

实体药店开始向“健康驿站”转型

早上9点,家住上海杨浦区的张阿姨来到小区附近的药店。量血压、测血糖、问问最近吃的几种药能不能一起服用。对这位72岁的老人来说,家门口这家药店不只是买药的地方,更像一个固定要去的健康服务点:身体有点不舒服,先来问问;药快吃完了,顺手补上;天气热了,药师还会提醒她按时服药、多喝水。

像张阿姨这样,把药店当作日常健康管理“第一站”的人,正在越来越多。

但另一面,家门口药店的日子却并不轻松。医药电商、即时零售持续分割消费客群,集采、医保控费不断压缩利润空间,处方药零售规则也在重塑。站在新一轮行业变革的路口,实体药店该如何突围?

为什么药店必须变?

过去很长一段时间,零售药店的经营逻辑并不复杂:拼地段、拼品类、拼促销、拼客流,门店主要承担的是药品销售功能。但如今,这套逻辑正面临越来越大的压力。

最直观的变化来自消费端。家住北京海淀区的文先生是一名上班族,平时工作节奏快,家里常备的感冒药、肠胃药快用完时,他更习惯直接在手机上下单,“半小时到家”省去了跑药店的时间;遇到几家平台同时促销时,他还会顺手比价,选择价格更合适的一家下单。即时配送压缩了线下药店“距离”的优势,价格透明化也让药店单纯依赖商品差价的空间越来越小,实体药店原有的盈利模式被不断挤压。

政策层面的引导正在加快推动零售药店转型。今年1月,商务部等9部门联合印发《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》,提出强化药品零售行业专业服务、健康促进、应急保供等功能,推动零售药店从“药品销售终端”向“健康服务驿站”转型;5月,国家药监局印发《处方药网络零售合规指南》(以下简称《指南》),进一步明确网售处方药合规要求,处方药零售线上线下的竞争逻辑也随之变化。

在一心堂药业集团股份有限公司董事长阮鸿献看来,未来,药店拼的不是简单的“卖货能力”,而是能否用专业服务核心竞争优势,用数字化转型赋能增长,再以生态化布局打开新空间。

“健康驿站”到底是什么?

“健康驿站”正在成为零售药店转型中的高频词,但它显然不是在门店里摆上几台检测设备,增加几个服务项目那么简单。

在阮鸿献看来,健康驿站的核心,在于把药店从单一的药品销售场所,转向以用户为

中心的健康服务入口;不再只围绕商品做文章,而是围绕消费者全生命周期的健康需求,重构门店的服务内容、经营模式和价值逻辑。

中国医药物资协会研究部何慕表示,健康驿站首先要解决的是老百姓的医药健康需求,而不是泛化为一个什么都能装的“便民空间”。药店的本质仍是药店,健康驿站的核心仍是专业化药学服务能力的重构——围绕中西成药、围绕用药指导、围绕“点名购药”和“问病寻药”两类顾客,建立更标准化、更通俗化、也更专业的服务流程。

但“健康驿站”要真正落地,难点也恰恰在这里。“可以先不做,千万别瞎做。”麓辰教育集团董事长、湘麓医药学校校长易军直言,健康驿站不是把药店简单改造成“便民服务角”,如果不能真正围绕顾客健康需求提供解决方案,所谓的健康驿站很容易流于形式。

从企业实践看,健康驿站真正要改的,不是门头,而是门店的整套服务体系。山东燕喜堂医药连锁有限公司董事长于志刚介绍,企业推动“从药店到健康驿站”的转型,核心不是多做几场活动,而是把原本以商品为中心的经营逻辑,转向以顾客为中心的服务逻辑,把门店从“商品交易场”改造成“健康服务场”。

说到底,“健康驿站”不是给药店增加一个新名头,而是在重新定义药店的角色——不只是卖药,而是承接一部分原本散落在医院、家庭、线上平台之间的日常健康管理需求。

如何把“健康驿站”做实

从概念走向落地,“健康驿站”建设不能停留在企业各自探索层面。对于行业而言,当前更现实的问题,是如何尽快建立统一标准、形成可复制路径,并在此基础上推动服务模式真正落地。

在今年6月举办的第六届星辰会上,中国医药物资协会联合行业企业启动《社会药房健康驿站建设团体标准编制》,这一动作被业内

视为“健康驿站”建设进入实操阶段的一个信号——当这一概念持续升温后,行业关注点正从理念倡导转向标准建设和路径落地。

何慕表示,当前,不同药店对“健康驿站”的功能定位、服务内容和建设路径理解不尽相同,功能边界、服务流程、人员配置、慢病管理、数字化记录和效果评估等关键环节也缺乏统一参照。加快建立标准,正是为了避免概念泛化、模式碎片化和服务质量参差不齐,推动“健康驿站”建设更加规范有序。

标准建设解决的是“怎么把健康驿站做规范”的问题,而要把这套模式真正做深做实,还离不开工业企业与零售终端的协同。

东阿阿胶股份有限公司副总裁李国正表示,当前消费重心正从“购药”转向“全周期健康管理”,这意味着药店场景正在发生变化,工业企业要围绕居民健康需求,与零售终端共同设计新场景、新服务和新价值,围绕消费者的多元化健康需求,帮助药店拓展服务边界,实现从单一药品销售向综合健康服务的转型。

竞争重构下的考验

不过,“健康驿站”建设并非在一个静态环境中推进。随着《指南》落地,处方药网络零售的合规门槛被进一步抬高,平台和商家的运营逻辑将随之调整。

在何慕看来,药品销售中,药学服务是关键。线上平台在很多场景下,仍难替代实体药店面对面的个性化药学服务。尤其对老年人、慢病患者、多药联用人群而言,他们需要的往往不是“药送得有多快”,而是“药到底该怎么吃、几种药能不能一起用、这个症状该不该继续观察”。这些问题,恰恰是线下药店最能体现价值的地方。

在这场围绕专业服务能力展开的新竞争中,谁能把“家门口的专业感”真正做出来,谁才更有可能在新一轮医药零售变局中站稳脚跟。(据新华网北京6月30日电 记者 邴琛)

专题

存保进商圈 金融护万家

——中国邮政储蓄银行三亚市分行开展存款保险宣传活动

为切实提升社会公众金融素养,普及存款保险、反诈、反洗钱及减费让利等金融知识,近日,在中国人民银行三亚市分行统筹组织下,辖区各银行业金融机构齐聚三亚大悦城,共同开展“存保为民,守护万家”存款保险制度实施11周年集中宣传活动。中国邮政储蓄银行三亚市分行积极响应号召,深度参与本次商圈宣教活动,以专业金融服务守护群众存款安全、赋能商圈实体经济发展。

活动现场,中国邮政储蓄银行三亚市分行工作人员在商圈人流密集区域布设宣传展台、悬挂主题横幅、摆放科普展板,面向来往市民、商户开展零距离便民宣教。

围绕存款保险核心内容,工作人员用通俗语言讲解保障范围、赔付限额、投保机构识别等关键知识,破除群众存款安全认知误区;聚焦防范电信网络诈骗



银行工作人员细致答疑。

结合本地高发诈骗案例,科普刷单返利、虚假理财、冒充客服等骗局特征,传授个人信息保护、可疑资金甄别技巧;针对反洗钱相关法律法规,向经营商户解读出租出借银行卡、账户套现等违法违规行为的法律后果,引导公众规范使用个人账户。

同时,该行积极宣传减费让利惠企



金融知识宣传活动现场。

政策,立足服务实体经济、助力小微企业纾困发展。围绕小微企业普遍关切,该行积极宣传在服务价格优惠政策与产品定价方面对小微企业、个体工商户予以适当倾斜与扶持,切实降低市场主体经营成本的做法。该行重点落实多项手续费减免举措,对行内柜台转账汇款、对公跨行柜台转账汇款、企业电子银行

转账汇款、企业电子银行相关手续费等多项企业常用结算费用实施专项减免,以实打实的惠民举措减轻小微市场主体经营压力,持续优化营商环境。

宣传过程中,工作人员通过发放宣传折页、现场答疑、互动讲解等形式,精准对接商户经营、居民日常存取款、投资理财等实际金融需求,把实用金融知识送到群众身边。过往市民驻足咨询、领取宣传资料,现场宣教氛围浓厚。

此次商圈集中宣传,以存款保险11周年为契机,统筹多项普惠金融宣传内容,进一步夯实三亚地区公众金融风险防范意识。下一步,中国邮政储蓄银行三亚市分行将积极走进社区、乡村、校园、小微企业,常态化开展多元化金融知识普及,切实发挥金融宣教惠民实效,守护群众“钱袋子”安全。

(慧文 黄梓威)