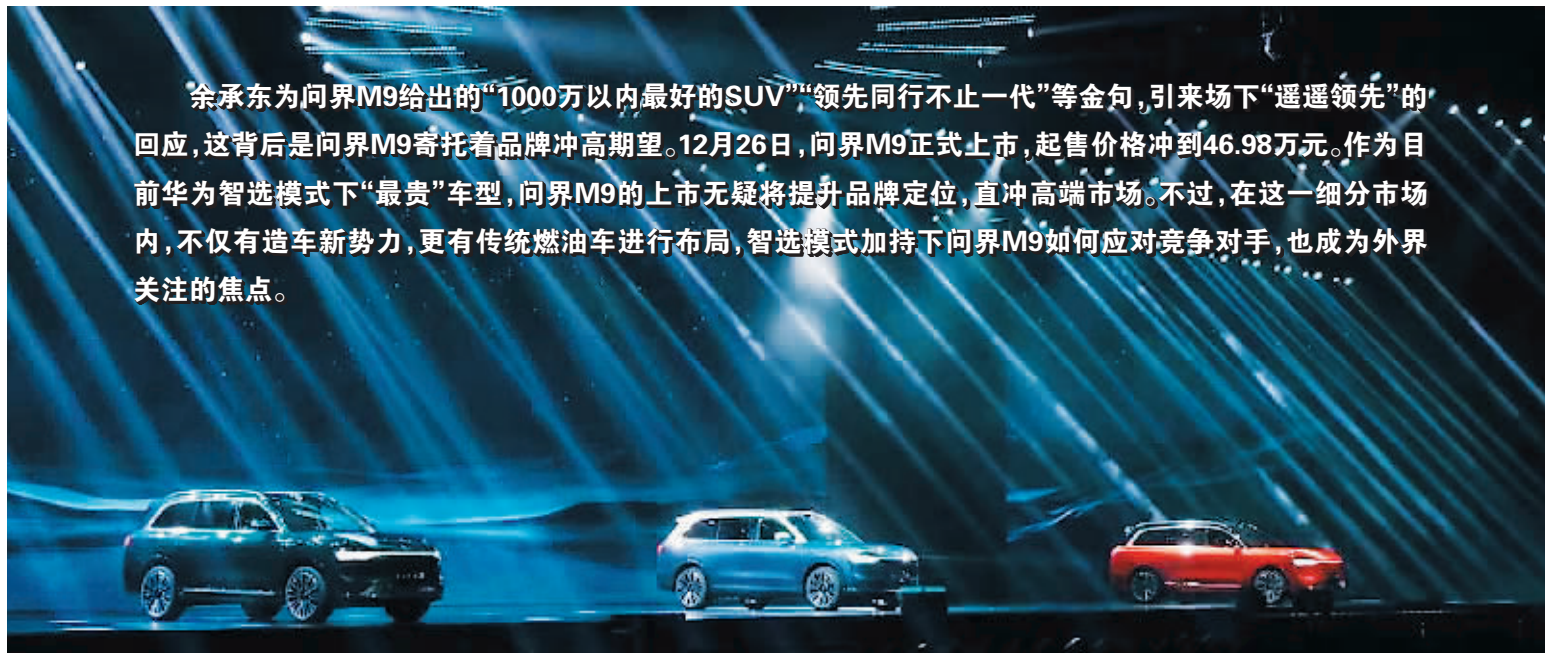


问界M9能否撑起华为门面



余承东为问界M9给出的“1000万以内最好的SUV”“领先同行不止一代”等金句，引来场下“遥遥领先”的回应，这背后是问界M9寄托着品牌冲高期望。12月26日，问界M9正式上市，起售价格冲到46.98万元。作为目前华为智选模式下“最贵”车型，问界M9的上市无疑将提升品牌定位，直冲高端市场。不过，在这一细分市场内，不仅有造车新势力，更有传统燃油车进行布局，智选模式加持下问界M9如何应对竞争对手，也成为外界关注的焦点。

“黑科技”加持带货

问界M9及华为冬季全场景发布会上，华为终端BG CEO、智能汽车解决方案BU董事长余承东带着问界M9压轴出场，一辆新车发布占据全场一半以上时间，问界M9无疑是发布会的主角。

今年上海车展前夕，问界M9正式亮相并开启预订，为保持热度问界也随时在重要场合提及M9。余承东毫不掩饰对M9的夸赞，称其为“千万元内最好的SUV，马路上能看到的最大SUV”。预热8个月，问界M9也吊足外界“胃口”，只等新车上市。发布现场，余承东直言：“1000万以内最好的SUV来了。”

作为赛力斯与华为合作的第三款智选车型，问界M9定位全尺寸SUV，基于全新平台

打造，提供增程和纯电两种动力形式。余承东表示：“我们把最好的华为智能汽车黑科技全部带上M9。”据了解，问界M9应用了多项华为的汽车新技术，包括全新豪华D级平台、采用一体化压铸的玄武车身，华为途灵智能底盘、猫头鹰前轮转向、华为隐私声盾、智慧投影灯光系统、华为巨鲸800V高压电池平台、32英寸车规级车内投影等。

在空间上，问界M9前排空间达1045mm，二排空间1060mm，三排空间950mm，空间尺寸公布后有网友表示：“这个感觉快赶上MPV车型了。”续航方面，问界M9增程版的52度电池版本CLTC工况下续航里程达到1402km，纯电续航275km；纯电版搭载华为“巨鲸”800V高压电池平台，充电5分钟续航150km，CLTC工况下续航达到630km。

智能化“武装”外，余承东在介绍问界M9

亮点时，在加速时间、综合续航、转弯半径等多项数据上，与库里南4座、迈巴赫GLS 600等车型进行对比。余承东称：“这款车的白车身铝合金占比80%，车身轻量化系数为2.02，比迈巴赫GLS600更轻量，问界M9的转弯半径比Model 3都小。”拉上豪华品牌，为新车制造热度话题。

冲高“敲门砖”

黑科技全部上车、不断对比豪华车型数据的背后，问界正在开启“冲高”之路。

根据官方信息，问界M9增程Max版46.98万元、问界M9增程Ultra版52.98万元、问界M9纯电Max版50.98万元和问界M9纯电Ultra版56.98万元。售价区间为46.98万—56.98万元，而这是目前智选车型方案中价格最高的产品。

随着电动车市场的转型，自主品牌开始不断挑战高端市场。从一开始的新势力到后期的自主小号，冲刺高端市场提升溢价能力和品牌力已成为车企间的共识。今年以来，40万—50万元区间车型更是成为车企增量目标。例如，比亚迪仰望、东风猛士、长城坦克、理想MEGA、蔚来ET9等品牌和车型都在持续上探。中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉认为，目前电动车市场竞争愈发激烈，高端豪华汽车市场中的新能源车表现较强，如果品牌能在高端市场站稳脚跟，就能进一步提升品牌力和溢价能力。

东吴证券研报认为，国内乘用车市场价格中枢持续提升，低中高价格产品均已出现高端化趋势。在外界看来，问界M9的上市将帮品牌敲开高端市场的大门，因此对于华为和赛力斯而言该车型都尤为重要。

值得一提的是，为帮助问界M9更好地铺路，在新车上市前不仅是余承东不断为新车预热，赛力斯方面也在加紧调整状态。北京商报记者了解到，在新车上市前赛力斯董事长张兴海密集走访问界M9的核心供应链企业。其中，包括常州星宇、博俊科技、昆山沪光等多家供应链企业，张兴海深入了解企业的各项业务进展和技术创新等情况，这几家企业均为AITO问界M9的核心供应商。张兴海表示，在高质量原则下提速交付周期。乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为，一款产品上市能否成功打开销路，一方面是基于产品配置定价，另一方面制造端的保证也尤为重要。

据了解，问界M9明年2月26日起开始规模交付，目前订单量超5.4万辆。赛力斯汽车有限公司总裁何利扬表示：“赛力斯汽车正快速提高产能，尽快将问界M9交付到消费者手中。”

“激战”市场

瞄准高端市场增量下，问界M9也将面对来自竞争对手的挑战。

尽管在余承东数据对比中，提及的车型多为库里南、GLS等车型，但在汽车市场中，车身尺寸并不是对比竞品的唯一标准。在外界看来，其与高价位豪华车型做数据对比，更多的是想提升品牌价值。同价位来看市场也有不少品牌产品布局，未来也将成为问界M9的对手。

从造车新势力来看，去年蔚来已推出新款ES8，占据纯电动高端中大型到大型SUV市场，由于上市时间较早该车型在市场也积累了一定口碑。此外，与问界M9价位相近的理想L9更是被外界认为是其直接竞品。新车发布时，余承东表示，问界M9全车满配可达10块屏幕，随时满足用户驾驶、娱乐、工作的全场景需求，并实现车规级投影系统上车，配合32英寸升降式投影幕布。

值得一提的是，问界M9推出了纯电与增程两个版本，不仅是电动车型，在燃油车市场也会遇到同价位的对手。目前，能覆盖问界M9价位的车型，包括奔驰GLC和宝马X3等，这部分价位车型的顶配与问界M9相近。

不仅是豪华一线产品，二线豪华品牌如雷克萨斯NX、英菲尼迪QX60、QX50也将与问界M9同价位竞争上相遇。这意味着，问界M9还要面临更多竞品对手。业内人士认为，在消费者选择车型上，首先考虑的还是价位问题，在同价位上问界M9在尺寸占据优势。但豪华品牌在该价格区间属于走量车型，在消费者心中口碑较高，虽然问界M9有更多科技加持，也将面临一定挑战。

北京商报记者 刘晓梦/文 企业供图

2023日韩美妆遇冷 中国美妆火出国

日韩美妆的遇冷还在继续。12月26日，“年底进口化妆品价格跳水几乎腰斩”登上微博热搜，北京商报记者了解发现，这种价格大跳水在日韩美妆领域尤为明显。譬如LG生活健康旗下的whoo后套装礼盒从超千元的价格跌至六七百元、资生堂红腰子价格腰斩、怡丽丝尔价格下跌超200元……与日韩美妆遇冷形成强烈对比的是，国货美妆在国内市场不断增长的同时在海外市场也掀起了一些水花，当反代购成为一种时尚，海外市场让国货美妆看到更多机会。

“一年送的比一年多”

在淘宝天猫国际自营店里只需用777元就可以入手一套原价超千元的whoo后天气丹7件套套装，这在消费者莉莉眼中已经不是新鲜事。在莉莉的印象中，近两年whoo后就是这个样子，降价降得很厉害，部分代购手里600元就能买到。

事实上，从中国市场韩妆整体现状来看，whoo后只是韩系美妆的一个缩影。除了whoo后的价格大跳水外，像苏秘37°的线下专柜、悦诗风吟的大规模关店均被认为是韩妆在中国市场遇冷的表现。

日妆虽没有韩妆如此明显，但在日本排放核污水后，日系美妆遇冷的声音越来越大。这种声音最为直观的现象就是日系美妆品牌产品价格跳水。其中，资生堂具有一定的代表性。

消费者小雨告诉北京商报记者，几年前在代购手中50ml的红腰子价格为600多元，如今沃尔玛120ml才需要598元，李佳琦直播间50ml如今也才370元。“别的品牌都是一年多多次涨价，价格一年比一年贵，只有资生堂一年送的比一年多。”小雨调侃道。

除了红腰子，资生堂旗下另一品牌怡丽丝尔的价格也下降得厉害。消费者阿班表示，2019年买的怡丽丝尔水乳在国内市场价格要500多元，如今209元的价格真的是大跳水。消费者田桐表示，怡丽丝尔便宜了太多，经典的优活颜系列现在能便宜200多元。

就产品价格跳水相关问题，北京商报记者对资生堂进行采访，但截至发稿未收到回复。

在深圳市思其晟公司CEO伍岱麒看来，像资生堂这样的日妆品牌受到排核污水事件的影响很大。护肤品牌属于消费者长期接触使用的产品，可替代性较高，一旦消费者对于产品产地或者原料有顾虑，很容易寻求国货品牌或者欧美系品牌进行平替。

概念化营销失灵

价格跳水、产品遇冷，对日韩系美妆品牌最直接的影响是业绩出现下滑。

根据财报信息，资生堂今年三季度净销售额为2282亿日元（约合人民币109.92亿元），同比下滑15.3%；核心经营利润为88亿日元（约合人民币4.24亿元），同比下滑52.9%。由于三季度业绩的下滑，抵消上半年的增长，前三季度资生堂净销售额为7224亿日元（约合人民币347.98亿元），同比下滑5.3%；核心经营利润为368亿日元（约合人民币17.73亿元），同比增长1.6%。

从中国市场情况来看，资生堂三季度销售额下滑幅度为9%。抵消掉上半年的增长，前三季度中国市场退居为资生堂第二大市场。

再看LG生活健康，2023年上半年，其销售额同比下滑0.5%，营业利润同比下滑22.5%，净利润同比下降19.6%。2023年三季度，这种下滑依然没有停止。三季度其销售额为17460亿韩元（约合人民币94.46亿元），同比下降6.6%；营业利润为1280亿韩元（约合人民币6.92亿元），同比下滑32.4%；净利润为910亿韩元（约合人民币4.92亿元），同比下滑28.3%。而在中国市场，2023年前9个月，LG生活健康销售额占比为10%，销售额相比去年同期下滑14.9%。

“韩妆依托于韩剧、偶像团体等韩流文化的兴起，曾掀起过一股韩潮，颇受年轻消费者喜爱。但是，这些品牌受欢迎是建立在差异化、概念化营销的基础上，随

着近几年韩流的退去以及国内化妆品市场进入以技术功效为主的竞争模式，韩妆自然逐渐被消费者冷淡。”日化行业天使投资人夏天表示。

国产美妆进攻海外市场

与日韩系美妆形成强烈对比的是，国货美妆品牌正在实现正向增长。从业绩来看，珀莱雅、贝泰妮最新财报都实现了增长。2023年前三季度，珀莱雅营收、净利润分别增长32.47%、52.18%；贝泰妮营收增长分别为18.51%、11.96%。根据公开数据，今年美妆行业“双11”预售首日品牌成绩单中，上榜前20名的国产品牌从去年的5个增加到了今年的10个，包括珀莱雅、薇诺娜、夸迪、自然堂等，且今年珀莱雅超越欧莱雅排在第一，雅诗兰黛跌出前三。

国内市场实现正向增长的同时，国货美妆品牌也在尝试布局海外市场，而近年来的反代购热潮正成为国货美妆品牌的机会。

在美国留学的小智声称自己在美国实现了国货彩妆的自由：“32万全款拿下五支稚优泉口红。”留学生小逸则表示，“原本以为国外没有这些品牌，但后来熟悉环境后发现在国外也能买到彩棠、完美日记这些国产彩妆品牌”。

“人在法国反向海淘”“人在日本反向代购”“人在加拿大代购国货”成为不少留学生的口头用语。

这样的反代购现象被国货美妆品牌关注着。在本月由北京商报社、深蓝媒体智库联合主办的“消费创新下一站”的沙龙上，贝泰妮董事长助理、公关总监钟巍分享了对反代购现象的观察。“这几年我们关注海外市场，发现一个有趣的现象——反代购。一些留学生群体会将产品从国内带到国外用，有非常多的境外留学人员也会选择使用包括贝泰妮、完美日记在内的国货品牌，我们认为这个反代购现象是一个机会，也在开始尝试做一些出海布局。”钟巍说。

北京商报记者 郭秀娟 张君花

仿制药再迎利好 39个品种入围鼓励目录

12月25日，国家卫健委发布《第三批鼓励仿制药目录》，目录收录39个品种，涉及75个品种、13种剂型，覆盖抗肿瘤药及免疫调节剂、抗感染用药、神经系统用药、放射性诊断剂、心血管系统用药等12个方面治疗用药。第三批目录主要有三个特点，一是覆盖疾病领域范围广，二是重视与参比制剂备案信息的协同，三是兼顾企业研发积极性。

从第三批鼓励仿制药目录来看，39个品种中的多个药品为境外已上市，境内未上市品种，是该治疗领域的全球首个药物，具有全新的作用机制。如治疗成人遗传性转甲状腺素介导的淀粉样变性的多发性神经病的小干扰RNA药品帕替司兰、联合免疫抑制剂治疗成人活动性狼疮肾炎的口服药品伏环孢素等。国家卫健委方面称，第三批目录以临床用药需求为导向，丰富临床用药选择，提升临床用药质量，填补国内临床用药空白。

值得一提的是，第三批目录收录了6个放射性药品，可用于影像学的诊断和定位，均为境内未上市药品，对于及时确诊疾病及病程意义重大。

放射性药物也称“核药”，是指含有放射性核素、供医学诊断和治疗的一种特殊药物。今年以来，核药领域进展不断，国内多家公司的放射性药物相继获批临床。全球核药领域今年共发生18起融资事件，我国共有4起，融资金额合计超13亿元，先通医药完成的超11亿元新一轮融资数额居于前列。

另外在第三批目录收录的药品中，有多款国内上市公司在研或已上市。其中，氯巴占是一款治疗罕见癫痫性脑病非常有效的广谱抗癫痫发作药物，能有效控制癫痫发作。该药在我国属于第二类精神管制药物，此前一直未能获批。

2022年9月，人福医药自主研发的国产氯巴占片获批，成为国内首个氯巴占仿制药。2022年11月，人福医药控股子公司宜昌人福药业的氯巴占口服混悬液获

批临床试验，用于2岁及以上Lennox-Gastaut综合征(LGS)患者癫痫发作的联合治疗。

依普利酮作为一款新型的MRA药物，可与醛固酮受体结合，阻断MR过度激活所引发的心脏病变和血管损伤。2023年8月3日，远大医药发布公告，公司与南京卡文迪许生物工程技术有限公司合作的新型选择性醛固酮受体拮抗剂(Mineralocorticoid Receptor Antagonist, MRA)依普利酮片近日已获国家药监局颁发药品注册证书。依普利酮片为中国上市的独家产品，其成功获批上市弥补了我国二代MRA药物的空白。

而阿塞那平透皮贴剂用于成人精神分裂症的治疗、双相I型障碍躁狂发作或混合发作的治疗。2023年1月，丽珠集团发布公告称，全资子公司获准与德国LTS Lohmann Therapie-Systeme AG联合开发的阿塞那平透皮贴剂开展临床试验。

据了解，2018年4月，国务院办公厅印发《关于改革完善仿制药供应保障及使用政策的意见》，要求促进仿制药研发，定期制定并公布鼓励仿制的药品目录，引导企业研发、注册和生产，并将与原研药质量和疗效一致的仿制药，纳入与原研药可相互替代药品目录，方便医务人员和患者选择使用。2019年6月，第一批鼓励仿制药目录公布，包含33个品种的药品；2021年3月，第二批鼓励仿制药目录公布，包含19个品种的药品。

国家卫健委方面表示，目录的发布改善了临床部分疾病无药可用的现状，丰富了常见治疗领域的药品选择，有效保障临床药品供应。鼓励仿制药目录内药品可按程序优先申报纳入国家医保目录。前两批目录中已有12个品种通过谈判进入国家医保目录。包括罕见病用药、治疗地中海贫血和乳腺癌等重大疾病的多种药品，降低患者用药负担，提高临床用药可及。

北京商报记者 姚倩