

重庆桐君阁股份有限公司文件

桐君阁发〔2016〕125号

签发人：黎涛

关于桐君阁药厂“非遗代表品种”的 营运通知

各公司、分中心：

为强大“桐君阁百年老字号”的品牌形象，将非物质文化遗产中经典处方发扬光大，经股份公司研究决定，特优选以下品种进行强强合作，具体情况如下：

一、品种信息

ID	品名	规格	一句话营销	零售价	结算价	毛利率
148288	安宫牛黄丸	3克*2粒/盒	预防中风，孝敬父母用安宫	790	474	40%
122482	蚕蛾公补片	12片/板 *2板/盒	中药伟哥，不伤身，更长久。	66	29	56%
58522	沉香化气片	12片*2 板/盒	顺气、消食、促进胃动力三效合一	26	11.5	56%
49939	强力天麻杜仲丸	36粒*6 板/盒	风湿、麻木、腰腿痛，预防中风，强力管用	37.9	22.5	41%

二、品种任务分配（详见附件一）

三、品种推广政策：

1、门店开展阶段性买赠促销活动，赠品为原品，由厂家提供，买赠政策如下表：

ID	品名	规格	买赠
148288	安宫牛黄丸	3 克*2 粒/盒	买一送一
122482	蚕蛾公补片	12 片/板*2 板/盒	买三送三
58522	沉香化气片	12 片*2 板/盒	买三送一
49939	强力天麻杜仲丸	36 粒*6 板/盒	买四送一

2、建立“安宫牛黄丸学习交流微信群”交流平台：学习相关医药学知识及产品知识，经验交流。本群由零售部和桐君阁药厂人员共同监管，只学习交流，不得晒单奖励。

四、品种激励政策：

1、门店销售奖：

为促进品种快速上量，4 个重点合作品种 TABC 奖励费用由厂家按月直接兑付到各零售公司，各零售公司再发到各门店（原则上谁销售谁受益），各零售公司不再另行申请造发 TABC 奖励费用，为提高门店积极性，桐君阁药厂协助各零售公司每月对各门店的单品任务完成情况进行考核，并依照完成率给予各品种追加奖励，具体政策如下：

ID	品名	规格	T 目 录 类别	零售价	T 目 录 奖 励	每月追加奖励		最高奖励
						完成任务 70%	完成任务 80%	
148288	安宫牛黄丸	3 克*2 粒/盒	T1	790	71.1	10	20	91.1
122482	蚕蛾公补片	12 片/板*2 板/ 盒	T1	66	6	3	4	10
58522	沉香化气片	12 片*2 板/盒	T1	26	2.4	0.6	1	3.4
49939	强力天麻杜仲丸	36 粒*6 板/盒	T1	37.9	3.4	0.6	1	4.1

2、团队组织奖:

各零售单位按季度考核,同比增长一定比例,给予相应的奖励,具体政策如下:

单位	ID	品名	规格	考核及奖励标准(单位:元/盒)		
				完成季度任务 70%(含70%)	完成季度任务 85%(含85%)	完成任务 100%
各零售公司	148288	安宫牛黄丸	3克*2粒/盒	10	15	20
	122482	蚕蛾公补片	12片/板*2板/盒	0.5	1	1.5
	58522	沉香化气片	12片*2板/盒	0.3	0.5	0.8
	49939	强力天麻杜仲丸	36粒*6板/盒	0.5	1	1.2

3、策划管理奖:桐君阁股份公司零售业态完成季度任务70%(含),对桐君阁零售部给予6000元奖励,完成季度任务85%(含),给予8000元奖励,完成季度任务100%,给予12000元奖励,以上奖励费用均由厂家按季度考核兑付。

注:以上团队组织奖及策划管理奖可全年拉通核算,对完成任务的厂家补齐扣发部分。

五、其他

1、重庆、四川分别召开桐君阁药厂“非遗代表品种战略启动会”(详见附件二)。

2、各零售公司必须将各品种销售任务按月分配到各门店,各门店店长需将任务分解到人头并指定专人负责统计分析。

3、各单位必须组织店长、店员认真学习桐君阁黄金单品相关信息,传达好合作启动仪式上的精神,积极配合厂家开展产品培训活动及终端优势陈列、厂家和连锁每月组织一次销售分析会,传递销售经验,敦促销售进度,共同解决销售中的困难和问题。

4、各零售公司与厂家联合每季度组织一次销售分析会,传递销售经验,督促销售进度,共同解决销售中的困难和问题。

附件一：2016 年桐君阁药厂“非遗代表品种”任务分解表

附件二：桐君阁药厂“非遗代表品种”战略启动会方案

重庆桐君阁股份有限公司

2016 年 4 月 19 日



抄送：集团公司总经办

重庆桐君阁股份有限公司办公室

2016 年 4 月 19 日印发

拟稿：杨冬梅

核稿：黄英
