

中华国医特色诊疗门诊连锁

项 目 策 划 书

- 1、中华国医大师·名医协会
 - 2、中华华尔慈善基金会
 - 3、中华国医特色诊疗有限公司
 - 4、人社部-中国就业培训技术指导中心（CETTIC）
 - 5、教育部-中国人民大学培训学院健康管理学院
 - 6、卫生部远程医疗管理培训中心
 - 7、卫生部-中日友好医院培训中心
 - 8、卫生部-中国医师协会
- 2013年 北京

目 录

第一部分 市场分析 第 00 页

一、中国医药市场现状及中医诊所现状分析

A、医药部分：

- 1、广告炒作产品生命周期越来越短
- 2、OTC、医药连锁经营面临利润危机
- 3、会议营销面临诚信危机

B、医疗部分：

- 1、中小医院、诊所面临客源危机
- 2、中小医院、诊所面临严峻的生存危机

二、顺应行业历史发展，紧密契合国家政策法规

第二部分 项目介绍 第 00 页

一、项目名称

二、项目宗旨

三、核心竞争力

- 1、品牌打造
- 2、全新营销
- 3、资质荣誉
- 4、国医大师

四、项目特色

五、经营范围

六、盈利模式

七、行业内优势

八、独家优势

1、横向对比

2、纵向对比

第三部分 项目运作 第 00 页

一、中华国医特色诊疗门诊连锁总体架构

二、中华国医特色诊疗门诊连锁形象识别

三、中华国医特色诊疗门诊连锁选址

四、中华国医特色诊疗门诊连锁加盟条件

五、中华国医特色诊疗门诊连锁加盟资格

六、中华国医特色诊疗门诊连锁加盟售后服务

七、中华国医特色诊疗门诊连锁预期盈利

八、中华国医特色诊疗门诊连锁项目风险分析

附件 1：《中华国医特色诊疗门诊管理细则》

附件 2：《中华国医特色诊疗门诊加盟实施细则》

附件 3：《中华国医特色诊疗门诊市场启动方案》

附件 4：《中华国医特色诊疗门诊广告宣传方案》

附件 5：《中华国医特色诊疗门诊制剂及相关产品管理办法》

第一部分 市场分析

一、中国医药市场现状及中医诊所现状分析

A、医药部分：

1、广告炒作产品生命周期越来越短

随着我国医药政策监管日益严厉，几乎所有药厂和 OTC 药店都不同程度的面临着生存危机。医药保健品广告品种、概念炒尽，精心编造的各种机理没有多少人再信，利润空间越来越小、越来越透明，消费者越来越理性，广告违规处罚越来越严厉，各种媒体广告成本逐年提升，厂家和各级代理经销商已是饥一顿，饱一顿，路越走越窄。

广告炒作营销已无路可走，必须另觅出路！

2、OTC、医药连锁经营面临利润危机

药店越开越多，数量大有超过小卖店的趋势；铺面租金连年涨价，药店各级销售人员薪资待遇不断提高，药店的主要利润来源——广告品种越来越少，保健品销售渠道也越来越多（连商超及网络都在销售保健品），造成大多数药店利润越来越薄，大病、疑难症去医院就诊，小病、常见病（发烧、感冒、拉肚子）才去药店买药，故此，半数以上的药店处于亏损或维持状态。

3、会议营销面临诚信危机

曾经一场会销售额少则几十万元，高则几百万元的会营模式，现在已经被越来越多的人视为骗钱陷阱，百姓日益反感，商家之间客源争夺近乎白热化，前途渺茫。

B、医疗部分：

1、中小医院、诊所面临客源危机

医疗行业两极分化日趋严重，国有、权威、知名大型医疗机构患者盈门、排队候诊、黄牛横行；而中小型医院、门诊却患者寥寥。现在的医疗竞争，基本上靠拼专家、拼设备、拼投资，而中小医院、门诊在这方面却毫无优势可言：拼设备不行、拼投资拼不起、拼专家更是人才匮乏。并且，目前各类诊所权威性弱、品牌力差，只能覆盖一片小区域，延续的依然是坐堂待客的传统模式，可信度低，美誉度差，药品基本来源于二三级医药批发环节，利润低，特效产品少，故此，客源严重不足。

2、中小门诊面临严峻的生存危机

一方面，大型医疗机构挂号难、就医难；另一方面，中小门诊的门诊量无论如何难以提升。一边却是求医问药无门，一边是开门待客无人，中小门诊面临严峻的生存危机。

中小医院和诊所面临品牌提升、营销手段创新、盈利模式增加、特效药品拓展，和规模化经营的难题。

曾经缔造无数财富神话的医药、医疗营销行业，目前可谓危机四伏，许许多多曾经叱咤风云的医药、医疗精英纷纷转行。

医药、医疗营销真的穷途末路了吗？

尽管事实并不一定如此可怕，

不过，医药、医疗营销确实到了该转换思路的时刻了！

要想做长线，赚大钱，必须有新的突破。中华国医特色门诊连锁就是千载难逢的突破口！帮你找到了改变命运、快速成长和发展的全新营销手段，它是中国医药人的一件大事！它必将是中国医药保健品行业诞生的一个新的伟大奇迹！

二、顺应行业历史发展，紧密契合国家政策法规

随着我国经济的快速发展，以及老龄化问题的日益凸显，社会对各级医疗服务的需求逐年提升，2009年两会医改政策正式把私营门诊医院的定位发展做出了明确规定，准许在职医生以及拥有行医资格的个人开设门诊，卫生部和各地人民政府也都相继出台了一系列鼓励民营资本进入医疗卫生领域的政策，拉开了民营资本进军医疗卫生市场新的序幕，国内中医药医疗机构的发展出现了崭新机会。

中华国医特色诊疗门诊连锁就是以中华国医特色诊疗及国医大师为旗帜，以收集和开发散落于民间的祖传、独家、特效产品及国内各大药厂独家特效国药为核心，以弘扬中医药文化为宗旨，以特许加盟为平台，以“以医带药、贴身治疗”为盈利手段，在全国各地建立的我国第一个医疗连锁机构。

第二部分 项目介绍

一、项目名称：

“中华国医特色诊疗门诊”连锁

二、项目宗旨：

在全国范围内，以免费加盟的方式，每个地区打造或培养一家，由 20 位现存国医大师及其嫡传弟子亲自参与指导的、国内顶级权威品牌的、以纯粹中医诊疗、中西医结合以及终身健康管理相结合的治疗方式为特色的全新中华国医特色诊疗门诊。在全国范围内启动挖掘祖国医学精髓秘方，并通过此平台，传承发扬中医文化和中华传统文化，为更广大的基层百姓解除病痛并带来实际的利益。

三、核心竞争力：

1、中华人民共和国卫生部、国家药监局、国家中医药管理局、中国医师协会、中国人民大学健康管理学院、中华华尔慈善基金会、中华国医大师·名医协会、中华国医特色诊疗有限公司等，国家最高的政策管理机构和专业权威机构的全面介入，将全方位提升现有门诊的品牌竞争力，“中华国医特色诊疗门诊”的植入将使原有门诊品牌的权威性、专业性、知名度和可信度大幅提升！

2、中华国医特色诊疗门诊将通过全新的营销手段，在最短的时间内实现门诊量的成倍增长；美誉度的成倍增加、品牌知名度的成倍提升，在最短的时间内，使原有门诊在其所在地区产生令人瞩目的规模化的效益和影响。

3、遵循国家相关政策，通过与中国人民大学培训学院（目前我国唯一具备国家承认其学历资质的健康管理培训机构）、中国医师协会（卫生部执业医师行业主管部门）、人力资源和社会保障部中国就业技术指导中心（中医特色诊疗师）等专业机构的联合培训对加盟“中华国医特色诊疗门诊”后的原门诊开办人及主治医生进行专项培训，并颁发相应证书。再经过中华国医大师·名医协会评定，免费发放由著名国医大师亲自签署的“国医大师”、“国医名家”、“资深国医”、“特色国医”等专业证书。使原有门诊的可信度、权威性及医疗水平全面提升。

4、通过“拜师”、“医疗观摩”、“多种疑难杂症病例的治疗讲解”等活动，将国家现有 30 位国宝级的国医大师（自中华人民共和国成立以来，官方、国家级国医大师评选活动只进行过一次，评选出了 30 位国医大师。目前尚健在且有行医能力的国医大师近 20 人）及其嫡传弟子的独门秘方及独家治疗技艺的全面植入，加盟“中华国医特色诊疗门诊”连锁后的门诊整体治疗效果和治疗水准将发生革命性的变化。患者美誉度及口碑传送将成倍递增。

四、项目特色：

中华国医特色诊疗门诊连锁为全国首家专门针对疑难杂症的特色医疗连锁，采用原有门诊治疗与后期植入部分（中华国医特色诊疗部分）相结合的管理运营模式。

融中医专科诊断、中医专科治疗、中医养生保健项目于一体。

保留原有门诊品牌为主品牌，统一发放“中华国医特色诊疗门诊”牌匾为副品牌，如：孟氏接骨——中华国医特色诊疗门诊。

定期安排国医大师到场巡诊、定期举办传统秘方挖掘与交流座谈会等；

每月都选择在各成员门诊所在地举办各类大型国医大师独家秘方慈善救治、免费赠药义诊活动，瞬间产生轰动效应、社会影响，短期内将各成员门诊的门诊量及人气指数快速放大。

五、经营范围：

除日常类疾病的正常诊治外，加大力度对九大病种如：“心脑血管、风湿骨病、呼吸系统疾病、皮肤类疾病、肠胃类疾病、肝病、糖尿病、前列腺疾病、癌症康复”及中老年日常保健即全面健康管理进行拓展，最大程度的放大和增加利润点。

六、盈利模式

现有产品及医疗方式尽数保留，全面挑选和引进国内著名医药企业独家特效、利润空间大的**独家品牌国药**。全面植入现存**国医大师秘方**，专项病治疗的独门绝技和独家秘方（此部分治疗产品及技术仅限于中华国医特色诊疗门诊连锁内部使用，不得外泄）。

中华国医特色诊疗门诊连锁管理机构：将所有最新医药保健品盈利模式推荐给加盟会员店，**签约承诺，加盟后的会员店每年将取得百分之五十的利润递增。**

俗话说“一家门诊抵十家药店”，整合后的中华国医特色诊疗门诊，一家门诊恐怕要胜过二十家药店，只要我们在全国范围内拥有一千家中华国医特色诊疗门诊，其销售实力绝不亚于两万个 OTC 药店，并且门诊是集**医疗、体验式营销、会议营销、健康中心**于一体的多功能营销场所。尽管 OTC 连锁药店在全国目前以数以千计，而门诊连锁这个整合渠道在全国还尚属首家，在我国乃至全世界都是一个全新的集多种功能于一身的、独一无二的医疗、医药渠道。它一问世必将吸引中外各大基金、投行的高度关注。

中华国医特色诊疗门诊连锁管理机构：将致力于整个连锁的产业化规模发展，计划两年内整体加入国家医保体系，三年内走上资本市场，在国内或境外上市，上市之日所有加盟会员店一律成为上市公司股东，分享更大的利益与发展。

七、项目行业内优势

中华国医特色诊疗门诊连锁

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/687133160122010005>