

公益微电影《新年礼物之爱就让她看见》新年温情上映 首日点击突破 200 万

为爱出发 守护光明

▲《医师报》融媒体记者 宋菁



1月15日，康弘药业携手中华社会救助基金会制作的公益微电影《新年礼物之爱就让她看见》在爱奇艺、腾讯、优酷、抖音等视频平台播出，视频播出不到24小时，反响强烈，点击量超过200万。

影片为何会引爆网络？在众多网友的评论中可以看到，出现频率最高的词语是“感动”和“催泪”，可见，链接公众情绪是电影最大的成功因素：将观众深藏在心底的感悟和温暖的亲情呼唤出来，引导我们去思考，去关注父母的真实需求。同时，影片中老人所患的眼疾——全球三大致盲疾病之一的年龄相关性黄斑变性（AMD）也成了大家关注的热点，网友更是频频互动，纷纷表示，通过影片认识了一种新的眼部疾病。更有不少网友表示，“眼睛健康比天大，趁过年带父母去检查视力！”，这部影片在感动温暖的同时也成功科普了眼科疾病，体现了公益价值。

一粒沙可见世界，一部电影可展人间百态，公益微电影上映也受到了行业权威人士的高度关注和热议。

北京同仁医院 王宁利教授：

“很感人！这只是我们工作中的一个缩影”



看完微电影，王教授将自己的观后感娓娓道来。

他说，近期他们刚完成了邯郸眼病调查第二阶段的随访，并得到了一个令人堪忧的数据——AMD的早期发病率已经高达4.2%，晚期患者的发病率也达到了0.2%。在我国，公众直面AMD带来的视力损害挑战，胜算有多少？

现在我们无从得知。

新一代抗VEGF药物康柏西普三大适应证（湿性年龄相关性眼底黄斑病变、继发于病理性近视的脉络膜新生血管、糖尿病性黄斑水肿）成功进入2019年国家医保目录，为患者和眼科医师带来了一份更好

的选择，多了一份光明的希望。

作为医药企业，其发展一要有核心的好产品，二要有高度的社会责任感，而康弘正是这样的企业。王教授期待未来我国能有更多的好产品好企业发展壮大起来！

北京大学人民医院 赵明威教授：

“与AMD战斗多年，感慨颇深”



看完微电影，赵教授分享了自己的深刻体会。

“从2001年开始向AMD进军，我和这个眼病已经结缘快20年了！”一改当初束手无策的治疗窘境，现在临床对AMD的认识更加清晰，新的药物如康柏西普，疗效显著，也让患者获得了更好的治疗手段。

2019年康柏西普的

三大适应证成功进入国家医保目录，进一步扩大了医保覆盖的人群。

“公众看得起病，能够充分享受国家政策所带来的好处，而且还有很多配套的好措施，作为眼底病领域的医生我非常欣慰，在为患者治疗时少了很多后顾之忧。”

赵教授说。

作为以创新为发展核心的康弘药业，正在全力推动康柏西普走向世界，获得国际认可。在为中国患者乃至全球患者带来福音的同时，也在世界医药领域的舞台争得一席之地，可谓国之重器、民族自信。

《医师报》社常务副社长兼执行总编辑 张艳萍：

“非常荣幸能有康弘这样的合作伙伴”



不知不觉，一岁既除。在2020的开局，《新年礼物之爱就让她看见》微电影的播出令张社长感触颇深，她说影片故事让她想

起了海伦·凯勒曾说的，“有视觉的第二天，我要在黎明起身，去看黑夜变为白昼的动人奇迹。我将怀着敬畏之心，仰望壮丽的曙光全景，与此同时，太阳唤醒了沉睡的大地”。电影女主人公将盲未盲，满心恐惧。

在和康弘药业的合作中，张社长深深的感受到了他们对科研和对社会责任践行的

重视。《医师报》有这样的合作伙伴，张社长表示，“我们感到开心和荣幸。”一直以来，康弘以“做中国人自己的创新药”为己任，以“中国创造”走向世界为目标。如今的康弘已是行业标杆，在世界医药行业内奏响了中国之声。

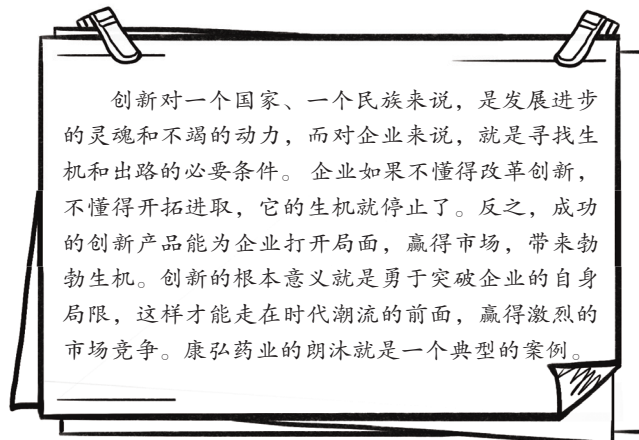
“有时，去治愈；常常，去帮助；总是，去安慰。”面对纷繁

疾病，没有有力的治疗“武器”，有时医者也无能为力，而朗沐的出现无疑为眼科医师们提供了有力武器。

公众健康与国家繁荣紧密相连，医药企业又关乎民族复兴伟业。张社长希望，未来能有更多医药企业，高举科研与责任并重的大旗，怀揣企业良心，让世界听到更多中国声音。

勇于突破自身局限

▲北京同仁医院眼科中心 王宁利



创新对一个国家、一个民族来说，是发展进步的灵魂和不竭的动力，而对企业来说，就是寻找生机和出路的必要条件。企业如果不懂得改革创新，不懂得开拓进取，它的生机就停止了。反之，成功的创新产品能为企业打开局面，赢得市场，带来勃勃生机。创新的根本意义就是勇于突破企业的自身局限，这样才能走在时代潮流的前面，赢得激烈的市场竞争。康弘药业的朗沐就是一个典型的案例。

国内眼科医药行业现状

随着全面建设小康社会的步伐不断推进，我国老龄化情况加重，新生血管性疾病患病比率增加。新生血管性眼科疾病是易发于老年群体中的一类疾病，在我国，新生血管性疾病总患病人群大约7700万，其中威胁视力的患者群体大约1500万，庞大的医疗费用，给公众和社会造成了严重的负担。

面对沉重的疾病负担，国内眼科医药行业的现状如何？能否充分解决巨大的医疗需求？这是摆在我们眼前不得不重视的问题。在国产眼科医疗设备方面，过去几十年走的是一条引进、消化吸收、再创新的路线。很多设备目前依然是国外进口设备垄断市场，如白内障超声乳化仪器，国内依然没有国产的优秀设备出现。国产眼科设备如人工晶体、角膜塑形镜、多光谱眼底照相机等走出了一条比较好的消化吸收再创新的路线，以人工晶状体为例，我国自主研发了国产高次非球面人工晶状体。

而在国产眼科药物方

面，我国仍然是仿制为主，如一些青光眼用药、抗生素类药物等都是仿制药。就医药行业整体而言，我国企业的自主创新能力仍然不足，拥有自主知识产权的自主品牌不多，核心技术缺乏，主要依靠从国外引进技术。据了解，目前国内共有约160个I类新药，其中眼科的创新药共有3个，分别是重组人表皮生长因子滴眼液，重组人干扰素滴眼液，以及康柏西普（商品名朗沐）眼用注射液。

自主创新药的缺乏导致了过去十几年新生血管性眼科疾病领域的市场一直被国外药物垄断，导致了一系列的问题出现，如药价高，供应少，看病难等。而朗沐的出现为此带来了颠覆性的改变。朗沐是由康弘药业集团倾心打造的自主品牌，是中国首个原研眼科创新药物，也是我国首个获得WHO国际通用名且拥有完全自主知识产权的生物I类新药。其上市就打破了国外药物垄断市场的局面，是医药领域创新的标杆，为眼底新生血管性疾病的治疗带来了有力武器。

唯创新者进 唯创新者强 唯创新者胜

眼下，企业要想发展，就要有好的创新产品，从而有好的市场，企业进而得到进一步发展。

新一轮科技革命和产业变革加速推进，我国科技创新基础能力和水平显著提升，同时也面临着新的发展形势需求和外部环境的挑战，迫切要求加快实施创新驱动发展战略，深入推进国际科技创新合作。在如今的形势下，医药行业想要发展就更需要创新。

产品要创新，技术要创新，服务要创新，管理也要创新。以前我国眼科99%的相关诊疗设备都要靠进口，现在这种情况已经慢慢改变，我国也不乏自主研发的创新医疗设备，同样眼科创新药我国也实现了巨大突破。创新是发展之本，唯创新者进，唯创新者强，唯创新者胜。这是这个时代的真理，是企业想要发展，国家想要发展必须走的一条路。

（本文根据王宁利教授在“2019国际医学科技创新领导力论坛”上的报告整理）