

RUHE
JINGYING
YIJIA
CHENGGONG DE
YAODIAN

如何经营一家 成功的药店

周树清 / 主编



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

前 言

随着社会的发展进步,人们的“大病去医院,小病去药店;大病当参谋,小病当医生”的自我医(药)疗的观念越来越强。但是,药店的发展在我国还不能满足广大群众的需求,据有关专家测算,零售药店的合理布局标准是,居民从住地步行到达药店的时间不超过7分钟。就这个标准来说,我国的药品零售企业就显得太少了,这是就城市来讲。而农村药店的数量恐怕就更少得可怜。据不完全统计,目前我国共有药品零售企业151760家,其中连锁企业719家,全部药店和连锁门店总和约为23万个,尚不能完全满足百姓及时、方便的购药需求。如果按我国的医药零售企业维持在30万家的标准来看,其数量却远没有达到,目前只有12万家,缺口达18万家,国家将鼓励医药连锁企业数目的增加。这种市场状况,给零售药店的发展带来了机遇,给药店的经营带来了商机。

从另一方面看,药品是一种特殊的商品,药店是一个特殊的经营场所,药店在其经营过程中,除了必须遵循一般的商业零售企业的有关规定外,还必须严格遵守国家所制定的系统、严格的药品经营方面的政策和法律法规,同时也需要在实践中不断探索药店经营的独特之道。

正是基于这种认识和考虑,本书为您提供极大的便利。本书共分为十讲,通过阅读,您可以从中了解到如何开办药店?有效地进行药店经营需要掌握哪些方法和技巧?经营管理者需要了解和掌握的基本的药品知识与技能有哪些?怎样才能创造出更好的经济效益和社会效益?如此等等。

作 者

2005年5月

目 录

第一讲 概 述	(1)
一、药品的特殊性	(2)
(一) 药品作为特殊商品的含义是什么? /	(2)
(二) 药品特殊性的主要表现是什么? /	(2)
二、药店的特殊性	(3)
(一) 药店与其他商店的特征有什么异同? /	(3)
(二) 开设药店需要避免哪些违规行为? /	(4)
(三) 药店经营的主要项目有哪些? /	(6)
三、药品管理常识	(7)
(一) 什么是药品分类管理? /	(7)
(二) 我国为什么要实行药品分类管理? /	(8)
(三) 在药品分类管理中, 药店药师应有的职责是什么? /	(9)
(四) 什么是假药? /	(9)
(五) 什么是劣药? /	(10)
(六) 药品质量标准包括哪些内容? /	(10)
(七) 药品标准的含义是什么? /	(11)
(八) 药品标准的收载范围是怎样的? /	(11)
(九) 药品标准制订、修订的原则是什么? /	(12)
(十) 药品卫生标准是如何规定的? /	(13)
(十一) 药品有效期的含义是什么? /	(15)
(十二) 药品有效期与失效期的差别表现在哪里? /	(16)
(十三) 药品批号是如何确定的? /	(17)
(十四) 什么是药品的通用名、别名、商品名? /	(17)

- (十五) 药物制剂主要有哪几种? / (18)
- (十六) 各种用药的方法是什么? / (20)
- (十七) 服药次数、时间和药物用量的基本要求是什么? / (21)
- 四、我国零售药店发展的现状和趋势 (22)
 - (一) 医药零售业市场具有怎样的潜力? / (22)
 - (二) 我国医药零售业发展的趋势是怎样的? / (24)
 - (三) 我国台湾地区零售药店有哪些经营特色? / (24)
- 五、可资借鉴的外国药店经营管理经验 (28)
 - (一) 德国药店的经营与管理有什么特点? / (28)
 - (二) 美国药品零售市场的发展有什么特点? / (31)

第二讲 选址与开店 (35)

- 一、开药店的各种条件 (36)
 - (一) 如何理解当前开办药店是一个有利时机? / (36)
 - (二) 药品经营企业的申办条件是什么? / (36)
 - (三) 开办药品零售企业应具备哪些条件? / (38)
 - (四) 如何考虑自己的投资预算? / (39)
 - (五) 营业场所应该具备什么样的条件? / (39)
 - (六) 药品仓库需要具备什么样的条件? / (44)
- 二、市场战略选择 (46)
 - (一) 市场调查研究的意义何在? / (46)
 - (二) 如何确定药店商圈? / (47)
 - (三) 商圈调查的基本内容是什么? / (49)
 - (四) 什么是市场细分? / (49)
 - (五) 市场细分对企业的作用是什么? / (50)
 - (六) 市场细分需要把握什么样的原则? / (50)
 - (七) 市场细分的基本方法有哪些? / (51)
 - (八) 市场细分可分几步来完成? / (52)

(九) 如何实现市场目标化? / (53)	
(十) 市场定位的涵义和作用是什么? / (54)	
(十一) 市场定位应该抓好哪几个环节? / (55)	
(十二) 市场定位的战略选择是怎样的? / (56)	
成功实例:海王星辰药店市场定位给予我们哪些启示? / (57)	
三、选址的原则和技巧	(59)
(一) “好眼光”为什么选址在药店? / (59)	
(二) 药店选址要遵循的原则是什么? / (59)	
(三) 不同规模的药店如何选址? / (60)	
四、店铺的规划和设计	(61)
(一) 如何对药店店堂进行布局? / (61)	
(二) 店堂设计对消费者心理有什么影响? / (62)	
(三) 药店的功能区域应该如何划分? / (63)	
(四) 如何进行药店的内部装修? / (66)	
(五) 药店外观设计需要注意些什么问题? / (67)	
(六) 药店装饰时如何使用灯光? / (70)	
五、申办药店所需手续	(71)
(一) 如何申请办理零售药店经营许可证? / (71)	
(二) 如何申请办理零售药店营业执照? / (72)	
(三) 变更和换发药品经营许可证的要求是什么? / (73)	
(四) 如何办理税务登记? / (74)	
(五) 使用管理账簿、凭证应遵守哪些规定? / (74)	
(六) 开具发票需要注意哪些问题? / (74)	
(七) 需要具备哪些银行知识? / (75)	
 第三讲 药店的连锁经营	 (76)
一、连锁经营的一般理论	(77)
(一) 什么叫连锁经营? / (77)	

- (二) 连锁经营的主要特征是什么? / (78)
- (三) 连锁经营的模式有几种? / (79)
- 二、在实践中探索药店连锁经营之路 (83)
 - (一) 美国连锁药店的现状是怎样的? / (83)
 - (二) 构成我国药品零售业规模化发展的主要力量有哪些? / (85)
 - (三) 制约我国医药连锁发展的主要因素是什么? / (85)
 - (四) 我国医药企业走连锁经营之路的必要性何在? / (89)
 - (五) 连锁药店如何才能获得成功? / (90)
 - (六) 连锁药店如何进行策略选择? / (91)
- 三、选择合适的药店连锁加盟 (93)
 - (一) 药店加入连锁系统的基本步骤是什么? / (93)
 - (二) 加盟者自我评估的内容是什么? / (97)
 - (三) 加盟药店可能承担哪些风险? / (98)
 - (四) 签订加盟契约应该注意哪些问题? / (100)
 - (五) 加盟者中途解约应承担什么责任? / (105)

第四讲 价格策略 (107)

- 一、药品定价的类型 (108)
 - (一) 政府定价、政府指导价的药品价格的含义是什么? / (108)
 - (二) 市场调节价的药品价格的含义是什么? / (109)
 - (三) 全国药品和医疗服务价格工作会议的主要精神是什么? / (109)
- 二、影响药品零售企业定价的主要因素 (112)
 - (一) 常用的定价目标主要有哪几种? / (112)
 - (二) 市场细分对药品价格的制定有何影响? / (113)
 - (三) 为什么说定价不能脱离其他营销因素而单独决定? / (114)
 - (四) 销售成本对药品价格的影响是什么? / (114)
 - (五) 竞争因素对定价有何影响? / (114)

(六)为什么说市场需求会反作用于价格? / (115)	
(七)外部环境对药品零售企业定价有什么影响? / (115)	
三、定价应遵循的程序	(116)
(一)如何选择定价目标? / (116)	
(二)消费者的需求与价格的关系怎样? / (116)	
(三)估计销售成本与定价之间是什么关系? / (116)	
(四)竞争者的价格与特点对定价的影响是什么? / (116)	
(五)如何选择定价方法? / (117)	
(六)如何确定最终价格? / (117)	
四、常用的定价方法	(117)
(一)为什么成本加成是被广泛采用的一种定价方法? / (117)	
(二)什么是觉察价值定价法? / (118)	
(三)随行就市定价法在什么条件下适用? / (119)	
(四)密封投标定价法的特点是什么? / (119)	
(五)什么是目标定价法? / (120)	
五、定价的技巧	(121)
(一)如何正确运用心理定价法? / (121)	
(二)如何看待“药品议价”的销售模式? / (122)	
(三)药品“价格听证”带来的影响是什么? / (123)	
(四)低价位渗透法的特点是什么? / (124)	
(五)什么条件下可以使用高价位定价法? / (124)	
(六)能否走平价药店之路? / (125)	
第五讲 药店经营策略	(127)
一、品牌策略	(128)
(一)药品零售终端的品牌建设的状况怎样? / (128)	
(二)药品品牌在消费者心目中的地位如何? / (129)	
(三)影响消费者选购药品品牌的因素是什么? / (130)	

- (四) 制约品牌建设的因素有哪些? / (131)
- (五) 药品零售终端品牌建设应把握的重点是什么? / (132)
- 二、服务策略 (133)
 - (一) 为什么说服务营销是药店的核心竞争力? / (133)
 - (二) 如何把服务营销作为一种战略来对待? / (135)
 - (三) 如何看待金康的服务新招? / (138)
 - (四) 药店如何在实现差别化中强化竞争? / (139)
- 三、多元化策略 (141)
 - (一) 如何理解多元化经营已成为药店营销的新趋势? / (141)
 - (二) 药店的多元化经营在美国的情况如何? / (143)
 - (三) “株式会社 MatsumotoKiyoshi”的成功经营模式有什么特点? / (144)
 - (四) 重庆药店如何在多元化经营中发展? / (148)
 - (五) 药店多元化是否应考虑产品的关联度? / (150)
- 四、竞争策略 (151)
 - (一) 如何选择竞争策略? / (151)
 - (二) 如何在利益共享的环境中开展合作竞争? / (153)
 - (三) 如何提高企业的竞争能力? / (154)
 - (四) 如何理解顾客满意度是药店竞争的新要素? / (155)
 - (五) 药学服务在药店竞争中的作用是什么? / (156)
 - (六) 如何实现门店社区化? / (157)
- 五、信息化策略 (158)
 - (一) 如何在药店实现信息化? / (158)
 - (二) 药品连锁企业信息化的总体设计应该是怎样的? / (160)

第六讲 药店促销活动 (162)

- 一、促销组合 (162)
 - (一) 什么是促销和促销组合? / (162)

(二) 影响药店促销组合的主要因素是什么? / (163)	
(三) 促销组合在药店营销中的作用是什么? / (165)	
(四) 促销预算的基本方法有哪些? / (166)	
二、促销的基本形式	(167)
(一) 广告的特点是什么? / (167)	
(二) 广告的功能是什么? / (168)	
(三) 如何正确运用广告策略? / (169)	
(四) 如何正确认识人员推销的基本形式和策略? / (174)	
(五) 什么是营业推广? / (176)	
(六) 作为营业推广的柜台的药品销售的特点是什么? / (177)	
(七) 公共关系的特征和作用是什么? / (179)	
三、促销的技巧	(181)
(一) 如何运用折扣法促销? / (182)	
(二) 什么条件下可使用销售积分竞赛的促销方法? / (184)	
(三) 同仁堂系列促销活动的启示有哪些? / (186)	
(四) 如何搞好终端促销? / (187)	
 第七讲 药品的陈列	 (189)
一、药品陈列的基本原则和作用	(190)
(一) 药品陈列应把握哪些原则? / (190)	
(二) 药品陈列的作用是什么? / (194)	
(三) 陈列药品应如何分类? / (194)	
(四) 需要掌握哪些陈列基本知识? / (196)	
二、店员在药品陈列中的作用	(199)
(一) 在什么条件下可以开展陈列竞赛? / (199)	
(二) 如何开展店员教育? / (203)	
三、药品陈列的类型与方式	(204)
(一) 陈列的类型主要有哪几种? / (204)	

- (二) 陈列的方式是如何划分的? / (206)
- 四、陈列的技巧 (207)
 - (一) 什么是中心陈列法? / (207)
 - (二) 集中陈列法的基本要求是什么? / (208)
 - (三) 特殊陈列的具体形式有哪些? / (208)
- 五、陈列中需要注意的事项 (211)
 - (一) 如何正确运用平行平面? / (211)
 - (二) 如何做好短期促销的特殊陈列? / (211)
 - (三) 如何制作和使用标志牌? / (212)
 - (四) 药品开架销售陈列中需注意哪些问题? / (212)
 - (五) 如何灵活运用 POS 材料? / (213)
 - (六) 陈列货架有哪些标准化要求? / (214)
- 第八讲 药品的采购与储存** (215)
 - 一、药品的采购 (216)
 - (一) 药品采购的程序是怎样的? / (216)
 - (二) 药品采购的质量要求是什么? / (216)
 - (三) 对药品采购人员有什么要求? / (217)
 - (四) 国家对药品集中采购有哪些新规定? / (217)
 - (五) 药品集中招标采购是在什么样的背景下出台的? / (218)
 - (六) 药品集中招标采购应遵循什么样的程序? / (219)
 - (七) 如何做好药品招标采购工作? / (219)
 - (八) 网上药品招标采购有什么优势? / (222)
 - 二、药品的验收 (223)
 - (一) 药品验收与检验质量管理的内容是什么? / (223)
 - (二) 如何做好药品验收? / (224)
 - 三、药品的储存 (226)
 - (一) 药品储存的程序是怎样的? / (226)

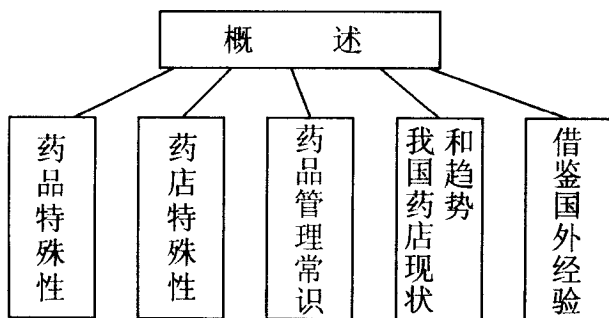
(二) 药品储存对防火安全有怎样的要求? / (227)	
(三) 如何加强药品储存中的质量管理? / (227)	
(四) 中药材和中成药的储存方法有哪些? / (228)	
四、药品的保管和养护	(229)
(一) 药品养护的基本要求是什么? / (229)	
(二) 如何做好药品的养护? / (231)	
(三) 影响药品质量的因素有哪些? / (234)	
(四) 中药霉变和虫蛀的防治方法有哪些? / (237)	
 第九讲 药店的日常管理	(238)
一、安全管理	(239)
(一) 药店需要制定哪些药品管理制度? / (239)	
(二) 药店如何加强信用风险管理? / (239)	
(三) 如何健全内控机制, 防范欺诈? / (241)	
(四) 如何加强药店的安全防范? / (242)	
二、处方药与非处方药的管理	(244)
(一) 处方药与非处方药的区别是什么? / (244)	
(二) 零售药店销售处方药的条件和要求是什么? / (246)	
(三) OTC 药品的消费具有哪些特征? / (247)	
(四) OTC 药品的消费行为模式是什么? / (247)	
三、处方与调剂的管理	(248)
(一) 处方是如何分类的? / (248)	
(二) 处方包括哪些内容? / (249)	
(三) 什么是调剂? / (250)	
(四) 如何做好中药处方的调配? / (251)	
(五) 处方的保管有什么要求? / (251)	
四、特殊药品的管理	(251)
(一) 麻醉药品品种目录的内容是什么? / (251)	

(二)应该采取怎样的措施加强对麻醉药品的管理? / (256)	
(三)精神药品品种目录的内容是什么? / (257)	
(四)对精神药品的管理规定是什么? / (262)	
(五)毒性药品应当如何管理? / (263)	
五、财务管理	(264)
(一)财务管理的主要内容包括哪些? / (264)	
(二)如何做好回款管理? / (265)	
(三)如何做好药品销售成本的核算? / (266)	
(四)药店怎样做好成本管理? / (269)	
(五)零售药店药品票据的管理应如何规范? / (270)	
六、营业员规范管理	(271)
(一)药店营业服务程序是怎样的? / (271)	
(二)营业员在柜台销售中要把握哪些原则? / (273)	
(三)药品营业员的要求是什么? / (274)	
(四)营业中的基本服务规范的内容是什么? / (275)	
(五)如何做好营业结束的收尾工作? / (277)	
 第十讲 人员培训与考核	(279)
一、员工队伍建设	(280)
(一)经营者在员工队伍建设中的作用是什么? / (280)	
(二)药店人员应如何配置? / (282)	
(三)药店各级人员专业技术要求是什么? / (282)	
(四)药店各级人员的主要工作职责是什么? / (284)	
(五)执业药师的地位和作用是怎样的? / (288)	
(六)药店设置执业药师的意义何在? / (291)	
(七)中、美、英执业药师制度有何异同? / (293)	
二、人员培训	(295)
(一)药店员工培训的目的和意义是什么? / (295)	

(二)培训应把握的原则是什么? / (297)	
(三)如何组织店内培训? / (298)	
(四)员工培训有哪几种类型? / (298)	
三、员工考核	(300)
(一)员工考核有何作用? / (300)	
(二)考核应把握的原则有哪些? / (301)	
(三)如何做到考核的全面、科学? / (302)	

第一讲 概述

导读图：



药品是一种特殊商品,药店是一个特殊的经营场所。

随着我国医疗改革的各种措施的实施,对医药零售企业提出了更新、更高的要求。对此,医药零售企业必须审时度势,与时俱进,在严格遵守国家所制定的系统的、严格的政策和法规的同时,调整经营战略和经营管理行为,掌握一定的经营和管理技巧,不断改革经营管理办法,进而创造出更好的经济效益和社会效益。

从我国目前情况看,执业医师和药师的数量不仅不能够满足国家规定的要求,而且他们及相关销售人员的基本医药知识更满足不了广大群众“大病去医院,小病去药店;大病当参谋,小病当医生”的自我医(药)疗的迫切需要。所以,作为零售企业的经营者,还必须具备一定的基本医药知识与技能,全面了解和掌握与药店经营管理有关的药事政策和法规,全面提高药师、店员的业务技术素质,真正成为指导人民群众安全、合理用药、身体保健的服务员、咨询员。

一、药品的特殊性

(一) 药品作为特殊商品的含义是什么?

药品作为一种特殊的商品,包含三个层次的内容:一是核心产品,指药品的疗效和质量;二是形式产品,指药品的剂型、商标、品牌和包装;三是延伸产品,指药品提供给患者的附加价值和服务。由于药品产品在技术方面的特殊性,将促使更多的同质同类的产品出现。这也意味着,只能围绕第二层次和第三层次展开。在无差异性的市场条件下,任何卖点、营销模式、技巧都可以克隆,唯有品牌才具有永恒的生命力。

(二) 药品特殊性的主要表现是什么?

按照我国《药品管理法》的规定,药品的含义是指用于预防、治疗、诊断人的疾病,有目的地调节人的生理机能并规定有适应症、用法和用量的物质,包括中药材、中药饮片、中成药、化学原料药及其制剂、抗生素、生化药品、放射性药品、血清疫苗、血液制品和诊断药品¹等。药品作为商品,其特殊性主要表现在以下几个方面:

1. 药品是防病治病、康复保健、防疫救灾、计划生育的重要物资,是直接关系人民生命安危的特殊商品。使用药品一般需要在医生的指导下进行,什么病用什么药。药品不像其他商品可以互相代替。

2. 药品更为强调的是其质量的重要性。药品是治病救人的,只有符合法定质量标准的药品才能保证疗效。为此,必须确保药品的质量,对于不合格的药品只能报废,不能销售,更不能使用,否则会影响到人的生命安全。国家制订的《药品管理法》对药品严格监督管理,并制订和颁布了国家药品标准,规定了严格的检验制度。

3. 药品是知识密集型高科技产品。药品的生产和经营者都必须具有较高文化和专业技术素质,必须符合国家规定的仓储运输和营业设施,必须有检测质量的手段和技术,必须有符合流通需要的管理规范。否则,是不能生产和经营药品这种特殊商品的。

4. 药品必须经医师对消费者诊断后凭处方才能消费。药品是特殊的商品,其特殊表现之一是消费者不能保证自身用药的安全性和有效性,也缺乏识别真假药品的能力,他们不能自主地选择药品。绝大多数药品必须经过医生诊断后凭处方才能消费。

5. 药品中的一些特殊品种,如麻醉药品、精神药品、毒性药品等,必须采取比一般药品更为严格的管理措施。因为,这些药品如果使用不当,对人的身体会产生严重的毒害作用。

6. 药品作为微量消费,弹性系数小。病人不会因所需药品价格高而不买,也不会因药品价格低而大量购买。

二、药店的特殊性

(一) 药店与其他商店的特征有什么异同?

对于药店的重要性,波士顿顾问公司认为:“在整个供应系统上,零售点是最重要的一环,因为它与供应各环节都有关系:用户、推销员、采购员、分销商及宣传推广单位都与零售点相接,在咄咄逼人的竞争对手面前,有效地影响及控制零售点上的活动对于公司建立竞争优势极为重要。”同时,药品作为一种特殊商品,也决定了药店所具有不同于其他商店的一些特征。

1. 药店作为医药零售企业必须根据《中华人民共和国药品管理法》以及国家的有关规定,按程序领取《药品经营许可证》和《营业执照》之后,才能够开店经营,否则,属于非法经营。

2. 经营医药商品对专业技术素质要求较高。随着我国医疗制度的改革,对医药零售企业提出了更新、更高的要求。按有关规定,医药零售企业必须配备执业药师、医师或相应的药学技术人员进行质量管理和开展业务经营。从事药品质量管理、检测检验、调配处方的工作人员,以及从事药品营业、保管、养护、销售工作的人员,都必须经过专业培训,获得合格证书后才能上岗。

3. 经营医药商店对经营者的身体状况有严格的要求。医药零售

企业的经营人员每年必须进行一次体检,并建立个人健康档案。凡患有传染病、精神病、皮肤病、隐性传染病的人,不得在直接接触药品的工作岗位上工作。

4. 医药零售企业必须严格遵守国家有关政策性规定。国家对医药经营活动和管理具有严格的政策性规定。我国自1985年7月1日起施行了《中华人民共和国药品管理法》,并进行了修订;制定了我国《处方药与非处方药分类管理办法》(试行)和已经陆续公布了4批《国家非处方药目录》,都对药品的生产、经营、使用和管理等作出了法律规定。这些规定的贯彻落实必将对规范医药零售企业的经营管理行为产生重要的积极影响,更对医药零售企业提出了更新、更高的要求。

5. 医药零售企业必须依法经营,接受当地行业主管部门、药品监督管理部门和其他监督管理部门对药店经营质量等方面的监督检查,并执行检查结论,以确保用药合理、安全、有效。

6. 医药零售企业与其他商店所具有的共同特征是:必须按照有关程序办理开店手续,申请药品经营许可;根据投资能力规划开店的规模和地址的选择,并计划经营预算;遵守价格管理政策、税务管理政策等;对店铺进行精心设计;搞好服务和销售工作。

(二) 开设药店需要避免哪些违规行为?

药品零售市场自放开以来,零售药店的数量在迅速增加。开设药店必须严格遵守国家的政策和法律法规,否则,会给广大患者的利益带来一定的损害,也会对正常的药品市场秩序造成冲击。需要避免的违规行为主要是:

1. 严禁经营假劣药品。在有关部门曾经查处的零售药店案件中,销售假劣药品的占相当比例,这些药品价格低廉,表面上看不出缺陷,群众难以辨别真伪,但其造成的后果是相当严重的。

2. 严禁超范围经营处方药。这也是在药品零售企业中常见的违规,甚至是违法行为。由于多数零售药店属小规模经营,范围只限于