

廉价药潘生丁消失迷局

十几元一瓶的抗血栓药潘生丁难觅踪影;原料供应存垄断,成本上涨厂家停产

包括北京在内,全国多地的医院、药房里,用于预防血栓栓塞性疾病的潘生丁消失了。当这种供应数十年的基本药物消失后,潘生丁危机已经转化为需要这种廉价高效药物患者的危机,有患者辗转全国各地求药而不可得。已经形成危机的还有鱼精蛋白、银翘冲、维脑路通等大量廉价药,这些老百姓耳熟能详的廉价药已难在药店找到。

廉价药缘何消失?记者调查,除了原料市场价格走高、原有的医保招投标和政策限价制度影响之外,医院、医生、医药中间商、药厂等多个环节的各自利益诉求也是形成潘生丁危机的因素。



十年一药难寻

34℃的天气里,80岁的胡青沿着记忆中的路线,走了近4公里,隐约记着公交站东边不远处有一家金象大药房,但不知不觉走了两站地都没有找到。胡青靠在路边的石阶上,喘着粗气,额上的汗沁出一层又附上一层,80岁的他已经难以承受这高温天里两站地的路程。

找药,给15岁的外孙女小冉找药成了胡青心心念念的事情。2个多月来,每天吃完饭,胡青就坐着公交车,一看到路边有药店,便下车进店

询问。潘生丁(双嘧达莫片)已经陪伴了外孙女小冉整整10年。从5岁到15岁,小冉每天服用潘生丁的剂量也从1片变成了4片。16.7元一瓶的潘生丁,是防止心血管扩张、抗血栓形成的廉价药。对于自小患有川崎病的小冉来说,潘生丁已经成了日常必需品,家里的空药瓶都可以堆成一座小山。

7月,胡青照常去北京儿童医院开药,却发现医院已经没有了潘生丁。继而他又去

曾经买到过潘生丁的北京大学第一医院,结果还是没有。按照一天4片的剂量,100片一瓶的潘生丁,仅够小冉服用25天。只剩下三瓶潘生丁的小冉一家,顿时慌了神。

两个月的时间里,小冉一家跑遍了家附近的百姓阳光、金象等药房,得到的信息都是没有货。反复到阜外医院、友谊医院、北京儿童医院、北京大学第一医院等医院挂号,都被医生告知没有此药。各大医院药房的电话,胡青一笔笔

记在本子上,时不时翻出来拨打问询,乞求的语气下,得到的答复依然是“没有药”、“厂家断货了。”大半个北京城,小冉一家无论是找熟悉的医生,还是托亲戚朋友,都没有收获到一瓶潘生丁。

难寻踪迹的廉价药不仅潘生丁一种。据媒体报道,复方新诺明针剂、注射用促皮质激素(ACTH)、维脑路通片、鱼精蛋白、他巴唑……这些有需求、疗效佳、价格低廉的药品,不知缘由地销声匿迹于医药市场江湖中。

难以提价的廉价药

除了为竞标占领市场,潘生丁难以提价的原因还在于其是基本医疗保险药品,可由基本医疗保险基金支付。

经国家医保目录查询,双嘧达莫片即潘生丁在国家医保中编号为930,为甲类级别药物。据悉,基本医疗保险药品中的甲类药物为全国基本统一的、能保证临床治疗基本需要的药物。这类药物的费用纳入基本医疗保险基金给付范围,并按基本医疗保险的给付标准支付。

“进入医保的药物,涉及基本医疗保险,药价就不会贵到哪里去。”张强认为,很多药厂主动申请药品进入,在保证市场的同时,也陷入了价格的制约。“对于潘生丁这款药,又涉及医保支付的衔接问题,药厂想要依靠市场调节价格并不容易。”对于推出的新政,从事医药行业十多年的张强,并没有很乐观。

“原本低廉的药品,按市场情势大幅提价后,消费者从心理上难以接受。这种时候,药商与其提价,不如包装一款价格更高的新药上市。”张强称,患者及家属微妙的心理变化,都会纳入药商的考量之中。一方是老老实实提价却失去口碑,另一方则是改头换面名利双收。后者,成为大多数药商的选择。

处方笺上的较量

“在治疗心血管疾病上,潘生丁的确是老药,价格低廉。更为关键的是,它的副作用小,有利于老幼患者。”10月9日,河南郑州,一家医院的大夫王萍说。然而,就是这样一款经典的药品,却在医生的处方笺上渐渐消失。

潘生丁的可替代性,让西洛他唑片、氯吡格雷等药登上了医生的处方笺。上海一公立医院心血管内科主任医师李泽平坦言,其科室已经基本不怎么开潘生丁给患者。

低价药品的低利润,更无法促进医生的用药积极性。据张强介绍,医院药品价格,是在药品中标价基础上增加了15%。在15%的固定比例下,药品本身的价格越高,留给医院与医生的利润也就越高。

张强坦言,不赚钱的药,医院自己也不想要。价格略高、药效明显的药品,渐渐成为医生的新宠。选择这样的药品,不仅意味着提成增加,还能让患者在短期内见到疗效,被戏称为“不负如来不负卿”。

原料市场风云

“潘生丁原料市场包销垄断,我们搞不到原料。”天津力生制药厂供应部负责原料采购的工作人员口中透出无奈。这家生产潘生丁数十年的药厂,急于吐出身处下游采购市场的苦水。

潘生丁的原料市场究竟发生了什么?

9月29日,记者联系了网上一家销售潘生丁原料药的零售厂家,其原料药的数量依旧受到上游原料市场的控制。25公斤一纸板桶的原料药,记者提出需要10桶,销售人员面露难色,称原料不好进,到货需半个月。

从两个月前的一公斤不到500元,到如今680元的价格,潘生丁原料药售价水涨船高。“货紧,价格就上涨。”原料药销售人员对于这一现象已司空见惯。

天津力生制药供应部工作人员称,原料市场的垄断很普遍,仅他个人了解的就有20多种原料药被一些独大的经销商垄断控制。

在河南做了数十年医药公司代表的王庆国称,一旦垄断形成,市场提价大幕即被拉开。市场提价即可,为何原料难购呢?

王庆国嘿嘿一笑,提出了商战中常用的一个概念:饥饿营销。王庆国称,只有企业营造出一种“短缺之势”,才能将市场的主导权更牢地控制在自己手中。

王庆国认为,廉价药难以复活的主要原因,早已从几年前的厂家成本高、利润低、产量小,变成了如今原料市场的人为操控。

山西大同一位专管药品生产的员工任先生也向记者透露,原料市场的垄断肯定存在,但垄断的态势还是要视药品本身的属性来定。越是原料稀缺、工艺繁杂的药品,越容易形成被垄断之势。

“原料市场上游乱,下游药品价格再改革也无法解决主要问题。”对于新出台的《关于印发推进药品价格改革意见的通知》,凭借着数十年来对医药行业的熟稔,王庆国对其效果保持观望。

(据新京报)

廉价药“赔本赚吆喝”

当在北京市大大小小的医院、药房都没有找到潘生丁后,小冉一家最后的一线希望寄托在了天津力生制药股份有限公司身上。胡青拨通了天津力生制药股份有限公司的电话,然而这家生产潘生丁已数十年的老药厂,却依旧没有给他一份尘埃落定的心安。

几经辗转,力生药店一经营部找到了一些以往存货中的潘生丁药品,供小冉一家解燃眉之急。这却意味着,一旦吃完了存货中的潘

生丁,找药的波折将再次回到这户人家身上。

天津力生制药供应部工作人员称,16.7元100片的药价太便宜,在原料涨价的势头下,使得药厂不得不考虑成本与利润,控制产量。

同样生产潘生丁的河北某药厂,也称因原料涨价,虽然公司还在生产潘生丁,但产量并不大。

原料价格高,生产成本增加,低廉的出厂价背后,药厂缩减产量,市场中对药品供不应求,从而出现断货。

这样的逻辑似乎在医药市场上并不少见。

据媒体报道,2014年,作为当时香港联交所市值最大的中药企业神威药业,就放弃了曾为其带来年产值8000万元的双黄连注射液。每支20ml的双黄连注射液零售最高价格为1.8元,药厂计算的成本却高于此售价1倍。与此同时,华北制药的销售经理也发现自家厂商一个月内向四川发出的青霉素注射液,亏损了100多万元。海正辉瑞制药有限公司

还在生产肿瘤化疗药放线菌素D,却不得不承认生产这一救命的廉价药是“赔本赚吆喝”。

潘生丁从市面上消失,真的只是因为原料价格上涨这单一的原因吗?

新政出炉,热气未消。如果因为原料价格上涨,药厂根据市场形势提高药品出厂价即可保证盈利运营,断货困境不就迎刃而解了吗?

和潘生丁一起隐匿在医药市场江湖的,还有各方千丝万缕的缠绕。

中标的天津潘生丁

小冉吃了10年天津力生制药股份有限公司生产的潘生丁,10年培植出的信任源于“北京大医院使用这家的潘生丁”。

天津力生制药股份有限公司生产的潘生丁能够在北京公立医院售卖,经历了在投标中与各药厂的竞争。按照我国现行的药品集中招标采购办法,所有公立医疗机构使用的药品必须通过竞价采购。药品投标人按照一定的程序进行投标、竞标,从而获得该种规格药品的中标。

药品价格由当地省级药品集中采购管理办公室审定公布。这个审定公布的价格也叫中标价,中标价是医院采购药品的最高限价,因此竞标

价为药价的决定性因素。中国社科院经济研究所王震指出,在一种药品原料、制作工艺已被普遍运用的情况下,压低价格成为药厂中标与否的一大影响因素。

这意味着,想要在竞争中夺标,药厂对于药品的价格需有所控制。即使原料上涨,生产成本增加,为保中标,药品的竞标价将不能太高,从而在中标价基础上调整的出售价,也不会太高。

网上药店搜索显示,石药集团欧意药业有限公司出产的双嘧达莫片规格为25mg*100s,糖衣,零售价为18元。而中标后,标注同样为25mg*100s,糖衣规格的,由天津力生制药股份有限公司出产的

双嘧达莫片,零售价为16.7元。

那药厂为何要走招标这条路呢?

在业内有十多年经验的陕西医药代表张强称,一旦药品中标,则意味着保证了销量,打开了医药市场。相较于打广告、进药店,通过招标占取市场份额,成为不少药商的上选之策。

“以低价,甚至低于成本的价格竞标,这在医药行业根本不算秘密。”王震介绍,药企为了赢利必然不会过多地生产廉价药品,做亏本买卖。在低价竞标占领市场份额后,就可以走其他渠道卖其他的药品。

一旦中标,中标价格就已

固定,在一定时间内,哪怕廉价药品的原材料价格及生产成本增加,药企都无法再次调价。“为了保证赢利,只有采取缩减产量或停产的方法。”张强解释到。

廉价药在医药代理商的口中常被简称为“普药”,用以与高价药相区别。当普药与高价药搭配,夺标取得市场之后,因廉价药利润较低,投标人就会减少廉价药的数量规模,大力推高价药,以获取利益。

据业内医药代表介绍,在中标后,其获得的净利润约为中标价的20%。他自然会主推高价药,廉价药只是扮演搭配角色,向来不是他们赢利的重点。