



企业绩效考核

目
录

一、什么是绩效考核

二、为什么需要绩效考核

三、绩效考核的意义和目的

四、如何进行绩效考核

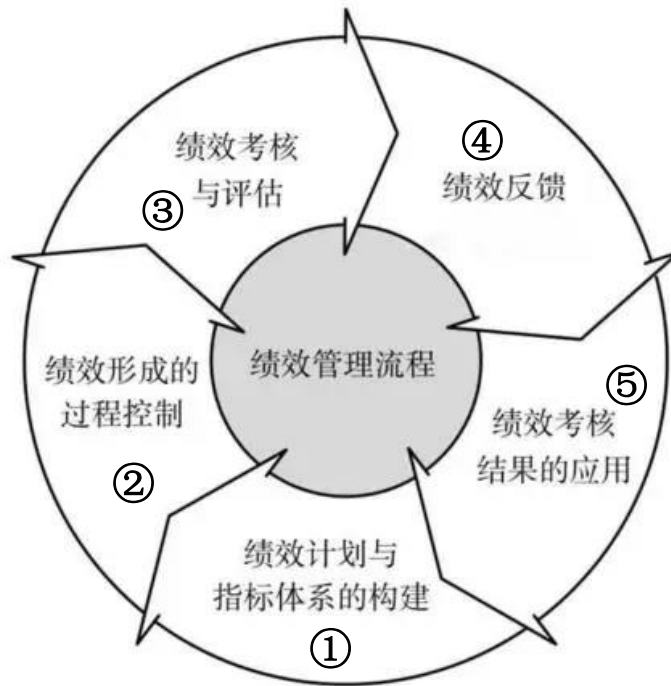
五、注意事项

一、什么是绩效考核？

定义

绩效考核

是对员工或团队，在特定时间段内的工作成果和绩效水平进行评估和衡量的
管理方法。



二、为什么需要绩效考核？

二、为什么需要绩效考核

- A. 部分员工积极性和工作效率不高，
存在混日子现象；
- B. 部分管理者凭感情使用员工，
员工能力强弱不知道；
- C. 有的企业人才流失严重，
难以吸引和留住优秀人才；
- D. 有的公司人力成本居高不下，
人均劳效低；
- E. 缺乏有效激励机制，
企业活力和盈利能力都会下降。



三、绩效考核的意义和目的

三、绩效考核的意义和目的

- A. 有利于激发员工的工作主动性和创造力;
- B. 可以为员工的提薪、晋升、调岗等提供依据;
- C. 能发现企业管理中的问题,及时调整和改进;
- D. 有利于优化资源配置,提高企业资源利用率。



四、如何进行绩效考核

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，打造最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，以达霏欣皮肤科产品为龙头，聚焦心脑血管、普药领域，与其他三大渠道并驾齐驱。

5、生产：推进剂型专业化、原料药规模化，实现核心产品

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，三年内实现企业由重资产向轻资产转变，资产结构逐渐合理。

7、投资：择机投资专业化基金，选择与公司产品管线匹配的产品，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，持续优化人才招聘、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，盘活仁爱天使基金，以产业带动农民持续增收。

第二部分 实施方案

第一章 品牌策略

第一节 企业品牌

一、系统总结梳理振东文化、理念、模式，创新推广工具，争取出版4-5本企业文化管理书籍。

1、以文宣编辑部为基础，邀请如蒋殊等本地知名作家，共同组建编辑团队，并分成三人小组；

2、2022年10月，率先成立《每周问答》、《振东发展史》两部书籍的项目组，争取2023年年初先出版已有基础的《每周问答》；

3、《发展史》项目组通过访谈、历史资料整理等方式，收集整理企业发展历史事件及细节，2023年5月前完成；

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

5、组织企业元老，用1周时间共同过滤文稿，保证作品真

三年细化

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

序	项目	计划	冲刺	增减	比率	备注
1	推广	20	24	4	120	
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
3	科技研发	年均发表论文 4 篇	承担科研课题，组织科技研发。	韩亚平
4	种子标准	苦参种子申报国家标准	按专家指导意见有序推进	尹利明
5	种子种苗	良种选育、基地建设	种质采集、评价、保存，资源圃建设，田间观察、测量，数据上传、分析、选育	韩亚平
6	中国连翘	种质资源采集、不同采收期、加工和存储方式对连翘品质的影响	检测、数据处理分析、内容编写	柴亚茹

与民同富 与家同兴 与国同强

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	研究主营产品趁鲜加工工艺	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

2024 年销售任务为 11.7 亿元，单品均价折为 78 元/公斤，需要加工数量数量为 1.5 万吨，公司加工和产地加工比例按照 6:4 加工模式完成，内部计划加工 9000 吨，产地计划加工 6000 吨。

(四) 采收

表 3 采收总指标

单位：吨、份、万亩、家

类名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合计
采收	895	565	1125	1115	740	700	754	1059	875	880	785	984	10477
调研	60	60	60	80	100	100	100	100	100	100	60	60	980
推广	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
新开	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	2	37

(五) 销售

2024 年全年销售计划 12 亿，同比 2023 年增长率 63%。

H₂ ::

二、实施方案

(一) 种植

与民同富 与家同兴 与国同强

一年计划

与民同富 与家同兴 与国同强

四、如何进行绩效考核

B. 围绕战略向下 层层分解目标

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	
合计	128000	8820	8760	10160	9530	9790	10490	10850	11540	12120	10640	12230	13070	

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。

按省、按月、按产品等一一分解

四、如何进行绩效考核

营销中心9月市场总监考核

C. 选择关键行为、节点 作为考核指标

确定关键指标原则：

- ①具体②可量化③可实现
- ④有关联⑤有时限

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	
	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、阿普米思特片、小金丸、安坤颗粒可研报告和物料设计，组织新品培训4场	30	30	
3	会议策划	全国院长大会、全国毛发大会组织(议程、讲课专家、会议形式、预算等)	未完成扣20分	会议资料	策划全国院长大会、全国毛发大会，效果较好。	20	20	
小 计						100	99	

Z06200-1

被考核人： 严佳佳

下达人：

考核人：

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
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）交至集团人力资源部。

四、如何进行绩效考核

D. 上下级充分沟通考核内容，并达成一致

须达成一致内容：

- ①任务要求
- ②奖惩标准



签订目标责任书

四、如何进行绩效考核

E. 定期检查完成情况，
通报进度

销售月度分析：

- ①销售、发货、回款、成本、费用、利润
- ②分大区、分省、分品种
- ③人均劳效等

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。

周总结、月会分析

四、如何进行绩效考核

F. 发现问题
要帮助下级及时解决

影响销售完成的问题及解决方案

2024年10月25日

序	类型	问题描述	解决方法	责任人	备注
1	管理	年初任务制定不合理，新品任务高，挣不上新品提成	1、动态考核 2、设立开发奖励，引导多拿奖金	杨展松	
2	管理	新品多，考核多，目标不专一	1、考核项简化，每个时期专做一件事，提高效率 2、按照渠道、品种划分工作职责，组建小分队，精力聚焦，有效推进	杨展松	
3	管理	退换货比例高，罚款重。新人刚接市场承担效期处罚问题多	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 3、建立市场交接机制，确认库存，6个月内的不应该承担罚款	杨展松	
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	已沟通康护备货，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	

跟进工作问题，并及时解决

四、如何进行绩效考核

G. 期末进行绩效反馈
按规定兑现奖罚

统计掌握相关绩效数据

营销系奖励汇总

单位：元

2024年7月5日

单位	团队	姓名	销售			回款			奖励金额	备注	
			计划	实际	完成率	计划	实际	完成率			
临床	河南	——	10355	10377	100.2%	—	—	—	10.0		
	江苏		3442	3501	101.7%	—	—	—	6.0		
	陕西		2365	2581	109.1%	—	—	—	4.0		
	江西		1452	1498	103.2%	—	—	—	4.0		
	上海		2473	2546	102.9%	—	—	—	4.0		
	吉林		2305	2312	100.3%	—	—	—	4.0		
	西藏		170	201	118.2%	—	—	—	2.0		
	江西	李 硕	岩舒 江西省肿瘤医院							2.0	开发
	内蒙	张旭明	岩舒 赤峰肿瘤医院							1.0	恢复
	河北	路 鹏	岩舒 河北省人民医院							1.0	恢复
	云南	王泽宁	达霏欣 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		
基层	河北	——	1072	1093	102.0%	—	—	—	1.0		
	陕西		283	338	119.4%	—	—	—	0.5		
	湖北		129	160	124.0%	—	—	—	0.5		
	小计								2.0		
国际部		——	2700	3152	117.0%	(190)	(115)	139.0%	2.0		
五和	山西		661	846	128.1%	80	161	201.2%	2.0		
	网商		421	429	101.8%	421	429	101.8%	1.0		
	小计								3.0		
合计								46.0			

营销系半年度奖励兑现

四、如何进行绩效考核

H. 总结经验教训

定期优化考核指标

基层中心		动态薪酬政策		
YX243001				
编制:	审核:	复核:	批准:	

1、目的

为规范市场人员薪酬考核管理，鼓励销售业绩达成，关注业绩增长本方案。

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 大区经理

5、内容

5.1 基本原则

按销售任务区间划分制定薪酬绩效标准

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

5.3 考核指标

序	省区	24年	10月	11月	12月
1	黑	3385	260	270	295
2	吉	2905	220	231	255
3	辽	1930	160	165	188
4	京	200	17	19	23
5	津	70	7	7	7
6	蒙	600	45	50	55
7	冀	2595	215	238	271
8	晋	995	76	90	110
9	鲁	1825	135	156	182
10	陕	710	50	60	70
11	新	170	6	4	4
12	甘	380	28	34	41
13	青	100	6	7	8
14	宁	100	7	7	8

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	76	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	青	100	6	7	8	21	
14	宁	100	7	7	8	22	

基层中心根据市场变化调整指标

四、如何进行绩效考核



考 察
基本工作素质

考 察
工作过程中的
具体行为

考 察
任务完成情况

01

素质考核

1、定义

- ① 全面考评员工整体素质
- ② 对个人提升、心态、合作性、沟通能力等进行把控

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
		有无	参与度	方案	创意	照片 视频	周得分			
1	中药材公司	1	3	1	1	1	7	22	22	
2	北京总部	1	3	1	0	1	6	20	20	
3	河 南 班	1	3	1	0	1	6	20	20	
4	五和医养堂	1	3	1	0	1	6	18	18	
5	太原医贸	1	3	1	0	1	6	18	18	
6	太原安欣	1	3	1	2	1	8	18	18	
7	长治振东	1	3	1	0	1	6	18	18	
8	长治医药	1	3	1	0	1	6	18	18	
9	屯留五和堂	1	3	1	0	1	6	18	18	
10	海南公司	1	3	1	0	1	6	18	18	
11	康护公司	1	3	1	0	1	6	18	18	
12	人 资 部	1	3	1	0	1	6	18	18	
13	总 工 办	1	3	1	0	1	6	18	18	
14	科技中心	1	3	1	0	1	6	18	18	
15	办 公 室	1	3	1	0	1	6	18	18	
16	计财中心	1	3	1	0	1	6	18	18	
17	商 学 院	1	3	1	0	1	6	18	18	
18	新 疆 班	1	3	1	0	1	6	18	18	
19	审计监察部	1	3	1	0	1	6	17	17	
20	物管中心	1	3	1	0	1	6	17	17	

周周有活动

纪律

① 每天上下班按时签到、签退
② 迟到、早退、私自外出公示

与民同富 与家同兴 与国同强

2、具体表现

学习

B. 参与学习

- ① 轮讲轮训、集中学习班
- ② 全员年学习 ≥ 85 课时

24年第六期生产提升班学员点名表

单位：商学院

日期：2024年7月21日

序	姓名	日期			日期			日期			日期			日期		
		7月22日			7月23日			7月24日			7月25日			7月26日		
		军训	上午	下午	军训	上午	下午	军训	上午	下午	军训	上午	下午	军训	上午	下午
1	刘志伟	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	刁鹏飞	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	杜卫华	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	郑新春	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	赵剑	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6	苏炳瑞	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7	刘敏	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8	马剑钢	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	苏元辉	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10	杨泽昆	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	白小栋	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12	王季啸	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
13	王晓峰	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14	庞宇	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
15	苑龙	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

2、具体表现

上进

C. 参与活动

- ① 积极参与五一、双庆、助学日、冬助日、竞聘日、扶贫等各类活动、比赛
- ② 参与频繁者列入提薪、评优、晋升考核

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
1	韩 超	制药股份	商学院	培训经理	商学院主任	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	产品总监	晋升	
4	贾喜君	营销中心	河南学术区	省区经理	基层大区经理	晋升	
5	蒋 越	营销中心	江苏学术区	省区经理	江苏OTC经理	晋升	
6	李 辉	营销中心	宁夏学术区	商务专员	宁夏商务经理	晋升	
7	钟 伟	营销中心	四川学术区	学术代表	江苏省理	晋升	
8	付 颖	营销中心	云南学术区	商务专员	云南商务经理	晋升	
9	柴亚茹	中药材	技术部	技术员	技术主管	晋升	
10	张庆瑜	太原医贸	终端部	业务代表	长治地理	晋升	
11	蒋 浩	五和医养堂	电商部	运营主管	电商经理	晋升	
12	吴斌斌	五和医养堂	营销市场	片区经理	区域经理	晋升	

2、具体表现

品德



素质评议

被评议人：团队：岗位：年 月 日

序	素质	权重	A (80%-100%)	B (60%-80%)	C (40%-60%)	分数	备注
1	真诚	10	真诚待人	礼貌待人	待人冷漠		
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

D. 素质测评

- ① 指标：真诚、勤奋、主动、认真、上进、节奏、沟通、责任
- ② 建议：决心、诚信、创新、学习、敏感、合作等

评议人签字：

注：①评议人填写②根据日常工作表现对素质考核项进行评分③入入资数据库。

2、具体表现

作风纪律

差距量化标准

单位：元

2024年6月14日

E. 差距量化

- ① 给自己和周边同事找差距
- ② 当场指出问题并处罚

序	类别	罚 则	单位	金额	备注
1	行为	同事之间互相谩骂、人身攻击	次	300	
2		非主观造成文件、资料丢失	次	300	
3		下班不关电脑	次	200	
4		办公桌摆放凌乱	次	100	
5		浪费纸张等办公用品	次	100	
6		不走斑马线	次	100	
7		闯红灯	次	100	
8		不系风纪扣	次	100	
9		做操不规范	次	100	
10		早操答到、唱歌不洪亮	次	100	
11		在办公楼抽烟	次	100	
12		未系公司皮带	次	100	
13		吃饭不送餐盘、插队、浪费	次	100	
14		漏接来电不回	次	100	
15		设备损坏未及时报备维修	次	100	
16		电动车拖线充电	次	100	
17		电动车停放不规范	次	100	
18		停占接待专用车位	次	100	
19		办公区域无人时未关灯	次	100	

2、具体表现

责任

F. 两微工程

- ① 微信转发公司新闻、微文
- ② 微博发送公司各种消息

素质考核——两微工程奖惩标准

项 目	标 准		考 核 办 法		被 考 核 人			备注	
管理层 培训	培训 2 课时		未完成扣 5 分		总级			--	
计划 总结	填报率不低于 90%		70%-90%，扣 5 分 低于 70%，扣 10 分		--				凡有出勤， 必须提报 计划总结
两微 工程	奖励	积分达成率	微文平均阅读量(条)	奖罚金额（元）	--			总 监	经 理
			X≥100%	Y≥40		500			
		30≤Y<40		400					
		20≤Y<30		300					
		15≤Y<20		200					
		10≤Y<15		100					
		80%≤X<100%		Y≥40		300			
			30≤Y<40	200					
			20≤Y<30	100					
	处罚	积分达成率	15≤Y<20	100					
			60%≤X<80%	-100					
		月度总阅读 量（条）	X<60%	-200					
			Z≥100	-300					
			1≤Z<100	-400					
Z<1	-500								

02

过程考核

1、定义

个人工作全过程、各环节
涉及到的管理事项进行跟踪、考核



制药股份9月执行总裁考核

单位：万元、分

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	客户拜访及产 销对接	拜访北京各大律所，最低拜访3名 律师	未完成扣10分	会议记录	已拜访	10	10	
2		拜访国家医保局相关领导，跟进中 药注射剂集采规则	未完成扣20分	政策法规	已拜访	20	20	
3		拜访浙江叶丰董事长，沟通进口原 料药合作；	未完成扣20分	合作协议	已拜访	20	20	
4		协调组织九月招商会议	未完成扣10分	会议照片	已完成	10	10	
5	培训计划	《沟通的艺术》	未完成扣20分	培训记录、PPT	已培训	20	20	
6	行业交流	至少参观一家企业进行交流	未完成扣20分	行业交流信息表	已拜访山西华卫药 业有限公司	20	20	
小 计						100	100	

被考核人：王旭峰

下达人：

考核人：

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）交至集团人力资源部。

2、具体表现

A. 早计划晚总结

- ① 早计划上班前
晚总结下班后
- ② 短信发至直属领导及相关群

10月计划总结完成率

单位：%

日期：2024年11月1日

序	团队	姓名	应提交	已提交	填报率	备注
1	办公室	张帅	62	62	100.00%	
2	计财部	李帆	52	53	100.00%	
3	计财部	蒋风	51	53	100.00%	
4	审监部	杨敏	48	48	100.00%	
5	董办	马雄英	48	48	100.00%	
6	审监部	李明阳	47	48	100.00%	
7	办公室	崔强	46	57	100.00%	
8	扶贫办	李超	46	46	100.00%	
9	扶贫办	毋浩嘉	46	46	100.00%	
10	计财部	申秀清	46	48	100.00%	
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

2、具体表现

B. 每日一文

- ① 围绕自己工作相关主题，每天1篇
- ② 每篇至少500字以上

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	1、针对自己的差距和弱点确定主题 2、针对团队近期重要事项或是差距，确定主题	合格标准： ①3个月为一周期； ②第一期500字以上； ③第二期800字以上； ④第三期1000字以上视为合格。
星期二	产品政策	产品功效	产品原料		
星期三	客户分析	品牌宣传	产品工艺		
星期四	促销活动	客户分析	产品成本		
星期五	产品话术	营销方法	费用把控		
星期六	营销技巧	创新手段	产品质量		

ZH5000-1

制表：

审核：

批准：

注：①行政制表，逐级审批②全员根据公司每周发布的产品主题，依岗位题目进行编辑③公司成立评选小组，每月评选优秀文章及不合格文章④奖励：前3名奖励1000、800、500；后3名处罚2000元、1500元、1000元⑤连续2个月被选为不合格人员，直接淘汰⑥入每日一文数据库。

主题可包括：文化、理念、产品、渠道、客户、算账、人事等

2、具体表现

C. 培训授课

- ① 管理层每月授课 ≥ 2 课时
- ② 按讲课质量评级、考核

10月第4周培训记录

单位：

2024.10.25

序	团队	部门	课程	课时	主讲	评价	参训人数	时间	地点	备注
1		文宣部	深入解读“养生酒”一文	2	赵旭	A	13	10月25日	五和堂厅	
2		物管中心	集中采购流程介绍	2	郝清华	B	16	10月25日	五和厅	
3		人资、商学院	如何训练写作能力	2	赵晓娟	B	9	10月25日	安欣厅	
4		计财中心	如何做好销售内控管理	2	刘志萍	B	12	10月25日	康护厅	
5	集团总部	营销服务中心	产品知识讲解	2	宋艳霞	A	17	10月25日	中药材厅	
6		信息部	网路安全宣传	2	李凯	B	6	10月25日	401会议室	
7		董办、法务、扶贫办、品牌部	三三模式	2	马雄英	C	9	10月25日	医贸厅	
8		办公室	如何进行自我管理	2	刘峰	B	10	10月25日	研究院厅	
9		总工办	在建工程与项目申报的关系	2	刘涛江	B	6	10月25日	饮片厅	
10	科技中心		研发过程中物料、供应商管理	2	石亮	B	60	10月25日	三楼会议室	
11			药品标准在药品研发中的产生和应用	2	王红芳	B	31	10月25日	二楼会议室	
12	北京总部		化药原料和制剂发补内容共性问题	2	杨伟秋	B	10	10月24日	206会议室	
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	2	吕晨羲	B	6	10月22日	一楼制剂室	
14			原料药申报资料M4要求培训	2	王世川	B	10	10月24日	五楼会议室	
15			生物等效性试验预实验流程梳理	2	牛韶华	C	6	10月23日	213会议室	
16			临床试验质控要点	2	卢兴红	A	8	10月22日	208会议室	
17			中药智能制造（转训）	2	杨晓宁	B	10	10月25日	中药所408会议室	

2、具体表现

D. 每周问答

- ① 学生每周六针对工作中的具体问题
进行提问；
- ② 导师当天回答；

第六期导师制每周问答（1128-1204）情况统计表

单位：%

日期：2022/12/5

序	团队	结对数	已问	未问	已答	未答	已问-已答	已问-未答	未问-未答	备注
1	营销中心	56	56	0	56	0	100.00%	0.00%	0.00%	
2	五和医养堂	54	54	0	54	0	100.00%	0.00%	0.00%	
3	集团总部	44	44	0	44	0	100.00%	0.00%	0.00%	
4	长治振东	21	21	0	21	0	100.00%	0.00%	0.00%	
5	大同泰盛	19	19	0	19	0	100.00%	0.00%	0.00%	
6	晋中安欣	16	16	0	16	0	100.00%	0.00%	0.00%	
7	饮片公司	12	12	0	12	0	100.00%	0.00%	0.00%	
9	长治医药	10	10	0	10	0	100.00%	0.00%	0.00%	
8	屯留五和堂	7	7	0	7	0	100.00%	0.00%	0.00%	
10	太原医贸	27	26	1	26	1	96.30%	0.00%	3.70%	
11	研究院	20	19	1	19	1	95.00%	0.00%	5.00%	
12	中药材	33	31	2	31	2	93.94%	0.00%	6.06%	
13	科技中心	8	7	1	7	1	87.50%	0.00%	12.50%	
14	康护公司	14	12	2	12	2	85.71%	0.00%	14.29%	
15	健康科技	3	2	1	2	1	66.67%	0.00%	33.33%	
合计		344	336	8	336	8	97.67%	0.00%	2.33%	

2、具体表现

E. 每月提案

- ① 每员按层级逐级向上提案
- ② 围绕本职工作、周边团队、集团问题；
- ③ 要有问题、有建议

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、已有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							

ZK4701-1

注：①人事经理制表，分管领导审核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入入资数据库

2、具体表现

F. 内外沟通

- ① 管理层每月与下属反复沟通
- ② 对外与政府、行业专家沟通交流每周1次

文宣部团队下级谈心汇总

序	访谈人	被访谈人	时 间	地 点	谈心内容	状态评估	跟进重点	备注
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、新闻消息的规范写作； 2、发展史故事的深度写作； 3、创业元老采访； 4、思想动态跟进。	
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、院长直播策划、跟进。 2、沟通频次、效果跟进。	
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、工作方案跟进。 2、采编稿件审核。 3、生活上的关心。	
4	杨成栋	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，助学学子人物采编。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、采编跟进、指导。 2、写作能力培训、指导。 3、沟通过程跟进、效果评估。	
5		常琳茹	9月13日	文宣总监办公室	1、工作方面：结合药学专业，可以加强医药政策、行业研究，结合振东生产人、研发人进行采编。补写作短板，学习新闻写作学，阅读报刊优秀稿件。加强团队内、团队外沟通。发展史故事采访及旧资料录音整理，明确意义及不同阶段采用的方法，提高效率，学习内化成长。 2、生活方面：对环境融入、团队融入入职第一个月有很大好转。	1、业务上，需要突出自身优势，尽快补足短板。 2、进一步明确所承担工作的价值和方法，提高效率。	1、企业发展史学习跟进。 2、宣传采写能力跟进。 3、业务上针对性指导	

2、具体表现

G. 招聘育人

管理层招聘

- ① 成熟团队每2人成功1人
- ② 新团队每3人成功1人
- ③ 带培成功后，异地任用



吉林班临床员工招聘计划

单位：亿、万人、家、人

序	地市	区/县	GDP	人口	医院				员数 标准	现有	需招	24.12 招入	25.03 招入	方法及措施	责任人	考核	备注
					已开		未开										
					三级	二级	三级	二级									
1	长春	7区4县	7002	910	12	4	17	19	16	6	10	3	5	1、百团大战：通过长春中医药大学校招会及其他院校的校招会进行人员筛选招聘； 2、通过老乡会老乡进行人员介绍招聘； 3、通过同行及客户进行人才推荐招聘； 4、通过商业公司业务员介绍，招聘有市场开发能力的入职 5、日常招聘，通过朋友、亲属介绍 6、网上智联招聘、BOSS招聘等。 7、给金牌、银牌优秀员工下指标，必须招聘。	倪红飞	未完成处罚	500元/人， 学习型处罚 《如何招聘 新员工》、 《如何带培 新员工》、 《如何更好 留住新员工 》
2	吉林	4区5县	1517	410	5	7	2	1	5	1	4	1	2		王伟		
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				
8	松原	3县2区	892	216	3	2	1	6	3	1	2	1	2				
9	白城	4县1区	574	148	2	2	1	5	3	1	2	0	1				
累计			13094	2396	29	30	25	54	40	13	27	7	16				

制表：

审核：

批准

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。

2、具体表现

H. 日常工作

- ① 每员按周、月提交计划
- ② 按重要程度匹配分值

中药材9月市场总监考核

姓名：何育红

2024年9月

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	破壁饮片产品开发	1、完成产品中试； 2、与相关部门沟通制定标准草案； 3、与集团品牌部沟通包装设计方案	未完成扣10分/项	市场部数据统计	1、沟通完成产品小试中试； 2、完成质量标准查询，完成标签文字沟通；3、完成与品牌中心和辛选团队包装设计得沟通； 4、完成破壁草本精华营运方案	30	25	工艺研究未完成
2	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	市场部数据统计	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	
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	市场部数据统计	1、参加集团招商会； 2、安排各区域招商会物料	20	20	
4	市场信息调研	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材产销信息平台的框架；	未完成扣10分/项	市场部数据统计	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

ZR3300-1

被考核人：

下达人：

考核人：

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）交至集团人力资源部。

中药材着重考核：开发、种植推广、药材采收、合格率

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 结果	上级 评定	因 素
1	新药项目	1. 苦黄凝胶脂溢性皮炎入组督促及已入组患者情况分析 2. 苦黄凝胶特应性皮炎入组督促 3. ZD16IND资料定稿	未完成每项扣5分	1. 沟通记录 2. 沟通记录 3. 文档	1. 与CRC、研究者建群汇报和督促 2. 与CRC、研究者建群汇报和督促 3. 已完成所有可以完成的部分	15	14	入组进度慢
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	
3	仿制药-BE项目	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 3. 培唑帕尼预BE结果获得 4. 瑞卢戈利合作方合同确定 5. 克立硼罗合作方价格确定	未完成每项扣4分	1. 合同 2. 合同 3. 邮件 4. 合同 5. 合同	1. 已完成签署流程 2. 完成 3. 完成 4. 完成 5. 完成	20	20	
4	上市后项目	1. 苦参结直肠癌RCT入组10例跟踪和督促 2. 舒血宁项目入组1000例督促和管理 3. 脑震宁项目方案摘要完成	1、2项未完成扣3分， 3项未完成扣2分	1. 跟踪表 2. 跟踪表	1. 完成10例入组 2完成1365例入组 3. 完成2版	8	8	
5	部门管理	1. 人员面试和到岗2位 2. 立项和开题评估支持 3. 部门会议组织和召开	未完成每项扣3分	1. OFFER记录 2. 邮件 3. 会议纪要	1. 面试18个人，4位上人资委 2. 完成3个项目评估 3. 定期召开	9	9	
小 计						100	99	

ZQ200-1

被考核人： 卢兴红

下达人：

考核人：

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）交至集团人力资源部。

研发系着重考核：项目进度、专利、论文

泰盛制药9月总经理考核

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	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	按生产计划均已完成	20	20	
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	申报资料	已完成申报	20	20	
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	施工许可证	获得施工许可证	20	20	
4	基金项目	完成大同市科技计划项目申报	未完成扣20分	申报资料	完成科技厅计划项目申报	20	20	
5	一系一书	完成一系一书初稿编写	未完成扣20分	一系一书资料	已完成	20	20	
小 计						100	100	

被考核人：高志华

下达人：

考核人：

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）交至集团人力资源部。

生产系着重考核：排产、质量、技改、库存

营销中心9月大区总监考核

ZQ6200-1

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	

被考核人： 从竹成

下达人：

考核人：

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
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）交至集团人力资源部。

营销系着重考核：开发、招聘、学术、活动、费用、品牌等

2、具体表现

I. 临时工作

- ① 上级临时安排工作
- ② 必须有时间限制



员工 月份工作计划（考核）表

团队：时间： 年 月 日

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%								本岗位 工作中 5-7项关 键指标
临时 工作 10%				10				
合计				10				

被考核人：下达人：考核人：

制度:①员工本人填写，部门经理审核、下达②每月28日将下月计划报人力资源部绩效主管备案③次月3日前由部门经理或负责人填评后连同考核依据一同报人力资源部，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④人力资源部保存一年后归档⑤违规罚500元。

03

目标考核

1、定义

- ① 围绕公司整体经营制定的对结果负责的考核
- ② 指标：销量、费率、产量、成本、利润等

2024年薪酬总体考核方案

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	企业利润	市场利润	年度目标	
总级	月年		销售	企业销售	市场销售							
分包企业	6:4	50%	15%	15%		15%	5%	50%	50%		年度目标（见附件）作为奖励项，季度跟踪、年度盘点、完成兑付。	销售、费用均为集团数据，分管企业并分包市场的考分包企业，分管企业为生产企业的，考分管企业利润
分管市场					15%			50%		50%		
无任何分管				30%				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	订单完成率		海南康朗月度考核费用占比 30%，年度考核费用占比 100%
太原医贸	6:4	50%	20%	10%		15%	5%	70%	30%		年度目标（见附件）作为奖励项，季度跟踪、年度盘点、完成兑付。	利润为 B2B
中药材			30%					100%				中药材利润：必须包含政府补助，只算年度 中药材销售：不含全蝎
生产			20%		10%			70%		30%		利润为剔研考核，成本角度

总级目标考核：营销 利润、销售；生产 利润、订单完成率

2、具体表现

A. 销售

- ① 临床、OTC 一流向
- ② 基层中心 一回款

营销系总级月度考核结构

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				
临床中心	年薪 6:4	50%	40%	5%	5%	中心销售达成一流向	【目标占比 40%】 视为 100%分解： 1、销售主品 60%： 年度完成率低于 80%或同比下降的目标考核为 0； 2、销售新品 40%： 完成率低于 80%，目标考核为 0。 3、销售不封顶。	开发、会议、拜访、数据分析、人员梳理等事项	1、早计划晚总结：低于 90%，-5 分； 2、月培训 2 课时：未完成-5 分； 3、两微工程：文宣部标准执行
OTC 中心	年薪 6:4	50%	40%	5%	5%	中心销售达成一流向			
基层中心	年薪 6:4	50%	40%	5%	5%	中心销售达成一回款			

2、具体表现

B. 费率

营销、后台

营销系总级年度考核指标

● 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。

2、具体表现

C. 成本

生产、物料

1-10月集采降本情况汇总

单位：万元、%

序	公 司	原辅料	中药材	包材	试剂 实验耗材	备件 其他耗材	合计						备注
							降本情况			不含中药、米诺			
							降本	采购额	比率	降本	采购额	比率	
1	安 欣	-623.1	0.0	-44.0	-0.1	-0.6	-667.8	6616.4	-10.1	-52.5	4047.5	-1.3	米诺615万
2	泰 盛	-99.7	-51.7	-37.8	-4.0	-2.5	-195.8	2924.9	-6.7	-144.0	2624.1	-5.5	
3	振 东	-251.5	93.8	-5.8	-1.0	0.0	-164.5	3980.2	-4.1	-258.3	2933.3	-8.8	
4	五和堂	-6.9	105.3	-26.0	-0.2	0.0	72.2	4284.0	1.7	-33.1	880.3	-3.8	
5	中药材	0.0	0.0	-0.1	-0.3	-0.7	-1.2	177.2	-0.7	-1.2	177.2	-0.7	
6	科技中心	-0.2	-1.4	-0.1	-8.5	0.0	-10.1	422.1	-2.4	-8.8	383.9	-2.3	
7	研究院	0.0	0.0	0.0	-0.2	0.0	-0.2	388.9	-0.1	-0.2	388.8	-0.1	
制药小计		-981.5	146.1	-113.8	-14.3	-3.9	-967.4	18793.7	-5.1	-498.2	11435.0	-4.4	
8	五 和	-42.9	-10.3	-12.2	-0.2	0.0	-65.5	1781.4	-3.7	-55.2	1537.7	-3.6	
9	康 护	-17.1	7.1	-2.2	0.0	0.0	-12.3	555.8	-2.2	-19.4	508.0	-3.8	
集团小计		-60.0	-3.2	-14.4	-0.2	0.0	-77.8	2337.2	-3.3	-74.6	2045.8	-3.6	
合 计		-1041.4	142.9	-128.2	-14.6	-3.9	-1045.2	21130.9	-4.9	-572.8	13480.8	-4.2	

ZW5310-03

注：①经理填写，总监审核，总经理批准②每月2日前完成③年初价为上年采购平均价；降本比率为与年初价和对比，要求数据准确详实④物管中心入数据库。

2、具体表现

D. 利润

生产、后台

生产系各层级考核指标

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%			

2、具体表现

E. 互联网销售

全员按级别匹配任务考核
(除研发、营销一线)

9月互联网销售月报

2024年10月2日

单位：万元

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	康护公司	5.50	5.06	3.15	8.21	2.71	149%	
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	泰盛	19.45	11.30	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：

2、具体表现

F. 民主评议

- ① 每月对上、下、平级业务相关同事评议;
- ② 评议人20人以上;
- ③ A、C各占20%以上

选择与被评议者
工作相关的员工
进行民主评议

民主评议

振东集团
ZHENDONG GROUP

制药股份20__年__月份总级民主评议审评表

填表时间: 20__年__月__日

部门	被评人	出勤	民主评议汇总				各级意见				终评	终评	连评结果			
			A	B	C	结果	分管领导	会议	原因	A			B	C	扣	
制药股份总部	李XX	30	11	7	3	A		B		C	不承担		1	1		
	董XX					A		有效执行		C	任务重		1	2		
	李XX		11	7	3					B						
	赵XX	28	11	9						C	推行					
	申XX	30	11	9						A	执行					
	宁XX	26	5	10						B						
	金XX	28	10	10						B						
	王XX	26	7	10	4					B						
	张XX	28	9	12	0	B		网络建设好		A	执行力强					
	李XX	26	9	11	1	B	B			B						
董XX	27	3	11	6	B	C			B							
张XX	23	4	12	5	B	B	C	出勤不够	C	工作推进慢		1	2			

人事总监: _____ 评审组长: _____ 领导: _____

注: ①经理填写, 评审组审评②每月28日民主评议→部门经理审评→报人力资源部→30日评审组审评→领导终评→报计财部, 总监级以上由董事长审批终评结果, 经理层由总经理审批终评结果 ③人力资源部保存一年后归档 ④民主评议和部门审评A和C各占20%, 计算方法为四舍五入 ⑤违规违纪200元⑥每月ABC增加到连评结果栏中, 测评连续得2A者给予表扬; 3A者晋档一级,

20
人左右

20
%

A和C各占总数的百分之二十, 其余为B

小结：考核实现



同等岗位下，工资差异必须达到：

研发**50%以上**、行政后台 **30%以上**



五、注意事项

五、注意事项

- A. 考核指标要能反映公司或团队目标和员工职责；
- B. 考核指标不可定的过高或过低；
- C. 要尽量避免偏见、情感等主观因素影响；
- D. 要重视考核结果的反馈与应用。

不准凭个人好恶评价
决定或者改变考核结果



指标是手段，
考核是裁判，
执行是关键，
目标共实现！



企业家爱国 就是做好产品

为中国人设计 让中国人健康

我是这样想的 也是这样做的