

# 网店应脱离实体店独立运营

## ——专访开心人网上药店董事总经理史文禄

去年,淘宝上线医药馆、京东商城与九州通医药集团联合,让医药B2C从默默无闻一跃成为人们瞩目的焦点。其中,创立不足两年的开心人网上药店在医药B2C领域去年销售额突破5000万元,今年他们将获得千万美元融资,销售目标将是2亿元。



“医药B2C与其他B2C最大的不同,是经营团队需要加倍关注细节末节。”

### 医药网购面临洗牌

去年,在阿里巴巴、京东商城、当当网、腾讯拍拍纷纷涉足医药行业的同时,越来越多的传统医药企业也通过B2C平台转战线上,经过去年电子商务企业“摸着石头过河”四处碰壁之后,未来几年医药B2C将迎来大发展。

“未来2-3年,医药电子商务行业将面临洗牌,竞争会非常惨烈。”史文禄预测。

新的竞争对手的加入,在史文禄看来是一件利于行业发展的坏事。“越多的人关注,越促进网上药店规范化,相应的国家扶持政策会越来越好,更有利于打击非法药店。同时,医药B2C的兴起有利于国家药品流通规范化,给民众带来很大的实惠,促进药品价格透明化。”

本报记者 王唯一/文并摄

### 线上线下分开做

说到开心人网上药店,不得不提其母公司开心人大药房。这家总部设在南昌的医药零售业巨头是中国医药零售界的第一批试水者。2010年年初,开心人大药房决定将网上售药作为企业发展战略的一部分,而线上发展的掌舵人正是“80后”史文禄。

在开心人网上药店创立之初,董事会认为网上药店要在南昌做,且一定要跟传统药店捆绑在一

起,即走线上和线下结合的道路,但史文禄始终坚持要在电子商务发展最快的北京扎根,还必须跟集团区别开。“独立的电子商务公司有独立自主权、快速决定权,这是公司的架构,所以开心人网上药店要以独立的方式诞生。”史文禄说。

事实证明史文禄线上线下分开的选择是正确的。2010年4月,开心人网上药店正式上线,去年实现销售额突破5000万元。今年史文禄表示“开心人”的目标将是2亿。

### 细节决定成败

史文禄认为医药B2C与其他B2C最大的不同在于,经营团队需要加倍关注细节末节。

各地对医药品牌的需求不同。史文禄认为,“虽然百姓对医药有刚性需求,但不能忽视地方差异”。他和他的团队经过系统周密地调查,同时借鉴门店多年的经营经验,结合各省消费者对医药品牌认知度的不同,制定不同的仓储计划。史文禄举例说:“像北

京地区的消费者比较认同同仁堂品牌,我们北京仓库该品牌药品的储量就会多一些,而南昌以及即将建立的广州、上海仓库中地方性的药品会占大多数。”

从批量的订单中,史文禄发现,部分身处交通

不便地区的消费者也通过医药B2C网站进行药品采购。在确保药品质量的同时,史文禄亲自与物流公司进行沟通,确保药品能够按时送达,优质的服务确保了这些消费者成为开心人的固定客户。

对于价格,开心人为用户在每一款商品最终页面上设置了价格投诉的通道,用户可把问题价格及时反馈到开心人,开心人立马会为用户调价,确保在行业中的价格优势。

## 零售业一周要闻速读

### 儿童奢侈品市场盈利前景看好

近日,奢侈品调查公司信天翁商务咨询公司和顾藤顾问有限公司共同发布的一份儿童奢侈品调查报告显示,目前,60%的中国消费者每月会花费超过3000元人民币购买儿童奢侈品。但中国

消费者或许面临的是一个供不应求的市场——中国童装奢侈品门店仍数量不足。

点睛:婴童千亿级市场潜力巨大,但是否有必要购买婴童奢侈品值得商榷。

### 年夜饭为团购网贡献近3000万销售额

团购导航网站团800公司1月22日发布的最新数据显示,今年春节,北京、上海、广州、天津、成都等10座热门城市共计推出年货团购近

1.1万期,累计销量超过182.8万份,成交额达6591.9万元。

点睛:不牵扯物流配送的团购借春节重新焕发了光彩。

### 北京120家商企春节7天销售36.2亿元

北京市商务委1月28日公布的监测信息显示,京城120家重点商业服务业企业节日7天销售额达到36.2亿元,同比增长15.5%,增幅创4年来新

高。但按日均销售额来看,春节吸金能力远不如元旦、“五一”和“十一”。

点睛:有钱没钱回家过年,人少,消费自然就少。

### 中储粮进军食用油终端市场

新年伊始,中国储备粮管理总公司属下“金鼎”食用油在2万多家超市及零售终端陆续上市。在外资品牌控制国内食用油市场过半的情形下,

中央储备粮系统全面进入国内食用油终端市场引人注目。

点睛:“金鼎”能否带动整个国内食用油发展值得期待。

### 节日商品价格稳中微涨

1月24日记者从商务部获悉,从除夕至大年初二,全国节日市场消费旺盛,商品供应充足。

春节期间,北京物美、京客隆、家乐福等大型超市销售额平稳增长,其中休闲食品、糖果、饮料、海鲜、熟食、白

酒等商品出现热销。北京市商务委监测显示,除夕和大年初一这两天,北京的商业企业进账15.3亿元,同比增长15.2%。

点睛:商场闹着休大年初一,超市却始终坚持在第一线。

### 北京乐购搭售即将过期食品

春节期间,国家工商总局要求,食品经营者需对即将到保质期的食品在经营场所向消费者做出醒目提示。京城部分大型超市多数未对即将过期

食品做出提示,虽然有些超市设置了临界食品专柜,但基本流于形式。

点睛:“要求”虽不是强制执行,但超市应自觉遵守,创造良好消费环境。

### 家居卖场欲在今年降租

家具厂商、经销商与家居卖场之间的利益博弈从未停止过,在行业洗牌加剧、品牌集中度不断提高的2011年,三方之间的矛盾加速升级。近日,在由全国工商联家具装饰业商会组织的一场论坛上,家居卖

场的租金问题成为矛盾的关键点。卖场降租,或将成为平衡三方利益的惟一出路。

点睛:家具厂商与经销商联手“斗地主”,家居卖场遭遇史无前例的逼宫态势。合作共赢才是发展的关键。

### 网商全面开工 节后物流迎考验

在长达10天的春节打烊期结束后,大多数网商于1月30日迎来龙年首个工作日。积压了10天的订单在节后第一

天就开始考验网商和物流的承受能力。

点睛:节后是考验物流配送承受能力的重要节点。

### 团宝:去年广告金主今年欠薪过年

去年,团宝网以5.5亿元的广告投放资金成为最受关注的团购网站。但今年春节刚过,这家网站却传出拖欠员工薪水和商家账

款的消息,后续运营将面临很大问题。

点睛:昔日金主今朝欠薪过年,团购网站继续过冬。

本报记者 王唯一/整理

北京稻香村 承中华智慧 融现代精神 弘扬中国食品文化

网址: www.daoxiangcun.com 电话: 84043305