

重庆桐君阁股份有限公司文件

桐君阁发〔2015〕340号

签发人：袁永红

关于开展冬季大会战的通知

各公司、部室：

经过全体员工共同努力，商业系统2015年1-8月销售、效益取得双增长，9-12月，商业系统将继续紧盯“销售、利润、税收、职工收入”四大指标，围绕“加快直营药房的健康发展，加强医疗、零售两个终端的配送，加快分销业态的结构优化”三大重点开展工作，经研究，决定开展“冬季大会战”活动，有关事宜通知如下：

一、活动时间：2015年8月26日-12月31日

二、参加单位：商业系统各公司

三、活动主题：抓销售、增效益，实现规模、效益持续双增长

四、活动组织：

组长：袁永红

副组长：钟浩、黎涛、田平、肖怡

成员：各公司第一负责人

五、活动任务要求

（一）指标

直营销售：239370 万；效益增加 690 万。（各单位销售指标见附件，利润指标将由财务部分别下达至各单位）

（二）活动要求

一、各公司成立“冬季大会战”工作组，由本单位第一负责人任组长，全面负责本次活动。

二、各业态重点抓好以下工作

（一）攻坚克难，全面提升零售业态销售规模和经营效益。

继续坚持品类管理“豆花饭”理念，不断优化零售目录，提升人气。

在现有目录（不含中药材和饮片）基础上，重点抓好“两调整一补充”工作。调整、优化价格带品规数（计划高价格带调减 508 个，中价格带调减 209 个，低价格带调增 780 个；调整、优化效益带品规数（计划竞销品调增 210 个，次竞销品调增 31 个，一般品调增 18 个，非竞销品调减 198 个）；补充吸客低毛品种至少 200 个，全面参与价格竞争，吸引客流，提升销量。

2、全力抓好集团品种的零售。

把最好的终端资源优先提供给集团骨干产品。确保列入战略品种推广的 15 个集团品种实现销售 4280 万元，增幅 30%。其中：重磅产品天胶销售 2417 万，增幅 48.6%；藏药销售 1111 万，增幅 76%；太极水销售 500 万，全年零售突破 1100 万。

3、创新营销，全力抓好鲜人参等秋冬养生产品的销售。

4、全力抓好百强大店的销售。

由各公司班子成员蹲点负责，实行单店绩效挂钩考核，计划 9-12 月百强大店销售 2.24 亿。

5、全力抓好会员销售。

制定奖惩措施，建立会员微信圈，落实到门店、人头。计划新增会员 11 万人，总量达到 180 万人，确保会员销售占比提升 5 个百分点。

6、抓好药房的动态发展工作。

(1) 全面开展门店降租活动。

10 月份开始，对所有门店租金全面进行清理，落实责任人，重新谈判、确认。

(2) 及时关停、迁址两年内扭亏无望的门店。

根据门店租金情况、销售情况，科学预测，对两年内确实扭亏无望的门店，及时关停、迁址。

(3) 计划新增、回填药房 27 家，确保全年新增、回填药房 62 家。

7、多渠道引进中医资源，促进门店销售。

计划新引进中医 20 名，促进中药饮片及原生药材销售，带动门店整体上量。

8、开展形式多样的宣传、促销活动，提升品牌形象，促进销售。

(1) 与川、渝当地主流媒体、行业主流媒体加强合作，强化太极大药房、桐君阁大药房的品牌形象。

(2) 各公司大型促销活动不低于 5 场，中型促销活动不低于 10 场，社区促销活动（单店地推）不低于 20 场。

9、积极配合集团房地产公司，抓好首批 56 家重点门店的升级改造工作。

10、加强店长、店员的专业化培训。

店长培训由股份公司组织，定期、分批开展，原则上每季度一批，形成培训制度；店员培训由各单位按股份公司要求自行组织，定期开展。

(二) 配送业态继续抓好两个终端建设，提高配送额。

医疗终端重点抓好三项工作：

1、抓好大客户、托管药房、存量客户的销售，计划增量 6300 万。

2、积极应对低价药品分批挂网、部分医保药品医用材料集中带量采购、新一轮药品招标和二次议价，争取更多厂家、更多品种、更多区域的配送权。

3、充分利用集团工、商业在当地上缴税收的优势和集团的资源优势，积极推进目标医院、特别是中医院的药房托管工

作；加强与川渝目标医院的联系，力求实现多开户、多配送。

零售终端重点抓好两项工作：

1、顺应国家政策，尽快调整品种结构，最大限度满足客户的产品需求和毛利需求，剔除批发公司因连锁公司自采自配下降因素外，其他公司计划增量 5500 万。

2、利用签订新版加盟药房协议的契机，按照“五统一”的要求，加强与加盟药房的沟通，降低管理风险，计划配送 1.28 亿，增幅 23%。

（三）分销业态继续调结构、强效益，加快转型。

重点抓好两项工作：

1、集团产品的深度分销，计划增销 8500 万，其中成都西部 3650 万，增幅 56%；批发公司 2250 万，增幅 29.3%，其他公司 2600 万，增幅 17.8%。

2、进一步优化客户结构。成都西部计划开发 10 家地县级客户，增量 850 万；加强与成都市场优质客户合作，增量 4000 万。批发公司重点抓好云南白药、华润三九等厂家的一级代理，增量 1300 万。

（四）突出中药经营特色，提高核心竞争力。

重点抓好三项工作：

1、尽快制定切实可行的打造中药核心竞争力的方案，并充分发挥中医的作用。

2、抓好产地采购、产新采购，计划增长 1600 万。

3、抓好中药饮片及小包装饮片在医院的销售，计划增长 700 万。

（五）抓好进出口业务。

重点抓好三项工作：

1、力争完成 150 吨进口驴皮采购计划。

2、确保集团产品全年出口 200 万，增幅 100%；力争实现太极水出口零突破。

3、确保现有进口品种的终端销售全年 1200 万。

（六）其他：

1、积极应对 GSP “飞检”，强化加盟药房管控，降低经营风险。

2、积极推进仓储整合及三方物流工作。特别是加快成都西部、太极大药房物流整合工作。

3、积极应对经济严冬，严控债权风险。

4、加快信息系统建设工作。

5、抓好资产管理 work。

三、考评奖惩

（一）对同时超额完成销售、效益指标任务的单位将视超额完成幅度给予一定奖励。

（二）对未完成销售、效益指标任务，并同比下降的单位将视下降幅度予以处罚。

奖惩办法另行通知。

四、其他

1、桐君阁新连锁整体参评，桐君阁新连锁、绵阳太极、四川太极三家零售单位考评不含集采、分采数据，只考评纯零售。

2、托管到工业的单位由受托工业自行考评，下达指标任务作为参考指导数据。

特此通知。

附件：《9-12 月各单位销售指标任务》

重庆桐君阁股份有限公司

2015年9月30日



抄送：钟（浩）总，黎（涛）总，田（平）总，肖（怡）总。

重庆桐君阁股份有限公司办公室

2015年9月30日印发

拟稿：黄星明

核稿：黄星明
