

# 重庆桐君阁股份有限公司文件

桐君阁发〔2013〕421号

签发人：袁永红

## 关于下发《2013-2014年度零售业态 品类战略规划》的通知

各公司：

为指导各零售公司牢固树立品类管理思想，从品类及品类管理角度开展商品采购与营运，从而提高桐君阁零售业态经营效益，经股份公司研究决定，现予下发《2013-2014年度零售业态品类战略规划》，请各公司相关部门立足各自实际情况，高度重视，积极参与，共同推动品类管理工作取得阶段性成效。

特此通知

附件：《2013-2014年度零售业态品类战略规划》

重庆桐君阁股份有限公司

2013年8月7日

重庆桐君阁股份有限公司办公室

2013年8月7日印发

拟稿：黄维

校核：黄维

附件：

## 2013-2014 年度零售业态品类战略规划

本规划为指导性规划，用以指导零售业态从品类及品类管理的角度开展采购与营运，从而提高经营效益。

本规划所涉规划期为 2013 年 7 月至 2014 年 6 月，在 2013 年底前完成基础信息数据整理、规划实施指导意见等，2014 年初在数据分析基础上提出并落实具体实施细则。

### 一、2013-2014 年度桐君阁零售业态品类战略调整方向

集约化药品类，保持药品类作为第一品类的地位；

继续坚持突出“中药”特色（含中药配方及精制饮片、贵细）；

坚持集团产品优先，集团产品与品牌品种同步协调发展；

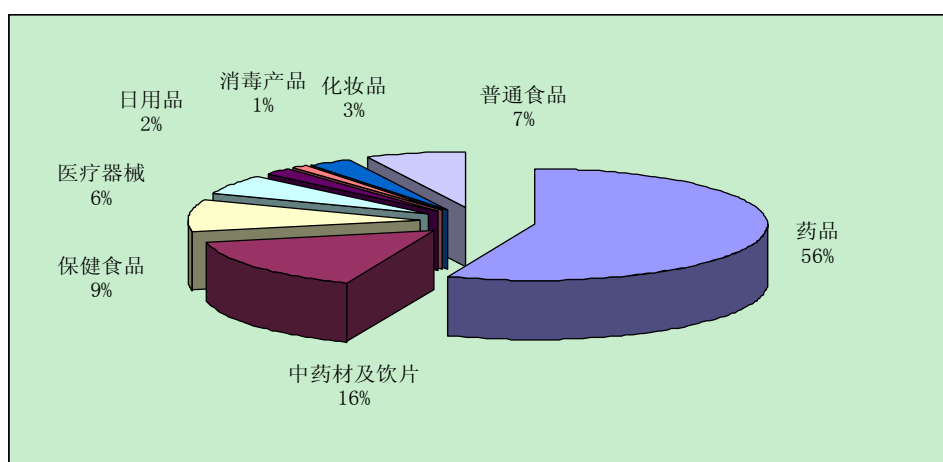
优化保健食品，医疗器械突破上量；

继续培育化妆品，特别是药妆；

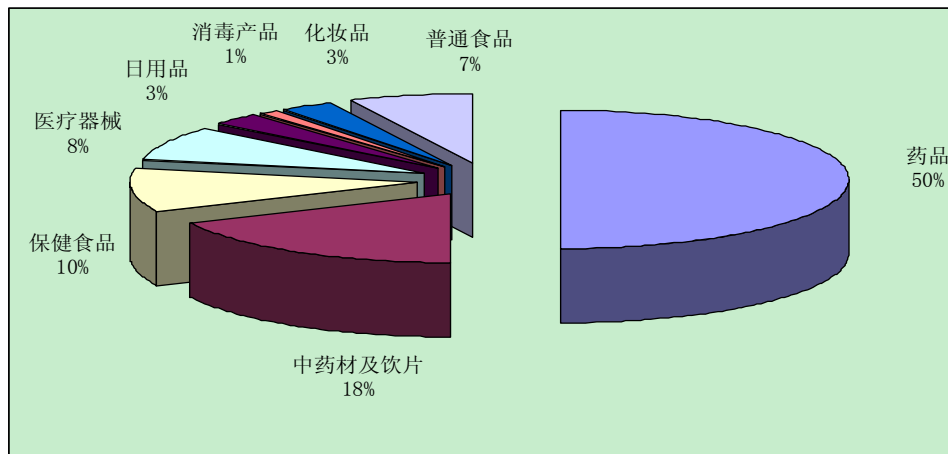
适度发展其他非药品。

### 二、2013-2014 年度桐君阁零售业态品类结构调整规划

#### 1、2012-2013 年零售业态品类结构



## 2、2013-2014 年零售业态品类结构规划



总之：在药品整体销售额与毛利额增长 20%以上的前提下，降低药品类占比（药品类占比最少不得低于 50%），提高中药材及饮片、器械、保健食品占比，保持其他非药品占比。

特别说明：降低占比是在不降低本类别销售额与毛利额的基础上，提高占比也不能降低其他类别销售额与毛利额，结构调整不应以降低总体销售额与毛利额为代价。

### 三、2013-2014 年零售业态主要品类调整方案

（一）优化基础品类：药品（抗感染、滋补营养类、感冒、止咳化痰平喘、胃肠道）、保健食品

优化思路：减少商品总数，改善商品结构；

优化措施：建立并更新完善商品目录，淘汰不适销的品类，补充完善高中低价格带，同一品名下同一价格带最多不超过 3 个品种，同一品名下各价格带最多不超过 6 个；控制大保健食品总套系在 9 套以内，同一零售公司经营套系最多不超过 6 个套系，核心套系不超过 3 套。

（二）培育潜力品类：药品（心脑血管及其他慢性疾病类）、医疗器械（家用护理）、化妆品（药妆）、普通食品（进口母婴食品、功能性食品）

培育思路：合理设定准入门槛，追求长期效益；

培育措施：对于急需补充的以医院学术带动的品种，降低准入条件，并加大专业性培训；市场畅销的同质品种进行有条件引入与克制拦截；加大家用器械与药妆专柜促销力度，放宽

专柜促销条件，甚至免费试销；适应大健康产业发展趋势，有保健作用、食疗功能的功能性食品及进口母婴食品可适当加大采购营运力度，同时清理其他类别如休闲、粮油类食品保持合理规模，合理规避医保政策性风险。

### （三）提升目标性特色品类：中药材（贵细、饮片）

作为桐君阁的特色品类，也作为目标性品类，优化思路在于：保持特色，提升占比；

提升措施：大力引进特色、高端品种及免煎剂，加大样板店打造力度，提高坐堂医生数量，坚持“四名战略”——一名医名品名店名厂，提升配套服务品质。

## 四、药品类重点关注方面

### （一）重点关注药品剂型

1、普药品种的新剂型，而不是简单加大规格数量，如普药通常剂型为片剂、丸剂的口服固体制剂改进为口服液或干混剂型；

2、普通剂型的改进型，如分散片、缓释片（控释片）、崩解片；

### （二）重点关注药品价格带

普药品种 10 元以下，普药品种改进剂型 20 元以下，新药品种 30 元以下；特殊定价高价位品种 50 元以上乃至 100 元以上。

### （三）重点关注厂家与品规

坚持“两结合”策略：两大两小（大厂家的小品种与小厂家的大品种）与两品牌（品牌厂家的重点品种、品牌品种的专供规格）有机结合。

### （四）重点关注商品

1、品牌（品质）商品、独家或专利保护品种、厂家直供品种、高毛利商品。

2、商品或所属品类成长性、生产工艺、疗效、付款方式、价格、配套政策等方面比现有商品具有更大优势的商品。

3、渠道可控（含购进渠道与销售渠道）和价格可控（含进价与执行零售价）的商品，从而确保利润可控。