

身体有点儿不舒服就去问问,药快吃完了顺手补上一——

# 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:身体有点儿不舒服,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?



湖南省永州市冷水滩区一家恒康大药房健康驿站内,一位健康管理师在为顾客做理疗服务。(恒康大药房供图)

## 1/ 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,过去依赖品类扩张、价格促销、流量争夺的粗放增长模式越来越难以以为继,行业需要重构以用户为中心、以健康服务为核心的新生态。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。

漱玉平民大药房连锁股份有限公司董事长李文杰认为,传统医药零售的边界正在被打破,模式正在被重构,零售药店健康驿站模式的探索与落地,正是医药零售行业破局升级的重要突破口。未来真正需要回答的问题,不是药店还能卖多少药,而是如何在社区场景中重新建立服务价值。

## 2/ “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个检测设备、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。

李文杰认为,零售药店健康驿站模式的意义,不在于概念创新,而在于重塑药店与社区居民之间的连接方式。

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。围绕这一目标,企业正尝试搭建健康检测、健康指导、专业药学服务、健康宣教、便民生活服务、应急处置等服务模块,并配套功能区划分、设备设施、信息系统、专业团队和制度建设,把门店从“商品交易场”改造成“健康服务场”。

新疆康宁医药连锁有限责任公司董事长郭峰的实践,则更直接地指向慢病管理。他介绍,企业正围绕慢病人群搭建药学服务体系,通过筛查、建档、评估、方案输出、精准随访等环节,推动药店从药品销售向专业服务转型。

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。

## 3/ 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》,老百姓大药房、一心堂药业、益丰大药房、漱玉平民大药房、健之佳医药、大参林医药以及云南白药、华润三九、扬子江药业、三诺生物等多家企业共同参与。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。

李文杰认为,零售药店健康驿站模式之所以值得全行业持续推进,恰恰是因为它不能只停留在单店探索,而应尽快沉淀为可落地、

可推广、可复用的行业方案。中国医药物资协会推动团体标准编制,某种程度上正是在回应这一现实需求——让健康驿站从“谁都在说”走向“有章可循”。

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。

山东科源制药股份有限公司董事长李红福认为,工业企业赋能药店,关键要回到“解决问题”上——用优质产品,叠加数字化工具和精准服务,帮助药店在社区场景中更好地完成选药、荐药、用药指导和慢病管理,而不是让消费者在琳琅满目的商品中无所适从。

青峰医药集团院外市场总裁田源也提出,健康驿站意味着不再只把工业企业视作“供货方”,而是把其拉入健康服务生态中,共同完成用户教育、场景运营和服务延展。

## 4/ 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。过去几年,网上买药的便利性不断提升,也催生了“秒开处方”“弱审方”“重流量轻服务”等现象。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。

益丰大药房连锁股份有限公司董事长高毅表示,“过去的药店是药品交易的终点,未来的智慧药店将是健康服务的起点。”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)