

# 新医改和现代商业背景下零售药店的生存现状与策略

赵梅<sup>1,2\*</sup>(1.上海医药高等专科学校,上海 210318;2.上海交通大学医学院附属卫生学校,上海 210318)

中图分类号 R952 文献标志码 A 文章编号 1001-0408(2015)04-0574-03

DOI 10.6039/j.issn.1001-0408.2015.04.45

**摘要** 目的:探讨新医改和现代商业背景下零售药店的生存现状与策略。方法:介绍并分析新医改和现代商业背景对药品零售市场格局变化和零售药店生存状况的影响,考察零售药店在目前市场条件下的生存优势和劣势,并探析其生存策略。结果与结论:随着新医改的深入和现代商业的蓬勃发展,我国药品零售市场格局悄然改变,市场份额出现向医疗机构转移的趋势,电子商务也开始进入药品零售市场。虽然与医疗机构相比零售药店具有价格和销售渠道优势、与电子商务相比更加安全便利,但其与医疗机构相比药学服务功能欠佳,与电子商务相比价格仍缺乏竞争力,以及自身非良性竞争等因素仍使零售药店生存正经历严峻考验。为改变被动的生存现状,零售药店可通过建立联合采购平台、提高药学服务质量、争取医保定点资格、开展多元化经营等手段发挥优势、克服劣势,以便为零售药店争取更多的生存和利润空间。

**关键词** 零售药店;新医改;电子商务

## Living Situation and Survival Strategies of the Retail Pharmacy in Modern Business and New Medical Reform

ZHAO Mei<sup>1,2</sup>(1.Shanghai Pharmaceutical College, Shanghai 210318, China; 2.Affiliated Health School, School of Medicine, Shanghai Jiaotong University, Shanghai 210318, China)

**ABSTRACT** OBJECTIVE: To study the living situation and survival strategies of the retail pharmacy in modern business and new medical reform. METHODS: The article introduced and discussed the influence of new medical reform and modern business on the drug retail market and the living situation of retail pharmacy and analyzed the superiority, inferiority and survival strategies of the retail pharmacy in current market conditions. RESULTS & CONCLUSIONS: With the rapid development of the new medical reform and the modern business, China's medicine retail market pattern is quietly changed, and the market share shifts to the medical institutions and E-commerce also begins to enter the retail medicine market. Compared with medical institutions, though retail pharmacies possess the advantages of price and wide sales channels, and more safety and convenience when compared with E-commerce, retail pharmacies are still experiencing a stern test due to the shortcomings of low-level pharmaceutical service when compared with medical institutions, lack of competitive price relatively to E-commerce and the non-healthy competition. It is suggested that better survival environment and more profit for retail pharmacies can be achieved through the establishment of joint procurement platform, improvement of pharmaceutical care quality, acquirement of the insurance qualification and implementation of diversification strategy.

**KEYWORDS** Retail pharmacy; New medical reform; E-commerce

零售药店是直接面向消费者的重要的药品销售终端。近年来,随着新医改的推行、现代商业环境的改变以及电子商务进入药品零售市场,药品零售市场的份额逐渐向医疗机构及网上药店转移,零售药店的生存受到了严峻的考验。《2013中国单体药店发展状况蓝皮书》认为,作为我国现阶段药品零售市场重要组成部分的单体药店,存在着巨大的成长压力。据其提供的相关数据显示,截至2012年底,全国共有零售药店门店423 723家(比2011年减少了65家),其中单体药店271 143家(比2011年减少了5 942家),占零售药店总数的63.99%(比2011年下降了1.61%)。2013年,全国共有单体药店26.55万家,数量较2012年有所下降。为探讨新医改和现代商业背景下零售药店的生存现状与策略,笔者分析了我国药品零售市场的格局变化情况,并就零售药店在目前市场条件下的生存

优势、劣势及其生存策略进行阐述。

### 1 我国传统的药品零售市场格局

目前,我国传统的直接面向消费者的药品零售终端主要包括医疗机构及零售药店。由于世界上大多数国家和地区实行了医药分业制度,因此药品零售终端以药店为主,医疗机构的药品销量和销售金额相对较低。以美国为例,其80%左右的处方药在药店销售(占全美药品市场销售总金额的70%~80%)<sup>[1]</sup>。而我国未实行医药分业,医疗机构及零售药店都是重要的药品零售终端,其中医疗机构因能提供更为优质的药学服务而成为药品零售市场的主渠道和主导方,其药品销售金额约占全国药品市场销售总金额的79%(其中综合性医疗机构占比约为64%,社区医院和诊所约为15%),而零售药店的药品零售额仅占21%左右<sup>[1]</sup>。

### 2 新医改及现代商业背景下的药品零售市场的格局变化

\* 讲师。研究方向:医药管理、抗肿瘤药物和新药筛选。电话:021-33755125。E-mail:zhaomei100@163.com

## 2.1 新医改后零售药店的市场份额逐步向医疗机构转移

自2009年3月17日国务院公布《中共中央国务院关于深化医药卫生体制改革的意见》,新医改政策层出不穷。2009年8月18日,国家发展与改革委、原卫生部等9部委联合发布的《关于建立国家基本药物制度的实施意见》,规定我国要建立国家基本药物制度,并要求在政府举办的基层医疗卫生机构配备使用的基本药物需实行“零差率”销售。也就是说,在此之前医疗机构可在药品进价的基础上加价15%销售给患者,而实行“零差率”销售后基层医疗卫生服务机构(包括城市社区卫生服务机构和农村乡镇卫生院)需对基本药物按进价销售,加价部分则由政府给予补贴<sup>[2]</sup>。零售药店经营的品种很多属于基本药物,其曾凭借比医疗机构低20%~30%的价格优势而成为重要的药品零售终端,但实施“零差率”使得其在基本药物销售中的价格优势荡然无存,患者进一步向基层医疗机构转移,零售药品市场的更多份额被转移到医疗机构,严重威胁到了零售药店的生存与发展空间<sup>[3]</sup>。

## 2.2 新医改及现代商业背景下零售药店的格局变化

目前,我国的零售药店主要包括单体药店与连锁药店。其中,单体药店(即单个独立经营管理的门店,或由多个门店组成的、但没有获得连锁经营资质的药店)仍是我国零售药店的主要组成部分,大多分布在连锁药店难以覆盖的城乡市场。连锁药店在我国起步较晚,但发展迅速,自1996年全国第一家连锁药店“采芝林”在广州诞生以来,许多投资商将目光投向药店,连锁药店扩张迅速<sup>[3]</sup>。较单体药店,连锁药店具有以下优势:制度、品种、装潢、价格等统一,品牌优势明显;员工受过正规培训,素质较高;药品统一采购,进货量大,降低了进货价格,节约了成本,具有低价优势<sup>[4]</sup>。但目前我国的药店连锁率仍较低,2011年仅为34.62%;同时,一些药店虽然初具连锁化形式,但是并未能形成竞争优势<sup>[5]</sup>。

随着新医改的逐步深入及实施“零差率”,和2013年原国家食品药品监督管理局正式实施新版《药品经营质量管理规范》(GSP)等政策对药品零售领域带来的实质性影响,单体药店与连锁药店的前景均不容乐观。据预测,2016年或将有1/3的单体药店被淘汰<sup>[6]</sup>,中、小连锁药店也缺乏与医药生产企业的议价能力。为推动药品零售行业的规模化、集约化经营,中国医药物资协会主导形成省级药店联盟以实现行业整合和优化行业结构,迄今共成立了17家省级药店联盟。省级药店联盟在统一标准、整合渠道、议价能力、协同发展等方面具有规模发展优势,有利于改变利润率偏低的局面。2013年,17家省级药店联盟共进行了65次联合采购,联合采购的商品市值为20.65亿元,通过联合采购降低商品价格最高的达到20%,最低的为1.5%,总体平均降低商品价格为5.76%<sup>[7]</sup>。

## 2.3 现代商业背景下电子商务介入药品零售市场

伴随互联网的普及,近年来淘宝、天猫、京东、苏宁易购等各类电商网站来势凶猛。在十二届全国人大二次会议举办的“电子商务与快递服务协同发展”网络访谈中,商务部电子商务司副司长张佩东表示,据测算,2013年我国电子商务总交易额超过10万亿元,5年来翻了两番,平均增速达80%<sup>[8]</sup>。在医药领域,电子商务平台也成为众多制药企业的新目标。由于天猫、京东商城等大型平台电商的介入和各路资本的相继涌入,使得中国医药B2C 2012年全年规模达到16.65亿元,较2011年暴涨300%,零售药店受到进一步冲击<sup>[9]</sup>。

## 3 新医改及现代商业背景下零售药店的生存优势及劣势

### 3.1 与医疗机构比较的生存优势与劣势

3.1.1 价格优势 医疗机构和零售药店药品流通模式的差异,使得零售药店在药品销售中具有低价优势。医疗机构的药品流通过程较为复杂,我国相关政策规定医疗机构不允许从药品生产企业直接采购药品,必须经过公开招标采购,由具有合法资质的药品批发公司配送进入医疗机构销售,因此在其流通环节涵盖各级代理经销商、医药代表、医院、医师、招标办、卫生管理部门、医院药事委员会等多个环节<sup>[10]</sup>。而我国零售药店(尤其是连锁药店)则可从药品生产企业(或药品批发商)直接采购药品,再将药品销售给消费者。医院药房流通模式环节过多,必然导致其药品价格高于社会零售药店的价格。据有关机构的调查数据表明,综合性医疗机构药品零售价格的构成可分解为:生产企业占10%~20%,商业配送企业占8%~10%,医药代表占10%~20%,医药代表通过“走票”等形式套取现金转给医疗机构及医师的费用高达40%(不含15%的规定差率)<sup>[11]</sup>。但新医改后,医疗机构对基本药物实行“零差率”销售,使得零售药店在基本药物销售中的价格优势荡然无存,导致很多零售药店拒绝售卖或下架基本药物。

3.1.2 销售渠道优势 对于常见的感冒等普通疾病,零售药店较医院药房具有销售优势。作为基本药物的销售终端之一,与医疗机构相比,零售药店分布广泛,其具有覆盖网络更广、百姓购药更便捷等特点。

3.1.3 药学服务劣势 药学服务指的是与药品有关的服务,准确地说应该是以患者利益为中心,由药师提供现代药学知识的有关服务,是一种药师对患者用药全过程乃至终生负责的服务<sup>[12]</sup>。零售药店药学服务就是药店从业人员运用其所掌握的专业知识,向顾客提供合格的药品及以药物治疗为目的的相关服务,包括与药品销售相关的安全用药与有效用药指导、疗效和不良反应监护,以及药品销售之外的疾病治疗指导、健康教育等<sup>[13]</sup>。

虽然零售药店较医院药房具有价格较低及购买方便等优势,但如上文所述,零售药店在总体药品的销售中,其比例仍较小,仅占21%<sup>[1]</sup>。这主要是由于药品与一般商品不同,药品在销售的同时还需提供优质的药学服务,因此需要提供服务的工作人员具备相应的专业知识和技能,从而达到对症治疗、合理用药的目的。我国零售药店普遍存在药师证空挂和药师不在岗的现象,不具备药师资格的营业员的药学服务水平参差不齐,零售药店药学服务停留在用药指导、健康宣传等较低层次,没有强制执行的药学服务规范或指南,药品销售行为不规范等问题<sup>[14]</sup>。而医院配备有大量的医师、药师、护士等专业人员,并同时配备有强大的专业检测仪器设备以保证和提高药学服务,从而保障了药品的疗效,因此大部分患者选择去医院而不是去药店<sup>[15]</sup>。

### 3.2 与电商比较的生存优势及劣势

3.2.1 安全与便利优势 虽然近年来网上药店发展迅速,但受限于牌照、物流配送、用户消费习惯等问题,医药电商行业仍存在着一些桎梏<sup>[9]</sup>。首先,其安全性一直遭到质疑,目前只有安全性要求较低的外用药在网上药店销售比例相对较高;同时,由于受到配送等条件的制约,网购的实时性较低,很多在实体药店销售较好的药品(如感冒药等),网购比例并不高;老年人上网人群不多,也限制了慢性病用药的网购比例<sup>[16]</sup>;另外,网上药店不能出售处方药、不能使用医保卡、不能出售一些特定特性(如需冷藏等)的药品、不能直接向顾客提供用药指导等也限制了其发展<sup>[9]</sup>。反之,零售药店相对受限较少,其

药品的安全性受到消费者信赖,具有自身的发展优势。

3.2.2 价格劣势 电子商务作为一种新兴的消费平台,以其巨大的增长潜力特点往往能够吸引大量的投资,医药领域也不例外,愈来愈多的风投机构将目光投向了医药电商行业<sup>[17]</sup>。为了抢占传统市场,医药电商通常会采用价格战,以吸引相当数量的客户。以2012年为例,从年初的春节营销,到之后的国庆、中秋等大大小小的节假日营销,直到年末“双十一”价格战引发的电商销量井喷式放量增长,以及接踵而至的圣诞营销,医药电商的价格战一直没有停止<sup>[17]</sup>。而实体药店因缺乏大量资金的支持,药品价格与网上药店相比处于劣势。笔者通过比较拜耳公司的复合维生素片(爱乐维),发现零售药店统一标价为98元/盒,而网上售价竟低至78元/盒。

### 3.3 零售药店间的非良性竞争导致的生存劣势

目前,零售药店由于数量过多,低水平竞争十分激烈。截至2009年上半年,我国的药店总数(包括连锁门店和单体药店)为37.86万家,由于零售药店布局极不均匀(主要密集分布在城市的主要街区),且各店经营的药品种大致相同、进货渠道很不统一,导致价格成为药店间的主要竞争手段。药品价格大幅下降,致使零售药店歇业、停业数量上升<sup>[18]</sup>。

## 4 新医改及现代商业背景下零售药店的生存策略

### 4.1 建立联合采购平台

通过药店联盟建立联合采购平台(如省级药店联盟),集中采购,形成规模化优势,将流通环节压缩到“厂家→连锁药店→消费者”3个环节,至少可以压缩15%以上的流通成本<sup>[7]</sup>,从而降低药店采购成本及经营成本,增加利润空间。

### 4.2 争取医保定点资格

目前持有医保卡在医保药店消费的顾客达60%,医保定点资格可为零售药店增加3倍以上的收入。随着国家对医保投入的不断加大,“医药分开”政策的逐步实施,医保定点药店的效益还将不断放大,零售药店能否获取医保定点资格将成为其发展的重要筹码<sup>[9]</sup>。

### 4.3 提高药学服务质量

相对医疗机构,零售药店的药学服务处于劣势;而相对网上药店,其因可以直接面对消费者,而具有药学服务优势。零售药店应进一步加强自身的药学服务质量,对员工进行医药知识、消费心理学知识以及人际关系学知识的培训,规范员工形象和服务态度,聘请专门的执业药师坐堂对顾客进行用药指导。有条件的药店还可开展预约送药上门、代客煎药、用药咨询等差异化服务,树立其药店的品牌形象,增加顾客的消费信心。

### 4.4 开展多元化经营

零售药店的多元化经营,是指药店在从事药品经营业务的同时提供其他非药品商品的营销及相关服务,在药品销售的基础上扩展到与疾病预防、健康调养等相关联的产品上来,如提供保健品、功能性食品、化妆品、护理品、医疗器械、健康调理咨询服务等<sup>[20]</sup>,这也符合药食同源、养生防病的健康文化理念。但目前许多药店在多元化经营中定位不清,在选择多元化经营的产品组合时存在盲目性,如选择与药品关联度不大的食品、日用品、化妆品和各种便民商品等,甚至有些药店布局陈列不当、各区之间分类提示缺乏,使其发展受到阻碍<sup>[20]</sup>。零售药店开展多元化之前,应开展一定的市场调研,考察所在商圈的客户数量、社会构成、购买意愿、购买能力、购买习惯等,在了解真实的消费状况的情况下选择与药品或健康等相关的主题开展多元化经营,提高多元化经营成功率。

## 5 结语

新医改的深入和现代商业的蓬勃发展,使得我国的药品零售市场格局发生了悄然变化,市场份额呈现向医疗机构及电子商务转移的趋势,零售药店的发展面临严峻考验。因此,零售药店应该在发挥原有生存优势的基础上,通过建立联合采购平台、提高药学服务质量、争取医保定点资格、开展多元化经营等手段克服生存劣势,变被动为主动,从而争取更多的生存及利润空间。

### 参考文献

- [1] 何倩,曹丽君.我国药品流通体制的现状、问题及对策[J].中国医疗保险,2012(6):56.
- [2] 刘伟,王利杰,任令飞,等.基本药物“零差率”销售制度对零售药店的影响及对策探讨[J].中国药房,2011,22(36):3364.
- [3] 胡文主.连锁药店的现状分析与发展趋势[J].职校论坛,2013(25):292.
- [4] 王晓楠.浅析我国连锁药店经营管理[J].商业经济,2013(2):33.
- [5] 贾岩.零售药店连锁率依旧偏低[N].医药经济报,2013-06-10(005).
- [6] 魏国安.单体药店数量萎缩,行业趋势渐明朗[N].中国高新技术产业导报,2014-02-17(C05).
- [7] 魏国安.省级药店联盟强势崛起,药品零售变局[N].中国高新技术产业导报,2014-01-27(006).
- [8] 佚名.2013年我国电子商务交易总额超10万亿,立法工作已启动[J].全国商情:经济理论研究,2014(8):3.
- [9] 谢惠茜.电商争相卖药,分食50亿蛋糕[N].深圳商报,2013-08-29(A05).
- [10] 沈洪涛,梁雪峰.探析中国药品价格管制存在的问题及治理对策[J].中国药事,2013,27(11):1150.
- [11] 温奇哲.我国药品流通领域中问题、原因及对策[C].中国商品学会第十五届学术论坛论文集.北京:中国商品学会,2013:61.
- [12] 巢勤华,巢柳荫,巢凌云.发挥医院药师作用,提高药学服务水平[C].2013年中国药学会大会暨第十三届中国药师周论文集.南宁:中国药学会,2013:1.
- [13] 蒋皓,倪永兵.新医改背景下推进零售药店药学服务探讨[J].南京医科大学学报,2011(4):292.
- [14] 宋兴寒,张进华,林光美.零售药店药学服务规范的探讨[J].海峡药学,2010,22(10):238.
- [15] 邓立东,陈东,岳宏东,等.如何看待医院药品价格与市场零售价格的差异[J].中国药房,2005,16(2):84.
- [16] 王铁辰.京东探路“网上售药”新模式[N].经济日报,2013-08-23(012).
- [17] 佚名.医药电商摸索前行[N].21世纪药店,2013-01-07(B11).
- [18] 吴海侠.我国零售药店应对价格竞争的策略探析[J].价格理论与实践,2010(3):67.
- [19] 李卫平.新医改背景下连锁药店的利润最大化策略[J].中国药业,2010,19(18):11.
- [20] 甘湘宁.新医改下零售药店多元化经营的思考[J].管理观察,2013(27):147.

(收稿日期:2014-06-08 修回日期:2014-11-20)

(编辑:杨小军)