

卫健委提抗癌新目标 国内新药审批有望再提速

癌症防治有了新的目标。9月23日,国家卫健委官网发布《健康中国行动——癌症防治实施方案(2019-2022年)》明确提出,到2022年,癌症防治体系进一步完善,总体癌症五年生存率比2015年提高3个百分点,患者疾病负担得到有效控制。为此,抗癌药降价、国产疫苗研发审批提速等一系列政策落地在即。

促进境外新药 境内同步上市

据国家癌症中心主任赫捷介绍,截至2015年,我国恶性肿瘤五年生存率已提升至40.5%。提高3个百分点,也就意味着2022年,总体癌症五年生存率达到43.5%。据介绍,五年生存率是指某种肿瘤经过各种综合治疗后,生存五年以上的比例。

当下,国内抗癌药新药少、价格高一直是并列的两大难题。对此,《方案》提出,加快境内外抗癌新药注册审批,促进境外新药在境内同步上市,畅通临床急需抗癌药临时进口渠道。

中国医学科学院肿瘤医院副院长王绿化表示,此前肿瘤防治以往多是专业领域在重视,本次提出癌症防治行动代表政府的重视,出台

了系统化顶层设计,明确了个人、家庭、社会、政府协同推进的实际行动,是我国进行癌症防治的路线图和施工图。

因历史原因,2015年,滞留在药审中心的药品临床试验和上市等方面的申请积压高达2.2万件,而2014年药审中心技术审评人员仅89名。至2017年的过去十年里,29个已经在欧美获批新药在中国的上市时间平均延迟5-7年。

2018年,药审中心受理新注册申请共7336件,但其拨款却有降无增。记者查阅过去五年国家药监局部门预算发现,其2019年一般公共预算拨款为141667.73万元。相比2018年,中央财政拨付资金减少6亿元,降幅高达30%。

去年以来,国家药监局已采取“审批绿色通道”等多重方式加快境外新药在国内上市,经申请人研究认为不存在人种差异的,还可提交境外取得的全部研究资料等直接申报上市。在去年国家药监局批准上市的48个新药中,18个是抗肿瘤药,其中有13个为进口新药。

在降低抗癌药价格方面,《方案》要求,推动将临床急需、必需且金额占比大、用药负担重的抗癌药实现仿制药替代。完善医保药品目录动态调整机

制,将符合条件的抗癌药物按程序纳入医保药品目录,适时开展药品集中采购,保障临床需求,降低患者负担。

实际上,自去年以来,国内抗癌药价格已经实现了一轮大幅下降。去年10月,17种抗癌药纳入医保,最高降价超70%;去年底,4+7带量采购中选结果出炉,25个药品平均降幅52%;而就在9月24日,第二轮带量采购的药价结果正式公布。

加快国产HPV疫苗 审评流程

除对整体抗癌药审批、降价做出规定外,《方案》还提到,到2020年,农村适龄妇女“两癌”筛查县区覆盖率达到80%以上。其中,针对宫颈癌预防,要求加强人乳头瘤病毒疫苗(HPV)接种的科学宣传。加快国产HPV疫苗审评审批流程,提高HPV疫苗可及性,并通过价格谈判、集中采购等方式,推动HPV疫苗供应企业合理制定价格,探索多种渠道保障贫困地区适龄人群接种。

据悉,在国内上市的HPV疫苗,包括葛兰素史克2价、默沙东4价和9价HPV疫苗,均为进口疫苗。国内企业研发的HPV疫苗均

处于或即将进入临床试验阶段,尚未投入市场。

其中,由厦门万泰沧海生物技术有限公司申报的2价宫颈癌疫苗进展较快,丁香园Insight数据库查询显示,该疫苗曾于2018年7月完成审评。截至2019年1月28日,厦门万泰沧海的2价HPV疫苗已完成了药学、药理毒理、临床的全部审评,有望很快获批上市。

此外,今年初,由国药中生生物技术研究院有限公司、北京生物制品研究所有限责任公司和成都生物制品研究所有限责任公司联合申报的11价疫苗获得国家药监局颁发的临床试验批件。值得注意的是,11价HPV疫苗获得的是临床试验默许许可。

去年7月发布的《关于调整药物临床试验审评审批程序的公告》,提出我国药物临床试验审评审批制度正式由审批制变为到期默认制。同时明确,“在我国申报药物临床试验的,自申请受理并缴费之日起60日内,申请人未收到国家药监局药品审评中心否定或质疑意见的,可按照提交的方案开展药物临床试验”。

而根据国家药监局药品审评中心首席科学家何如意的介绍,此前临床试验受理时长平均为10个月。

减少烟草消费抗肺癌

与此同时,国家癌症中心数据显示,肺癌位居癌症发病首位,全国每年发病约78.1万人,占各类型癌症的比重达到20.55%。

东南大学附属中大医院肿瘤科主任王彩莲指出,80%以上的肺癌被认为是由于吸烟而引起,吸烟者患肺癌的几率比不吸烟者高10倍以上。

对此,《方案》提出,积极推进无烟环境建设,努力通过强化卷烟包装标识的健康危害警示效果、价格调节、限制烟草广告等手段减少烟草消费。

“实施烟草控制是重塑健康型发展之路的重要选择。”国家行政学院教授许正中表示,从成本效益的角度来看,吸烟既严重危害健康并可直接导致多种慢性病,又是增加社会疾病负担的重要因素;从经济结构的角度来看,通过多种手段调节烟草消费,也符合国家的长远利益和发展目标。据不完全统计,北京、上海、深圳、杭州、天津等全国24个城市已经采取了控烟行动。

提高烟草税收与烟草价格被认为是各类烟草控制政策中最有效的工具。2015年5月10日起,中国

开始提高烟草税,卷烟批发环节从价税率由5%提高至11%,并按0.005元/支加征从量税。

然而,中国疾控中心发布的全国控烟调查报告显示,虽然提高了烟草税,但是吸烟者对卷烟的购买能力增加,卷烟变得越来越“便宜”。50%的吸烟者购买1盒卷烟的花费不超过9.9元。城市为10元,农村为8.4元。据此推算,购买100盒卷烟的花费占同年人均国内生产总值的比例为1.5%,与2015年相比有所下降,吸烟者对卷烟的购买能力不降反升。

卷烟支付能力的持续增长,说明中国仍有较大空间来提高烟草税与烟草价格。对外经贸大学国际经济贸易学院教授郑格呼吁,中国应考虑持续定期提高烟草税,以促进烟草控制和公共卫生。经济增长、居民收入增长也会削弱税收和价格手段对烟草消费的控制力。

电子烟成为了继传统烟草之后又一颇具争议的消费形式。“没有任何证据表明电子烟的危害小于传统烟草。”北京控烟协会会长张建枢说道。9月23日,有媒体报道称,电子烟国家标准目前已经进入发布前最后的批准环节,何时审批通过、发布都会在近期公布。

(陶凤 常蕾)

大闸蟹消费市场:何以从“一蟹独宠”渐成“百蟹竞放”

秋风起,蟹脚痒。备受关注的阳澄湖大闸蟹近日开捕上市,大闸蟹市场随之开启一场“没有硝烟的战争”。记者采访发现,今年大闸蟹消费呈现“诸蟹并起”格局,除传统的阳澄湖大闸蟹外,兴化大闸蟹、固城湖大闸蟹、山东黄河口大闸蟹、盘锦稻田蟹等纷纷“攻城略地”,消费者开始回归理性,从追逐品牌向注重性价比转变。

从“一枝独秀”到“百花争艳”

2019中国苏州阳澄湖大闸蟹23日开捕上市,预计全年产量在1400吨左右。苏州阳澄湖大闸蟹行业协会新闻办主任姚水生告诉记者,受惠于高温天数少,水草肥美,今年阳澄湖大闸蟹个头普遍偏大,预计4两公蟹和3两母蟹

占比可达五成。

尽管阳澄湖大闸蟹量质齐升,但记者近期走访发现,市场独宠阳澄湖大闸蟹的格局正在被打破,一些其他地区出产的大闸蟹逐渐“爬上”民众餐桌。

在苏南多家大型超市,以往高高竖起的“阳澄湖大闸蟹”广告牌已不多见,取而代之的是来自江苏、安徽等地的螃蟹。

记者在南京市栖霞区仙林湖社区某大闸蟹专卖店看到,这里销售的是来自江苏兴化的大闸蟹。2两半母蟹售价15元一只,4两公蟹28元一只。店老板朱宇说:“一些客户来了,我请他们先买两只小的回去试吃,感觉好再来挑大个儿的。中秋节前后,5公5母装的,每天能卖几十盒。”

在仙林湖社区农贸市场一家卖蟹摊位上,未到中午,大闸蟹已所剩无几。摊主告诉记者:

“我这是固城湖螃蟹,物美价廉,周边居民都喜欢。”记者采访时恰逢市民李先生前来买蟹,他选购了10只三四两的大闸蟹,总价200元左右。

电商平台同样印证了这一趋势。记者浏览淘宝网多条评论发现,眼下消费者已较少询问大闸蟹产地。一些店铺“掌柜”表示,太湖大闸蟹、兴化大闸蟹、固城湖大闸蟹等知名度渐高,已培育起各自“拥趸”。

阳澄湖大闸蟹 缘何不再“独孤求败”

阳澄湖大闸蟹独领风骚数十载,而今为何逐渐步入“群蟹并起”时代?

——开捕时间与消费高峰错位。多位经销商告诉记者,今年大闸蟹消费首波行情在中秋节前

后,彼时阳澄湖大闸蟹尚未上市,客观上为其他产地大闸蟹创造了机会。某企业负责人说:“中秋节回馈客户,那会儿阳澄湖大闸蟹还没开捕,不得不选购其他产地品种。”

——消费心理渐趋理性。记者了解到,由于养殖成本攀升,且个头普遍较大,今年阳澄湖大闸蟹价格约有10%的上扬。以一对4两公蟹3两母蟹为例,售价在160-180元,价格明显偏高。同等规格的江苏兴化大闸蟹,价格只有阳澄湖大闸蟹的一半左右。多位消费者说:“自家人尝鲜,不追求名气,好吃就行。”

——真假难辨降低选购热情。虽然品牌保护力度持续加大,冒牌蟹仍是阳澄湖大闸蟹不可承受之痛。记者暗访发现,浑水摸鱼、混淆概念现象屡见不鲜,部分电商为规避风险,将大

闸蟹品名模糊描述为“阳澄湖镇大闸蟹”。多位市民及网民认为,与其花高价买假冒名牌蟹,不如买货真价实的平价蟹。

协同发展恰逢其时

“阳澄湖大闸蟹”特指苏州市境内自然形成的113平方公里阳澄湖水域所产出的,符合一定标准的大闸蟹。产地涉及沿湖的常熟市、昆山市、苏州市相城区以及苏州工业园区4个行政区域。

苏州市阳澄湖大闸蟹地理标志产品保护管理委员会办公室近期下发《关于网络销售阳澄湖大闸蟹相关问题的提示函》,界定阳澄湖大闸蟹和塘蟹概念,明确取得阳澄湖大闸蟹地理标志产品专用标志使用权的主体,经保护办确认,方可在店招、包装盒上以及宣传用语中使用“阳澄湖大

闸蟹”“阳澄湖”字样。

苏州市市场监管局知识产权保护处处长钱晓星介绍,产自阳澄湖周边的池塘,也就是俗称的塘蟹,尽管养殖用水来自阳澄湖,但按照规定,不能使用阳澄湖招牌,在销售时,只能标注“商标+大闸蟹”字样,并标明产地。

“随着保护力度加大,以及其他产地大闸蟹品牌的崛起,冒牌蟹问题会慢慢淡化。”南京蟹之缘有限公司总经理葛崇德认为,多元化是消费市场供给侧结构性改革的方向。

姚水生说,阳澄湖大闸蟹囿于养殖面积,产量有限,难以满足日益增长的市场消费需求,希望更多同行协同发展,把产业越做越大,越做越好。“目前正在阳澄湖周边水域探索标准化养殖,提升阳澄湖塘蟹品质。”

(刘巍巍)

二手车交易模式百花齐放 衍生出相关细分服务行业

新中国成立70周年以来,我国二手车市场主要发展出三类交易模式:主机厂经销商、独立二手车经销商(大小车商和二手车品牌连锁店)及私人之间交易。这三类模式在二手车市场中的份额分别为:3%,82%,15%。

不难看出,独立二手车经销商是目前国内二手车的主要渠道,占据八成以上的市场份额。布局分散、数量众多、规模参差不齐,有年营业额超过2000万元的经销商集团,也有年营业额在100万元以下的小经销商。此外,独立二手车经销商盈利水平也不平均,毛利率从3%至10%不等。在数量上,中小车商即所谓的“黄牛”占绝大多数,雇用人数在3人以下的经销商大约占66%。

以交易环节中的买卖关系区分,二手车交易则可以分为C2B、B2B、B2C、C2C等几种类型。其中C2B是个人向商家卖车的途径,以二手车拍卖模式为主。这种方式中,个人手中的车源可以经过平台检测给出报告,平台上的商家通过报告在线或者在拍卖会现场出价竞拍获取车源。这种高效的模式为个人出售二手车及商家收购二手车提供了便利,上百名专业买家给出的价格基本符合车辆剩余价值,卖家也比较容易接受。

B2B交易则是商家与商家之间的“串货”。由于我国幅员辽阔,不同区域市场消费者对于车型的需求不同,各地二手车价格也会受到多重因素影响而有所差异,所以二手车商

间需要互通有无,B2B二手车交易由此形成。随着互联网平台和经销商集团的参与,这种模式正在稳步发展,新型社交工具及短视频网站等手段也成为B2B二手车交易的媒介。

B2C模式是商家对个人买家的交易形式,主要是以二手车经纪公司和二手车经销公司为主体,从事二手车中介和二手车销售经营活动的模式。众多中小经销商是这种模式的主力军,由于线下经纪和经销模式对于店面、人员、库存的资金要求比较高,所以形成了二手车市场小而散的现状,随着更多主机厂和经销商对二手车业务的重视,他们将成为这种模式中不可忽视的力量。目前众多互联网平台可以被划归为B2C模式,不过它们并没有车源,仍然要依托于众多的线下二手车经销商。

C2C模式是二手车个人之间的交易模式。此前个人交易二手车买卖双方的可选择性小,对于车况也没有正规的评估检测报告,车辆定价比较随意。在互联网平台兴起后,平台为买卖双方提供了车辆检测评估、推荐展示、撮合交易、代办手续等服务,以收取服务费的方式获得收入。

除以上集中交易模式外,二手车市场还衍生出了相关细分服务行业,如第三方检测服务平台、估价平台、车辆维修保养记录查询公司、二手车金融服务公司、二手车物流公司、汽车延保服务公司、二手车SaaS公司等。(陈萌)

