



让医药广告健康发展 创意灵动

现代快报主办医药保健品策略传播研讨会完美谢幕

9月13日,江苏省工商行政管理局下发了“关于进一步整治南京地区部分媒体发布虚假违法广告的通知”,随后,9月20日又召开了“驻宁媒体违法广告专项整治会议”。对此,针对医疗保健品行业广告发布的专项整治工作全面展开。工商、卫生、药监等管理部门相关人士表示,医疗保健品广告的发布应严格遵守广告发布规范和要求,医疗保健品市场应监管与发展并存。

那么,在新的形势与要求下,医疗保健品行业广告发布究竟应该遵循哪些原则?医疗保健品广告该如何摆脱现有的模式,提升品牌?近日,现代快报引领媒体行业之先河,在这一转型的特殊时刻举办“南京地区医药保健品策略传播研讨会”,联合省市工商、卫生、药监等管理部门负责人、中国药科大学医药广告学专业的学者,济济一堂,共同探讨医疗保健品广告发布策略。

作为此次研讨会的重要内容,江苏省工商行政管理局广告监督管理处薛荣刚处长主讲《广告真言兼济天下》、南京市卫生局法规与监督处胡晓翔处长主讲《成败两端话广告》、南京市食品与药品监督管理局稽查处宋正扬副处长主讲《去伪存真抹沙拣金谈药品广告的监管》、中国药科大学国际医药商学院胡天佑教授主讲《论医药广告之策划创意》,这四位演讲嘉宾分别以生动的实例向与会者分享自己的观点和看法,精彩之处博得阵阵掌声。

据了解,现代快报社传播有限公司总经理袁海兴先生也来到研讨会现场,并强调规范医疗健康广告,杜绝虚假宣传与夸大宣传,切实维护读者的权益。南京同仁医院、明基医院、江苏施尔美整形医院、南京爱尔眼科医院、建国男科医院、华氏佳宝妇产医院等南京数十家民营医疗机构的管理者,以及中科集团、云南绿A集团、麦德格有限公司等药品保健品企业负责人,大家在轻松愉快的氛围中共商规范药品保健品广告大计,探讨促进民营医院良性发展的话题。

医疗广告是群众关心的热点

随着医疗管理体制的深化,医院投资主体多元化,客观上一定会要求医院走进市场,强化品牌,这自然会催生医疗广告的发展。与会者纷纷表示,医疗广告是目前群众极为关心的热点。老百姓看病难本来就是一个心病,再加上当前医疗广告中的虚假广告屡禁不止,因此造成了现阶段的一些矛盾和纠纷。不过,专家认为,任何一个行业使用广告这个宣传工具都会产生一些问题。我们要反对形而上学的观点。医疗行业出现了虚假广告,最简单的做法自然是把该行业的所有广告取消。这从管理的角度讲是省事了,但对整个医疗行业来讲是一种破坏。这种做法是万万不可取的。

实际上,只要监管不力、媒体把关不严,都会导致一个行业的广告出问题。因此,这不仅仅是医疗行业的问题。广告本身只是一种工具,用得不好,与它本身没有必然联系。虚假广告历来都存在,特别是上世纪90年代初一段时间特别严重。现在医疗广告混乱,很大程度上与原有的医疗体制有关。现在医疗市场的混乱既是一个挑战,也是一个机遇。有嘉宾指出,某些医疗单位是在浑水摸鱼,但也有一些医疗机构确实在进行投机向投资的转型。如果



自由问答现场

这些新兴医院能在竞争中形成自己的优势,打造出自己的特色,同样能站住脚,甚至可以在竞争中取胜。

快报成为吸引品牌客户的舞台

《现代快报》是新华社社直属重点报刊,是立足江苏、面向长江三角洲地区发行的都市类综合性日报。多年来,快报以“讲真话、办实事、树正气”作为办报宗旨,倾听民声、关注民生,贴近实际、贴近群众、贴近生活,忠实履行新华社赋予现代快报社的职责。报纸发行量达百万份,已经成为江苏地区发行量和影响力最大的主流媒体之一。

数据证明实力,《现代快报》读者平均月收入为2848元,平均家庭月收入为6849元,均高于南京市市民平均收入。读者中64.1%的人读报时会关注报纸广告,主动读者比例近九成。根据市场监测,在2010年南京主要都市报发布的医药广告中,从医院广告市场份额和营业额来看,《现代快报》的业绩在稳步增长,而从药品保健品广告投放来看,自2008年起,一些国内知名的OTC药品进入江苏市场时,首选与现代快报社合作,而一些跨国企业的OTC产品和保健品的南京地区广告投放也以快报投放量为最大或选择独家投放快报。

特别支持单位

- 江苏省人民医院
 - 江苏省中医院
 - 南京鼓楼医院
 - 南京军区南京总医院
 - 东南大学附属中大医院
 - 南医大二附院
 - 南京市第一医院
 - 南京市中医院
 - 江苏省中西医结合医院
 - 江苏省第二中医院
 - 解放军第八一医院
 - 解放军第四五四医院
 - 江苏省肿瘤医院
 - 江苏省口腔医院
 - 南京市第二医院
 - 南京脑科医院
 - 南京市妇幼保健院
 - 南京市儿童医院
 - 南京市口腔医院
 - 南京胸科医院
 - 南京市食品药品监督管理局
 - 南京市疾病预防控制中心
- (排名不分先后)

版面互动

移动用户编写 **KBJK** 发送到 **10658655**,即可免费获得本期**手机版健康周刊!**
(通信费、信息费均免)

不能为了一点营业额损害形象

“目前从国内整体医疗广告市场来看,仍存在着夸大宣传等问题。为促进《现代快报》医药广告的健康发展,现代快报社总经理袁海兴强调,在报纸的整体运营中,不能否认广告对报纸生存的重要性。但同时不能忽略的是,只有良性的广告才能促进报纸的健康发展,因此《现代快报》的医药广告依然要遵循一贯的原则,就是医药广告一定要遵守国家的相关规定。袁海兴形象地表示,广告界不能为了那一点点营业额,损害媒体形象,损害整个社会风气,否则将得不偿失。

袁海兴先生同时还强调,媒体的良性发展要求其经营与采编必须严格分离,这样才能坚持媒体的公正性,起到媒体公平、公正的舆论监督作用。因此《现代快报》在新闻报道上将坚持客观公正的原则,而不是以客户的利益为转移。在本次交流中,一些民营医疗机构和股份制医疗机构的代表也表示,要严格遵守国家的相关规定,从尊重患者、保护百姓利益的角度出发,促进广告的规范化发展。

快报记者 金宁/文 路军/摄

嘉宾的精彩观点
详见B26、B27版

现代快报 健康周刊

快报全科专家团, 汇聚三甲医院名医

 南医大二附院 眼科主任医师 张晓俊	 南医大二附院 神经病学中心主任 范志宁	 南医大二附院 眼科副主任医师 张建平	 南京市儿童医院 心胸外科主任医师 莫经明	 南京市儿童医院 消化科主任 金玉	 南京市儿童医院 微创外科主任 刘世旺
 南京市儿童医院 儿童神经内科主任 李湘楠	 南京市第一医院 肿瘤内科主任 陈鄞飞	 南京市第一医院 内分泌科主任 马建华	 南京市第一医院 骨科主任 王黎明	 江苏省中西医结合医院 妇产科主任 王佩娟	 江苏省中西医结合医院 消化科主任 田福洲
 江苏省中西医结合医院 呼吸科主任 朱佳	<p>要看病, 找快报全科专家团</p> <p>有问题, 发短信到健康100问</p> <p>讲座义诊, 围绕读者需求</p>				