

## “从法国走向全球” 益普生的改革之路

生物谷 2018-08-06



益普生集团，一家始创于1929年的家族企业，其创始人是法国药剂师亨利·博福博士。第二次世界大战后，恶劣的卫生条件导致了感染性疾病的流行，亨利·博福博士敏锐地体察到患者在这方面的需求，遂与法国科学院的研究者合作开展了相关研究，并且，从中发现了一系列治疗胃肠道疾病的药品，其知名产品**思密达®（蒙脱石散）**正是从这类药物中脱颖而出。1975年，思密达®（蒙脱石散）正式在法国上市，并迅速成为一种广受欢迎的药物，于1992年进入中国，就此，益普生开始书写与中国市场共同发展的历史。

经过26年的稳健发展，益普生中国生根于四个疾病领域，分别在神经，肿瘤、罕见病和以胃肠道疾病为主的多元健康领域有所建树。近几年，随着公司文化的调整，益普生更注重其作为全球医药公司的发展定位，原来稳健发展的老牌法国公司的意味在逐渐弱化。最为明显的标志是，近四年全球销售数据保持在双位数的增长率，从全球来看，可以做到连续四年的高利润增长，确实证明了益普生跳出自身“舒适区”拥抱全球化的正确性。

更加令人兴奋的是，益普生集团CEO对于公司未来的发展还有更高目标的规划。“每年引进一个新产品或者添加一个新的适应症，成为世界领先的生物制药公司”----这样的抱负和决心标志着益普生已经彻底走在了加速发展的快速路上，对于参与全球化发展和竞争已经做好了十足的准备。



陈家麟（Alan Chen），高级副总裁-益普生中国总经理。

### 创新药品将如何打开中国市场？

“国家食药监总局于2017年3月17日发布了《关于调整进口药品注册管理有关事项(征求意见稿)》，被视为新药批准加速的助推器。其中特别提到：鼓励国外新药更早阶段就进入中国开展临床试验，鼓励国外新药率先在中国获批上市，简化审批流程，对具有临床优势的药品积极给予优先审评支持。”

益普生中国总经理陈家麟表示，这是国家在创新药上市进程加快的标志性举措。作为药企，如何更快地将药品带入市场，服务于患者是我们最大的使命。我们希望国家在市场准入上多一些考量。作为企业，希望创新药品能够加快进入中国，进入医院，进入医保，使患者早日受益。

陈家麟认为，当一个好的创新药品被引入中国之后，如果由于市场准入和医保等问题，整个国家只有部分地区用得上，那资源分配是欠缺平衡的。作为一家医药企业应该理性地思考，如何将自身的创新药品覆盖区域做得更广，应该用怎样的速度

去覆盖到更多的医院患者？通过与一些公司达成合作，益普生正在帮助患者、医生，一起来完成这个共同的理想。

### “分级诊疗”下的益普生：未来商务团队的拓展是重点

目前，全国医疗市场呈现出一个大概的比例—6：2：2。其涵义是规模较大的医院占整个医疗市场的六成，规模较小的医院/诊所/社区占比两成，还有两成均来自零售药店。陈家麟表示，以此我们可以大致地预测到，创新药一旦上市，首先会在大医院里迅速铺开获得好处，已上市一段时间的处方药之后会随着国家分级诊疗政策等的推动，处方会悄然流向到小医院/诊所/社区/药店。针对这样的情况，益普生已经在药品的零售市场建立了大概260人的销售和商务拓展团队，做好承接处方的准备。纵观整个医药行业，未来商务团队的拓展，应该会是很多药企的重点工作。

### 大胆设想：OTC产品不仅仅是纯粹意义上的OTC产品

每个公司的业务组成模块会潜移默化的影响到公司的战略规划。如果一家公司99%的业务发生在医院，1%在零售市场，那么，在零售市场的业务发展就很难打开局面。陈家麟谈到益普生的业务板块时提到，“益普生有二十多百分比的业务在零售市场，这样的业务形态，有助于我们开展多元化业务的发展。比如，益普生的产品——思密达®（蒙脱石散）就非常独特，它的独特之处不仅仅是个双跨产品（能在医院销售，又可以在零售市场销售）；同时，其药理作用也是非常突出，安全性和良好的使用口碑也是一个很大的优势。通过思密达®（蒙脱石散）这个产品，我们对接到很多不同的商业渠道，和很多公司进行了产品合作。因为思密达®产品是一个用起来放心又安全的产品，且品牌的声誉一直很好，**曾经八次蝉联“健康中国·品牌榜”胃肠道用药品类的三强品牌**，所以在合作的过程中也较为顺畅。”透过思密达®，益普生在未来的产品发展方向上也做了很多思考，陈家麟说，“益普生希望未来整个公司的OTC产品不再是纯粹概念上的OTC产品，它可以发展的更加多样化。我们现在尝试做一个OTX业务模式（即将OTC和Rx处方结合的概念），不仅将公司目前拥有的一些适合进行OTC转化的产品带入这个模式，同时希望未来还能纳入

更多的保健食品，真正充实OTX商业模式的覆盖和内涵。未来我们甚至期待益普生的产品可以与零售市场有更多的想法碰撞，比如电商平台进行商业合作。”



思密达®八次蝉联“健康中国·品牌榜”胃肠道用药品类的三强品牌，其良好的声誉为对外合作奠定了坚实的基础。

### 学术交流：首先产品质量要过硬

”自《国务院办公厅关于开展仿制药质量和疗效一致性评价的意见》（国办发〔2016〕8号）发布以来，仿制药质量和疗效一致性评价工作扎实推进。”

对于国家出台一致性评价政策，陈家麟先生表示，“本着患者为先的原则，一致性评价原则是政府对本土企业产品质量的一次集中考核。政府对于本土企业产品质量得到提升的期望是显而易见的。”陈家麟先生强调，医药行业有一定的特殊性，产品的学术性很浓厚，产品的质量以及在临床上的应用无一不与其背后凝结的科研技术挂钩。

益普生作为跨国药企，其药品的质量及与临床应用的同步发展都在市场上经过多年的考验。未来，当益普生不断有好的药品被引入到中国市场，同时伴有前沿的学术交流和分享，我们相信在一定程度上，这种运营对于我们的本土企业发展也会形成一个良性的带动。”

在目前的中国医药市场，本土企业的数量占多。 陈家麟表示，“假如所有的本土企业进行大规模改革，对药品质量进行严格把关，提升产品质量，会对于外企的业务发展带来良性的竞争压力。但在业务发展上，外资药企多年推行的以学术交流为中心的运营模式，还是基于其产品本身过硬的质量和科技含量，在这方面外资药企还是有优势。”

近几年，国家的经济政策重点从高速增长转向高质量增长的战略布局。这种对于高质量增长的追求为外资药企的深入发展提供了一定的空间，从目前的趋势上来看，本土企业的增长速度开始有所放缓，而外资药企正在持续发力增长。面对这番情景。市场对注射型药物，辅助药物等应用有所改变，两票制对市场的影响，经销商开始陆续整合在一起，逐渐规范行业。

陈家麟相信，在这种大环境下，每个企业都有不同的定位，外企也好，本土企业也好，最终大家可以聚集在一起进行良性竞争，这对于市场和患者来说，都是最为有利的。

### **利益如果不是唯一目标，企业该如何回馈社会？**

“益普生曾举办过炎症性肠病（IBD）的大型患教活动，此类慢性专症疾病的诊断和治疗非常复杂。在问诊时，医生对于患者的治疗和嘱托只是病程的一个环节，在日常的饮食和营养补充过程中，患者需要更多的教育和提醒。我们很希望能够帮助医生、患者完成这方面的教育，提升IBD疾病的诊疗效果。”

益普生一直致力于通过学术交流的方式，充当医师与患者之间的桥梁，为寻求目标疾病领域内的先进治疗方案而做出努力。把好的学术知识从国外带到中国，和医生们一起分享，让医生对药品指南有更深入的认识。



（右）益普生中国总经理陈家麟

陈家麟先生告诉生物谷记者，“益普生集团总部常常鼓励各个市场多举办一些回馈社会的活动，虽然这看起来对于拉动公司业务增长没有太大的直接贡献，但是，通过公益活动，我们能给予患者更好的疾病教育，让他们更深入地了解到一个疾病的相关知识，或者帮助医生了解疾病的最新诊疗进展，以此推动医疗事业的发展，实现患者的福祉----这是益普生在发展过程中永远不会改变的初衷。”

#### 相关活动推荐





# 生物谷专访—走进百家药企

## 新形势下, 制药企业营销战略布局

随着医药大环境急剧变化, 国家大力推进医药卫生体制改革, 并相继出台了一系列政策。同时, 随着广阔市场的发力, 医疗大数据的赋能, 在新形势下, 医药企业如何创新、突围, 抓住成功转型机会?

生物谷联合数家行业资深媒体, 走进国内外知名药企, 采访企业高管, 深度挖掘优秀企业的产品研发及营销战略布局经验, 并积极广泛的传递给医药领域同行们, 为业内急需创新转型的企业提供营销规划新思路。

### 活动信息

<p><b>【入选标准】</b></p> <p>医药百强 创新型制药企业 营销标杆企业等</p>	<p><b>【采访对象】</b></p> <p>总经理 市场营销负责人 .....</p>	<p><b>【活动时间】</b></p> <p>2018年 5月-12月</p>
--	---	--

### 合作媒体

The image displays a collection of logos for media partners, arranged in a grid-like pattern. The logos include: 生物谷 (Bionow), 赛柏蓝 (Sai Ba Lan), 医药地理 (Pharmadi), 医谷 (Yigu), 新康界 (Xin Kang Jie), PR Newswire, 赛柏蓝 (Sai Ba Lan), 医药地理 (Pharmadi), 医谷 (Yigu), 新康界 (Xin Kang Jie), iTalent, 健康界 (Healthcare), 贝壳社 (Beike She), and 赛柏蓝 (Sai Ba Lan).

