



瑞人堂医药集团  
Ruiren Tang Pharmaceutical Group

# 从0到1000，坐上浙江医药连锁头把交椅 瑞人堂是这样炼成的

记者 赵碧莹 见习记者 贾宁欣/文 记者 徐伟杰/图

1995年10月，在温岭这座海滨小城里，一家小小的药品零售店面悄悄地开了起来。小药店不过20平方米，只有夫妻两个经营，凭借对质量的严格把控，招待着络绎不绝的顾客，这就是最初的瑞人堂。当时，或许谁都不曾预想到瑞人堂今天的样子：坐拥超千家连锁门店，实现了浙江省全区域覆盖，成为省内规模最大的药品零售连锁企业，综合实力稳居全国20强。

从0到1000的背后，瑞人堂走过怎样一段路程？它是如何坐上浙江医药连锁头把交椅的？它快速发展的秘诀是什么？它的未来又该是什么模样的？



## 承担社会责任 公益路上步不停

2020年1月，疫情的忽然暴发打了全国一个措手不及。彼时，张翔泓还远在国外。得知情况后，他半夜开始打电话联系，从各地收购口罩，并第一时间赶回国内主持局面。

这是救命的东西，这时候千万不能涨价，以前卖多少，现在还卖多少。张翔泓将指示传达到每一家连锁店。同时，他紧急安排公司负责采购的工作人员，兵分多路，前往各防疫药品、用具生产企业采购，并自派物流，以便第一时间运输物资。作为台州本土的医药企业，我们需要承担起稳价格和稳供应的责任。

不单单是积极解决口罩难题，去年年底，随着疫情防控政策的调整，多类常用药被列入新冠病毒感染者居家治疗指南常用药参考表，市面上多款常用药如退烧药出现脱销现象，供不应求。

瑞人堂又迅速行动，在温岭各镇（街道）上百家门店同时开展退烧药免费发放活动，共发放退烧药上百万颗，惠及数十万家庭。

瑞人堂能有今天，最应该感谢每一位辛劳的一线员工以及地区各级领导的关怀、指导，所以我们致力于做一家有责任感的企业，竭尽所能回馈社会。我们坚持将利润的一部分投入长期的公益事业，于国家、于社会、于广大消费者、于公司都善莫大焉。这是创始人张冬明常说的，也是瑞人堂一直在坚持做的。

炎炎夏日免费为清洁工人、教师、警察、外卖小哥等群体赠送防暑药品；启动“一杯水”公益活动，为户外工作者提供免费的休息点及凉茶；常年深入社区为老人免费测血糖、量血压；开设24小时售药窗口，方便群众。2016年，瑞人堂还成立“崇尚孝德·爱心基金”，通过增利运作提升基金总额，同时每年从经营利润中抽取一定比例注入基金，用来资助困难员工和社会弱势群体。

药品零售是一份民生事业，在此基础上，我们要主动承担起更大的社会责任，实现更长久的社会价值和企业价值。张翔泓说，在公益路上，瑞人堂不会停下脚步。

## 从温岭出发 向省级连锁蜕变

有句话如此形容浙江企业家：一有阳光就灿烂，一遇雨露就发芽。头脑活络和敢为人先的浙商有着强烈的商业意识，不悛冒险，敢于创新，善于把握每一个机会。温岭企业家不可避免也带有这种特征。

2015年，是温岭医药零售市场命运发生改变的一年。

那一年，瑞人堂通过股权置换的方式，将当地两家品牌连锁药房——温岭康康药房与温岭大德生药房收入麾下。从此，温岭零售药店“三巨头”开始了抱团向全省布局之路。

那一年，瑞人堂“少帅”，也是如今的瑞人堂医药集团股份有限公司总裁张翔泓回到国内，全程参与了合并重组，开始逐步走向台前。

这次的合并重组对瑞人堂来说是一次挑战，更是一个新的开始。自那之后，我们才真正走出台州。张翔泓记得瑞人堂发展历程中的每一个时间节点，我们是在2003年才开始连锁发展的，在那之前，一直都是单店。

2007年，瑞人堂正式走出温岭，走向台州，在椒江开设了第一家分店。此后，瑞人堂的身影遍布路桥、黄岩、临海、玉环等县（市、区），渐渐积蓄起了向全省进军的力量。

“三巨头”的合并重组正好给了瑞人堂走出去的契机。

合并之前，温岭本地零售药店市场非常内卷，在价格、人才、经营成本等各方面正面交锋，竞争可以用“惨烈”来形容，甚至为了抢一个店面，大家在房租上都到了要竞价的地步。这样的竞争环境，并不利于打开企业发展空间。直到温岭市场实现资源整合，瑞人堂才有了向外扩张的底气。走出台州，这也是我们三家企业合并时达成的共识。

2017年初，瑞人堂把温州康盛堂纳入事业版图，迈出了台州以外市场扩张的第一步。

也是在这一年，瑞人堂接受华泰基金1亿元战略投资，借助资方的力量，提高资本运作能力，加快收购步伐，为其完成从县域连锁向省级连锁的蜕变奠定了良好的基础。短短一年里，瑞人堂新增门店数量就超过180家。



## 专业+服务 给顾客一个进店的理由

2015年，瑞人堂合并重组之初，在全台州门店不过200家左右；而如今过去不到10年时间，瑞人堂已坐拥门店超千家。是什么托举着瑞人堂坐上这趟快速发展的“列车”？

在张翔泓看来，一方面依托于整个医药行业的发展，人们对医疗保健的需求不断增长，给了瑞人堂快速发展的空间；另一方面则是得益于瑞人堂一直以来坚守的初心——产品质量是企业的生命线。

买药瑞人堂，质量有保障，这是瑞人堂发展之初的口号。后来在品牌升级时，我们曾想过换一个口号，但最终否定了这个想法，继续坚持用这个口号。张翔泓说，药品是救命的，无论企业、行业怎么变化，保证药品质量是需要我们药品企业一直坚守的。这是药品企业的底线，也是我们企业发展的生命线。

如果说质量是瑞人堂的生命线，那么服务就是瑞人堂的立足点。

线上市场的兴起，给线下市场带来了不小的冲击。我们一直在思考，如何去区分线上市场和线下市场，不让线下门店沦为线上体验店。这就需要给顾客一个走进实体店的理由。张翔泓认为，服务就是吸引顾客进店的突破口。

好的服务可以把线下门店的价值体现出来，而不仅仅是一个销售场景一样的存在。他告诉记者，这些年，瑞人堂一直在提升服务上下功夫。

在瑞人堂，商学院已经创办十几年时间，重点就是为公司培养执业药师和初级药师。

药店和普通的便利店是不一样的，药店任何岗位的员工都要具备一定的专业知识，对日常的疾病要有基本的判断能力，这样才能在顾客有疑惑时，给予专业的解答。张翔泓说，商学院成立至今，已经为瑞人堂门店输送药师人才上千人，在为患者服务的过程中，能够提供更加专业的建议。

去年，张翔泓还将商学院升级为会员慢病中心，除了持续输出人才，还以慢病管理为切入点，开展精细化的会员服务。我们过去都是走粗放式的会员管理路线。从2020年开始，我们投入了5000多万元，对管理模式进行数字化改革，最初引入的是基本的会员管理系统，如今已升级到慢病管理1.0系统。

慢病管理1.0系统是以患者的需求为中心，围绕会员画像、人群属性、消费特征等数据，对会员进行精细化分类，为会员提供建档、预防、检测、用药指导、跟踪等疾病的全周期服务。我们重新定义线下门店的作用和价值，那就是专业+服务，这也是我们未来的发展方向。张翔泓说。

## 加码新零售 开辟电商新赛道

相对于“老一代”企业家白手起家而言，年轻一代企业家往往有着活跃的思维、开阔的视野和极强的创新意识，在传承父辈的根基和精神的同时，敢于开辟新赛道。

就如瑞人堂，面对滚滚而来的新零售浪潮，并没有一味对抗，而是选择积极加入。

早在2013年，瑞人堂就已获得医药电商C证，开始从事网上药店业务。次年，瑞人堂正式入驻天猫，开设第一家网上旗舰店。此后，瑞人堂在京东、拼多多等多家平台的旗舰店相继开张。目前，瑞人堂线上经营品种达1万多种，涵盖慢病管理、日常用药、滋补保健、个人护理、健康器械等八大类产品，日均销量2万单，在天猫医药行业排名第六。

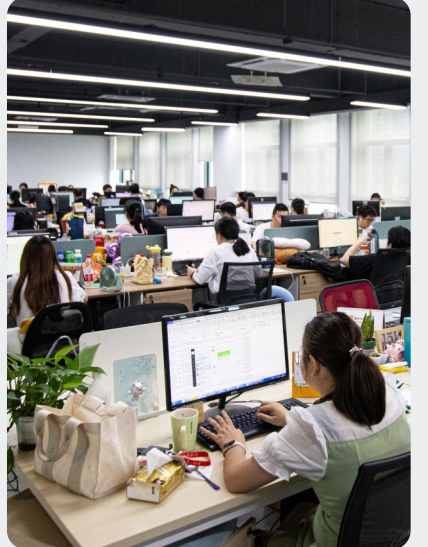
瑞人堂还针对不同类型的健康需求，发展健康药房、瑞人堂西医诊所、国医馆等不同零售业态，同时通过入驻美团、饿了么、京东健康、京东到家等外卖平台，自建“瑞人堂健康到家”微信小程序，迅速抢占个人用户的移动终端市场，日订单量超1.5万单。

当时用了半年时间，通过与阿里健康、美团、饿了么、京东到家等第三方平台的合作，迅速把线下门店搬到网上，把原本只能服务于半径0.5公里的社区店，转型成为能够服务于周边3公里的O2O门店。张翔泓表示，新零售业务已经成为瑞人堂一个新的增长点，同时推动瑞人堂快速向“以用户为中心”转型升级。

首先，价格不是新零售用户的首要关注元素，使企业脱离了线下的价格战泥潭；其次，非药销售占比提高，增强企业的盈利能力；再者，服务半径扩大，提升了单店的盈利水平；此外，通过技术革新，能够更精准地触达和服务目标客户。张翔泓表示。

张翔泓还紧跟热点，玩起了时下流行的直播。不同于“快餐式”的直播带货，他们探索了一片需要时间精心打磨的内容直播领域——深入原产地，以介绍药品原产地、加工地背后的故事为主题。

我们去青海玉树探寻鲜虫草的“秘密”，直播它的生长环境，看看它是如何被挖出来的。我们还准备去雁荡山，直播铁皮石斛的故事，甚至可以去东南亚看看燕窝是什么样的，燕窝是怎么生产的。张翔泓说，深入原产地直播并不是为了卖货，更重要的是让消费者真正了解这些产品，树立原产地理念，以此潜移默化地提升企业质量和品牌的美誉度。



玖玖和玺  
——首开·建发——

# 骄傲温岭 值此中式大宅

TAKE PRIDE IN WEN LING

双入户宽境 建筑面积 225m<sup>2</sup> 臻席递减

双国企 九龙湖 银泰旁 尊享会所泳池 百亩大盘 2022温岭三冠王

营销中心 温岭市中华路与五洋路交会处  
8622 9999

地址:横湖中路161号 邮政编码:317500

广告发布登记证:温市监广发3310078号

中本报照排

温岭市邮政局发行

投诉、报修热线:86142666

订户请向新闻晨报电话:86144005

值班编委: 王健梅

SHOKAI 首开股份 | C&D 建发国际

