

## 半年医改重点厘清

## 诊疗机构、创新药企或迎新风口

资讯

支持药品研发创新、振兴中医药、推动分级诊疗……近日，国家卫健委等六部门发布《深化医药卫生体制改革2023年下半年重点工作任务》(以下简称任务)，用20项具体任务厘清今年下半年医改重点。

业内人士表示，在新政策下，基层诊疗机构、创新药企业或将迎来新风口。

## 构建就医、诊疗新格局

国家卫健委指出，下一步深化医改的重点是加快建立分级诊疗制度，构建有序的就医和诊疗新格局。

“看大病不用长途跋涉去大医院，让群众在家门口就能挂上专家号，是这轮医改工作最关注的方面。”在国家卫健委卫生发展研究中心从事研究工作的李丽(化名)看来，优质医疗资源下基层，未来除了加强市、县医院的联动外，还需加强互联网医疗建设。

任务中提出，聚焦重点病种和专科，布局省级区域医疗中心，缩小地市重点疾病诊疗水平与省会城市的差距。同时，加大城市医院对口支援力度，持续推进县级医院专科建设，补齐短板弱项。2022年，全国87.71%的县级医院达到医疗服务能力基本标准。

国家卫健委相关工作人员解读称，在完善基层医疗卫生服务体系方面，截至2022年年底，全国累计达到服务能力标准的乡镇卫生院和社区卫生服务中心超过3万家；在开展县域医共体和城市医疗集团建设试点方面，目前，全国组建各种形式医疗联合体1.5万个，通过区域优质资源整合共享，为同质化医疗服务提供了有力支撑。2022年双向转诊达到2984.7万人次，双向转诊结构得到优化。

互联网诊疗和远程医疗服务也是构建就医诊疗新格局的关键。任务中指出，要深化“互联网+医疗健康”在城乡社区防病治病和健康管理中的应用。

中国医药物资协会常务副会长高毅表示，互联网医疗有很多优点：首先，可以提高效率、降低成本；小病的诊疗，大病、中病首诊前的咨询，大、中病病后的健康管理，都可以通过互联网医疗加以解决，提高便利性，降低患者就医的时间成本。第二，互联网医疗会促进新医改的推进，把医生从医院中解放出来。第三，促进处方的外流。

## 让群众用好药、用得起药

促进新药研发和健全药品价格体系始终是医改的重点。任务提出，支持药品研发创新。明确医药产业链短板和支持重点，引导支持企业突破关键技术实现产业化，提升医药产业链配套水平和供应保障能力。持续推进优先审评审批工作。健全新药价格形成机制。继续发布鼓励研发申报儿童药品清单和仿制药品目录。同时，要常态化开展药品和医用耗材集中采购。

国家医保局数据显示，自实施集中采购政策以来，通过药品、器械集中采购，我国集采药品平均降价超过50%，心脏支架、人工关节的集采平均降价超过80%，累计节约费用在3000亿元左右。在降价的同时，集采兑现了带量的承诺，群众使用原研药和通过仿制药质量和疗效一致性评价药品的比例超过90%，使高质量药品的可及性大幅提升。

福建师范大学教授、协和学院国际商学系主任韦樟清表示，开展药品价格谈判有助于减轻患者用药负担。药品价格谈判最直接的效果就是降低专利药、独家生产药品等药品的价格，进而直接减轻患者的疾病负担，增强患者用药的可及性、可负担性。药品生产企业可以有更多的人力、物力和财力投入到药品的研发上，同时药企只有生产出“物美价廉”的药品，才能在谈判中获胜，这就倒逼药企注重产品研发。可以预见，未来集采将以500个品种为中心，快速扩散，辐射到目前临床在用的全部品种，做到应采尽采。

在新一轮医改政策推动下，国产创新药有望迎来利好局面。方正证券认为，从产业升级的角度看，自创新药国家医保谈判常态化以来，参与医保谈判的70个重大新药创制专项药品有66个谈判成功，成功率达到94%。国家医保对新药的支出从2019年的59.49亿元增长到2022年的481.89亿元，

增长7.1倍，新上市国产创新药实现了不同程度的放量。

深圳中金科创基金董事长龚涛也认为，医保范围内药品价格普遍下调，医药板块中拥有定价权和“国家一类新药”的研发型药企不会受太大影响，而制造型药企则会出现大规模并购重组，随着毛利的下降，规模增长是唯一出路。

## 中医药产业振兴成重点任务

任务指出，促进中医药传承创新发展。加快国家中医药传承创新中心、国家中医药疫病防治基地、中医特色重点医院、中西医协同“旗舰”医院建设，推进国家中医药综合改革示范区建设。加强中医医院康复科和老年医学科建设，依托现有资源，建设一批中医康复中心。加强中医药特色人才培养，面向基层医疗卫生机构和乡村医生开展中医药知识技能培训。推进古代经典名方制剂研发，加快关键信息考证发布及新药审批。

中国科学院院士林国强认为，中医药研究要充分应用现代科学和信息技术，加强中医药人才队伍建设，推动院所联合研究。在中医药研究中，物质基础、作用机理、临床定位这三方面都要明确清晰。中医药研究要做到生物与化学等多学科的交叉结合，应用和开发针对某种疾病的生物模型。另外，还要不断发现及尝试新技术与新方法。

2022年3月国务院办公厅印发的《“十四五”中医药发展规划》也提出，要建设高水平中医药传承保护与科技创新体系。

中国中医科学院广安门医院肾内科主任、教授占永立认为，中医药创新不能为了创新而创新，无论是对中医药产品的二次加工还是研发创新药，都要把握准研发方向，通过科技创新引领中医药产业发展，并通过产业发展带动科技创新。

值得关注的是，今年上半年多家中药上市企业业绩向好，在政策支持下，中药产业有望迎来新一轮红利期。(马嘉)

## AI大模型市场百花齐放

今年上半年，已有近百家AI大模型涌现市场。通用大模型、行业大模型、垂直大模型，各企业纷纷选择最擅长的赛道起跑，大模型竞争就此变得激烈。

今年3月，百度生成式AI产品文心一言正式邀请测试。百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏表示：“文心一言和生成式AI，代表了一个新的技术范式，是一个每家企业都不可错过的巨大机会。AI市场即将迎来爆发式的需求增长，其商业价值的释放将是前所未有的、指数级的。”进入4月，阿里云“通义千问”大模型也开始邀请测试。阿里云智能集团CEO张勇表示，阿里巴巴的所有产品未来均将接入“通义千问”大模型，进行全面改造。在今年5月，科大讯飞发布了“讯飞星火认知大模型”。科大讯飞董事长刘庆峰表示，星火认知大模型已经在文本生成、知识问答、数学能力上赶超ChatGPT，争取10月底整体赶超ChatGPT。今年6月，360集团发布了自主研发的认知型通用大模型“360智脑4.0”，并宣布360智脑已经接入了360旗下产品“全家桶”。除此之外，商汤科技发布了“日日新SenseNova”大模型体系，昆仑万维发布了千亿元级大语言模型“天工”，北京智源人工智能研究院发布悟道3.0大模型系列……

生成式AI在未来可能会对产业结构以及社会带来深刻的影响。(赵熠如)

## 家电企业纷纷布局“互联网+回收”

日前，国家发展改革委公布了第一批家电生产企业回收目标责任制行动典型经验做法，涉及格力、TCL、长虹、美的等六家责任制生产企业。这将促进国内废旧家电回收、资源再利用产业以及“互联网+回收”模式进一步发展。

家电巨头在这一领域也动作频频。7月25日，多家家电上市公司相关负责人透露公司围绕“互联网+回收”模式的最新动作及计划。

据了解，目前多家主流家电企业已在家电回收领域成立相应的子公司，并建立相对健全的回收体系。从最新进展来看，格力整合全国3万家销售门店和30万个安装售后团队，面向消费者开展全品类废旧家电回收工作。四川长虹旗下长虹格润依托平台资源与长虹全国各地销售服务渠道，以废旧家电回收公司或个体渠道网络为核心节点，支撑资源化产品回收的多样化。美的集团在全国布局40个集散中心开展回收业务。另外，启迪环境、中再资环等第三方专业拆解企业已搭建起一套成熟完整的拆解回收体系。(贾丽)

## 运动品牌打出“球星”牌

去年夏天，贵州省黔东南州台盘乡的一项篮球赛事经由短视频火爆全网。网友们参照NBA、CBA的命名规则，称之为“村BA”。今年的贵州“村BA”再次爆火，相关话题也频频登上热搜。吉米·巴特勒是运动品牌李宁的签约球星，在亮相贵州“村BA”赛事之前，他已先后前往北京、太原、西安等城市参加品牌相关活动。

除了李宁外，安踏、361°等运动品牌也纷纷打出“球星”牌。今年7月12日，安踏宣布凯里·欧文成为安踏篮球代言人，双方将启动全新商业合作模式。361°旗下的签约球星斯宾塞·丁威迪、阿隆·戈登也在今年开启中国行。2021-22赛季，斯宾塞·丁威迪率队打入NBA西部决赛；2022-23赛季，阿隆·戈登率队荣膺NBA总冠军。品牌与代言人联合共创推出的AG系列、禅系列及DVD系列篮球鞋，不仅适合代言人的打球特点，更将代言人的个人元素融入到产品当中，兼具实战及收藏双重价值，销量良好。今年5月，以中国篮球运动员易建联名字命名的易建联楼作为工作大楼正式启用，彰显耐克致力服务中国运动员以及推动中国体育事业的承诺，易建联球员版G.T. JUMP等篮球鞋款得到了年轻消费者的追捧。(颜宇星)

## 外资奶粉龙头企业公布上半年成绩单 中国市场表现突出



截至目前，雀巢、达能、菲仕兰三家外资奶粉龙头企业都公布了上半年成绩单。从整体来看，业绩稳健增长，中国市场表现尤为突出。

7月27日，全球食品行业龙头企业雀巢发布的财报显示，今年上半年，公司实现总销售额463亿欧元(约合3854亿元人民币)，同比增长1.6%；基础交易营业利润率为17.1%，上涨了20个基点。

其中，雀巢大中华区表现亮眼，有机增长率为4.7%，实际内部增长率为1.3%；基础交易营业利润率增长160个基点，提高至16.6%。

图为某超市内的奶粉展区。

周子黄 文/图