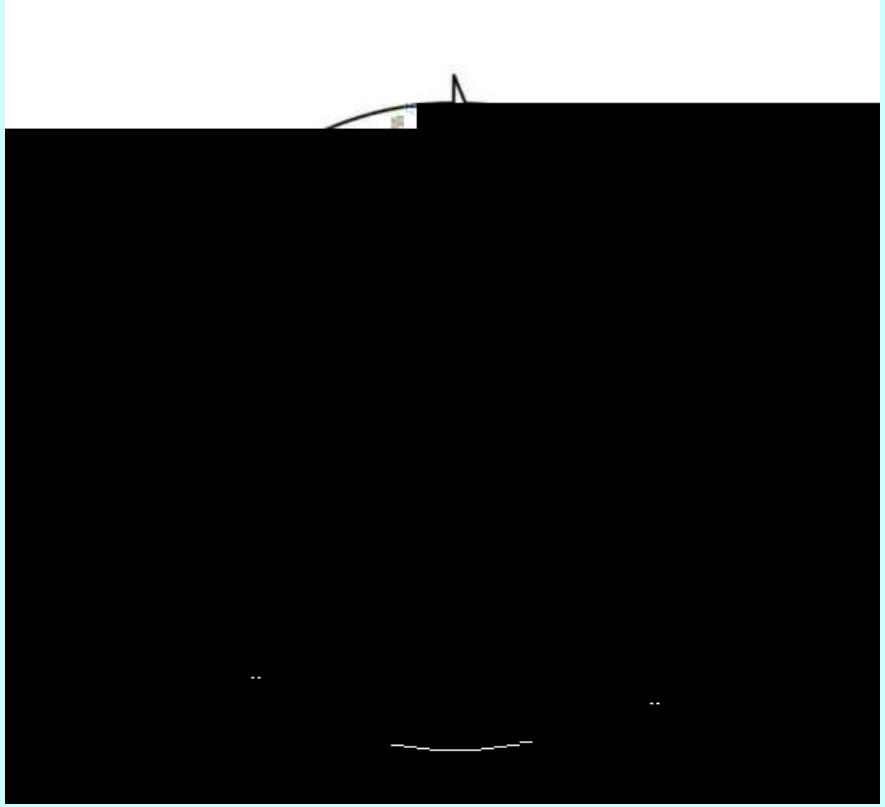


A.

B.

C.

D.

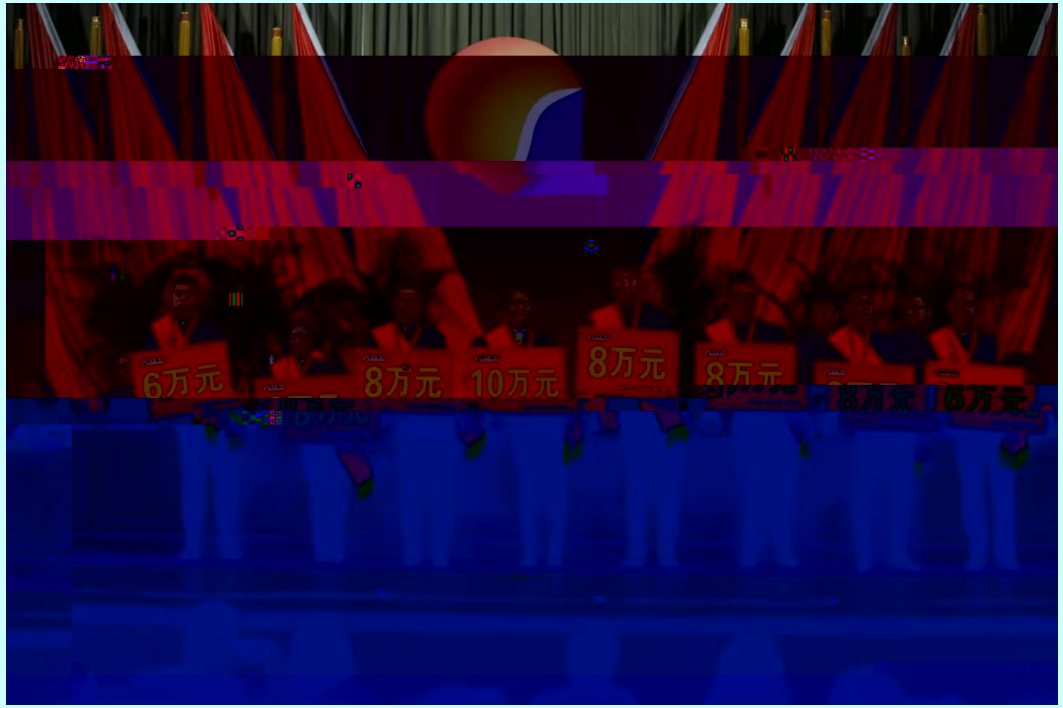
E.

A.

B.

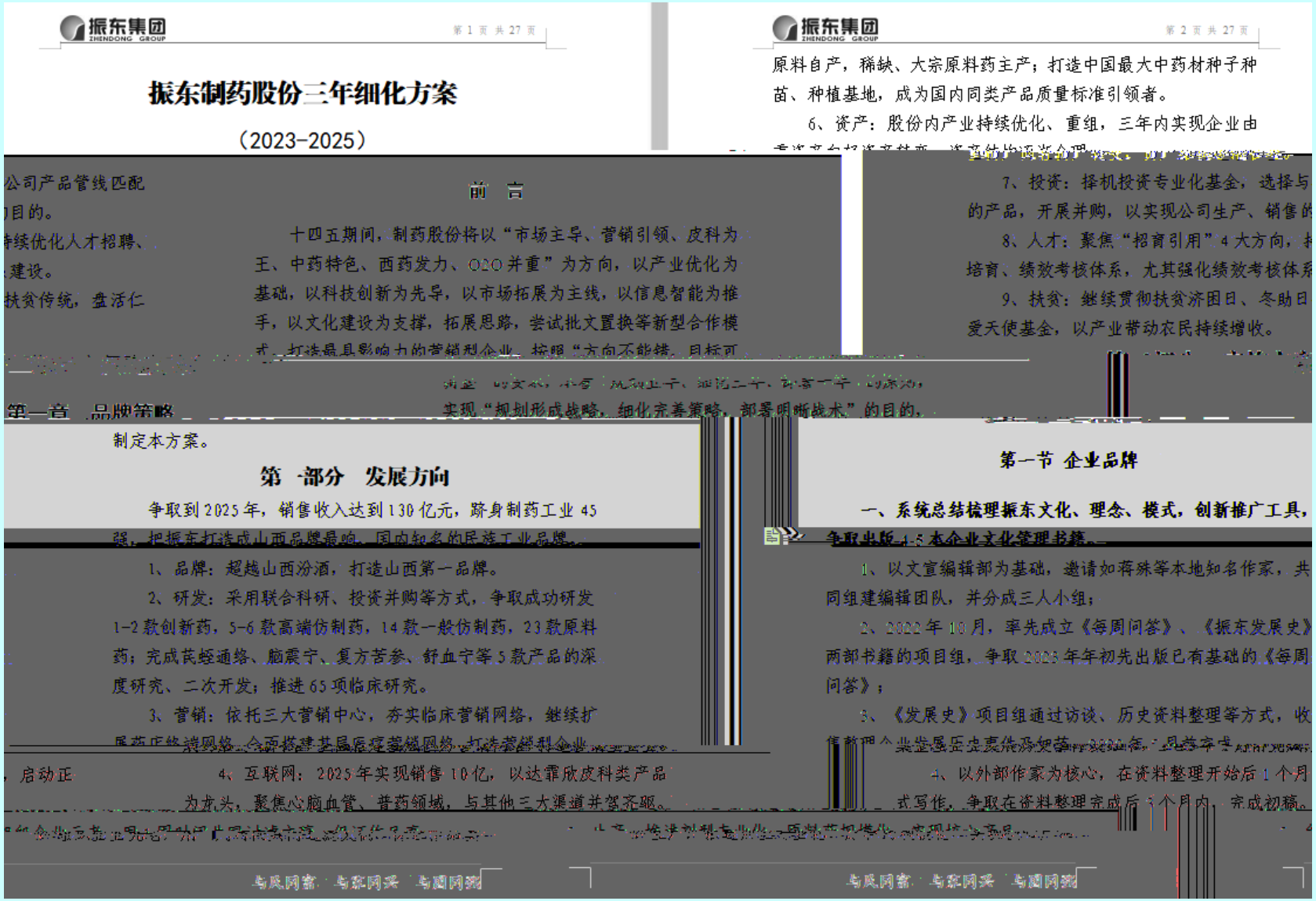
C.

D.



A.

振东健康
ZHENDONG HEALTH
振东健康产业集团七五规划
发展战略
发展目标
重点投资
预计总投入50亿元
研发总投入
20亿元
生产固定资产投资
13亿元
品牌建设费
12亿元
营销网络建设费
5亿元
与民同富 与家同兴 与国同强



振东制药股份三年细化方案

（2023-2025）

前 言

十四五期间，制药股份将以“市场主导、营销引领、皮科为王、中药特色、西药发力、O2O并重”为方向，以产业优化为基础，以科技创新为先导，以市场拓展为主线，以信息智能为推手，以文化建设为支撑，拓展思路，尝试批文置换等新型合作模式，打造最具影响力的营销型企业。按照“方向不能错、目标可实现、时间不等人、细节决成败、团队要给力”的原则，实现“规划形成战略，细化完善策略，部署明晰战术”的目的，制定本方案。

第一部分 发展方向

争取到2025年，销售收入达到130亿元，跻身制药工业45强，把振东打造成山西品牌最响、国内知名的民族工业品牌。

1、品牌：超越山西汾酒，打造山西第一品牌。

2、研发：采用联合科研、投资并购等方式，争取成功研发1-2款创新药，5-6款高端仿制药，14款一般仿制药，23款原料药；完成芪蛭通络、脑震宁、复方苦参、舒血宁等5款产品的深度研究、二次开发；推进65项临床研究。

3、营销：依托三大营销中心，夯实临床营销网络，继续扩展药店终端网络，全面搭建基层疗毒销网络，打造营销型企业

4、互联网：2025年实现销售10亿，以达霏欣皮科类产品为龙头，聚焦心脑血管、普药领域，与其他三大渠道并驾齐驱。

原料自产，稀缺、大宗原料药主产；打造中国最大中药材种子种苗、种植基地，成为国内同类产品质量标准引领者。

6、资产：股份内产业持续优化、重组，三年内实现企业由

7、投资：择机投资专业化基金，选择与的产品，开展并购，以实现公司生产、销售的

8、人才：聚焦“招育引用”4大方向，培育、绩效考核体系，尤其强化绩效考核体系

9、扶贫：继续贯彻扶贫济困日、冬助日爱天使基金，以产业带动农民持续增收。

第一节 企业品牌

一、系统总结梳理振东文化、理念、模式，创新推广工具，争取出版4-5本企业文化管理书籍。

1、以文宣编辑部为基础，邀请如蒋殊等本地知名作家，共同组建编辑团队，并分成三人小组；

2、2022年10月，率先成立《每周问答》、《振东发展史》两部书籍的项目组，争取2023年年初先出版已有基础的《每周问答》；

3、《发展史》项目组通过访谈、历史资料整理等方式，收

4、以外部作家为核心，在资料整理开始后1个月式写作，争取在资料整理完成后1个月内，完成初稿。

中药材 2024 年行动方案

一、整体目标

（一）种植

2024 年实现种子种苗销售 600 万元，利润 60 万元；基地推广 20 万亩；

表 1 经营指标

单位：万元、万亩、%　　2023 年 12 月 31 日

1	推广	20	24	4	120	
2	销售	600	660	60	110	
3	回款	600	660	60	110	
4	利润	60	66	6	110	

（二）项目研发

表 2 2024 年度目标任务

序	项目	内 容	方 法	责任人
1	人员招聘	招聘人员 3-5 人	网络招聘、市场招聘、校园招聘。	尹利明
2	项目申报	年均申报 30 项	政府沟通、网站查询、主动争取。	王玉龙

7	中国酸枣	种质资源采集、处理、数据分析、文章编写	采样、检测、数据分析	柴亚茹
8	生态种植	林下滴党参栽培	水肥一体化试验土壤处理及有机肥施用	刘 飞
9	项目申报	产业联合体项目	确定实施主体，提前归纳项目费用，按时间节点落地项目申报	王玉龙
10	GAP 认证	督促基地 GAP 认证	成立 GAP 认证追溯小组	尹利明
11	中药趁鲜加工	研究主营品种趁鲜加工工艺	学习各省趁鲜加工政策及标准，起草相关文件申报落地	刘 飞
12	文章分享	服务于种植、生产或销售上的文章	种植、加工、政策类文章	全 员

（三）生产

要加工数量数量为 1.5 万吨，公司加工和产地加工比例按照 6:4 加工模式完成，内部计划加工 9000 吨，产地计划加工 6000 吨。

（四）采收

表 3 采收总指标

单位：吨、份、万亩、家

类名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合计
采收	895	565	1125	1115	740	700	754	1059	875	880	785	984	10477
调研	60	60	60	80	100	100	100	100	100	100	60	60	980
推广	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12

销售计划 12 亿，同比 2023 年增长率 63%。

（五）销售

2024 年全年

（一）种植

B.

营销一中心2023年销售任务按月分解

单位：万元、%　　2023年10月27日

部门	23年	一季度		22%	二季度		23%	三季度		27%	四季度		28%	备注
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
一部	94000	6450	6690	7550	6880	7030	7620	7960	8520	8930	7840	9050	9480	
二部	15000	1030	1000	1100	1180	1200	1250	1290	1350	1350	1250	1450	1550	
三部	19000	1340	1070	1510	1470	1560	1620	1600	1670	1840	1550	1730	2040	
合计	128000	8820	8760	10160	9530	9790	10490	10850	11540	12120	10640	12230	13070	

公司、集团数据库。　　注：①财务经理编制，总经理审核②按年度计划要求上报③填表说明：营销按事业部分解填报④入

C.

振东健康 ZHENDONG HEALTH

营销中心9月市场总监考核

序	项 目	考核标准	考核办法	数据来源	考核结果	自评结果	上级评定	因 素
1	化药筛选	筛选适合泰盛的化药品种，进行并购	未完成扣20分	品种信息表	完成，从行业9500品种选出126个有价值的化药	20	20	
2	每总一品	胰酶散市场调研、运营方案。	未完成扣20分	运营方案	胰酶散调研浙江、上海、天津消化和儿科专家，完成运营方案优化	30	30	
		新品启动	西里硅油、阿普米思特片，小金丸，安坤颗粒上市前可研报告、物料设计、新品培训等3项。	少一项扣10分	报告和物料	成西甲硅油、阿普米思特片、小金丸、安坤颗粒可研报告和和物料设计，	30	30
						100	99	小 计

考核人：　　被考核人：　　下达人：

注：①项目一般不超过5项，从职责、上级交办、客户需求中提取②考核标准要具体并能够衡量，从数量、质量、时效性、成本和客户（上级）的评价等方面确定
③项目按重要到次要排序，分值的设定根据重要性而不是工作量，以5分为基础分值。如属于协调、督促类的工作，可以2分为基础分值，要有明确的区分

D.

E.

二、临床中心5月经营分析

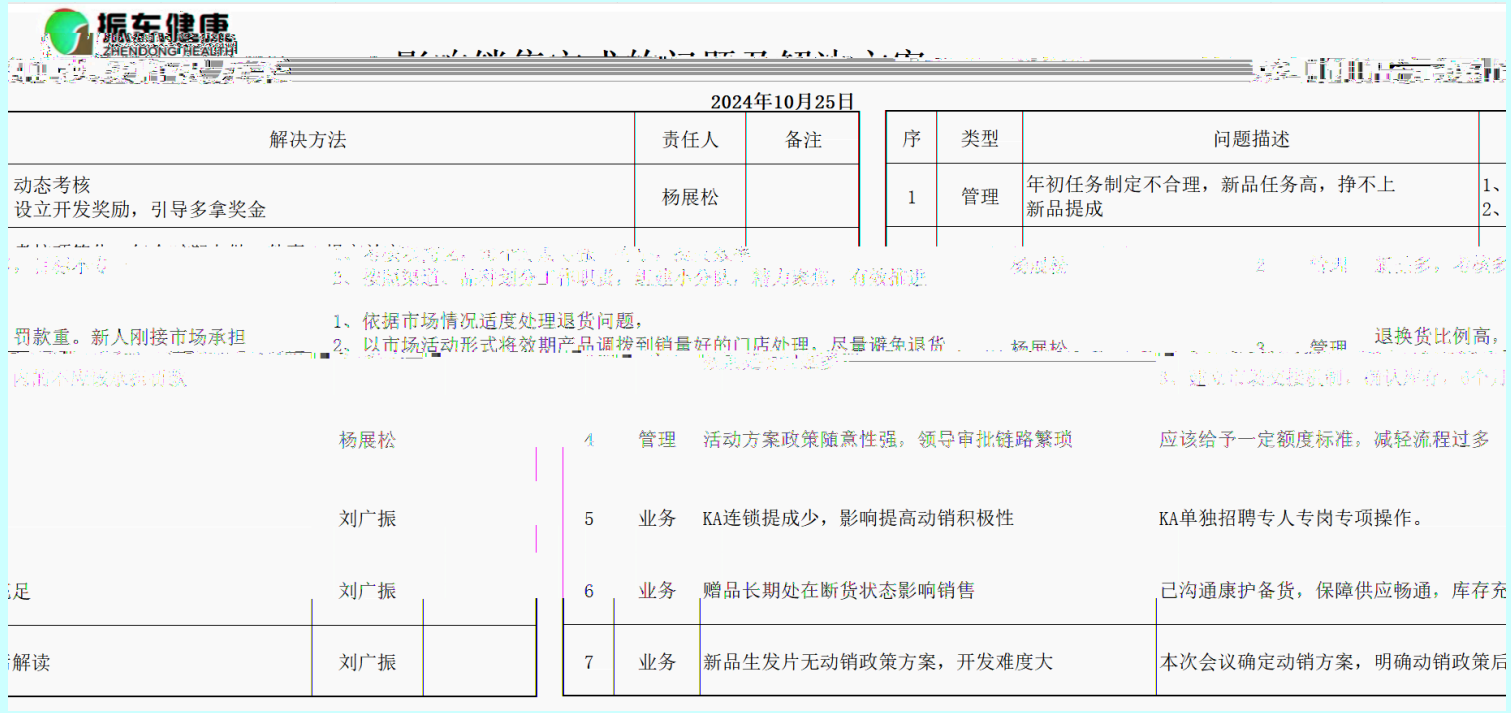
单位 ：万元 、%　　2024.6.2

序	项目	计划	实际	增减	比率	同期	同比	上期	环比	因　　素
1	销售	11395	11447	52	100	10274	11	11435	0	
2	发货	11395	9160	-2235	80	9533	-4	8940	2	
3	回款	11395	8684	-2712	76	12385	-30	11639	-25	
4	成本	3670	3292	-378	90	3301	-0	3295	-0	不含税
5	费用	5105	5159	54	101	4416	17	4964	4	
6	利润	1385	1678	293	121	1433	17	1943	-14	

BC6600-2

注:①财务负责人编制，总经理审核②总经理分析变动因素③向集团经管会汇报④入公司、集团数据库。

F.



振东健康 ZHENDONG HEALTH

2024年10月25日

解决方法	责任人	备注
动态考核 设立开发奖励，引导多拿奖金	杨展松	
罚款重。新人刚接市场承担	1、依据市场情况适度处理退货问题， 2、以市场活动形式将效期产品调拨到销量好的门店处理，尽量避免退货	杨展松
	杨展松	
足	刘广振	
解读	刘广振	

序	类型	问题描述	
1	管理	年初任务制定不合理，新品任务高，挣不上 新品提成	1、 2、
4	管理	活动方案政策随意性强，领导审批链路繁琐	应该给予一定额度标准，减轻流程过多
5	业务	KA连锁提成少，影响提高动销积极性	KA单独招聘专人专岗专项操作。
6	业务	赠品长期处在断货状态影响销售	已沟通康护备货，保障供应畅通，库存充
7	业务	新品生发片无动销政策方案，开发难度大	本次会议确定动销方案，明确动销政策后

G.

振东健康 ZHENDONG HEALTH

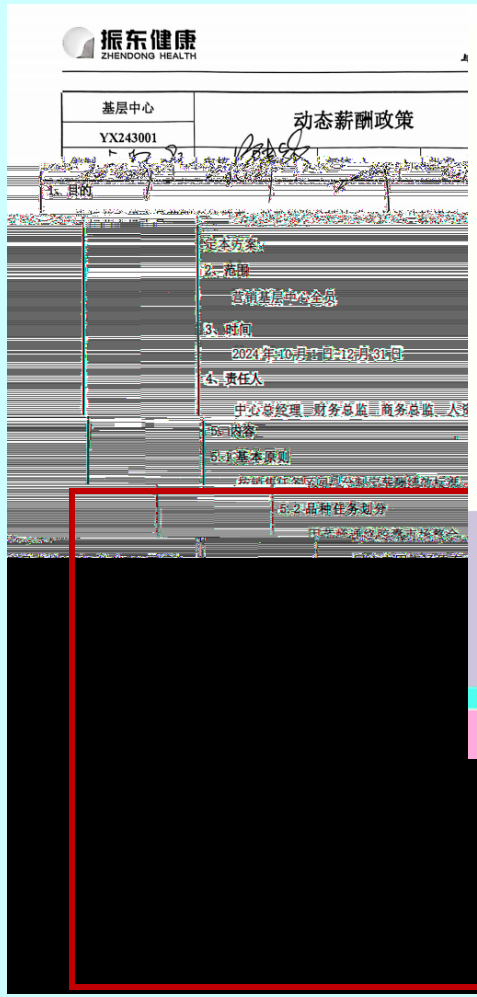
营销系奖励汇总

单位：元　　2024年7月5日

2581	109.1%	—	—	—	4.0	
1498	103.2%	—	—	—	4.0	
2546	102.9%	—	—	—	4.0	
2312	100.3%	—	—	—	4.0	
201	118.2%	—	—	—	2.0	
岩舒	江西省肿瘤医院				2.0	开发
岩舒	赤峰肿瘤医院				1.0	恢复
岩舒	河北省人民医院				1.0	恢复
达霏欣	昆明医科大第一附属医院 昆明医科大第二附属医院				1.0	开发
小计					39.0	
1093	102.0%	—	—	—	1.0	
338	119.4%	—	—	—	0.5	
160	124.0%	—	—	—	0.5	
小计					2.0	
3152	117.0%	(190)	(115)	139.0%	2.0	
846	128.1%	80	161	201.2%	2.0	
429	101.8%	421	429	101.8%	1.0	
小计					3.0	
合计					46.0	

临床	陕西	——	2365
	江西		1452
	上海		2473
	吉林		2305
	西藏		170
	江西	李　硕	
	内蒙	张旭明	
	河北	路　鹏	
	云南	王泽宁	
基层	河北	——	1072
	陕西		283
	湖北		129
国际部		——	2700
五和	山西	——	661
	网商		421

H.


振东健康
ZHENDONG HEALTH

基层中心	动态薪酬政策
YX243001	

1、目的

本方案

2、范围

营销基层中心全员

3、时间

2021年10月1日-12月31日

4、责任人

中心总经理 财务总监 商务总监 人

5、内容

5.1 基本原则

5.2 品种任务划分

5.2 品种任务划分

因芪蛭通络胶囊市场整合，剥离基层中心 24 年四季度芪蛭销售任务；

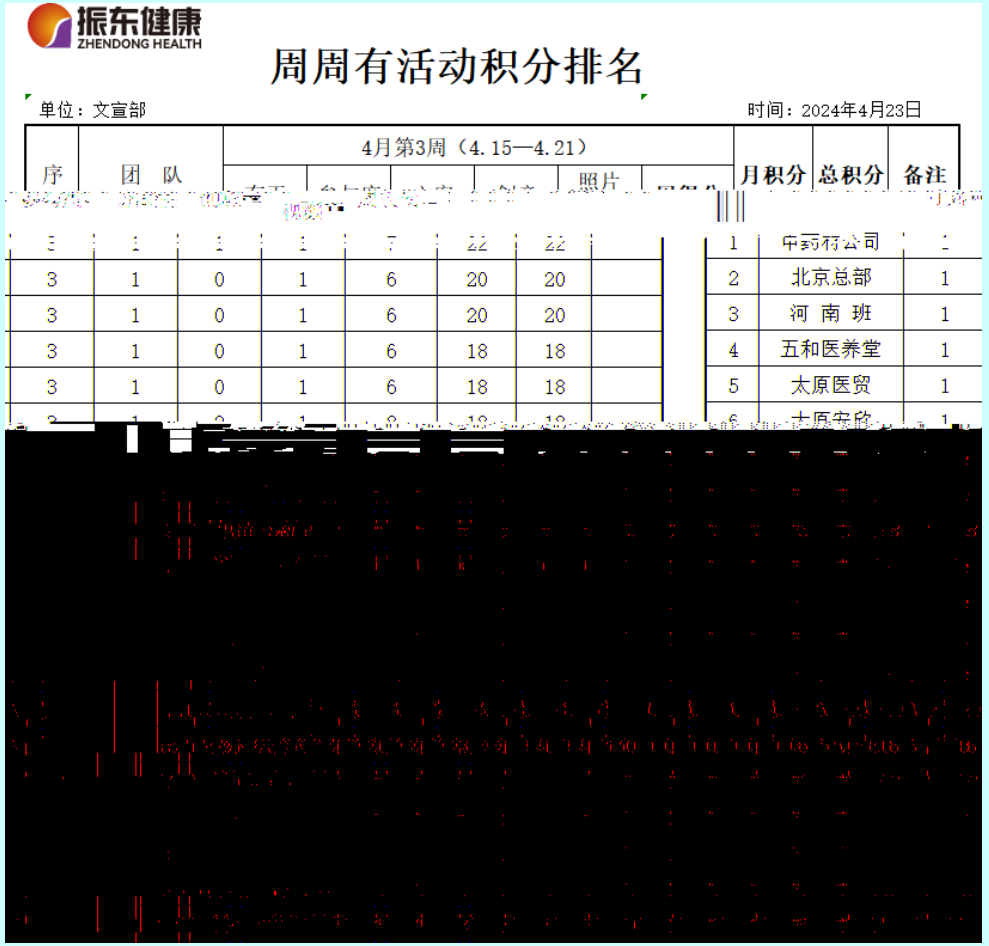
冠心宁因市场原有大部分市场无法销售，基层中心 24 年四季度只考核 5000 件（541 万元）。

5.3 考核指标

单位：万元

序	省区	24 年	10 月	11 月	12 月	10-12 月	备注
1	黑	3385	260	270	295	825	
2	吉	2905	220	231	255	706	
3	辽	1930	160	165	188	513	
4	京	200	17	19	23	59	
5	津	70	7	7	7	21	
6	蒙	600	45	50	55	150	
7	冀	2595	215	238	271	724	
8	晋	995	7[illegible]	90	110	276	
9	鲁	1825	135	156	182	473	
10	陕	710	50	60	70	180	
11	新	170	6	4	4	14	
12	甘	380	28	34	41	103	
13	宁	[illegible]	6	7	8	21	
14	宁	100	7	7	8	22	

01



振东健康 ZHENDONG HEALTH

周周有活动积分排名

单位：文宣部　　时间：2024年4月23日

序	团 队	4月第3周（4.15—4.21）							月积分	总积分	备注
							照片				
3	1	1	1	7	22	22			1	中药材公司	1
3	1	0	1	6	20	20			2	北京总部	1
3	1	0	1	6	20	20			3	河 南 班	1
3	1	0	1	6	18	18			4	五和医养堂	1
3	1	0	1	6	18	18			5	太原医贸	1
3	1	0	1	6	18	18			6	太原安欣	1

2023 年 5 月份
缺 勤
出勤率
小 计

B.

≥ 85

C.

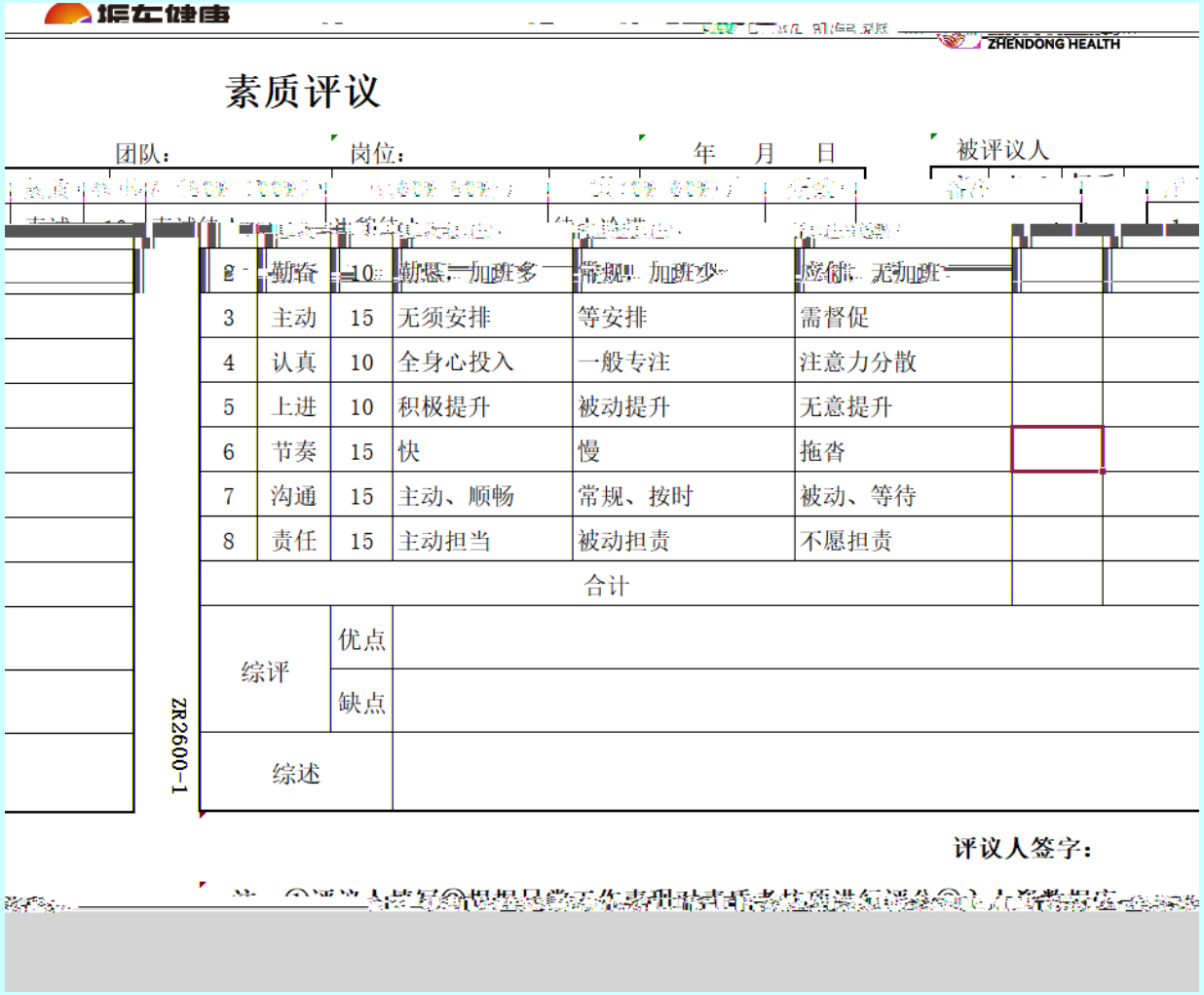
振东健康 ZHENDONG HEALTH

2024年竞聘优秀人员

单位：　　　　　　　　　　　　　　　　　　2024年2月27日

序	姓名	团队	部门	现岗	竞聘岗位	竞聘结果	备注
[illegible]							
2	张倩茹	营销中心	市场部	产品经理	产品总监	晋升	
3	韩斌青	营销中心	市场部	高级产品经理	产品总监	晋升	
[illegible]							
5	蔡 捷	营销中心	江苏学术区	省区经理	江苏OTC经理	晋升	
[illegible]							
[illegible]		五和医养堂	电商部	运营主管	电商经理	晋升	
12	吴斌斌	五和医养堂	营销市场	片区经理	区域经理	晋升	

D.



振东健康 ZHENDONG HEALTH

素质评议

团队： 岗位： 年 月 日 被评议人

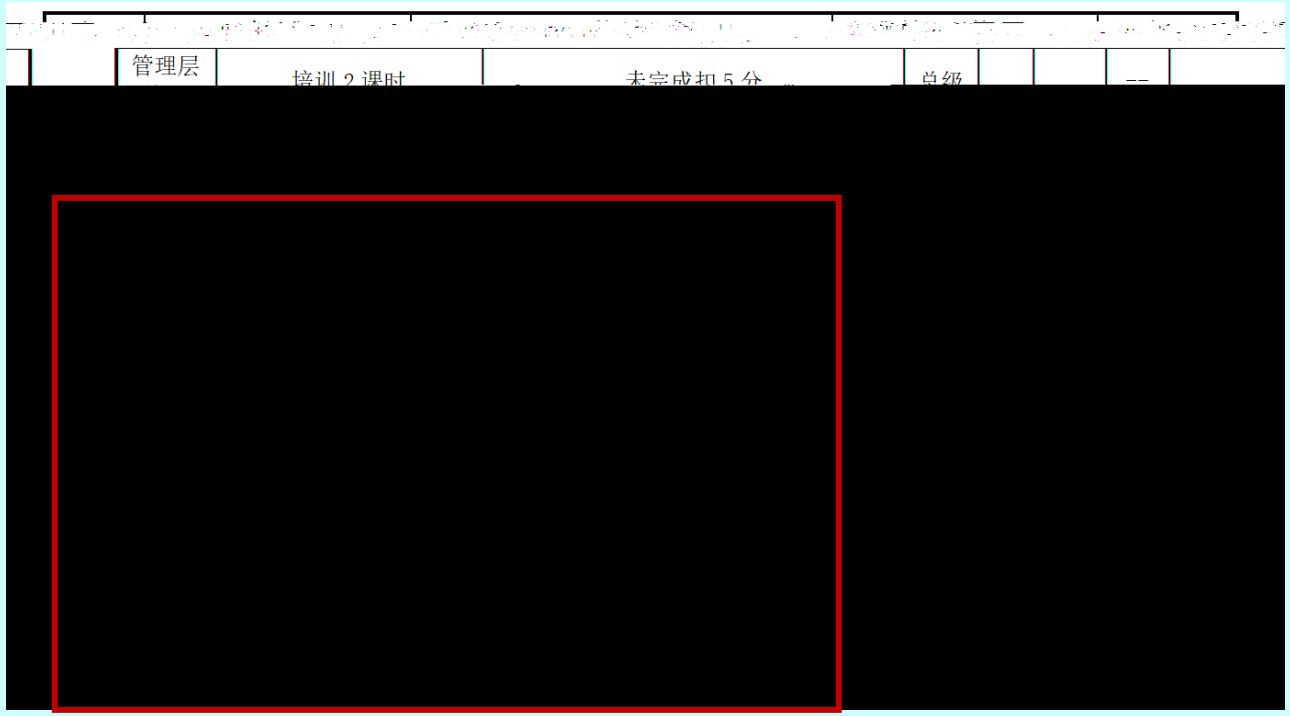
2	勤奋	10	勤恳、加班多	常规、加班少	应付、无加班	
3	主动	15	无须安排	等安排	需督促	
4	认真	10	全身心投入	一般专注	注意力分散	
5	上进	10	积极提升	被动提升	无意提升	
6	节奏	15	快	慢	拖沓	
7	沟通	15	主动、顺畅	常规、按时	被动、等待	
8	责任	15	主动担当	被动担责	不愿担责	
合计						
综评	优点					
	缺点					
综述						

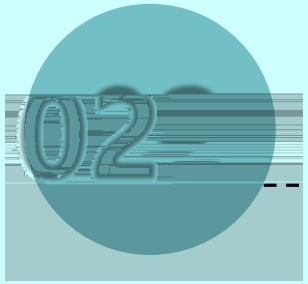
ZR2600-1

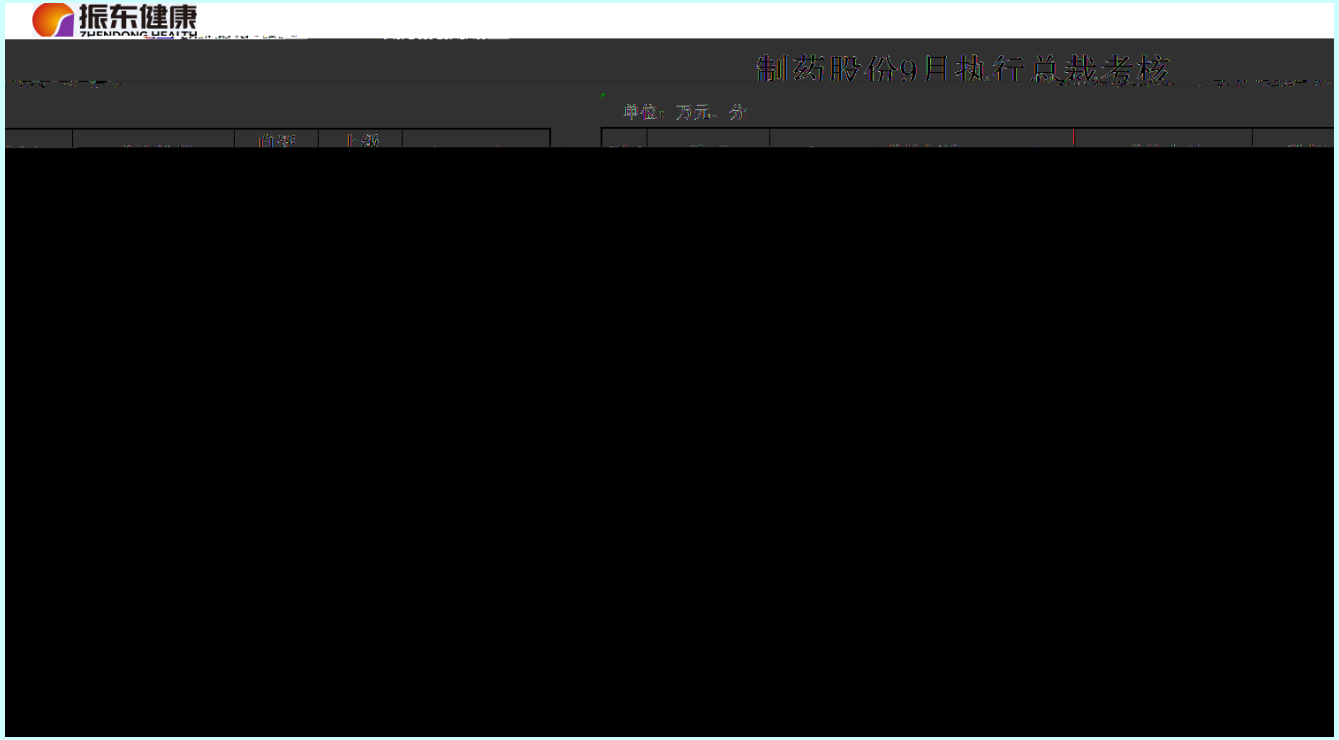
评议人签字：

E.

F.




02


振东健康
制药股份9月执行总裁考核
单位：万元、分

A.

振东健康 ZHENDONG HEALTH

10月计划总结完成率

日期：2024年11月1日　　单位：%

提交	填报率	备注
62	100.00%	
53	100.00%	

序	团队	姓名	应提交
1	办公室	张帅	62
2	计财部	李帆	52

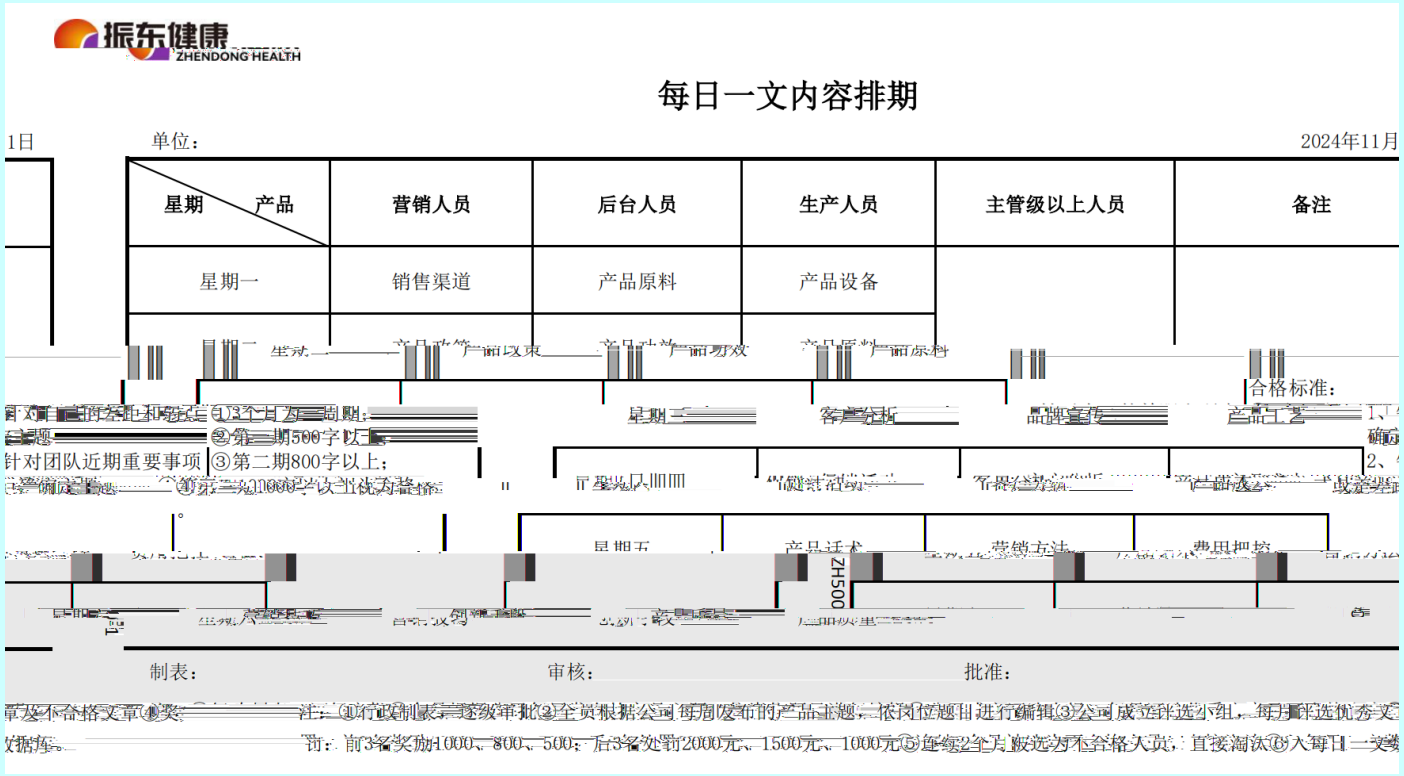
	郭艳吉	46	46	100.00%		11	计财部
	苗晓宇	44	44	100.00%		12	物管中心
	宋小珍	44	48	100.00%		13	总工办
	李孟昊	44	46	100.00%		14	董办
	陈功	44	44	100.00%		15	审监部
	许丽坤	44	44	100.00%		16	物管中心
	房敬帅	42	42	100.00%		17	审监部
	李亚杰	42	42	100.00%		18	办公室
	张丽丽	42	42	100.00%		19	总工办
	李辰一	42	42	100.00%		20	审监部
	王瑞珍	42	48	100.00%		21	总工办
	李陶瑞	42	52	100.00%		22	计财部
	吴聚鹏	38	42	100.00%		23	品牌部
	李晓婷	38	38	100.00%		24	品牌部
	王鹏	38	40	100.00%		25	品牌部

ZR4618-1

B.

500

1


振东健康 ZHENDONG HEALTH
每日一文内容排期
1日
单位：
2024年11月
星期 产品
营销人员
后台人员
生产人员
主管级以上人员
备注
星期一
销售渠道
产品原料
产品设备
合格标准：
针对团队近期重要事项
星期五
产品话术
营销方法
费用把控
ZH500
制表：
审核：
批准：

C.

≥2

振东商学院 ZHENDONG BUSINESS SCHOOL

10 月第 4 周培训记录

单位：　　2024.10.25

15	10月25日	五和堂厅			艾医部	深入解读“养生酒”一文	2	赵超	A
17	10月25日	中药材厅		5	集团总部	营销服务中心	产品知识讲解	2	宋艳霞	A
6	10月25日	401会议室		6		信息部	网路安全宣传	2	李凯	B
9	10月25日	医贸厅		7		董办、法务、扶贫办、品牌部	三三模式	2	马雄英	C
10	10月25日	研究院厅		8		办公室	如何进行自我管理	2	刘峰	B
6	10月25日	饮片厅		9		总工办	在建工程与项目申报的关系	2	刘涛江	B
60	10月25日	三楼会议室		10	科技中心		研发过程中物料、供应商管理	2	石亮	B
31	10月25日	二楼会议室		11			药品标准在药品研发中的产生和应用	2	王红芳	B
10	10月24日	206会议室		12	北京总部		化药原料和制剂发补内容共性问题	2	杨伟秋	B
6	10月22日	一楼制剂室		13			化药口服固体制剂混合均匀度和中控挤量单位均匀度研究技术指导原则	2	吕晨羲	B
10	10月24日	五楼会议室		14			原料药申报资料M4要求培训	2	王世川	B
6	10月23日	213会议室		15			生物等效性试验预实验流程梳理	2	牛韶华	C
8	10月22日	208会议室		16			临床试验质控要点	2	卢兴红	A
10	10月25日	中药所408会议室		17			中药智能制造（转训）	2	杨晓宁	B

D.

振东健康 ZHENDONG HEALTH

日期：2022/12/5

已问-已答	已问-未答	未问-未答	备注
100.00%	0.00%	0.00%	
100.00%	0.00%	0.00%	
100.00%	0.00%	0.00%	
100.00%	0.00%	0.00%	
100.00%	0.00%	0.00%	
100.00%	0.00%	0.00%	
100.00%	0.00%	0.00%	
100.00%	0.00%	0.00%	
100.00%	0.00%	0.00%	
96.30%	0.00%	3.70%	
95.00%	0.00%	5.00%	
93.94%	0.00%	6.06%	
87.50%	0.00%	12.50%	
85.71%	0.00%	14.29%	
66.67%	0.00%	33.33%	
97.67%	**0.00%**	**2.33%**	

单位：%

序	团队	结对数	已问	未问	已答	未答
1	营销中心	56	56	0	56	0
2	五和医养堂	54	54	0	54	0
3	集团总部	44	44	0	44	0
4	长治振东	21	21	0	21	0
5	大同泰盛	19	19	0	19	0
6	晋中安欣	16	16	0	16	0
7	饮片公司	12	12	0	12	0
9	长治医药	10	10	0	10	0
8	屯留五和堂	7	7	0	7	0
10	太原医贸	27	26	1	26	1
11	研究院	20	19	1	19	1
12	中药材	33	31	2	31	2
13	科技中心	8	7	1	7	1
14	康护公司	14	12	2	12	2
15	健康科技	3	2	1	2	1
合计		**344**	**336**	**8**	**336**	**8**

E.

振东健康 ZHENDONG HEALTH

提案事项汇总跟进

2024年11月2日

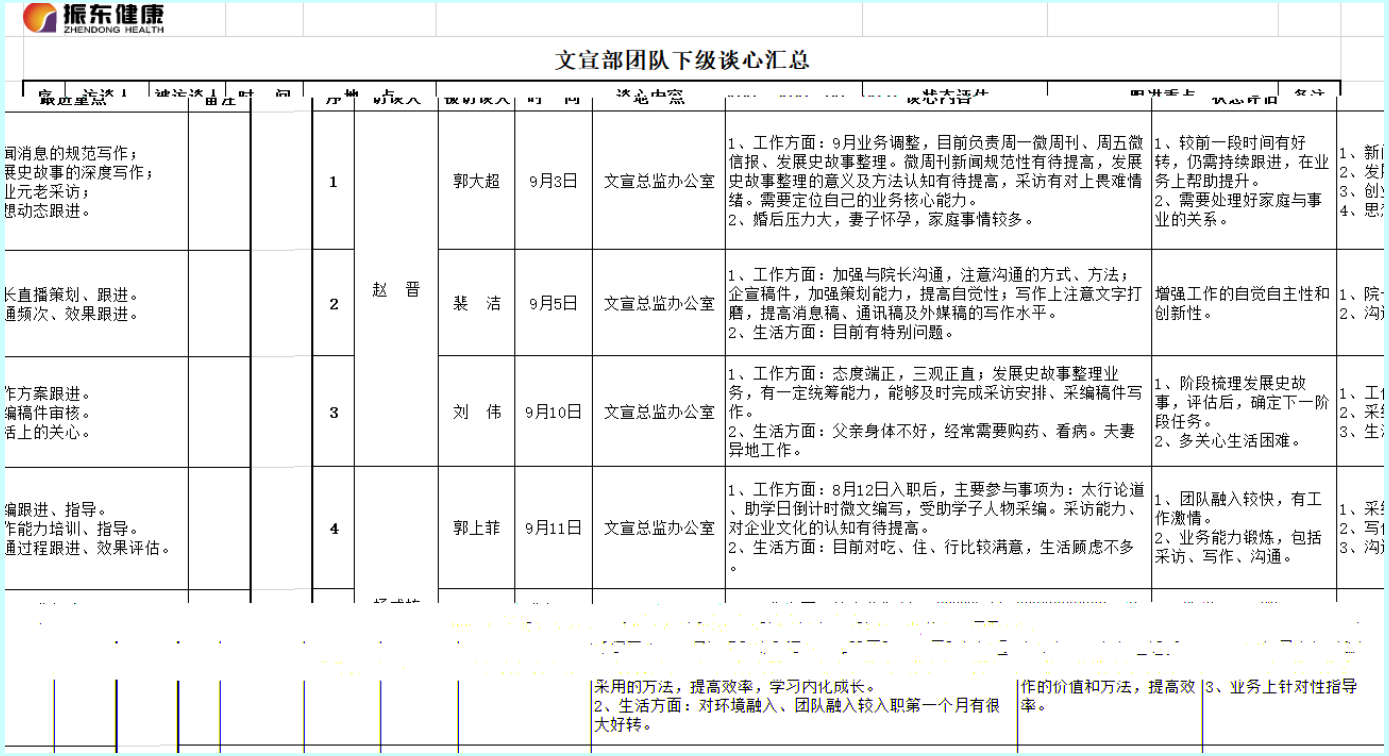
序	团队	提案事项	问题说明	解决建议	决议	责任人	备注
1	总部	固定资产	五楼营服电脑、主机需处理	1、梳理固定资产编号、数量 2、集中收集、提交申请报废	办公室集中收集、验收是否符合报废标准后进行处理	刘峰	
2	总部	网销培训	培训内容对个人指导意义不大	1、梳理课程内容及讲师 2、每日小班培训，提升效果	逐步梳理优化， 每日集中不同团队培训	刘峰	
				建立收集表， 各团队梳理填报	魏斌	3	总部	阳光费用	部分费用项目标准不清晰	1、[illegible]准，会议讨论确定 2、未发生事项在阳光费用过程中进行积累，完善标准
				专题会讨论优化	李凯	4	总部	信息化建设	现有信息流程审批遇到的问题及需要优化点较多，各团队提出问题，信息部汇总分类处理	1、流程优化类问题，分别转到归属部门评估，信息部修改 2、功能问题信息部直接修改 3、新增流程，引导新增需求，信息部执行 4、具体业务流程，信息部出解决办法及时间
						5				
						6				
						7				
						8				
						9				

ZR4701-1

注：①人事经理制表②经营总监审核③针对公司运营过程中的问题如成本控制，员工激情，团队氛围，业务拓展等问题进行提案④总经理会议讨论决议⑤责任人负责落实⑥入人资数据库

F.

1



振东健康 ZHENDONG HEALTH

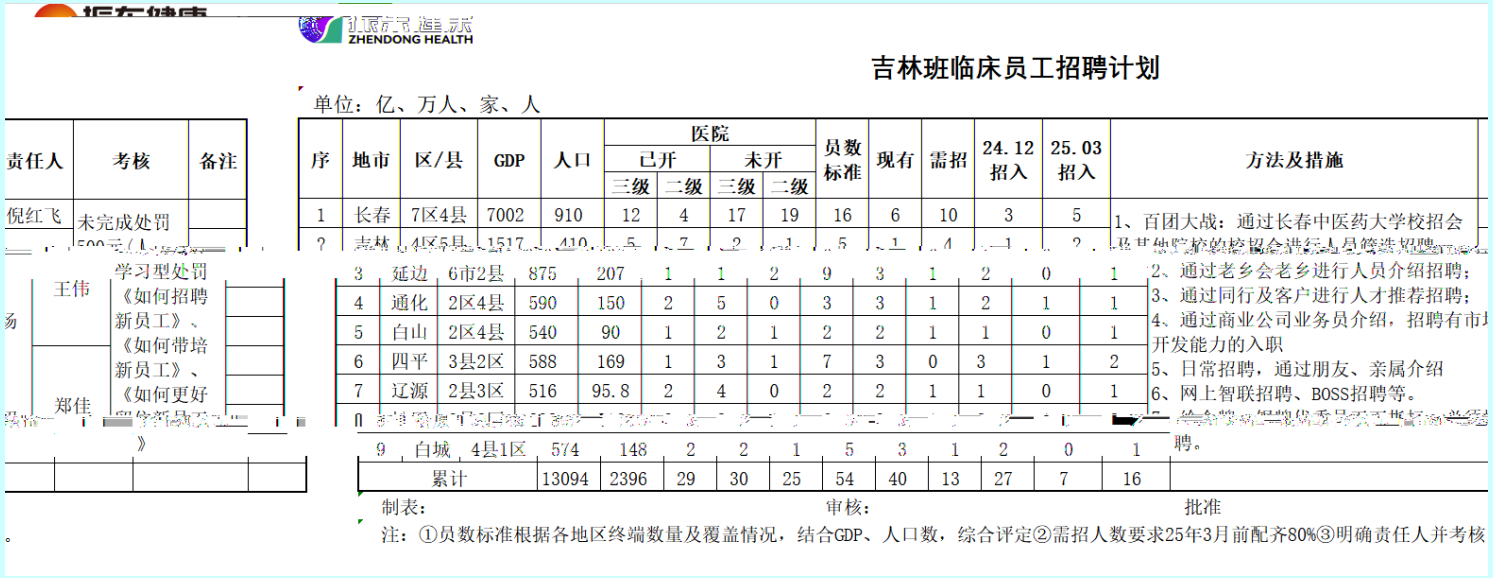
文宣部团队下级谈心汇总

序号	谈话人	被谈话人	谈话时间	谈话地点	谈话内容	思想重点	认识存在	备注
1	赵晋	郭大超	9月3日	文宣总监办公室	1、工作方面：9月业务调整，目前负责周一微周刊、周五微信报、发展史故事整理。微周刊新闻规范性有待提高，发展史故事整理的意义及方法认知有待提高，采访有对上畏难情绪。需要定位自己的业务核心能力。 2、婚后压力大，妻子怀孕，家庭事情较多。	1、较前一段时间有好转，仍需持续跟进，在业务上帮助提升。 2、需要处理好家庭与事业的关系。		
2		裴洁	9月5日	文宣总监办公室	1、工作方面：加强与院长沟通，注意沟通的方式、方法；企宣稿件，加强策划能力，提高自觉性；写作上注意文字打磨，提高消息稿、通讯稿及外媒稿的写作水平。 2、生活方面：目前有特别问题。	增强工作的自觉自主性和创新性。		
3		刘伟	9月10日	文宣总监办公室	1、工作方面：态度端正，三观正直；发展史故事整理业务，有一定统筹能力，能够及时完成采访安排、采编稿件写作。 2、生活方面：父亲身体不好，经常需要购药、看病。夫妻异地工作。	1、阶段梳理发展史故事，评估后，确定下一阶段任务。 2、多关心生活困难。		
4		郭上菲	9月11日	文宣总监办公室	1、工作方面：8月12日入职后，主要参与事项为：太行论道、助学日倒计时微文编写，受助学子人物采编。采访能力、对企业文化的认知有待提高。 2、生活方面：目前对吃、住、行比较满意，生活顾虑不多。	1、团队融入较快，有工作激情。 2、业务能力锻炼，包括采访、写作、沟通。		
					采用的方法，提高效率，学习内化成长。 2、生活方面：对环境融入、团队融入较入职第一个月有很大好转。	作的价值和方法，提高效率。	3、业务上针对性指导	

G.

2 1

3 1



振东健康 ZHENDONG HEALTH

吉林班临床员工招聘计划

单位：亿、万人、家、人

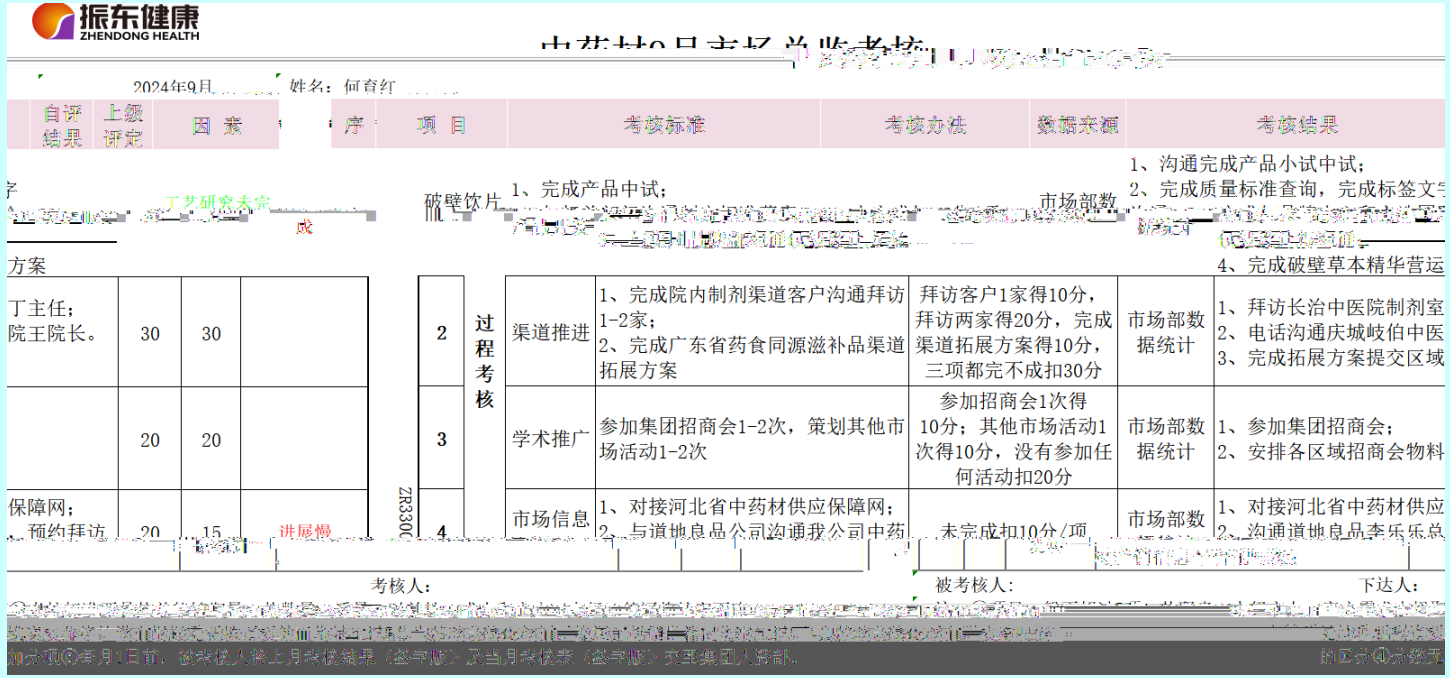
责任人	考核	备注
倪红飞	未完成处罚	
王伟	学习型处罚《如何招聘新员工》、《如何带培新员工》、《如何更好	
郑佳	》	

序	地市	区/县	GDP	人口	医院				员数标准	现有	需招	24.12招入	25.03招入	方法及措施
					已开		未开							
					三级	二级	三级	二级						
1	长春	7区4县	7002	910	12	4	17	19	16	6	10	3	5	1、百团大战：通过长春中医药大学校招会及其他院校的校招会进行人员筛选招聘
2	吉林	4区5县	1517	410	5	7	2	1	5	1	4	1	2	
3	延边	6市2县	875	207	1	1	2	9	3	1	2	0	1	2、通过老乡会老乡进行人员介绍招聘；
4	通化	2区4县	590	150	2	5	0	3	3	1	2	1	1	3、通过同行及客户进行人才推荐招聘；
5	白山	2区4县	540	90	1	2	1	2	2	1	1	0	1	4、通过商业公司业务员介绍，招聘有市场开发能力的入职
6	四平	3县2区	588	169	1	3	1	7	3	0	3	1	2	5、日常招聘，通过朋友、亲属介绍
7	辽源	2县3区	516	95.8	2	4	0	2	2	1	1	0	1	6、网上智联招聘、BOSS招聘等。
9	白城	4县1区	574	148	2	2	1	5	3	1	2	0	1	聘。
累计			13094	2396	29	30	25	54	40	13	27	7	16	

制表： 审核： 批准

注：①员数标准根据各地区终端数量及覆盖情况，结合GDP、人口数，综合评定②需招人数要求25年3月前配齐80%③明确责任人并考核

H.



振东健康 ZHENDONG HEALTH

2024年9月 姓名：何育红

自评结果	上级评定	因 素	序	项 目	考核标准	考核办法	数据来源	考核结果
		工艺研究未完成		破壁饮片	1、完成产品中试；		市场部数	1、沟通完成产品小试中试； 2、完成质量标准查询，完成标签文 4、完成破壁草本精华营运
方案								
丁主任；院王院长。	30	30		2	过程考核 渠道推进	1、完成院内制剂渠道客户沟通拜访1-2家； 2、完成广东省药食同源滋补品渠道拓展方案	拜访客户1家得10分，拜访两家得20分，完成渠道拓展方案得10分，三项都完不成扣30分	市场部数据统计	1、拜访长治中医院制剂室 2、电话沟通庆城岐伯中医 3、完成拓展方案提交区域
	20	20		3	学术推广	参加集团招商会1-2次，策划其他市场活动1-2次	参加招商会1次得10分；其他市场活动1次得10分，没有参加任何活动扣20分	市场部数据统计	1、参加集团招商会； 2、安排各区域招商会物料
保障网；预约拜访	20	15	讲展慢	4	市场信息	1、对接河北省中药材供应保障网； 2、与道地良品公司沟通我公司中药	未完成扣10分/项	市场部数	1、对接河北省中药材供应 2、沟通道地良品李乐乐总

考核人： 被考核人： 下达人：

北京研究院9月临床所长考核

序	项 目	考核标准	考核办法	数据来源	考核结果	自评	上级	因 素
督促				1. 舌黄凝胶脂溢性皮炎入组督促及已入组患者情况分析		1. 沟通记录	1. 与CRC、研究者建群汇报和	
	3. 文档	3. 已完成所有可以完成的部分					2. 舌黄凝胶特应性皮炎入组督促 3. ZD16IND资料定稿	
完成每项扣8分	1. 邮件 2. 邮件 3. 邮件和周报 4. 沟通记录 5. 周汇报 6. 文档和会议纪要	1. 已定稿并签署 2. 完成 3. 完成 4. 每周跟踪 5. 每2周会议沟通 6. 已完成准备	48	48	2	仿制药大临床项目	1. 米诺地尔泡沫剂CRO合同定稿 2. 米诺地尔泡沫剂项目IPD汇报及飞书资料上传 3. 米诺地尔泡沫剂方案修订后的伦理快审 4. 米诺地尔泡沫剂参比制剂备货跟踪 5. 米诺地尔泡沫剂CRO公司管理 6. 胶体果胶铋内部讨论会资料准备和会议组织	未
	1. 合同	1. 已完成签署流程					1. 多柔比星脂质体预BE相关方合同签订	
培哚帕尼预BE结果获得 瑞卢戈利合作方合同确定 克立硼罗合作方价格确定	未完成每项扣4分	3. 邮件 4. 合同 5. 合同	3. 完成 4. 完成 5. 完成		20	20		3 目
苦参结直肠癌RCT入组10例跟踪和督促	1、2项未完成扣3分，	1. 跟踪表	1. 完成10例入组					
FER记录 邮件	1. 面试19个人，4位上人员委 2. 完成3个项目评估	9	9		5	部门管理	1. 人员面试和到岗2位 2. 立项和开题评估支持	未完成每项扣3分

下达人：　　考核人：　　被考核人：　卢兴红

职责、上级交办、客户需求中提取②考核标准要具体并能够衡量，从数量、质量、时效性、成本和客户（上级）的评价等方面确定③项目按重要到次要排序，分值的设定以5分为基础分值。如属于协调、督促类的工作，可以2分为基础分值，要有明确的区分④每月5日前，被考核人将上月考核结果（签字版）及当月考核表（签字版）

注：①项目一般不超过5项，从I根据重要性而不是工作量，交至集团人资部。

泰盛制药9月总经理考核

上级评定	因　素	序	项　目	考核标准	考核办法	数据来源	考核结果	自评结果
20		1	生产任务	1、组织完成粉针车间生产任务200万支； 2、组织完成固体制剂车间生产任务360万袋	1个车间未完成生产任务扣10分，全部未完成扣20分	生产记录 生产指令	按生产计划均已完成	20

振东健康 ZHENDONG HEALTH

营销中心9月大区总监考核

序	项 目	考核标准	考核办法	数据来源	考核结果	自评结果	上级评定	因 素
1	医院开发	岩舒开发1家，流向大于100盒	未完成扣40分	商务数据	完成大理中医院	40	40	入组进度慢
)	院长级别11人	ZQ6200-1 2	院长邀请	邀请23名院长参会	少一人扣2分	市场部	基本完成	40	20
5	未完成	3	地政组局	1、完成3次地政宴请； 2、拜访地政不少于10人。	未完成各扣10分	拜访照片和费用申请	宴请少一场拜访完成	17	15
)		小 计						97	99

被考核人： 从竹成　　下达人：　　考核人：

评价等方面确定
明确的区分

注：①项目一般不超过5项，从职责、上级交办、客户需求中提取②考核标准要具体并能够衡量，从数量、质量、时效性、成本和客户（上级）的
③项目按重要到次要排序，分值的设定根据重要性而不是工作量，以5分为基础分值。如属于协调、督促类的工作，可以2分为基础分值，要有
④每月5日前，被考核人将上月考核结果（签字版）及当月考核表（签字版）交至集团人资部。

I.

员工　　月份工作计划（考核）表

日　日　　团队：　　时间：　年

备注		计划指标					实际完成		
		分类	项目	内容描述（节点、数量、具体指标清楚）	完成时间	分值	审评（完成情况）	得分	原因分析
本岗位工作中5-7项关键指标	ZG1000-	日常工作90%							
		临时工作10%				10			
		合计				10			

被考核人：　　下达人：　　考核人：

⑤违规罚500元。　　考核主管于每月10日前考核完毕，并绩效反馈报总经理审批④人资部保存一年后归档

03

2024

层级	薪资分配比例	月度工资				年度工资				备注
		考勤	目标	过程	素质	利润	企业	市场	年度	

	层级	月年	考勤	利润	销售	订单完成率	过程	素质	利润	销售	订单完成率		备注
分管企业，分管企	分包企业	6:4	50%	15%	15%		15%	5%	50%	50%			销售、费用均为集团数据，分业并分包市场的考分包企业分管企业为生产企业的，考分业利润
	分管市场					15%			50%		50%		
	无任何分管			30%					100%				
30%，	**子司总级**	**月年**	**考勤**	**利润**	**销售**	**订单完成率**	**过程**	**素质**	**利润**	**销售**	**订单完成率**	年度目标（见附件）作为奖励项，季度跟踪、年度盘点、完成兑付。	海南康朗月度考核费用占比 年度考核费用占比 100%
	太原医贸			20%	10%				70%	30%			利润为 B2B
补助，	中药材	6:4	50%	30%			15%	5%	100%				中药材利润：必须包含政府补 只算年度 中药材销售：不含全蝎
度	生产			20%		10%			70%		30%		利润为剔研考核，成本角

A.

OTC —
—

部门	薪资结构	月度考核				考核项目说明						
		考勤工资	考核项目			目标考核		考核说明		过程考核	素质考核	
			目标	过程	素质							
年计划晚总结：[illegible] 90%，-5 分； 月培训 2 课时：未 成-5 分； 两微工程：文宣部 推执行		中心	6:4									
		OTC 中心	年薪 6:4	50%		40%	5%	5%	中心销售达成-流向	年度完成率低于 80%或同比下降的目标考核为 0； 2、销售新品 40%：完成率低于 80%，目标考核为 0。 3、销售不封顶。	开发、会议、拜访、数据分析、人员梳理等事项	1、 于 2、 完成 3、 标准
		基层中心	年薪 6:4	50%		40%	5%	5%	中心销售达成-回款			

B.

- 年度考核

年薪分配比例	考核比例及标准		
年 40%	销售达成	中心费用控制	人员管理
100%	40%	30%	30%

（1）销售达成 40%：2024 年中心销售整体达成考核要求：主品、新品销售考核。

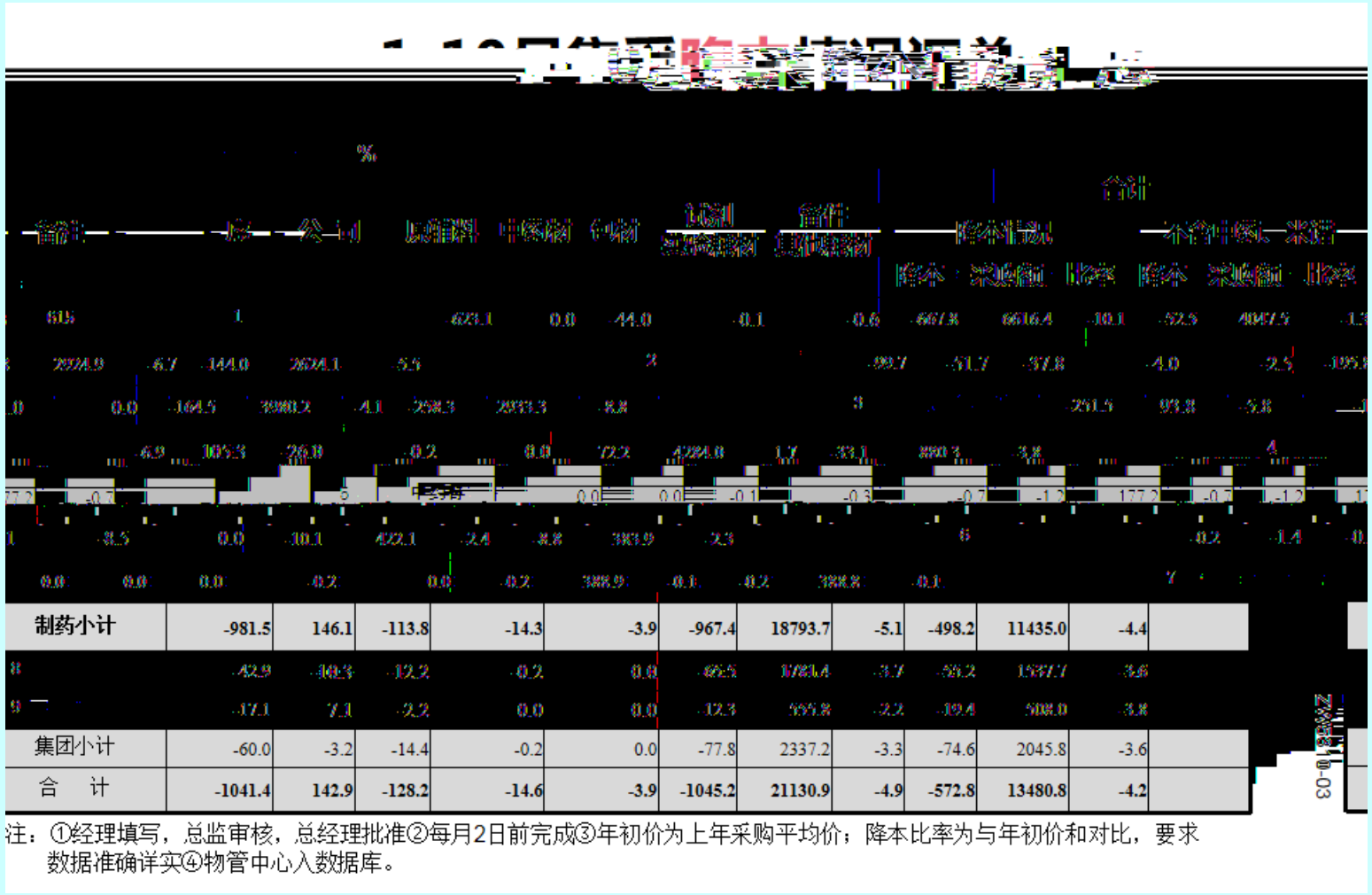
①销售主品 30%：年度完成率低于 80%或同比下降的年度销售考核部分为 0。

②销售新品 10%：年度完成率低于 80%的，年度销售考核部分为 0。

（2）费用控制 30%：费用超出预算标准，此项考核为 0.

（3）人员管理 30%：中心新员工 0-3 个月年度整体离职率高于 30%的，年薪部分此考核项目扣减 50%；中心员工因管理拖延产生的异常情况涉及争议赔付项的，考核项目扣减 50%并从中心利润中扣除赔偿对等金额。

C.



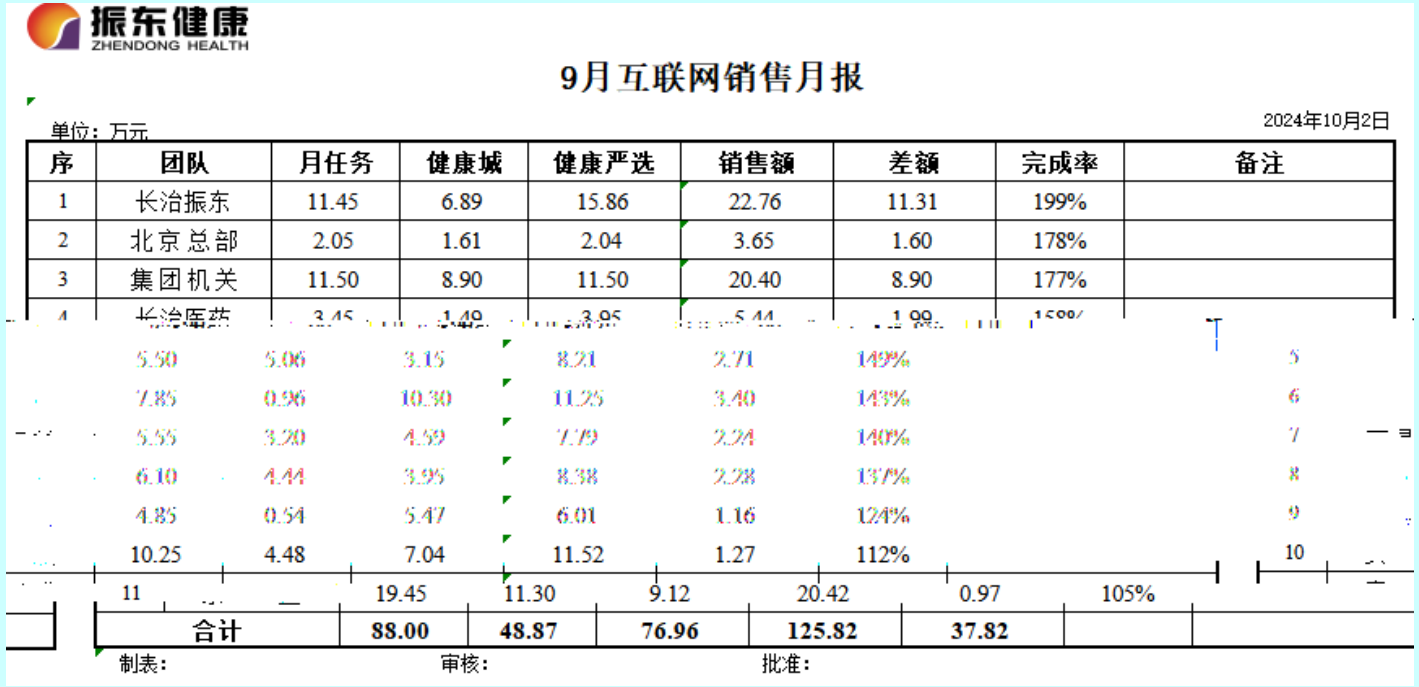
制药小计	-981.5	146.1	-113.8	-14.3	-3.9	-967.4	18793.7	-5.1	-498.2	11435.0	-4.4
集团小计	-60.0	-3.2	-14.4	-0.2	0.0	-77.8	2337.2	-3.3	-74.6	2045.8	-3.6
合　计	-1041.4	142.9	-128.2	-14.6	-3.9	-1045.2	21130.9	-4.9	-572.8	13480.8	-4.2

注：①经理填写，总监审核，总经理批准②每月2日前完成③年初价为上年采购平均价；降本比率为与年初价和对比，要求数据准确详实④物管中心入数据库。

D.

层级	薪资分配比例	月度工资				年度工资		备注
		考勤	目标（利润）	过程	素质	利润	年度目标	
总监	7：3	70%	10%	15%	5%	100%	另附	
经理	8：2	70%	10%	15%	5%	100%		
非生产员工	100%	80%	——	15%	5%	————		保安、保洁、司机不参加过程考核
生产员工		100%计件工资			5%			

E.



振东健康 ZHENDONG HEALTH

9月互联网销售月报

单位：万元　　2024年10月2日

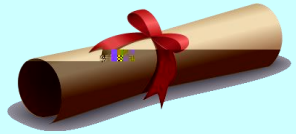
序	团队	月任务	健康城	健康严选	销售额	差额	完成率	备注
1	长治振东	11.45	6.89	15.86	22.76	11.31	199%	
2	北京总部	2.05	1.61	2.04	3.65	1.60	178%	
3	集团机关	11.50	8.90	11.50	20.40	8.90	177%	
4	长治医药	3.45	1.49	3.95	5.44	1.99	158%	
		5.50	5.06	3.15	8.21	2.71	149%	5
		7.85	0.96	10.30	11.25	3.40	143%	6
		5.55	3.20	4.59	7.79	2.24	140%	7
		6.10	4.44	3.95	8.38	2.28	137%	8
		4.85	0.54	5.47	6.01	1.16	124%	9
		10.25	4.48	7.04	11.52	1.27	112%	10
	11			19.45	11.30	9.12	20.42	0.97	105%	
	合计			88.00	48.87	76.96	125.82	37.82		

制表：　　审核：　　批准：

F.

20

A C 20%

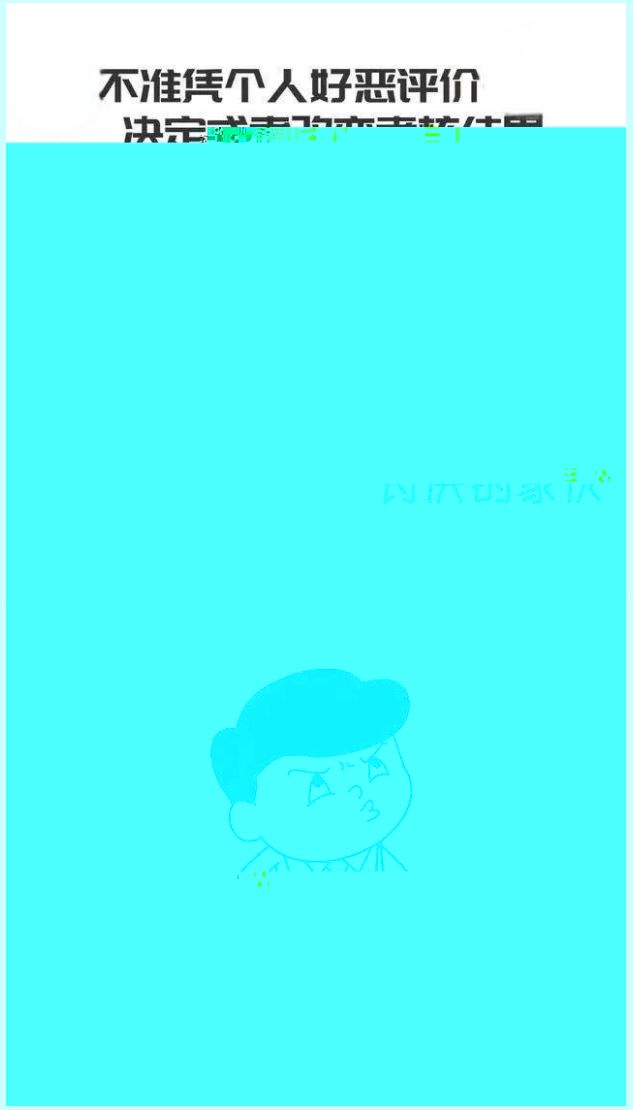


A.

B.

C.

D.



企业家爱国 就是做好产品

为中国人设计 让中国人健康