

重庆桐君阁股份有限公司文件

桐君阁发〔2015〕163号

签发人：袁永红

关于商业零售系统“大战红五月” 工作要求的通知

各公司：

为进一步落实好太极集团【2015】559号文件《关于全面促进零售业发展的通知》的要求，大力提高商业零售经营能力，确保二季度零售销售增长突破1000万元，现我司零售业态即将启动“大战红五月”活动，根据我司零售业态目前存在的主要问题提如下重点工作要求。

一、销售计划

全力确保商业零售二季度实现销售27520万元，同比增长突破1000万元（具体各公司分解计划见附表）。

二、品种保障

1、全力解决目录内品种到货率问题。

集采中心、三大分采中心以及各零售公司，务必进一步明确对到货率考核的奖惩方案，务必按时定额采购商品，保障库存量，确保集采品种到货率不低于95%，分采品种、自采品种到货率不低于85%。

责任人：股份公司为蒋茜同志；零售集采中心、三大分采

中心、各零售公司为其第一负责人

2、各公司必须认真审核门店要货计划。

各公司必须安排专人对门店要货计划进行审核，审核内容需包含以下几方面：

(1) 根据门店销售情况及商品周转率审核要货量是否科学，避免来货积压；

(2) 根据季节变化及节假日活动等情况审核门店要货计划是否合理，确保畅销及吸客品种不缺货。

(3) 对门店要货品种首先进行店间调配。

(4) 对门店要货品种进行分公司间调配。

责任人：各公司第一负责人

3、对目录内不能保障货源的品种及时上报删除

对目录内品种的确不能保证货源的，零售集采中心及三大分采中心必须及时上报股份公司品类管理部申请删除品种。

责任人：零售集采中心及三大分采中心第一负责人、品管部

4、对目录外有消费需求的品种审批应快速有效

对目录外有消费需求的品种，要求各公司收集后迅速报股份公司品类管理部审批，由股份公司品类管理部协调邀约厂家谈判，集采及分采中心组织采购，原则上一周内必须完成协调及谈判工作，对不能采购的品种须在一周内回复各公司。

责任人：品管部

三、零售配送

1、提高仓储能力，保障库容。股份公司物流部必须在 5 月 10 前督导解决重庆集采中心仓库扩容的问题。

责任人：股份公司物流部、桐君阁连锁袁学林

2、解决运力问题，提高配送能力。股份公司物流部务必在 5 月 10 日前协调解决各公司运力不足的问题。

责任人：股份公司物流部、桐君阁连锁袁学林

3、增加配送时间，提高二次配送门店覆盖率。要求各公司增加配送时间，调整 5 天工作制为 7 天工作制，确保商品 48 小时内到达门店。

责任人：各公司储运负责人

4、建立应急配送机制，加快急需品种配送。要求各公司在5月10日前务必落实当天配送机制，突出机动性和灵活性。

责任人：各公司储运负责人

四、零售价格管理

1、完善价格管理办法，规范价格管理体系

要求股份公司在5月10日前出台商品零售价格管理办法，规范零售价格管理。5月15日前各零售公司根据股份公司商品零售价格管理办法自行拟定或完善本公司零售价格管理细则。

责任人：股份公司零售部（具体办法另文下达）

2、针对零售价高问题提出分类解决方案

各零售公司务必加强商品零售价格的市场调研力度，将调研市场价格工作列入门店、零售部门的日常工作，及时掌握竞争对手价格，针对不同原因形成的价格高问题分类提出解决方案：

（1）因高价格带品种过多形成的价格高：各零售公司进一步梳理优化品种目录，按照“三三制”原则合理调整商品结构，增加中低价格带吸客品种的销售。

（2）因竞争对手低价竞争形成的价格高：为提高工作效率，授权含零售业态的独立法人公司董事长（第一负责人）终审门店应对竞争对手低价开展的市场竞争活动。原则上低于进价销售的情况必须限时、限量、限品种。

责任人：各公司第一负责人

五、退换货管理

1、一次性清理并解决退换货及物流差错等遗留问题

各公司必须在5月10日前解决零售门店退换货问题及物流差错遗留问题。

责任人：零售集采及三大分采、各公司采购部门负责人

2、根据门店情况进行科学铺货

由集采中心、分采中心、各零售公司采购部在5月10日前根据门店类型及实际经营情况细化铺货标准，合理对门店进行铺货，及时解决退换货。

责任人：零售集采及三大分采、各公司采购部门负责人

3、加强近效期品种管理

要求各零售公司严格按《零售药房标准化工作手册》对近效期商品进行清理，按程序办理退换货。对于不能退换货的，各公司以不造成损失为原则进行降价销售，具体方案由各公司董事长（第一负责人）终审。

责任人：各公司第一负责人

六、门面租金偏高问题

由桐君阁股份公司在5月7日前出台关于零售门店门面降租奖励办法，各公司根据办法细化本公司门面降租工作计划，逐一落实。

责任人：黎涛、股份公司零售部（具体办法另文下达）

七、门店促销

1、要求各公司做好藿香正气口服液等旺季品种的陈列和促销活动策划，增加人气品种的销售。

2、加大对集团重点品种的促销和宣传活动，做好太极水目标消费人群的宣传推广工作，加大太极水钻石卡的办卡力度。

责任人：各公司第一负责人

八、店员培训

1、5月7日前，由股份公司出台《关于直营零售门店开展晨会、晨操（太极拳）的通知》（另文下达），各公司按要求对员工进行太极拳培训，增加员工体质，提升员工士气及工作积极性。

责任人：零售部

2、开展对店员销售接待标准术语，微笑服务和文明用语的培训。

责任人：零售部

3、开展产品目录全员培训，重点加强店员药学服务和销售技巧的强化培训，如“豆花饭”战略销售。

责任人：品管部、零售部

4、由太极商学院牵头，组织零售一线员工凝聚力培训，通过长寿湖野炊、拓展等多样凝聚力活动，增强员工信心，鼓舞一线员工士气。

责任人：黎涛

九、品牌宣传及促销活动

加大“桐君阁”为全国第二大药房的宣传，并开展系列促销活动。

责任人：周燕（具体方案另文下达）

十、加大检查力度，重点监控执行情况

由股份公司副总经理黎涛任组长，副总经理蒋茜、纪委书记何云川任副组长，股份公司监察部、品管部、零售部组成检查小组，重点针对“大战红五月”期间各项重点工作开展检查和督导。

1、每周定期或不定期抽查门店品种到货率情况及货源保障情况。

2、督导二季度销售进度的完成情况。

3、督导检查集团公司下基层人员提出的问题整改情况。

4、督导以上各项重点工作执行情况。

责任人：黎涛

请各公司、各部门对照以上问题寻找解决的措施及办法，将商业零售“大战红五月”工作计划进一步落实到相关责任人并督查工作进度，全力确保各项工作顺利完成。

附件：零售公司二季度销售增长任务表

重庆桐君阁股份有限公司

2015年5月5日



抄送：白（礼西）董事长，李（阳春）总，总经办商管科

重庆桐君阁股份有限公司办公室

2015年5月5日印发

拟稿：曹云

核稿：曹云

附件：

零售公司二季度销售增长任务表

公司名称	2014年二季度 销售额	二季度销售 增长任务	2015年二季度 销售计划
新连锁合计 (含黔江分中心)	14204	500	14704
四川太极连锁公司 (含乐山分中心)	4110	200	4310
绵阳大药房 (含广元分中心)	2539	100	2639
涪陵公司	1337	60	1397
永川公司	1072	50	1122
德阳荣升公司	1075	50	1125
自贡公司 (含宜宾分中心)	672	30	702
万州分公司	377	15	392
德阳大中公司	322	15	337
江津片区	311	15	326
西昌分中心	186	8	194
南充分中心	168	8	176
达州分中心	52	2	54
泸州分中心	40	2	42
合计	26465	1055	27520

注：销售计划不含成都西部超市