



“超市杀手” 能给杭州带来什么？

有关沃尔玛的形象,大部分人总是会不自觉地和“杀手”联系在一起。国外那个著名的“五公里死亡圈”理论,一方面让沃尔玛树立了威名,同时,也给它披上了神秘的面纱。

临平店的开幕,让沃尔玛离杭州又近了一步,不少杭州人顶着酷暑,也要去掀一掀这层神秘的面纱。

揭掉的结果就是,大家发现,和大多数超大型超市一样,沃尔玛其实很平和,并没有什么异样,也没有想象中那么“彪悍”。相反,它呈现给我们的,更多的是舒适以及温暖。

我想,沃尔玛对于杭州的意义,并不在于商品单价到底能便宜多少,而是在于,它能让杭州更好地与国际接轨。它的人性化管理、细节化服务以及高效率的运作,能让杭州人享受到更多更好的服务。对于杭州众多的本地企业来说,不用跨过太平洋,就能多了一个如此近距离的好教材。

文 / 本报记者 钟兰
摄 / 姚志伟

杭州人对沃尔玛的期待 恐怕连沃尔玛自己都很难想象

杭州和沃尔玛,有着太多的故事。

传说中,早在1997年,沃尔玛美国区的高层就曾经被杭州所吸引,打算来杭州开店。

然而,此事一再搁浅。直到最近的2006年,沃尔玛在浙江重新掀起波澜。金华、嘉兴店火速开张,杭州的临平店却从四月一直延迟到八月。杭州店的开业时间,曾被沃尔玛视为“绝密”,三缄其口。

杭州人对沃尔玛的期待,恐怕连沃尔玛自己都很难想象。在和沃尔玛浙江区的一位高管聊天的时候,我们的谈话屡次被电话打断。所有的来电似乎都直指一个方向,临平店既然已经尘埃落定,那杭州店,到底要什么时候才会开?她只好习惯性地耸耸肩,摊摊手。她说,从去年开始,她就不得不习惯于每天面对这样的追问,有时候是被下属问,有时候是朋友问,更多的时候,是被记者问。

她当然不能体会杭州人心里面藏着的小九九:你沃尔玛既然到浙江开店,凭什么金华也开了,嘉兴也开了,就是不来杭州?

10:18000

杭州能从沃尔玛得到什么?

国际超市大鳄沃尔玛,并不像大家想象的那样“杀气腾腾”,相反,它在管理方面以及环保方面的努力,很值得大家借鉴。有一个数字很耐人寻味,沃尔玛临平店,两层楼的卖场面积超过18000平方米,但是,他们工作人员的办公场所却是异常拥挤,超市总经理以及几个副总挤在一个面积不足10平方米的办公室里。他们说,要把更多更好的位置留给顾客。

一切为了环保。在沃尔玛,每张纸都被充分利用,为的只是保护森林资源。一切为了更融洽的工作环境,每一个员工都能快乐工作,可以直呼领导的名字。

面对沃尔玛的扩张,杭州一些超市早在半年前就做好了准备,比如巩固会员服务,调整免费班车线路,加大自有品牌商品比例,希望借此来与国际大超市相抗衡。

沃尔玛浙江区公司事务高级经理王雪桐认为,超市业已经到了合作共赢的阶段,“5公里死亡圈”也并不是沃尔玛想要的结果。沃尔玛带给大家的,是更多的国际化的管理理念以及更优质的服务水平。消费者才是最终的获益者。

揭秘曲美旺销市场8年背后……

曲美,中国驰名商标品牌太极集团有限公司旗下的一个明星产品,上市8年之久,一直占据着口服减肥类产品市场40%以上的市场份额,成功减掉脂肪近10000吨,累计上千万人次成功减肥,是减肥市场上持续保持生命力的领导品牌,成为全球安全有效的减肥产品典范。究竟是什么在背后支持着曲美经久不衰呢?

独特双重机理 保证减肥疗效

早在上世纪80年代末,曲美在国外就经过了历时10年的临床研究。1997年11月,以对药物安全性的审批谨慎和苛刻而著称的美国食品药品监督管理局(FDA),正式批准曲美在美国上市。曲美成为FDA成立30年来批准的第一个安全的减肥药。1998年,曲美顺利获得了欧洲CPMP(专卖药品委员会)的批准,正式在欧洲20多个国家上市;曲美登陆中国,成为国家食品药品监督管理局批准在中国上市第一个“国药准字”号减肥药物。

据介绍,曲美之所以能从1997年至今,从美国到中国一路绿灯,关键是其具有独特的双重减肥机理,一方面有效燃烧体内脂肪,增加脂肪的“出口量”,减肥不腹泻;另一方面,通过减少人体对热量的摄入,进而减少脂肪的“进口量”。正是这种双管齐下的减肥原理,在全世界减肥药品中独一无二,使得曲美能以独特的减肥原理走南闯北,风靡全球,在减肥市场上享受尊荣,每年都排列在全世界

销量最大的药品之列。

正规四期临床 保障用药安全

尽管早在上市前,在上海第二医科大学瑞金医院、山东医科大学附属医院、重庆医科大学附属医院、天津医科大学总医院等医院对不同地域的中国肥胖者进行的大规模临床试验已经证明了曲美的安全性和有效性,但曲美还是在上市后开展了第四期临床试验,进行安全性再评价。

经过药监部门批准,由国内8家权威医院组成的“曲美新上市后再评价协作组”在2002年3月至2004年3月进行了为期两年的曲美上市后的再评价临床研究试验。

一般而言,用于人体的药品,只需经过三期临床试验后,证明对人体疾病安全、有效,便会获批上市。然而,为何上市后的曲美还要花大力气开展四期临床呢?太极集团龙粤公司谭昌贵总经理说,在更大的人群中进一步证实曲美的疗效和安全性可以给医生和曲美服用者提供更加详实的研究资料,进一步保障曲美的安全有效。

“太极”旗下明星产品品质保证

曲美进入中国已有8年时间,也为广大消费者所认识,然而,也许很少人会发现,当年将曲美引入中国的并不是别人,而是国内一家医药产业链相当完整的大型企业集

团——太极集团有限公司。

据悉,作为中国520家大型企业集团之一的太极集团,有实物资产60亿元,无形资产100亿元,拥有“太极集团”(重庆太极实业(集团)股份有限公司)、“西南药业”(西南药业股份有限公司)等两家上市公司,1500多个药品批文,13家制药厂、12家医药商业公司及太极医药研究院和重庆中药研究院两个大型研发机构。

值得一提的是,“太极”(TAIJI)已经成为中国驰名商标品牌,而曲美正是该品牌下的一个明星产品。

曲美稳坐减肥市场第一品牌交椅

自2000年登陆中国以来,曲美在口服类减肥产品领域一直占有40%以上的市场份额,稳居减肥品领袖地位。近日,从太极集团方面了解到,太极集团目标还要在3-5年内实现曲美销售额突破8亿元,让曲美继续稳坐国内减肥市场第一品牌交椅。

大型连锁药店销售第一

在诸多产品常常昙花一现的减肥市场,曲美畅销却已长达8年。据统计,自上市以来,曲美在口服类减肥产品市场一直占据着40%以上的市场份额,其中上市后第一个月,曲美的月销售就突破了1亿元;2002年7、8月份,曲美所占的市场份额更是一度高达

70%以上。在北京、上海、广州、武汉、南京、成都等大城市,曲美在减肥产品零售市场销售排名第一。而在各大中心城市的大型连锁药店,曲美同样是销售额第一的减肥产品。

8年以来,曲美已经累计服务了上千万人,成功帮助肥胖者减掉近10000吨脂肪。仅8008070050曲美热线在过去8年里就累计接听来电咨询超过152万人次。其影响力之大也可想而知。

个性服务塑造品牌

事实上,曲美的目标并不仅仅是要保持减肥口服类产品销售第一的美誉,他们更长远的目标是,在未来3到5年内,实现曲美年销售额突破8亿元,帮助更多的肥胖者成功减肥并维持健美形体,让更多中国人分享世界前沿生物医学技术成果。

太极集团总经理表示,作为减肥市场的第一品牌,除了继续保持曲美的安全性和有效性外,曲美下一步还要更加完善一系列的个性化服务,在更高层次上提升曲美的品牌形象。

同时,曲美还开通www.0618.com专业瘦身网向消费者介绍全面的减肥知识。此外,为了传播曲美——健康·美丽·自信的品牌理念,今年曲美正在举行“2007瘦身大赛”,让你享瘦之余,更有去塞班岛旅游,见证美丽的机会。