

四川太极大药房连锁有限公司文件

SICHUAN TAIJI PHARMACY CHAIN LTD.

川太药连字〔2017〕15 号

签发人：蒋 炜

关于下发新品引进管理制度的通知

各部门、门店：

为适应市场消费者需要的变化，快速根据需求调整公司产品结构。加强公司商品结构合理性，现将公司所有商品引进进行制度流程规范。本制度适用于太极大药房所有新引进商品（含零售目录内/外商品、以往经营过近 1 年内未经营过的商品），请各相关部门及门店遵照执行！

【管理制度内容目录】

一、引进目的.....	01
二、引进原则.....	02
三、引进途径.....	03
四、引进标准.....	04
五、评审过会.....	05
六、资料建档.....	06
七、采购铺货.....	07
八、培训动销.....	08
九、试销评估.....	09
十、附件.....	10

附件一：太极大药房新品推荐样表

附件二：商品引进管理流程图

【具体内容】

一、引进目的

满足市场消费者需求，丰富大健康品类，寻求多元化。增强企业市场应变能力，根据市场情况及时进行商品及品类结构的调整。

二、引进原则

太极大药房商品引进采用全员推荐、采购过滤、保证渠道、数据甄别、评审过会、投票选举、有进有出的原则，通过与市场行情快速切合，在保证采购成本的前提下进行。

三、引进途径

1、公司主动引进

1.1 市场调研竞争对手，主动引进

1.2 商品分析品类品种缺少或缺失，主动引进

1.3 工业厂家或供应商新品推荐

2、门店需求引进（3次以上门店需求）

四、引进标准

所有推荐商品均需满足引进标准中的任3项或以上，方可参加新品评审过会。若不能满足3项，则不参与公司新品过会（以院带店商品、多门店急需医院品无需过会，直接申报审批）。

①低价商品（大多数药店都有陈列、单价 $\leq$ 25元的商品）

②吸客商品（市场占有率大、大多数药店都有陈列，顾客购买频率较高，能为公司新增人气）

③增量商品（满足现有顾客额外需求的商品或能够填补品类组合空白，或能够和畅销品进行关联销售帮助顾客更好解决问题的商品）

④补充品类（公司目前无该类商品或该类商品稀少，潜在需求的商品）

⑤品牌商品（品牌厂家的名优品或非品牌厂家的独特名优品，有很高的认知度）

⑥广告商品（通过广告等其他推广形式在终端推广的商品，顾客使用率高且具有一定市场影响力）

⑦临床商品（医师处方中经常出现的 product 或者顾客使用率很高的普药，顾客会主动进店购买，是维持客流的商品）

⑧高毛商品（理论前台毛利率 $\geq 50\%$ 的商品，非药品除外）

⑨独家商品（全国独家商品，具有市场竞争优势的商品）

⑩季节快消品（具有季节性，能够让顾客产生冲动性消费的商品）

⑪补充价格带（补充组商品价差或补充小类商品价格带）

⑫补充剂型（补充组商品剂型、丰富品类）

五、评审过会（医院带店、多门店急需品无需过会）

1、过会方式

新品过会由商品部每月 20—31 日（任选 1 天）组织召开，评审会成员由商品部 1 人、采购部 1 人、营运部 1 人、店长代表 6 人组成。会议洽谈完毕后，采用投票制对参会新品进行投票；赞成引进票数 $\geq 60\%$ 的商品通过评审会，由商品部 2 个工作日内汇总结果后进行逐级申报、反馈。

2、谈判内容（后期购进政策以过会谈判政策为准）

①商品价格（供货价、零售价、会员价）

②付款方式、结算周期（方式）

③运输方式、在途时间

④资源收费（上架费、陈列费等）

⑤试销期政策（无条件退换货、3 个月后结款等）

⑥推广上量方案

⑦退换货条件

⑧发票

六、资料建档

1、商品部对评审过会通过的商品进行申报审批并添加进太极大药房商品经营目录，申报后 1 个工作日内反馈至采购部、质管部、营运部、门店，通知各参会厂家。

2、采购部收到申报反馈后5个工作日内收集通过新品质管资料交质管部审核。

3、质管部收到资料后7个工作日内审核通过资料（含协助采购部催收不齐资料）、并建立货品ID通报至商品、采购、信息、营运部门。

4、商品部收到ID后，1个工作日内进行新品定价并通知各门店、营运部，3个工作日内在系统中做好目录维护，分类定位、配置属性、配置数量维护工作。

5、信息部收到ID后，1个工作日内将新品ID同步至第三方物流配送公司。

6、特殊商品（医院带店品、多门店急需品）董事长审批通过后，采购部5天内收集资料、质管部协作2天内审核资料完毕建ID分类并反馈至相关业务部门。

7、特殊商品（医院带店品、多门店急需品）无法提供全套首营资料且门店急需时，采购部至少收集（首营品种审批表、商品批准证明材料、商品外包装或外包装图片）至质管部，质管部按时审核后建货品ID，进行购进。采购部后续跟进补充资料。

七、采购铺货

1、采购部收到ID后，根据配置属性、配置数量或门店需求数量于2个工作日内确定购进数量（含仓库保障量）传营运部会签后，保证10个工作日内商品铺货到店。特殊商品收到ID后，7个工作日内商品铺货到店。

2、对申报通过商品，自申报之日起45天内未发生资料审核或购进的，将按照商品淘汰管理制度进行淘汰。不合格资料退回采购部。

八、培训动销

1、采购部对审批通过新品，将与厂家确定后的新品动销上量方案于购进前1个工作日内传营运部（具体模板详见采购发文版的新品营运模板）。

2、营运部在收到新品动销方案后，按方案协议内容制定陈列、宣传、促销策略，于铺货后7个工作日内执行到店。

3、采购部将新品上量方案中需培训或有培训资源的新品，于确定方案

后 2 个工作日提供清单至人事部。

4、人事部收到采购部新品培训清单后，2 个月内安排公司/片区/线上培训。

九、试销评估

1、对公司新引进的商品，公司将给予 3 个月试销期，营营、采购应结合品种定位情况，给予铺货及营销政策。若新品在铺货后 90 天内，公司月动销天数低于 4 天则试销不成功，反之则成功。对试销不成功的商品参照商品淘汰管理制度确认淘汰或继续经营。

2、对试销成功的新品（需是我司人员主动寻找的商品），对推荐人奖励 50—500 元/个品种（系列按一个品种核算），推荐人指发现该商品的第一人（除厂家推荐人员）。奖励由商品部于试销期后进行统计，逐级报董事长签字完毕，传财务部发放。

3、若因某人或某部门操作流程未及时，导致推荐人所推荐商品无法购进或延迟购进，未在新品表上进行反馈至所涉及人员，将对当事人或部门处罚 100 元/次。

十、附件

附件一：太极大药房新品推荐样表（详见 excel 表）

附件二：商品引进管理流程图（详见下页）

自发文之日起，商品引进管理均按此文件内容执行，以往相关规定文件作废。

四川太极大药房连锁有限公司

二〇一七年四月二十六日



主题词：新品 引进 管理 制度

四川太极大药房连锁有限公司

2017 年 4 月 26 日印发

拟稿：陶伟

核对：陶伟

（共印 2 份）

