

中国医药 商业性联盟： 一盘已经开始的棋局

代 航 李育强 杨联亮 主编



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS



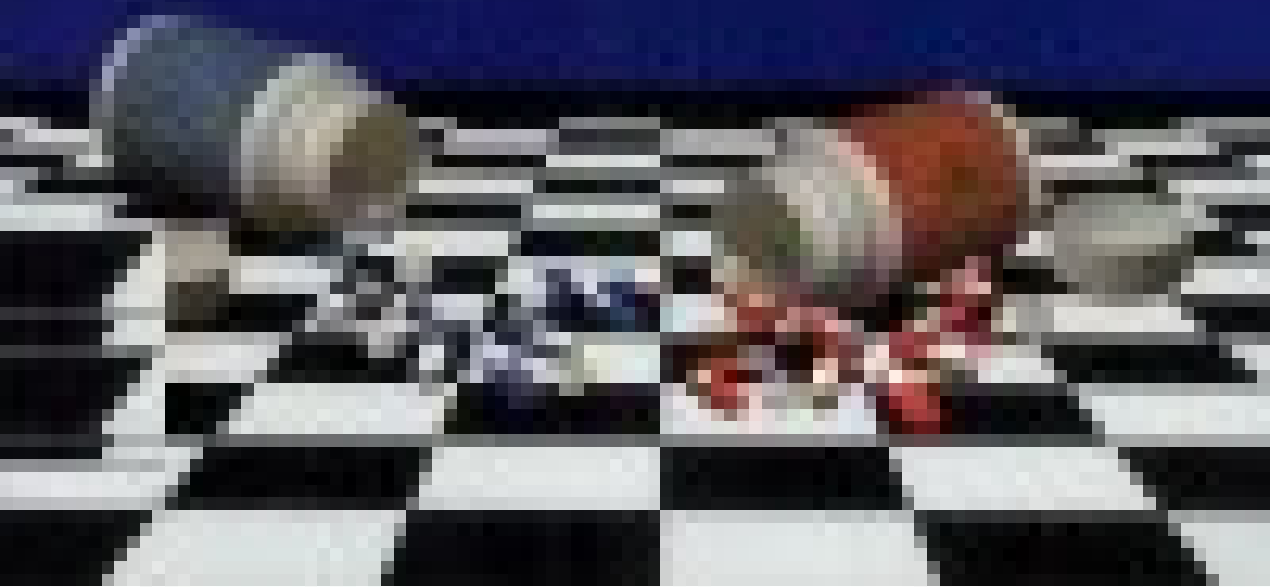
中國國際

商業書院 出版

—— 世紀已經開始的棋局 ——

沈 君 傑 著

1997年12月



中国医药商业性联盟：

一盘已经开始的棋局

主编 代 航 李育强 杨联亮

上海交通大学出版社

内 容 简 介

本书是国内第一本全面概括中国医药商业性联盟的历史、现状和发展趋势的书籍,还介绍了国外相关联盟的发展状况,具有较强的史料价值和研究意义。

本书作者是中国医药商业性联盟的实际参与者、推动者、见证人和研究者。同时,本书还汇集了业内写作和研究联盟的媒体记者、行业专家的文章,具有相当的行业基础和行业参考价值。此外,绝大多数联盟的盟主和联盟推手也亲自参与本书的对话,可以使读者宛如亲临现场,聆听中国医药商业性联盟盟主和推动者所发出的声音。

国内医药联盟和广泛的联盟组织成员、工业企业决策者和经营者、市场营销人员以及医药流通企业的从业人员、高校和研究机构的相关人员,都可以从本书中得到许多第一手的资料。

图书在版编目(CIP)数据

中国医药商业性联盟:一盘已经开始的棋局/代航,
李育强,杨联亮主编. —上海:上海交通大学出版社,2011
ISBN 978-7-313-07779-0

I. ① 中… II. ① 代… ② 李… ③ 杨… III. ① 医药卫生
生组织机构—经济联盟—研究—中国 IV. ① R199.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 204582 号

中国医药商业性联盟:

——一盘已经开始的棋局

代 航 李育强 杨联亮 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话: 64071208 出版人: 韩建民

常熟市梅李印刷有限公司印刷 全国新华书店经销

开本: 787mm×960mm 1/16 印张: 17.5 字数: 278 千字

2011 年 10 月第 1 版 2011 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-313-07779-0/R 定价: 45.00 元

版权所有 侵权必究

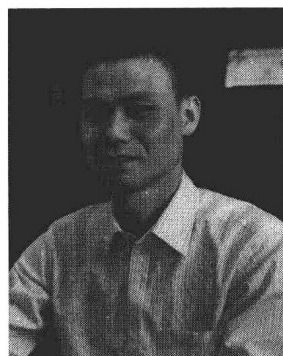
告读者: 如发现本书有质量问题请与印刷厂质量科联系
联系电话: 0512-52661481



代 航 中国医药物资协会流通研究中心主任，是国内医药商业性联盟的参与者、推动者、见证者和研究者之一。



李育强 山东省青岛尚达医药有限公司董事长兼总经理，明药堂品牌商标合法拥有人。担任过齐鲁医药商业联盟理事长，在业界首倡“普新药、新普药”观点，是近年来成长型论坛和联盟运动的积极参与者、推动者。



杨联亮 浙江为诚医药股份有限公司董事长及中国药店采购联盟理事长。医药行业 OTC 第三终端实战专家，在国内首先提出了“一镇一点、合理布局”的营销新模式。2005 年倡导终端“单体药店联盟”并付诸实践。

主要编撰人员

主 编

代 航 李育强 杨联亮

主要撰稿人

张国芳	彭 勇	李从选	陈爱军	徐 国
方剑春	罗少球	黄丽丘	宋清宇	李瑞琴
龙 岩	刘桂春	谢高峰	谢荣保	李艳华
刘署光	罗雍成	李海燕	曹 迁	季 军
朱鸿雁	胡品福	王占英	姚文青	代 航

序一

期待联盟之花结出丰硕果实

张文周

李育强先生要我为他们主编的《中国医药商业性联盟：一盘已经开始的棋局》一书作序，我答应了，但看到书稿后又想退却。面对书稿中的诸多内容，思考很多，不敢轻易落笔。

近几年，尤其是近两年我国医药商业性联盟可谓风起云涌，发展势头良好，特别是在以医药成长型企业发展论坛执行主席刘忠良等先生为代表的联盟推手主导下，医药商业联盟已成为医药流通企业资源整合、联合制胜的有效扩张方式和市场竞争策略。我参与过论坛的一些活动，看到过他们这一群人是如何忘我工作的。他们联系实际，深入研究国家的医改政策，努力用市场的力量推动行业资源的整合，符合商务部刚刚颁发的《全国药品流通行业发展规划纲要（2011～2015）》的主旨精神。

联盟上了路，这是第一步，实现深度持续发展才是更重要的，否则其生命力就极其有限。只要联盟的主导者积极推动的确实是企业之间、上下游之间互有需要的资源结盟，这种联盟肯定是有生命力的。联盟的核心竞争力在于能为成员单位提供服务，尤其在市场的深度开发和营销方略创新方面提供增值服务，如深度的品类管理、会员企业的全方位培训、多元化的业态策略、品牌的创建与影响力、药学技术服务等等。

联盟这种企业联合的组织形式，在市场竞争中，它的发展进程必然由松散、半紧密到紧密的联合，或者兼而有之，其中以产权（资金）为纽带的联合才是最紧密且有生命力的最高层级，它可以为核心层成员实施公司化治理，包括品牌一体

化等提供条件。

我们要从目前实际出发,积极支持各种形式的联合,不管是以产品或管理等为载体的联合,还是以资金或技术为纽带的联合,还是以地域间、上下游间各种要素的联合,但一定要以企业间的互有需要为动力,主要依靠市场的力量,主导者因势利导积极推动,但求循序渐进,不可一蹴而就。

围绕联盟已经出现的不同探索和争鸣是非常正常的,我其实并不完全同意书中的一些观点,包括一些做法,但我愿意肯定联盟的这种实践,在踏踏实实的实践中和认认真真的研讨后,切实推进中国医药流通行业的改革和发展。

总之,这本书真实记录我国医药商业联盟发展的历史,它提供了许多案例、国外做法及一些业内人士、研究者(包括本书作者)的一些观点,非常值得阅研,所以我要向关心行业改革发展的各方人士推荐,让我们共享。

真诚期待联盟之花结出丰硕果实!

(张文周为中国执业药师协会会长、国家食品药品监督管理局原副局长)

序二

聚合成长力量

刘忠良

让我感到非常欣慰的是,收集到这本书里的联盟样本,大都做得比较扎实,很有代表性,能够代表包括省级药店联盟在内的国内医药商业性联盟的整体风貌和水平——而它们中的很大一部分,也是中国医药物资协会下属的联盟组织,我亲自参与了其中一些联盟的创办和重组,因此读来还感到特别亲切。尽管书中的一些观点,我或许不能全都赞同,但我也看到了行业专家和媒体热情参与联盟运动的研究和记录,他们的一些真知灼见,和那种“在肯定中怀疑,在怀疑中肯定”的治学与观察的态度,我认为是非常值得提倡和赞赏的。

2006年,当我们在杭州西湖发起成立中国医药企业成长型论坛的时候,完全没有想到在这以后的五年里,医药行业会经历这么大的变革和发展,联盟的呼声可以如此强烈。具有较强成长愿望和能力的医药企业(工业、商业、零售),大都是在市场竞争的洗礼中脱颖而出的,它们聚集在一起,不是凑热闹,更不是图虚名,它们是要汇集各自的力量,整合一切能够整合的资源,为自己的企业,也是为了这个行业能够拥有持续发展的动力,推动成长型企业不断超越自身、挑战强手,从而保证医药行业能够具备足够的创新意识和永远的活力。

最近几年,我们一直提倡包容性的成长。当成长的力量汇集在一起时,难免会有许多碰撞,也会有摩擦,但这并不能阻碍我们一起向前看。成长的每个企业、每个人,都有自己既定的思维方式和创业历程,所以各自的成长路径或许有所不同,但这并不意味着我们不能融合。我们还要承担很多角色,被社会赋予多重身份,因此,我们不得不平衡自己内心的矛盾和冲突,然后是各种外部的协调

和平衡——你看看那些做得有声有色的盟主和联盟的实际操盘者，他们的成功也告诉了我们一些非常简单的道理，譬如懂得付出与占有，懂得去处理个人与组织、组织与组织、组织与社会的多重复杂关系。也正是在这样的过程中，我们确实成长了，也确实成熟了。

成长是艰难的，但也是让人亢奋和惊喜的；成长是痛苦的，但也是让人警醒和快乐的。当成长的力量汇集到一起时，联盟其实就是它们的平台。我还愿意将所有为成长型医药企业提供条件和资源的协会、NGO 等各种社会组织都视为成长的平台，希望所有有志于成长的医药企业都能聚集到这个平台上，更好地交流，更好地合作，更好地发展，把自己的企业做大，切实推动行业的进步和发展。

这是一个资源整合的时代，也是联盟辈出的时代。我们所倡导的联盟，不应该是孤独的、封闭的、单一的、线性的联盟，相反，联盟应该是公众的、开放的、多元的，只要我们有坚定的信念，坚持不懈地做下去，中国医药商业性联盟一定会走出一条自己的路来。

我相信，这一天，也一定不会太远。

（刘忠良为中国医药物资协会常务副会长兼秘书长）

第一篇 医药商业性联盟简介与评述

中国药店联盟体 / 3

评述：轮椅上的将军和他的联盟 / 6

大西北药店联盟 / 8

评述：公益性平台搭建能否说到做到？ / 10

河南圣光医药战略联盟 / 11

评述：用资本纽带强筋健骨 / 15

金百合单体药店联盟 / 18

评述：聚单成群 / 21

江苏药店联盟 / 23

评述：苏禾“凶猛” / 25

开元联盟 / 28

评述：能否开创联盟新纪元？ / 30

鲁和联盟 / 33

评述：凌波微步 / 35

鲁盟 / 38

评述：鲁盟“不盟”？ / 40

PTO / 42

评述：梦想照进现实？ / 44

四川大蓉合药店联盟 / 47

评述：在路上 / 49

上海区域医疗联合体 / 51

评述：老百姓说了才能算 / 55

特格尔中国药店采购联盟 / 58

评述：一个人的联盟 / 61

天下药仓中国药店采购联盟 / 63

评述：“疯子”的事业 / 66

封闭联盟 / 68

评述：培训师+销售员 / 71

天元医药联盟 / 73

评述：联盟榜样 / 76

西北医药股份“非联盟体” / 78

评述：我眼中的联盟样板 / 80

期待用事实来答疑 / 81

壹加壹联盟 / 84

评述： $1+1>2?$ / 86

药通联盟 / 88

评述：“失踪”的探路者 / 91

药芝林 998 联盟 / 93

评述：联盟新秀 / 96

中百联盟 / 100

评述：中百：千呼万唤不出来 / 103

中盟 / 105

评述：下一个九州通或老百姓？ / 108

第二篇 联盟风云

联盟历程 / 113

联盟早期(20 世纪 90 年代~2003 年) / 113

奠定联盟基础(2003~2006 年) / 121

沉淀(2006~2008年) / 131

猛然爆发的联盟运动(2008年至今) / 137

联盟论战 / 152

PTO的旗帜还能打多久? / 152

大参林“上市大联盟”还能走多远? / 162

联盟之殇 / 166

第三篇 启发与借鉴

美国药房联盟与特许加盟体系对国内商业性联盟的启发与借鉴 / 183

美国药房联盟与特许加盟体系及其发展 / 183

国内药店联盟体系的借鉴比较 / 192

自愿连锁模式的国际化借鉴 / 194

国际知名自愿连锁企业简介 / 194

自愿连锁模式本身的优缺点 / 198

几点启发与借鉴 / 199

第四篇 国内医药商业性联盟：停留还是奔走

新医改背景下医药商业性联盟的现状与前瞻 / 205

商业性联盟的现状 / 205

对商业性联盟走向产生影响的新医改主要政策因素分析 / 208

商业性联盟前瞻 / 210

联盟对话 / 212

谁来做盟主 / 212

突破联盟的瓶颈 / 220

沉寂后的第二次崛起? / 238

旁观与介入 / 246

奔走的联盟 / 254

后记 / 263

第一篇 医药商业性联盟简介与评述

中国药店联盟体



(中国药店联盟体领导层在签约后于北京天安门前合影留念)

中国药店联盟体(简称中药盟)是由浙江为诚医药股份有限公司发起,并联合广西合山和煦医药有限责任公司、山西信成药业有限公司大同分公司、河北安国药业等业内具备一定实力的医药公司签约成立的药品中间商联盟。

2010年3月20日,“2010年中国药品代理商发展论坛暨中国药品代理商联盟启动仪式”在西子湖畔隆重召开;2010年4月25日,第二届中国药品代理商联盟论坛会议在厦门成功召开;这一年的6月29日,中国药店联盟体合作签约

仪式在北京举行,8月1日,中药盟正式投入运营。

中药盟的主要盟主单位系浙江为诚医药股份有限公司。该公司在华东五省经过十年的精耕细作,积累了大量的上下游客户资源,也总结出了一整套比较成熟的适应市场竞争变化的药品代理分销操作模式。其中为诚医药所倡导的“一镇一点、一街一店”的严格市场保护和目标终端发展规划,不仅得到了为诚医药客户的认可,而且也得到了中药盟所有合作伙伴的认同。

中药盟是以资本为纽带、模式输出为核心、贴牌产品为载体的全国性联盟。联盟执行总部统一管理,设有30个省级分盟并在各分盟建立市级支盟机构,进行全国一体化的运营管理系统。中药盟为盟友及会员单位源源不断地提供有实际价值的理论及操作模式指导,也将不断输送“三好”产品及推出联采新概念。

中药盟致力于构建从药厂(中药盟)到各省分盟到门店的三环价值链,紧密围绕“减少中间环节,降低采购成本;规范药品销售渠道,提高药品经营质量”,并努力确保从购进到销售过程中的成本最低,努力确保盟友间的利益最大化;用今天的自主产品抢占名牌产品的市场份额,将今天的自主产品做成未来的知名产品;努力使药价更为合理。

按照其规划,中药盟将分设30多个分盟,导入500多个自主产品,联合中国50 000多家药店,充分发挥中国老中医的作用,旨在构建中国药品销售高速公路网,打造中国最具实效的药品交易平台;其次,联采分销,做大药品经营市场;最后,进入基药配送,做大销售规模。

组织机构图(见下页)

联盟负责人

杨联亮 浙江为诚医药股份有限公司董事长,中国药店联盟体理事长。医药行业OTC第三终端实战专家,对第三终端的销售在国内首先提出了“一镇一点、合理布局”的营销新模式,并在2005年倡导终端“单体药店联盟”并付诸实践,五年间联合了华东五省一万余家药店形成了第三终端OTC网络健全、模式独特的销售格局。

罗少球 广西合山和煦医药有限责任公司董事长,中国药店联盟体副理事长。组建广西工商联,积极参与全国各地联盟的活动,擅长资源整合和联盟运作。