

全国高等中医药院校配套教材
供中药类、药学类、制药类、中医类专业用

中药商品学

学习指导

主 编 张贵君



人民卫生出版社

全国高等中医药院校配套教材
供中药类、药学类、制药类、中医类专业用

中药商品学学习指导

主 编 张贵君

副主编 (以姓氏笔画为序)

刘 娟 闫永红 陈随清 金哲雄

编 者 (以姓氏笔画为序)

王荣祥(辽宁中医药大学)

方成武(安徽中医学院)

尹春梅(吉林农业大学)

刘 芑(贵阳中医学院)

刘 娟(佳木斯大学)

闫永红(北京中医药大学)

苏连杰(黑龙江中医药大学)

李成义(甘肃中医学院)

李 佳(首都医科大学)

肖井雷(长春中医药大学)

辛 宁(广西中医学院)

张贵君(北京中医药大学)

陈代贤(大连市药品检验所)

陈科力(湖北中医学院)

陈淑欣(哈尔滨医科大学)

陈随清(河南中医学院)

图 雅(内蒙古民族大学)

金哲雄(哈尔滨商业大学)

周凤琴(山东中医药大学)

郑玉光(河北医科大学)

孟根杜希(内蒙古医学院)

赵 越(广东药学院)

都晓伟(黑龙江中医药大学)

崔亚君(上海中医药大学)

隋 宏(宁夏医科大学)

雷国莲(陕西中医学院)

裴香萍(山西中医学院)

潘清平(湖南中医药大学)

人 民 卫 生 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

中药商品学学习指导/张贵君主编. —北京:人民卫生出版社, 2009. 6

ISBN 978-7-117-11740-1

I. 中… II. 张… III. 中药材-商品学-高等学校-
教学参考资料 IV. F762.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 049367 号

门户网: www.pmph.com 出版物查询、网上书店
卫人网: www.hrhexam.com 执业护士、执业医师、
卫生资格考试培训

中药商品学学习指导

主 编: 张贵君

出版发行: 人民卫生出版社(中继线 010-67616688)

地 址: 北京市丰台区方庄芳群园 3 区 3 号楼

邮 编: 100078

E - mail: pmph@pmph.com

购书热线: 010-67605754 010-65264830

印 刷: 北京市燕鑫印刷有限公司(万通)

经 销: 新华书店

开 本: 787×1092 1/16 印张: 16

字 数: 379 千字

版 次: 2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-117-11740-1/R · 11741

定 价: 26.00 元

版权所有, 侵权必究, 打击盗版举报电话: 010-87613394

(凡属印装质量问题请与本社销售部联系退换)

前 言

中药商品学学习指导是普通高等教育“十一五”国家级规划教材《中药商品学》(第2版)的配套教材。该教材以关键问题的形式重点概述了学生必须掌握的基本理论和基本知识,并以关键问题为核心,结合教学大纲的要求,编写了多种类型的复习题,以期达到举一反三、循序渐进的教学效果和提高教学质量的目的。

本书在教材内容的基础上,对学生重点掌握的内容进行了提炼,简明扼要,重点突出。根据教材内容的多少,以篇、章或节为单位,在重点掌握的内容后对应收载了习题及参考答案。所载各部分内容的顺序原则上与教材一致。

本学习指导适用于中药类、药学类、制药类和中医类5~7年制的教学使用,也是执业药师和各类药学人员学习和考试的指南。

本书的编写由全国28位专家组成了编写委员会,在编写过程中得到了山东省即墨市食品药品监督管理局、人民卫生出版社以及各编委所在单位给予的大力支持和帮助,在此表示衷心地感谢!

由于时间仓促和水平有限,书中难免存在缺点和不足,敬请专家和读者提出宝贵意见。

《中药商品学学习指导》编委会

2009年3月

目 录

上篇 总 论

第一章 概论	1
第一节 中药商品学的基本概念	1
第二节 中药商品学的任务	2
第三节 中药商品的命名	2
第四节 中药商品的分类	3
第五节 中药商业的起源与发展	3
第六节 中药商品学的发展简史	4
第七节 中药商业机构和任务	5
第二章 中药商品的经营与管理	6
第一节 中药商业企业	6
第二节 中药商业的经营特点	7
第三节 中药商品流通环节与管理	7
第四节 中药市场	7
第五节 中药价格	8
第六节 中药商品的宣传广告	9
第七节 中药商业的竞争	10
第八节 中药经营管理法规	11
第三章 中药商品的质量标准与质量管理	13
第一节 中药商品的质量标准	13
第二节 中药商品的质量管理	14
第四章 中药商品的包装与贮藏	16
第一节 中药商品的包装	16
第二节 中药商品的贮藏与养护	17
第五章 中药商品的贸易	19
第一节 中药商品对外贸易的历史	19
第二节 中药进出口	19
第三节 中药进出口中现存主要问题及对策	20
第六章 中药商品的鉴定	21
第一节 基本概念	21
第二节 药材	21

第三节 饮片	24
第四节 中成药	24
习题及参考答案	24

中篇 药材及饮片商品

第七章 药材资源及道地药材	37
第一节 药材资源	37
第二节 药材生产	39
第三节 道地药材	40
第八章 药材的采收与产地加工	42
第一节 药材的采收	42
第二节 药材的产地加工	43
第九章 药材的炮制	46
第一节 药材炮制的目的和意义	46
第二节 药材炮制方法	46
习题及参考答案	46
第十章 植物类中药	60
第一节 植物类中药的化学成分简介	60
第二节 根及根茎类中药	60
1. 根类中药	60
牛膝(61) 川乌(62) 附子(62) 白芍(63) 赤芍(64) 板蓝根(65) 苦参(65)	
黄芪(66) 人参(67) 西洋参(71) 三七(72) 白芷(73) 当归(74) 北沙参(75)	
黄芩(76) 地黄(76) 桔梗(78) 党参(78) 麦冬(80)	
2. 根茎类中药	80
黄连(80) 延胡索(82) 川芎(82) 白术(83) 苍术(84) 半夏(84) 川贝母(85)	
浙贝母(86) 天麻(86)	
3. 根及根茎类中药	87
细辛(87) 大黄(88) 甘草(90) 龙胆(92) 丹参(93) 茜草(94)	
习题及参考答案	95
第三节 茎、木类中药	111
大血藤(111) 鸡血藤(112) 沉香(112) 钩藤(113) 石斛(114)	
习题及参考答案	115
第四节 皮类中药	117
牡丹皮(117) 厚朴(118) 肉桂(119) 杜仲(120) 黄柏(121) 关黄柏(121)	
秦皮(122) 香加皮(123)	
习题及参考答案	123
第五节 叶类中药	126
大青叶(126) 番泻叶(127)	
习题及参考答案	127
第六节 花类中药	129

丁香(129) 金银花(130) 菊花(131) 红花(132) 蒲黄(132) 西红花(133)	132
习题及参考答案	134
第七节 果实与种子类中药	136
1. 果实类中药	136
五味子(136) 补骨脂(137) 枳壳(138) 吴茱萸(139) 山茱萸(139) 连翘(140)	136
枸杞子(140) 砂仁(141)	
2. 种子类中药	142
葶苈子(142) 苦杏仁(143) 酸枣仁(143) 马钱子(144) 槟榔(144)	142
习题及参考答案	145
第八节 全草类中药	149
麻黄(150) 淫羊藿(151) 广藿香(151) 薄荷(152) 穿心莲(153) 茵陈(154)	149
青蒿(155) 淡竹叶(155)	
习题及参考答案	156
第九节 藻、菌及地衣类中药	158
冬虫夏草(159) 茯苓(159) 猪苓(161)	158
第十节 树脂类中药	162
乳香(162) 没药(163) 血竭(164)	162
第十一节 其他类中药	165
青黛(165) 冰片(165) 五倍子(166) 芦荟(167)	165
习题及参考答案	167
第十一章 动物类中药	172
第一节 概述	172
第二节 各论	172
地龙(172) 珍珠(173) 全蝎(174) 蜂蜜(174) 蟾酥(175) 哈蟆油(176)	
蛤蚧(176) 金钱白花蛇(177) 熊胆(178) 鹿茸(178) 牛黄(180) 羚羊角(181)	
习题及参考答案	182
第十二章 矿物类中药	201
第一节 基本概念	201
第二节 矿物类中药的分类与鉴定	202
第三节 各论	202
朱砂(202) 雄黄(203) 自然铜(204) 赭石(205) 石膏(205) 芒硝(206)	
习题及参考答案	206

下篇 中成药商品

第十三章 概述	213
第一节 中成药的基本概念	213
第二节 中成药商品的质量管理	213
第十四章 中成药各论	215
第一节 丸剂	215
二妙丸(215) 十全大补丸(215) 六味地黄丸(216)	

目 录

第二节	片剂	216
	牛黄解毒片(216)	
第三节	散剂	217
	七厘散(217)	
第四节	注射剂	218
	注射用双黄连(冻干)(218)	
第五节	颗粒剂	219
	一清颗粒(219)	
第六节	滴丸剂	219
	复方丹参滴丸(219)	
第七节	口服液剂	220
	藿香正气水(220)	
第八节	橡胶膏剂	220
	伤湿止痛膏(220)	
	习题及参考答案	221

附 录

一、中药名称索引	241
二、药用动、植物学名索引	246

品商莖如中 龍不

		三章
		一章
		二章
		四章
		一章

上篇 总论

第一章

概 论

第一节 中药商品学的基本概念

1. 中药 中药(Chinese materia medica)是指在中医药理论指导下用于临床防治疾病的药物。
2. 药材 药材(traditional Chinese medicinal materials)是未经加工或仅经过简单加工的中药饮片的原料,包括植物、动物和矿物三大类药材。
3. 饮片 饮片(decoction pieces)是药材经过净制、切制和炮炙的加工品,是中医临床处方和制剂生产的原料药(bulk drug),它是中药的起点。
4. 中成药(Chinese patent medicine) 中成药是以饮片为原料,根据临床处方的要求,采用相应的制备工艺和加工方法,制备成的随时可以应用的剂型,如丸剂、片剂等。
5. 中药商品 中药商品(commodity of traditional Chinese drug)是医药市场流通、交换和经营中的特殊商品,国家及有关药品标准中规定使用的中药均为商品中药。
6. 中药商品学 中药商品学(traditional Chinese drug commoditylogy)是一门以中药商品质量(quality)和经营管理(management)为核心内容来研究其商品特征和使用价值的应用学科。它从商品学的角度研究临床使用的基本中药,阐述中药在流通领域中商品质量的变化规律,以及与保证中药商品质量有关的经营管理等基本理论与实践问题。
7. 中药商品学研究的范围 中药商品学研究的范围包括:商品名称与来源、药材产地、采制或生产工艺、商品特征、主要化学成分、质量要求、鉴别与检查、性味功能、用法用量、市场概况、贮藏等。
8. 研究中药商品学的目的 研究中药商品学的目的是分析和阐明中药商品的适用性,监测商品在流通和使用过程中质量的变化规律,制订商品的质量标准(quality standard)和检验方法(test method),以利于对中药商品的全面质量管理。
9. 中药商品的特点
 - (1) 中药商品质量的特殊性主要是其使用价值集中体现为防治疾病,其质量涉及安全性、有效性和稳定性 3 个关键性的问题。

(2) 中药商品的经营活动与医疗卫生工作密切相关,经营的品种和数量取决于临床的需要。

(3) 中药是生物和矿物的炮制品(饮片)、复方及其制剂。

(4) 中药的药效物质具有自然属性,副作用较小,合理使用不易造成药源性疾病。

(5) 传统的野生药材资源(resources)逐渐匮乏,人工栽培和养殖的药用动、植物品种逐渐增多,质量标准不完善,导致了中药商品的质量不稳定。

第二节 中药商品学的任务

1. 研究和制订中药商品的质量管理标准。

2. 鉴别中药商品的品种和质量 影响中药商品质量的因素:如药材的产地、生境、采收时间、产地加工、药用部位、炮制、调剂、运输、贮藏和中成药的处方、生产工艺、原料、检验、包装等,其中任何一个环节失控,都会导致中药质量下降,甚至丧失使用价值或威胁人民的生命安全。

3. 研究中药商品适宜的采制方法、必要的包装和贮藏条件,以便能保证中药的质量、降低商品损耗、实现科学化的经营管理,为研制和开发新药奠定基础。

第三节 中药商品的命名

1. 中文名称

(1) 药材的命名:常根据药材的产地或集散地、形状、颜色、气味、药用植物的生长特性、药用部位、功效、进口品的译音、人名、传说故事等命名。

(2) 饮片的命名:饮片的名称以药材名为基础,结合加工与炮制方法、辅料的名称和制后形态等命名。

(3) 中成药的命名:一般均用药名加制剂名称组成。单味药制剂一般采用饮片或药材的名称与剂型结合;复方(compound recipe)制剂常使用处方中主要饮片的缩写名、用君药或在君药前冠以复方二字、用君药名称和方剂中药味的数量或主要功能、根据处方中饮片之间的剂量比例或剂量限度、用君药和服用方法结合、用药效成分、用成方的原始文献与主要功能结合、用成方创始人名或与君药与主要功能结合、用中医术语或主要功能主治、假借或比喻、用炮制方、用古代哲理等命名。

(4) 中文名称的类型:有正名、别名(或副名、异名)、处方名、地方名、商品规格名、植物栽培品种名、古名等。

2. 拉丁文名称

(1) 命名的基本规则:药用部位或剂型名(名词主格)加药名(名词属格)。即药用部位或剂型名用名词单数主格形式位于前,药名用名词单数属格形式置于后,当然也有例外。其中药名通常使用药用动、植物的学名(scientific name)或原矿物的拉丁名等,亦有使用汉语拼音和俗名的。

(2) 植物类中药的命名:植物类中药命名的方法较多,主要有以下几种类型:药用部位名加植物学名的属名;药用部位名加植物学名的种加词;药用部位名加植物的种名;药用

部位名加植物学名的属名或种名;药用部位名加植物学名的属名、前置词短语;药用部位名加药用部位名、植物学名的属名,或药用部位名加植物学名的属名、植物学名的属名;仅用植物学名的属名或种加词、或药用部位名加俗名作为中药拉丁名;国际通用名称等。

(3)动物类中药的命名:主要有以下几种情况:药用部位名加动物学名的属名;药用部位名加动物的种名;药用部位名加动物学名的属名和形容词;动物学名的属名加形容词;药用部位名加动物学名的属名、属名或属名加属名;用动物学名的属名或种加词;用动物的俗名等。

(4)矿物类中药的命名:主要有两种形式,一是用矿物所含的主要化学成分的拉丁名或化学成分拉丁名加形容词;二是用原矿物的拉丁名。

(5)中成药(制剂)的命名:中成药拉丁名归纳如下:剂型名加主要原料药学名的属名;剂型名加主要原料药学名的种加词;剂型名加主要原料药的种名;剂型名加主要原料药学名的属名和形容词;剂型名加原料药拉丁名;使用中成药中文名称的汉语拼音。

第四节 中药商品的分类

1. 药材及饮片分类

(1)古代分类法:①按饮片的性能分为上、中、下三品;②按中药的来源和自然属性分类。

(2)现代分类法:①按来源和药用部位分类;②按药材基原(原植物、原动物或矿物)的自然分类系统分类;③按中药(饮片)的性味或功效分类;④按中药所含的主要化学成分分类;⑤以药名汉字首字笔画或汉语拼音字母顺序分类;⑥按照道地产区将药材分类;⑦按照管理要求分类;⑧按照销售的要求分类等。

2. 中成药分类 一般按剂型、主要功能分类,或参照和借鉴药材及饮片的部分分类方法。

第五节 中药商业的起源与发展

中药作为商品的生产与交换,在我国已有几千年的历史。早在《周礼》就记载有作为商品中药的草、木、虫、石、谷“五药”。《诗经》中记载了多种药用植物的名称,如葛、苓、芍药、蒿、芩等。《五十二病方》中记载了283首中药处方,并有饼、曲酒、丸、散等中药剂型。据《杜佑通典》记载,“秦有太医令丞主医药”。

西汉时代(公元前202~公元8年),张骞出使西域带进了红花等药材,开始了中药的国际贸易活动。

东汉末年至三国时期,名医华佗既行医又售药、制药。据考,《华氏中藏经》中有成方152首,有丸、散等十余种剂型,安徽亳州至今保留着华佗诊病和售药的场所“益寿轩”和“有珍斋”。据清江县志记载:三国时期,樟树已设立了药圩,建立了药材当圩(集市)赶集制度,构成了小规模的中药交易场所。随后由圩设店,并扩展到行、庄、批发号等,还成立了“药业会馆”,中药商业已经形成了固定的行业。

两晋、隋唐是中医药学发展的鼎盛时期。著名医家孙思邈和王焘在《备急千金要方》

和《外台秘要》等著作中收录了大量的中药制剂,如著名的紫雪丹、苏合香丸等,说明当时的中药商业生产已经达到相当规模。

宋代,中药知识的传播和中药商业更见昌盛。政府在广州设立了“市舶司”,统管中药的对外贸易。从中药的经营体制方面,出现了官营和民营两种交易场所;在商品经营方式上有批发、零售之分;在生产经营方式上一般都是前店后作坊;在经营品种上有“生药”和“熟药”之别。

公元 1076 年,北宋太医局在京城(开封)开设“卖药所”,经营中药的配方和成药。公元 1114 年,实行了国家统一管理的经营方式,中药的经营部门统称为“惠民合剂局”。公元 1151 年,政府颁布了中药制造的规范和准则,定名为《太平惠民和济局方》。

南宋时期,有了经营道地药材(famous-region drug)的批发商业。

明清时代,中药商业出现了区域性、垄断式的药品经营组织“十三邦”,即:京通卫邦、关东邦、山东邦、山西邦、陕西邦、古北口邦、西北口邦、宁波邦、彰武邦、怀邦、广邦、江西邦、亳州邦。在此基础上,形成了一批全国性的中药集散地,规模较大的有河北祁州(安国市)、河南百泉(辉县)、江西樟树(清江市)、安徽亳州等地。

中华人民共和国成立后,国家成立了专门的中药商业机构(commercial establishment)和医药行政管理部门,对中药的产、供、销实行统一管理。

第六节 中药商品学的发展简史

1. 与中药商品学相关的重要本草学著作

(1)《神农本草经》(3 卷):作者不详,成书于东汉末年,载药材 365 种,按医疗作用分为上、中、下三品(three grades of drugs),其中植物药 252 种、动物药 67 种、矿物药 46 种。

(2)《神农本草经集注》(7 卷):梁·陶弘景著,成书于 502~536 年,载药材 730 种,按药材自然属性分为 7 类。

(3)《新修本草》(《唐本草》)(54 卷):唐·李勣、苏敬等撰,成书于 659 年,载药 850 种,按药材属性分为 11 部。该书由政府颁布,是我国也是世界上第一部由国家颁行的药典。

(4)《经史证类备急本草》(31 卷):宋·唐慎微著,成书于 1108 年以前,载药材 1 746 种。

(5)《本草纲目》(52 卷):明·李时珍著,成书于 1596 年,载药材 1 892 种、药方 11 096 首。药材按其基原的自然属性分为 16 部 60 类,附药图 1 109 幅。

(6)《本草纲目拾遗》(10 卷):清·赵学敏著,成书于 1765 年,载药材 921 种。

2. 中药商品鉴别方法的发展阶段

(1)萌芽阶段:形成了早期的“中药”商品鉴别知识,仅有对中药鉴别经验的间接反映,没有鉴别方法的直接记载。

(2)文字记述阶段:记载中药商品鉴别知识的本草著作首推《神农本草经》。最早并具有较完备鉴别内容的本草,首推《吴普本草》(公元 220~265 年)。

(3)药图兴起阶段:唐代《新修本草》有药材图谱 25 卷、图经 7 卷,采用了图文鉴别法。宋代,苏颂等于 1061 年编撰了《本草图经》,该书中的药图名称大多冠以州县名,这反

映了当时道地药材十分兴盛。

北宋后期,唐慎微将本草与图经合一,编撰了《证类本草》。该书是研究中药商品鉴别方法的重要文献。宋代著名的药物学家寇宗奭,根据自己观察实物和医疗实践经验,著成《本草衍义》,侧重药材商品的鉴别,提出了中药产地与质量的关系。

(4)知识的条理化阶段:陈嘉谟在《本草蒙筌》一书中对药材的“生产择土地”、“收采按时月”、“贸易别真假”进行了专门论述。对中药市场掺伪造假现象进行了详细调查。李中立在所著的《本草原始》中,总结了明代以前的中药商品的鉴别经验,全书载 379 幅药图,绝大多数是药材写生图,图旁注有其质量标准。

李时珍在《本草纲目》中对中药商品特征记载较为完善,该书不仅继承了唐、宋本草图文鉴定法,而且把所有中药鉴别的内容归入“集解”项下,使之条理化。

清末民国初年,郑奋扬编著的《伪药条辨》,可谓是辨别中药商品的专著。全书列举了这一时期出现的伪劣中药 110 种,着重论述了伪药的名称及形、色、气、味等鉴别方法。

(5)中药商品学的形成阶段:20 世纪 50 年代以后,相继出现了众多的以中药商品为主要内容的学术著作。至 70 年代初期,我国中等医药专业和专科学校相继开设了《药材商品学》课程并作为专业课。80 年代后期,我国部分高等中医药院校相继开设了《药材商品学》和《中成药商品学》课程。到了 90 年代中期,相继出版一大批与中药商品学相关的学术著作。进入 21 世纪,我国中医药院校和部分综合性大学的中药专业、药学专业、制药工程专业、中医专业、工商管理专业等已经纷纷开设了《中药商品学》课程。2002 年《中药商品学》(第 1 版)作为全国中医药高等教育规划教材出版,2008 年《中药商品学》(第 2 版)作为国家高等教育“十一五”、卫生部“十一五”、全国高等医药教材建设研究会规划教材出版。

第七节 中药商业机构和任务

中药商业机构是指在中药商品生产(commodity production)和流通(circulation of commodities)基础上形成的一种专门从事中药商品经济(commodity economy)活动的组织,使中药商品的产、购、销、调、储有机地结合起来,实现中药商品从生产领域向消费领域的转移。

1. 行政管理和监督机构 中华人民共和国卫生部、国家食品药品监督管理局和国家中医药管理局。卫生部及国家食品药品监督管理局主管的药品认证管理中心、药品评审中心、药典委员会、中药品种审评委员会和中国药品生物制品检定所等职能部门具体负责药品监督和管理的工作,各省区、市、县均设有相应的管理部门。

药品检验所是国家对药品质量监督、检验和仲裁的法定专业技术机构。

2. 企业经营机构 中国药材总公司,下设省、市、地区、县等分公司以及各级批发部门(包括采购供应站),零售企业(药店、中药房)等;中国医药保健品进出口总公司。

第二章

中药商品的经营与管理

第一节 中药商业企业

中药商业企业的基本职能：在中药商品的流通中起媒介作用，它包括医药系统的各级中药专业经营和兼营的单位。

1. 中药商业企业的种类 中药商业企业按照所有制、经营范围和经营方式可分为多种类型，每种类型的企业均具有特殊的管理方式和经营特色。

(1) 中药商业企业：按照生产资料所有制的性质分为国有、集体和民营企业。

按照经营方式可分为专营、代营、联营企业，联营中药商业企业是商业与商业之间、工商之间、农商之间在自愿互利的基础上建立的经济联合体，其主要形式有中药集团公司和中药连锁经营店。

按照商品流通过程中的地位 and 作用，通常将其分为批发、零售(retail)、批零兼营、行栈企业等。

(2) 中药批发企业：中药批发(wholesale)企业是中药生产和销售的桥梁，它从生产单位或其他部门购进、调拨药品，批量供给零售企业、医疗单位、下一级批发企业，或供应生产企业作为生产的原料，是基本业务的经济组织实体。

(3) 中药零售企业：中药零售企业(retail enterprise)是中药商品流通领域的终点，销售对象是消费者。中药零售企业按照业务的经营范围可分为综合性和专业性企业两大类，包括零售门市部和药店等。

2. 中药商业企业的责任和任务 中药商业企业的基本责任和任务是认真贯彻执行国家的有关政策和药政法规，坚持社会主义的经营方向，端正经营作风；要积极组织中药商品流通，寻求适合医疗市场特点的经营方式，保证完成国家或部门下达的中药产、供、销等各项计划指标，严格履行经济合同；正确处理商工、商农、商贸、商林、商学等各方面的关系，根据客观经济规律和中药商业企业的特点，提高中药商品的科学经营管理水平，促进中药经营管理的科学化和标准化；加强中药生产和消费的链接，经常进行中药市场的调查研究和供需预测，保证市场消费的需要；主动接受社会 and 卫生、药政、药检等部门的监督检查，确保中药商品的质量；严格遵守财经纪律，合理使用资金，降低成本，提高社会效益和经济效益；加强对企业职工的素质教育，经常开展企业文化，组织职工参加专业技术等方面的培训 works，提高服务质量。

第二节 中药商业的经营特点

1. 中药商业是特殊商品的流通企业,它不但有商品的经营方式,还具有医药市场的特殊属性。

2. 医药商业首先要按照 ISO 9000 国际标准的质量控制和质量管理系统,实施全面的质量管理,按照 GMP、GSP 的要求组织生产和经营,以确保产品质量。

3. 医药产品,必须在商品市场进行分配和交换。但要保证用药安全和有效。

4. 必须持有商业药品经营许可证,要有一定的仓储条件和储备能力。要有经营技术性强、懂商业经营知识的执业中药师。严禁经营假劣药品。

第三节 中药商品流通环节与管理

中药市场流通规律一般经过采购、运输、储存和销售 4 个主要环节,其中,购与销在流通中起主导作用,运与储是购销的辅助条件。

1. 采购 采购是中药商品流通的起点,也是组织中药货源的手段。

(1) 中药商品采购的基本程序:市场调研、库存分析、制定采购计划、签订采购合同。

(2) 中药商品采购的方式:一是产地采购,二是调剂采购,三是储备采购。

2. 运输 运输是商品流通环节之间必须经过的移动过程。中药商业企业要严格遵守药品运输的有关管理条例,按照“及时、准确、安全、经济”的运输原则,合理地组织商品的运输。

3. 储存 储存是指中药商品离开生产领域、尚未进入消费领域以前,在流通过程中的暂时停留。库存是药品流通中的必要条件和环节。中药商品储存的基本任务:安全储存、科学养护、降低损耗、保证质量、收发迅速、避免事故。

4. 销售 销售是商品流通的终点。销售中药的商业企业,必须是取得《药品经营许可证》及《营业执照》的合法企业。

第四节 中药市场

中药市场是中药商品集聚、交换的场所。从宏观的角度说是指随着市场经济杠杆驱动出现的购买中药商品关系的总和。

1. 中药市场的管理 中药市场管理是国家政府部门根据有关的政策法规,对从事中药商品交换活动的单位和个人,在中药商品品种、价格、质量、合同、税收、利润等各个方面进行组织调控和监督。

2. 中药市场的调查 中药市场调查是运用科学的方法和手段,有计划地搜集、整理、分析有关中药市场的活动信息。

中药市场调查主要内容:中药市场需求、消费者购买动机、产品生产、产品价格、销售途径、商场经营条件、市场环境等。

第五节 中药价格政策

中药商品具有使用价值和自身价值两重性,中药的价值可以通过价格得以体现。

中药商品的价格分类:按照价格管理形式可分为国家定价、国家指导价和市场调节价;按照中药商品流通的过程可分为收购价格、调拨价格、批发价格和零售价格。

1. 中药价格的制定方法

(1) 药材及饮片价格的制定

①收购价格:根据国家现行政策规定,药材收购价格按照各类药材的不同情况,分别实行全国一价、全省一价、片价和一县一价。药材收购价格,一般是由生产地制定;次产地的收购价格,可参考主产地收购价格制定;流通到销售地的药材,可按产地的收购价格酌加商品运杂费。

②批发价格:产地内药材批发价由收购价、代购手续费、挑选整理包装费、运杂费和购销差率构成。价格计算公式:

产地内药材批发价 = [收购价 $\times$ (1 + 代购手续费率) + 挑选整理包装费 + 运杂费] $\times$ (1 + 购销差率)

产地外批发价则由药材批发价、运杂费和二级站地差率构成,如省外药材二级站药材批发价 = (省外产地或二级站或产地药材批发价 + 运杂费) $\times$ (1 + 省外至省内二级站地差率)

进口药品批发价 = (中心城市批发价 + 运杂费) $\times$ (1 + 规定的综合差率)

饮片批发价由药材批发价、加工损耗、辅料费、包装费或包装折旧费、燃料费、工时费、扩大再生产费构成。计算公式:饮片批发价 = [药材批发价 / (1 - 加工损耗率) + 辅料费 + 包装费或包装折旧费、燃料费 + 工时费] $\times$ (1 + 扩大再生产费)

③零售价格:计算公式:药材零售价 = 药材批发价 $\times$ (1 + 批零差率);饮片零售价 = 饮片批发价 $\times$ (1 + 批零差率)

④调拨价格:计算公式:药品调拨价 = 调出当日批发价 $\times$ (1 - 倒扣率)

(2) 中成药价格的制定:中成药价格按其在流通中所经过的环节可分为出厂价、批发价格、调拨价格和零售价格。

①出厂价格:中成药出厂价格一般是按照正常的生产成本加税金和利润制定,为简化计算方法,可将工业利润和税率合并换算为税利率。计算公式:中成药出厂价格 = 产品成本 $\times$ (1 + 税利率)。

②批发价格:分为产地省批发价格和销地省批发价格。

产地省批发价格计算公式:中成药产地省批发价格 = 出厂价格 $\times$ (1 + 进销差率)。销地省批发价格计算公式是:中成药销地省批发价格 = 产地省批发价格 $\times$ (1 + 地差率)。

③调拨价格:中成药产地调拨价格是由调出地当日批发牌价,减去规定的倒扣率构成,其计算公式是:产地调拨价格 = 调出地当日批发牌价 $\times$ (1 - 倒扣率)。中成药销地调拨价格是由调出地当日批发牌价减去规定的倒扣率构成,其计算公式是:销地调拨价格 = 调出地当日批发牌价 $\times$ (1 - 倒扣率)。

④零售价格:中成药零售价格是由批发价格和批零差率构成,其计算公式是:中成药

零售价格=批发价格 $\times$ (1+批零差率)。

2. 中药价格的相关法规

(1)《药品管理法》:对药品的价格专门设定了管理条文,其中第五十五条规定:“依法实行政府定价、政府指导价的药品,政府价格主管部门应当依照《中华人民共和国价格法》规定的定价原则,依据社会平均成本、市场供求状况和社会承受能力合理制定和调整价格”。

(2)《药品价格管理暂行办法》和《药品价格管理暂行办法的补充规定》:对进一步加强药品价格管理,规范药品价格秩序,合理调整药品资源配置和药品结构,扭转市场价格混乱状况做出了明确的规定。

(3)国家计委下发的《关于政府定价不再公布出厂价、批发价的通知》:明确规定政府定价只制定公布零售价。药品零售单位不得突破政府制定的零售价格销售。

(4)《国家计委定价药品目录》:按通用名称制定各剂型、各规格品的价格。

(5)《药品政府定价办法》:对政府定价原则、药品零售价格的制定和有差别销售费用、利润率及流通差价作了明确规定。

第六节 中药商品的宣传广告

1. 基本概念 中药商品的广告的作用:对扩大商品流通,促进消费和生产,提高文明经商水平、消费服务,提高企业经济效益。

(1)广告宣传的基本原则:要有思想性、真实性、艺术性、时效性。

(2)广告宣传的形式:主要有招牌广告、招贴广告、包装广告、语言广告、报刊电视广告、灯光广告、橱窗广告等。

2. 广告的作用与策划 广告是一种重要的促销工具。广告是一种信息的沟通,是向目标顾客传播产品信息,以求扩大销售的一种经济活动。

媒体与广告的关系:媒体是传达广告信息的一种手段,它具有可以使广告信息直达目标市场,传达效果好,应针对药品、促销对象接受信息的不同特点进行。对广大现实和潜在的直接消费者,采用接触频率较高的电视、报刊、交通要道的广告牌等宣传形式;对药品的间接消费者、临床医生,除大众媒体外,还应注重专业杂志、产品介绍等媒体;对经销商来说多采用商品目录和产品目录的媒体形式。

3. 新药的宣传与推广

(1)针对药品和消费双重性的特点、药品市场信息掌握的各类药品金额,对广大消费者直接或间接地宣传。

(2)借助大量的传播工具、视听媒体展开强大的广告宣传攻势,广而告之产品信息使新产品很快被商家和消费者了解、接受,迅速投入消费。

(3)聘用有药学与医学专业知识、训练有素的人员,向医生宣传推荐。

(4)聘请医学药学专家、学术权威,免费为医生讲授最新的药学成果。

(5)以医生为对象形成售出、服务、生产的良性循环的销售网络,以信誉好、网络广、经销力强的国有医药公司为产品经销商,为中间商培训业务骨干,派出高素质的推销人员深入医院访问医生,与医生沟通产品信息,讲述药品的功效机制、药理作用、不良反应、