# ■ 嘉亿医药2025年H1客户与商品价值四象限分析报告(完整增强版)

分析周期: 2025年1月 - 2025年6月

数据来源: 嘉亿销售流向+进销存系统

核心方法: 四象限模型 + ABC分类 + 三端交叉分析

**▶ 明细数据**: ABC定级明细表 (Excel)

# 一、方法论说明: 四象限 + ABC 分类在医药销售中的应用

## ○ 分类逻辑

• 四象限模型:基于销售额(规模)与毛利率(质量)的二维划分;

• ABC 分类:按 累计销售额占比 划分 A (0-80%)、B (80-95%)、C (95-100%)。

# ☑ 价值

- 聚焦 **高贡献实体(A类 + 明星/潜力)**,优化人效与库存;
- 快速识别 低效实体 (C类 + 淘汰), 控制资源浪费;
- 特别适用于医药行业: 毛利率波动大、客户集中度高。

# 二、核心洞察

#### 1. 下游客户价值分析

下游客户四象限 下游客户ABC

## Q A类 vs C类客户对比

指标	A类客户	C类客户	差距倍数
客户数量	404	1,687	_
平均销售额	¥228,450	¥3,421	67×
平均毛利率	25.1%	-56.8%	+81.9%

# 2. 商品价值分析

商品四象限 商品ABC

#### 🔍 A类 vs C类商品对比

指标	A类商品	C类商品	差距倍数
商品数量	723	4,421	_
平均销售额	¥127,662	¥1,306	98×
平均毛利率	33.4%	-26555078120.7%	+26555078154.1%

# 3. 上游厂家价值分析

上游厂家四象限 上游厂家ABC

## Q A类 vs C类厂家对比

指标	A类厂家	C类厂家	差距倍数
厂家数量	182	1,057	_
平均销售额	¥507,249	¥5,471	93×
平均毛利率	34.9%	-59035004893.7%	+59035004928.6%

# 三、三端联动分析: 黄金组合识别

## ★ 上游×商品×下游交叉分析

• 黄金组合数量: 15 条

• 覆盖销售额: ¥7,729,114

• 平均毛利率: 57.6%

#### № 业务解读:

"黄金组合"指同时满足 **A类上游厂家 × A类商品 × A类客户** 的高价值三元组,代表公司最优质、最稳定的业务闭环。

- **组合数量**: 当前识别出 15 条黄金组合,占A类实体交叉空间的 1.5%(基于Top10 A类实体交叉计算),说明高价值资源尚未完全打通,存在协同提升空间。
- 销售贡献: 黄金组合贡献销售额 ¥7,729,114,占整体销售额的 6.7%,凸显其"以少胜多"的杠杆效应。
- **盈利质量**: 平均毛利率达 57.6%,显著高于全商品平均毛利率(-18022720342.6%),验证"优质资源聚合 = 高质量增长"逻辑。

#### 🔍 行动提示:

- 对未形成黄金组合的A类客户/商品/厂家,应主动撮合(如:向A类客户推荐A类厂家的A类商品);
- 建立"黄金组合专属服务通道",包括优先供货、定制化促销、联合拜访等,巩固核心基本盘。

# 四、实体明细点评(9个核心实体)

# ◆ 重点上游厂家(Top 3 A类)

生产企业 总销售额 毛利率 排名 ABC分类

四川科伦药业股份有限公司 ¥6,896,565 49.9% 1 A类 山东科伦药业有限公司 ¥4,651,129 62.1% 2 A类 苏州东瑞制药有限公司 ¥3,462,446 12.0% 3 A类

# ◆ 重点下游客户(Top 3 A类)

单位名称 总销售额 毛利率 排名 ABC分类 沭阳中山医院 ¥17,761,974 67.6% 1 A类

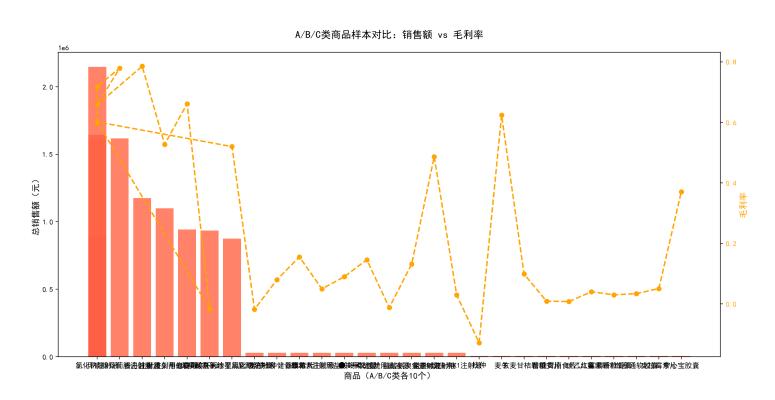
金乡宏大医院有限公司(金乡宏大医院) ¥14,833,712 58.5% 2 A类 上药控股(连云港)有限公司 ¥1,992,385 57.4% 3 A类

# ▼ 重点商品(Top 3 A类)

商品名称 总销售额 毛利率 排名 ABC分类

氯化钠注射液 ¥2,148,114 59.7% 1 A类 氯化钠注射液 ¥1,644,706 71.9% 2 A类 环磷腺苷葡胺注射液 ¥1,617,000 77.9% 3 A类

# 五、A/B/C类商品样本对比分析



📊 **图注**:选取 A/B/C 类商品各前10名作为样本,对比其**总销售额**(柱状)与**毛利率**(折线)。

🤦 核心发现:

- A类商品:普遍具备高销售额+高毛利率的"双高"特征,如"氯化钠注射液"、"葡萄糖注射液"等,是公司营收与利润的双重支柱;
- **B类商品**:销售额中等,但毛利率波动大,部分商品(如"维生素K1注射液")毛利接近A类, 具备潜力升级空间;
- **C类商品**:多数为**低销低毛**,如"硝酸甘油片"、"苯妥英钠片"等,长期贡献有限,应启动清退流程;
- **异常点警示**: 个别C类商品(如"土霉素")虽销量极低,但毛利率高达60%以上,可能存在**特殊用途或医院定制需求**,需单独评估是否保留。

#### ♂ 战略启示:

- 对B类中"高毛低销"商品,可通过**临床推广、学术会议**等方式提升动销;
- 对C类商品,建议按"**毛利率 > 40% 且 年销售 < 10万元**"标准进行分层管理:
  - 。 毛利率高者 → 小众市场保留, 但不投入资源;
  - 。 毛利率低者 → 立即清理库存,释放人力与仓储成本。

# 六、重点三元组深度案例

#### ₫ 1. 重点商品: 氯化钠注射液

- 销售额: ¥2,148,114 (排名第1)
- 核心供应商:

生产企业 销售额 毛利率 四川科伦药业股份有限公司 ¥2,148,114 59.7%

• 核心客户:

单位名称 销售额 毛利率 上药控股(连云港)有限公司 ¥1,081,800 58.4% 淮安市中医院 ¥525,353 62.2% 泗洪中信医院(泗洪县中心医院) ¥262,020 62.2%

#### 🕌 2. 重点厂家:四川科伦药业股份有限公司

• 总销售额: ¥6,896,565

• 主力商品:

商品名称 销售额 毛利率 氯化钠注射液 ¥2,148,114 59.7% 氯化钠注射液 ¥887,624 60.1% 乳酸环丙沙星氯化钠注射液 ¥874,296 52.0%

#### • 主力客户:

单位名称 销售额 毛利率 上药控股(连云港)有限公司 ¥1,992,385 57.4% 淮安市中医院 ¥889,451 61.1% 泗洪中信医院(泗洪县中心医院) ¥613,356 62.1%

#### 🖺 3. 重点客户: 沭阳中山医院

• 采购总额: ¥17,761,974

• 采购偏好:

商品名称 销售额 毛利率 注射用血塞通(冻干) ¥641,491 83.6% 氯化钠注射液 ¥446,600 74.5% 注射用头孢哌酮钠舒巴坦钠 ¥440,640 90.4%

• 供应商集中度:

生产企业 销售额 毛利率 威海威高生物科技有限公司 ¥1,258,852 54.7% 河北康博药业有限公司 ¥1,149,769 80.6% 山东科伦药业有限公司 ¥1,009,350 75.0%

# 七、精细化行动建议(按角色 + 场景)

## ■ 1. 采购端:聚焦高价值厂家与商品组合

- 锁定A类厂家Top 5: 签订年度框架协议,争取返利、账期与独家代理权;
- 淘汰C类商品:对连续3个月无动销、毛利率<5%的C类商品启动清退流程;
- 建立"黄金商品池":将三端交叉识别出的高毛利、高周转商品纳入优先采购清单;
- 动态监控进价波动:对毛利率波动>±10%的商品,联动财务与供应商重新议价。

# ♠ 2. 销售端: 精准服务A类客户

- 客户分层运营:
  - 。 A类客户: 配置专属客户经理,每月提供《商品组合优化建议》;
  - 。 B类客户:季度复盘,推送潜力商品试用装;
  - 。 C类客户:转为线上自助下单,减少人工服务成本。
- **高毛利商品定向推广**:针对A类客户历史采购偏好,自动推荐"明星+潜力"商品组合;
- 开展"厂家-客户"联合拜访:邀请A类厂家参与重点客户季度会议,提升粘性。

#### 🥕 3. 商品管理: 建立动态生命周期机制

- 新品引入评估:必须满足"首月销售额≥¥38,298 且 毛利率≥5%"才可进入主推池;
- 老品淘汰机制:对连续2季度处于"淘汰象限"的商品,自动触发下架预警;
- 季节性商品专项管理:如流感季药品,提前3个月备货,设置独立ABC分类周期。

## 🧡 4. 三端协同机制

- 月度"黄金组合"复盘会:采购、销售、运营三方对齐Top 20三元组表现;
- 数据看板共享:在企业微信/钉钉中嵌入实时ABC+四象限看板,支持按客户/商品/厂家穿透;
- 激励挂钩:销售提成与"高毛利商品销售占比"强关联,采购绩效与"厂家毛利率提升率"挂钩。

# 📊 5. 系统化落地建议

- ERP字段增强: 在商品主数据中增加字段:
  - o ABC分类(月度)
  - o 四象限标签
  - o 是否黄金组合
- **自动化报表**:每日凌晨自动生成《A类客户昨日销售简报》,推送至客户经理;
- 权限分级: C类客户仅可见基础商品目录,A类客户开放高毛利新品专区。

## 🔔 6. 风控与合规提醒(医药行业特需)

- **厂家资质复核**: A类厂家每季度需重新提交GMP、药品注册证等文件;
- 客户流向监控:对单次采购量突增300%的客户,触发反窜货预警;
- 毛利率异常审计:对毛利率>80%或<0%的交易,自动标记并推送风控审核。

**报告生成时间**: 2025年10月24日 23:23