

2021 年“大中医大中药”工作方案

各部门：

此文件为指导方案。在执行过程中，各部门可根据需要，沟通后进行应变，应对市场竞争。以达到传承中药文化，提升员工中药知识，中药业绩突破为目的，不是一成不变。

目标：1、传统中药类别销售占比超过 7%；

2、中成药销售增幅 10%，达到 670 万元/月，毛利额增幅 5%达到 220 万元/月；

3、弘扬中医中药传统文化，人人学，人人讲，人人推，利己利他。

思路：推经典名方：向老祖宗要销售机会；

推名优名厂：品质保证；

推疾病组方和疗程：高性价比惠顾客，真正帮顾客；

我们旨在帮助顾客提升健康管理意识，导入“名方”，选择购买何种品牌的决策权交由顾客做出。

各主要涉及中药组、商品部、采购部、营业部、人力资源培训、新零售部等组成“大中药项目组”，按照分工责任以及目标各司其职。所有解决方案尽可能包括中成药、中药、医疗器械、药食同源粥茶、生活起居注意事项等等。

时间进度要求：一个月规划完成活动各项内容，保证各部门至少一个月时间充分落实各自工作责任。**各部门工作时间节点严格打表，每延迟一天，交成长金 20 元/天。**

项目组周沟通，月通报。每周项目组会通过数据变化，检核工作过程，总结教训案例，及时补漏，予以完善。
月度通报中药占比、中成药销售数据。

销售目标：以六月销售为基础。

类别		环比销售增幅	全年
中成药	除湿（全年）	20%	150%
	健脾（全年）	20%	150%
	护肝（主春）	50%	30%
	养心（主夏）	50%	30%
	补肾（主冬）	50%	30%
	补肺（主秋）	50%	30%
精制饮片		15%	100%
配方饮片		10%	60%

一、中药组：

1、主要工作

序号	工作	工作内容	时间节点	责任人	协助部门/人员	协助工作内容
1	确定疾病	1、疾病、组方、产品确定。 2、文案内容。包括医学道理、文化由来、促销话术。	提前于主题前 30 天。 1、全年健脾、除湿。 2、四季主题，春季养肝 2.3-5.6； 夏季养心 5.7-8.6；秋季补肺 8.7-11.6；冬季补肾 11.7-2.2。 3、24 节气养生。	王莉燕 终审：李坚	营运部	在文字内容基础上，完善设计制作。
2	筛选品种	1、根据所发大中药文案内容（包含疾病、产品等）； 2、根据门店类型和经典方剂，筛选免煎、小包装、精制袋装罐装和贵细品种配备； 3、选品原则：以品牌、品质药、性价比高为主、厂家资源，综合考虑；	收到所发文案后 2 个工作日内	王晓燕	无	无
3	制定必备品种数量表	根据门店类型制定必备品种及数量；	收到所发文案后 3 个工作日内	王晓燕	商品部	必备商品系统录入
4	制定要货计划铺货到店	结合必备数量和库存情况，制定要货计划，并铺货到店；	收到所发文案后 15 个工作日内	王晓燕	无	无
5	到货率	每天关注到货率情况，及时补缺，保证货源；	每天关注	王晓燕	采购内勤	每天到货率单品汇总查询
6	促销方案制定	制定促销活动策略，每月关注销售数据，及时调整促销策略，避免滞销；	每月 20 日前将活动方案提交营运部	王晓燕	营运部	策略和宣传物料

7	医生小视频拍摄	沟通题目，审稿，安排拍摄。	文字内容确定后 2 个工作日	王莉燕	?	?
---	---------	---------------	----------------	-----	---	---

2、门店类型与开展项目

		中成药			精制饮片			配方饮片
		除湿、补脾	四季养生	24 节气	除湿、补脾	四季养生	24 节气	经典名方
中药配方店								v
非中 药配 方店	A 类	高中低 价格带	高中低 价格带	高中低 价格带	高中低 价格带	高中低 价格带	高中低 价格带	
	B 类	高中低	高中低	高中低	高中低	高中低	高中低	
	城区 C 类	中低	中低	中低	低	低		
	郊县 C 类	中低	中低	中低	低	低		

3、附：全年中药活动计划

按照门店专业能力，将商品分为专业、基础二个级别。TAB 类型门店销售“专业+基础级商品”，C 类门店重点销售“基础级商品”。

（1）贯穿全年的“除湿”养生

	基础级商品--C 门店		专业级商品--TAB 门店	
中成药	藿香正气水、藿香正气液、参苓白术散、 附子理中丸、金匱肾气丸、	中低价格带， 各 1~2 厂家	藿香正气水、藿香正气液、参苓白术散、 附子理中丸、金匱肾气丸、五苓散、 二陈丸、二妙丸、平胃丸	高中低价格带， 各 2~3 厂家
中药	炒薏苡仁、茯苓、芡实、赤小豆、陈皮、	各 1~2 厂家	炒薏苡仁、茯苓、芡实、赤小豆、陈皮、艾叶	各 2~3 厂家
食品	冬瓜荷叶茶、红豆薏米芡实茶等	各 1~2 厂家	冬瓜荷叶茶、红豆薏米芡实茶等	各 2~3 厂家
外用	艾灸、祛湿疼痛膏药、STOP 凝胶	各 1~2 厂家	艾灸、祛湿疼痛膏药、STOP 凝胶	各 2~3 厂家

(2) 贯穿全年的“补脾”养生

	基础级商品--C 门店		专业级商品--TAB 门店	
中成药	补中益气丸、参苓白术散、 启脾丸、人参归脾丸	中低价格带， 各 1~2 厂家	补中益气丸、参苓白术丸、启脾丸、人参健脾丸、 人参归脾丸、健脾糕、四君子丸、六君子丸、	高中低价格带， 各 2~3 厂家
中药	黄芪、山药、党参、甘草、莲子、茯苓	各 1~2 厂家	黄芪、山药、党参、甘草、莲子、茯苓	各 2~3 厂家

(3) 护肝

	基础级商品--C 门店		专业级商品--TAB 门店	
中成药	护肝片、龙胆泻肝丸、逍遥丸、 丹栀逍遥片、疏肝解郁胶囊	中低价格带， 各 1~2 厂家	护肝片、龙胆泻肝丸、逍遥丸、 丹栀逍遥片、解郁安神颗粒、疏肝解郁胶囊	高中低价格带， 各 1~3 厂家
中药	当归、菊花、桑叶、枸杞子、天麻	各 1~2 厂家	当归、菊花、桑叶、蒲公英、枸杞子、天麻	各 2~3 厂家

中成药：逍遥丸、加味逍遥丸、丹栀逍遥片、解郁安神颗粒、疏肝解郁胶囊、护肝片、龙胆泻肝丸、

中药：当归、菊花、桑叶、蒲公英、枸杞子、天麻、

(4) 补肾

		基础级商品--C 门店		专业级商品--TAB 门店	
肾阴 虚	中成 药	六味地黄丸、知柏地黄丸、麦味地黄 丸、杞菊地黄丸、左归丸	中低价格带， 各 1~2 厂家	六味地黄丸、知柏地黄丸、麦味地黄丸、 杞菊地黄丸、左归丸、二至丸、大补阴丸	高中低价格 带，各 1~3 厂 家
	中药	山药、桑葚、龙眼肉、石斛粉、	各 1~2 厂家	山药、桑葚、龙眼肉、石斛、枸杞、玉竹、黄精、	各 1~3 厂家

肾阳虚	中成药	金匱肾气丸、右归丸、 桂附地黄丸、补肾防喘片	各 1~2 厂家	金匱肾气丸、济生肾气丸、右归丸、 桂附地黄丸、肾宝片、补肾防喘片、 龟龄集（TA 店）、鹿角胶（T 店）、	各 1~3 厂家
	中药	淫羊藿粉、	1 个厂家	冬虫夏草（13 家）、鹿茸片、 淫羊藿粉、肉苁蓉、	1~2 厂家
补肾精	中成药	五子衍宗丸、补肾益寿胶囊、 金锁固精丸、	各 1~2 厂家	五子衍宗丸、补肾益寿胶囊、金锁固精丸、	各 1~2 厂家
	中药	山药、淫羊藿、莲子	各 1 厂家	山药、淫羊藿、莲子	各 2~3 厂家

肾阴虚中成药：六味地黄丸、知柏地黄丸、麦味地黄丸、杞菊地黄丸、左归丸、二至丸。

肾阴虚中药：何首乌、黄精、桑葚、龙眼肉、石斛、枸杞、山药、玉竹、

肾阳虚中成药：金匱肾气丸、济生肾气丸、右归丸、桂附地黄丸、鹿角胶、肾宝片、补肾防喘片、龟龄集、锁阳固精丸

肾阳虚中药：鹿茸、淫羊藿、肉苁蓉、冬虫夏草、

补肾精中成药：五子衍宗丸、补肾益寿胶囊、金锁固精丸、

补肾精中药：鹿茸、山药、淫羊藿、莲子

(5) 养心

	基础级商品--C 门店		专业级商品--TAB 门店	
中成药	生脉饮、丹参口服液、复方丹参片、 柏子养心丸	中低价格带， 各 1~2 厂家	生脉饮、丹参口服液、复方丹参片、柏子养心丸， 银丹心通胶囊、安宫牛黄丸（TAB 店）	高中低价格带， 各 2~3 厂家
中药	丹参、麦冬、龙眼肉	各 1~2 厂家	丹参、麦冬、龙眼肉、牛黄（TA 店）、	各 2~3 厂家

养心中成药：生脉饮、丹参口服液、复方丹参片、、柏子养心丸，银丹心通胶囊、安宫牛黄丸（TAB 店）

养心中药：丹参、麦冬、红花、山楂、枸杞、牛黄（TA 店）

(6) 补肺

	基础级商品--C 门店		专业级商品--TAB 门店	
中成药	百合固金片、养阴清肺口服液、蛤蚧定 喘	中低价格带， 各 1~2 厂家	人参固本口服液、玉屏风颗粒、百合固金片、养 阴清肺口服液、补肺丸、蛤蚧定喘	高中低价格带， 各 2~3 厂家
中药	黄芪、党参、西洋参、百合	各 1~2 厂家	乌梅、黄芪、党参、西洋参、川贝母、百合、黄 精	各 2~3 厂家

补肺中成药：黄芪生脉饮、玉屏风颗粒、百合固金片、养阴清肺口服液、补肺丸、蛤蚧定喘

补肺中药：乌梅、黄芪、党参、西洋参、川贝母、百合、黄精、

(7) 四季与 24 节气

序号	春季	夏季	秋季	冬季
1	春季养肝 2 月 3 日——5 月 6 日	夏季养心 5 月 7 日——8 月 6 日 (7 月 7 日长夏养脾)	秋季养肺 8 月 7 日——11 月 6 日	冬季养肾 11 月 7 日——2 月 2 日，
2	<u>立春 2.3——2.17</u>	<u>立夏 5.5——5.19</u>	<u>立秋 8.7——8.21:</u>	冬季除寒湿。
3	<u>雨水 2.18——3.4</u>	小满 5.20——6.4	<u>处暑 8.22——9.6:</u>	立冬 11.7——11.21:
4	<u>惊蛰 3.5——3.19</u>	芒种 6.5——6.20 健脾养阴清热	<u>白露 9.7——9.21:</u>	小雪 12.6——12.20:
5	<u>春分 3.20——4.3</u>	夏至 6.21——7.5 养阳护心，祛湿健脾	<u>秋分 9.22——10.7:</u>	冬至 12.21——1.4:
6	<u>清明 4.4——4.18</u>	三伏贴 6.25——8.29:	寒露 10.7——10.22:	小寒 1.5——1.19:
7	<u>谷雨 4.19——5.4</u>	小暑 7.6——7.21: 清热祛暑、健脾祛湿	霜降 10.23——11.6	大寒 1.20——2.2
8		大暑 7.22——8.6: 健脾祛湿、养心安神		

二、商品部：

序号	工作	工作原则	工作内容	时间节点	责任人	协助部门/人员	协助工作内容
1	筛选品种	1) 根据中药组所发大中药文案内容（包含疾病、产品等）；	筛选出缺失中成药品名发采购部找渠道	收到中药组所发文案后 2 个工作日发采购部	何莉莎	采购部	寻找供货渠道
		2) 重点负责选择中成药类经典方剂； 3) 选品原则：以品质药、性价比高为主,再结合已合作品牌厂家综合考虑	根据采购部反馈渠道情况，按照选品原则，选出我司可经营品种	1 个工作日内反馈采购部	何莉莎	采购部	通知厂家审核资料
2	制定铺货计划	1) 根据品种整体贡献率，拟定推荐星级； 2)按不同类型门店铺货(门店类型划分由中药组提供) 3) 同时参考采购部与厂家洽谈促销活动（活动备货，随时洽谈随时补充）	根据铺货原则，拟定铺货计划，并发审批，并抄送采购部及营运部	收到新品 ID 后，3 个工作日内	何莉莎	采购部	购进
				确定老品做后，3 个工作日内		营运部	铺货
3	增加小小类分类	按所作中药活动规划增加小分类（如补脾、除湿、养心等）	将中成药及中药饮片均分入小小类（中药会请王姐给参考）	品种确定后 3 个工作日内 新品为建好 ID 后 2 个工作日内	杨怡珩		
4	通报销售数据	1) 分析大类占比 2) 分析中成药销售增长情况 3) 分析小小类销售增长情况	提供上月相关品类同环比数据变化情况给相关部门	每月 7 号前	何莉莎		

三、采购部：

1、中成药

工作内容	原则	协同部门	协同工作内容	协同时间节点	采购部工作 时间节点	责任部 门	责任人
新品渠道寻找	厂家商业两头寻找品种，多渠道寻找且比价，优先考虑在合作的厂家，便于沟通合作及政策，若无渠道再通过商业渠道购进（先厂家后商业）	商品部	告知中成药找货品种的品类需求类型，例：价位、品牌、剂型需求等	告知寻找新品时	3 个工作日	采购部	侯月
确定引进品种、首营审核	收到商品部确定引进品种后收集整理齐全的建档资料，提交质管部	商品部、质管部	选品反馈、及时建档	2 个工作日	2 个工作日	采购部	侯月
建好 ID、首批采购量	质管部建档完成后及时反馈给商品部品种信息，由商品部确定首次购进量	质管部/商品部	及时反馈已建 ID 及首批采购量	2 个工作日	2 个工作日	采购部	侯月
计划量确定	商业货源充足	/	/	/	3-5 个工作日	采购部	侯月
	商业货源不足（需单独采购）	/	/	/	7-15 个工作日	采购部	侯月
新品铺货	按首批购进量入库上架后告知营运部	营运部	及时铺货	2 个工作日	2 个工作日	采购部	侯月
活动方案洽谈	确认好的活动方案反馈商品部（含新品和在营商品）	商品部	商品部根据活动方案调整计划量	2 个工作日	2 个工作日	采购部	侯月
关注动销	根据各品种动销情况及时制定补货计划及店间调配	/	/	/	每天关注	采购部	侯月、杨莎

2、中药采购（见中药组职责）

四、人力资源培训：每季度开展一次知识比赛。

1、审核厂家培训资料

中药组李总审核，培训部负责组织开展。

2、培训

参训的员工全覆盖，根据需培训内容，选择员工。方式以线上为主，结合线上直播、杏林学堂任务推送、店长培训、片区培训、中药班。学习有考核、有通报、有奖惩。

培训周期	培训内容	培训资源	培训形式	培训对象	责任人
每月 2次	中医疾病三诊辩证、体质辨识知识培训	联合厂家提供中医药专家培训	线上+线下	中药及营养保健教练班学员	张蓉
每季第一个 月1次	四季中药材、体质辨识培训	厂家提供	线上+线下	全员	张蓉
每周 1次	应季爆款中药材知识培训2个	厂家提供培训资料/内部开发	线上	全员	张蓉
不定时	节气中药组方、药食同源茶粥、外用关联销售培训	厂家提供培训资料/内部开发	线上	全员	张蓉

五、新零售部

序号	工作内容	时间节点	责任人	协助部门/人员	协助工作内容
1	资料新建	收资料后 15 个工作日	黄华	中药组 王莉燕	中药组需提前 20 个工作日内提供新引进品种产品清单及产品宣传资料
2	活动 banner 图的制作,线上组包商品图片的上传同步,至少 70%的门店有库存	收资料后 10 个工作日	黄华	中药组 王莉燕	中药组需提前 15 个工作日提供需上线宣传品种及组方
3	视频号的拍摄并剪辑完成,定时发布	收到资料后 10 个工作日内	郭祥	中药组 王莉燕	中药组需提前 20 个工作日内提供视频号拍摄脚本及医生时间确定安排
4	小程序活动专区打造,品种上架,图片完善,社群定时宣传发布		郭祥	中药组 王莉燕	中药组需提前 15 个工作日内提供社群宣传图文产品及组方

六、营运部

1、营运部【大中医大中药】氛围营造细则

打样板时间 7 月 14 日前,分 3 个版本中药配方门店的配方区、TAB 类店中药中岛货架、中药背架(c 类店简化版),覆盖所有门店。

2、日常学习和检核

中医中药氛围		数量	大中医、大中药氛围宣传		健脾、除湿、养心		四季宣传	二十四节气宣传	爆品宣传	语音
			经典名方 (氛围浓烈)	大中药氛围	主题立牌	主题pop	四季养生 pop	节气 pop	插卡（活动、卖点、关联插卡）	
非中药 配方门店	A 类门店	14	✓		✓		✓	✓	✓	✓
	B 类门店	26			✓					
	c 类门店	43				✓				
	郊县门店	43				✓				
中药配方店（经营的）		14	✓							
截止时间			6.30 旗舰店打样，确定后经营配方门店陈列展示	7.1 门店开始收（不同体质中医用药建议）	健脾、祛湿已到店 养心 7.6 门店开始收货		每个季节前 15 天，门店开始收货	每个节气前 10 天门店开始收货	每月重点品种宣传在上月月末随单品发放	节气前

3、营运部[大中医大中药]具体项目跟进

具体项目	具体事项	协助工作内容	协调部门	营运部责任人
内购	每周五内购会陆续出新病症品种及卖点	提供品种的卖点及功效	大中药小组	谭莉扬
考核奖励	每月 30 号之前对健脾、除湿、养心类品种下任务，奖励次月随工资发放；每周一次销售通报	商品部提供商品清单	商品部	谭莉扬
信息推送	企业微信群/微信群、企业微信朋友圈/微信朋友圈，企业微信推送到每个人，每月至少 2 次	新零售微信圈发放	新零售部	谭莉扬
启动仪式	7 月 14 日店长大会召开【大中医、大中药】启动仪式，现场认购		营运部	谭莉扬
氛围营造	专区陈列、专业知识卡、关联卡、语音陈列（详见氛围营造细则）	提供品种的卖点及功效、软文	大中药小组	谭莉扬

四川太极大药房连锁有限公司

2021 年 7 月 7 日