



首席执行官眼中的 中国生命科学



2016

kpmg.com/cn

序言

中国生命科学在过去十年走过了一个成功的发展历程,这个行业的扩展速度比整体经济的发展更快。在2006年至2011年间,中国整个医药市场每年增长15% 至30%之间,然而在2012和2013年,增速逐渐放缓,进入不足20%的区间。过去两年,形势更为严峻,收入增长在2015年跌入个位数,而且下跌的势头似乎还将持续下去。虽然造成目前增长下滑的原因部分是因为中国经济目前正处在转型之中,但监管方面的变化也起到一定的作用,特别是在2015年中启动的对药品招标过程的改革。

尽管如此,接受毕马威中国此次访谈的大多数企业高管对这个行业在中国的长期发展前景依然是乐观的。虽然这些受访者看到存在着许多障碍,如中国对药品营销的冗长的审批程序,正进行的价格改革,以及更为严格复杂的地方监管要求,但他们也意识到,企业在中国市场仍有丰富多样的商机。中国政府正致力于增加医疗健康支出,以满足因人口日趋老龄化和富裕人口日益增加所产生的需求。中国政府还显示出希望开放医疗健康行业,将其由市场主导的意愿。这将令跨国公司最为受益,因为它们各自在行业的创新研发领域处于前沿。

我们希望本报告对阁下开卷有益。如果阁下有任何建议或询问,欢迎随时与我们中的任何一人或阁下当前在毕马威中国的联系人联系。



Norbert Meyring
毕马威中国
生命科学部负责人
合伙人



胡丽芬
毕马威中国
生命科学部负责人
合伙人



目录

- 02 主要发现
- 04 中国新兴的医疗市场
- 08 中国药品政策改革的影响
- 12 跨国公司的增长商机
- 16 行业在中国的未来前景
- 22 结论



主要发现

“去年,美国总统奥巴马宣布美国政府会在2016年预算中,投资2.15亿美元用于精准医疗。与之相应,中国近期宣布其在下一个五年计划里,将包括90亿美元的预算,用于未来20年里投入精准医疗。”

- Danny Yeung, Prenetics 首席执行官

- 医疗问题一直是中国政府的优先要务。这个问题在2011-2015的第12个五年计划内就位于突出的位置;而在2016-2020的第13个五年计划期间,如何提供有效的医疗依然是一个关键性的议题。计划内具体的举措包括,整合城乡公立医院的保险机制和采用网络医疗和其他数字化优化方法来管理资源。²
- 虽然中国生命科学市场的长期潜力诱人,但其短期前景并不明朗。期望在中国运营的业务能高速增长以抵消在世界其他地区有限增长的公司,总部应与当地管理层进行沟通,相应地改变期望值和策略。
- 2015年启动的改革对供应和交付这两个方面造成了极大的困扰。最重要的原因是,新的招标程序是造成一些跨国医药公司销售增长下滑的主要原因。虽然监管方面的变化并非是此次下滑的唯一原因,但政策方面的改革正迫使许多公司重新考虑现有的策略和做法。
- 本土医药公司继续在增长。它们在医药市场的份额在过去七年里增加了2.3%。³ 由于国内公司经营的大多是无品牌的非专利药品,并与其他国内同行进行价格竞争,并不丰厚的利润阻遏了它们进一步的发展。较低的利润边际也使其难以调拨或筹集资金用于开发新产品。
- 跨国公司与本地公司之间在规模和质量上存在的差距导致出现了一些重大的收购活动,不过对本土公司而言,机遇还是存在的。对于那些专攻于细分市场产品,或对具有海外研发或商务背景的初创企业持长远眼光的公司来说,这一点至关重要。
- 虽然近期政策的一些变化已开始清理积压的申请,但从国家食品药品监督管理局(CFDA)获得新的药品审批所需的时间仍然是一个问题。随着时间的推移,审批过程的速度和透明度应会改善,这也将推动药品质量和有效性的提高。
- 数据分析和数字化技术的进步能够帮助公司更好地驾驭运营流程,并令新的公司能够打破现状。这也促使监管机构能够与时俱进。
- 保持高标准的合规性始终是所有行业公司的重点。从供应和分配链的透明度到与医院和医疗专业人士的关系,医药公司一直把重点放在改善内部流程和与第三方的交往上。

2 中华人民共和国国务院,《中华人民共和国经济和社会发展第十三个五年计划》, http://www.gov.cn/xinwen/2016-03/17/content_5054992.htm.

3 James Shen,《中国医药行业和市场的当前发展趋势与前景》, 2015/2016, 第8页



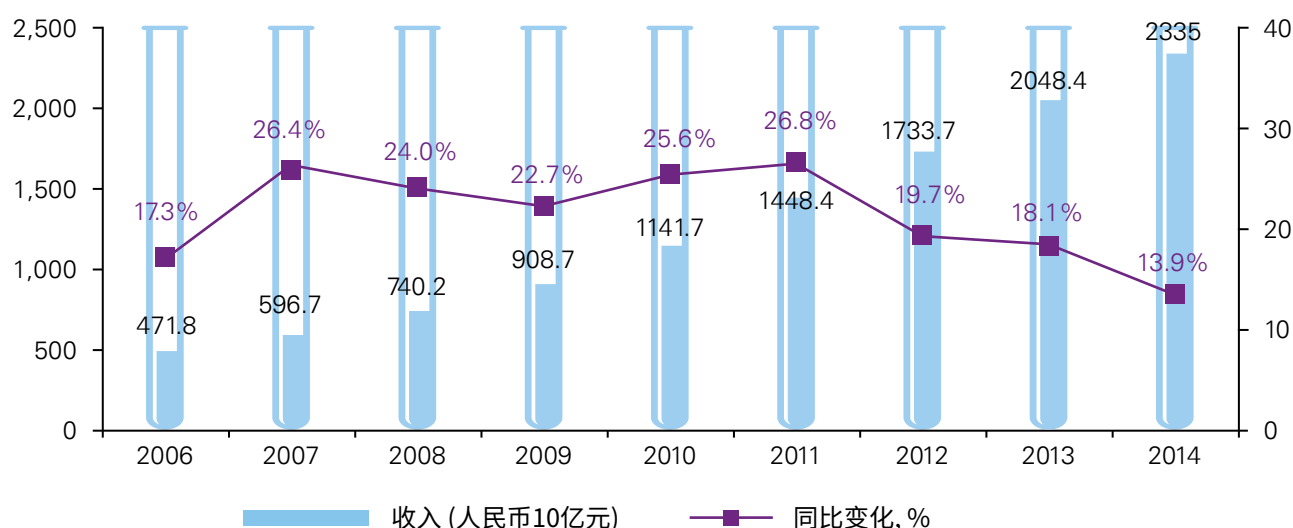
中国新兴的 医疗市场

市场综述

对全球生命科学和医药公司而言，中国一直是最为引人注目的市场之一。人口老龄化问题与城市中产阶级的兴起的双重影响令这个国家的公立医疗系统不堪重负，这也推动了对新产品和新服务的需求。新的趋势给跨国医药公司带来了商机，而目前跨国医药公司不论是在规模还是尖端技术方面，本地医药公司都无法比肩。

尽管医疗需求不断上升，但是医药销售的收入却开始从十年前的双位数增长逐渐回落。其中原因有不断加剧的竞争推低了药品的价格，以及监管方面的变化和对现有规定的更有力的执行。

中国制药业主要业务收入



资料来源：中国国家统计局⁴

尽管如此，行业观察家继续预测中国的医疗支出将会上升。“经济学人智库”（EIU）预测年度医疗开支到2018年将达到人民币47,804亿元（6,804亿美元），相当于按年增长7.44%。⁵ 收入上升和政府投入的双重驱动将使这个行业更加响应市场需求的变化。

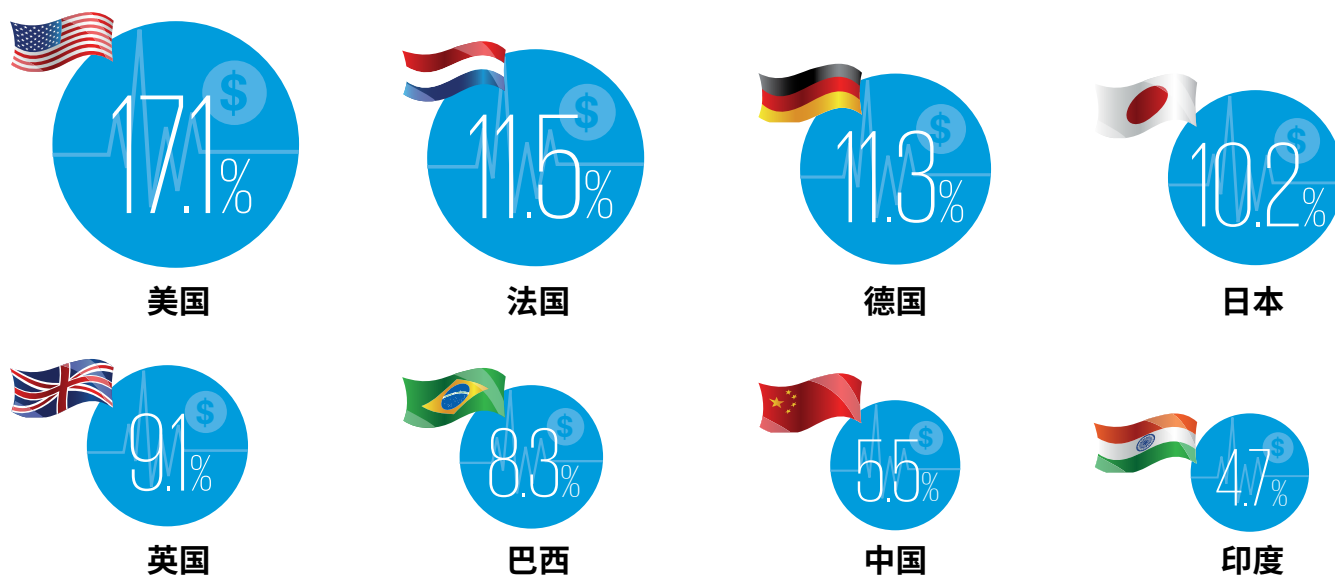
“经济学人智库”还预测中国人均医疗开支在2020年将超过 570美元，比2011年的数字翻一番。虽然这个数字与美国相比仍然很少（美国人均医疗开支在2020年预计将达11,204美元），但是由于中国的人口规模持续增长，中国总的医疗支出正在缩小与美国的差距。“经济学人智库”预测，与美国相比，中国同期总的医疗开支将从14%增加到逾21%。⁶ 但即便如此，中国医疗支出的GDP占比份额与日本以及许多欧洲和北美国家相比，仍然要低很多。

⁴ 中国国家统计局, <http://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=C01>.

⁵ 《经济学人智库》，中国医疗, <http://www.eiu.com/industry/Healthcare/asia/china/article/1294268113/healthcare-spending/2016-05-30>.

⁶ 《经济学人智库》，美国医疗, <http://www.eiu.com/industry/Healthcare/americas/united-states/article/1224072506/healthcare-spending/2016-03-30>.

2014年医疗支出占GDP的份额



资料来源：世界银行⁷

在许多世界大型医疗公司的眼里，来自中国的收入占据着它们全球收入的重要比例。接受毕马威中国访谈的公司高层均对中国的生命科学公司长期发展前景表示有信心，尤其是那些重点从事治疗老年病和慢性疾病的公司。随着这个国家的人口逐渐老化，中国所承受的慢性疾病负担也成倍增加。成年人糖尿病发病率由2011年约9000万人或占成年人口的9.29%上升至2015年的1.1亿人或占成年人口的10.6%。至2040年，糖尿病发病率预测将达到1.51亿人。⁸

医疗改革

虽然到目前为止中国推进的改革所取得的成就令人鼓舞，但是中国建立高质量的全民医疗供应体制这一长期目标仍需要多年时间去实现。一个正面的示例是政府的基本医疗保险计划（“基本医疗保险”）覆盖率由低覆盖率上升到2012年的96%人口。⁹目前还有一些问题需要解决，如药物的价格、提供药物的质量、医院缺乏资金，及缺少一个竞争性的国内药物市场。

2014年，政府将注意力转向公立医院改革，希望能建立更稳健的财务基础，提高医务人员的报酬待遇，及减少医院对药品销售的依赖。去年，官方还披露了一系列措施去降低医药成本和改善药品质量。政府还撤销了目前对许多药品进行价格限制的权力，引入新的措施去改善评估和审批新药的流程，并出台了许多政策去鼓励创新。

⁷ 世界银行，医疗开支，<http://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.TOTL.ZS>。

⁸ 国际糖尿病联合会，IDF全球糖尿病概览（第7版），比利时，布鲁塞尔。

⁹ 世界卫生组织，《卫生行业发展第12个五年计划》，http://www.wpro.who.int/health_services/china_nationalhealthplan.pdf。

“我们致力于将创新的药品带给中国的病患者。我们很高兴地看到国家食品药品监督管理局正加大努力加快药品的审批程序。尽管有关这些改革将如何实施的一些具体细节尚不明确，但整体的效果是相当正面的。”

- Hong Chow, 上海罗氏制药有限公司, 总经理

拜耳医药中国公司执行副主席兼商业运营与亚太地区总经理Wei Jiang 道：“我们理解和赞赏政府关于建立让大众感到实惠和方便的医疗体制的目标。不过，要在改革的目标与确保行业可持续发展之间求得平衡并不是一个简单的工作。”

虽然几乎所有接受毕马威中国访谈的高管们都理解这些改革对中国的长远社会发展十分重要，但是这些受访者中许多人也表示，医药公司正处于一个存在诸多不确定因素的时期。受访者指出了在中国经营医药和生命科学公司构成重大挑战的四个主要领域。包括：

- 2015年年中引进的对招标流程的改变；
- 对新产品的审判程序；
- 发现新的市场和认准投资组合；
- 遵循中国的反腐败条例

以上各个挑战也为企业提供了商机，许多公司已开始探索新的业务模式以获取更强的竞争力。



中国药品 政策改革 的影响



如欲了解更多的全球评论观点, 请访问毕马威医疗与生命科学学院

www.kpmg-institutes.com

医药价格

2015年6月, 中国最高经济决策部门——国家发展和改革委员会 (“发改委”) 废除了《药品管理法》第55条有关赋予政府部门对大多数药品进行价格限制的权力。发改委的目的是通过采用市场定价的机制来降低大多数常用药物的价格。发改委表示, 这些改革将 “改善购买机制、控制医疗保险成本, 及让市场决定医药的价格。”¹⁰

这是中国迈向普惠医疗目标的最要的一步, 即使这些改革的好处短时间对那些承担支付药物成本重负的患者来说可能还不那么明显。大约三分之一的医疗成本是由患者自费支付的, 而且有些治疗依然让患者无法承担, 因为许多药物仍然不包含在中国的基本医疗保险计划之内。《国家报销药物目录》(NRDL) 规定了可报销药物的完整清单, 而政府自2009年迄今就没有更新过这个清单。例如在癌症治疗方面, 许多标靶治疗根本就没有列在清单内。这意味着患者要么承受大部分的治疗成本, 要么依赖其他成效低下的疗法。

废除价格限制长远来看应对医药公司有利, 因为这让它们有更多的灵活性与医疗服务的提供者合作, 根据治疗的效果去确定价格。这还有望降低大量常用药物的成本。不过, 在短期内, 这些改革对制药商也带来了不确定性, 因为许多制药商需与政府打交道, 办理订立地方价格所需的审批手续, 并与医院谈判采购价格。

上海罗氏制药有限公司总经理Hong Chow 道: “我们会加强对成本控制的措施, 特别是非专利药物, 以及来自各个层面招标的价格压力, 如国家层面、省级、市级层面和医院层面, 不过这几个层面目前还没有协调好。罗氏公司已做出巨大努力, 通过与政府、慈善基金和私营保险公司就一些药物的补偿进行谈判, 改善患者对药物的承受能力。”

罗氏公司最近在其中拳头产品——Herceptin取得了一个重大的突破, 该产品用于标靶治疗HER2阳性乳腺癌, 是该公司在中国最重要的产品。虽然Herceptin没有包括在NRDL报销清单内, 但十一个地区目前已将该药纳入它们的报销清单, 将这个治疗方法大幅度地向约3.5亿人敞开。Hong 道: “政府已宣布了要改善重大疾病的报销覆盖面这一目标, 这将带来进一步的商机。”

¹⁰ 国家发展和改革委员会, 促进医药价格改革的问答, http://www.ndrc.gov.cn/zcfb/zcfbtz/201505/t20150505_690664.html.

“国家食品药品监督管理局最近的改革十分正面。我敢肯定地说,新的药品审批所需的时间将会缩短。”

- Tony Au, 艾伯维(中国)公司
总经理

审批程序

制药公司一个主要的关注点是新药进入市场之前取得审批所需的时间。艾伯维(中国)公司总经理Tony Au道:“临床试验中的应用需要18到24个月的时间。如果你获批准继续进行的话,正常情况需要六年时间去完成,有时甚至更长。”

经过国家层面的临床试验之后,新药在被纳入处方药之前需要获得省一级或市一级的审批,这个过程有时需时四至五年。结果,许多新的药物在专利期过了一半了仍然不能使用,令患者多年无法获得更有效的治疗方法。Au说:“由于中国审批药品的程序需时太长,而往往别的国家一般获得药品的时间会早的多。”

人们经常提到的审批延迟的原因是出在中国的药品评估中心,这个中心被人们普遍认为缺乏资源。该中心仅聘用了130多个员工去审查新的药品,而美国类似的机构有逾5000多员工负责监督审批程序。¹¹

政府为改革审批程序所做出的努力是积极的。这些改革促进了审批数量的增加,并剔除了低质量的申请者。2015年,国家食品药品监督管理局审核了近9400个新药申请,比2015年增加了90%。¹² 政府在2015年7月还出台了一些措施,促进更严格的临床试验标准。国家食品药品监督管理局从2015年提交的9394个申请中随机抽取了1622个申请。被选取的申请者需接受新出台的自查机制的检验。这导致近1200个被抽样的申请者撤回它们的申请,而这些申请大多数来自国内小型公司生产的一般性非专利药。¹³

中国政府承诺会进一步改革新药的审批流程。2015年8月,国务院发表了题为《国务院关于改革药品医疗器械审评审批制度的意见》的公告,该公告列出了一系列旨在加快审批流程的规定,¹⁴ 包括:

- 启动试点项目以便研发机构和学术科研人员申请新药的审批,并在此后寻找商业合作伙伴(现有规定是仅药品制造商才可以申请);
- 精简对各类医药创新的审批流程,特别是那些国内生产的或其他市场还没有的医药;
- 允许公司在中国和海外同步进行临床试验,并在向国家食品药品监督管理局提出的申请中使用涉及多个中心的数据;
- 增加国家食品药品监督管理局的资源。

11 中华人民共和国国务院信息办公室,关于食品与药物安全工作的新闻发布会,<http://www.scio.gov.cn/xwfbh/xwfbh/wqfbh/33978/34253/index.htm>.

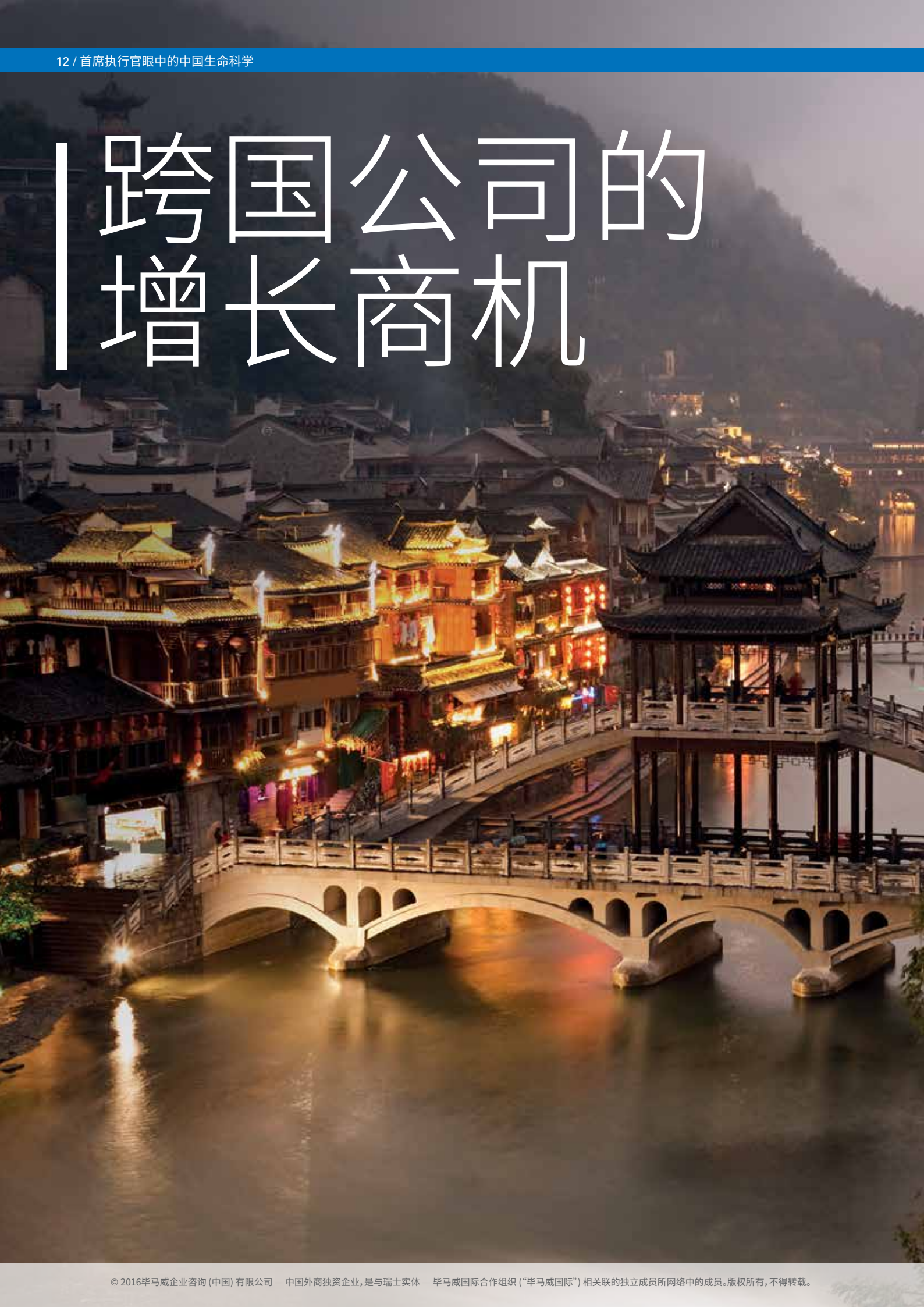
12 中国食品与药物管理局,在北京举行的国家食品与药物监督管理工作会议,<http://www.sfda.gov.cn/WS01/CL0050/142020.html>.

13 中国食品与药物管理局,在北京举行的国家食品与药物监督管理工作会议,<http://www.sfda.gov.cn/WS01/CL0050/142020.html>.

14 中华人民共和国中央政府,“关于改革药品和医疗设备审核与审批程序的意见”,http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-08/18/content_10101.htm.



跨国公司的 增长商机



如欲了解更多毕马威中国的系列报道, 请访问毕马威中国的网站。



中国2016年展望



中国首席执行官2016年展望



中国关联的消费者

新的市场

几年前, 跨国公司可能还会专注于一些主要的市场, 如北京、上海和广州等, 但现在, 许多跨国公司已开始将更多的注意力放在农村和级别较低的城市市场, 因为主要的城市市场竞争激烈。如果公司能够把握好这个扩张过程, 它们通常就能取得高于行业平均水平的增长率。

赛诺菲(中国)集团药品部总经理 Jean-Christophe Pointeau 表示, 这家总部设于法国的公司是2015年在中国的跨国制药公司中增长最快的公司之一。赛诺菲(中国)集团的年度报告指出, 该公司药物、疫苗和动物保健部在整个新兴市场的销售增长了7.8%, 而在中国则增长了19.5%。¹⁵ Pointeau 表示公司的收入增长了约20%, 药物销售增长了15%, 疫苗业务也呈现出高双位数的增长。Pointeau 道: “去年以来, 行业经营状况有所放缓, 但我对中国市场和我们的未来发展是乐观的。我们现在仅覆盖了中国四到五亿人的市场, 这意味着还有约十亿人的市场尚待我们去开拓。”

Pointeau 引述了促进赛诺菲在中国扩张的三个因素。第一, 公司在三十年前就进入了大陆市场, 在中国做出了巨大的投资; 第二, 针对中国最急需的医疗需求(如高血压、糖尿病、肿瘤和与中央神经系统相关的疾病), 公司已开发出了一套强有力的产品组合; 第三, 赛诺菲在跨国公司传统上十分重视的主要城市之外还扩张到了县级市场。该公司在2011年设立了一个专责部门, 在县域地区宣传赛诺菲产品的科普知识。赛诺菲目前在这个部门聘用了逾1100名员工, 当时成立该部门就是为了响应政府重新重视初级保健的号召。

Pointeau 道: “政府希望加快中国初级医疗保健体系的发展。我预期会看到更多的社区医疗中心和县级医院在农村地区开设, 初级医疗的提供整体上会从大医院向这些医疗中心转移。”

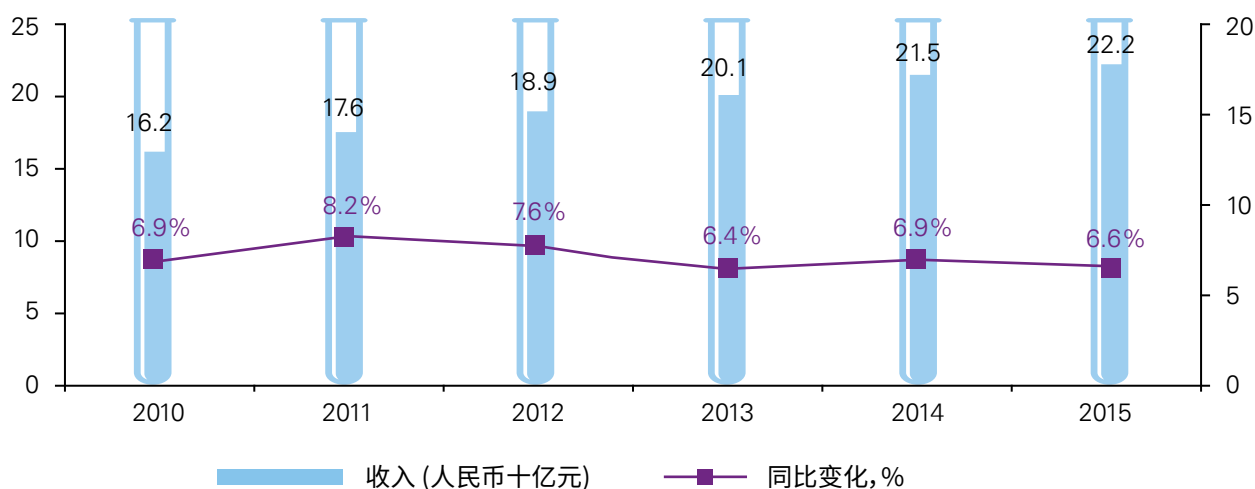
政府最近的改革, 如放宽医生在单一地点执业的规定, 预期将改善中国的初级医疗保健体系。允许医生在多个地方从事医疗工作, 可扩大同等数量医生的医疗覆盖范围并减少对大医院的压力。这种灵活性以及公立医院改革推出的各种试验计划, 是政府在全国提高医疗行业效率及更有效地分配资源的计划中的一个组成部分。

15 泰诺菲集团, 参考文件, http://en.sanofi.com/Images/45885_Document_Reference_2015_V2.pdf

非处方药销售

非处方药销售是医疗行业经常提到的另一个潜力所在。迄今为止，非处方药规律对跨国公司而言还较难以把握，大部分原因是中国国民喜欢传统中药。即使今天，许多这些中药都是通过小型的店铺出售，中医医生常常会在店铺里当场配制。在这个分散的市场，国内的小型公司亦觉得难以增长，而且没有一个单一的供应商可占据市场份额的10%以上。¹⁶

来自中国非处方药市场的收入



资料来源：Nicholas Hall DB6 全球非处方药数据/James Shen，中国制药行业与市场的当前趋势与前景¹⁷

跨国公司正探索几种不同的方法在这个市场建立立足点，如与国内公司组成合作伙伴或收购国内公司，并增加它们在中国的制药能力。德国制药公司拜耳采纳了这两种策略，它最近收购了总部设于云南的滇虹药业，这是一家出售大部分非处方药的中国草药公司。拜耳希望通过这个收购能够扩大其来自非处方药销售的收入，并在云南省建立了一个新的设施，提供西方的非处方药产品和传统的中药。

对在中国经营的跨国公司而言，非处方药的长期商机是巨大的。中国的患者习惯于在医院或传统中医店直接付钱买药，而推销非处方药的公司可通过直接与患者建立联系去定价，从而绕过向医院出售药物所需的繁琐的审批程序。

¹⁶ Euromonitor International, 中国的消费者健康。

¹⁷ James Shen, 中国制药行业与市场的当前趋势与前景2015/2016, 第11页。

“在分销方面,创新正采用美国或欧洲的一个已知的想法,并把它应用于中国。虽然地点不同,但差别并不大。”

- Eric Zwisler, 康德勒健康(中国)主席

兼并与收购

虽然中国的医药市场正处于变化之中,但商机仍然很多。许多公司正调整它们的营业模式及在传统方式(如引进新产品或增加现有产品的数量)之外寻找扩大收入的新方法,从而对中国医疗行业的变化做出反应。

中国分散的市场也为保持高于平均水平的增长率提供了机会。鉴于不同的省份有时是城市之间被当地的制药公司或分销公司分割成条条块块,跨国公司就有机会与国内公司组成合作伙伴或收购国内公司。根据网上一家提供全球并购市场信息的服务机构——Mergermarket所提供的资料,在2015年前三个季度,中国共发生了约200宗与药品和生物技术有关的兼并和收购活动,而此前一年全年的此类并购数字为186宗。¹⁸ 大多数这些交易是发生在国内公司之间,因为跨国公司在审核潜在收购目标时因与本地公司策略不同而保持谨慎的态度。

其中一个例外是康德勒健康(中国),这是美国制药分销商康德勒健康在中国的一个分支机构。该公司是康德勒收购了Zuellig Pharma China(本地名称“永裕”,是中国一家著名的进口药物分销商)后成立的。康德勒健康迄今已收购了18家中国的公司,它们大多数是直接向医院销售药物。康德勒健康目前是中国最大的药品批发分销商。

管理好收购活动是一项重要的技能,因为涉及的各方的业务模式或流程成熟度可能存在巨大的差异。康德勒健康(中国)主席Eric Zwisler道:“公司需要建立正确的系统去管理收购。虽然公司之间存在差异,但中国的市场估值一直很高。资本效率是一个问题。虽然许多公司常常难以获得理想的投资回报,但它们仍然为寻求强化自己的供应链而付出大笔资金去收购资产。”

跨国公司也寻求与本地公司组成合作伙伴关系。2016年2月,欧洲一家大型医药公司与深圳一家医药公司签署了两笔合共价值达5亿美元的交易。这两宗交易使这家中国公司获得授权销售该跨国公司生产的两种药品。

跨国公司的另一个可能性是与大型国有企业组成合资企业。与收购私营公司相比,这个做法到目前为止显得较不流行。但如果国有企业愿意向私人资本开放及外国公司能够找到合适的合作伙伴,那么潜力将十分巨大。

毕马威中国上海办事处交易咨询合伙人Mark Harrison道:“国有控股企业可贡献硬件资产、分销网络、供应链和庞大销售队伍,而跨国公司可提供知识产权、现金和产品等。对跨国公司而言,它们获得了进入新市场的渠道,经营规模可能得到大幅扩大,而国内公司则获得了新的技术和特殊的专业技能。”

18 Mergermarket, 并购新闻, 数据与趋势, <http://www.mergermarket.com/home.asp>.

行业在中国的 未来前景



“作为一个行业,我们在中国进行了大量的投资。现在的问题是:我们应如何为我们所有的利益相关者继续去驱动价值?”

- Wei Jiang,
拜耳医药(中国)执行副总裁,
商务运营与亚太地区总经理

监管合规

自2012年习近平主席发起反腐运动以来,合规就成了在中国经营的医药公司的重点关注领域。艾伯维(中国)公司总经理 Au 道:“这不会仅是一个过场,而是新常态。许多公司,不仅仅是生命科学行业,正努力确保它们经营的业务完全符合政府对这个问题的认识。”

在过去几年,各公司一直致力于改善自身的合规策略以尽量减少风险。更为成熟的记录保存系统得以升级换代,为供应链和分销网络提供了更高的透明度。目前许多公司与数以百计的分销商和数以千计的代理进行业务往来,人工系统在规模上就不太成效。生命科学公司正越来越多地采用可将风险指标分析(如各个代理商)与其它数据资料来源融合起来的分析工具,进而生成出分销商群体的状况。这使得各公司可以比以往更全面地监督合规情况。

在建立了正确的流程和系统之后,各公司能够更密切地跟踪开支和其他形式的支出,减少员工或第三方欺诈的风险。例如,罗氏公司通过移动电话应用软件(如出租车和私家车预订服务)直接向车辆出租公司付款。其他公司正研究可预测的分析工具的应用方法,这些工具可用于预防违规的行为。

各公司还认识到与政府官员开展密切协作可使双方更好地了解对方的需要,特别是有关税务审计和转让定价等事项(见下框文字)。



转让定价

鉴于跨国医药公司常常选择进口大量的药品到中国进行包装,国内税务人员越来越多地了解到这些公司的经营方式,转让定价作为一个重要的税务问题也随之出现。

毕马威于上海办事处生命科学团队的税务合伙人Grace Xie 道:“医药公司的税务挑战在于如何平衡不同政府部门的要求。即使NDRC 努力要将许多不同药品的价格大幅降下来,但税务官员仍然预计医药公司的利润会上升,而海关当局希望了解进口药品或活性药物成分的价格是否差别5%或更多。要管理好这些不同的期望是一个艰难的平衡工作。”

按照 Sanofi's Pointeau的说法,与当局和利益相关者进行更多的沟通是必要的,这样才能支持中国医药市场的可持续发展,改善14亿人民的医疗质量。

“我们敦促政府考虑如何利用资金去加强研究机构、行业 and 患者需求之间的联系,让创新的解决方案可以真正地造福社会。”

- Dong Wu,
强生公司创新部门、
亚太创新中心负责人

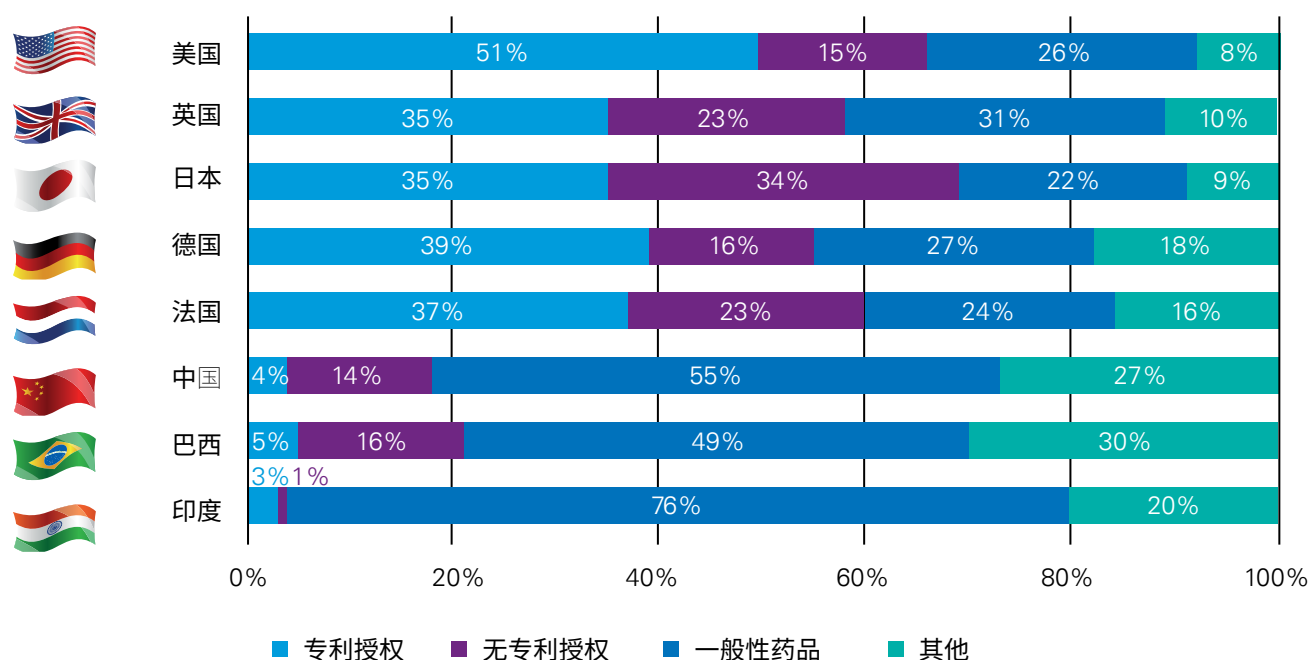
本地创新

较高的成本与微薄的利润迫使国内公司将注意力放在提高自身产品的标准和引入更为创新的流程。在达成这些目标之前,国内公司必须克服各种障碍,包括国内缺乏生命科学行业的人才及国家在审判新药方面繁琐的流程等。不过,有迹象表明,情况正开始出现变化。

总部设于上海的复星集团下属医药公司——复星医药副总裁Philip Cui道:“有迹象显示政府官员正加快审批流程。由于政府的支持及大批海归人士进入人才市场,许多现有的瓶颈正在获得舒缓。只有通过推出新的产品,医药企业才能够保持和改善赢利状况。”

强生公司已投资改善其在中国的产品和服务。该公司2014年在上海启动亚太创新中心,目的是尽早发现新的产品和创新实务。强生公司创新部门、亚太创新中心负责人Dong Wu 道:“中国的人口老龄化问题在全球仅次于日本。这个负担是巨大的,所以我们对此需要有颠覆性的解决方案。常规的方法行不通。”

2014年药品原产地的销售份额



* 包括非处方药产品和中药

资料来源: IMS¹⁹

19 Joseph Cho, 在中国开发一个良好的药品创新[社会]生态系统的途径。



传统上，创新药品通常都是在美国或欧洲率先推出，部分原因是因为获取更高收入的机会。对中国来说，这意味着中国的患者通常要比别的市场晚许多年才能获得创新药品。不过，在海外受过教育的中国科学家近年回国的人数大幅增加，他们正努力将中国打造成生命科学的研发中心。许多估计显示，在海外受过教育的生命科学毕业生们回国后建立了数千家新创企业。Wu 道：“这些人在美国接受了十到十五年的教育，他们带回了最新的知识。这就是我们所看到的创业精神。亚太创新中心致力于寻找创新的种子。随着公司成长壮大，我们协助它们制定计划，尽可能早地挖掘出它们的商业潜力，让它们获得资金和支持。”

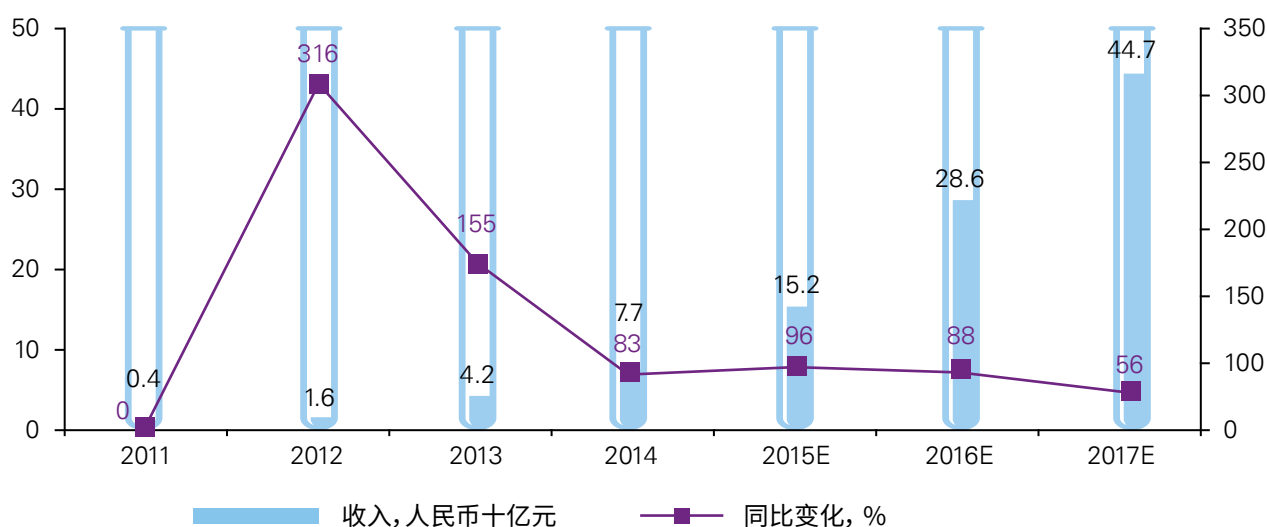
罗氏公司也在探寻壮大其在中国的研发能力。罗氏公司的Chow 道：“我们将继续在中国投资，我们长期承诺为中国病患者带去创新药品。”至2015年底，罗氏公司在初步投入人民币8.6亿元后开始建设罗氏创新中心。该公司希望这个新的中心可与本地的研究机构开展协作，并吸引尖端科研人才到中国来。Hong 道：“我们的目的是为亚洲和世界各地的病患者开发出优秀的创新药物，以满足未满足的医疗需求，并巩固我们在中国开展长期研发的承诺。”

数字化医疗

许多风险资本公司通过向新的创业公司提供资金，大量投资于中国的数字化医疗行业。强生公司的Wu道：“这个生态系统目前尚处于十分早期的阶段，但它却发展快速。与其它国家相比，它还有差距，但这个差距在迅速缩小，而我们现在看到的是巨大的创业潮。”

中国的网络医药B2C 市场

收入，2011-2017E



资料来源：Nicholas Hall DB6 全球非处方药数据库/James Shen, 中国医药行业和市场的当前趋势与展望²⁰

虽然许多这些新创企业的涌现填补了目前的需求缺口，其他行业的许多既有企业也开始对医疗和生命科学显示了兴趣。这些公司提供的服务包括网上预约、网上诊断工具和处方药分销等。毕马威上海办事处交易咨询合伙人Andy Qiu 道：“这些公司都具有雄心和进取精神。它们希望能完全取代医院，即使不是那么立竿见影。当然网上诊断并不容易，对患者的跟进也存在困难，而且在医院渠道之外如何向患者发放药品也是一个问题。”



杏林 – 医生的移动应用软件

截止2014年，中国大约有290万医生，与中国的人口相比，医生的数字是太少了。这难免导致中国的医疗服务出现紧张情况。²¹ 之前作为一个医生的Zhang Yusheng于2012年成立了杏林以解决这个问题。该公司提供几个免费的移动应用软件，帮助医生远程查阅患者的资料，取得有关新产品和新技术的最新信息，及索阅一些重要的医疗杂志。

Zhang 表示，中国大约有30%的医生下载了他的应用软件，用户数量正以每日1000人的速度上升。他说道：“我们的业务重点针对外科医生，软件的设计使用方便，可促进从业人员之间的协作交流。” 迄今为止，投资者已承诺4500万美元的资金，公司目前聘用了约200个员工，大约平均分布在市场营销与技术团队。杏林目前在20多个城市建立了业务站点，并希望在今后几年将业务覆盖范围扩大到超过一半的医生。



iGenes – 降低保险成本

除了成为新的医药和治疗的来源之外，中国还以引领新的医疗技术而闻名。这些新技术不仅让患者受益，而且也有助于保险公司和政府减低它们的成本。香港公司Prenetics开发了iGenes，这是一个无创性试验，令医生可以根据患者的基因模式在一系列药物中开出最有效的剂量处方。这类精准医疗还可降低潜在的有危险的药物反应，药物反应在中国是一个大问题，每年因此导致190,000人死亡。²²

这类问题挑战所涉及的范围已经引起了公司和投资者的极大关注。中国一家大型保险公司在2016年初对该公司投资了1000万美元。Prenetics公司的首席执行官Danny Yeung 表示，iGenes 与其他类似产品所提供的好处超越了节省花费在无效处方药的费用。他说道：“我们正进入一个个性化、可预测和可预防的新的医疗时代。中国正做出正确的投资选择去引领这个领域的发展。”

21 中华人民共和国国家卫生与计划生育委员会，中华人民共和国2014年国家卫生与计划生育发展统计公报，<http://www.nhfp.gov.cn/guihuaxxs/s10742/201511/191ab1d-8c5f240e8b2f5c81524e80f19.shtml>

22 Katriina Aalto-Setälä, 对中国大陆不同地区CYP2E1、CYP2D6、CYP2C9、CYP2C19进行系统组合的基因型和功能组合分析 – 人性化治疗的基础，<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3788764/>.

I 结论



中国政府制定了一个为全体国民提供可负担和有效医疗服务的远大目标，与此同时，中国政府培育国内生命科学的发展，使其能够提供高质量的产品和服务。今后几年，政府将进一步深化改革计划以实现这些目标。这些改革将侧重于减低医药价格、加快新药的审批程序、引入更多的资金开展研发，及让市场力量在决定价格方面发挥更大的作用。

在我们的访谈中，毕马威中国反复得到的信息是，中国生命科学行业的长期前景看好，但何时会重返强劲增长则尚不明朗。拜尔公司的Wei道：“长期而言，我们认为这个行业会朝着正确的方向发展，并增长壮大。与此同时，‘增长之痛’的影响和时间长短却仍待观察。”

一些企业高管认为，中国医疗行业增长率放缓会逐渐减少竞争。康德勒健康的Zwisler道：“中国的医药市场越来越像其他的国家。开发新药的公司会寻找销售的市场，但那些销售非专利药物的公司光景将会困难。”

为了保持竞争力，各公司需要开始拓展新的地区和不同的市场分部，这难免导致许多公司采用更灵活的经营架构。艾伯维公司的Au道：“你在一个国家不能只采用一个核心策略。你现在需要处理31个省份及省级实体。其中一些省份比其他省份发展的更快，所有公司都需要熟悉本地的力量去处理不同地区之间的差别。”

医药公司在管理与监管机构的关系时还需要敏锐成熟。生产的药品能满足中国最迫切医疗需要的公司，也许会发现它们面对着来自政府的巨大的降价压力。对于这些企业来说，其优先要务是增加产量同时保持低廉成本，而非如生产细分市场产品的制造商那样将重点放在寻找加快新药审批程序的方法上。

对一些公司而言，顺利地走过这条道路存在着一定的难度，而同时来自国内公司更多的竞争会进一步挤压利润。跨国公司会有一些机会与国内公司开展协助，但对许多将声誉和诚信视为高于一切的跨国公司来说，很多这样的协作仍然存在着不少的风险。

尽管如此，中国医药行业在规模上为跨国公司展现了它们在世界其他地方都无法寻得的机遇。罗氏公司的Chow道：“我对我们的增长前景依然保持乐观。首先，市场基本因素如财富增长和人口老龄化等仍然是十分强劲的驱动因素。虽然存在着各种挑战，但是拥有创新业务和灵活经营模式的公司将会继续蓬勃发展。”

尽管有许多问题仍待解决，受访的生命科学行业的高管们对中国长期发展的方向看法都是一致的：上升。

联系人



Norbert Meyring

毕马威中国
生命科学部门负责人，合伙人
+86 (21) 2212 2707
norbert.meyring@kpmg.com



胡丽芬

毕马威中国
生命科学部门负责人，合伙人
+86 (21) 2212 2603
lifern.woo@kpmg.com



Mark Harrison

毕马威中国，
合伙人
+86 (21) 2212 3620
mark.harrison@kpmg.com



谢亿璐

毕马威中国，
合伙人
+86 (21) 2212 3422
grace.xie@kpmg.com



秋璇

毕马威中国，
合伙人
+86 (21) 2212 3572
andy.qiu@kpmg.com



Timothy Johns

毕马威中国，
高级经理
+86 (21) 2212 2760
timothy.johns@kpmg.com



Thomas Bailey

毕马威中国
高级经理
+86 (21) 2212 2367
thomas.bailey@kpmg.com

鸣谢

感谢以下受访者为我们提供了宝贵的意见：

Tony Au – 艾伯维公司

Zhang Yusheng – 杏林公司

Wei Jiang – 拜尔医药

Eric Zwisler – 康德勒健康

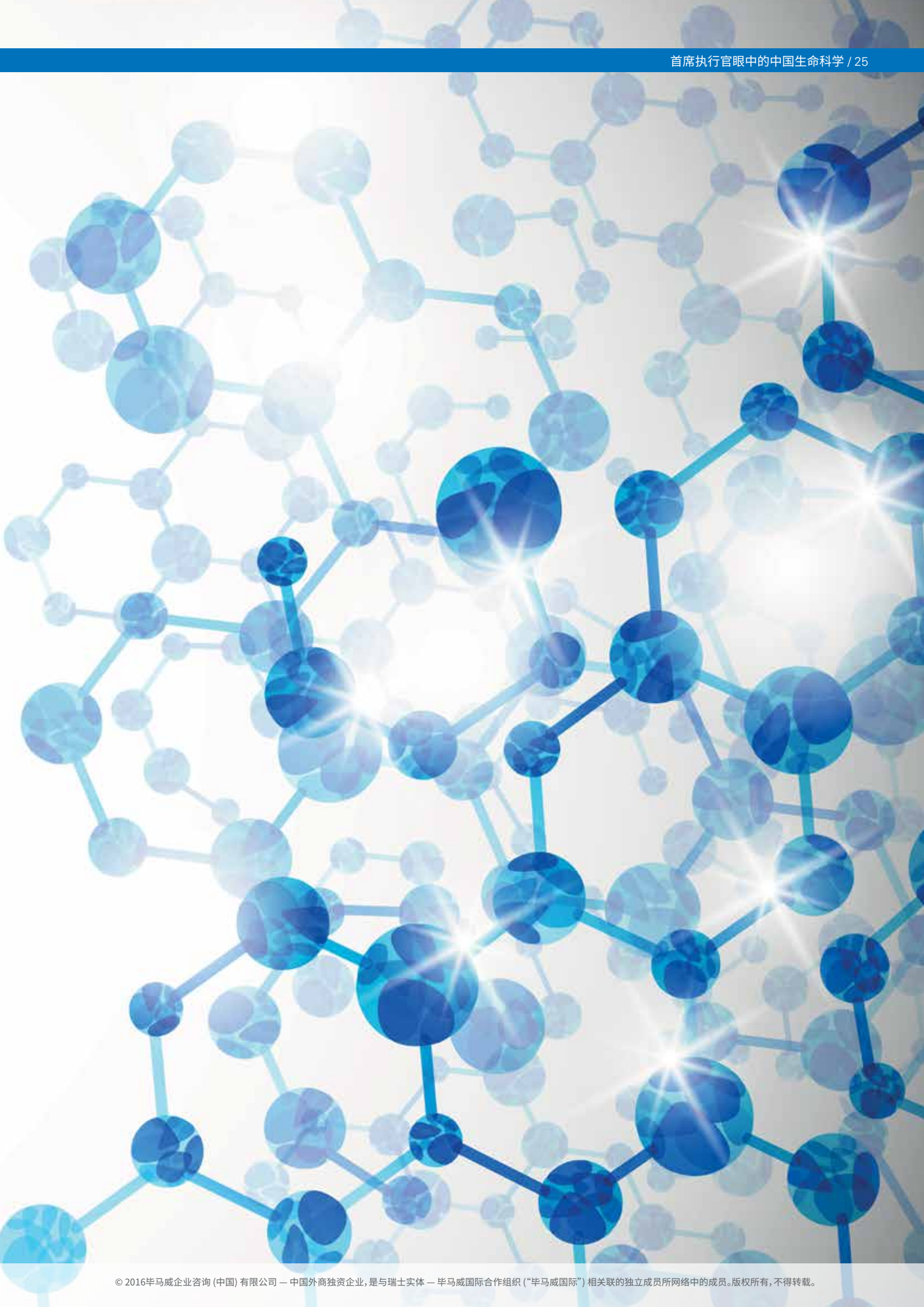
Philip Cui – 复星医药

Dong Wu – 强生创新

Danny Yeung – Prenetics

Hong Chow – 罗氏公司

Jean-Christophe Pointeau – 赛诺菲



中国大陆

北京

中国北京东长安街1号
东方广场毕马威大楼8层
邮政编码: 100738
电话: +86 (10) 8508 5000
传真: +86 (10) 8518 5111

北京中关村

中国北京丹棱街3号
中国电子大厦B座6层603室
邮政编码: 100080
电话: +86 (10) 5875 2555
传真: +86 (10) 5875 2558

成都

中国成都红星路3段1号
国际金融中心1号办公楼17楼
邮政编码: 610021
电话: +86 (28) 8673 3888
传真: +86 (28) 8673 3838

重庆

中国重庆邹容路68号
大都会商厦15楼1507单元
邮政编码: 400010
电话: +86 (23) 6383 6318
传真: +86 (23) 6383 6313

佛山

中国佛山灯湖东路1号
友邦金融中心一座8层
邮政编码: 528200
电话: +86 (757) 8163 0163
传真: +86 (757) 8163 0168

福州

中国福州五四路137号
信和广场12楼1203A单元
邮政编码: 350003
电话: +86 (591) 8833 1000
传真: +86 (591) 8833 1188

广州

中国广州市天河路208号
粤海天河城大厦38楼
邮政编码: 510620
电话: +86 (20) 3813 8000
传真: +86 (20) 3813 7000

杭州

中国杭州杭大路9号
聚龙大厦西楼8楼
邮政编码: 310007
电话: +86 (571) 2803 8000
传真: +86 (571) 2803 8111

南京

中国南京珠江路1号
珠江1号大厦46楼
邮政编码: 210008
电话: +86 (25) 8691 2888
传真: +86 (25) 8691 2828

青岛

中国青岛东海西路15号
英德隆大厦4层
邮政编码: 266071
电话: +86 (532) 8907 1688
传真: +86 (532) 8907 1689

上海

中国上海南京西路1266号
恒隆广场50楼
邮政编码: 200040
电话: +86 (21) 2212 2888
传真: +86 (21) 6288 1889

沈阳

中国沈阳北站路61号
财富中心A座19层
邮政编码: 110013
电话: +86 (24) 3128 3888
传真: +86 (24) 3128 3899

深圳

中国深圳深南东路5001号
华润大厦9楼
邮政编码: 518001
电话: +86 (755) 2547 1000
传真: +86 (755) 8266 8930

天津

中国天津大沽北路2号
天津环球金融中心
津塔写字楼40层06单元
邮政编码: 300020
电话: +86 (22) 2329 6238
传真: +86 (22) 2329 6233

厦门

中国厦门鹭江道8号
国际银行大厦12楼
邮政编码: 361001
电话: +86 (592) 2150 888
传真: +86 (592) 2150 999

香港特别行政区和澳门特别行政区

香港

香港中环遮打道10号
太子大厦8楼
香港铜锣湾轩尼诗道500号
希慎广场23楼
电话: +852 2522 6022
传真: +852 2845 2588

澳门

澳门苏亚利斯博士大马路
中国银行大厦24楼BC室
电话: +853 2878 1092
传真: +853 2878 1096

kpmg.com/cn

本刊物所载资料仅供一般参考用,并非针对任何个人或团体的个别情况而提供。虽然本所已致力提供准确和及时的数据,但本所不能保证这些数据在阁下收取本刊物时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据本刊物所载资料行事。

© 2016毕马威企业咨询(中国)有限公司 — 中国外商独资企业,是与瑞士实体 — 毕马威国际合作组织(“毕马威国际”)相关联的独立成员所网络中的成员。版权所有,不得转载。中国印刷。

毕马威的名称和标识均属于毕马威国际的商标或注册商标。

刊物编号: HK-IGH16-0001

二零一六年八月印刷