

B2 美药监局称抗菌香皂与普通产品无异

近日美国食品药品管理局称，“没有证据表明抗菌洗手液与抗菌沐浴液比普通产品更能有效预防细菌感染与传播，且长期频繁接触抗菌产品中的某些活性成分，反而会影响人体的抗药性或激素水平”，该言论引起业内强烈反响。有分析师指出，如果上述观点被证实，将对多个日化品牌产生重创。

B4 京城品牌齐聚新品发布会

由北京市商务委支持、北京品牌协会和北京日报社联合主办的北京品牌新品展示发布会日前圆满落幕，将连续数月的北京特色商业宣传推广系列活动推向高潮。活动涵盖时装、饰品等十多个门类，包括小米、依文男装等京城知名品牌，集中展出了新产品。这些新产品信息均被收录在最新出版的《2013北京品牌新品目录》中。

2013  
年度  
盘点

# 2013年八大行业转型关键词

北京商报记者 肖玮 马骏昊 金晓岩 赵秀静 李芊/文 宋媛媛/制图



**尽力漂白**  
药企被迫转变销售模式

今年，在一场规模空前的医药商业贿赂整治风暴中，多家标榜合法守规的跨国医药巨头中枪倒下，国内药企也人人自危。原本亲密无间、互相输送利益的医生与医药代表开始相互避之犹恐不及，药企被迫开始改变延续多年的带金销售模式。

在贿赂门中，受到冲击最大的非葛兰素史克莫属，其因贿赂在华被立案调查，且牵涉多名高管。随后，多家国内外药企均被曝遭反贿赂调查。不久前，北京商报记者从葛兰素史克获悉，该公司已启动全球范围销售整改，其中包括取消医药代表个人销售指标，并逐步停止直接向医疗保健专业人士提供经费以赞助其参加医学会议的做法。而业内普遍认为，在反贿赂高压之下，药企纷纷寻求改变销售模式漂白自己。

**专家点评：**中国医药企业管理协会会长于明德在接受北京商报记者采访时强调，国家对于治理医药商业贿赂没少下功夫，每年都有医生、药企被查甚至被抓，但即便如此，贿赂之风仍未削减。众所周知，治乱需用重典，希望未来可以各方联动形成反贿赂的长效机制，否则等调查的风声一过，贿赂还会死灰复燃。

**自抬身价**  
日化行业频频冲高端

近年来，“高端化”逐渐成为日化行业的一个大趋势。眼看高端产品市场的增长速度已经逐渐超过中低端产品的增速，而众多日化品牌也在不断加强对高端市场的投入力度。

作为国内化妆品行业首家上市企业，上海家化今年针对婴幼儿市场、专营店渠道和电子商务渠道推出启初、恒妍、茶颜三个全新品牌。不仅如此，上海家化还发布了佰草集“太极丹”新品，其单价高达980元。

在洗涤领域，各大品牌也纷纷争夺高端化市场。2013年年初，钟春彬出任两面针公司董事长，公司战略路线出现转变，以最高售价达59.9元/支的“两面针中药消肿止痛牙膏”杀入中高端牙膏市场。

另外，继云南白药、宝洁等推出高端洗发水之后，今年6月，丝宝日化和霸王集团均宣布推出高端洗发水。

**专家点评：**中投顾问化工行业研究员李加楠分析，从潜力上看，2014年我国日化产品将持续保持高速增长的态势。对内资日化企业而言，除了推高端产品外，渠道下沉以及线上渠道的开拓将是其应对外资日化巨头的有力手段。

**平民路线**  
白酒业开启平民消费时代

2013年，由于禁酒令等系列政策的长久影响，高端白酒的好日子已一去不复返，白酒将开启平民消费时代。

受去年塑化剂以及“三公消费”限制和禁酒令的愈加收紧，今年整体白酒市场变得暗淡无光，尤其高端白酒更是量价齐跌。随着外部经济环境的改变，很多白酒企业不得不主动调整自己的产品结构以应对这场“寒冬”。

其中，高端白酒巨头茅台在今年4月公告拟对主要生产中低端酒的301厂追加投资额、扩大产能，随后又对旗下几款主要的“腰部”产品终端价格进行下调。无独有偶，五粮特曲和五粮头曲等中低端产品的上市，也标志着五粮液正向中低端市场进军。

不仅如此，水井坊、泸州老窖、汾酒和洋河等其他传统白酒企业也纷纷紧随其后加码中低端市场，“平民化”无疑成为白酒企业这一年转型的核心。

**专家点评：**白酒资深营销专家杨承平指出，白酒行业转型需要3-5年时间。在这一痛苦的过程中，白酒企业要有从公务消费转向商务消费和市场消费的思想转变意识。

**抱团取暖**  
乳业现整合并购潮

在三聚氰胺事件以后，国内乳企在消费者心中的地位大打折扣，奶源供应跟不上、技术较低、管理水平落后成为近年来制约我国乳业发展的关键原因。加之近年来进口乳企的大量涌入，国内乳企的日子更加不好过。

但事实上，我国乳业发展空间巨大。资料显示，我国已成为全球第二大牛奶生产国，而人均饮奶量却尚不及世界平均水平的1/3，所以近年来，政府对国内乳业的扶持力度不断加大，10月，工信部制定的婴幼儿配方乳粉行业企业兼并重组方案上报国务院审批。

在此政策号召下，国内乳企整合并购大潮正式拉开，先是蒙牛收购雅士利打响整合头炮；随即伊利3.1亿元投资辽宁企辉山乳业；就在前不久，圣元也宣布与上海乳企育婴博士达成战略合作。在业内看来，国内乳业整合行动才刚刚开始，“好戏”还在后头。

**专家点评：**圣元国际董事长兼CEO张亮表示，国内乳企整合并购不是一两家企业的事情，需要所有从业者产生共识，共同努力。面对大整合，各企业应该根据各自的市场地位和竞争条件做出判断，决定企业该做什么。

(下转B2版)