

# 重庆太极实业（集团）股份有限公司文件

## CHONGQING TAIJI INDUSTRY (GROUP) LIMITED COMPANY

重庆太极〔2017〕2026 号

签发人：白礼西

### 不忘初心 牢记使命 为十年打造百亿藿香而奋斗

---A3 百万例真实世界研究 40 问

太极藿香正气液百万例真实世界研究是迄今为止最大规模的 OTC 药品再评价用药研究，做好本次 A3 百万例真实世界研究工作，才能真正实现中医药走出国门，让 A3 普惠到全世界千家万户，让太极集团成为全世界知名的制药企业！

本次活动本着“先易后难 突出重点 不求完美”三大原则开展工作，以最快速度、最大限度的抢占市场先机。

#### 一、渠道配送问题

1、问：部分诊所资质不全，无营业执照，有行医执照，无法开

户，没办法配送？

答：①全国现已覆盖 **44720** 家诊所，本着“先易后难”的原则，优先将现有诊所工作落实。②因当地政策和历史原因，向资质不全的诊所提供再评价用药时在用药计划单和医生终端信息表上将诊所名称备注清楚。

2、问：部分经济发达市场公立医疗机构健全，私立机构市场份额占比小，社区中心（含分中心、站、村卫生室）进货必须通过药事委员会，两个月活动时间比较紧张。

答：按“先易后难”原则，先完成现有存量诊所赠送，试点社区卫生服务中心，先提供给服务中心使用。

3、问：部分市场 A3 销售基础较弱，诊所上柜率较低，能否通过二级配送商集中召开诊所医生培训会？

答：本阶段最重要的工作是我司销售人员和二级配送商业业务员去诊所宣传，将再评价用药送达诊所。2018 年 3-4 月集团公司拟邀请权威专家分省召开 1000 名医生集中培训，同时还将在全国组织 3000-5000 名医药院校老师、研究生等专业人员对诊所进行一对一培训和案例收集。

4、问：对于新增覆盖诊所的二级配送客户，如何定位和进行终端客户划分？

答：在征得现有二级配送商同意的前提下，由“二级找二级”，即二级配送商自行选择诊所覆盖能力强的配送商，并对其管控，但必须保证终端进货唯一，不交叉覆盖。

## 二、科研用药数量标准问题

5、问：每个诊所的再评价用药量为 1-5 件，如遇到有诊所需要的量大于 5 件，可否执行？

答：严格按照重庆太极[2017]1888 号文件执行，每家诊所提供藿香正气液再评价用药 1~5 件，本次太极藿香正气液百万例真实世界研究主要是放在诊所面的拓展上，让十万名医生参与研究，收集更多的真实用药案例，为 A3 走向海外市场、弘扬中医药文化奠定基础。川渝地区村级诊所（卫生室）最多订 1 件，乡镇级诊所（卫生院）最多订 2 件，地区级诊所（卫生院）最多 3 件，省会及重点城市诊所（卫生院）最多 5 件。二甲以上（含二甲）等级医院最多 5 件。首次订货不追求完美，诊所用得好的，可以增加补货机制。这也是降低货款风险的有效措施。请各省销售公司总经理严格把关、遵照执行。

6、问：百万例真实世界研究能否用 6 支装、12 支装开展活动？

答：终端已有基药规格销售的，按在销规格和渠道进行；无基药规格销售的，通过其现有的一、二级客户正常配送 5 支装。

7、问：北京、浙江、上海在销规格为 10 支装，赠品可否也为 10 支装？

答：北京、上海等地赠送规格文件上报中。

8、问：部分诊所 1 件要货可否分为两次赠送？

答：本次再评价用药至少一件起送。

9、问：基药规格 6 支装比 OTC 5 支装的出厂价和订货价都要高，可否每件增加赠品数量 20~30 盒？

答：关于基药规格的政策问题另文下发。

10、问：永州市是湖南时代阳光藿香正气水的大本营，A3

市场份额小，诊所是否可以只配送半件？

答：永州 A3 市场份额小，而且又是水剂的大本营，对于像永州、湘西、张家界等偏远市场可以战略性放弃，避免对方进行不正当竞争，妨碍我司 A3 百万例真实世界研究工作。我们应将所有资源集中于省会城市进行重点突破。

### 三、客户授信及货款收取问题

11、问：各省九州通分部未经总部同意，不能将本次项目的 1 年期授信下放到二级或终端，急需解决授信问题。

答：由营销策划（服务）公司拟工作函，由张戎梅总与九州通总部沟通解决。

12、问：有些诊所一年后不能消化完，可否退货？

答：对于除川渝、两广以外的省份，诊所的开发重点在省会城市及经济发达的地级市场，偏远的诊所暂不参与本次研究活动。如果一年后诊所未使用完再评价用药，同意退回剩余部分。

13、问：一、二级客户担忧终端诊所存在倒闭的可能，1 年账期存在债权风险？

答：债权风险不由一、二级客户承担，由我司承担。

14、问：能否加大基层医疗机构开发力度，给予基药配送商授信？

答：基层医疗机构授信文件已拟文上报中；

15、问：二级客户的授信协议时间建议改为 10 月前回款？

答：同意将终端再评价用药货款收取时间变更为“2018 年 10 月 20 之前，但不得早于 2018 年 4 月 20 日前收款”。百万例真实

世界研究是史无前例的伟大工程，我们必须充分调动诊所医生的参与热情，如果在藿香正气液还未消化完的情况下就提前回款给配送商，会挫伤诊所积极性。

16、问：文件规定一年后收取诊所货款，要求二级配送商2018年10月10日至20日内收款完毕，配送商反映收款时间过于仓促，是否可以稍微延长一点？

答：在大原则“2018年10月20之前，但不得早于2018年4月20日前收款”的前提下，适当延长二三天也可以。

#### 四、代表药品相关问题

17、问：大礼包的样品是否可以销售以及销售价格如何确定？

答：元旦前核心工作就是把开展百万例真实世界研究A3再评价用药送到诊所，样品药是送给诊所医生试用，不走财务，不入库。2017年完成10万家诊所，2018年争取全国50万家诊所每家都有一件A3。

18、问：“代表样药品”是否通过配送商进行配送，如通过配送商随货配送，存在需要带票配送的问题，怎样解决？

答：此批“代表样药品”礼包，不能通过二级配送商来配送，由办事处统一收货管理，由业务员从办事处领用后亲自配送到案例研究的诊所。

19、问：能否借助本次A3百万例真实世界研究活动，将公司其他宝贝产品纳入诊所案例收集？

答：A3为长子工程，本着“突出重点”的原则，其它品种暂不考虑纳入诊所案例收集。

## 五、临床病例相关问题

20、问：案例的数量能否多于 10 例/家？

答：案例标准原则上 10 例/家以内。诊所医生具有专业医药知识，是消费者培育的中坚力量，未来 1—3 年的销售方向就是抓诊所销售。

21、问：诊所医生案例有什么要求？

答：临床观察病例相关表格及要求后续出台，现不纠结。

22、问：YS 咨询案例是以病种还是以病人数量界定？

答：原则上一种病种算一个案例。

23、问：对于不会线上操作的“老中医”，可以设立纸质文档收集通道，案例科研费用如何支付？

答：本次真实世界研究分为“节日病、战湿、重复验证”三个阶段，公司会在各个阶段完成后，设立统一的案例回收通道，原则上不会使用智能机的“老中医”不纠结扫描 A3 公众号二维码。A3 真实世界案例科研费用支付方式另文下达。

24、问：A3 百万例真实世界研究过程中，会涌现出许多医生应用 A3 的经典案例，为了指导市场一线人员更好的记录下这些经典的瞬间，公司是否可以制作拍摄相关视频技术的指导手册？

答：要多鼓励医生自己拍摄，及时上传到自主知识产权信息化平台，参与信息分享、收益分红。

25、问：一二级业务员劳务费金额较大，商业公司业务员希望及时兑现，能否按月拨付到办事处予以分付？

答：相关支付方案正在拟定中。

## 六、宣传资料、信息平台相关问题

26、问：本次研究活动收集了许多医生信息和 A3 真实世界研究案例，可否建立真实世界案例交流群？

答：由集团公司信息处牵头，尽快建立信息平台。

27、问：可否在平台上定期滚动推送案例，以便及时分享，助力销售？

答：由广告公司负责及时编辑、推送真实使用 A3 案例。

28、问：可否制作 8—10 分钟的简短视频用于客户培训？

答：由广告公司提供视频，同时加强事件营销宣传。

29、问：我们需要向医生准确传递的信息量太大，比如活动的目的、专家简介、医生可以享受的收益、具体操作流程等。公司是否可以统一制作宣传手册，以便向诊所介绍我们的活动？

答：公司正在制作相关资料，一周后会陆续发放到市场。

30、问：是否提供 A3 联合用药的宣传资料？

答：突出重点，百万例真实世界研究物资配备有医药导报专刊及活动海报，医药导报专刊上已提供 A3 用药精选案例及藿香制剂临床研究论文精编。

## 七、物流、仓储相关问题

31、问：办事处、物流如何发货，一次还是分次？

答：办事处根据销售系统需求安排发货，忌浪费物资，一切以营销需求为重。

32、问：本次 A3 百万例真实世界所需的物料，能否直接配送到各地级市场，减少办事处的中转环节，提高工作效率？

答:不能，各省物料必须由办事处统一收发管理。

33、问：个别市场的办事处没有仓库，本次活动送达市场的物料较多，如何解决物料的安全存放问题？

答:由刘永升总负责，协调办事处可以租用仓库，物料由办事处管理，便于配送。

#### 八、百万例真实世界研究参与人员不足问题

34、问：当地诊所覆盖率低，可否借助商业公司的力量配以相关政策的推动？

答：开发诊所市场不能仅仅依靠我司业务人员，要想快速打开局面，一是要充分依托二级配送商的人脉关系，利用二级配送商业务员多年来与诊所形成的信任关系，有时候他们一个电话就可以解决我们跑十多趟还未解决的问题。同时充分借助普药系统的力量开展活动。

35、问：整合市场销售人员人力有限，能否抽调部分人员？

答：集团公司统一从下属单位抽调人员参加到本次活动，解决部分市场人力不足问题，如甘青宁市场从天胶公司抽调。

36、问：海南省医药类学院只有 1 家，可否将宣讲员招聘条件从本科降低为专科？

答：按重庆太极[2017]1888 号文件执行，原则上招聘本科学历做宣讲员，医药及相近专业（如化学、生物等）。

37、问：部分市场已开发诊所较规定完成数量少

答：要充分依托参加武陵山藿香正气液国际学术大会的诊所医生，利用他们的口碑相传，进行金种子裂变，让更多的诊所医

生参与到百万例真实世界研究中来。充分发挥诊所医师协会的带动作用，对本次活动起到事半功倍的效果。

38、问：宣讲人员及何时到位

答：宣讲人员及管理办法文件人事处拟报中。

九、其他

39、问：可否由公司出面设立诊所顾问。

答：各省先收集、查询诊所协会，了解诊所协会情况。

40、问：片区业务员单独与二级配送商谈判，二级会不够重视且不能凸显 A3 百万例真实世界研究工作开展权威性，如何处理？

答：为了顺利实施这一伟大壮举，销售公司老总、省公司经理要身先士卒，做好带头表率作用，对于有困难的市场更要亲自参与和配送商一把手的沟通工作。

重庆太极实业（集团）股份有限公司

2017 年 11 月 9 日



---

重庆太极实业（集团）股份有限公司

2017 年 11 月 9 日印发

拟稿：唐玲玲 骆雪梅

校核：谭超

---