

Производство медицинской продукции за август

По данным Росстата, индекс физического объема в июле по крупным, средним и малым организациям по отношению к предыдущему месяцу по кодам ОКВЭД2 составил:

- 21 «Производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях» – 102,8%.
- 32.5 «Производство медицинских инструментов и оборудования»

в данном отчетном периоде определился на уровне 107,9%.

- 26.6 «Производство облучающего и электротерапевтического оборудования, применяемого в медицинских целях» – 126,9%.



ТАБЛИЦА Рейтинг федеральных округов по выпуску медицинской продукции за июль

Рейтинг	Наименование федеральных округов	Объем производства, млн. руб.	Индекс роста к предыдущему месяцу, %	Доля в общем объеме, %
Лекарственные препараты, млн руб.				
1	Центральный	16 488,815	81,36	56,75
2	Приволжский	5 138,800	123,25	17,69
3	Северо-Западный	2 638,122	98,08	9,08
4	Сибирский	2 198,125	116,57	7,57
5	Уральский	1 941,071	132,96	6,68
6	Северо-Кавказский	285,349	102,49	0,98
7	Дальневосточный	206,788	89,33	0,71
8	Южный	156,154	98,68	0,54
	Всего по России	29 053,225	93,30	100,00
Инструменты и оборудование медицинские, млн руб.				
1	Центральный	1 017,684	102,00	33,56
2	Северо-Западный	768,466	107,29	25,34
3	Приволжский	631,057	111,91	20,81
4	Уральский	297,266	127,26	9,80
5	Сибирский	189,229	90,34	6,24
6	Южный	64,012	85,55	2,11
7	Дальневосточный	43,742	107,80	1,44
8	Северо-Кавказский	20,645	94,82	0,68
	Всего по России	3 032,101	106,09	100,00
Оборудование и приборы для облучения, реабилитации, электрическое диагностическое и терапевтическое, применяемые в медицинских целях, млн руб.				
1	Центральный	1 651,922	128,18	67,80
2	Уральский	275,007	178,64	11,29
3	Приволжский	159,997	102,51	6,57
4	Северо-Западный	135,910	141,71	5,58
5	Южный	99,034	123,76	4,06
6	Северо-Кавказский	76,270	69,67	3,13
7	Сибирский	38,172	117,79	1,57
	Всего по России:	2 436,310	127,11	100,00

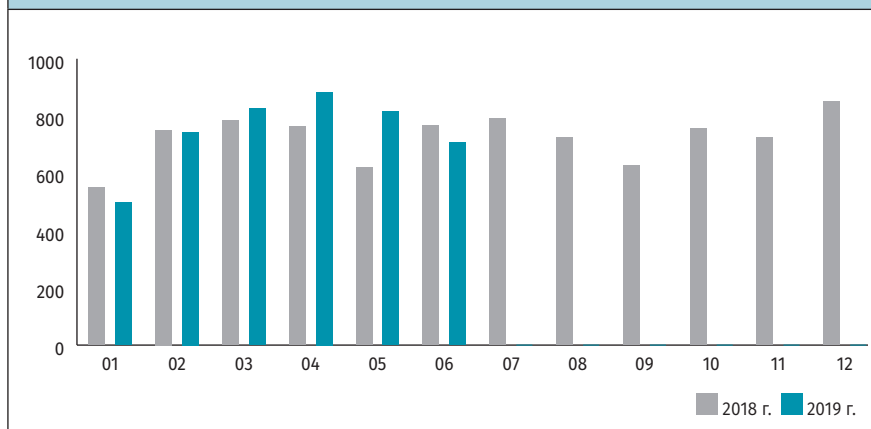
Импорт ГЛС в Россию по итогам II квартала 2019 года



Согласно данным ИАС «Клифар», всего за II квартал 2019 г. в нашу страну было ввезено ГЛС на сумму порядка 2,41 млрд долл. Для сравнения: за аналогичный период прошлого года объем импорта оказался на 12% выше и составлял 2,15 млрд долл. Суммарно за первое полугодие 2019 г. было ввезено ГЛС на сумму 4,47 млрд долл. (рис.).

В тройку лидеров по объему импорта ГЛС в Россию за период с апреля по июнь 2019 г. вошли компании «Байер ЗАО», «Санофи-Авентис АО Представительство» и «Пфайзер Интернешнл Инк Пр-во» (табл. 1). Суммарная доля ведущих импортеров рейтинга топ-15 составила порядка 47% от всего объема импорта в РФ (-0,4% к показателю аналогичного периода прошлого года). Наибольший объем импорта за рассмотренный период пришелся на группу «Антикоагулянты» (ривароксабан и аписксабан), на противоопухолевые средства (особенно на МНН ниволумаб и др.), а также на средства из группы В02 – «Гемостатики» (фактор свертывания крови VIII, антиингибиторный коагулянтный комплекс) (табл. 2, 3).

РИСУНОК > Динамика импорта ГЛС в Россию за 2018-2019 гг., млн долл



Источник: «Клифар: Импорт-Экспорт»

ТАБЛИЦА 1 Топ-15 импортеров ГЛС по объему импорта в Россию во II квартале 2019 г.

Место в рейтинге	Компания-импортер	Сумма деклараций, млн долл.	Доля в общем объеме импорта, %
1	Байер ЗАО	138,66	5,8%
2	Санофи-Авентис АО Представительство	119,16	4,9%
3	Пфайзер Интернешнл Инк Пр-во	108,76	4,5%
4	Новартис Фарма Сервисез Инк.	98,88	4,1%
5	Джонсон & Джонсон Пр-Во	97,99	4,1%
6	Фармимэкс ОАО	81,09	3,4%
7	Глаксосмиткляйн Хелскер ЗАО	72,83	3,0%
8	Сандоз ЗАО	71,54	3,0%
9	Тева ООО	63,93	2,7%
10	Астеллас Фарма ЗАО	49,50	2,1%
11	Берингер Ингельхайм Пр-Во	49,32	2,0%
12	Такеда Фармасьютикалс ООО	49,17	2,0%
13	Р-Фарм ЗАО	48,90	2,0%
14	Берлин-Хеми/Менарини Фарма Пр-Во	44,59	1,9%
15	Бристол-Майерс Сквибб Ооо Пр-Во	42,07	1,7%

Источник: «Клифар: Импорт-Экспорт»

ИМПОРТ

ТАБЛИЦА 2 Топ-15 АТС-групп 2-го уровня по объему импорта ГЛС в Россию во II квартале 2019 г.			
Место в рейтинге	Наименование АТС-группы	Сумма, млн долл.	Доля в общем объеме импорта, %
1	<L01> Противоопухолевые препараты	325,5	13,5%
2	<B01> Антикоагулянты	158,9	6,6%
3	<J05> Противовирусные препараты для системного применения	93,1	3,9%
4	<M01> Противовоспалительные и противоревматические препараты	92,6	3,8%
5	<B02> Гемостатики	82,9	3,4%
6	<A10> Средства для лечения сахарного диабета	80,2	3,3%
7	<J01> Антибактериальные препараты для системного использования	78,7	3,3%
8	<G03> Половые гормоны	77,6	3,2%
9	<S01> Препараты для лечения заболеваний глаз	73,6	3,1%
10	<R03> Препараты для лечения обструктивных заболеваний дыхательных путей	57,0	2,4%
11	<R01> Назальные препараты	56,1	2,3%
12	<N06> Психоаналептики	52,2	2,2%
13	<L04> Иммунодепрессанты	48,8	2,0%
14	<A16> Прочие препараты для лечения заболеваний ЖКТ и нарушения обмена веществ	47,3	2,0%
15	<C09> Препараты, влияющие на систему ренин-ангиотензин	39,0	1,6%

Источник: «Клифар: Импорт-Экспорт»

ТАБЛИЦА 3 Топ-15 МНН ГЛС по объему импорта ГЛС в Россию во II квартале 2019 г.			
Место в рейтинге	МНН/группировочное наименование	Сумма, млн долл.	Доля в общем объеме импорта, %
1	Ривароксабан	86,22	3,6%
2	Ниволумаб	35,99	1,5%
3	Фактор свертывания крови VIII	31,90	1,3%
4	Ксилонметазолин	27,75	1,2%
5	Ибупрофен	27,65	1,1%
6	Апиксабан	23,48	1,0%
7	Панкреатин	21,82	0,9%
8	Пембролизумаб	20,52	0,9%
9	Нимесулид	18,27	0,8%
10	Амоксициллин + клавулановая кислота	18,15	0,8%
11	Антиингибиторный коагулянтный комплекс	17,73	0,7%
12	Урсодезоксихолевая кислота	17,18	0,7%
13	Эмтрицитабин + рилпивирин + тенофовир	16,57	0,7%
14	Галсульфаза	16,48	0,7%
15	Долутегравир	16,21	0,7%

Источник: «Клифар: Импорт-Экспорт»

Экспорт ГЛС из России по итогам II квартала 2019 года

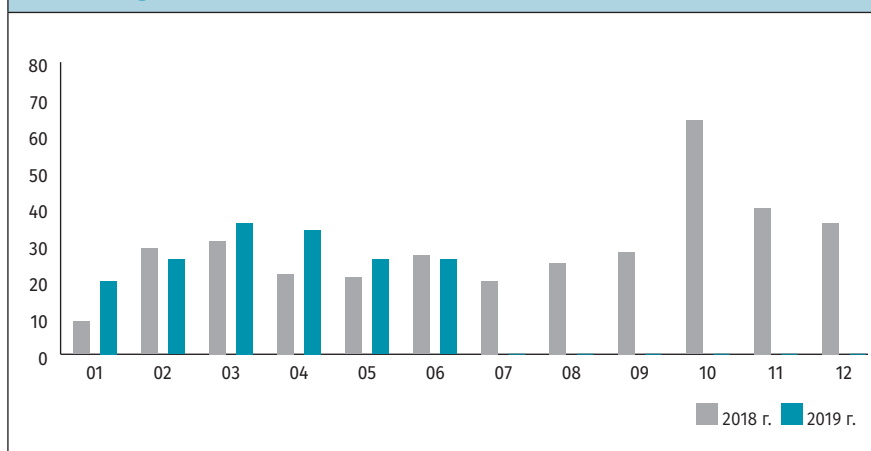


Согласно данным ИАС «Клифар», всего за II квартал 2019 г. из нашей страны было экспортировано ГЛС на сумму порядка 86,2 млн долл. Для сравнения: за аналогичный период прошлого года объем экспорта оказался значительно ниже и составил 70,9 млн долл. (рис.).

В тройку получателей по объему экспорта ГЛС из России за период с апреля по июнь 2019 г. вошли компании «Юнисеф Судан» (Судан), «Медикодон Плюс ООО» (Украина) и «Еврофарм Логистик СИА» (Латвия) (табл. 1).

Наибольший объем экспорта за рассмотренный период традиционно пришелся на вакцины (особенно на Вакцину желтой лихорадки живая сухая и Флю-М Вакцина гриппозная инактивированная расщепленная), антибактериальные препараты для системного использования (например, Цефазолин и Цефтриаксон), на иммуностимуляторы (например, Виферон и Анаферон детский), а также на препараты из группы «Психоаналептики» (особенно Кортексин) (табл. 2, 3).

РИСУНОК ▶ Динамика экспорта ГЛС из России за 2018–2019 гг., млн долл.



Источник: «Клифар: Импорт-Экспорт»



ТАБЛИЦА 1 Топ-15 импортеров по объему экспорта ГЛС из России во II квартале 2019 г.

Место в рейтинге	Компания-импортер	Страна	Сумма деклараций, млн долл.	Доля в общем объеме импорта, %
1	Юнисеф Судан	Судан	6,13	7,12%
2	Медикодон Плюс ООО	Украина	4,92	5,71%
3	Еврофарм Логистик СИА	Латвия	3,75	4,35%
4	Юнисеф Нигерия	Нигерия	3,69	4,29%
5	Метрополия ООО	Украина	3,54	4,10%
6	Частные Лица	Туркменистан	1,86	2,16%
7	Модерн ООО	Украина	2,42	2,80%
8	Вингес Терминалас ЗАО	Литва	2,35	2,73%
9	Гранд Фарм Трейд ООО	Узбекистан	2,33	2,70%
10	Лугмедфарм Лнр ГУП	Украина	2,23	2,58%
11	Фармац Пвт Лтд	Шри-Ланка	2,20	2,55%
12	Авромед Компани	Азербайджан	2,13	2,47%
13	Экв Логистик Уаб	Литва	1,94	2,25%
14	Алл Фор Алл Трейд ООО	Узбекистан	1,65	1,91%
15	Исидафарм ООО	Украина	1,55	1,80%

Источник: «Клифар: Импорт-Экспорт»

ЭКСПОРТ

ТАБЛИЦА 2 Топ-15 АТС-групп 2-го уровня по объему экспорта ГЛС из России во II квартале 2019 г.

Место в рейтинге	Наименование АТС-группы	Сумма, млн долл.	Доля в общем объеме импорта, %
1	<J07> Вакцины	11,44	13,3%
2	<J01> Антибактериальные препараты для системного использования	6,78	7,9%
3	<L03> Иммуностимуляторы	4,61	5,4%
4	<N06> Психоаналептики	4,24	4,9%
5	<L01> Противоопухолевые препараты	3,79	4,4%
6	<M01> Противовоспалительные и противоревматические препараты	3,09	3,6%
7	<N02> Анальгетики	2,19	2,5%
8	<G01> Антисептики и противомикробные препараты для лечения гинекологических заболеваний	1,88	2,2%
9	<C05> Ангиопротекторы	1,70	2,0%
10	<C01> Препараты для лечения заболеваний сердца	1,65	1,9%
11	<A11> Витамины	1,62	1,9%
12	<N07> Препараты для лечения заболеваний нервной системы другие	1,56	1,8%
13	<C09> Препараты, влияющие на систему ренин-ангиотензин	1,52	1,8%
14	<B01> Антикоагулянты	1,47	1,7%
15	<A05> Препараты для лечения заболеваний печени и желчевыводящих путей	1,39	1,6%

Источник: «Клифар: Импорт-Экспорт»

ТАБЛИЦА 3 Топ-15 торговых наименований по объему экспорта ГЛС из России во II квартале 2019 г.

Место в рейтинге	ТН	Корпорации	Сумма, млн долл.	Доля в общем объеме импорта, %
1	Вакцина желтой лихорадки живая сухая	ГУП по производству бактериальных и вирусных препаратов Института полиомиелита им. М.П. Чумакова	10,49	0,93%
2	Виферон	Ферон ООО	1,72	0,35%
3	Цефазолин	Разные	1,51	5,44%
4	Гексикон	Стада-Нижфарм	1,28	0,30%
5	Трастузумаб	Биокад ЗАО	1,28	0,00%
6	Цефтриаксон	Разные	1,12	5,33%
7	Кортексин	Герофарм	0,99	0,06%
8	Авега БИОКАД	Биокад ЗАО	0,90	0,01%
9	Диклофенак	Разные	0,78	0,91%
10	Ритуксимаб	Разные	0,70	0,00%
11	Анаферон детский	Материя Медика	0,68	0,24%
12	Бевацизумаб	Биокад	0,68	0,00%
13	Флю-М Вакцина гриппозная инактивированная расщепленная	С.-Петербургский НИИ вакцин и сывороток	0,66	0,00%
14	Гепарин	Разные	0,66	0,40%
15	Левомеколь	Разные	0,63	0,94%

Источник: «Клифар: Импорт-Экспорт»

Фармацевтическая реклама ЛП и БАД в российских СМИ в июне 2019 года

По итогам июня 2019 г. в сегменте фармацевтической рекламы в категории «Лекарственные препараты и биологически активные добавки» (ЛП и БАД) на топ-20 рекламодателей суммарно по всем типам СМИ пришлось более 72 тыс. выходов рекламы, а на топ-20 марок ЛП и БАД – более 42 тыс. выходов.

Рейтинг рекламодателей возглавила компания Sandoz Farma, вторую позицию занимает GSK Consumer Healthcare. Как и в прошлом месяце, замыкает тройку лидеров вновь Berlin-Chemie Menarini Group. В июне рейтинг топ-20 рекламодателей практически не изменился.

По итогам анализируемого периода в него вошли всего три компании: Galderma, «Др. Тайсс Натурварен Рус» и «Авва-Рус». Покинули рейтинг Abbott Laboratories S.A., «Гленмарк» и компания UCB. Рейтинг торговых марок продолжил тренд размещения в СМИ

рекламы сезонного характера – противогрибковых, противовоспалительных мазей и венотонизирующих средств. Лидер рейтинга не изменился, первую строчку занимает Экзодерил. На второй позиции – Вольтарен, замыкает тройку вновь Лиотон 1000.

Вошли в рейтинг марок: Эссенциале, Эриус, Лоцерил, Базирон, Долгит.

Покинули рейтинг марок: Цетрин, Эспумизан, Пенталгин, Бетадин, Зиртек.



ТОП-20 КРУПНЕЙШИХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ И РЕКЛАМИРУЕМЫХ МАРОК ЛП И БАД В РОССИЙСКИХ СМИ* В ИЮНЕ 2019 ГОДА

№	Рекламодатель	Количество выходов
1	Sandoz Farma	10 677
2	GSK Consumer Healthcare	9 384
3	Berlin-Chemie Menarini Group	7 470
4	Sanofi Aventis	6 626
5	Johnson & Johnson	4 827
6	Bayer AG	4 267
7	Stada CIS	3 259
8	Galderma	2 953
9	Dr. Reddy's laboratories	2 868
10	Эвалар	2 486
11	Оболенское	2 121
12	Egis	2 100
13	Takeda	2 088
14	Фирн М	1 981
15	Teva	1 902
16	Отисифарм	1 685
17	Servier	1 495
18	Др. Тайсс Натурварен Рус	1 441
19	Позитив Био	1 404
20	Авва-Рус	1 258
Топ-20		72 292

№	Марка	Количество выходов
1	Экзодерил	5 571
2	Вольтарен	4 907
3	Лиотон 1000	2 663
4	Линекс	2 609
5	Эвалар	2 486
6	Зодак	1 927
7	Фенистил	1 874
8	Эссенциале	1 796
9	Простамол Уно	1 674
10	Фликсоназе	1 667
11	Но-Шпа	1 591
12	Мезим	1 566
13	Никоретте	1 564
14	Детралекс	1 495
15	Детрагель	1 495
16	Эриус	1 485
17	Лоцерил	1 484
18	Базирон	1 469
19	Долгит	1 441
20	Кетонал	1 426
Топ-20		42 190

* СМИ: ТВ, радио, пресса, наружная реклама. Тип рекламы: ТВ (ролик, спонсорский ролик и анонс: спонсорский ролик), радио (ролик), пресса (коммерческая реклама). Категория: «Лекарственные препараты и пищевые добавки». Статистика: Quantity (количество выходов). При мониторинге не регистрируются: ТВ: коммерческие сюжеты, репортажи, редакционные материалы, реклама в будущих строках (за исключением спонсорства); логотипы и титры на заставках рекламных блоков; реклама SMS-услуг в информационной «панели-плашке» (характерно для музыкального контента); реклама типа Product placement в кинопрограммах. Радио: PR-репортажи; расширенное спонсорство; рекламные сюжеты без упоминания «на правах рекламы». Пресса: вложения в изда-

ния, не имеющие признаков принадлежности к данному изданию; заказные статьи без пометки «реклама»; рекламные съемки; материалы редакционной поддержки; спонсорство рубрик; самореклама изданий (информация о подписке и анонсы следующих номеров); адреса и телефоны магазинов, упоминаемых в данном выпуске издания (в конце журнала). Наружная реклама: реклама с циклом размещения меньше месяца в том случае, если период ее размещения не совпадает с периодом мониторинга; транспаранты – перетяжки; вывески; афиши городской рекламы; автобусные остановки, не имеющие внутренней подсветки; рекламные ролики, транслирующиеся на компьютерных экранах.

ПРАВИЛА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СТАТЕЙ В ЖУРНАЛ «РЕМЕДИУМ»

1. Публикации в журнале подлежат только статьи, ранее не публиковавшиеся в других изданиях. Не допускается направление в редакцию работ, которые отправлены в другие издания.

2. Статьи, оформленные не в соответствии с приведенными правилами, не принимаются и не рецензируются.

3. Редакция оставляет за собой право редактирования и отбора материалов для опубликования.

4. Все статьи, поступающие в редакцию журнала, проходят рецензирование в соответствии с требованиями ВАК РФ к изданию научной литературы.

5. Статьи принимаются редакцией к рассмотрению только с направляемым письмом от учреждения, в котором работают авторы, в адрес главного редактора журнала.

6. Статьи следует высылать по электронной почте в формате MS Word с приложением сканированных копий направляемого письма и первой страницы статьи с подписью всех авторов статьи в формате Adobe Acrobat (*.pdf).

7. Оформление первой страницы:

- название статьи;
- инициалы и фамилия автора (авторов);
- наименование учреждения (учреждений), в котором (которых) была выполнена работа с указанием ведомственной принадлежности (Минздрав России, РАН и т.п.);
- город, где расположено учреждение и страна;
- рядом с фамилией автора и названием учреждения цифрами в верхнем индексе обозначается, в каком учреждении работает каждый из авторов;
- в сведениях «Для корреспонденции» указывается фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, ученое звание, должность в учреждении/учреждениях, рабочий адрес с почтовым индексом, рабочий телефон и адрес электронной почты всех авторов. Сокращения не допускаются. Автор, ответственный за связь с редакцией, указывается первым.

8. Название статьи должно быть кратким и информативным. В заглавии статьи не допускается использование сокращений и аббревиатур, а также торговых (коммерческих) названий препаратов, биологически активных добавок к пище, продуктов, средств по уходу, медицинской аппаратуры, диагностического оборудования, диагностических тестов и т.п.

9. На отдельной странице размещается резюме (аннотация) статьи на русском языке объемом до 1 500 знаков с пробелами и ключевые слова (не более 8) в порядке значимости. Резюме является независимым от статьи источником информации. Оно будет опубликовано отдельно от основного текста статьи и должно быть понятным без ссылки на саму публикацию. Резюме является кратким и последовательным изложением материала публикации по основным разделам и должно отражать основное содержание статьи, следовать логике изложения материала и описания результатов в статье с приведением конкретных данных.

10. Требования к оформлению текста статьи:

- формат листа А4;
- шрифт Times New Roman;
- кегль 12;
- межстрочный интервал 1,5;
- поля: верхнее и нижнее 2,5 см, левое 3,5 см, правое 1,5 см;
- формат документа при отправке в редакцию *.doc или *.docx;
- объем статей не более 15 страниц;
- единицы измерения даются в системе СИ;
- употребление в статье необщепринятых сокращений не допускается;
- все аббревиатуры должны быть расшифрованы при первом упоминании, далее по тексту используется только аббревиатура; малоупотребительные и узкоспециальные термины также должны быть расшифрованы.

11. При описании лекарственных препаратов при первом их упоминании должна быть указана активная субстанция (международное непатентованное название – МНН), коммерческое название, фирма-производитель, страна производства; все названия и дозировки должны быть тщательно выверены.

12. Описание пострегистрационных клинических испытаний лекарственных препаратов, продуктов питания, биологически активных добавок к пище и средств по уходу за детьми должно обязательно включать информацию о регистрации и разрешении к применению указанной продукции официальными разрешительными органами (регистрационный номер, дата регистрации).

13. Библиографические ссылки в тексте статьи располагаются в квадратных скобках в порядке цитирования автором (не по алфавиту!) в строгом соответствии с пристатейным списком литературы, который прилагается в виде отдельного файла. Библиография оформляется в соответствии с форматом Uniform Requirements for Manuscripts Submitted to Biomedical Journals – http://www.nlm.nih.gov/bsd/uniform_requirements.html. В соответствии с этим форматом:

- при цитировании журнальной статьи указываются фамилии и инициалы авторов (если авторов семь и более, то перечисляют первых шесть авторов и ставят «и др.» в русских статьях или «et al.» – в английских), полное название статьи, сокращенное название журнала (сокращения должны соответствовать стилю Index Medicus или MEDLINE), год, том, номер, страницы (первая и последняя);
- при цитировании книжного издания (книги, монографии, материалов конференций и др.) – фамилии и инициалы авторов, полное название книги, место, издательство и год издания;
- допускаются ссылки на авторефераты диссертационных работ, но не на сами диссертации, т.к. они являются рукописями.

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИХ ССЫЛОК

На иностранном языке

Kulikov V.A., Sannikov D.V., Vavilov V.P. Use of the acoustic method of free oscillations for diagnostics of reinforced concrete foundations of contact networks. *Defektoskopiya*. 1998;7(3):40–49.

На русском языке

Мартынов С.А. Клинические и патофизиологические особенности анемии при диабетической нефропатии. *Сахарный диабет*. 2008;(39):16–22.

14. К статье прилагается минимальное количество иллюстративного материала в виде таблиц и рисунков. Редакция оставляет за собой право сокращать количество иллюстративного материала в статье. Местоположение иллюстрации указывается автором в тексте статьи путем установки ссылки на таблицу или рисунок. Нумерация иллюстративного материала ведется в порядке упоминания и выделяется курсивом.

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ

рисунок 1, рисунок 2 и т.д., таблица 1, таблица 2 и т.д.

15. Таблицы должны содержать только необходимые данные и представлять собой обобщенные и статистически обработанные материалы, быть легко читаемыми и понятными, иметь название, единицы измерения каждого показателя, должно быть указано наличие или отсутствие статистической значимости различий данных.

16. Рисунки (диаграммы, графики) должны иметь подпись всех осей с указанием единиц измерения по системе СИ. Легенда выносится за пределы рисунка.

17. Иллюстративный материал (рисунки) в виде фотографий (черно-белых или цветных), рисунков представляется только в электронном виде в виде отдельных файлов в форматах *.pdf, *.tiff, *.jpeg, *.eps разрешением не менее 300 dpi, шириной не менее 92 мм. Названия рисунков, подписи к ним со всеми обозначениями печатаются на отдельном листе.

18. Редакция оставляет за собой право сокращения публикуемых материалов и адаптации их к рубрикам журнала.

19. Присланные рукописи обратно не возвращаются.

20. Плата с аспирантов и соискателей за публикацию статей не взимается.