

绝密

销售平台 10 家，平台包括：医药连锁、月子中心、高端餐饮、会所等。

3、抓好“3*4”规格的招商工作，尤其要把招商重点放在医药行业。

四、健康品营销工作——审定人：鲜亚

2018 年确保销售 1.2 亿元，其中宝贝产品乌发露实现 5000 万元销售。

1、大力提升外销销量，实现 8000 万外销（其中乌发露实现 4000 万以上），占比从目前的三分之一提高到三分之二以上。尤其是主抓医药口的覆盖上量，培育起“健康品销售习惯”和“消费习惯”，紧跟地推，促进药店、诊所广泛上柜。

2、充分发挥“体验营销”的消费培育和销售带动作用。用好乌发露 50g 体验装、太极天驴卤制品、香菇酱旅行装、绍兴大补酒酒版的体验，带动终端动销。

3、川渝两地千方百计扩大健康品与消费者的见面通路。推动美发专业线上柜 1000 家实现 1000 万销售，开展电商（京东自营、淘宝旗舰店带动）、旅游团购（培养健康品礼品券消费）的销售试点，拓宽销路。

五、民族药营销工作——审定人：黄庆

1、经济指标：计划发出 1600 万元（其中川渝 1100 万元，省外 500 万元），增长 576 万元，增幅 56%；力争 2000 万元。

连锁计划：桐君阁 650 万元，同增 48 万元；川太极 120 万元，同增 20 万元；绵阳太极大药房 110 万元，同增 10 万元；良元 70 万元，同比持平；华安堂 50 万元，同增 24 万元。