

被指违规宣传 葵花药业辩称公益广告

本报记者 曹学平 北京报道

9月1日,“史上最严”新《广告法》开始施行,针对药企广告乱象开始进行整顿。而事实上,此前国家相关部门早就明令禁止处方药在大众媒介发布广告。

但利诱之下必有勇夫,葵花药业就在风口浪尖上顶风逆行。

顶风“作案”

上海一位专门从事药品营销的人士表示,葵花护肝片的视频是以健康资讯节目形式变相发布药品广告,主讲人宣称的理论是否科学有待考证,但节目的营销目的却显露无遗。

记者发现,56视频等视频网站正在播放《在线名医堂葵花护肝大讲堂》的视频,字幕显示主讲人为首都医科大学宣武医院感染科副主任医师崔之明。

主讲人先是在视频中花很长时间介绍一些保肝护肝的科普知识,接着建议,如果(观众)出现不好的症状要及时就医,或者吃一些保肝药,比如护肝片。常用的保肝药物如葵花护肝片,它是由茵陈、柴胡、五味子、绿豆粉、猪胆粉和板蓝根六种中药成分组成,护肝片效果是经过长时间验证的,柴胡具有疏肝解郁、保肝利胆、抗病毒的作用,茵陈主要作用是除湿保肝利胆,护肝片是个很好的药。酒前酒后服用一些护肝片,在酒后可以起到保护肝损伤的作用;如果肥胖者出现疲乏无力、纳差,在医生指导下可以吃一些护肝片保肝。视频中还滚动出现了“葵花护肝”等醒目字样。

上海一位专门从事药品营销的人士对此表示,这是以健康资讯节目形式变相发布药品广告,主讲人宣称的理论是否科学有待考证,但

业就在风口浪尖上顶风逆行。据《中国经营报》记者调查发现,在国内多家视频网站正在播放《在线名医堂葵花护肝大讲堂》的视频,视频中多次出现了“葵花护肝”等醒目字样,并有“专家”详细讲解护肝片的成分和作用,并称葵花护肝片是个很好的药。

该节目的营销目的却显露无遗。这则广告涉嫌多重违规,首先是处方药不能在大众媒介发布广告;再者,药品广告不得含有利用医药科研单位、学术机构、医疗机构或者专家、医生、患者的名义和形象作证明的内容。

据记者了解,葵花护肝片为处方药。该药品说明书显示,功能主治为“疏肝理气,健脾消食。具有降低转氨酶作用。用于慢性肝炎及早期肝硬化等”。这说明葵花护肝片根本没有解酒护肝的功效,也不适用于肥胖人群。

上述业内人士表示,健康资讯节目类药品广告的“忽悠术”一般都有固定“套路”,首先,主讲人往往先普及一些疾病知识,一般语言形象生动,很容易引起观众兴趣;其次,在疾病防治讲解中,主讲人往往以举例子等形式,“不经意”地提到某种产品对此病的神奇疗效。此类广告伪装成科普节目,对于不知内情的消费者来说,这样的广告更具有迷惑性,也容易逃避有关部门的监管。

公开信息显示,《在线名医堂》

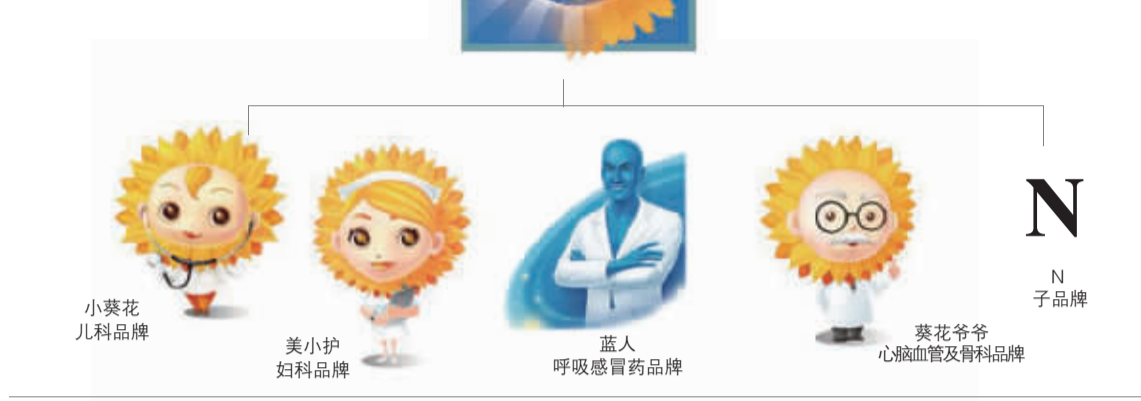
业内人士对此认为,《在线名医堂葵花护肝大讲堂》这是以健康资讯节目形式变相发布药品广告。此类违法广告一直是监管部门整治的重点,对企业来说,在时下发布此类广告政策风险极大。

值得注意的是,葵花药业最被大众所熟知的产品是吴秀波代言的

胃康灵和海清代言的小儿肺热咳喘口服液两大产品。新《广告法》明确禁止医疗、药品、医疗器械广告利用广告代言人作推荐、证明。

不仅是葵花药业,新《广告法》也已成为一些曾经依靠广告轰炸和明星效应模式生存的众多药企所要面临的转型难题。

葵花药业品牌战略 1+4+N



资料来源:公司公告、广证恒生

是一档由中国医师协会主办,信石传媒精心制作,并联合多家知名网络媒体重磅推出的“权威互联网健康栏目”。

事实上,健康资讯节目类违法广告一直是监管部门整治的重点。早在2013年4月22日,工商总局、中宣部、国务院新闻办等八部委就召开电视电话会议,部署开展为期3个月的整治虚假违法医药广告专项行动。此次专项行动的重点即是有关媒体和网站发布的医药广告、信息,开办的各类专题类健康资讯节目、栏目。

八部委要求各地各有关部门,加强广告发布环节和源头的整治力度,斩断虚假违法医药广告利益链条,采取联合告诫、联合公告、联合检查、挂牌督办等形式,综合运用经济处罚、行政处罚、刑事追责等手段,严惩违法主体。

而新《广告法》更是规定,广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网信息服务提供者不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布药品、医疗器械、医疗、保健食品广告。处方药只能在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物上做广告。

早在2009年12月,武汉市食品药品监督管理局对葵花护肝片违法广告进行了曝光,直到“史上最严”新《广告法》开始施行,葵花药业仍未收手。

而葵花药业为何还敢在大众传播媒介发布处方药的违法广告?上述业内人士认为,葵花护肝片这样销售实际上走的还是OTC药品的销售模式,对广告已形成了路径依赖,欲罢不能。

公开资料显示,葵花护肝片连续3年每年实现销售2.5亿元左右,其中80%以上为OTC市场销售。

事实上,葵花护肝片上市就是靠广告打天下的。曾有媒体报道指出,护肝片是葵花的当家品种,当时市场上同类产品众多,葵花确定了以广告拉动销售的策略。在广告投放模式上,走卫视联播的路径;在广告购买模式上,实行企业广告招标会,让电视台来竞标;在广告宣传策略上,坚持品牌形象、产品商标和功能诉求等几个要素合一宣传,形成了一个多覆盖、多维度和多效力的广告投放。

但处方药大打广告挑战的是监管部门的底线,葵花护肝片此次违规受到何种处罚难料。

转型困境

新修订的《广告法》对于正在播放的明星代言的OTC大品牌产品和医疗器械的广告无疑是巨大打击,令企业措手不及。

“有太阳的地方就有葵花。”每年2亿元以上的广告宣传费投入使得葵花药业成为尽人皆知的药企品牌。

葵花药业在招股书表示,公司非常注重广告的拉动作用,每年根据公司实际情况和市场需

止咳颗粒作为公司重点打造的新品,实现了高速增长,销售额已突破亿元平台。

葵花药业最被大众所熟知的药物是吴秀波代言的胃康灵和海清代言的小儿肺热咳喘口服液两大产品。

巨额的广告投入曾经为葵花药业带来不小的收益,但成也萧何,败也萧何。

新《广告法》中明文规定“药品广告不得利用广告代言人作推荐、证明”。对广告代言人也有明确定义,即广告主以外的,在广告中以自己的名义或形象对商品、服务作推荐、证明的自然人、法人或其他组织。

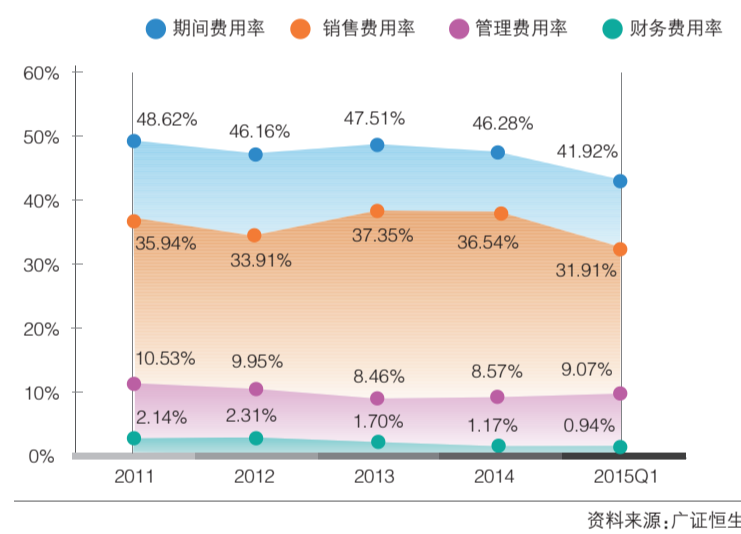
康美药业OTC事业部总经理李从选对此表示,药企利用各种明星代言的主要原因就两条:一是传播效率高、省钱,明星一出,马上能吸引受众的眼球,吸引大家关注到产品。有的明星电视广告放几次消费者就知道了甚至记住了,这是明星的名人效应和星光效应决定的,另外名人代言可信度高,大家都觉得名人应该是道德楷模、名人不会欺骗人,不会说假话等等。

“新修订的《广告法》对医药健康产业最大的影响无疑是规定,‘医疗、药品、医疗器械、保健食品不得利用广告代言人做广告’。仅此一项,将大大降低药品大众媒体广告的传播效率和影响力,其余形式的广告投入增加可能缺没有明星代言的效果。对于正在播放的明星代言的OTC大品牌产品和医疗器械的广告无疑是巨大打击,令企业措手不及,不能用代言人(当然包括名人)对企业塑造品牌产品不利,药品广告创意的难度也将增加。”李从选说。

两大产品没有“明星代言”这把利器之后,广告营销如何转型,对葵花药业来说是颇为头痛的难题。

9月7日,葵花药业证券部门的一位工作人员仅在电话中表示,葵花护肝片发布的是公益广告,而对记者进一步的采访要求没有做出任何回应。

葵花药业近年三项期间费用率情况



资料来源:广证恒生

康德乐网络售卖处方药

本报记者 曹学平 北京报道

网售处方药的禁令至今未放开,但目前网上药店偷卖处方药早已成为公开的秘密。

近日,《中国经营报》记者调查发现,全球百强企业、美国医疗保

偷售

公开资料显示,康德乐公司(NYSE:CAH)总部位于美国俄亥俄州都柏林,2014财年营业额达910亿美元。

2013年康德乐收购了百济新特药房,并正式命名为康德乐大药房。

据记者了解,百济新特药房自2002年成立华南地区首家专科医院以来,已先后在广州、北京、上海、深圳、佛山、成都、武汉、珠海、杭州等中心城市建立了30家直营药房旗舰店,是中国首家“全国连锁专科医院”的创始企业。

2011年8月24日,百济新特连锁药业通过了国家食药监总局认证检查,并颁发《互联网药品交易服务资格证书》,成为全国第44家拿到B2C牌照的连锁药房。

康德乐大药房网页显示,该网上药房主要经营肿瘤科、肝病科、神经科、精神科等慢性病用药,仅肿瘤用药就有382种,基本上都是处方药。

据记者了解,处方药是指有处

健服务商康德乐旗下的康德乐大药房也在大肆网售处方药,消费者只要一个电话,处方药就能通过快递送到家,且货到付款,由此监管部门多重禁令对康德乐来说形同虚设。不仅是康德乐,众多网上药店违规卖药长期存在,乱象难治。

方权的医生所开具出来的处方,并由此从医院或药房购买的药物,有“Rx”标识。这种药通常都具有一定的毒性及其他潜在的影响,用药方法和时间都有特殊要求,《处方药与非处方药分类管理办法》规定,处方药必须凭执业医师或执业助理医师处方才可调配、购买和使用。

根据国家食药监总局《药品流通监督管理办法》,即使是拿到《互联网药品交易服务资格证书》和《互联网药品信息服务资格证》的合法医药电商也只得被允许出售非处方药,任何单位和个人不得采用邮售、互联网交易等方式销售处方药。

记者随机打开康德乐大药房一个销售处方药消癌平片的网页,页面显示某品牌消癌平片会员价68元/盒,比市场价便宜13.60元,购买条件为仅凭处方。

值得注意的是,该页面上部并没有按照监管部门的要求加框标示“药品监管部门提示:如发现本网站有任何直接或变相销售处方药行

为,请保留证据,拨打12331举报,举报查实给予奖励。”

没有处方能在康德乐买到上述消癌平片吗?为此,记者拨打网页上400热线声称要买4盒处方药某品牌消癌平片,接线客服建议记者一下子买5盒,5盒可以免邮费的。记者称需要正规发票,客服表示肯定有正规发票,你需要的话,稍后我用手机发个短信给你,你把地址发过来,等货到你把款给送货员就行。

记者收到客服的短信后,把一个朋友的地址发了过去,没过几日,5盒消癌平片就通过快递快速寄到了记者指定的地址,整个过程中,康德乐方面没有任何人向记者索要过处方。

记者为此致电上述《互联网药品交易服务资格证书》的拥有者——广州百济新特药业连锁有限公司寻求采访,但接线的工作人员表示,该公司并没有对接媒体采访的部门,无法回应记者的采访。

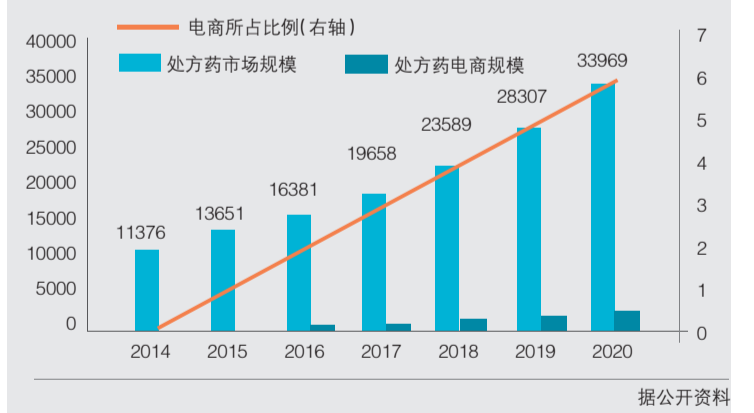
越线

事实上,监管部门对网售处方药一直是严格禁止的。

《互联网药品交易服务审批暂行规定》第三十二条明确规定,向个人消费者提供互联网药品交易服务的药品连锁零售企业在网上销售处方药或者向其他企业或者医疗机构销售药品的,药品监督管理部门依照药品管理法律法规给予处罚,撤销其互联网药品交易服务机构资格,并注销其互联网药品交易服务机构资格证书,同时移交信息产业主管部门等有关部门依照有关法律、法规的规定予以处罚。

2013年10月29日,国家食药监总局在关于加强互联网药品销售管理的通知中再次重申,医药电商通过在线交易只能销售非处方药,不得在网站交易相关页面展示、销售处方药,在非交易页面展示,必须加入药监局提示,违者将责令其停业整顿,情节严重的将吊销其《互联网药品交易服务资格证书》,并移送通信部门关闭网站。药品零售连锁企业通过互联网销售药品时,应当使用本企业符合《暂行规定》等文件要求的药品配送系统自行配送,且符合《药品经营质量管理规范》的有关要求,保证在售药品的质量安全。

2014年~2020年处方药电商市场规模及预测(单位:亿元,%)



据公开资料

不过事实证明,监管部门多重禁令对康德乐来说如同废纸一张。实际上,医药电商网售处方药在业内早已不是什么秘密。

3月3日,广州市食品药品监督管理局在其官网上公示了2014年9月份至今今年1月31日以来查处的生产经营者违法行为。

其中,广东康爱多连锁药店有限公司因采用邮售方式向公众直接销售处方药上榜,此外,广州市天河区东棠博爱药店龙门店采用互联网交易方式直接向公众销售处方药也一并上榜。在该局网站此前发布的生产经营者违法行为的公告中,广东壹号大药房连锁有限公司采用邮售方式直接向公众销售处方药也被列入其中。

上海一位医药电商业内人士对记者表示,医药电商网售处方药主要还是利益驱使。“医药电商如果单纯卖感冒消炎药这些日常用药,根本是不赚钱的。康德乐销售的像肿瘤用药都是贵重药品,

客单件药品零售价高,利润空间大,客单价也高;且这些慢性病用药,患者需要长期用药,医药电商的零售价只要比实体店便宜,患者就会长期购买。但这些慢性病用药大多数是处方药,为了利润,医药电商只好集体越红线。”

2014年5月,国家食药监总局公布了《互联网食品药品经营监督管理办法(征求意见稿)》,网售处方药政策终于有了松动的迹象,但反对者的声音也一直未有停歇。

当年6月,中国医药商业协会、中国非处方药协会以及四川德仁堂等60余家国内医药流通企业曾集体上书国家食药监总局和商务部,强烈反对全面放开网上销售处方药和“零门槛”网上售药。

上述业内人士对此忧心忡忡,“利益诱惑之下,这些公司集体越红线抢夺处方药市场,只会给反对放开网售处方药者更多的口实,逼迫监管部门不得不出手,整个行业或为此付出沉重的代价。”