

绝密

# 太极集团有限公司文件

## TAIJI GROUP LIMITED COMPANY

太极集团〔2017〕18号

签发人：白礼西

---

### 关于印发《2017年度工作指南》的通知

各公司、厂：

2016年度集团全体职工团结进取，销售、利润、税金及职工收入四大指标再创新高，全年实现销售330亿元。为了再接再厉，稳步推进“千亿太极”规划实施，全力完成2017年全集团销售400亿元的工作目标，现将《2017年度工作指南》印发给你们。请各单位组织认真学习、领会指南精神，并根据文件要求结合本系统、单位情况在2017年1月20日前制定下达工作大纲及实施计划，创新与鏖战质量关，实现太极快速发展，确保圆满完成各项生产经营任务。

附件：2017 年度工作指南



---

太极集团有限公司办公室

2017年1月3日印发

---

拟稿：金思岑 崔海燕 黄安妮

校核：金思岑 夏茜

---

# 创新与鏖战质量关

——2017 年度工作指南

“变”，2016 年，世界形势转折性变化。首先，国外：英国“脱欧”，特朗普当选美国总统，民主退潮，“美国主义”开始起航，标志着世界将进入多元化时代，中国也将更快地走向世界舞台。其次，国内：“要像反腐一样反霾”的号角已经吹响，“23 城红色雾霾预警”警示中国决策层和广大民众：最基本的其实是最重要的——那就是清新的空气、没有被污染的水和土地、安全的食品和药品。“生态立国”成了习主席执政的最高理念。在我们首都北京，有钱人家的小孩都在买外国空气来呼吸，这是我们改革开放追求的美好目标吗？肯定不是！在建国以来最高层次的全国卫生与健康大会上，习主席深情而又沉重地告诉我们“没有全民健康，就没有全面小康”。12 月 6 日，国务院发布《中国的中医药》白皮书，明确将中医药上升为国家竞争力战略。更为重要的是《中医药法》已获全国人大批准，全世界人民将充分分享上千年中医药带给人类的伟大文明。

2016 年，太极藿香正气液单品种销售突破 10 亿元，其“有序营销模式”的成功实践不仅推动了全国医药商业经营理念的深度转型，而且 2017 年全国“有序营销模式”还会加快全国

医药工业所有品种市场份额颠覆性的变化，将会更快、更多、更有力地用市场的手段而不是行政的手段来全面提升医药行业集中度，许多劣质企业、劣质商品将会被市场理性地抛弃。此外，太极藿香正气液“有序营销模式”的成功预示着太极集团的中国梦想开始实现，太极藿香正气液将代表中国医药军团正式走向世界，真正成为走向世界市场的第一个中国药品大品种。未来十年太极藿香正气液完全可能实现年销售 200 亿元，成为全球首个销售跨 200 亿元的中国药品。我们拭目以待！

### 难忘的二〇一六年

2016 年，太极集团主要抓了“思路创新，成本攻坚”工作，尤其是太极藿香正气液“有序营销体系”的成功实践。在 11 月 29 日昆明药交会藿香正气液专题会上，与会的经销商摩拳擦掌，纷纷表态：一是要让藿香正气液在 2017 年增长 50% 以上，二是为了老百姓健康，不再销售其他同类劣质药品。为什么？太极集团的藿香正气液不仅价廉物美，还很能赚钱。

**2016 年，我们取得了十大成绩：**

- 1、太极藿香正气液销售首破十亿元大关。
- 2、核心产品群再创营销佳绩。
- 3、商业成功实现扁平化管理。
- 4、成本竞争力大大增强。
- 5、思路创新喜结丰硕成果。

- 6、 中药材种植与营销融合发展。
- 7、 科研工作再上新台阶。
- 8、 战略型新兴产业发力增长。
- 9、 全员专业技术培训喜获丰收。
- 10、 四大指标再创新高。

### 一、太极藿香正气液销售首破十亿元大关。

国家管理要依法、市场营销要有序。《康熙字典》讲：法，就是制度；序，就是位置，就是各尽其责、分工合作。有序营销体系抛弃了“控销”的“工业”霸权主义思想，从打造生态市场的角度，提出了可持续、可复制、有内生动力的市场体系运行方案。紧紧围绕消费者理性消费为核心，性价比为最强竞争力，平等地协调顾客、经销商、生产商三者之间的互动关系，力图达到各司其职、共同发力，实现共赢的分享经济模式。

太极藿香正气液是《国家基本药物目录》中唯一的一个低价药，也是国家限价品种。这样一个千古第一方、能治百病的良药，在 2016 年前对经销商而言形同鸡肋，又爱又恨，爱的是可以当现金使用，随时变现；恨的是几无利润，还要贴“棒棒费”。对消费者而言是又爱又恼，爱的是这个药真管用，许多病非它不行；恼的是价格太乱，一个药店一个价。对于生产厂是费力不讨好，每年开经销商会，商业的朋友都发牢骚，藿香正气液谁都不赚钱。更让人揪心的是，近五年来太极销售人

绝密

员 90% 的精力都在“维价”、“维价”！“维价”何时休？有的个体药店老板更将藿香正气液藏起来不卖，因为不赚钱。怎么办？当机立断，痛下决心！2016 年 2 月 28 日，太极藿香正气液首开全国先河，川渝市场独家经销权拍卖；2016 年 3 月 18 日，太极藿香正气液全国市场省级独家经销权拍卖；2016 年 3 月 19 日，该条新闻成了自媒体十大新闻：太极集团狂收藿香正气液代理费 2.1 亿元。市场经济就是用人民币衡量价值，扯淡没用，中国王牌药诞生了！

接下来长达六个月的系列营销活动在全国如火如荼地展开。2016 年 11 月 29 日，昆明药交会抚仙湖太极藿香正气液专场会上，成都德仁堂总经理曹康代表发言道：“1、截至 2016 年 12 月 1 日，四川市场销售藿香正气液 3.3 亿元，增幅约 40%，创历史新高；2、藿香正气液为德仁堂盈利约 2100 万元，成为该司毛利冠军；3、德仁堂通过藿香正气液打造了一个有序的、全覆盖四川市场 4 万个终端的配送网络；4、工业销售人员不再从事维价了，全力从事消费者培育工作。”巨大的市场开始滚雪球了！

太极藿香正气液“有序营销体系”的成功还推动了太极系列骨干产品在 2016 年 12 月 1 日前也全面完成了有序营销体系的建设，从前的“鸡肋”变成了经销商争相抢购的“金钵钵”。更让我们看到了“千古第一方”将在太极人手里变成“当今第一方”。我们发出了让太极藿香正气液未来十年在国内市场销

售翻三番的豪言壮语：即年销售分别在 2018 年单品种过 20 亿元，2021 年单品种销售过 50 亿元，2027 年单品种过 100 亿元。同时我们誓言用十年时间全力开拓东南亚、南美、南亚、中东、非洲市场，随着孔子学院由单纯的语言教学转为中国功夫、中医药的培训，全世界将有更多的人学中医、用中药，更多的老百姓使用太极藿香正气液。我们的奋斗目标是未来十年将太极藿香正气液打造为“中华第一药”，国内外市场年销售突破 200 亿元人民币，成为第一个真正走向世界的中国药品。

## 二、核心产品群再创营销佳绩。

1、资源垄断性产品太极水是太极集团高速前行的“两水战略”（太极藿香正气液+太极水）之一，“水神”大赛让消费者体会到了利尿、降尿酸的“快感”。半小时喝水 37 罐，利尿次数 5 次成为“水神”记录。太极水全年完成 1.5 亿元销售收入，同比增长 80%，同时太极水在新加坡成功销售。新太极水会员系统在线成功营运，将大大降低消费者的购买成本。

2、益保世灵通过学术营销和科学、合理的招标工作实施，实现销售 4.3 亿元，同比增长近 6000 万元。

3、西南药业洛芬待因缓释片加大学术推广力度的同时实施精细化招商、深度分销，单品种销售突破 1.8 亿元，同比增长 3500 万元，增幅 25%。

4、桐君阁药厂小金片加大学术营销和等级医院开发力度，单品种实现销售 8000 万元，增长 2100 万元，增幅达 36%，其

中北京市场销售达 3500 万元、上海销售达 1500 万元。

5、绵阳药厂五子衍宗丸（浓缩丸）借“多孩政策”东风，通过强化价格和渠道的维护、终端动销活动及广告宣传，实现单品种销售 3000 万元，同比增长 1600 万元，增幅达 121%。

6、中药二厂六味地黄丸（浓缩丸）同全国 100 家大中型连锁公司实现了战略合作，省外市场强化产品运作及考核力度，实现销售 6500 万元，同比增长 1200 万元，增幅达 23%。

7、天诚制药突出以川贝清肺为核心的川贝系列特色糖浆产品销售，围绕“霾”做文章，抓市场细分，强化连锁开发与深度合作，实现销售 3800 万元，同比增长 30%。

8、浙江东方补肾益脑胶囊、藿香正气胶囊通过改进包装、加大学术营销提升产品竞争力，销售双双过千万元，分别增长 27%、23%。

9、南充药厂生乳汁抓住“多孩政策”机遇，突出太极品牌，加强“母婴同补”的产品特点宣传，及时总结推广“新兴连锁药房”试点案例，半年实现试销过 100 万元。

10、健康产品以品质取胜、体验推广在食品领域已扎根，2016 年销售实现 3500 万元，增长达 30%。其中太极乌发露完成 850 万元、太极香菇酱完成 650 万元，已逐渐成为医药人和川渝两地老百姓的家庭常备。

### **三、商业成功实现扁平化管理。**

桐君阁“脱壳”后，集团公司一个月内完成了相关机构和

流程的扁平化管理工作，取得了系列喜人的成绩：

1、“桐君阁大药房”、“太极大药房”自 2016 年 10 月份起双双盈利。

2、绵阳药业集团利润突破 1000 万元大关。

3、桐君阁批发公司及成都西部医药通过藿香正气液全面升级终端配送网络，实现了川渝市场近十万家终端全覆盖，2016 年双双实现盈利大幅增长。

4、涪陵医药总公司利润突破 600 万元，涪陵区中医院药房托管模式积极推动了垫江、丰都、西充等二十多家区县级医院药房托管的进程。

5、德阳荣升、德阳大中、永川中药材公司精细化管理更上一层楼，盈利大幅增长。

#### **四、成本竞争力大大增强。**

1、大力降低财务费用，2016 年全年通过增加更多银行授信，减少高利息贷款，全面节约财务费用 5000 万元。

2、全面开展“三产”工作，加大战略采购力度，供应系统全年降低采购成本 5000 万元。

3、全面推进智能化生产，全年节约人工成本 1000 万元。

4、全面停业亏损药房，减少人工费用 1000 万元，减少药房租金 1000 万元。

5、全面加强质量管理、安全管理、环保管理，节约生产成本等 500 多万元。

## 五、思路创新喜结丰硕成果。

思路创新的作用往往比科技创新更重要，2016年我们取得了“七大思路创新成果”：

- 1、太极藿香正气液有序营销体系建设。
- 2、西南药业维C针排他性销售。
- 3、太极水高尿酸患者“水神”大赛。
- 4、医药商业扁平化管理。
- 5、供应链建设“三产”工作深入推进。
- 6、连锁药房减租减员。
- 7、销售总公司机构优化方案实施。

## 六、中药材种植与营销有机融合发展。

中医灵不灵，除了医术还要靠中药质量。当前中医药最大的危机是中药材野生资源枯竭，只有靠标准化种植才能扭转“药衰”的乾坤。因此，太极集团必须坚持走中药材原产地标准化种植之路，同时还将中药材种植与当地市场营销有机结合起来，2016年取得了可喜的成绩：

- 1、在10个县种植中药材面积超过10万亩。
- 2、四季青育苗完全成功，填补国内空白。
- 3、淫羊藿种子育苗6万株，在全国处于领先地位。
- 4、同酉阳县开展“县企合作”模式，酉阳县推动该县医疗机构采购“太极产”药品过千万元。
- 5、虫草种植与10户藏民合作成功，2017年将启动“百、

千、万”虫草种植示范工程，“虫草金矿”开山了！

6、在西藏林芝察隅县种植有机薏仁成功，公斤价成本控制 35 元以内，成功开启了大健康有机药材种植之门。

7、苍术规模种植快速增加，在地面积达到 3000 亩。苍术试种取得重大成功，有望实现国内苍术野生资源枯竭向种植满足社会需求的跨越，更是藿香正气液长期发展战略的物料保障。

8、半夏机械化种植，收获取得成功，可降低种植成本 1500 元/亩。

## 七、科研工作再上新台阶。

2016 年集团研发投入超过 3 亿元，R&D 达到了 3%：主要是新产品研发，其中新药 KDC（苦丁茶总皂片）单品种费用为 1.5 亿元。

1、太罗删除适应症限制使用说明书修订，历时两年终于获批。

2、新增 KDC 等 4 个新产品立项；完成珍菊降压片、护肝颗粒等 6 个中药产品转让；完成芪灯明目胶囊二期临床研究统计分析与专家论证；启动通天口服液、鼻窦炎口服液等品上市后学术研究；完成阿胶露和阿胶软糖两个食品标准申报；开展了 40 个中药配方颗粒品种的研究；启动 42 个品种的一致性评价工作。

3、龙胆泻肝片增加薄膜衣规格获生产批件；阿司匹林缓

释片、阿齐沙坦片、阿卡波糖片等获临床批件；特药硫酸吗啡缓释胶囊 24h 研究立项获得批件。

## 八、战略型新兴产业发力增长。

2016 年，在全国卫生与健康大会精神指引下，太极集团重新梳理了战略发展之路，确定未来三十年集中在以下四个方面突出发展优势，形成太极集团自己的战略性新兴产业：

（一）以中成药质量为核心，全力发展大健康产品制造业。

（二）以中药材标准化种植为核心，全力发展大健康农产品种植业。

（三）围绕“10+3”医疗及养生基地，以健康管理为核心，全力发展服务型新医药商业。

（四）以 3D 打印生物工程材料为核心，积极开拓新型医疗材料产业。

2016 年，在战略型新兴产业中取得不错的单项成果：

1、成为成都中医药大学附属银海眼科医院校外第一大股东，推动了该院的发展。目前该院已拥有十多位院士为客座专家，计划 2017 年春节开业，力争五年成为上市连锁医院。

2、四川藏医院获四川省政府批准建设，将于 2017 年 10 月 1 日前开工建设。

3、十个大中型专科医院已选定地址，全部使用集团在成渝的优良土地，土地优势已抢占医院建设先机。

4、三个养生基地建设全面启动。武陵山国家公园建设性

详规已获得涪陵区委、区政府批准，太极大健康夏季论坛永久落户武陵山。“天下第一城堡”超大型康养基地已提上重庆市有关部门工作日程。“太极世界理疗城”项目已通过海南省有关会议评审。

5、武陵山国家公园投资运营 15 年后首次盈利。

### 九、全员专业技术培训喜获新进展。

国民素质决定国家命运，员工素质决定公司兴衰。太极集团全体员工数十年如一日在“忠诚、团结、努力、责任”的太极精神指引下忘我工作，“朝行长江畔，暮宿黄河边”，使太极集团由小到大、由弱到强。但在适者生存、优胜劣汰的新环境下，太极员工的素质必须尽快地全面提高。为此，“好学、服从、踏实、肯干”的太极员工行为准则应运而生。只有不断地向强者学习、向对手学习，才能立于不败之地。

1、组织集团员工向国家的“潜敌”日本学习匠人精神，向国家的朋友泰国学习爱心精神，提升全体员工的精、气、神。

2、要求近万名从事销售的销售员、高管、店员背诵产品说明书，“说明书是最好的广告”已深入人心。

3、严格培训各中药饮片销售人员，开展“认药大师”技能竞赛。

4、开展 4000 名店员礼仪培训。

5、邀请中国工程院樊代明副院长等大师对 3000 多名销售人员开展脑力激荡培训。

## 十、四大指标再创新高。

2016 年全集团实现销售 330 亿元，利税 18 亿元，实现税收首次超过 10 亿元，在涪陵片区实现税收达到 5 亿元，沙坪坝区达到 2 亿元。集团工业产值及销售过双百亿元，工业销售完成 110 亿元，商业销售完成 200 亿元，创造了太极集团发展史上最辉煌的业绩。

## 2016 年三大问题

- 一、成本攻坚未取得系统性成果。
- 二、质量、环保、安全意识还有很大差距。
- 三、产权制度改革滞后加重了职工惰性。

## 二〇一七年工作

2017 年，我们的首要工作是：认真学习全国卫生与健康大会精神，以习主席指示为前进方向，确保藿香正气液单品销售突破 14 亿元，产值、销售、利税继续保持 20% 以上增长，为全集团总销售实现 400 亿元而努力奋斗。

我们工作的基本思路是：全面完成《千亿太极规划》修订，着重夯实“四大战略型”新兴产业实施方案，全面对接国家和省市关于大健康产业的“十三五”规划。2017 年，全面实施“A3 长子工程”，深化全员营销，提高为营销一线服务的质量，推动集团发展战略及产品营销策略顶层设计。尤其要加快实施

绝密

“两水”战略，加快藿香正气液和太极水海内外市场销售上量；尤其要加大急支糖浆等十大独家产品的销售规模；尤其要加大小金片等十大核心产品群的销售；尤其要加大金蒿解热颗粒等新产品上市力度。精耕细作川渝市场，依托“县企合作”，打造一批销售过1000万、2000万、3000万、5000万的县级市场。进一步推动公司产权制度改革，进一步推动重奖重惩机制到位，进一步推动全员核算制度建设，实施“员工个人核算工程”，调动每个员工进步的内生动力，强力推动太极集团发展更快、更强。

## 2017年十大工作

2017年要抓好以下十件大事：

- 1、举全集团之力抓好藿香正气液销售。
- 2、举全集团之力抓好太极水销售。
- 3、突破通天口服液等独家品种销售瓶颈。
- 4、全面提速小金片等十大核心产品群销售。
- 5、抓住医药商业新一轮重组机遇。
- 6、全面加快智慧化生产与管理，实施成本深度攻坚。
- 7、彻底降低质量风险。
- 8、兴起全员学历提升和技术升级热潮。
- 9、加快太极医药研究院建设。
- 10、加快推动全集团产权制度改革。

## 一、举全集团之力抓好藿香正气液销售。

1、完成藿香正气液海内外市场十年销售过 200 亿元的战略规划。夯实藿香正气液国内市场两年翻一番、五年翻两番、十年翻三番方案，确保 2027 年国内市场销售过百亿元。

2、完成藿香正气液海外市场销售方案制订，特别是东南亚、南美、南亚、中东、非洲巨大的高热地区市场的法律环境调查，全面提速市场准入。2017 年计划完成东南亚十国市场准入手续。东南亚市场 5 支装藿香正气液供货价自 2017 年 1 月 1 日起调为 12.00 元，其他目标市场按距离远近分别再上调 20% 以上。

3、实施川渝市场藿香正气液增销计划，确保川渝市场增销过 2 亿元。实施“车车有藿香，出国带 A3”工程。

4、实施“大战两广”计划，带动“两广”、“两湖”、福建、海南、云贵市场藿香正气液销售 100% 增长。力争未来三年广东销售超越四川市场，广西、海南销售超越重庆市场。

5、各公司、厂必须完成藿香正气液团购任务。

6、抽调数千人参加藿香正气液旺季促销活动。

7、召开首届太极大健康论坛，重点推动太极藿香正气液国际学术研究，推动全球医生都来使用、验证、研究太极藿香正气液。

8、确保 2017 年藿香正气液单品种销售突破 14 亿元。

9、全力控制藿香正气液工厂费用，工厂毛利不低于 50%，

商业毛利不低于 33%。确保 2017 年藿香正气液单品种毛利实现 7 亿元，利润实现 3 亿元。

10、万名医生开展藿香正气液 10 万例临床研究。

## 二、举全集团之力抓好太极水销售。

1、完成 G20 的 20 个国家市场出口销售。

2、重点抓好北、上、广、深四个一线城市高尿酸人群的体验式销售。

3、全面促进成、渝市场销量提升工作。

4、确保太极水销售突破 3 亿元，销量突破 1 亿罐，实现 100%增长，太极水单品种利润贡献 2000 万元。

## 三、突破通天口服液等独家品种销售瓶颈。

原销售总公司近五年来有三大难题，一直是阻碍集团发展的三大瓶颈：

一是销售秩序混乱、价格不一。销售人员忙于维价，疲于奔命，这个问题在 2016 年通过藿香正气液有序营销体系的建设基本上都已解决。2017 年着重是在落实省级独家代理商后，一方面要实现销售增量，另一方面有的省级代理商太单一，“鸡蛋不能放在同一个篮子里”，所以我们也要开展代理商竞赛，帮助小代理商成长。

二是通天口服液、太罗、鼻窦炎口服液、补肾益寿胶囊等独家品种，由于经销商没有利润动力，我公司毛利也很低，因此需要选择 1—2 个品种退出公立医院市场，全面开展民营医

院、诊所和社会药房销售试点，绝不能让这么多优秀产品被不讲理的医保价格困死。提升通天口服液在集团产品规划中的战略地位。通天口服液等骨干品种都应保持 30% 以上的增长速度，10 个独家品种利润贡献 1 亿元。

三是销售费用核算问题。2017 年必须全面实现销售费用核算，统计、考核到每个销售人员头上，考核到各销售公司和集团各级营销决策人身上，全面提高销售费用产出效率！

2017 年，三总部及新特药公司共要实现销售增长 10 亿元，其中藿香正气液增长 4 亿，益保世灵、天胶各增长 2 亿，以太罗、急支糖浆为代表的其他独家产品增长 3 亿元。

2017 年，全集团骨干产品及三个事业部销售收入要突破 45 亿元。

#### 四、全面提速小金片等十大核心产品群销售。

除“两水”（藿香正气液+太极水）战略性产品和集团已上市销售过亿元的独家品种外，各普药厂均有大量核心产品。这些核心产品疗效好、市场巨大，在 2016 年已呈规模化增长之势。各普药厂务必于 2017 年 1 月 10 日前由各厂董事长召集，亲自参与论证如何实现这些品种在 2017 年内呈翻番增长。

没有规模化销售就没有利润，就没有企业的发展前途。太极集团的成功经验就是：1、把急支糖浆做成了年销售过 5 亿元的单品种；2、把曲美做成了年销售过 10 亿元的单品种；3、把藿香正气液做成了年销售过 10 亿元的单品种。太极股份普

药部要尽快确定 2017 年销售过亿元、过 5000 万元、过 2000 万元的普药品种名单。要举全集团之力推动这些核心产品销售高速增长，2017 年普药系统销售收入要突破 40 亿元。

### 五、抓住医药商业新一轮重组机遇。

自 1995 年以后，中国已有 200 余家医药上市公司，这些上市公司依靠募集的资本金完成了中国改革开放以来第一轮大规模的重组，又通过十年左右时间的消化吸收，加上国家经济社会发展到了新的阶段，特别是“两票制”、“药品一致性评价”、“电商”等重大措施出台，许多中小型企业，无论是工业还是商业，都感到生存压力沉重，只有“抱团发展”、“优势互补”才能活下来。我们认为第二轮商业重组开始了，尤其是建立川、渝市场覆盖至县级市场的配送体系尤为急迫和重要。

为此，我们一方面要确保 20 亿元资本金在 2017 年上半年完成募集，带动银行资金和其他机构资金匹配到位，形成太极集团的资本优势。二是做好市场调研和分析，选定合作对象，合作方式更加灵活，各种方案均可尝试。三是未来三年，全国 31 个省区应有 3 万家左右太极大药房。四是利用太极藿香正气液在国内市场已形成百万个左右的终端网络带动更多的产品铺货销售，积极适应和壮大“两票制”带来的劣汰效应，建立更广泛的蓝海商业联盟。

2017 年要高举商业发展大旗，实现商业销售增长 50 亿元。实现商业利润过 5000 万元，其中桐君阁大药房 500 万元，太

极大药房 300 万元，绵阳药业集团 1500 万元，涪陵医药总公司 800 万元，桐君阁批发公司 1000 万元，其他公司汇总实现 2000 万元。

## 六、全面加强智慧化生产与管理，实施成本深度攻坚。

许多企业 2017 年能否生存，取决于该公司对成本和费用的管控能力。总体评价，太极集团尚处于一个粗放式的管理阶段。近年来，成本管理年年抓，年年有进展，但始终感觉离理想的目标还很遥远。问题在哪里？有以下几条：一是一把手精力有限，主要精力还放在营销上，缺精力！二是一把手和分管领导缺乏专业管理知识，尤其是财务管理、定额管理、信息管理等，缺思路！三是基层员工仍睡在“国企”的这个大床上没有危机感，好像“钱”从天上掉下来的，不但不做事还要添乱，缺基础！

为此，2017 年春节前完成各公司、厂领导班子及员工“双选”工作，完成“三个一”，即：1、末位淘汰一名班子领导，2、减少一个部门机构，3、后勤部门减员 10%。各公司、厂及三总部（司）销售费用在 2017 年 7 月 1 日前完成费用信息系统建设，务必做到“核算到人、实时监控”。同时尽快实施智慧生产管理工作，试点“员工创利计划”，每人创利至少一万元：锁定成本倒逼管理、智能监控、人人核算，算一算账，看到底谁养活了谁？上半年先抓太极水厂、天胶厂等试点，下半年全面铺开，确保全集团成本下降至少 10%，费用下降至少

10%。

大力推进太极国际化战略，推动部分生产企业通过 FDA、欧盟以及 PICS 战略，使太极产品获得国际市场准入资格，同时具备承接国外品种委托生产资质。

### **七、彻底降低质量风险。**

集团公司反复强调各公司、厂一把手自家性命都与质量、环保、安全三大工作密切相关。“三大工作”出问题，至少罚款一万元。事不过三，第三次出问题，除了罚款必须考虑换人。尤其是太极集团这种知名企业，每次一点小的产品质量瑕疵都会被媒体疯炒，严重影响股价和销售。因为社会在进步，消费者在成熟，人们在买药的时候除了考虑疗效、安全性、成本外，更看重企业的品牌。因此，质量、环保、安全是红线，绝对不能碰！2017 年实现质量指标零风险，即不能有任何一个产品被省级药监局通报。如果该厂被通报一次，董事长质量风险津贴全部扣完；一年内被通报两次，立马换董事长；发生重大质量事故，立即走人！

我们相信，这三项工作太极集团是中国做得最好的医药企业之一，但是我们深感还有以下三大问题：一是基层员工意识淡漠，主动关心质量、环保、安全不够；二是系统性跟进措施不多，硬件落后，软件更急需升级；三是借力不够，质量、环保、安全应该借助第三方更专业的管理来进行培训、评估，甚至托管。因此，质量、环保、安全工作必须从“根”抓起。

## 八、兴起全员学历提升和技术升级热潮。

学历提升和技术升级可以提升员工的自信心和自豪感，从而激活员工的创造性思维。一个企业有无前途关键取决于一把手，一把手有无前途关键取决于团队和员工基础。这个基础是什么？一是学历，二是技术。一把手可以带好团队，团队和员工也可能拖累一把手，因此学历提升和技术升级应当是全员的、不间断的。这样一个学习型的团队才是真正有生命力的团队。当前，我们集团存在的主要问题是：1、高中、中专学历人员偏多；2、大专以上医药专业人员偏少；3、有一线经验的人员偏少；4、经过系统、专业性培训的更少；5、海归人员偏少。

为此，自 2017 年开始启动员工“大专扫盲活动”，凡年龄未满 50 岁的员工，不管年龄、性别，三年后都必须获得大专以上学历，拿到大专毕业证书方可报销学费，否则下岗并自付学费。已达到大专以上学历的，则参加为期三年的提升工作技能的“匠人”技术培训并考试合格，否则下岗。

## 九、加快太极医药研究院建设。

十年前，时任军事医学科学院院长的赵达生将军给白礼西董事长一封铅笔写的信，长达三页。中心思想是“西药走到了尽头，中药走到了十字路口”。赵院长语重心长地告诫白礼西董事长，据他个人判断“西药由于过度开发，已无划时代成果出来的可能，中药已走到是‘中药西制’或是‘遵古改进’的

十字路口”。他还特别强调“千万不要认为‘古’就是落后”。事实上，从中国的哲学思想、唐诗宋词到中医学，现在看来我们都无法超越祖先。

环境、市场、科学的变化，决定太极医药研究院的建设方向。太极集团未来要成世界级的制药企业，没有世界领先水平的研究院作为核心动力，显然是痴心妄想。为此，太极医药研究院的建设必须是思路创新、机构创新、设备创新“三管齐下”，未来五年，太极医药研究院至少硬件投资十亿元以上，怎么才能良性循环？基本意见是：

1、抓好成都中医药大学太极科技创新中心的软硬件建设，充分发挥成都中医药大学国内学术制高点和人才富集优势，实行项目合作制。我们提供国际先进的设备和资金，吸引海内外专家开展项目基础研究。

2、同浙江大学等单位合作，在涪陵区李渡太极医药城建设国际一流的制药工程技术中心。

3、同重庆中药研究院合作，开展全方位、多品种中药材标准化种植研究。

4、在重庆两江新区建立太极大健康学术推广中心，一方面开展大健康数据分析和预测，另一方面推动海内外销售。

5、通过创新思路、优化“10+3”项目投资结构、优化管理方式加快建设进度，未来五年，形成良好的大健康产业医学研究基础。

## 十、加快推动全集团产权制度改革。

太极营销队伍是全国医药商业公司公认的中国第一的营销队伍，太极集团的全体员工也是全国医药行业名列前茅的优秀团队。近几年，随着太极集团产品出口增多、员工出国增多和我们不断取得的优异业绩，我们感觉太极集团发展前景更加光明辉煌。但是我们不得不清楚地认识到，我们的力气已用到了极致，职工的惰性随处可见。我们高兴地看到 12 月 9 日在中共中央政治局会议上，又把 2017 年深化国有企业改革提到了 2017 年中央六大经济工作上来。

深化国企改革，其实核心是产权制度改革，牵一发而动全身，具有四两拨千斤的神效。我们需要在涪陵区委、区政府领导下积极推进产权制度改革，自觉释放职工爱岗敬业的内生动力。同时一定要在 2017 年 3 月 1 日前完成各公司、厂和重大工作的重奖重惩责任书签订，全面推动“基本待遇浮动，收入增长主要依靠重奖”的绩效考核体系建设，推动分配制度改革。

同志们、战友们，当前中国经济正经历痛苦的十年转型和升级过程，这是社会进步的客观要求和历史必然，我们深信有习主席和党中央的坚强领导，中国必定会凤凰涅槃。全体太极人深怀感恩之心，一定要把太极藿香正气液和太极水销量做大，让全世界分享璀璨的中国医药文明。让太极藿香正气液成为世界和平的使者，让太极藿香正气液和辽宁舰一同驶入七大

绝密

洋的每个角落，让我们大家一起奋斗吧！