

# 我国网上药店发展现状及对策<sup>△</sup>

吴锦\*(浙江医药高等专科学校,浙江 宁波 315100)

中图分类号 R952 文献标志码 A 文章编号 1001-0408(2013)09-0862-03  
DOI 10.6039/j.issn.1001-0408.2013.09.33

**摘要** 目的:促进我国网上药店良性发展。方法:运用系统论分析我国网上药店的管理状况和发展现状,剖析发展缓慢的成因并提出对策。结果与结论:截至2012年10月,我国网上药店获得《互联网药品交易服务资格证书》的共116家,只有67家企业的服务范围是“向个人消费者提供药品”,且分布不均匀、发展缓慢。从审批时间上看,审批数量处于上升趋势,由2007年前共5家,到2011年的18家。发展缓慢的成因主要是行政审批门槛高,管理机制滞后;消费者对网上药店的资质及药品质量存在担忧;消费者年龄和购药需求有差异,购药不便利;网上药店运营成本高,物流配送与发展速度不匹配。管理部门要完善网上药店交易的规章制度并加强监督,企业要提高服务质量并加强企业间联盟,行业协会要加强行业自律和信用规范化管理,共同推动网上药店的发展。

**关键词** 网上药店;药品零售连锁企业;药店管理;物流配送;现状;对策

## Status Quo of Development and Strategy of Online Drugstores in China

WU Jin(Zhejiang Pharmaceutical College, Zhejiang Ningbo 315100, China)

**ABSTRACT** OBJECTIVE: To promote the positive development of online drugstores in China. METHODS: The system theory was adopted to analyze the status quo and management of online drugstores in China, and the reasons for the slow development of online drugstores were analyzed to put forward countermeasures. RESULTS & CONCLUSIONS: By Oct. 2012, 116 online drugstores have acquired *Qualification Certificate for Online Drug Trading Service* in China; only 67 online drugstores provide drugs for individual consumers, and they have not been evenly distributed and developed slowly. In view of approval process time, the number of approval is increasing, from 5 enterprises before 2007 to 18 enterprises in 2011. Main reasons for the slow development are high threshold of administrative approval and hysteretic management system; consumers worrying about the qualifications of online drugstores and drug quality; difference in age and demands of consumers, and inconvenient drug purchase; the operation cost of online drugstores, and logistics and distribution not matching with the development of online drugstore. The administration department should improve the standard trade rules and regulations of online drugstore and strengthen supervision; online drugstores should ally with each other and improve service quality; the industry association should strengthen the standardized administration of self-discipline and credit, so as to promote the development of online drugstores.

**KEY WORDS** Online drugstores; Drug retail chain enterprises; Drugstore management; Logistics and distribution; Status quo; Countermeasures

在近20年我国零售药店处于快速发展状态,截至2012年6月,我国零售药店总数已达到425 789家。在零售药店快速发展中,出现了社区药店、药店+诊所、药妆店、药品超市、网上药店等药品零售业态。网上药店是指医药企业依法建立的,能够实现与个人消费者在互联网上进行医药商品交易的电子虚拟销售市场;是医药电子商务的一个分支,属B2C交易模式,其主要功能是实现网上药品零售和在线药学服务。然而,网上药店的发展速度不仅与其他类型的药店发展速度不同步,而且与我国网民规模以及网络购物用户规模的增长速度也不匹配,网上药店发展缓慢现象值得深入探讨。本文运用系统论分析我国网上药店的管理状况和发展现状,剖析发展缓慢的成因并提出对策。

## 1 我国网上药店管理状况

### 1.1 网上药店的相关规定

2004年7月8日,国家食品药品监督管理局(SFDA)发布

<sup>△</sup>基金项目:2010年浙江省高校重点教材建设资助项目(No. ZJG2010088)

\*讲师,硕士。研究方向:药店经营与管理、医药营销。电话:0574-88223215。E-mail:usaivy@126.com

了《互联网药品信息服务管理办法》,表明了药品信息服务在互联网上开始走向正规化,企业可以申请在网络上发布药品信息,这是网上药店开展的基础。SFDA公布的《互联网药品交易服务审批暂行规定》于2005年12月1日正式施行,明确规定了向个体消费者提供互联网药品交易服务的企业的条件,即网上药店开办的基本条件。

### 1.2 网上药店审批与管理

一是审批条件方面。SFDA是管理网上药店的主管部门。商务部2011年5月5日正式对外发布的《全国药品流通行业发展规划纲要(2011—2015)》中明确规定,网上药店开办经营条件要求较高,申办时不仅要有与其他行业一样的电子商务平台,而且专业技术方面还有特殊的要求。如在网上药店申请条件中明确规定:只有药品零售连锁企业才有资格;要具有互联网药品交易服务的网站,安全保障和管理记录要完备;运营时要开展药师实时网上咨询业务、网上查询、定单生成、电子合同等基本交易服务功能;要有与交易品种相适应的药品配送系统、专业人员等。可见企业要走电子商务之路,门槛较高。

二是日常运营检查。针对网上药店的日常监督检查也非常严格:要求药品零售企业拥有资格证书;在开展工作前应提

供企业业务发展计划,包括市场分析、服务内容、服务对象、发展计划、组织体系、资金计划、技术保障等内容,还包括应对网络安全问题的一系列措施。

三是审批主体部门。按相关规定,SFDA 主管在互联网上设立网上药店的审批和管理。开办单位应该是依法设立的药品连锁零售企业,取得由省级食品药品监管部门颁发的互联网药品交易服务资格证书才能进行网上药店的经营活动。SFDA 将网上售药资质下放到省级药品监督管理机构,一定程度上推动了网上药店的发展。

## 2 我国网上药店发展现状

### 2.1 网上药店发展规模与发展速度

2005年12月29日,北京市药品监督管理局颁发全国首张《互联网药品交易服务资格证书》(京C20050001号)给予北京卫元华医药科技有限公司,标志着我国网上药店的起步<sup>[1]</sup>。截至2012年10月,获得《互联网药品交易服务资格证书》的企业共116家,其中7家企业的服务范围是“第三方交易服务平台”,42家企业的服务范围是“与其他企业进行药品交易”,只有67家企业的服务范围是“向个人消费者提供药品”。2007年前和2008—2012年的审批数量分别为5、6、9、15、18、14,这67家网上药店,从审批时间上看,审批数量处于上升趋势(2012年截止时间为10月份)。

### 2.2 网上药店的分布状况

从网上药店的分布看,获得资质的网上药店67家,在全国各地的分布很不均衡,见图1。其中,广东省16家,数量最多,北京7家,而新疆、青海、陕西等地无网上药店,其他大多省(市、区)有1~2家。我国网上药店地理分布呈现南多北少、从东南沿海向西北内陆逐渐减少的现象。据2011年市场调查显示,实体医药连锁企业的发展存在很大的困难,特别是租金、人力资源成本的上涨带来很大冲击,多数企业效益下滑,故有意利用电子商务平台给企业带来新的利润增长点。

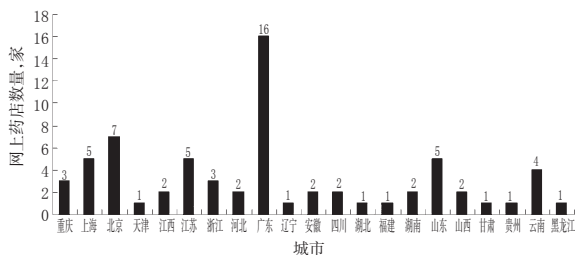


图1 我国网上药店的分布状况

Fig 1 Distribution of online drugstores in China

### 2.3 网上药店的消费人群

国家统计局报告:2011年底中国网民规模突破5亿,达到5.13亿,全年新增网民5580万人,互联网普及率达到38.3%,网络购物、网上支付、网上银行、旅行预订在内的网络购物用户规模达1.94亿人。《医药商报》报道:“美国1700亿元的市场,网上药店有1000多家,市场份额达到23%。在欧洲90%的药店都有网上服务。瑞士1/5的药品是通过网上药店售出的,占药品销量的16%”。这不仅仅是企业运用电子商务的成功,也是人们购物方式的改变。从2012年6月对我国网上购物的436人进行的问卷调查显示,有网上购药经历的占11%,而89%无网上购药经历的人中有61%的人今后想尝试网上购药。可以看出网上购药人群与目前发展的网上购物总体人数不匹配,但是发展趋势较乐观。

## 3 网上药店发展中存在的问题及其成因

### 3.1 行政审批门槛偏高,管理机制呈现出滞后性

对于许多药品零售连锁企业来说,审批工作是比较复杂的,尤其是中小型企业。近几年,北京、重庆、上海等地一些药品零售连锁企业纷纷提出开设网上药店的申请,但大多数的申请者被拒绝,原因是申请材料不规范、不完整、网站网页功能设计不完善等,形成了申请者多而通过者少的现象。可见企业要想申请网上药店资质,面临着专门人才、设备、技术及营运能力等条件限制。一般情况下,要想开办网上药店,必须有一个性能稳定、方便实用的药品零售电子商务平台,与可以直接面向消费者服务的一套完整的对话系统、订单管理系统和网络客服系统,并能充分运用互联网先进设备,而这些都是中小药品零售企业难以具备的硬件。

管理机制的滞后性表现在2个方面:一方面,监督管理呈现出滞后性,在电子商务管理上未形成有效的监督管理机制。个别无相关资质的企业也在网上运营,影响到合法网上药店的发展。网民购药时遇到的药品质量真假难辨、配送延迟、投诉无门等情况,表明监督管理制度未跟上电子商务发展的步伐。另一方面,网上购药未实现与“医保”联动,这给网民带来不便。随着我国卫生事业的发展,医疗保险几乎覆盖全体公民,而网上药店目前还未实现与“基本医疗保险”、“新型农村合作医疗”等医疗保障体系对接,一定程度上把享有“医保”福利政策的居民挡在网上药店之外。美国的cvs.com、drugstore.com等网上药店都是在与当地的社会保险整合之后,其药店规模才得以迅速扩大的。其中cvs 1年的销售额能够达到数百亿美元,现已成为全美第二大连锁药店<sup>[2]</sup>。

### 3.2 消费群体对网上药店资质及药品质量存在信誉担忧

据中国互联网信息中心(CNNIC)调查显示,网上交易存在的主要问题:居首位的是产品质量、售后服务及厂商信用得不到保障(占40%);其次是网上支付的安全性得不到保障(占25.1%)。对于消费者来说,实体药店看得见,有具体的店铺所在地,所经营的药品质量相对放心;网上药店是虚拟的,有诸多的担心。一是担心药品质量保证问题,是否有假冒伪劣药品;二是担心药品的效期问题;三是担心邮寄时间会延误病情;四是担心网上购买药品时无医师把关,无法得到正确的诊断,即究竟该服用什么药品、如何服药等问题;五是担心药品在配送途中的破损和调换问题,因为网上药店自建配送队伍不经济,一般需借助于第三方物流,而第三方物流对所送商品的质量一般不负责,而且配送过程难以保证药品的质量。

### 3.3 网民年龄结构与购药需求有差异,网上购药不便利

目前我国网络用户中,低年龄人群所占比例较大,可以用“上网的人不买药,买药的人不上网”概括该现象的年龄结构特点。尽管我国网民已超过5亿,但是绝大多数是年轻人,虽也是网上购物的热衷者,但是该群体恰恰购药的需求较少,不是药品消费的主力群体。而购药需求较多的中老年人在网民中的比例不大,他们通常无法获知网上药店的信息。虽然2003年的“非典”危机使不同层次、不同年龄的人了解到网络优点,并开始尝试网上购物,但其影响仍然是有限的。

网上购物成为主流的购物方式还需依赖网络技术的不断进步和人们购物观念的逐步更新。虽然从网上有时可以买到本地市场难觅的药品,网络购买的方式对于购买者也更为私密,但总体来说以这种方式购药消费的人很少。一方面,现在药店分布得相当密集,消费者到药店买药非常方便,没必要在



网上下单,然后在家里等着送药。目前网上购药的速度远远不如在居住地附近的药店购药便捷,更何况改变一个人的购买习惯需要时间。另一方面,我国宽带网的普及率还很低,6 800万网络用户中只有980万使用宽带上网,仅占14.4%。这就使得一些网上药店利用多媒体技术展示产品的手段无法得到有效应用,况且我国目前医药电子商务中的大部分交易是非支付型电子交易。

### 3.4 网上药店运营成本较高,物流配送与发展速度不匹配

网上药店出售的药品相对于实体药店来说,一般价格要便宜10%~15%,但是无论是自建自采平台模式还是第三方电子商务平台模式,总体来看成本是相当高的。具体来讲,基础设施建设投入成本就很大,还要投入运营费用,并且大多是各自为战的“信息孤岛”,无法产生聚合效应、形成规模经济。网上药店对扩展市场份额的作用是肯定的,但在降低成本方面并不明显。这是因为网上药店虽然可以节省门店租金和库存投资,但在其他方面的花费并不少,特别是对于那些自建自采平台模式运营的网上药店。这些费用包括购买服务器、域名、各类软件、网络维护和更新,以及聘请专业网络技术人才等。网上药店的正常运营还需要专业人员进行物流管理,在如订单处理、商品流动、主动服务等方面做到让消费者满意。目前网上药店并不是都拥有自建的物流配送系统,有的是将自身的业务与物流公司进行合作,发挥优势,取长补短。正常情况下合作是双赢的,但是,一旦药品出问题,消费者要进行退换货时,往往会遇到麻烦,这就加重了人们对网上药店的的不信任,阻碍了药品零售业在互联网上的发展。

## 4 我国网上药店发展策略

网上药店给人们带来的好处众所周知,但是在现阶段我国网上药店要想有一个突破性的发展,必须在现有的基础上提供更多的药学服务,同时有更加合理的监督管理制度作保障,才能使药品零售业在互联网上蓬勃壮大。

### 4.1 完善互联网药品交易规章制度,加强监督管理

完善互联网药品交易规章制度主要体现在2个方面:一方面,提升网上药品交易的法律规范层次,加快对网上药店管理规范,使监管部门对网上药店的监管有法可依;完善现有法律法规的内容,细化网上药店监管规章制度,包括确立互联网药品经营管辖权、查证交易主体的真实身份、明确执业药师遵循的原则、制订所提供药学服务的标准;界定所收取电子处方的效力、创建交易记录备查制度等。另一方面,完善社会医疗保险制度,改变购药付款方式。用户在网上药店购药时也可以用医疗保险卡付款,让用户在网上药店与实体药店有同样的消费机会。

加强监督管理,一方面需要对网上非法售药行为加大惩罚力度。要消除网上非法药店的不良影响,就要求相关部门切实履行职责,为老百姓提供一个安全的网购环境。另一方面需要及时修订现行《药品经营质量管理规范》对网上购药配送标准的规定,以配套网上药店的发展。对合法网上药店通过网络对接方式,通过日常监督对网站的药品交易情况进行记录<sup>[9]</sup>。让消费者在网站就能够明确了解自己是在哪一个药品交易服务机构进行网购,并提供网上查询、网上咨询、生成订单、电子合同等交易功能,力求网上购药更加安全。

### 4.2 提高药学服务质量,物流管理与实体药店相互补充

网上药店的优势主要在于市场覆盖面广、具有价格优势、能与顾客保持紧密联系,对客户的隐私可以更好地保护。作为网上药店,要充分发挥这些优势并提升网上药店服务平台,

一是加强消费者和执业药师的互动,让消费者把要咨询的问题进行留言,执业药师及时回复或通过网络和消费者实时沟通。二是详细介绍每一类疾病常识,将药品根据功能和品牌进行分类并说明治疗药物的适用人群、不良反应等,让消费者能够通过网络得到相关疾病和药品的信息。三是建立消费者用药论坛,让更多的消费者在参与中提高对疾病和药品的认识。

解决物流配送问题,一方面,顺应政策的大背景,发展物流配送体系。2011年5月5日商务部在《全国药品流通行业发展规划纲要(2011—2015)》中明确了行业发展的总体目标和主要任务:提高行业集中度,调整行业结构;发展药品现代流通和经营方式。借助政策引导,网上药店可以大力发展自身物流体系。另一方面,网上药店与实体药店相结合,把实体药店作为药品配送的网点;或者消费者可以到实体药店去取药,解决药品的配送问题,改变目前网上药店配送服务不到位的现象。自己配送困难的订单委托外地合作药店送货,送货的速度会大大提高;至于效益分成可以通过谈判达成,最后根据订单结算即可。同时,消费者有问题时也能向本地实体药店投诉,不仅解决了配送困难的问题,也解决了消费者投诉无门的问题。进而把实体药店与网上药店更紧密地联系在一起,使消费者在家就可以享受到“送货上门”的优惠服务。

我国庞大的农村市场是“缺医少药”的。据调查,我国网民73%是城镇居民,农村网民只有27%左右,目前大多数农村居民还未成为网上药店的服务对象。如果网上药店与农村村医、企业相互合作,偏远农村与网上药店合理地连接成一个整体,就会有效地解决农村购药难的问题。网上药店可以在产品的发布上以农村常用药品为主对某一地区农村的网民提供订单,而由村医为其送药,这样既解决了网上药店送货难的问题,也使村医在为民看病的同时做兼职的配送员,使网上药店的配送工作效率提高。

### 4.3 加强行业自律管理,建立网上药店信用评估机制

加强行业管理,由行业协会制订行业规范(包括用药咨询规范、药品质量保障、消费者隐私保障等)、引入行业监督机制对网上售药活动进行约束,既有利于医药电子商务B2C市场走向规范化,逐渐形成良性竞争,在相互监督与合作中促进企业稳步成长,又有利于打击非法网上药店、净化网上药品零售市场。2010年1月23日,由金象网、天士力大健康网、百洋健康药房网、药房网、导药网等10家在北京市成立“中国网上药店联盟”,走出了网上药店行业监督的第一步<sup>[9]</sup>。

综上,网上药店是新生事物,不仅需要加大宣传力度,如利用报纸、电视等媒体主动宣传,树立品牌形象,而且要向消费者提供合法网上药店名单、国家相关的政策法规和正确辨别合法网站的方法,让消费者真正了解网上药店,正确鉴别合法网上药店,打造品牌信誉,吸引消费者。

## 参考文献

- [1] 王淑玲.药品零售管理与实务[M].1版.北京:人民军医出版社,2010:212-218.
- [2] 孟令全,武志昂.建立我国网上药店统一电子交易平台的探讨[J].中国药房,2012,23(13):1 246.
- [3] 刘少冉,陈玉文.我国网上药店监管存在的问题与对策[J].中国药业,2009,18(12):8.
- [4] 康琦.网上药店“钱景”或许不再虚拟 前行仍有瓶颈[N].中国医药报,2010-02-02.

(收稿日期:2012-12-06 修回日期:2012-12-19)