

附件 1:

崇文门药店、同仁堂药店和同心公司简介

一、北京同仁堂崇文门药店有限责任公司

北京同仁堂崇文门药店有限责任公司（以下简称“崇文门药店”）一贯秉承“同修仁德，济世养生”的经营理念，自开业以来在同仁堂两级集团党委的领导下，在公司董事会的正确决策下，在全体员工的共同努力下，药店正确面对外部医药市场激烈的竞争，开拓思路、调整策略、开源节流，变压力为动力，增强忧患意识和紧迫感，积极寻找药店销售新的增长点，不断完善配套设施和增设的各种人性化、功能化商业服务设施，经过 23 年的稳步发展，崇文门药店运营体系和制度建设不断成熟，市场规模日益壮大，经济效益显著提高。

药店位于崇文门外大街 42 号，经营品种数千种，全店共分三层，主要有中西成药、汤剂饮片、精品参茸、名优药酒、医疗器械、计生用品、保健产品、中医诊所。服务项目包括问药咨询、名医应诊、待客煎药、夜间售药、邮寄药品、外配加工中成药。

二、北京同仁堂商业投资集团有限公司同仁堂药店

同仁堂品牌始创于 1669 年(清康熙八年),自 1723 年(清雍正元年)为清宫供御药,历经八代皇帝,长达 188 年。同仁堂从建立之初便始终恪守“炮制虽繁必不敢省人工 品味虽贵必不敢减物力”的传统古训,其产品更是以“配方独特、选料上乘、工艺精湛、疗效显著”而享誉海内外。同仁堂药店始建于 1702 年,坐落于前门大栅栏 24 号,是中国最大、也是知名度最高的药店之一。自 1996 年重张开业后有了现在的规模,以中成药、普通及贵细中药饮片为主要经营品种,同时销售保健品、保健食品及西药制剂、医疗器械、医疗保健用品等。

三百多年来,同仁堂药店始终以服务人类健康为己任,切实践行“同修仁德,济世养生”的企业精神。店内设有用药指导、热线咨询、即时加工、代煎汤药、代客邮寄、快递、自动取款机等多种服务项目和服务设施。更是结合自身经营特色,将传统手工泛制水丸、手工塑制蜜丸两项非遗技艺设为代客加工业务,力求用服务百姓之举和文化之力,传承好同仁堂文化精髓,做好同仁堂品牌形象打造。

同时面对消费主力军逐渐新生化的趋势,药店巧妙采用 AR 沉浸式互动体验,将虚拟场景与老药铺传统技艺、特色产品立体交互,巧妙运用科技手段赋能服务,用“新模式、新思想、新技术”整合药店资源,

推进传统营销的数字化转型。

药店内还设有同仁堂医馆。多位国家级、市级著名中医专家在此应诊，医馆今年举行了全国名老中医药专家——王文友、高忠英传承工作室揭牌仪式，进一步提升同仁堂医馆的医疗服务质量，弘扬同仁堂中医药文化理念，助推中医药文化发展和传播。馆内设“同仁堂精制饮片专柜”，经营的精制饮片均为加工讲究，质量上乘的地道药材，成为北京市卫生局确立的三家首批样板式专卖店之一。药店将“名店、名药、名医”于一身的开展中医综合治疗、保健、养生等项目服务，把传统炮制的精制饮片和几千年璀璨的中医药文化融为一体，正如医馆门前牌匾镶嵌刻的“同气同声济民济世，仁心仁术医国医人”。

作为“中医药”这一绚丽瑰宝的代名词，同仁堂始终肩负着世人无数的期待与重托，作为同仁堂对外形象展示窗口的同仁堂百年老店，自当为中医药事业的传承与发展，为天下苍生的健康与幸福，尽心尽力，力求尽善尽美。

三、北京同仁堂商业投资集团有限公司安宫牛黄丸专销公司（同心医药有限公司）

安宫牛黄丸专销公司（同心医药有限公司）是中国北京同仁堂（集团）有限责任公司旗下心脑血管品种的专销公司。

北京同仁堂同心医药有限公司的组建，是贯彻落实集团公司“十四五”发展规划，以安宫牛黄丸产品为依托，深化专销模式改革，为推进落实“打造北京同仁堂旗下心脑血管产品专业的培育和营销平台”的战略目标，借力安宫牛黄丸当前的市场优势和渠道优势，聚焦心脑血管领域，通过产品组合，发挥学科优势，推进心脑血管类产品专销，推动心脑血管药品营销的专业化、规模化和系列化。

“十四五”期间，北京同仁堂同心医药有限公司，将按照集团公司的战略部署，延续安宫牛黄丸“国内一个出口，区域独家配销”的专销模式，承接集团公司从“制药+”向“健康+”转型的战略定位，深化终端开发，严格渠道和价格管理，积极拓展医疗市场，推进新媒体营销，抓紧推进心脑血管中成药临床研究及面向医疗领域的营销工作，不断增加心脑血管品类品种，巩固和扩大同仁堂优势品种的市场占有率，确保实现持续、快速和高质量发展。