

## 案例正文：

### 京卫元华医药公司：线上和线下业务应当如何协同经营？<sup>1</sup>

**摘要** 本案例描述了京卫元华医药公司的线下实体药店和线上网络药店之间的经营冲突问题。该公司获得了国内第一个网络药店许可证，但在实体店的基础上开设网店并非一件容易的事情，实际经营过程中线上和线下业务出现了组织结构、产品配置、存货、配送、客源等等多种冲突，如何兼顾两方的利益，并使线上和线下业务协同经营是摆在公司管理层面前的关键问题……

**关键词：**医药公司；京卫元华；线上与线下冲突；协同经营

## 1. 引言

2013年的元旦刚过去一周，北京依然那么干燥寒冷，路上的人和车较元旦前少了很多，大多数企业都开始准备辞旧迎新了。已经是下午7点半，京卫元华医药公司的总经理王宇华仍然在他的办公室里工作，他正在仔细阅读一份刚提交的年度经营分析报告。报告显示，2012年是值得庆贺的一年，京卫元华医药公司的线上和线下业务整合取得了巨大的成功，双双连续3年保持两位数以上的年度增长率，更加喜人的是依托“药房网”的电子商务销售收入已经突破了1.5亿元，超过了线下实体药店的销售收入。王宇华面对着这样一份满意的经营业绩，回想起几年前线上和线下业务之间的矛盾和冲突，对自己近年来出台的系列线上和线下整合措施感到由衷满意，也对公司的未来充满了信心。他在想，也许应当在这个时候总结一下如何进行线上和线下业务的协同经营，这些经验浓缩了他多年的管理实践，值得其他管理者借鉴……

## 2. 京卫元华医药公司概况

京卫元华医药科技公司（简称京卫元华医药公司）的母公司京卫医药科技集团公司（简称京卫药业）创立于1998年，创立之初的主营业务是医药批发，之后才慢慢进入了医药的生产和研发领域。经过十多年的努力，京卫药业的业

1. 本案例由北京航空航天大学经济管理学院黄劲松、庄丽、张明立撰写，作者拥有著作权中的署名权、修改权、改编权。作者感谢京卫元华医药科技有限公司管理层提供的采访和数据支持，感谢北航经管学院潘立新老师提出的宝贵意见。
2. 本案例授权中国管理案例共享中心使用，中国管理案例共享中心享有复制权、修改权、发表权、发行权、信息网络传播权、改编权、汇编权和翻译权。
3. 由于企业保密的要求，在本案例中对有关名称、数据等做了必要的掩饰性处理。
4. 本案例仅供课堂讨论之用，并无意暗示或说明某种管理行为是否有效。

务已涉及药品和保健食品研发、生产、分销、零售、电子商务、现代化医药物流、化妆品、京卫孵化器等领域，现有员工 1200 多人，年销售额近 30 亿，总资产达 13.95 亿元，截止到 2012 年，历年纳税额超过 4.5 亿元。

京卫药业的管理层在 1998 年成立之初就看到了销售达 2000 亿元规模的医药零售市场存在巨大商机。随着当年互联网热潮的涌现，公司的决策者清醒认识到网络信息技术是应对外部环境竞争格局变化并降低运营成本的关键。因此在 2000 年，京卫药业决策层便有了开始网店的设想，但当时国家政策尚未允许网上销售药品。于是，经过公司管理层的一番讨论，公司决定先设立实体药店，之后再寻找时机进军网络药店。在这一思想的指导下，2001 年 8 月，京卫药业成立了京卫元华医药公司，负责药品的零售业务，其线下的实体店命名为“京卫大药房”。

经过 2001 年至 2003 年的发展，京卫元华医药公司在北京共成立了 30 余家线下实体药店，在北京市场形成了一定的影响力。但是在发展的过程中，问题也开始不断显现。由于公司对线下药店的考核以“盈利”为主要目标，公司因此关闭了一些不盈利的门店，这在一定程度上制约了公司线下实体店的规模扩张。与此同时，其他连锁药店允许加盟经营，而京卫元华医药公司的决策层担心加盟会出现问题从而影响品牌形象，因此坚持只做直营，这也直接导致公司的线下药店规模和数量没有得到预期中的大幅度增长。随着市场的发展，京卫元华医药公司在非处方药（OTC）市场上的竞争优势显得越来越弱，而且此时再进行大规模实体店扩张的可能性也越来越低。

2003 年，京卫元华医药公司派员到国外参加了厂商答谢会，此会议主题为“网络药品信息发布”，在仔细了解了相关信息之后公司更加坚定了当初开设网上药店的想法。此次会议一结束，公司便组织了一队人马着手进行线上业务的准备。不过，当时国内并没有网上药店的相关标准，面对药品这样一种特殊商品，公司也不敢贸然开设网上药店，而是首先开始着手建立了呼叫中心，该呼叫中心只提供信息和咨询服务，如果产生订单就介绍到门店去，即通过信息服务来辅助线下实体店的经营。与此同时，公司向北京市药监局申请了网上信息服务资格。2003 年 7 月京卫大药房通过北京市药品监督管理局批复，取得了网上的“服务资格证”，正式建立“药房网”网站，从事网上药品信息服务。

经过进一步的努力，公司的线上药店于 2005 年 12 月率先通过由国家食品药品监督管理局、北京市药品监督管理局组织的网上药店现场验收，获得由北京市药品监督管理局颁发的《互联网药品交易服务资格证书》（京 C20050001 号），线上药店“药房网”得以正式成立，这也是国内第一家合法化的网上药店，

标志着中国网上药品零售时代正式拉开帷幕。公司的网上药店成立之后，通过电话、网络、手机等多种订购方式，开展药品、保健品、美容护肤、减肥瘦身、母婴用品、成人用品、医疗器械、宠物用品、日用品等领域的电子商务服务。

2006年起，京卫药业开始在人力资源、财务资金、市场运营等几大模块实行矩阵式管理并取得了丰富经验。在此基础上，2008年5月京卫药业构建了制药集团、分销集团和零售集团等三大业务运营集团，京卫元华医药公司是京卫药业零售集团的主要组成部分，它下辖了“京卫大药房”和“药房网”两家线下和线上药店，以及一家配送公司“京卫利达医药物流有限公司”（参见附录）。

### 3. 艰难的起步

药房网成立之后，公司可以在经营线下实体药店的同时开辟电子商务业务，前景看起来一片光明。但是，实际的经营过程比想象得要困难得多。

王宇华首先面对的是网上售药严苛的规定。第一，网上药店不可以销售处方药。根据《互联网药品交易服务审批暂行规定》中第二十一条：向个人消费者提供互联网药品交易服务的企业只能在网上销售本企业经营的非处方药，不得向其他企业或者医疗机构销售药品。这等于丧失了药品市场上最大的一块蛋糕。其次，网上药店不能与医保对接。目前网上购药平台还未能与各地“医疗保险”、“新农合”报销衔接，不能与“医疗保险”、“新农合”等一系列医疗保障体系对接。因此虽然网上药店药品价格普遍低于市场价，但是常年用药的病人却不一定会在网上购买，因为网上购药无法用医保报销。第三，物流配送要求严格。根据我国《药品管理法》的相关规定，药品作为关系到人民生命安全的特殊商品，不允许网购。因此企业可以选择独立配送，即“网上下单，门店送货”，也可以委托第三方配送，但第三方必须通过GSP认证，以避免药品在配送中被污染、破损、调换等，这就意味着不管是自身门店配送，还是委托第三方，都会产生高昂的配送费用，这将大大影响网上药店的发展。第四，网站不允许存在二级域名（药房网北京或药房网上海）；不允许撮合销售，即当网络销售中介。

不过，王宇华仍然非常看好网上药店的前景，他认为网上药店还是有着不可比拟的优势的。首先，网上药店的成本较低，一些品类价格甚至要比实体店低25%左右，这有巨大的潜在竞争优势；其次，网上药店能够24小时销售，顾客还可以在极为丰富的品种之中挑选，大大方便了顾客；第三，网上售药可以匿名购买和咨询，医师也有充裕的回答时间，适合一些较隐晦的疾病。而且网上销售还可以提供完善的药学服务和健康服务，包括提供基础知识、药品用法、疾病咨询、诊疗方案等等。第四，网上销售可以获取完善的数据，便于后期的客户关系管理和经营业绩的进一步提升。最后，也是最为重要的是网络药

店没有商圈的限制，有机会做大做强。

为了能够使“药房网”尽快发展起来，王宇华多次召集公司的职能部门负责人、药房网的管理层、各实体药店的经理商讨如何使线下和线上业务共同发展。按照北京市药品监督管理局规定，店面选址与最近一处药店的距离必须在步行350米以上，因此王宇华认为再开设新门店的空间已经非常小，而金象等竞争对手的门店数已经超过百家，公司未来的发展空间在互联网，否则经营会越来越艰难。王宇华非常清楚在药房网的起步阶段首先要做的是让老百姓知道这个网站，之后逐步开始尝试网上购药，最终形成购买习惯。但是，如果通过媒体宣传达到这一目的需要大量的资金投入，一方面资金并没有那么充裕，另一方面在无法确认前景的情况下公司的股东不会同意。为此，他向线下实体店的经理提出了要求，让各个实体店全力支持“药房网”的发展，在配送服务、会员推荐、信息服务、电话咨询、产品库存、积分累计等各个方面予以协助。

京卫元华医药公司的实体店和网上药店是并行运行的，实体店执行与网店不同的管理体系和绩效考核标准，例如，此时实体店主要以“利润”和“库存”作为关键考核指标，而网上店尚处于投入状态，考核聚焦于“过程”而非“盈利”。在实施双线并行营运上王宇华也做了一些考虑，此时线上业务处于起步状态，如果将线上药店与线下实体店合并经营可能出现的问题是实体店成为利润中心，而药房网成为成本中心，这可能将网上药店扼杀在摇篮之中。

药房网成立之后，经过努力有了一定的访问量，但王宇华从药房网经理刘成云的汇报得知消费者咨询很多，但网购很少。进一步的调查发现消费者面对药品这样一种特殊商品，更习惯到看得见、摸得着的药店购买，很多人害怕订购完成后会收到假药，因此在很长时间内出现了咨询多订购率低的情况。这时，全公司销售收入的85%来源于线下的实体店。而且，由于药品的上线手续非常复杂，并经常被监管部门抽查，这在一定程度上限制了网上业务的开展。另一方面，从事电子商务的员工一般有着高学历，有一定的技术能力，他们的工资要比实体店员工工资高很多，这也使网上业务出现了支出大而收入低的情况，加上高额的固定资产折旧、设备折旧、电费和设备维护费等固定成本，初期的网上业务出现亏损就难以避免了。

药房网的经理刘成云认为药房网在上线后的经营业绩并没有达到预期是由于公司的投入不足，于是向王宇华提出能否在广告投放、实体店协同、媒体合作和人才招聘等方面加大支持力度。王宇华对药房网的经营状况也暗自有些着急，不过他认为进行大规模的营销推广可能性很小，这不仅仅受到公司当时的资源限制，更重要的原因是传统的零售药店对于成本都极为敏感，因此从内部

的线上线下经营协同入手可能是正确的选择。

不过，尽管王宇华多次强调线下的实体店要全力支持线上的网络药店，但他也知道，仅仅通过行政命令肯定是无法完全达到预期效果的，他希望先推进工作，再评价效果，之后再根据实效进行经营策略的调整。

#### 4. 不和谐的声音

经过了一段时间之后，药房网和实体门店仍然以各自独立的形式运行着，公司总经理王宇华更加强调整合和协同经营，但全面的措施仍然没有出台，因此尽管药房网的会员人数一直在增加，但销售收入没有出现爆炸式的增长。而近期的一个事件揭开了公司线上线下不协调的现状。

事件的起因是药房网的经理刘云成向公司总经理办公会提交的一份报告，在这份报告中他列举了药房网与实体门店的长期合作过程中出现的各种问题。刘云成希望这些问题能够得到公司高层的重视，出面协调线上线下之间的合作关系，进而采取相应的措施解决这些问题。

报告中所提到的问题概括起来主要包括以下五个方面：（1）配送存在问题。报告认为门店对网店的配送不够积极，很多订单配送时间较长或未及时配送，导致顾客的满意度大幅下降，这对药房网的发展是非常不利的。本来网络售药就需要让顾客等候很长的时间，配送再不及时顾客很可能就采取其他的选择。而交涉过程中门店给出的主要理由是很忙抽不出人手，但既然公司确定要保证网店的配送就应当执行，而且很多情况下门店并不是那么忙，而是一般不让自己的营业人员参与配送。（2）网购产品库存存在问题。网购产品的缺货率比较高，很多网购的产品在门店存货不足，这导致了两种结果，一是有些能够做的生意丢掉了，二是接单之后长时间不能够送货，导致投诉数量增加，顾客忠诚度下降。这对于一个刚起步的电子商务业务而言无疑是很大的打击。门店的解释是库存空间有限，无法兼顾线上和线下的需求。（3）网络会员发展存在问题。许多门店并没有在显著的位置放置药房网的宣传单，而且大多数门店不会主动向顾客介绍公司的网店，甚至顾客在进行网络会员的信息咨询时被告知不是非常清楚，因此发展会员主要靠药房网的线上推广和门店巡回展示，如何使实体门店的营业人员协助发展网络会员是影响药房网未来前景的一个关键问题。（4）存在抢夺客户现象。一些客户反映门店在配送过程中通过给予电话联系方式等手段截留和抢夺网络客源，他们告知顾客电话联系 1 小时就送到，而网络订货需要非常长的配送时间，因此顾客可以网上选药，直接打电话给门店。这种抢客源行为将产生较大的内耗，非常不利于网络平台的发展。（5）线上和线下协调和沟通困难。由于隶属于不同的领导管辖，采取的营销策略也是各自为政，

尽管有公司高层领导统一协调，但在很多情况下不能够协调一致，很多事情需要请示各自的领导才能够行动，效率较低。例如顾客需要货品调换时网店协调门店非常困难，因为涉及到门店的进销存管理流程。

公司的管理层对该报告所提到的主要问题实际上是清楚的，只是尚未进行系统的分析并找出各自都能够接受的对策，但这些问题的解决将关系到整个企业的持久发展，因此公司总经理王宇华决定召开一个干部恳谈会，商量如何解决当前存在的经营协同问题。

## 5.会议中的爆发

京卫元华医药公司的会议室今天格外热闹，实体门店的经理代表、药房网的管理人员和其他职能部门管理人员共计 30 多人出席了这次会议，会议由总经理王宇华主持。王宇华首先简单描述了一下药房网管理层提交的报告，重点提到了 5 个存在的问题，他说这些问题的提出是好事，是解决问题的开端，因此希望大家能够畅所欲言，为进一步的政策出台出谋划策。

听完药房网经理刘云成提出的 5 个存在的问题，门店经理们顿时象炸了锅，七嘴八舌地开始议论起来。王宇华制止了喧闹，并要求大家各自说出自己的想法。

首先发言的是东直门店的经理李卓，他认为药房网的经理刘云成完全是倒打一耙。他说这几年为了完成领导布置的任务我们任劳任怨地为网上药店仓储、配送、信息咨询、发展会员，没有得到任何一点好处，相反对自身门店的经营还产生了负面的影响，领导一直说门店要支持网店，我们支持了，但网店什么时候也支持一下门店，让我们压力也小点？

安贞桥店的经理柳秀霞立刻附和李卓的观点，她说门店有的时候的确非常忙，特别是在销售高峰期的时候，而且门店也有自己的电话销售业务，网络下来的单子就可能与这种业务发生冲突。另外，网店的单子没有什么规律，有时一来就是多个地点的多个单，我们在人手有限的情况下只能够汇集一些单子之后集中配送。再就是我们门店是要考核利润的，如果门店出现亏损公司的规定是关张，谁担得起这个责任？再怎么义务服务也得有个限度。

西便门店的经理周亚和说起了网络药品缺货的问题，他说到门店来买药的顾客往往是很急于治病的，他们买了就要吃的，而网络销售的药需要较长时间的配送期，有的甚至到 2 天，这些药品大多是常备药、慢性病药和奇缺品种，线上线下药品的重叠部分不多，你们网店的药品达到万种，我们怎么去存那么多药？况且中老年人群首选门店，而青年人首选网店，两者买的药品差别很

大，难以兼顾。目前公司将门店的存货和资金占压情况作为关键考核指标，我们如果都将存货空间给了网店，我们自己的门店就没法干了。

富力城店的经理黄维涛对抢夺客户的看法也与药房网的刘云成完全不同，他说要说抢夺客户完全是网络药店在抢我们实体店的客户，首先网店没有商圈的概念，也就是说所有的地盘都是你的，而我们实体店只能够辐射 1 公里左右，最多也就到 3 公里，客户资源有限不说，还被你网店挖了去，那我们还怎么干？况且网店可以放任意多的商品，而门店只能够在有限的空间展示商品，门店的客源被挖走的风险很高。

五棵松店的经理李帆接着说道，发展网络会员对我们实体店是一种打击，这些到店里来买药的顾客是门店的生命线，就指着他们养家糊口，现在我将这些顾客发展为网络会员，下次他们到网上买，我们无偿配送，这些顾客就与我们没有啥关系了，那业绩考核的时候我们怎么办？不能够老想着自己那一头。

万柳店的罗开元认为线上线下沟通困难是整个管理体系的问题，本来大家就是两个体系运行，各自有自己的领导和管理制度，就连考核制度都差异很大，网店可以不考虑利润，我们门店可不成。我们实体店开业的时间比网店要长得多，管理风格已经形成，目前盈利情况也不错，要让我们适应网店的经营也不是很合理吧。

马连道店的经理黄媛媛强调目前网店是亏损状态，公司的正常运营全部靠着门店的利润，但门店的生存只能够自力更生，网店却可以依托门店发展。她认为领导太过偏袒网店，且不说网店在不盈利的情况下员工工资还比门店员工的高很多，让门店全方位服务于网店就很不合理，至少应当共同发展吧。

新街口店的经理赵淑惠认为网店的很多做法实际上对门店具有非常大的损害作用，她列举了几个例子，一是线上的活动几个小时就做起来，商品的买赠很快就可以展示出来，而门店准备的周期很长，需要备货、海报、POP 等等，长达几天时间。顾客就会率先到网上购买，然后我们门店就得送货，这导致门店经营非常被动。二是有时候门店进行一些促销活动，比如一些义诊活动，顾客回头跑到线上购买去了，这就成了线下忙活线上得利。三是有些时候网店的药品价格和促销与门店不一致，这样导致门店的药品销售出现困难。四是原来顾客到门店很难进行价格的比较，可以某些药品低定价而另一些药品高定价，从而获得较高的利润。现在有了网店之后，顾客很容易进行比价，这使门店的利润空间大幅下降。

药房网经理刘云成原本知道门店对网店的一些看法，但没想到门店经理有这么多抱怨积在心里，这时的他感觉有些尴尬，毕竟网店现阶段还靠着门店经

营，他只能等待公司的领导做进一步指示了。

公司总经理王宇华看到门店经理将自己的想法原原本本地道了出来，并没有因为很多观点与公司的政策相违背而生气，相反，他认识到需要进行大的调整以便使线上线下经营能够协同发展。他说，我还是那个观点“以传统实体店为支撑，互联网相当于一个桥，而实体店相当于桥墩。”大家上面说的都站在自己的立场上考虑问题，但是各位已经是公司的管理人员，应当具备全局思考的能力，电子商务代表着公司的未来，这是毋庸置疑的。希望大家接下来讨论的问题是怎样才能使门店全面高效地服务于网店？大家可以畅所欲言，我们希望出台更加利于共同发展的政策。

接下来门店的经理提出了很多解决方案，但实际上可以用一句话说清楚，那就是如果要想让门店全方位服务于网店，应当按照市场规律办事，配送了就应该支付配送费，发展会员了就应该给介绍费……。对于这些提议，药房网经理刘云成显然不同意，他说目前网店尚处于起步阶段，本来就处于亏损状态，这些提议看似合理但没有可操作性，如果再增加各项服务费用，网店的经营将举步维艰，应当等网店发展起来之后再谈收费的事情。

王宇华面对线下实体店与线上网店之间的不同意见，一时之间还理不出一个两全的方案，于是总结说大家已经充分表达了自己的观点，公司的班子会综合考虑各类因素再做决定，之后就结束了这次会议。

## 6. 结语

很显然，采取何种措施解决当前的线上和线下业务冲突问题，并使之协同经营和共同发展是一个影响本企业生存的重大问题。王宇华认为需要公司管理层进一步深入讨论，之后才能够有较清晰的政策思路，不过，看起来这个政策出台的时间不宜拖得太久……

（案例正文字数：7602）

# **Jing Wei Yuan Hua Pharmaceutical Technology Co., LTD: How to Integrate Online and Offline Business?**

**Abstract:**



This case discusses conflicts between online and offline business in Jing Wei Yuan Hua pharmaceutical Co., LTD. Although the company was granted the first domestic online pharmacy license, but opening an online business is not an easy thing even it is based on offline physical stores. A variety of conflicts between online and offline business emerged in the fields of organization structure, product configuration, inventory, delivery, customers, etc. How to balance the interests of both sides, and integrate online and offline business is the critical issue that the company's managers have to face.

**Keywords:** Pharmaceutical company; Jing Wei Yuan Hua; Online and offline conflict; Synergic management

中国管理案例共享中心

## 附录

## 1.京卫药业的下属公司结构及成立时间

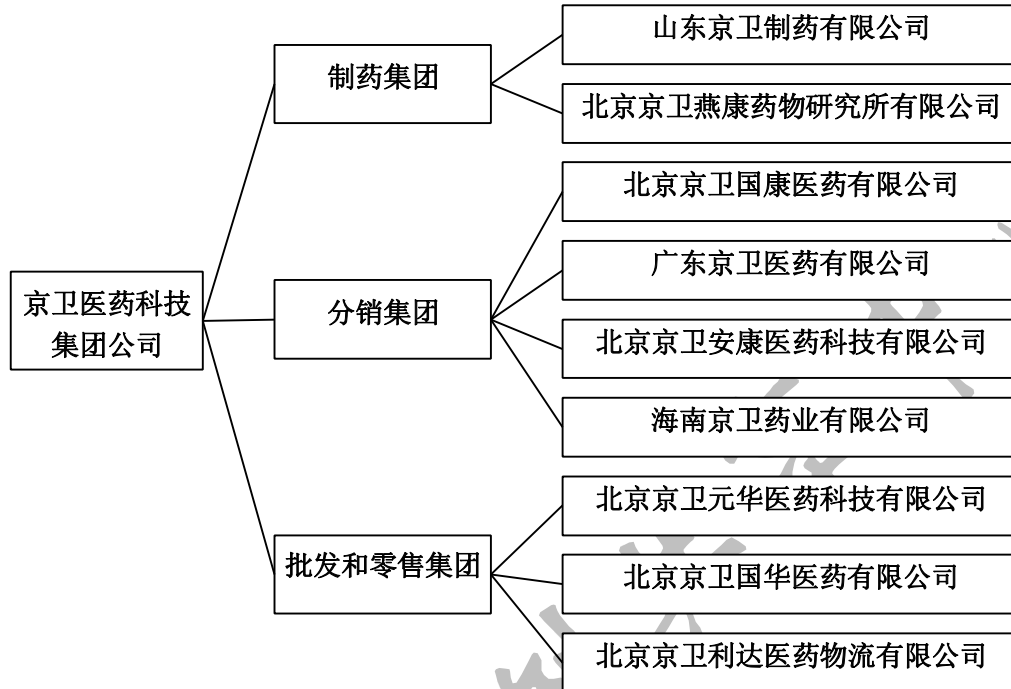


图1 京卫药业的公司结构

表1 京卫药业各公司的业务及成立时间

主营业务	京卫药业成员企业名称	成立时间
投资管理	京卫医药科技集团有限公司	2002年3月18日
	北京元通汇丰投资管理有限公司	2010年7月8日
医药研发	北京京卫燕康药物研究所有限公司	2001年8月9日
制药基地	山东京卫制药有限公司	1993年12月17日
药品分销	北京京卫国康医药有限公司	1999年2月2日
	广东京卫医药有限公司	2001年8月20日
	上海京卫医药有限公司	2002年2月7日
	北京京卫安康医药科技有限公司	2003年11月27日
	海南京卫药业有限公司	1997年1月10日
药品零售与医药电子商务	北京京卫元华医药科技有限公司	2001年8月8日
医药物流	北京京卫利达医药物流有限公司	2008年12月11日
药品批发	北京京卫国华医药有限公司	2009年1月20日
保健品批发与零售	北京燕康科技有限公司	2010年5月26日
化妆品批发与零售	北京芭莎拉化妆品有限公司	2011年12月9日

## 2.京卫元华医药科技有限公司组织结构

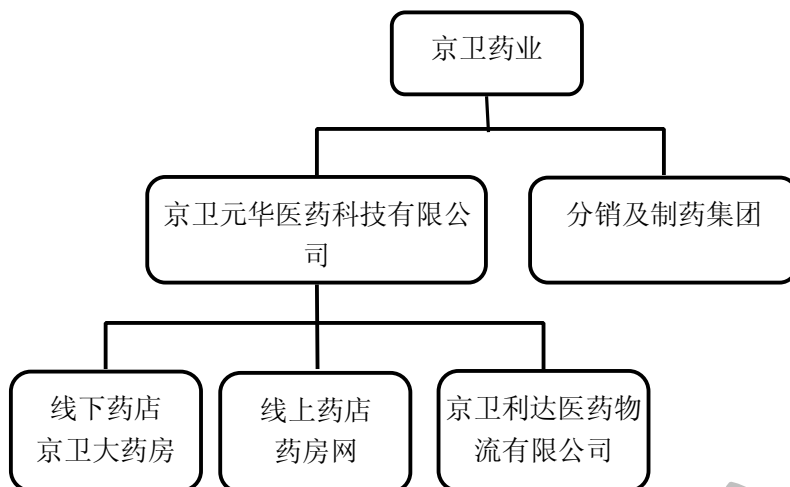


图 2 京卫元华医药科技有限公司的业务结构

## 3.药房网会员权益

表 2 药房网的会员权益

序号	服务内容	普通会员	金卡会员	钻卡会员
1	等级价格	普通会员价	金卡价	钻卡价
2	等级积分区间	0-2999	3000-9999	10000 以上
3	等级积分	消费 1 元: 1 分	消费 1 元: 1.1 分	消费 1 元: 1.2 分
4	物流配送		优先配送	优先配送
5	电话回访服务		√	√
6	手机报		√	√
7	EDM 邮件投递		√	√
8	新特药代寻药	√	√	√
9	医师绑定咨询服务		√	√
10	嘉悦内刊		√	√
11	预约服务 (如复诊挂号、周期体检)		√	√
12	咨询问答 ASK、评价甄别	√	√	√
13	健康讲座 (视频)	√	√	√
14	健康游		√	√
15	享有 VIP 电话专线服务		√	√
16	不定期的个别产品优惠活动		√	√
17	享有一年 2 次抽奖的权利		√	√
18	享有优先购物权-对国内少见的优秀产品或者其它比较紧俏的产品具有优先购买权			√
19	享有不需审核, 只需报名, 即可参加公司举办的网友见面			√

序号	服务内容	普通会员	金卡会员	钻卡会员
	会等网友活动			
20	享有公司高管定期提供的沟通服务			√
21	享有客服专员定期回访征询意见服务			√

#### 4.京卫元华医药公司的直营店分布

表3 京卫元华医药公司的直营店分布

华北地区	北京、天津、石家庄
东北地区	沈阳
华东地区	济南、济宁、上海、福建、南京、无锡
华南地区	广东、深圳、广州、惠州
华中地区	武汉、怀化



图3 京卫元华医药公司的直营店分布示意图

#### 5.京卫大药房北京营业门店

表4 京卫大药房北京市营业门店

京卫大药房		地址
第一京卫大药房	京卫右安门店	丰台区右安门外大街2号迦南公寓一层
第二京卫大药房	京卫中关村店	海淀区中关村大街37号
第四京卫大药房	京卫航天桥店	海淀区西三环中路甲3号
第五京卫大药房	京卫稻香园店	海淀区稻香园小区20号楼六郎庄下车
第六京卫大药房	京卫石景老古城店	石景山区石景山路71号
第七京卫大药房	京卫西便门店	宣武区西便门西里15号
第八京卫大药房	京卫丰台东大街店	丰台区东大街8号首层
第十一京卫大药房	京卫广渠路店	朝阳区广渠路28号珠江帝景家园15栋1单元底商
第十二京卫大药房	京卫东直门店	东城区东直门外小街10号
第十三京卫大药房	京卫新华联南区店	通州区新华联家园小区8号楼312、412
第十五京卫大药房	京卫海淀万柳店	海淀区万泉庄万柳中路新纪元家园第2幢
第十六京卫大药房	京卫马莲道店	宣武区马连道80号2号楼底商104号
第十七京卫大药房	京卫安贞桥店	朝阳区安定路甲30号首层
第十九京卫大药房	京卫大兴郁花园店	大兴郁花园商业街一里四区底商5号
第二十京卫大药房	京卫富力城店	朝阳区广渠门外大街富力城楼底商联华超市内
第二十一京卫大药房	京卫丰台大灰厂店	丰台区大灰厂村464号
第二十二京卫大药房	京卫通州天赐良园店	通州区天赐良园东32楼首层5门
第二十四京卫大药房	京卫回龙观三合商厦店	昌平区回龙观育知西路三合商业大厦内
第二十五京卫大药房	京卫通州杨庄店	通州区杨庄路22号院7号楼413
第二十六京卫大药房	京卫五棵松店	海淀区复兴路79号-1
第二十七京卫大药房	京卫后现代城店	朝阳区百子湾16号百子园B区会所117
第二十八京卫大药房	京卫新街口店	西城区新街口外大街A18号1层
第二十九京卫大药房	京卫海淀上地佳园店	海淀区上地佳园2号裙房一段
第三十京卫大药房	京卫丰台总部基地店	丰台区总部基地17区2号楼1号底商
第三十一京卫大药房	京卫新华联北区店	新华联家园北区七号楼311底商
第三十四京卫大药房	京卫定福庄西街店	朝阳区定福庄西街16号楼底商
第三十五京卫大药房	京卫亦庄上海沙龙店	大兴亦庄开发区天宝中路上海沙龙商业中心B16号
第三十九京卫大药房	京卫学院路店	海淀区学院路甲5号美廉美超市西边
第四十二京卫大药房	门头沟店	门头沟区滨河路125号滨河大厦南50米即到

(案例正文及附件字数: 9270)