



A.

B.



- A. _____
- B. _____
- C. _____
- D. _____
- E. _____
- F. _____
- G. _____

振东集团生态观光农业示范园区

目 录

第一章 总体思路和目标

第一节 总体思路

第二节 建设原则

第三节 建设目标

第二章 重点行动计划和措施

第一节 产业园区建设

第二节 园区基础设施建设

第三节 配套工程建设

第三章 效益分析

第一节 功能定位

第二节 园区布局

第四章 风险评估和保障措施

第一节 经营形式

第二节 科技及资金保障

第三节 组织实施

第五章 项目进度安排

第一节 责任人分配

第二节 项目进度跟踪

第六章 投资估算及经济效益预测

第一节 投资估算

第二节 经济效益预测

第七章 监控和评估

第一节 考核标准

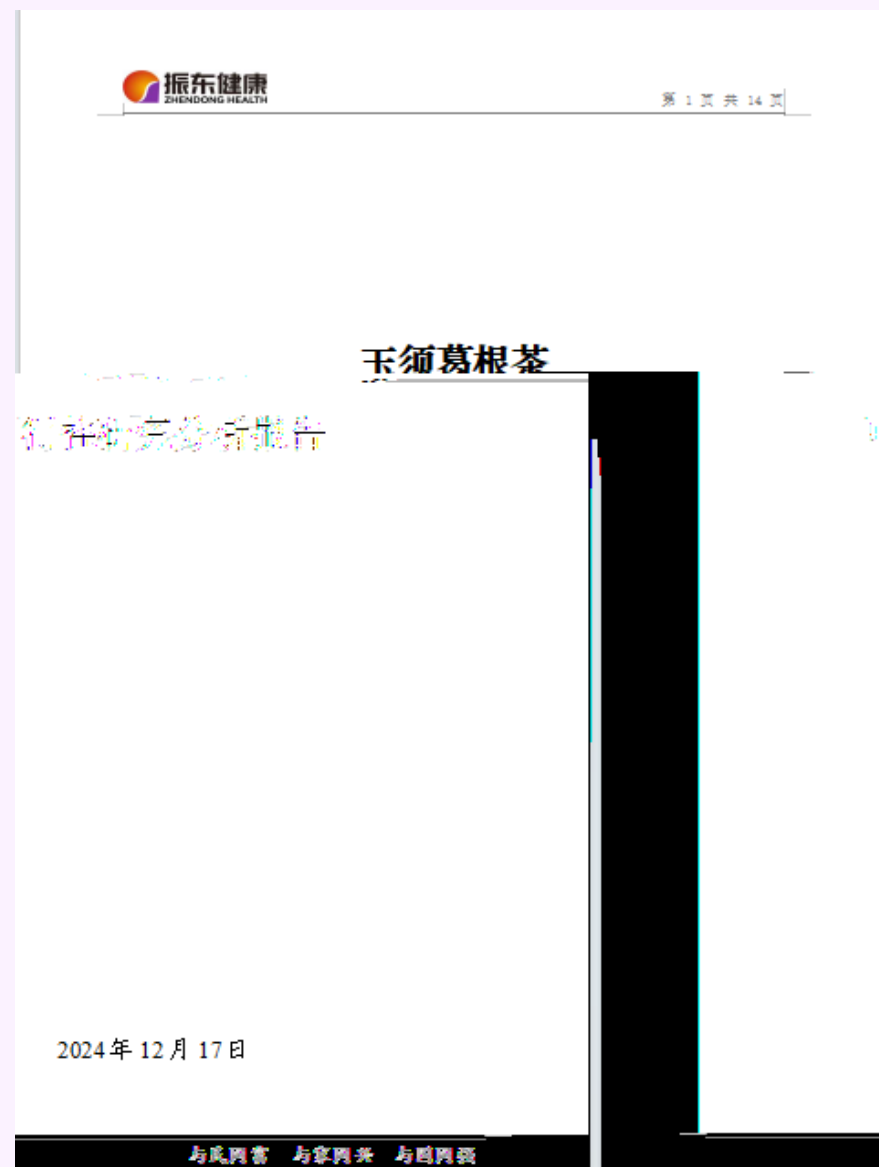
第二节 评价方法

附表

A.

B.

C.



A.
B.
C.
D.
E.



A

B

C

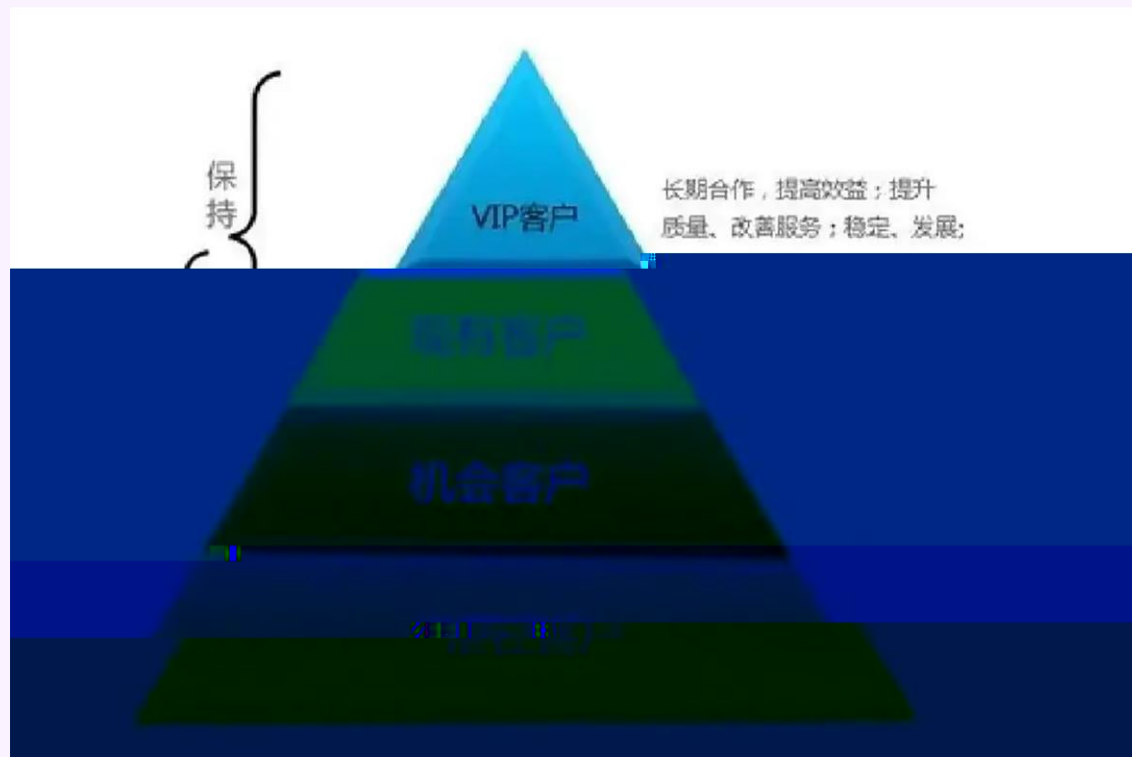
D

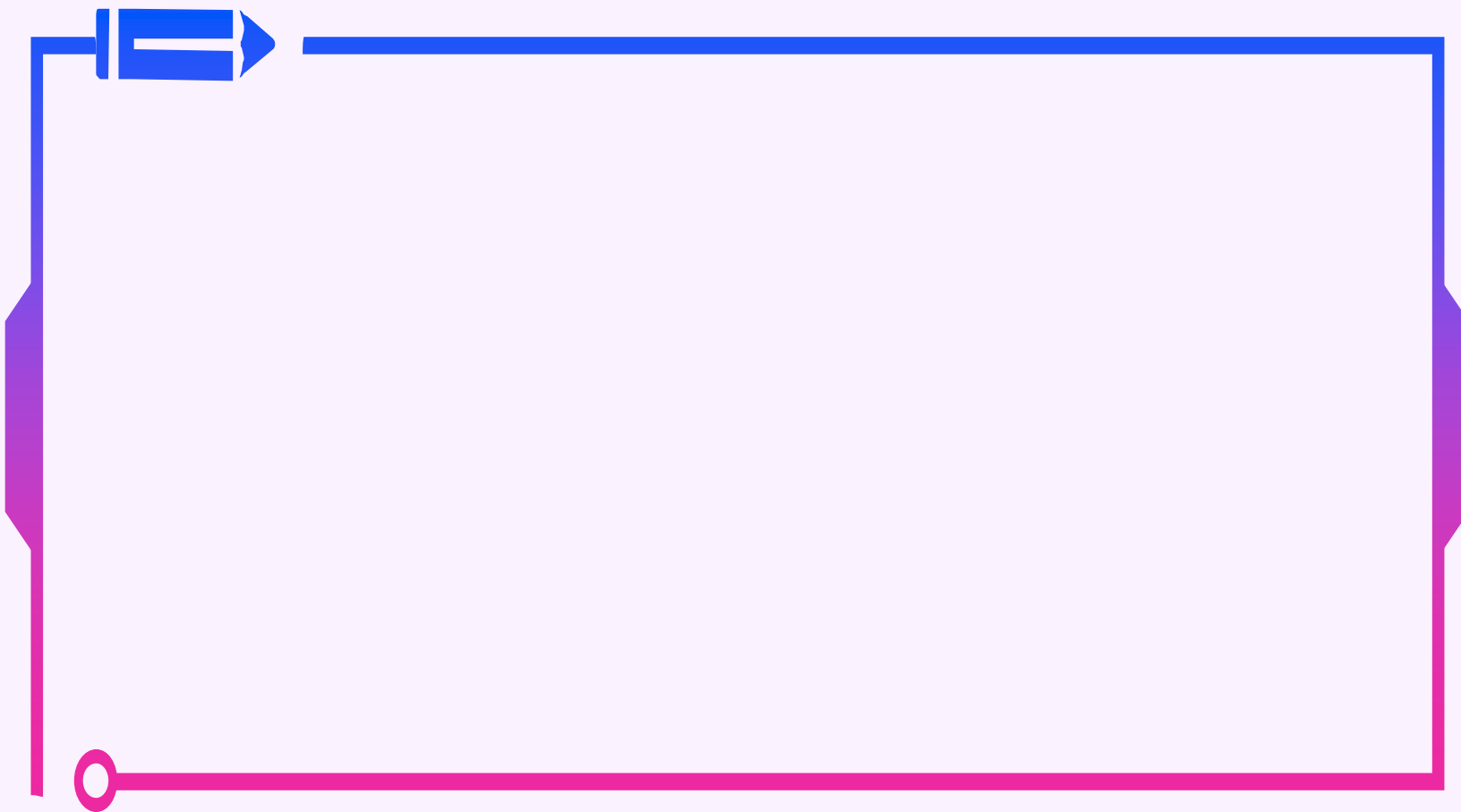
E

F

G

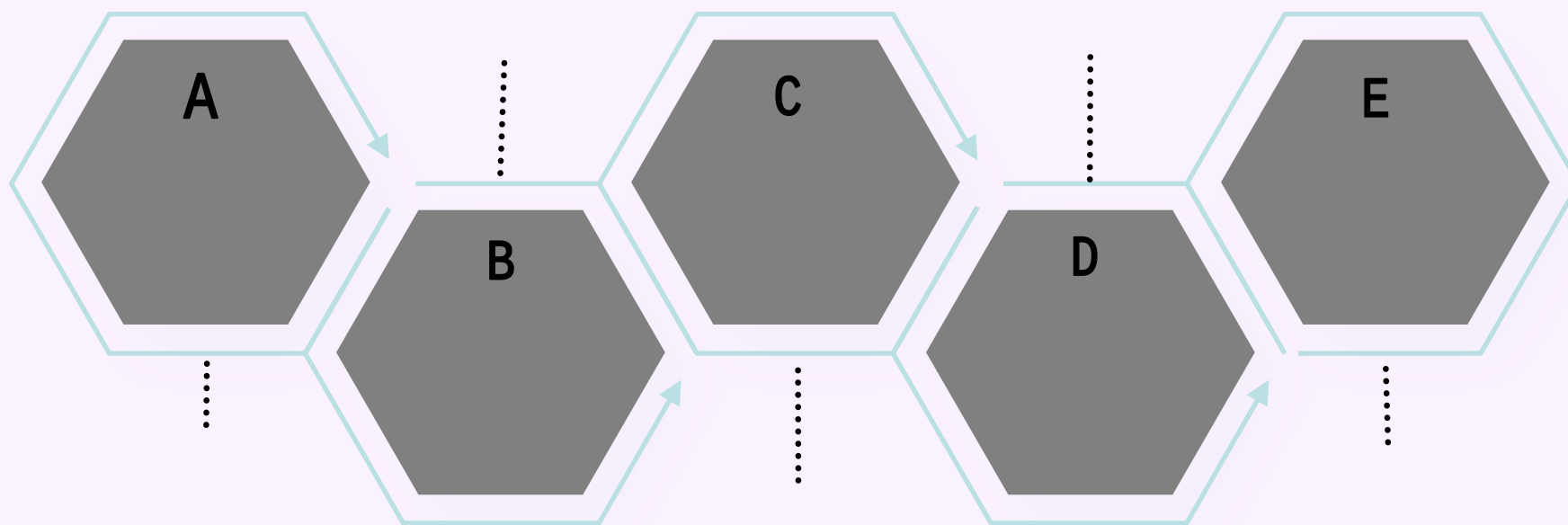
H

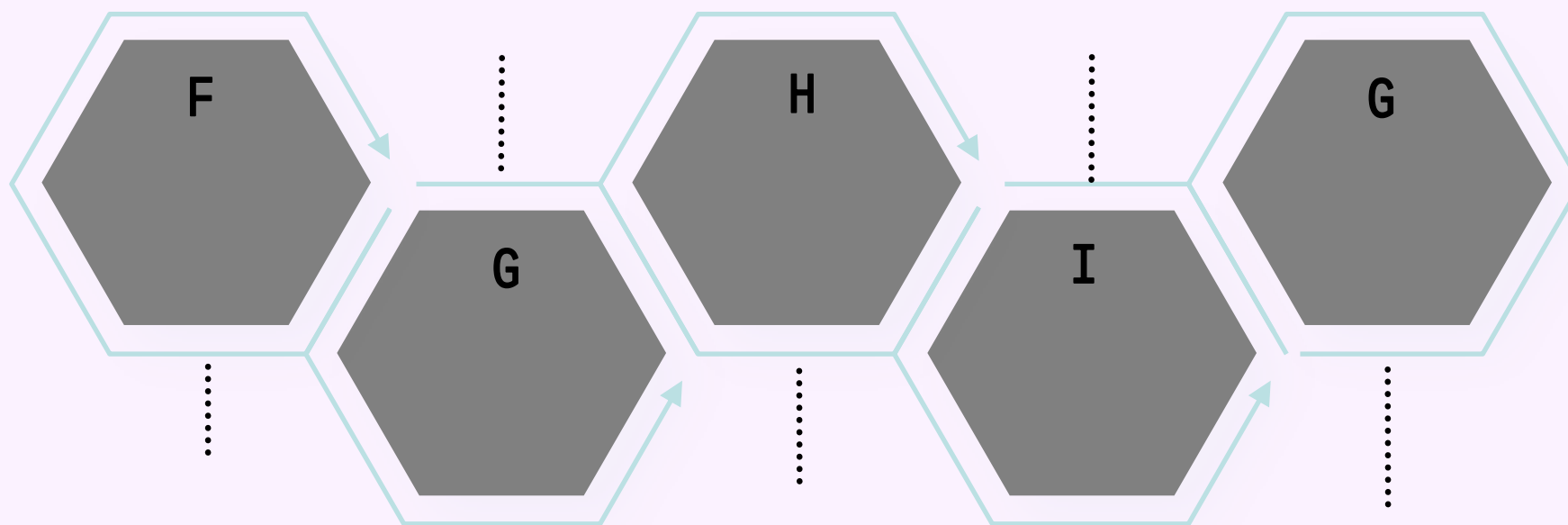




01







目 录

总 论	1	第一章
项目概述	1	山西平顺县芦芽村中医药康养小镇建设项目可行性研究报告
1.1.1 项目名称	1	
1.1.2 项目位置与范围	1	
1.1.3 项目建设期限	2	
1.1.4 项目承办单位	2	
1.2 可行性研究报告的编制依据	2	
1.3 项目建设内容	3	
1.4 投资估算	3	
1.4.1 投资总额及投资构成	3	
1.4.2 资金来源	4	
1.5 主要技术经济指标	4	
1.6 项目综合评价	4	
1.6.1 项目需求与开发战略	5	
1.6.2 结论	5	
第二章 项目背景及必要性	6	
2.1 项目背景	6	
2.2 项目建设的必要性	7	
2.2.1 项目建设，符合产业政策的要求	7	
2.2.2 项目实施，有助于平顺县创建国家级中医药健康旅游示范县目标的实现	7	
2.2.3 项目实施，有助于促进平顺县的脱贫攻坚	8	

18年1月

平顺县芦芽村中医药康养小镇建设项目可行性研究报告		平顺县芦芽村中医药康养小镇建设项目可行性研究报告	
2.3 项目单位简介.....9		4.3.1 市场定位.....24	
2.3.1 总体概况.....9		4.3.2 市场规模预测.....25	
第三章 项目建设条件.....11		5.1 项目建设理念.....	
3.1 平顺县概况.....11		5.1.1 定位.....	
5.1.2 建设理念.....26		3.1.1 自然概况.....11	
5.2 项目概述.....12		3.1.2 经济社会发展概况.....12	
5.2.1 用地.....26		3.1.3 脱贫攻坚首战首胜.....12	
5.2.2 项目选址.....14		3.1.4 人文发展概况.....	
3.1.5 交通区位条件.....14		5.3 总体布局.....	
概况.....15		5.4 建设方案.....28	3.2 项目区
项目区自然概况.....15		5.4.1 专家工作区.....28	3.2.1
社会经济发展概况.....15		5.4.2 乡村记忆区.....29	3.2.2
交通区位条件.....16		5.4.3 大众化康养体验区.....30	3.2.3
设地点分析.....16		5.4.4 休闲养生度假区.....32	3.3 项目建
居民点概况.....16		5.3.5 中医药文化中心.....34	3.3.1
抗震等级.....16		5.5.6 天堑观景休闲区.....36	3.3.2
析.....17		5.5 药园.....37	第四章 市场分
游市场潜力.....17		5.6 产品方案表.....37	4.1 健康旅
市场趋势.....17		第六章 基础设施与公共服务设施建设.....39	4.1.1
市场需求类型.....18		6.1 道路建设方案.....39	4.1.2
健康旅游产业发育状况.....19		6.1.1 小镇外部道路.....39	4.2 中医药
中医药健康旅游正在崛起.....19		6.1.2 小镇内部车行道路.....39	4.2.1
各级政府支持力度加大.....20		6.1.3 游览步道.....39	4.2.2
典型示范效应.....22		6.1.3 停车场.....40	4.2.3

平顺县芦芽村中医药康养小镇建设项目可行性研究报告

6.2.1 最大用水量预测	40
6.2.2 水源设施	40
7.1.2 综合能耗计算	40
7.1.4 耗能工质——水的消耗量估算	48
7.1.5 能耗折算	48
7.2 节能措施	48
7.3 环境保护	49
7.3.1 环境保护目标	49
6.4.2 电源设施	42
6.4.3 防雷、接地	42

6.5 电信系统

6.6 供热系统	43
6.7 环卫设施	44
6.7.1 公共厕所	44

6.7.2 垃圾收集站及垃圾转运站	44
6.8 安保设施	45
6.8.1 天眼工程	45
6.8.2 消防规划	45
6.8.3 无障碍设施	45
6.8.4 医疗救护规划	45
6.9 游客服务中心建设	45
6.10 信息化建设	46
6.10.1 旅游信息网站	46
6.10.2 无线通讯系统	46

第七章 节能与环保

7.1 节能	47
--------	----

平顺县芦芽村中医药康养小镇建设项目可行性研究报告

7.1.1 能耗分析	47
7.1.2 电能消耗计算	47
6.2.2 能源建设	41
6.3 排水系统	41
6.3.1 排水体制	41
6.3.2 污水工程	41
6.4 供电设施	42
6.4.1 电源及负荷等级	42
7.3.2 环境影响评价	50
7.3.3 拟采取的环保措施	51

第八章 组织机构与项目实施

8.1 组织机构设置	52
8.1.1 建设期管理体制	52
8.1.2 财务管理组	52

8.1.3 对外协调	52
8.1.4 综合管理	52
8.1.5 工程建设	52
8.2 小镇运营员工来源	52
8.3 项目管理	52
8.4 工程招标投标管理	52
8.4.1 招标管理	52
8.4.2 招标基础	52

第九章 投资估算与资金筹措

9.1 投资估算	53
9.2 估算依据	53

9.2.2 小镇建设项目直接费用估算	59
9.2.3 固定资产投资估算	61
9.3 铺底流动资金估算	62
9.4 项目总投资	62
9.5 项目融资	63
第十章 综合效益分析	64
10.1 经济效益	64
10.1.1 评价依据	64
10.1.2 营业收入估算	64
10.1.3 成本费用估算	65

10.1.7 风险分析	68
10.2 社会效益	69
10.3 生态效益	70
第十一章 结论和建议	71
11.1 结论	71
11.1.1 可行因素	71
11.2 建议	72

第一章 总 论

1.1 项目概述

1.1.1 项目名称

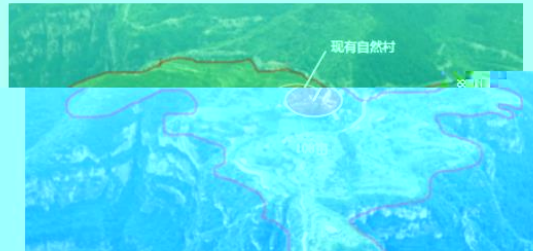
山西平顺县芦芽村中医药康养小镇建设项目可行性研究报告。

1.1.2 项目位置与范围

项目位置：项目选址于山西平顺县芦芽村青草街自然庄。

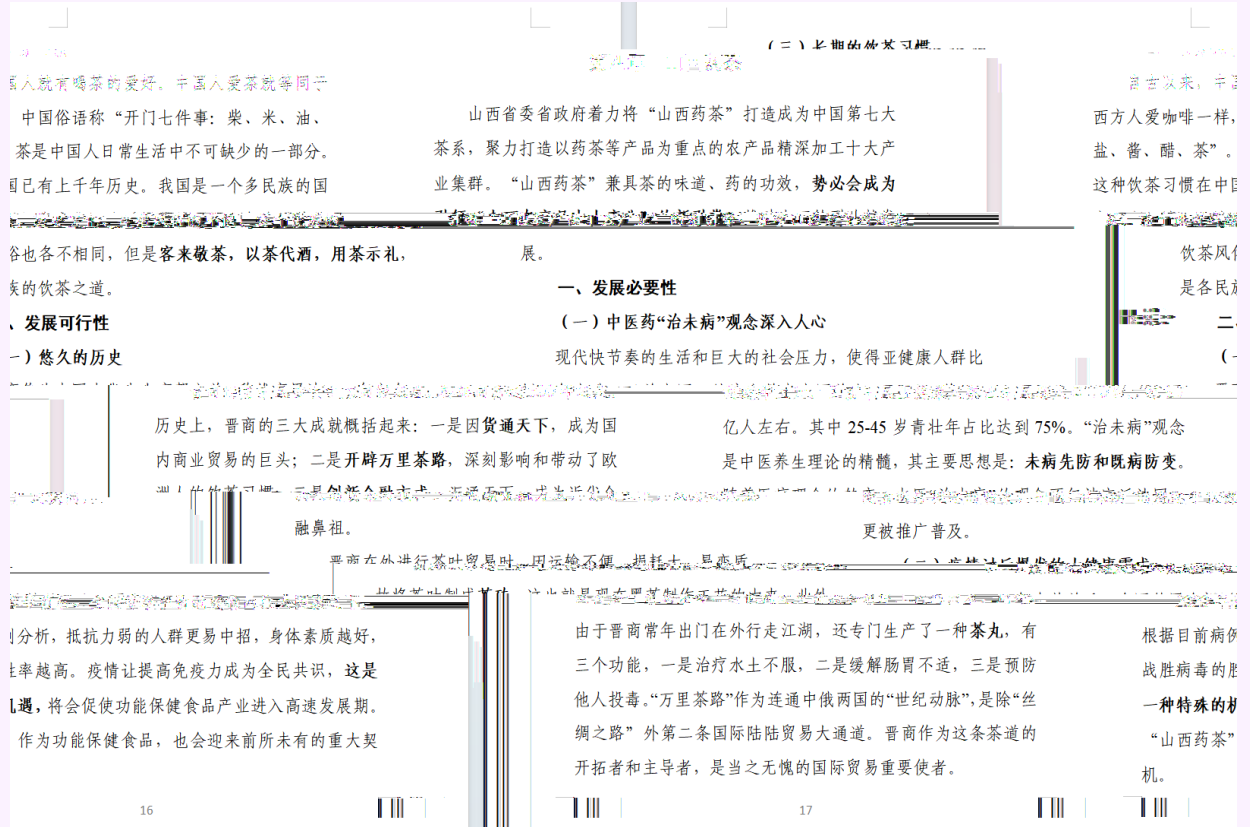
项目范围：芦芽村青草街自然庄村界内，占地约 600 亩。

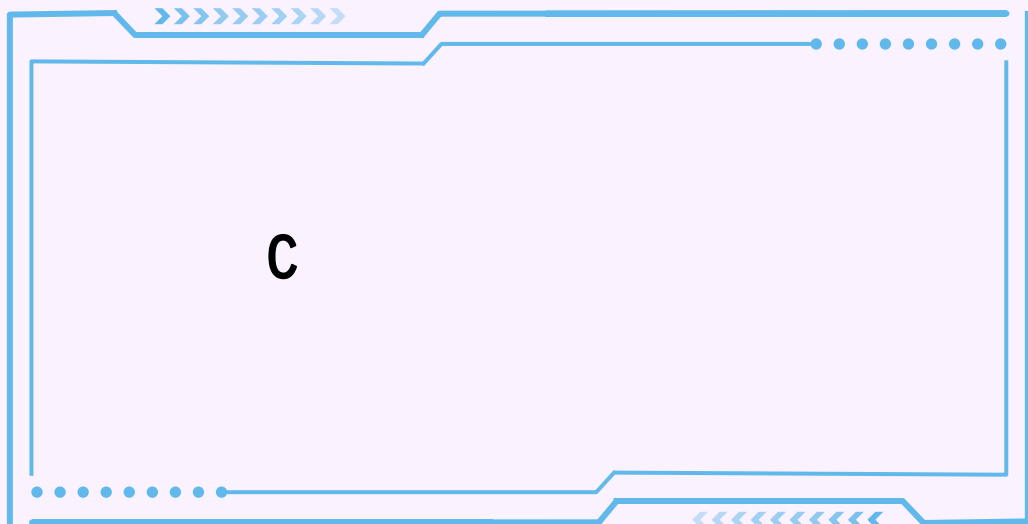
相对高差 24m。107 国道为康养小镇主要对外交通道路。



与民同富 与家同兴 与国同强

B.





平顺野生青翘虽有名气，但缺乏品牌效益。为此，在长治市卫计委扶贫工作队帮扶下，投资 33 万元建设了年烘干能力 100 吨、产值 200 万元的中药材加工厂。

3.2.3 交通区位条件

景色优美，S76 高速公路与阳寺线相连接，交通便利。

芦芽村有山杏、野梨等树木，其中有一株国宝级树木——年白皮松。

3.3 项目建设地点分析

3.3.1 居民点概况

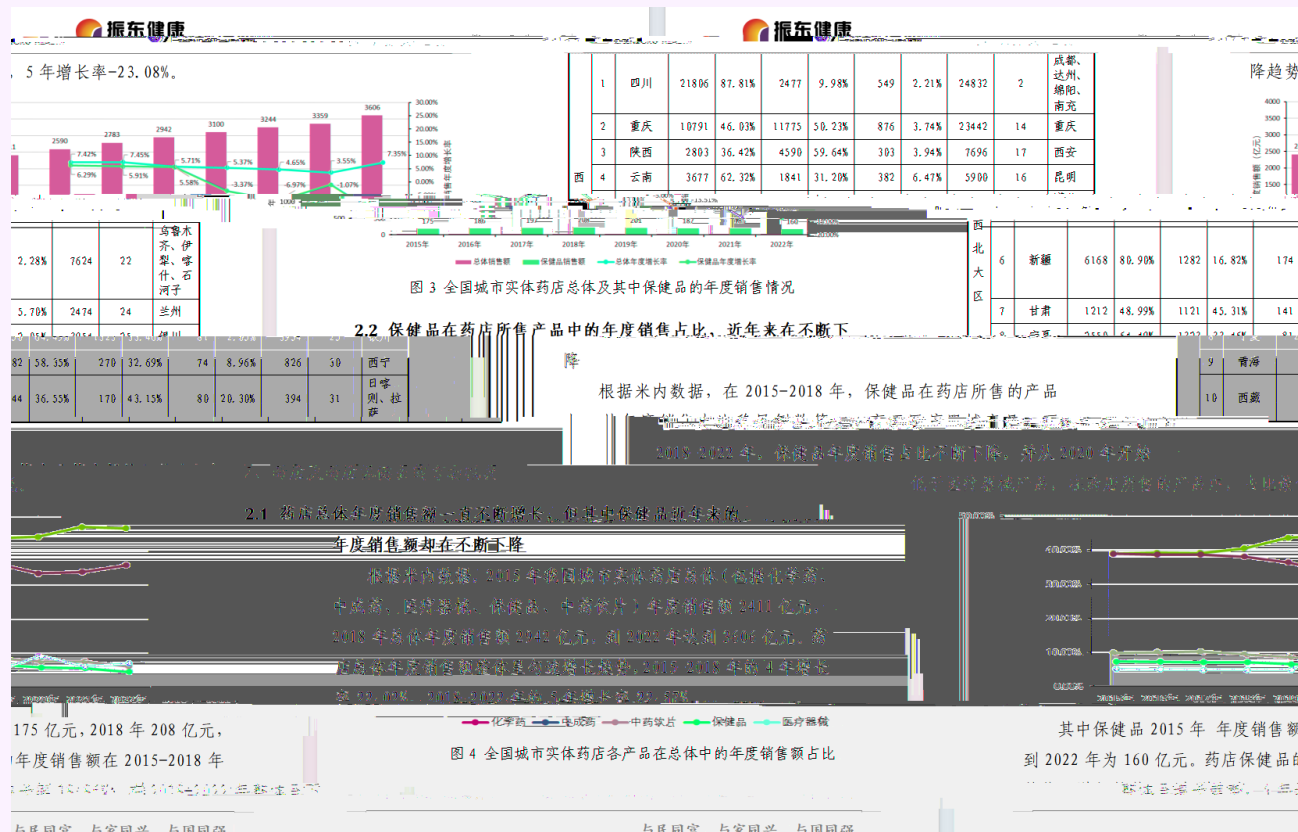
项目建设地点为芦芽村青草街自然村。现村庄户数少且房屋于简陋。在保留现有村庄机理的基础上，自然村与本项目统一设计，部分房屋拆除，部分升级改造，并与芦芽村等村庄合作旅游，配套基础设施和公共服务设施，实现旅游经济的连动效应。

项目整体用地约 108 亩。形状不规则，部分较为平缓，可建设用地，局部地势较为险峻，可利用悬崖设计景观。

3.3.2 抗震等级

依据《建筑抗震设计规范》(2008 年版)GB50117-2001 规定，按 7 度设防，设计基础地震加速度值 0.10g，重要工程提高一度设防。

D



E

调研的基础上确定。

第十章 综合效益分析

10.1 社会效益

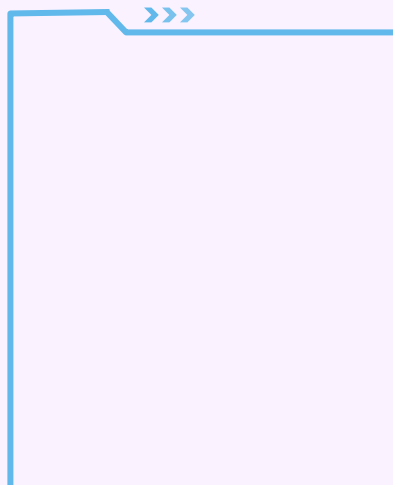
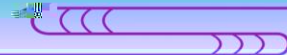
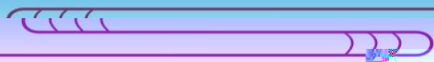
10.1.1 评价依据

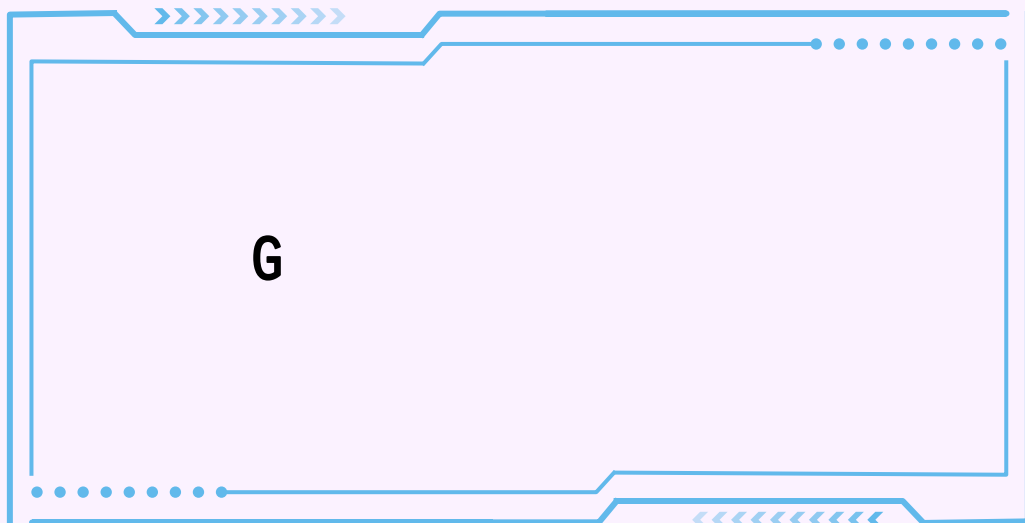
编制依据：《建设项目经济评价方法与参数》（第三版）
财务评价方法：《建设项目经济评价方法与参数》（第三版）
8. 项目评价：《建设项目经济评价方法与参数》（第三版）
评价依据：《建设项目经济评价方法与参数》（第三版）
税收：按国家财税制度执行，其中餐饮企业需缴纳增值税。
（续前表）

项目	单位	数量	单价（元/天/人）	营业收入（万元）
营业收入	200			
1. 营业收入	200			
2. 营业收入	200			
3. 营业收入	200			
4. 营业收入	200			
5. 营业收入	200			
6. 营业收入	200			
7. 营业收入	200			
8. 营业收入	200			
9. 营业收入	200			
10. 营业收入	200			
11. 营业收入	200			
12. 营业收入	200			
13. 营业收入	200			
14. 营业收入	200			
15. 营业收入	200			
16. 营业收入	200			
17. 营业收入	200			
18. 营业收入	200			
19. 营业收入	200			
20. 营业收入	200			
21. 营业收入	200			
22. 营业收入	200			
23. 营业收入	200			
24. 营业收入	200			
25. 营业收入	200			
26. 营业收入	200			
27. 营业收入	200			
28. 营业收入	200			
29. 营业收入	200			
30. 营业收入	200			
31. 营业收入	200			
32. 营业收入	200			
33. 营业收入	200			
34. 营业收入	200			
35. 营业收入	200			
36. 营业收入	200			
37. 营业收入	200			
38. 营业收入	200			
39. 营业收入	200			
40. 营业收入	200			
41. 营业收入	200			
42. 营业收入	200			
43. 营业收入	200			
44. 营业收入	200			
45. 营业收入	200			
46. 营业收入	200			
47. 营业收入	200			
48. 营业收入	200			
49. 营业收入	200			
50. 营业收入	200			
51. 营业收入	200			
52. 营业收入	200			
53. 营业收入	200			
54. 营业收入	200			
55. 营业收入	200			
56. 营业收入	200			
57. 营业收入	200			
58. 营业收入	200			
59. 营业收入	200			
60. 营业收入	200			
61. 营业收入	200			
62. 营业收入	200			
63. 营业收入	200			
64. 营业收入	200			
65. 营业收入	200			
66. 营业收入	200			
67. 营业收入	200			
68. 营业收入	200			
69. 营业收入	200			
70. 营业收入	200			
71. 营业收入	200			
72. 营业收入	200			
73. 营业收入	200			
74. 营业收入	200			
75. 营业收入	200			
76. 营业收入	200			
77. 营业收入	200			
78. 营业收入	200			
79. 营业收入	200			
80. 营业收入	200			
81. 营业收入	200			
82. 营业收入	200			
83. 营业收入	200			
84. 营业收入	200			
85. 营业收入	200			
86. 营业收入	200			
87. 营业收入	200			
88. 营业收入	200			
89. 营业收入	200			
90. 营业收入	200			
91. 营业收入	200			
92. 营业收入	200			
93. 营业收入	200			
94. 营业收入	200			
95. 营业收入	200			
96. 营业收入	200			
97. 营业收入	200			
98. 营业收入	200			
99. 营业收入	200			
100. 营业收入	200			
101. 营业收入	200			
102. 营业收入	200			
103. 营业收入	200			
104. 营业收入	200			
105. 营业收入	200			
106. 营业收入	200			
107. 营业收入	200			
108. 营业收入	200			
109. 营业收入	200			
110. 营业收入	200			
111. 营业收入	200			
112. 营业收入	200			
113. 营业收入	200			
114. 营业收入	200			
115. 营业收入	200			
116. 营业收入	200			
117. 营业收入	200			
118. 营业收入	200			
119. 营业收入	200			
120. 营业收入	200			
121. 营业收入	200			
122. 营业收入	200			
123. 营业收入	200			
124. 营业收入	200			
125. 营业收入	200			
126. 营业收入	200			
127. 营业收入	200			
128. 营业收入	200			
129. 营业收入	200			
130. 营业收入	200			
131. 营业收入	200			
132. 营业收入	200			
133. 营业收入	200			
134. 营业收入	200			
135. 营业收入	200			
136. 营业收入	200			
137. 营业收入	200			
138. 营业收入	200			
139. 营业收入	200			
140. 营业收入	200			
141. 营业收入	200			
142. 营业收入	200			
143. 营业收入	200			
144. 营业收入	200			
145. 营业收入	200			
146. 营业收入	200			
147. 营业收入	200			
148. 营业收入	200			
149. 营业收入	200			
150. 营业收入	200			
151. 营业收入	200			
152. 营业收入	200			
153. 营业收入	200			
154. 营业收入	200			
155. 营业收入	200			
156. 营业收入	200			
157. 营业收入	200			
158. 营业收入	200			
159. 营业收入	200			
160. 营业收入	200			
161. 营业收入	200			
162. 营业收入	200			
163. 营业收入	200			
164. 营业收入	200			
165. 营业收入	200			
166. 营业收入	200			
167. 营业收入	200			
168. 营业收入	200			
169. 营业收入	200			
170. 营业收入	200			
171. 营业收入	200			
172. 营业收入	200			
173. 营业收入	200			
174. 营业收入	200			
175. 营业收入	200			
176. 营业收入	200			
177. 营业收入	200			
178. 营业收入	200			
179. 营业收入	200			
180. 营业收入	200			
181. 营业收入	200			
182. 营业收入	200			
183. 营业收入	200			
184. 营业收入	200			
185. 营业收入	200			
186. 营业收入	200			
187. 营业收入	200			
188. 营业收入	200			
189. 营业收入	200			
190. 营业收入	200			
191. 营业收入	200			
192. 营业收入	200			
193. 营业收入	200			
194. 营业收入	200			
195. 营业收入	200			
196. 营业收入	200			
197. 营业收入	200			
198. 营业收入	200			
199. 营业收入	200			
200. 营业收入	200			

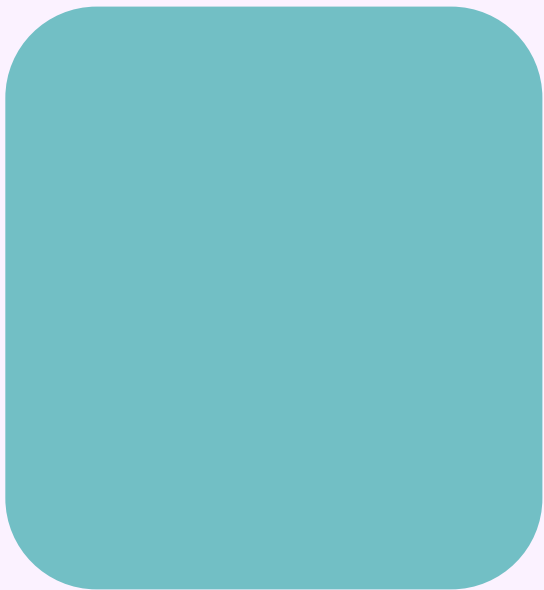
（2）折旧核算

营业收入：按餐位数 200 /

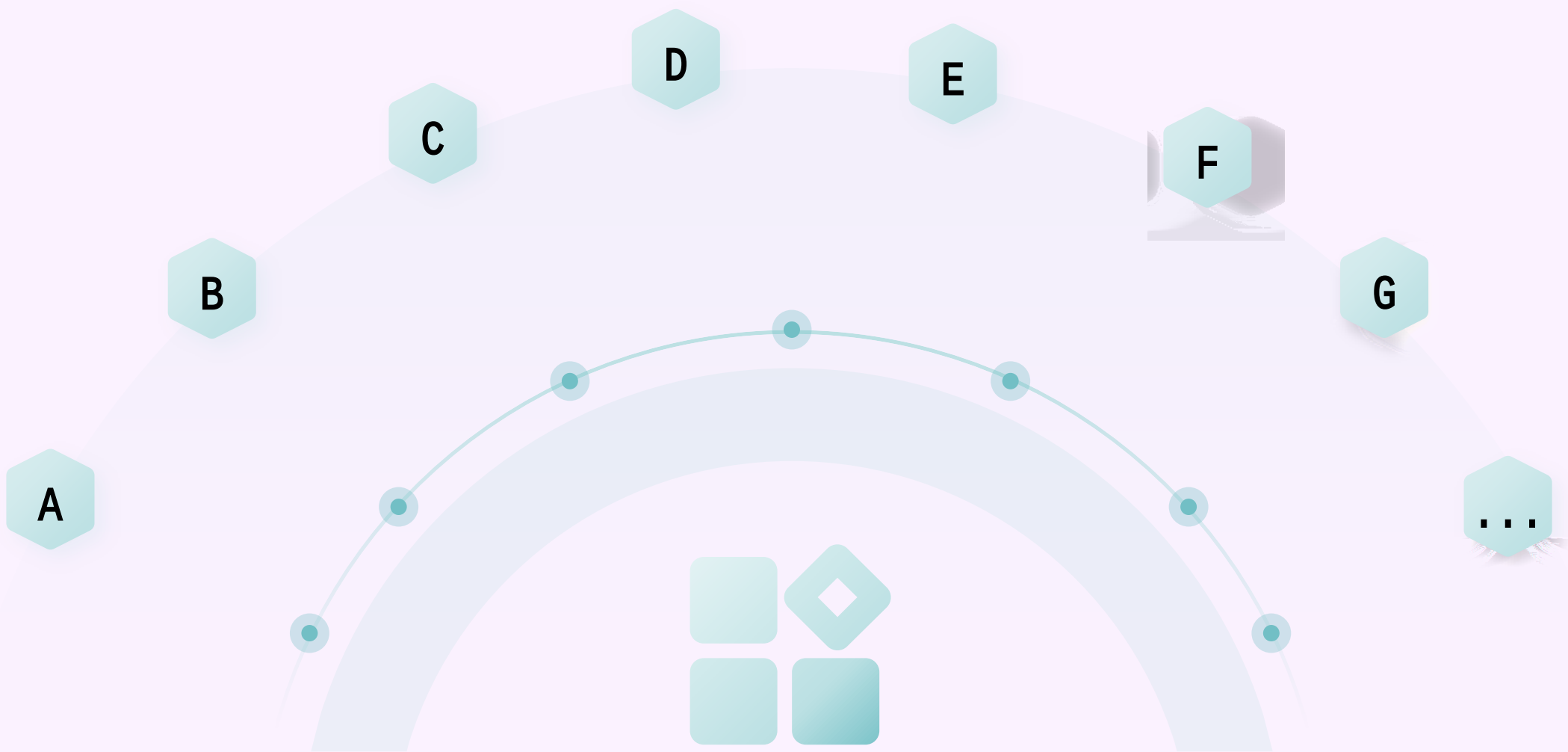


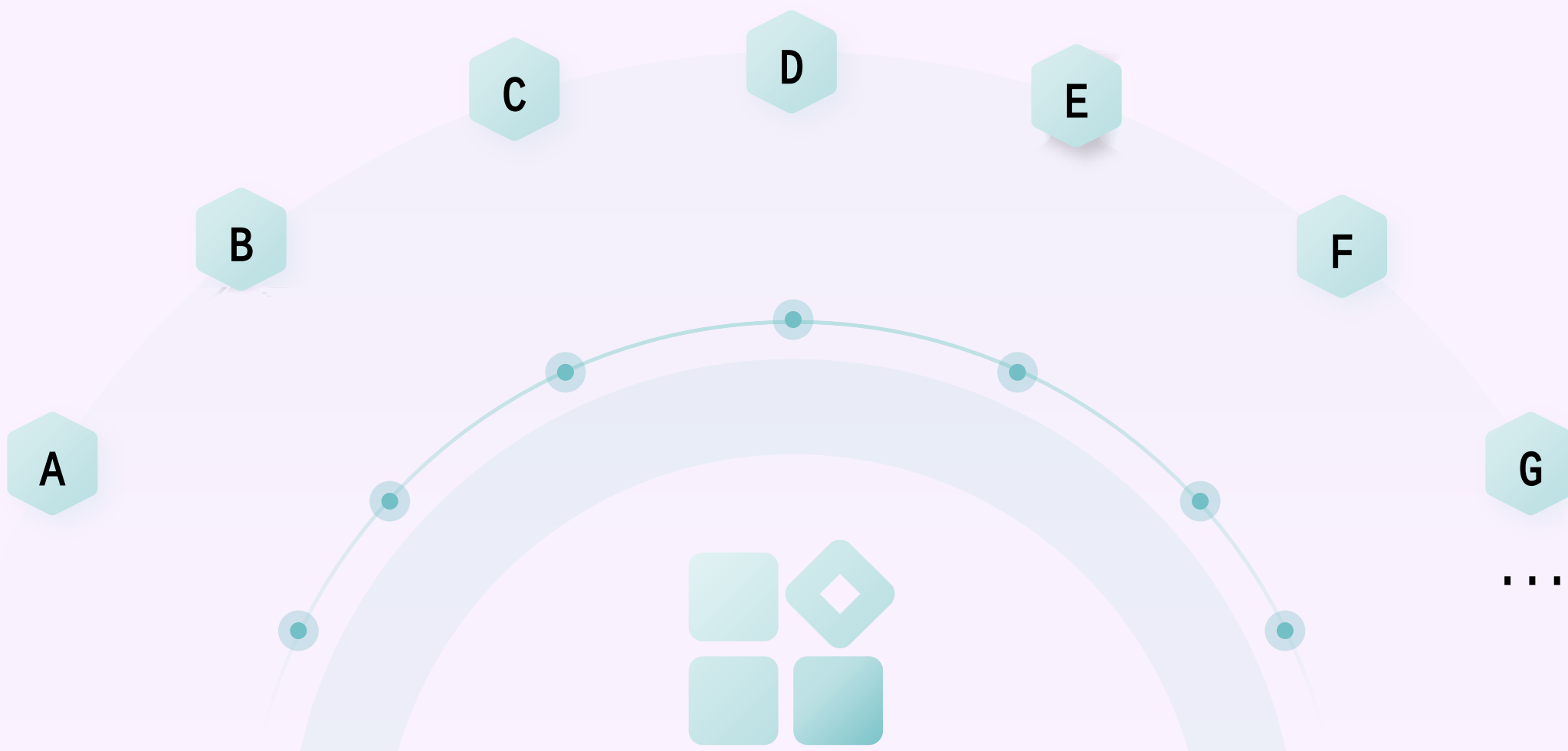


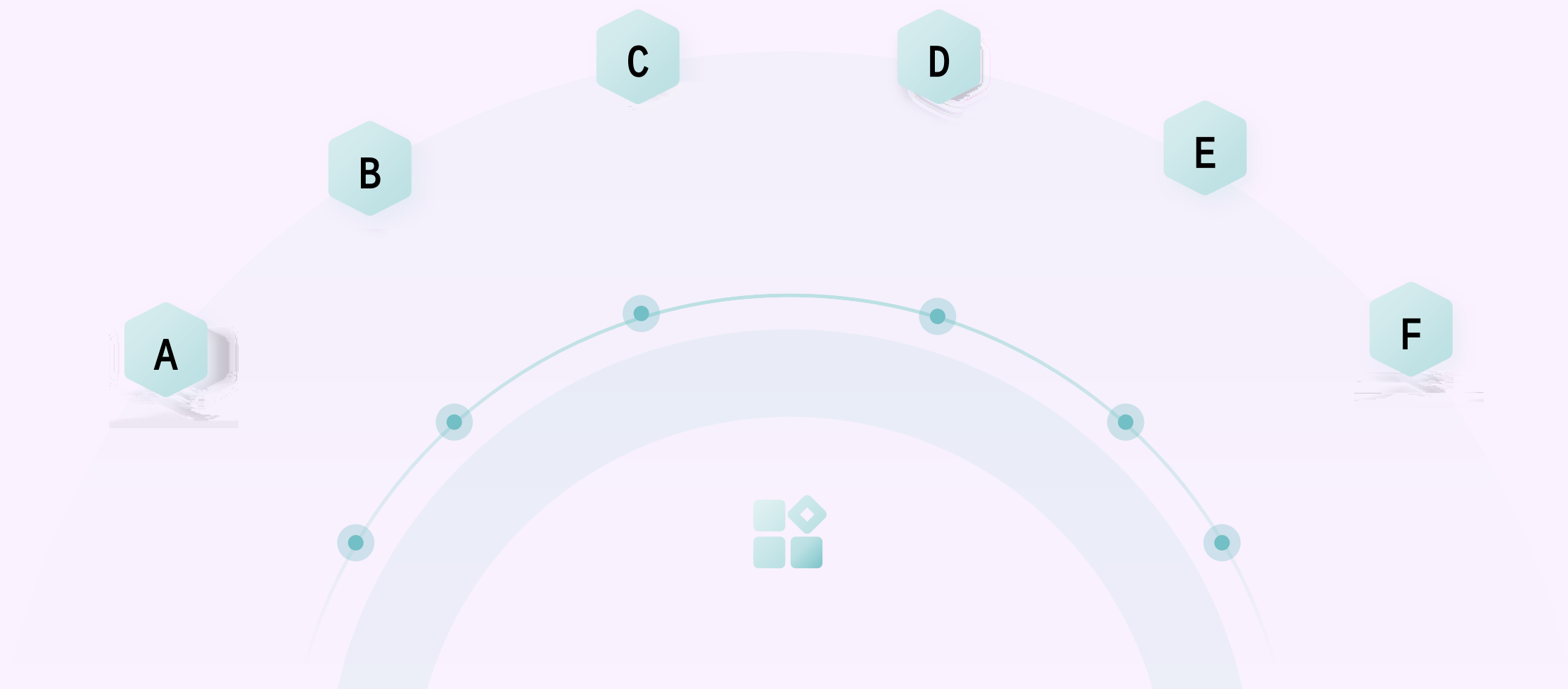


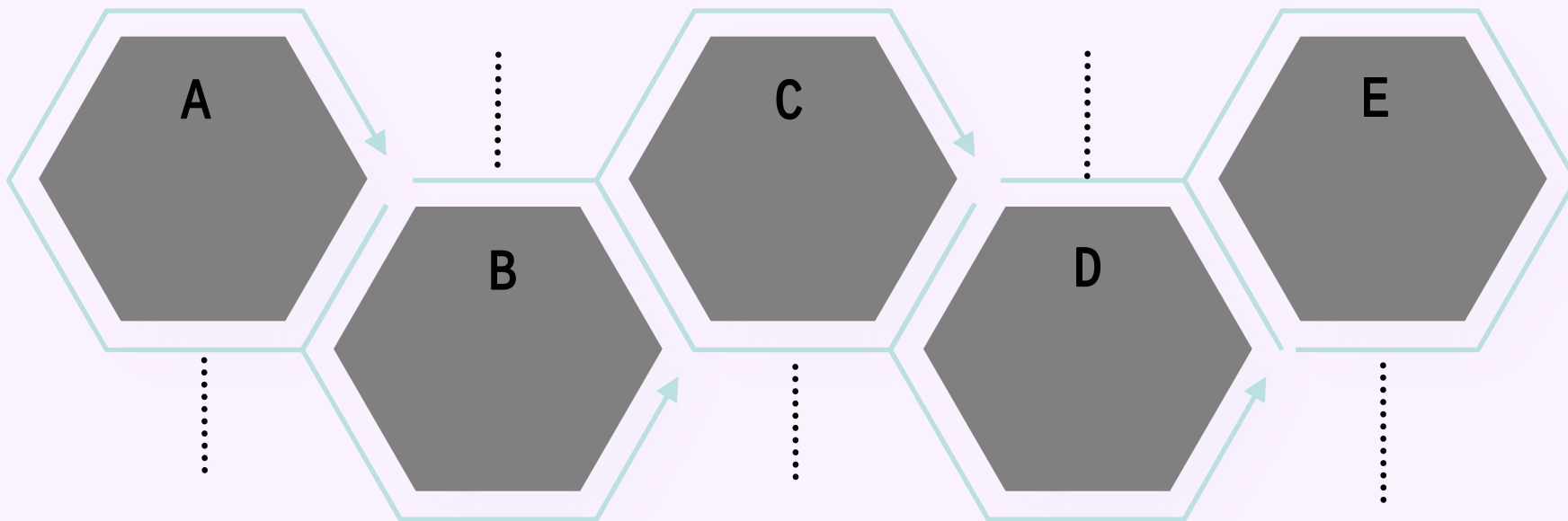


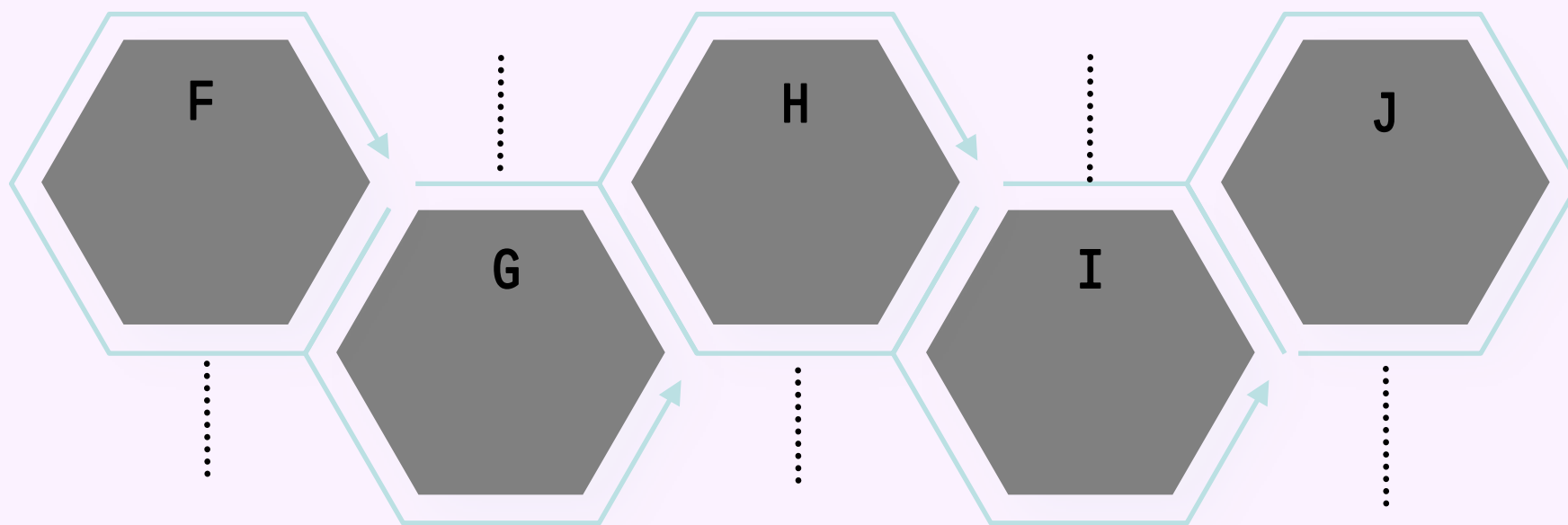
02

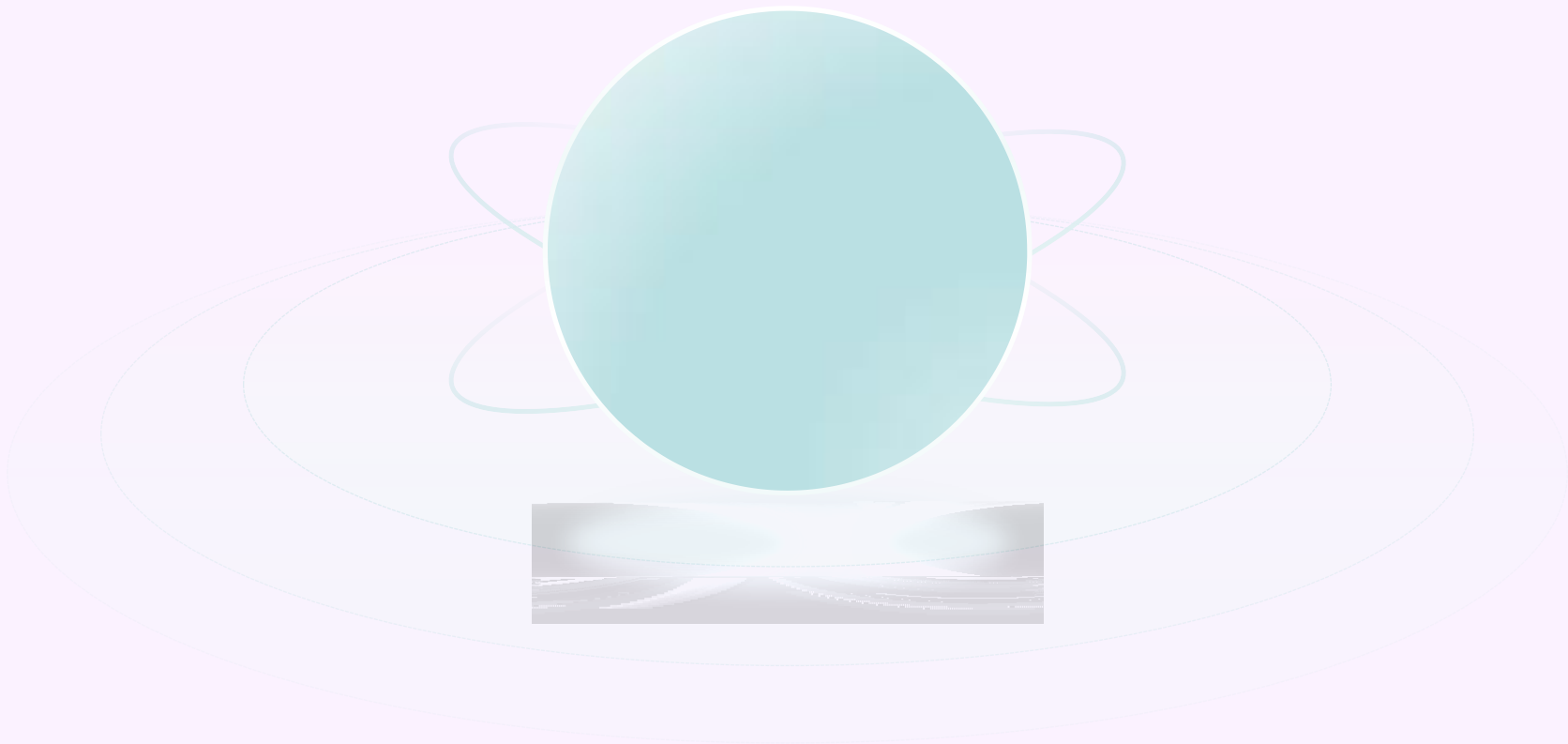


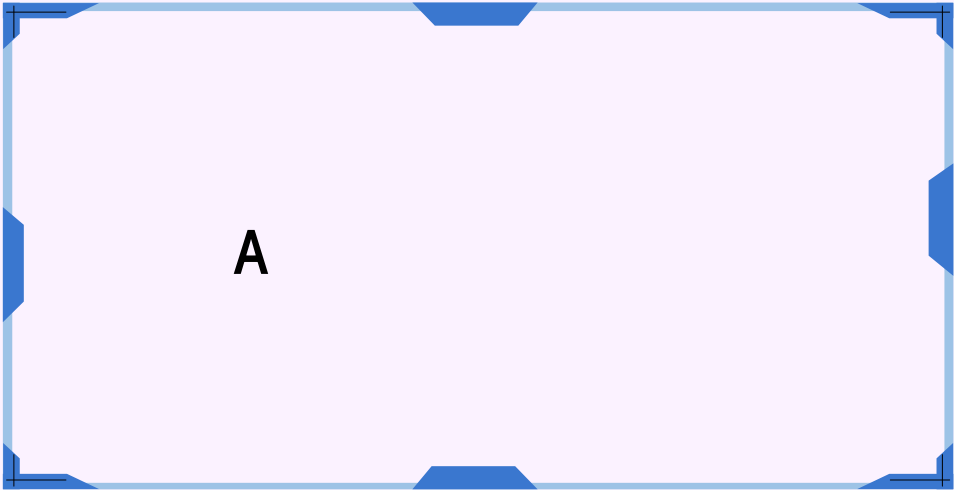












二、运营目标

(一) 主要经营指标

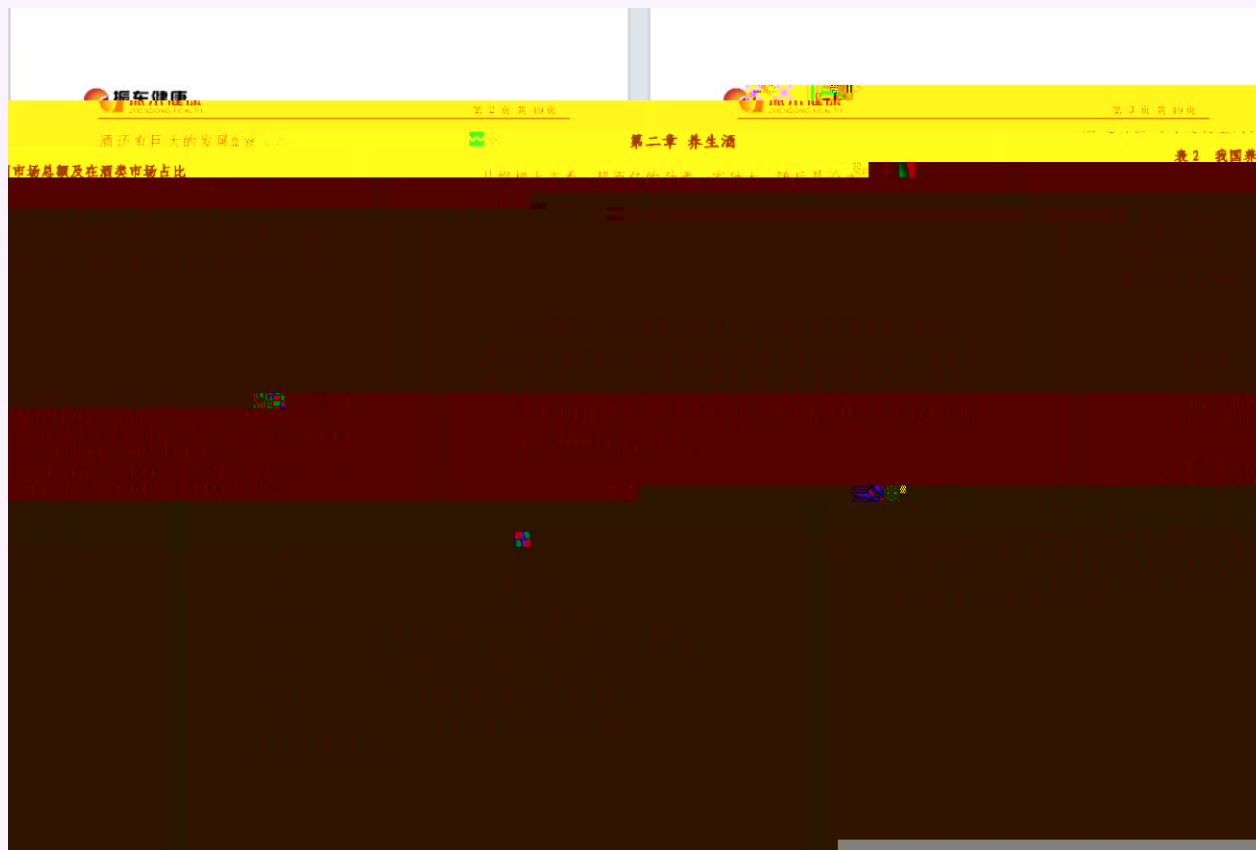
表 12 - 临床中心各产品销售指标

单位：万元

部门	24 年	一季度 20%			二季度 25%			三季度 27%			四季度 28%			备注
	计划	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	
岩舒														
达霏欣														
西黄														
.....														
合计														

2024

■ ■ ■ ■

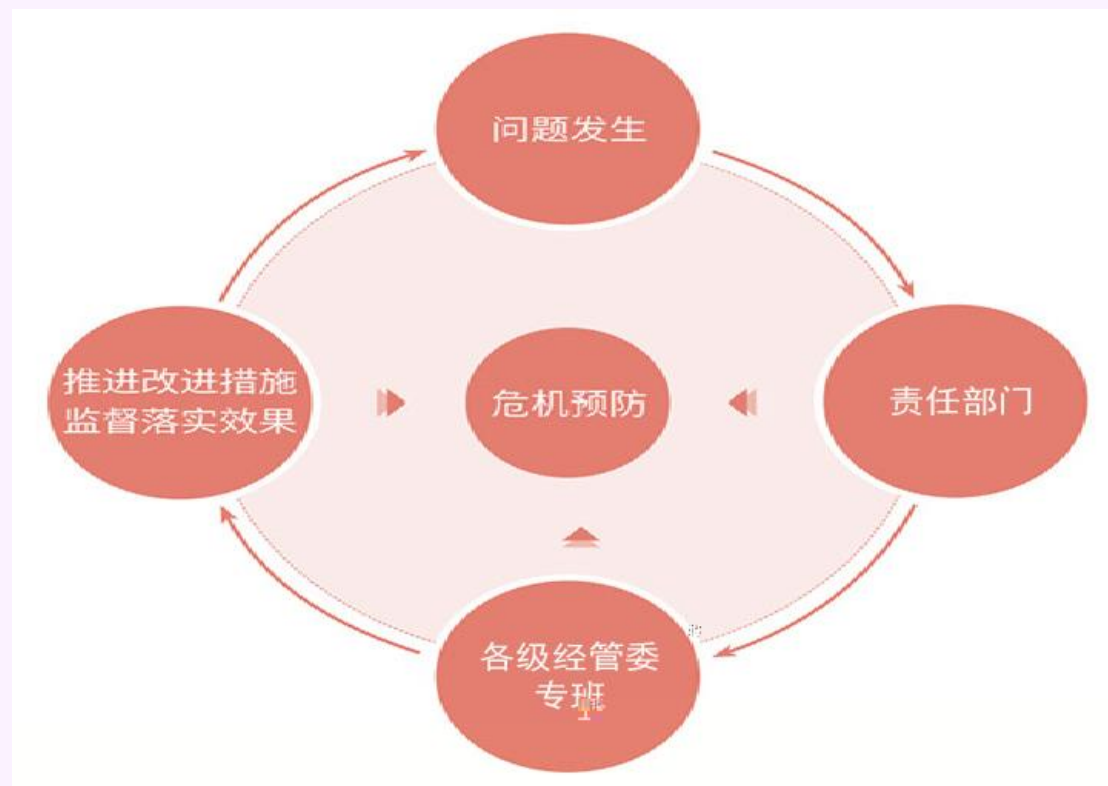
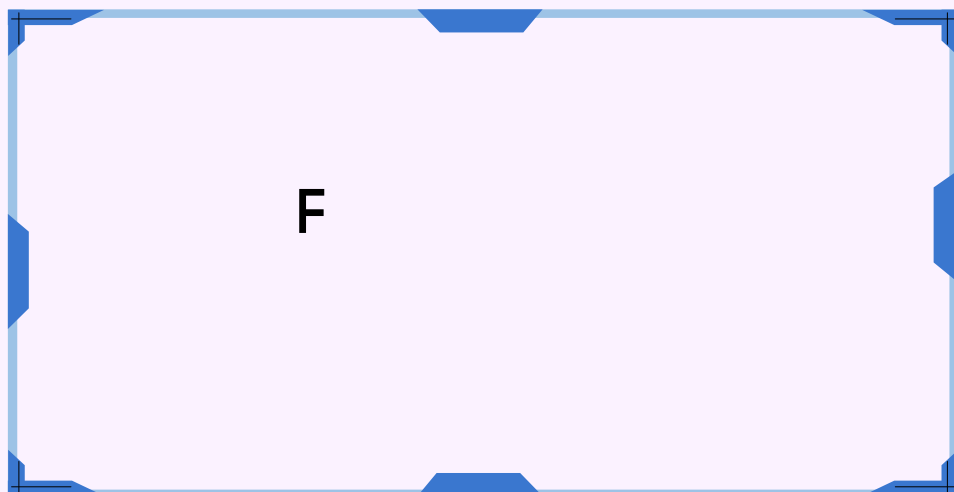


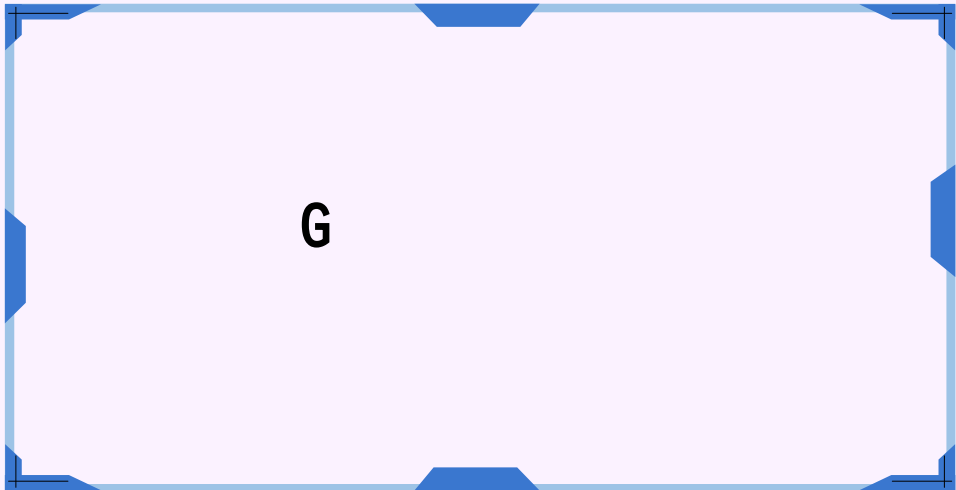


- 与民同富 与家同兴 与国同强



完成时间			重点工作		
负责人			具体措施		
立不同学科专家 由总级对接，省 级由省理，地理	12月	许 慧 严佳佳 乔 科	1	专家网络分类建设	①按国家，省，地市分级建 委员会，三人小组。国家 级由总监，省理对接，地 市对接； ②集中资源做放疗，姑息治 从 41 个临床研究课题中逐 心治疗点，从而加强专家网 ③年度目标完成专家网络各 确定并进行市场学术拓展。
数分三档九级	10月	许 慧	2	细化人均操作医院数、 人均劳效	①医院分级按肿瘤病住院 (A1-C3)； ②按医院档别配比人员，60 成，且人均劳效不得降低。
0 家。②探索胶 一个品种。	12月	各省理 许 慧	3	新品拓展	①西黄丸覆盖终端销售 100 原蛋白的营销模式、并激活
关系建立②利用		许 慧 各省理			①TOP300 医院院长、药学部





五、费用

(一) 管理费用

2024 年管理费用明细

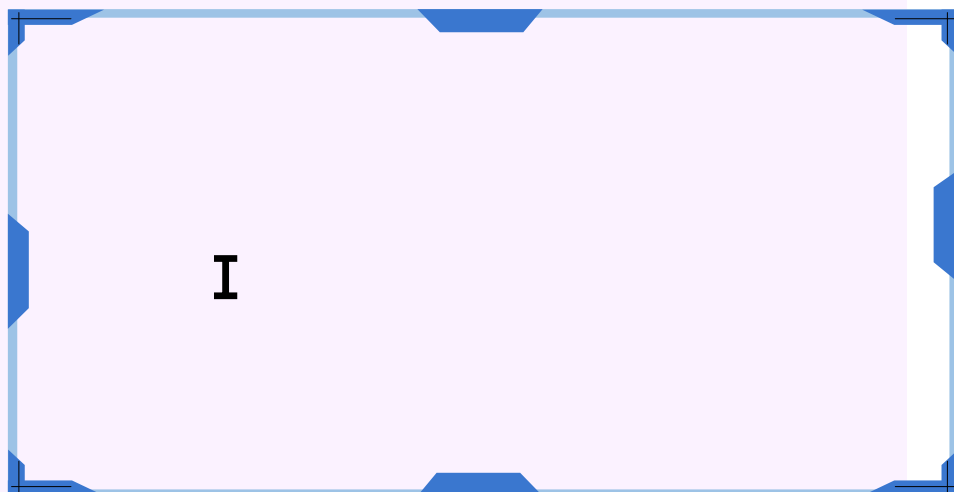
单位：万元、%

2023 年 11 月 30 日

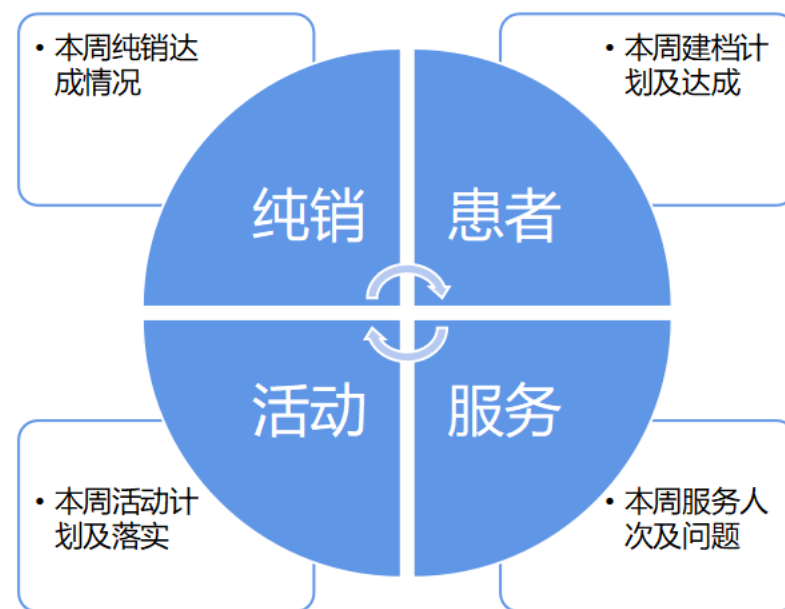
西北	费	项目	本方	用	华北	山西	小北	华东	华北	华南	西南	合计	小
91.8	875.6		1	薪资			110	204		180	133.2	156.6	
计	173	350.3	312.9	203.58	246.84	144.6	1431.22					小	
计	312	439	313	291	313	1114	2782					小	
合 计			485	789.3	625.9	494.58	559.84	1258.6	4213.22				

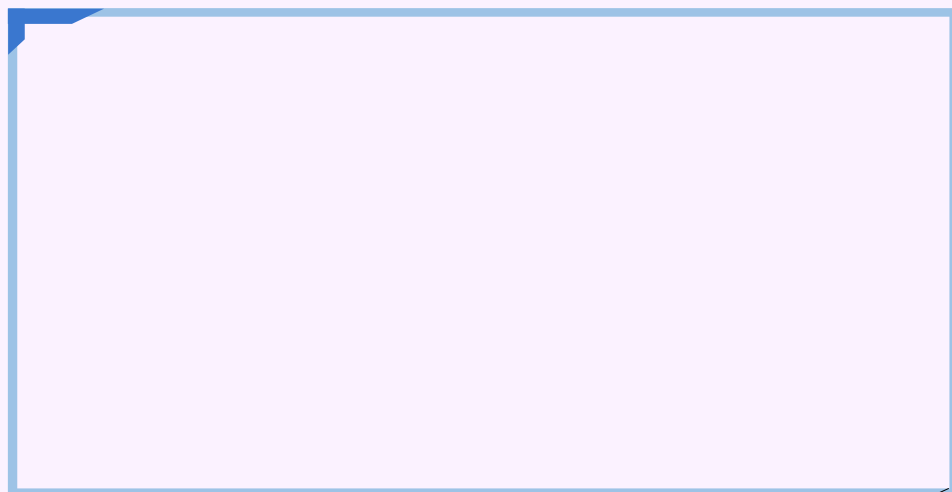
2024

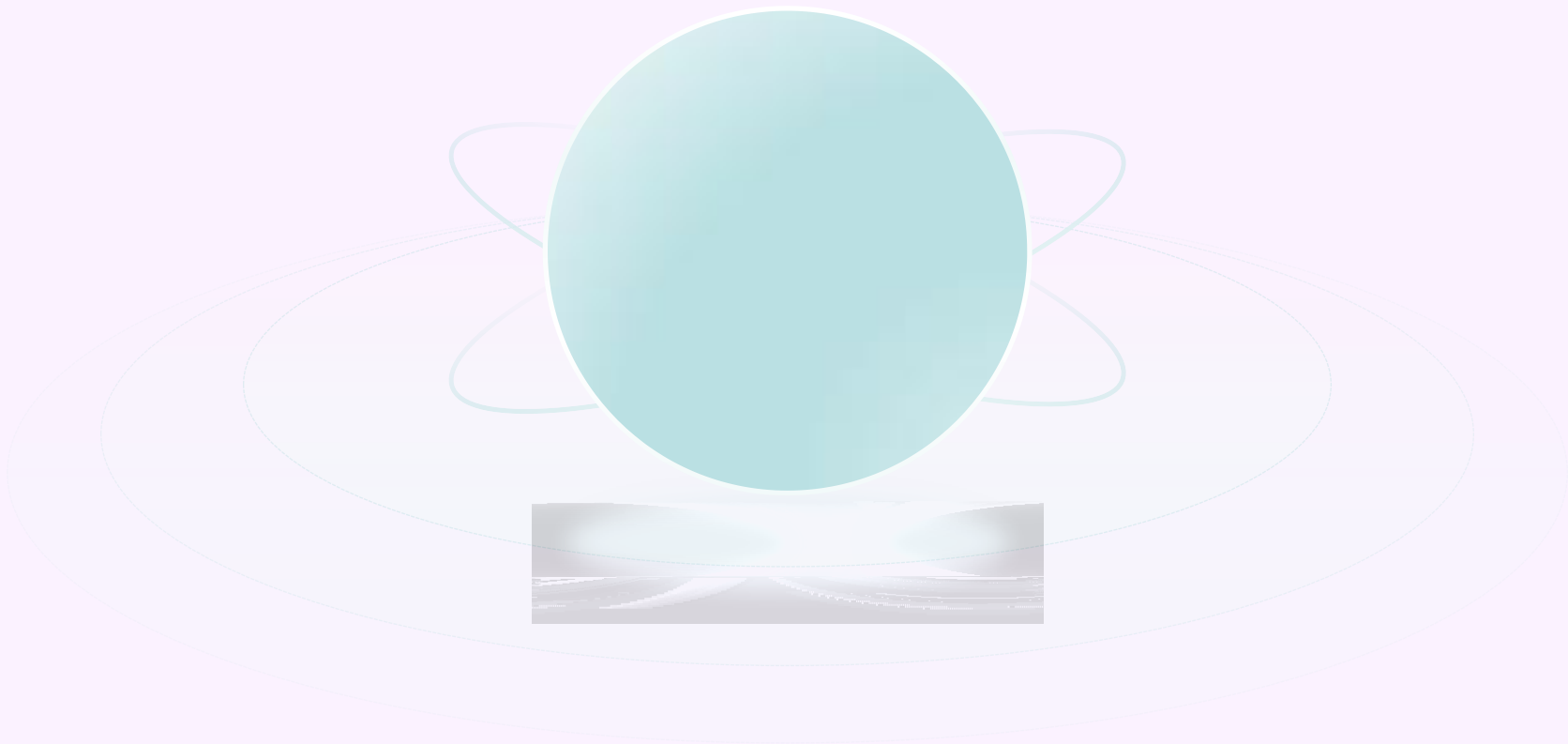


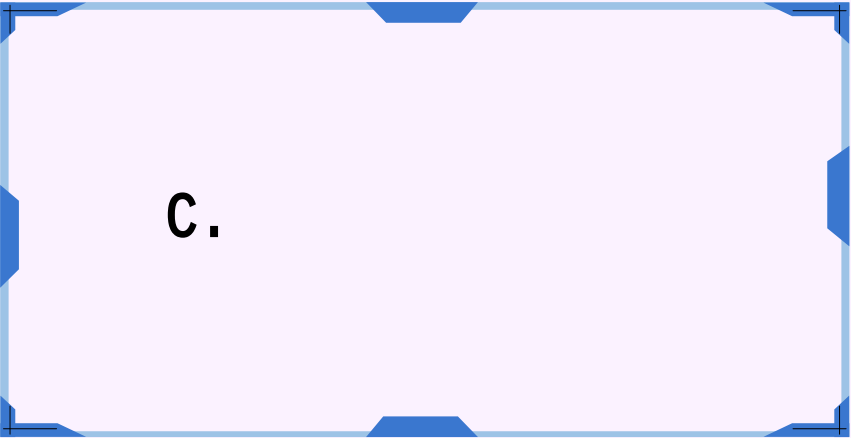


每周会讨论，达成情况，差距问题，参与人：专员，省理、市场部，暂定每周一

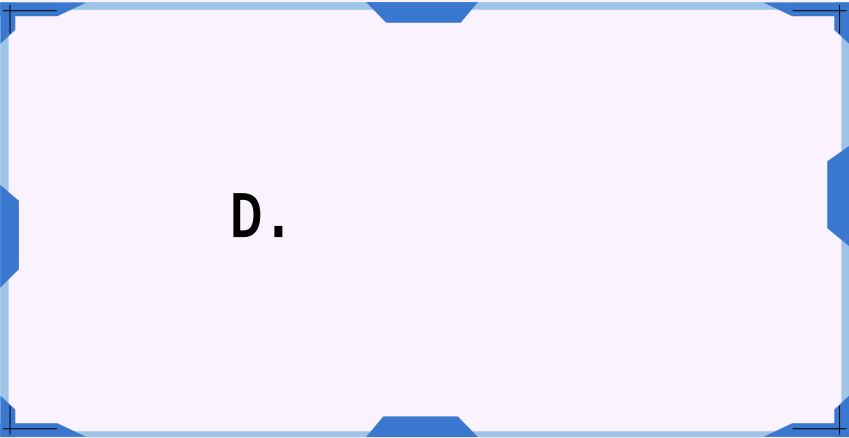








分					
:		化化			
	☐	: :			
			/		
	☐				
	☐	书			

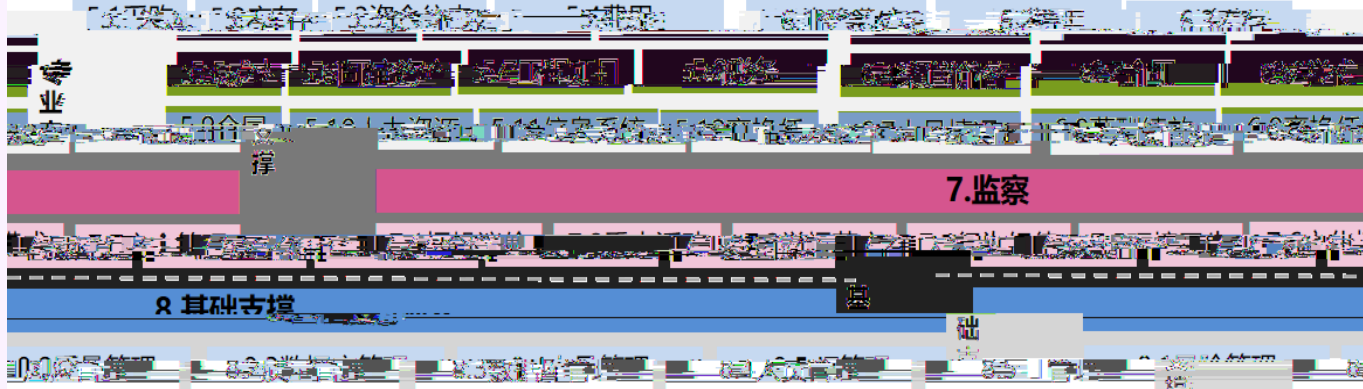


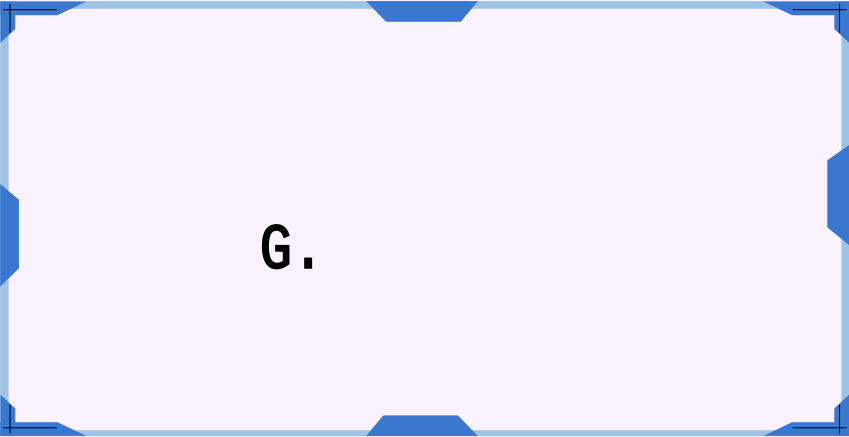
		:	化	
		:	:	
		:		
		:	化	
		:	:	
		:	任	

(1) 工业组风险评估

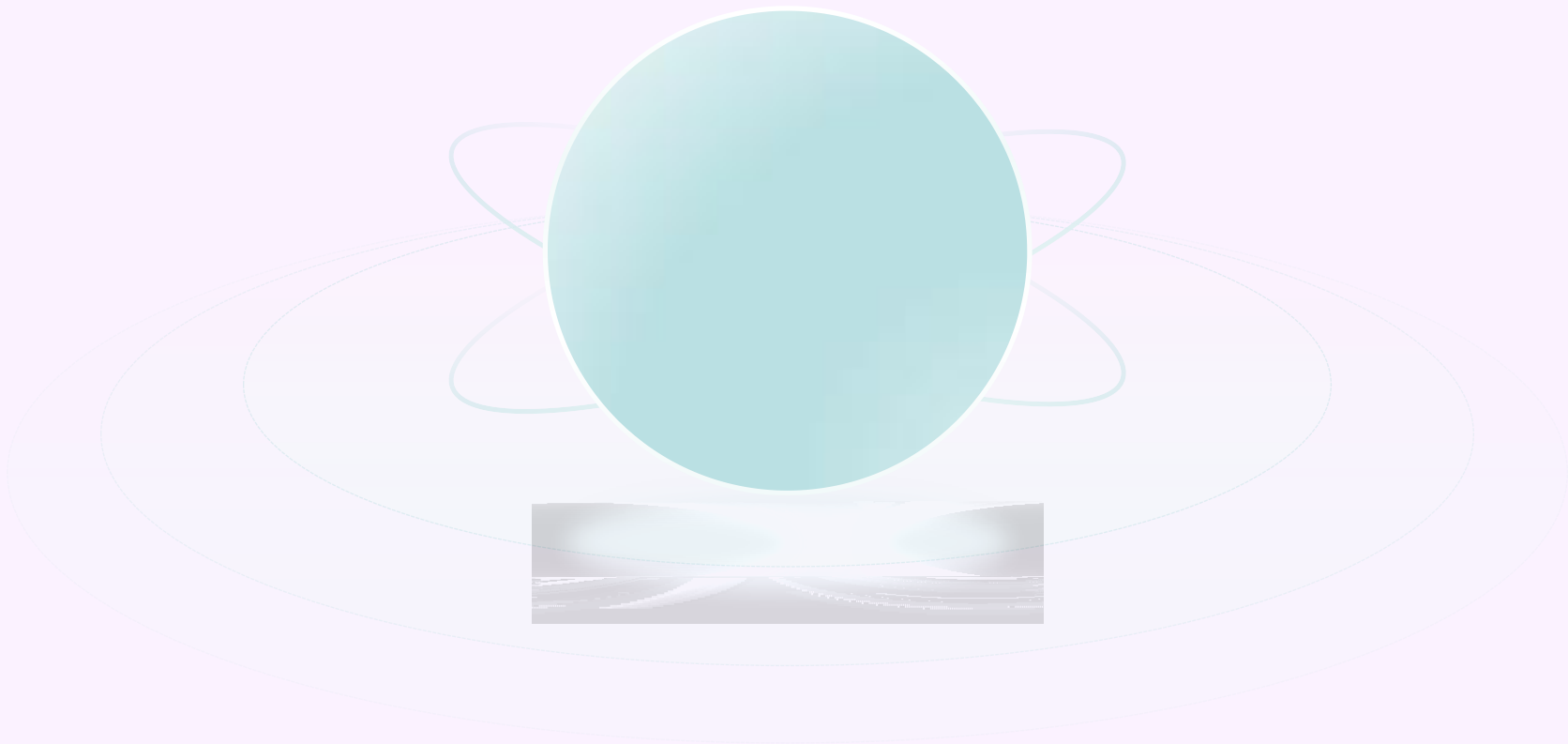
与民同富 与家同兴 与国同强

F.





		什	
	:		
	书	:	什



A.

3 日

单位：人

2024 年 7 月

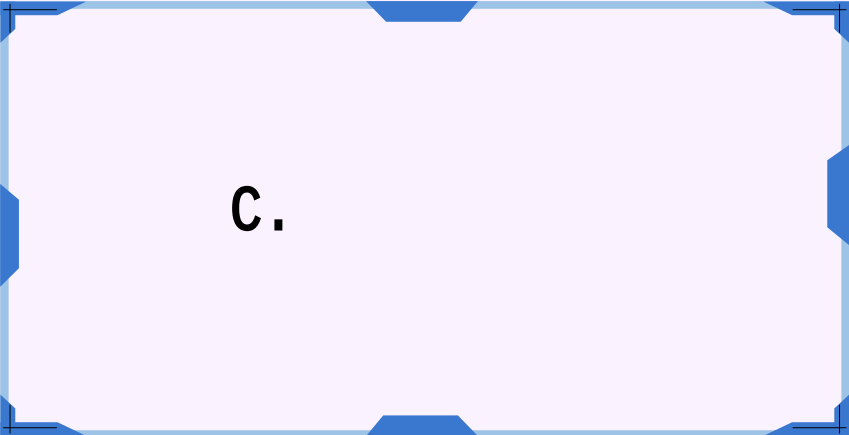
占比	团队	人数	总级		总监		经理		员工		管理
			人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比	
100%	全部	111	111	100%	111	100%	111	100%	111	100%	0
4	100%	0	0.00%	0	0.00%	1:0		研 发 部 研 究 院	4	0	0.00%
281	4	142%	16	5.69%	33	11.74%	228	81.14%	14	3.00%	小计
长石医药	254	0.39%	1	0.39%	9	3.54%	243	95.67%	1	2.22.09	
泰盛制药	404	0.25%	3	0.74%	12	2.97%	388	96.04%	1	24.25	工
五和堂制药	152	0.66%	2	1.32%	3	2.29%	147	96.18%	1	88	业
安联制药	195	0.51%	4	2.05%	11	5.64%	179	91.79%	1	11.19	
100%	5	0.50%	10	1.00%	27	2.30%	952	91.99%	1	1.99	
100%	215	9	4.19%	24	9.76%	54	25.12%	134	60.93%	1	1.56
100%	1379	0	0.00%	30	2.18%	106	7.69%	238	90.14%	1	9.14
100%	300	3.50%	0	0.00%	22	11.00%	185	88.50%	1	0.33	

B.

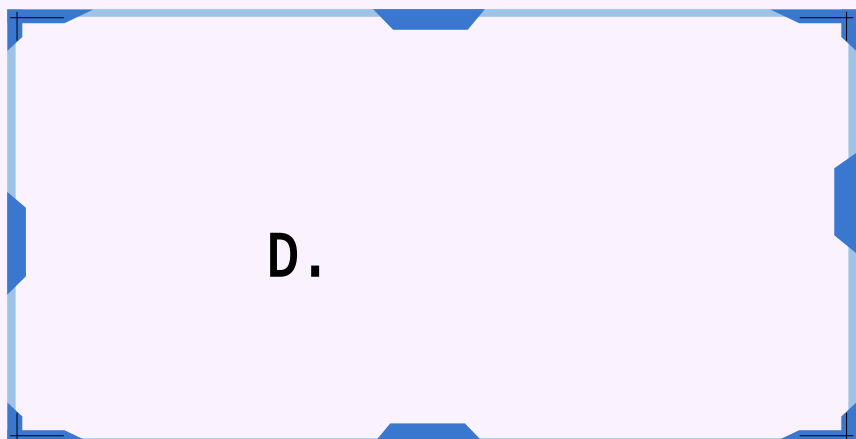
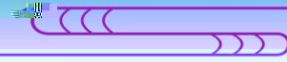
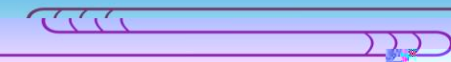
1	工资审批	1、完成调研，全集团原有 21 条工资审批流程集成为 1 条审批流 2、尚未实现工资自动核算的公司，人工核算完成后导入系统进行审批发放	
		通过对五和医养堂和康护公司的薪资结构调研，对差异点进行	

1	1. 项目概况	1.1 项目名称：XX市XX区XX街道XX社区XX项目
2	2. 项目背景	2.1 项目背景：XX市XX区XX街道XX社区XX项目，旨在改善社区环境，提升居民生活质量。
3	3. 项目目标	3.1 项目目标：通过项目实施，达到以下目标： (1) 改善社区环境，提升居民生活质量。 (2) 增强社区凝聚力，促进社区和谐发展。 (3) 提高社区管理水平，提升社区服务水平。
4	4. 项目内容	4.1 项目内容：本项目主要内容包括： (1) 社区环境整治：包括清理垃圾、整治乱堆乱放、改善社区卫生设施等。 (2) 社区文化建设：包括开展社区文化活动、建立社区文化阵地等。 (3) 社区服务提升：包括开展社区志愿服务、建立社区服务站点等。
5	5. 项目实施	5.1 项目实施：项目实施分为以下几个阶段： (1) 项目启动阶段：明确项目目标、制定实施方案、成立项目实施小组。 (2) 项目实施阶段：按照实施方案，开展各项项目实施工作。 (3) 项目验收阶段：对项目实施情况进行验收，总结经验教训。
6	6. 项目保障	6.1 项目保障：为确保项目顺利实施，采取以下保障措施： (1) 组织保障：成立项目实施小组，明确职责分工。 (2) 资金保障：落实项目资金，确保项目实施需要。 (3) 技术保障：聘请专业技术人员，提供技术支持。
7	7. 项目总结	7.1 项目总结：项目实施结束后，对项目进行总结，总结经验教训，为今后项目实施提供参考。

2024

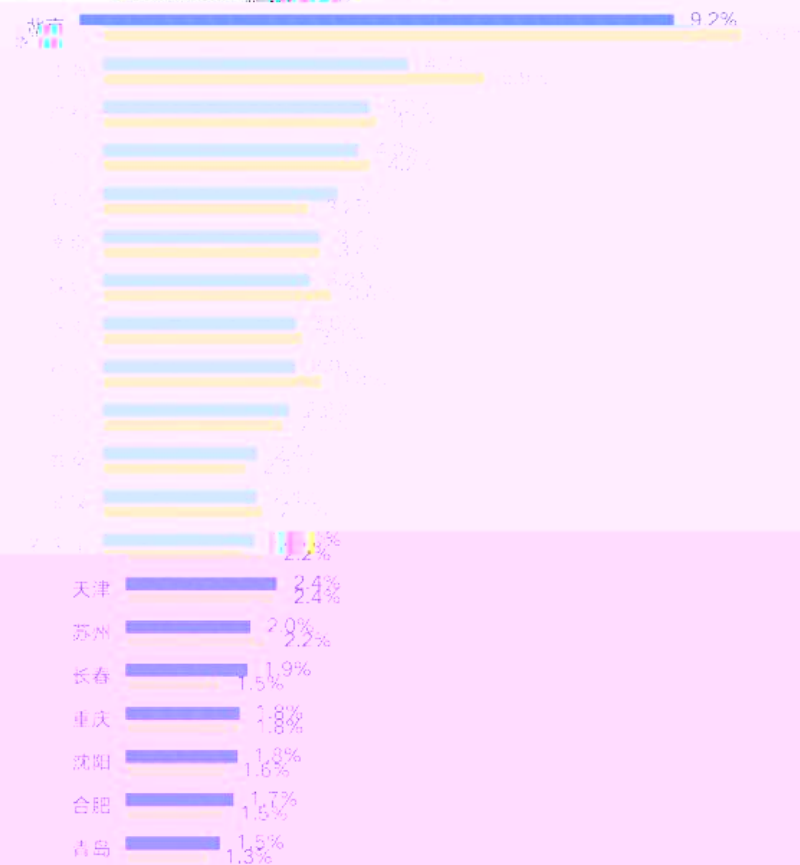


招聘管理						
3 日	单位：			2024 年 7 月：		
备注	序	差距	措施	责任人	期限	备
	1	招聘业务主系统留用	1. 招聘业务主系统留用		10 月	
采用多种甄选方法	2	面试官不专业，结构化面试未运用到面试过程中	2. 面试官不专业，结构化面试未运用到面试过程中			
的 3 个标准	3	用人标准不清晰	3. 用人标准不清晰			
	4	招聘宣传不足	4. 招聘宣传不足			
完全打开	5	招聘渠道没有完	5. 招聘渠道没有完			
	6	人员储备不足	6. 人员储备不足			



2023年医药行业招聘职位数占比TOP20城市

■ 2023年招聘职位数占比 ■ 2022年招聘职位数占比

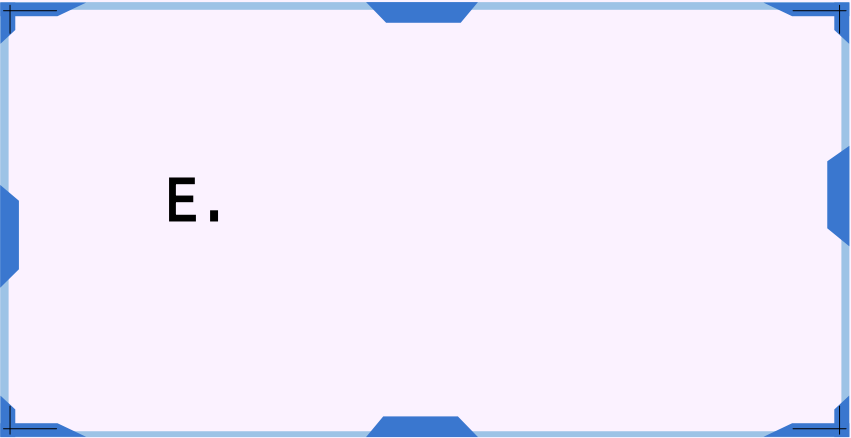


统计说明：以上数据根据2023年医药行业招聘职位数统计得出。

数据来源：智联招聘、猎聘网、前程无忧、BOSS直聘等招聘平台。

统计时间：2023年1月1日至2023年12月31日。

统计范围：全国范围内医药行业招聘职位数。



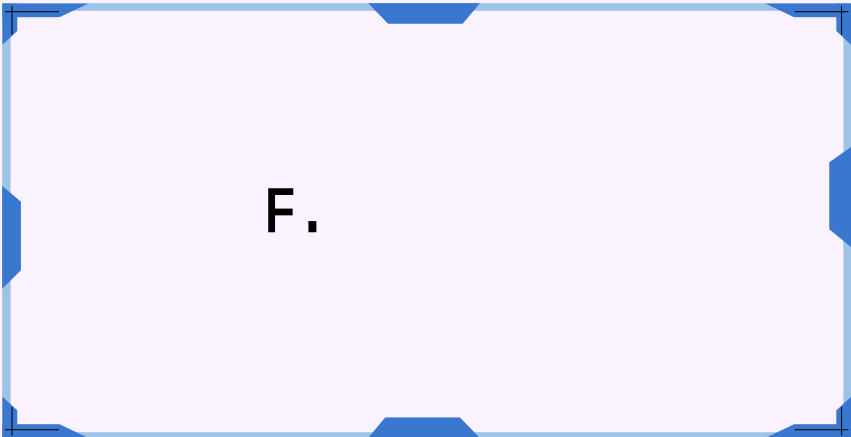
+

(1) 招聘目标

单位：

2024 年 7 月 3 日

序	项目	分类	目标	完成时间	责任人	备注
1	省内、外双一流，对口专业院校建立送框架协议	招聘	10月	2	与5家人员输	
2	省内、外双一流，对口专业院校建立送框架协议	招聘	12月	4	5家对口专业院校人	
3	省内、外双一流，对口专业院校建立送框架协议	招聘	12月	25日/月		
4	省内、外双一流，对口专业院校建立送框架协议	招聘	12月	100%		



+

人资系人员结构分析

单位：

2024 年 7 月 3 日

团队	人数	学历结构			职务结构			备注
		硕士	本科	大专	总监	经理	员工	
总部机关	15		11	4	2	4	9	
科技中心	1			1			1	
长治振东	1		1				1	
五和堂	2		1	1			2	
泰盛制药	2			2			2	
宁欣制药	2						1	
营销中心	10						1	6
康护公司	2			2			2	
五和医养堂	2		2	0		1	1	
工程公司	1			1			1	
选品中心	1			1			1	
总计	54		1	34	19	4	14	36

G.

(五) 风险预测及预案

单位:

2024 年 7 月 3 日

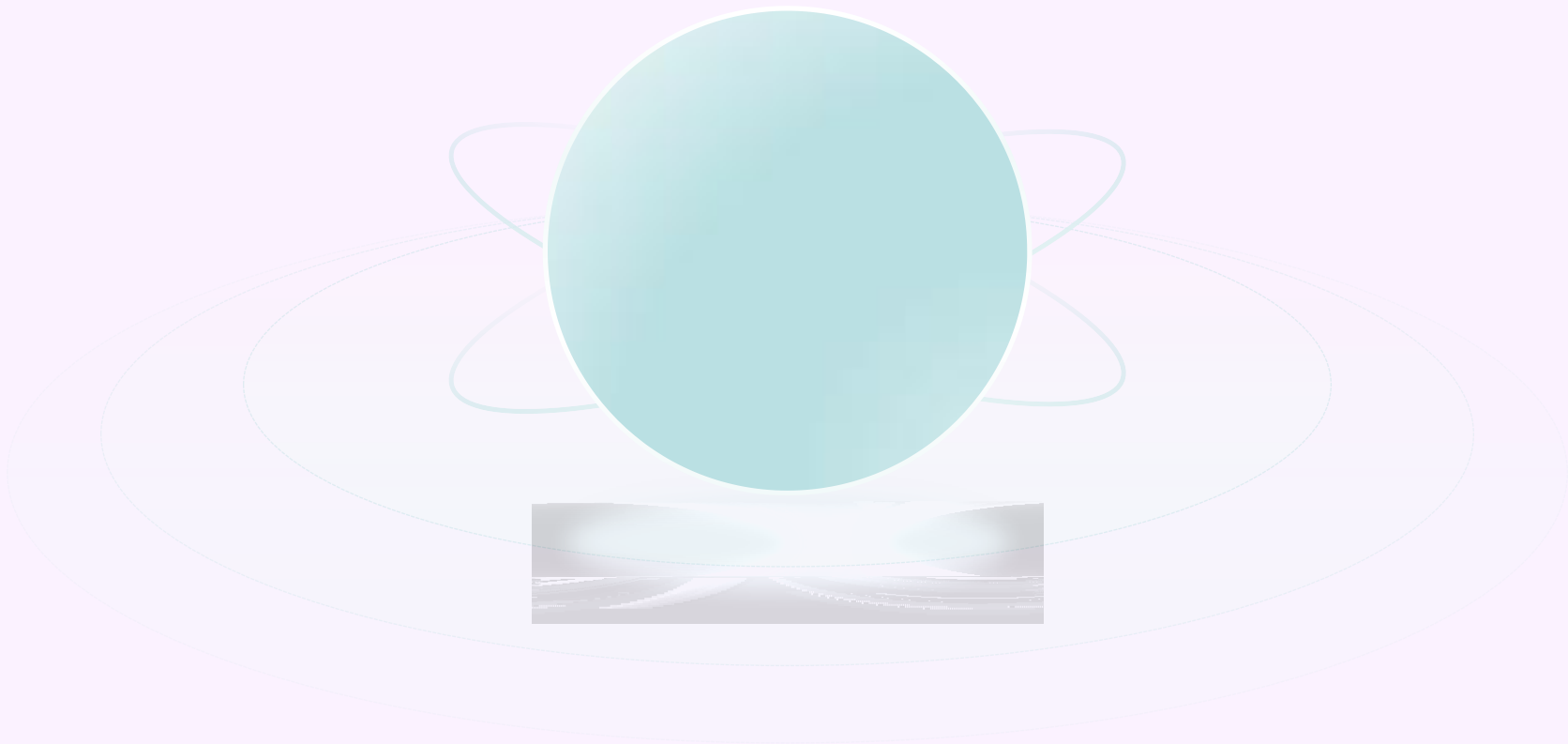
序	类型	风险项	备注
1	体系专业人才欠缺	专业度不足，大方向来讲无法支撑体系工作建设，细节来讲无法合理处理基础业务。	
2	行业人才供求变化	毕业生的就业意向不断向一线、准一线城市倾斜，人才供给给招聘带来限制，愿意在长治发展的多为本地域的人员	
3	信息安全	在数字化人力资源管理过程中，企业需要收集、存储和处理大量员工的个人信息和工作数据，可能会导致数据泄露、黑客攻击、网络诈骗等问题。	
4	文化观念冲突	随着 2000 年后人群加入，独立自主的自我意识和公司传承标准化、规范化之间的冲突。	

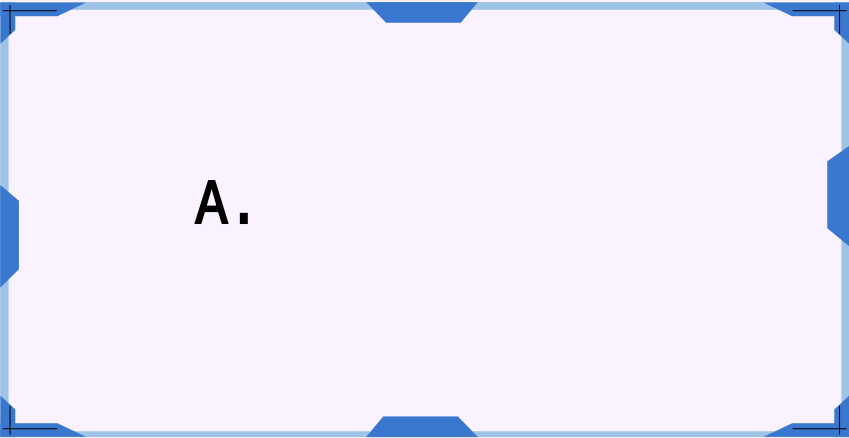
H.

（六）费用计划和预算

2024年7月3日 单位:万元

12月	合计	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
0.01	0	0.03	1	办公费	0	0	0	0	0.01				
0.31	0.09	1.12	2	差旅费	0.1	0.09	0.16	0.58					
0.45	1.45	8.2	3	会务费	0.8	3.6	0.45	1.45					
0.1	0.1	0.1	4	交通费	0.1	0.1	0.1	0.1					
0.1	0.1	0.1	5	运输费	0.1	0.1	0.1	0.1					
0.1	0.1	0.1	6	住宿费	0.1	0.1	0.1	0.1					
0.1	0.1	0.1	7	招待费	0.1	0.1	0.1	0.1					
0.1	0.1	0.1	8	培训费	-	-	-	-					
0.1	0.1	0.1	9	招聘费	-	-	-	-					
0.1	0.1	0.1	10	广告宣传费	-	-	-	-					
0.1	0.1	0.1	11	其他费用	-	-	-	-					
1.0	2.25	2.01	4.97	4.16	2.58	14.48							

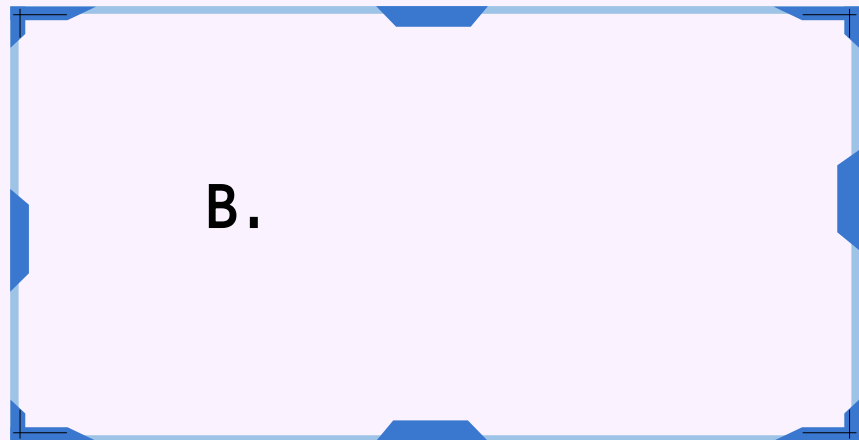




1 2024

%

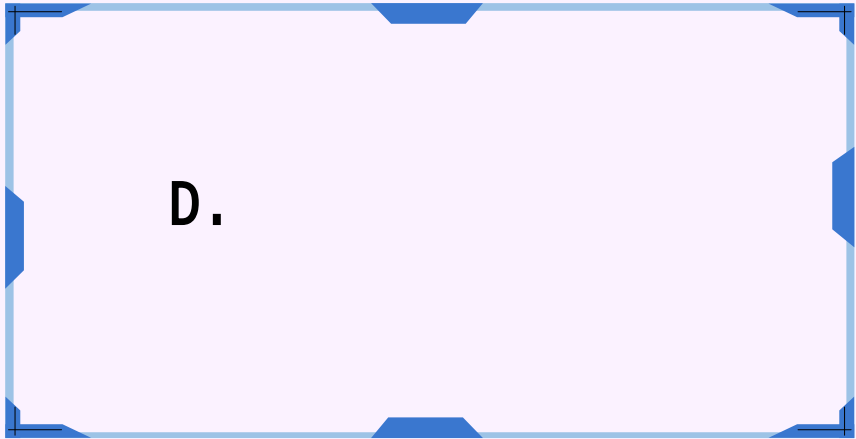
		24	H1	H1				
1		52000	24800	13600	54.84%	14900	-8.72%	
2		1000	410	89.54	21.84%	233	-61.57	
3		1000	450	142.9	31.7%	55.8	156%	
4		900	360	24.2	6.72%	31.8	-23.7%	
5		54900	26020	13857	53.25%	15220.6	-8.96%	



17

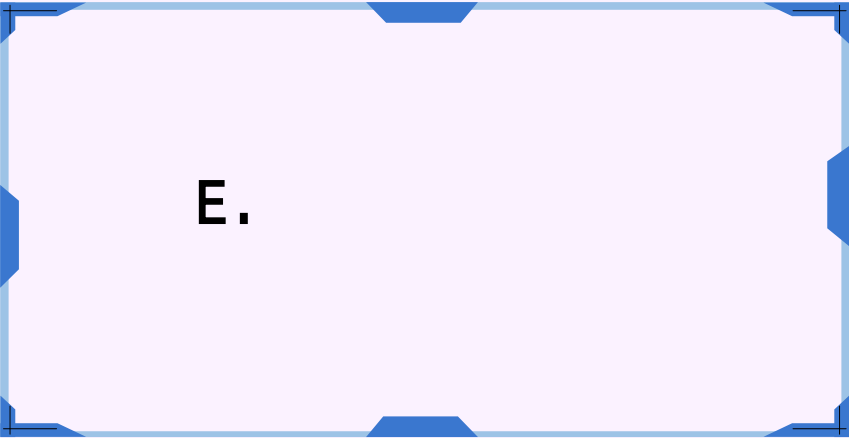
%2j

1	4	0	0%	4	100%	0	0%	2	50%	2	50%
2	8	1	13%	7	88%	1	13%	7	88%	0	0%
3	7	2	29%	5	71%	1	14%	6	86%	0	0%
4	4	0	0%	4	100%	3	75%	1	25%	0	0%
5	2	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%	0	0%
6	3	1	33%	2	67%	1	33%	2	67%	0	0%
7	4	0	0%	4	100%	0	0%	4	100%	0	0%
8	3	0	0%	3	100%	1	33%	2	67%	0	0%
9	11	4	36%	7	64%	1	9%	10	91%	0	0%
10	30	0	0%	30	100%	22	73%	8	27%	0	0%
11	13	0	0%	13	100%	8	62%	5	38%	0	0%
12	19	8	42%	11	58%	11	53%	8	47%	0	0%
13	13	2	15%	11	85%	7	54%	6	46%	0	0%
14	3	1	33%	2	67%	0	0%	2	67%	1	33%
15	19	4	21%								



20

序	类型	问题	措施
1			“ ”
2	H1	4	
3			
5			
6			DM
7			1V1

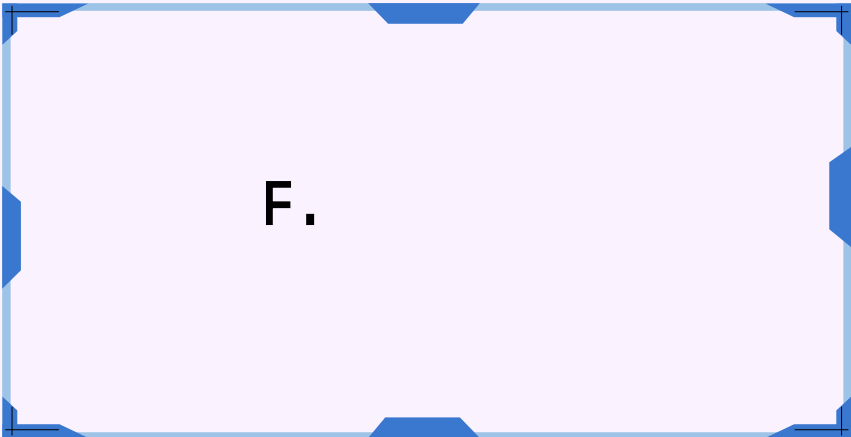


21 2024

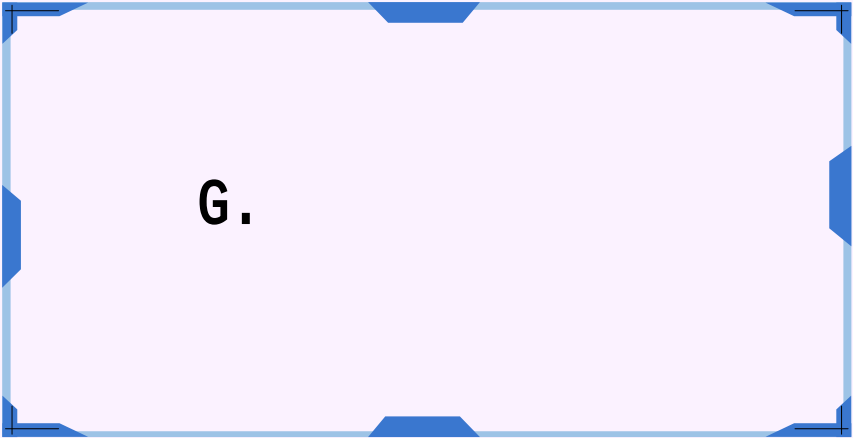
%

1		28300	590	550	540	29980	
2		20478	32	121.8	39.9	20671	
3		38.20%	1743.75%	351%	1252%	45.03%	

①运营部制表②总经理批准③入数据库。



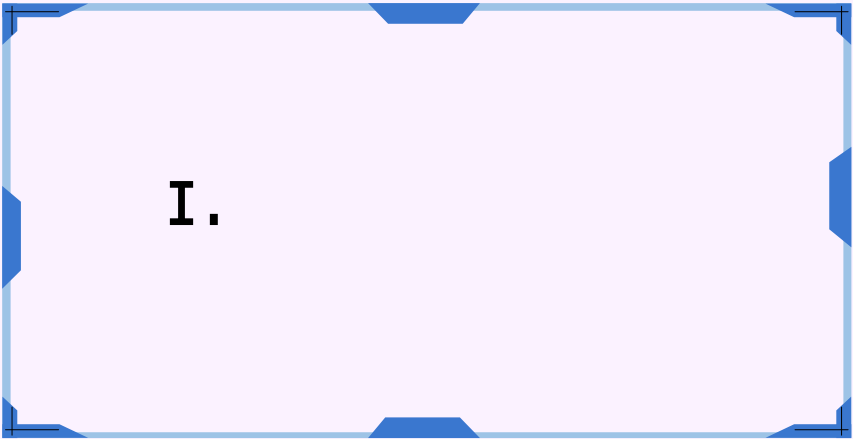
	22	2024		H2					
%									
1	1600	2050	2050	2850	3250	1550	13350	12073	10.58%
2	694	907	611	1435	694	1157	5500	4225	18%
3	390	410	450	470	610	520	2850	1772	60.84%
4	200	230	250	270	310	230	1490	/	/
5	110	130	150	130	180	160	860	465	85%
6	170	420	590	640	580	380	2780	2274	22.3%
7	3164	4147	4101	5795	5624	3997	26830	20809	



26 — 2024

1			30ml+60ml	2024.7		
2				2024.9		
3				2024.10		
4			CID			
5						
6						
7				2024.7		

与民同富 与家同兴 与国同强



	30	2024	
1			
2			
3			
4		HPV	“ ” 25-40
5			
6			

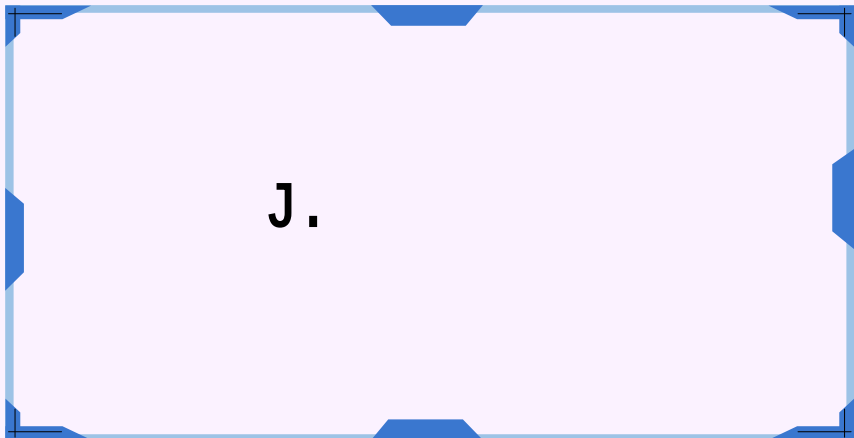
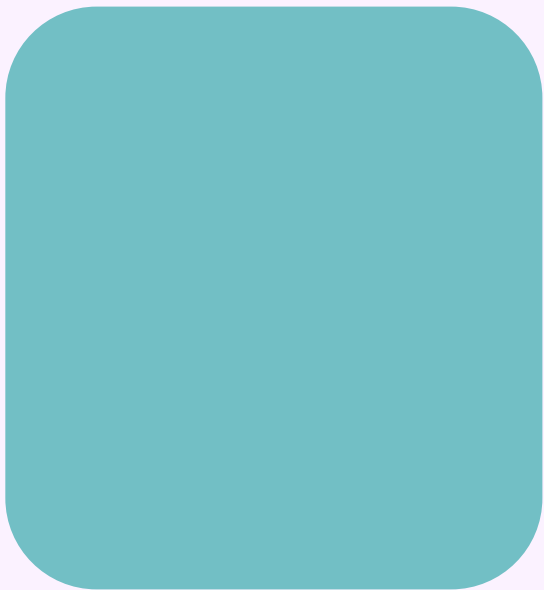


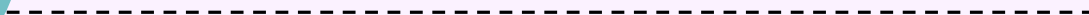
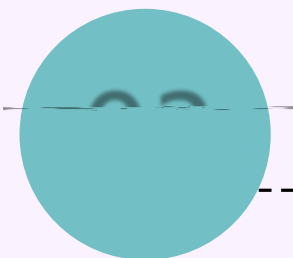
表 31 电商中心 24 年下半年费用预算

单位：万、%

序	项目	24 年上半年	24 年下半年	23 年下半年	同比	全年合计	备注
1	职工薪酬	1,344.59	1,753.92	1,164.07	51%	3098.51	含医生客服
2	社保	390.11	619.89	337.58	84%	1009.99	
3	办公费	96.63	78.39	32.31	143%	175.02	
4	差旅费	47.93	64.56	61.38	5%	112.49	
5	交通费	2.52	9.42	0.91	931%	11.95	
6	招待费	7.71	13.29	9.68	3		
7	福利费	76.11	118.52	43.83	1		
8	折旧费	1,074.87	2,728.00	2,821.30			
9	物业费	962.17	499.08	1395.74	93%		
10	物料费						
11	服务费	48.09	35.28	12.81	2.5		
12	其他	71.39	0.12	71.27	85.		

注：①财务部制表②财务经理审核③总经理批准④入数据库

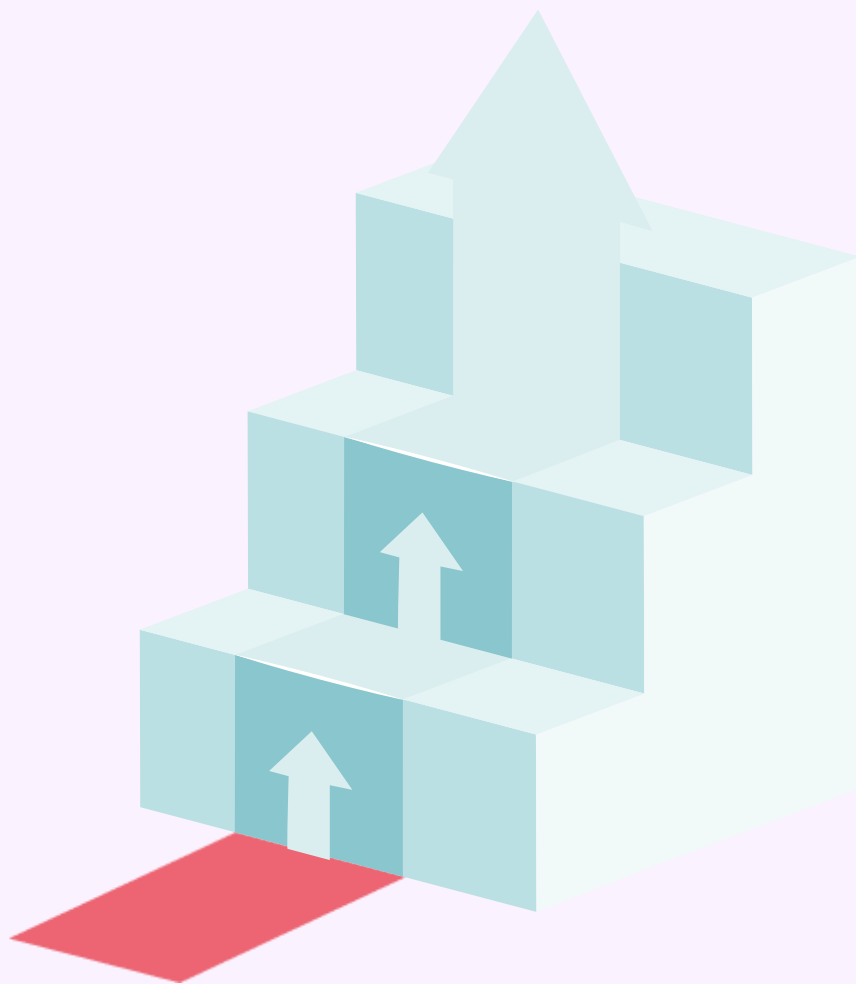


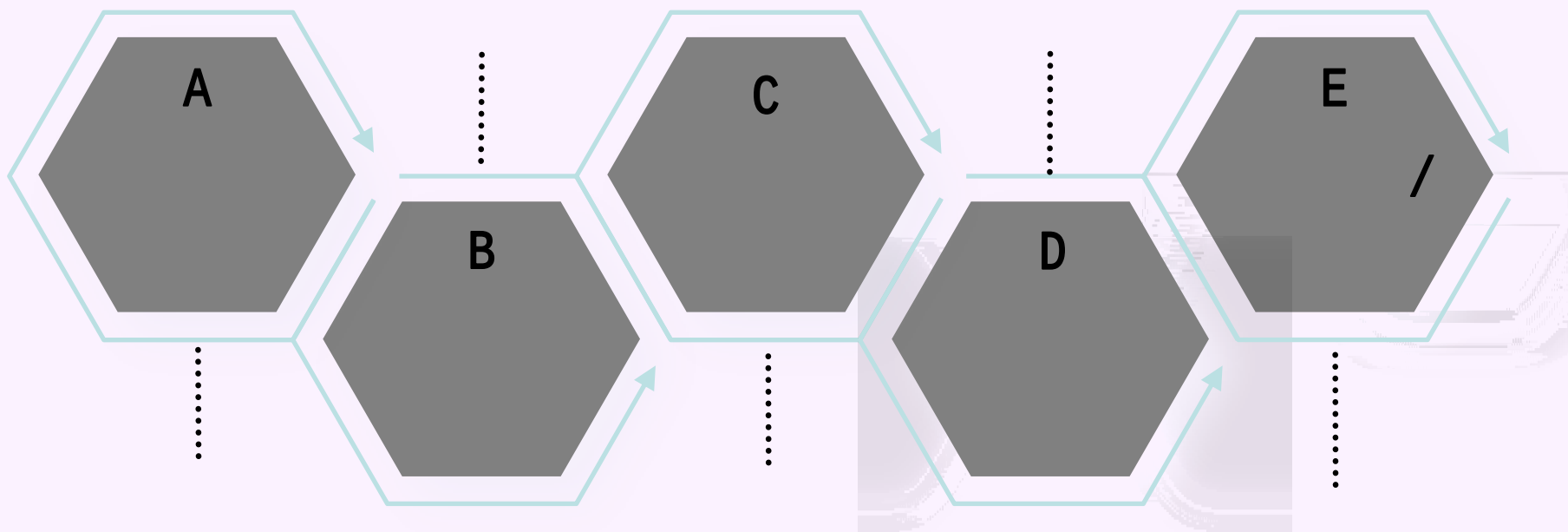


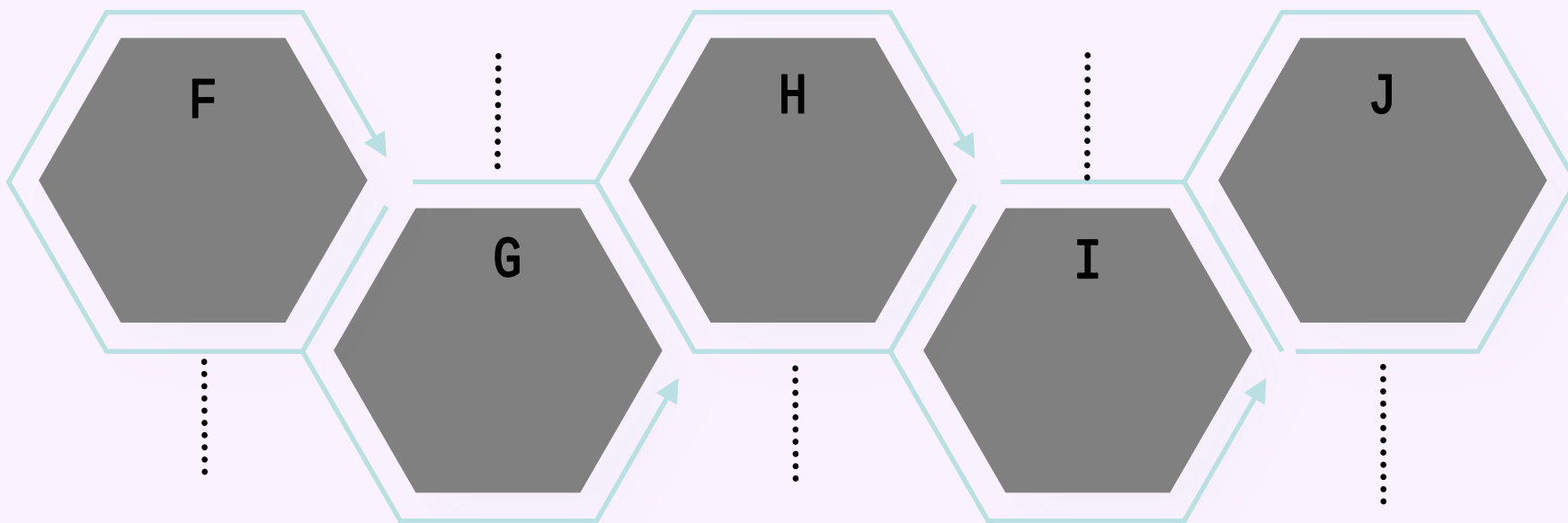
A

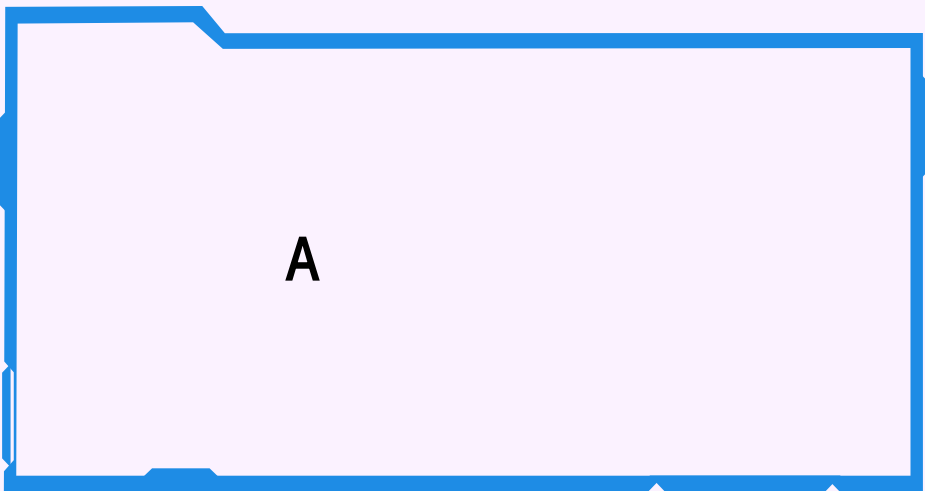
B

C









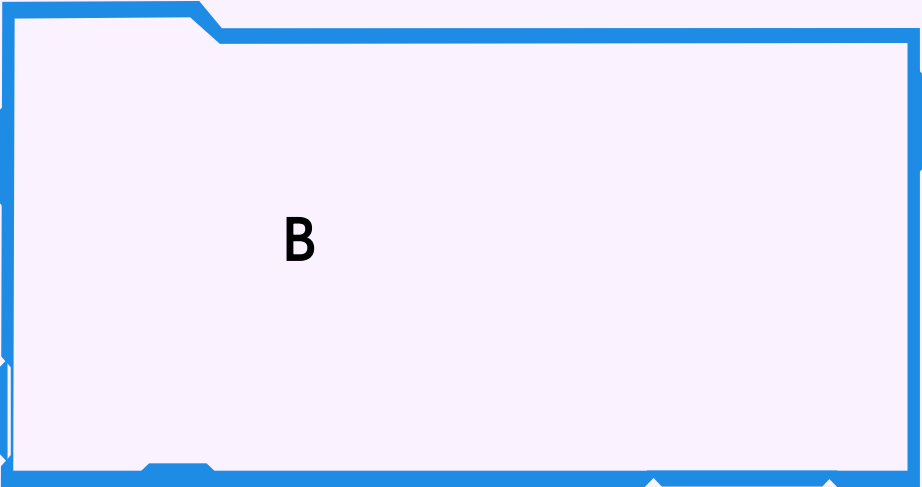
-
-
-

1) 钙果饮与精朗迪对比

表 1 精朗迪与钙果饮对比

对比指标	精朗迪碳酸钙 D3 颗粒	钙果饮
最小规格	1.5g/袋	30ml/瓶
钙 源	无机钙	有机钙
单位含钙量	250mg/袋	134mg/瓶
预防便秘	含甘露醇	含有钙果、海红果等
口 感	天然糖粉调味	酸甜水果味
产 品 图		





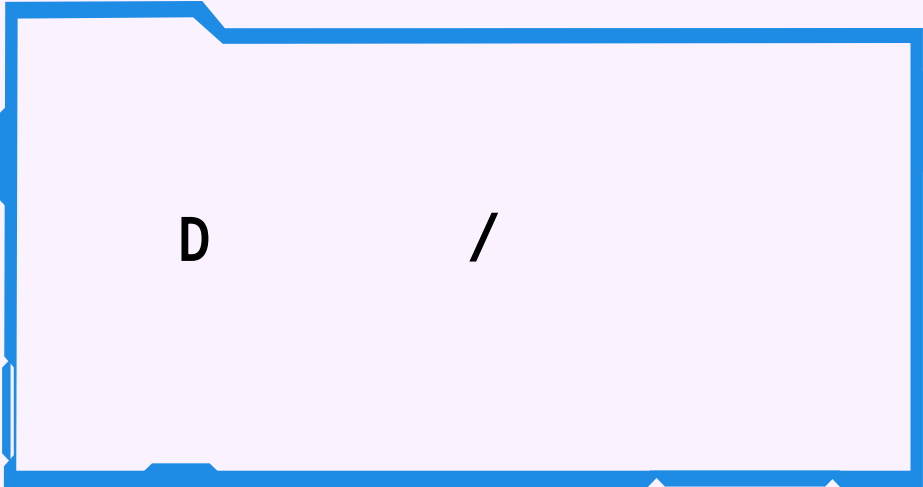
-
-

五和渠道、产品匹配销售

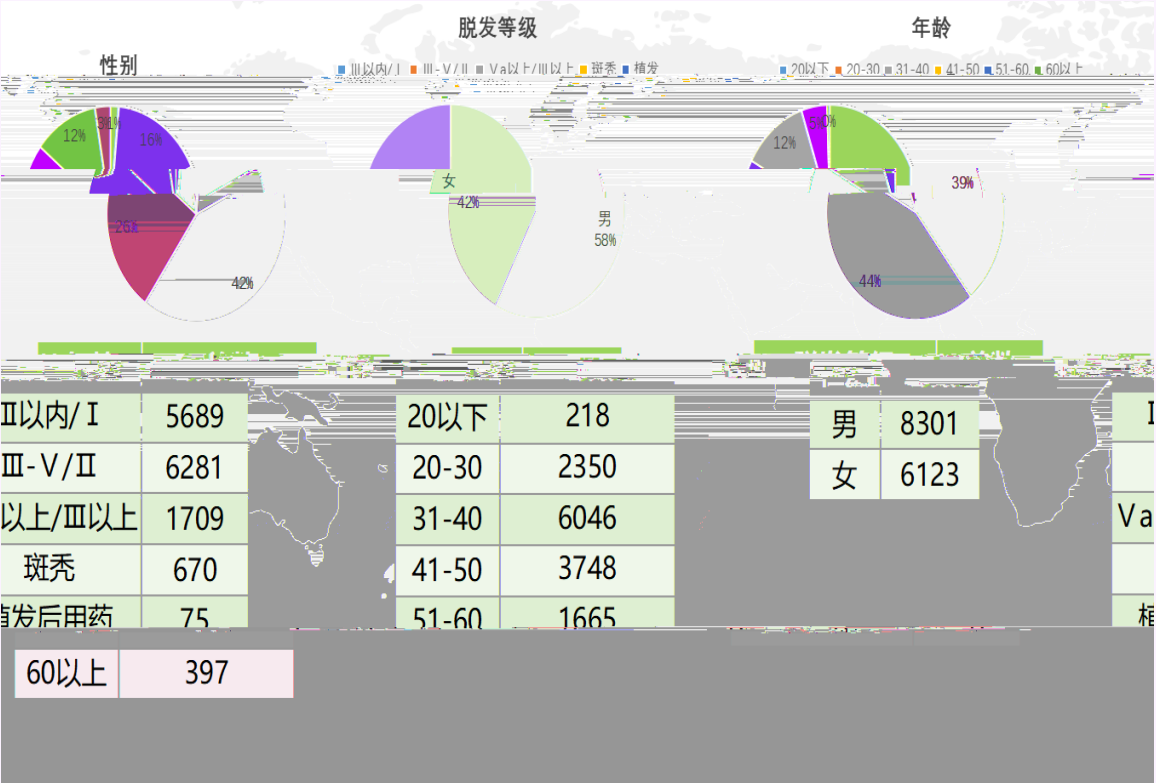
单位：元

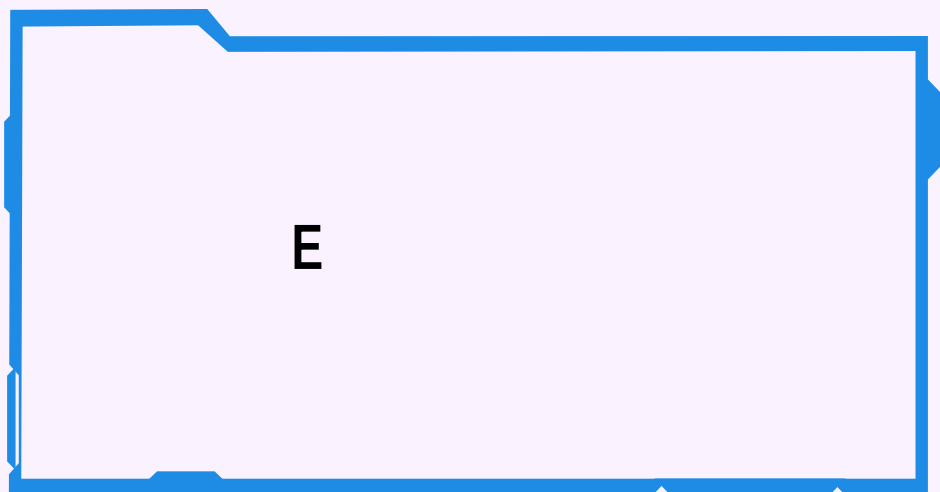
序	渠道	产 品		卖 点	方 法	备注
1		A	五红肿	1、针对术后、肿瘤术后气血亏虚的养疗方； 2、处方由名医（林洪生）根据传统中药君臣佐使配伍而成，选用道地药材原料浓缩提取、一盒相当于5公斤的原材料，一袋相当于一付中药； 3、坚持服用一个疗程（1个月），术后引起的红白细胞指标低明显改善，免疫力恢复。	1、主任、护士、膳食科； ①手术病患 需要升红升白，除了药物治疗外，日常饮食中要添加补气补血的食物，如红糖、阿胶、红枣、花生、枸杞、红小豆等；食用浓缩提取的五红食品补气血效果更好，可代餐；补充蛋白，浓缩的乳清蛋白恢复更快； ②产品介绍（参考卖点、PPT等） ③我们的产品在院外**药房，一盒	
				1、适合围手术期患者的蛋白粉，快速补充蛋白	2、给药店店长店员、院内超：亲属探望肿瘤手术患者，送补气补血的	

ZH3200-1

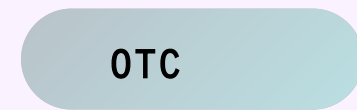


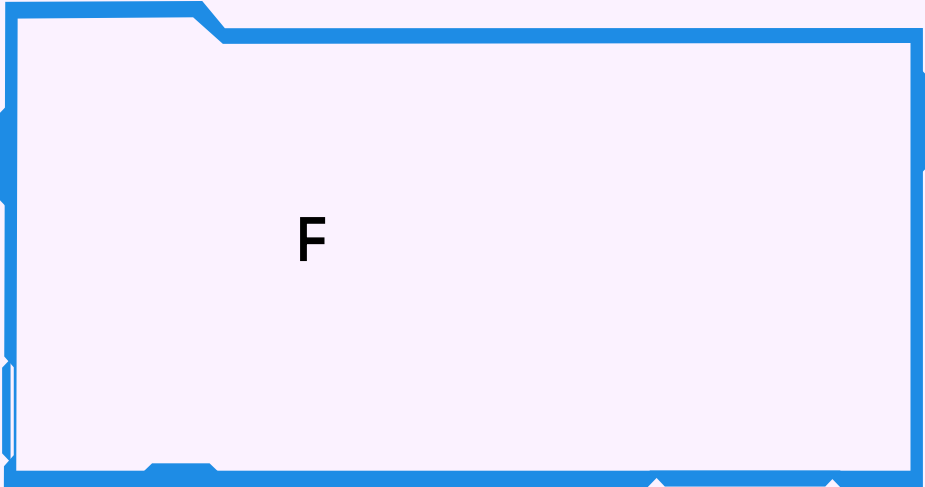
-
-
-





▪
▪





-
-

振东健康
ZHENDONG HEALTH

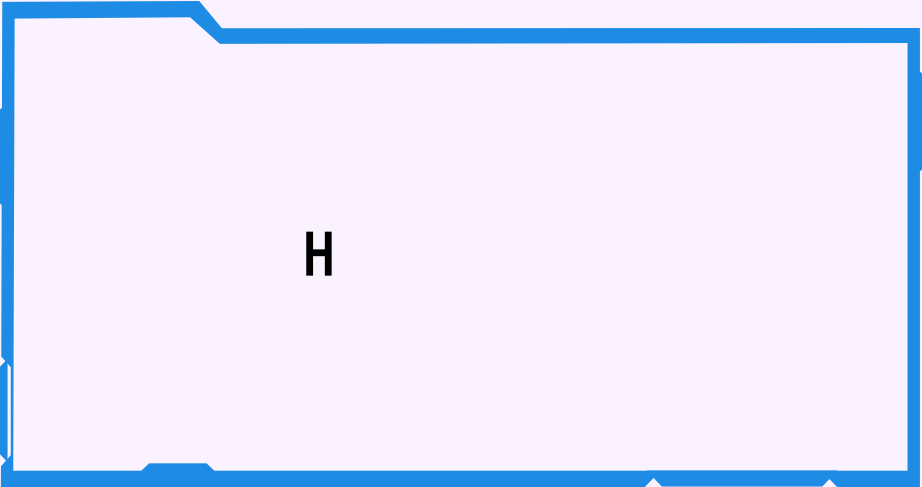
第 17 页 共 21 页

分公司开发方法

单位：个

		序	省	指标	客户	客户开发方法
增加客户开发速度，		1	齐	70	①借助原有商超、OTC 客户、同行业转介绍、	
余资金安全，保证项目顺利推进		2	津	185	5000 元，年销量 10 万。	
准进市场开发客户，保证开发 5000 家，单店月销售额 300 元。		3	辽	120	辽宁地级市 14 个、县级市 16 个为现金客户 28 家，均辐射社区门店	
津目标 16 个辖区，开发现金客户 12 家，辐射社区门店加上 400 家，单店平均月度销量 800 元，年销量 185 万。		4	津	185	开发天津商超 28 家	
、各个渠道供应前开发客户、16 个辖区开发市场，保证 10 现金客户运作市场，结合市场各个活动单店月销量 350 元，保证 90 万。		5	京	90	京客隆 七鲜生活 各个区大型年销量	
子河商贸 实现招商地市代理 10 家，县区经销 50 家实现增量 400 万		7	豫	400	刚刚连锁	
南省知青 行业协会联合开发，维护关系，活动植入，精准推荐，达成销售		8	豫	800		
南广新传 ③聚焦五色饼，各辖区商超系统对接增加入驻本系统（17 家），定		9	豫	9		
1800 五台山 “朝五台山，供五色饼”主题投放五台山车体、便利、特产等达到爆品式增长。		10	晋	10		
190 好想来 1. 好想来是江苏最大的休食系统，24 年以摇摇茶为切入点，目前已与采购总监对接，预计 1 月可过品，24 年目标销量 200 万；		11	苏	11		
120 安徽永辉 来优品 1. 安徽永辉已对接客户承接，以五色饼进场合作，预计 24 年销售目标 30 万；		14	皖	14		
265 华东大润发 1. 华东大润发已找到客户承接，预计 24 年目标销量 120 万以上；		15	沪	15		

G

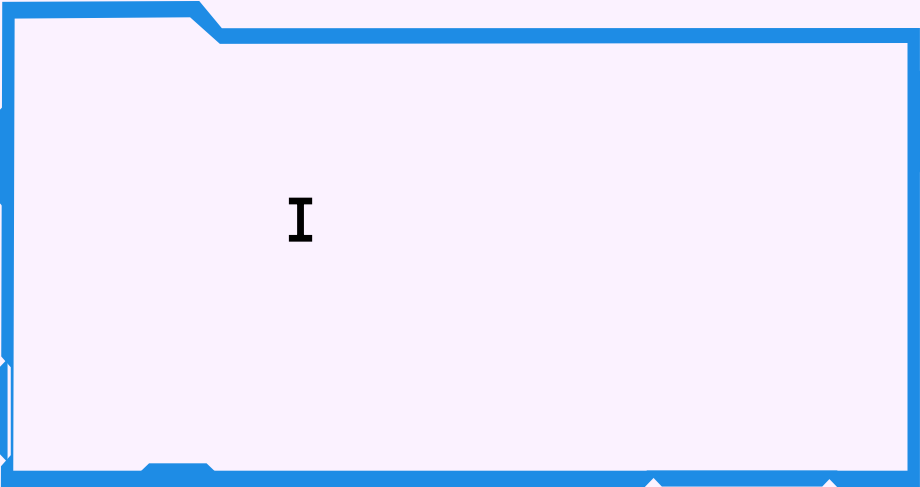


-
-
-

三、销售分析-品种

单位：万元、%												2024.6.2	
序	品种	本期					累计					因	素
		计划	实际	比率	同期	同比	计划	实际	比率	同期	同比	进度	
1	岩舒												
2	西黄丸												
3	比卡												
4	瑞健												
5	达雅欣												
6	果胶铋												
7	核黄素												
8	芪蛭												
9	胶束												
10	香菇多糖												
11	阿氟												
12	培美												
13	白术散												
14	合计												

振东健康集团。 注：①数据为本人编制，总经理审核②数据为财务部提供③因数据向集团财务会汇报④入公司。

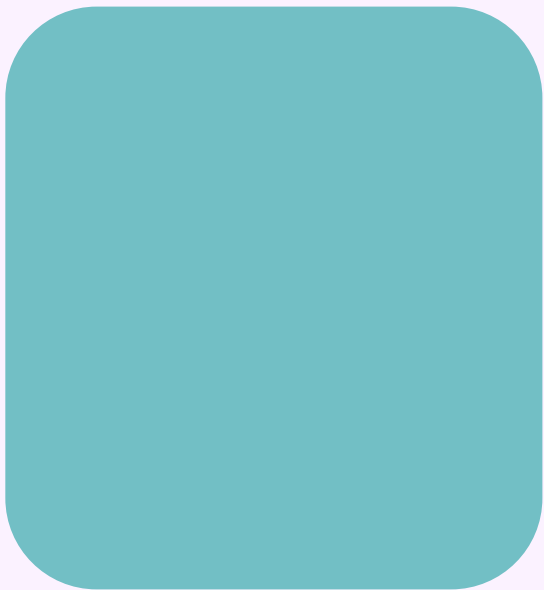


六、需集团解决的问题

2024.6.2

序	工作内容	完成时间	责任人	方 法
1	西黄丸原料问题			
2	阿氟原料单次采购最少500公斤，无法下计划			
3				
4				
5				

注:①总经理编制②所有问题必须有结果③注明方法④对重大事项，向经管委打报告⑤向集团经管会汇报⑥入公司、集团数据库



A

B

C

D

E





企业家爱国 就是做好产品

为中国人设计 让中国人健康