

全国普通医药中专教材

中药经营企业管理学

全国普通医药中专教材建设委员会 组织编写

王书林 主编 刘良述 主审

中国医药科技出版社



全国普通医药中专教材

中药经营企业管理学

全国普通医药中专教材建设委员会 组织编写

主 编 王书林 (四川省医药学校)

主 审 刘良述 (华西医科大学)

参编人员 (以姓氏笔画为序)

王书林 (四川省医药学校)

刘 枫 (天津药科中等专业学校)

周 琦 (安徽省医药学校)

中国医药科技出版社



登记证号：(京) 075 号

内 容 提 要

本书为全国普通医药中专教材之一，系统介绍了中药经营企业的产生，发展，性质，种类；中药经营企业的组织结构，管理制度；中药经营企业的信息管理，经营决策，市场调查、预测，广告效益；中药商品的购、销、调、存及质量管理；经营合同，财务物价管理政策等知识。其内容安排合理，通俗易懂，举例恰当，并有配套练习，可供中药经营企业专业教学用，亦可作为职工中专、函授中专和中级技工培训等教学参考书。

图书在版编目 (CIP) 数据

中药经营企业管理学/王书林主编. —北京：中国医药科技出版社，1999

全国普通医药中专教材

ISBN 7-5067-2072-8

I. 中… II. 王… III. 中药-商业企业-企业管理-专业学校-教材 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 24330 号

中国医药科技出版社 出版
(北京市海淀区文慧园北路甲 22 号)
(邮政编码 100088)

北京昌平精工印刷厂 印刷
全国各地新华书店 经销

*

开本 787 × 1092mm¹/₁₆ 印张 14¹/₄

字数 323 千字 印数 1—5000

1999 年 6 月第 1 版 1999 年 6 月第 1 次印刷

定价：22.00 元

医药科技
PDG

全国普通医药中专教材建设委员会名单

主任委员 苏怀德 (中国医药教育协会常务副会长、原国家医药管理局科技教育司)

常务副主任委员 王书林 (四川省医药学校)

副主任委员 林锦兴 (山东省医药工业学校)

贾景华 (辽宁省医疗器械学校)

周晓明 (山西省中药材学校)

顾问 齐宗韶 (广州市医药中等专业学校)

路振山 (天津市药科中等专业学校)

竺芝芬 (浙江省医药学校)

委员 左淑芬 (河南省医药学校)

缪立德 (湖北省制药工业学校)

夏海云 (湖南省医药学校)

谢淑俊 (北京市医药器械学校)

贾江峰 (江西省医药学校)

唐介眉 (江苏省医药学校)

周琦 (安徽省医药学校)

周慧君 (上海市医药学校)

徐文强 (江苏省药科学校)

沃联群 (浙江省医药学校)

梁向东 (广州市医药中等专业学校)

汤浚溪 (天津市药科中等专业学校)

杨群华 (广东省医药学校)

缪存信 (福建省医药学校)

刘佳 (四川省医药学校)

秘

书

前 言

我国普通医药中等专业教育兴起于 20 世纪 50 年代。以后历经曲折,有一定进步。80 年代以来,在改革开放国策的指引下始获得巨大发展。历年来所培养的大量人才在推动全国医药事业的持续发展起到了重要作用。

但是,几十年来医药中专教育一直缺少自己的规范化教材,长期存在着靠借用其他专业或其他层次教材应付教学急需的尴尬被动局面。原国家医药管理局科技教育司履行“指导全国药学教育”和“为基层服务”的职责,应各省普通医药中专学校的要求,于 80 年代后期开始组织各校共同编写教材,以解决各校之急需。经过几年实践,有关普通医药中专教材建设的规章制度日趋完善,遂于 1998 年正式成立全国普通医药中专教材建设委员会。该委员会隶属于中国医药教育协会的二级组织——职业技术教育委员会。本系列教材编写的基本依据是原国家医药管理局科技教育司颁布的全日制普通医药中等专业学校“指导性教学大纲汇编”(医药类各专业,1997 年 7 月),同时根据中等职业教育的改革发展和各地区的办学条件及对人才需求的差别,体现了一定的灵活性。

全国普通医药中专教材建设委员会的指导思想是:认真贯彻党的教育方针和职业教育法,面向 21 世纪,根据中等职业教育教学改革精神,搞好医药中专教材建设工作。教材建设的基本过程是:各校根据教学需要提出急需编写的教材建议;委员会从各校建议中确定分阶段编写的教材品种;各校根据委员会制订的对主编和参编人员的要求,申报主参编人员;经教材建设委员会审定,择优组成各门教材编写队伍。编写过程实行主编负责制,同时每门教材特聘主审一人,其主要职责是审定教材业务内容以保证质量。各校对教材工作均高度重视,纷纷派出优秀教师参加编写,中国医药科技出版社也给予了大力支持,才使得本系列教材建设能在较短时间内完成。

经各校共同努力,第一阶段编写的 12 门教材、第二阶段编写的 14 门教材进展顺利,均将按计划供应教学使用。今后还将按实际需要组织第三阶段教材建设和若干教学参考书的编写,使新编写的中等教材形成较为完整的系列。这些工作在医药中等教育发展历史上具有首创意义,它对规范教材规格、确保教学质量、提高师资水平以及促进校际交流和团结都将会发挥重要作用。但本系列教材建设缺乏经验,时间又紧,因此某些部分略显粗糙是难以避免的,其质量如何也有待教学实践检验。教材建设委员会将组织制订教材质量评估体系,逐步开展教材评估和评优工作,以利于进一步的修订。

本套教材虽为中专教材,但也注意到与全国执业药师资格考试有关内容的衔接,不仅适合于普通医药中专教学之需,也适合对在职人员进行中等职业培训及有志自学者之学习之需。

竭诚欢迎广大读者提供宝贵意见。

全国普通医药中专教材建设委员会

1999 年 2 月

编写说明

本书是在全国普通医药中专教材建设委员会的统一组织下,按照《全日制普通医药中等专业学校指导性教学大纲》编写的全国医药中等专业学校教材,供中药经营企业专业教学之用,亦可作为职工中专、函授中专和中高级技工培训等职业技术教育的参考用书。

中药经营企业管理学,主要研究的是中药商品在流通过程中的经营业务与管理活动,它是专为经营中药的一门部门经济管理学。全书主要论述的内容涉及有中药经营企业的产生、发展、性质及种类;中药经营企业的组织机构、管理制度;中药经营企业的信息管理、经营决策、市场调查、预测、广告效益;中药商品的购、销、调、存及质量管理;经营合同、财务物价管理政策及企业的社会、经济效益。学员通过全书的系统学习,能够全面掌握中药经营业务及管理知识;能够熟练地进行中药经营业务及从事管理活动。

为了让学员不仅学好经营业务和管理,而且在维护国家、企业、个人利益的前提下依法经营、依法管理,本书特意介绍了与中药经营管理密切相关的法律、法规,特别是刚颁布的《中华人民共和国价格法》、《中华人民共和国合同法》及还在进行修订即将定稿的《中华人民共和国药品管理法》。可以说,全书所涉知识是最新的,观点是符合改革开放潮流的,从篇幅及特色上,依照了“适用为主,够用为度”的原则;兼收了古今中外经营管理经验及科研成果,兼顾了我国大江南北的企业特点,具有较强的应用性和时代特色。

该书原名为“中药商业企业经营管理学”,经专家指点,获全国普通医药中专教材编写委员会同意,为了使该书与《中华人民共和国药品管理法》的要求及名词界定相统一,使书更具实用性和时代性,书名更改为“中药经营企业管理学”,全书内容及体例并相应作了调整。

参加本书编写的有:四川省医药学校王书林(执笔第三章、第六章、第十一章、第十二章、第十三章、第十四章、第十五章、第十六章);天津药科中等专业学校刘枫(执笔第一章、第二章、第四章、第五章);安徽省医药学校周琦(执笔第七章、第八章、第九章、第十章)。全书由华西医科大学刘良述教授担任主审。

本书在编写过程中,得到了参编学校各级领导及教师的大力协助;得到了兄弟学校专家同仁的热情关心;尤其得到了四川省中药学校中药教研室有关教师的鼎力支持,在此一并表示衷心的感谢。

由于我国改革开放迅猛、深入,法律法规日渐成熟、规范,书中所涉内容如有欠妥,诚望各校师生在教学使用过程中予以补充、完善,敬望读者多提意见,渴望专家学者们的不吝指正。

编者

1999年5月于峨眉

目 录

第一章 中药经营企业	(1)
第一节 中药经营企业的历史沿革	(1)
一、中药经营企业的历史沿革	(1)
二、社会主义中药经营企业的概念	(3)
第二节 中药经营企业的性质、种类和任务	(4)
一、中药经营企业的性质	(4)
二、中药经营企业的种类	(4)
三、中药经营企业的任务	(8)
第三节 中药经营企业的素质	(9)
一、中药经营企业素质的概念与内容	(9)
二、提高中药经营企业素质的途径	(10)
习题	(11)
第二章 中药经营企业管理及组织机构	(12)
第一节 中药经营企业管理概述	(12)
一、中药经营企业经营与管理的关系	(12)
二、中药经营企业管理的两重性	(13)
三、中药经营企业管理的职能	(14)
四、中药经营企业管理的方法	(17)
第二节 中药经营企业的组织机构	(19)
一、建立中药经营企业组织机构的原则	(19)
二、中药经营企业组织机构的组织形式	(20)
第三节 中药经营企业的管理制度	(23)
一、中药经营企业的领导制度	(23)
二、中药经营企业的经营责任制度	(26)
第四节 现代企业制度	(28)
一、现代企业制度的概念及其内涵	(28)
二、现代企业制度的基本特征	(28)
三、现代企业制度的内容	(29)
四、现代企业制度的主要形式及其组织管理机构	(30)
习题	(34)
第三章 药品经营企业的法规解说	(35)
第一节 《中华人民共和国药品管理法》情况概述	(35)
一、修订颁布《药品管理法》的目的和意义	(35)
二、《药品管理法》产生背景	(36)

三、《药品管理法》的主要内容	(37)
第二节 医药商品质量管理规范情况概述	(38)
一、医药商品质量规范 (GSP) 的概念和意义	(38)
二、GSP 主要内容的规范要求	(40)
第三节 《中药品种保护条例》情况概述	(42)
一、制定本条例的历史意义及形成过程	(43)
二、中药保护条例的主要内容	(43)
习题	(45)
第四章 中药经营企业的信息管理	(46)
第一节 经济信息	(46)
一、经济信息的概念	(46)
二、经济信息的分类	(46)
三、经济信息的来源	(47)
四、经济信息的基本特征及获得经济信息的实质	(47)
第二节 经济信息在企业经营中的地位和作用	(49)
一、经济信息在企业经营中的地位	(49)
二、经济信息在企业经营中的作用	(49)
第三节 经济信息的处理	(50)
一、经济信息的收集	(50)
二、经济信息的加工方法	(51)
三、经济信息的传递和运用	(52)
四、经济信息的储存与检索	(54)
习题	(55)
第五章 中药经营企业的经营决策与计划	(56)
第一节 中药经营企业的经营决策	(56)
一、中药经营企业经营决策的概念、内容及分类	(56)
二、中药经营企业经营决策的原则	(58)
三、中药经营企业经营决策的程序及经营决策的定量方法	(59)
第二节 中药经营企业经营计划	(66)
一、中药经营企业经营计划的概念与作用	(66)
二、中药经营企业经营计划的内容	(67)
三、中药经营企业年度经营计划的编制执行和检查	(70)
习题	(72)
第六章 中药市场及其管理	(73)
第一节 中药市场概述	(73)
一、市场的概念及构成要素	(73)
二、中药市场的概念及特点	(74)
三、中药市场调查和预测的意义	(75)
第二节 中药市场调查	(76)

一、中药市场调查的内容	(76)
二、中药市场调查的要求	(77)
三、中药市场调查的步骤	(77)
四、中药市场调查的方法	(78)
第三节 中药市场预测	(79)
一、中药市场预测的分类	(79)
二、中药市场预测的内容	(79)
三、中药市场预测的方法	(80)
第四节 中药市场管理	(85)
一、中药市场管理的意义	(85)
二、中药市场管理的主要内容	(86)
三、中药市场管理的组织机构	(87)
四、各级财政银行机构	(89)
习题	(90)
第七章 中药商品广告管理	(91)
第一节 中药商品广告	(91)
一、广告的概念、性质及特点	(91)
二、中药商品广告的作用和特点	(93)
第二节 广告媒体的选择	(94)
一、广告媒体的概念及种类	(94)
二、选择广告媒体的因素	(96)
第三节 广告的效果研究	(96)
一、广告设计的基本要求	(96)
二、有效广告的基本特征	(97)
三、广告效果的测定	(97)
第四节 中药商品广告的管理	(98)
一、中药商品广告管理的法律依据	(98)
二、中药商品广告的管理原则	(98)
三、中药商品广告的管理内容	(99)
习题	(100)
第八章 中药经营企业的采购业务管理	(101)
第一节 中药商品采购的意义和原则	(101)
一、中药商品采购的概念	(101)
二、中药商品采购的特点	(101)
三、中药商品采购的意义	(103)
四、中药商品采购的原则	(104)
第二节 中药商品采购的要求和方法	(104)
一、中药商品采购的基本要求	(104)
二、中药商品采购的方法	(105)

第三节 中药商品采购的经营策略	(106)
一、中药商品采购业务的基本程序	(106)
二、中药商品采购的方式、品种、数量和时间	(107)
习题	(108)
第九章 中药商品运输业务管理	(109)
第一节 中药商品运输的意义和要求	(109)
一、中药商品运输的意义	(109)
二、中药商品运输的要求	(110)
第二节 编制中药商品运输计划	(111)
一、中药商品运输计划的原则	(111)
二、编制中药商品运输计划的程序	(111)
第三节 合理组织中药商品运输的途径	(112)
一、科学地选择运输路线	(112)
二、正确地选择运输方式	(113)
三、合理使用运输工具	(114)
第四节 中药商品运输业务的组织	(115)
一、中药商品运输的发运业务	(115)
二、中药商品运输的接运业务	(116)
三、中药商品运输的中转业务	(116)
习题	(117)
第十章 中药商品仓储业务管理	(118)
第一节 中药商品储存的意义	(118)
一、中药商品储存的概念及重要性	(118)
二、中药商品储存的必要性	(119)
第二节 中药商品储存的原则和任务	(119)
一、中药商品储存的基本原则	(119)
二、中药商品储存的任务	(120)
第三节 合理组织中药商品储存	(121)
一、合理确定中药商品储存量	(121)
二、合理确定中药商品储存结构	(122)
三、合理摆布中药商品储存	(123)
第四节 中药商品的仓库管理	(123)
一、中药商业仓库管理的任务	(123)
二、中药商品储存与保管的基本要求	(124)
三、中药商品管理的内容	(124)
习题	(129)
第十一章 中药经营企业批发与零售的经营管理	(130)
第一节 中药经营企业的调拨业务及其管理	(130)
一、组织中药商品调拨的意义	(130)

二、中药商品调拨的形式	(130)
第二节 中药批发企业的批发供应业务及其管理	(131)
一、统筹安排中药商品批发供应	(131)
二、批发企业的供应业务管理	(132)
第三节 中药零售企业进货业务	(133)
一、进货原则和渠道	(133)
二、进货业务的组织	(134)
第四节 中药零售企业销售业务	(136)
一、饮片配方	(136)
二、中成药销售	(137)
三、商品宣传陈列	(138)
第五节 中药零售企业服务质量	(139)
一、服务质量的内容和要求	(139)
二、提高服务质量途径	(141)
习题	(142)
第十二章 中药经营企业的质量管理	(144)
第一节 中药商品管理的基本知识	(144)
一、药品的特殊性	(144)
二、一般药品的审批程序	(145)
三、药品的法律责任	(146)
第二节 全面质量管理的特点和意义	(146)
一、什么是全面质量管理	(146)
二、全面质量管理的特点	(148)
三、实行全面质量管理的意义	(148)
第三节 中药经营企业的服务质量管理和工作质量管理	(149)
一、服务质量管理	(149)
二、工作质量管理	(150)
第四节 中药商品质量管理	(150)
一、药品质量管理的依据和质量特性	(150)
二、中药质量管理的要求	(151)
三、中药经营企业质量管理特点和作用	(151)
习题	(153)
第十三章 中药经营企业买卖合同管理	(154)
第一节 买卖合同法制概况	(154)
一、买卖合同及其作用	(154)
二、买卖合同法及其作用	(155)
三、我国买卖合同法产生及其特点	(156)
第二节 买卖合同的分类	(157)
一、有名合同和无名合同	(157)

二、计划合同和非计划合同	(158)
三、双边合同和多边合同	(158)
四、诺成合同和实践合同	(158)
五、长期合同和短期合同	(158)
六、有偿合同和无偿合同	(159)
七、有效合同和无效合同	(159)
第三节 买卖合同的内容	(159)
一、当事人的名称或者姓名和住所	(159)
二、标的	(159)
三、数量和质量	(160)
四、质量	(160)
五、价款或报酬	(160)
六、履行期限、地点和方式	(160)
七、包装和验收方法	(161)
八、违约责任	(161)
第四节 买卖合同的订立	(161)
一、签订买卖合同的原则	(161)
二、签订买卖合同的程序	(162)
三、签订买卖合同的当事人	(163)
四、签订买卖合同的形式	(163)
第五节 买卖合同的履行、变更和转让	(164)
一、买卖合同的履行	(164)
二、买卖合同履行的程序	(165)
三、买卖合同的担保	(166)
四、买卖合同的变更和转让	(168)
第六节 买卖合同的管理	(168)
一、买卖合同的管理机构	(169)
二、买卖合同的管理形式	(169)
三、追究违约责任	(170)
四、处理无效合同	(172)
习题	(173)
第十四章 中药经营企业的物价管理	(174)
第一节 中药物价管理的方针、原则和任务	(174)
一、中药物价管理的方针	(174)
二、中药物价管理的原则	(175)
三、中药物价管理的任务	(176)
第二节 中药商品价格的种类和构成	(176)
一、中药商品价格的种类	(176)
二、中药商品价格的构成	(179)

三、中药商品的比价和差价	(180)
第三节 中药商品价格的制定	(182)
一、中药商品定价原则	(182)
二、中药商品价格的制定	(182)
第四节 中药物价管理机构和管理制度	(185)
一、中药物价管理机构的设置	(185)
二、物价管理权限	(185)
三、物价管理制度与纪律	(186)
习题	(187)
第十五章 中药经营企业财务管理	(188)
第一节 财务管理的意义和原则	(188)
一、财务管理的意义	(188)
二、财务管理的基本原则	(189)
第二节 流动资金的管理	(189)
一、流动资金的周转	(190)
二、流动资金管理的原则	(190)
三、商品资金的管理	(191)
四、非商品定额资金的管理	(192)
五、结算资金管理	(193)
第三节 固定资金的管理	(193)
一、固定资金及其周转	(193)
二、固定资金管理的原则	(193)
三、固定资金使用效果及其提高途径	(194)
第四节 商品流通费用的管理	(195)
一、商品流通费用分类	(195)
二、降低商品流通费用水平的意义和途径	(195)
第五节 利润的管理	(198)
一、考核利润指标	(198)
二、增加利润的途径	(198)
习题	(199)
第十六章 中药经营企业的经济核算和经济效益	(200)
第一节 经济核算的意义	(200)
一、经济核算与经济核算制	(200)
二、经济核算的意义	(200)
第二节 经济核算的内容和形式	(201)
一、经济核算的内容	(201)
二、经济核算的形式	(204)
三、经济核算的方法	(205)
第三节 中药经营企业的经济效益	(205)

一、经济效益的概念·····	(206)
二、提高企业经济效益的意义·····	(206)
三、中药经营企业经济效益的考核·····	(207)
习题·····	(208)



第一章 中药经营企业

提要 中药经营企业管理学是一门研究如何经营管理中药经营企业的科学。正如研究医学不能不研究人体解剖一样,研究中药经营企业经营管理,也不能不首先剖析中药经营企业。本章较具体地介绍了中药经营企业的历史沿革;中药经营企业的性质、种类、任务;中药商业企业素质的概念与内容。

第一节 中药经营企业的历史沿革

一、中药经营企业的历史沿革

中药经营企业是专门从事中药商品流通的经济组织。它是随中药商品生产和中药商品交换的产生而产生的,是人类社会发展到一定阶段的产物。在原始社会时期,生产力非常低下,人们集体出猎,集体采集,得来的食物共同消费。在采集野果、种子和挖掘植物根茎过程中,人们由于饥不择食,往往误食有毒的植物而发生呕吐、腹泻、昏迷甚至死亡;也有时因吃了某些植物使身体的不适发生好转。经过无数次的尝试,人们逐渐认识了某些植物对人体有益,即可以治病。这样便积累了初步的中药知识。但此时还没有中药的交换活动。到了奴隶社会时期,人类已完成了三次社会分工,专门从事商品经营的商人已经出现,但由于当时人类对中医、中药知识尚处于萌发阶段,因此还没出现专门从事中药商品交换的商人。最早的中药商品交换活动是伴随中医治疗处方开始的。战国到秦汉时期(公元前 475~公元 220 年),中国进入了封建社会,经济、文化有了进一步的发展,医学知识也广为流传,扁鹊(战国)、张仲景、华佗(东汉)等名医辈出,中医的发展促进了中药的需求,从而促进了中药交换活动的展开。据古书记载,东汉人韩康常采药在京城长安(现西安)出售,老少无欺,口不二价,卖药 30 余载。名医华佗也是既看病又售药。安徽亳县至今还保留着华佗故居“元化草堂”,东厢“易寿轩”是其治病的地方,西厢“存珍斋”是其藏药的地方。唐代,生产力的提高和中外交通的发达,使中国封建社会的经济和文化达到了空前的繁荣,中医、中药也取得了显著的成就,完成了世界上最早的药典《新修本草》的编著(全书 54 卷,收载中药 844 种)。这也从一个侧面表明当时的药业是很兴旺的。宋代,中药经营活动已十分繁荣,不仅有许多民营药铺,还出现了官营药铺。公元 1076 年,北宋太医局在京城开封开设了“卖药所”经营配方和成药,尔后改名为“惠民局”;公元 1103 年又增设两个专门从事中成药制造的“修和药所”,后改名为“和济局”。南宋迁都杭州,药业有了进一步的发展,不仅民营药铺有明显的增多,而且药材的经营也开始出现了分工,当时出现了专营生药、熟药的药铺,也出现了专营川、广地道药材的批发商业,且药材的交易形式也从店铺发展到了庙会形式。宋代的祁州(现河北省安国市)庙会药市,是当时长江以北各地药材商进行中药材交易的集散地。据安国县(市)志记载,每逢庙会,整个祁州镇药气熏

天，热闹非凡，祁州因药业繁荣而闻名全国，素有药州之称。明代，工商业繁荣，中期以后，在一些行业出现了原始状态的资本主义手工工场，因此，药材的加工制造也较前期有了较大的进步，中药经营的分工也更细，如开封出现了专营药材、膏药、眼药、香药的药铺。清代，由于政治腐败，闭关自守，生产力衰落，大大限制了经济和药业的发展。官营药材体制被废止，但民间药业还有一定的发展，如北京同仁堂、上海童涵春堂等规模较大的药铺相继开业，河南百泉、江西樟树、湖南湘潭等闻名全国的中药交易市场先后发展而成。

民国以后，中药经营有进一步的发展。中药经营增多，分工更细，不仅有批发商业和零售商业之分，还出现了专门储运药材的商行，药铺经营也更专业化，有专营饮片、成药、丸散的药铺，还有以专营人参、鹿茸、银耳等贵重药为主的参茸药铺。

抗日战争时期，为了解放区军民医疗的需要，广大解放区已经出现了公营中药材的企业，如河北安国的大众药店、邢台的裕记药材栈、邯郸的大生药行等。这些中药经营企业在解放战争时期，在支援前线和解决解放区的医疗需要方面发挥了较大的作用。解放区中药行业的兴起和发展，为新中国中药经营企业培养了干部、积累了经验，为新中国中药经营企业的建立和发展奠定了基础。

新中国成立后，百废待举，党和人民政府非常重视中药事业的发展，采取了有效的扶植措施，在一些地区组建了中药国营商业企业。如1949年成立的天津“华北土产贸易公司”，它是从事中药材和其他农产品经营业务的商业企业。当时经营的药材品种很少，仅为华北地区产的黄芪、柴胡、知母、黄芩、赤芍等十多个品种，这与中药需求相差很远。因此，党和国家采取了利用私营中药经营的政策，提出“公私兼顾，劳资两利，城乡互助，内外交流”的方针。这一经济政策对繁荣中药行业的经营起到了很大的推动作用。如天津地区1950年1至2月份全市中药零售总额仅14~15万元，而贯彻这一方针后的4月份，中药零售总额上升到32万多元。为进一步活跃中药市场，于1951年10月，在党中央的关怀下，在天津召开了有河北、山西、绥远、察哈尔、平原、北京、天津、内蒙古等五省二市一区参加的“华北地区第一届城乡物资交流会”，大会设17个馆。其中，中药馆展出中药材56种，中成药60多种，签订代销合同62亿元（折合新币62万元），成交药材236万斤，促进了中药商品流通，繁荣了药业。在药业繁荣的同时，也暴露出一些私人经营的问题，有些私人中药商为牟取暴利，不顾国家政策法令，不择手段地偷税、漏税，经营中以次充好，以假乱真，坑害人民和国家。1952年的“五反”运动，对工商业的不法行为进行了批判和斗争，打击了严重违法户，使私人中药商的投机经营有所收敛。为了从根本上改变私人中药商的投机经营状况，1953年开始对私营工商业实行社会主义改造，到1954年一些地区的国营中药经营已基本占领了批发市场阵地，控制了中药零售和中成药加工的货源渠道，为全行业改造奠定了基础。1954年11月党中央决定成立中国药材公司，并于1955年1月正式成立。尔后，在各级政府的领导下，各地药材公司相继成立，从而统一了中药的经营管理。从此，中药经营进入了一个新的历史阶段。药材公司成立后，加强了对中药市场的管理和领导，加快了对私人中药商的社会主义改造，并于1957年开始对中成药生产布局进行了规划整顿，实行工商分家，改变前店后场的经营方式，与此同时，组建从事中药购销业务的二三级批发商业和零售商业网络，形成了一个比较完整的商业服务体系。使中药经营企业

向正规化、规模化方向迈进了一大步。

党的十一届三中全会以后，随着经济体制改革的不断深入，中药经营也发生了很大的变化，不仅商业网点发展很快，而且经营形式也发生了非常大的变化。在 1985 年 7 月 1 日起执行的《中华人民共和国药品管理法》第十五条“城乡集市贸易市场可以出售中药材”的规定指导下，全国十大药材市场很快发展建立起来。尔后，在一些交通、经济较发达的地区又建立起中药贸易中心，形成了一些新的中药材、中成药集散地。另外，各种中药交流会也已成为中药批发销售的主渠道之一。进入 90 年代，随着改革开放的深入，中药行业开始引进了总经销、总代理的现代经营方式。由此，改变了几十年沿袭下来的二三级批发的流通体制。改革开放以来，中药零售企业的数量增加较快，但还存在规模小、相对组织化程度低、竞争实力弱等不适应社会主义市场经济发展需要的弊端。为此，进入 90 年代以来，在中药零售业开始探讨走联合经营之路，向规模化经营发展，由此出现了一些中药连锁经营商店。随着国家逐步实行非处方药及医药分业管理政策，中药零售业将会有更大的发展。

综上所述，中药经营企业从无到有，从小到大，经历了一个产生、发展壮大、成熟的过程。现已发展成拥有 44 个省级药材公司，2400 多个县市级药材公司，中药经营商业网点达 35339 个，从业人员 36.1 万人，中药年销售总额达年 315.8491 亿元的经营供销体系。担负着中药商品流通的光荣使命，为社会主义经济发展和保障人民健康，发挥着重要作用。

二、社会主义中药经营企业的概念

社会主义中药经营企业是指以生产资料公有制为基础，责、权、利三结合的直接从事中药商品交换活动，为社会主义中药生产和消费服务的经济组织。这一概念把中药经营企业定义为经济组织，这一经济组织有如下特征：

（一）以公有制为主体

由于中药商品消费的特殊性，国家有关政策规定，中药批发业务不允许个人经营（中药材批发除外），个人只允许从事药品零售，这就决定了从事中药商品经营是以公有制企业为主渠道。

（二）责、权、利相结合

在企业所有权和经营权分离的条件下，生产资料所有权归国家，经营权归企业，生产资料所有者必然要给企业确定其责任，并赋予相应的权力以保证经营的正常进行，为调动企业积极性，还要在企业获得的经营成果中分给企业相应的物质利益。在责、权、利三者关系中，责是核心，以责定权，以责定利。

（三）社会再生产过程是生产、分配、交换和消费的统一

生产是社会再生产过程的起点，消费是终点，分配和交换是中间环节。中药经营企业在社会再生产中处于联系中药生产和消费的中介地位，从而决定了这一经济组织的基本职能是组织中药商品流通，为中药商品生产和消费服务，保证社会再生产过程的顺利进行。