2024年12月11日 星期三
本版主编:于 南 责 编:李 正 制 作:董春云
证券日报

国家医疗保障局:支持医药行业真创新

本报记者 张 敏

不久前公布的《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录(2024年)》(以下简称"医保目录")引发了各界广泛关注,也提出了例如"部分药品缘何没有通过形式审查""评审通过率是否过低""部分药品为何在谈判竞价环节无缘医保目录""创新药想进入医保目录要注意什么""如何更好平衡鼓励创新与产品降价"等问题。

12月9日,国家医疗保障局"2024年医保药品目录解读活动"举行,国家医疗保障局医药管理司司长黄心宇就社会各界关切进行了解答。

国家医疗保障局信息显示,根据专家评审结果,共有医保目录外药品249种进入专家评审阶段,最终121种药品通过评审,通过率为48.6%

魏健骐/制图

回应社会各界关切问题

一般情况下,国家医保目录调整工作流程包括准备、申报、专家评审、谈判/竞价、公布结果五个环节,即企业提交申报材料后,要经过形式审查、专家评审、谈判/竞价三个核心环节。

国家医疗保障局(以下简称"国家医保局")公布的信息显示,2024年共收到企业申报信息626份,涉及574个通用名。经审核,445个药品通过初步形式审查。根据专家评审结果,共有医保目录外药品249种进入专家评审阶段,最终121种药品通过评审,通过率为48.6%。对此,市场有声音认为,通过率是否过低?

对于128种药品未通过专家评审,国家医保局也进行了解释。

一种情况是,有部分已上市多年的"老药",通过修改药品说明书,删除一个适应症或修改表述满足5年内适应症发生变化的申报条件通过形式审查,但企业未提供新的临床或循证证据,临床专家普遍认为药品临床价值不确切。

另一种情况是,部分药品在临床上具有一定价值,但它的价格昂贵,有的甚至达到上百万元,超出了基本医保"保基本"的定位。而这可以指向备受关注的"天价抗癌药"CART产品。公开信息显示,目前国内已经获批6款CAR-T产品,其中5款价格在100万元至130万元。尽管CAR-T产品多次"闯关"国家医保目录,但由于远超"保基本"的定位和基金承受能力,始终未能进入下个环节。

此外,还有部分药品是成分配比变化或改剂型,但临床专家认为配比变化或剂型改造必要性不强、药品价值没有显著提升。例如,医保目录内已有某化痰药的口服常释剂型、注射液、口服溶液,可满足不同群体的用药需求,而有些企业申报了颗粒剂,临床价值没有改善,但成本增加,因此并未通过专家评审。

两大类原因致谈判失败

最终,共有117个药品进入了谈判竞价阶段。其中,有89个品种获得谈判或者竞价成功,成功率约为76.1%。

对于无缘进入医保目录的28个品种,黄心宇分析,绝大部分是剂型改造或引进国外上市多年的老药,仅有3个品种为新药。同时,绝大部分在医保目录内都有相同适应症和机制的类似药物。此外,有5个品种的适应症或者机制有一定特色,但医保目录内也有其他可替代治疗方案。

另据了解,谈判失败的品种均为价格原因未能与医保部门达成一致。主要有两大类原因。一是部分企业价格预期过高,明显超出医保支付意愿。而这里面又可细分为两种情况:一种情况是,有效成分为上市多年的"老药",企业进行剂型改造希望获得不合理高价。另一种情况是,近年上市的新药,企业期待较高。

黄心宇举了个例子,某用于治疗过敏性疾病(荨麻疹)的药品,国家医保目录内已有口服剂型,日治疗费用不足1元,而改造为注射液后价格超过1000倍,导致谈判失败,"这明显超出了医保支付意愿。"

就第二种情况,黄心宇也举例说明:"某PD-1类药物,价格明显超过目录内同类品种,因此谈判失败。同期谈判的另2个PD-1类药物顺利谈判成功。"

此外,部分进口药品受国际价格影响也导致了谈判失败。对此,一位业内人士向记者透露,一些跨国药企为维护全球产品价格体系,降价意愿有所降低。国家医保局在实际谈判中会考虑国内的经济发展水平、市场规模、医保基金和患者承受能力等因素。

黄心宇也在会上表示,如果企业希望产品能进入国家医保目录,那么在价格上就不要总是抱着"高高在上"的态度。如果能够表现出足够的诚意,在专家评审中会充分予以考虑。

行业加快创新升级

黄心宇表示,"支持真创新,真支持创新"是此次2024年国家医保目录调整释放出的信号。在他看来,国家医保目录调整,主要是挑选出临床价值大、创新程度高的药品,并给予合理价格,这样可以更好地引领医药创新的方向。近几年,国家医保基金已累计投入数千亿元,真金白银地支持医药产业创新。

事实上,医保目录调整,已经对医药行业产生了深远影响,医药企业纷纷寻求主动转型。这从研发投入这一指标上可窥一斑。同花顺iFinD数据显示,2021年至2023年,有可对比数据的482家上市公司研发投入总额从1083.48亿元增至1360.7亿元。

"近几年很多企业,尤其是传统大药企明显表现出色。研发费用率在逐年提升,而销售费用率在逐年下降。目前,创新药的投入产出表现非常好,促使企业更愿意投入研发费用。"工银瑞信基金管理有限公司基金经理赵蓓表示,在创新药大力发展的推动下,部分药企的财务报表发生了很大变化。已有企业的商业化收入可以覆盖当期的研发支出,并已经逐步进入盈利环节。一些仿制药转型创新药的企业,创新药收入已经超过仿制药,未来创新药的比重仍将快速提升。

医保目录调整也对药物开发选择、临床试验设计、价格策略制定产生了影响。比如,企业应更加关注临床价值,优先选择疗效确切、临床急需、"真创新"药物。深圳市融智私募证券投资基金管理有限公司基金经理兼高级研究员包金刚向记者表示,企业在药品开发时,可关注慢性病、肿瘤、抗感染、罕见病等用药人群的需求。

此外,专家建议,在临床药品开发时,一要重视临床试验的设计和执行,确保药品的疗效和安全性得到充分验证。二要注重药品的经济性评估。"因为药物经济性评价已成为医保购买的重要工具,它会系统评估药品在健康产出与成本这两大核心价值维度下的增量差异,识别出最具性价比的药品。"珠海黑崎资本投资管理合伙企业(有限合伙)首席战略官陈兴文向记者表示。

在药品定价方面,医保目录的调整越来越注重药品的经济性评价,药品的经济性评价是决定药品能否进入医保目录的关键因素之一。"优化药品价格策略。企业在药品定价时,需要考虑医保谈判的可能性,合理定价以增加药品被纳入医保目录的机会。"陈兴文说。

各大电商平台纷纷开启"双12"年终促销

本报记者 谢 岚
见习记者 梁傲男

随着"双11"的狂欢热潮落幕,12月9日晚8时起,电商行业的聚光灯转向了"双12"。

面对消费者群体愈发理性的购物方式以及逐步趋于稳定的存量市场,电商平台正在共同探索,力求使"双12"不仅仅作为"双11"的"余韵"出现。对此,多个平台在今年"双12"活动中,对招商规则、活动周期等做出了调整。

"'双12'对于新晋平台而言,是提升影响力和市场拓展的重要机遇。对于商家而言,是冲刺年底销售任务和清空库存的有利时机,而对消费者来说也有一定的实惠。"网经社电子商务研究中心特约研究员刘俊斌向《证券日报》记者表示,对于新平台商家来说,货架电商刚刚起步,平台的支持力度可能有限,因此促销活动的举办就显得尤为必要。

重拾"双12"IP

作为电商领域的两大巨头,阿里巴巴集团旗下的淘宝天猫集团(以下简称"淘宝天猫")与北京京东世纪贸易有限公司(以下简称"京东")再次成为"双12"大促的主战场。在存量竞争之中,平台更加注重商家扶持、互联互通以及用户体验的提升,以迎合日益变化的消费趋势。

今年"双12",淘宝天猫重拾"双12"IP,推出"捡宝"规则,平台和商家共同补贴数千万件商品,还有满300减40、品类券和商家券,惊喜红包、下单返红包等优惠。

阿里巴巴集团旗下购物平台淘宝(以下简称"淘宝")市场部负责人锦雀表示,淘宝对"双11"与"双12"的定位有所区分,"双11"更侧重于品牌商的促销,"双12"则定位为"宝贝的盛宴",旨在通过特色供给和趣味活动吸引更多消费者。

京东方面则鼓励商家以全店商品形式报名跨店满减活动,并在推荐、搜索、凑单页、会场等公域场景为跨店满减商品提供流量支持。京东内部人士在接受《证券日报》记者采访时表示,京东"双12"商品打标活动延续了"双11"的"打标免报名"方式,商家全店满足招商规则的商品将由系统自动圈选打标,不需要商家再进行报名。

在直播电商领域,抖音集团抖音电商业务推出了一件立减、官方直降等促销策略。快手科技电商业务(以下简称"快手电商")则拿出了全域流量补贴、直播间红包补贴等一系列全场域激励手段,助力商家抓住年前最后一波生意节点。

有电商行业分析师向记者表示,虽然"双11"与"双12"本质相同,但细节上并不相同。例如,很多商家都选择了自播这种形式,也慢慢推出一些符合自身运营特点的玩法。从抖音、快手的大促来看,"双12"是直播平台向"直播+货架电商"的转型升级。

聚焦中小商家

"'双11'更注重品质和大品牌的促销,而'双12'则更注重性价比和中小商家的优惠。"网经社电子商务研究中心网络零售部主任莫岱青向《证券日报》记者表示。

据了解,作为持续满足用户长尾需求的基础性力量,中小商家是平台价格力的重要贡献者。京东"双11"期间,超30000个中小商家成交额同比增长超两倍;天猫"双11"期间,有超过220万中小商家实现成交翻番。

今年"双12",淘宝天猫继续聚焦中小商家及消费者;京东开启"1元包邮日"活动,助推产业带工厂直卖爆款、中小商家的性价比货物走进千家万户;快手电商则以600万元专项补贴中小潜力主播,帮助中小主播提升订单量。

"我们要推出更亲民的互动玩法,希望更多用户能回来淘宝'玩起来',能得到更好的体验,也希望商家在这里取得好结果和正反馈,所以'双12'更聚焦于特色供给、特色中小商家。"锦雀说。

事实上,随着电商市场的不断发展和竞争日益激烈,各类线上线下促销活动的频繁涌现,消费者的注意力和购买力被极大分散。这一变化也导致部分中小商家对"双12"的态度发生了转变。有商家表示,由于"双11"期间的销售表现未达预期,他们选择不再参与"双12",以避免进一步的资源投入和可能的库存积压。

而对于某些行业而言,如酒类企业,随着春节脚步的日益临近,白酒销售旺季即将到来。有酒企管理人员向《证券日报》记者表示,在"双11"期间发布的新品,可以通过年末"双12"的促销活动进一步消化库存,同时提升其曝光度。

强化"年末促销"定位

年末临近,商家进入全年业绩冲刺的关键阶段,而电商平台也紧锣密鼓地开始布局,从招商策略到大促规则,无不体现出对年终大促的重视。今年"双12",各大电商平台积极顺应消费者日益增长的"性价比"需求,加强了"双12"作为年末清货促销的定位。

在莫岱青看来,频繁的电商促销使得消费者的选择更加多样,消费需求也不再局限于年末大促。加之今年春节较早的影响,消费者对"双12"的关注度和参与度可能会有所下降。

零售电商行业专家、北京百联咨询有限公司创始人庄帅向《证券日报》记者表示,除了有一年"双12"期间,电商平台与线下实体业态联动体现出了差异化之外,近几年的"双12",与"双11"的差异化并不明显。电商行业目前处在新一轮的AI技术推动的变革期,但是之前延续多年的经营惯性仍然存在。

值得一提的是,从各电商平台在"双11"期间的表现可以看出,电商行业的回暖势头正在显现。星图数据监测显示,综合电商平台与直播电商平台今年"双11"期间的累计销售额达14418亿元,实现了26.6%的同比增长。

中信证券发布的研报称,经过过去3次大促,电商行业呈现出明显的跨平台增速方差收敛趋势。大促期间,受国家补贴刺激的家电、家居类目的销售表现亮眼,美妆、服饰也有所回暖,整体消费需求呈现向好趋势。

OpenAI向用户开放AI视频生成模型 Sora将如何演绎"鲇鱼效应"?

本报记者 张晓玉

12月10日,OpenAI(美国人工智能研究公司)宣布正式向用户开放人工智能AI视频生成模型Sora,该系统可以根据文本提示生成逼真的视频。截至当日,距离OpenAI首次公开预览这款产品已过去了10个月时间。

OpenAI相关负责人表示,Sora将于当天晚些时候向美国及其他市场的ChatGPT付费用户开放。新版工具SoraTurbo可以生成最长达20秒的视频,并且可以提供这些视频的多种变体。

据悉,Sora的发布是OpenAI为期12天的产品直播活动的一部分。作为视频生成领域龙头,Sora发挥着"鲇鱼效应"。据《证券日报》记者不完全统计,自Sora发布以来,国内外已有近20家公司发布或更新了视频生成模型。

美股视频巨头遭冲击

据了解,Sora能够根据用户输入的描述性提示快速生成视频,并及时向前或向后扩展现有视频。

Sora引发了全球科技产业的震动,尤其是在视频生成领域。Sora以其极高的生成质量、快速的响应时间和低成本的生成方式,一度让一些传统视频公司面临巨大压力。

以Adobe Systems Incorporated(以下简称"Adobe")为例,其股价曾在Sora首次发布的次日(2月16日)大跌了7.41%,创去年11月1日以来的新低,市值在短短一个交易日蒸发了近198亿美元。

Adobe长期以来在图像处理、视频编辑软件等领域占据领先地位,而OpenAI此次发布的Sora技术,将视频生成的门槛大大降低。市场普遍认为,Sora的发布可能会改变视频创作的格局,Adobe的市场份额受到威胁。

不过,市场上也有另一种观点,认为像Sora这样的开放式模型,无法为专业人士提供同等的安全保障,Sora的主要使用场景可能仅限于社交媒体平台。在专业用户市场上,Adobe的领导地位依然无法撼动。

面对Sora的冲击,国外企业加速布局AI视频生成领域。2024年Runway AI,Inc.发布Gen-2模型,在视频生成领域迅速重回第一梯队阵营。用户只需输入文字描述,即可生成一段4秒的视频,并且可以根据需求调整分辨率和帧率。

而就在Sora正式向用户开放的几天前,当地时间12月4日,谷歌旗下人工智能研究机构DeepMind Technologies Limited发布了一款名为Genie2的新型模型,可通过单张图片和文字描述生成"无限"种类的可玩3D世界。

贝恩咨询公司商品战略顾问总监潘俊在接受《证券日报》记者采访时表示,Sora的发布将对现有的视频生成模型生态产生重大影响。它将打破传统视频制作的技术壁垒,为视频生成领域带来新的竞争格局。其他视频生成模型公司可能会面临来自Sora的竞争压力,需要调整其产品和服务以适应新的市场需求和技术趋势。未来,视频生成领域的竞争格局可能会更加激烈,创新和差异化将成为关键。

国内企业积极布局

Sora的发布也促使国内科技巨头纷纷加紧文生视频大模型的研发。

中国电信集团有限公司在2024数字科技生态大会上发布及更新了昆仑云网能力开放平台、"息壤"算力服务、视觉大模型及文生视频大模型等方面的进展;12月3日,深圳市腾讯计算机系统有限公司旗下腾讯混元大模型(以下简称"腾讯混元大模型")官微发布消息称,腾讯混元大模型正式上线视频生成能力,参数量130亿,是当前最大的视频开源模型;北京快手科技有限公司推出可灵AI,这款AI视频生成模型可以生成长达两分钟的1080p视频,还支持多种视频输出比例,并可以模拟现实世界的物理特性。

清华大学战略新兴产业研究中心副主任胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示,虽然目前这些国内公司推出的视频生成技术在部分功能上与Sora尚有差距,但它们的迅速跟进显示出国内企业对AI视频生成技术的重视。自Sora发布以来,国内视频大模型的生成效果显著提升,与Sora的差距在不断缩小,部分功能甚至已实现赶超。

例如,北京智谱领航科技有限公司全新迭代的AI视频模型"新清影",在文生视频性能上实现了进一步提升,支持10秒时长及4K、60帧超高清画质,以及任意尺寸的视频输出,并自带音效和更好的人体动作及物理世界模拟。

北京火山引擎科技有限公司总裁谭待表示,视频大模型的技术突破十分困难,需要大模型能理解复杂指令,包括对多镜头语言的运用,实现多个主题的交互视频,保持风格的一致性等。当前视频生成功能仍有很多难关亟待突破。豆包两款模型会持续演进,在解决关键问题上探索更多可能性,加速拓展AI视频的创作空间和应用落地。

推动多模态大模型创新

在文生视频算法领域,国内也取得了显著进展。中国国家互联网信息办公室公开信息显示,今年以来国内共有2277个深度合成服务算法通过备案。其中,主要用途描述中带有可实现文生视频能力的算法共34个,备案名称中明确界定为"文生视频算法"的仅有6个。

例如,商汤集团有限公司通过备案的商汤V-ME视频合成算法支持已有人物视频、动画、声音、文字等多种元素进行驱动。天娱数字科技(大连)集团股份有限公司子公司北京智境云创科技有限公司在今年6月份一次性通过了"智境云创人脸融合算法""智境云创文本生成视频算法""智者千问大语言模型算法"三项算法备案。

德邦证券股份有限公司分析师陈涵泊表示,Sora的正式开放,有望成为全球视频生成领域的新标杆,加速多模态大模型的迭代与应用。

在潘俊看来,Sora的推出有望加速AI在视频生成领域的商业化进程。由于Sora具有高度的创新性和广泛的应用潜力,预计将吸引许多企业投资和合作,包括内容创作者、广告公司、电影制作公司等。随着商业化的推进,Sora可能会为视频生成领域带来新的商业模式。

"不过,Sora远未达到替代人类内容创作的程度,其发展水平仅相当于GPT-1,尚处于起步阶段。对于其他视频生成模型公司而言,真正的竞争才刚刚开始。它们将在算力、数据和算法这三个关键领域展开角逐。"工业和信息化部信息通信经济专家委员会委员盘和林向《证券日报》记者表示。

此外,胡麒牧表示:"技术创新与安全伦理之间的平衡是AI技术发展中的重要问题。在推动技术发展的同时,我们必须充分关注其可能带来的社会影响,如隐私保护、版权争议以及滥用风险等问题,确保技术在符合伦理和社会责任的基础上得到合理应用。"