

# 中国药店



上半月刊

2013年03月 总第146期  
www.zgyd.org



## “中心”： 重新定义品类

/ P24 专业化 2.0

/ P50 “米”字陈列正效应

/ P74 让货架主动营销

ISSN 1009-5012

国内统一刊号：CN11-4476/R  
邮发代号：2-387  
定价：人民币8元



771009 501133



“中心”：  
重新定义品类

2013年03月 上半月刊  
总第146期

# Contents 目录

## 30 每期关注 Cover Story “中心”：重新定义品类



新型品类中心的模式，其核心是针对消费者需求，以更全面、系统、便捷的方式予以满足，甚至可以说，跨品类的产品聚合，这种陈列方式即体现了“解决方案”的含义，从而能起到激发消费者潜在购买欲望的效果。

### 读者在线/10

#### 业界动态

语录/12

数字/12

微语录/14

焦点/16

关键词/16

财经速览/18

## 16/焦点



- P32 新型品类中心思与失
- P34 口腔中心：从产品到解决方案
- P36 家庭医护专区：小品类 大市场
- P38 宝鸡同和堂的“生机”
- P41 睡眠中心：尚难高枕无忧

### 卷首语 From the Editor

2 将“专业+便利”优势发扬光大

### 终端透视 Retail Research

8 基层服务水平定胜负

### 圈点 Industry News

20 药品招标新政的隐疾

### 高层视点 Top View

22 做好医疗器械就是做好基本功

主管单位  
中华人民共和国卫生部 Guided by the Ministry of Health of PRC  
主办单位  
中国整形美容协会 Chinese Association of Plastics and Aesthetics  
编辑出版  
中国药店杂志社 Published by China Drug Store Report Press

常务副主编 Executive Managing Editor  
郝岚 Hao Lan  
常务副社长 Vice President  
贺晓波 He Xiaobo  
高级顾问 Senior Adviser  
关平 Peter Guan

执行主编 Chief Executive Editor  
徐国 Xu Guo

编辑部主任 Director of Editing Department  
赵振基 Zhao Zhenji

编辑/记者 Editors/Reporters  
周玉涛 Zhou Yutao 张叶 Zhang Ye 苏洋 Su Yang  
于素文 Yu Suwen 赵安琪 Zhao Anqi 唐舜莉 Tang Shunli  
刘瞳 Liu Tong

研究部主任 Director of Research Department  
赵振基(兼) Zhao Zhenji

美术总监 Art Director  
武蕴韬 Wu Yuntao  
美术编辑 Art Editor  
于淑丽 Yu Shuli 张岩 Zhang Yan  
美编助理 Assistant Art Editor  
王银红 Wang Yinhong

培训总监 Director of Training Department  
张朝明 Zhang Chaoming

网站主编 Web Director  
杨剑英 Yang Jianying  
网站技术主管 Web Technical Manager  
范焱 Fan Kun  
网站编辑 Web Editor  
关欣 Guan Xin

常务副社长助理兼广告部总监 VP assistant & AD director  
王莹 Wang Ying  
广告部副总监 Vice Advertising Director  
温青 Wen Qing  
高级客户经理 Senior Account Manager  
史建 Shi Jian  
客户经理 Account Manager  
李亮 Li Liang 徐云东 Xu Yundong  
市场部经理 Marketing Manager  
冯晓静 Feng Xiaojing

发行部主任 Director of Circulation Department  
刘海芳 Liu Haifang  
发行主管 Circulation Manager  
龙雨红 Long Yuhong 何坤 He Kun  
李来兴 Li Laixing

行政部 Administration Department  
袁慧贞 Yuan Huizhen

常年法律顾问 Law Advisor  
程世祥 Cheng Shixiang

智慧支持 北京安盛友邦药店管理顾问有限公司  
副总经理 Vice-general Manager  
张朝明 Zhang Chaoming

印刷:北京昊天彩印有限公司  
国内统一刊号:CN11-4476/R  
国际标准刊号:ISSN1009-5012  
邮发代号:2-387  
广告许可证:京东工商广字第0424号(1-1)

订阅处:杂志社或全国各地邮局  
邮寄地址:北京市安外邮局88信箱  
邮编:100011  
电话:010-51667828 51667829  
传真:010-84129101  
E-mail:zgyd229@163.com  
网址:www.zgyd.org  
订阅服务专线:010-51667829

本刊保留一切法律追究权利  
版权所有,未经许可,不得转载本刊文字及图片  
定价:每期8.00元 全年192.00元

### 深度 In-Depth Report

- 24 专业化2.0  
——美国药店见闻录

### 海外 Global View

- 44 飞马座药房:震后复苏的明星

### 运营 Operation

- 46 打造医药电商人才  
48 家用器械“动”起来  
50 “米”字陈列正效应  
52 让促销有趣可信  
54 网店关键词:以小博大

### 商学院 Forum

- 58 最快乐公司的秘诀

### 调查 Investigation

- 60 网购业2012年五大特点  
64 Boots.com:第一的背后

### 专栏 Column

- 68 日本流  
· 银发大潮与药店机会  
72 人本时代  
· 销售人员激励全攻略  
74 数字化运营  
· 让货架主动营销  
76 老葛话营销  
· 多屏互动向移动化演进

### 零售圈 Retail sector

- 78 室内地理定位激活O2O  
80 母婴市场雾霾重重  
82 商业化,慢转身

### 后窗 Leisure

- 84 开卷  
· 《我赢定了:鲍威尔生活和领导的艺术》等  
86 你“加关注”了吗?



## 24 专业化2.0 ——美国药店见闻录

加强专业化、凸显连锁药店在全民医疗健康保健中的重要地位,正成为美国药店的变革趋势。



## 50 “米”字陈列正效应

门店陈列商品时,一要兼顾毛利区间的相互搭配;二要兼顾高、中、低价格带相互搭配;三要兼顾重点品种的关联方向;四要使重点品种的陈列满足GSP陈列规定。