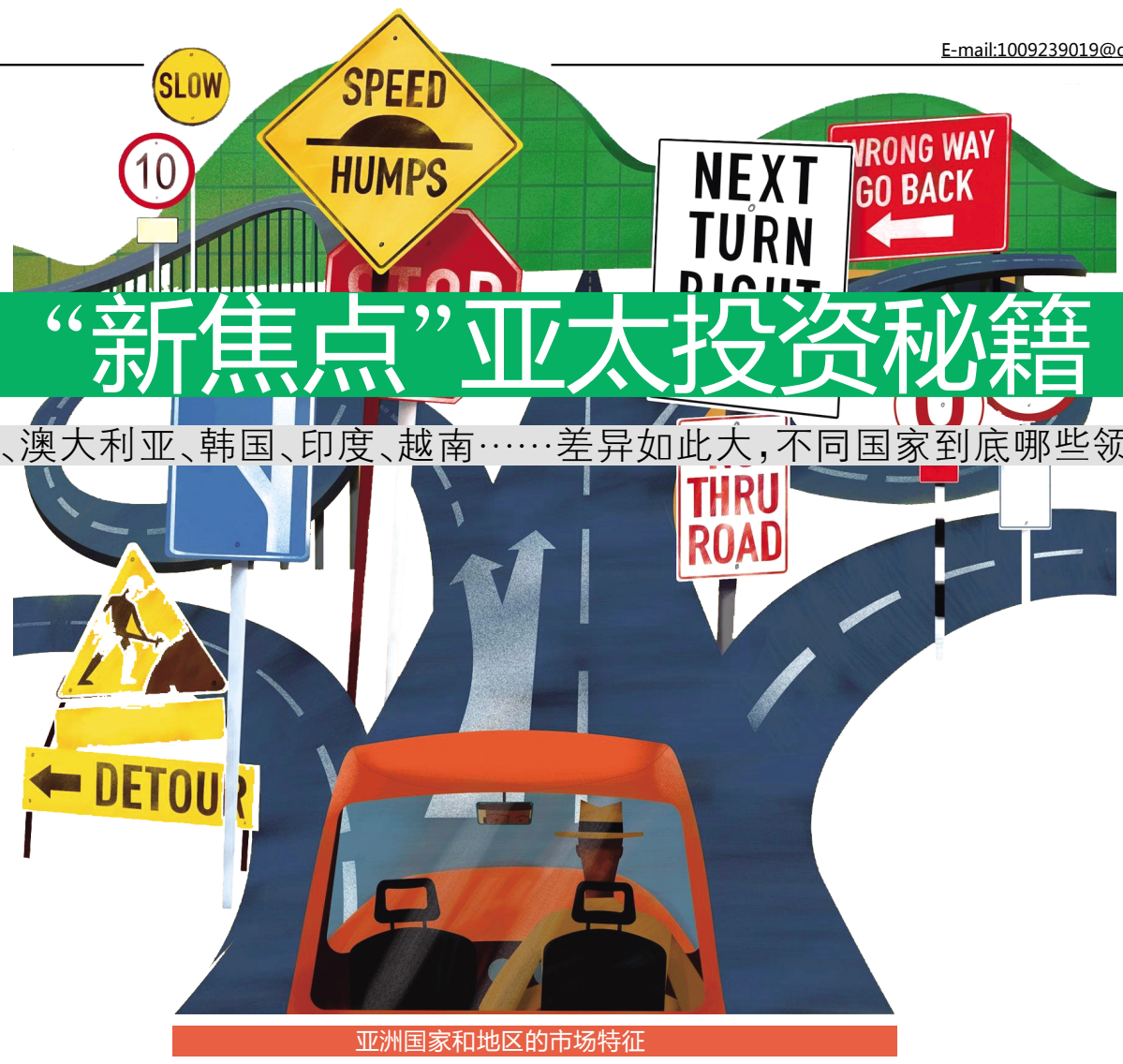
E-mail:1009239019@qq.com 责编/余如瑾 美编/王美君 2020.7.30 星期四 醫藥经濟報



“新焦点”亚太投资秘籍

中国、日本、新加坡、澳大利亚、韩国、印度、越南……差异如此大，不同国家到底哪些领域值得投、怎么投？

文 范必优(Fabio La Mola)、陈玮(Helen Chen)、Ray Fujii、Siang Yun Ang

对亚太地区(APAC)的投资可能成为新焦点。在L.E.K.对国际生物制药公司的调研中，85%的受访公司表示有兴趣进入亚太市场。随着亚太地区的快速发展和医疗开销的增长，国际生物制药公司正在向中国、日本和其他亚太地区扩张。在接受调研的公司中，有39%的公司把日本作为主要目标市场，22%和18%的公司把中国和其他亚太地区作为主要目标。

亚太地区拥有全球60%以上的人口，为生物制药、医疗器械和医疗保健公司提供了巨大的商机，展现出诱人的市场进入前景。亚太地区的医疗开销预计将以每年7%的速度增长，到2022年达到2.4万亿美元，增速超越美国和欧洲。

不过，亚太地区市场复杂多样，既有较为成熟的发达市场，也有新兴市场。已经在亚太地区抢滩登陆的国际企业通常会优先考虑市场规模庞大的日本和中国。但是，其他拥有先进医保系统或正在改善医疗基础设施的国家也正成为利润丰厚的市场，例如韩国、澳大利亚、新加坡、印度尼西亚和泰国。

经济和政策的多样性使得亚太地区的情况较为复杂。该地区的增长潜力受到多个独立因素的影响：不同的人口特点和市场成熟度、不同的监管机构和市场准入制度、不同的仿制药、知识产权保护和生物仿制药普及程度、差异化的医疗改革和成本控制方向、不同的医疗支付体系构成(患者自费，私立保险等)。正是由于亚太医疗领域的复杂性，生命科学公司需要针对不同的亚太地区制定战略重点，并根据当地市场需求调整策略。

(资料来源：L.E.K.对IQVIA和IMF的数据分析)

A 日本

总体萎缩趋势 医械强劲增长，鼓励再生医学

日本将再生医学划分为生物制药的一个独立领域，并计划成为全球最快审批该领域药物的国家之一，以使该领域的收入到2020年增加到26万亿日元(2,310亿美元)。日本同时还在发展专攻心脏、神经和眼科治疗的“国家战略特区”。日本在生物技术和制药专利方面居亚太之首，在研发支出上仅次于中国。

【优势与机遇】

对于国际生命科学公司来说，日本是一个极具吸引力的市场。除了市场规模较大这一优势外，日本还有强大的知识产权保护、高度的合规性、透明的制度和有利的政策，人均医疗支出在亚洲也处于领先水平。日本政府正大力鼓励研究再生医学、糖尿病、痴呆症和药物基因组学的国际公司进入日本市场，日本振兴战略和乡村医疗政策战略也为精准医疗企业带来了市场空间。这些举措能够鼓励精准医疗在癌症、传染病和药物基因组学中的应用。

【细分市场潜力】

跨国公司往往会考虑日本的医疗器械市场。尽管日本政府在努力限制药品价格，但他们也希望能推广技术创新，以保持其老龄化群体的健康和经济生产力。由于市场正在不断萎缩，制药企业进入市场需要更加谨慎。

●日本医疗器械市场将保持强劲增长，预计将在2028年达到422亿美元，十年的复合增长率达到4.4%。日本的全民医保涵盖了绝大多数医疗器械的使用，并且医院和诊所配备了诸如电子计算机断层扫描仪和核磁共振扫描仪之类的医疗设备。但是，政府提议从当前两年一次的医保药品价格审查改为一年一次，此举可能会对医保价格造成下行压力。

●试图降低药价和增加仿制药渗透率的政策改革，预计将使得日本这个全球第三大制药市场未来几年萎缩。

【市场进入方式】

新进入者可以通过以下几种方式进入日本市场：

●生命科学公司（特别是生物技术公司)选择与本土公司合作，进行联合推广。

●大型公司(如辉瑞、诺华和吉利德)倾向于建立自己的子公司。

●可通过收购成立子公司。例如默沙东收购Banyu Pharmaceutical，雅培收购Hokuriku Seiyaku全部所有权。

B 中国

不断增长的巨大市场 强劲的本土竞争

中国创造了有利于新药研发和初创企业发展的生态系统。为鼓励生物技术领域的本土创新，中国预计到2030年将投入90亿美元用于精准医疗研究。

【优势与机遇】

中国拥有庞大的城市人口，随着城市人口的日益富裕和老龄化，对优质医疗保健的需求也在增长。65岁以上的老年人口数量正以每年超过3%的速度增长，预计到2050年将达到3.3亿，约占中国总人口的三分之一，约等于美国的总人口数。随着信息流通的加速，中国患者也越来越渴望得到领先的医疗服务。

●中国正在建设有活力的生命科学生态系统，提供更好的知识产权保护并改善法规，以加快创新药进入市场的进程。

●中国市场的中期增长潜力巨大，2018年人均药品销售额约为80美元，仅为美国的6%左右。

【细分市场潜力】

中国的制药和医疗器械市场将以可观的市场规模、对创新生物制药的日益重视以及长期的增长趋势吸引全球企业。

●近十年，中国加大了鼓励生物制药创新的政策力度，行业因此实现强劲增长。此外，国家药品监督管理局加入了ICH，采用国际监管标准，进一步为创新提供了监管支持；大大缩短了审批时间，提高了创新药的普及率。

●更多高价创新药更早进入医保以及药品采购改革，推动了仿制药和专利过期药品的价格竞争。

●医疗器械市场是中国增长最快的行业之一。过去十年来，该市场一直保持两位数增长。

【市场进入方式】

生物制药公司应针对中国制定专门的战略，既要考虑不断增长的市场，又要考虑到强劲的本土竞争，从而以适当的成本进行价值创新、创造。

●本土竞争者通常会以低价、可负担的产品作为竞争优势。在中国，肿瘤药物PD-1和PD-L1抗体的价格远低于美国的同类药物。

●与中国本土公司建立合作伙伴关系是一种常见策略。L.E.K.的生物制药企业国际化调研显示，75%的受访者愿意通过建立合作伙伴的方式进入中国市场。全球性生物科技公司Bioatla就与百济神州共同获得了BA3071的独家许可授权，美国Incyte则与信达生物合作在中国共同开发和商业推广几种临床阶段的候选药物。

●可与资本合作建立融资伙伴关系。例如丹麦Ascendis Pharma通过维梧资本成立了合资企业，在大中华地区研发内分泌领域罕见病治疗方案。维梧资本带领投资集团投资4,000万美元，并获得了合资企业Visen Pharmaceuticals 50%的所有权。

C 其他地区

“发达市场”“新兴市场”两极大不同

【优势与机遇】

亚太的其他地区可以大致划分为发达市场和新兴市场，他们各自呈现出不同的市场进入机会。

●发达市场(如澳大利亚、中国香港、新加坡、韩国和中国台湾)具有先进的医疗报销体系、支持性政策和法规，这使得市场进入更加容易。

●新兴市场包括提供全民医保的人口众多的国家(如印度、印度尼西亚、泰国和越南)。在这些市场中，不断增长的中产阶级人口总体需要质量较高的医疗服务，还需要减轻某些疾病(如非传染性疾病)带来的高昂费用压力。

【细分市场潜力】

亚太地区在生物制药、医疗器械和数字化医疗方面吸引了大量投资。不同国家或地区拥有不同细分领域的优势。

●由于强大的临床试验生态系统，澳大利亚每年在制药、生物技术和医疗服务领域拥有约8亿美元投资。

●2016-2020年，新加坡在健康和生物医药领域投入近30亿美元公共研究资金，以支持跨国企业当地分公司的稳步增长，促进初创企业激增。

●Galen Growth Asia数据显示，印度、新加坡和韩国在数字医疗创新方面具有优势，它们在2018年的医疗技术交易额分别为5.14亿美元、1.07亿美元和5000万美元。

【市场进入方式】

在亚太地区的发达市场中，全球生物制药公司应提供更多能从医保覆盖扩大中获益的产品。例如韩国扩大医保报销范围，将目前尚未在报销范围内的480余种药物纳入其中。

在新兴市场中，生物制药公司应该为目前服务不到位的人群提供更可及和可负担的药物，而以高价新药为产品的公司可能需要用更长远的眼光来看待市场进入。对于一些预算有限的国家来说，向全民医保过渡可能需要很长时间。某些特定产品的公司可能需要考虑选取特定的、有良好经济基础并能负担自付医药费用的国家。

作者简介：范必优(Fabio La Mola)为L.E.K.新加坡分公司合伙人；陈玮(Helen Chen)为L.E.K.上海分公司合伙人，Ray Fujii为L.E.K.东京分公司合伙人，Siang Yun Ang为L.E.K.新加坡分公司资深生命科学专家