

可丽蓝™
Clearblue®

验孕有多准？
怀孕周数
一目了然

人绒毛膜促性腺激素水平

怀孕
3+ 周*

怀孕
2-3 周*

怀孕
1-2 周*

怀孕时间

全新 Clearblue® 可丽蓝™ 电子验孕笔通过测量孕激素水平，
不但检验怀孕与否，更能进一步显示已怀孕周数。



全球
25年
专业研发

www.clearblue.com/cn

*怀孕周数会在显示屏上以1-2,2-3,3+的字样显示。人绒毛膜促性腺激素 (hCG) 电子测试笔。用于体外定性检测人尿液中的hCG，作辅助诊断用。
美艾利尔 (上海) 诊断产品有限公司。沪食药监械 (准) 字2014第2400246号。沪械广审 (文) 第2014040214号。
请仔细阅读产品说明书或在医务人员的指导下购买和使用。禁忌内容或注意事项详见说明书。

万方数据

Contents

目录



2014年6月 上半月刊
总第176期

读者在线/14

业界动态

语录/18

数字/18

微语录/20

焦点/22

关键词/22

政策速递/24

图片新闻/26

圈点/28

财经速览/30

高层视点/32

42 每期关注 Cover Story O2O, 全民新赛场



在PC端医药电商渐成红海的局势下，O2O将成为中国药店触电的新战场，这一轮的明星可能来自于线上，但主角会是传统药店。没有传统药店的支持，O2O就落不了地。

26/图片新闻



中国药店微信公众号开通了！
聚拢中国药店微信，随时随地了解中国药店
如何关注我们？
方式一：扫一扫，关注我们！
方式二：搜zgyd666，加我们为好友！



中国药店官网 中国药店新浪微博 @中国药店

P44/解码药店O2O

P46/好药师“抢滩”微信

P50/好药师的杀手锏

P54/海王星辰：从支付O2O到全覆盖O2O

P56/健一网：用体验店玩转O2O

P60/七乐康：演绎跨界O+O

P62/O2O有区域型连锁什么事？

卷首语 From the Editor

4 O2O离闭环有多远

终端透视 Retail Research

12 祛火通便类：剂型倾向多元化

深度 In-Depth Report

36 台湾药店如何卖奶粉

40 浪尖上的北京

公司 Company

64 瑞澄：津门黑马

主管单位

中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会
National Health and Family Planning Commission of the People's Republic of China

主办单位

中国整形美容协会 Chinese Association of Plastics and Aesthetics
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 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
美术助理 Assistant Art Editor
王银红 Wang Yinrong

培训总监 Director of Training Department

张朝明 Zhang Chaoming

新媒体主编 New Media Chief Editor

张勇 Zhang Yong

网站主编 Web Director

杨剑英 Yang Jianying
网站技术主管 Web Technical Manager
范莹 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 周彦均 Zhou Yanjun
市场部经理 Marketing Manager
冯晓静 Feng Xiaojing
市场部助理 Assistant of Marketing Department
范盼盼 Fan Panpan

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 李来兴 Li Laixing 赵青 Zhao Qing

行政部 Administration Department

袁惠桢 Yuan Huizhen

常年法律顾问 Law Advisor

程世祥 Cheng Shixiang

管理支持 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:北京国彩印刷有限公司

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:zgyd228@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,未经允许,不得转载本刊文字及图片
定价:每期8.00元 全年192.00元

如有发现印刷、装订等质量问题,由印刷厂负责调换;
(010)69599001 陈灵芝

海外 Global View

- 66 铃兰药局:敏锐捕捉地域需求
- 70 沃尔格林:打造泛渠道闭环

运营 Global View

- 74 医药零售的“新考量”
- 76 突破考核的困境
- 78 提升组织结构的有效性

新疆域 New Frontier

- 82 迈过客服这道坎
- 84 电商品类“夺位战”

调查 Investigation

- 86 差异化生存
——2013年中国药品零售市场回顾
- 90 玩转SNS营销

专栏 Column

- 92 日本流
· 独占性商品培育法
- 94 物流志
· 逆向物流的价值
- 98 老葛话营销
· 网络视频自制内容正当时

人物 Guru

- 100 从易总到易校长

供应链 Supply Chain

- 104 可丽蓝,在中国复制NO.1奇迹
- 106 康芝药业:“第一品牌”的成长之路
- 108 华润三九:创新营销范本

后窗 Leisure

- 110 开卷



36 台湾药店如何卖奶粉

奶粉不是赚钱品类而是吸客品类,签约品是台湾药店母婴品类赖以生存的主要模式。



64 瑞澄:津门黑马

“不管是在零售技术上,还是药学服务上,只有规范地、专业地经营,才能长久。”天津瑞澄大药房创办者闵丽说。

中国药店



上半月刊

2014年06月 总第176期
www.zgyd.org



O2O，全民新赛场

P36 / 台湾药店如何卖奶粉

P40 / 浪尖上的北京

P100 / 从易总到易校长



扫一扫，关注中国药店微信
(ID: zgyd666)

ISSN 1009-5012



11>

刊例数据

771009501140

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