

中国药店



上半月刊

2014年11月 总第186期

www.zgyd.org



“风口”中的 药品零售业

推动药品零售业实现二次腾飞的“风口”正在形成，
“第十四届中国药店高峰论坛”给出了对策，
分享了智慧，提供了战略性的发展视角。



扫一扫，关注中国药店微信
(ID: zgyd666)

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



2 1 >

万方数据

9 771009 501140



2014年11月 上半月刊
总第186期

Contents

目录

40 每期关注 Cover Story “风口”中的药品零售业 ——第十四届中国药店高峰论坛实录



风口之上猪都能飞，但也可能被大风吞没，这些风口对已有市场地位的企业而言，既是一个难得的实现二次腾飞的机会，但同时也是对其既往模式在新环境中能否持续发展的大考验。医药流通企业该以什么样的姿态稳健屹立在这个风口浪尖，我们需要对策，需要战略发展眼光，更需要科学的应对能力。

读者在线/14

业界动态

语录/18

数字/18

图片新闻/18

微语录/20

焦点/22

关键词/22

圈点/24

财经速览/28

高层视点/30

趋势篇

P42/政策新风向

新医改进展与药店的机遇/P42

医药监管体系正走向现代化/P44

政策红利还需耐心等待/P46

透过关键词看变革契机/P47

政策导向下的企业转型/P48

网上药店的核心价值：做诊后的用药管理/P64

站在风口的医药电商：用户为王/P65

好药师的又一个杀手锏/P66

实战篇

P68/模本大对标

执行力+创新力=不败/P68

区域深耕大策略/P70

复盘健康城/P71

新兴药房的单品突破经/P72

药店要“用好”中医中药/P74

“药店+诊所”之路/P75

资本篇

P50/永恒的热点VS资本的法则

医药投资机构的宠儿/P50

借势、借力还是借钱？/P53

玩转“新三板”/P56

对话篇

P78/医药分开预期下的药店思维

P82/电商影响与商业重构

电商篇

P58/电商大时代

O2O的机遇与挑战/P58

商业3.0时代来了/P60

从流量型电商到服务型电商/P61

人物篇

P84/2014“中国药店年度人物”



中国药店微信公众号开通了！
聚集中国药店精英，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zgyd066，加我们为好友！



中国药店官网

中国药店新浪微博、读中国药店

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
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 赵安琪 Zhao Anqi
唐舜莉 Tang Shunli 刘瞳 Liu Tong 王旭 Wang Xu

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

美术总监 Art Director
武鑫韬 Wu Xintao
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 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
范翌 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 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
李杨 Li Yang 常文 Chang Wen
行政部 Administration Department
袁慧桢 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

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

卷首语 From the Editor

4 跳出药店看药店

终端透视 Retail Research

12 血压计:双峰并峙 本土为王

深度 In-Depth Report

32 基本药物,目录下的迷局

34 医药电商的融资抉择

36 药店的低频窘境

公司 Company

86 燕喜堂的不变与变

88 康复之家构建“天罗地网”

海外 Global View

90 AEON:聚焦55岁以上群体

94 OTC:稳健性与成长性兼具的市场

98 亚太市场:OTC最好的时代

调查 Investigation

102 缓增长背景下的OTC市场亮点

专栏 Column

106 日本流

· 超级药店的银发商机

108 物流志

· 货位管理的精细化

112 小智观潮

· 重构“顾客中心思维”

116 实战派

· 将丢失的交易次数抓回来

后窗 Leisure

118 开卷



86 燕喜堂的不变与变

燕喜堂的近期目标是,到2015年底,进入全国连锁前30强。具体发展方向是,做好烟台市场,然后一路向西。



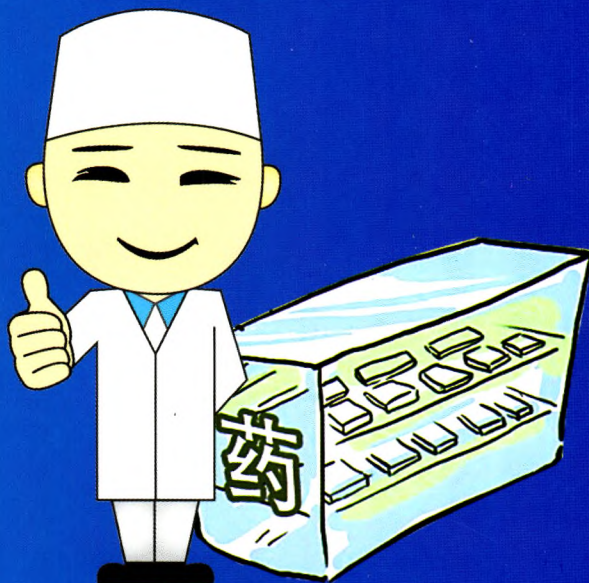
88 康复之家构建“天罗地网”

收购德开,打通天网,自己再做千城千店的地网,用一年的时间把天网做完,而地网需要更长的时间。



**精彩不容复制，
个性无法拷贝，
精彩尽在修正店员俱乐部！**

嗨，大家好
不知道大家听过没有
在微信公众平台的江湖中出现了这样一个平台
或许您就会问了
什么平台？弄的这么神秘
现在呢
就由我
向大家介绍一下这个平台
此平台江湖人称店员俱乐部
店员俱乐部就是修正药业为药店店员打造的互动交流平台
在这里
您会了解到一些新鲜热辣的行业资讯
在这里
您会学会一些简单易行的养生之道
在这里
您会收获联合用药的相关知识
在这里
您还可以参与活动，赢取丰厚的奖品哟~
在这里
有不容复制的精彩
在这里
有意想不到的惊喜等着你
我是店员俱乐部伙计店小二
我为店员俱乐部代言



修正药业

修正良心药

放心管用的药