



第五届中国医疗器械营销论坛

尊敬的_____先生/女士，您好！

第五届中国医疗器械营销论坛将于2016年04月在上海召开。

会议通知

会议通知

刚刚过去的2015年，国务院、CFDA等先后出台了34份医疗器械政策法规，以及56份通知、通告文件，既有监管督查的，也有鼓励创新的。密集的政策对医疗器械行业、对营销环境到底产生怎样的巨大冲击和影响？2016年2月，福建三明又与第4个医改试点城市签订协议，耗材招标价格实现跨省四城（三明、宁波、珠海、玉溪）联合限价。加上湖北、辽宁、四川、浙江、广州军区等省区高值耗材集采如火如荼，全国已有20余个省市推行省级招标，地级市耗材集采也达到了四五十个，“唯低价是取”“全国最低价”纷纷上演，招标割肉时代如何求生？

招标大时代，让医院线厮杀惨烈，不少医疗器械公司及代理商纷纷转向零售市场，未来的零售及基层医疗终端，正成为未来最具诱惑力的市场！市场化程度最高的零售市场，到底该怎样做？

在药品行业取得巨大成功的“控销模式”，让每个参与一线的营销自然人自己当老板，让他们以老板心态为自己干活，从而成就企业。已经出现了“单品突破”的医疗器械控销案例，他们是怎么玩的？企业该如何布局控销？如何管控渠道、价格和队伍，实现爆发式增长？

正在加速制定的《互联网销售医疗器械管理办法》，其出台将让医疗器械电商市场规模在未来几年呈现十倍、几十倍的增长，企业该如何提前布局谋篇，迎接由目前全年三四十亿猛增到几百亿、上千亿的医疗器械电商市场？

人类社会已经进入移动互联网与大数据时代，微信、微博、社群、视频等社交媒体占据人们的大量时间，杜蕾丝等凭什么用到了极致？而鱼跃、九安等又是如何布局大数据营销？

有一家医疗器械经销商，在短短的几年时间内做到15亿元的销售规模，纵横联合了国内外广泛的产品与渠道资源，他们的成功模式和营销韬略是什么？

9部委联合发文，严厉查处医药/医疗器械挂靠、走票，医疗系统反腐批量干部被查，不少与医疗器械有关，在医院营销中该如何做到“财务合规”，有效避免营销法律风险？

从行业的热点研判趋势、从企业的痛点寻求答案、从案例的剖析借鉴思考、从法理的角度合规避险。以“韬略&案例”为主题，重点探讨应对策略与营销案例——第五届中国医疗器械营销论坛，定于2016年4月15日-16日在上海世茂佘山艾美酒店（五星级）举行，将邀请官员、专家、实战派、企业家，共同探讨分享医疗器械营销应对策略与成功案例！

议题安排

议题一：密集的政策对医疗器械行业、对营销环境到底产生怎样的巨大冲击和影响？

概述：充分探讨国务院、CFDA、卫计委、工信部、科技部等相关部门出台的各类重大政策文件，对医疗器械行业及企业的影响、对医疗器械市场营销带来的直接或间接的影响，以及在此背景下，企业的营销战略、战术变革之道。

议题二：耗材招标大降价、联合限价，医疗器械企业如何策略应对？

概述：对浙江、福建、江苏、四川等全国各重点省份的耗材招标政策进行梳理、解读、分析，对最低限价、适度降价和过低提价的策略应用解析，学习掌握现阶段耗材目录的招标特点、招标规则与实操策略，掌握医疗器械招标的组织过程、指标评审、报价策略、专家建设等市场招标准入各环节的重点难点。

议题三：医疗器械零售市场实操、动销与上量

概述：重点解析国家医改背景下的连锁药店商机，通过分析连锁药店品类管理，定制正确的开发策略，掌握开

发连锁的各种关键点、注意事项，在动销与上量中医疗器械的工具、表格与模型的运用，以及特色培训和品类营销突破之道。

议题四：以单品突破为例，医疗器械如何布局控销？

概述：控销在医药行业中的应用现状、趋势，医疗器械企业如何通过科学的设计，在价格、渠道与人员管控上实现最强管理和最高效益？解析医疗器械如何通过控销实现单品突破的成功案例，控销四大模式、产品创意、产品定价、营销体系等如何一项项落实？

议题五：医疗器械电商政策趋势及运营韬略

概述：正在加速制定中的《互联网销售医疗器械管理办法》，预计将有怎样的条款会进行修改，修改核心思路是什么？行业政策解读、巨头电商行动观察与推演、医药新电商模式与方法、医疗器械征战互联网路径与策略、多平台战略构建与运营、医疗器械移动电商与微营销、医疗器械电商体系构建与团队管理。

议题六：医疗器械社群与大数据营销

概述：社群营销已经成为一种必要的营销手段，医疗器械企业该如何通过社群实现“四两拨千斤”的效果？如何在社群中实现卖货、人脉、成长与品牌的传播，如何在两年左右的社群生命周期中实现商业价值的有效转化？另一方面，医疗器械企业如何通过微信、APP、可穿戴设备等途径建立起自己的大数据体系？如何与时俱进地开展好大数据营销？

议题七：从零到15亿，医疗器械经营商的成功转型之道

概述：医疗器械经营企业超过18万家，医疗器械经销商更是以百万计。但作为商业渠道，大量的代理商在政策不确定性背景下，对未来感到茫然。但也有极其优秀的代理，在短短几年中，销售实现从零到15亿元的突然，他们的商业逻辑到底是什么？未来直指百亿的发展目标，又将如何去实现的？读万卷书、行万里路，不如坐下听听优秀者的案例释放，在分享中不断思考、借鉴。

议题八：严查挂靠走票及医疗反腐背景下，医疗器械如何合规营销

概述：国家税务总局等9部委联合发文，严查药械企业的挂靠、走票、虚开等问题，国务院对各地税收优惠政策进行了收拢，税收洼地不再。医疗器械企业生产、经销与临床推广中，如何全面掌握财税新政、发现税收政策机会？如何有效应对税务稽查、并进行有效评估？如何不断提高财务管理与风险控制等综合能力，并在营销中做到合规经营？

组织机构

主办单位：中国医疗器械促进会

承办单位：赛柏蓝/中国医疗器械新媒体平台

时间地点：2016年4月15日 - 16日上海艾美酒店(五星级)

参会对象

医疗器械企业董事长、总经理（总裁）、副总经理（副总裁）、销售负责人（销售总监/营销总监/市场总监）、销售经理等。

会务费用及汇款账户

出席会议代表学习费、资料费、会议期间餐费共计2980元/人；住宿会务组可协助预订，费用自理。4月8日之前报名并汇款可享受2700元/人优惠价格；会议前汇款者，可享受2800元/人优惠价。现场缴费无优惠。

会议日程

会议嘉宾

会议门票

会务费用及汇款账户

出席会议代表学习费、资料费、会议期间餐费共计2980元/人；住宿会务组可协助预订，费用自理。4月8日之前报名并汇款可享受2700元/人优惠价格；会议前汇款者，可享受2800元/人优惠价。现场缴费无优惠。

成都云数海量智能科技有限公司
活动家
2016年01月13日
授权专用章