

中国药店



上半月刊

2014年02月 总第168期
www.zgyd.org

单品大爆发

引爆“大单品”带来了销量的猛涨, 拉动整个品类增长是下一步愿望。

P40 / 华氏: 向“市场”转型

P53 / 让“魔鬼”开口

P82 / “大佬”们怎么玩 O2O

OTC
阿胶
e jiao

补血滋阴
润燥止血

每盒装500克
新开盖, 赠礼真作

OTC
阿胶

补血
滋阴
润燥
止血

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



扫一扫, 关注中国药店微信
(ID: zgyd666)

ISSN 1009-5012



03>

9 771009 501140



2014年2月 上半月刊
总第168期

Contents

目录

26 每期关注 Cover Story 单品大爆发



翻倍、四倍、数十倍，诸如此类，单品运营，确实为不少连锁带来了显著的销量提升。这一增量，是上游厂家投放、门店终端迎合、刺激性考核激励的共生体。对连锁来说，单品的使命不仅是自身的销量提升，还有借助其扩大市场容量、进而拉动门店整体销售的诉求。

- P28/引爆“大单品”
- P32/单品运作之“安全规范”
- P34/单品推广实例观
- P38/电商单品：成长直通车

卷首语 From the Editor

- 2 合作创新，从痛点入手

终端透视 Retail Research

- 8 执业药师职能发挥打折

深度 In-Depth Report

- 22 北京药店的社区劫
- 24 电商风口的供应商们

公司 Company

- 40 华氏：向“市场”转型
- 43 滋福堂的成功方程式

读者在线/10

业界动态

- 语录/14
- 数字/14
- 微语录/16
- 焦点/18
- 关键词/18
- 图片新闻/18
- 财经速览/20

18 / 图片新闻



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 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
武鑫韬 Wu Xuntao

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
范型 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
袁慧楨 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

海外 Global View

- 46 FORALL:营养和药物并重的居家访问业务
- 48 美国:药店救驾新医改

运营 Global View

- 50 构建跨区域扩张的管控模式
- 53 让“魔鬼”开口
- 54 老会员的二度激活
- 57 让贴牌和品牌共舞
- 60 九招实现客户再回头
- 62 巧翻新提振业绩
- 64 给门店人员结构开张“处方”
- 65 搭建员工互信平台

新疆域 New Frontier

- 66 别被互联网思维骗了

调查 Investigation

- 68 2013,药企线上不差钱
- 71 医药市场,2014朝哪儿转

专栏 Column

- 72 日本流
·自助药疗的实现途径
- 74 人本时代
·战略转型期,如何提升组织生命力
- 76 物流志
·第三利润源的功能(二)
- 80 老葛话营销
·广告主眼中的网络独播综艺价值

零售圈 Retail sector

- 82 “大佬”们怎么玩O2O

后窗 Leisure

- 84 开卷
- 86 关于水的快乐领悟



40 华氏: 向“市场”转型

“告诉消费者你卖的是什么,你卖的东西跟消费者有什么关系,消费者为什么要为这个东西花钱”,上海华氏大药房正把这些概念更多地运用在门店营销层面。



54 老会员的二度激活

提振老会员消费,必须从数据分析、亲情服务、便民服务、挖掘优势品类等多方面入手。



中国药店微信公众号开通了!
聚焦中国药店微信,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!

中国药店新浪微博: @中国药店

中国药店官网





**修正群星
给全国人民拜年**

健康咨询热线：400-7070777 网址：www.china-xiuzheng.com



万方数据

修正药业集团

修正良心药

放心管用的药