# 基于Kano理论的我国社会药房药学服务优化研究Δ

茅颜祺[1*]，谢士钰[2]，田　侃[2#]（1.南京中医药大学卫生经济管理学院，南京　210023；2.南京中医药大学养老服务与管理学院，南京　210023）

**中图分类号**　R95　　**文献标志码**　A　　**文章编号**　1001-0408（2023）02-0133-06
**DOI**　10.6039/j.issn.1001-0408.2023.02.02

**摘　要　目的**　辨析社会药房药学服务需求层级与具体内涵，为我国社会药房优化药学服务提供建议。**方法**　以Kano理论为分析框架，通过文献梳理识别消费者对社会药房药学服务不同层级的需求，并根据不同层级需求内容与特点，提出我国社会药房药学服务优化的思路与建议。**结果与结论**　我国社会药房药学服务需求分为3个层级，基本型需求包括确保药品的可及、安全及有效；期望型需求包括个性化的用药指导与用药管理、便捷高效的远程购药与服务；魅力型需求包括健康服务与管理、专业优质的服务体验。社会药房应以药品保障为核心，实现优质优价，充分满足基本型需求；以患者用药管理为抓手，专业服务与模式创新双驱动，全面响应期望型需求；以公众健康为目标，拓宽服务内容与体验价值，适时满足消费者的魅力型需求。

**关键词**　社会药房；药学服务；服务优化；Kano理论

## Research on the optimization of pharmaceutical care in Chinese social pharmacy based on Kano theory

MAO Yanqi[1], XIE Shiyu[2], TIAN Kan[2]（1. School of Health Economics and Management, Nanjing University of Chinese Medicine, Nanjing 210023, China; 2. School of Elderly Care Service and Management, Nanjing University of Chinese Medicine, Nanjing 210023, China）

**ABSTRACT　OBJECTIVE** To identify the demand levels and specific connotations of pharmaceutical care in social pharmacy based on Kano theory, and to provide suggestions for the optimization of pharmaceutical care in Chinese social pharmacy. **METHODS** Using Kano theory as the analysis framework, the needs of consumer for different levels of pharmaceutical care in social pharmacy were identified through literature combing. The ideas and suggestions were proposed for the optimization of pharmaceutical care in Chinese social pharmacy based on the content and characteristics of different levels of needs. **RESULTS & CONCLUSIONS** The demands for pharmaceutical care in Chinese social pharmacy were divided into three levels, among which the basic demand included ensuring the accessibility, safety and effectiveness of drugs; the expectation demand included personalized medication guidance and management, convenient and efficient medication purchasing services triggered by consumer upgrading; the charming demand included health services and management, professional and high-quality service experience. Social pharmacies should take drug security as the core, achieve high quality and good price, and fully meet basic demand; take patient medication management as the grip, conduct double-drive professional services and model innovation to fully respond to expectation demand; take public health as the goal, broaden service content and experience value, and meet the charming demand of consumer at the right time.

**KEYWORDS**　social pharmacy; pharmaceutical care; service optimization; Kano theory

社会药房也叫零售药店，是我国药品零售领域除医疗机构外第二重要的销售渠道[1]。近年来，在处方外流、带量采购、“互联网+”等政策与商业趋势的影响下，我国药品零售总体规模虽不断放大，但增速逐步放缓，总量趋近饱和，新开门店增速由原来的5%以上降至0～3%，行业竞争进入白热化阶段[2]。目前，我国社会药房大多仍保留传统的实体经营模式，以销售药品为主，药学服务质量不高且深度不够，出现同质化竞争、毛利率下滑甚至客流流失危机[3]。已有学者就社会药房药学服务的发展现状、面临困境、质量评价等方面展开了诸多研究[4－6]，但有关社会药房药学服务精准优化的直接讨论则相对较少。如何科学挖掘需方需求，更为精准地定位服务内容，成为社会药房发展升级面临的重要问题。

Kano理论是用来识别需方需求并对其进行分类分层的理论工具[7]。目前，Kano理论已被普遍应用于卫生

Δ **基金项目**　江苏省中医药管理局科技发展委托专项（No. 2021WTZX02）

＊ **第一作者**　硕士研究生。研究方向：药事管理。E-mail：1301246748@qq.com

＃ **通信作者**　教授，博士生导师。研究方向：药事管理。E-mail：tiankan@njucm.edu.cn

健康领域的需求研究：例如，钟凯颖等[8]运用Kano理论作为需求评估和分析工具，对失能老年人长期照护需求进行了属性归类和重要度排序，并就此提出了全面的、可实施且针对性强的失能老年人照护方案；韩玮等[9]依据Kano理论，从公众需求视角出发，对突发公共卫生事件信息公开的关键要素及策略进行了探讨，为政府部门提升突发公共卫生事件信息公开质效提供了科学的决策支撑。可见，将Kano理论运用于卫生健康领域的需求研究具有一定的实际价值。基于此，本研究尝试从需求角度出发，在文献梳理的基础上，应用Kano理论对社会药房患者需求类别与层级进行识别与分析，以期针对性地提出我国社会药房差异化发展路径，从而引导社会药房结合自身优势精准优化药学服务项目。

## 1 Kano理论概述

### 1.1 Kano理论的需求层级

Kano理论由东京理工大学教授狩野纪昭（Noriaki Kano）提出，可用以帮助企业识别需方对产品属性的需求情况，进而改进产品设计或推动新产品开发[7]。按照Kano理论，需方对产品或服务的需求被分为基本型、期望型和魅力型3个层级，这3类需求与需方满意度之间的关系见图1。

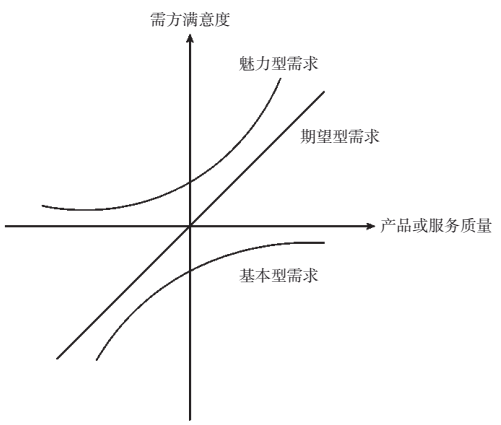



**图1 Kano理论需求曲线**

基本型需求是产品或服务必须具备的质量。当产品或服务与基本型需求的匹配度较低时，需方满意度将显著下降；但当基本型需求被高度满足甚至远超出预期时，需方满意度亦不再显著升高。期望型需求是指产品或服务在具备基本质量的前提下，需方期望额外优先获得的产品或服务的功能与质量。该类需求与需方满意度之间成线性关系。魅力型需求则强调产品或服务的功能和质量给需方带来的意外惊喜。当魅力型需求被较少满足时，不会引发需方不满；但当魅力型需求被较高满足时，需方满意度将呈指数上升。

### 1.2 Kano理论在社会药房药学服务需求识别中的意义

社会药房是满足患者获取药品、合理用药等药学服务需求的重要渠道，其经营过程就是满足患者需求的过程。光顾社会药房的患者，因生活方式、经济条件、健康状况、疾病种类及轻重程度等的差异，对药学服务的需求不尽相同。目前已有研究从需求角度出发，证实了社会药房药学服务需求的多样性。例如：郑金华等[10]对658名漳州地区零售药店患者开展的服务需求调查显示，除购买药品外，患者的药学服务需求还包含处方审核、疾病判断、药品推荐、用药指导等，多达17项；同时，该研究还基于患者视角对药店药学服务的开展频次进行了调查，结果显示，患者需求多样，但满足度较低。鲁汉玲[11]将药店患者需求分为经常性需求和突发性需求，按需求得以满足的可能性分为现实需求和潜在需求，按需求的主观感受分为有意识需求和无意识需求。该研究侧重展现各类需求的差异，是从需求角度围绕社会药房药学服务开展的初步探索。而Kano理论则为社会药房药学服务需求的识别与探索提供了新的分析框架，该理论不仅可以识别需求的差异性，而且更注重于需求层级的科学划分。这对于社会药房有效配置资源、精准优化药学服务、培育差异化竞争优势具有重要意义[7]。

## 2 基于Kano理论的社会药房药学服务需求辨析

本研究参考既往社会药房药学服务需求的相关研究，结合当前我国健康消费新动态，运用Kano理论对社会药房药学服务需求进行识别与分析，依据该需求满足后带给需方满意程度的高低将其划分为基本型、期望型和魅力型3层。

### 2.1 基本型需求

2.1.1 可及便捷的购药方式 药品可及是社会药房消费者的基本需求。WHO将药品可及定义为人们在距离家步行1 h范围内的医疗机构或药品销售点能持续地获得可负担的药品[12]。我国大部分学者也在对药品可及的研究中强调了该定义，认为社会药房消费者基本型需求的核心是品种可及、价格可负担、时间空间可及这3个方面[13]。品种可及指患者可从社会药房买到所需药品。社会药房是患者购买药品的重要终端，药品品类齐全、数量充裕是其价值的核心来源[14]。而药品品种过少是目前社会药房药品销量的主要限制因素，同时品种少也给患者带来不好的购物体验[15]。价格可负担指患者能够承受的药品价格。价格始终是消费过程中的敏感要素，尤其是在社会药房的药品品种医保覆盖面相对较小、自付比例高甚至全额自费的情况下，患者对药品可负担性的诉求更高。时间空间可及指患者能在短时间、多时段、近距离范围内购得药品。有关调查结果表明，62%的患者希望药房与居住地的距离在200 m以内，27%的患者希望药房与居住地的距离在200～500 m，其余患者表示希望距离在1 km以内；对于药房的选择偏好，39%的患者优先考虑地理位置[16]。另一项调查发现，患者购药首先考虑方便性[17]。可见，患者对社会药房的交通、位置等便利性要求较高，上述因素将很大程度地

影响患者对药房的选择。

2.1.2　安全有效的用药保障　药品是与生命健康紧密相关的特殊商品，安全有效的用药保障也属于患者基本型需求的范畴。当前社会药房在进药渠道、售药服务等环节的风险不容忽视，轻则导致用药不良反应，重则危及患者生命健康与安全[18]。因此，患者需求表现为根据病症需要，购买到质量过关的合格药品，依医嘱按时按量服用，避免和减少药品所带来的不良反应，保证健康权益。而在我国，社会药房用药安全保障体系尚未发展完善，在目前的不良反应/不良事件报告和监测体系中，由社会药房上报的报告数量亦较为有限[19]。

### 2.2　期望型需求

2.2.1　个性化的用药指导与用药管理　复杂多样的疾病不仅使得患者对药品的可及性、安全性、有效性存在基本型需求，也使得其更迫切地需要获得个性化的用药指导及用药管理。一方面，我国医疗机构门诊量较大、医生问诊与沟通时间有限，存在对患者用药指导不足等风险隐患；另一方面，我国慢性疾病患者已超3亿人次，所耗卫生资源占比高达70%，加之慢性疾病患者受病程长、病因复杂、治疗方案频繁更换、合并疾病种类多等复杂因素的影响，其难以准确判断病情并据此动态科学用药，故重复用药、擅自停药等情况频发，用药依从性差[20]。有关患者用药需求调查显示，100%的调查对象希望获得专业的用药指导，98.03%的调查对象会在自己或家人需要用药时，主动关注用药相关问题，迫切需要用药管理相关服务[21]。

社会药房具有分布广，与患者距离近、接触频次高，服务形式灵活等优势，是患者获取更为及时、更有针对性的用药指导与服务的重要窗口。郑金华等[10]研究发现，用药指导、对患者用药进行追踪随访、药学咨询、建立社区居民药历等是90%以上患者迫切需要的服务项目，但这些项目总体得分均偏低，是亟待关注的服务领域。

2.2.2　便捷高效的远程购药与服务　近年来，工作生活节奏加快、信息物流技术变革等多种因素推动了消费习惯的改变。患者开始追求更高效率、更便捷的服务。送药上门、远程咨询等线上药学服务是患者期待值较高的需求[22]。艾瑞咨询发布的《2020年中国居民购药调研白皮书》的调研数据显示，电商平台已成为我国居民的重要购药渠道，60.3%的受访居民表示过去1年中曾使用过电商平台购药，且每人每年购药5.8次；同时，在尚未使用过医药电商平台的受访者中，86.6%的居民表示愿意尝试这种购药渠道，其中21.8%的居民的意愿较为强烈。从线上线下购药方式对比结果来看，对于在线下药店与线上电商平台都有过购药经历的居民来说，电商平台的评价略高于线下药店，这可能与医药电商药品价格透明、可及性强、便捷性高的主要优势有关。该报告还指出，促使居民选择医药电商平台的主要因素包括更多的品牌选择（67.1%）、更安全的保障（61.1%）、更低的价格（51.2%）、更快的物流（44.3%）、更清晰便捷的购药流程（27.3%）等[23]。

此外，线上购药便捷高效，且通过开展远程患者用药指导，特别是对慢性疾病患者进行延续性用药指导及用药管理，可实现医疗机构外的长期全程用药指导及管理服务，可较大程度地减少患者并发症等的发生风险；同时，线上购药也降低了患者的到店次数和等待时间，有效避免了重大突发公共卫生事件中交叉感染的可能。

### 2.3　魅力型需求

2.3.1　健康服务与管理　全生命周期健康理念指出，健康与否不应只依据是否患病进行评判，还需通过全生命周期、全方位、立体的健康价值谱系进行评判[24]。《2022年中国健康管理白皮书》显示，仅60%的公众对自身健康状况满意[25]。运动锻炼缺乏、晚睡成瘾、手机依赖、高能量饮食等不良生活习惯广泛影响着人群健康，失眠、脱发、慢性疾病高发等一系列健康问题涌现，健康焦虑蔓延，公众对健康的关注度空前高涨，对健康服务与管理的需求日益增强。有关健康管理需求情况的调查也证实，83.5%的受访者认为自己非常需要或可以尝试管理自己的健康，且对饮食营养指导（52.3%）、健康体检（52.2%）、中医养生保健（36.4%）和健康教育讲座（34.0%）等健康管理较为渴望[26]。

2.3.2　专业优质的服务体验　情感是人类最深层级的需求，深层级情感需求包含服务态度、沟通能力、语言艺术、仪容仪表等服务带来的体验[27－28]。当前我国医疗卫生体系改革着眼于提升患者体验，逐步改善患者就诊过程中的体验，包括就诊过程的舒适程度以及服务质量。英国*British Medical Journal*曾发表的一篇名为《把患者放在第一位》的述评提道：高质量的患者就医体验才是良好医疗服务的核心内容[29]。社会药房的服务对象主要是患者，他们不仅需要药品等有形产品治疗疾病，解决疾病带来的疼痛、不适，也急切需要缓解紧张、焦虑、担忧等心理压力甚至是心理伤害。专业、温暖、贴心的服务不仅能让患者有即时的良好体验，更能让他们保持愉悦的心情，增强战胜疾病、管理健康的信心，有助于更好地发挥药物疗效。

## 3　基于Kano理论的我国社会药房药学服务优化路径建议

基于前文Kano理论的社会药房药学服务需求辨析，社会药房药学服务需求可划分为以药品保障为核心的基本型需求、以患者用药管理为核心的期望型需求和以公众健康管理为核心的魅力型需求3个层级，且这3类需求的药学服务及资源也各有侧重。建议我国社会药房结合自身规模、资源、能力等方面的基础，以及我国各级市场在空间、消费者消费能力和消费特点的差异

性，短期内专注于某类特定层级的消费需求，培育和发展特色药学服务，形成差异化竞争优势；同时，社会药房还应长期敏锐追踪和分析消费需求的变化趋势，动态更新药房的服务能力，提供精准的药学服务，以药品保障为基础、以服务与体验为引领，培育动态竞争优势。基于Kano理论的社会药房药学服务动态竞争优势见表1。

**表1　基于Kano理论的社会药房药学服务动态竞争优势**

| 需求类型 | 需求内容 | 核心任务 | 竞争优势 | 实现路径 |
|---|---|---|---|---|
| 基本型 | 可及便捷的购药方式 | 药品保障 | 药品品类与性价比 | 供应链管理 |
| | 安全有效的用药保障 | | 药品质量 | 质量安全管理 |
| 期望型 | 个性化用药指导与用药管理 | 患者用药管理 | 专业用药管理 | 专业型药学服务 |
| | 便捷高效的远程购药与服务 | | 便捷高效的购药服务 | “互联网+”数字化 |
| 魅力型 | 健康服务与管理 | 公众健康 | 健康服务与管理 | 延伸多元服务 |
| | 专业优质的服务体验 | | 情感体验 | 打造品牌声誉 |

### 3.1　以药品保障为核心，实现优质优价，充分满足基本型需求

3.1.1　密切追踪用药需求，拓展药品品类，提升性价比　社会药房生存与发展的根基在于满足患者对品种可及、价格可负担和时间空间可及3个方面的基本需求。为此，社会药房应紧围绕“健康中国”战略，积极配合医改政策，充分发挥自身分布广、运营便捷灵活的优势，与医疗机构互为补充，充分满足患者的基本型需求。

品种可及方面，社会药房可响应国家医保谈判“双通道”、处方外流等政策，与医疗机构紧密配合，从高值、特殊病种、罕见病乃至慢性疾病处方药等品类入手进行品种优化，着重发展特殊疾病专业药店、直接面向患者（direct to patient，DTP）药房，通过与医疗机构、医药企业构建合作网络，优化药品配送环节，增设网点，健全标准化信息可追溯系统及电子处方数据库，从而增强自身专业药品承接能力，丰富药品品种。

价格可负担方面，针对广大普通患者的购买能力与需求特点，社会药房应坚持优质优价的服务理念，强化成本优势。社会药房主流消费人群是普通患者，价格是较为敏感的要素。因此，社会药房应做好周边人群的消费能力调研，准确定位，提高药品及服务性价比；与药品生产企业密切合作，争取更大的价格优势；充分利用我国仿制药一致性评价成果，鼓励支持国产品种，寻找价格相对较低、性价比较高的原研药替代品，以满足不同人群的可负担需求。

时间空间可及方面，社会药房应努力提高服务覆盖空间范围，延长服务时间，重点做好基层用药保障。中大型连锁社会药房应适当规划下沉市场战略，推动市场向县乡区域下沉，以新开、并购等形式提升覆盖广度，并在此基础上尽可能延长营业时间，实现药师配备充足的药房24 h营业及紧急药品的配送服务。针对人口密度低的偏远地区，由于开店成本-收益等客观因素限制，社会药房应通过与地方政府、医疗机构合作，依托自动售药机、无人机配送等方式满足时间空间可及。

3.1.2　提升全环节质量安全管理水平，做好患者安全用药的守门人　安全有效是药品的根本属性，也是患者基本型需求的重要内涵和社会药房的基本任务。在创新药品不断涌现、流通模式创新、流通成本压缩及效率提升的背景下，药品安全风险不容忽视。社会药房是患者购药并用于治疗的最终端口，药品自身质量安全和药学服务安全始终是其内部管理的重点领域。

药品自身质量安全方面，社会药房应建立并覆盖流通全周期的质量管理制度，严格规定进药资质审核、验收、储存、陈列、销售等各个环节的工作规范；构建质量风险跟踪管理体系，加强对国家药品监管部门质量公告和上游批发企业药品经营质量管理状态的关注[30]，根据经验总结易发生风险的关键环节，及时识别、评估、规避潜在风险。

药学服务安全方面，目前我国药品零售环节不良反应监测能力较为薄弱。李婵娟等[31]研究发现，药品零售人员对不良反应相关知识的认识不够深入，专业素养不足，最基本的药品安全知识缺乏，故亟待引入专业的不良反应监测人员，加强不良反应监测体系的建设投入。此外，还应加强质量方面的教育培训与激励引导，细化精准优质服务的行为规范，提升质量意识；应加强信息化建设，确保药品从售前到售后全流程可追溯，以及借用信息手段确保医保基金的合理使用。

### 3.2　以患者用药管理为抓手，专业服务与模式创新双驱动，全面响应期望型需求

3.2.1　提升药学服务专业度，打造用药指导及管理服务阵地　在国家医保谈判“双通道”、处方外流等政策的影响下，社会药房应积极承接患者个性化用药指导与用药管理需求，尤其针对需长期购药用药的慢性疾病患者。建议社会药房以患者治疗整体效果为核心，围绕慢性疾病病种药学专业服务开展研究，选取单病种作为试点，逐级做深做全，探索精细化用药指导及用药管理模式。

一是优化药学服务硬件设施与环境，搭建店内用药指导与管理中心，为以整体治疗成效为核心的药学服务提供硬件支撑。如湖南诺舟大药房设立了糖尿病专区，配备了血糖无痛检测设备和相关信息系统，为药房药师事后监督与追踪提供了便利[32]。

二是制定专业规范的用药指导及服务流程。社会药房应主动收集购药患者的基本治疗信息，建立集诊断情况、疾病史、药品治疗方案等于一体的健康档案；评估、判断、确认患者是否存在药品治疗问题，并根据治疗目标与患者共同制定治疗计划；在患者用药期间积极监护，拟定收集监测数据表，动态评估药品治疗效果，并做

好定期随访及用药再评估。

3.2.2　紧跟数字化转型步伐，构建“互联网+”现代运营模式　在患者便捷、高效远程购药与服务的需求下，社会药房应紧跟数字化转型步伐，找准切入点，加快搭建线上线下全渠道销售模式。目前，药品线上销售“网订店送”O2O（online to offline，即线上到线下）等购配药模式已广泛开展，但业务大多依托美团、京东等电商平台，医疗服务的专业程度相对较低。

在此背景下，社会药房首先应结合自身实力与特点做好布局，中大型连锁社会药房可构建线上自营平台，探索医药垂直电商。一方面，自营平台在展示品类规划等方面更为合规，有利于用药安全与患者隐私保护；另一方面，自营平台有利于延展如远程用药指导、慢性疾病管理等专业化的线上药学服务，多方位满足便捷药学服务的需要。

其次，社会药房应组建处方信息共享平台，融入“互联网医院+药店”合作模式，对医师远程开具的处方即时进行审核后向下游合作药品供应商发送配送指令，将诊断、处方、审方、下单、配送、用药指导、安全监测等环节全程整合，实现安全高效的集成化用药服务。目前已参与该类实践的社会药房数据显示，融入互联网医院合作可大幅提高处方药的销售量[33]。建议门店辐射广的连锁社会药房积极寻求上游医疗机构合作，拓宽服务范围。

值得注意的是，线上销售处方药面临较高风险，如抗菌药物滥用等[34]。随着政府层面《药品网络销售监督管理办法》的出台，社会药房更应明晰自身职责，筑牢责任意识与行业底线，严格规范线上售药处方审核流程，加强风险自查，规范销售行为。

### 3.3　以公众健康为目标，拓宽服务内容与体验价值，适时满足魅力型需求

3.3.1　面向健康需求，拓展服务内容，延伸多元服务　随着社会经济水平的提高及公众健康意识的增强，社会药房应在健康管理与服务方面发挥积极作用。国外调查显示，社会药房非药品业务占比较高，如在澳大利亚、日本等国家，部分药房非药产品的销售额占比超过75%[35]，社会药房成为满足公众健康需求的重要渠道。然而目前我国社会药房销售品类仍以药品为主，如何升级服务内容与质量，满足多元健康需求，将是社会药房满足患者魅力型需求的重要抓手。如湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司创建的中医药社会药房扎根于全周期服务理念，自2010年起尝试创新商业模式，逐渐从药品销售向中医药预防保健升级，沿健康体检、中医养生、康复理疗及绿色养生产品开发道路，不断延伸健康服务产业链，为传统行业带来生机，实现了对大健康产业的初步探索[36]。

可见，我国社会药房应适时延伸以健康为主题的多元服务。通过健康宣教，向公众普及日常保健、疾病预防等健康知识；提供健康指标测量服务，以及中医体质辨识等需求度高、专业性强的大健康管理措施；建立健康管理会员制，依据会员生活习惯，梳理健康需求，提供个性化、深层次的大健康管理；在不断开发和完善健康产品和服务的基础上，依据自身硬件条件、所处地理位置、主要受众人群探索药妆医美、养生保健等大健康服务，实现药房间错位发展，构建多元健康服务生态圈。

3.3.2　面向服务体验需求，提升体验价值，打造品牌声誉　药品经营行业竞争日趋激烈，除品类完备、质量过硬之外，如何取得社会信任和喜爱，还需提升其体验价值，打造品牌声誉。有研究显示，公众在选择社会药房时，会较多地考虑药房的规模及口碑[37]。社会药房应凭借专业的服务内容、优质的服务体验，改变公众对其以盈利为目的售药者的形象认知，塑造专业药学服务提供者形象。此举一方面有利于增加公众忠诚度与消费黏性；另一方面也有利于产生合力，增加政府信任度，在医保定点药房、处方外流承接、行业标杆示范等方面获得支持与倾斜。

我国社会药房在运营过程中应积极探索体验和情感价值服务模式，如在场所提供方面，应营造安静温馨的服务氛围和私密舒适的服务环境，以更好地为患者提供用药咨询，保护患者隐私，缓解患者紧张情绪；在服务方面，药房工作人员应着装统一、举止得体，做到积极问询、认真倾听、耐心回应，以温暖服务根植公众内心；在专业性方面，药房工作人员应以专业的水准客观介绍和比较药品，扭转传统药房“以价荐药”的信任危机[3]，提升信誉度与消费复购率。

## 4　结语

随着“健康中国”战略的持续推进，社会药房作为保障公众健康的“最后1公里”，其发挥的药学服务价值不容小觑，需要在当下及未来依据市场需求，逐层级提高药学服务水平。同时，值得注意的是，社会药房药学服务水平的提升，尤其是魅力型需求的多元服务等内容，离不开政府层面利好的政策指引，如借鉴日本经验，允许医保定点药房丰富与健康相关联商品的铺设、适当增设药事服务费等[38]。在利好政策支持下，相信通过精准对接各层级药学服务需求，以提供相应高专业度的优质服务，最终转化社会与经济效益，会成为社会药房未来长期生存与发展之道。

本研究的局限性在于相关内容主要基于文献展开，故后期拟进一步开展实证调研，对各层级社会药房药学服务进行更为细致深入的思考，为社会药房药学服务优化提出更有针对性的决策支撑。

## 参考文献


[1] 陈永法.中国药事管理与法规[M].南京:东南大学出版社,2021:75

[2] 搜狐网.药品零售行业全景图:处方外流带来长期增量,药店数量趋近饱和竞争激烈[EB/OL].(2019-10-03)[2022-10-14]. https://www.sohu.com/a/344896254_139908.

[3] 姜艺佼,景浩."大健康"理念下我国社会药房药学服务的发展现状及对策研究[J].商业经济,2021(12):97-99.

[4] 许越,卢家明,王静,等.基于消费者视角的成都市社会药房电子处方及远程药学服务实施现状和效果的调查分析[J].中国药房,2021,32(4):398-405.

[5] 吴锦.我国零售药店分级管理实施状况、困境及对策研究[J].中国药房,2017,28(1):141-144.

[6] 付非,韩艺,冯波.基于SERVQUAL模型的零售药店药学服务质量评价体系构建[J].中国药房,2016,27(28):4030-4032.

[7] 紀昭狩野,信彦瀬楽,文夫高橋,等.魅力的品質と当り前品質[J].品質,1984,14(2):147-156.

[8] 钟凯颖,孙龙凤.基于Kano模型的失能老年人长期照护需求研究进展[J].中华护理杂志,2022,57(3):368-373.

[9] 韩玮,陈樱花,陈安.基于KANO模型的突发公共卫生事件信息公开的公众需求研究[J].情报理论与实践,2020,43(5):9-16.

[10] 郑金华,罗秀针,何玉婷.漳州地区零售药店消费需求分析[J].中医药管理杂志,2021,29(13):44-48.

[11] 鲁汉玲.零售药店顾客需求分析[J].江苏商论,2009(6):22-23.

[12] 龚时薇,许燚,张亮.药品可及性评价指标体系研究[J].中国卫生经济,2011,30(5):72-74.

[13] 陈永法,陈蕾.连锁药店承接社区医疗机构门诊药房职能的可行性探索[J].中国卫生事业管理,2015,32(3):175-177,227.

[14] 王莹.论零售药店品类管理现状与发展对策[J].黑龙江科技信息,2014(7):284.

[15] 谭东明,龚贺.零售药店销售现状分析与思考[J].甘肃科技,2020,36(24):4-6.

[16] 吕贵兴.药品零售消费者行为与满意度测量:基于潍坊的调查[J].中国市场,2012(32):66-68.

[17] 吴锦.我国零售药店分布现状及其发展建议[J].中国药房,2013,24(17):1627-1629.

[18] 杜丽,张文静.医院西药房高危药品风险管理效果分析[J].光明中医,2020,35(22):3656-3658.

[19] 杨雅静,邓剑雄.零售药店ADR报告和监测体系建设探讨[J].今日药学,2016,26(6):454-456.

[20] 中国药科大学国家执业药师发展研究中心.中国执业药师发展报告:2015[M].北京:中国医药科技出版社,2016:85-89.

[21] 郑珊珊,李建涛,许云晶,等.传统药学服务与"互联网+药学服务"中的用药指导现状及患者需求分析[J].中国药学杂志,2022,57(11):955-960.

[22] 陈设,段晓红,赖潇潇,等.基于问卷调查探讨药事服务费的实施及互联网药事服务的前景[J].中国药师,2017,20(5):887-889,910.

[23] 艾瑞咨询.2020年中国居民购药调研白皮书[EB/OL].(2020-05-19)[2022-10-14]. https://www.sohu.com/a/396-167223_445326.

[24] 王一方.大健康观的哲学思考[J].中国卫生,2016(11):22-23.

[25] 腾讯网.2022年中国健康管理白皮书[EB/OL].(2022-10-13)[2022-10-14]. https://new.qq.com/rain/a/20221013-A00UGS00.

[26] 许航.居民对社区卫生服务机构健康管理服务偏好及影响因素研究[D].北京:北京协和医学院,2022.

[27] 徐永顺,周宇,刘渊,等.重大突发公共卫生事件中的居民情感需求挖掘[J].图书馆论坛,2021,41(9):76-86.

[28] 陈恩茵,黄芬,周君怡.南宁市社区居民健康管理服务认知及需求情况调查分析[J].社区医学杂志,2019,17(16):964-967,971.

[29] 健康界.患者体验是医院管理重要一环[EB/OL].(2019-10-25)[2022-10-14]. https://www.cn-healthcare.com/articlewm/20191025/content-1073796.html.

[30] 王雪莹,孟祥颖.质量风险管理在药品经营质量管理规范实施中的作用[J].中国药物经济学,2022,17(6):114-117.

[31] 李婵娟,陈玲玲.保山市药品零售经营企业药品不良反应认知度情况调查[J].社区医学杂志,2020,18(19):1321-1324.

[32] 中国药科大学国家执业药师发展研究中心.中国执业药师发展报告:2016[M].北京:中国医药科技出版社,2017:103.

[33] 喻小勇,田侃.美国社会药房"互联网+"发展概况及其对我国的启示[J].中国卫生事业管理,2019,36(9):676-678.

[34] 张津维,胡书琛,徐政泽,等.我国网上药店发展现状的文献研究及建议[J].中国药房,2021,32(14):1678-1684.

[35] 39健康网.非药占比率先达到70%是药店制胜关键[EB/OL].(2015-12-10)[2022-10-14]. http://drug.39.net/a/151-210/4741349.html.

[36] 高弘杨.全周期健康管理平台的药店实践[J].中国药店,2021(1):32-34.

[37] 何丹.合肥市零售药店执业药师药学服务现状:基于顾客需求的研究[D].合肥:安徽医科大学,2019.

[38] 区政强.日本零售药店发展的经验之借鉴[J].世界最新医学信息文摘,2019,19(8):282-284.


(收稿日期:2022-10-18 修回日期:2022-11-02)

(编辑:孙 冰)