,客户肽营业收入为2.1亿元,原料药营业收入为1.3亿元。而翰宇药业对原料药和客户肽采取直销的方式,由公司直接供给制剂生产厂家、研发机构等下游机构。这并不需要大量的市场推广费用。显然,大部分销售费用用在剩下的9.2亿元制剂业务上。

销售费用激增

迅猛增长的销售费用使得翰宇药业净利润首次面临负增长。

翰宇药业成立于2003年,是一家专业从事多肽药物研发、生产和销售的国家级高新技术企业,产品包括制剂、原料药、客户肽(客户定制业务)、药品组合包装类产品、器械类产品和固体类产品六大系列。

据财报显示,2016年至2018年翰宇药业实现营业总收入8.55亿元、12.46亿元、12.64亿元,同比

制剂业务承压

据业内人士透露,从其业务布局来看,相较原料药和客户肽等产品,绝大部分的销售费用集中于制剂系列产品。

尽管翰宇药业未有披露这几大业务的具体销售费用,但此前招股书中的说法也印证了这一应收账款接近营收

除了上述问题以外,翰宇药业计提的坏账准备金受到深交所关注。

据2018年年报显示,公司应收账款余额为12.32亿元,占报告期内公司总资产的21.76%,占营收的97.47%。其中账龄为2年以内应收账款账面价值为12.72亿元,合计计提坏账准备8657万元。

增长11.30%、45.75%、1.46%。归属上市公司股东净利润为2.92亿元、3.30亿元、-3.41亿元。2018年末未能维持盈利状态。

记者梳理发现,翰宇药业销售费用迅猛增长,成为影响其业绩盈利的一大重要因素。2016年翰宇药业销售费用为1.80亿元;2017年销售费用为4.09亿元;2018年销售费用上涨至6.04亿元,同比增长47.81%,系因公司加强市场推广力

应收账款接近营收

点。其中,公司生产的原料药主要用于公司制剂产品的生产需求,对外销售金额较小。客户肽和生产主要是由公司客户肽生产部和原料药生产部根据客户对特定多肽在序列、重量、纯度和交货时间等方面的要求,依照现有常规

予客户的赊销额度和赊销期。客户的赊销期在3个月至12个月不等,个别重要战略客户根据实际情况给予长于12个月的赊销期。赊销额根据每个客户实际销售情况单独认定,个别客户存在大额赊销情形。

此外,记者注意到,翰宇药业2018年应收账款余额的增幅略高

度及营销渠道建设所致。

以2018年销售费用构成为例,总体销售费用为6.04亿元,其中会务费金额为2.45亿元,列居首位,咨询费为2.17亿元,市场推广费用为0.82亿元,差旅费为0.19亿元,除此以外还包括工资、办公费、运输费以及邮寄费等等。

翰宇药业直言,公司销售费用增长大于销售收入的增长,主要是两方面原因。其一,大量的多肽生产工艺或进行初步工艺开发后的工艺进行生产。

目前,翰宇药业对原料药和客户肽采取直销的方式,由公司直接供给制剂生产厂家、研发机构等下游机构。显然这并不需要大量的市场推广费用。

公司对于制剂产品采用代理分销及专业化学术推广两种经销方式进行销售。

财报提到,为了大力推进制剂等新产品的市场推广工作,积极参与专家学术交流会,组织参与了多场学术会议,获得了治疗