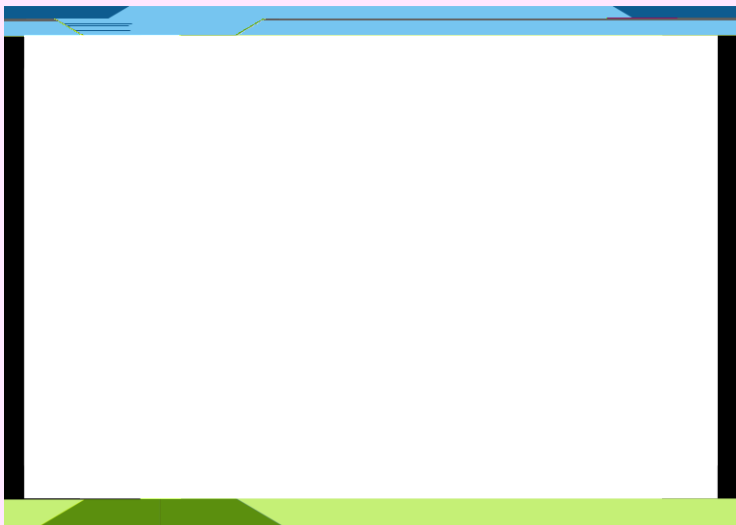
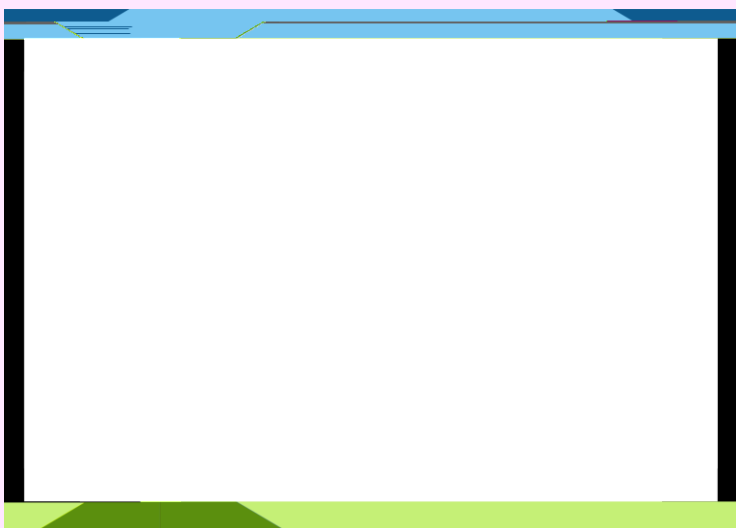


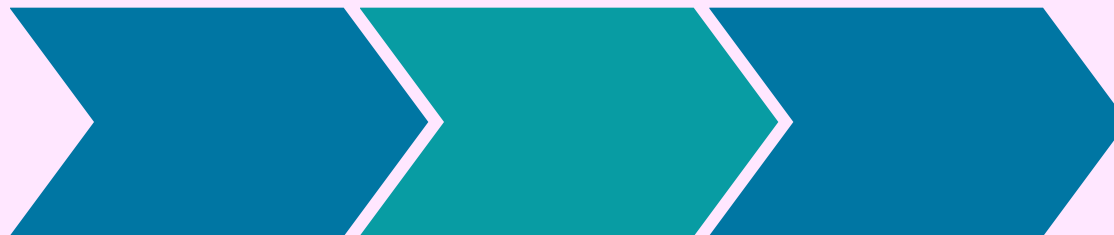
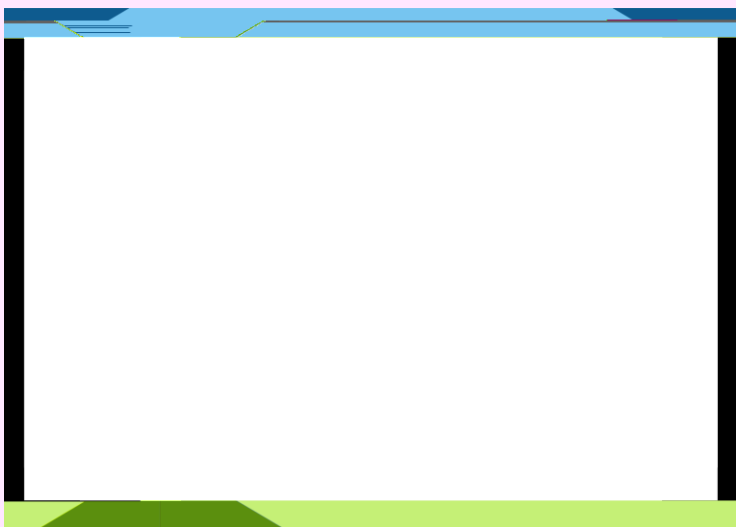


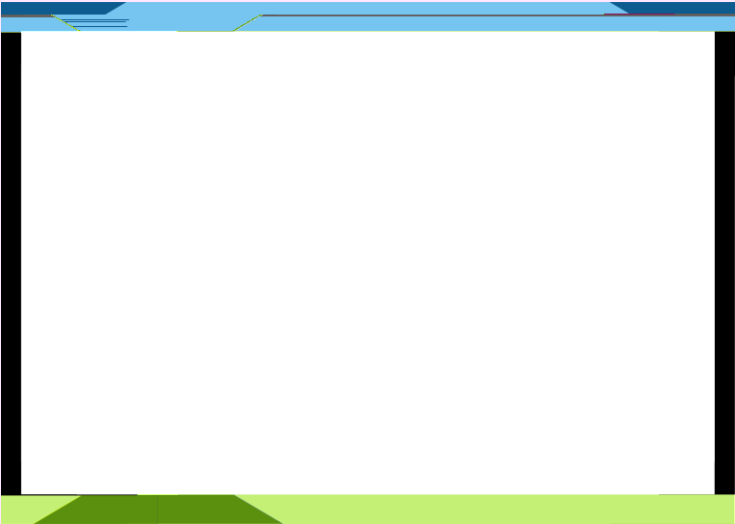












营销系奖励汇总									
单位：元					2024年7月5日				
姓名	部门	项目	金额	备注	姓名	部门	项目	金额	备注
109.1%	—	—	—	4.0		临床	陕西	2365	2581
103.2%	—	—	—	4.0		临床	江西	1452	1498
102.9%	—	—	—	4.0		临床	上海	2473	2546
100.3%	—	—	—	4.0		临床	吉林	2305	2312
118.2%	—	—	—	2.0		临床	西藏	170	201
岩舒	江西省肿瘤医院			2.0	开发	临床	江西	李 硕	
岩舒	赤峰肿瘤医院			1.0	恢复	临床	内蒙	张旭明	
岩舒	河北省人民医院			1.0	恢复	临床	河北	路 鹏	
大	昆明医科大第一附属医院			1.0	开发	临床	河北	路 鹏	
大	昆明医科大第二附属医院			1.0		临床	云南	王泽宁	达菲所
计				39.0		临床			小计
102.0%	—	—	—	1.0		基层	河北	1072	1093
119.4%	—	—	—	0.5		基层	陕西	283	338
124.0%	—	—	—	0.5		基层	湖北	129	160
计				2.0		基层			小计
117.0%	(190)	(115)	139.0%	2.0		国际部		2700	3152
128.1%	80	161	201.2%	2.0		五和	山西	661	846
101.8%	421	429	101.8%	1.0		五和	网商	421	429
计				3.0		五和			小计
				46.0					合计

(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”为主线，以产业优化为基础，以科技创新为先导，以市场拓展为方向，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，打造最具影响力的普济利企业。按照“方向不能错，目标可

制定“四定”方案，即定岗、定编、定员、定责，实现“规划形成战略，细化完善策略，部署明晰战术”的目的。

品牌策略

分 发展方向

收入达到130亿元，跻身制药工业45最响、国内知名的民族工业品牌。

5, 打造山西第一品牌。

F、投资并购等方式，争取成功研发

5 款仿制药, 14 款一般仿制药, 23 款原料

复方苦参、舒血宁等5款产品的深
项临床研究。

营销中心, 夯实临床营销网络, 继续扩

土屋厚彦著 楊國敏 丁洪芳 譯 創公

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

三、中国农村合作化运动

与民同富 与家同兴 与国同强

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，选择与公司产品，开展并购，以实现公司生产、销售的目的

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

9、扶贫：继续贯彻扶贫济困日、冬助日扶贫、爱天使基金，以产业带动农民持续增收。

第一音 点

制定本方案。

第一节 企业品牌

第一部

争取到2025年，销售收

强，把振东打造成山西品牌。

1、品牌：超越山西汾酒

2、研发：采用联合科研

1-2 款创新药, 5-6 款高端仿

药；完成芪蛭通络、脑震宁、度研究、二次开发；推进 65

3、营销：依托三大营销

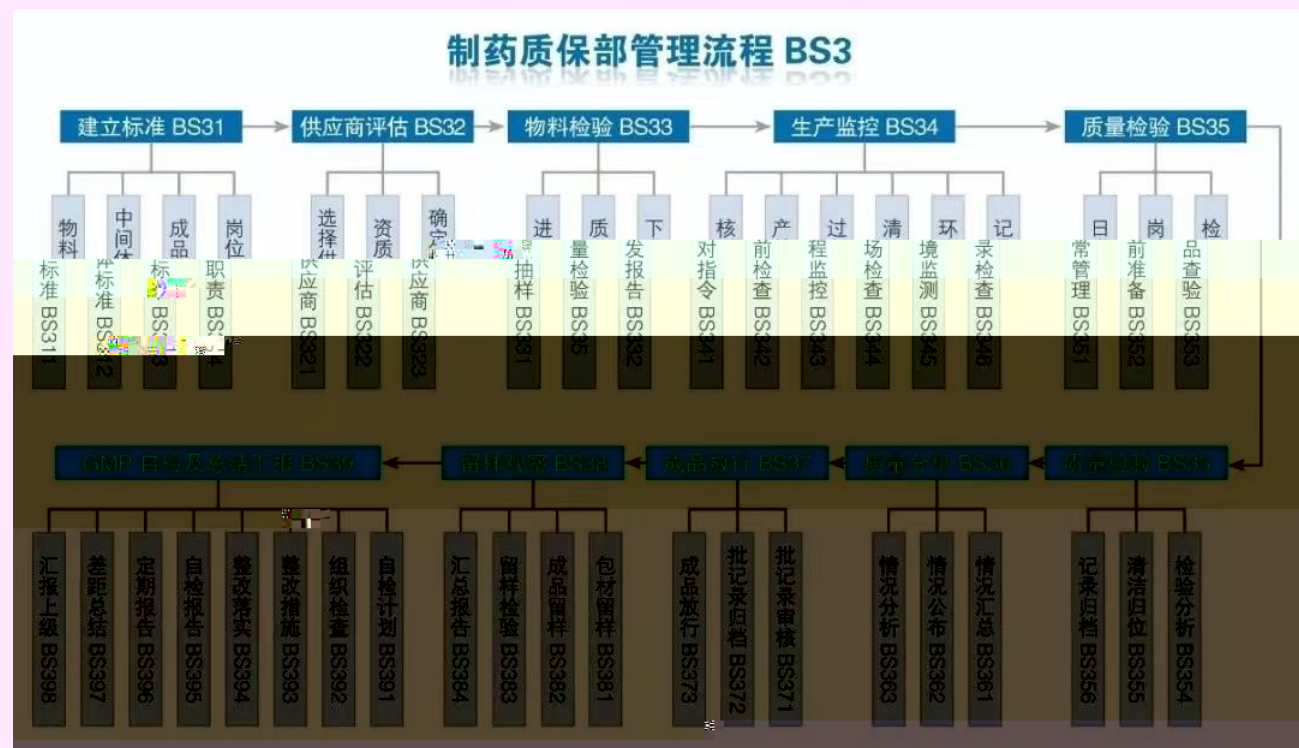
尾端作軟端圓狀 外面光滑

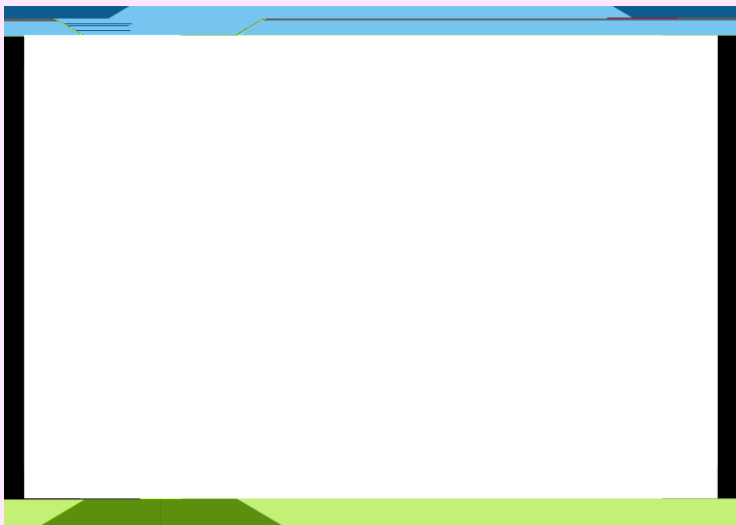
启动正

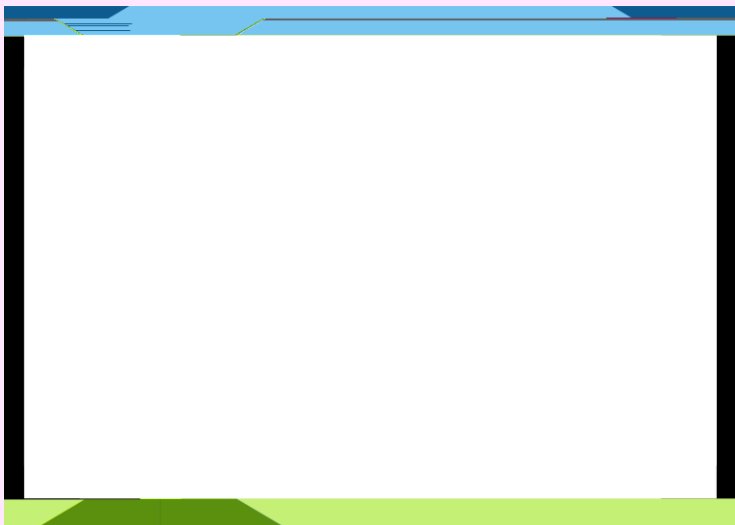
为

[illegible]

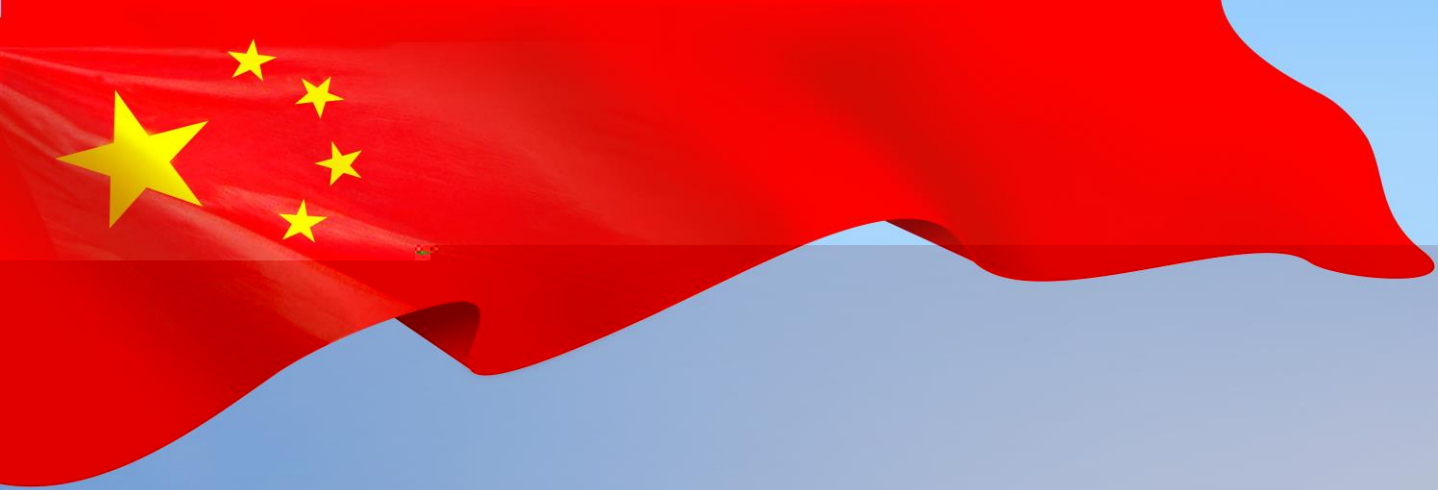
与民同富 与家同兴 与国同强











企业家爱国，就是做好产品

为中国人设计 让中国人健康

中国冷媒网 中国冷媒网