

<<药店生态位>>

图书基本信息

书名：<<药店生态位>>

13位ISBN编号：9787510802096

10位ISBN编号：7510802091

出版时间：2009-10

出版时间：九州出版社

作者：陈春华

页数：431

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<药店生态位>>

### 前言

一年多没有见面，春华就有一本书面世了。

春华一直致力于医药健康产业，从事过研发、生产、营销、零售等不同医药价值链环节中的工作，加上他从事过管理咨询的背景和在交大安泰学院的熏陶，所以能站在相当的高度来审视医药零售企业应有的价值，并用全局的眼光来看其应获取的回报。

他的这个视角，为药店的发展方向提供了一个新的思路。

春华是我的学生，在交大安泰读书的这些年，他也从没有放弃对他所钟爱事业的思考，他思考的结果，成就了国内第一本从战略的角度为药店零售业提供方向的书。

该书引入生态学中的生态位理论，将管理仿生学引入药店管理中，深奥的战略管理理论用通俗的语言表述出来，不论是董事长还是营业员，凡是医药零售行业的从业者，都能从中获得一定的管理知识养分，都能方便地将其所得所获运用于自己的思想、工作和决策中，让读者受惠于这颗灵动的头脑，品味书中精髓，放飞自己的思想。

春华毕业于交大，学了生物技术专业又兼修会计专业。

经过理工科的严谨训练的他，工作若干年之后又回到母校接受管理课程的系统陶冶，在繁忙工作的间隙，他还将自己的经验总结出来并与读者共享。

读过这本书之后，我相信大家会和我有个共同的感受：春华的阅读量很大、知识面很广。

本书引入了的各行各业的案例，有医药行业内的，也有医药行业外的，并添加了很多能让人过目不忘的管理寓言，加上调侃式的语言润色，让人感觉语言生动活泼、清楚明白。

希望这本书能从战略的角度给中国的连锁零售药店一些思考、一些启迪，开阔大家的视野，并引发诸多遐想。

## <<药店生态位>>

### 内容概要

虎在山上行，鱼在水中游，鸟在天上飞。

每一个物种都有自己的生态定位，中国现有30多万家药店，有1000多家连锁零售药企，它们是进行混战还是各自找到如同每一种生物一样的生态位来发展？

这是不言自明的。

《药店生态位》将利用管理仿生原理，为中国那么多的药店从业人员和关心药店行业的人士提供一种全新的视角，来剖析中国医药零售行业，来为他们指明发展的战略方向。

《药店生态位》一书将从行业内外的科学分析入手，教会医药零售企业如何解剖自我，结合外部环境和内部环境，来设定战略目标、塑造哲学和文化、确定赢利模式、选择合适的价值链、聚焦有潜力的市场、思辨大小规模、明确营销和价格定位、树立学习标杆。

相信《药店生态位》的尝试和突破性思路，将为读者带来耳目一新的感觉。

## <<药店生态位>>

### 作者简介

陈春华，医药行业的年轻资深人士，社会与生命科学关系的探究者，学了生物技术、财务与管理、却十数年死性不改的人文学科爱好者，在上海交通大学先后拿了三个天南地北不同学位的交大坚定粉丝。

（生物技术和会计学双学士学位，金融方向工商管理硕士学位）。

以甲方和乙方的不同身份伺候过“药房”这个人人都需要的空间——现为上海复星大药房连锁经营有限公司副总经理；也曾担任专为医药企业服务的管理咨询公司——上海达高的项目总监；曾经为药房的上游供应商服务，出任过国内最大医药企业——上海医药集团的非处方药市场总监。

凭着职业的精神和管理的智慧，为以上公司的发展注入了动力和活力。

主持过几打大中型医药企业管理咨询项目，不断尝试用突破于常态的创新眼光看待药业与药店。

作为特约撰稿人，发表文章数十篇于《医药经济报》、《生物技术产业》、《21世纪药店》等报刊。

曾作为培训师，为几十家制药企业、医药批发企业和零售企业做过内训和公开培训。

现为《21世纪药店》、《中国药店》等多家专业服务机构和咨询公司的高级培训师。

如今，终于决定分享自己的心得，不再把本领用文童和培训零敲碎打地演示，索性厚厚码上一堆字，期望为传统的医药零售行业吹来一阵清新的风。

## &lt;&lt;药店生态位&gt;&gt;

## 书籍目录

药店生态位——道法自然一、两耳需闻天下事医药零售的PEST政治其实离我们不远腾飞的中国经济人口大国的机会技术日新月异医药行业全扫描医药是21世纪朝阳产业医药行业六“高医药行业价值链和赢利模式洞察医药零售行业医药零售是什么零售大有可为医药零售波特五力替代竞争者新进入者危机四伏来自供应商的竞争消费者并非弱者白热化的同行竞争逆水行舟不进则退不成功便成仁多如牛毛的药店竞争真正的王者还没有出现未来是美好的，未来是残酷的二、知人者聪。

自知者明内部价值链医药零售三力执行决定成败医药零售企业资源没有钱是万万不能的利用好有限资源企业内部CT剖析三种所有制成分并存火车跑得快，全靠车头带有活力就有生命力当局者迷三、认知药店生态位没有生态位的生态位中庸者平庸生态位多因素生态位因素有机结合无心插柳与精确制导精确制导确定药店生态位南辕北辙不要重现药店定位三层次生态定位是老板的事人无远虑，必有近忧四、有目标就有希望第一才能被记住没有目标寸步难行目标可以很简单目标可以分类错误目标的严重后果成为伟大公司而非伪大公司矛盾的统一和度的把握药店：要学会放弃做企业是长跑而不是百米冲刺目标需要过程来保证目标的实现与生命周期挑战自我挑战极限五、药店哲学和文化医药零售——为健康事业而奋斗领导的哲学领导的文化文化杂交的优势VI不是CI好的哲学要坚持药店之文化危机优秀文化之共性打造优秀企业文化创新文化学习的文化六、赢利模式赢利模式竞争时代到来赢利模式并不深奥赢利模式无穷多赢利模式——有价值就有地位药店的价值赢利模式的选择取决于自己赢利模式五要素七、价值链的选择批发+零售的模式工商结合相伴而行医药分家何时了药店离消费者的距离并不近药店与供应商强弱供应商的不同应对店铺和非店铺经营砖瓦+点击=传统+创新营业外收入和进销差价营业外收入模式并非一招鲜营业外收入不好赚走自己的营业外收入道路八、市场在哪里找对区域市场区域市场影响租金区域与天气区域市场的交通区域与药店竞争区域与文化区域与战略目标人群——拉到篮里就是菜?人各有“征”药店为哪些人服务眼见为实耳听为虚?明确您的目标市场……后记

## &lt;&lt;药店生态位&gt;&gt;

## 章节摘录

古人以“两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书”来赞美一个人，突显出他专心致志、心无旁骛的敬业状态。

然而我们仔细看一下历史上诸多成功人物，他们中有的读了圣贤书，有的没读圣贤书，但是他们有一个共同点，那就是都非常关心窗外事。

刘邦因为关心天下事，才揭竿而起推翻秦朝统治；诸葛亮因为了解窗外事，才能在走出茅庐以后辅佐刘备成就霸业；范蠡因为熟悉外部环境，才能始终帮助勾践转危为安。

在古代信息不发达的时代，在古代生活节奏相对缓慢的时代尚且需要关心窗外事，在现今这个信息爆炸、竞争激烈的时代就更应该去了解外部环境，不能再闭门造车，既浪费时间、降低了效率，又难以跟上时代前进的步伐，最终被淘汰。

窗外事对于医药零售企业来说是外部环境，在绝大部分情况下难以通过一己之力来改变。在有些国家，因为政治体制的原因，某个巨型企业可以通过影响某些议员而改变政策，可以通过支持某位总统而获得有利于自己的法律环境，但这样的例子并不是很多，操作起来的难度实在很大。

因此，企业对于外部环境的态度应该是去了解、分析，然后通过趋利避害来利用外部环境。所谓顺势而行、事半功倍，逆势而行、事倍功半。

天时地利人和的全面匹配，能使企业做起事来得心应手。

有些医药零售企业会有这样的感觉，外部环境范围很大。有些环境事件看上去非常遥远，对企业影响应该是微乎其微的。

其实这样认识是错误的。

虽然很多外部环境事件很遥远，甚至在大洋的彼岸、地球的另一端。

但如果听说过“蝴蝶效应”的人应该就能理解。

再遥远、再不相关的某些事件最终造成的影响可能是巨大的。

## <<药店生态位>>

### 媒体关注与评论

春华在工作中取得了显著的成绩，同时也将自己的感悟凝聚起来，帮助企业去思考，这正应和了古人说的“知行合一”。

中国古代哲学家认为，不仅要认知（“知”），尤其应当实践（“行”），只有把、知和行统一起来，才能称得上“善”。

王守仁说：“知是行的主意，行是知的工夫。

知是行之始，行是知之成。

——徐飞教授 博导 上海交通大学党委副书记安泰经济管理学院行院长 医药零售业正经历着剧烈的变化，顾客比以往任何时候有了更多的选择。

《药店生态位》一书用深入浅出的语言告诉我们顾客在哪里，想要什么。

如何消费？

帮助药店相关人士进行战略性的思考。

您想成为行业的“剩者”吗？

请读这本书吧！

——上海复星药业有限公司、上海复美益星大药房连锁有限公司董事长 沈朝维 追求毛利还是销售，消费群体一网打尽还是聚焦目标。

拓展药妆还是平价。

品牌厂商合作还是OEM……思路决定出路，该书给正处于踌躇犹豫中的医药零售企业管理者们提供了清晰的战略思路和方法论。

——北京金象大药房医药连锁有限公司董事长 徐军 生态位涉及企业的战略。

需要每一位药企高层给予足够的重视。

国内的零售药企现在开始注重细节，但是很少从全局、从系统、从战略方向来思考药店的未来和方向。

《药店生态位》应运而生，应该可以成为药店董事长总经理的办公室必备书。

——上海生物医药行业协会副会长秘书长 陈少雄 年轻的作者用400天的业余时间，从各个不同的视角。

写成《药店生态位》一书。

尽管我从事医药行业已有40多年，但拜读此书后，仍感耳目一新。

从中可以获得药店管理的学问；业态扫描的武器；提升业绩的智慧；战胜亏损的方法；零售拓展的经验；职业生涯的锦囊。

——达高企业管理咨询有限公司董事长 汪达民 积十余年的历练，春华选择以“药房”为题，掀起了“壶中风云，袖里乾坤”，洋洋洒洒，纵横捭阖，用一年多一点时间，忙里偷闲，“啃”下三十余万字，其中甘苦，惟有自知。

春华友毕竟拥有了一份属于自己的“秋实”。

——上海医药行业协会前常务副秘书长 柳坚 够企业发展最重要的是走对路子，医药零售连锁企业都在苦苦探索。

“生态位”一定能给你带来启迪。

——宝岛药业、宝岛大药房董事长 慈荣

<<药店生态位>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>