

上海医药:营销费连年涨 高管频落马

两高管先后被查

继原董事长被查之后,上海医药又一位前高管接受调查。11月21日,据上海市闵行区纪委监委消息,上海医药集团股份有限公司原副总裁顾浩亮涉嫌严重违纪违法,目前正接受上海市闵行区纪委监委纪律审查和监察调查。

前一日,上海医药发布公告称,公司董事会在11月18日收到周军的书面辞职报告。因个人原因,周军辞去上海医药董事长、非执行董事、董事会战略委员会召集人及委员等全部职务。辞任后,周军将不再担任上海医药及下属企业任何职务。港股上市公司上海实业控股有限公司、上海实业环境控股有限公司是周军任职的另外两家上市公司,同一日,上述两家公司也发布其因个人原因辞职的消息。

就在董事长辞职当晚,“廉洁上海”官微发布消息,上海医药原董事长周军因涉嫌严重违纪违法,正接受上海市纪委监委纪律审查和监察调查。

公开资料显示,周军在证券、收购合并、金融投资、房地产、项目策划及企业管理等方面有近30年工作经验,从2017年2月起担任上海医药董事长、董事、总裁,曾担任上海实业控股有限公司副董事长兼行政总裁,香港联交所和新加坡交易所上市公司上海实业环境控股有限公司董事局主席、上海星河数码投资有限公司董事长等多个职位。

针对公司高管被查一事,北京商报记者联系了上海医药方面,但截至发稿未收到任何回复。

11月21日,据上海市闵行区纪委监委消息,上海医药集团股份有限公司原副总裁顾浩亮涉嫌严重违纪违法,目前正接受上海市闵行区纪委监委纪律审查和监察调查。就在前一日,上海医药官宣周军辞去董事长等全部职务。当晚,“廉洁上海”发布消息,上海实业(集团)有限公司总裁周军涉嫌严重违纪违法,正接受上海市纪委监委纪律审查和监察调查。今年以来,上海医药已有6名高管被查,多位业内人士分析认为,这或许与医药反腐有关。

或涉医药反腐

自今年9月以来,上海医药已有6名高管被查。据上海市闵行区纪委监委此前消息,上海医药集团股份有限公司原副总裁、上海上柯医药有限公司原董事长潘德青、上海上柯医药有限公司原总经理李平、上海上药第一生化药业有限公司原总经理陈彬华、上海上药第一生化药业有限公司原副总经理黄臻辉涉嫌严重违纪违法,正接受上海市闵行区纪委监委纪律审查和监察调查。

上述被查4人的就职单位中,上海上药第一生化药业有限公司是上药集团子公司,上海上柯医药有限公司隶属于上海上药第一生化药业有限公司。彼时,上海医药回应称不知悉前述人员被调查的具体原因,且表示前述人员均已不在公司任职,日常生产经营活动未受到影响。

一位法律人士分析认为,上海医药高管被查大概率与医药反腐有关。2019年6月,财政部宣布开展医药行业会计信息质量检查工作,涉及77家医药企业,其中4家企业与上海医药相关,分别为上海信谊联合医药药材有限公司、上海上药新亚药业有限公司、

上海信谊天一药业有限公司、山东信谊制药有限公司,4家公司财务造假金额合计约7736.11万元。

彼时,上海信谊联合医药药材有限公司、上海信谊天一药业有限公司为上海医药全资子公司,上药信谊持有山东信谊制药有限公司67%的股份,上海医药持有上海上药新亚药业有限公司超过95%的股份。

营销费用过高

上海医药成立于1994年,主营业务覆盖医药工业和医药商业,连续四年荣登《财富》

世界500强,2023年位列第438位。《财富》2023中国上市公司500强排行榜中,上海医药集团位居第57名。

医药工业方面,上海医药通过打造具有优势的研发、临床研究、中试、产业化及营销的工业体系,持续为患者提供超过750个品种的优质药品及健康产品。医药商业方面,作为中国第二大医药商业企业和国内最大的进口药品、疫苗、医疗器械服务商,上海医药拥有覆盖全国25个省、直辖市与自治区的商业渠道与零售网络,持续为各级医疗机构、零售机构、合作伙伴及患者提供服务。

2022年,上海医药实现营收2319.81亿元,实现净利56.17亿元。上周出炉的2022年度中国医药工业百强榜中,上海医药排在第六位。今年前三季度,上海医药实现营业收入1975.08亿元,同比增长13.11%。受上年同期子公司青春宝搬迁收益以及本期参股公司上药康希诺计提资产减值准备等一次性特殊损益的影响,上海医药实现净利37.97亿元,同比下滑21.13%。

作为易滋生腐败的领域,过高的销售费用是诱发公司合规风险的因素。最新财报显示,2023年前三季度,上海医药销售费用达104.7亿元。数据显示,过去五年,上海医药销售费用居A股药企榜首,2018年达110.6亿元,首次突破100亿元。至2022年,上海医药销售费用攀升至142.8亿元。

北京大健康法商团队负责人邓勇对北京商报记者表示,上海医药高管接连被查或许与医药反腐有关,国家的反腐行动持续推进,反腐永远在路上。

北京商报记者 姚倩

国产羽绒服高溢价的是与非

“千元内已经买不到合适的羽绒服了。”这两年,每到寒冬时期,网友们便会发出这样的感慨。11月22日,SKYPEOPLE天空人某款羽绒服售价高达7200元的相关话题冲上微博热搜,引发2亿多网友围观,网友就国产羽绒服价格相关问题展开激烈讨论。随着舆论发酵,品牌方下场回应“足斤足两,不会太便宜”。一句“足斤足两”就让消费者接受高价有点难,这其中的足斤足两到底是什么斤两,又能否撑起小万元的价格,这些问题恐怕需要企业作出更加清晰的解释。

羽绒服重塑为“轻暖弹三位一体”的全面产品是SKYPEOPLE天空人对外宣称的主要内容。在这种高科技的加持下,SKYPEOPLE天空人产品的主力价格在3000-8000元之间。

在资深品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄看来,科技能带来的溢价可以无限大,但这要看科技的实用性,如果是没有实用性的科技并不能带来多大的溢价。另外,从这个品牌的沉淀周期来看,也很难得到用户的信任。

营销出圈

“做一个对标顶级羽绒服品牌的好产品”是SKYPEOPLE天空人的初心。据了解,该品牌目前已经在北京三里屯太古里、金融街购物中心及上海长宁来福士等地开设门店,与高端服装品牌Moncler、纪梵希、Kenzo等毗邻。

SKYPEOPLE天空人的创立被看作是教育机构跨界服装领域,还打着科技的底色,在业界看来多少有些不协调,并在揣测SKYPEOPLE天空人的高科技到底有多少含金量。

据了解,SKYPEOPLE天空人没有对外披露在研发层面的具体投入,这也让外界对SKYPEOPLE宣传的高科技可信度无从考证得知。从其专利方面来看,天眼查信息显示,SKYPEOPLE天空人母公司北京冰原服饰有限公司目前仅有4项专利,且均为外观专利。

程伟雄表示,如果只有外观专利,那所谓的科技意义不大。外观专利在鞋服行业太常见了,随随便便的款式外观都可以

申请专利。对于鞋服行业而言,重要的、真正能做到有溢价甚至高溢价的还是那些保暖、防寒、绒、面料之类的核心创新的专利,这些才是硬实力,也更能提升品牌的溢价空间。

与研发层面相对的是,SKYPEOPLE天空人在营销层面似乎更出圈。据不完全统计,成立不到两年时间,SKYPEOPLE天空人合作的艺人明星包括宋威龙、朱正廷、许凯、王栎鑫、关智斌、李溪芮等。

“外观专利是对产品外观设计的保护,体现了企业在设计创新方面的努力。然而,仅有外观专利并不能完全保证产品的性能和性价比,企业还需要在提高产品科技含量、提升保暖性能等功能性方面也需要持续创新和投入。三流的企业卖产品,一流的企业卖文化,在做好高品质与创新产品的基础上,对消费者文化输出和心智的影响才能有为高溢价买单的结果。”贝恩公司全球商品战略顾问总监潘俊分析道。

其实,国产羽绒服近两年的价格不断上涨频频被消费者吐槽。“千元内买不起一件像样的羽绒服”成为越来越多消费者无奈的调侃。近几年,包括波司登、鸭鸭、雅鹿等在内的品牌都推出多款千元羽绒服,也都不同程度地主打科技感。

程伟雄表示,这几年,国货羽绒服的溢价空间逐步攀升,可以理解。因为基于面料辅料原材料、加工、宣传流量等的成本在不断提升,如果品牌还停留在低端价格带博弈,那显然没有未来,做品牌本身就意味着溢价,但也需要同时注意保证质量以及一定的性价比。

北京商报记者 郭秀娟 张君花

共享新格局 共话新消费 共建新生态

2023北京汽车流通行业大会成功举办



11月22日,由北京市商务局、北京市经济和信息化局主办,北京市汽车流通行业协会、北京商报社承办的2023北京汽车流通行业大会在北京国家会议中心成功举办。大会邀请了来自政府和主管部门领导、汽车行业资深专家、行业协会以及汽车流通企业代表出席,有效搭建起了“政企学研媒”的沟通交流平台。

2023北京汽车流通行业大会作为2023北京消费季-北京购车节的重要活动之一,既是对2023年北京汽车流通市场的总结以及2023年北京购车节的收官活动,也是对2024年北京汽车流通市场的展望。据介绍,2023北京购车节是集新车展示发布、购车优惠促销、动态试乘试驾、沉浸式互动体验、行业大会为一体的系列活动,2023北京购车节联合金港汽车公园、酷车小镇、博瑞汽车大集以及751车谷小镇等汽车园区及企业,集结了50余个传统和新势力车企品牌,近300款车型参与了线下展销,活动同时结合餐饮、娱乐、市集等丰富形式进行跨界融合,为北京地区汽车消费市场注入了新动能、新活力,有效带动全市汽车新消费。

据了解,首次举办的“北京汽车流通行业大会”作为2023北京购车节的收官大会,不仅是汽车流通领域的聚会,同时也为北京乃至全国汽车行业发展提供了重要指南,为政府、企业、协会、研究机构、媒体提供了跨领域的沟通和交流平台,打造了北京地区年度汽车流通行业新IP。

2023年中国经济已经迈入全力回稳复苏

的关键阶段,汽车流通市场也迎来了充满巨大挑战和机遇的新常态。作为国民经济的支柱产业,汽车行业跟国家的宏观经济政策走向密切相关,如何在逆境中突破重围、破局困惑,在政策红利之下打开新格局,中国汽车流通协会会长沈进军表示:“从市场层面看,产能释放过度与需求相对不足已成为现阶段汽车市场的主要矛盾;从产品层面看,传统燃油汽车下行已成趋势,新能源汽车高速增长并进入政策与市场双轮驱动的全新发展阶段,此消彼长趋势越发明显;从行业层面看,汽车流通行业和广大经销商进入了深度调整期。”

国家信息中心信息化和产业发展部副处长包嘉成表示:“当前经济‘稳’的基础不断夯实,‘进’的势头逐步显现,‘新’的动能加快集聚,预计2024年在宏观经济支撑、供给推动和政策护航下,北京市有望继续保持稳定。”

全国乘用车信息联席会秘书长崔东树通过详实的数据分析表示:“零碳化正在推动世界汽车市场的转型,未来汽车的定位逐渐从机械工具变成耐用电子消费品,汽车的使用周期也将大幅缩短,更新将持续加速。”

会上深蓝媒体智库发布了2023北京地区新能源汽车市场调研报告,报告通过客观数据分析了北京市新能源汽车行业的特点,从产业模式、发展现状、消费人群画像、面临的问题以及发展建议等方面,以媒体智库的视角分析总结了北京市新能源汽车市场发展中的优势和不足。

北京商报综合报道



科技底牌

“科技基因”是SKYPEOPLE天空人小万元高溢价的底牌。

SKYPEOPLE天空人官方回应,“从第一天我们就想用‘科技公司基因’结合最好的材料,做一个对标顶级羽绒服品牌的好产品。当然,好产品足斤足两,不会太便宜”。

“足斤足两不便宜”是SKYPEOPLE天空人对于消费者不理解高溢价的解释。不过这样一句话似乎并不能让消费者认可并理解产品高价。在小红书平台,不少消费者吐槽天空羽绒服贵,不值这个价。在SKYPEOPLE天空人天猫官方旗舰店,该款售价7200元的羽绒服目前付款人数仅为7人。

SKYPEOPLE天空人强调的科技到底是什么被消费者重点关注。

在羽绒服行业,SKYPEOPLE天空人还是一个新星,并没有多少人听过高端羽绒服里还有一个这样的品牌。

北京商报记者了解到,该品牌创立于2022年,是北京冰原服饰有限公司旗下的服装品牌。而该公司和教育机构猿辅导同属一个母公司——看云控股集团。在SKYPEOPLE天空人小程序中,该品牌也直接宣称猿辅导旗下羽绒服品牌,定位是羽绒科技公司。

“使用800蓬松度的钻石白鹅绒,绒子含量90%”“轻盈科技面料”“箱式充绒技术”等都是SKYPEOPLE天空人产品宣传中常见的词汇。以专注于用机能面料、创新结构结合户外工艺为初心,致力于将传