

太极集团有限公司文件

TAIJI GROUP LIMITED COMPANY

太极集团〔2015〕5号

签发人：白礼西

创新决策 跑向世界

在红军面临灭顶之灾的 1934 年，毛泽东主席运用“避实击虚”、“在运动中消灭敌人”的游击战术，成功组织红军四渡赤水，摆脱了几十万国民党军队的围追阻截，创造了世界军事史上的奇迹，这个奇迹最成功的经验是四个字：“沟通”和“决策”，毛泽东要求红军的班长要给每个战士都讲明白为什么要“跑来跑去”，最大限度的避免了误会和内耗，把一场艰苦的消耗战变成了一场拖垮国民党追兵的娱乐战。

在中国现代史上，1949 年毛泽东给中国人创造了人人平等的地位，1978 年邓小平满足了每个中国家庭都期盼的过上丰衣足食生活的愿望，2015 年习近平针对“泛滥的权利”要求把“烂权”装进笼子里。这三次重大生产关系的调整都促进了生

产力的大发展，我们完全相信到 2049 年的时候，中国梦必定会实现。

当前，世界经济已完全进入互联网时代，而世界经济的潮流将加速进入大健康时代，人类已转向追求更好的环境、更健康的生活、更长寿的生命和地球安全上来。21 世纪将是人类追求改造自己的世纪，必定会是生命科学的世纪。毛泽东主席在《矛盾论》中指出：“外因是变化的条件，内因是变化的根据，外因通过内因而起作用”，俗话说“时势造英雄”，英雄是内因，时势是外因，能够成为英雄的，必须会识时务、顾大体、顺势而为。太极集团已经错过了第一轮民营化和全民房地产的浪潮，我们不能再错过第五波财富的到来。为此，在未来五年里，太极集团要实现以下三大战略目标：

确保工业销售突破 200 亿元，力争 300 亿元。一是太极水、太极米、太极肉等基本健康食品销售要突破 150 亿元；二是销售总公司拳头品种的销售要突破 50 亿元；三是普药系列产品销售要突破 50 亿元。

将太极水、太极藿香正气液、太极米等大健康产品通过互联网和电商加快海外市场的销售，并通过专业、快捷的贸易方式将海外的健康产品大量引入中国市场，打造中国境内最大的健康产品销售平台。

到 2020 年，即通过五年的努力，建成完全适应中国市场和海外市场的营销方式、营销队伍和营销管理体系。在这五年里，必须进行产权制度的优化，完全实现革命性的管理流程再造和高度的信息化控制。

2015 年是中国改革开放关键之年，也是太极集团加快实现上述战略目标的首年，必须全力抓好太极水、太极藿香正气液、太极急支糖浆、太极天胶、益保世灵、小金片、太极肉、太极米、太极藏药、太极十全大补膏、太极超六、独圣活血片等骨干产品销售，力求单品种销量上规模，力求后续产品群的快速形成，务必通过实施“管理一号工程”打造超强的成本竞争力。必须在 2015 年 1 月份内全面商定 2015 年年度计划，各公司、厂原则上都要保持 20% 以上的增长速度，同时要注重：1、充分尊重片区销售人员的意见；2、充分尊重省公司经理的意见；3、充分尊重销售公司老总的意见；4、充分发挥经销商的作用；5、充分发挥大众媒体的作用。尤其是要加强市场的优化，“打得赢就打，打不赢就跑”，市场竞争中占领新市场比坚守一个小高地要划算得多。随着人口的迁移，西北地区富人向成都集中，东北地区富人向广东集中，华北地区富人向海南集中，农村人口空心化，城市健康需求新变化，这些都需要我们尽快调整策略予以应对。

毛主席说，政策和策略是党的生命。销售总公司和各公司、厂的主要职责是：在认真学习和贯彻集团发展战略和年度《工作指南》精神的前提下，着重突出“策略制定、营销管控、经验推广”三大工作，尤其是加强营销理论学习，反思我们在“4P+1”（产品、价格、渠道、广告、队伍）方面的缺陷和不足，特别是长期忽视产品的学术价值研究。要大力发挥产品经理的学术作用，加强渠道建设，让经销商愿意为太极干活，干了活肯定能挣钱，挣的钱都来自于太极产品销量增长上。集团

公司以董事长为首的战略研究小组要着重抓好“发展战略、品牌维护、创新队伍”三大工作。集团总工程师、总经济师、总会计师、采购总监必须紧紧围绕发展战略修订五年战略发展目标、战略实施路径、管控战略发展成本，确保 2020 年 200 亿元工业销售目标顺利实现。

集团公司商业企业必须加大向国内“标杆”商业单位学习，2015 年必须着重突出“品牌促销”，不断优化品类管理，牢固抓住药品、保健食品销售，加大力度营销健康产品，同时要充分调动和发挥商业系统各级人员的创造性。2015 年除了要确保实现 180 亿元的年度销售目标外，还要完成修订未来五年商业确保 500 亿元、力争 700 亿元销售目标的实施方案。除了更加重视直营销售外，更要研究多种形式、多种持股比例的商业混股、参股方式，包括大力发展医药商业委托管理。

全集团要大力发展社区物业管理，直面更多的消费者，利用集团多种优越的资源，将他们发展成为铁杆会员，带动商业和工业的增长。

全集团要全力抓好以下十项工作：

- 1、藿香正气液突破 10 亿元销售（实现华南市场提速增量和海外市场突破）；
- 2、急支糖浆突破 5 亿元销售（实现基药销量突破）；
- 3、太极水突破 2 亿元销售（川渝地区实现家喻户晓）；
- 4、天胶突破 2 亿元销售（重点抓好天胶零售前十名药房的工作）；
- 5、商业直营零售突破 12 亿元销售；

- 6、与 1000 家供应商建立战略互惠关系；
- 7、实施“管理一号工程”，全方位降低 A3、S4 等产品的成本与费用；
- 8、加快商业与物业的发展；
- 9、完成三家上市公司整合；
- 10、全力提高职工收入。

创新，是世界的灵魂，更是民族的灵魂。大约三千年前，我们的老祖先在中国最早的书《黄帝内经》中告诉我们“上医治未病，中医治欲病，下医治已病”。太极集团要坚守治已病，尽快做“中医”，更要做“上医”。让我们心无旁骛、凝神聚气，高举创新大旗，推动太极跑向世界！



太极集团有限公司办公室

2015年1月15日印发

校核：谢姣
