



药店管理制度

连锁药店

药店管理表格

药店主要岗位职责

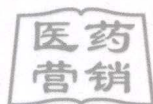
药店数据库管理

药店财务与库房管理

药品陈列与促销管理

药店管理概述

药店人力资源管理



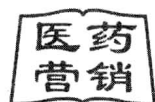
医药（保健品）营销类系列培训教程

药店管理 手册

康俊 牛海鹏\编著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



医药（保健品）营销类系列培训教程

药店管理 手册

康俊 牛海鹏\编著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目(CIP)数据

药店管理手册/康俊 牛海鹏编著. —北京: 中国经济出版社,
2008. 1

ISBN 978-7-5017-7546-0

I. 药 II. ①康… ②牛… III. 非处方药—专业商店—商业
经营—手册 IV. F717.5-26

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 041127 号

出版发行: 中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 叶亲忠 (电话: 010-88380089 E-mail: yeqz@sina.com)

责任印制: 石星岳

封面设计: 华子图文

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市佳星印装有限公司

开 本: 787mm×980mm 1/16 印张: 18 字数: 280千字

版 次: 2008年1月第1版 印次: 2008年1月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5017-7546-0/F·6096 定价: 35.00元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

编 委 会

编委会成员(按姓氏笔画排序):

于 然 王文智 牛海鹏 艾凤义

平 原 池 泓 刘艳红 仲 辉

许增辉 宋文飞 张平淡 李 光

李建伟 屈小伟 郑 俊 胡小伟

赵中秋 徐 悦 康 俊 韩冀东

裴 蓉

序 言

医药是一个非常大的行业和产业，厂商多，从业人员多，更重要的是，这个行业关系到民生的基本保障。不太妙的是，医药行业最近一些年来受到了社会普遍的质疑，甚至是责难。

尽管营销本质是以顾客为本，以需求为始，然而，医药系关民众健康，攸关生命，因此，病患在医药面前，处于信息不对称的位置，是“弱势群体”，处于谈判的弱势一方，这就导致了一些医药从业人员或组织借助这种天生的关系而谋求更多的不当利益，诸如保健品模仿医药模式进行运作、OTC药品模仿快速消费品模式进行运作等等，从而存在误导消费者的可能，换言之，在利益面前，医药行业有一些品行不当的从业人员或企业或组织。

医德神圣！

一方面应该加强医德的教育，另一方面应该规范、疏导、引导医药行业的运作模式，特别是营销操作。

营销是企业职能与顾客需求最为紧密接触的一项工具或手段，本身是客观的，并无好坏之分。然而，如果驱使营销操作的目标不当，自然会迫使营销操作成为牟利的前哨。

就医药营销操作而言，从战略层面来看，需要进行回归，要求医药企业重新进行战略思考，济世救民的基本诉求如何与利益追求进行有机结合。《医药营销：观察与思考》不在于告诉医药企业和从业人员应该如何去做什么，而在于介绍医药营销领域诸多重大课题所存在的一些挑战和思考，以此为契机与更多业内人士进行交流、探讨、讨论，以求获得更多新知、观点和思路，从



而为中国医药的营销作为更大贡献。该书特别适合那些致力于推动医药行业发展的从业人士、关心医药行业发展的热情人士、努力在医药行业拼搏的一线人员等去进行参考和讨论。

从战术层面来看，OTC 市场的药店终端管理和销售代表管理是一个问题的两个方面。从药品制造业来看，渠道代表是服务药店的桥梁，药店是 OTC 销售的终端；从药店来看，渠道代表是药品制造厂家提供服务的直接体现，而药店又需要借助药品制造厂家的管理来提升自我。从这个角度出发，《药店管理手册》、《OTC 渠道代表手册》在于借鉴快速消费品的成熟经验，在医药（保健品）营销多年的成功经验运作基础上所进行的一个归纳，特别适合实操人士进行参考，或者是为新入职人员提供一个学习、培训的蓝本，亦可作为从业人士不断提升能力的自我学习模板。

医药营销非常浩瀚，理论研究和实际操作都非常庞大，确实难以把握，权当本套丛书是编者们的学习之旅，向医药营销人士致敬。最为感谢的是中国经济出版社的叶亲忠先生，在我们困惑之际，总是不断予以鼓励；在我们面临挑战之时，总能施以援助之手。

本套书稿的完成，得益于医药营销研究和实践的诸多文献，文献援引作了详细标注，或有遗漏，亦是编者无心之失。书中难免有不当或错误之处，请读者多多指导。

丛书编委会
2007 年 11 月

目录

CONTENTS

第1章 概述	1
1.1 药店管理的现状与趋势	1
1.1.1 我国药店发展现状	1
1.1.2 药店管理现状分析	5
1.1.3 药店管理发展趋势	8
1.2 药店管理的新特点	11
1.2.1 管理系统化	11
1.2.2 手段电子化	11
1.2.3 功能丰富化	12
1.2.4 品牌规范化	13
1.2.5 关系牢固化	14
1.3 传统药店管理经验	15
1.3.1 供应链管理	15
1.3.2 内部管理	17
1.3.3 服务管理	18
1.4 外国药店管理经验	31
1.4.1 美国	31
1.4.2 日本	38
第2章 药店人力资源管理	41
2.1 药店选人	41
2.1.1 药店选人要求	41



2.1.2	药店选人原则	42
2.1.3	药店选人程序与方式	43
2.2	药店育人	46
2.2.1	药店育人的意义与原则	46
2.2.2	药店育人的种类与程序	47
2.2.3	药店育人的方法	49
2.2.4	药店育人的内容	50
2.3	药店用人	59
2.3.1	药店用人原则	59
2.3.2	员工调配管理	60
2.3.3	员工绩效管理	61
2.4	药店留人	67
2.4.1	员工离职迹象	67
2.4.2	识别优秀员工	68
2.4.3	留住优秀员工	68
2.4.4	应对员工离职	69
第3章	药品陈列与促销管理	71
3.1	药品及其特点	71
3.1.1	药品有关概念	71
3.1.2	药品的特点	73
3.2	药品陈列	75
3.2.1	药品陈列原则与要求	76
3.2.2	药品陈列方式	80
3.2.3	药品陈列技巧	82
3.2.4	药品陈列器具	83
3.2.5	药品陈列管理	85
3.3	药店促销	87
3.3.1	药店促销概述	87

3.3.2 药店促销模式	89
3.3.3 药店常见促销工具	96
第4章 药店财务与库房管理	98
4.1 药店收银管理	98
4.1.1 收银员工作内容与程序	98
4.1.2 药店收银工作管理	100
4.1.3 药店会计凭证管理	103
4.1.4 药店账簿管理	111
4.2 药店财务管理分析	113
4.2.1 药店财务分析的原则与程序	113
4.2.2 财务分析的方法	114
4.2.3 药店的盈利能力分析	116
4.3 药品储存管理	119
4.3.1 药品储存管理要求	119
4.3.2 药品储存要点	119
4.3.3 中药分类储存方法	122
4.4 药品的养护	124
4.4.1 中药品质变异现象	124
4.4.2 中药品质变异成因	126
4.4.3 中药养护技术简介	127
4.4.4 中药材的养护技术	128
4.4.5 中药饮片与炮制品的养护	129
第5章 药店数据库管理	130
5.1 药店数据库管理与信息化	130
5.1.1 药店数据库管理基础	130
5.1.2 药店管理信息化的意义与要点	132
5.1.3 药店信息化的内容	140
5.2 药店数据库功能简介	145
5.2.1 常见基本功能	145

5.2.2	药品进销存系统	150
5.2.3	会员管理功能	153
5.3	POS 系统	154
5.3.1	药店 POS 简介	154
5.3.2	POS 系统的使用	155
5.3.3	POS 系统的管理	161
第 6 章	连锁药店	164
6.1	连锁经营策略	164
6.1.1	连锁经营的含义	164
6.1.2	连锁经营的特征	166
6.1.3	连锁经营的策略	169
6.1.4	我国连锁药店的发展	173
6.2	连锁药店选址	176
6.2.1	连锁药店选址概述	176
6.2.2	连锁药店选址步骤	178
6.2.3	连锁药店选址中的技巧	182
6.3	连锁药店管理标准与规范	186
第 7 章	药店主要岗位职责	192
7.1	药店员工守则	192
7.1.1	基本守则	192
7.1.2	职业道德守则	192
7.1.3	日常行为守则	193
7.2	药店主要岗位工作职责	194
7.2.1	药店主要负责人岗位职责	194
7.2.2	药店质量管理负责人岗位职责	195
7.2.3	药店质量管理员岗位职责	196
7.2.4	药品采购人员岗位职责	197
7.2.5	药品验收人员岗位职责	198

7.2.6	药品保管人员岗位职责	199
7.2.7	药品养护人员岗位职责	200
7.2.8	药店营业人员岗位职责	201
7.2.9	药店收银人员岗位职责	202
7.2.10	药店驻店药师岗位职责	203
第8章	药店管理制度	204
8.1	药店管理制度提要	204
8.2	药店典型管理制度范本	206
8.2.1	质量管理体系文件管理制度	206
8.2.2	质量管理体系内部审核制度	208
8.2.3	质量记录管理制度	209
8.2.4	药品购进的管理制度	211
8.2.5	药品验收管理制度	212
8.2.6	药品储存的管理制度	213
8.2.7	药品养护的管理制度	214
8.2.8	首营品种审核管理制度	215
8.2.9	首营企业审核管理制度	217
8.2.10	拆零药品管理制度	219
8.3	药店经营管理相关法规选编	220
8.3.1	药店经营管理相关法规提要	220
8.3.2	药品经营质量管理规范	220
8.3.3	药品经营质量管理规范实施细则	230
第9章	药店管理表格	243
9.1	药店管理表格扫描	243
9.2	药店常用管理表格	245
9.2.1	药品购货计划表	245
9.2.2	药品购进记录	246
9.2.3	购进药品验收记录	247

9.2.4	药品验收入库通知单	248
9.2.5	药品销售记录	249
9.2.6	售后药品质量问题追踪表	250
9.2.7	销后退回药品验收记录	251
9.2.8	出库复核记录	252
9.2.9	报损药品清单	253
9.2.10	不合格药品台账	254
9.2.11	库存药品质量养护记录	255
9.2.12	药品质量查询记录表	256
9.2.13	药品质量信息汇总报表	257
9.2.14	重点养护药品品种确定表	258
9.2.15	不合格药品报损审批表	259
9.2.16	药品不良反应报告	260
9.2.17	药品拒收报告单	261
9.2.18	药品销毁记录	262
9.2.19	药品质量、服务质量征询意见书	263
9.2.20	药品质量档案表	264
9.2.21	药品质量复查报告单	265
9.2.22	顾客投诉受理卡	266
9.2.23	库房温、湿度记录表	267
9.2.24	内部质量管理体系审核报告	268
9.2.25	首营品种审批表	269
9.2.26	销后退回通知单	270
9.2.27	养护设备使用记录	271
9.2.28	解除停售通知单	272
参考文献		273

第1章

概述

1.1 药店管理的现状与趋势

1.1.1 我国药店发展现状

自 2000 年以来，我国的零售药店开始了连锁经营的探索，这也标志着我国药店经营正式走上了迅速发展的道路。自此，在我国一向处于拾遗补缺地位的药品零售业被政策的春风唤醒，迅速迸发出前所未有的生机和活力。在零售药店日趋市场化的快速变化中，行业发展轨迹、企业管理理念、运营水平都呈现出无比丰富、多元的景象。

在近年来的零售药店发展中，单体药店与连锁药店都得到了较大的发展。无论是在店面规模、数量、销售额方面，还是在品牌知名度、药品销售品种、服务质量等方面都取得了较大的发展。尤其是连锁药店发展之迅速，更是令人惊叹。表 1-1 与表 1-2 分别给出了近 5 年来中国连锁药店排名前 100 位和前 10 位企业的销售额变化情况。

表 1-1 近 5 年来中国连锁药店销售额变化统计

每年排行榜 分店数及 占百强比例	2006 年		2005 年		2004 年		2003 年		2002 年
	数额	增幅	数额	增幅	数额	增幅	数额	增幅	数额
前 100 位	3442422.1047	48.15%	2323528	30.47%	1780829	35.11%	1318017	无	无
前 50 位	2957034.5412	46.21%	2022438	35.64%	1491034	32.67%	1123905	25.30%	896979
	82.95%		87.04%		83.73%		85.27%		无
前 30 位	2452299.8412	44.27%	1699748	37.96%	1229923	34.10%	917137	19.61%	766751
	68.79%		73.15%		69.06%		69.58%		无
前 10 位	1348745.86	38.96%	970609	45.08%	669006	35.52%	493655	10.57%	446476
	37.83%		37.57%		43.37%		37.45%		无

表 1-2 2006 年中国连锁药店排行榜 10 强企业销售额变化统计

企业名称	2005 年榜销量	2006 年榜销量	增量
湖南老百姓大药芳	182000	218000	36000
辽宁成大方圆	126080	145000	18920
湖北同济堂	115000	145000	30000
海王星辰	101469	160000	58531
重庆桐君阁大药房	88180	100982	12802
上海华氏大药房	87867	109763.86	21896.86
江西开心人大药房	86520	106000	19480
哈尔滨人民同泰	60260	75190	14930
深圳中联大药房	58000	72500	14500
广东本划药业	55613	132000	76387

注：因重庆和平药房 2006 年未报数据，故将之去掉，递补第 11 名。

资料来源：根据《中国药店》杂志有关统计总结。

不仅从销售额的变化上，我们可以看到连锁零售药店实力发展之迅速，而且从其加盟店的数目上，我们更能看到这种变化之迅速。表 1-3 和表 1-4 分别给出了近 5 年来中国连锁药店排名前 10 位和前 100 位企业的店面数量变化情况。

表 1-3 2006 年中国连锁药店加盟店数量 10 强排行

序号	企业名称	加盟	药店数量	直营
1	重庆桐君阁大药房有限责任公司	4190	4515	325
2	湖北同济堂药房有限公司	3287	3425	138
3	成都百信药业连锁有限责任公司	1424	1430	6
4	青海省富康医药连锁有限责任公司	1257	1310	53
5	四川天诚大药房连锁有限责任公司	1145	1179	34
6	四川太极大药房连锁有限公司	1113	1157	44
7	云南东骏药业有限公司东骏大药房	977	1047	70
8	四种天乐医药连锁有限公司	810	850	40
9	广东本草药业连锁有限公司	750	880	130
10	重庆市双叶药房连锁有限公司	649	675	26

表 1-4 近 5 年来中国连锁药店分店数量变化统计

单位:家

每年排行榜 分店数及 占百强比例	2006 年		2005 年		2004 年		2003 年		2002 年	
	数额	增幅	数额	增幅	数额	增幅	数额	增幅	数额	增幅
前 100 位	36240	38.71%	26126	28.10%	30395	40.72%	14493	46.29%	9907	
前 50 位	31205	32.88%	23483	36.02%	17264	48.66%	11613		7806	
	86.11%		89.88%		84.65%		80.13%		78.79%	
前 30 位	26567	28.54%	20669	44.42%	14312	57.00%	9166	47.48%	6215	
	73.31%		79.11%		70.17%		63.24%		62.73%	
前 10 位	16908	20.87%	13989	63.18%	8573	63.95%	5299	54.02%	3395	
	46.66%		53.54%		42.03%		36.08%		34.27%	

资料来源:根据《中国药店》杂志有关统计总结。

从上面的统计表中,我们可以看到,在2005年,中国连锁药店销售额排名100强企业的市场销售总量大幅扩张,与2004年相比增加了1118894.1047万元,这远远大于2004年对2003年的增加额542699万元,以及2003年对2002年的增加额462812万元。2005年对2004年的增幅达到了48.15%,而2004年、2003年分别相对前一年的增幅都还是30.47%和35.11%。

在连锁零售药店不断壮大的同时,单体药店也得到了一定的发展。有些单体药店逐步做大,开始拓展连锁经营;有些单体药店并入了其他大型连锁药店;有些单体药店逐步转型以谋求生路;还有一些规模很小的单体药店,仍在勉强维持生计。单体药店在发展的同时,更多地发出了“何处是出路”的疑问。

平价药店的出现,搅动了原有的竞争模式,把药店之间的竞争推向了激烈化。平价药店作为这样一个“搅局者”的角色,它所倡导的“平价行为”一方面受到了消费者的欢迎,另一方面自然会遇到竞争对手们的联合抵制,甚至会招到供应商的抵制。因此有很多平价药店都面临着经营不善的困境,尽管如此,但平价药店作为一个响亮的口号和药品销售概念,其市场仍有所发展,可以说目前主要还是处于一个调整期。

外资对药品零售的介入还不是很明显。据全球综合性市场营销服务公司——尤尼森营销咨询公司2005年市场普查结果,从2004年12月至2005年6月半年间,北京五环内、广州环城高速公路内、上海外环线内零售药店数量分别增长了24.2%、22.4%和8.9%,而其中有外资介入或由外方管理的零售药店的比例微乎其微:广州为5%,上海仅有2%,而北京则低为2%。当然,应当看到的是国内药品零售市场的空间对外资具有很大吸引力,随着相关法规与政策的完善与稳定,外资进入零售药店的步调会迅速加大。

基于上述这样一种大环境,本书中所阐述的内容多为针对连锁药店的管理而言。当然,这些管理模式与方法同样也适用于各单体药店。

1.1.2 药店管理现状分析

从近几年的发展来看,我国药店的发展是每年各具特色。在中国药品零售业的发展进程中,如果我们用最明显的特征来标记每年的发展的话,