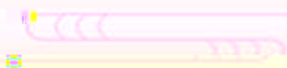
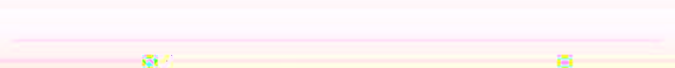
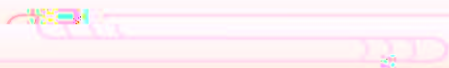
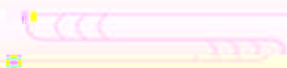
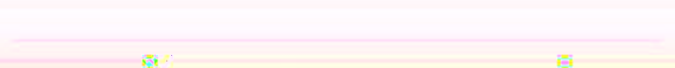
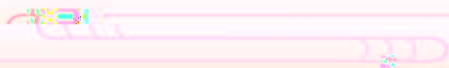


$$+ = 0$$

$$+ = 0$$







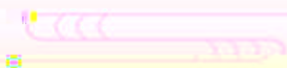
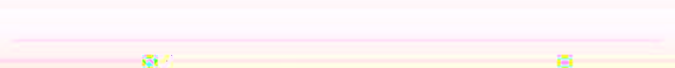
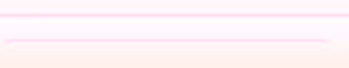
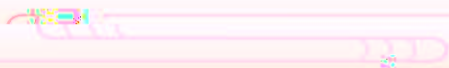
A.



B.

跟

进



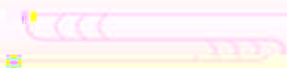
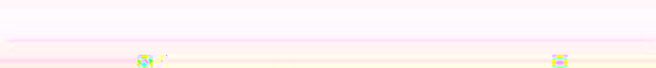
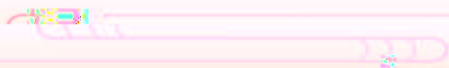
A.

B.

C.







A.



B.

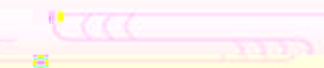
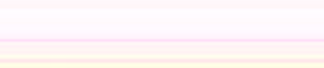
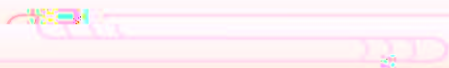


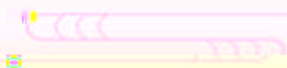
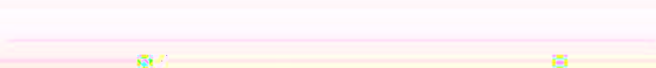
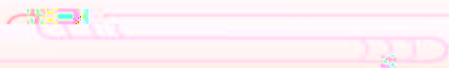
C.

D.

E.



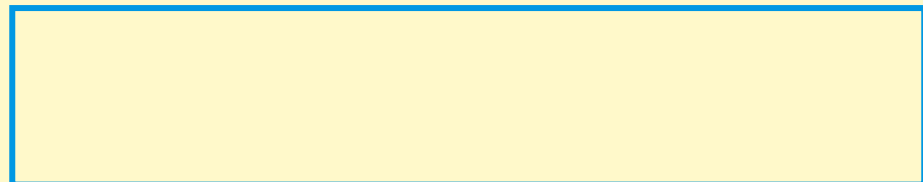
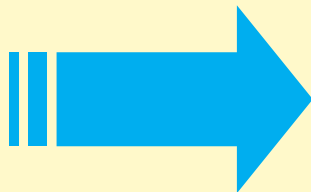
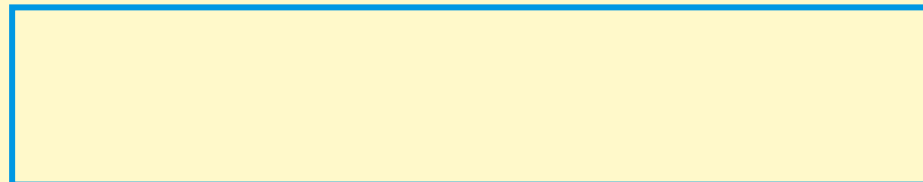
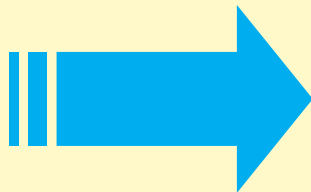
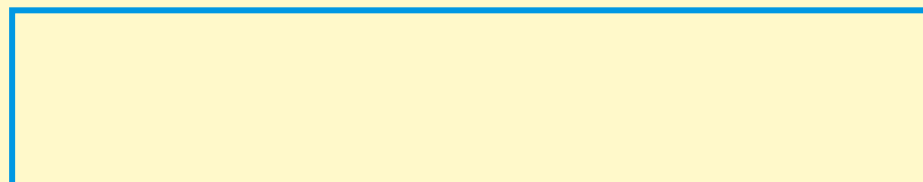
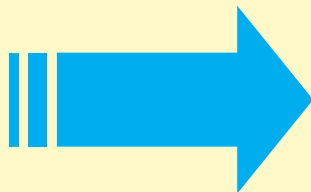
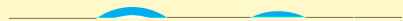




2

1

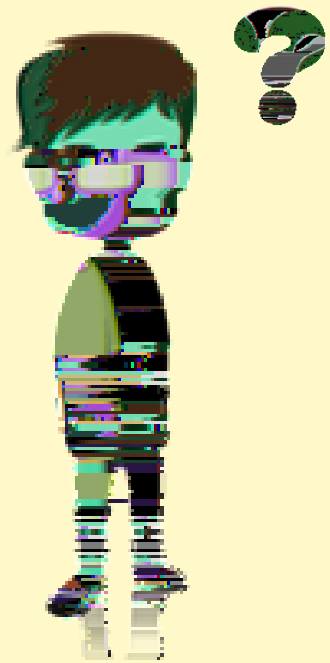
—





2

— —



2

A.



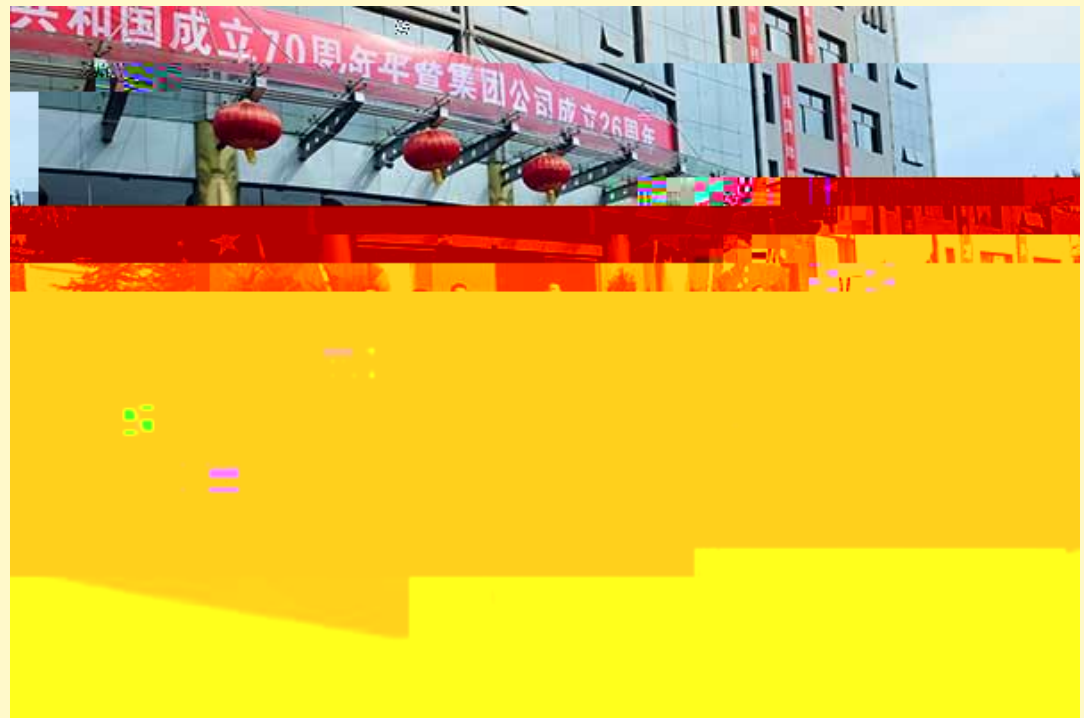
B.



2

— —

D.



2

— —

F.



2

— —

G.



2

— —

H.

表3 25年主要目标计划

单位：万元、%、人、家、场

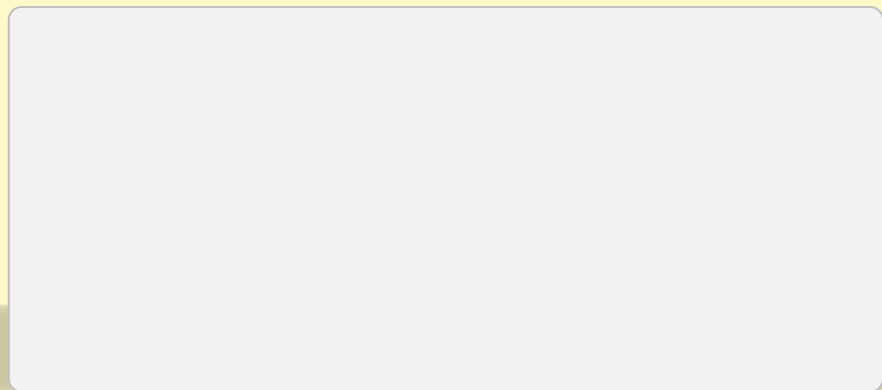
序号	名称	24年		计划	实际	差异	25年目标	
		实际	计划				计划	实际
1	营业收入	18	3	130	100%	130	15	
2	净利润	-14	200	4%		130	136	
3	市场占有率	61	200	25%		160	221	
4	客户满意度	50	600	9%		600	550	

2

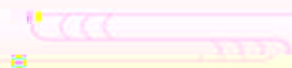
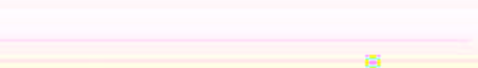
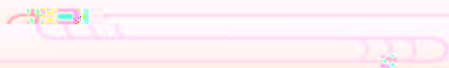
— —

1. “ ”





- 
-



2

— —

C.



D.



2

— —

F.

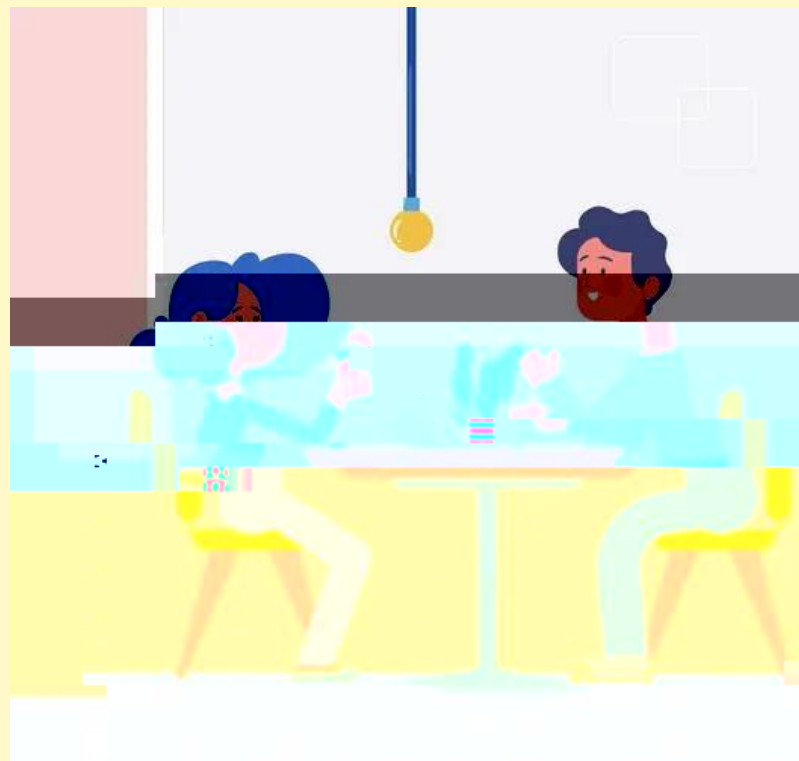
- 
- MBA\EMBA
- 



2

— —

G.



2

— —

H.

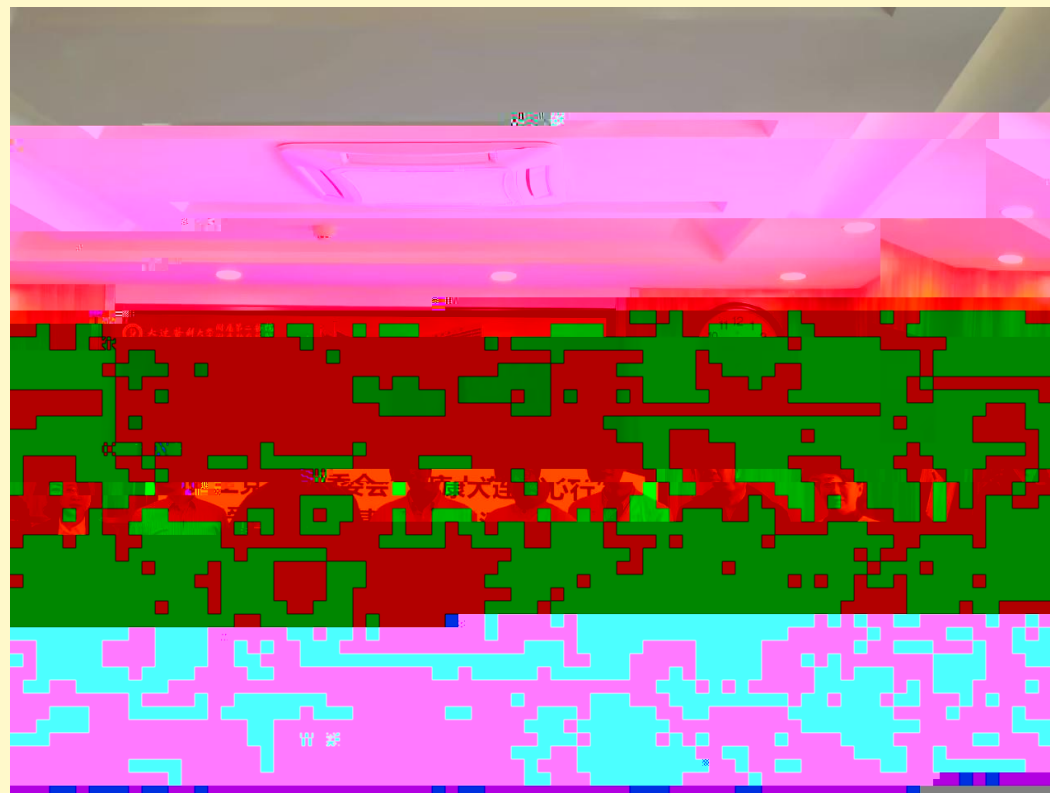


PK

3

— —

A.



3

B.

- 
- 
- 
- 
- 

责任人	名称	序号	问题	解决方案
	恶意差评	1	店铺被恶意差评	1. 联系平台客服 2. 联系平台运营人员 3. 联系平台法务人员 4. 联系平台公关人员 5. 联系平台技术人员 6. 联系平台安全人员 7. 联系平台风控人员 8. 联系平台风控团队 9. 联系平台风控中心 10. 联系平台风控部
	恶意下架	2	店铺被恶意下架	1. 联系平台客服 2. 联系平台运营人员 3. 联系平台法务人员 4. 联系平台公关人员 5. 联系平台技术人员 6. 联系平台安全人员 7. 联系平台风控人员 8. 联系平台风控团队 9. 联系平台风控中心 10. 联系平台风控部
	恶意封禁	3	店铺被恶意封禁	1. 联系平台客服 2. 联系平台运营人员 3. 联系平台法务人员 4. 联系平台公关人员 5. 联系平台技术人员 6. 联系平台安全人员 7. 联系平台风控人员 8. 联系平台风控团队 9. 联系平台风控中心 10. 联系平台风控部

3

C.

- 
- 

PPT, ,

补钙产品市场调研

一、补钙行业发展

1. 行业发展

在我国每年有 700 万新增的骨质疏松患者，40% 的儿童和 60% 的中老年人群达几亿人。巨大的需求孕育了巨大的补钙品

二、补钙产品分类

1) 根据原料成份分类

根据产品中的钙，即钙源，补钙产品可以分为三类：

表 1：根据原料成份补钙产品分类

分类	钙源名称
无机钙	碳酸钙、磷酸钙、氧化钙，或者来自于经过机械加工的动物贝壳、骨骼；
有机酸钙	葡萄糖酸钙、乳酸钙、柠檬酸钙、醋酸钙等
有机钙	如氨基酸螯合钙、L-苏糖酸钙（巨能钙）

3

D.



“

”

3

— —

E.



3

— —

F.

- 
- 
- 



3

— —

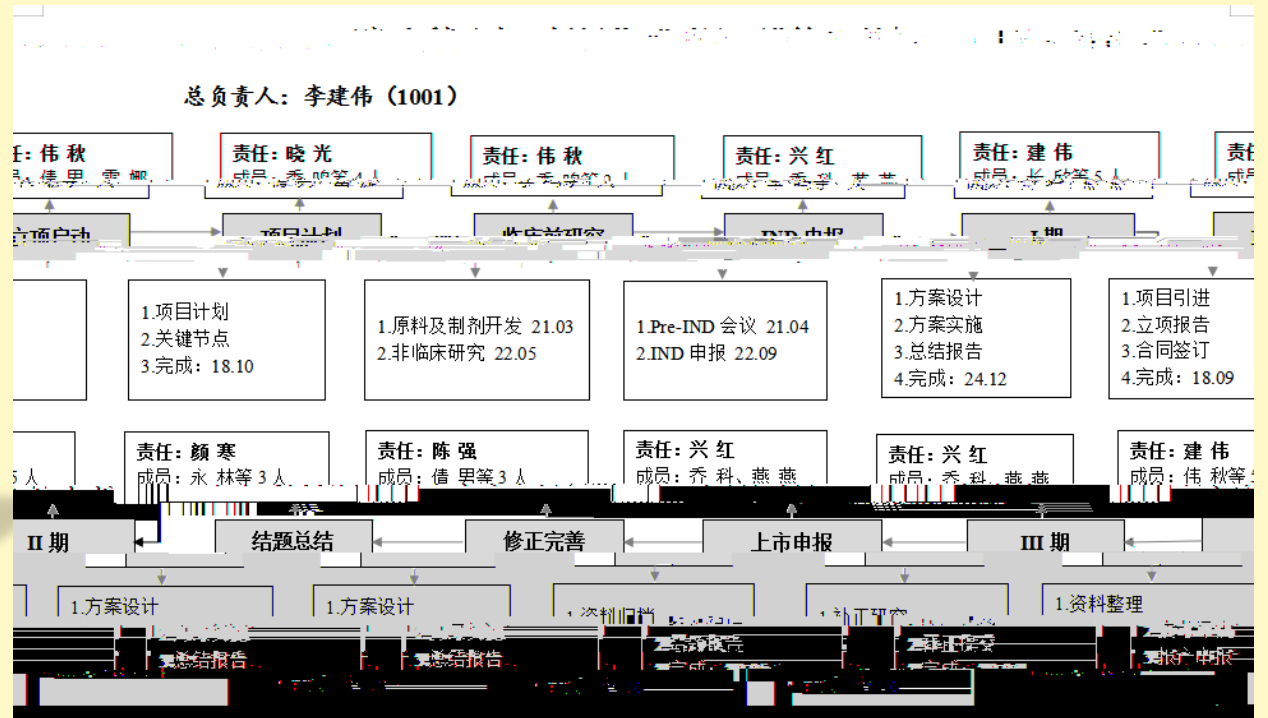
A.

- 
- 
- 

备注	日期	工作内容	工作时间	责任人
		1、经方出处：查阅资料，检索党参、黄芪单方/组方出处记载		
	5-18-9-24	张天刚		

3

B.



3

— —

C.

- 
- 
- 
- 



6

3

— —

D.

•

•



3

— —

E.

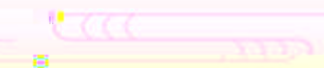
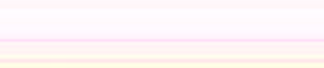
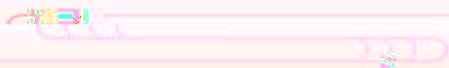
- 
- 

功能车间产线产能

2024年9月15日 单位：盒、万盒、万元

现产能	调整产能	增加设备产能	调整	实施方法
445	3200.1			使用五和堂6个6T... 使用五和堂2...
				合计
				561.6

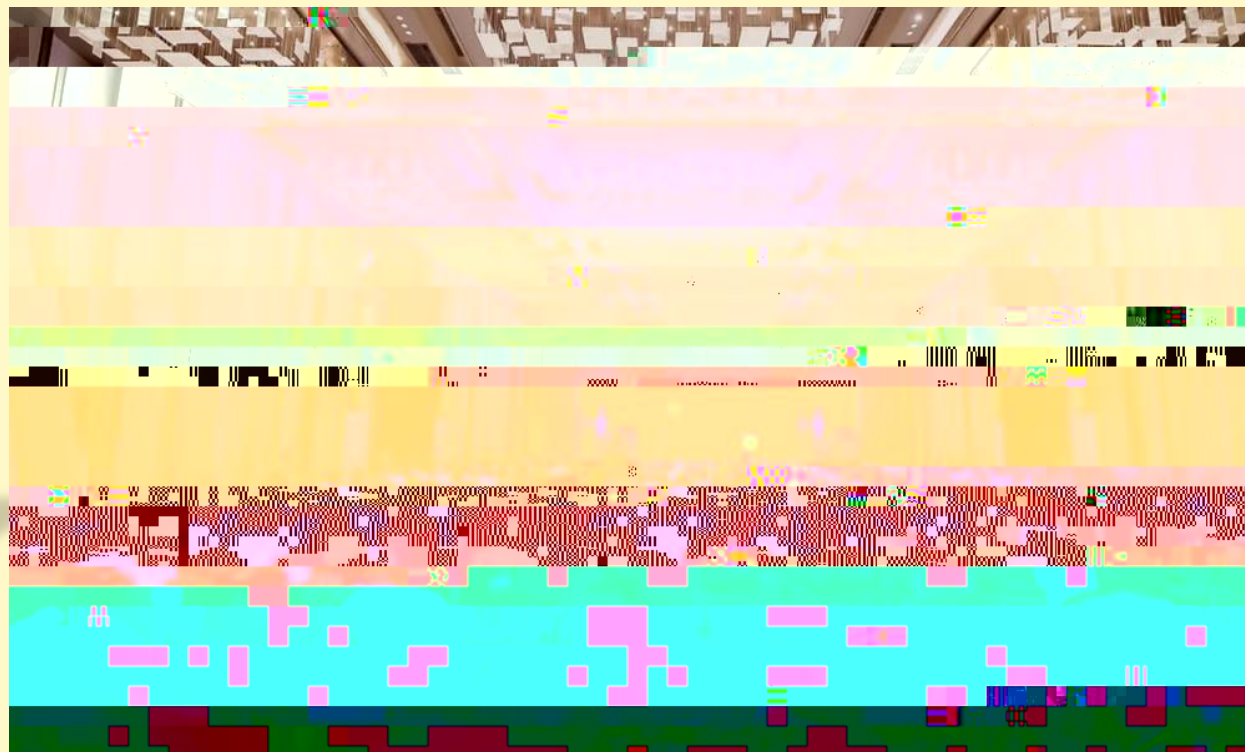
制表： 审核：



3

— —

A.



3

— —

B.

- 
- 

8·8 “晋享生活”电商季

### 一、日程安排

## 2024中国(山西)晋享生活电商季 “青农助农”网络促消费活动

活动时间：8月8日-8月10日

活动地点：太原、晋中、临汾、运城、吕梁、忻州、长治、晋城、阳泉、朔州、忻州、吕梁、忻州、长治、晋城、阳泉、朔州

10:15-10:25	山西省商务厅领导致辞	肖东坡
10:25-10:35	振东健康产业集团董事长致辞	肖东坡
10:35-10:50	振东上台发布活动正式启动	肖东坡
10:50-11:30	数字技术赋能乡村振兴	中国工程院院长袁仁贵
11:30-11:45	私域新增长 电商新增量	国际社群运营创始人 王煜全
11:45-12:00	“云仓与智慧物流”深度解析	菜鸟集团供应链事业部总经理 王煜全

8·8 “晋享生活”电商季

分享交流活动 (8月8日下午)

活动一：大健康电商行业趋势分析专题分享

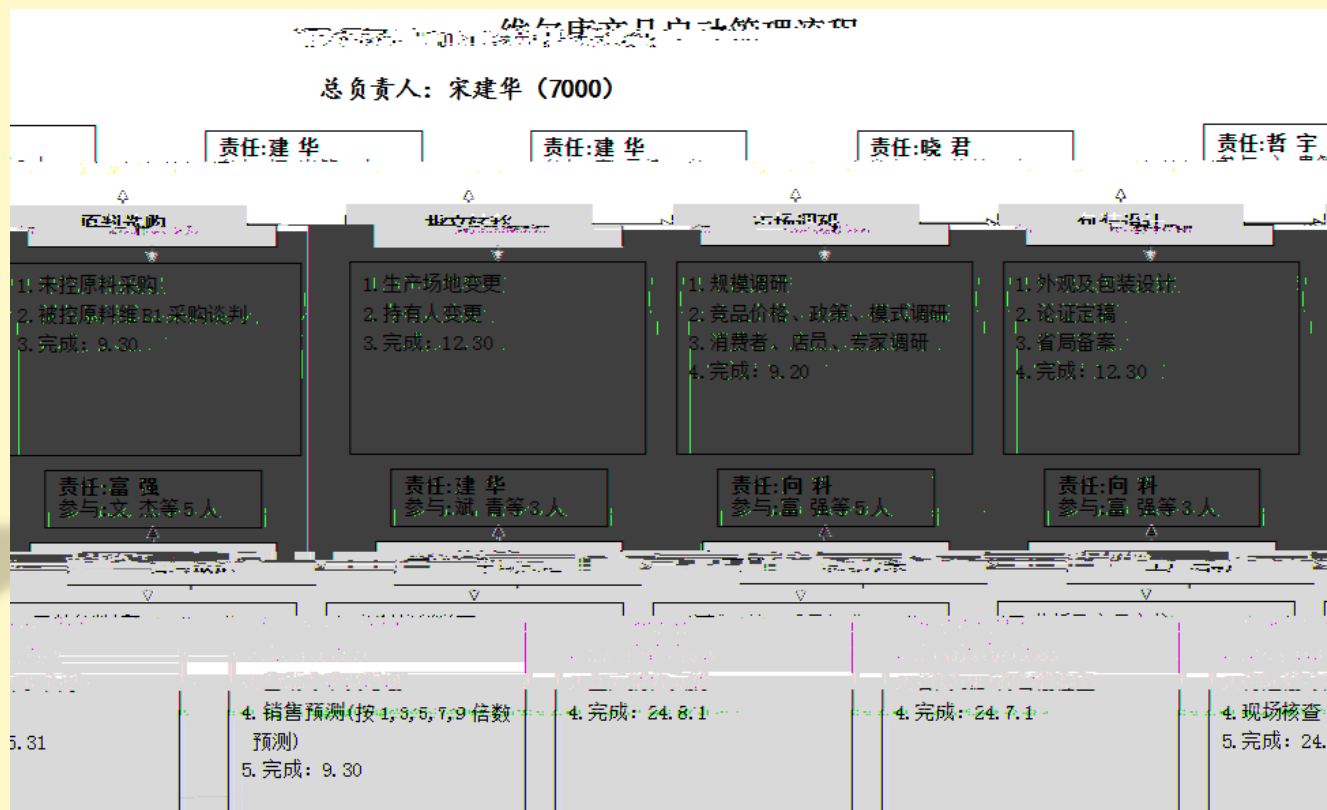
地点：选品中心前楼教室

时间	内容	分享人	主持人
15:00-15:40	主题演讲：抖音类目负责人就大健康电商的现状与趋势、创新模式等方面进行深入细致的分享	抖音类目负责人	肖东坡
15:40-16:00	圆桌论坛：邀请多位大健康电商行业资深从业者及营销专家进行经验分享，为参会者提供宝贵的实战经验	多位行业专家	肖东坡

8.8

3

C.



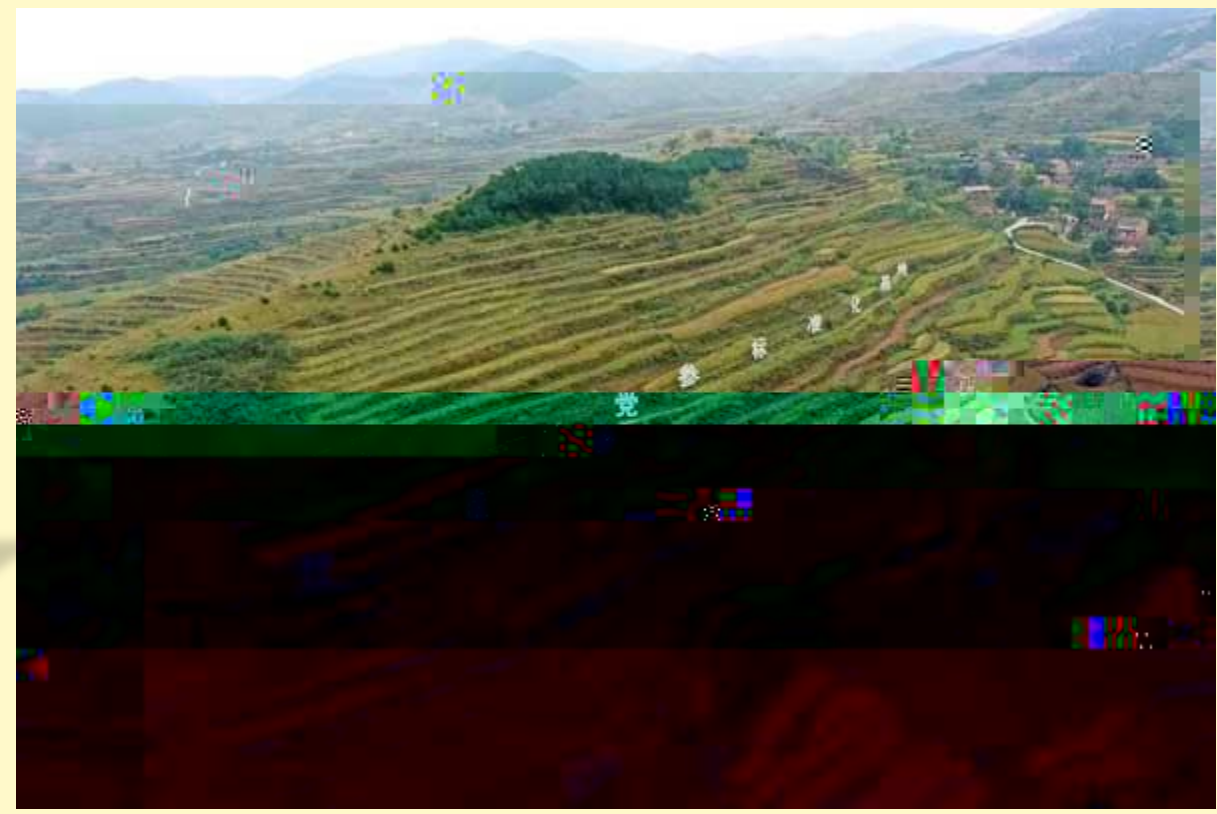
- 
- 
-

3

— —

D.

- 
- 



+ + +

3

— —

E.

•



“

”

3

— —

F.

- 
- 







4

— —

- A.
- B.
- C. " "



4

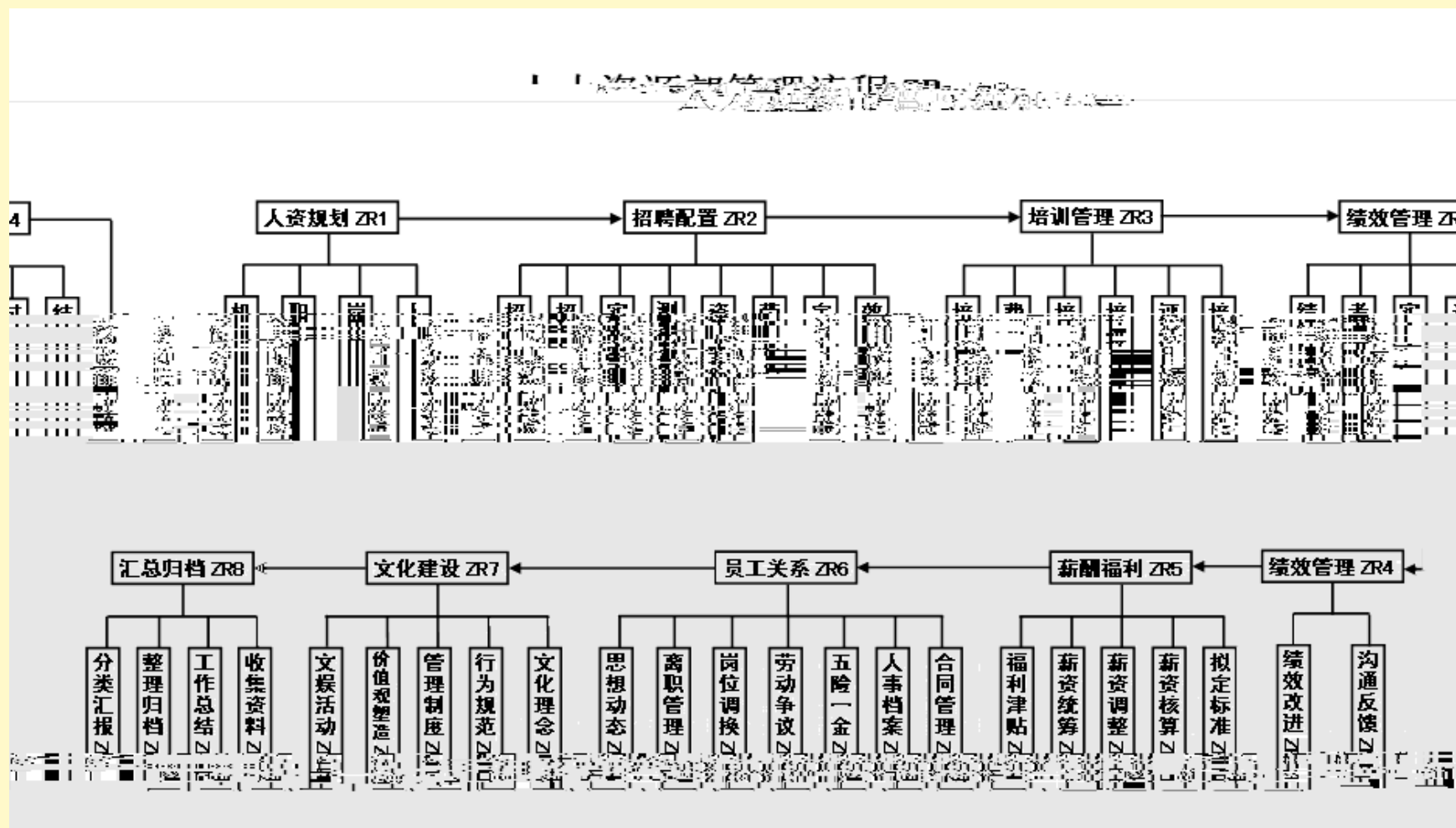
- A.
- B.
- C.
- D.

表 1 江苏省医疗机构 2022-2024 年诊疗人次对比

机构数				诊疗人次	
22 年	23 年	24 年	增长率	占比	类别
1744	1774	1801	1.52%		临床
81	80	83	3.73%		三级
458	455	485	1.85%		二级
368	373	375	1.61%		一级
837	845	854	1.07%		民营
3420	3332	3232	-3.18%		县级
16866	19116	13.34%		15710	国家级
1209	1417	17.20%		1031	省级
3381	2305	2252	-2.34%		地市级
704	1902	2102	10.52%		县级
1063	1108	1346	21.48%		单体
32710	32542	32210	-1.02%		基层
688	741	719	-2.97%		社区
1535	1531	1552	1.37%		乡镇
7493	7853	7958	1.34%		诊所
22976	22394	21951	-1.98%		村卫
3	5	10	100.00%		配送商
15	18	20	11.11%		县代













5

2024年9月3日															单位：盒、支、元								
第二周			第三周			第四周			外理方法	完成率	计划完成	责任人	备注	序	所属	品名	规格	数量	含税单价	金额	分类	第一周	
3	安欣	联苯苄唑凝胶	10g: 0.1g×1支×1支/盒 ×400盒/箱	2542	3.59	9125.78	近效期							制药	拜耳	联苯苄唑凝胶	10g: 0.1g×1支×1支/盒	2542	3.59	9125.78	近效期	2024.11.01	
4	安欣	维C乳酸钙片	45片/瓶/盒×100盒/箱	8327	4.48	37304.96	近效期											1000	37.30	37304.96	近效期	2024.11.01	
5	安欣	脑震宁颗粒	10g×12袋/盒×60盒/箱	290	85	24650	近效期							68	5780.00								
6	泰盛	舒血宁注射液	5ml×5支/盒×200盒/箱	322844	1.95	6295458	近效期																
合计				3253499		6607551.94		200	10200	488	13208	2370	10137	112043	688			3.00%					

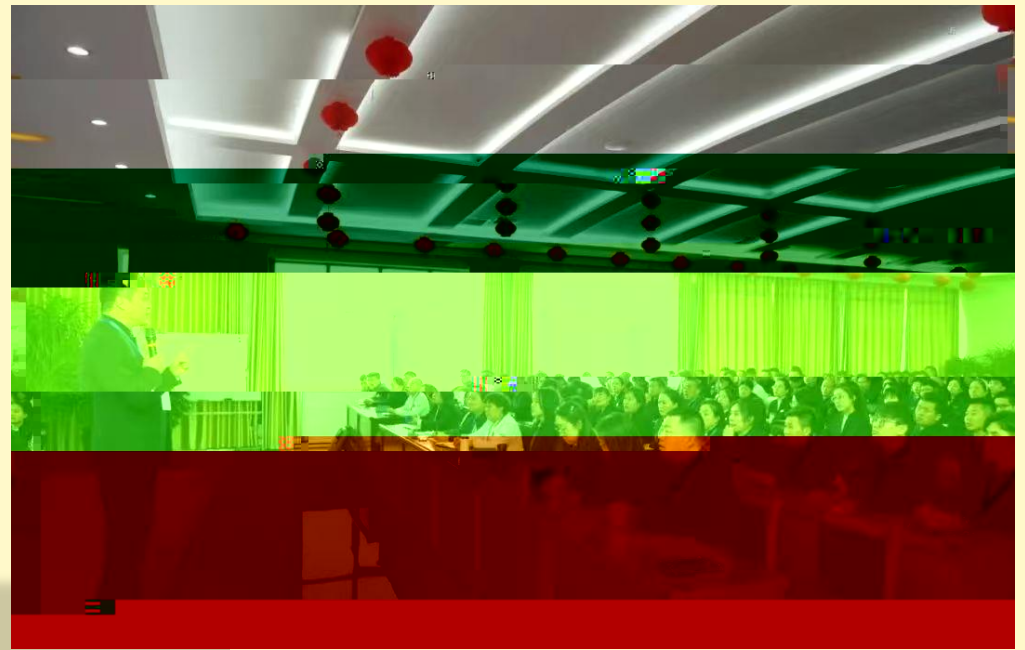
审核: \_\_\_\_\_ 批准: \_\_\_\_\_ 编制: \_\_\_\_\_

负责人填写，总经理审核。数据来源于账面库存金额，近效期及过期处理数据如未上报。按每周要求时间及时更新上报。入公司、集团数据库。

5

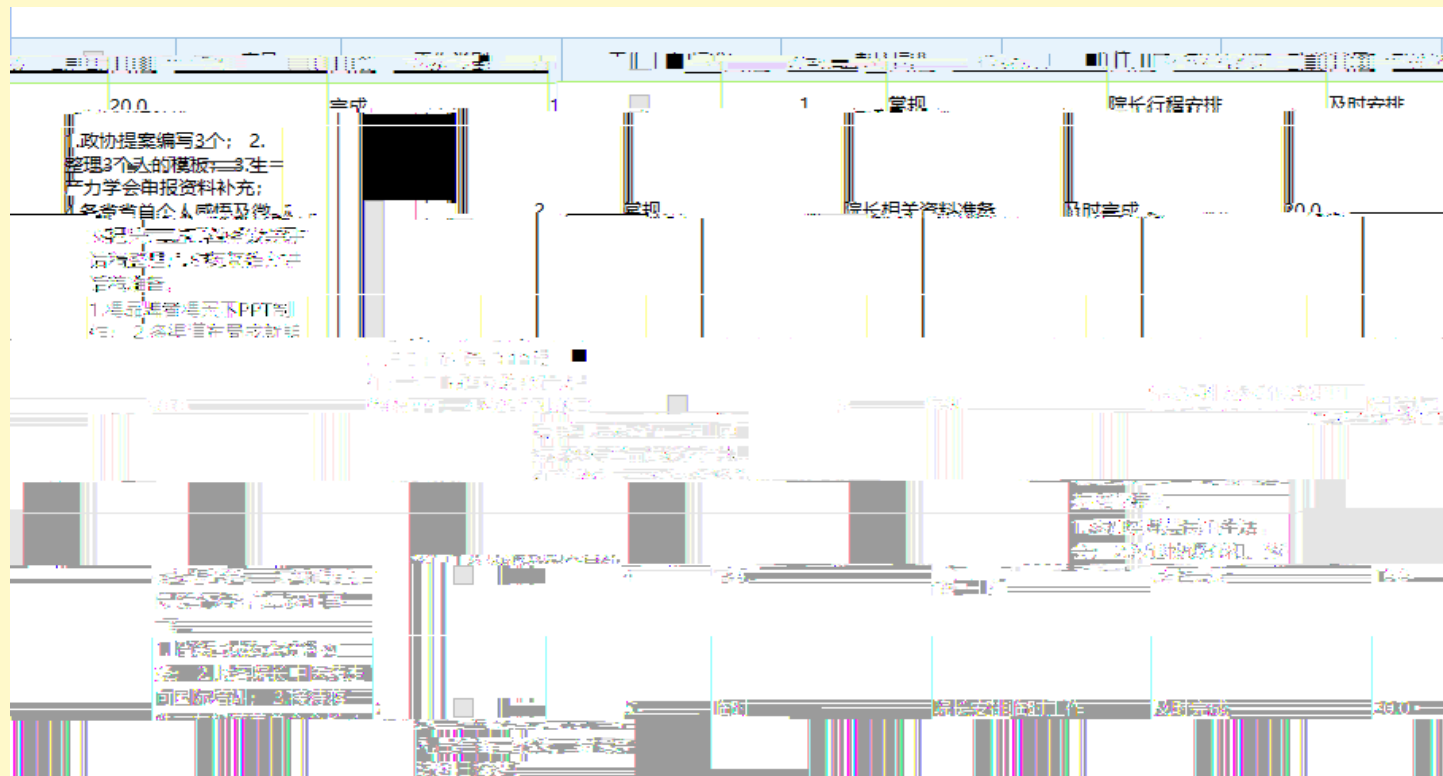
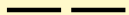
— —

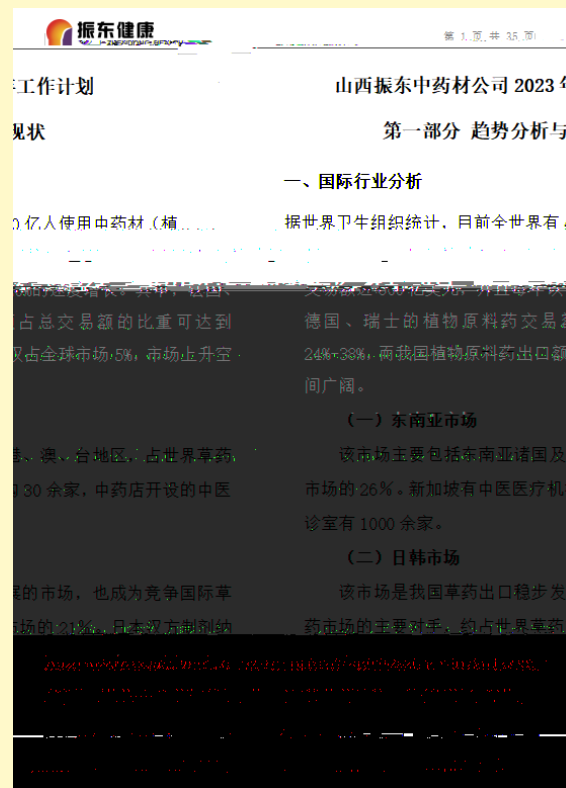
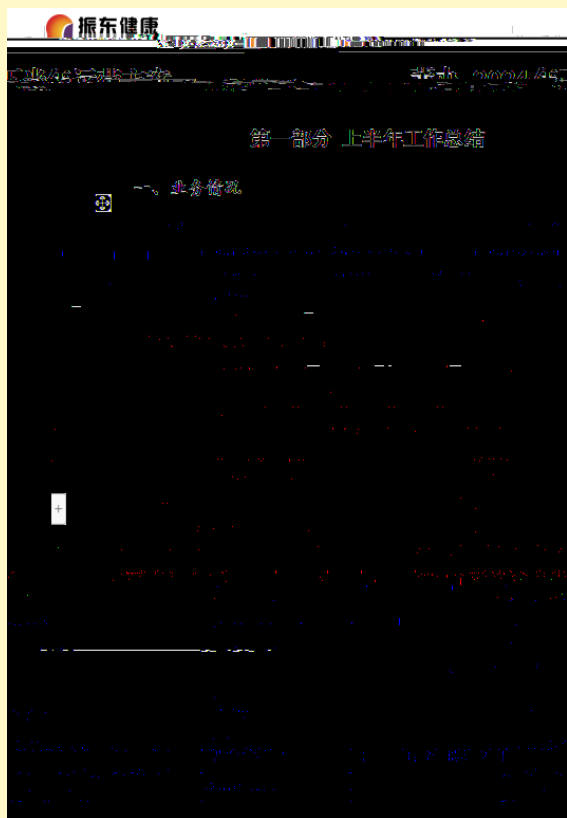
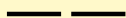
- A.
- B.
- C.
- D.
- E.
- F.













- A. ,
- B.
- C.
- D.
- E.

