

# HPV 疫苗的营销： 医师职业精神的意义

---

Sheila M. Rothman, Ph.D.

*Professor of Sociomedical Sciences*

Mailman School of Public Health, Columbia University

第四届中美医师职业精神会议

中美医师职业精神研究中心

2009年10月19日

# Gardasil 是什么？

默克公司（Merck）的一种新型疫苗

保护人们免受四类人类乳头状瘤病毒（Human papillomavirus, HPV）的伤害

- HPV16和HPV18是两种高危型HPV
  - 70% 的宫颈癌与这两种病毒有明显的相关性
- HPV6和HPV11是两种低危型HPV
  - 与湿疣（genital warts）相关

# 报告的框架

- 默克公司针对疫苗的市场营销策略
- 默克的策略如何影响教育材料（ educational materials ）
- 专业医疗组织（ Professional Medical Associations ）的相关发展
- 医师职业精神的发现

# 2006年6月 Gardasil通过美国FDA 检查

Gardasil 是第一例通过认证的专门预防宫颈癌的疫苗

FDA报告指出, Gardasil

- 可以有效预防HPV的传染
- 对于预防由HPV16和18引发的宫颈癌癌前病变（precancerous cervical lesions）有近100%的有效性
- 可以预防由HPV6-11引发的湿疣（Genital warts）

建议9—26岁的女孩和女性接种Gardasil

# 默克的营销策略

- 尽管Gardasil 是一种预防HPV传染的疫苗，但默克将其作为一种抗癌疫苗进行营销
- 这种营销策略使得似乎所有女性和女孩都有相同的患宫颈癌的风险
- 注意，你的女儿可能是“下一个宫颈癌患者”

# 医疗与公共卫生相关：

科学家和公共卫生官员呼吁人们注意

其实Gardasil：

- 对危险性最小的细胞突变是最有效的
- 对先前已经感染的女性并没有预防和治疗作用

非HPV病毒也很有可能导致宫颈癌

广泛地接种疫苗似乎不会减少宫颈癌的发病率

# 与 Gardasil 相关的负面事件

在疾控中心（the Centers for Disease Control）2009年的报告中：

尽管大部分事件并不严重，但是也报告了：

- 过敏症，包括过敏反应
- 格林巴利后遗症（Guillain-Barre Syndrome）
- 横贯性脊髓炎（Transverse Myelitis）
- 胰腺炎（Pancreatitis）
- 血栓（Venous Thromboembolic Events）

Source: Slade et al, Postlicensure Safety Surveillance JAMA (2009) 302: 750-757

# 对新疫苗广泛使用的考查

- 医师是否对使用一种新疫苗对大部分人群进行免疫有了充分的认识？
- 是否应当等到有充分证据证明收益大于风险时才进行预防接种？
- 默克针对所有女性的营销战术是否会导致一些不必要的风险？

Source: Haug, The Risks and Benefits of HPV Vaccination, JAMA (2009) 302: 795-796.



# 在美国，也许宫颈癌疫苗并不是必须的

2004年，宫颈癌的致病和死亡率

- 10,520 例新发
- 3,900 例死亡

2004年，乳腺癌的致病和死亡率

- 216,000 例新发
- 40,000 例死亡

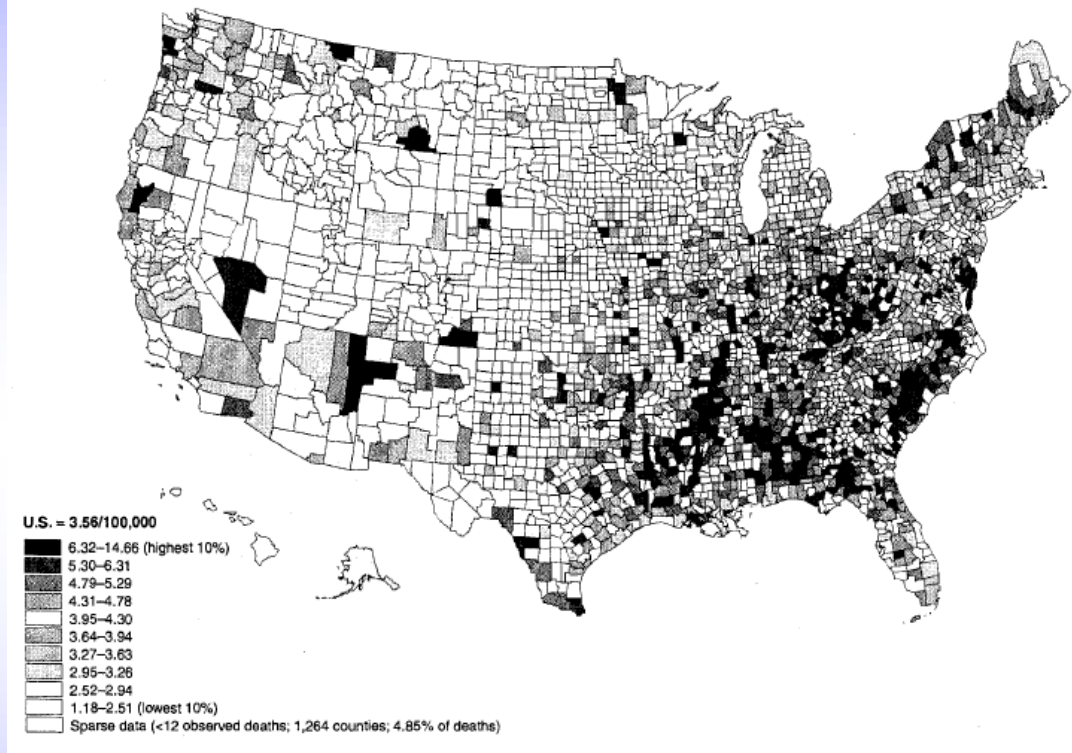
# 在美国，宫颈癌并不普遍

在美国，宫颈癌局限于分散的亚群体：

- 南部的非洲裔美国妇女
- 德克萨斯墨西哥交界处的拉丁裔妇女
- 阿巴拉契亚山区的白人妇女

# 宫颈癌死亡率

Map 1. Cancer Mortality Rates by County (Age-adjusted 1970 U.S. Population)  
Cervix Uteri: All Races, Females, 1970-1998



NCI “Excess Cervical Cancer Mortality: A Marker for Low Access to Health Care in Poor Communities,” 2005

# 默克的营销战略忽视了这些数据

- 宫颈癌患病率存在明显差异
- 接受常规巴氏早期癌变探查测试（pap tests）的妇女患病风险很低

但是，默克却将所有的妇女和女孩都作为其疫苗的目标对象

# 该战略有利可图

- 2008年，全世界销售额达**14亿美元**
- 默克从其战略中得益
- 一个公关专员（ **PR executive** ）惊叹：
- 默克有能力创造一个“莫须有”的市场（“**Create a market OUT OF THIN AIR**”）

# 专业医疗组织作为默克的目标对象

默克为许多专业医疗组织提供了很多教育基金：

- 女性健康（**Women's health**）
- 青少年健康（**Adolescent health**）
- 癌症（**Cancer**）

资助目的：

- 发展和传播教育材料
- 建立专门的疫苗代言机构
- 开展继续教育 (**CME**)
- 支持强制免疫

# 默克的营销策略对医师职业精神的影响

## Marketing HPV Vaccine Implications for Adolescent Health and Medical Professionalism

Sheila M. Rothman, PhD

David J. Rothman, PhD

**I**N PROMOTING ADOLESCENT HEALTH, immunization is frequently a cost-effective intervention, advancing “not only the functioning and opportunities of adolescents themselves, but also the quality of their adult lives.”<sup>1</sup> Gardasil, Merck’s new vaccine against 4 types of human papillomavirus (HPV), might achieve these goals. Used properly, it might benefit adolescent health and public health. Nevertheless, critical and unresolved questions remain and are addressed in this article. What are the consequences of this manufacturer’s decision to market its HPV vaccine primarily as an anticancer vaccine? Is the vaccine being targeted to adolescents at greatest risk and who stand to benefit most? Did pro-

The new vaccine against 4 types of human papillomavirus (HPV), Gardasil, like other immunizations appears to be a cost-effective intervention with the potential to enhance both adolescent health and the quality of their adult lives. However, the messages and the methods by which the vaccine was marketed present important challenges to physician practice and medical professionalism. By making the vaccine’s target disease cervical cancer, the sexual transmission of HPV was minimized, the threat of cervical cancer to adolescents was maximized, and the subpopulations most at risk practically ignored. The vaccine manufacturer also provided educational grants to professional medical associations (PMAs) concerned with adolescent and women’s health and oncology. The funding encouraged many PMAs to create educational programs and product-specific speakers’ bureaus to promote vaccine use. However, much of the material did not address the full complexity of the issues surrounding the vaccine and did not provide balanced recommendations on risks and benefits. As important and appropriate as it is for PMAs to advocate for vaccination as a public good, their recommendations must be consistent with appropriate and cost-effective use.

*JAMA. 2009;302(7):781-786*

[www.jama.com](http://www.jama.com)

Rothman SM, Rothman DJ Marketing HPV Vaccine: Implications for Adolescent Health and Medical Professionalism” *JAMA* (2009) 302: 781-785.

# 美国阴道镜检查与子宫颈病理学会

The American Society for Colposcopy and Cervical Pathology

- ASCCP是一个小型的专业学会
- 会员在常规巴氏早期癌变探查测试 之后将进行阴道镜检查
- 会员不接种疫苗
- 默克资助了 ASCCP 30万美元



# ASCCP如何使用基金？

- 为其会员提供了**173**个幻灯片以用于针对医学专业人员和  
非专业人员的报告
- 为做讲座的会员建立起一个代言机构（**Speaker Support  
Bureau**）
- 为默克进行讲座、场所和观众注册
- 在**2007—08**年，有**350**名会员针对**11, 500**名卫生保健专  
业人员进行了讲座

# ASCCP/Merck 口号 (1)

- 所有的女孩和女性都有可能患宫颈癌
- 对于宫颈癌， HPV 疫苗是“首要（primary prevention）预防”
- 宫颈癌筛查（比如巴氏早期癌变探查测试）是“次要预防（secondary prevention）”

## ASCCP/Merck 口号 (2)

- 所有的女孩和女性都应接种疫苗
- 应告知父母在女孩性成熟前为其接种疫苗
- 性别作为**HPV**感染的病因被夸大了

# ASCCP/Merck 口号 (3)

- 保险公司应当支付疫苗接种
- 政府应当资助疫苗接种
- 政府应当支持强制疫苗接种

# 美国大学卫生协会

## The American College Health Association (ACHA)

### ACHA:

- 为所有的美国大学生提供卫生保健
- 会员包括：
  - 医生 Physicians
  - 护士 Nurses
  - 管理人员 Administrators

# The ACHA Merck Grant

默克资助ACHA \$199,000，并创建了：

- 工具箱（A toolkit）
- 支持疫苗接种的卫生保健人员的议题
- 发送给学生和家长以鼓励预防接种的邮件样本信息

# 关于疫苗，学生可借鉴.....

给学生的邮件：

■ 列举了普遍的烦恼：

- 考试 Exams
- 约会 Dates
- 室友 Roommates

■ “现在，有些东西是你不需要烦恼的。而这又是一个大的烦恼。为什么要为宫颈癌烦恼呢？”

■ “聪明人快去接种疫苗吧”  
(BE SMARTER GET VACCINED)

# 关于疫苗，家长可以借鉴.....

- 给家长的邮件：
  - “她将会取得好成绩吗？她会经常给家里打电话吗？您最不希望她烦恼的事情是宫颈癌.....尽快鼓励您的女儿去学生保健室接种疫苗吧”
  - “疫苗可以挽救她的生命”  
( “IT COULD HELP SAVE HER LIFE.” )



# 医师职业精神的意义

- 专业医疗组织（**Professional Medical Associations**）应当为其成员提供风险收益相关的基于证据的数据
- 源自制药公司的旨在于制作促销其产品的教育材料的基金消解了该目的
- 专业医疗组织与产业之间的关系必须进一步透明
- 它们必须向其成员和公众公开接受制药公司资助的金额及其对资助者的义务