

健康服务“旗舰”的坚守与突围

——健之佳成立27周年暨上市5周年记

李梓瑞

2025年,药品类产业格

局面临巨大变革,站在这个十字路

口,医疗服务行业如何应对挑战,并迎接

更广阔未来?健之佳的实践给出答案。这家从云岭高原起航的企业,在坚守初心的同时勇于转变,以自身不断努力的确定性,应对外部环境的不确定性,展现出了非凡的战略定力与增长韧性。它坚守品质、勇于突围,用稳健的发展战略与主动转型的积极作用,实现企业可持续发展;它顺应民生需求、夯实专业地基,助力提升全民健康素养,引导大众从“被动就医”向“主动防病”转变;走出一条“健康+专业+便利”的高质量发展之路。

战略罗盘:校准行业变局中的“百年航向”

不驰于空想,不骛于虚声。健之佳的扩张之路,始终镌刻着立足云南、深耕西南、辐射全国的战略印迹。从1家门店到超过5000家实体店的庞大网络,从云南本土到川渝黔桂冀辽等7省市全覆盖,27年成长历程背后,是“自建+收购”双轮驱动的务实智慧,更是行业变局中以变应变、以质取胜的战略清醒。

健之佳始终锚定“贴近民生,服务便民”的核心发展逻辑。在云南,门店网络已实现乡镇级市场深度覆盖,成为居民家门口的健康驿站;在西南地区,通过精细化运营与本地化适配,快速站稳脚跟并形成规模效应;在全国辐射的过程中,健之佳坚持成熟一个区域、巩固一个区域的稳健原则,避免盲目扩张,确保每一步布局都与市场需求精准匹配。

截至2025年第三季度,这张庞大的门店网络规模已超过5000家,并通过“云南总仓+省级区域分仓”的物流体系,构建起配送准点率高、分拣效率优、覆盖半径广的供应链优势,为全国

消费者提供一致的高品质服务。

2025年,面对医保政策调整的压力,健之佳果断作出放缓扩张、优化存量的战略转型,这一决策背后是对行业趋势的深刻洞察与高质量发展的坚定追求。健之佳董事长蓝波坦言:“政策改变了医药市场的诊疗习惯、企业营销习惯和消费者消费习惯,只有跟上行业结构转型、提质增效的步伐,企业才能实现可持续发展。”

健之佳通过“腾笼换鸟”优化资源配置,让存量门店的店效、人效、品效得到显著提升。在新进市场布局上,健之佳聚焦政策环境友好、消费潜力充足的区域,通过“自建+收购”相结合的方式有序拓展,不仅突破了全国统一大市场在公平竞争、市场准入方面的卡点堵点,更为全国布局奠定了坚实基础,实现了拓展一地、稳固一地、辐射一片的战略成效。

专业引擎:驱动从“药房”到“健康管家”的价值升维

工欲善其事,必先利其器。健之佳始终将专业作为核心竞争力,以5500名执业药师为骨干,以超过560万慢病会员为服务核心,以1930家专科药房为阵地,完成了从“卖药”到“全生命周期健康管理”的蝶变。

健之佳的专业服务体系,植根于对药事管理核心的坚守。健之佳将药物咨询、用药依从性管理、全周期健康管理作为药事服务的三大支柱,构建起覆盖预防、治疗、康复的全链条服务闭环。在慢病管理领域,为超560万慢病会员建立完善的服务档案,在2539家门店部署“四高”监测设备,2025年前三季度累计为顾客监测“四高”指标450.3万人次,通过免费体检、指标异常提示、用药指导等服务,全力守护慢病患者健康。

专科药房的建设,是健之佳专业服务的集中体现,截至2025年第三季度,健之佳专科药房已达1930家,占门店总数的37.39%,涵盖糖尿病、心脑血管、皮肤、呼吸等多个领域,并围绕单病种构建起集医学科普、患者教育、疾病筛查、用药指导、营养

支持、健康回访于一体的全方位解决方案。针对睡眠障碍、肠胃调理、皮肤健康等高发问题,进一步创新开设睡眠中心、护胃中心等特色服务场景,将慢病管理进一步细分,切实提升药事服务水平。

2025年,健之佳连续在多地开展各类患者教育和义诊活动,让专业药学服务触手可及。这些持续的互动,让健之佳成为衔接医院与家庭的关键健康节点。“慢病管理就是生活方式的管理。”蓝波说,这意味着,健之佳售卖的不再只是商品,而是一套科学、可信的健康解决方案。

数字化转型则为专业服务插上智慧翅膀。健之佳聚焦线上线下协同赋能,让数字技术服务专业能力提升。自营O2O平台“健之佳急送”提供便捷送药服务,电子货架“佳E购”聚焦专科长疗程用药解决方案,特别是通过CRM会员运营体系升级与AI大模型的探索应用,赋能门店一线专业服务能力,形成了线上咨询、线下体验、专业服务、便捷配送的全渠道服务模式,在提升服务效率的同时,又让专业服务更具个性化、人性化。



居民家门口的“健康驿站”健之佳。



为消费者提供用药指导。



持续支持“儿童之家”建设。



与海外制药公司达成战略合作。



开展“健步走”活动,传递健康理念。

产品货舱:构建“健康与美丽”交融的差异化价值矩阵

在医药零售行业竞争加剧的当下,健之佳凭借“自营+合作+独家”的三元布局,持续加强个人护理品和医疗器械功能性护肤品品类规划,以“健康+美丽”为核心形象,构建起独具特色的商品矩阵。通过OEM自有品牌的深耕、海外独享品牌的引进以及和龙头企业深度合作,完善“健康+美丽”产品组合,既筑牢品牌形象护城河,又开辟出适应时代需求的、鲜活的差异化赛道。

“顺应消费结构转型升级趋势,满足消费者日益增长的对健康和美好生活的需求,通过全渠道全品类布局,提供美丽与健康交融的高性价比商品。”蓝波将这一理念贯穿于健之佳商品规划的全过程。

依托品牌知名度与用户认可度,健之佳在药品、医疗器械、个人护理品、健康食品等领域打造“健之佳”“群祥”“健佳人”“健之佳便利”系列及“品健”保健食品品牌,通过与源头厂家合作,在保证品质的前提下压缩中间环节,为消费者提供高性价比产品。这些自有品牌产品不仅覆盖了日常生活用药、护理等基础需求,更针对细分场景推出特色产品,形成了“人无我有、人有我优”的竞争优势,成为提升顾客黏性与经营效益的重要支撑。

“当健康成为大众最重要的需求时,消费方式正逐渐从物质享受转向精神层面。”蓝波的判断,精准把握了市场变化的核心。未来,健之佳将继续坚持“中西成药核心业务不动摇,非药业务重点突破”的品类规划,一方面强化医保影响较小的处方药、OTC品类布局,另一方面深挖健康食品、功能性护肤品等非药品类潜力,从满足顾客需求向激发顾客需求转型,在品类优化中实现可持续增长。

责任基石:铸就扎根云南、服务民生的企业品格

立企之本,在于利民;兴企之魂,在于担当。扎根云南27载,健之佳始终将企业发展与服务地方民生、社会进步紧密相连,以实际行动践行对顾客负责、对员工负责、对社会负责的价值观。

这份担当,体现在对社区健康持之以恒的公益守护。健之佳已连续22年开展过期药回收公益活动,累计回收药械价值超600万元,成为行业内公益行动的标杆。2020年上市后,健之佳专门成立社会责任部,将公益事业纳入核心发展体系,每年投入上百万元用于公益项目。在乡村振兴领域,健之佳积极参与扶贫助困、基础设施建设等工作;在教育振兴方面,持续支持儿童之家建设,为青少年健康成长保驾护航;在健康公益方面,开展健康行、健康进社区、健步走等活动,持续向大众普及健康知识、传递健康理念。截至目前,健之佳投入累计约5000万元支持公益事业,用实际行动参与健康中国建设,践行着“来源于社会,回报社会”的企业责任。

这份担当,体现在对产业生态健康发展的主动维护。面对医保政策新规落地与药监部门的严格监管,健之佳主动作为,通过制度完善、技术赋能、员工培训三重举措,筑牢合规防线。健之佳持续完善医保合规操作制度,与医保监管机关、医药工业企业共同厘清理赔操作规范,加强员工专业知识培训与考核;投入近4000万元升级信息系统,完善医保稽核、处方强管控系统。2025年7月1日起

实现药品追溯码全场景应用,有效降低员工操作风险;积极推进与互联网医院合作,获取互联网医院执业许可证,支持统筹区内门诊统筹门诊处方流转,合规开展门诊统筹等业务。这些举措既确保了企业经营的合法合规,又为消费者提供了安全、规范的健康服务,赢得了监管部门与市场的认可。

这份担当,更体现在对云南本土产业的深情反哺。作为从云南成长起来的上市公司,健之佳始终心怀桑梓,创造就业岗位超过2万个,为高校毕业生返乡和农村劳动力就业提供了稳定支撑。通过庞大的全国销售网络,每年带动价值近20亿元的云南本土医药健康产品走向全国,成为云药出滇重要的商业渠道。健之佳的发展,已与云南生物医药大健康产业的崛起血脉相连,生动诠释了龙头企业对区域经济发展的带动作用。

回首航程,健之佳从春城滇池之畔的一叶轻舟,壮大为今日中国健康服务海域的一艘旗舰。它的故事,是关于坚守的故事——对专业价值的坚守,对顾客承诺的坚守,对长期主义的坚守;它的故事,更是关于变革的故事——在每一次潮汐变换时精准调帆,在每一次风浪来袭时加固船体,主动驶向更广阔的深海。上市5周年,风正劲,帆已满,健之佳将载着这份为国为民创造健康价值的厚重承诺与信念,驶向下一个波澜壮阔的五年。

本版图片均由健之佳提供