

2019年2月 经营数据分析会

商品部
何莉莎

2019
拥抱改变
做幸福人 建幸福圈

太极藿香正气液生产基地

目录



公司经营主体数据



会员经营主要数据



商品经营主要数据



人员技能评价数据



百万级客户任务通报



其余问题



公司经营主体数据

2019年2月经营指标数据汇总

指标	任务目标	任务达成率%	2019年2月	2018年2月	2019年1月	同比增长率%	环比增长率%
实收金额（万元）	2112.80	127.69	2034.11	1658.53	2697.84	22.6	-24.6
进销毛利（万元）	631.10	126.98	602.73	489.57	801.39	23.1	-24.8
进销毛利率（%）	29.87	99.45	29.63	29.52	29.71	0.11	-0.07
客流量（人）	239795	147.4913989	266478	202495	353677	31.6	-24.7
客单价（元）	88.11	86.57	76.33	81.90	76.28	-6.8	0.07

分析：2月实现销售额：2034.11万元，同比增长率达22.6%，增长额为：375.58万元。毛利额：602.73万元。客流同比增长6.4万笔，毛利率同期基本持平。由于2月春节假期影响，环比数据下滑较大，可参考同期销售。



公司经营主体数据（各片区情况）

		实收金额				进销毛利			
片区名称	月份	任务	2018年	2019年	同比%	任务	2018年	2019年	同比%
城郊二片区	2	237.6	165.7	213.6	28.9	70.3	49.8	63.8	28.3
城郊一片区	2	322.0	231.9	285.5	23.1	95.9	72.6	86.9	19.7
城中片区	2	471.6	334.7	416.9	24.6	138.8	99.4	120.5	21.3
东南片区	2	487.2	355.4	406.0	14.3	154.7	107.7	129.1	19.9
西北片区	2	632.9	413.8	553.0	33.7	179.0	117.1	156.6	33.7
旗舰片	2	194.7	153.7	157.9	2.7	59.99	42.2	45.5	7.9
公司平均增长值					22.6				23.1
		进销毛利率		客流量				客单价	
片区名称	月份	2018年	2019年	任务	2018年	2019年	同比%	2018年	2019年
城郊二片区	2	30.0	29.9	21528	22186	28649	29.1	74.7	74.5
城郊一片区	2	31.3	30.5	27860	32028	38887	21.4	72.4	73.4
城中片区	2	29.7	28.9	45235	41704	53059	27.2	80.2	78.6
东南片区	2	30.3	31.8	51059	47912	61308	28.0	74.2	66.2
西北片区	2	28.3	28.3	60585	47887	71797	49.9	86.4	77.0
旗舰片	2	27.5	28.8	11425	10772	12775	18.6	142.7	123.6
公司平均增长值			29.6				31.6		76.3

分析：东南片区与旗舰店有四项指标增长情况低于公司平均值，旗舰店2月销售基本无增长，需关注。



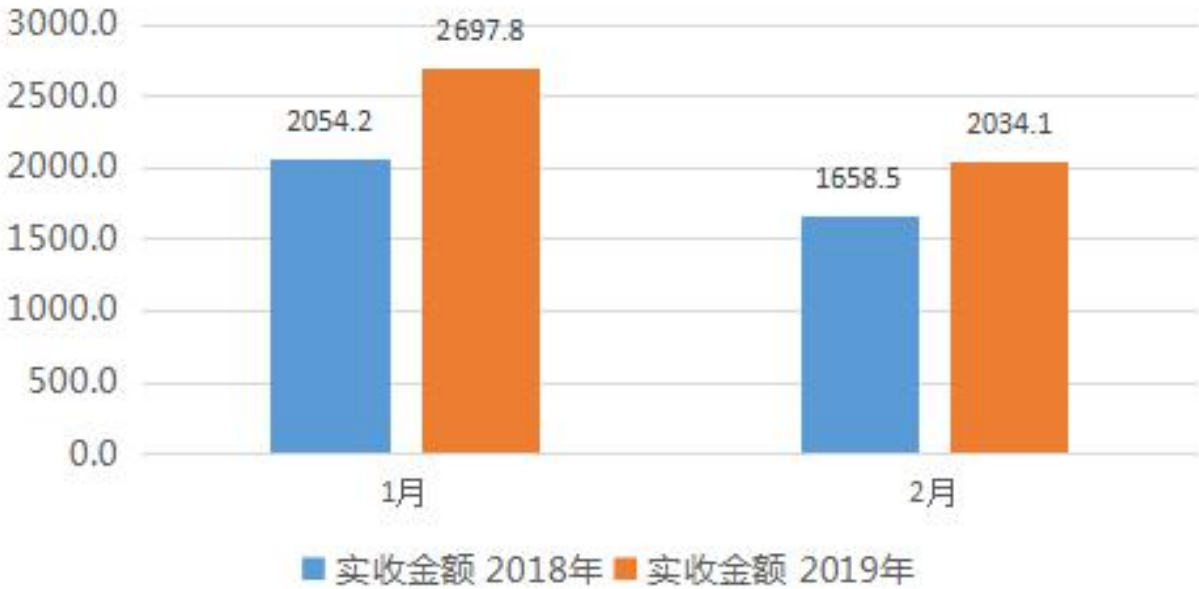
公司经营主体数据——**销售额**

单位：万元

2019年1-2月实收金额

	2018年	2019年	同比
1月	2054.2	2697.8	31.3%
2月	1658.5	2034.1	22.6%
合计	3712.8	4731.9	27.5%

2019年1-2月销售额同环比柱状图



分析：2月销售额为：2034.1万元，环比减少：663.7万元。2月公司所下达任务指标（按28天核算），完成率低于80%的门店有：6家(倒数前三：**交大三店**、**邛崃羊安店**、**龙泉店**)。同比负增长门店有：25家，东南片区、西北片区各有6家，其中负增长前三：**光华店**、**红星店**、**新乐中街店**。由于春节假期，环比数据参考性不强。



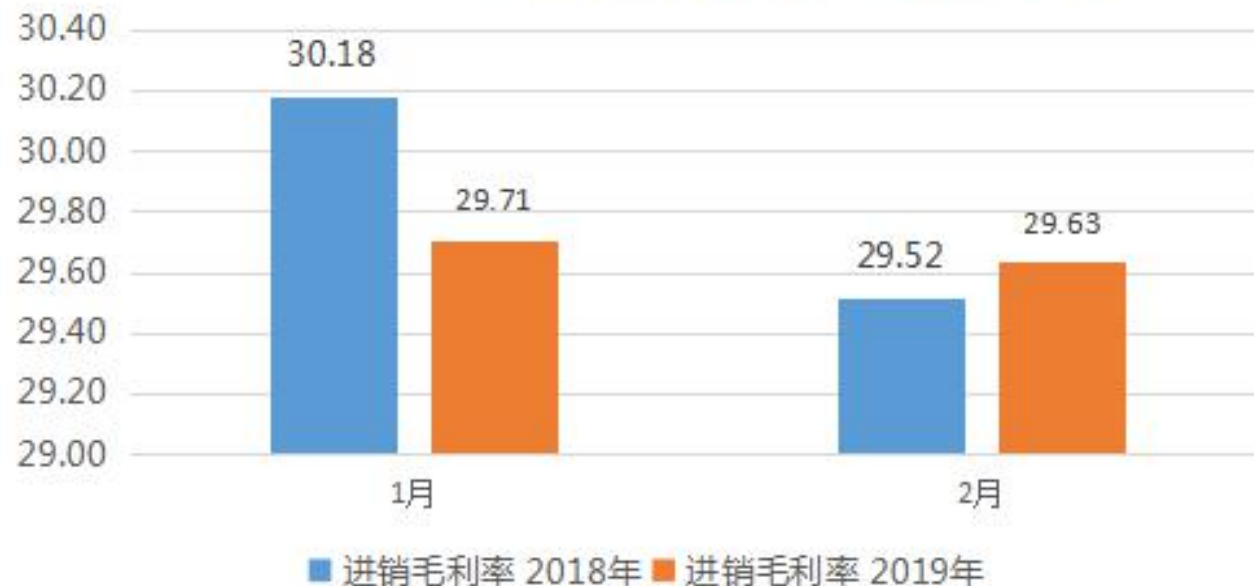
公司经营主体数据——毛利率

单位：%

2019年1-2月毛利率

	2018年	2019年	同比
1月	30.18	29.71	-0.47
2月	29.52	29.63	0.11
全年	29.85	29.67	-0.18

2019年1-2月公司毛利率同环比柱状图



分析：2月公司毛利率为：29.63%，同比略有增长，环比减少0.08%。全公司同比共有35家门店毛利率在下滑，环比48家门店在下滑，同环比均下滑门店21家，其中：一片：2家、二片：3家、东南：4家，城中：5家、西北：7家。其中下滑较大门店：崇州中心店、枣子巷店、翔凤店、合欢树店、新怡店。请各片长自行认领后，重点关注该指标。商品部分分析各大类毛利率情况及单品情况。



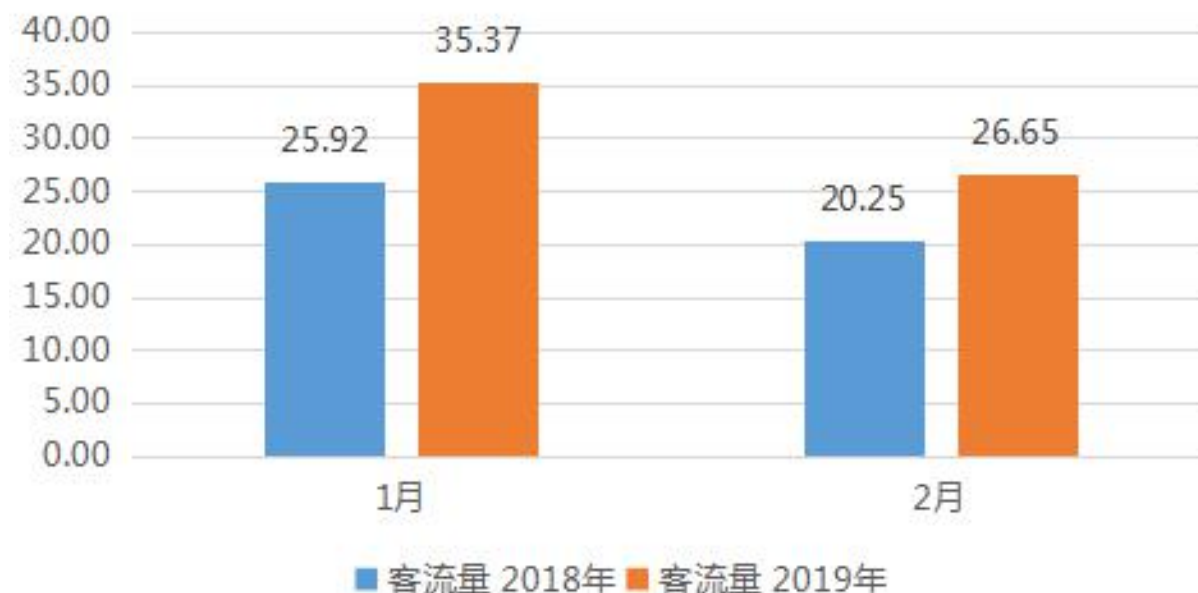
公司经营主体数据——客流量

单位：万人

2019年1-2月客流量

	2018年	2019年	同比
1月	25.92	35.37	26.7%
2月	20.25	26.65	24.0%
合计	46.17	62.02	25.6%

2019年1-2月客流量同环比柱状图



分析：2月客流量达到26.65万人，同比增长:6.4人，环比增长：-8.72万人（春节假期）。2月笔数考核任务，共有15家门店未完成任务。同比共有16家门店客流出现下滑。排名前5门店为：庆云南街店、光华店、都江堰景中店、新津邓双店、洪川小区店。请片长及营运部重点关注下滑问题，商品部重点关注下滑门店的超低特价数目。



会员经营主要数据

2019年2月公司会员经营数据表

会员指标	2018年2月	2019年2月	2019年1月	同比额	环比额	同比增长率
会员实收金额（万元）	1031.2	1426.8	1900.1	395.66	-473.29	38.37%
会员进销毛利（万元）	325.9	414.1	554.8	88.16	-140.77	27.05%
会员进销毛利率（%）	31.60	29.02	29.20	-2.58	-0.18	-8.18%
会员客流量（万人）	10.55	15.17	20.62	4.63	-5.44	43.87%
会员客单价（元）	97.8	94.0	92.2	-3.74	1.87	-3.82%
会员销售占比（%）	62.17	70.15	70.43	7.97	-0.29	12.82%
会员客流占比(%)	52.09	56.94	58.30	4.86	-1.35	9.33%

分析：2月由于春节假期，各项环比数据均呈下滑趋势，因此重点关注环比数据，会员客流占比为达到销售占比增长值的幅度。因为还需**加强会员微信圈的建立**。会员毛利率偏低，也需关注优质会员的培养。商品部也会重点考核超低特价影响毛利率的值。



会员经营主要数据——片区重点指标

2019年2月片区会员重点指标						
	销售占比			客流占比		
片区	2018	2019	同比	2018	2019	同比
城郊二片区	72.41	77.60	5.19	56.56	63.54	6.98
城郊一片区	73.49	78.12	4.63	58.62	64.13	5.51
城中片区	49.72	65.45	15.73	41.59	52.24	10.65
东南片区	68.30	73.09	4.79	56.27	59.68	3.40
旗舰片	49.88	55.20	5.33	47.73	45.29	-2.44
西北片区	61.64	68.96	7.32	51.58	53.64	2.05
公司均值		70.15			56.94	

分析：低于公司销售占比及客流占比的片区共有3个，分别为：旗舰片、城中片区、西北片区。其中旗舰店客流占比同比出现负增长，请店长重点关注会员圈的建立，尤其是通知店员怎样技巧性的宣传，让顾客主动原因添加。



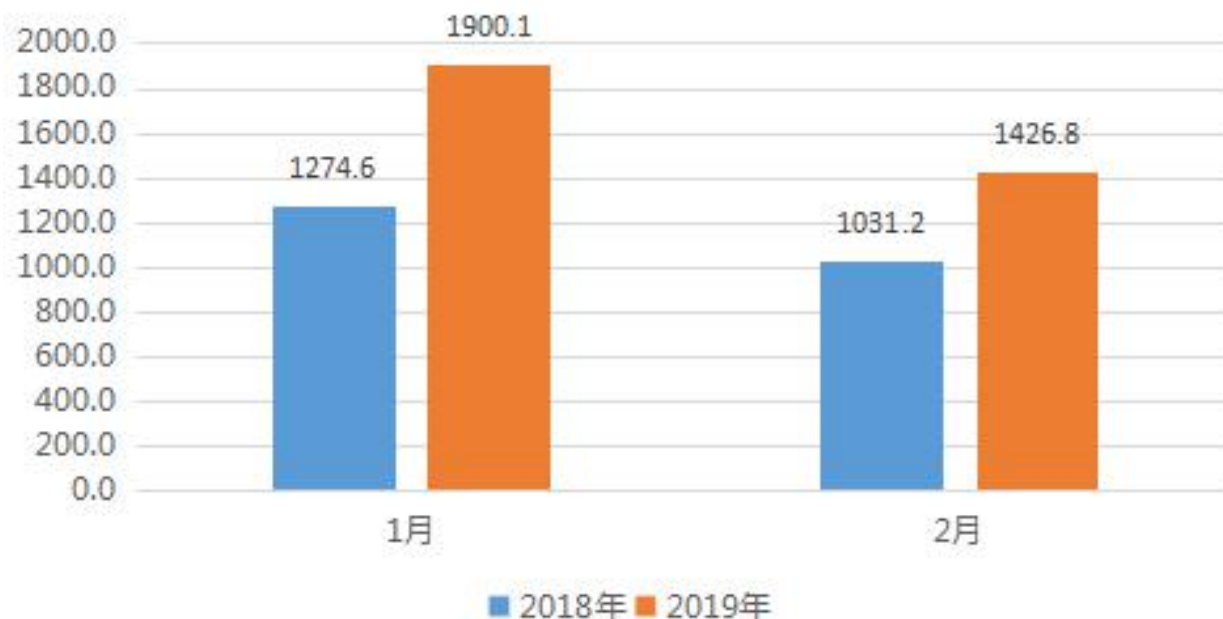
会员经营主要数据——会员销售

单位：万元

2019年1-2月会员实收金额

	2018年	2019年	同比
1月	1274.6	1900.1	49.1%
2月	1031.2	1426.8	38.4%
合计	2305.7	3327.0	44.3%

2019年1-2月会员销售同环比柱状图



分析：2月会员销售额达1426.8万元，同比增长：395.6万元，环比增长：-473.3万元（春节假期），同比有12家门店出现下滑，需请营运部及片长重点关注：**光华店（下滑最大）、双林店、清江东路店、崇州中心店、大源北街店、金沙店、沙河源店、三强西路店、三江店、新津兴义店、邛崃羊安店、龙泉驿生店。**



会员经营主要数据——会员毛利率

单位：%

2019年1-2月会员毛利率

	2018年	2019年	同比
1月	29.99	29.20	-0.79
2月	31.60	29.02	-2.58
均值	30.80	29.11	-1.69

2019年1-2月会员毛利率同环比柱状图



分析：2月会员毛利率持续下滑趋势，其中60家门店同比均出现毛利率下滑，下滑较大门店：**十二桥店、北东街店、庆云南街店、枣子巷店、清江东路2店、合欢树店**。十二桥会员毛利率已跌破到**15%**，请片长重点关注。



会员经营主要数据——会员销售占比

单位：%

2019年1-2月会员销售占比

	2018年	2019年	同比
1月	62.0	70.4	8.4
2月	62.2	70.1	8.0
总体	62.1	70.3	8.2

2019年1-2月会员销售占比同环比柱状图



分析：2月会员销售占比70.1%，同比增长：8%，环比减少：0.3%，同比下滑门店：13家，环比下滑门店：58家，同环比均下滑门店：11家，分别为：**马超东路店、双林店、崇州中心店、金沙店、大邑沙渠店、黄苑东街店、双流锦华店、沙河源店、聚翠店、邛崃羊安店、龙泉店。**请片长及营运部重点关注。



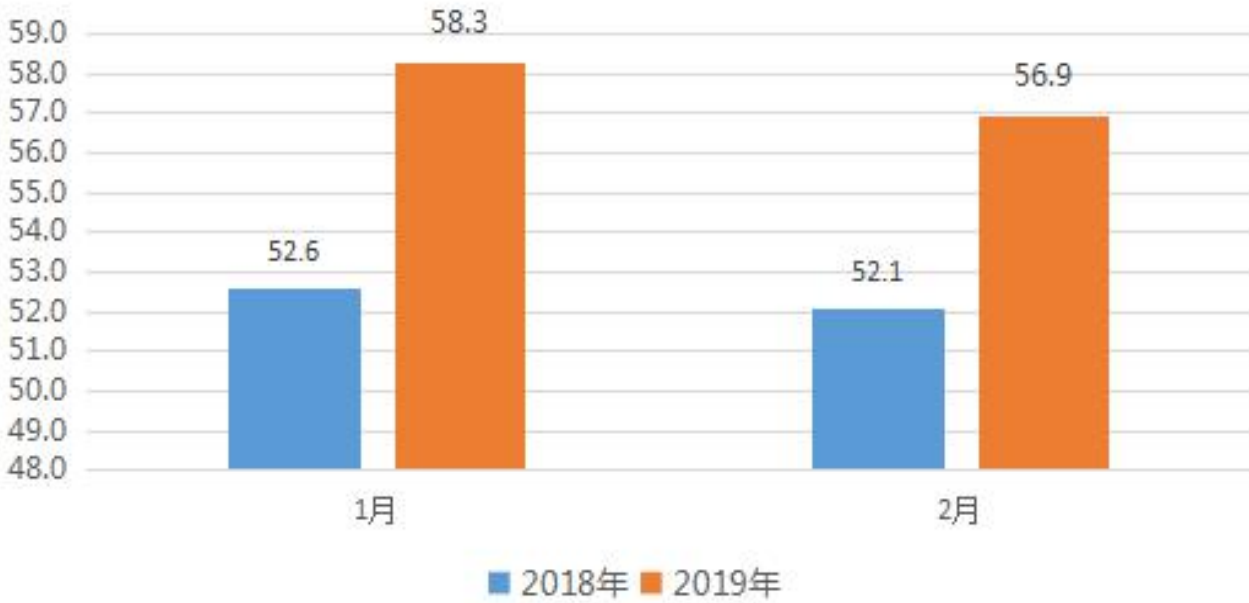
会员经营主要数据——会员客流占比

单位：%

2019年1-2月会员客流占比

	2018年	2019年	同比
1月	52.6	58.3	5.7
2月	52.1	56.9	4.9
总体	52.3	57.6	5.3

2019年1-2月会员客流占比同环比柱状图



分析：2月会员客流占比为：56.9%，同比提升4.9%，环比下滑：1.4%。同比有23家门店出现下滑，环比65家门店出现下滑，同环比均下滑门店：16家，分别为：邛崃中心店、**光华店、大邑内蒙古店、崔家店、崇州中心店、邛崃洪川小区店、金沙店、邛崃长安店、大邑子龙店、大邑新场店、大邑安仁店、沙河源店、双流三强店、新津兴义店、邛崃羊安店、聚源店**。请片长及营运部重点关注。



商品经营主要数据

2019年2月商品经营主要数据

指标	2018年	2019年	2019年1月	同比额	环比额
库存金额（万元）	3792.3	4168.5	4441.1	376.2	-272.7
销售成本（万元）	1009.9	1250.3	1655.2	240.4	-404.9
库存品规（个）	7351	7776	7714	425	62
销售品规（个）	5830	5992	6100	162	-108
动销率（%）	79.31	77.06	79.08	-2.25	-2.02
周转率（%）	26.63	30.00	37.27	3.36	-7.27
存销比	3.75	3.33	2.68	-0.42	0.65
周转天数	113	100	81	-13	19

分析：2月库存金额环比下滑272.7万元，仍然突破4000万元大关。降库工作严峻。新品的动销需持续跟进，动销率略有下滑，存销比所对应的周转天数为：**100天（较上月增加20天）**。



大类销售概况（2月）

大类	销售占比（%）			客流占比（%）			毛利率（%）			库存商品数			销售商品数		
	2017年	2018年	同比	2017年	2018年	同比	2017年	2018年	同比	2017年	2018年	同比	2017年	2018年	同比
中西成药	70.4	73.2	2.8	67.5	70.5	3.0	24.9	26.1	1.2	3252	3363	111	2932	2975	43
中药	7.2	5.4	-1.8	4.3	3.3	-1.0	40.5	41.7	1.2	2199	2184	-15	1497	1424	-73
保健食品	11.2	10.0	-1.2	4.4	3.5	-1.0	47.8	42.9	-4.8	339	295	-44	266	213	-53
医疗器械	4.3	4.8	0.5	9.6	10.2	0.7	39.8	37.5	-2.3	642	769	127	459	548	89
化妆品	2.8	3.1	0.2	2.8	2.1	-0.7	27.6	28.0	0.3	307	433	126	276	378	102
普通食品	2.7	2.0	-0.7	3.6	3.1	-0.4	26.2	33.0	6.8	241	250	9	177	189	12
日用品	0.8	0.8	0.0	1.6	1.4	-0.2	32.1	36.3	4.2	91	119	28	78	87	9
消毒产品	0.5	0.6	0.1	2.2	2.3	0.1	41.3	36.8	-4.5	102	112	10	86	101	15

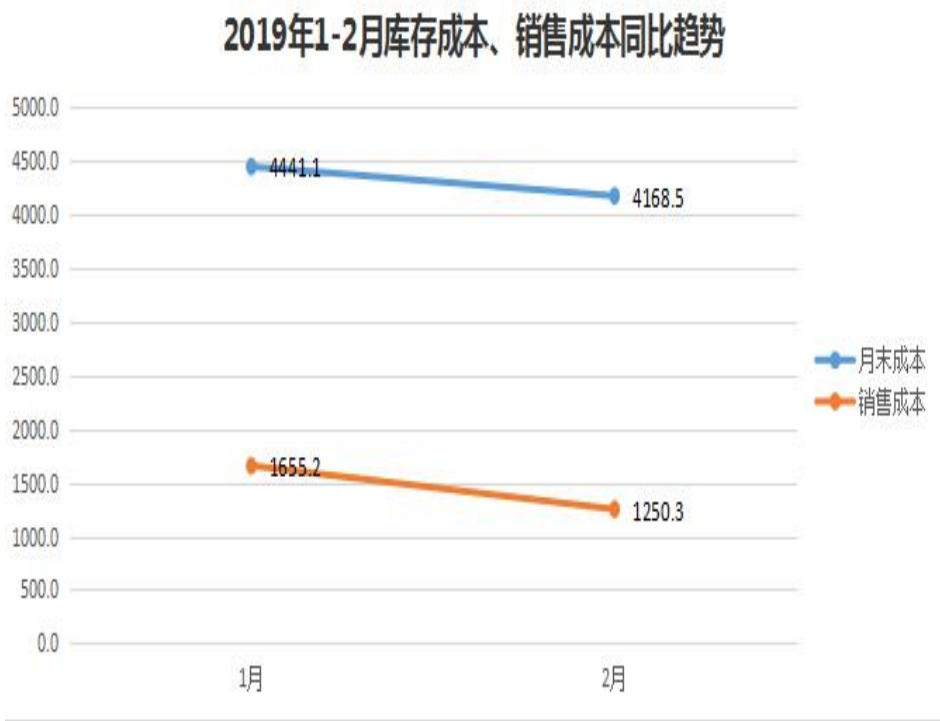
分析：2月各大类指标数据如上图，其中**中药、保健品**销售及客流占比持续下滑，毛利率下滑较大品种为**保健食品（↓4.8%）**，**器械（↓2.4%）**，**保健品普打价格战影响毛利**，急需补充一款高毛品牌保健品。目前，中西成药的周转天数为：87天（较上月提升12天）。保健食品周转天数：104天。毛利率综合下滑前50位品种名单见附表。



库存金额、销售金额同比趋势

单位：万元（不含税）

	月末成本金额				销售成本			
	2018年	2019年	同比	增幅	2018年	2019年	同比	增幅
1月	3980.8	4441.1	460.33	11.6%	1240.5	1655.2	414.67	33.4%
2月	3792.3	4168.5	376.20	9.9%	1009.9	1250.3	240.40	23.8%
均值	3886.5	4304.8	418.26	10.8%	1125.2	1452.8	327.53	29.1%



分析：2月库存金额为：4168.5万元，较同期增长：376.2万元，较上月下降：272.6万元。截止2月28日，公司库存成本金额为：1358.2万元（不含税金额），较上月减少：163.85万元,周转天数：33天，门店库存金额：2810.24万元（不含税），较上月减少：108.86万元，周转天数：67天。（新开门店库存金额为：408.08万元），周转天数：117天。其中库存增加前三门店为:浆洗街店、十二桥店、尚贤坊店。周转天数前5名（除新店）：龙泉店、新怡店、奎光店、问道西路店、景中店。请片长、营运部、采购部重点关注。

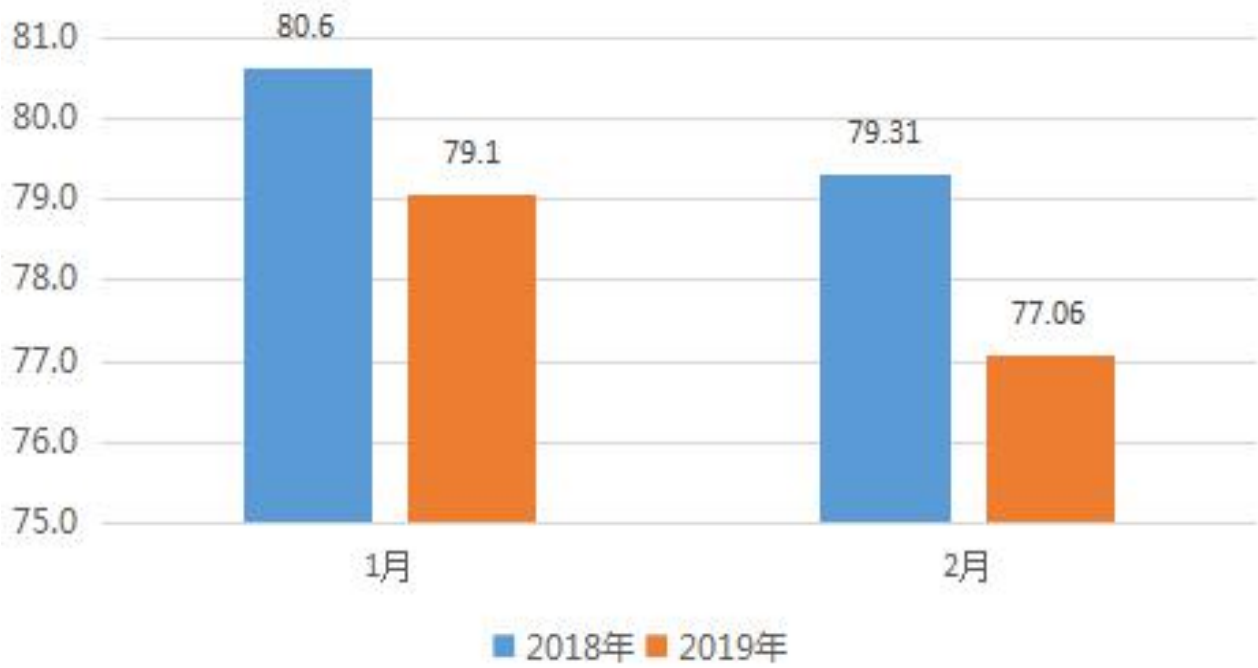


动销率

单位：%

年/月	公司动销率			店均动销率		
	2018年	2019年	同比	2017年	2018年	同比
1月	80.6	79.1	-1.5	49.2	52.1	2.9
2月	79.31	77.06	-2.3	46.2	46.5	0.3
均值	80.0	78.1	-1.9	47.7	49.3	1.6

2019年1-2月公司动销率同环比柱状图



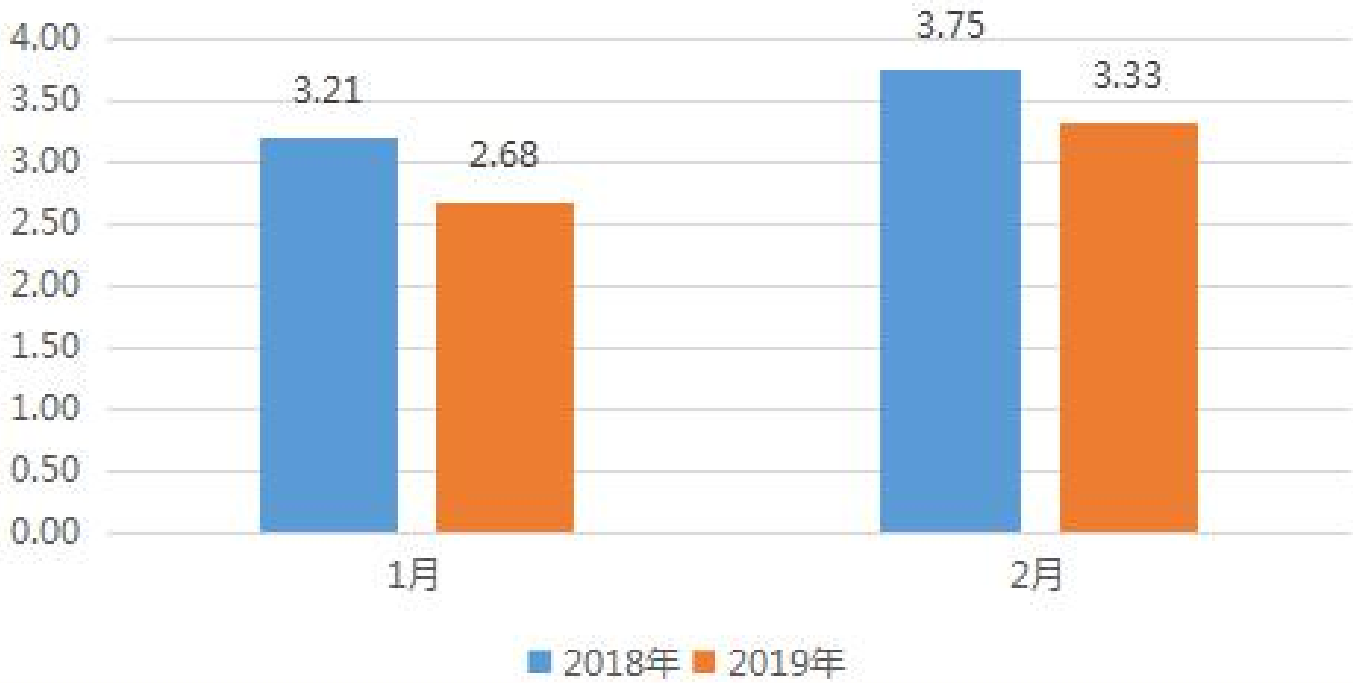
分析：2月公司动销率为：77.06%，店均动销率：46.5%，除开新店，动销率为：48.6%，低于公司48.6%的门店有：59家门店，动销率倒数前5名为（除新店）：新怡店、龙泉店、龙潭西路店、合欢树店、西部店。**库存品种数同比减少前5名：西部店、马超东路店、光华村店、沙河源店、大邑桃源店。销售品种数同比减少前5名：新津邓双店、邛崃长安店、庆云南街店、枣子巷店、洪川小区店。请片长及营运部关注。**



存销比

	存销比		
月份	2018年	2019年	同比
1月	3.21	2.68	-0.53
2月	3.75	3.33	-0.42
均值	3.5	3.0	-0.47

2019年1-2月公司存销比同环比柱状图



分析：2月公司存销比为：3.33，除新店外门店存销比为：2.3，高于此值门店有：41家，存销比最大排名前三名为：新怡店、龙泉店、奎光店。请营运部及片长重点关注。存销比最小前三名：北东街、十二桥、新繁店。参考日断货率，可适当加大库存量。



人员技能评价数据

2019年2月员工技能评价数据

技能指标	2018年	2019年	2019年1月	同比额	环比额
人均销售额	4.9	5.2	6.6	0.3	-1.4
人均客流量	609	693	892	84	-199
人均销售品规	653	680	797	27	-117
中西成药客品数	2.31	2.12	2.16	-0.19	-0.04
中西成药关联用药	1.78	1.68	1.69	-0.09	-0.01
中西成药疗程用药	1.30	1.26	1.27	-0.04	-0.02
裸卖率（一单一品率）	44.41	49.74	48.80	5.33	0.94

分析：员工各项数据指标不理想，应重点关注老员工，裸卖率2月同环比均还在提高！以上数据请人事部、营运部重点关注。（备注：核算员工不含医生、月动动销天低于10天人员，月接待客流低于20位且销售额低于1000元的人员；除开外销及内购下账，2月参与统计员工387人）

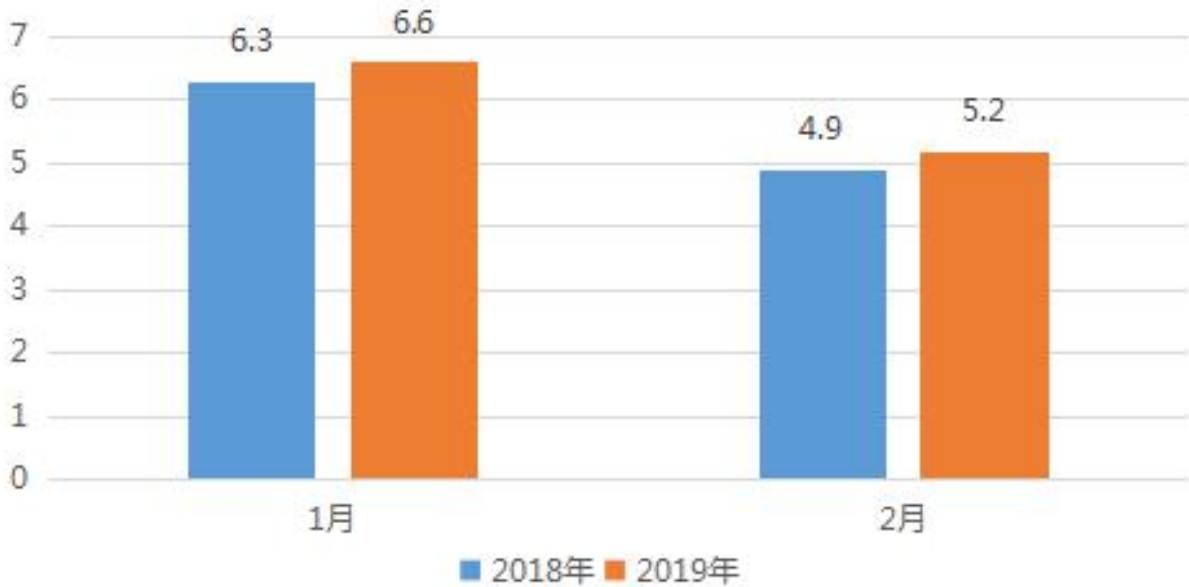


人员技能评价数据——人均销售额

单位：万元

月份	2018年	2019年	增减额	增幅
1月	6.3	6.6	0.3	4.8%
2月	4.9	5.2	0.3	6.1%
均值	5.6	5.9	0.3	5.4%

2019年1-2月公司人均销售额同环比柱状图



分析：2019年2月人效：5.2万元，同比提升0.3万元，环比下滑：1.4万元。各等级门店人效如下：T类：13.18万元，A1类：8.8万元，A2类：7.1万元，A3类：5.3万元，B1类：4.4万元，B2类：4万元，C1类：3.6万元，C2类：2.5万元。

请人事部及片长重点关注低于同等级门店的人效的员工销售情况。（185人低于同等级门店员工均值，1年以上员工73人）

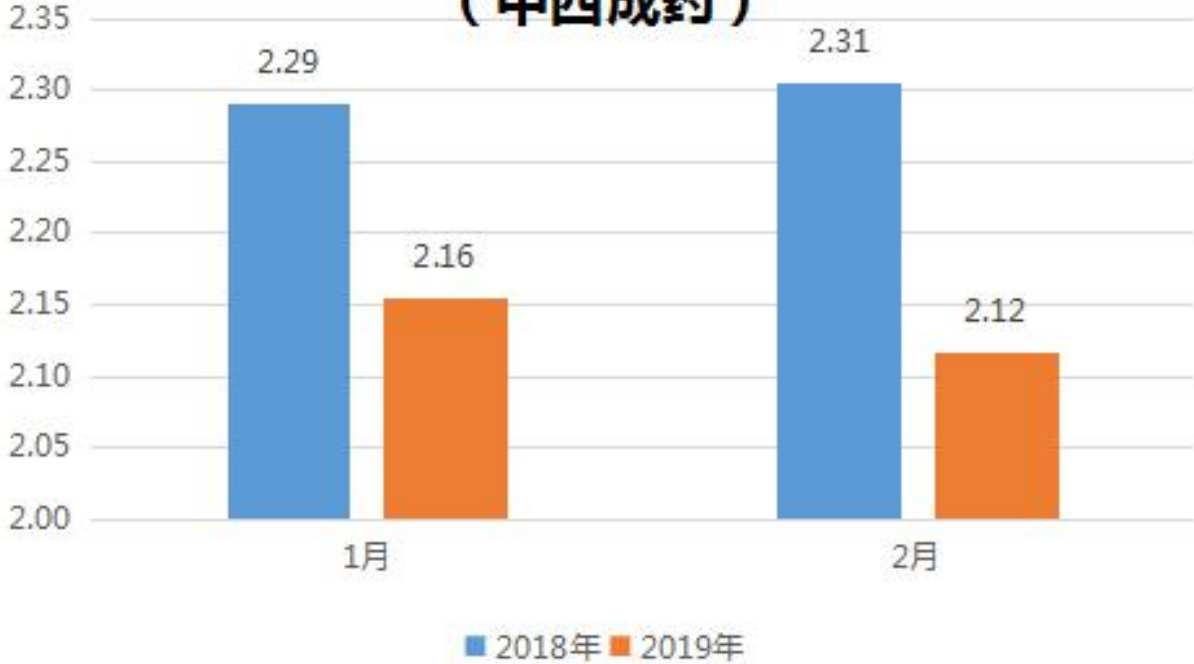


公司经营主体数据——客品数（中西成药）

2019年1-2月公司客品数

	2018年	2019年	同比
1月	2.29	2.16	-0.14
2月	2.31	2.12	-0.19
均值	2.30	2.14	-0.16

2018年1-2月公司客品数同环比柱状图
(中西成药)



分析：2019年2月公司客品数为：2.12,（行业水平：3.2，目前可能会更高）。持续降低。低于公司平均值员工：248人（1年以上：113人），同环比均下滑员工：97人，请人事部及营运部重点关注这部分员工的技能水平。通过疗程或关联提升客品数。



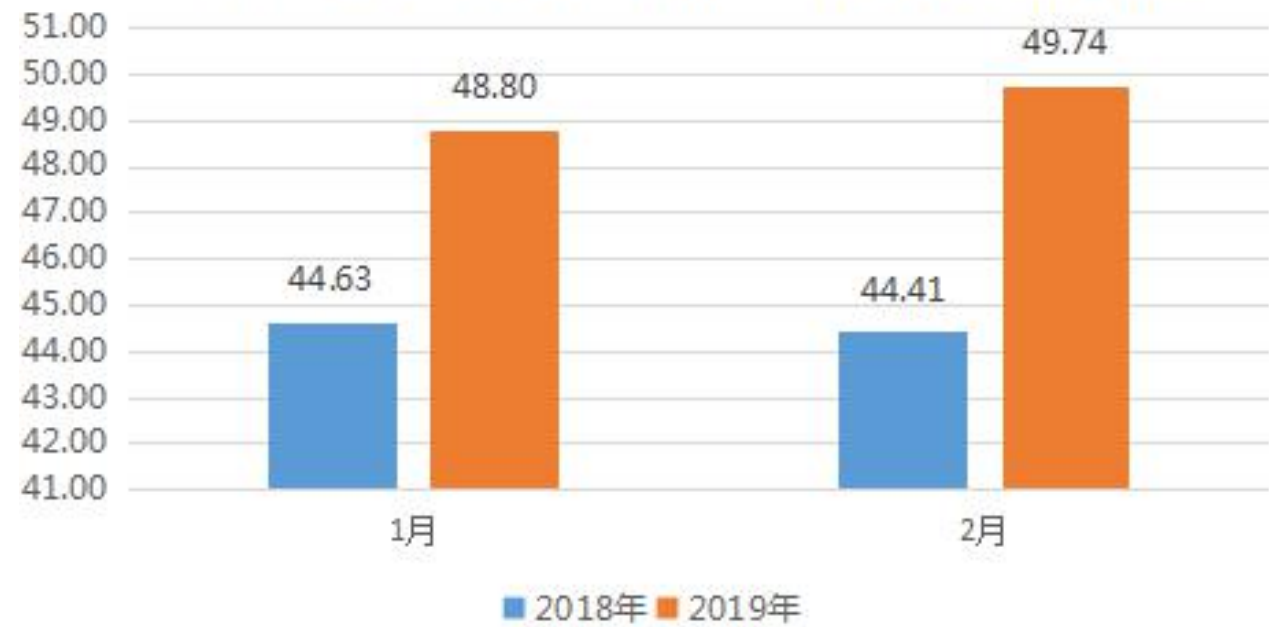
公司经营主体数据——裸卖率（中西成药）

单位：%

2019年1-2月公司裸卖率

	2018年	2019年	同比
1月	44.63	48.80	4.17
2月	44.41	49.74	5.33
均值	44.52	49.27	4.75

2019年1-2月公司裸卖率同环比柱状图



分析：2019年2月中西成药裸卖率持续走高（几乎快接近50%），公司总裸卖率：52.69%，高于49.74的员工有：215人，其中1年以上老员工：99人，2年以上老员工:66人。同环比均在上升的员工有：189人，请人事部及营运部重点关注是员工关联销售能力不强还是人手不够，导致裸卖率增加。高于49.74的门店有：62家（包含新店），裸卖率最高的门店：新津兴义店、汇融名城店、新园大道店。请关注裸卖率高门店，是否有接待不赢的现象。



百万级客户任务通报

通报：57家百万级客户（含6家千万级客户），2月完成销售额:1098.31万元，毛利额：322.5万元，毛利率：30.5%，销售占比为:53.99%。同比增长：19.63%。
未达到2月公司销售增长率（22.6%）。

（负增长客户销售情况如下：）

										百万					
序号	客户分级	销售额（单位：万）	厂家数里（18年）	厂家数里（19年）	厂家名称	实际品规个数	2018年销售	负责人	2月						
									销售	毛利	毛利率	完成率	同期	同比	
1	千万级客户	1000-1500	2	6	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	24	633.11	冯梅	35.32	10.29	29.67%	42.38%	36.44	-3.08%	
		500-1000	4	8	太极集团甘肃天水羲皇阿胶有限公司	2	587.32	冯梅	29.07	9.31	32.68%	69.77%	42.84	-32.14%	
					中山市中智中药饮片有限公司	29	300.22	王晓燕	22.76	10.63	47.58%	54.63%	22.96	-0.86%	
		300-500	8	11	太极集团重庆中药二厂	51	255.6	冯梅	22.27	11.57	52.86%	89.06%	23.63	-5.77%	
					西藏藏医学院藏药有限公司	20	211.79	冯梅	16.70	10.99	66.96%	66.78%	17.61	-5.19%	
					西南药业股份有限公司	49	153.27	何玉英	11.56	5.36	48.08%	69.38%	12.49	-7.42%	
					济川药业集团有限公司	2	142.43	冯梅	6.96	0.56	10.92%	41.77%	9.11	-23.57%	
					东阿阿胶股份有限公司	2	114.9	冯梅	10.74	2.16	21.98%	64.42%	11.15	-3.71%	
2	百万级客户				四川省天辰医药有限责任公司	1	92.57	冯梅	4.91	0.47	9.57%	58.91%	6.7	-26.73%	
					西安杨建药业有限公司	3	71.39	冯梅	3.26	0.39	17.79%	39.12%	8.18	-60.15%	
		100-300	19	32	深圳市康哲药业有限公司	8	65.43	何玉英	7.66	0.10	3.79%	91.94%	7.7	-0.50%	
					四川橡果贸易有限公司	62	63.62	何玉英	4.89	2.57	56.50%	58.62%	5.61	-12.92%	
					雅培贸易（上海）有限公司	3	63.85	何玉英	3.95	1.04	31.41%	47.37%	4.93	-19.93%	
					山东步长制药股份有限公司	20	91.68	冯梅	5.77	1.36	27.03%	69.26%	5.84	-1.17%	
					成都嘉诚医药有限责任公司	17	51.46	冯梅	4.12	1.54	42.21%	49.46%	4.18	-1.39%	
					江西同路医药有限公司	1	72.66	冯梅	3.88	0.42	10.84%	46.51%	5.3	-26.87%	



百万级客户任务通报

2月任务进度汇报

序号	客户分级	销售额（单位：万）	厂家数里（18年）	厂家数里（19年）	厂家名称	实际品规个数	2018年销售	负责人	平均月任务	完成率		
									任务	1月	2月	1-2月累计
1	千万级客户	1000-1500	2	6	太极集团重庆涪陵制药厂有限公司	24	633.11	冯梅	83.33333333	56.72%	42.38%	49.55%
					太极集团重庆桐君阁药厂有限公司	103	659.59	冯梅	83.33333333	71.24%	56.45%	63.85%
2	百万级客户	500-1000	4	8	四川省杏杰医药有限公司	11	360.3	冯梅	41.66666667	54.31%	58.81%	56.56%
					拜耳医药保健有限公司	18	404.75	何玉英	41.66666667	65.50%	63.40%	64.45%
					江苏正大天晴	27	331.24	何玉英	41.66666667	76.10%	65.13%	70.62%
					鲁南新时代医药有限公司	28	19.3	何玉英	41.66666667	59.54%	39.99%	49.77%
					中山市中智中药饮片有限公司	29	300.22	王晓燕	41.66666667	96.36%	54.63%	75.49%
					阿斯利康	23	246.57	何玉英	41.66666667	67.92%	52.59%	60.26%
		300-500	8	11	西藏藏医学院藏药有限公司	20	211.79	冯梅	25	68.08%	66.78%	67.43%
					云南白药集团股份有限公司	23	170.29	冯梅	25	57.80%	47.95%	52.87%
					山东达因海洋生物制	6	161.76	何玉英	25	2.24%	59.55%	30.89%
					香港澳美制药厂	16	204.97	何玉英	25	28.00%	20.49%	24.25%
		100-300	19	32	济川药业集团有限公司	2	142.43	冯梅	16.66666667	78.78%	41.77%	60.28%
					国药控股成都医药有限公司-养生堂	3	119.3	何玉英	16.66666667	67.44%	52.93%	60.19%
					东阿阿胶股份有限公司	2	114.9	冯梅	16.66666667	83.40%	64.42%	73.91%
					江西江中医药贸易有限责任公司	15	106.23	何玉英	16.66666667	72.00%	63.96%	67.98%
					江苏恒瑞医药股份有限公司	11	108	何玉英	16.66666667	63.18%	49.98%	56.58%
					西安杨建药业有限公司	3	71.39	冯梅	8.333333333	38.64%	39.12%	38.88%
					浙江英诺法医药有限公司	3	88.23	冯梅	8.333333333	65.40%	45.81%	55.61%
					山东博士伦福瑞达制药有限公司	10	74.53	何玉英	8.333333333	63.48%	58.22%	60.85%
					四川橡果贸易有限公司	62	63.62	何玉英	8.333333333	86.76%	58.62%	72.69%
					雅培贸易（上海）有限公司	3	63.85	何玉英	8.333333333	75.60%	47.37%	61.49%



其他问题——按销售排名及毛利率下滑前50位品种分析

2月前50位品种中：同比销售增加：51.7万元，毛利额却减少：16.25万元，其中蛋白粉毛利额销售额继续双下滑，养生堂天然维生素E由于做活动，导致毛利为负，需调整活动策略。锌钙特毛利额同比减少：2.64万元。

具体代表性品种见附表。请营采商三部门，重点分析以上品种。

货品ID	名称	规格	产地	单位	本期销售数量	本期销售金额	本期销售毛利	去年同期销售数量	去年同期销售金额	去年同期销售毛利	去年同期毛利率	本期销售毛利率	同比毛利率	同比毛利额
140507	蛋白粉(汤臣倍健)	450g	汤臣倍健	罐	775	15.77	5.52	593	19.89	12.66	0.64	0.35	-0.29	-7.14
138325	天然维生素E软胶囊(养生堂)	50g(250mgx	养生堂药业(海	瓶	560	3.32	-0.91	354	4.64	1.97	0.42	-0.27	-0.69	-2.88
39103	葡萄糖酸钙锌口服溶液	10mlx24支	澳诺(中国)制药	盒	3748	21.20	5.60	3589	20.74	8.25	0.4	0.26	-0.14	-2.65
115733	阿胶(太极天胶)	250g	太极天水羲皇	盒	433.1	28.79	9.29	543.32	41.64	10.89	0.26	0.32	0.06	-1.60
21580	补肾益寿胶囊	0.3gx60粒	太极涪陵药厂	盒	1950	13.79	2.94	2122	16.14	4.34	0.27	0.21	-0.06	-1.39
74899	复方阿胶浆	20mlx48支(天	东阿阿胶股份	盒	99	3.45	0.86	128	5.14	1.92	0.37	0.25	-0.12	-1.05
49939	强力天麻杜仲丸	36丸x6板	桐君阁药厂	盒	637	2.53	0.68	902	3.58	1.47	0.41	0.27	-0.14	-0.79
23895	枸橼酸西地那非片(万艾可)	100mgx1片	辉瑞制药	盒	472	5.37	1.13	467	4.88	1.90	0.39	0.21	-0.18	-0.77
128889	倍爱牌硫酸软骨素钙胶囊	500mgx60粒	纽斯康生物	瓶	114	1.61	0.36	170	2.78	0.92	0.33	0.23	-0.1	-0.55
131811	罗汉果破壁饮片	2gx20袋	广西	罐	132.9	1.21	0.57	200.55	2.03	1.07	0.53	0.47	-0.06	-0.49
31356	苯磺酸左旋氨氯地平片(施慧达)	2.5mgx7片x2	施慧达(原吉林	盒	3344	8.34	-0.52	2522	6.77	-0.04	-0.01	-0.06	-0.05	-0.48
120359	肾宝片	0.7gx9片x14	江西汇仁药业	盒	92	2.71	0.49	105	2.99	0.95	0.32	0.18	-0.14	-0.46
58522	沉香化气片	0.5gx12片x2	桐君阁药厂	盒	1743	4.57	1.99	1800	4.72	2.38	0.5	0.44	-0.06	-0.39
130589	舒筋健腰丸	45gx10瓶	广州白云山陈李	盒	45.4	3.88	0.42	62	5.40	0.73	0.14	0.11	-0.03	-0.31
36348	复方丹参片	200片(薄膜衣	白云山和记黄埔	瓶	422	1.31	0.12	456	1.38	0.42	0.31	0.1	-0.21	-0.30
1637	感冒灵颗粒	10gx9袋	华润三九医药	盒	6879	7.69	0.30	3519	4.03	0.54	0.13	0.04	-0.09	-0.24
2025	非洛地平缓释片(波依定)	5mgx10片	阿斯利康	盒	742	2.01	-0.37	658	1.91	-0.20	-0.1	-0.18	-0.08	-0.17
134594	人血白蛋白	20%(50ml:1	成都蓉生	瓶	1568	65.81	7.11	848	39.37	7.28	0.18	0.11	-0.07	-0.17



其他问题——2月公司成本分析

- 1、2019年2月与2018年月均对比够进相同品种数共计：1891个。购进价上涨品种共计：1121个品种,采购成本共计458.7W；**采购成本增加：19.66W；**购进价下降品种共计770个品种，采购成本共计：318.73W。采购成本降低：18.1W。（其中人血白蛋白成本上涨：1.52万元;连花清瘟胶囊成本上涨：1.33万元；感冒清热颗粒节约成本：1.84万元，盐酸安罗替尼胶囊节约成本：2.6万元）
- 2、2019年2月销售数量统计购进成本共计：777.47万；环比2018年采购成本总额上涨1.6万；其中共调价51个品种， 供货价上涨，毛利不足、厂家维价：15个；市场反馈调价：3个。这部分调价品种成本变动总额上涨：1.21万元。
- 3、**其中感冒清热颗粒节约成本：1.84万元，盐酸安罗替尼胶囊节约成本：2.6万元，**除开这部分较大金额品种：**成本上涨：6.04万元。**
- 4、**采购额=2月采购单价均价X2月销售数量，**公司价格成本分析仅仅作为公司前台账面的分析，未包含后台返利等特殊因素，针对变动成本增加前20位品种，采购可以参考分析。。

序号	货品id	货品名	规格	单位	次购进供应	经营属性	最高零售价	19.2月销量	19.2月平均购进价	19.2月采购成本总额	18年购进平均价	采购成本变动	19.2月采购成本变动总额	调价原因
1	134594	人血白蛋白	20%(50ml)	瓶	成都中欣药	在营	430	1568	370	580160	360.3	9.7	15209.6	
2	118954	连花清瘟胶囊	0.35gx36粒	盒	四川粤通医	在营	26.8	4191	13.4	56159.4	10.23	3.17	13285.47	供货价上
3	140507	蛋白粉(汤臣倍健)	450g	罐	重庆市康微	在营	398	775	132.34	102564	125.1	7.24	5611	
4	23896	枸橼酸西地那非片(万艾可)	0.1gx5片	盒	国药集团药	在营	495	208	394.1	81972.8	367.83	26.27	5464.16	
5	66292	川贝清肺糖浆	180ml	瓶	成都西部医	在营	33	2545	18	45810	15.9	2.1	5344.5	供货价上
6	39103	葡萄糖酸钙锌口服溶液	10mlx24支	盒	四川省杏杰	在营	69	3748	42	157416	40.72	1.28	4797.44	
7	1637	感冒灵颗粒	10gx9袋	盒	成都西部医	在营	13.5	6879	10.75	73949.3	10.31	0.44	3026.76	
8	98603	苯磺酸氨氯地平片	5mgx20片	盒	成都永创民	在营	49	283	44	12452	35	9	2547	供货价上
9	66290	川贝止咳露(川贝枇杷露)	180ml	瓶	成都西部医	在营	29	432	15.2	6566.4	9.51	5.69	2458.08	供货价上
10	124619	三七破壁饮片	1g*20袋	盒	中山市中智	在营	240	127	96	12192	78.76	17.24	2189.48	
1882	164949	还少丹	9gx20袋	盒	太极集团重	在营	180	217	84	18228	97.06	-13.06	-2834.02	
1883	159520	百合康牌维生素C含片	1.2gx60片	盒	成都康运来	在营	118	631	29.5	18614.5	36.78	-7.28	-4593.68	
1884	40989	阿托伐他汀钙片	20mgx7片	盒	国药集团药	在营	70	883	52.85	46666.6	58.24	-5.39	-4759.37	
1885	84174	六味地黄丸	126丸/瓶	盒	太极集团重	在营	35	1862	12.25	22809.5	15.13	-2.88	-5362.56	
1886	3662	苯磺酸氨氯地平片(络活喜)	5mgx7片	盒	国药集团药	在营	34.9	2412	28.45	68621.4	30.8	-2.35	-5668.2	
1887	134798	康夏新液	50mlx2瓶	盒	成都德仁堂	在营	39.8	519	19	9861	30.69	-11.69	-6067.11	
1888	165176	奥利司他胶囊	60mgx24粒	盒	四川九州通	在营	288	117	70.51	8249.67	139.52	-69.01	-8074.17	
1889	128318	甲磺酸伊马替尼胶囊	100mgx12	盒	国药控股成	在营	124.5	131	125.14	16393.3	227.93	-102.79	-13465.5	市场反馈
1890	139379	感冒清热颗粒	12g*12袋	盒	太极集团重	在营	24	4788	8.4	40219.2	12.24	-3.84	-18385.9	
1891	176336	盐酸安罗替尼胶囊	12mgx7粒	盒	国药控股成	在营	3409	12	3246.6	38959.2	5416.53	-2169.93	-26039.2	



其他问题——2月门店综合排名

综合排名	id	门店名称	等级	片区	销售任务完成率%	笔数完成率%	毛利额完成率%	毛利率	动销率	存销比	裸卖率	综合排名
1	585	四川太极成华区羊子山西路药店（兴元华盛）	A2	西北片区	1.18	1.18	1.18	30.2	62.16	1.34	42.54	18.6
2	720	四川太极大邑县新场镇文昌街药店	C1	城郊一片区	1.30	1.46	1.44	29.3	49.37	1.84	46.27	20.8
3	730	四川太极新都区新繁镇繁江北路药店	A2	西北片区	1.26	1.10	1.30	30.3	59.48	1.29	49.97	22.4
4	716	四川太极大邑县沙渠镇方圆路药店	B2	城郊一片区	1.35	1.27	1.41	31.4	48.05	1.87	51.64	22.6
5	721	四川太极邛崃市临邛镇洪川小区药店	B1	城郊一片区	1.13	1.26	1.11	33.8	50.02	1.78	32.71	23.2
95	545	四川太极龙潭西路店	C1	东南片区	0.93	1.07	0.89	31.4	34.33	3.39	52.40	79
96	311	四川太极西部店	B1	西北片区	0.91	0.96	0.74	29.9	37.24	3.30	29.64	80.7
98	726	四川太极金牛区交大路第三药店	A3	西北片区	0.72	0.90	0.66	30.7	42.94	3.10	49.97	82.7
100	741	四川太极成华区新怡路店	C2	西北片区	0.75	1.03	0.62	28.5	30.36	3.83	49.88	89.2
102	718	四川太极龙泉驿区龙泉街道驿生路药店	C2	城中片区	0.74	0.91	0.76	27.8	32.61	4.74	46.06	90.8

备注：按照门店基础任务完成率排名*0.2+笔数完成率排名*0.15+毛利额完成率排名*0.15+毛利率排名*0.1+动销率排名*0.15+存销比排名*0.15+裸卖率排名*0.1所得综合排名（新开门店除外）

2019
拥抱改变
做幸福人 建幸福圈

