

# 太极集团有限公司文件

## TAIJI GROUP LIMITED COMPANY

太极集团〔2015〕8号

签发人：白礼西

### 关于抓好“3+2”工作的通知

各公司、厂：

中国医药市场目前处于半政府经济、半市场经济状态，医药工业品牌企业与小企业界限已经分明，医药商业企业各业态竞争力差别已经拉大。由于强烈的市场挤压，医药工业、商业无不“唯利是图”。所以，如何正确处理“利”字当头，又必须确保产品质量，维护品牌影响力，是我们当前营销工作的首要难题。为了抓好2015年全集团医药工业营销工作，现将“3+2”要求通知如下：

一、“3个全面”和“2个突破”

“三个全面”是：

1、全面建设有序的销售体系；

- 2、全面建设医院代理销售队伍；
- 3、全面加强销售成本管控。

“2项突破”是：

- 1、突破价格制约瓶颈；
- 2、突破销售队伍本地化制约。

## 二、抓好“三个全面”工作

- 1、全面建设有序的销售体系，主要抓好以下五项工作：

(1) 各省一级代理商，能确定一家的，尽量不搞两家代理，即使有两家代理，也要区别市场划定销售。

(2) 二级分销商原则上在 200 公里范围内尽量只设一家二级分销商。

(3) 一级代理能够直接完成二级配送的，不再设二级配送商。

(4) 一级代理商必须对所辖市场进行价格、物流控制。承担维价、控量的主要责任。一、二级代理商均需安装 B2B 软件系统。

(5) 一级代理商必须控制所辖市场终端零售价格。不必要求对大小零售终端的全覆盖，坚决取缔打价格战、低价促销的零售终端。

- 2、全面建设医院代理销售队伍，主要抓好以下五项工作：

(1) 全力争取公司骨干产品进国家基药、省基药和国家、省两级医保目录。

(2) 专门生产医院专销品规，防止医院虚假销售，全力加大纯医院产品（如 M1、M5 等）的销售力度。

(3) 制定医院专销产品的价格政策，严防虚假销售。

(4) 筛选一批医院销售代理商，开展战略合作。

(5) 加强医院销售监管。

3、全面加强营销成本管控，主要抓好以下五项工作：

(1) 全面加快营销成本的信息化管控工作。

(2) 实施营销环节利润倒逼核算制度。

(3) 落实营销费用指标分解到人体系，月月公布，季季考核。

(4) 全面加强产品经理工作，加强销售人员培训，特别突出产品说明书是最好的广告物料，销售人员必须随时能默写产品说明书，建立智慧型、专业型销售体系，全面降低营销成本。

(5) 考核目标市场投入产出比，提高川渝根据地市场和广东等大市场的产出率。

抓好“2项突破”工作：

1、尽快突破价格制约瓶颈：

近十年来，全国房价涨了两番以上，职工人均收入增长一番以上，企业成本不只上涨了一番，而药品价格却只降不升，这严重背离了“黄金有价药无价”的市场规律。苛刻的药品招标体系，严重背离了药品的成本泯灭了人们的基本良心，药品质量控制体系形同虚设，药品 GMP 认证、GSP 认证造成企业巨大的浪费，何况，随着中国一大批中产阶级的诞生，他们不再认为低价能买到好东西。为此，我们需抓好以下五项工作：

(1) 实现价格观念的突破。性价比不能只是价格比，便宜无好货。

(2) 要有壮士断腕的决心。不再补贴药价倒挂的销售，放弃无利可图的任何品种或市场。

(3) 经销商要有足够的利润来主动销售产品。

(4) 大力抓住企业的 OTC 产品的销售，双跨品种遇到价格冲突时，可以放弃医保资格。

(5) 大力发展大健康产品的销售。

2、尽快突破销售人员本地化的制约。

独生子女政策已造成中国国力的大幅下降。父母始终要求子女“像小鸡一样躲在自己的翅膀下面以免被老鹰叼走”，为此，

(1) 每年新增本地化销售人员 200 名，女性为主。江、浙、沪、广东、福建，川、渝地区可选择 1/3 的男性。

(2) 优化省公司销售人员管理体系，尽快较多较快培养本地化骨干。

(3) 有计划充实川、渝及云、贵根据地市场销售力量。

(4) 尽快优化本地化销售人员经济责任制。

(5) 全面加强销售人员太极精神教育，培养本地化人员成为太极集团主人翁。

请各公司、厂董事长组织本单位中层以上干部专题学习本文件精神，并将本文件精神落实到 2015 年计划方案中，集团公司还将主办本文件精神学习的专题会。要求各公司、厂在 2015 年工作实际中有更多创新，取得更多的经验和成绩！



---

太极集团有限公司办公室

2015年2月2日印发

---

拟稿：白礼西

校核：谢忆

---