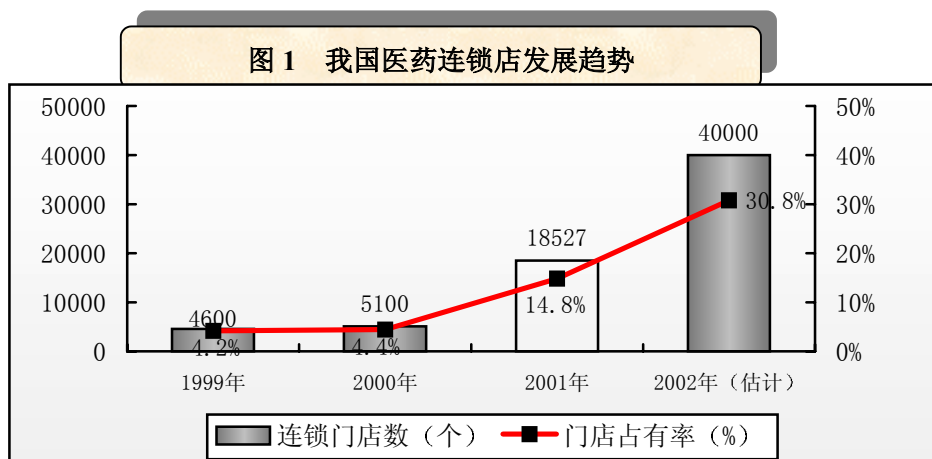




医药连锁，一“网”情深

一、背景

在我国，医药零售药店的连锁经营模式兴起于1995年，由于政策方面的原因自产生以来发展一直比较缓慢，直到2000年8月才获得快速发展。2003年1月1日，我国将放开外资企业经营医药零售业的限制，为应对国外药店的冲击，国家药品监督管理局（SDA）于2000年8月在广东召开“全国药品零售连锁经营监督管理工作会议”，会议鼓励企业要通过兼并、重组、整合等办法做大做强，并打破地方壁垒，在对外开放之前，先对内开放，并批准了首批41家准许跨省连锁经营的药品零售连锁经营企业，自此，我国医药连锁行业的发展步入快车道。据统计，1999年，全国医药零售店大约11万家，连锁企业大约200余家，连锁门店的总数4600个左右，2000年，全国医药零售店11.5万家，连锁企业有300余家，连锁门店的总数仅5100个，但到2001年，零售店大约12.5万家，增加了1万家，而连锁企业增加到503家，连锁门店总数则达到18527个，占全国零售药店的比例由不足5%跃升到10%以上。据估计，2002年医药零售店总数在13万家左右，连锁店总数将突破4万个，发展趋势见图1。



(数据来源: 方舟资料库)

二、市场现状

目前，我国医药连锁企业仍处于快速扩张阶段，规模普遍较小，无论从市场影响力还是从门店数、销售额等方面，没有哪一家能够具有明显的市场优势，2001年全国最大的医药连锁企业是重庆和平药房连锁有限责任公司，门店总数为518个，销售额为5.67亿元，销售额超亿元的企业仅8家，见表1。



经过 1 年的快速扩张，连锁药店在“连锁百强”中的地位明显上升，据全国连锁经营协会公布的资料，2000 年，“连锁百强”中连锁药店占 3 家，由于“沈阳天益堂”的销售额中包含批发额（据报道），并非严格意义上的连锁百强，实际上仅占 2 家，到 2001 年，连锁药店增加到 4 家，它们分别是重庆和平药房连锁有限责任公司、大连美罗大药房连锁有限公司、深圳市海王星辰医药有限公司和广州市医药公司健民医药连锁店。表 2 列出了 2000 年、2001 年进入连锁百强的医药连锁企业的销售额、门店数情况。

表 1 2001 年销售额超亿元的连锁药店

排序	企业名称	销售总额 (亿元)	同比增长 (%)	门店数 (个)	同比增长 (%)
1	重庆和平药房连锁有限责任公司	5.67	23	518	73
2	大连美罗大药房连锁有限公司	3.2	—	105	—
3	深圳市海王星辰医药有限公司	2.95	217	203	233
4	广州市医药公司健民医药连锁店	2.89	3	100	69
5	深圳市中联大药房有限公司	2.6	82	231	114
6	深圳市万泽医药连锁有限公司	2.2	136	111	178
7	广州采芝林药业连锁店	1.92	-11	178	51
8	重庆时珍阁医药科技开发有限公司	1.36	306	218	523

数据来源：方舟公司资料库

表 2 2000~2001 年进入连锁百强的连锁药店

年份	药店	排名(位)	销售总额 (亿元)	门店数 (个)
2000 年	沈阳天益堂	45	5.5	36
	重庆和平	52	4.6	300
	深圳一致	64	3.5	150
2001 年	重庆和平	61	5.67	518
	大连美罗	90	3.2	105
	深圳海王星辰	96	2.95	203
	广州健民	97	2.89	100

数据来源：方舟公司资料库



三、连锁药店的经营优势

与零散药店相比，连锁药店具有明显的优势，主要体现在：

1、药品质量、品种数量方面

药品是一种特殊的商品，消费者对质量的要求比较高，连锁店一般有严格的质量保证体系，配有专职的采购、鉴定人员，进货渠道也比较正规，从一定程度上杜绝了假、冒、伪、劣产品的存在，消费者在连锁店购药一般具有安全感；另一方面，连锁店一般集中采购，所以经营的品种数目比较多，经营的品种在 7000 种以上，而一般药店受资金、渠道的限制，经营的品种数目比较少，一般不超过 3000 种。

2、成本方面

一方面，由于进货数量比较大，连锁药店在价格谈判中往往处于有利的位置，进货价格相对较低，另一方面，连锁店的数量越多，单店分摊的管理费用就越低，所以，连锁店与一般零售店相比具有明显的优势。据估计，连锁药店的利润率平均比零散药店至少高出 3% 以上。

3、员工素质方面

对于许多消费者来说，药店不仅是药品的购买场所，更是获得药品咨询的地方，所以，销售人员除具备销售方面的知识技能外，还必须具备一定的专业知识。连锁药店由于人员引进正规、定期组织培训，一般配有执业药师，而零散药店大都属个体经营性质，其营业人员大部分是自己的家族成员，往往不具备药品购、销资格。

四、困难与风险

1、地方保护主义

异地连锁不可避免地影响到当地药店的利益，地方政府也不愿把当地市场拱手相让，所以，在外来企业进入本地区时，从准入政策、工商、税收等方面设置种种障碍，使得一些企业的扩张计划受阻。

如，2001 年初，三九计划在江西开办 100 家连锁店，江西三九药业紧锣密鼓地开始了筹备工作，资金早已到位，人员招聘完成 70%—80%，店址也全部敲定，万事俱备，可三九在江西开店的“准入证”却迟迟拿不到手，一等就是几个月，不见回音。就在三九等待“准入证”时，江西连锁药店开始忙于扩大规模，四处抢占地盘，积蓄实力；一致连锁药店进入沈阳也遇



到了同类问题，类似的现象也发生其他连锁企业身上，在广东省政府组织的一次流通调研中，药业连锁企业反映的问题几乎一致：打破地方保护主义政策，为合法的零售企业提供发展机会！

2、管理风险

连锁经营重要一点就是统一管理，不是简单的“1+1”，医药连锁企业在目前的管理模式、手段等条件下，能否实现统一管理，满足企业迅速扩张的需要，将是企业成败的关键。同时，短时间内大规模地扩张将带来大批专业管理人才和技术人才(尤其是药师)需求，容易形成人才紧缺，造成管理真空，导致连锁所要求的统一管理难以落实，连锁也就失去了其本身的意义。所以，连锁规模的扩大，必须以足够的人才储备、技术和物流做后盾，否则连而不锁，将会冒非常大的管理风险，尤其在快速扩张后的管理控制方面。

3、异地连锁 往往“水土不服”

单纯的占领市场和拥有顾客群完全是两回事，我国地域辽阔，不同地区之间消费者的消费行为、消费态度、消费水平、用药习惯等差别较大，异地连锁必须对当地市场进行市场研究，深入了解当地的消费特点，有针对性地制定营销策略，作到与当地实际相结合。

北京同仁堂在南下时，就明显地感觉到：南方人与北方人在生活习惯差别较大，医药消费差别也较大，“经营品种有待深入调查”。重庆桐君阁的连锁药店差不多已覆盖川、渝地区的70%，但其“东征”计划却在渐渐收缩：原本打算进攻广东市场也不得不搁浅。

五、前景

据有关资料，2000年世界人均药品消费50美元，美国人均药品消费300美元，日本400美元，中等发达国家人均药品消费为40—50美元，而我国人均消费不足10美元。由于中国人口占到世界的1/5，经济发展比较快，人们对医药的需求将会不断增加，据专家估计，中国医药市场的价值在2010年将达到600亿美元，2020年达到1200亿美元，超过美国成为全球最大的市场。

现阶段，我国的医药连锁业还处于起步阶段，12万家零售店中，连锁药店仅占10%左右，与发达国家的差距比较明显。如：美国第一大医药连锁企业CVS去年的销售额是201亿美元，拥有4000多家分店，美国前10名医药连锁企业的市场份额达到50%以上，而国内医药连锁老大重庆桐君阁只有5亿元人民币左右，国内医药连锁业基本相当于美国20世纪四五十年代的水平，还无法应对外资企业的竞争。为改变这一现状，国家出台了一系列的措施，大力发展药品连锁经营，具体包括：建立10个在国内外知名的药品零售连锁企业，每个企业分店达1000个以上；建立一批区域性药品零售连锁企业，每个企业拥有分店100个以上左右。建立40个左右面向全国医药市场、年销售额达到20亿元左右的大型医药流通集团，以解决药品连锁企业商品配送问题。



据专家估计，我国的药品零售产业将由胶着的零散状态迅速走向集中，未来 2 年~3 年之后，将会有 70% 以上的药店纳入医药连锁企业的轨道，其中 30% 左右的医药零售店将归属于国内著名的医药连锁企业，巨型医药连锁企业将会诞生，连锁企业将有能力、实力直面外资企业的竞争。

参考文献：

- 1、陈宇 《难念医药零售连锁经》 中国营销传播网 2002-04-12
- 2、连锁经营企业百强榜中“四朵金花” 药苑信息网 2002-04-04
- 3、乔远生 《药业连锁避开陷阱》 21 世纪经济报道 2001-05-17
- 4、鄂时民 《外资觊觎连锁药业》 南方都市报 2002-06-24
- 5、徐应云 《打造医药连锁业的脊梁》 中国营销传播网 2001-12-13