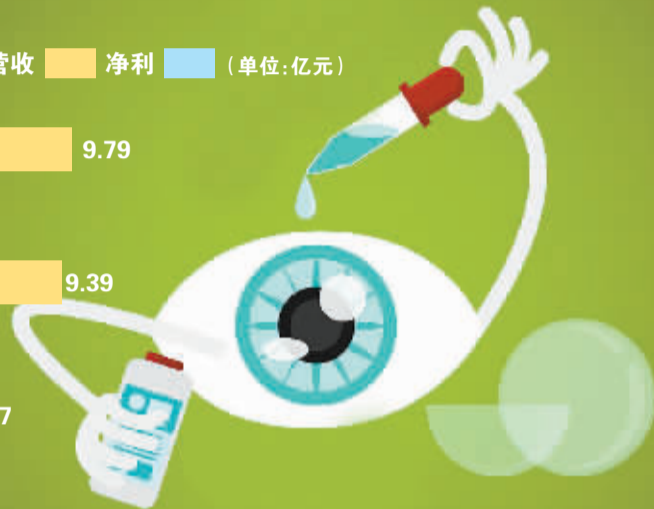




莎普爱思能否走出“神药”阴影

上市五周年之际，莎普爱思宣布在全国范围内开展检测眼部公益义诊，并推出首款面向白内障病友的健康险。这被业内视为莎普爱思在尝试其他产品无果后重新聚焦滴眼液业务的表现。业内人士认为，“神药”风波让莎普爱思业绩迅速下滑，在尝试中成药等领域效果不佳后，重新获得消费者信任，发力滴眼液销售或是短期内缓解公司业绩压力的有效方式。不过，国家对广告内容监管力度逐渐加大，后期推广如何避免触碰违规宣传红线、重塑品牌形象是公司仍然需要面对的问题。

莎普爱思近三年营收净利一览



推公益项目

与此前广告轰炸传播方式有所不同，如今的莎普爱思将更多精力放到公益项目上。日前，莎普爱思在上市五周年之际推出“看清美好年龄相关性白内障关爱行动”（以下简称“看清美好行动”）。资料显示，“看清美好行动”主要分为两方面内容。其中，义诊是核心环节，莎普爱思将在全国多个重点城市免费为白内障患者提供白内障检测和诊断、疾病全病程管理等。此外，莎普爱思推出首款针对白内障患者的专属健康保险——“挚爱无忧”年龄相关性白内障疾病险。

北京商报记者了解到，莎普爱思此前也在公益项目上有所投入。根据莎普爱思官网介绍，从2015年开始，由莎普爱思发起的“点睛中国——关注白内障中国行”先后走进了内蒙古等地，联合医疗机构、专家在全国范围开展免费致盲眼病的筛查。

在经济学家宋清辉看来，相较于此前的公益项目，此次在上市五周年活动中推出公益项目更加值得思考。在经历神药风波后，莎普爱思推出“看清美好”项目在一定程度上是为提升公司品牌形象，逐步提高公司业绩水平。”宋清辉说。

2017年12月，一篇题为《一年卖出7.5亿的洗脑“神药”，请放过中国老人》的报道让莎普爱思陷入“神药”风波。上述报道指出，莎普爱思滴眼液被批准的适应症为“早期老年性白内障”，但该公司在广告中模糊掉“早期”二字，宣传可以预防治疗白内障并列相关症状，存在用症状替换疾病现象。

受“神药”风波的持续影响，莎普爱思业绩出现上市以来首次亏损。根据财报数据，莎普爱思2018年亏损1.26亿元，营收占比超五成的滴眼液产品给公司带来的营业收入同比下滑52.58%。

针对公司“看清美好”项目推出的原因，健康保险的具体内容以及公司未来发展规划等问题，北京商报记者将采访提纲发至莎普爱思证券部负责人提供的邮箱，但截至发稿并未收到任何回复。

新业务未果

对于此次莎普爱思推出“看清美好”公益行动，业界有另一种说法是中成药等业务未能给公司带来较大业绩帮助的情况下，莎普爱思不得不将目光重新投向具有一定市场知名度的滴眼液业务上。

“神药”风波重创莎普爱思业绩后，莎普爱思旗下的中成药业务被寄予厚望。浙江莎普爱思药业股份有限公司常务副总经理陈伟平在2018年11月接受采访时表示，公司目前正在积极布局OTC大健康领域，其中也包括在中医药领域的探索和研究。

莎普爱思的中成药业务主要通过子公司强身药业开展，主要产品有四子填精胶囊、复方高山红景天口服液等。不过，从数据方面来看，莎普爱思旗下的中成药业务情况并不乐观。2018年，强身药业亏损739.81万元。此外，因低于2018年度的考核净利润、未实现业绩承诺，强身药业的商誉减值进一步影响到公司整体净利。

根据莎普爱思方面的说法，推广计划未能进行是公司中成药业务发展不乐观的原因之一。莎普爱思在2018年财报中提到，受自媒体质疑事件对公司的品牌美誉度造成的负面影响，相关市场推广计划未能按原计划实施，导致中成药产品销售量大幅下降。

在业内人士看来，相较于滴眼液产品，莎普爱思中成药产品知名度较低，在市场竞争激烈的情况下，难以获得消费者青睐并占据一定市场份额。资料显

示，四子填精胶囊主要用于肾阳虚引起的腰膝酸软等，功能与汇仁肾宝片产品类似。市场上同类产品较多，有广州白云山的补肾填精丸、广州康臣的补肾填精口服液、九芝堂的补肾填精口服液、国药集团的红羊填精胶囊等。在国家药品监督管理局官网搜索“补肾”关键字，共有357条药品记录。

医疗战略咨询公司 Latitude Health创始人赵衡表示，从目前看来，莎普爱思在其他领域的优势并不明显，重新获得消费者信任，恢复滴眼液产品的销售是短期内可以缓解莎普爱思业绩的有效方式，而公益活动则成为莎普爱思重塑品牌，获得消费者信任的切入点。公益活动有助于树立公司正面形象，恢复消费者信心。另外，免费体检可以获得白内障病患的用户信息，进行流量转化，一定程度上推动公司滴眼液产品的销售。”

陈伟平也曾公开表示，更关注消费者健康教育的传播策略，在帮助患者治疗的同时有利于提升公司产品的市场认可度。“此前莎普爱思的广告宣传方式引起舆论关注，在未来，公司将调整传播策略。”

谨防触碰红线

虽然莎普爱思方面对于是否加大力度重新布局滴眼液领域未做出回应，但从公开信息可以看出，白内障等眼部产品将成为莎普爱思未来重点发力的领域之一。在我国眼科市场规模不断扩大的背景下，莎普爱思在眼科领域寻求更多可能性无可厚非，但随着国家对广告内容监管力度加大，如何避免触碰违规宣传红线成为莎普爱思不得不考虑的问题。

根据陈伟平此前透露的信息，未来莎普爱思将通过线上科普等工作，让更多人正确认识白内障，并倡导白内障健

康新生活；此外，通过“看清美好”项目，公司可以挖掘更多数据，为未来白内障疾病的研究、防治技术的发展打下坚实基础，更好地为消费者服务。未来，公司也将布局更多眼部健康领域。目前，莎普爱思通过与外部机构合作的形式正在研发治疗白内障的新药。在眼睛健康方面，莎普爱思还在研究缓解干眼症、眼疲劳等症状的保健品，有望在未来几年陆续上市。

在赵衡看来，莎普爱思想要依托公益活动重新获得消费者信任并提升业绩也面临一定的挑战。“互联网时代消费者可以通过多种途径获得消息，此前莎普爱思滴眼液功效被质疑以及涉嫌夸大宣传的事情已经让部分消费者对公司产品有了一些疑问。后来，莎普爱思其他产品也因为广告违规要求停播广告整改，这很容易让消费者对于莎普爱思的产品印象大打折扣。目前，国家对于健康类产品质量、广告等监管力度逐渐加大，莎普爱思想要重新获得消费者信任，还要在产品生产和宣传上投入更多精力。”

资料显示，2019年3月，莎普爱思旗下产品因广告违规问题再次被要求停播整改。根据国家广播电视总局（以下简称“广电总局”）官方消息，经监管发现：“强身牌四子填精胶囊”部分版本广告，含有宣传“益气固本、滋阴壮阳”、主治“阳痿不举、遗精早泄”以及“补肾填精”等内容，存在违规播出提高性功能药品广告的问题。广电总局要求，自即日起，各级广播电视播出机构立即停止播出相关版本的“强身牌四子填精胶囊”广告，并举一反三，全面清查所有在播和拟播广告，严把导向关，凡存在类似违规问题的，一律禁止播出，坚决杜绝此类违规问题。

北京商报记者 郭秀娟 姚倩/文
贾丛丛/制表