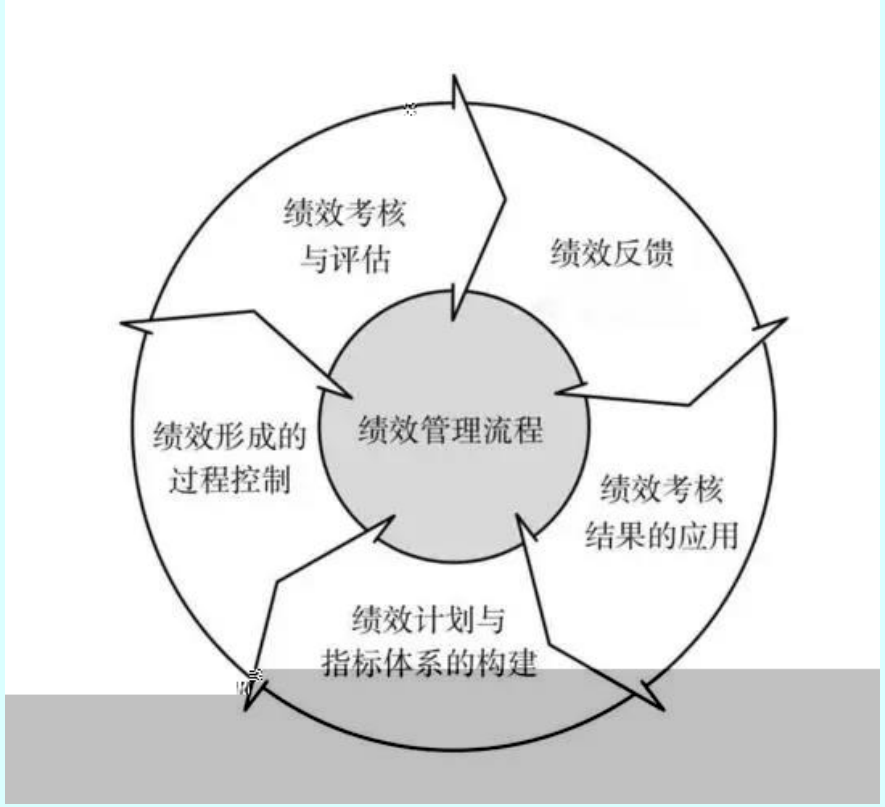

绩效考核
与评估
绩效反馈
绩效形成的
过程控制
绩效管理流程
绩效考核
结果的应用
绩效计划与
指标体系的构建

A.

B.

C.

D.

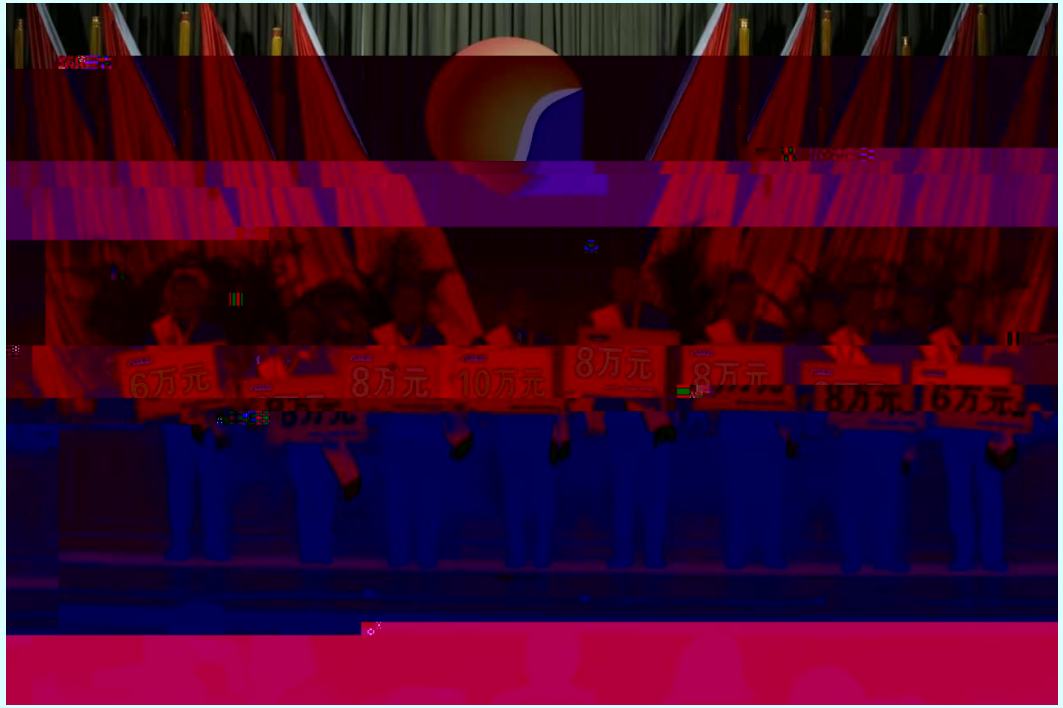
E.

A.

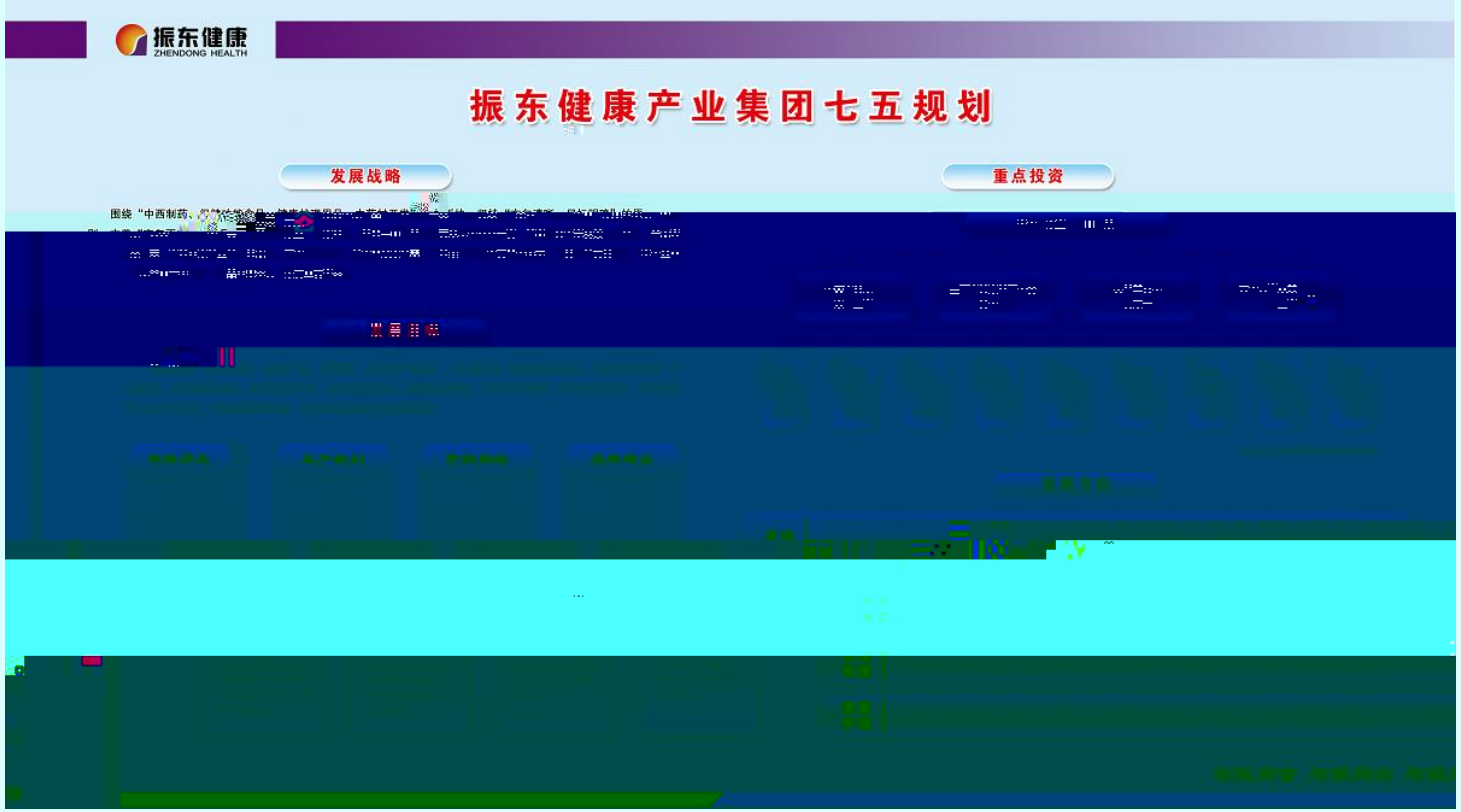
B.

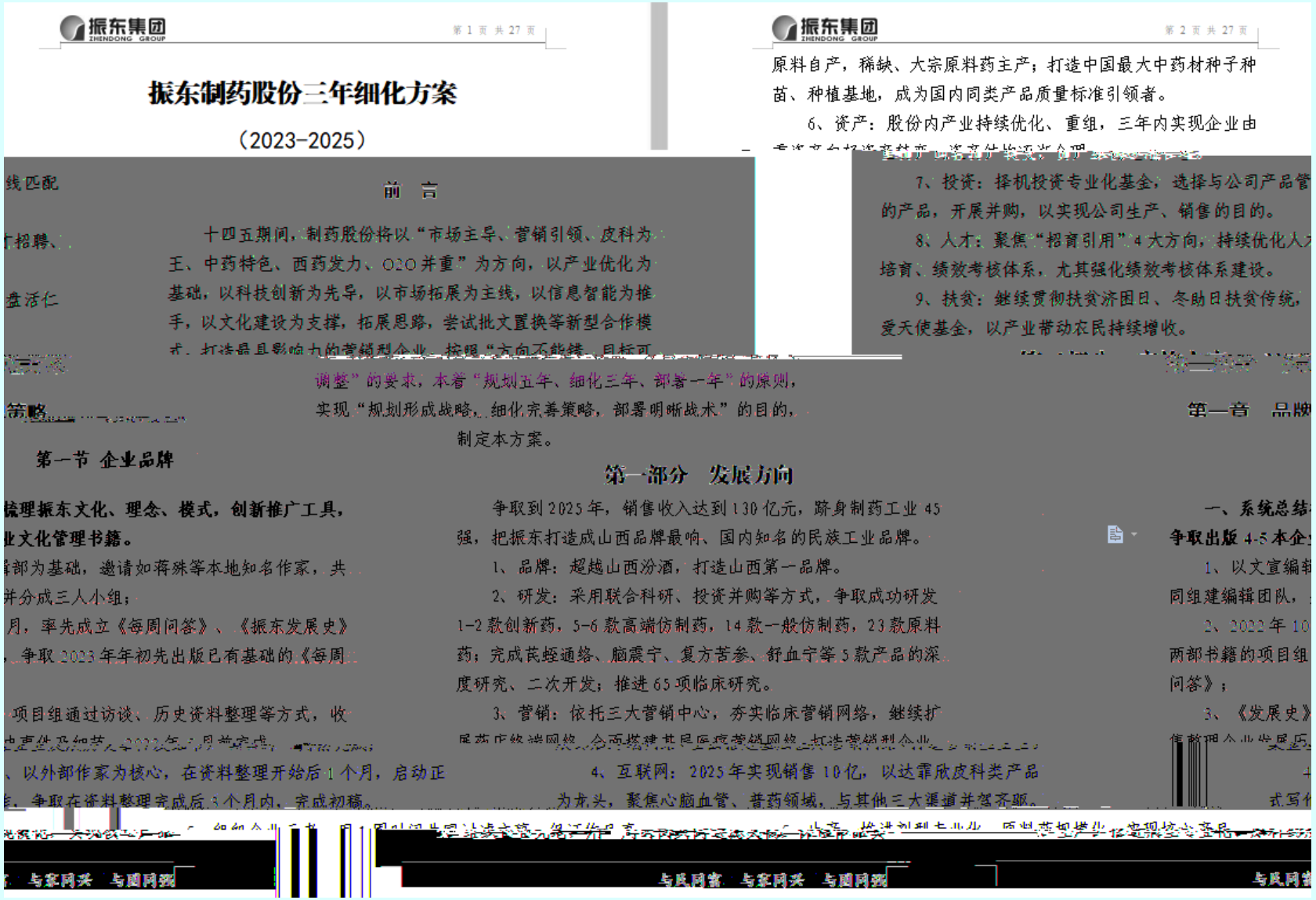
C.

D.



A.





振东制药股份三年细化方案

（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”为方向，以产业优化为基础，以科技创新为先导，以市场拓展为主线，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，打造品具影响力的营销型企业。按照“方向不能错、目标可调整”的要求，本着“规划五年、细化三年、部署一年”的原则，实现“规划形成战略，细化完善策略，部署明晰战术”的目的，制定本方案。

第一部分 发展方向

争取到2025年，销售收入达到130亿元，跻身制药工业45强，把振东打造成山西品牌最响、国内知名的民族工业品牌。

1、品牌：超越山西汾酒，打造山西第一品牌。

2、研发：采用联合科研、投资并购等方式，争取成功研发1-2款创新药，5-6款高端仿制药，14款一般仿制药，23款原料药；完成芪蛭通络、脑震宁、复方苦参、舒血宁等5款产品的深度研究、二次开发；推进65项临床研究。

3、营销：依托三大营销中心，夯实临床营销网络，继续扩展药店终端网络，全面搭建基层医疗营销网络，打造营销型企业。

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

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，选择与公司产品管的产品，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，持续优化人才培育、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、冬助日扶贫传统，爱天使基金，以产业带动农民持续增收。

第一节 企业品牌

梳理振东文化、理念、模式，创新推广工具，业文化管理书籍。

部为基础，邀请如蒋殊等本地知名作家，共并分成三人小组；

月，率先成立《每周问答》、《振东发展史》，争取2023年年初先出版已有基础的《每周

项目组通过访谈、历史资料整理等方式，收

、以外部作家为核心，在资料整理开始后1个月，启动正，争取在资料整理完成后3个月内，完成初稿。

第一章 品牌

一、系统总结

争取出版4-5本企

1、以文宣编辑同组建编辑团队，

2、2022年10两部书籍的项目组问答》；

3、《发展史》作整理企业发展历

中药材 2024 年行动方案

一、整体目标

（一）种植

2024 年实现种子种苗销售 600 万元，利润 60 万元；基地推广 20 万亩；

表 1 经营指标

单位：万元、万亩、% 2023 年 12 月 31 日

1	推广	20	25	5	125
2	销售	600	660	60	110
3	回款	600	660	60	110
4	利润	60	66	6	110

（二）项目研发

表 2 2024 年度目标任务

序	项目	内 容	方 法	责任人
1	人员招聘	招聘人员 3-5 人	网络招聘、市场招聘、校园招聘。	尹利明
2	项目申报	年均申报 30 项	政府沟通、网站查询、主动争取。	王玉龙

7	中国酸枣	种质资源采集、处理、数据分析、文章编写	采样、检测、数据分析	柴亚茹
8	生态种植	林下滴党参栽培	水肥一体化试验土壤处理及有机肥施用	刘 飞
9	项目申报	产业联合体项目	确定实施主体，提前归纳项目费用，按时间节点落地项目申报	王玉龙
10	GAP 认证	督促基地 GAP 认证	成立 GAP 认证追溯小组	尹利明
11	中药趁鲜加工	研究主营品种趁鲜加工工艺	学习各省趁鲜加工政策及标准，起草相关文件申报落地	刘 飞
12	文章分享	服务于种植、生产或销售上的文章	种植、加工、政策类文章	全 员

（三）生产

B.

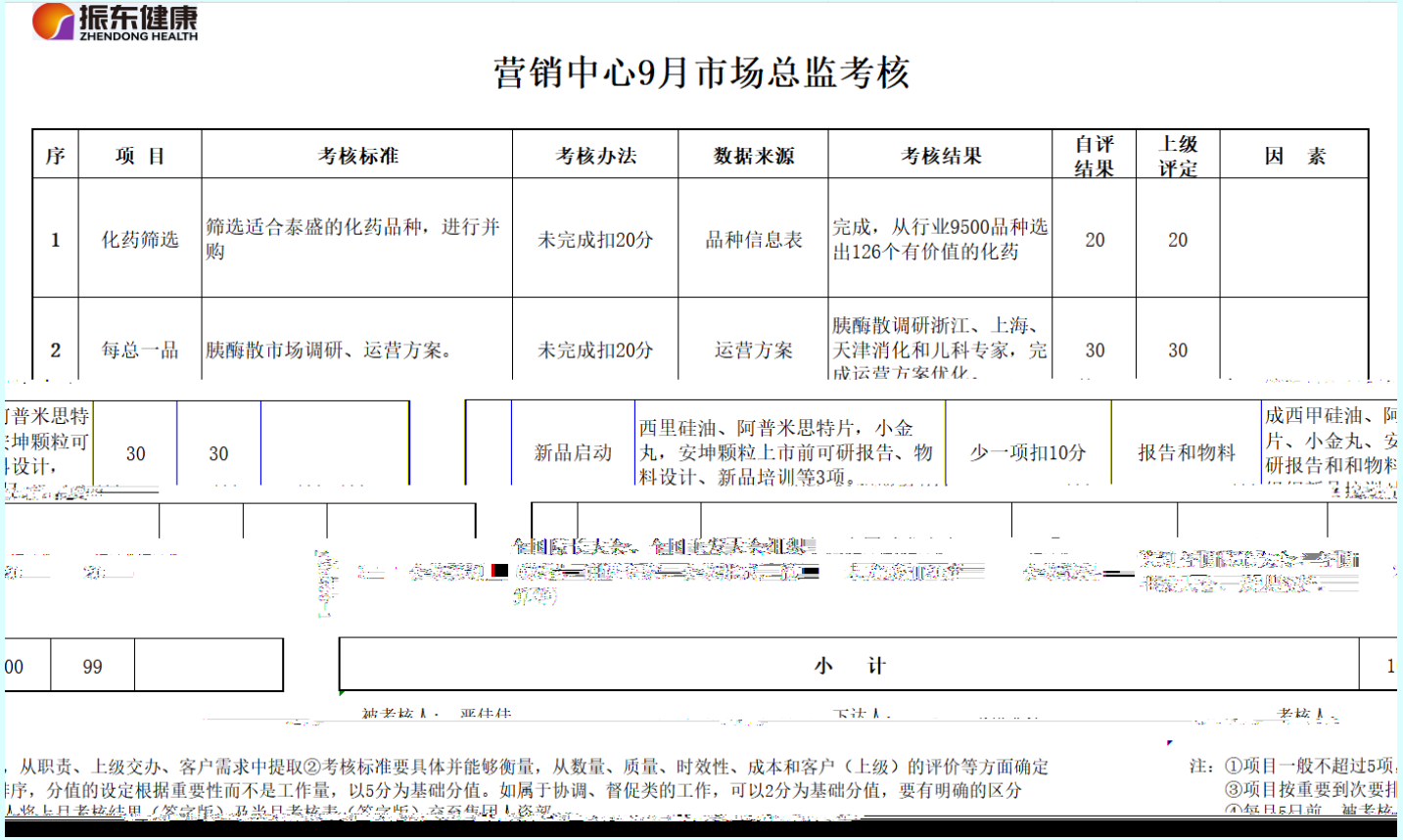
营销一中心2023年销售任务按月分解

单位：万元、%　　2023年10月27日

部门	23年	一季度		22%	二季度		23%	三季度		27%	四季度		28%	备注
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
一部	94000	6450	6690	7550	6880	7030	7620	7960	8520	8930	7840	9050	9480	
二部	15000	1030	1000	1100	1180	1200	1250	1290	1350	1350	1250	1450	1550	
三部	19000	1340	1070	1510	1470	1560	1620	1600	1670	1840	1550	1730	2040	

注：①财务经理编制，总经理审核②按年度计划要求上报③填表说明：营销按事业部分解填报④入公司、集团数据库。

C.



振东健康 ZHENDONG HEALTH

营销中心9月市场总监考核

序	项 目	考核标准	考核办法	数据来源	考核结果	自评结果	上级评定	因 素
1	化药筛选	筛选适合泰盛的化药品种，进行并购	未完成扣20分	品种信息表	完成，从行业9500品种选出126个有价值的化药	20	20	
2	每总一品	胰酶散市场调研、运营方案。	未完成扣20分	运营方案	胰酶散调研浙江、上海、天津消化和儿科专家，完成运营方案优化。	30	30	
	普米思特坤颗粒可设计，	30	30		新品启动	西里硅油、阿普米思特片，小金丸，安坤颗粒上市前可研报告、物料设计、新品培训等3项。	少一项扣10分	报告和物料	成西甲硅油、阿片、小金丸、安研报告和和物料
	00	99		小 计				1

从职责、上级交办、客户需求中提取②考核标准要具体并能够衡量，从数量、质量、时效性、成本和客户（上级）的评价等方面确定
序，分值的设定根据重要性而不是工作量，以5分为基础分值。如属于协调、督促类的工作，可以2分为基础分值，要有明确的区分

注：①项目一般不超过5项
③项目按重要到次要排
④每月5日前 被考核

D.

E.

二、临床中心5月经营分析

单位 ：万元 、%　　2024.6.2

序	项目	计划	实际	增减	比率	同期	同比	上期	环比	因　　素
1	销售	11395	11447	52	100	10274	11	11435	0	
2	发货	11395	9160	-2235	80	9533	-4	8940	2	
3	回款	11395	8684	-2712	76	12385	-30	11639	-25	
4	成本	3670	3292	-378	90	3301	-0	3295	-0	不含税
5	费用	5105	5159	54	101	4416	17	4964	4	
6	利润	1385	1678	293	121	1433	17	1943	-14	

BC6600-2

注:①财务负责人编制，总经理审核②总经理分析变动因素③向集团经管会汇报④入公司、集团数据库。

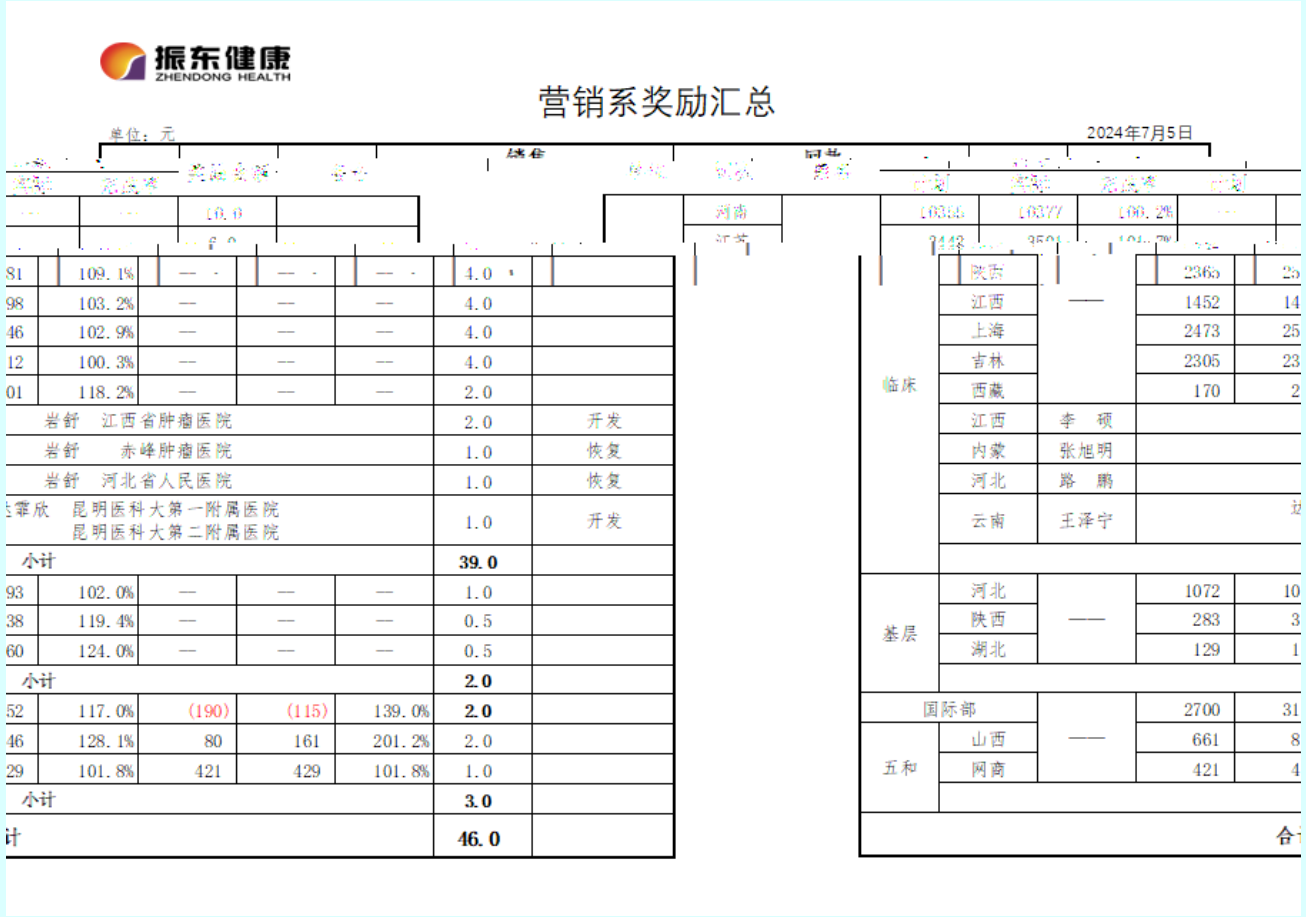
F.

振东健康 ZHENDONG HEALTH

2024年10月25日

问题描述	解决方法	责任人	备注	序	类型	
刃任务制定不合理，新品任务高，挣不上 品提成	1、动态考核 2、设立开发奖励，引导多拿奖金	杨展松		1	管理	年初 新品
2 [illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
3 管理	退换货比例高，罚款重。新人刚接市场承担	1、依据市场情况适度处理退货问题， 2、以市场活动形式将效期产品调拨到销量好的门店处理，尽量避免退货				杨展松
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]			
4	管理	活动方案政策随意性强，领导审批链路繁琐	应该给予一定额度标准，减轻流程过多			杨展松
5	业务	KA连锁提成少，影响提高动销积极性	KA单独招聘专人专岗专项操作。			刘广振
6	业务	赠品长期处在断货状态影响销售	己沟通康护备货，保障供应畅通，库存充足			刘广振
7	业务	新品生发片无动销政策方案，开发难度大	本次会议确定动销方案，明确动销政策后解读			刘广振

G.



振东健康 ZHENDONG HEALTH

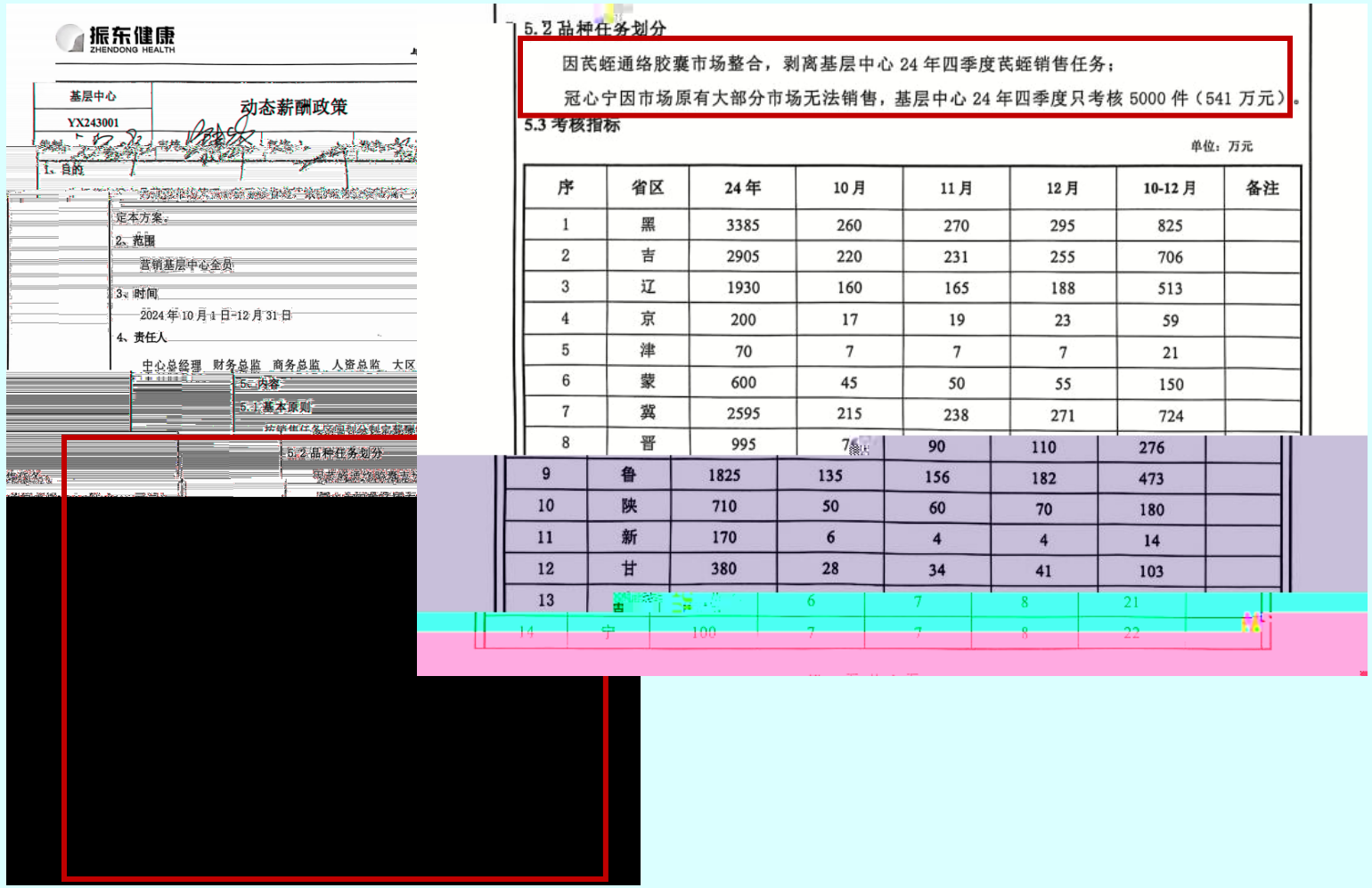
营销系奖励汇总

单位：元　　2024年7月5日

81	109.1%	—	—	—	4.0	
98	103.2%	—	—	—	4.0	
46	102.9%	—	—	—	4.0	
12	100.3%	—	—	—	4.0	
01	118.2%	—	—	—	2.0	
	岩舒 江西省肿瘤医院				2.0	开发
	岩舒 赤峰肿瘤医院				1.0	恢复
	岩舒 河北省人民医院				1.0	恢复
	霏欣 昆明医科大第一附属医院 昆明医科大第二附属医院				1.0	开发
小计					39.0	
93	102.0%	—	—	—	1.0	
38	119.4%	—	—	—	0.5	
60	124.0%	—	—	—	0.5	
小计					2.0	
52	117.0%	(190)	(115)	139.0%	2.0	
46	128.1%	80	161	201.2%	2.0	
29	101.8%	421	429	101.8%	1.0	
小计					3.0	
计					46.0	

	陕西		2365	25
	江西	——	1452	14
	上海		2473	25
	吉林		2305	23
临床	西藏		170	2
	江西	李 硕		
	内蒙	张旭明		
	河北	路 鹏		
	云南	王泽宁		
	河北		1072	10
基层	陕西	——	283	3
	湖北		129	1
国际部			2700	31
	山西	——	661	8
五和	网商		421	4
合				

H.



振东健康
ZHENDONG HEALTH

基层中心	动态薪酬政策
YX243001	

1、目的

定本方案。

2、范围

营销基层中心全员

3、时间

2024 年 10 月 1 日-12 月 31 日

4、责任人

中心总经理 财务总监 商务总监 人资总监 大区

5、内容

5.1 基本原则

5.2 品种任务划分

因芪蛭通络胶囊市场整合，剥离基层中心 24 年四季度芪蛭销售任务；

冠心宁因市场原有大部分市场无法销售，基层中心 24 年四季度只考核 5000 件（541 万元）。

5.3 考核指标

单位：万元

序	省区	24 年	10 月	11 月	12 月	10-12 月	备注
1	黑	3385	260	270	295	825	
2	吉	2905	220	231	255	706	
3	辽	1930	160	165	188	513	
4	京	200	17	19	23	59	
5	津	70	7	7	7	21	
6	蒙	600	45	50	55	150	
7	冀	2595	215	238	271	724	
8	晋	995	7	90	110	276	
9	鲁	1825	135	156	182	473	
10	陕	710	50	60	70	180	
11	新	170	6	4	4	14	
12	甘	380	28	34	41	103	
13			6	7	8	21	
14	宁	100	7	7	8	22	

01

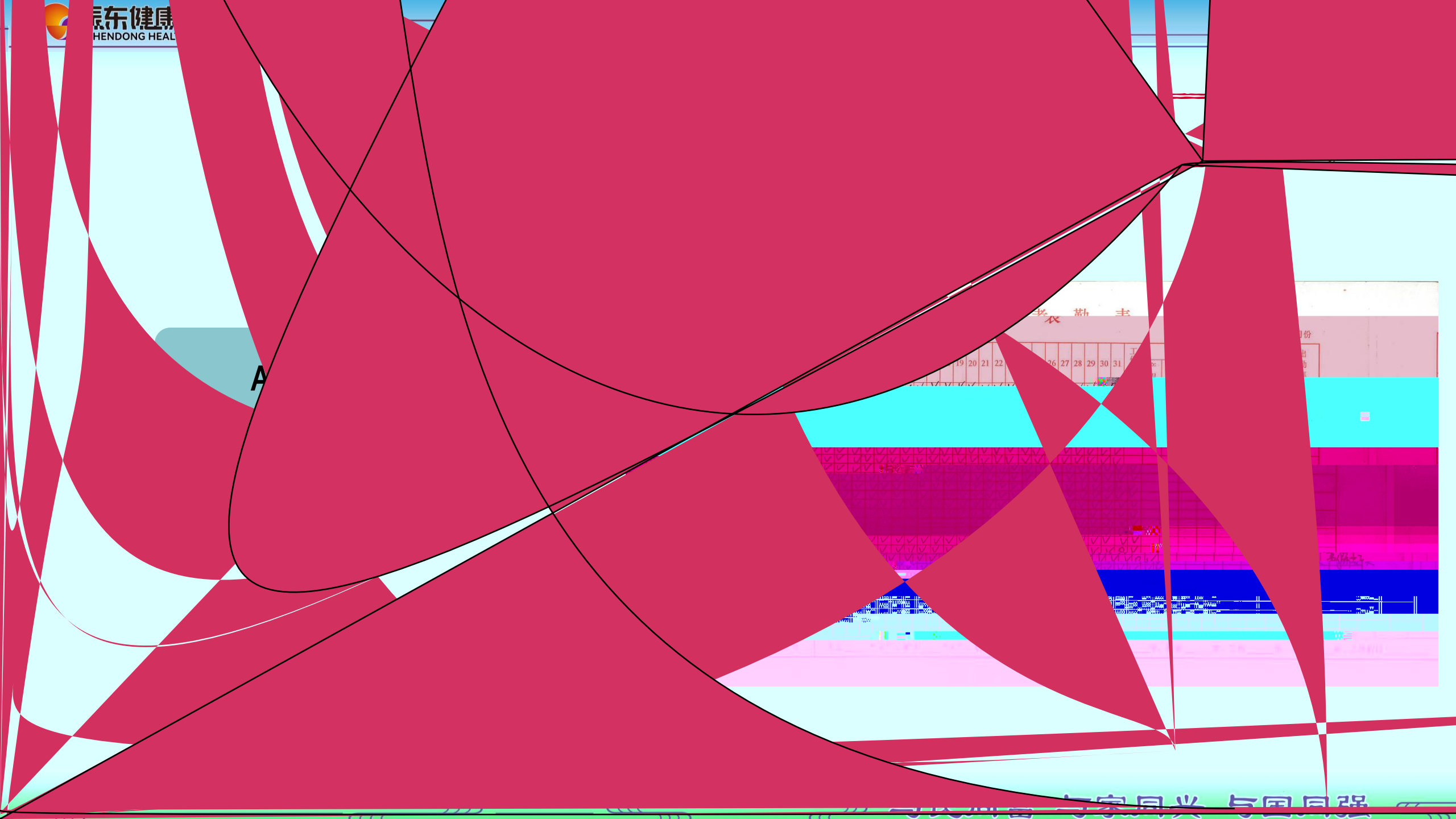
振东健康 ZHENDONG HEALTH

周周有活动积分排名

单位：文宣部　　时间：2024年4月23日

序	团 队	4月第3周（4.15—4.21）						月积分	总积分	备注
							照片			
1	1	1	7	22	22					
1	0	1	6	20	20					
1	0	1	6	20	20					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	18	18					
1	0	1	6	17	17					
1	0	1	6	17	17					

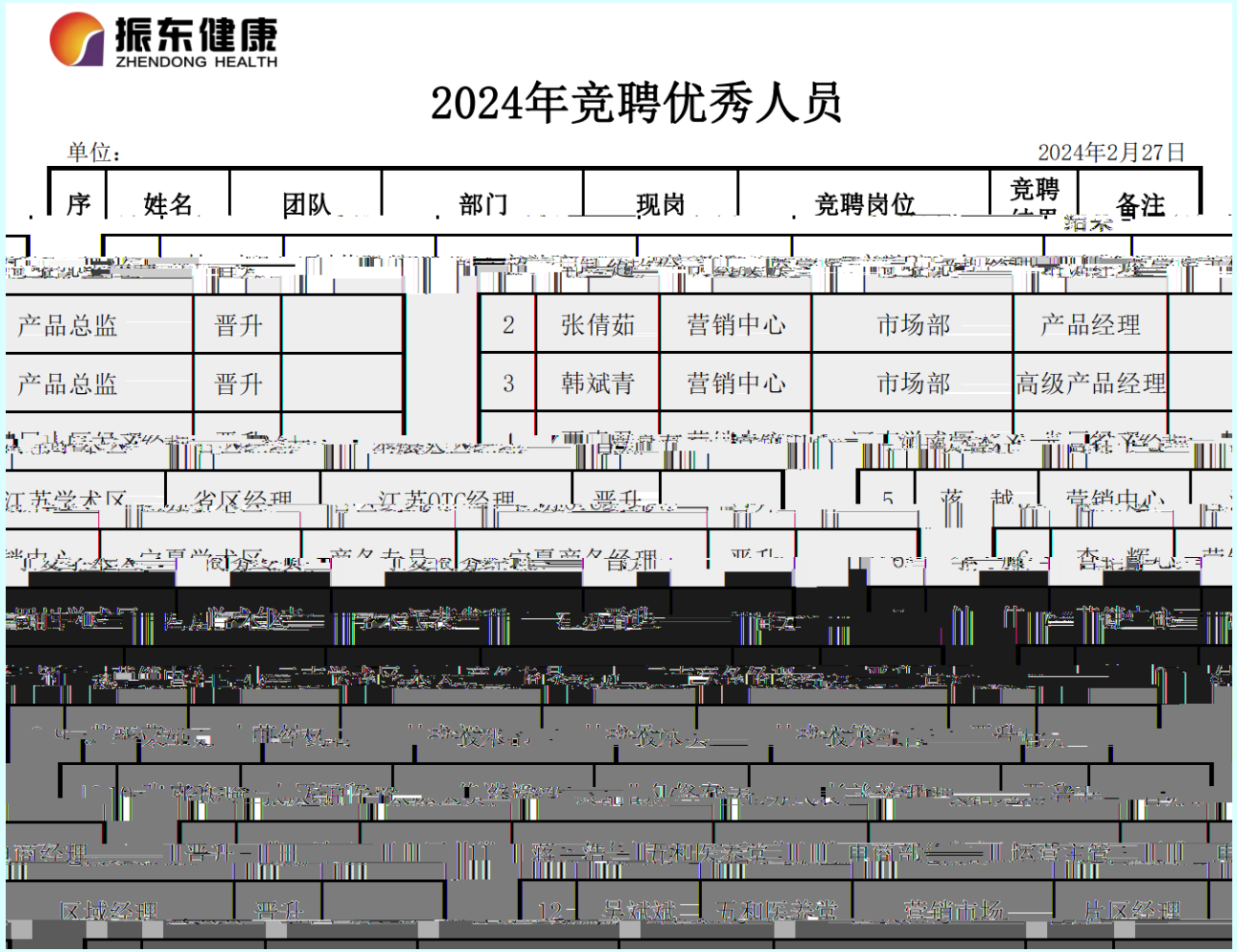
1	中药材公司	1	3	
2	北京总部	1	3	
3	河 南 班	1	3	
4	五和医养堂	1	3	
5	太原医贸	1	3	
9	屯留五和堂	1	3	1
10	海南公司	1	3	1
11	康护公司	1	3	1
12	人 资 部	1	3	1
13	总 工 办	1	3	1
14	科技中心	1	3	1
15	办 公 室	1	3	1
16	计财中心	1	3	1
17	商 学 院	1	3	1
18	新 疆 班	1	3	1
19	审计监察部	1	3	1
20	物管中心	1	3	1



B.

≥ 85

C.



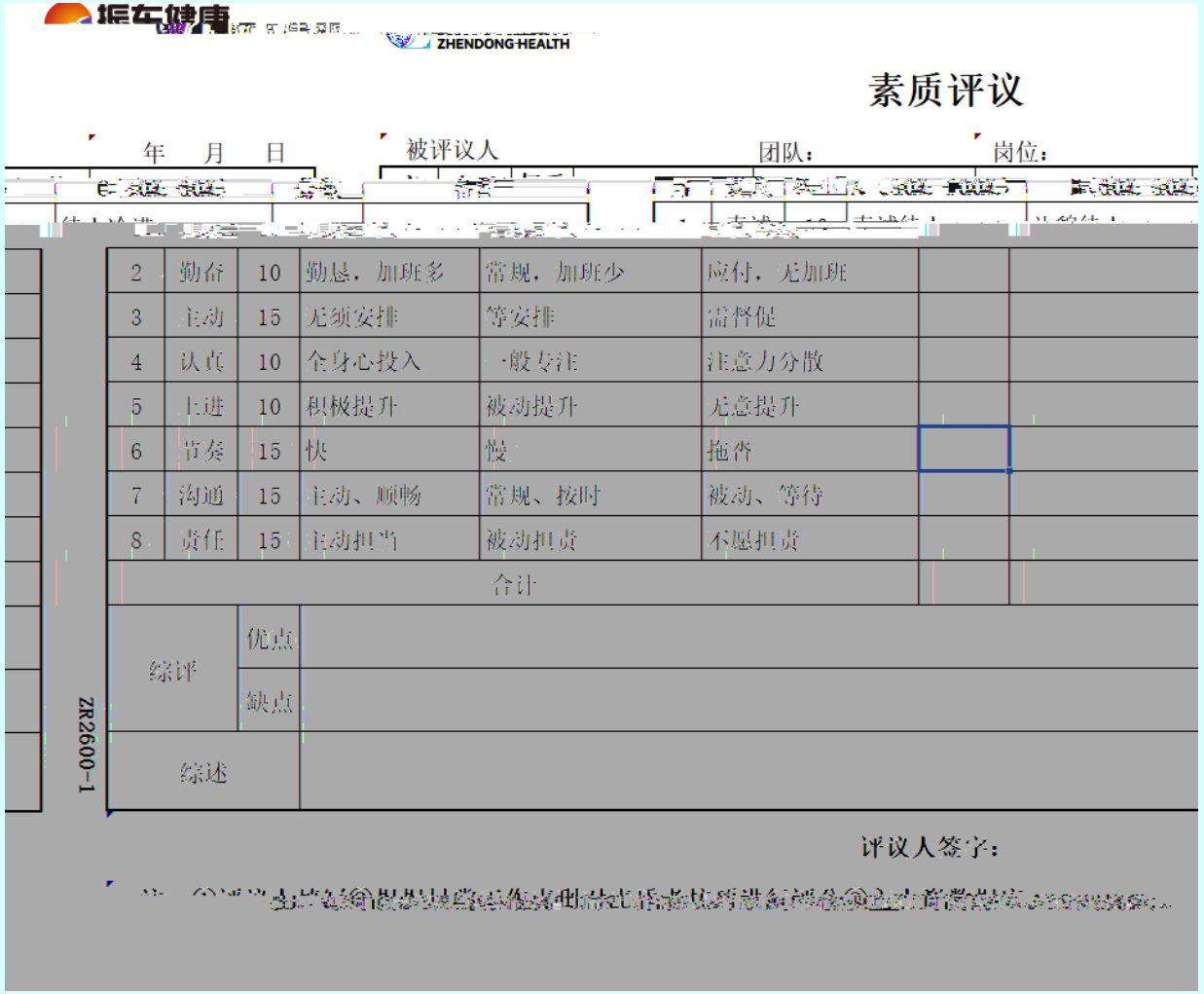
振东健康 ZHENDONG HEALTH

2024年竞聘优秀人员

单位：　　2024年2月27日

序	姓名	团队	部门	现岗	竞聘岗位	竞聘结果	备注
产品总监	晋升		2	张倩茹	营销中心	市场部	产品经理		
产品总监	晋升		3	韩斌青	营销中心	市场部	高级产品经理		
江苏学术区	省区经理	江苏OTC经理	晋升		5	蒋　越	营销中心		
宁夏学术区	产品专员	宁夏产品经理	晋升						
区域经理	晋升		12	吴斌斌	五和医药营	营销市场	片区经理		

D.



振东健康 ZHENDONG HEALTH

素质评议

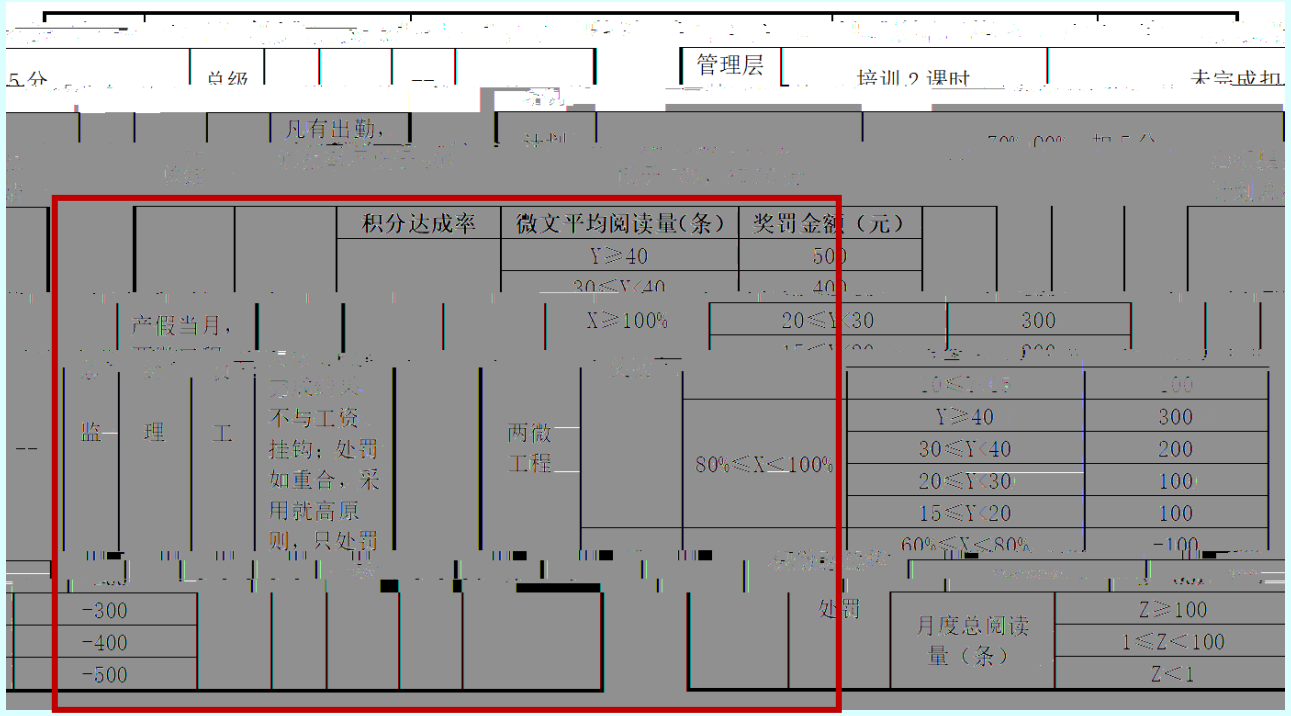
年 月 日　　被评议人　　团队：　　岗位：

2	勤奋	10	勤恳，加班多	常规，加班少	应付，无加班		
3	主动	15	无须安排	等安排	需督促		
4	认真	10	全身心投入	一般专注	注意力分散		
5	上进	10	积极提升	被动提升	无意提升		
6	节奏	15	快	慢	拖沓		
7	沟通	15	主动、顺畅	常规、按时	被动、等待		
8	责任	15	主动担当	被动担责	不愿担责		
合计							
综评	优点						
	缺点						
综述							

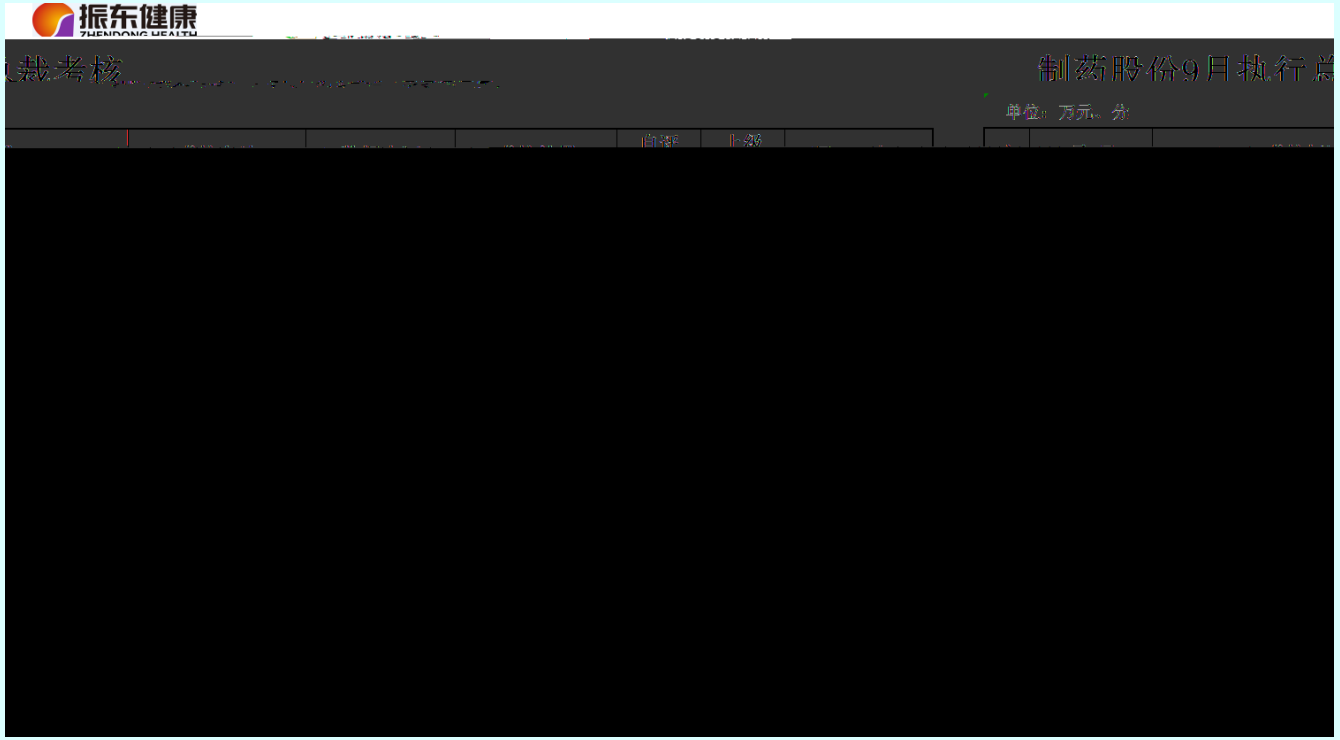
ZR2600-1

评议人签字：

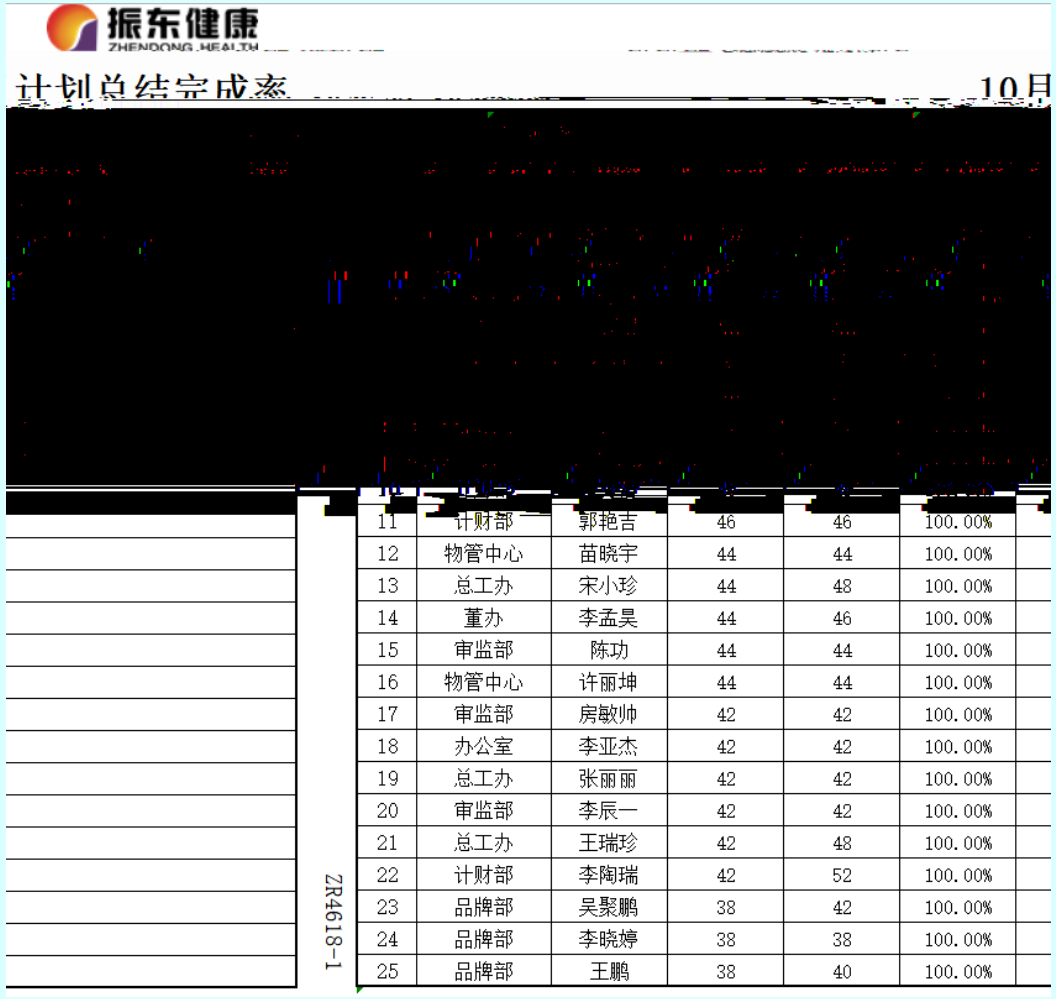
F.


管理层
凡有出勤，
积分达成率
微文平均阅读量（条）
奖罚金额（元）
Y≥40
500
30≤Y<40
400
X≥100%
20≤Y<30
300
产假当月，
监 理 工
不与工资挂钩；处罚如重合，采用就高原则，只处罚
两微工程
80%≤X≤100%
Y≥40
300
30≤Y<40
200
20≤Y<30
100
15≤Y<20
100
60%≤X<80%
-100
-300
-400
-500
处罚
月度总阅读量（条）
Z≥100
1≤Z<100
Z<1

02


振东健康
ZHENDONG HEALTH
制药股份9月执行
单位：万元、分

A.



振东健康 ZHENDONG HEALTH

计划总结完成率 10月

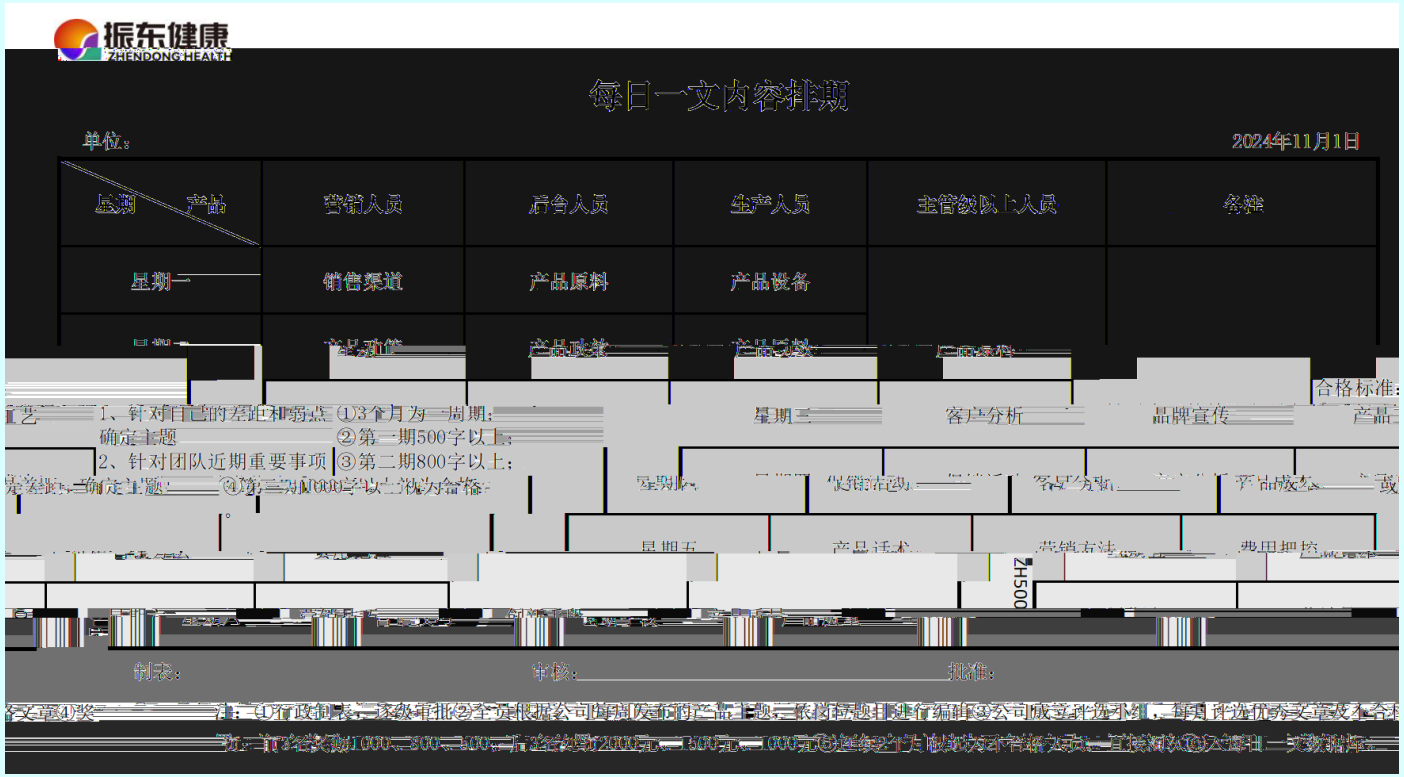
11	计财部	郭艳吉	46	46	100.00%	
12	物管中心	苗晓宇	44	44	100.00%	
13	总工办	宋小珍	44	48	100.00%	
14	董办	李孟昊	44	46	100.00%	
15	审监部	陈功	44	44	100.00%	
16	物管中心	许丽坤	44	44	100.00%	
17	审监部	房敏帅	42	42	100.00%	
18	办公室	李亚杰	42	42	100.00%	
19	总工办	张丽丽	42	42	100.00%	
20	审监部	李辰一	42	42	100.00%	
21	总工办	王瑞珍	42	48	100.00%	
22	计财部	李陶瑞	42	52	100.00%	
23	品牌部	吴聚鹏	38	42	100.00%	
24	品牌部	李晓婷	38	38	100.00%	
25	品牌部	王鹏	38	40	100.00%	

ZR4618-1

B.

1

500


振东健康
ZHENDONG HEALTH
每日一文内容排期
单位：
2024年11月1日
星期
产品
营销人员
后台人员
生产人员
主管级以上人员
备注
星期一
销售渠道
产品原料
产品设备
合格标准：
1、针对自己的差距和弱点 ①3个月为一周期；
确定主题
②第一期500字以上；
2、针对团队近期重要事项
③第二期800字以上；
④第三为1000字以上视为合格
客户分析
品牌宣传
星期五
产品话术
营销方法
费用把控
制表：
审核：
批准：

C.

≥2

振东商学院 ZHENDONG BUSINESS SCHOOL

10 月第 4 周培训记录

单位：　　2024.10.25

	赵超	A	13	10月25日	五和堂厅			双医部	深入解读“养生酒”一文
	宋艳霞	A	17	10月25日	中药材厅	5	集团总部	营销服务中心	产品知识讲解
	李凯	B	6	10月25日	401会议室	6		信息部	网路安全宣传
	马雄英	C	9	10月25日	医贸厅	7		董办、法务、扶贫办、品牌部	三三模式
	刘峰	B	10	10月25日	研究院厅	8		办公室	如何进行自我管理
	刘涛江	B	6	10月25日	饮片厅	9		总工办	在建工程与项目申报的关系
	石亮	B	60	10月25日	三楼会议室	10	科技中心		研发过程中物料、供应商管理
	王红芳	B	31	10月25日	二楼会议室	11			药品标准在药品研发中的产生和应用
	杨伟秋	B	10	10月24日	206会议室	12	北京总部		化药原料和制剂发补内容共性问题
	吕晨羲	B	6	10月22日	一楼制剂室	13			化药口服固体制剂混合均匀度和中控挤量单位均匀度研究技术指导原则
	王世川	B	10	10月24日	五楼会议室	14			原料药申报资料M4要求培训
	牛韶华	C	6	10月23日	213会议室	15			生物等效性试验预实验流程梳理
	卢兴红	A	8	10月22日	208会议室	16			临床试验质控要点
	杨晓宁	B	10	10月25日	中药所408会议室	17			中药智能制造（转训）

D.

振东健康 ZHENDONG HEALTH

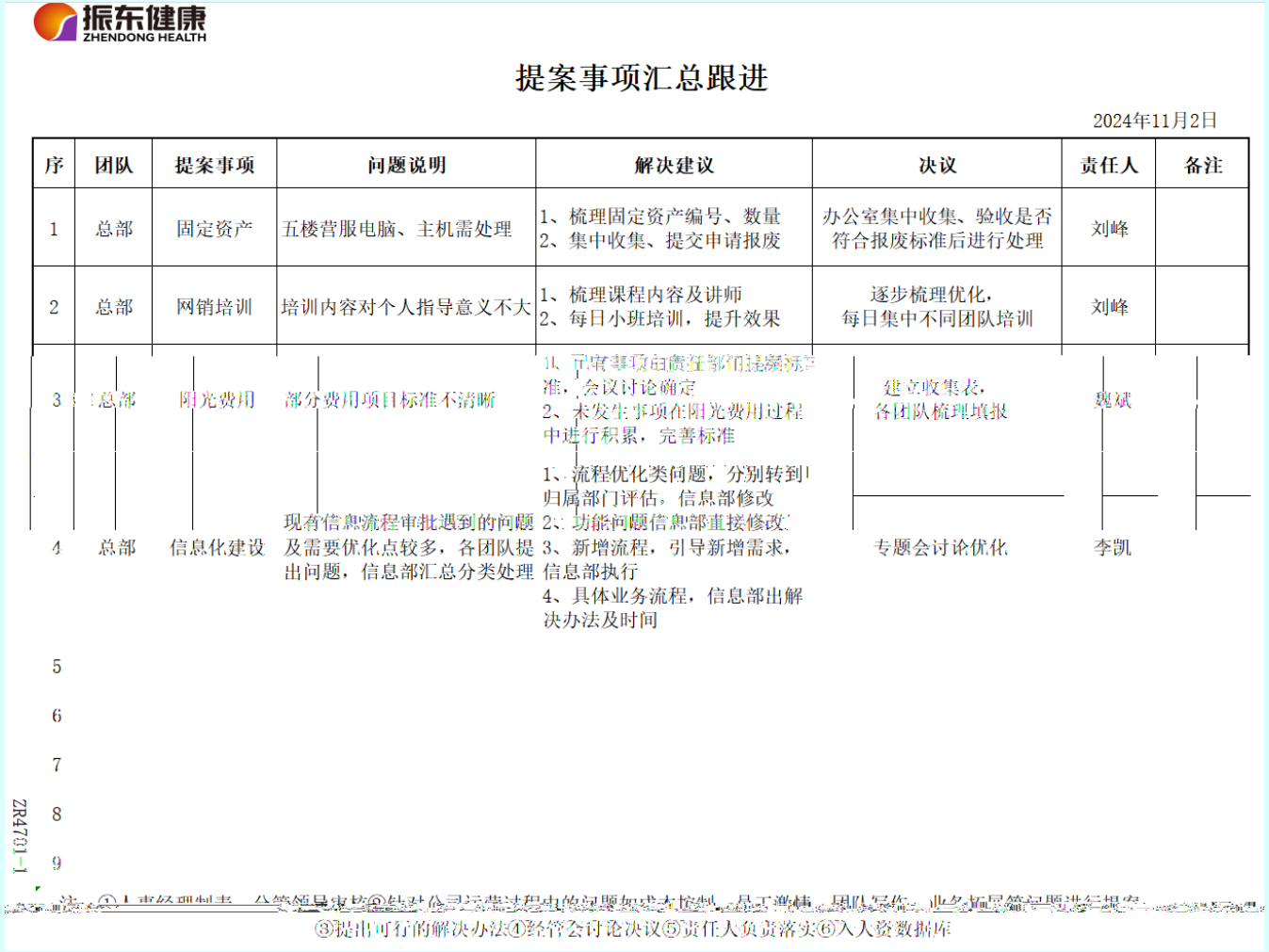
日期：2022/12/5

已答	未答	已问-已答	已问-未答	未问-未答	备注
56	0	100.00%	0.00%	0.00%	
54	0	100.00%	0.00%	0.00%	
44	0	100.00%	0.00%	0.00%	
21	0	100.00%	0.00%	0.00%	
19	0	100.00%	0.00%	0.00%	
16	0	100.00%	0.00%	0.00%	
12	0	100.00%	0.00%	0.00%	
10	0	100.00%	0.00%	0.00%	
7	0	100.00%	0.00%	0.00%	
26	1	96.30%	0.00%	3.70%	
19	1	95.00%	0.00%	5.00%	
31	2	93.94%	0.00%	6.06%	
7	1	87.50%	0.00%	12.50%	
12	2	85.71%	0.00%	14.29%	
2	1	66.67%	0.00%	33.33%	
336	**8**	**97.67%**	**0.00%**	**2.33%**	

单位：%

序	团队	结对数	已问	未问
1	营销中心	56	56	0
2	五和医养堂	54	54	0
3	集团总部	44	44	0
4	长治振东	21	21	0
5	大同泰盛	19	19	0
6	晋中安欣	16	16	0
7	饮片公司	12	12	0
9	长治医药	10	10	0
8	屯留五和堂	7	7	0
10	太原医贸	27	26	1
11	研究院	20	19	1
12	中药材	33	31	2
13	科技中心	8	7	1
14	康护公司	14	12	2
15	健康科技	3	2	1
合计		**344**	**336**	**8**

E.



振东健康 ZHENDONG HEALTH

提案事项汇总跟进

2024年11月2日

序	团队	提案事项	问题说明	解决建议	决议	责任人	备注
1	总部	固定资产	五楼营服电脑、主机需处理	1、梳理固定资产编号、数量 2、集中收集、提交申请报废	办公室集中收集、验收是否符合报废标准后进行处理	刘峰	
2	总部	网销培训	培训内容对个人指导意义不大	1、梳理课程内容及讲师 2、每日小班培训，提升效果	逐步梳理优化，每日集中不同团队培训	刘峰	
3	总部	阳光费用	部分费用项目标准不清晰	1、日常事项由责任部门提案标准，会议讨论确定 2、未发生事项在阳光费用过程中进行积累，完善标准	建立收集表，各团队梳理填报	魏斌	
4	总部	信息化建设	现有信息流程审批遇到的问题及需要优化点较多，各团队提出问题，信息部汇总分类处理	1、流程优化类问题，分别转到归属部门评估，信息部修改 2、功能问题信息部直接修改 3、新增流程，引导新增需求，信息部执行 4、具体业务流程，信息部出解决办法及时间	专题会讨论优化	李凯	
5							
6							
7							
8							
9							

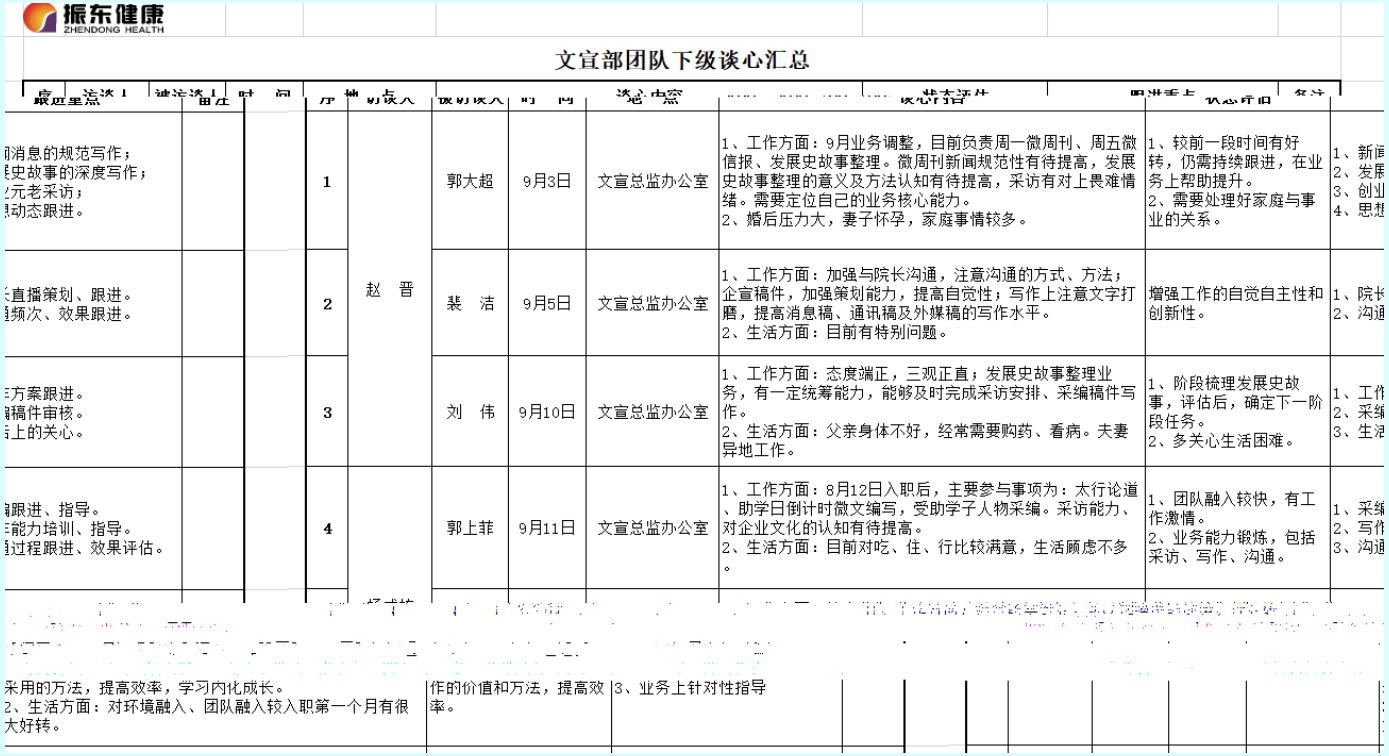
注：①上事经理制表 公管领导审核②针对公司运营过程中的问题如成本控制、员工激情、团队写作、业务拓展等问题进行提案

③提出可行的解决办法④经管会讨论决议⑤责任人负责落实⑥入人资数据库

ZR4701-1

F.

1



振东健康 ZHENDONG HEALTH

文宣部团队下级谈心汇总

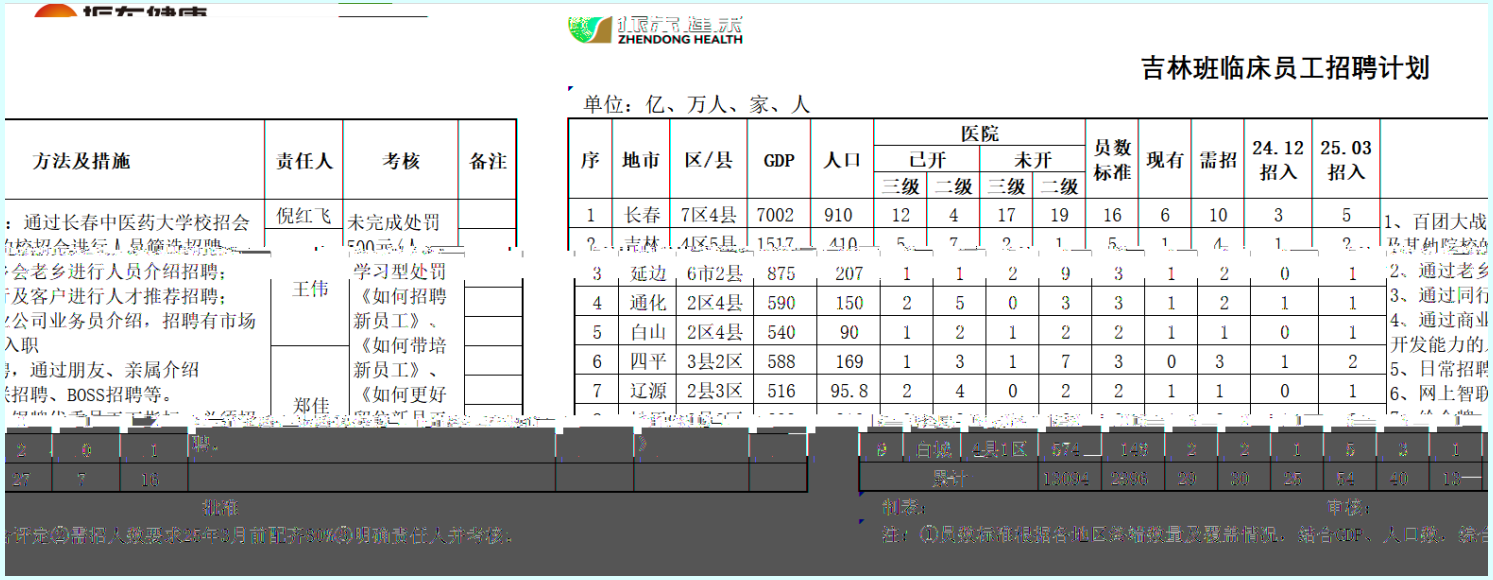
最近重点	谈谈1	谈谈2	时间	序	协助谈人	被协谈人	时间	谈心内容	谈心内容	状态评估	备注
消息的规范写作； 史故事的深度写作； 元老采访； 动态跟进。				1	赵 晋	郭大超	9月3日	文宣总监办公室	1、工作方面：9月业务调整，目前负责周一微周刊、周五微信报、发展史故事整理。微周刊新闻规范性有待提高，发展史故事整理的意义及方法认知有待提高，采访有对上畏难情绪。需要定位自己的业务核心能力。 2、婚后压力大，妻子怀孕，家庭事情较多。	1、较前一段时间有好转，仍需持续跟进，在业务上帮助提升。 2、需要处理好家庭与事业的关系。	1、新闻 2、发展 3、创业 4、思想
直播策划、跟进。 频次、效果跟进。				2		裴 洁	9月5日	文宣总监办公室	1、工作方面：加强与院长沟通，注意沟通的方式、方法；企宣稿件，加强策划能力，提高自觉性；写作上注意文字打磨，提高消息稿、通讯稿及外媒稿的写作水平。 2、生活方面：目前有特别问题。	增强工作的自觉自主性和创新性。	1、院长 2、沟通
方案跟进。 稿件审核。 上的关心。				3		刘 伟	9月10日	文宣总监办公室	1、工作方面：态度端正，三观正直；发展史故事整理业务，有一定统筹能力，能够及时完成采访安排、采编稿件写作。 2、生活方面：父亲身体不好，经常需要购药、看病。夫妻异地工作。	1、阶段梳理发展史故事，评估后，确定下一阶段任务。 2、多关心生活困难。	1、工作 2、采编 3、生活
跟进、指导。 能力培训、指导。 过程跟进、效果评估。				4		郭上菲	9月11日	文宣总监办公室	1、工作方面：8月12日入职后，主要参与事项为：太行论道、助学日倒计时微文编写，受助学子人物采编。采访能力、对企业文化的认知有待提高。 2、生活方面：目前对吃、住、行比较满意，生活顾虑不多。	1、团队融入较快，有工作激情。 2、业务能力锻炼，包括采访、写作、沟通。	1、采编 2、写作 3、沟通

采用的方法，提高效率，学习内化成长。 2、生活方面：对环境融入、团队融入较入职第一个月有很大好转。				作的价值和方法，提高效率。	3、业务上针对性指导					

G.

2 1

3 1



振东健康 ZHENDONG HEALTH

吉林班临床员工招聘计划

单位：亿、万人、家、人

方法及措施	责任人	考核	备注
：通过长春中医药大学校招会	倪红飞	未完成处罚	
会老乡进行人员介绍招聘；	王伟	学习型处罚	
及客户进行人才推荐招聘；		《如何招聘	
公司业务员介绍，招聘有市场		新员工》、	
入职		《如何带培	
，通过朋友、亲属介绍		新员工》、	
招聘、BOSS招聘等。	郑佳	《如何更好	

序	地市	区/县	GDP	人口	医院 已开 三级	医院 已开 二级	医院 未开 三级	医院 未开 二级	员数标准	现有	需招	24.12招入	25.03招入
1	长春	7区4县	7002	910	12	4	17	19	16	6	10	3	5
2	吉林	4区5县	1517	410	5	7	2	1	5	1	4	1	2
3	延边	6市2县	875	207	1	1	2	9	3	1	2	0	1
4	通化	2区4县	590	150	2	5	0	3	3	1	2	1	1
5	白山	2区4县	540	90	1	2	1	2	2	1	1	0	1
6	四平	3县2区	588	169	1	3	1	7	3	0	3	1	2
7	辽源	2县3区	516	95.8	2	4	0	2	2	1	1	0	1

1、百团大战
2、通过老乡
3、通过同行
4、通过商业
开发能力的
5、日常招聘
6、网上智职

2	0	1													
27	7	16													

6	白城	4县1区	574	149	2	2	1	5	3	1					
累计			13094	2396	29	30	25	54	40	18					

批准：

评定②需招人数要求25年3月前配齐80%③明确责任人并考核；

制表：

审核：

注：①员数标准根据各地区终端数量及覆盖情况，结合GDP、人口数，综合

H.

振东健康 ZHENDONG HEALTH

2024年9月　姓名：何彦红

自评结果	上级评定	因素	序	项目	考核标准	考核办法	数据来源	考核结果
签文字				破壁饮片	1、完成产品中试； 4、完成破壁草本精华营运方案		市场部数	1、沟通完成产品小试中试； 2、完成质量标准查询，完成标
部数统计					1、拜访长治中医院制剂室丁主任； 2、电话沟通庆城岐伯中医院王院长。 3、完成拓展方案提交区域	30	30	
部数统计					1、参加集团招商会； 2、安排各区域招商会物料	20	20	
部数					1、对接河北省中药材供应保障网； 2、沟通道地良品李乐乐总，预约拜访	20	15	进展慢
			2	过程考核	渠道推进	1、完成院内制剂渠道客户沟通拜访1-2家； 2、完成广东省药食同源滋补品渠道拓展方案	拜访客户1家得10分，拜访两家得20分，完成渠道拓展方案得10分，三项都完不成扣30分	市场据
			3		学术推广	参加集团招商会1-2次，策划其他市场活动1-2次	参加招商会1次得10分；其他市场活动1次得10分，没有参加任何活动扣20分	市场据
			4		市场信息	1、对接河北省中药材供应保障网； 2、与道地良品公司沟通我公司中药	未完成扣10分/项	市场

考核人：　下达人：　考核人：　被

资部。　的区分④分数无加分项⑤每月1日前，被考核人将上月考核结果（签字版）及当月考核表（签字版）交至集团人

振东健康 ZHENDONG HEALTH

北京研究院9月临床所长考核

序	项 目	考核标准	考核办法	数据来源	考核结果	自评	上级	因 素
C、研究者建群汇报和督促					1. 苦黄凝胶脂溢性皮炎入组督促及已入组患者情况分析		1. 沟通记录	1. 与CR
	3. 文档	3. 已完成所有可以完成的部分			2. 苦黄凝胶特应性皮炎入组督促 3. ZD16IND资料定稿			
每项扣8分	1. 邮件 2. 邮件 3. 邮件和周报 4. 沟通记录 5. 周汇报 6. 文档和会议纪要	1. 已定稿并签署 2. 完成 3. 完成 4. 每周跟踪 5. 每2周会议沟通 6. 已完成准备	48	48	2 仿制药大临床项目		1. 米诺地尔泡沫剂CRO合同定稿 2. 米诺地尔泡沫剂项目IPD汇报及飞书资料上传 3. 米诺地尔泡沫剂方案修订后的伦理快审 4. 米诺地尔泡沫剂参比制剂备货跟踪 5. 米诺地尔泡沫剂CRO公司管理 6. 胶体果胶铋内部讨论会资料准备和会议组织	未完成
	1. 合同 2. 合同	1. 已完成签署流程 2. 完成					1. 多柔比星脂质体预BE相关方合同签订 2. 多柔比星脂质体正式BE的CRO价格确定	
预BE结果获得 合作方合同确定 合作方价格确定	未完成每项扣4分	3. 邮件 4. 合同 5. 合同	3. 完成 4. 完成 5. 完成	20	20	3	仿制药BE项目	3. 培哇帕尼 4. 瑞卢戈利 5. 克立硼罗
肠癌RCT入组10例跟踪和督促	1、2项未完成扣3分	1. 跟踪表	1. 完成10例入组					1. 苦参结直
未完成每项扣3分	1. OFFER记录 2. 邮件	1. 面试19个人，4位上人资委 2. 完成3个项目评估	9	9	5	部门管理	1. 人员面试和到员2位 2. 立项和开题评估支持	

下达人： 考核人： 被考核人： 卢兴红

、上级交办、客户需求中提取②考核标准要具体并能够衡量，从数量、质量、时效性、成本和客户（上级）的评价等方面确定③项目按重要到次要排序，分值的设定
5分为基础分值。如属于协调、督促类的工作，可以2分为基础分值，要有明确的区分④每月5日前，被考核人将上月考核结果（签字版）及当月考核表（签字版）

注：①项目一般不超过5项，从职责
根据重要性而不是工作量，以
交至集团人资部。

泰盛制药9月总经理考核

考核结果	自评结果	上级评定	因　素
按生产计划均已完成	20	20	

序	项　目	考核标准	考核办法	数据来源
1	生产任务	1、组织完成粉针车间生产任务200万支； 2、组织完成固体制剂车间生产任务360万袋	1个车间未完成生产任务扣10分，全部未完成扣20分	生产记录 生产指令

申报资料	已完成申报	20	20	
工许可证	获得施工许可证	20	20	
申报资料	完成科技厅计划项目申报	20	20	
系一书资料	已完成	20	20	
		100	100	

2	研发项目	完成重酒石酸去甲肾上腺素注射液注册申报	未完成扣20分	申
3	工程项目	完成新建原料车间施工许可审批	未完成扣20分	施
4	基金项目	完成大同市科技计划项目申报	未完成扣20分	申
5	一系一书	完成一系一书初稿编写	未完成扣20分	一系
		小　计		

Z06200-1

考核人：　　被考核人：高志华　　下达人：

量，以5分为基础分值。如属于协调、督促类的工作，可以2分为基础分值，要有明确
月考核表（签字版）交至集团人资部。

定③项目按重要到次要排序，分值的设定根据重要性而不是工作
的区分④每月5日前，被考核人将上月考核结果（签字版）及当

振东健康 ZHENDONG HEALTH

营销中心9月大区总监考核

序	项 目	考核标准	考核办法	数据来源	考核结果	自评结果	上级评定	因 素
1	医院开发	岩舒开发1家，流向大于100盒	未完成扣40分	商务数据	完成大理中医院	40	40	入组进度慢
2	院长邀请	邀请23名院长参会	少一人扣2分	市场部	基本完成	40	20	院长级别11人
3	地政组局	1、完成3次地政宴请； 2、拜访地政不少于10人。	未完成各扣10分	拜访照片和费用申请	宴请少一场拜访完成	17	15	未完成
小 计						97	99	

ZQ6200-1

被考核人： 从竹成　　下达人：　　考核人：

本和客户（上级）的评价等方面确定
2分为基础分值，要有明确的区分

注：①项目一般不超过5项，从职责、上级交办、客户需求中提取②考核标准要具体并能够衡量，从数量、质量、时效性、成
③项目按重要到次要排序，分值的设定根据重要性而不是工作量，以5分为基础分值。如属于协调、督促类的工作，可以
④每月5日前，被考核人将上月考核结果（签字版）及当月考核表（签字版）交至集团人资部。

I.

振东健康 ZHENDONG HEALTH

员工　　月份工作计划（考核）表

日　　团队：　　时间：　年　月

计划指标					实际完成			备注
分类	项目	内容描述（节点、数量、具体指标清楚）	完成时间	分值	审评（完成情况）	得分	原因分析	
日常工作 90%								本岗工作 5-7项 键指
临时工作 10%				10				
合计				10				

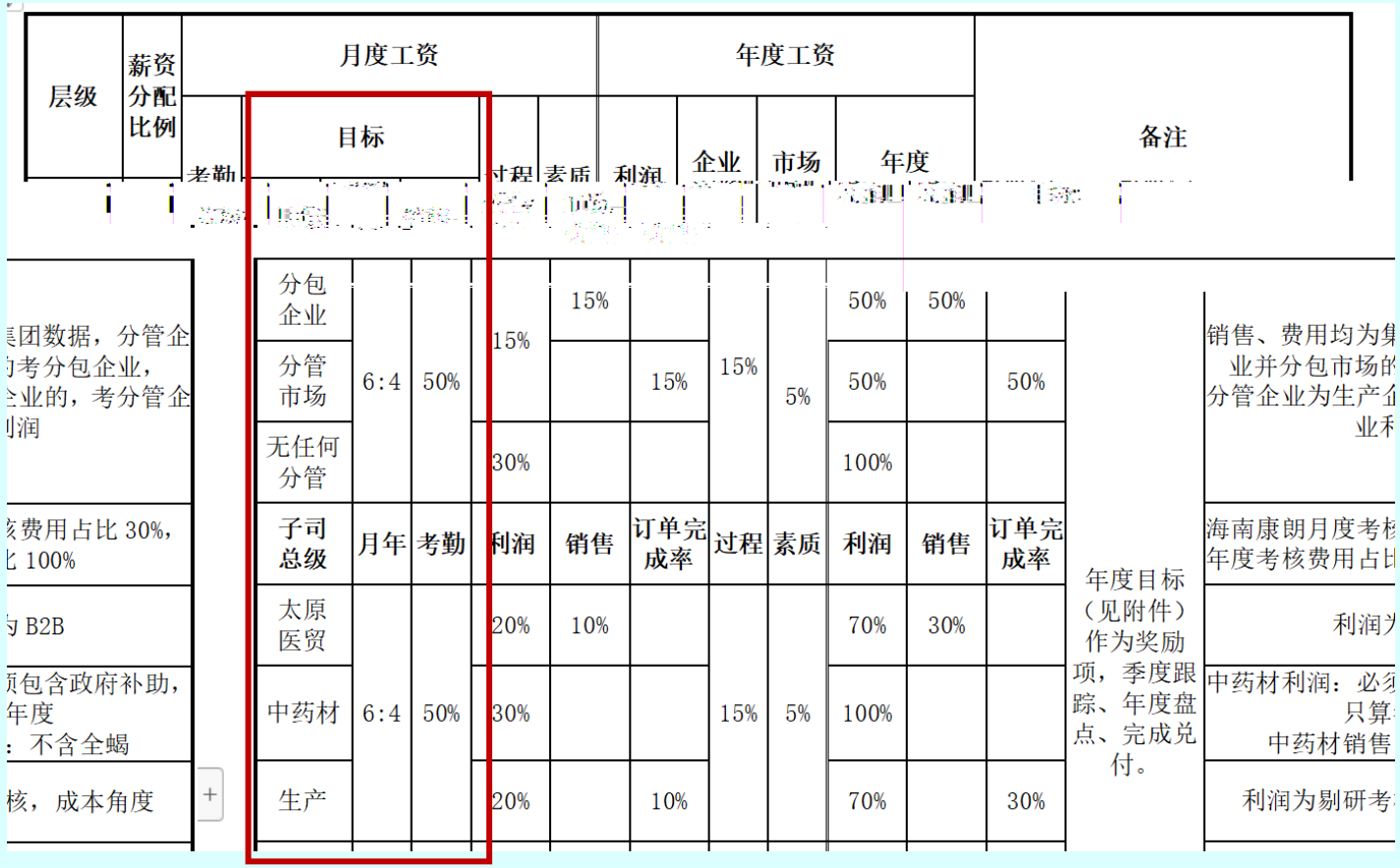
ZG1000-

被考核人：　　下达人：　　考核人：

考核主管于每月10日前考核完毕，并绩效反馈报总经理审批人资部保存一年后归档 违规罚500元

03

2024

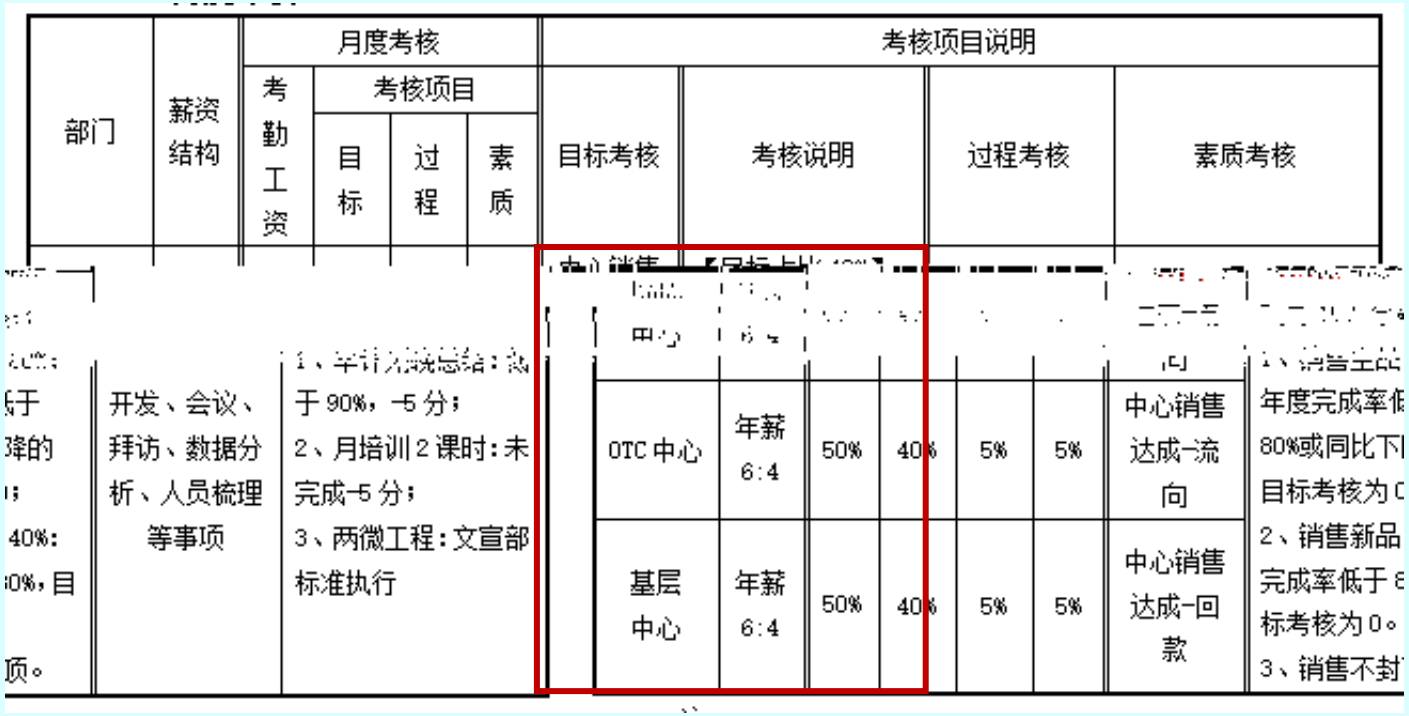


层级	薪资分配比例	月度工资					年度工资				备注	
		考勤	目标		过程	素质	利润	企业	市场	年度		
团数据，分管企 考分包企业， 业的，考分管企 润			分包企业	6:4	50%	15%	15%		15%	5%	50%	50%
			分管市场					15%			50%	
			无任何分管			30%					100%	
费用占比 30%， 比 100%			子司总级	月年	考勤	利润	销售	订单完成率	过程	素质	利润	销售
与 B2B			太原医贸	6:4	50%	20%	10%		15%	5%	70%	30%
项包含政府补助， 年度 ：不含全蝎			中药材			30%					100%	
核，成本角度			生产			20%		10%			70%	

订单完成率	年度目标（见附件）作为奖励项，季度跟踪、年度盘点、完成兑付。	备注
		销售、费用均为集 业并分包市场的 分管企业为生产企 业利
订单完成率		海南康朗月度考核 年度考核费用占比
		利润为
		中药材利润：必须 只算 中药材销售
30%		利润为剔研考

A.

OTC



部门	薪资结构	月度考核				考核项目说明			
		考勤工资	考核项目			目标考核	考核说明	过程考核	素质考核
			目标	过程	素质				
	开发、会议、拜访、数据分析、人员梳理等事项					OTC中心	年薪6:4	50% 40% 5% 5%	中心销售达成-流向
						基层中心	年薪6:4	50% 40% 5% 5%	中心销售达成-回款

B.

- 年度考核

年薪分配比例	考核比例及标准		
年 40%	销售达成	中心费用控制	人员管理
100%	40%	30%	30%

（1）销售达成 40%：2024 年中心销售整体达成考核要求：主品、新品销售考核。

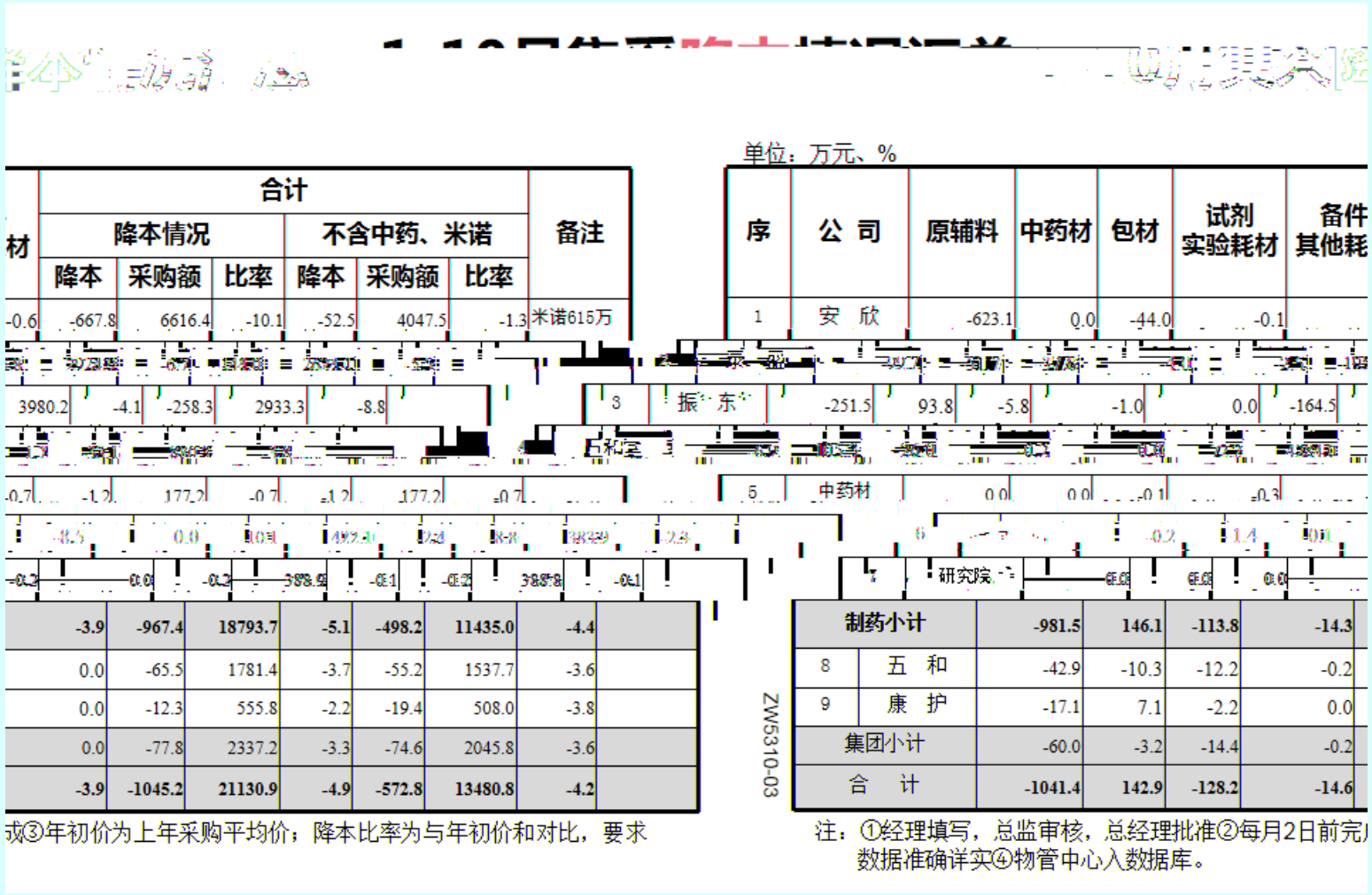
①销售主品 30%：年度完成率低于 80%或同比下降的年度销售考核部分为 0。

②销售新品 10%：年度完成率低于 80%的，年度销售考核部分为 0。

（2）费用控制 30%：费用超出预算标准，此项考核为 0.

（3）人员管理 30%：中心新员工 0-3 个月年度整体离职率高于 30%的，年薪部分此考核项目扣减 50%；中心员工因管理拖延产生的异常情况涉及争议赔付项的，考核项目扣减 50%并从中心利润中扣除赔偿对等金额。

C.



单位：万元、%

材	合计 降本情况 降本	合计 降本情况 采购额	合计 降本情况 比率	合计 不含中药、米诺 降本	合计 不含中药、米诺 采购额	合计 不含中药、米诺 比率	备注
-0.6	-667.8	6616.4	-10.1	-52.5	4047.5	-1.3	米诺615万
3980.2	-4.1	-258.3	2933.3	-8.8			
-0.7	-1.2	177.2	-0.7	-1.2	177.2	-0.7	
-0.2	0.0	-0.2	388.8	-0.1	-0.2	388.8	-0.1
-3.9	-967.4	18793.7	-5.1	-498.2	11435.0	-4.4	
0.0	-65.5	1781.4	-3.7	-55.2	1537.7	-3.6	
0.0	-12.3	555.8	-2.2	-19.4	508.0	-3.8	
0.0	-77.8	2337.2	-3.3	-74.6	2045.8	-3.6	
-3.9	-1045.2	21130.9	-4.9	-572.8	13480.8	-4.2	

成③年初价为上年采购平均价；降本比率为与年初价和对比，要求

序	公 司	原辅料	中药材	包材	试剂 实验耗材	备件 其他耗
1	安 欣	-623.1	0.0	-44.0	-0.1	
3	振 东	-251.5	93.8	-5.8	-1.0	0.0 -164.5
5	中药材	0.0	0.0	-0.1	-0.3	
6	研究院			-0.2	-1.4	
制药小计		-981.5	146.1	-113.8	-14.3	
8	五 和	-42.9	-10.3	-12.2	-0.2	
9	康 护	-17.1	7.1	-2.2	0.0	
集团小计		-60.0	-3.2	-14.4	-0.2	
合 计		-1041.4	142.9	-128.2	-14.6	

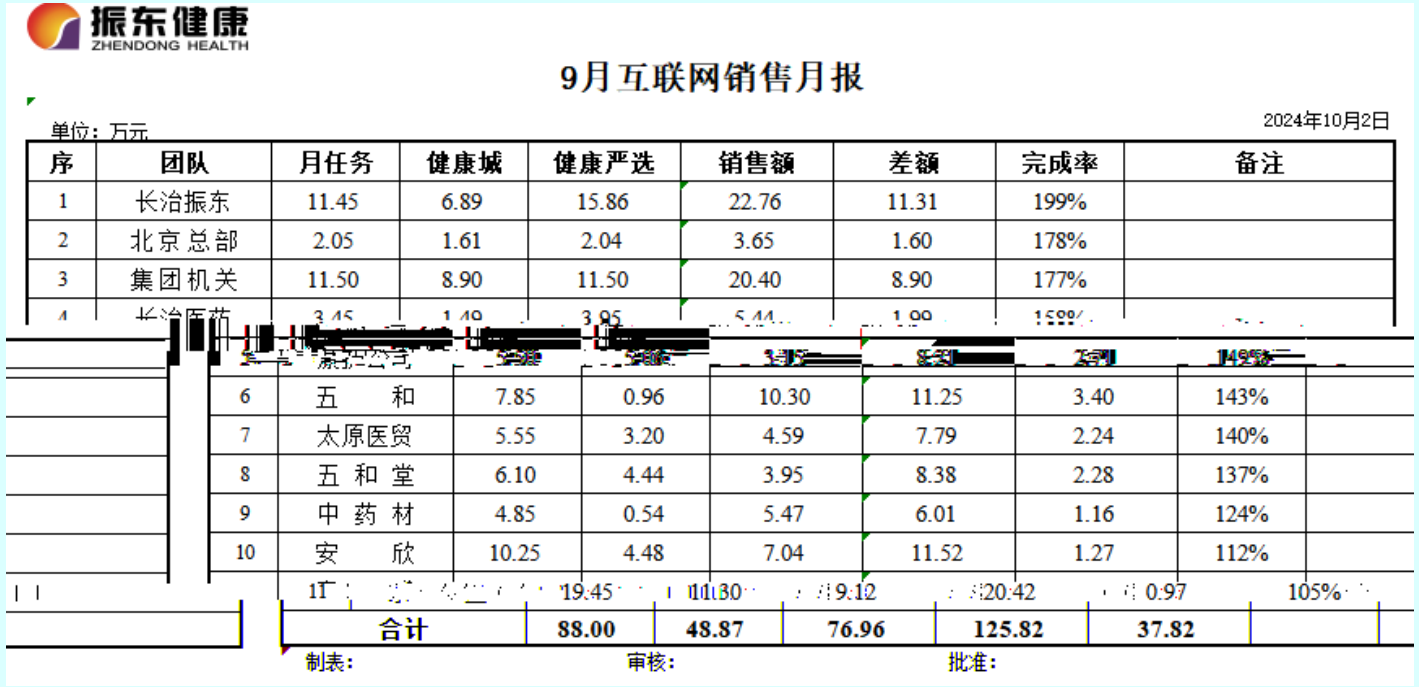
ZW5310-03

注：①经理填写，总监审核，总经理批准②每月2日前完
数据准确详实④物管中心入数据库。

D.

层级	薪资分配比例	月度工资				年度工资		备注
		考勤	目标（利润）	过程	素质	利润	年度目标	
总监	7：3	70%	10%	15%	5%	100%	另附	
经理	8：2	70%	10%	15%	5%	100%		
非生产员工	100%	80%	——	15%	5%	————		保安、保洁、司机不参加过程考核
生产员工		100%计件工资			5%			

E.



振东健康 ZHENDONG HEALTH

9月互联网销售月报

单位：万元　　2024年10月2日

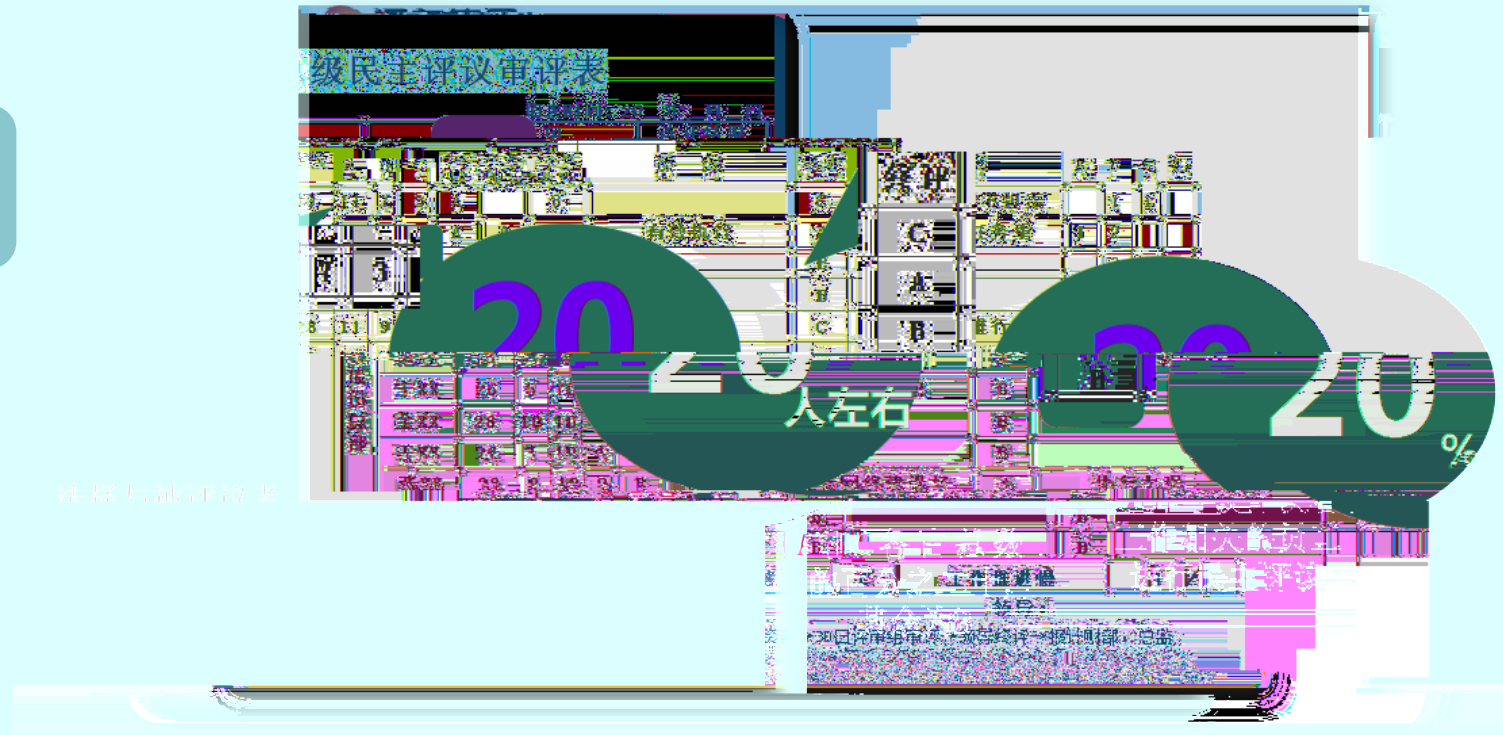
序	团队	月任务	健康城	健康严选	销售额	差额	完成率	备注
1	长治振东	11.45	6.89	15.86	22.76	11.31	199%	
2	北京总部	2.05	1.61	2.04	3.65	1.60	178%	
3	集团机关	11.50	8.90	11.50	20.40	8.90	177%	
4	长治医药	3.45	1.49	3.95	5.44	1.99	158%	
5	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
6	五　和	7.85	0.96		10.30	11.25	3.40	143%
7	太原医贸	5.55	3.20		4.59	7.79	2.24	140%
8	五和堂	6.10	4.44		3.95	8.38	2.28	137%
9	中药材	4.85	0.54		5.47	6.01	1.16	124%
10	安　欣	10.25	4.48		7.04	11.52	1.27	112%
11	[illegible]	19.45	10.30		9.12	20.42	0.97	105%
	合计	88.00	48.87		76.96	125.82	37.82	

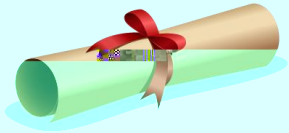
制表：　　审核：　　批准：

F.

20

A C 20%



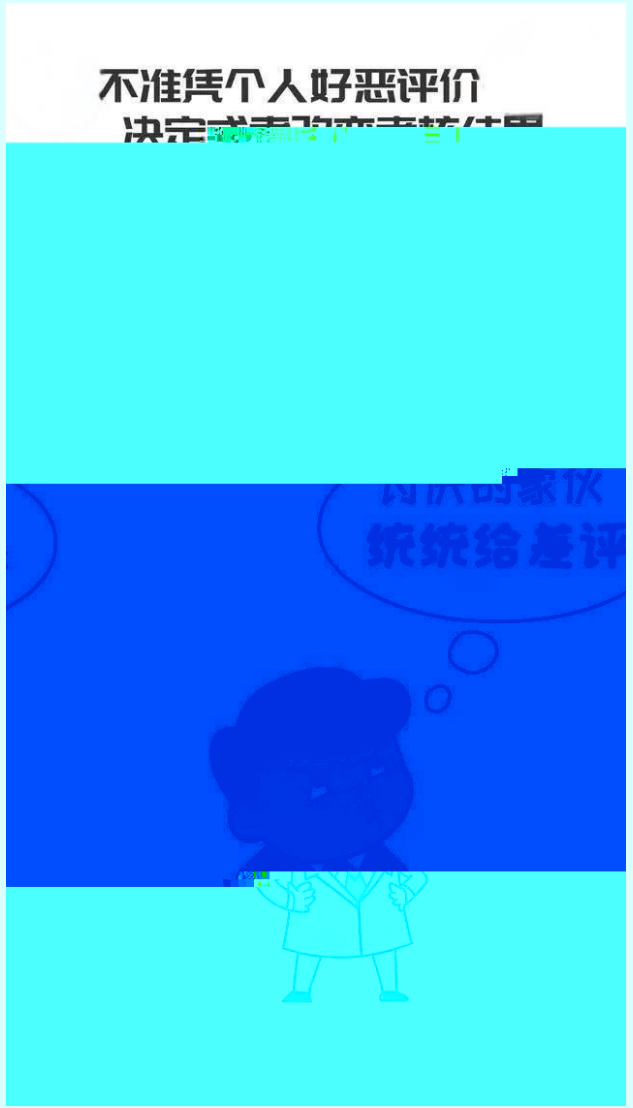


A.

B.

C.

D.



企业家爱国 就是做好产品

为中国人设计 让中国人健康