

“地推回头看”，果断点杀了 1000 家扰乱市场价格的药房；三是 11—12 月启动 A3 百万例真实世界研究，完成 10.7 万家诊所的拜访，送达再评价用药 7.7 万件。

自有序营销体系建立以来，经过 20 个月的不懈努力，集团“长子工程”A3 2017 年实现单品销售 13.5 亿元，同比增长 3.3 亿元，增幅达 32%。与之同时还创造了中国医药市场两个“双高”数据：即在大约 50 万家药房中，铺货率达到了 95%，正价率达到了 95%。桐君阁批发公司、成都西部也乘风扬帆，理顺了配送平台体系，实现了销售规模和效益的双增长。“有序营销体系”十大工作要点经过全国上千家医药工商企业 24 个月的千锤百炼后日趋成熟和完善，“东阿阿胶”、“三九集团”、“桂林三金”等全国知名药企将在 2018 年全面尝试有序营销体系。有序营销之路是全国医药工商企业降低内耗、挤占市场、提升效益的必由绿色大道。

二、“宝贝”产品销售大幅增长。

1、新特药公司紧抓新标及二次议价契机，新开发医院 500 余家，实现益保世灵销售 6.3 亿元，同比增长 2.3 亿元，增幅达 56%。

2、普药系统在有序营销体系指导下，产品结构调整显成效：过亿元的产品达 8 个，同比增加 3 个；销售过千万元产品达 68 个，同比增加 9 个，占总销售额的 78%。各公司亮点纷呈：

西南药业的洛芬待因缓释片销售突破 2.5 亿元，同比增长 7000 万元，增幅达 40%，成为普药中第一个销售过 2 亿元的西