

太极集团有限公司文件

TAIJI GROUP LIMITED COMPANY

太极集团〔2014〕117 号

签发人：白礼西

关于确定《2014 年桐君阁新连锁 零售经营商品目录（药品类）》和《品类管理优 化细则及规定》的批复

重庆桐君阁股份有限公司：

你司上报的《2014 年桐君阁新连锁经营商品目录（药品类）》已收悉，为进一步聚焦商品，提高零售经营效益，结合你司实际情况，经集团公司研究决定，同意你司下属零售公司在《零售业态经营商品目录》和《试销商品目录》的基础上进一步制定符合零售公司经营需要和管理要求的经营商品目录，现就有关事项批复如下：

一、同意你司将清理优化后的 3000 个品种纳入《2014 年新连锁零售经营商品目录（药品类）》（详见附表 1）；其他凡涉及到

零售业态经营商品目录（含八大类品种）均授权袁（永红）董事长终审。

二、同意你司拟报的《品类管理优化细则及规定》（正文见附件2），请你司品类管理部督促各零售相关单位对现有经营品种进行清理优化。

三、针对本次清理后淘汰的品种，请你司督促各零售公司自审批之日起停止进货，并尽快落实库存消化工作。

特此通知！

附件 1、2014 年桐君阁新连锁经营商品目录（药品类）

2、品类管理优化细则及规定

3、零售商品经营目录清理工作表



抄送：总经办

太极集团有限公司办公室

2014 年 1 月 17 日印发

拟稿：熊艾奇

校核：代蜜

附件 2:

品类管理优化细则及规定

桐君阁股份下属各零售公司按公司现行品类管理分类的 8 个大类逐项进行清理优化, 2014 年 1 月份以内完成药品大类的清理优化; 中药材及饮片、保健食品、医疗器械、消毒用品、日用品、化妆品、普通食品等其它非药品类经营商品目录的清理力争在 2014 年 2 月底前完成。

一、清理原则:

1、“三三三”原则: 即 1/3 品种聚人气, 1/3 品种微利, 1/3 品种盈利;

2、优势原则: 指所选商品应衡量其是否具有如市场规模、占有率、知名度、成长性、毛利率及价格(含进价、执行零售价)等方面优势;

3、优先原则: 主要指集团品种优先、主推品种优先、品牌畅销品种优先、货源保障优先;

4、效益原则: 指单品贡献, 综合评价单品的销售数量、销售额、毛利额、毛利率等指标;

5、清滞原则: 清理滞销品种, 特别是 3 个月以上未动销品种立即降低库存至 45 天周转期以内, 6 个月以上未动销品种除消化库存外须进行淘汰、优化。

二、清理步骤:

1、形成基础表格, 导出本公司 2013 年 1-12 月所有商品购销明细表(含大中小分类、ID、品名、规格、产地、购销数量及金额、TABCD 分类、批准文号等基础数据); 导入本公司所有商品进货价及零售价格(有执行零售价的请使用各公司执行零售价, 执行零售价不统一或未建立执行零售价管理的使用零售均价即单品

销售总额/单品销售总量); 导入单品种返费标准, 按销量计算出单品毛差额、毛利额; 将各供应商或厂家价外收益总额按该合作商对应品种销售额占比划分到单品上, 计算出综合效益额、综合效益率等并进行各项筛选排序; 格式可参考附件 3:《零售商品经营目录清理工作表》。

2、复核基础信息, 补充完善所有大中小类, 规范产地和品名, 复核异常数据(如负购进、负销售、负毛利、毛利高于 90%以上的、购进或销售数量金额明显与平时销售不吻合的等);

3、结合当地市场物价情况、竞争格局, 合理制定以小类为单元的零售价高、中、低价格带;

4、淘汰停产品种、公司规定不再经营品种、全年无购进老品种、6 个月无动销品种、无效益且销售额或销量较低品种、同质品种个数超 9 个且品类指数排名靠后的品种及其他拟淘汰品种;

5、不得淘汰集团工业品种、主推及奖励品种、必备品种、本公司小类销售排名前 3 位的品种;

6、上述步骤筛选后, 仍无法确定的使用品类指数法进行末位淘汰(品类指数=销量排名*0.2+销售额排名*0.4+效益额排名*0.4), 形成初选目录;

7、最后按太极集团[2013]2088 号文件中“3 个 3 的定价原则”, 对每个品种进行定位: 人气品种、微利品种、盈利品种。

三、各零售公司经营商品目录的清理优化工作由各零售公司第一负责人亲自负责, 成立工作组并任组长, 组员由采购(或商品、品管)、营运、门店管理、信息人员等组成, 明确时限与分工职责, 高效完成目录清理与优化工作; 各零售公司清理优化后的经营商品目录由各分采中心初审(桐君阁连锁集采分中心负责重庆区域内各零售公司的目录初审、绵阳天诚集采分中心负责四川区域内绵阳、广元等零售公司的目录初审、四川太极集采分中

心负责四川区域内除绵阳广元以外零售公司的目录初审)、桐君阁零售集采中心审核,并经品类管理部复核后报桐君阁股份公司董事长审批执行。

四、各零售公司应严格按照清理后的商品经营目录进行选择经营并将目录细化到每家门店,用以指导各门店开展具体经营,非目录内商品确需经营的,可纳入各零售公司试销目录管理,但试销品规数不得超过桐股发【2013】616号文件规定。