

广汽丰田在济营销寒意未退

日系车企营销策略亟待创新

◆晨报记者 刘民 济南报道

在中日之间僵局难解的情况下,“政冷经热”局面的结束似乎只是时间问题。种种迹象显示,广汽丰田等日系车在华销售若想全面复苏仍需时日。而这一切,也给两个月后将迎来十周年的广汽丰田销量预期增加了一些不确定因素。

6月28日在济南举行的一场名为“广汽丰田齐鲁英雄会”的促销活动,最终惨淡收场,不仅再次佐证了日系车正遭遇市场低迷,而且也证明价格战并非济世良方,只有创新营销方式才有可能摆脱窘态。真诚回馈顾客不仅能摆脱尴尬,也能有效阻止消费者购买品牌的转移。

超低价格“年中惠战”

“2014年年中惠战一触即发!广汽丰田携手汽车销售专家共同打造的‘齐鲁英雄会’活动,将为购车客户献上了一场真刀真枪、针锋相对的价格利润争夺战!”近日,一则“广汽丰田齐鲁英雄会”的

团购消息引人注目。主办方称,“为回馈广汽丰田新老车主,本次广汽丰田英雄会准备了力度空前的购车钜惠——汉兰达最高优惠3万元;凯美瑞、致炫、逸致等全系列车型享受厂家直供价格。活动当日,广汽丰田济南经销商将执行‘英雄三结义,组团享钜惠’的价格政策,即以3名购车者为单位,结成购车联盟,3人均购买汉兰达即可享受当日超低价。”

6月28日下午2点,晨报记者准时来到位于济南市西县的维景大酒店。举办活动的三楼报告厅能容纳200多人,可是现场只来了不到30人,其中一大半还是汽车销售店的工作人员。2点30分,主持人看到场面实在有些冷清,宣布活动启动时间由原定的下午2点推迟到3点。

3点钟到了,偌大的会场里只有40多个人,主持人宣布活动开始,并播放第九届“玄奘之路”国际商学院戈壁挑战赛的视频短片。这项挑战赛于今年5月20日至26日在甘肃省瓜州县举办,参赛人员全部是来自国内外30多所主流华语商学院的EMBA

学员,广汽丰田汉兰达是本届赛事的首席赞助商。

记者在现场看到,参加本届“英雄会”团购活动的有广汽丰田旗下的凯美瑞、汉兰达、逸致、致炫等车型。按照活动规则,现场每3个客户或者更多的客户可结成一个团购“英雄联盟”,购买同一车型即可享受一定优惠。比如,以凯美瑞200E精英版为例,指导价格是20.28万元,当日起售价格是16.28万元,团购3辆优惠1000元,团购9辆优惠2000元,团购15辆优惠3000元,团购21辆优惠5000元。此外,还有“好礼连环抽”活动,只要订车即可在现场1元拍连环抽奖,奖品有吸尘器、挂烫机、电风扇、蒙古包、蚊帐等。

车企营销亟待创新

按说,如此之大的优惠力度,应该能吸引不少“英雄”出手团购,然而,出人意料的是,现场气氛一直不温不火,不仅没有出现持币抢购的火爆场面,反而是为数不多的客户讨价还价的凌厉让销售人员疲于应付。

“这款汉兰达紫金科技版还能便宜吗?”张先生是来自章丘一家锻造企业的高管,他对组织方宣称的“超低价”似乎并不领情。导报记者看了一下价格表,该款车指导价为32.88万元,当日起售价29.88万元,而张先生的心理预期是29.18万元,他说之前已经有别的汽车销售店给出29.48万元的价格了。

长清平安镇的赵先生等三人是陪着亲属来买车的,他们看中了一款汽车指导价格26万多元,当日起售价24万多元。也许是觉得优惠的力度不够,赵先生砍起价来毫不客气:“我们这么大老远的接到电话就来了,耽误了一下午,就不能再便宜点儿?二十三万吧!来个客户不容易,别让我们跑到别的店里去了。”他抱怨说优惠不够,有点儿走形式。

“真的不能再少了,最低是23.93万元。”一位孟姓汽车销售人员说。她旁边一个男同事也帮腔:“我们申银汇山店6月8日刚开业,给你的这个价格前无古人后无来者,以后再也不会有了。你想想,一个导航

就3000多元,何况我们还要送保养呢。”

“送几次保养?小保工时费300至400元都包括什么啊?”赵先生问。“送几次保养要看是什么车,雷克萨斯是12次,我们是两次。”孟姓销售人员对赵先生等人的强势似乎有些不适应。

在讨价还价中,时间到了下午4点半,现场已经没有几个人了。会场上有几个销售人员在整理订金收据,但是对于本次团购活动的成交量,他们都讳莫如深。

不管日系车是否受大环境的影响,但对类似于“广汽丰田齐鲁英雄会”的“价格利润争夺战”,一些业内人士并不认同。“中国是世界最大的乘用车大国,市场竞争会越来越激烈,车企营销随着中国汽车市场大势走向深入和多元化,也更加讲究目标受众精准和传播效果。”在济南匡山汽车大世界负责汽车销售的赵志斌说:“车企的营销能力是销量快速增长的有力武器,车企在做宣传和活动时,有必要与时俱进,策划有创意的营销事件,以最短时间和最小成本提升宣传效果。”

“面对同质化竞争,车企应该出奇招比创意,要在创新营销上寻求突破。”一位不愿具名的专家说:“营销对于品牌知名度提高的重要性不言而喻,然而车企要找到适合自己的营销新方式并非易事。面对严峻的营销形势,日系车在营销策略上加快创新迫在眉睫。”

万艾可专利5月已到期

国产“伟哥”开抢仿制药先机

“7月1日,全球最大制药公司美国辉瑞的蓝色小药丸‘伟哥’(枸橼酸西地那非片,商品名万艾可)在中国的ED(勃起功能障碍)用途专利保护正式到期,国内抢仿大战一触即发。”类似这样的说法,是多家媒体对“伟哥”中国专利保护到期时间的描述。

然而,记者近日从国家知识产权局等多个渠道核实后发现,这个被国内医药产业翘首盼望的“大限之日”,早已于一个多月前的5月13日就悄悄来临。

目前,一场关于抗ED药物仿制及市场争夺的角力早已悄然开始,地奥集团、广药白云山等多家药企开始着手生产准备。而这背后,国产仿制药进一步提高质量的呼声也渐渐升高。

研报称市场上百亿

近日,记者从成都市内几家大型连锁药房了解到,目前国内在售抗ED药物几乎呈三分市场的局面,分别是辉瑞旗下“蓝色小药丸”万艾可、礼来旗下“黄色小药丸”希爱力(通用名他达拉非)以及拜耳旗下“橘红色小药丸”艾力达(通用名伐地那非)。记者从成都市内某大型连锁药房得到的销售数据显示,万艾可零售价为128元/粒,销售市场份额占ED类药物的65%;希爱力零售价为138元/粒,占32.8%;艾力达128元/粒,占2.2%。

据世界最大的医药咨询机构美国IMS健康公司的数据,在2013年国内抗ED药品市场中,万艾可在27个主要城市占据着58.8%的市场份额,希爱力占34.6%,艾力达占6.6%。

记者查看国信证券今年5月底发布的研报发现,国内ED患者人数约1.4亿人,但因国内抗ED药物定价贵,1次(1粒)费用100元以上,大大抑制了国内患者需求。国信证券分析指出,随着专利陆续到期,仿制药上市后相较于原研药具有性价比优势,被抑制的需求和购买廉价“假伟哥”的患者将转移购买仿制“伟哥”。

国信证券研报显示,假设国内约1.4亿的ED患者有30%接受治疗,则接受治疗人数0.42亿人;假设仿制药上市后定价分别为20元/粒,30元/粒,40元/粒,50元/粒,60元/粒,接受治疗的ED患者每年分别使用5次(粒)、10次(粒)、15次(粒)、20次(粒),中国潜在市场规模达百亿元级别。而目前ED正规治疗药品仅10亿元规模,未来具数十倍潜在增长空间。另外,来自世卫组织的统计显示,全球患有勃起功能障碍的男性约10%。按此计算,其市场容量在600亿-1000亿元。

国产“伟哥”磨刀霍霍

记者近日以专利号从国家知识产权局检索发现,辉瑞旗下万艾可在中国的专利保护期已于今年5月13日到期,而非外界盛传的7月1日,这一消



息也得到辉瑞方面证实。1994年,辉瑞制药向中国国家知识产权局申请万艾可主要活性成分“枸橼酸西地那非”治疗男性功能障碍用途的专利。2001年9月,“万艾可”获得了国家知识产权局的专利授权,同时获得国家药品监督管理局批准进入中国市场。

可以预见的是,万艾可中国专利保护到期,这一长期被辉瑞把持的巨大市场将会打破。

早在2012年1月,广药就聘任了诺贝尔奖获得者、号称“伟哥之父”的弗里德·穆拉德博士担任广州医药研究总院院长。6月26日,记者致电广药白云山获悉,白云山旗下“伟哥”研制项目现已完成申报生产的全部研究工作,已申报生产批文,其仿枸橼酸西地那非片(万艾可)已处于审批状态,公司内部也组建了团队,负责国产“伟哥”生产的前期准备,对于未来药品上市的价格和市场推广,白云山也已经有一系列规划。据公司内部人士透露,未来国产“伟哥”在价格上肯定比辉瑞有优势,但具体优势多大,会依市场接受度而定。白云山董秘陈静向记者表示,公司争取成为国内第一批生产国产“伟哥”的药企,如果拿到该药的审批文件,最快年内有望上市,不过一切还视食药监总局的审批情况进行。

记者采访时发现,截至目前,白云山尚不知晓万艾可在中国的专利保护已于5月到期。无独有偶,早在2004年10月就已提交“伟哥”仿制药生产批文的地奥集团也表示,尚不清楚辉瑞万艾可中国专利已到期的事实。不过,对于像地奥和白云山这类提前为即将“解禁”的市场做准备的药企来说,这一日期又显得不那么重要。地奥集团相关负责人透露,地奥已经准备好用于制备国产“伟哥”的设备和原料,只要拿到相关生产批文,即可在四川广汉进行生产制备,仿制“伟哥”上市的零售价一定会比进口“伟哥”便宜。

去年7月,天方药业研发的“伟哥”经国家食品药品监督管理总局审批完毕,获准上市销售。根据国内惯例,从获批临床到上市,通常需2-3年的临床检测周期。市场分析认为,天方药业版“伟哥”将以每粒30元左右“超经济”的市场售价撬动美国“伟哥”在华

十多年的寡头地位。

此外,另一家上市公司常山股份已发布公告称,其研发的枸橼酸西地那非片有望于2015年上市。

国信证券研报显示,过去10年,有11家中国企业参与申报枸橼酸西地那非仿制药。记者日前查询的国家食药监总局网站药品注册批件信息显示,除了上述3家企业外,江苏联环药业、四川源基制药、珠海经济特区生物化学制药厂、北京中天康达医药、广东生化制药工程技术开发中心等10余家企业,均已申请了伟哥仿制药批文。

仿制药质量尚需提高

“伟哥”专利到期所带来的市场正是国内药企仿制药发展的一个良好契机。未来几年,全球将有数百种药的专利相继到期,蕴藏着超过千亿美元的市场。对于超过九成药品均为仿制药的中国市场来说,这将是一个巨大的蛋糕。

不久前,卫计委等八部委出台《关于做好常用低价药品供应保障工作的意见》。卫计委有关部门负责人公开表示,“引导医务人员尽量用价廉质优的药品,能用便宜的不用贵的,能用仿制药不用原研药。”

然而,席庆告诉记者,对于国产“伟哥”的药效,还需要根据国家要求进行生物等效性评价,尽管药效化学药物的分子结构都是一样的,但辅料有所不同,稳定性或有差异。这也是国产仿制药最易受到诟病的地方。

据了解,目前,我国4000多家生产企业共持有药品批准文号18.7万个,其中,化学药品批准文号约12.1万个,绝大多数为仿制药。国家食药监总局开展的药品质量评价性抽检结果显示,部分仿制药与被仿制药质量上存在差距。

我国仿制药生产一直被“只仿药,不仿工艺、流程及晶型”难题困扰,虽然掌握原研药的化学成分、原料药、辅料等信息,但是对于原研药通过长时间积累起来的特殊工艺、质量控制流程,以及化合物晶型等关键技术节点重视程度不够。

随着国内仿制药的进一步完善,相关药企有望共享更大的市场蛋糕。(据《每日经济新闻》杨刚)

新《消法》下 金融消费市场秩序仍不乐观

◆晨报记者 蒋丽君 济南报道

新修订的《消费者权益保护法》(以下简称新《消法》)明确规定:“采用网络、电视、电话、邮购等方式提供商品或者服务的经营者,以及提供证券、保险、银行等金融服务的经营者,应当向消费者提供经营地址、联系方式、商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等信息。”

新《消法》下,金融消费的维权实现了有法可依,提供金融服务的经营者负有特别的信息披露义务,金融消费被纳入了《消法》调整的范围。然而,晨报记者在济南调查发现,在金融消费领域,市场秩序仍然比较混乱,大部分消费者缺乏维权意识,对部分违反新《消法》的行为视而不见。

新《消法》为金融消费者提供更多支持

新《消法》指出:“证券、保险、银行等金融机构在销售金融产品或者提供金融服务时,如果交易的相对方并非专业投资人,而是在相关交易信息和知识能力方面居于劣势的自然人,那么该类交易相对方就属于金融消费者。”新《消法》对金融消费者作出了明确定义,且规定的金融机构和金融消费的领域较广。金融机构包括但不限于证券、保险、银行,其他经央行批准设立的金融机构也在范围之内;金融消费领域既包括金融机构向消费者销售的金融产品,也包括金融机构向消费者提供的存贷等金融服务。

山东省消费者协会相关负责人李主任介绍,由于金融消费者在信息获取能力、风险承受能力以及交易地位等方面处于弱势地位,新《消法》确认的双方权利义务对等的调整,对资源占有方面处于劣势的一方提供了更多的支持与救济。

销售误导行为屡见不鲜

记者走访济南多家金融机构了解到,目前市场上仍存在较多销售误导行为,侵害消费者知情

权。部分金融机构把其他金融产品当做银行理财产品销售,其中,保险产品误导率较高,“存款变保险”的案例时有发生。另外,在理财产品销售过程中,部分销售人员回避产品风险,夸大理财收益。

历下区的陈先生向记者反映,他经常在窑头路各大银行办理个人储蓄业务。“银行工作人员常常介绍我到相关的证券公司了解业务,有一次某证券公司向我推荐了一款收益率高达20%的理财产品,并表示该产品挂钩某国际大宗商品的价格,收益可观。”面对证券公司销售人员天花乱坠的宣传和高收益的诱惑,陈先生没有立刻购买该理财产品,回家后跟做投资公司的好朋友商量,想回去购买,这才知道这种理财产品到期后,很可能不会盈利,反而亏损。“朋友告诉我,最后即使亏损,证券公司也只需要告诉我‘理财产品的风险应由消费者承担’即可。朋友给我讲解了很多这种理财产品的风险,可是证券公司都没有向我详细说明,只是一味地强调理财收益。”

这样的案例屡见不鲜。李主任告诉记者,以前他们在接到此类投诉后,往往难以调解,而在《新消法》的框架下,陈先生的遭遇显示金融机构在信息披露的过程中明显损害了消费者的知情权,“对于一些金融产品,消费者普遍缺乏专业知识,忽略潜在风险,金融服务领域经营者有信息披露的义务。”

根据最近的“中国消费者权益保护研究报告”数据显示,金融消费者不能全面获取产品或服务信息知情权。其中,金融机构明确告知消费者产品名称的,仅占59.7%;明确告知服务人员与机构关系的,仅占46.8%;明确告知购买产品投资对象的,只有46.4%。也就是说,相当一部分金融消费者对金融机构的基本信息并不了解,包括一些重要信息。

“有了相应的法律保护,需要消费者提高维权意识,积极向相关部门反映情况,我们也能及时对违反法律规定的金融机构作出惩罚。”济南市消协相关负责人提醒消费者。

中国已退运 125.2 万吨 美国玉米及其制品

6月30日,国家质检总局办公厅副主任陆春明在例行新闻发布会上称,自2013年10月深圳口岸从一船进口美国玉米检出未经中国农业部批准的MIR162转基因成分后,截至2014年6月16日,全国出入境检验检疫机构共在125.2万吨进口美国玉米及其制品中,检出MIR162转基因成分。

陆春明称,对这125.2万吨进口玉米及其制品,口岸检验检疫机构均依法作出了退运处理。质检总局要求各口岸检验检疫部门,继续加强口岸把关,一旦在进境农产品中检出未经批准的转基因成分,一律作退运或销毁处理。

陆春明强调,有关进口企业要注意依法保护自身利益,合同中宜明确进口玉米和玉米酒精粕要符合中国的法律法规。一旦检出未经中国批准的转基因品系,应积极配合检验检疫机构做好后续处理工作。

6月9日,路透社援引一大型进口贸易商的消息称,6月6日,中国质检部门停发了美国玉米干酒糟(DDCS)的进口许可。质检总局30日的发布会“印证”了这一消息。

干酒糟是乙醇生产的副产品,可用于牛和猪的饲料。这是中国退运美国含MIR162转基因成分玉米后,第二个遭退运的货种。MIR162转基因玉米是瑞士种子和化学品生产商先正达研发的产品,迄今尚未获得中国农业部的进口批准。

中国退运美国转基因玉米及干酒糟,给美国谷物及大豆市场带来了影响。据华尔街日报报道,美国农业部的数据显示,中国退运美国玉米干酒糟已引发干酒糟价格大幅下行,自6月3日以来累计跌幅达到19%左右。6月24日,美国东部玉米带的干酒糟批发价格为每吨167.50美元,低于6月3日的207.50美元。(欧昌梅)