

九九重阳，久久健康

王悦 宋旭红 王莎晶 李凯瑞

一、活动背景

九九重阳，因为与“久久”同音，九在数字中又是最大数，有长久长寿的含意，况且秋季也是一年收获的黄金季节，重阳佳节，寓意深远，人们对此节历来有着特殊的感情。而如今的重阳节，被赋予了新的含义，1989年，我国把每年的九月九日定为老人节，传统与现代巧妙地结合，成为尊老、敬老、爱老、助老的老年人的节日。

敬老、爱老、助老是我们中华民族的传统美德，是先辈传承下来的宝贵精神和财富，老年人是我们这个社会做出贡献的人，在他们有能力的时候，他们把自己的青春年华奉献给了我们的国家，共和国的大厦是他们辛勤的劳动甚至是生命建造起来的。今天，他们年纪大了，没有劳动力了，全社会就应该关心他们。作为青年一代，要学会关心、关注、关爱身边的老人。

二、活动目的

1. 利用中国传统节日的社会广泛关注度的契机开展品牌营销活动，以扩大“朗迪钙”和荣华公司品牌的知名度与影响力
2. 吸引老年顾客广泛的参与活动，增加“朗迪钙”及荣华各门店在商圈的影响力和顾客对门店的忠诚度，使市场关注度聚焦“朗迪钙”和公司品牌。
3. 加强全社会敬老、爱老、助老意识，促进社会各界更加关心、关注、关爱身边的老人。

三、活动策划

1. 活动主题与内容

活动主题：九九重阳，久久健康！

活动内容：“老有才了”老年人才艺大赛

比赛的才艺范围包括歌曲、舞蹈表演、器乐演奏、魔术杂技、相声及其它特殊才艺展现等。

报名条件：所有门店 60 岁以上老年会员顾客均可参与，男女不限。

“朗迪钙”促销活动策划方案

2. 活动时间

10月13-17日全城海选，荣华大药房各门店接受报名预选阶段。

10月18日荣华大药房区域经理组织门店报名人员在社区开展分赛区初选活动，最终获选者发放活动邀请函参加20日总赛区活动。

10月20日下午14:00-17:00现场开展比赛活动。

3. 活动地点：山西药科职业学院大礼堂

4. 活动要求

(1) 报名者必须是60岁以上老年顾客（门店要核对身份证，确定年龄），身体健康，思想端正，节目积极向上。

(2) 报名节目可以是单人，也可以是组合，也可以是团队，每个节目人数不超过5人。

(3) 每个节目表演时间为5分钟左右。

(4) 表演者的配乐及表演服装道具自备。

(5) 初选胜出者由区域经理组织按时到达总赛区活动地点。

5. 活动宣传

(1) 社区宣传海报 A\B\C级店每店10张社区小海报，其余门店为5张，

(2) 预选宣传条幅 每个区域预选活动条幅一条，共7条，

(3) 预选宣传展架 每个区域预选活动展架一个，共7个，

(4) 大赛场地道旗 道旗旗面8面，

(5) 舞台背景 大赛舞台背景一块。

(6) 绶带 所有服务人员绶带各一条

(7) 短信宣传

(8) 微信宣传

四、活动执行

1. 10月13-19日全城海选阶段

10月13-17日为门店接受报名初选阶段，门店在接受报名的时候要进行初选，每个门店仅有一个节目名额。

18日区域经理组织门店报名人员与店长、社区领导、观众代表组成评选团在社区活动空场地开展对节目进行初选活动，对初赛胜出者发放邀请函。

“朗迪钙”促销活动策划方案

节目名额：中心品牌：4 个名额

医院品牌：2 个名额

社区 1 品牌：2 个名额

社区 2 品牌：2 个名额

社区 3 品牌：3 个名额

社区 4 品牌：3 个名额

社区 5 品牌：3 个名额

20 日，各区域经理组织初赛胜出者参加总赛区活动。

2.10 月 20 日下午总赛区活动

活动时间为 14：00-17：00，共 3 个小时。

活动主持人为山西药科职业学院学生。

开场讲话：振东医药集团公司领导、荣华大药房连锁有限公司领导。

评委由 2 个公司领导 7 名组成评委团。

五、奖品设置

一等奖 1 个节目	奖品	1000 元现金奖励、朗迪钙 5 瓶
二等奖 2 个节目	奖品	600 元现金奖励、朗迪钙 5 瓶
三等奖 3 个节目	奖品	300 元现金奖励、朗迪钙 5 瓶
参与奖 15 个节目	奖品	朗迪钙 5 瓶

六、费用预算

1. 物料费用

社区海报：800 张*1.3 元*3 店=1040 元

小道旗：30 元*8 面=240 元

条幅：42 元*7 条=294 元

展架：35 元*7=245 元

舞台租赁费：3000 元

主持人费用：500 元

音响租赁：500 元

舞台背景：450 元

小计：6269 元

“朗迪钙”促销活动策划方案

2. 奖品费用

一等奖：1000 元+朗迪钙 5 瓶

二等奖：600 元+朗迪钙 10 瓶

三等奖：300 元+朗迪钙 15 瓶

参与奖：630 元+朗迪钙 75 瓶

小计：2530 元及朗迪钙 105 瓶

费用预估合计：8799 元+朗迪钙 105 瓶

七、活动预期效果

1. 丰富了老年人的精神生活

“老有才了”老年人才艺大赛的实施，使更多的老年人走出家门，走进集体，走出孤寂，走进温暖。不仅放松了心情，抒发了胸怀，活跃了思维，开阔了视野，也充实了老年人的精神生活，使他们体会到了更多的快乐和乐趣。

2. 进一步提高了企业及“朗迪钙”的社会影响力

振东医药集团与荣华大药房“老有才了”老年人才艺大赛的实施，吸引了老年人的家人及亲戚朋友的关注，也吸引了社会各界人士及我院学生的关注。在整个活动的海选、初选活动中，更是引起了广大市民的关注，扩大了振东医药集团、荣华大药房 2 个企业在社会上的影响力，尤其是“朗迪钙”的社会影响力，促进“朗迪钙”的销售、顾客的忠诚度和企业经济效益的很大提升。“朗迪钙”的销量约提升 30%。

3. 强化了社会尊老爱老意识

通过此次活动开展，社会各界进一步领略到了老年人的风采，感受到了老年人积极向上的精神以及老年人的各种不易，从而强化了敬老、爱老、助老的意识。



山西药科职业学院
SHANXI YAOKE ZHIYE XUEYUAN

山西省第十六届“兴晋挑战杯”
大学生课外学术科技作品竞赛

大数据时代消费者购药便捷程度现状以及创新对策

学校名称： 山西药科职业学院

项目负责人： 郭奥北

指导教师： 许惠惠

参赛类别： 哲学社会科学类社会调查报告和学术论文

目 录

一、前 言	1
二、调查目的	1
三、调查内容	1
四、调查问题与研究	23
五、调查总结	24
六、结 束 语	24

一、前言

从生活中了解，一般药店开在社区附近、医院附近的最多，其次就是火车站汽车站等一些人流量广的地方药店比较多，然后就是学校附近，药店开的也有但是明显减少，最后就是郊区附近的药店相比以上地方的数量就有点寥寥无几了。日常生活中常会遭遇一些突发的病症，但是药店通常过了 23 点后已经关门了，非处方药自动售卖机就解决了这一难题，它具备 24 小时无间断售药、用地面积小、设备成本较低、售点多等传统药店难以具备的优点，可以方便、高效地满足社区、校园、公共场所等人群的用药需求。它的出现具有非常积极的意义，其最大的特点就是自主性。能减少市民的病痛，更好的方便老百姓，成为了一个便民的项目，是非处方药传统销售渠道的必要补充，具有较大的市场潜力。

二、调查目的

1. 消费者在平时生活中买药是否方便
2. 消费者在特殊情况下买药是否方便
3. 消费者在生活中购药的方式
4. 消费者赞成的购买方式

三、调查内容

(一) 药店选址

零售药店在选址时，首先要明确商圈范围，评估经营效益，然后确定大致地点。以药店所在地为中心，向四周扩展，构成的一定辐射范围，就是商圈。为了便于理解，我们将药店商圈以药店为中心由内向外划分为主要商圈、次要商圈和边缘商圈。

一般而言，社区中心药店主要商圈顾客来店数量最多，次要商圈顾客来店数量较少，边缘商圈顾客来店数量最少。位于城市主要商业中心的药店，主要商圈的顾客最少，药店开在什么位置好？如上海第一医药，次要和边缘商圈的顾客相对较多，这也是个别大型平价药品超市开在大城市主要商业区内，反而效果不好的原因，如长沙市商业步行街内有一家大型药店，其销售长期达不到期望值。社区便民药店则几乎没有边缘商圈的顾客。

居住人口：即居住在药店附近的常住和暂住人口，是药店主要商圈内顾客的主要来源。

工作人口：即那些并不居住在药店附近，但工作地点在药店附近的人口。这部分人口中不少利用上下班就近购买药品，他们是次要商圈中基本顾客的主要来源。一般来说，药店附近的工作人口越多，商圈规模相对越大，潜在的顾客数量就多，对药店经营越有利。

流动人口：即在交通要道、商业繁华地区、公共活动场所过往的人口。药店开在什么位置好？这些流动人口是位于这些地区药店的主要顾客来源，是构成边缘商圈内顾客的基础。一个地区的流动人口越多，在这一地区经营的药店可以捕获的潜在顾客就越多，同时经营者云集，竞争亦越激烈。

商业信誉：信誉好的药店，其商圈规模会比同行业其他药店大。

经营规模：药店的经营规模越大，商品经营范围越广，品种品规越齐全，其吸引顾客的空间范围也越大。这也是平价药房为什么不但药品品种和品规多，非药品品种经营也较多的原因。满足顾客和方便顾客一站购齐的需求。

商品种类：单纯经营常用药品的药店商圈较小，经营保健食品、医疗器械、日用消费品和护理用品的药店商圈较大。

竞争药店位置：相互竞争的药店之间的距离越大，它们各自的商圈也越大，反之商圈会越小。药店开在什么位置好？大中型药品超市为了避免商圈重叠，店与店之间的直线距离最少在2公里以上。否则，不但公司资源和社会资源是极大的浪费，店与店之间的竞争也是残酷无情的，最后的结果是两败俱伤，例如附图案例中的店。

顾客流动性：顾客流动性大，光顾药店的来客会更广。药店的边缘商圈因此会扩大，从而扩大整个商圈规模。

交通地理状况：药店位于中心商业区或交通便利的地区，商圈规模会因此扩大。地理因素的影响是容易被药店忽视的，有些城市药店在选址时，初步的结论符合要求，但当进一步做商圈调研时却发现，主要商圈内铁路横穿而过或者有一条城市景观河横贯商圈或者大型公园等，这些都是影响商圈不可忽略的因素。

促销活动：药店可以通过各种促销手段扩大其知名度和影响力，吸引更多的边缘商圈顾客慕名而来，从而使商圈规模扩大。规律性和针对性的促销活动对培养忠诚顾客有很好的作用。

零售引力法是商圈传统定义的进一步拓展。该法则认为，城市的人口越多、规模越大、商业越发达，其对顾客的吸引力就越大。药店开在什么位置好？药店的吸引力是由邻近商圈的人口和距离共同作用的结果。

交通条件：要分析顾客是否容易到达开店地点，附近是否有公交车站，是否有停车场所，货物运输是否方便等。

客流规律：要分析开店地点的客流类型，客流的目的、速度和滞留时间，街道两侧的客流规模。客流类型一般有 3 种：一是自身客流，即专门来本店购买药品的顾客，是药店客流的基础二是分享客流，即从邻近其他业态商店形成的客流中获得的顾客三是派生客流，即顺路进店的顾客。

竞争对手：主要应考虑药店的相对集中程度，避开竞争对手还是利用竞争对手，这应该视具体情况而定。就药店目前来说，是尽量避开强势竞争对手。

地形特点：要选择能见度高的地点开店，如临街处以及一些大型公共场所的迎面处。药店开在什么位置好？药店的展示效果好，往往吸客能力就强。

城市规划：要了解开店地区城市规划，考虑开店地点的发展前景。

经营效益：主要分析客流量，光顾药店的人数比例，光顾顾客中购货者比例，每笔交易的平均购买量等。

（二）开药店的流程

开药店，最基本的要有三证，即药品经营许可证，GSP 和营业执

照，一般许可证最先发下来，然后是营业执照，最后才是 GSP，一般三个月内 GSP 就会发下来了。

开药店总流程图：药店名报药监局 → 开始装修，找两个执业药师. 药监局验收 → 合格发《药品经营许可证》（记着验收的时候两个药师必须在场） → 拿《药品经营许可证》办《营业执照》，《卫生许可证》，《税务登记证》，《代码证》，申报 GSP 检查. GSP 麻烦，光各种资料就要装十几个文件夹，最好买。 → 进药 （3 万—15 万的资金）根据《药品管理法》规定，开办药品经营企业，必须具备以下条件：（1）具有依法经过资格认定的药学技术人员；（2）具有与所经营的药品相适应的营业场所、设备、仓储设施、卫生环境；（3）具有与所经营药品相适应的质量管理机构或人员；（4）具有保证经营药品质量的规章制度。申请开办药店时，应当向所在地的市级药品监督管理机构或省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门直接设置的县级药品监督管理机构提出申请。申领到《药品经营许可证》后，再到工商行政管理部门办理登记注册。

（三）药店的销售模式与数据

中国医药商业协会提供的最新数字表明：2005 年度药店销售额前 100 名的药店销售总额为 324 亿元，比 2004 年 261 亿元增长 24. 14%。其中湖南老百姓医药有限公司以 21 亿 8 千万位居榜首，上海雷允药品经营有限公司销售额比 2004 年增幅 304. 44%。药品销售企业利润前 100 名实现利润 7 亿 6 千万元……能取得上述成绩，蹊径究竟在那里？业内“实战派”权威人士透露：

1. 差异化经营。要注重品牌、强化管理、提供深度服务，开拓理性市场竞争。能够盈利的药店都在特色经营的服务质量上有一套绝招。有的药店实行送药上门；有的药店代客煎药或代加工中药，如贵州康健药店引进了山东精诚的中药粉碎机、胶囊机、制丸机、煎药机、切片机后，其中草药的销售额增长了 800%；有的药店为顾客提供体贴周到的药学咨询，获得了顾客的长期信任

2. 专业化经营。如广州百济抗肿瘤药店，上海肿瘤药店和冠心病药店，上海专营糖尿病药物的鲁班药店，以及参茸店等。由于这类药店建立了专业品牌，强化了增值服务，往往能够获得消费者更强的有信赖，从而建立高毛利、低流量的经营模式。如以女性消费者为主的药店，可以增加女性护理产品等，这样的话，可以在特色的顾客群上创建各种消费机会，为药店带来更好的现金流。

3. 多元化经营。处于社区或街头巷尾的药店，可考虑多元化经营。在美国，多元化经营是单体药店非常成熟的方式，很多药店经营化妆品、日常用品、学习用品等商品，甚至还承担了干洗、胶卷冲印等业务。如成都同仁堂在中药材经营的基础上推出了药膳餐厅，使用中药材经营方面的品牌成功地向餐饮业延伸。

4. 加盟的利弊：单体比连锁的费用要低很多！且进货自由，不受限制连锁药店对单体药店的吸引主要是在 GSP 认证上，因为相关政策规定，连锁店面数量在 10 家以上的，只需抽查 30% 的店面，这样抽到自己头上的概率比作为单体药店显然小得多，而且，多数小药店并没有资金实力进行 GSP 改造，正是这种好处，使得全国许多小药店都

对加盟表现了异乎寻常的热情。原因一：加入连锁药店经营成本更高，小药店对加盟望而却步，除了连锁药店经营状况普遍不佳外，还有连锁药店的统一配送体制。从理论上讲，连锁总店统一采购应该比单体药店自己采购更能够降低采购成本，而事实却并非如此。连锁总店给加盟门店配送的药品除了破损、过期等原因外，一般是不愿退货的，而且加盟门店必须从总店进货。此外，加盟门店还要付给总店不菲的加盟费和品牌使用费，种种负担算在一起，比自己开单体药店的成本高多了。正是这种利益上的冲突，让许多单体药店对加盟不感兴趣。

原因二：连锁药店选择加盟店要求高 鉴于目前药品零售行业普遍的经营困境，和一些加盟店违规经营药品给总店带来的不好影响，连锁药店在选择加盟店时也非常谨慎小心。往往一些地段较好、没有不良经营历史且效益较好的单店才能入他们的眼线，但像这样的优良单店往往不愿加盟。连锁店也颇多苦衷，增加加盟店会导致经营成本大幅上升。譬如：增加配送车辆和人员势必会增加药品的配送成本，而同时为了保证有足够的药品配送，势必要增加药品的储备，从而增加药品的仓储面积和仓库的养护成本。而这些新增的成本肯定要在药价上平摊。

原因三：高风险令连锁药店选择谨慎 目前广州近一半的连锁店处于亏损或持平状态，这时吸收单体药店只会拖累自己加重负担和经营风险。因为药品零售利润逐渐下滑，为了生存某些单店在进货渠道上往往违规操作，将这些单店吸收进来，势必增加管理成本，而且一旦单店出了问题，整个经营链上的其他店面都会受影响。根据相关政策规定，少于 30 家店面的连锁企业，如果新加盟数量超过总

数的 50%，或大于 30 家店面的连锁企业新加盟数量超过总数的 30%，就必须重新通过 GSP 认证审查，这对连锁企业来说也是一种风险。

随着药品零售企业竞争越来越激烈，连锁药店发展空间已基本饱和，企业如何开拓思路、推广新的经营模式是每个零售企业应该考虑的问题，而通过错位竞争开拓自己的道路是企业生存发展的关键环节。售药机占地面积小，每年放置费用只要几千元，大大降低了企业成本。

(四) 药品的分类

根据《中华人民共和国药品管理法》第一百零二条关于药品的定义：药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病，有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或者功能主治、用法和用量的物质，包括中药材、中药饮片、中成药、化学原料药及其制剂、抗生素、生化药品、放射性药品、血清、疫苗、血液制品和诊断药品等。

从使用对象上说：它是以人为使用对象，预防、治疗、诊断人的疾病。有目的地调节人的生理机能，有规定的适用症、用法和用量要求；从使用方法上说：除外观，患者无法辨认其内在质量，许多药品需要在医生的指导下使用，而不由患者选择决定。同时，药品的使用方法、数量、时间等多种因素在很大程度上决定其使用效果，误用不仅不能“治病”，还可能“致病”，甚至危及生命安全。因此，药品是一种特殊的商品。

药品质量符合规定不仅是产品质量符合注册质量标准，还应使其全过程符合《药品生产质量管理规范》（简称 GMP）。《药品生产质量管理规范》（Good Manufacture Practice, GMP）是药品生产和质量管理

理的基本准则，适用于药品制剂生产的全过程和原料药生产中影响成品质量的关键工序。大力推行药品 GMP，是为了最大限度地避免药品生产过程中的污染和交叉污染，降低各种差错的发生，是提高药品质量的重要措施。

药店是出售药品的商店。销售药材的店铺。中医史上第一家官办的药店诞生于宋神宗熙宁九年（公元 107 年），是大名鼎鼎的改革家王安石批准创建的。当时，王安石基于变法派内部分裂，爱子王雱英年早逝，尤其是自己久病缠身，决定辞职而归隐山林。临别政坛，他命人在首都开封创设一家“太医局熟药所”，也叫“买药所”，可以说，它就是现代中药店的前身。药店对联：“药灵只在症能对。人健何妨吾亦闲。”（《载敬堂集·江南靖士联稿·药店》）随着年代的延伸，社会分工的细化，制药和卖药渐渐分离，从而出现了现代意义上的药店，专以卖药为业。

在王安石变法期间，各地曾多次发生自然灾害。他虽然表示“天变不足畏”，但看到那么多病人痛苦的样子，常常深感不安。尤其是当他得知病者缺医少药，有些人又乘机制造和贩卖假药时，更是百感交集。这时，有人提出建议：应成立一个专门机构，一方面研制一定规格的各种剂型成药，如丸、散、膏、丹，由国家专利出售，不许个人或相关部门私自制作；一方面在水旱疫病之灾时，给百姓发放药剂。王安石听罢大喜，当即采纳了意见，并组织专门人员落实。

“太医局熟药所”成立后，大大方便了病人，也为政府赢得了丰厚的利润，受到了朝野的一致赞许。所以，王安石变法虽然以失败告

终，但“熟药所”的“生意”却一直保持着良好的发展势头。到宋徽宗崇宁二年(公元 1103 年)，药所已增开到七所。几年后，五所“熟药所”更名为“医药惠民局”，两所“修合药所”更名为“医药和剂局”。与此同时，类似的药局犹如雨后春笋，迅速出现在全国各地。

再后来，由于社会分工的细化，制药和卖药渐渐分离，从而出现了现代意义上的药店，专以卖药为业。食品药品监督管理局, 药店经营必须持有药监局颁发的药品经营许可证, 从业人员需持有上岗证。药店是指零售药品的门市。药店销售催眠药、感冒药、泻药、退烧药等各种药品，以方便人民群众购买药品，以利于人民群众健康。

(五) 购买药品的注意事项

1. 一定要到合法的药店买药。合法的药店是经过食品药品监督管理局批准的，药店内悬挂着《药品经营许可证》和《营业执照》。

2. 如果知道买哪种药，可直接说出药品名称，如果不知道应该买哪种药，请向店内的执业药师或药师说明自己买药的目的：是自己用，还是给孩子或老人买药、治疗什么病。

3. 购买处方药时必须凭医生处方才可购买和使用，没有医生处方，药店为了您的用药安全不会卖给您处方药。

4. 购买非处方药时，应对患者的病情有明确的了解，如曾用过什么药品、用药的效果如何、有无过敏史。

5. 在决定购买某种药品之前，应仔细阅读药品使用说明书，看是否对症，如果对说明书内容不明白，可以向店内的执业药师或药师咨询，以免买错药、用错药。

6. 购买药品时，一定要仔细查看药品包装上的生产日期、有效期等内容，不要买过期药品。一定不要忘记索取购药凭证如购药小票或发票，并把购药的凭证保管好，万一药品质量有问题，购药凭证是投诉、索赔、维护自己权益的重要凭据。

7. 在使用前，应仔细阅读产品的说明书，特别是使用的方法、注意事项和禁忌内容等。

8. 在使用过程中，如出现身体不适或病情加重等问题，应立即停止使用并及时就医。怀疑产品质量存在问题的，应向当地食品药品监督管理局反映或进行投诉举报。

随着医疗制度的改革，人们消费观念的变化，有小病到药店买药，或在医院开了处方到药店已成时尚。人们为方便，为实惠，把目光瞄准了药店。与这种消费观念相适应的是，各地的药店也遍及大街小巷。然而，在买药者中也出现一些盲动性，由此带来了许多不良后果。

买药以前要问医生，买药治病是人命关天的大事，一般的患者买药时，只是凭着自己的感觉去买药，或者是跟着广告去买药。这样去买药，有的也许正对病症治好了，有的却会因为不对症而出现不良的结果，轻则无治疗作用，浪费了钱，延误了病情；重则会损伤身体。因为一些药物有很大的副作用，一些药物对特定的患者甚至会危及生命，这种盲目买药的方法是不可取的。患者在到药店买时，要先去询问医生，请医生看病后，再去买药。这样才能对症下药。

不可轻信坐堂医生推荐的药，到药店买药，要问医生。正是针对这种需要，时下的一些药店里大都有医生坐堂。这些坐堂医生为患者

能正确购买自己所需的药品提供了很多方便。然而，一些医学界人士也提醒患者不可轻信坐堂医生推荐。因为一些坐堂医生的医术不高，药店聘请他们，完全出自商业目的，他的诊断不一定正确，如果依照他们开的处方吃药，反而不对症。与此同时，一些坐堂医生缺乏职业道德，为了配合药店搞活生意，往往热衷于向患者推荐高档药品，或者是小病大处方。有的坐堂医生带着某种保健产品的推销使命而来，不管患者是否需要，都卖力推荐这种保健药品，从中获取回扣，给患者增加了许多负担。因此，医学界一些人士在谴责这些不道德的坐堂医生时，也提醒购药者注意，在询问坐堂医生时，不要误中圈套，特别要慎购他们卖力推销的保健。

不要乱买替代药品，请医生建议后，到药店去买药，这是正确的做法。但在买药时，遇到短缺的药品，一些药店为了达到交易的目的，或是售药人员好心给患者推荐一种作用大致相同的药品来替代。面对这种情形，许多患者治病心切，大都是不较真，而毫不犹豫地听从售药者的推荐。其实这种做法是不可取的，隐患较大。医生开具的药物没有时，应尽快告知医生，让医生再行选择，而不是由患者盲目地买替代药品。因为一些药品的功效看起来作用都一样，但它针对某一病症时有作用，针对某一病症也许没作用。譬如消炎药就有许多种类，但不同的病要选不同的药。如磺胺类药可消炎，但一部分人吃了会过敏。因此，买药切不可乱找替代药。

防买假冒伪劣，近年来，药店愈开愈多，竞争加剧，一些药店生意清淡，以至经营状况每况愈下。在这种不利情况下，极个别药店不

是从抓内部管理入手，而是打起了歪主意，以假冒伪劣药品来坑害患者。因此，患者在购药时要特别留意。首先，尽可能到一些正规的大药店去买药，因为大药店比较重信誉；二是要认真查验药物的有效期，看是否过期了；三是细心观察所购药物是否有假冒伪劣嫌疑；四是用药时，不要全部用完，有意识留下一点，作为被坑害后投诉的依据；五是买药后一定要开具购药发票；六是不要贪便宜。到药店买药对一些患者而言，可节约不少费用，因此，小病进药店也成了一种新趋势。但医学界人士建议，有病还是要到医院去诊治为好，到药店买药也不要撇开医生盲目购买。

杨女士向市局反映食品混迹药店市民难分辨的烦恼。杨女士告诉记者，近日，她到药店给孩子买些清热去火的药品。在销售人员的推荐下，杨女士买了一盒“金银花露”。然而，吃了几天后，症状没有任何缓解。杨女士又到另一家药店买了一盒“金银花含片”。“几日后，孩子的嗓子开始干哑，食欲也明显不好。”无奈之下，杨女士只好带着孩子去医院求医。随后，医生给开了胖大海等中药，并一再提醒杨女士要买“药”准字号，因为“食”字号或“健”字号药品，没有任何治疗作用。后来回家细看，杨女士才注意到，以前买的金银花露是卫“食”字号，只是普通食品，而金银花含片是“健”字号，属于保健食品。”

随后随机走访了青园街、翟营大街附近的几家药店，发现食品混迹于药品的情况很常见。这些普通食品或保健食品与药品看起来很相似，而且大多混在一起摆放。如果不仔细查看，普通消费者很难发现

它们的不同。对此，有关人士指出，根据有关规定，保健品和食品应明确分类摆放，以免误导消费者。药店经营保健食品须有《保健食品经营企业卫生许可证》，是否可经营普通食品，要看其具体规模及是否在工商管理部门取得相应的食品经营许可证。专家提醒，普通食品批准文号为“卫食字号”，保健食品为“卫健字号”，药品则为“国药准字”。消费者一定要注意辨别，莫把保健食品、普通食品当药品来吃，以免贻误治疗时机

通过网络代购的药品没有按照国家药品进口程序接受监管，且国外的供应商资质无法进行合法性确认。与许多披着华丽“代购”外衣的化妆品一样，许多代购的药品实则是不法分子仿冒国外知名药品在黑窝点生产，或通过国外个人购买来源不明的药品邮寄回国销售，均为假药，存在着极大的安全隐患。

(六) 互联网购药

近年来，随着电子商务的不断成熟，我国互联网药品交易也在迅速发展。但是网络在为消费者提供便捷的同时，也给虚假医药信息和假劣药品提供了很大的隐匿空间。不法分子利用网络散布虚假药品信息，违法销售假劣药品，扰乱药品市场秩序，损害人民群众切身利益。为此，国家食品药品监督管理总局联合多家部委，长期开展打击网上非法售药行为，同时向广大消费者进行以下提示：

目前，经药监部门批准在网上合法销售药品的药品零售企业有184家。详细名单可以通过国家食品药品监督管理总局官方网站的“数据查询”栏目中查询。

某些网站发布的药品广告宣称能治疗某种疑难杂症的秘方药、高科技新药、便宜进口药、神奇疗效药，或者使用“药到病除”、“肯定能好”等绝对化语言，销售这些所谓“灵丹妙药”的网站很可能就是违法网站。还有些网站，大肆宣传所售药品的研发或生产单位，并冠以国际性、世界性的头衔，像这样的厂家、机构大都是空壳或皮包公司。在此，特别提醒消费者，在网上看到这样的宣传一定要有所警惕，主动核实售药网站资质和药品批准文号，避免上当受骗。

我国网上售药必须要具有食品药品监管部门核发的《互联网药品交易服务资格证》。凡是向个人消费者零售药品的，首先应当是实体药品零售连锁企业，符合自建网站审批管理规定。取得在网上售药资质的企业，都应该在自己网站的醒目位置上标注资格证书编号，供消费者查询核实。

目前，网上药店可以销售非处方药（即指明 OTC 的药品），但是不能销售“白加黑”、“新康泰克”这类含麻黄碱类的复方制剂，处方药更属网上药店禁止销售的。销售其他不是药品的保健食品等应当符合相关规定，严禁夸大宣传。

网上销售最终要由人送货上门，国家食品药品监督管理总局要求送货人应当是药店自己的配送队伍。药店员工送货上门，还可以进行面对面的药学服务。药品是特殊商品，储存运输都有专门要求，目前普通快递公司的管理水平和条件还达不到药品配送质量要求，快递药品在途风险难以管控，出现药品质量问题难以界定责任。

公众在网上购药时如果买到假劣药品或遇到非法售药网站，可以

向当地食品药品监管部门投诉举报中心 12331 举报,也可以拨打互联网违法和不良信息举报中心的举报电话 12377。此外,还可以登录上述举报中心网站进行举报。

药品是特殊商品,各国都对处方药销售有严格管理要求,不凭当地医师处方不能从正规渠道买到。因此,网上声称代购外国抗癌药等处方药的,其采购渠道十分可疑,药品真假和质量毫无保证,正规网上药店不会设立这种业务。根据地方药监部门既往查办案件取得的经验,网上代购境外抗癌药约有 75%被证实是假冒药品,轻则贻误病情,重则造成更大伤害。因此,网上代购境外药品是完全不可信、不可取的。

从事互联网药品信息服务和交易服务的网站,应在其显著位置标明《互联网药品信息服务资格证书》或《互联网药品交易服务资格证书》的信息。并且只能向个人消费者销售非处方药。(一)依法设立的药品连锁零售企业;(二)提供《互联网药品交易服务证》的网站已获得《互联网药品信息服务证》;(三)具有健全的网络与交易安全保障措施以及完整的管理制度;(四)具有完整保存交易记录的能力、设施和设备,档案室;(五)具备网上咨询、网上查询、生成定单、电子合同等基本交易服务系统(简称网上商城);(六)对上网交易的品种有完整的管理制度与措施;(七)具有与上网交易的品种相适应的药品配送系统;(八)具有两名执业药师负责网上实时咨询,并有保存完整咨询内容的设施、设备及相关管理制度;(九)从事医疗器械交易服务,应当配备拥有医疗器械相关专业学历、熟悉医疗器械相

关法规的专职专业人员至少 1 名。要求多不说，安全性是大家最关心的问题，很多消费者买下药品以后发现药品来源不正，有的甚至没有用药说明与指导，无法追溯到药品来源，很多商家没有进行实体认证，安全问题实在难以置信。

记者吴晓静报道“第一次在网上买药，收到的药和下单的药竟是不同品牌的。第二次买的是胶囊，收到的却是冲剂。”近日，家住杭州大关的李女士向记者诉说了自己两次不愉快的网上购药经历。我之前从来没试过网上购药，那天实在是人不舒服，看到有 1 个小时可以送达的店，马上下单了。药这个东西不敢乱吃，特地选了个知名品牌的。”李女士说，等待期间，接到卖家的电话称，店里这款药没有了，要去别处调货，会晚半个小时送到。“可收到的货，不是自己下单的品牌，而是一个完全没有听过的厂家生产的，百度上对这个厂家的介绍也非常少。”更令她失望的是，在处理过程中，卖家表示，货是别家调的，不清楚情况。无奈的李女士只能投诉到购物平台，在这一过程中，她也发现了许多问题：买家查看不到卖家的具体信息；购物平台的客服人员不是医药专业人员，沟通不顺畅……第二笔购药经历，李女士直接放弃了维权。“购买页面上硕大的图片印着胶囊，卖家却说图片是旧的忘记换了，文字上写的冲剂，怪我没看仔细。你看，我就买了两次，两次都货不对板。”针对网上药品销售业务范围广、监管难度大等问题，全国人大代表、老百姓大药房连锁股份有限公司董事长谢子龙连续 3 年在全国两会期间发出加强互联网药品销售监管的呼吁。在今年初国新办举行的《关于进一步改革完善药品生产流

通使用政策的若干意见》情况吹风会上，国家食品药品监管总局副局长吴浞表示，在互联网上销售药品，很多国家都采取谨慎态度，并不是完全放开的。

网络售药仍旧处于“药不能停”的状态，除了第三方平台网上药店采用货到付款方式规避现有规定，处方药也在网上进行公然售卖，这些问题都给患者带来安全隐患。货到付款安全性无从保障针对第三方平台网上售药为规避风险，转为货到付款方式交易，福州回春医药连锁负责人、副主任药师唐丽香认为，若按此方式售药，一些不法药商将可能钻现行药事法规的空子，逃避监管部门的监管。一旦出现药品质量问题及质量事故，由于没有交易记录，加之责任主体不明，举证难，追责更难。在医生开具处方必须与患者面对面，才能对症下药，而药店药师必须凭医生处方销售处方药。网上药店如果只凭患者自行描述症状，无需出具处方即可购买处方药，很容易出现误判。一般情况下，患者到药店购买处方药时，药店执业药师要负责对处方进行审核及监督调配，指导合理用药。而网上购买处方药，在线执业药师的真实性以及是否具有审核资质均无从考证。应从立法层面，明确网络经营药品的责任主体，以便追责。除已取得《药品网上交易经营许可证》的药品经营企业外，对于利用第三方网络平台销售药品的企业，必须取得《药品经营许可证》，同时必须在药监部门进行备案，以便监管。消费者在网上购买药品，必须认准具备《药品经营许可证》的零售企业和具有《药品网上交易经营许可证》的药品经营企业。

闽江学院互联网创新研究院数字媒体传播研究中心主任戴程建

议,当前医药电商制度尚不完备,消费者最好不要去网上购买处方药。

“现在国内医药电商交易各环节未有统一规范,药品的来源以及配送过程都可能发生问题。”他以自己在美国所见为例告诉记者,美国采用医药分离制度,医生开完处方之后,患者可以自己到药店购药,也可以让药店采用货到付款方式,邮寄到患者家中。而出售处方药的药店是专门指定的,如沃尔格林连锁药店、西维斯(CVS)连锁药店等。这些药店与医院系统联网,严格依照处方给患者提供药品。针对消费者自己判断病情购药的情况,戴程表示,许多病症都是由多种药品共同使用,才有治疗效果。“不论是处方药还是非处方药,消费者根据自己病情描述,由网上所谓的医生客服来建议给药,既不可信,也不负责任。”“药品是特殊的产品,关系到生命安全,全面放宽互联网售药之前,必须有完备的体系。”他建议,逐步放宽互联网售药,需要建立比较健全的第三方网络药品查询系统,让药品可溯源,避免在网络上购买到假药。此外,还需要建立网络售药认证系统,每天对网络药品零售行为进行抽检,并保证流通环节的安全性。

“有人会在网上购药,绝大部分是因网上药店的价格比线下实体店的便宜。”福州大学社会学教授甘满堂认为,网购的便捷性、实惠性是消费者选择网购药品的动力。但他也表示,网上购药制度仍不完善,完全开放互联网售药可能导致药品滥用等问题。据有关调查显示,截至2016年7月31日,全国执业药师注册人数为300272人,而全国有47万多家药店,再加上诊所、医院药房以及药企对执业药师的需求,整个市场需要200万名执业药师才能形成平衡。对此他认为,

网上药店的导购员也应该具有药剂师或者医师资格，药品导购员也要持证上岗，才能正确甄别药品是否符合患者需要。对于患者要省钱又要正品的双重选择，建议，除非是实体药店缺货的情况，否则药品还是应该到正规药店凭处方购买。他指出，国家应该加强执法力度，细化针对互联网售药行为的法律法规，加大对网上售药的监督与打假力度

(七) 消费者购药的方式

现代人购买药品大概有两种方式：①（医院）药店购买②网上购买。那么这两种购药方式是否能真正的便捷人们的生活呢。我们先谈谈（医院）药店购买的利弊，首先去医院药房卖药大家都会觉得十分麻烦，先挂号看病然后买药手续十分的复杂，人们一般如果得了什么小病不到迫不得已是不会到医院去购买药品的，再谈谈它的兄弟连锁或者个人药店，去那里买药方便多了，一般在街区都可以看到大大小小的不同的药店，进去之后会有店员执业药师为你进行导购，但是如果你半夜生病了还没有备用的药品，那么你能只能风风火火的跑去医院了，好多半夜的急性病都是因为时间耽误而延误了病情，有的甚至付出了生命，但是大多数人还是比较依赖药店的。网上购药是最近几年兴起的新型购买方式，让你足不出户都可以收到自己想要的药品，但是快递是一大弊端，总不可能生病了等着它几天后运过来吧黄花菜都凉了，而且需要较多资质才可以开店。申请开办网上药店的企业必须是连锁企业，并且通过 GSP 认证，有多家实体连锁药房；具备专业的信息化设备，能让消费者在网上方便自主的下单；具备完善的仓储和物

流体系。

(九)非处方自动售药机

非处方药自动售卖机占地仅 0.8 平方米，可以提供 24 小时药品自助零售服务，减少病人的病痛和满足消费者的需求。药店的配送中心可随时掌握当日药品销售情况，及时对药品数量和品种做出调整。非处方药自动售卖机在市场上具有巨大的潜力，但由于药品的特殊性，药品种类药品数量可放到 50 至 180 多种药。自动售药机主要销售应急类包括感冒、肠胃、晕车、解暑、消炎产品等 OTC 类药品，还有一些常用小药品创口贴、棉签等。购药者可以自助选购，它采用超大触摸显示器，显示器出现感冒类、消炎类、解热镇痛类等 9 大类药品，纸币 5 元、10 元、20 元和硬币 1 元、5 角支付方式都可(目前尚不具备使用医保卡的功能)，还增加了支付宝和微信支付，更好的让年轻人取药方便。点击选择药品名称，会显示药品批号、使用说明书、不良反应等详细资料，且药品价格与社会药店价格基本一致。非处方药自动售卖机是现代社会中的一种商务工具，在生活中个应用愈加广泛，综合分析现代自动售药机的研究现状和研究重点，并辅助说明了非处方药自动售卖机所处市场现状和对社会的影响。非处方药自动售卖机的发展目标是为社会带来最大的便利，这就要求不但要具备实现其本身固有的功能，更重要的是要求不会给社会和日常生活带来各种各样的负面影响。

非处方药自动售卖机在中国来讲才刚刚开始，是一片空白市场，有广泛的市场空间。自动售货机(Vending Machine, VEM)是能根据

投入的钱币自动付货的机器。自动售货机是商业自动化的常用设备，它不受时间、地点的限制，能节省人力、方便交易。是一种全新的商业零售形式，又被称为 24 小时营业的微型超市。能分为三种：饮料自动售货机、食品自动售货机、综合自动售货机。英文名称：Vending Machine 公元 1 世纪，希腊人希罗制造的自动出售圣水的装置是世界上最早的自动售货机。1925 年美国研制出售香烟的自动售货机，此后又出现了出售邮票、车票的各种现代自动售货机。现代自动售货机的种类、结构和功能依出售的物品而异，主要有糖果、饮料、报纸等自动售货机。一般的自动售货机由钱币装置、指示装置、贮藏售货装置等组成。钱币装置是售货机的核心，其主要功能是确认投入钱币的真伪，分选钱币的种类，计算金额。如果投入的金额达到购买物品的数值即发出售货信号，并找出余钱。指示装置用以指示顾客所选商品的品种。贮藏售货装置保存商品，接收出售指示信号，把顾客选择的商品送至付货口。一般售货机的钱币装置由投币口、选别装置、确认钱币真伪的检查装置、计算金额的计算装置和找钱装置组成。70 年代以来，出现了采用微型计算机控制的各种新型自动售货机和利用信用卡代替钱币并与计算机连接的更大规模的无人售货系统，如无人自选商场、车站的自动售票和检票系统、银行的现金自动支付机等。

自动售货机是一种全新的商业零售形式，20 世纪 70 年代自日本和欧美发展起来。它又被称为 24 小时营业的微型超市。在日本，70% 的罐装饮料是通过自动售货机售出的。全球著名饮料商可口可乐公司在全世界就布有 50 万台饮料自动售货机。在日本全国各地，共设有

550 万台自动售货机(据 1998 年的统计),销售额达 6 兆 8969 亿 4887 万日元,为世界第一。在售货机的显示屏幕上进行操作,输入商品号码和购买数量,并投入钱币后,商品就会从取货口出来,甚至从食品自动售货机上还能买到热呼呼的面条和米饭团。虽然日本的自动售货机总台数低于美国(据 1997 年的统计为 689 万台),但是,从人口占有数来看却是世界上最高的,美国平均 35 人占有一台,而日本为 23 人占有一台。17 世纪,英国的小酒吧里设有了香烟的自动售货机。在自动售货机历史的长河中,日本开发出实用型的自动售货机,那是在进入本世纪后的事。日本第一台自动售货机是 1904 年问世的“邮票明信片自动出售机”,它是集邮票明信片的出售和邮筒投函为一体的机器。自动售货机的真正普及是在第二次世界大战以后。50 年代,“喷水型果汁自动售货机”大受欢迎,果汁被注入在纸杯里出售。后来,由于美国的饮料大公司进入日本市场,1962 年,出现了以自动售货机为主体的流通领域的革命。1967 年,100 日元单位以下的货币全部改为硬币,从而促进了自动售货机产业的发展。

四、调查问题与研究

晚上买药时药店即使有人但是也会锁门,需要等待店员把门打开后才可以买到药物,中间会需要一段时间。

现在大学一般都建在郊区,有的地方学生买药比较困难,晚上就更不用说了医务室关门了。

高速服务区火车站内飞机场内忽发症状感到不适时,买药时的不

方便。

五、调查总结

总体来说，现在买药是比起以前方便多了，但是还要好多欠缺的地方，如果问当今社会买药是否存在便捷性与时效性时，还是不完全存在的，还有还多方方面面的地方没有涉及到。现在社会的发展越快，人们的生活节奏也越来越快，身体的负荷愈渐加重长期处于亚健康状态，所以药物是尤为重要的。

通过本次对购买药品方式的调查研究以后，希望人们可以在生活中更加快捷方便安全的购买到她们所需要的药品。在现实的生活中的特殊情况下，人们不能及时准确的购买到自己所需要的药品，往往造成了许多不可挽回的事故，更有人为此付出了生命的代价后悔莫及。通过对消费者购药品的几种方式进行调查研究，对比出了几种购买方式的优劣，希望在以后的生活中可以真正的做到用药的便捷性与时效性。

六、结束语

经过了几个月的搜集资料，调查研究，我们这份《大数据时代消费者购药便捷程度现状以及创新对策》总是基本完成了，虽然这份调查报告在许多方面仍不完善，但我们心里还是很高兴的，也正是寄着这一点点心理上的满足，我们才得以在人手和时间都不充裕的情况下完成了这份报告。

首先，我们要感谢在我们完成调查工作过程当中，给予我们支持和配合我们工作的许多老师与朋友们，尤其是指导老师许惠惠。多亏了她的悉心指导才使我们能顺利完成。在这里我们要对他们表示我们最衷心的感谢。

在看过这份调查报告之后，不知道您对我们提出的一些观点是不是都能够认可，如果这里面有一些您认为不妥的地方，还希望能得到您的包涵和谅解。在进行这个课题的调查之前，我们已经对网上购药有了一定的了解与认识，再加上身边发生的一些事情给了我们一些触动，于是我们选择了这个课题。在开始进行这个课题的调查之后，在指导老师的带领下我们运用科学的调查方法，对消费者购药便捷程度等相关内容进行分类调查，并认真地把所得信息进行准确地分析，总结。在此我们希望用自己的调查，把发展自动售药机的利与弊展现在那些原本对这些不是很了解的人们面前。

附录一：

关于消费者购药现状的问卷调查

消费者朋友们：

你们好！本次调查问卷的目的是为了调查广大消费者朋友们能否安全用药，快捷用药，是否能接受新的购买药品的方式。为此我们设计本调查问卷。请在题后的（ ）中写上相应的答案。

性别：

职业：

1. 您一年中购买多少次药品？（ ）

A. 1-10 次 B. 11-50 次 C. 51-100 次 D. 0 次

2. 您通常用哪种方式购买药品？（ ）

A. 药店 B. 互联网 C. 自动售药机 D. 没买过

3. 离您最近的药店距离是多少？（ ）

A. 50 米以内 B. 500 米以内 C. 1000 米以内 D. 附近没有

4. 您觉得您现在购买药品的方式便捷么？（ ）

A. 不满意 B. 一般 C. 满意 D. 非常满意

5. 您会在药店店员的指导下购买药品么？（ ）

A. 不会 B. 很少会 C. 经常会 D. 从来都是

6. 您附近有 24 小时营业的药店么？（ ）

A. 有 B. 没有

7. 在紧急突发情况下您能及时的购买到您所需的药品么？（ ）

A. 能 B. 不能

8. 您会在家中会提前准备常用药品么？（ ）

A. 不会 B. 很少会 C. 经常会

9. 您在家中是否经常检查药品的效期？（ ）

A. 不会 B. 很少会 C. 经常会

10. 您觉得互联网购买药品安全么？（ ）

A. 安全 B. 不安全

11. 您是否区分药品和保健品？（ ）

A. 能 B. 会混淆 C 不能

12. 您是否会按照药品说明书来服用药品（ ）

A. 不会 B. 会

13. 您是否在服用药品后有过不良反应 ()

A. 有过 B. 没有过

14. 您是否使用过非处方自动售药机? ()

A. 使用过 B. 没见过 C. 听过见过没用过

15. 您是否能接受自动售药机这种新型的购买药品的方式? ()

A. 能 B. 不能

□

G1. 评审委员会预审意见粘贴处

G2. 评审委员会终审意见粘贴处

晋韵药食同源养生保健责任有限公司

药膳康 APP

——融入非遗知识和健康生活理念的云端智慧健康技术服务平台

商业计划书

二〇二〇年七月

目 录

第一章 执行总结.....	1 -
1.1 创业机会.....	1 -
1.2 公司概况.....	1 -
1.2.1 公司介绍.....	1 -
1.2.2 项目介绍.....	2 -
1.3 目标市场.....	2 -
1.4 竞争分析.....	3 -
1.5 营销策略.....	3 -
1.5.1 创立品牌.....	3 -
1.5.2 精心宣传.....	3 -
1.5.3 对象明确.....	4 -
1.6 投资与财务.....	4 -
1.7 公司战略.....	4 -
1.7.1 发展战略.....	5 -
1.7.2 竞争战略.....	5 -
1.7.3 研发战略.....	5 -
1.8 组织与人力资源.....	5 -
第二章 产品与技术.....	6 -
2.1 项目背景.....	7 -
2.2 理论介绍.....	8 -
2.2.1 药膳的概述.....	8 -

2.2.2 食疗的概述.....	9 -
2.2.3 药膳和食疗的区别.....	10 -
2.2.4 软件中药膳食疗配方的来源及分类.....	10 -
2.2.5 药膳食疗配方的分类.....	11 -
2.2.6 中医体质量表.....	12 -
2.3 产品介绍.....	13 -
2.3.1 APP 主要功能.....	13 -
2.3.2 技术支持.....	18 -
第三章 市场分析.....	19 -
3.1 政策支持.....	19 -
3.2 产业发展趋势.....	20 -
3.3 竞争分析.....	20 -
3.3.1 产品竞争分析.....	20 -
3.3.2 创新与亮点.....	20 -
3.3.3 公司竞争分析.....	21 -
3.4 竞争优势分析.....	21 -
3.4.1 技术优势.....	21 -
3.4.2 经济效益.....	22 -
3.4.3 社会效益.....	22 -
3.5 竞争劣势分析.....	22 -
第四章 市场营销.....	22 -
4.1 产品策略.....	23 -

4.2 价格策略.....	- 23 -
4.3 渠道策略.....	- 23 -
4.4 市场推广策略.....	- 23 -
4.5 品牌策略.....	- 23 -
4.6 网络策略.....	- 24 -
第五章 机遇和风险.....	- 24 -
5.1 机遇.....	- 24 -
5.2 可能产生的风险.....	- 25 -
5.3 投资出路与退出机制.....	- 25 -
第六章 团队组织.....	- 26 -
6.1 团队概况.....	- 26 -
6.2 团队口号.....	- 26 -
6.3 团队成员.....	- 26 -
5.4 专家顾问团.....	- 28 -
5.5 指导老师.....	- 28 -
附录.....	- 30 -
市场调查问卷.....	- 30 -
证明材料.....	- 32 -

第一章 执行总结

1.1 创业机会

新冠肺炎疫情发生以来，截至2020年5月31日24时，31个省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团累计报告确诊病例83017例，累计治愈出院病例78307例，累计死亡病例4634例，治愈率94.3%，病亡率5.6%。治愈率这么高，中医药功不可没，在抗疫实战中发挥了不可替代的重要作用！

中华药膳是华夏中医学的一个重要组成部分，更是华夏先祖遗留下来宝贵的文化遗产。药膳发源于我国传统饮食和中医食疗文化，是在中医学、烹饪学和营养学理论的指导下，将110味药食同源中药材与某些具有药用价值的食物相配，采用特色烹调技术和科学方法制作而成，具有**色、香、味、意、形、效**的中华药膳美食！它“寓医于食”，既将药物作为食物，又将食物赋以药用，药借食力，食助药威，二者相辅相成，相得益彰；既具有较高的营养价值，又可防病治病、保健强身、延年益寿。

2020年新冠病毒疫情把健康产业推向全球高峰。今天，在人类生活水平和质量不断提高的促进下，民众的自我保健观念发生了根本性的转变，未病先防，既病防变，**免疫力才是人生最核心竞争力**，病愈防复的全面预防思想更加深入人心。

药膳食疗不再是属于专业人士的名词，而是随着平常老百姓的关注而走进了千家万户。但与此同时，当代大众对药膳养生的概念只是略有耳闻，知道药膳养生对身体好，却不知道其中的禁忌、药膳的特性（温热、刺激、清淡、甘平等）。

1.2 公司概述

1.2.1 公司介绍

公司选址在太原市综改区内，开设晋韵药食同源养生馆。养生馆对外营业，在中医辨证配膳理论的指导下，提供药膳推荐、药膳科普等服务，还有中药药浴、中药熏蒸等增值服务。

公司名称：晋韵药食同源养生保健有限责任公司。

公司性质：有限责任公司。

公司理念：向社会提供优质的药膳食疗服务，提高人类健康水平。

公司宗旨：为客户带来飞跃，为股东带来效益，为高校解决困难，为员工带来福利。



公司商标



A P P

公司文化：“学习·创新·获益·团结·诚信”

1.2.2 项目介绍

公司开发的“药膳康”APP，它推广“治未病”健康医学，通过帮助用户深入了解自身体质，选择合适的食物进行调养，真正实现“食疗”、“食养”。众所周知，“是药三分毒”，而公司开发的“药膳康”手机应用软件所要做的，就是通过“不用药”，即把疾病“扼杀于摇篮中”，使得用户对自己的身体健康有更好的把握和保障，解决日益受社会重视的养问题，为人类提供尽善尽美的和谐生活。

1.3 目标市场

我公司将以社会中高层收入者为重点服务对象，同时面向全社会营业。为厌倦或讨厌每日做饭、又喜欢顿顿吃健康美食“惜时如金”的精英用户，精准细致化解决最大生活痛点需求.....

公司以中华民族传统的中医药为依托，不断创新、发展，重点研发推广“膳待人生”的市场应用。公司通过开设药膳食疗服务店的形式，以咨询为开始，在中医理论指导下，结合药膳临床和餐饮行业实际需要，分析、总结出适合于普通大众的药膳资料，采用类似家庭医生模式，通过制定养生保健方案，提供点对点服务，包括膳食指导、养生知识学习等，同时针对大众对养生知识的渴求，开设八珍药膳养生培训班等多种服务内容。

1.4 竞争分析

目前市场极度缺乏“形象普及中药文化”、“按需定制体质药膳”的互联网产品，且药膳乱用情况普遍。目前市面上关于药膳的 APP 较少，并且随着互联网的发展，查阅药膳书籍的人越来越少，所以迫切需要科普药膳知识 APP。所以，我们创业团队利用中医药在养生保健方面的优势，成立晋韵药食同源养生保健有限责任公司。依托山西药科职业学院的优势，结合食品营养学知识，通过王琦量表测试并精选古书关于中药取象比类等知识，借助大数据，开发出药食同源 APP。该软件将食疗养生食谱以更加形象、具体的形式展现在用户面前，指导人们如何食用日常食物调理身体，使得健康得到保证，从而提高生活质量。

1.5 营销策略

公司的经营好坏，将绝大部分由市场情况决定，我们的市场情况就是顾客光临的次数、对服务的满意程度以及能否引起多次光顾的惯性消费，故公司怎样制定针对我们顾客的营销策略会对公司的发展扩大起到至关重要的作用。为此，我们准备了三大策略：

1.5.1 创立品牌

打造“晋韵药食同源”品牌，积极扩大品牌知名度和影响力。

1.5.2 精心宣传

通过报纸、传单、上门推销、电台、电视等多渠道进行全方面的广告，务求迅速打响知名度，产生品牌效应。使广大消费者认识到我们公司服务的优势、信任我们的服务。

1.5.3 对象明确

在公司成立的初期以服务免费试用为主要市场突破口，找有影响力，社交关系广泛的数位顾客提供一个月免费服务，以求迅速达到积累口碑，锁定相关客户群的目的，并在整个太原市范围内打响知名度。同时，积极为以后开设连锁加盟店积累资本，扩大知名度，并进一步不断加大广告的投入，为进军全国市场打下基础，同时通过我们的反馈体系，通过消费者反馈的意见和建议，不断研发、改进服务内容。

全国市场拓展期间：在基本占领太原市及山西市场的基础上，我们将不断扩大经营范围，这包括：一、经营地点的对外辐射-以太原市为中心，逐渐扩大到整个华北地区，并继而向全国辐射；二、经营项目的不断扩大，在保持技术领先的同时，以中国传统的中医药文化为核心，以市场和当地特殊环境为反馈，调整、增设多种保健服务。

1.6 投资与财务

公司选址在太原市综改区内，享受房租补贴政策。本公司创业需要融资 400 万元，其中风险投资 150 万元，山西药科职业学院投资 60 万元，团队成员自筹 90 万元以及银行贷款 100 万元。具体为前期一次性投入 170 万元，工资 140 万，公司日常支出 90 万元，通过对公司 5 年内的财务情况的预计进行分析（三大报表），可知公司的偿债能力、营运能力以及盈利能力都十分强，公司投资方案可行。

公司第二年估计盈利 249.03 万元；第二年经营利润率为 11.35%，以后每年呈递增趋势；第二年投资回报率为 56.33%；第二年资产增长率为 283.01%；总资产报酬率为 208.02%，投资回收期为 2.30 年；分红为净利润的 40%，其中预计第四年分红金额为 428.30 万元，第五年分红金额为 1196.66 万元，分别为投资股本的 142.77%、398.87%。

风险资金最好在第三到第五年之间采用收购方式撤出。

1.7 公司战略

本公司战略包括发展战略、竞争战略和研发战略。

1.7.1 发展战略

注重短中期目标与长期目标的结合。

短中期目标是在以太原市为中心的整个山西地区的主要城市形成一定的规模，扩大我公司的影响力，打出本公司的品牌形像(5年内)。

长期目标是逐步拓宽我公司服务的领域，同时将我公司的服务以连锁加盟的形式在整个华北地区推广，继而向全国和部分国外地区推广(10年计划)，形成以山西省为中心的跨国经营集团公司。

1.7.2 竞争战略

采取提高服务质量、节约服务成本、创新服务内容三大途径，不断提高公司的竞争力。

1.7.3 研发战略

通过利用资源优势，紧跟市场需求，保证研发投入的三大原则，保证公司的生命力。

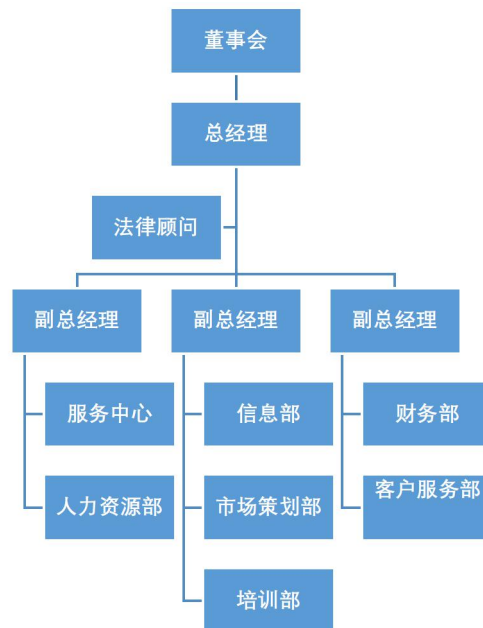
1.8 组织与人力资源

公司董事会为公司最高权力及决策机构。董事会任命总经理以及副总经理，其他部门负责人由公开招聘、择优录取的方式任命。

公司组织机构采用直线性职能机构。这样既保证了统一指挥的优点，又吸收了职能式专业分工的长处，可使公司更好的发展。

公司处于不同阶段，公司所设置的部门将有所调整，随着公司的发展，公司组织结构将更为合理、更为专业。创业初期，考虑到协调管理便利、节约管理费用、命令传达通畅等因素，公司整体机构设置不宜庞大。

如图所示(见下页)：



董 事 长： 决定公司的中长期发展战略，主持召开股东大会

总 经 理： 根据董事会的战略思想制定公司近期战略，管理公司的日常运作，
直接对董事会负责。

副 总 经 理： 传达董事会和总经理的决议，具体分管公司的日常运作，

法 律 顾 问： 解决公司在经营管理所遇到的法律问题。

服 务 中 心： 负责公司日常经营服务，调配相关人员工作。

人 力 资 源 部： 负责公司人员安排

信 息 部： 负责收集市场信息

市 场 策 划 部： 负责产品的广告，促销，营销计划的制定及实施。制定公司扩展
计划。

培 训 部： 负责相关业务人员和医师的招收、培训等。

财 务 部： 负责公司日常经济业务核算，决策。

客 户 服 务 部： 负责接待客户、处理客户意见，反馈客户信息。

第二章 产品与技术

2.1 项目背景

2016 年，中国之声《全国新闻联播》报道，统计资料显示，巨大的工作压力导致我国每年“过劳死”的人数达 60 万人，已超越日本成为“过劳死”第一大国。根据中山大学发布的《中国劳动力动态调查：2017 年报告》，在中国，超过 40% 的人每周工作超过 50 小时，每月工作天数 29 天或以上的比例超过三成，近三成人，站在过劳死的边缘。2016 年，年仅 34 岁的天涯社区副主编金波突然晕倒，最终没能苏醒过来；2017 年 2 月，大禹节水创始人王栋因突发心脏病医治无效逝世，享年 53 岁；2018 年 10 月 20 日，大特保 CEO 周磊因突发心脑血管疾病于上海逝世，年仅 45 岁；2019 年 8 月 4 日，思源企业创始人陈良生先生在郑州因病医治无效不幸离世，终年 51 岁。2020 年 2 月 7 日，南京市中医院党委委员、副院长、新型冠状病毒感染的肺炎防治指挥部副组长和工作小组组长徐辉，在疫情防控中，她身先士卒、忘我工作，连续奋战 18 天，因突发疾病抢救无效不幸逝世，享年 51 岁。这些都是大名鼎鼎的企业家和行业精英，他们都创立或者带领着令人尊敬的企业，他们同样拥有财富和名声，但他们都在超负荷地运转中让自己付出了健康甚至生命的代价。2015 年，国内权威智联招聘发布研究报告，仅有 28.6% 的白领表示八小时的工作时间之外不需要加班，24.3% 的白领平均每周需要加班 1-3 小时。平均每周加班时间在 3-5 小时的白领比例为 12.2%，加班时间为 5-10 小时的白领占 12.8%。11% 的白领表示平均每周加班时间在 20 小时以上，这一部分白领的工作时间已经接近“996”的模式（朝 9 晚 9，6 天/周）。



作为保障人们生命安全的医疗体系，在整个社会中起着重要的作用，但是随着人与大自然协调发展观念的进一步深化，人们越来越重视与自然的和谐，开始

逐步转向生活保健，而不是等到生病了才去医院就诊。况且人们对药物的巨大副作用也越来越注意。基于上述背景，日益认同与推崇中医传统的进补方法具有极大的拓展空间。

古老的中医药文化是一个取之不尽、用之不竭的宝库，而王琦体质量表、药食同源思想、也得到了国际社会的广泛认可。我们根据这个情况，利用山西药科职业学院在理论和实践方面的强有利支持，成立了晋韵药食同源养生保健有限责任公司。应用中医辨证配膳理论指导养生保健，在全球范围内具有领先性，对于促进我国医疗事业的发展、提高人们的健康水平、减轻国家财政负担等方面，都具有长远的经济效益和社会效益。

2.2 理论介绍

2.2.1 药膳的概述

我国药膳是在中医理论指导下，用药物和食物相配合，通过烹调加工，具有防病治病，保健强身作用的美味食品。这种食品是在继承和发掘祖国“饮食疗法”的基础上，不断加以总结和提高，使之更加理论化、系统化和科学化，以适应社会消费和工业生产的需要，逐渐形成的一门独特的学科。中医对药膳的应用，是根据中医的脏象学说、经络学说和不同人员的体质、天时地理之异，以及导致疾病的病因、病理，疾病所表现的症状，乃至中医的治疗原则等理论进行辩证施膳的。它的特点有以下几方面：

①辩证论治施膳

辩证论治，是施药膳的重要特点。依据中医理论学说，对每一个病种都应做到“组药有方，方必依法，定法有理，理必有据”。不仅用药如此，在食物的选择上也是如此，必须运用辩证的方法和论治原则，在正辩证的基础上，采取相应的治疗方法，选药组方或选食配膳，才能取得预期的效果。

②药膳是保养脾胃的佳品

药膳的应用，即重点是滋补脾胃的。《素问·藏气法时论》说。“毒药攻邪，五谷为养，五果为助，五畜为益，五菜为充，气味合而服之，以补精益气。”我们的祖先早就认识到用“谷、畜、果、菜”相配合，来调养身体。治疗脾胃的药

膳是很多的，如：参枣米饭，有治疗元气大虚，养血安神之功效。茯苓包子中的茯苓，是健脾除湿的要药。山药面、淮药泥、白茯苓粥、大枣粥，都是健脾益气药膳，常服使人健康益寿。

③重视药膳性味与五脏的特定关系

药膳是用药物与食物烹制而成的，因此，药膳是具有四气五味的。不同的药膳，具有寒、热、温、凉四种不同的性质。古人治病的原则，是“寒者热之，热者寒之”。这就是说，得了热病的人，要用寒药；得了寒病的人，要用热药。使用药膳也是这个原则，寒病用热性药膳，热病用寒性药膳。如夏天遇到温热疫毒，则可选用双花饮、绿豆粥等药膳。冬季出现寒症的病人，可选用当归生姜羊肉汤、龙马童子鸡等药膳。中医学的五味，是指酸、苦、甘、辛、咸五种味。药膳中也是具有这五味的。《素问·至真要大论》说：“辛甘发散为阳，酸苦涌泄为阴，咸味涌泄为阴，淡味渗泄为阳。”这里说明辛甘淡味为阳，酸苦咸为阴。《素问·藏气法时论》说：“辛酸甘苦咸，各有所利，或散、或收，或缓、或急，或坚、或软，四时五藏，病随五味所宜也。”也就是说，辛味具有宣、散、行气血的作用。

④药膳形是食品性是药品

药膳食品是以中药材为原料，与食物调料，采用传统制作方法，结合现代先进的食品生产工艺加工而成。它既不同于一般食品，又不同于药品。它形是食品，性是药品。它是取药物之性，用食物之味，共同配伍，相辅相成，起到食借药力，

药助食功的协同作用，收到药物治疗与食物营养的双重效应。药膳食品的剂型，为菜肴、饮料、糕点、罐头等，它不同于膏、丹、丸、散，但发挥其所长，在防治疾病上，和其他剂型可收异曲同工之效。良药不苦口，食之味美，观之形美，效在饱腹之后，益在享乐之中。

2.2.2 食疗的概述

食疗(食物疗法)，又称食治，即利用食物来影响机体各方面的功能，使其获得健康或愈疾，防病的一种方法。通常认为，食物是为人体提供生长发育和健康生存所需的各种营养素的可供食性物质。也就是说，食物最主要的是营养作用。其实不然，中医很早就认识到食物不仅能营养，而且还能疗疾祛病。如近代医家张锡纯在《医学衷中参西录》中曾指出：食物“病人服之，不但疗病，并可充饥；

不但充饥，更可适口，用之对症，病自渐愈，即不对症，亦无他患”。可见，食物本身就具有“养”和“疗”二方面的作用。而中医则更重视食物在“养”和“治”方面的特性。目前，中医食疗，作为一种比较理想而有效的医疗保健方法，越来越受到我国医药学和营养学界的重视，并已成为现代人体医疗保健综合措施中的一个重要组成部分。

2.2.3 药膳和食疗的区别

食疗不强调膳食的色、香、味、美，强调治病，有的食疗菜品盐都可以不放；药膳则强调美味可口，把过去良药苦口变成“良药可口”，以达到药借食力、食助药功的效果。现代“药膳”与古代“食疗”的区别与联系。现代药膳是在古代食疗的基础之上发展、创新而来的，但又不同于古代食疗，古代食疗是“以食言疗”，是宫廷或达官贵人的个人行为；现代药膳是药材和食材的结合，是在改革开放后人民生活水平大大改善的基础上，从以治病为主转变为以防病、保健强身为主，治病为辅的大众化商品，成为为人民大众服务的美味佳肴。并随着时代的发展，现代药膳已成为在中医学、烹饪学、营养学理论指导下将药材与精选食材相结合，经过药膳师烹饪加工而成的，具有防病、治病、保健强身和具有一定色、香、味、形的美味食品。古代的食疗是在中医理论指导下，借助“药食同源”的食物来调养身体、治疗疾病的，应用的对象是病人；而随着时代的发展，现代药膳更强调对健康、亚健康人群的防病和保健强身，治疗疾病成为其次要功能。同样，现代作为商品销售的药膳更强调色、香、味、形，追求“良药可口”，而作为食疗使用则不注重烹饪技能的使用，有时甚至于不加盐。总之，现代药膳是对古代食疗的继承和发扬，并结合时代的特点进行了现代化、科学化的创新，是从古时的治病为主转化为新时代情况下防病和保健强身为主、治病为辅，更强调色、香、味、形，追求“良药可口”的美味佳肴。

2.2.4 软件中药膳食疗配方的来源及分类

①软件中药膳食疗配方的来源

“药膳康”手机应用软件中收录配方全而且来源广泛。收录药膳配方 994 方，其中 707 方来源于 196 部古今医学典籍。其中 287 方无明确出处，为人们在长期的生活中不断总结出的膳方。

药膳配方来源及配方数（部分）

来源	配方数	来源	配方数	来源	配方数	来源	配方数
本草权度	1	医学集成	1	慈航活人书	1	摄生秘剖	3
同寿录	1	喉科心法	1	袖珍方	1	仙拈集	3
千家妙方	1	古今医鉴	1	千金要方	1	和剂局方	3
冷庐医话	1	中藏经	1	本草纲目拾遗	1	民间方	3
医学集成补遗	1	备急方	1	审视瑶函	1	补缺肘后方	3
资生录	1	民间食谱	1	备预百要方	1	奇效良方	3
士材三书	1	顾松园医镜	1	医学正传	1	证治要诀	3

②“药膳康”手机应用软件中收录食疗配方共 765 方，其中 607 方来源于 150 部古今医学典籍。其中 158 方无明确出处，为人们在长期的生活中不断总结出的配方。

食疗配方来源及方剂数（部分）

来源	配方数	来源	配方数	来源	配方数	来源	配方数
本草权度	1	千金方	1	岭南采药录	1	外台秘要	4
医方类聚	1	本草拾遗	1	兵部手集方	1	普济本事方	4
证治准绳	1	万氏家抄方	1	本草经疏	1	醒园录	4
活人心镜	1	医学启源	1	瑞竹堂经验方	1	肘后方	4
日用本草	1	良方合璧	1	临证会要	1	泉州本草	5
经验广集	1	抱朴子内篇	1	医学碎金录	1	食疗本草	5

2.2.5 药膳食疗配方的分类

① 按药膳食疗的工艺特点分类

流食类：

- (1) 汁：如鲜荷叶汁、鲜藕汁等；
- (2) 饮：如《圣济总录》姜茶饮等；
- (3) 汤：如《千金方》葱枣汤等；
- (4) 酒：如枸杞酒、木瓜酒等。半流食类：
 - (1) 膏：如《积善堂经验方》乌发蜜膏等。
 - (2) 粥：如《圣济总录》枸杞羊肾粥等。
 - (3) 糊：如藕粉、菱角粉之类。
 - (4) 羹：如治疗产后乳少的猪蹄通乳羹等。

固体类：

- (1) 糖果：如《随息居饮食谱》柿霜糖等。
- (2) 饭食：如茯苓饼、八珍糕等。
- (3) 菜肴：如香椿鱼、冬虫草鸭等。

② 按原料属性分类

- (1) 果品类；(2) 蔬菜类；(3) 肉食类；(4) 酿造类；
- (5) 谷物类；(6) 水产类；

③ 按功效属性分类

- (1) 解表类；(2) 清热类；(3) 祛暑类；(4) 祛风湿类；(5) 和解类；
- (6) 泻下类；(7) 理血类；(8) 止血类；(9) 补益类；(10) 安神类；
- (11) 祛风类；(12) 祛痰类；(13) 治风类；(14) 制燥类；(15) 温里类；
- (16) 消食导滞类；(17) 固涩类；(18) 止咳平喘类；(19) 驱虫类；
- (20) 解酒类；

2.2.6 中医体质量表

1987 年，王琦等在论文中首次明确提出中医体质概念，随着 1995 年《中医体质学说》的出版，这一概念最终确定下来，正式作为一个学科来发展。偏颇体质状态影响个人的健康状况与疾病的易罹性和倾向性，平和体质是保持健康的重要基础。因此预防疾病发生过程中，需应对不同偏颇体质采用不同的精神调摄、饮食养生等。如今国家正大力支持、推广“治未病”健康医学，而“治未病”的

基础就是体质辨识。因此，养生要先从了解自身开始，每个人都可能偏向一种或多种体质，确定每个人的体质就成了药膳推荐的基础和关键。

2.3 产品介绍

2.3.1 APP 主要功能

□导入页：打开客户端进入导入页，向上滑动进入首页。

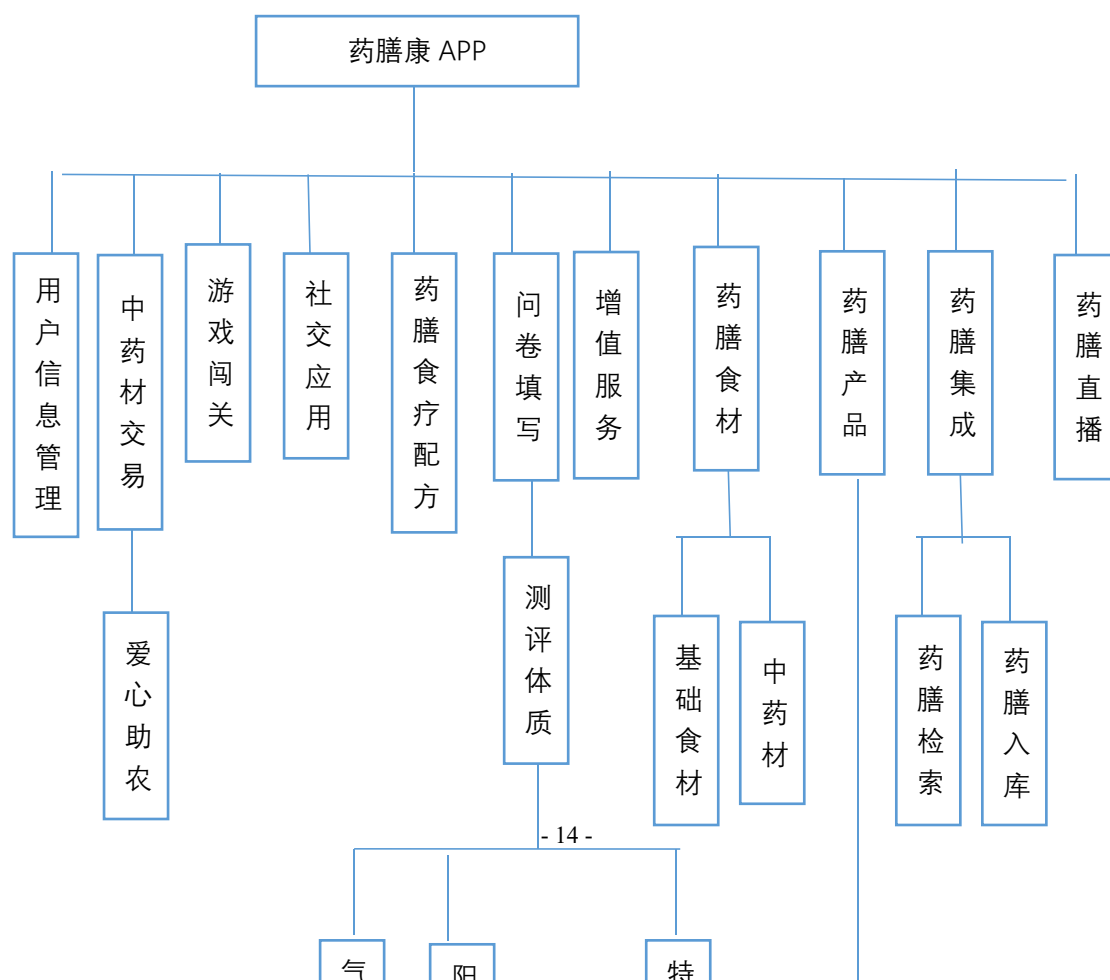


□注册登录页面：

注册分手机注册、邮箱注册两种方式；

登录可通过第三方账号新浪、腾讯、抖音登录。

每日登录可获得积分奖励。



.....

.....

□中医体质辨识功能：APP 会提供一套最专业的体质量卷，在用户填写完问卷之后，系统设计相应的算法对问卷结果进行计算并分析；最后，不仅会给出用户的体质情况分析结果，还会对其他体质进行一个简单的科普。最后，将用户体质信息数据进行对应的数据分析与数据挖掘，得出适应于用户需求的食物推荐和药膳配方。

儿童中医体质辨识	0-6 岁儿童七种体质：脾虚质、热滞质、积滞质、湿滞质、异禀质、生机旺盛质、心火偏旺质
成年中医体质辨识	成年人九种体质：平和质、阳虚质、气虚质、痰湿质、湿热质、阴虚质、血瘀质、气郁质、特禀质
孕妇中医体质辨识	具有孕产妇（孕前、产前、产后）分别进行药膳食疗管理指导。
五态人格辨识	依据《黄帝内经》中《通天篇》所论的“五态人”分类，既：太阴之人，少阴之人，太阳之人，少阳之人和阴阳合平之人。通过人格量表的人机交互，软件自动分析各人格特征的阴阳含量，并与常模比对，确定人格特征的类型。
中医五态体质辨识 养生方案	自建人格测定类型量表，是目前国内 全面测量，研究中医阴阳气质的量表，广泛应用于临床和科研等诸多方面，针对全部人群做一个测试。

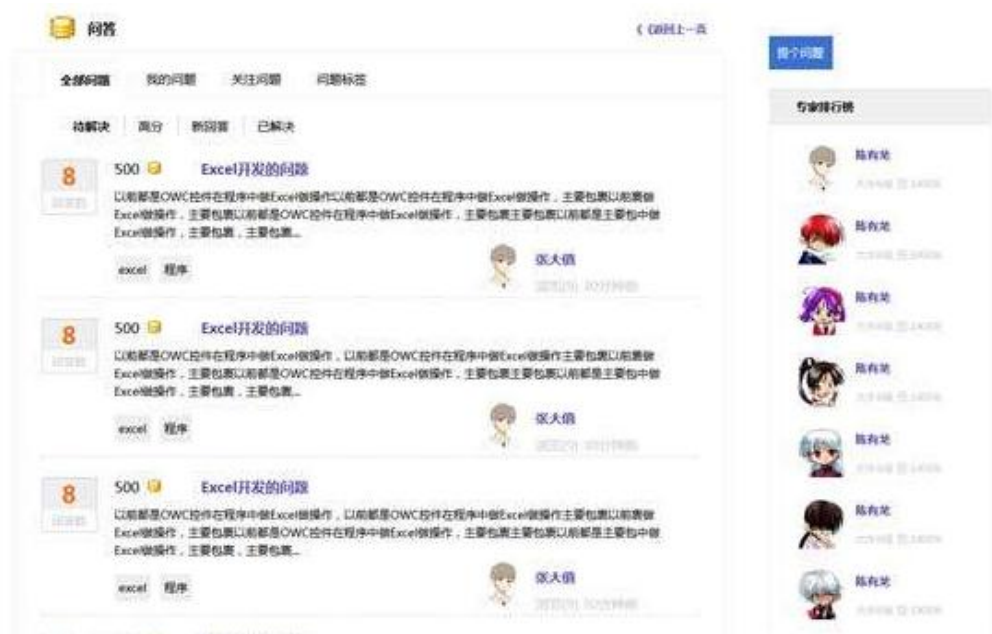
中医体质辨识表（部分）

□游戏闯关功能：药膳康 APP 是以游戏为载体的科普类药膳知识软件。游戏方式以闯关为主，玩家会扮演一个普通人度过自己的一生，在游戏生活过程中，

身体会出现各种各样的不适状况，玩家一开始会在教学的引导下搭配出合理的药膳进行调理。随着游戏的深入，玩家需要根据自己的症状、体质、年龄等各方面因素为自己搭配药膳，系统会根据特定的算法对玩家搭配出来的药膳调理效果进行打分，分数越高关卡奖励就越多。随着进度的进行，玩家需要照顾的不仅是普通人，还需要照顾孕妇、孩子、老人等，这些人群身体状况较为复杂，禁忌较多，搭配出合理药膳的难度也就越大，需要玩家对药膳知识的理解更加深入，无形中达到了科普的目的。



□论坛功能：系统提供论坛功能，玩家可以在论坛中讨论各自对药膳的理解和心得，定期由管理员来审核内容，保证内容的健康。论坛部分主要有发帖、评论、收藏等功能。用户如果想要分享自己的养生知识或者有疑问想和其他用户讨论，可以直接点击发表帖子按钮，跳转到发帖页面，从而发表自己的看法，发表后的帖子保存在数据库中，出现在论坛首页，用户可以在自己的帖子下看到其他用户的评论，并与其他用户进行交流。



论坛界面图

□药膳集成数据采集功能：数据包括药膳名称品名、生产地、功效、食材药材、暂存仓库等），自动录入物料信息数据库。

□中药材回收交易功能：该模块根据系统中中药材库存数据实时采购进行药材入库，集采购、质检、运输、仓储、溯源、销售等多元化服务于一体，实现业务精准对接。

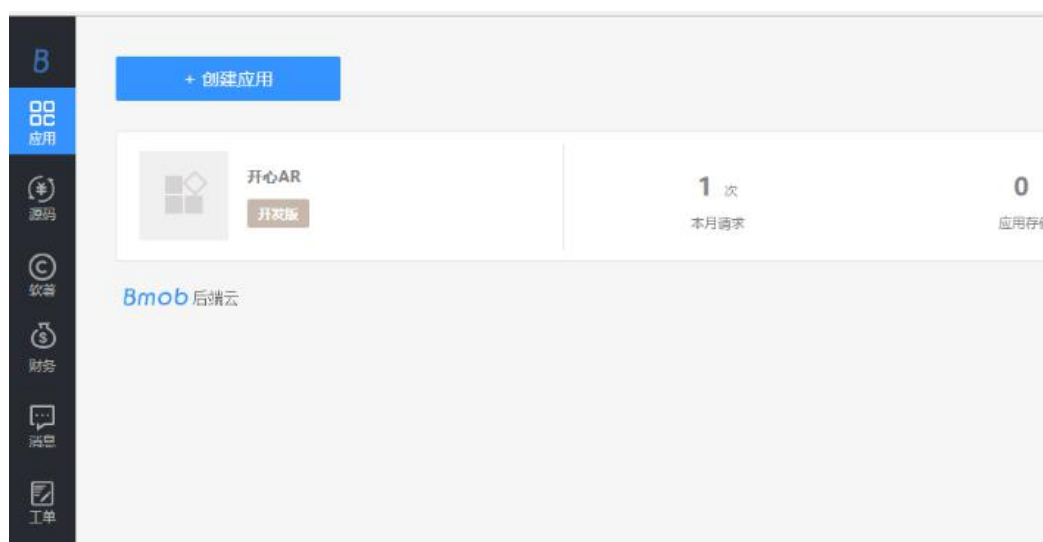
□同城送膳：享有定制药膳系列产品的输送服务，如，提供药膳糕点，日常饮用药膳茶茗；为血糖高人群提供抗糖饼干降低血糖值；为不同需求者定制汤膳食疗套餐等。依仗与顺丰速运在全国范围内的高速物流链条（冷鲜链条），能够将膳食成品第一时间送到用户手中。

□药膳直播：赶搭直播新风潮，与中医药、大健康产业和直播电商等平台整合，中医师、营养师、当红主播等一起为传统中医药滋补产品进行场景化营销，推介传统高端滋补产品，为药膳产业“代言”，进行健康养生“直播带货”。

2.3.2 技术支持

①云技术

云技术指在局域网或广域网内将硬件、软件、网络等一系列资源统一起来，实现数据计算、储存、处理和共享的一种托管技术。本系统应用云技术将用户的健康数据及中医健康知识等庞大的数据存至云健康数据中心，系统具有良好的并发性和稳定性，用户可以在任一时刻、任一地点快速地访问数据库中的信息。针对用户的健康数据，采用云计算等进行挖掘，并对其进行管理与分析。通过对这些数据进行分析研究，可以制定针对不同用户的健康反馈信息和个性化的中医调养服务方案。由于药膳康APP有大量的后台数据需要存储在服务器端，所以需要一个稳定、安全的服务器后台是非常必要的。出于安全和开发成本的考虑，药膳康APP采用的是Bmob后端云服务，Bmob后端云有着消息推送、即时通信、安全验证、备份还原、团队管理等多种功能，既迎合了团队开发的需要，又保证了后台数据的安全，一定程度上降低了软件的开发成本。药膳康APP将用户账户信息、食物图鉴、药膳配方等数据存储在云端服务器，既保证了数据存储的安全、可靠，又省去了大量的代码编写，因为只需简单地创建规定格式的Java类即可在Bmob后端云生成对应数据表。繁琐的增、删、改、查功能的代码也只需要调用云端的API即可，节约了大量的开发成本。



Bmob 后端云

②挖掘分析

数据挖掘的主要任务是从海量的数据中发掘出数据间隐藏的规律或者关系，从而运用这些规律指导实践。在医疗卫生领域数据挖掘技术有着广阔的前景。随着医疗信息化的普及，医疗健康领域正积累起海量的健康数据，根据这些数据开发更有效的医疗产品，根据市场需求研发新产品，帮助医生进行临床决策等。药膳康 APP 需要对每个用户进行各个体质的分数计算，转化分换算并根据转化分进行体质类型判定。为了减轻服务器端的负担，这些功能在表示层已经实现。得到用户 9 种体质的转化分后，系统会根据分数判断出用户的体质，然后和数据库中食物信息和药膳配方进行比对，根据不同体质筛选出合适的食物和药膳，做出个性化的推荐方案。用户每次体质测试可能会有不同的结果，每次测试算出的体质倾向和体质类型会存入数据库。用户可以从多次体质测试的结果中判断自己的身体变化情况。应对不同的体质，药膳康 APP 会提供对应的健康调理方法，如对该体质类型的解说、疾病倾向和保养建议等。

第三章 市场分析

3.1 政策支持

中医学是中华民族的伟大创造，是我国古代科学的瑰宝，是中华文明宝库的钥匙。2019 年 6 月 25 日，国务院印发了《关于实施健康中国行动的意见》（国发〔2019〕13 号），这是国家层面指导未来十余年疾病预防和健康促进的一个重要文件。在纲要中，确定了今后 15 年推进“健康中国”建设的行动纲领，包括优化健康服务，普及健康生活，完善药品供应保障体系，发展健康产业，充分发挥中医药独特优势，促进医药产业发展，推动健康科技创新等相关内容。中医养生正式上升为国家战略！2019 年 10 月 25 日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平近日对中医药工作作出重要指示指出，中医学包含着中华民族几千年的健康养生理念及其实践经验，是中华文明的一个瑰宝，凝聚着中国人民和中华民族的博大智慧。新中国成立以来，我国中医药事业取得显著成就，为增进人民健康作出了重要贡献。2019 年 10 月 26 日，国务院发布《中共中央国务院关于促进中医药传承创新发展的意见》正式公布，为中医药发展“把脉”“开方”，更为新时代传承创新发展中医药事业指明方向。意见中，明确肯定了中医药在疾病预防、治疗及康复中的作用，突出了一系列中医非药物干预措施，强化预防疾病思想、提倡健康生活方式，有利于从根本上提高全民健康水平。

3.2 产业发展趋势

在 2020 年新冠疫情期间，国内各地区推广使用国家中医药管理局研制的“清肺排毒汤”，同时采用蕲艾烟熏、热敏灸、中药泡脚、中药方剂等中医药方法，结合八段锦、体操、洗手舞的运动方式，提升患者的诊疗效果，展示我们中医药的魅力，推广我们中医药的特色优势，让更多的人了解中医中药，更好地为世界人民提供中医药服务。

通过以上分析，可见我国的宏观环境对中医药及相关产业的发展是很有益的，这将为本公司的发展提供良好的环境。

3.3 竞争分析

3.3.1 产品竞争分析

	电商平台	业务描述	方向
1	淘宝 京东	主要以 B2C 和 C2C 为主，整个体系简单，用户易上手。但在竞争越发激烈的情况下，物流体系和价格将成为最重要的竞争点。	物流体系、价格战
2	唯品会 聚美优品	移动电商、社交电商为主	移动电商、社交电商
3	乐视生态	依托强大的生态体系，打通用户需求、入口、线上线下渠道、企业和商家	生态体系
4	药膳康	依托强大的生态体系，各环节更加规范化、系统化、合法化	生态体系

药膳康与其它电商的区别

3.3.2 创新与亮点

➤药膳食疗配方的来源广

药膳“寓医于食”，既将药物作为食物，又将食物赋以药用，药借食力，食助药威，二者相辅相成，相得益彰；既具有较高的营养价值，又可防病治病。系统收录药膳配方 994 方，食疗配方 765 方。

➤王琦中医体质量表

中医九种体质学为基础 AI 建模为引擎，在线中医体质判定，输出中医体质平衡调养报告。

➤非遗药膳文化与养生，踏上“网”路

中华药膳是华夏中医学的一个重要组成部分，更是华夏先祖遗留下来宝贵的文化遗产。诸如国家级非物质文化遗产药膳八珍汤、省级非物质文化遗产药膳贾氏乌金散等。

➤治未病

通过“不用药”，即把疾病“扼杀于摇篮中”，以预防调养为主、药物治疗为辅，把亚健康偏颇体质向健康平和体质迈进一步。

➤参与国家扶贫计划，带动贫困户创业暨药膳俱乐部社交电商创业致富，每个乡镇至少 10 名。

➤以购代捐——平台每销售 1 盒产品拿出 0.1 元，为贫困人群特别是偏远贫困地区孩子尽所能圆一个阅读梦，让他们的知识丰富起来，让他们迷茫无助的眼睛明亮起来。

➤供应链系统溯源保障，山西省规划为华北道地药材产区，精选上好药食同源道地药材，为用户的安全保驾护航。

3.3.3 公司竞争分析

北京同仁堂药膳有限公司、广州膳待一生餐饮有限公司、上海和家亲药膳食品有限公司，这些公司都是国内或者当地有名的专业药膳餐厅，经营药膳火锅、药膳炖盅和药膳菜肴、药膳小吃、药膳粥品、滋补佳酿酒、养生茶饮、保健用品等上面个品种，将健康融入餐饮，将餐饮与临床结合，诠释中国食疗传统文化的内涵，延展现代饮食文化的发展，给现代人提供了一个新的健康饮食概念产，在品尝美食的同时，咀嚼中国传统文化的优雅韵味。

3.4 竞争优势分析

3.4.1 技术优势

技术是打造企业核心竞争力的关键因素，也是企业立于不败之地的重要源泉。我们公司的创业团队成员都是山西药科职业学院的学生，在有着扎实的中医药基础理论知识的同时，又学习、掌握了现代市场分析、投资管理、财务管理的知识。此外，我们还聘请了中医药领域、财务管理、创业指导方面的相关专家作为公司顾问，包括山西九州通医药有限公司刘亚雄董事长；山西省中医体质学理论的权

威，山西药科职业学院的蔡翠芳教授；创业指导专家，冯晓明副教授；管理学的李朝霞副教授等专业人事，因此能真正做到以技术谋发展。

3.4.2 经济效益

以太原市为例，据国家税务总局山西省税务局数据统计，太原市主动申报2017年个税的高收入者(年收入超过12万)有131907人(实际人数应该更多)。因此，保守估计，即使其中只有10%的人接受我们公司服务，以每人每月平均消费800元计，即可预算每年有126600万元的市场潜力，而且，在中国经济飞速发展的背景下，这一比例在以后还将不断扩大。

3.4.3 社会效益

弘扬中医体质辩证施膳文化，健康天下众生，打造互联网健康行业有机生态链，为山西省新型信息消费大健康网络平台开创了新局面！

3.5 竞争劣势分析

(1) 公司尚处于初步运行阶段，市场开拓压力大，资金相对较少，各方面的发展都不是很成熟；

(2) 在业内欠缺影响力，尤其是管理层，经营者缺乏经验，公司市场知名度比较低；

(3) 信息来源少，不能够与相关行业及时沟通，难以及时掌控市场动态信息；

(4) 公司尚未制定完善的管理制度，有待进一步改进。

(5) APP界面有待继续优化，返回主菜单步骤有些繁琐，在这方面的用户体验比较欠缺。

第四章 市场营销

针对药膳食品，公司采取订单生产策略；药膳康APP手机应用软件采取4P营销策略（即产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略）为主，品牌及网络为辅的综合性营销策略。

4.1 产品策略

提供专业的膳食方案、安全的食材和药材。本着“一排二调三补四塑”为基础，将中医理论与现代营养理论有机结合，根据每个周期及个人身体素质，设计不同的餐饮搭配方案。中华民族传统饮食里药食同源的养生食材非常多，制作药膳时，需在中医理论指导下，因人因地因时施膳，才能达到非常好的疗效。例如“四季养生不老丹” 枸杞、补血第一药当归、健脾养胃的茯苓……

4.2 价格策略

我们的定价策略采取撇脂定价策略。我们之所以采用这样的定价策略是因为根据我们的调查可知，价格并不是我们目标顾客选择套餐的主要标准，目标顾客在这种特殊的日子，不会太在意钱，而只关注是否让他们便利；我们的产品及服务具有独特性和优越性，使得高价也能为部分消费者所接受；在理解价值的范围内，利用顾客求便利、快捷、健康的心理求高价刺激需求，赋之以高质量，有利树立名牌产品的形象；价格在上市初期定高一点，有利于企业筹集资金，扩大生产规模；总成本比较高，从食材的单独采购到运输再到加工成品，及 24 小时随时配送，这都需要较大的费用。由于食材价格的实时变动，我们现在无法确定具体的金额定价，根据产品线的不同，价格分为高中低三档，价格区间为 100-300 元/日，我们会根据各种原材料以及市场行情的不断波动而不断地调整价格。

4.3 渠道策略

与高端会所，美容院，写字楼的物业公司，银行，移动或者联通，社区、保险公司等以及其他一些公司进行合作，进行发放宣传资料或发卡等形式从而达到提高品牌形象以及社会影响力。

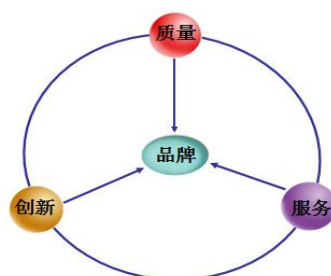
4.4 市场推广策略

利用微信公众号来进行宣传和销售，并提供客户反馈服务来收集客户对产品的不足加以修改。销售人员开展与医院或者社区的合作。通过参加各地举办的健康、食品、药品等博览会、展示会精准寻找刚需人群及相关企业、商家。会议营销：通过各种渠道(如软文、硬广、DM、网络、微信等)，吸引准妈妈来会所进行产前宣教，由会所内妇产科医生进行讲座。准妈妈可现场提问，讲座结束后带领准妈妈及其家属参观月子会所，从而跟踪签单。

4.5 品牌策略

在质量上，为了保证供货的稳定性和持续性，公司将派遣相关人员协调和监

督制造商的质量管理，以提高公司产品的质量信誉度，建立公司品牌。在创新方面，公司将积极引进优秀的科研人才，立足于药膳食疗产业，不断地升级和研发新的食谱和增值服务，以此不断提高公司品牌知名度。



品牌建设

在质量上，为了保证供货的稳定性和持续性，公司将派遣相关人员协调和监督制造商的质量管理，以提高公司产品的质量信誉度，建立公司品牌。在创新方面，公司将积极引进优秀的科研人才，立足于药膳食疗产业，不断地升级和研发新的食谱和增值服务，以此不断提高公司品牌知名度。

在服务方面，公司会建立完善的售前、售中、售后服务，并且实施“多对一”的固定跟点模式，以及通过公司建立的客户动态信息，提供更优质的服务。

4.6 网络策略

通过地推的方式，利用第三方（百度地图、高德地图等）检索附近的商家、店铺、并上门拜访、逐一筛选，达成入驻平台合作。通过微信朋友圈、微博发文、QQ空间、抖音、百度、知乎、今日头条等进行自己的专属二维码传播，以获取用户注册。

第五章 机遇和风险

5.1 机遇

- 随着社会发展，“亚健康”人群的不断增加，养生保健市场需求不断加大；
- 国内的保健类产品已经不能满足人们逐渐增长的养生观念的需要，现代的医疗费用较昂贵；
- 国家对中医药创新的鼓励政策相继出台，使得外部政策环境相对宽松；

- 国家重视研究开发中医药资源，中医养生保健前景广阔；
- 我国已经加入 WTO 多年，进入国外市场更具优势。

5.2 可能产生的风险

风险总是与机遇同在。我们为公司规划了一幅美好的蓝图，并且为如何实施做了详细的安排，但由于市场和公共政策等的不确定性以及企业内部客观存在的不稳定因素，公司在发展过程中肯定会遇到一系列的挑战和风险。为了对可能出现的风险及时预见并化险为夷，我们对经营过程中可能存在的风险做了充分预计，并逐个提出了相应的对策（见下表）。公司还引入了现代企业风险评估系统，将风险进行量化分析，将各种风险降低（减轻）、抵消、分散或转移，保证企业的良性发展。

编号	风险和问题	解决方案
1	资金问题	融资顺利完成再开始创业
2	员工问题	去医院和中医药院校招聘具有相关技术的员工
3	市场渠道问题	通过各式方法投入广告，用广告打开市场渠道
4	服务质量问题	制定严格的工作制度，建立完善的服务反馈系统
5	市场接受度(群众是否接受)问题	创业前做好相关市场调查，做到信息基本准确、无误
6	设备问题	多联系几家厂家，进行比较后再进货
7	工资问题	落实资金再开始实施计划
8	同行业竞争	提高服务质量，打响品牌，保持同行业竞争优势
9	后来者模仿	相关技术申请专利，做好宣传

5.3 投资出路与退出机制

按照我们协议规定，在协议期内，投资商将按照投资资本所对应的公司股份参与利润分配。在协议期满后，按照协议规定，由投资商选择是否回收所投资成本。

公司在规模扩大的程度下，根据需要，二次融资，此时早期投资者可通过协议合同或者股权取得回报。也可以通过资产重组的方式进行股权转让。

风险资本的退出是否畅通，是关系到企业能否吸引投资，以及未来能否持续、健康发展的关键一环。基于与风险投资商实现双赢以及把公司做大做强信念，我们对三种主要的风险资本退出方式：公司上市、对外出售、MBO，结合中国市

场进行了优缺点及可行性分析、评估，再根据我公司的自身特点，最终决定采用对外出售的形式实现风险资本撤出。

第六章 团队组织

6.1 团队概况

团队名称：晋韵药食同源创业团队

晋韵药膳同源创业团队是一个精通专业知识，拥有管理经验，工作富有激情活力的青年创业者同盟。团队成员拥有一个共同的目标，为实现大家的这个共同目标，坚定信念，不怕挫折与困难，勇往直前，奋力拼搏。

6.2 团队口号

路漫漫兮其修远兮，吾将上下而求索。

6.3 团队成员

本公司的创业团队成员和技术顾问目前主要是由山西药科职业学院的不同专业的优秀学生和教师组成的，无论在技术开发、企业管理，还是在营销策略方面，都拥有扎实的专业知识和比较丰富的实践经验。

成员简介：

樊夏捷（董事长）山西药科职业学院 2018 级药品经营与管理 1 班，在读，中共党员。曾担任班长、系分团委副书记等职务，其间组织本班同学取得团知识竞赛团体第二名，“先进班集体”，“文明学生标兵”文明学生标兵“‘五·四’红旗团支部”等荣誉。本人曾获得“优秀团干部”、“优秀团员”、“社团积极分子”、“优秀社会实践队员”等称号，主持学院礼仪技能大赛等多项文艺活动。在学院第十四届学生专业技能大赛“礼仪风采”比赛中，获得团体三等奖；在第五届山西省“互联网+”大学生创新创业大赛中荣获铜奖；在 2019 年食品药品类专业微知库大赛中获得学生组三等奖；在 2019 年山西省职业院校技能大赛高职组市场营销比赛中获得三等奖；在 2019 年感谢恩师你我同行活动摄影三等奖；在组织协调管理工作方面有非常丰富的经验。

郭亚茹（总经理）山西药科职业学院 2018 级药品经营与管理 1 班，在读。曾任系学生会学习部部长，获得一等、二等和国家励志奖学金，独立组织策划我系前两届“挑战杯”学术科技作品竞赛和创业计划大赛等活动，领导、协调能力出色、工作能力出众。在 2019 年山西省职业院校技能大赛高职组市场营销比赛

中获得三等奖；在 2019 年全国大学生数学建模中获得优秀奖；在 2019 年全国食品药品微知库专业大赛中获得二等奖；《财务管理》、《会计基础》等经济学课程成绩优异，对财务和管理非常精通，能够对本公司的财务运作作出实际的统筹规划。

樊栩彤（副总经理）成都中医药大学针灸推拿学专业，在读，现担任团支书、学院新媒体中心主任。曾先后获得了院级优秀团员，校级优秀团员，校级优秀学生干部以及多项创新创业及学科竞赛和文体活动奖励。先后获得中医经典四级证书、英语四级证书等，为巩固各方面中医相关知识，目前正学习营养师、中医美容。科研方面：曾参与思政课题、大学生兼职课题，并于今年做出 APP 策划书。专业知识扎实，有积极的工作态度，能够独立工作，又极赋团队精神，同时具有良好的文化素质；赋有进取心，有良好的人员管理和沟通协调能力。主要负责前期调研工作，以及平台后期维护等工作。

牛卓慧（副总经理）山西药科职业学院 2018 级物流管理 1 班，在读。现担任团支书、系分团委办公室主任等职务，多次获得校“优秀团员”“社会实践优秀个人”等荣誉称号。极富社会经验与经济头脑，社交能力、组织管理、协调能力强，诚实守信，能吃苦耐劳，集体荣誉感强，有创新精神。主要负责 APP 的改版、维护和管理以及宣传，负责系公众号维护工作。

李亚芬（副总经理）山西药科职业学院 2019 级药品经营与管理 1 班，在读。现担任系组织部部长、营销社团负责人等职务，多次获得校“优秀团员”“社会实践优秀个人”等荣誉称号；《市场营销学》《药事管理学》等课程成绩优异，热爱市场营销，极富社会经验与经济头脑，社交能力、组织管理、协调能力强，诚实守信，能吃苦耐劳，集体荣誉感强，有创新精神。

任钰佳（副总经理）山西药科职业学院 2019 级电子商务 1 班，在读。现担任体育委员、团支书、宿建部部长等职务，在“传承五四精神，争做先锋青年”和“继承中医药精髓”团日活动中，获优秀组织奖；主要负责 APP 的改版、维护和管理以及宣传，负责系公众号维护工作。本人擅长网络管理、平面设计，有丰富的网络管理特长和具备较强的电脑技术，主要负责本公司的网络建设及维护管理和对外宣传策划；有较强的组织管理和策划能力，有很强的创新意识和交际能力，善于和他人沟通。

贾建斌（副总经理）山西药科职业学院 2017 级药品经营与管理 2 班，共青团员，曾担任心理委员，代表工商管理系参加校园文化艺术节活动荣获二等奖，曾获得优秀团员，参加工商管理系药品营销大赛中荣获二等奖，荣获 2018 年 10 月学院第十三届学生专业技能大赛中荣获二等奖，在 2018 年感谢恩师你我同行活动摄影优秀奖；荣获 2017 年至 2018 年国家励志助学金，经过自己的不断努力，组织协调能力逐步提升。

5.4 专家顾问团

蔡翠芳 山西药科职业学院教授，现担任山西药科职业学院中药系主任。主要讲授《药用植物学》《药用植物栽培技术》《中药炮制技术》等课程。先后主编了《中药炮制技术》《中药制药技术综合实训教程》等 4 部教材。2007 年主持《中药炮制技术》精品课程，先后被省教育厅和教育部评为省级精品课程和精品课程。2018 年，入选山西省“三晋英才”支持计划。在创业计划书书写过程中就公司成立以及运作所涉及专业知识、养生保健等问题进行了咨询。

冯晓明 山西药科职业学院副教授，现担任学院招生就业处就业科科长。学院《大学生创业基础（syb）》授课教师，在青年创新创业方面有丰富的经验，在创业计划书的修改完善过程中，对公司的可操作性进行了宏观的指导。

赵敏 山西药科职业学院副教授，现担任工商管理系电子商务教研室主任，1+X 电子商务数据分析师，中级。2019 年，本人作品“加减人生”在全国移动互联创新大赛中获得华北赛区优秀奖。擅长中医药大数据分析、电子商务等。

贾耀旺 贾氏乌金散第十五代传承人，中国人民政治协商会议洪洞县第十五届委员会委员，山西省非物质文化遗产保护项目贾氏乌金散制作技艺传承人、第二批山西省优秀中医临床人才、洪洞县贾氏乌金散中医研究所所长。

5.5 指导老师

许惠惠 山西药科职业学院工商管理系分团委书记，1+X 电子商务数据分析师，中级。先后指导 2018 年和 2019 年“创青春”山西省兴晋挑战杯大学生创业大赛及第五届山西省“互联网+”大学生创新创业大赛，并获得优异成绩；先后荣获省直优秀共青团干部、山西省优秀共青团干部、学院第十届“学生专业技能大赛”礼仪大赛优秀指导教师、2017 年大学生“文明旅游背包行”公益宣传活

动中荣获优秀指导教师等荣誉；2019年，本人“参懋堂”中医药膳月子餐专递作品在全国移动互联创新大赛中获得华北赛区优秀奖。在青年创新创业方面有丰富的经验，在创业计划书的修改完善过程中，对公司的可操作性进行了宏观的指导。

贾文雅 山西药科职业学院副教授，1+X 电子商务数据分析师，中级。擅长中医药大数据分析、电子商务等。曾主持中国职业技术教育学会医药专业委员会课题《医药类高职院校教学质量评价软件的设计与实现》，结题并获课题成果一等奖，测试后投入使用的教学质量评价体系的软件；在我院进行试点，在实践的过程中，积极引进先进教学理念和大胆进行教学改革，实现教学质量评价的科学化、数字化、合理化和规范化。在创业计划书过程中就 App 开发进行了指导。

韩晋平 山西药科职业学院工商管理系党总支书记。2019年，本人在全国移动互联创新大赛中获得华北赛区三等奖。

李朝霞 副教授，从教以来积累了丰富礼仪授课经验，并形成了个人独特的分析视角与授课风格。多年来一直遵循科学严谨的工作态度，采用企业战略发展与实务操作相结合，系统理论和多元化的培训方案，为省内很多医药企业不同层次和不同岗位的人员提供过培训服务，培训学员近1万人。2012年、2016年主持“职业教育教学与方法研究”“《药物集成》软件门店支持系统的设计与开发”2项山西省规划课题；参与山西省规划课题“高职院校现代学徒制人才培养模式的研究和实践”的研究。2016年、2012年、2017年参与“共青团深化大学生创新创业措施与方法”“药物制剂专业教学资源库建设”“医药商品购销员职业工种调研”“药品经营与管理专业教学资源库建设”4项国家级课题或项目的研究。2014年、2018年在省级以上刊物上发表2篇论文“浅析药学信息服务能力提升的有效途径”“职业教育教学组织形式与方法创新探索”；在本校主办的刊物上发表论文数篇。2017年主编中国医药科技出版社规划教材《公共关系实务》；山西省“双师型”优秀教师。在创业计划书的书写过程中，对公司的企业管理和财务分析指出了切实可行的方案和运营制度。

附录

市场调查问卷

您好！我们是山西药科职业学院的创业小组的成员，我们计划开发药膳食疗养生服务，现将进行一项关于太原市场的调研，很想听取您的一些意见，希望得到您的支持与配合！

调查对象		性 别		年 龄		身 高	cm	体 重	kg
所在地	省 市 区(县)								

1. 您的性别是

A 男 B 女

2. 您的年龄是

A 18 岁以下 B 18—30 岁之间 C 30 岁以上

3. 您当前月收入为

A 2000 元以下 B 2000—5000 元 C 5000—10000 元 D 10000 元以上

4. 您的职业是

A 学生 B 公司职员 C 公务员 D 公司白领 E 其他

5. 您外出就餐的频率是多少

A 每天都外出就餐 B 经常外出就餐 C 偶尔外出就餐 D 很少外出就餐

6. 您目前的健康状况是

A 十分健康 B 一般 C 亚健康 D 患有疾病

7. 假如您身体不适（不是重大疾病），您会选择哪种方式调理身体

A 到医院去寻求医生帮忙 B 自我调理 C 看情况而定

8. 您对药膳食疗的了解多少？

A 非常了解 B 比较了解 C 不甚了解 D 一无所知

9. 您对中医药膳养生功效的认可程度

A 没功效，根本不灵 B 功效不明显，没多大用

C 效果显著，喜欢 D 没用过，愿意试试

10. 请您一般是通过以下哪种途径了解药膳食疗的

A 书籍报刊杂志 B 网络 C 电视广告

D 餐饮店的宣传 E 医生的介绍 F 亲朋好友的推介

11. 您希望通过药膳食疗达到什么样的预期效果？

A 预防疾病 B 治疗疾病 C 强身健体，调理身体 D 纤体美容 E 其他

12. 药膳餐厅吸引您的理由？

A 有专业人员烹饪 B 养生保健需要 C 有特色 D 味道好 E 用餐环境好 F 其他

13. 对于药膳餐厅，您看重的是

A 疗效 B 味道 C 价格 D 服务 E 用餐环境 F 其他

14. 您认为现有的药膳餐馆存在哪些不足？

A 味道、卖相待改善
B 料理制作不够专业
C 药膳没有针对性的功效，或功效不明显
D 没有医药专业人员在场指导
E 服务/ 用餐环境 / 卫生状况不够好
F 价格较高
G 宣传力度不够 / 销售渠道少
HH 缺少特色
I 其他

15. 您希望药膳餐馆能提供哪些特色服务？

A 公共营养师、执业药师等经过专业医药培训的人员提供用餐建议
B 有专门针对某些疾病开发的适用于治疗、调养领域的药膳
C 与医院、疗养院挂钩，提供药膳配送等服务
D 可网上购买餐厅开发的包装食品
E 其他

16. 您认为这种服务还存在哪些不足之处或需要改进的地方？同时您认为还需要提供哪方面的延伸服务呢？

17. 请问您对这种类型服务的发展前景如何评价？

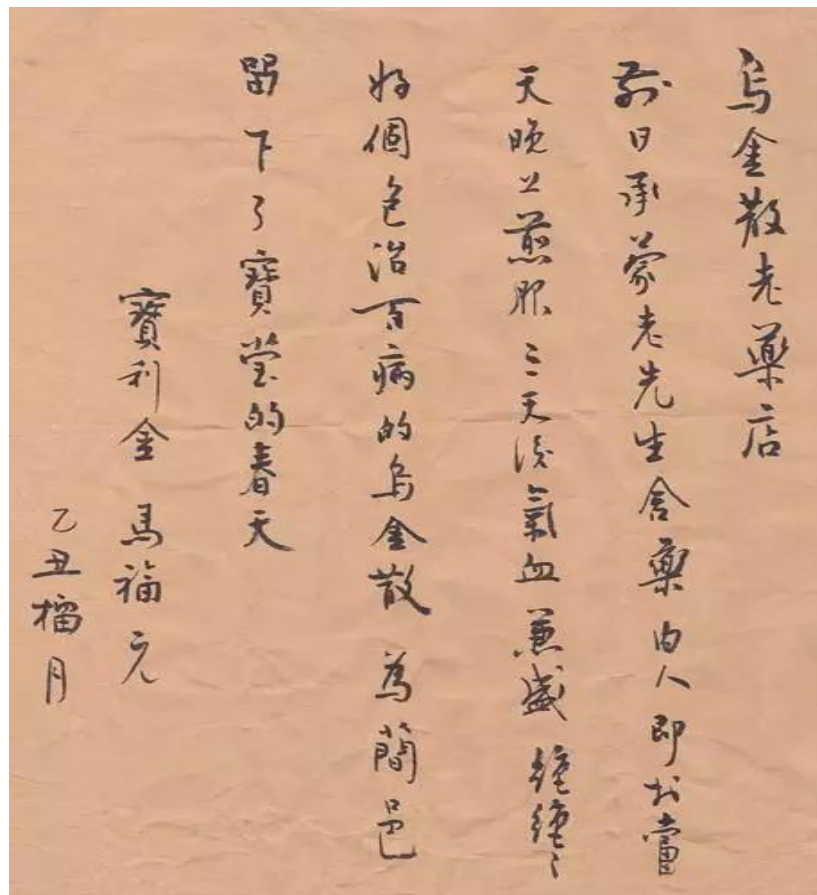
谢谢您的合作！再次向您表示感谢！

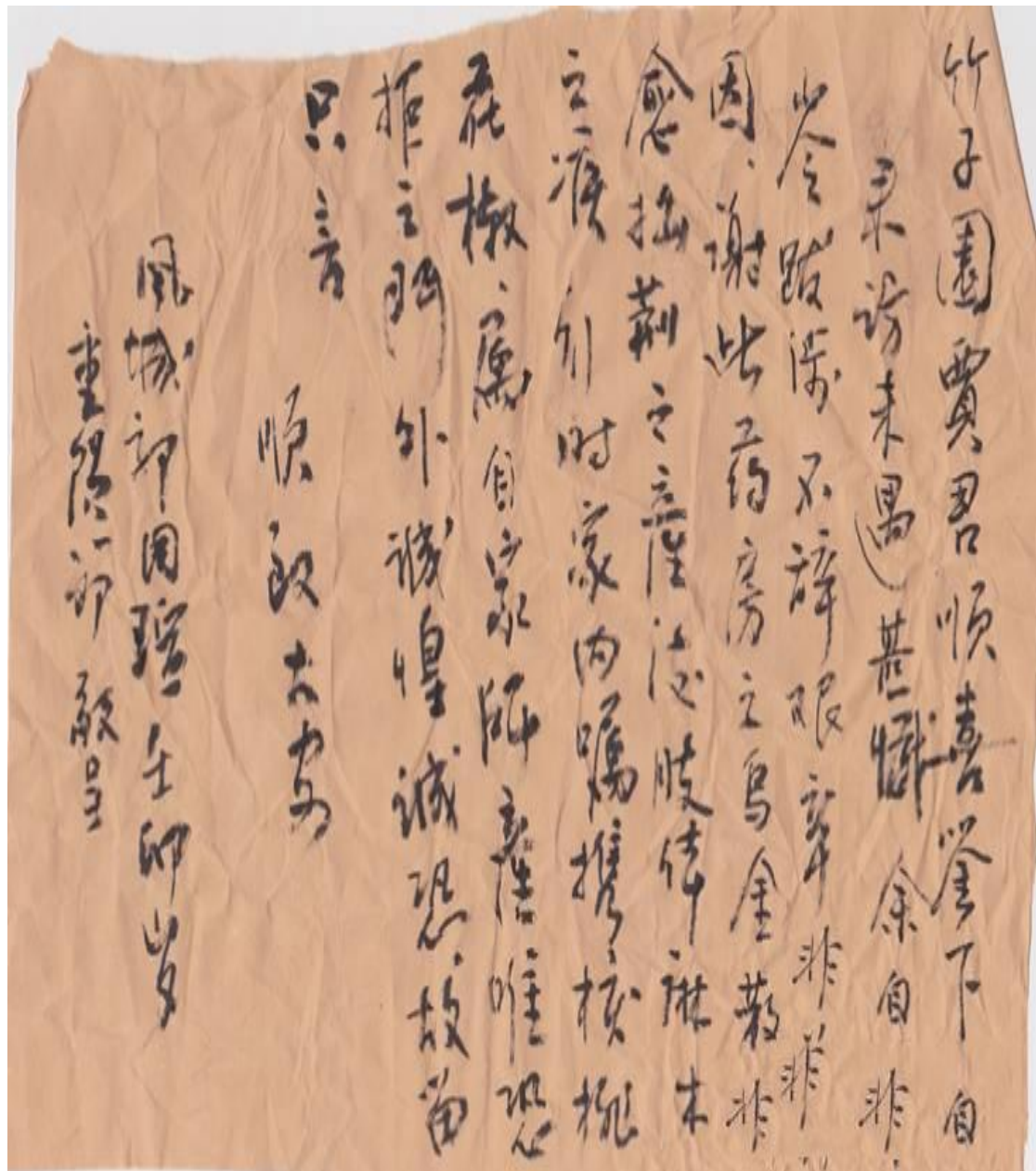
调查人员：_____

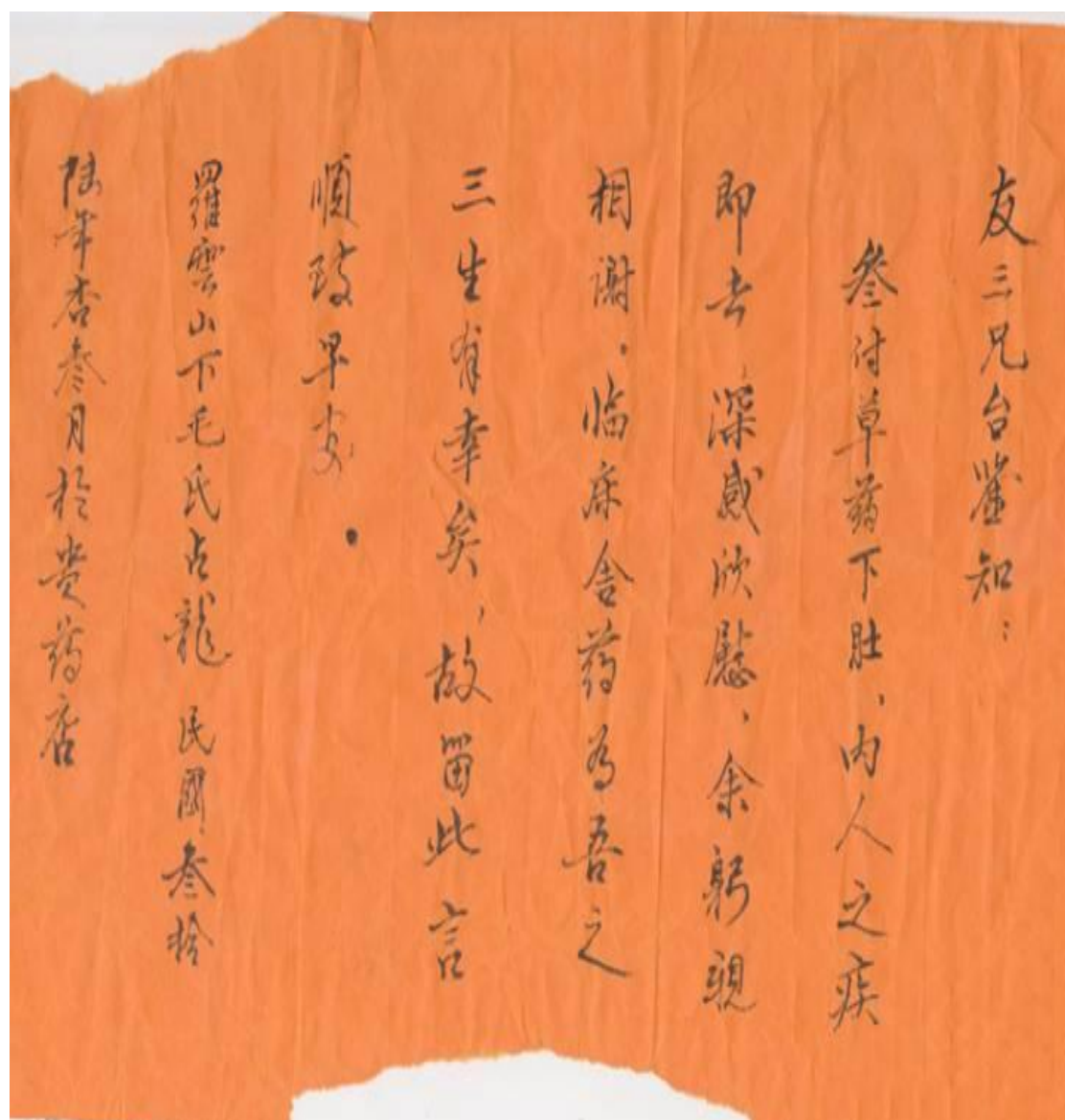
调查日期：____年__月__日

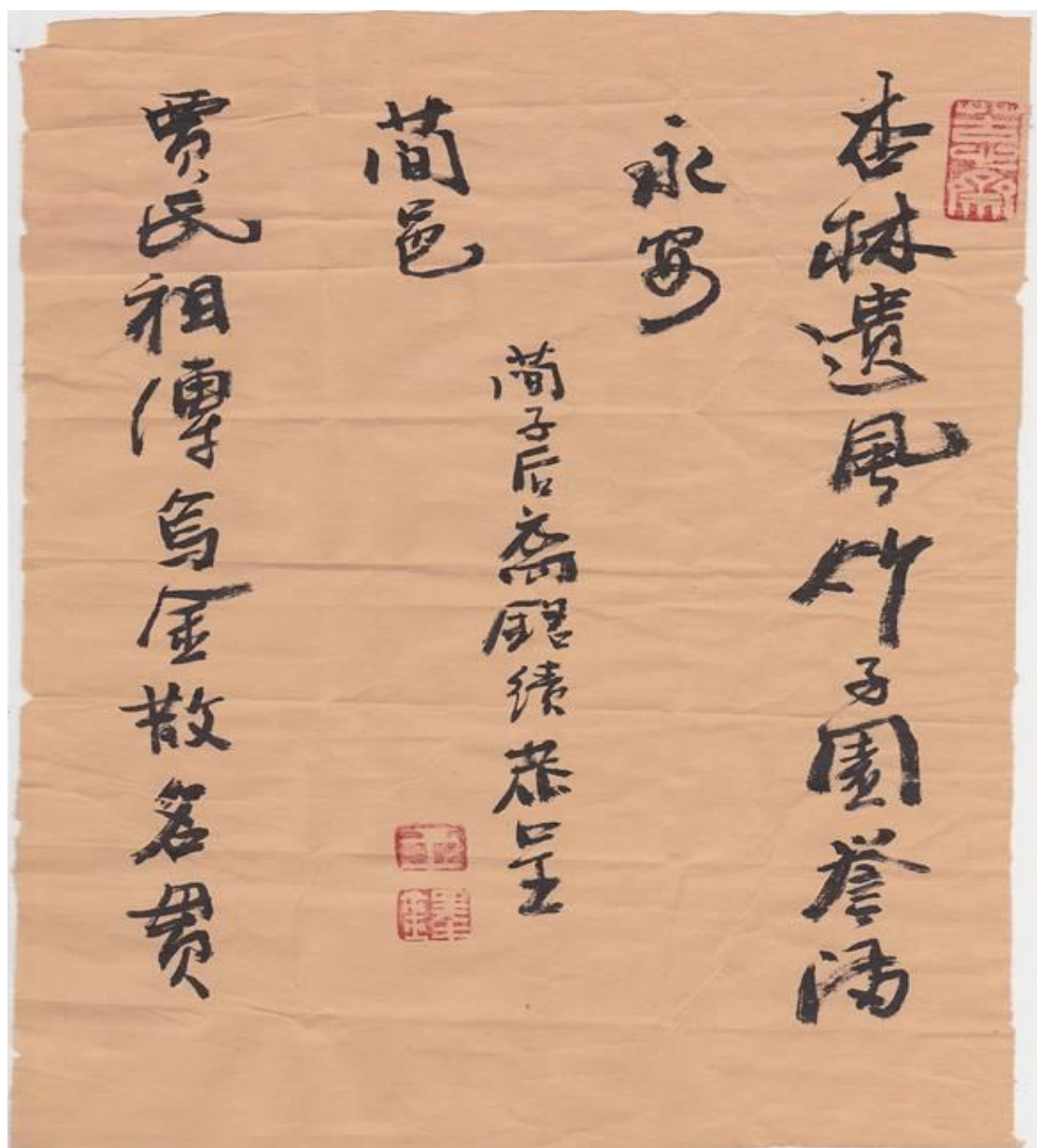
策划：山西药科职业学院晋韵药食同源团队策划。

证明材料













中国社会组织评估等级

CHINA SOCIAL ORGANIZATION EVALUATION GRADE

A

A

A

临汾市民政局

LINFEN CITY BUREAU OF CIVIL AFFAIRS



中国社会组织评估等级证书

证书编号：社评民字[2014]第012号

洪洞县贾氏乌金散中医研究所

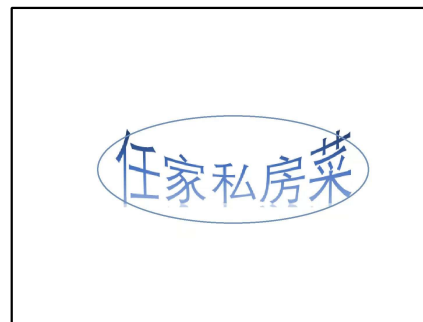
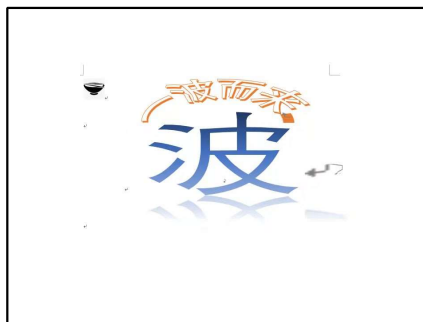
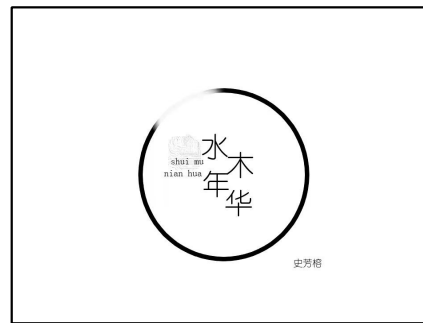
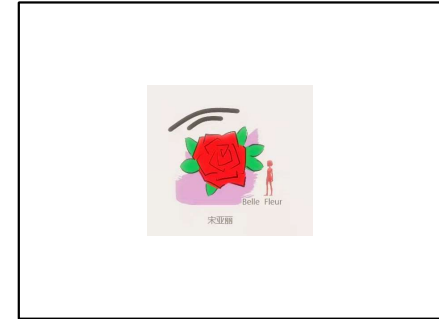
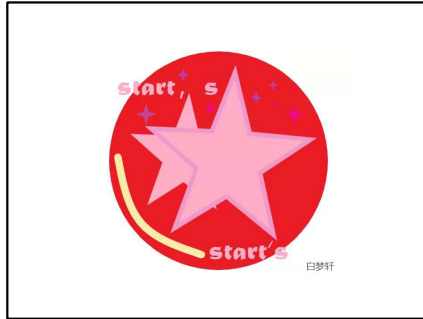
经评估，你单位被评为3A级社会组织，特颁此证。

（有效期：2014年11月至2019年11月）

临汾市民政局

二〇一四年七月







“好利来”选址方法

制做人：康吉 李园虎
任锦鹏 黄波波 张森

内容：

一，好利来简介

二，好利来选址方法

一，好利来简介

好利来企业于1992年9月在兰州诞生，后总部迁到北京。现为拥有上亿元固定资产，七千多名员工，及北京好利来企业投资管理有限公司、北京好利来工贸有限公司、北京好利来商贸有限公司等三家控股公司的大型食品专营连锁企业集团，创始人及现任CEO为著名摄影人罗红。



好利来的核心业务由两大部分组成：

1. 饼店连锁系统：以连锁店的形式，主营生日蛋糕、西点、中点、面包等产品。截止目前，已在全国五十多个大中城市开设了五百多家连锁店，建立了庞大的连锁经营体系。
2. 包装食品制造系统：主营产品为好利来牌月饼其他包装食品。目前在北京和沈阳建有大型现代化食品工厂。



二，好利来选址方法

1，在人口密集处开店

“好利来经营的产品属于休闲类食品，顾客是具备了消费能力的人群。因此，在选址时首先要对选定的地方进行人群调查分析，看是否满足开店的基本要求。”

通常而言，在人口密集处的地段开店，成功的几率往往比普通地段高出很多。好利来在选址之初会通过人口密度、客流量、人口流动性的测算来预计人口密集的程度。

经过以上相应的数据测算之后，好利来进驻的区域大致包含以下特征。首先，好利来会选择在城市的商业中心或者商务区开店。这些区域有大量的人流量，且面对的顾客多是白领阶层。在客流量很大的城市商业中心或者商务区内，可以根据区域内写字楼和商场的档次来评定流动客群的购买水平。而如果在住宅区域内开店，则需要对小区内人口的收入水平进行随机抽样的调查，因为人口的消费水平是由其收入水平决定的。因此，以青年和中年层顾客为主，有较多可支配收入的居住区将会被好利来优先选择。

2，针对不同消费群体选择不同店铺规模

屈宝良说：“根据不同的消费群体来选择店铺的规模是好利来在选址过程中坚持的原则。目前好利来在北京店铺的规模通常是在60~150平方米之间，但根据环境的变化也会选择开设30平方米的小店铺和500~600平方米的大型店铺。”可见，店铺规模的大小与周围环境密切相关。店址大致可以分为商业中心型、准商业中心型、郊外型 and 居民小区型四类。商铺中心型店址位于城市的繁华商业区，周边商业配套设施发达，人流量巨大。此类店址适合于例如好利来这样的连锁专卖店开设。

3，遵循两大选址标准

一：

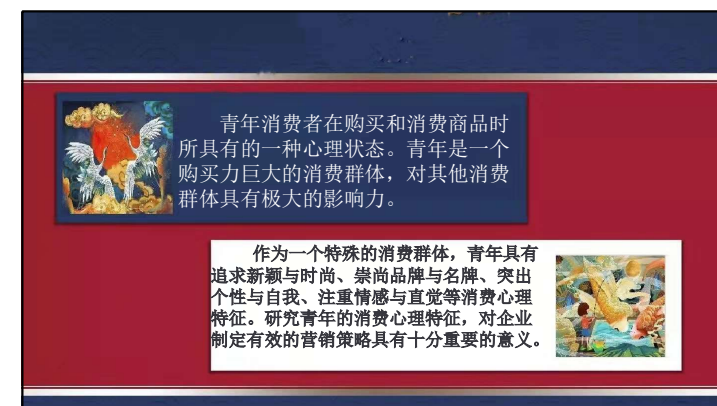
物业所在区域的宏观经济考察成为了进驻的先决条件。具体从区域整体经济发展水平、周边商业配套情况、人流量等方面来评判。例如在繁华的商业中心和社区型的商业街上，其店面门前的人流量一定要具备开店的基础。因此，对所进驻物业周边的现状作出分析是好利来进驻与否的重要依据。

二：

重点考察开发商提供的物业是否能满足好利来正常的经营条件。好利来将从软、硬件两个方面来分析物业的具体位置。
软件：
物业是否产权明晰，相关劳动力成本、房地租成本、能源成本、投资和税务政策等方面是否适合等方面都是好利来在软件方面考察的重点

硬件：

落实到具体硬件指标上，则要看房屋高度、格局和面积，是否具备上下水、足够电量和广告灯箱位。通常好利来要求层高不能低于2.8米，门面宽度在6米以上，建筑形态属于框架式结构。此外，所进驻物业区域内同业竞争、竞争对手相对位置、临街的可视性、门前停车场等微观层面的细节也是好利来在选址过程中需要考察的方面。



三、青年对国潮的看法



古老的东方文化，赋予它们新的活力和诠释，让消费者在感受新旧碰撞的同时，去了解和体会这一悠久文化的魅力，这也正是国潮的魅力真正所在。而国潮不应该只成为短暂的潮流，它需要见证本土文化的复兴；市场趋势的变化和新品牌的崛起，同时也将见证一个更美好的未来。

四、李宁的市场分析

市场因素消费群体	年龄	态度	时尚敏感度	可接受价位	消费能力	消费心理	消费频率	忠诚度
70后	55岁以上	实用型	注重保守	≤200	低端	理性消费	够穿就行	高
80后	25-35岁	经济适用型	不敏感很敏感	200-300	中低端	感性消费	够换就行	一般
90后	18-25岁	新潮型		≤500	高端	冲动消费	够新就行	随性

五、李宁举行的营销活动



打造环保场景，构建消费者互动平台
11月30日至12月1日，李宁×有熊猫（U Panda）联名开展线下快闪店活动。借助环保话题切入，同官方认证的“中国首个大熊猫国际形象「阿璞」一起体验可持续生活方式。

11月22日，李宁官微预热#从“零”到“衣”#。就以“保护海洋”为主题，旗下与UPanda的联名系列、服装及配件产品均使用宝特瓶回收制成的环保纤维，诠释新世代青年的环保态度。



六、李宁的产品策略



在产品方面李宁品牌深耕“单品牌，多品类”的策略，在专注于开发其产品专业运动属性的同时，结合时下国货潮流元素挖掘产品的运动时尚属性，开发出更多满足年轻消费群体运动生活需求的产品。“多品类”策略下，聚焦不同品类产品的差异化特性，使产品可以更加精确的满足不同圈层消费群体的功能性需求。至于产品本身性能方面，李宁更加注重产品科技的开发，强化品牌核心价值。



朗迪

儿科科室会

郭俊峰 刘琪 陈勇红 侯俊伟

朗迪

碳酸钙D³颗粒
儿童补钙 获益一生

主讲人：XXX| 2020.XX.XX

朗迪

Catalog
目录

1 企业简介

致力于“为中国人设计，让中国人健康”

2019全民营养周

- 2018年振东集团与中国营养学会合作，成立“国人体质研究中心”
- 2019-2021年投入**900万**
- 2019年支持**14个**项目
- 2020年支持**13个**项目
- 2021年**期待您的参与**

朗迪

Catalog
目录

2 缺钙对儿童期的危害

朗迪

钙是决定人一生骨骼健康的重要因素

生命早期的**峰值骨量(PBM)**和生命后期的**骨量丢失率**是决定骨质疏松危险性的两个重要因素

NIH(美国国家卫生院)明确指出:足够的**钙**和**维生素D**摄取对于达到理想的峰值骨量和在一生中保存骨量非常重要

中华医学会儿科学分会《儿童微量营养素缺乏防治建议》: 2岁以下婴幼儿、青春前期少年, 因生长快速, 骨量迅速增加, 对钙的需要量相对较高, 是钙缺乏的高危人群。其中, 婴儿期是一生中骨钙沉积比例相对最高的时期;

中华预防医学会儿童保健分会《中国儿童钙营养专家共识(2019)》: 钙是儿童生长发育所必需的营养素, 也是机体含量最丰富的矿物质。儿童期足量钙摄入不仅能保障其骨骼健康, 还能减少日后发生骨质疏松和骨折的风险。

我国每个年龄段的儿童钙摄入量都达不到推荐摄入量

我国儿童钙摄入情况 (mg)

年龄	推荐摄入量	男童实际摄入量	女童实际摄入量
2岁~	600	233.8	229.5
4岁~	800	260.6	246.3
7岁~	1000	299	283
11岁~	1200	338	311.8
14岁~	1000	376.1	342.9

中华预防医学会儿童保健分会《中国儿童钙营养专家共识(2019年版)》

朗迪

儿童缺钙的危害

少年儿童:

- ✓ 厌食、偏食、龋齿、多汗、夜啼、不易入睡、易惊醒
- ✓ 抵抗力下降、易感冒
- ✓ 头发稀疏、生发迟、枕部脱发、气色不好、智力发育迟缓、学步晚、出牙晚或出牙不整齐、**阵发性腹痛腹泻**、小儿多动症
- ✓ 骨骼变形: X或O型腿、鸡胸、**营养性佝偻病**

青少年:

- ✓ 个子矮小
- ✓ 精力不集中、容易疲劳、腰酸背痛、**免疫力低**、牙齿发育畸形、呈**黑尖形或锯齿形**、**明显的生长疼**、腿软、抽筋、肌肉松弛无力易过敏、易感冒。

1. 2018 全球共识建议: 营养性佝偻病的预防和管理
2. 儿童微量营养素缺乏防治建议(2019)
3. 中国0-3岁婴幼儿科学喂养专家共识
4. 中国儿童钙营养专家共识(2019年版)

朗迪

柳叶刀: 营养性佝偻病儿童患肺炎风险系数远远高于正常儿童

Case-control study of the role of nutritional rickets in the risk of developing pneumonia in Ethiopian children

(13.37 [95% CI 8.08-24.22], p<0.001)

Variable	Parameter estimate	SE	p	Odds ratio (95% CI)
Intercept	1.203	0.239	0.0001	--
Rickets	-2.593	0.252	0.0001	13.37 (8.08-24.22)
Weight-for-age Z score	0.249	0.045	0.0001	--
Kwashiorkor	-1.002	0.274	0.0003	2.72 (1.59-4.66)
Feeding*	0.038	0.017	0.0313	--
Family size	-0.048	0.029	0.0996	--

*Duration of exclusive breastfeeding in months.

Table 3: Results of logistic regression

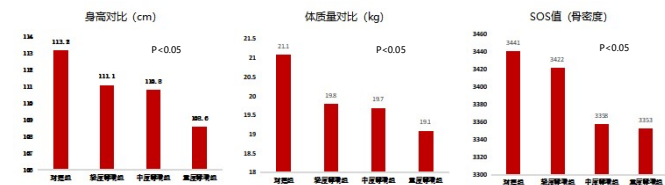
Muke L, Lulegese S, Masou K E, et al. Case-control study of the role of nutritional rickets in the risk of developing pneumonia in Ethiopian children[J]. The Lancet, 1997, 349(9068): 1801-1804

- Vitamin D or calcium deficiency may be important predisposing factors for pneumonia in children aged under 5 years in developing countries.
- **维生素D或钙缺乏**可能是发展中国家5岁以下的年龄儿童肺炎的重要诱因。
- Efforts to prevent vitamin D deficiency or calcium supplementation may result in significant reductions in morbidity and mortality from pneumonia in these children.
- **预防维生素D或钙缺乏**可显著降低儿童肺炎的发病率 and 死亡率。

支气管哮喘会影响儿童骨密度

目的：初步探讨支气管哮喘是否对儿童骨密度存在影响。

方法：哮喘专科门诊就诊的190例初次诊断为支气管哮喘的患儿进行骨密度、身高、体质量的测量，同时选择同期、同年龄段在我院儿保科体检的166例正常儿童的骨密度、身高、体质量值作为对照。



SOS值：利用超声波在骨骼中传播速度吸收面积这一特点，测量探头中的发射器和接收器之间的信号传播时间，计算超声波在骨骼中的传播速度。

王宏,周英,赵亚,初治哮喘儿童骨密度的变化及意义[J].第三军医大学学报,2011,33(24):2620-2622.

Catalog
目录

3 钙D剂对儿童期的应用

专家共识推荐：依据儿童补钙的特点，儿童期补钙非常关键

➢ 儿童期钙吸收的特点

- ✓ 维持儿童、青少年正常的骨骼生长，并到达高骨量峰值，需要较高的钙摄入。
- ✓ 在儿童骨骼生长期钙的吸收率高达75%，而成人仅20-40%。

➢ 儿童期补钙对远期骨健康的影响

- ✓ 儿童期足量钙摄入不仅能保障其骨骼健康，还能减少日后发生骨质疏松和骨折的风险。
- ✓ 骨骼未达到骨量峰值的生长阶段，钙缺乏可以通过补充钙而得以纠正。
- ✓ 青春期为骨量形成的关键阶段，成人骨量的50%是在该时期获得。
- ✓ 儿童期女孩钙充足除有利于减少骨折和老年期骨质疏松的风险外，对减少成年后孕期、哺乳期的钙丢失和负钙平衡乃至正常分娩也至关重要。

中国儿童钙营养专家共识（2019年版）

2016全球共识建议：营养性佝偻病的预防和管理

预防营养性佝偻病的维生素D和钙剂量

- 对于0-6个月和6-12个月的婴儿，充足的钙摄入量分别为**200**和**260** mg/天。(1⊕⊕⊕)
- 资料显示对于12个月以上儿童来说，无论是否缺乏维生素D，每天钙摄入量都要大于**500mg**，并且摄入量都**>500mg/d**未见营养性佝偻病发生

治疗营养性佝偻病的维生素D和钙剂量

- 治疗营养性佝偻病的维生素D最低建议剂量为2000 IU/天（50μg），至少治疗3个月(1⊕⊕⊕)
- 无论年龄或体重，均应以饮食摄入或补剂的方式每天**口服500mg钙剂，并与维生素D同时服用。**(1⊕⊕⊕)

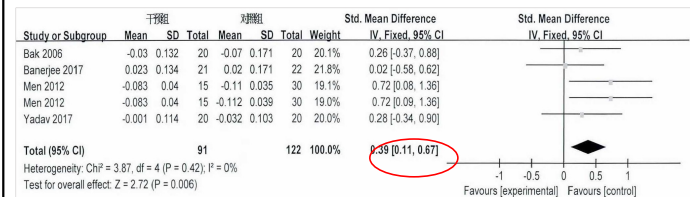
Munn C F, Shaw N, Kiely M, et al. Global Consensus Recommendations on Prevention and Management of Nutritional Rickets[J]. Hormone Research in Paediatrics,2016,85(2):259-263.

钙和VD显著增加儿童肾病糖皮质激素治疗患者的骨密度，预防骨量丢失

目的：系统评价钙和维生素D预防肾病综合征儿童糖皮质激素所致骨量丢失的有效性。

方法：纳入7项随机对照试验，316例患者采用RevMan5.3软件进行Meta分析。

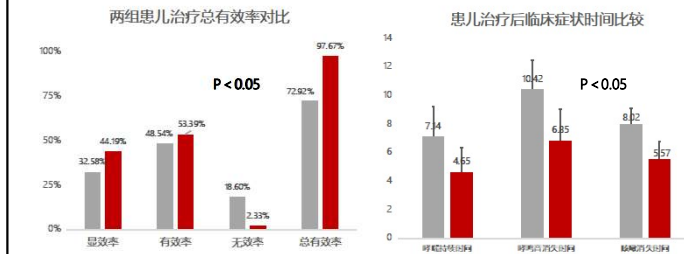
结果：纳入7项随机对照试验，316例患者采用RevMan5.3软件进行Meta分析，(SMD=0.39, 95% CI: 0.11-0.67, P=0.006)。



米秀芳,尹用帆,顾健.钙和维生素D预防肾病综合征儿童糖皮质激素所致骨量丢失有效性Meta分析[J].临床药物治疗杂志,2019,02:50-54.

碳酸钙D3可以有效提升小儿哮喘的治愈率

■ 对照组：布地奈德混悬液
■ 观察组：布地奈德+碳酸钙D3



刘春艳.碳酸钙D3治疗小儿哮喘的效果分析[J].世界最新医学进展,2020,20(84):187-188.

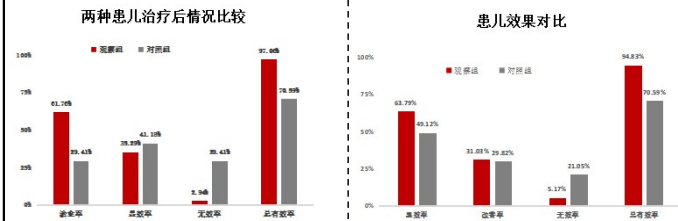
钙制剂可以显著提高小儿功能性腹痛、感染性腹泻的治愈率

■ 观察组：N=34，保儿安颗粒+钙剂

■ 对照组：N=34，加味健脾散

■ 观察组：N=34，常规治疗+双歧杆菌三联活菌+钙剂

■ 对照组：N=34，常规治疗+醒脾养儿颗粒



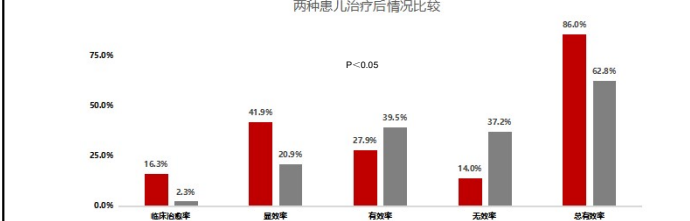
刘素芝,卫兵景.醒脾养儿颗粒联合葡萄糖酸钙口服液、双歧杆菌三联活菌片治疗婴幼儿功能性腹痛感染性腹泻的疗效[J].实用临床医药,2019,20(04):69-70-99.

卢及勇,王敏,卢飞,李亚娟,王瑞霞.钙剂联合保儿安颗粒对小儿功能性腹痛感染性腹泻的疗效[J].中外医学研究,2018,10(15):19-20.

钙制剂可以显著提高小儿湿疹的治愈率

■ 观察组：N=43，抗过敏药物+维生素D3+钙剂

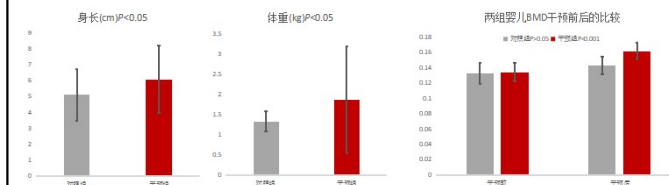
■ 对照组：N=40，抗过敏药物



王平斌,周亚成,谈斌,程伟,陈亚强.维生素D3、钙剂联合抗过敏药治疗小儿湿疹的疗效观察[J].世界复合医学,2019,15(11):160-162.

0~1岁骨密度低的婴儿补充钙D剂，有效促进身高增长、升高骨密度

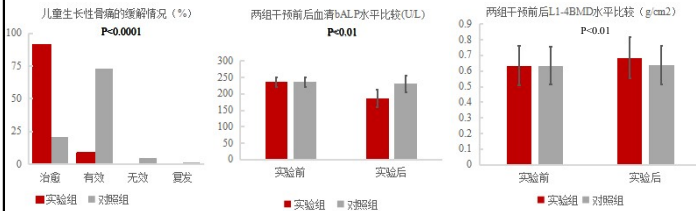
- 研究纳入176名0~1岁婴儿，所有病例除有不同程度的临床佝偻病症状外，BMD值低于正常范围。
- 干预组(n=96)，平均月龄5.3月，主要对膳食及补钙等干预。添加组内总的摄入量约100~200g/d，每日补充元素钙100~200mg，维生素D400~800IU/d。
- 对照组(n=80)，平均月龄5.3月，对照组采用自然育儿方法。
- 结果：干预组干预后身高和体重增长速度明显高于对照组，差异有显著性意义(P<0.05)。
- 干预后两组BMD值差异显著(P<0.01)，干预组干预前后BMD差异有显著性意义(P<0.001)。



[1]刘洪海,徐海青,熊忠忠,周亚强,王小燕.改善婴儿钙营养状况的干预措施评价[J].中国儿童保健杂志,2006(05):503-505.

补钙可缓解儿童生长性骨痛，减少骨释放，有益于骨骼发育

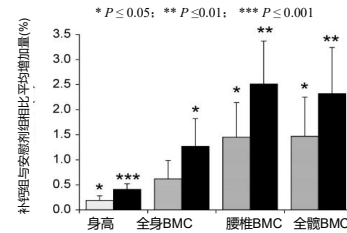
- 人群：5-7岁初诊为生长性骨痛的儿童160例
- 实验组：（275mg钙+200IU VD₃/粒），1粒/天，服2个月停2个月为1个周期连续3周期；
- 对照组：鱼肝油（VD 300IU/粒），1粒/次，4次/周；
- 结果：补钙可以缓解儿童生长性骨痛和对骨骼发育起到较好的作用



胡肝君,从树点,冯晓燕.钙干预对儿童生长性骨痛骨代谢和骨密度的影响[J].中国临床杂志.2011;11(31):7572-7574.

补钙显著提高儿童骨矿含量(BMC), 促进身高增长

- 补钙组: N=73, 碳酸钙(1000mg/d)
- 对照组: N=70, 安慰剂



Promie A, et al. Calcium supplementation increases stature and bone mineral mass of 16- to 18-year-old boys. J Clin Endocrinol Metab. 2005 Jun;90(6):3153-61.

Catalog
目录

4 朗迪®碳酸钙D₃颗粒的产品优势

朗迪®碳酸钙D₃颗粒产品优势



一、朗迪®钙源安全性高

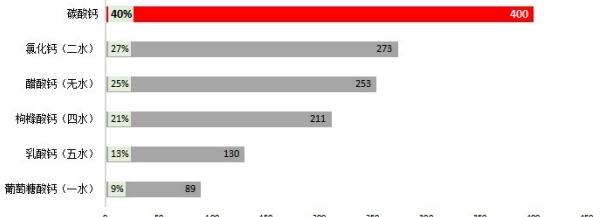


二、朗迪®元素钙含量高

元素钙是衡量钙含量高低的金标准

马丁代尔药典：碳酸钙元素钙含量远高于其他钙制剂

每克钙制剂元素钙含量和含钙率

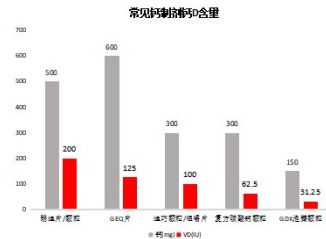
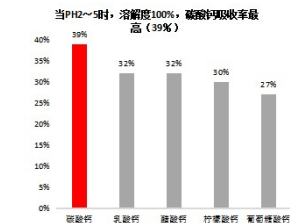


Sean C Sweetman 于 2004 年 4 月 20 日 发表。马丁代尔药典 (第 37 版) [M]. 北京: 化学工业出版社, 1999.

三、朗迪®吸收率高

全球顶尖医学杂志——新英格兰医学周刊证明：碳酸钙吸收率高

维生素D₃含量200IU，更易吸收



四、朗迪®口感好，依从性强



用法用量：

中国营养学会

年龄/性别	钙推荐摄入量 (mg)	VD 推荐摄入量 (IU)
0岁~	200 (AI)	400 (AI)
0.5岁~	250 (AI)	400 (AI)
1岁~	600	400
4岁~	800	400
7岁~	1000	400
11岁~	1200	400
14岁~	1000	400
18岁~	800	400
50岁~	1000	400
65岁~	1000	600
孕早期	800	400
孕中期	1000	400
孕晚期	1000	400
哺乳期	1000	400

● 国家医保乙类

- 1-3岁，推荐1次半袋，1天1次，晚上睡前服用
- 4-6岁，推荐1次1袋，一天1次，晚上睡前服用
- 7岁及以上，推荐1次1袋，1天2次，早餐后1小时，晚上睡前服用

中国营养学会：《中国居民膳食营养素参考摄入量》2013年



THANKS!

谢 谢 聆 听！

妇科科室会

田思琪 宁海杰 李佳 刘佳

朗迪

碳酸钙D₃颗粒 母婴同补构建更健康骨骼

姓名XXX | 2020.0X.XX



振东朗迪简介



- 隶属于山西振东健康产业集团（股票代码 300158），工业百强第**52**位
- 中国**最大**的民族品牌的维矿类药物生产企业
- 2020年“朗迪”牌碳酸钙D3销售额约**43亿元**
- 与央视和中国高铁建立深度合作，连续**九年**登上“健康中国 品牌榜”
- 临床处方量**第一**

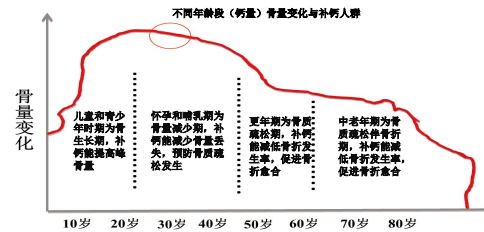
致力于“为中国人设计，让中国人健康”



- 2018年振东集团与中国营养学会合作，成立“国人体质研究中心”
- 2019-2021年投入**900万**
- 2019年支持**14**个项目
- 2020年支持**13**个项目
- 2021年**期待您的参与**

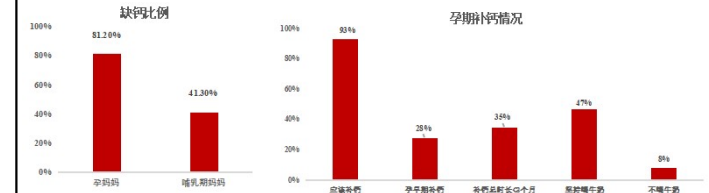
钙：关乎人一生的健康，对孕产妇、绝经期妇女都至关重要

- 钙是人体内含量最丰富的矿物元素，以蛋白结合钙或离子钙的形式存在，几乎所有的生命过程均需要钙的参与。
- 99%主要储备于骨骼和牙齿，1%作为血钙成分循环于血液中。



- 中国儿童钙营养专家共识 (2019年)
- 吴建平等. 钙剂补充对孕妇钙代谢的重要性[J]. 科技资讯. 2014, 12(08):231.
- 安利华. 张瑞等. 不同年龄段的血清钙素含量检测的临床意义. 《放射免疫杂志》2006年02期

我国80%以上孕妇有缺钙现象，且补钙情况差



数据来源：《孕期和哺乳期钙营养白皮书（2019年）》

世界卫生组织指出孕妇缺钙危害母婴健康

1、孕妇缺钙原因

胎儿快速生长	孕妇方面的原因	饮食因素
- 为保证胎儿的脊柱、四肢及头颅骨的正常骨化，必须由母亲不断地经胎盘向胎儿输送钙。 - 妊娠中期为胎儿每日提供150mg，沉积骨骼和牙齿钙50mg，妊娠晚期每日450mg。	- 妊娠反应影响肠胃功能，抑制钙的摄取和吸收。 - 母体血容量上升，血钙浓度下降。 - 尿钙排泄量增多。 - 雌激素水平升高抑制钙的重吸收。	- 我国以植物性食物为主，含钙量少，乳类和乳制品少，钙量丰富的食物少。 - 蔬菜中的草酸、植酸等影响钙的吸收。 - 饱和脂肪影响食物钙的利用。

2、孕妇缺钙危害

In the bones and teeth; approximately 1% is present in the intracellular structures, cell membrane and extracellular fluids (8). Calcium absorption increases during pregnancy and no additional intake is needed (9). A dietary intake of 1200 mg/day of calcium for pregnant women is recommended (see WHO and the Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2006). (7) Inadequate consumption of this nutrient by pregnant women can lead to adverse effects in both the mother and the fetus, including osteoporosis, tetanus, muscle cramping, delayed fetal growth, low birth weight and poor fetal mineralization (10).	孕妇摄入钙不足会导致母亲和胎儿的不良反应： - 包括骨质疏松、酸痛、感觉异常、肌肉痉挛、破伤风； 胎儿发育迟缓，低出生体重和胎儿矿化不良 严重危害： - 妊娠高血压综合征； - 胎儿宫内发育迟缓 - 宫缩乏力与产后出血
---	---

- 刘绍军,刘丽娜. 孕妇妊娠期间缺钙的原因及对策探讨[J]. 中国医药科学. 2011,11(10):53-54-82.
- 2013 WHO 孕妇补钙指南

妊娠高血压是孕产妇死亡重要原因之一，且有逐年上升趋势

一、概述

妊娠高血压疾病严重威胁母婴健康和生命，是产科常见的并发症，也是孕产妇死亡的重要原因之一，尤其子痫前期-子痫是导致孕产妇及围生儿病死率升高的主要原因之一。目前，将妊娠相关高血压疾病概括为4类，包括妊娠期高血压(gestational hypertension)、子痫前期-子痫(pre-eclampsia-eclampsia)、妊娠合并慢性高血压(chronic hypertension)、慢性高血压伴发子痫前期(chronic hypertension with superimposed pre-eclampsia)。妊娠期高血压疾病的孕妇发病背景复杂，尤其是子痫前期-子痫存在多因素发病背景，多机制发病背景，病理改变和临床表现的多通路平行性，存在多因素、多机制、多通路发病综合性质。妊娠

2013至2017年，北京市通州区的妊娠期高血压疾病患病率为5.48%，有逐年增高的趋势，从2013年的3.72%增长至2017年的6.65%。

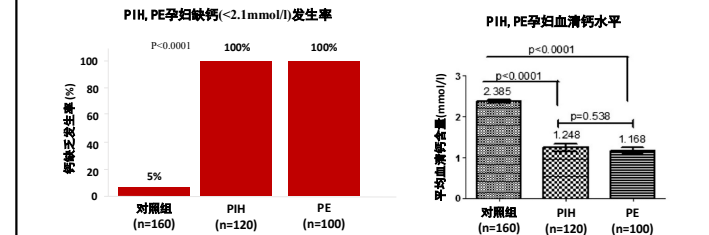
妊娠期高血压疾病的发生情况比较结果(%)



《妊娠期高血压疾病诊治指南（2020）》

- 杨洁,林力牧,刘静,金楚瑶,王海俊. 北京市通州区妊娠期高血压疾病影响因素研究[J]. 中国妇幼保健研究. 2019,30(04):433-437.

钙缺乏是妊娠高血压(PIH)、先兆子痫(PE)发生的重要因素

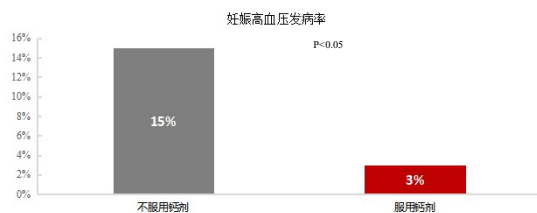


Ephraim R. Osadman, D. Dandya, S. et al. Serum calcium and magnesium levels in women presenting with pre-eclampsia and pregnancy-induced hypertension: a case-control study in the cape coast metropolis, Ghana [J]. BMC Pregnancy Childbirth. 2014,14(1): 390-395.

补钙可预防妊娠高血压

实验方案：n=200均进行常规的孕期保健指导

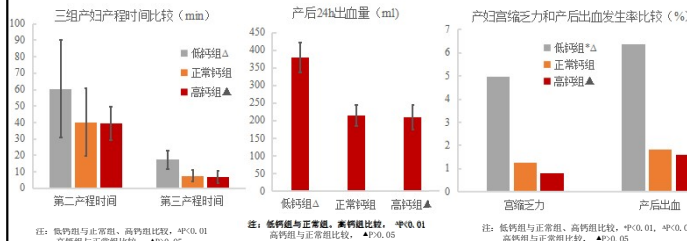
- 观察组：100名。不服用钙剂。
- 对照组：100名，孕妇服用碳酸钙D₃片。



吴海燕,王锡梅,林亚亮,等.孕妇服用碳酸钙D3片对其妊娠期高血压发病率的影响[J].当代医药论丛,2019,17(23):134-135.

钙补充可有效预防产程延长, 减少产后出血量

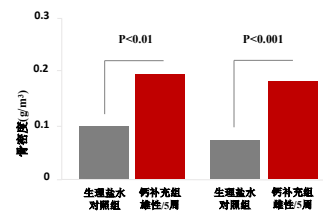
□ N=1348, 低血钙组(n= 502、< 2.1mmol/L), 正常血钙组(n= 721、2.1-2.6mmol/L), 高血钙组 (n=125、>2.6mmol/L)



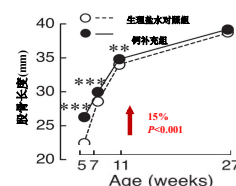
董永瑞,王炎.血清钙浓度对产妇产程进展及产后出血的影响[J].中国临床新医学,2012,05(4):313-315.

产妇授乳期补钙, 有效提高新生儿骨密度, 促进骨骼生长

授乳期钙补充对5周新生儿骨密度影响



授乳期钙补充对5-27周新生儿骨长度影响 (**P<0.01***P<0.001)



Patan,Suntemaraton,Nateetip,Krishnamma,Narataphol,Charoenpanthua.Positive long-term outcomes from preweaning calcium supplementation in lactating rats and the offspring [J].American journal of physiology. Endocrinology and metabolism.2015,308(11):E1010-22.

指南推荐: 孕期和授乳期需要增加钙的摄入量

中华医学会妇产科学分会产科学组《孕前和孕期保健指南（2018年）》

- 妊娠14~19 周+6, 开始常规补充钙剂0.6~1.5 g/d
- 高龄孕妇的孕期保健, 及时规范补充钙剂, 根据情况可考虑适当增加剂量。

中国营养学会《中国孕产妇膳食指南（2016年）》

- 分娩时新生几体内约有30g钙沉积, 这些钙主要在孕中和晚期逐渐沉积于胎儿骨骼和牙齿中, 孕中期每天需沉积钙约50mg, 孕晚期每天沉积增至330mg。
- 尽管妊娠期间钙代谢发生适应性变化, 孕妇可通过增加钙的吸收率来适应钙需要量的增加, 但膳食钙摄入仍需增加200mg/d, 使总摄入量达到1000mg/d。

中国营养学会《中国哺乳期妇女膳食指南（2016年）》

- 乳母膳食钙推荐摄入量比一般女性增加200mg/d, 总量为达到1000mg/d。
- 为增加钙的吸收和利用, 乳母还应补充维生素D或多做户外活动。

国内外指南推荐: 补钙可预防妊娠高血压, 补钙对妊娠合并糖尿病仍有获益



世界卫生组织 (WHO)

- 孕期补钙可以预防先兆子痫前期及其并发症;
- 对膳食钙摄入量低的人群, 建议每日为孕妇补充钙 (1.5-2.0 g口服元素钙), 降低先兆子痫前期的风险。



加拿大妇产科医师学会 (SOGC)

《妊娠期高血压疾病诊断、评估与治疗指南》推荐: 无论低风险孕妇, 还是高风险孕妇, 预防子痫前期的好方法之一是每天至少补充元素钙1000毫克 (循证医学I-A级证据)



中华医学会妇产科学分会妊娠期高血压疾病学组《妊娠期高血压疾病诊治指南（2020年）》

对于钙摄入低的人群 (<600 mg/d), 推荐口服钙补充量至少为1 g/d 以预防子痫前期。



中华医学会妇产科学分会产科学组与围产医学分会妊娠期合并糖尿病协作组《妊娠期合并糖尿病诊治指南(2014年)》

推荐妊娠期糖尿病患者钙摄入量增加33%-50%。

AACE/ACE 指南推荐: 绝经后骨质疏松症补充钙与维生素D

腰、股骨颈或全髋骨密度的T值≤-2.5; 脆性骨折史或FRAX评分提示高骨折风险 ¹		
评估是否存在继发性骨质疏松症		
纠正钙和维生素D缺乏, 并明确继发性骨质疏松症的相关因素		
推荐药物治疗		
生活方式教育、预防跌倒、评估用药的风险与获益		
无骨折史或中等骨折风险 ²	既往有骨折史或高等骨折风险 ²	
阿仑磷酸、狄诺塞麦、利塞膦酸或唑来膦酸 ³	狄诺塞麦、特立帕肽或唑来膦酸 ³	
备选方案: 伊班膦酸或雷洛昔芬	备选方案: 阿仑磷酸、狄诺塞麦、利塞膦酸	
至少每年评估1次疗效和骨折风险	至少每年评估1次疗效和骨折风险	
骨密度稳定或升高, 未发生骨折	估量丢失反复发生骨折	狄诺塞麦 特立帕肽 唑来膦酸
口服二磷酸盐5年或静脉制剂3年后 后可考虑药物假期	评估用药依从性; 重新评估继发性骨质疏松因素和对治疗反应不佳的因素	继续治疗; 反复发生骨折或骨量明显丢失时考虑加用特立帕肽
发生骨折; 骨密度降低超过最小有意义变化值; 股转移标志物升高至治疗前水平或满足最初治疗标准需继续治疗	既往使用的口服抗骨质疏松药物停用 静脉制剂; 骨折风险非常高或使用静脉抗骨质疏松药物时停用特立帕肽	骨密度稳定或升高, 未发生骨折 稳定时使用六年 ⁴ , 估量丢失或反复发生骨折, 考虑用特立帕肽

1. 各个国家可以根据自己的数据制定自己的标准
2. 骨折风险的评估包括脆性、跌倒、使用糖皮质激素、吸烟、饮酒或高跌倒风险
3. 对于骨质疏松症患者应使用抗骨质疏松药物
4. 长期服用阿仑磷酸盐或唑来膦酸者应定期监测肾功能
5. AACE/ACE: 美国内分泌学会与美国内分泌学会

LI J,CHEND, WANG, .AACE/ACE practice guidelines for the diagnosis and treatment of postmenopausal osteoporosis -- 2016, 22 (9) :1111

朗迪®

产品优势



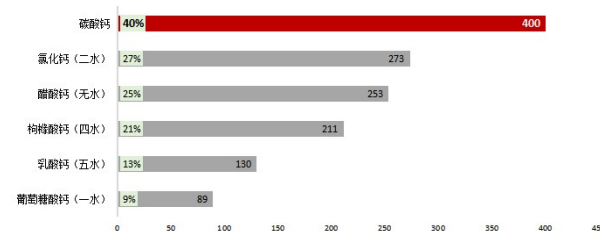
一、朗迪®钙源安全性高



二、朗迪®元素钙含量高

元素钙是衡量钙含量高低的金标准

马丁代尔药典: 碳酸钙元素钙含量远高于其他钙制剂
每克钙制剂元素钙含量和含钙率

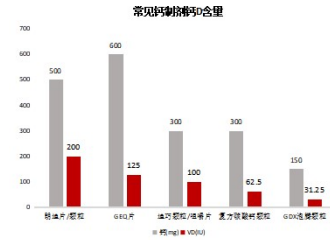
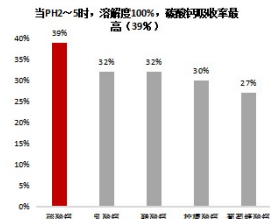


Esan C Sweetman(王瑞宁)配金博源, 冯兴祥译. 马丁代尔药典 (原第37版) [M]. 北京: 化学工业出版社, 1999.

三、朗迪®吸收率高

全球顶尖医学杂志——新英格兰医学周刊证明：碳酸钙吸收率高

维生素D3含量200IU，更易吸收



四、朗迪®钙与维生素D3合理配比500:200，更适合中国人体质

补充钙和维生素D防治骨质疏松症的全球临床指南进展（2017）——周建烈 刘忠厚

《实用钙补充剂手册》——周建烈 蔡美琴

中国骨质疏松症 2017 年 3 月第 23 卷第 3 期, Chin J Osteoporos, March 2017, Vol 23, No 3

2006 年中华医学会骨质疏松和骨矿盐疾病分会的继发性骨质疏松症诊疗指南(讨论稿)指出,继发性骨质疏松症的基础治疗之一是适当补充钙和维生素 D 制剂。大部分继发性骨质疏松症(例如,糖尿病尿毒症性骨质疏松症、制动性骨质疏松症、长期卧床等)支持性骨质疏松症、糖尿病性骨质疏松症、器官移植后骨质疏松症等)除了原发病的治疗以外,可以参考上述原发性骨质疏松症治疗指南补充钙和维生素 D 制剂。但是,对于少数特殊疾病需要特别关注: 长期卧床骨质疏松症使用含铝制剂可能导致低磷低钙血症; 如果患者伴有高钙血症(如肿瘤或甲状旁腺功能亢进症者)应该禁止使用钙剂及维生素 D 制剂; 如患者伴有肾结石及高尿酸,则应慎用钙剂及维生素 D 制剂。

钙的摄入量可以决定钙的吸收,当实验负荷趋向于500mg时,钙的吸收速度迅速增加,当高于这一水平时,增加逐渐趋向被动弥散转运。

为使钙补充剂或富含钙的食物利用最大化,钙的摄入量应为500mg左右。小肠对钙的吸收有饱和度,一般不超过500mg/次



五、朗迪®口感好，依从性强

超微粉碎技术

可嚼着吃含着吃

清新淡果味



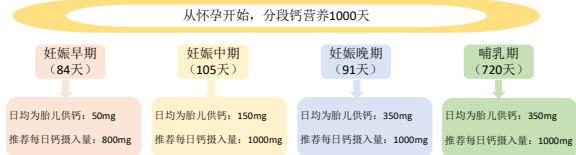
- 口感细腻：最小粒：粒径5微米以下，无残渣感
- 天然甜橙：糖粉取自于新疆甜菜、香精取自于巴西甜橙

孕产期钙营养的补充标准

孕妇钙量丢失巨大：怀孕期间平均每天丢失200-300mg的钙，哺乳期平均每天丢失300-1000mg

妊娠中期之后是该需求加速期，妊娠晚期和哺乳期是钙需求高峰期

几乎100%的孕妇有自身缺钙现象



数据来源：《孕期和哺乳期钙营养白皮书（2019年）》

推荐用法用量

中国营养学会
Chinese Nutrition Society

年龄/性别	钙推荐摄入量 (mg)	VD 推荐摄入量 (IU)
0岁~	200 (AI)	400 (AI)
0.5岁~	250 (AI)	400 (AI)
1岁~	600	400
4岁~	800	400
7岁~	1000	400
11岁~	1200	400
14岁~	1000	400
18岁~	800	400
50岁~	1000	400
65岁~	1000	600
孕早期	800	400
孕中期	1000	400
孕晚期	1000	400
乳母	1000	400

中国营养学会：《中国居民膳食营养素参考摄入量》2013年

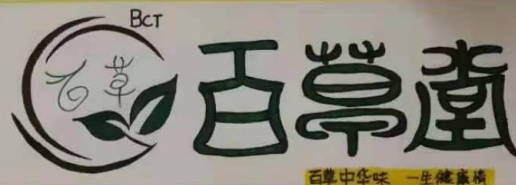
朗迪钙用法用量：

各孕期、孕早期，推荐1次1袋、1天1次，晚上睡前服用

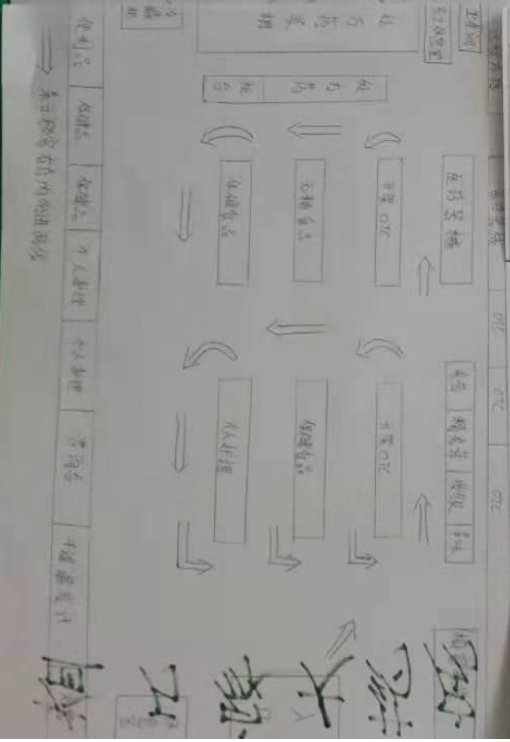
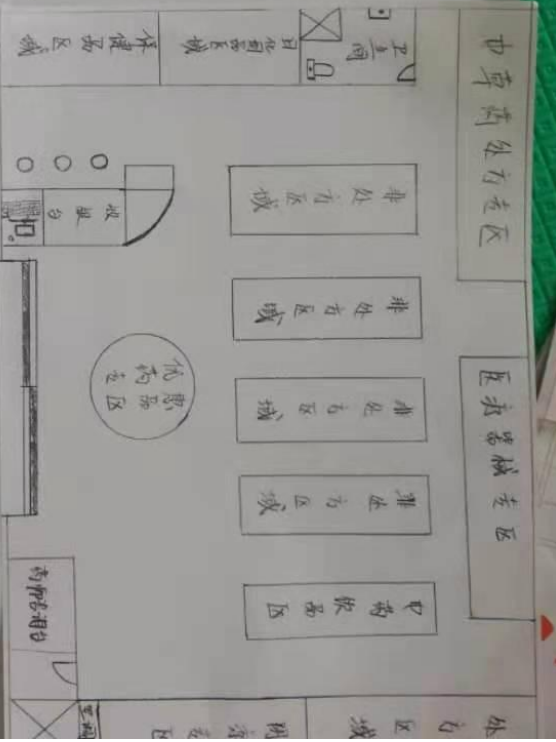
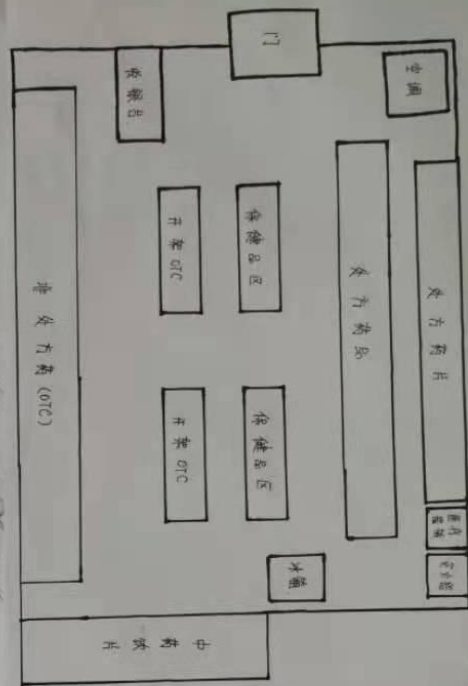
孕中期、孕晚期、哺乳期、更年期妇女，推荐1次1袋、一天2次，餐后1小时、晚上睡前服用

THANKS!
谢谢





为民大药房



生物

治流威

快克

让快克出击



胃刻宁

和胃止痛

止酸消胀

用于“胃溃疡”

双黄连

口服液

感冒

咳嗽

发热

咽痛

浓缩型
纯中药



葵花药业

血塞通 分散片

心脑血管主流用药

新一代分散片技术

- ✓ 心绞痛
- ✓ 冠心病
- ✓ 脑梗塞



板蓝根



清热解毒
凉血利咽

每次1包,每日3次

天然胡萝卜素



明亮眼睛
电力十足

保护肝脏
增强免疫力
改善视力疲劳

养血清脑丸



头痛
眩晕
眼花
心烦
易怒

失眠多梦

保健按摩枕

老年专用

舒筋活络
安神养心

适应症

·失眠多梦 ·颈椎病
·头痛头晕 ·高血压



荣华大药房

品质 专业 亲情 互动

澳天力

蛋白粉

- 1 提高人体免疫力
- 2 促进骨折病后术后痊愈!
- 3 促进青少年身体发育!

会员日 购便宜

8.5折

返券日 购划算

满**38元**
返**10元**抵用券

糖尿病日 慧控糖

血糖检测 用药指导
饮食指导 商品特惠



荣华大药房

品质 专业 亲情 互动

太极
家中常备



藿香正气液

防暑解暑、水土不服

日常：肠胃不好、消化不良

会员日 购便宜

8.5折

每月2/3/12/13/22/23日

返券日 购划算

满38元
返10元抵用券

每月5/15/25日

糖尿病日 慧控糖

血糖检测 用药指导
饮食指导 商品特惠

每月8/18/28日



荣华大药房

品质 专业 亲情 互动

太极

藿香正气口服液

防暑解暑
治腹泻



会员日 购便宜

8.5折

每月2/3/12/13/22/23日

返券日 购划算

满**38元**

返**10元**抵用券

每月5/15/25日

糖尿病日 慧控糖

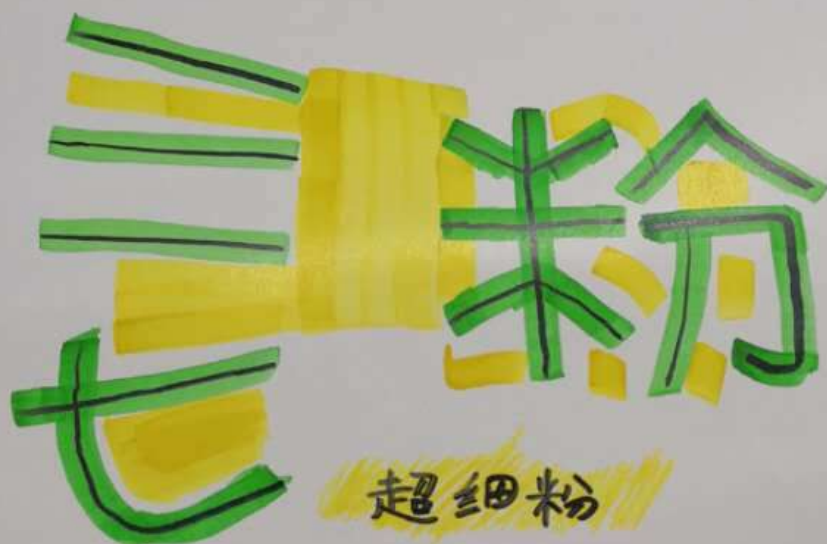
血糖检测 用药指导
饮食指导 商品特惠

每月8/18/28日



荣华大药房

品质 专业 亲情 互动



防慢病 降三高
护心脑 抗衰老
靓肌肤 美容颜

您的家庭健康顾问

荣华大药房

品质 专业 亲情 互助

氨糖软骨素

健力多

素钙片

适宜人群:

中老年人

增加

骨密度

增加骨密度 健康顾问

1300



荣华大药房

品质 专业 亲情 互动

太极

藿香

正

气



口

服

液

纯中药

不含酒精



会员日 购便宜

8.5折

返券日 购划算

满38元
返10元抵用券

糖尿病日 慧控糖

血糖检测 用药指导
饮食指导 商品特惠

木华大药房

品质 专业 亲情 互动

藿香

颗粒

正氣



防暑消暑



腹瀉腹痛



暑濕感冒

会员日 购便宜

8.5折

返券日 购划算

满38元
返10元抵用券

糖尿病日 慧控糖

血糖检测 用药指导
饮食指导 商品特惠

家中常备
太极



藿香正气液

夏季：防暑解暑

出行：水土不服、晕车晕船

日常：肠胃不好、消化不良

会员日 购便宜

8.5折

每月2/3/12/13/22/23日

返券日 购划算

满38元
返10元抵用券

每月5/15/25日

糖尿病日 慧控糖

血糖检测 用药指导
饮食指导 商品特惠

每月8/18/28日



荣华大药房

品质 专业 亲情 互动

藿香正气

口服液



适用于

外感风寒

呕吐泄泻

会员日 购便宜

8.5折

每月2/3/12/13/22/23日

返券日 购划算

满**38元**

返**10元**抵用券

每月5/15/25日

糖尿病日 慧控糖

血糖检测 用药指导
饮食指导 商品特惠

每月8/18/28日

荣华大药房

品质 专业 亲情 互动

荣华大药房

品质 专业 亲情 互动

丁桂儿脐贴

丁桂儿脐贴
健康肠胃

出 济



制胜

会员日 购便宜

8.5折

返券日 购划算

满38元

返10元抵用券

每月5/15/25日

糖尿病日 慧控糖

血糖检测 用药指导
饮食指导 商品特惠

每月8/18/28日

售药要热心、耐心、细心、诚心、责任心，收款要主动、热情、周到、细致、准确、及时。
服务人员与顾客道别，语气态度亲切自然。



荣华大药房

品质 专业 亲情 互动

三七粉

3克 微袋装

创新上市

服用灵活
携带方便
吸收更好



会员日 购便宜

8.5折

每月20/12/13/22/23日

返券日 购划算

满38元

返10元抵用券

每月5/15/25日

糖尿病日 慧控糖

血糖检测 用药指导

饮食指导 商品特惠

每月6/18/28日





荣华大药房

品质 专业 亲情 互动

大根

治腹泻

藿香

正气

口

服

液

纯中药
不含酒精



会员日 购便宜

8.5折

返券日 购划算

满38元
返10元抵用券

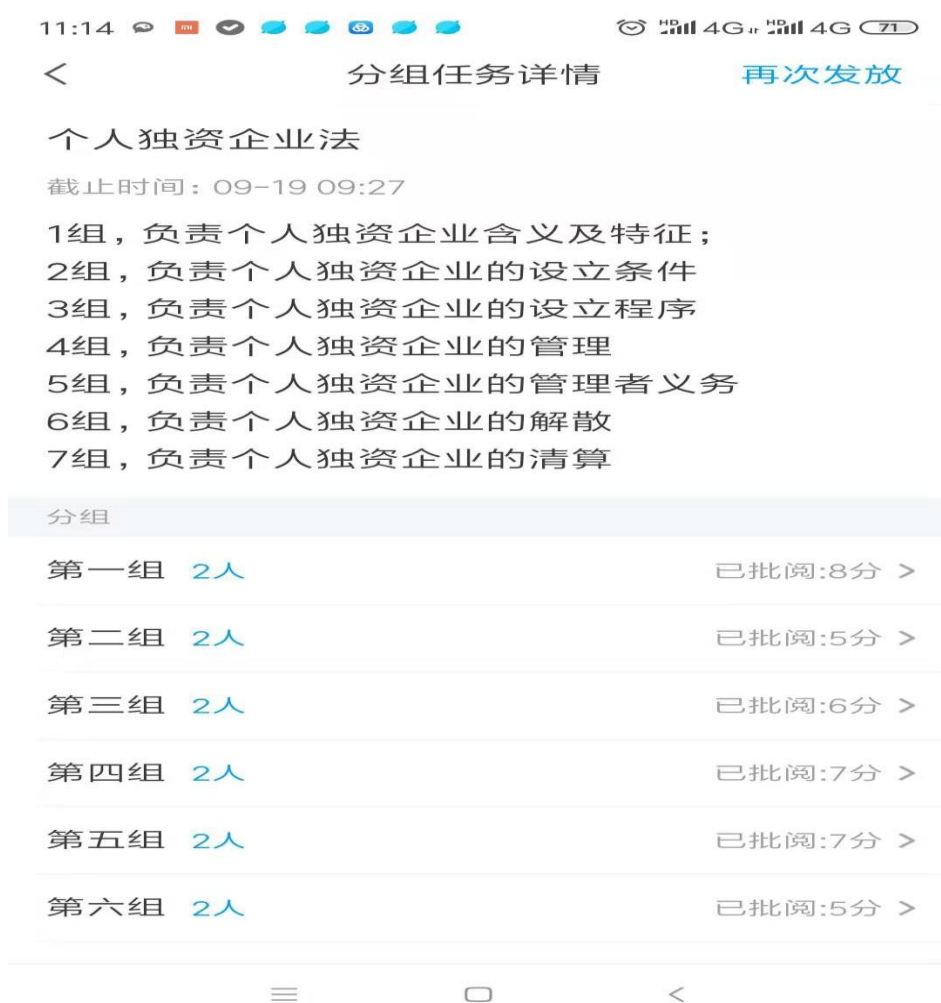
糖尿病日 慧控糖

血糖检测 用药指导
饮食指导 商品特惠

课改点滴之个人独资企业法

由于信息化技术的推广，学院要求教师使用超星学习通软件进行教学，我尝试在学习通软件上尝试分组进行任务教学，每组同学进行学习通任务完成情况的分享。教师首先整理个人独资企业法的知识点，并分割成小任务。

任务分配如下：



同学们积极进行准备，并在讲台上进行分享，在分享的过程中虽然有点紧张，但效果是不错的，大家在跟别人分享内容的时候都需要自己先去查阅资料，再进行思考，进而跟别人讲解。

通过内容分享既增加了课堂互动性，又让大家不断去思考问题，

探索课本以外的知识，激发学生的学习兴趣。

