



# 雲端健康管理e點就靈

## 大樹醫藥

文／張文龍（實踐大學企業管理學系 專任教授）

### 壹 前言

臺灣藥品零售與處方服務產業市場的發展密度高居世界前茅，時至現今，臺灣市場藥品販賣業主要係以西藥販賣業為大宗，概分為「藥局」與「藥商」，當民眾遇有輕微病症，很快即能在各式藥局或藥商等通路取得所需藥品。

依藥事法第十九條規定，藥局的定義是：「藥局乃指藥師或藥劑生親自主持，依法執行藥品調劑、供應業務之處所，依法得兼營藥品零售業務；而一般所稱之「藥妝店」，係屬西藥販賣業之藥商，依藥事法第十四條規定：藥商乃指下列各款規定之業者：1.藥品或醫療器材販賣業者。2.藥品或醫療器材製造業者。

由以上定義可知，藥局與藥商的差別在於藥商不得接受處方箋，以及執行調劑處方藥品業務，其營業範圍至多可以進行指示藥品、成藥，以及醫療用品的販售。在藥品販賣產業發展過程中，因為產業的特性、藥品的相關性，或是其他策略的目的，除藥品的供應與零售外，藥局或藥商增加了許多商品的販賣，包括機能性食品、



清潔用品、個人用品、嬰兒用品、化妝品，以及保養品等(沈明志，2012)。

藥局因藥事法的特許規範，具有執行調劑處方藥品的深度專業，所以具有業務排他的特性，故民眾需要藥事相關諮詢與服務時，商品專業解說能力與信賴度也就較藥商為高(吳靜芳、王超弘，2015)。依據衛生福利部統計資料顯示，自2001年以來，藥局家數逐年成長至7,866間，成長率達22%（如下表1所示），比照經濟部統計處2014年底，全台4大超商總店數1萬131家之數字而言，密度不遑多讓，顯示出民眾在臺灣購買藥品之便利性。

表 1 臺灣醫藥藥局家數

民國年別	臺灣藥局家數(店)
2001	6,440
2002	6,990
2003	7,155
2004	7,435
2005	7,673
2006	7,397
2007	7,381
2008	7,215
2009	7,450
2010	7,558
2011	7,699
2012	7,620
2013	7,701
2014	7,866

(資料來源：中華民國104年版衛生福利年報)



然而，民眾到藥局領藥多屬一次性服務，民眾選擇離家近的藥局領藥，藥師想依專業性調劑適當的藥品時，會先詢問民眾關於用藥過敏、最近服用的藥品…等問題，民眾常不易清楚了解藥品的名稱、藥效、劑量……等問題，藥師僅能運用有限的資訊調劑，至於是否重複用藥，或是藥品間的交互作用情形，藥師很難加以評估，更無法傳遞相關的醫藥知識給予民眾，使得藥局專業的優勢在此點遭遇到瓶頸(陳姿樺，2016)。

在藥局產業的競爭激烈下，如果藥局無法提出具有差異化的競爭策略，或是能深化消費者個人客製化的服務需求時，消費者將對藥局缺乏忠誠度。尤其，連鎖經營藥局在缺乏營運彈性下，容易失去競爭優勢。因此，本個案研析報告，在觀察並汲取大樹醫藥股份有限公司於103年度經濟部服務業創新研發計畫之傑出表現，以多樣化角度，提出大樹醫藥在藥局產業上提出的創新經營思維，特別是該公司於2016年3月30日贏得投資人與政府的認同，成功上櫃，進入資本市場，其成功案例值得相關產業之借鏡與參考。

## 貳

## 產業發展現況與困境

### 一、產業發展現況

#### (一) 藥局產業面臨慢性病用藥、婦嬰與保健等健康價值市場需求之快速成長

依據中央健康保險署近10年藥費成長資料分析發現，由於重大傷病與門診慢性病就醫人數年平均成長率分別達到6.2%與3.3%，加上人口老化與就醫次數成長率等緣由，致使重大傷病藥費年平均成長率達13%；而門診慢性病藥費年平均成長率亦有7.3%，造成藥品費用年平均成長率為5%。(國民健康署，2014)

而非處方箋(Over the counter, 簡稱OTC)藥品及機能性食品的市場需求主要著重在機能性食品的購買與使用，包括常見的維他命等。根據IEK(2012)的報告指出，2011年全球機能性食品市場達1,480億美元，較前一年成長10.74%。有鑑於消費者追求健康生活的意識持續發燒、替代補充醫學的接受度增加，以及機能性食品科學驗證成效的提升，預測未來全球的機能性食品將呈現穩定的成長。

依據Euromonitor International估計，2008~2013年臺灣維生素營養補充產品年複合成長率約3.4%，預計2016年上看57億美元，2011~2016年複合成長率預估10.2%。此外，臺灣奶粉市場規模約150-200億元間，惟少子化趨勢下，嬰幼兒奶粉市場雖持續萎縮，但是卻朝高單價市場邁進；而人口老化趨勢下，成人奶粉現在占奶粉市場比約25%，致使成人奶粉市場仍處於持續成長階段。

## (二) 藥局產業蓬勃發展，競爭者眾，衍生差異化服務需求

隨著藥局經營競爭白熱化，加以複合化經營策略因為商品品項種類更替快速，使得其競爭策略差異化不高，流行或造成話題性商品很快即能跟進，進而淪為末端價格競爭而失去競爭的優勢。尤其，大型的全國化藥妝通路，佔有財力、物力、人力等優勢，相對經營成本較低，一般個人開設或中小型區域連鎖藥局，如僅著重在銷售商品品目種類的擴充，或是僅致力於競價策略來吸引顧客的話，相較於大型通路，終究遭到市場邊緣化的排擠，無法永續的生存，因此經營者必須有前瞻性的策略思考，方能具有求勝的空間。以臺灣藥品零售市場發展趨勢來看，2005~2015年為擴大期，2015年之後即步入成熟期(許延年，2006)，藥局市場飽和的態勢即將來臨。

## 二、產業困境

### (一) 競爭情形日益激烈

藥局市場進入障礙相對較低，市場廠商家數眾多，加以行業界線逐漸模糊，其他藥局與藥妝店逐漸開始銷售健康食品、醫療用品，因此產品銷售的重疊性越來越高，所面臨同業產品及價格競爭將日益激烈。

### (二) 專業醫療用品通路人員流動性高之風險

醫藥服務業銷售產品屬專業醫療保健用途，需具備醫療專業知識人員方能進行銷售，復因通路零售業具備工作時間較長與休假排休等特性，使得員工的流動率較高，故加盟藥局人員流失成為產業營運風險之一。

### (三) 通路拓展限制之風險

積極佈局通路為通路零售業持續成長動能之一，惟因找尋適合營運且符合成本考量的店面不易，存在拓展通路不易之風險。





#### (四) 存貨管理風險

專業醫護保健用品連鎖通路業者由於該類產品非民生必需品，產品生命週期較一般產品為長，有庫存水位較高、存貨去化時間較長，以及存貨管理不易之風險。

### 三、藥局產業SWOT分析

臺灣藥局產業發展存在著優勢與劣勢，同時也存在著機會與威脅，以下茲就產業的SWOT分析，進行詳細的比較與分析：

表 2 臺灣藥局產業SWOT分析

內部因素 可行方案 外部因素	<b>S優勢</b> 1. 複合式全方位經營 2. 強大的POS系統 3. 明亮寬廣的門面 4. 健康便利，一次購足 5. 領先業界的客戶服務 6. 提供處方諮詢與用藥專業解說	<b>W弱勢</b> 1. 連鎖通路品牌未遍及全台 2. 新展店人員專業度須加強 3. 連鎖服務業流動率高 4. 客戶需要更複合化的服務
<b>O機會</b> 1. 客戶忠實度著重於品牌 2. 趨勢朝向積極預防疾病、銀髮族相關、專業價值品牌與平價保養品消費 3. 未來長期照護計畫發展，健保藥局為必然之單位 4. 診所與醫院避免病患流失，尋找合作藥局	<b>S優勢強化：</b> 1. 持續展店，並提高通路差異化的價值 2. 積極的展示陳列與分類，以齊全的商品，增加客戶信任	<b>W弱勢改善：</b> 1. 採大型的複合化經營模式-營造與中小店規模落差 2. 採開放加盟雙管道展店，快速拓展 3. 完整教育訓練系統 4. 暢通晉升/獎勵管道
<b>T威脅</b> 1. 競爭店削價競爭 2. 外商/財團連鎖藥局 3. 網路/電視購物 4. 直銷市場 5. 銷售管道多元化	<b>O機會把握：</b> 1. 豐富商品知識，提供使用建議 2. 面帶笑容，心存誠意服務的待客之道 3. 商品結構以生活方式分類-職業疾病、美體等，便利客戶選購 4. 配合政策延伸創新服務價值	<b>T威脅降低：</b> 1. 回歸專業：以藥師、營養師、護理師、美容師等專業人士，提供量身訂做的健康諮詢 2. 尋找暢銷商品外的商品或服務契機,例如雲端服務等 3. 強化行銷曝光策略

參

## 公司簡介

## 一、大樹醫藥股份有限公司營業概況

## (一) 營運現況

大樹醫藥於1993年創立，初期資本額為新台幣50萬，從日營收2000元開始，筆路藍縷，逐年成長，至2001年開始邁入連鎖藥局經營之路，資本額至2016年6月為止為2億5千2百60萬元。

2001至2016年，16年來大樹每年營收與獲利皆穩健成長，至2015年底，達成合併營收21億的優異表現，持續朝企業願景與目標邁進。

在組織方面，全台連鎖直營店門市營業面積平均每店為60坪~80坪，居醫療服務業最前線服務客戶。總部設董事長1人、總經理1人、部門經理人7人，截至2015年6月止，共計50間加盟藥局，專業藥師共149人，門市人員（包含護士、護理師、營養師、美容師、保姆等專業人員）共327人，以及行政中心與物流倉儲人員共112人。

## (二) 營運獲利概況

近4年大樹醫藥營業額與獲利概況如下表所示：

表3 大樹醫藥營業額及獲利概況分析

年度 營業表現	2012年	2013年	2014年	2015年
營業收入 (新台幣千元)	911,063	1,136,190	1,622,431	2,159,857
稅前淨利 (新台幣千元)	41,041	83,101	117,586	98,891
每股稅後盈餘EPS (新台幣元)	3.06	4.1	4.23	3.35

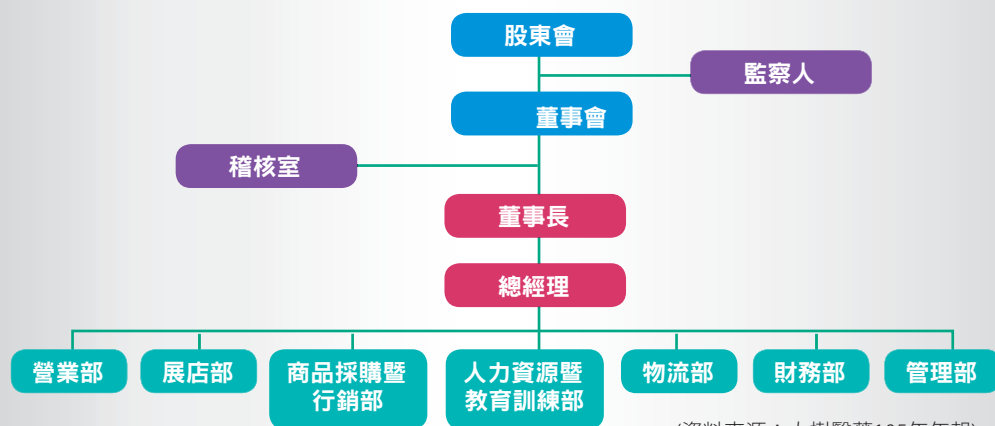
(資料來源：大樹醫藥105年年報)



### (三) 組織結構

1. 大樹醫藥組織結構說明如下圖1所示：

圖 1 大樹醫藥組織架構



2. 大樹醫藥主要部門業務內容如下表4所陳：

表 4 大樹醫藥主要部門營業內容

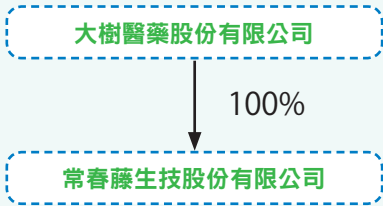
部門	所營業務	部門	所營業務
稽核室	<ul style="list-style-type: none"> <li>內部稽核制度之建立、修訂及檢核</li> <li>✓ 內部控制制度之研討、審核及修訂</li> <li>✓ 子公司制度評估研討、規劃及檢核</li> </ul>	商品採購暨行銷部	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 商品採購開發及品牌經策略之規劃執行</li> </ul>
營業部	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 建立門市發展策略與經營管理</li> </ul>	人力資源暨教育訓練部	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 人力資源規劃執行</li> <li>✓ 人事行政作業</li> <li>✓ 人員教育訓練</li> </ul>
展店部	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 執行門市之開發</li> <li>✓ 統籌各項工程之探勘測量及設計</li> <li>✓ 督核各項工程施工品質及品質管理</li> <li>✓ 工程設備之維護與管理</li> <li>✓ 各項環境與職業安全衛生法規制度修訂、訂定、推動執行與追蹤</li> <li>✓ 統籌實施全門市及總部安全衛生檢查業務</li> </ul>	物流部	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 統籌物流倉之各項作業運作</li> </ul>
		財務部	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 綜理公司財務等相關事宜</li> <li>✓ 負責統合公司會計相關業務</li> </ul>
		管理部	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 資訊系統管理</li> <li>✓ 總務行政作業</li> <li>✓ 固定資產及其他財產之管理及維護</li> </ul>

(資料來源：大樹醫藥105年年報)

(四) 關係企業

1. 大樹醫藥關係企業架構如圖2所示：

圖 2 大樹醫藥關係企業



(資料來源：大樹醫藥105年年報)



2. 公司與關係企業間之關係、相互持股比率、股份，以及投資金額如下表5所示：

表 5 大樹醫藥母公司與關係企業之關聯性

104年6月30日；單位：新台幣仟元

關係企業公司名稱	與公司之關係	持有本公司股份			本公司持有關係企業股份		
		股數 (仟股)	股權比例 (%)	投資金額	股數 (仟股)	股權比例 (%)	投資金額
常春藤生技股份有限公司	本公司之子公司	—	—	—	2,600	100	7,612

(資料來源：大樹醫藥105年年報)

(五) 主要服務/產品、主要客戶與銷售方式

大樹醫藥之發展主軸在社區式複合式藥局，以「大樹連鎖藥局」為藥局經營品牌，結合嬰幼、成人奶粉、婦嬰用品、營養保健、美體保養、生活百貨、醫療器材及醫療院所處方箋調劑等，因具有鄰近性、方便性和專業性，專業藥師提供最專業的保健資訊，發展健保處方調劑業務、長期藥事照護業務，成為社區民眾健康的守護者。

公司經營型態係對大眾提供婦嬰用品、健保處方藥品、保健藥品及健康照護用品之銷售，目前販售之主要商品如下表6所示：



表 6 大樹醫藥主要販售產品

產品別	產品系列
婦嬰用品	嬰兒奶粉、紙尿褲、孕婦及嬰兒用品
健保處方藥品	處方箋調劑藥品
保健藥品	保健食品、藥品
健康照護用品	成人營養品及紙尿褲、醫材用品、美容保養品
其他	居家生活用品、食品

(資料來源：大樹醫藥105年年報)

至於主要商品營收比重說明如下表7：

表 7 大樹藥局主要營收比重

年度 項目	102年度		103年度	
	金額	營收比重	金額	營收比重
婦嬰用品	430,694	37.91%	648,407	39.00%
健保處方藥品	297,192	26.16%	387,802	23.33%
保健藥品	213,518	18.79%	292,199	17.58%
健康照護用品	135,080	11.89%	189,193	11.38%
其他	59,706	5.25%	144,830	8.71%
合計	1,136,190	100.00%	1,662,431	100.00%

(資料來源：大樹醫藥105年年報)

## (六) 營業場所、設備投資與產能

大樹醫藥以實體門市為經營主體，總部設於桃園市中壢區成章四街143號，佔地約200餘坪，規劃有辦公空間，分屬各行政部門管轄以及總部教育訓練中心。另有物流倉儲設於桃園市中壢區高邊路1號，占地約500餘坪，負責全省門市相關物流配送作業，所需設施、設備均以門市經營相關為主，如電腦軟硬體設施、系統資料庫等等。



## (七) 銷售通路

大樹連鎖藥局自2001年起邁入連鎖經營模式，截至2016年6月止，全台加盟藥局共50店，門市平均為60坪~80坪，居醫療服務業最前線，連鎖店所在縣市與店數如表8所示：

表 8 連鎖店所在縣市與店數

縣/市	店數
台北市	5
新北市	7
桃園市	21
新竹縣	4
台中市	6
台南市	3
高雄市	4

(資料來源：大樹醫藥105年年報)

## 肆

## 服務創新模式分析

### 一、服務創新目標

大樹醫藥服務創新目標可以概分為以下四項重點：

1. 大樹醫藥透過申請SIIR之「大樹健康管理關懷雲創新服務計畫」，建構慢性病病患全方位服務解決方案，無限期記錄會員用藥明細，搭配藥師諮詢平台及個人化用藥管理系統，嚴格把關減少重複處方，落實醫藥分業精神，降低醫療資源浪費，希冀強化大樹連鎖藥局核心競爭力，擴大同業差異化，創造全民健康自主管理、醫療資源妥善運用、發揮藥師專業功能的三贏局面。
2. 無限期紀錄個人用藥資訊，包含藥物學名、藥物商品名、疾病代碼、作用、副作用等藥事照護資料庫，藉由雲端連結APP、官網、實體門市或特約醫院，完整記錄用藥歷程，亦可跨平台、跨醫院、跨國使用，消費者於第一時間取得用藥資訊。



3. 協助藥師審視會員用藥狀況，包含藥物資料正確性驗證、重複資料合併、定期更新等功能，以促進用藥正確性、減少用藥種類及避免用藥不良反應產生，除了避免重複用藥造成醫療資源浪費，消費者也可透過查詢功能預防藥物交互作用問題，亦結合用藥提醒機制，確實提醒會員按時服用，對整體用藥安全更有幫助。
4. 藥局的競爭力表現在藥師的專業性和服務能力上，大樹連鎖藥局主要以接受健保處方調劑為主，在為病患調劑藥品中，佐以大樹健康管理關懷雲創新服務，提供專業的用藥諮詢與親切熱誠的服務，來與病患建立良好的關係，進而成為病患的健康管理顧問，以社區專業藥局型態呈現新服務方式，同時強化大樹企業品牌，延伸藥局的經營空間，以發揮整體綜效。

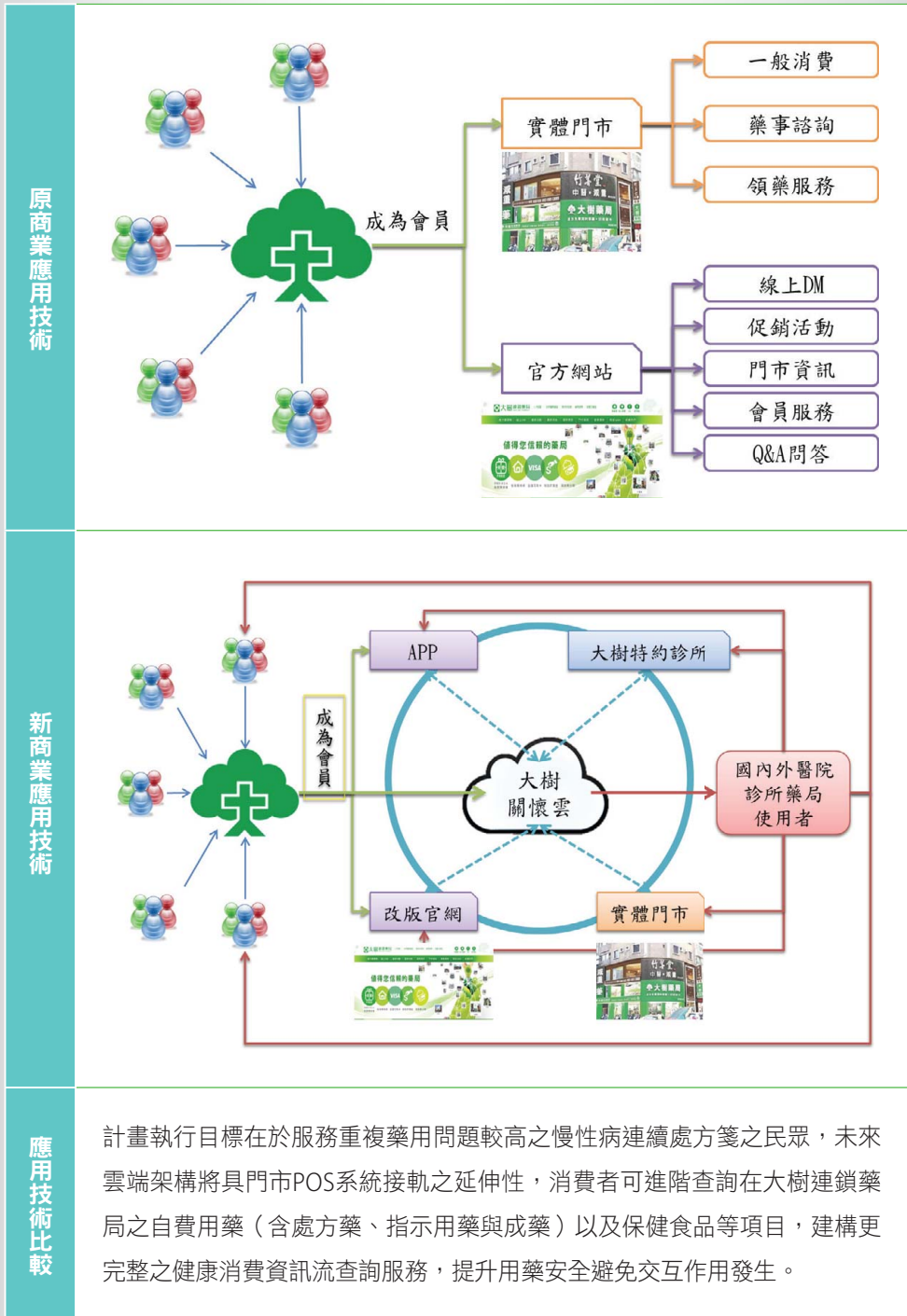
## 二、服務創新執行方法

大樹醫藥服務創新計畫研發重點在於運用最新雲端技術，首創藥局個人化雲端藥歷管理系統，確實達到前述目標，詳細概念架構比較如下圖3所示：



健康管理關懷雲服務不僅強化民眾的用藥安全，同時也降低醫療成本、減少浪費。

圖 3 大樹醫藥營業額及獲利概況分析





本次創新服務計畫執行可以區分為以下步驟：

### 1. 建構關懷雲

#### 雲端系統架設

以平板電腦、智慧型手機、筆記型電腦等載體，透過雲端系統架設，讓服務軟體整合性技術中執行，消費者藉由隨時隨地使用雲端掌握用藥安全，公司亦可大幅降低經營成本，增加競爭優勢。

#### 雲端藥歷檔案建立

整合所有用藥資訊，進而結合收載所有慢性病連續處方箋會員用藥明細紀錄，以提供合作醫院的院內醫師於看診或藥師調劑時，即時線上查詢。



大樹醫藥提供手機，讓消費者掌握用藥安全。

### 2. 作雲端藥歷應用程式

分為「功能介面規劃」、「顧客資料整合」、「雲端系統整合」三步驟運用彈性且具備高度整合能力之雲端資料庫平台，使應用程式及不同資料庫之間的資料交換與整合，提升與異質系統整合的時效性，確保不同資料庫之間關聯性及同步化。

### 3. 行銷廣宣規劃

運用門市媒體播宣傳、官方網站、Facebook與部落格，以達宣傳之目的，另開放網路版雲端藥歷試用，不定期推出促銷活動與消費者互動，主動邀請消費者加入會員並下載APP使用。

## 三、服務創新執行成果

大樹醫藥服務創新成果可以羅列為以下五項重點：

1. 產出「大樹健康管理關懷雲創新服務計畫」雲端連結APP軟體一式(包含雲端系統架設與雲端藥歷檔案建立、整合)：「大樹健康管理關懷雲」擁有大樹藥局8,000名會員資料庫，將使用慢性病處方箋的會員藥歷建檔於資料庫，完整記錄會員用藥歷程。會員使用慢性病處方箋領藥時，藥師協助病患建立藥歷，即使病患在其他地方就醫領藥也可自行輸入藥品名稱，建立個人最完整的藥歷紀錄。
2. 針對該APP軟體進行行銷廣宣規劃：包含DM文宣3檔次、廣播576檔次、說明會共計3場次。
3. 額外投入研發費用1,185仟元。
4. 新增營業據點4家。
5. 增加就業人數（促進營業據點就業人數）32人。

## 伍 顧客價值與效益分析

健保署於103年8月起以健保卡推動「健保雲端藥歷系統」，利用健保卡即可查閱病患近期看診紀錄與藥歷，主要是要讓醫生在看診時即判斷近期用藥紀錄，以避免醫師重複處方及病人重複用藥，提升用藥安全及品質。然而啟用本系統流程，需於醫事機構或是藥局登入健保資訊網服務系統(VPN)後，再以醫事人員卡憑證登入VPN，過程繁瑣，資料庫龐大，系統所需的登入時間長，不適用在流量較大的門診，亦產生使用不便利造成使用率低，而隨後於105年度推動雲端藥歷暨「門診特定藥品重複用藥費用核扣方案」欲強化目前基層醫療機構使用率以改善重複用藥問題，於醫師公會與藥師公會於仍有相當多之修正意見。

在政府政策實施尚無法全面推行運作前，大樹醫藥以自身專業補足此醫療缺口，先以民間企業帶頭實行雲端藥歷，建立民眾習慣及知識，無論政府的藥歷系統何時能完整上路，該企業秉持「誠信」、「專業」、「共享」的企業理念，讓關懷雲可以跨平台、跨醫院，甚至跨國使用，未來如能與健保卡結合，對民眾來說實為一大福音。

關於大樹醫藥執行服務創新計畫所產生的顧客價值與效益分析如下表9所陳：





表9 大樹醫藥顧客價值效益分析

目標項目	計畫前狀況	完成後狀況
1.技術狀況	大樹連鎖藥局官方網頁，僅含處方箋領藥說明、線上DM、最新活動、最新消息、服務項目、門市資訊、會員服務等一般網站功能。	結合雲端系統建置APP及網站改版，除原有功能外，開發用藥紀錄查詢、用藥提醒、回診提醒、醫院掛號預約、領藥地點查詢、手動用藥紀錄、藥物過敏紀錄等，消費者開通慢箋服務後可搭配行動裝置自行查詢。
2.產業狀況	藥局市場競爭激烈，截至103年2月統計，全臺灣健保藥局共計5513家，由於服務性質接近（零售與處方調劑），容易淪為白熱化價格戰，藥局未能提供客戶深度服務。	藥局市場為民生產業一環，透過此計畫改變營運模式，除提升收單量外，亦滿足消費者多樣化需求，由單向、被動式收單服務轉型為主動一條龍式服務，並以密集展店策略為營運再添動能。
3.跨領域整合狀況	針對政府醫藥分業政策方向，社區藥局與醫療院所處於對立狀態，無法有效協同照護病患，病患用藥安全亦無更方便的工具可供使用。	以社區醫療網模式結合大樹連鎖藥局與醫療體系，藥師得在社區藥局照護領域發揮專長，透過本計畫強化民眾藥事照護服務，有效提升社區健康營造整體之目標。

(資料來源：大樹醫藥股份有限公司)

## 陸

## 結論與未來展望

### 一、結論

#### (一) 解決問題

大樹醫藥開創藥局個人化雲端藥歷管理系統，確實解決藥業產業以下問題：



### 1. 解決健保IC卡資訊不透明、容量不足問題

大樹關懷雲能整合所有大樹藥局會員客戶的用藥資訊，無限期記錄個人用藥資訊，包含藥物學名、藥物商品名、疾病代碼、作用、副作用等藥事照護資料庫。

### 2. 解決政府雲端藥歷全面性開放問題

透過計畫個人化雲端藥歷管理系統藉由雲端連結APP、官網、所轄實體門市，完整記錄用藥歷程，亦可跨平台、跨醫院、跨國使用，第一時間取得用藥資訊。

### 3. 解決個人用藥問題：重複用藥、忘記吃藥

協助藥師審視會員用藥狀況，包含藥物資料正確性驗證、重複資料合併、定期更新等功能，以促進用藥正確性、減少用藥種類及避免用藥不良反應產生，除了避免重複用藥造成醫療資源浪費，消費者也可透過查詢功能預防藥物交互作用問題，亦結合用藥提醒機制，確實提醒會員按時服用，對整體用藥安全更有幫助。

## (二) 對個案公司之影響

1. 發展新商業應用技術，創造公司營收來源。
2. 強化公司對雲端資料庫之掌握，有助於未來其他業務拓展。
3. 透過個人化用藥管理系統改變以往經營模式及品牌。



4. 加強藥局與社區、民眾的連結，強化顧客忠誠度與黏著度。
5. 加快展店速度，強化藥局藥師之藥事照護專業。

### (三) 對國內產業發展之影響及關連性

1. 開拓藥局零售通路，改變產業服務模式。
2. 建構完整藥事服務辦法，刺激同業服務及創新能力提升。

### (四) 其他社會貢獻

1. 提供完整的個人用藥歷程模組，補足現行政策不足之處。
2. 落實醫藥分業制度，減少醫療資源浪費。
3. 促進經濟發展，增加就業人數。



透過經濟部商業司服務業創新研發計畫(SIIR)的協助，讓大樹醫藥一步步落實解決對策，擊破難題，開發出「健康管理關懷雲」服務。

## 二、未來展望

大樹醫藥轄下藥局以接受健保處方調劑業務服務為主，在為病患調劑藥品中，佐以大樹處方關懷雲創新服務，提供專業的用藥諮詢與親切熱誠的服務，來與病患建立良好的關係，進而成為病患的家庭藥師，以社區專業藥局型態呈現新服務方式，同時強化大樹企業品牌，以發揮整體綜效，延伸藥局的經營空間。

藥師得在社區藥局照護領域發揮專長，透過本計畫能深耕區域並強調與社區的互動，強化民眾藥事照護服務，取得高度信任成為民眾健康管理顧問，成功將大樹立於健保藥局不敗之地，進而有效提升社區健康營造之目標。

於本階段大樹將聚焦於重複藥用問題較高之慢性病連續處方箋之民眾，未來雲端架構將與門市POS系統接軌，消費者可進階查詢在大樹連鎖藥局之自費用藥（含處方藥、指示用藥與成藥）以及保健食品等項目，建構更完整之健康消費資訊流查詢服務，俾使大樹藥局客戶全方位了解自身所服用之健保、自費來源藥物與保健食品等品項，更深入與醫師、藥師互動，提升用藥安全避免交互作用發生。

## 柒 重要大事記

- 2001年** → 添進藥業股份有限公司成立，實收資本額為新台幣參佰萬元，董事長為劉玉騰先生，並以「大樹連鎖藥局」為連鎖藥局通路品牌。
- 2002年** → 成功導入線上即時分析系統(ERP WEB ONLINE)，讓企業所有資訊管理符合人性化、效率化、穩定性、安全性及即時性。
- 2005年** → 進駐全台第一座以群聚醫療及結合商店之「醫茂首創館」，成為兼具健康、專業與商業之複合型社區藥局。



- 2007年**
- 協助「大仁藥理科技大學」於校內成立實習藥局。
  - 桃園地區加盟藥局突破10家。
- 2009年**
- 承接全國第一大賣場「家樂福」之賣場內健康營業部，並以大樹藥局與家樂福之共同商標設立藥局，使大樹經驗邁向全國化。
- 2010年**
- 門市全面性導入企業識別系統(CIS)及貨架陳列更新。
- 2011年**
- 於新北市開設第一家加盟藥局-土城裕民店。
- 2012年**
- 加盟藥局突破20家。
  - 創新設立「南平-群聚式醫療園區」，提供社區民眾「基層醫療自付額」，醫院等級「多科別便利性就醫」。
- 2013年**
- 加盟藥局突破25家。
  - 於新竹市開設第一家加盟藥局-新竹西大店。
  - 於台北市開設第一家加盟藥局-台北龍江店。
- 2014年**
- 加盟藥局突破35家。
  - 於高雄市開設加盟藥局-鳳山青年店及前鎮瑞隆店。
  - 於台中市開設加盟藥局-大里中興店、漢口店及美村店。
  - 進駐「桃園國際機場第一航廈綜合商場」，以我們專業親切的服務守護著國家大門往來旅客的健康。
  - 更名為大樹醫藥股份有限公司。
  - 103年12月29登錄興櫃。
  - 獲得經濟部服務業創新研發計畫(SIIR)補助
  - 通過經濟部商業司優良服務(Good Service Practice, GSP)認證
- 2015年**
- 加盟藥局含機場直營門市突破45家。
  - 與全家便利商店合作開設複合型之藥局。
  - 與跨境電商龍頭阿里巴巴戰略合作，入駐天貓國際。
  - 成為臺灣唯一藥局通路代表。
  - 通過勞動部勞動力發展署人才發展品質管理系統(Taiwan Training Quality System, TTQS)認證。
  - 成為「行政院國家發展基金」的「加強投資策略性服務業實施方案」中健康促進類別代表案例，並於12月1日分享。



- 2016年** → 加盟藥局含機場直營門市突破50家。  
(迄至6月) → 105年3月30登錄上櫃。  
→ 在臺灣專屬品牌佈局中為桂格、惠氏、達能，少數全台皆可販售之通路，更為亞培、雀巢唯一全台皆可販售之通路。

## 捌 參考文獻

- ☀ IEK，2012。2011年全球機能性食品市場調查。產業情報網：<http://ieknet.iek.org.tw/>。
- ☀ 大樹醫藥股份有限公司，2016。105年大樹醫藥股份有限公司年報。
- ☀ 吳靜芳、王超弘，2015。利用因素分析及AMOS探究台北地區健保藥局、複合式藥局及藥妝店之服務滿意度，科際整合管理研討會，2015第18屆(2015/06/07)，592-603。
- ☀ 李錦炯，2003。獨立型藥局與連鎖藥局經營管理之比較研究，淡江大學碩士論文。
- ☀ 沈明志，2012。藥品零售業形象建立與服務創新對顧客滿意度與忠誠度之影響，元智大學碩士論文。
- ☀ 許延年，2004。臺灣藥局現狀和未來發展方向之探討，立德學報，1(2)，63-70。
- ☀ 陳姿樺，2016。大樹健康管理關懷雲讓醫療網深入社區，健康管理更全面，中國生產力中心，網址：<http://mymkc.com>。
- ☀ 衛生福利部，2016。104年版衛生福利年報，160。
- ☀ 衛生福利部國民健康署，2014。民國一百年 臺灣地區中老年身心社會生活狀況長期追蹤(第七次)調查成果報告。