**九州通医药集团** **2025 管培生校园招聘简章**

**一、公司简介**

九州通医药集团股份有限公司（以下简称“九州通 ”或“公司 ”）为科技驱动型的全链医药行业综合服务商， 公司的主营业务涵盖医药流通、医药新零售、医药工业、医药 CSO 等业态，包括**数字化医药分销与供应链业务、** **总代品牌推广业务、医药工业自产及** **OEM 业务、新零售与万店加盟业务（C 端）、医疗健康（C 端）与技术增** **值服务、数字物流技术与供应链解决方案六大方面。**

公司是国内最大的民营医药商业企业，位列**中国医药商业企业第四位**。公司在医药分销市场占有率逐年提高， 从 2019 年的 4.72%上升至 2022 年的5.76%。公司是行业内唯一获评全国十大“国家智能化仓储物流示范基地”的 企业，位列 2023 年《财富》 **“中国企业** **500 强”第** **171 位、“中国民营企业** **500 强”第57 位**。

2023 年，九州通营业收入再创历史新高，增至 1501.4 亿元，同比增长 6.92%，扣非归母净利润 19.6 亿元，同 比增长 13.06%，增长快于营业收入的增长；经营活动现金流再创新高，全年净额达 47.48 亿元，同比增幅达 19.1% 。 在持续转型升级的推动下，公司经营业绩持续多年保持了稳健增长，近 10 年，营收复合增长率达到 15.49%；归母 净利润复合增长率达到 16.25%。

九州通持续推进主营业务及服务体系的转型升级，现已完成 **“全品类采购、全渠道覆盖和全场景服务”** 的业 务布局，搭建了 **“数字化、平台化和互联网化”的全链医药行业综合服务体系**，打造了行业稀缺的 **“千亿级”医** **药供应链服务平台。** 公司制定并正在实施“新产品、新零售、新医疗、数字化和不动产证券化”五大战略（即“三 新两化”战略），在 2023 年取得了阶段性成果，进一步提升了九州通在产品营销、渠道构建、技术开发等方面的 核心竞争力。

|  |  |
| --- | --- |
| 新零售战略 | 以新技术赋能万店加盟，提升加盟店数字化能力，重塑生态圈，打造批零一体化、线上线下一体化 和 BC 仓配一体化的服务体系，为 B 端和 C 端顾客创造全新的价值与体验。  力争 2024 年，实现直营和加盟门店总数突破 25,000 家。预计 2025 年门店总数突破 30,000 家。 |
| 新产品战略 | 通过持有人、代理及 OEM 等方式，获得产品的所有权、特许经营权或销售主导权，搭建产品与推 广营销体系，提升推广新产品的能力和公司的盈利水平。力争 2024 年总体销售收入比上年同期增 长不低于 15%。 |
| 新医疗战略 | 以公司供应链为基础，整合专病服务、线上运营、保险服务等能力，搭建诊所运营体系，打造“九 信诊所”品牌。力争在 2024 年实现“九信诊所”加联盟 200 家。 |
| 数字化战略 | 通过业务、管理、上下游客户服务等 N 个场景的数字化建设，进一步利用AI 技术，开展智能化应 用，以提升公司的经营管理水平，降低成本、提高效率，为客户创造更大的价值。构建数字化九州 通，提升客户满意度，进一步提升公司经营质量和管理水平。 |
| 不动产证券化 | 全力推进“公募 REITs +Pre-REITs”多层级不动产权益资本运作平台的搭建，盘活公司庞大的医药 仓储物流资产及配套设施，重构公司轻资产运营商业模式，实现资本和资产运营双循环，拓宽多 元化权益融资渠道，助推公司业务高速发展。力争在 2024 年前三季度实现公募 REITs 发行上市及 首期 Pre-REITs 发行成功 |

**二、主营业务**

公司立足于大健康行业，主营业务包括数字化医药分销与供应链服务、总代品牌推广业务、医药工业自产及 OEM 业务、新零售与万店加盟业务（C 端）、医疗健康（C 端）与技术增值服务、数字物流技术与供应链解决 方案六大方面。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **数字化医药分销与供应链服务** | **总代品牌推广业务** | **医药工业自产及** **OEM 业务** |
| 九州通处于医药产业链上的流 通中间环节，聚合了众多上下游客 户与品种资源，具备天然的平台优 势。九州通在实现内部业务系统、 财务系统和物流系统互联互通的基 础上，链接上游供应商及下游客户 信息系统，自主研发并持续优化智 药通 App，为上游客户提供全渠  道、全场景数字化分销和产品总代 推广服务，为下游客户提供全品  类、一站式数字化供应链服务。 | 随着国家大力推进带量采购， 部分药品由院内市场转向院外市 场，为公司承接该类品种的总代品 牌推广业务提供了机会。近年来与 公司进行总代品牌推广业务合作的 品牌厂家不断增多，品种持续增加。 总代品牌推广业务（CSO）驶入发展 “快车道”，持续打造利润增长“第 二曲线”，实现“全擎健康”品牌升 级，年销售收入 **195.84** 亿元； | 在现已形成的品种、品牌、渠 道与营销优势基础上，运用九州通 “千亿级”供应链服务平台所积累 的大数据，有针对性开发自营工业 产品与 OEM 产品的业务。  西药工业方面，下属的北京京 丰制药集团有限公司从事药品生产 及研发， 目前以抗生素系列、糖尿 病系列和心脑血管系列药品为主；  中药工业方面，九州通拥有  “九信 ”、“九州天润 ”、“金贵 德济堂 ”、“真仁堂 ”等系列产品 品牌，共计 8000 多个品规；  贴牌产品方面，九州通建立了 以武汉柯尼兹医疗科技有限公司为 主体的美体康、弗乐士产品体系， 经营药品 380 个品规。 |
| **新零售与万店加盟业务（C 端）** | **医疗健康（C 端）与技术增值服务** | **数字物流技术与供应链解决方案** |
| 九州通旗下的零售品牌“好药 师”，截至 2024 年一季度末，直 营及加盟药店已达 21,192 家，成为 中国零售药店加盟门店数最多的零 售品牌。扩大规模的同时，好药师 也积极打造的“九州万店数字化平 台”，赋能加盟药店，提升其运营 水平与效能。2023 年好药师向加盟 药店全年销售规模已达 34.8 亿元， 同比增长 83.25%。 | 九州通在做大做优医药供应链 平台的基础上, 以此为支持，持续提 供信息技术赋能服务，并向医疗服 务、健康管理、医学技术等大健康 领域延伸，打造大健康服务平台，  持续完善大健康服务内容，业务涵 盖信息技术开发与增值服务、大健 康平台赋能工具研发及服务、医疗 诊断服务、医疗与医药技术研发。 | 九州通物流联动全国物流资  源，依托九州云仓平台，凭借全国 垂直统一的标准运营管理体系，为 集团内部业务单元提供自营及外部 客户提供三方物流服务的智慧供应 链解决方案，服务内容包括物流技 术系统集成及智能装备等一体化解 决方案，在满足医药行业客户需求 的同时，积极向非医药客户物流领 域延伸，延伸公司物流业务服务领 域，提升公司物流盈利水平。 |

作为医药行业数字化先行者，九州通积极打造千亿级数字化供应链平台，推行“医药分销+物流配送+产品推 广 ”的综合服务模式，向新零售、互联网医疗、新产品转型升级，取得了良好的成效。

药九九 B2B 电商平台全链服务单体药店、诊所等终端客户，年收入规模达到 173.26 亿元，占主营业务比例提 升至 11.55%；总代品牌推广业务实现销售 195.84 亿，同比增长46.01%；毛利 27.89 亿，同比增长 52.45% ，23 年 当年引进过亿优质新品2 个，过千万品种 10 个，持续打造利润持续增长的“第二曲线 ”；

零售电商服务平台全网化服务京东、阿里等大型医药零售电商平台，年收入规模已达 73.15 亿元，较上年同期 增长 21%；医药工业自产及 OEM 业务已形成了自有品种的集群式发展，实现销售收入 24.76 亿元，较上年同期增 长 2.70%；好药师 B2C 电商总代总销在抖音、快手新电商渠道方面的业务增长快速，已成为行业头部服务商，全 年销售收入 12.15 亿元，同比增长 26.8%。公司旗下九州通健康科技集团的互联网医疗事业部已开展实体互联网医 院的代运营服务，正在探索互联网医疗的新模式；公司打造的“九信诊所”互联网医疗平台即将上线，拟为基层诊 所赋能，提供包括但不限于智能治疗系统、专病管理系统、转诊系统、合理用药系统、医保系统以及药品、耗材采 购平台服务。

**三、公司核心竞争力**

**（一）医药行业全品类、全渠道全场景的数字化分销与供应链服务平台**

**1 、丰富、齐全的品总结构**

公司拥有丰富、齐全的品种结构，经营品种品规共计 **66.59** 万个，包括西药、中成药、中药饮片、中药材、医 疗器械、计生用品、生物制品、保健品和化妆品等，其中中西成药品规数 **8.28** 万个，器械品规数 **35.46** 万个，中 药品规数 **14.00** 万个，保健品和化妆品等其他品规数 **8.85** 万个，能满足下游不同渠道客户的“一站式”采购需求。

**2、全渠道、高粘性的客户资源**

经过多年的业务深耕，公司积累了全渠道、高粘性的客户资源，全渠道 B 端客户规模约 50.57 万家，覆盖城 市及县级公立医院（第一终端）、连锁及单体药店（第二终端）、基层及民营医疗机构（第三终端）、互联网流量 平台（第四终端）及下游医药分销商（准终端）；其中，城市及县级公立医院客户 1.38 万家，连锁及单体药店客 户 21.41 万家（合计覆盖零售药店数量约 38 万余家），基层及民营医疗机构客户 25.49 万家（其中民营医院客户 1.42 万余家），下游医药分销商 1.2 万余家，其他客户约 1.1 万家，能保证各类 OTC 品种、医院临床品种等顺利 进入各渠道终端。

**3、全场景、多业态的服务体系**

公司依托全品类、全渠道的核心优势，积极向上游供应商、下游客户及 C 端消费者拓展服务场景，加大总代 品牌推广、“批零一体化” 、“BC 仓一体化” 、“万店加盟”等业务布局，在数字化、互联化的加持下， 已使公司从单 纯的医药分销企业，向数字化分销、专业的产品运营与推广、三方物流以及物流技术等综合服务商转型，从单纯 依托实体药店或者电商平台开展的零售业务向以C 端消费者为精准服务端转型。

**（二）高效运营的数字化、平台化、互联网化的产业服务能力**

**1、现代化的物流、** **信息技术及数据服务能力**

公司是行业内少数具有自主研发的全国统一的业务、物流与财务信息系统的企业，多年来坚持走产业升级与 信息化创新融合的技术战略，围绕公司核心价值链，通过数字化提升采销业务运作效率，同时推动人力、财务、 物流三大核心成本数据可视与效能基线管控，以持续推进降本增效，驱动盈利能力提升。

目前，公司数字化的整体应用架构包含了77 套信息系统，组成了公司灵活、先进、成熟的应用架构，可以在 内部不断演进和延伸，自主可控，有利于进一步拓宽新的业务范围。公司通过建立统一基础数据库和数据中台， 已实现全集团内部统一并互联互通的业务数据系统，持续赋能各业务板块的业务拓展与管理提升，并实现集团决 策数字化，构成九州通的核心竞争力。2023 年公司继续深化实施数字化转型规划，多个数字化转型子项目顺利推

进，其中，顺利搭建了骨科智慧服务平台、经营管理平台、智慧物流运营平台，并进一步优化了 B2B 平台、金蝶 EAS 系统、零售端数字化运营平台等，高效赋能公司业务变革及管理创新，支撑公司高质量发展。

**2、“千亿级”医药供应链服务平台**

公司建成了覆盖连锁药店、单体药店/诊所、医院/基层医疗机构、县级商业联盟分销商（准终端）以及互联网医药 供应链的全渠道“高速公路 ”平台，并利用该平台运营不同品类的药品、器械、中药、 消费品以及总代品牌推广、 工业自产和 OEM 产品。另外，公司搭建了可以覆盖全国的六大平台，包括产品营销平台、物流共享平台、电商 及信息化运行平台、财务共享平台、供应链增值服务平台和生态投融资平台。

**3 、领先的** **B2B 、B2C 、O2O 互联网电商服务能力**

公司从医药分销与零售业务入手，搭建了药九九 B2B 互联网交易平台、好药师 B2 网上药店，并依托完善的 电商体系及专业运营经验，开展医药新零售（O2O），通过门店通系统整合各大流量平台接单（美团、饿了么、京 东、抖音等），赋能药店网订店送的电商能力，为上游客户提供全渠道、全场景供应链运营服务，赋能下游客户并 提供便捷的购药体验，满足不同客户、不同业态的多样化需求。2023 年，公司药九九 B2B 平台销售规模达 112.41 亿元，是国内领先的院外数字化医药流通平台；好药师 B2C 电商总代总销业务全年销售收入达 12.15 亿元，好药 师 O2O 服务门店数量超过 4,200 家。。

**（三）全国领先的“批零仓配一体化”的医药物流供应链服务体系**

**1、行业领先的医药物流资源及技术支撑**

作为医药行业首家 5A 级物流企业、国家唯一的医药智能仓储示范基地，公司拥有规模庞大 的医药供应链服 务平台基础设施，包括 141 座仓、建筑总面积超 426 万平方米的经营及配套设 施，其中 GSP 仓库 290 万平方 米、冷库容量 11.36 万立方米，具备 1,532 万箱储存能力、1.66 亿 箱吞吐能力，并拥有全国联网的运输资源， 物流网络资源覆盖全国 96%以上区域。

同时，经过二十余年物流自动化、智能化建设与实践的经验沉淀，公司物流自动化水平已从 1.0 升级到 5.0 版。公司通过自主规划集成、自主系统研发、自研智能装备，实现物流领域所有子系统的数据互联互通、数据口 径统一，构建了覆盖广、服务全的仓储、 运输、信息网络三网合一的专业大健康物流供应链服务平台。报告期内， 公司推进了新一代高自动化、高智能化的华南物流中心项目上线，实现物流中心整体仓拣技术迭代升级；公司下 属物流科技服务公司九州云智通过了全球软件领域最高级别 CMMI5 级评估认证，并获评 2023 年度数智物流供 应链技术优秀服务商。

**2、全渠道全仓物流服务能力**

公司搭建了行业特有的“Bb/BC 一体化”全渠道物流服务模式，针对 B 端客户，通过对线上线下 B 端业务协 同运作，实现 B 端客户与公司库存品种资源共享、仓运配资源及信息平台共享， 打造 B 端一体化一站式服务； 针对 C 端用户，通过全链路数据链接和智能化物流技术支持，实现分销与动销物流侧同场存储、同场生产、同场 分拣与配送等核心功能。目前，公司已投入运营 湖北、上海、广东、北京、天津、浙江 6 处“BC 一体仓”，完成 湖北、重庆、山东、河南、北京等 24 家公司物流“Bb 一体化”改造，可同时为大 B 端、小 B 端和 C 端消费者 开放优质的供应链服务。

**3、多元化的核心产品与服务**

公司多年来坚持技术创新，并且形成不同的产品矩阵，满足客户多样化的需求，其中最核心的服务和产品是 全场景物流中心集成解决方案、全链路供应链物流软件、新一代物流智能装备。在**全场景物流中心集成解决方案** **方面，**应用数据分析模型，进行结构、模式、流程、资源一体化统筹规划设计，提供“规划、软件、设备、运营”的

一站式集成交付服务，打造高柔性、高效率、高扩展、高吞吐的全场景数智物流集成解决方案；**在全链路供应链** **物流软件方面**，自主研发 OFS 协同物流控制塔、WMS 仓储管理系统、EIS 设备集成系统、TMS 运输管理系统 等， 可提供全链路的系统解决方案及统一的技术开发底座，赋予企业敏捷开发、灵活扩展的能力； **在新一代物** **流智能装备方面**，自主研发了适应不同作业环境的箱式穿梭车、托盘穿梭车、冷冻穿梭车、提升机、分拨站等系 列智能装备产品，满足多业态、多品种、多层次个性化需求，构建了模式自由组合、应用灵活扩展、场景广泛适配 的高智能物流作业体系。

**（四）行业领先的新业态孵化及业务创新支持能力**

**1、新零售与新医疗平台等新业态服务能力**

公司依靠全品类、全渠道和全场景的“千亿级”医药供应链服务平台，以及高效运营的数字化、平台化和互联网 化的产业服务能力，开启产业链布局及新业态探索；通过打造“九州万店”数字化平台，建立医药零售信息化新模 式，助力“万店联盟”门店数字化转型升级，支持公司“新零售”业务拓展；通过优化诊所品种结构，提供数智化运营 增值服务，推进万家诊所加联盟，促进诊所业务增长，并通过整合专科运营、线上服务、健康保险等多元化能力， 从供应链为起点逐步拓展并升级数字医疗服务，打造“新医疗”服务平台。

**2 、专业的产品运营与推广能力**

依托公司全品类、全渠道、全场景的医药分销体系， 以及数字化、平台化、互联网化的产业服务能力，公司围 绕产品、品牌、销售三位一体，打造了营销全价值链体系，具备全周期营销力、全网络辐射力、全渠道管控力、全 方位拓客力，可以为产品提供更具针对性的一站式整合营销服务，包括品牌策略、营销策划、门店动销、电商运 营、流向跟踪等服务，实现医药产品的市场推广，加速药品的终端销售，构筑了公司总代品牌推广业务（CSO）的 核心竞争优势。

**3、业务创新能力**

公司具有较强的业务创新能力，近年来，公司不断优化和变革商业模式。在由传统的针对药店、诊所、基层医 疗机构客户的“快批、快配”模式向针对全渠道实施的“医药分销 + 物流配送 + 产品推广”的综合服务商模式转型 后，公司又借助“千亿级”销售平台优势资源，开始孵化出“第三方物流”服务平台、生态圈投资平台、供应链技术增 值服务平台等新业务、新模式。

**（五）活高效的民营体制、集中管控能力以及特色的“家文化”品牌优势**

**1 、灵活的民营体制及人才优势**

公司作为国内最大的民营医药流通企业，具有**机制灵活、决策高效**的竞争优势。在人才竞争力方面，公司核 心管理团队成员包括公司创始人、内部培养多年的职业经理人以及外部引进的高端人才，涵盖了经营管理、技术 研发、市场营销、财务管理、物流运营等各个方面，且大多在医药大健康行业深耕多年，平均从业年限超过 15 年， 对行业发展趋势及公司发展战略具有深刻的理解和认识，为公司持续稳健发展奠定了扎实的基础。2014 年至今， 为充分调动员工积极性，吸引和保留优秀管理人才和核心骨干，并进一步完善公司治理结构，健全公司长效激励 机制，促进公司长期、持续、健康发展，公司每年推进**限制性股票激励计划或员工持股计划**，激励对象涵盖公司 董事、中高级管理人员、子公司高级管理人员及集团核心技术人员和核心业务人员等，保证个人利益与公司利益 紧密关联，形成利益共享、执行力强的高效管理团队。

**2、高效的集中管控能力**

公司在全国设立的子公司或物流中心，主要为集团下属的全资子公司，子公司的利益与集团利益是完全一致 的，集团的利益也完全体现在子公司的利益之中，各子公司之间的利益也是一致的。集团设立的各管理机构主要

为各个下属企业提供**战略指导、政策支持、资金保障、业务协调、业绩考核、人员调配、信息交流**等服务，并对 下属企业进行严格的监督、检查、审计和监察等。公司与下属企业之间在经营管理、业务开展、财务核算和人员 安排等方面实行无缝连接，实行**高度统一和集中管控**，而不是一种简单的财务报表合并和品种资源输送。公司实 行的**全国统一管控体系**，可以最大限度地发挥集团优势，形成一致的经营政策，也能大大降低集团化条件下的公 司管理成本，减少不必要的内耗，提高工作效率。

**3 、“家文化”为驱动的凝聚力**

公司多年创业、发展的实践形成了以创造共同事业的文化、尊重员工的文化等为主要内涵的原生态**“家文化”** 体系，提倡**“平等、** **友爱、互帮、共进”**等理念。另外，公司坚持“以客户为中心、以业绩为导向、以文化为驱动、 以质量为生命”的核心价值观，不断进行文化整合，利用“家文化”纽带增强集团的凝聚力、向心力和竞争力，充分 发挥企业文化在增强企业核心竞争力中的重要促进作用，为公司的发展提供着源源不断的精神动力。

公司作为医药流通民营第一品牌，勇于承担社会责任，秉承“以人为本”的理念，关注社会热点问题与弱势群体 的需求，通过捐赠、志愿服务、慈善活动等多种形式参与社会公益事业。公司还与政府部门、行业协会、非政府组 织等多方合作，在医疗教育、扶贫助困、灾害救援等领域发挥企业优势，积极行动。在过去三年防控期间，面对复 杂严峻的防控形势，公司从管理层到员工始终坚守、迅速响应、积极动员，严格执行防控规定，落实企业主体责 任，部署防控与物资保障供应工作，满足社会大众需求。

**四、企业社会责任（CSR）**

九州通聚焦发展的同时，积极践行 ESG 发展理念，向善而行勇担当，长期以专业优势回馈社会，被湖北省评 为“博爱企业 ”。

**（一）坚持绿色发展**

近年来，九州通逐步建立健全 ESG 管理体系、提升治理水平，明确了“绿色发展，技术赋能，创造可持续 发展未来”的 ESG 发展愿景。2023 年，公司持续关注社会需求，践行企业社会责任，通过抗震救灾、助力教育 及医疗事业、扶贫济困等公益活动，向社会捐赠善款物资总值超过 4500 万元；公司持续推行节能减排，打造绿 色供应链平台，全面推进光伏发电项目，共建成 19 座光伏电站生产绿色电力，相当于年减碳 6997.35 吨。这些 举措为公司ESG 评级赢得较高赞誉，万得予以“A 级”评级，华证评级排名位居行业前列（2023年排名第二， 2024 年跃升为第一），还两度入选中国上市公司ESG 百强企业，并获得了“全国红十字模范单位”“中国红十 字博爱奖章 ”“湖北省红十字博爱奖”等荣誉。

**（二）服务健康生活**

热心关注社会热点问题与弱势群体的需求，与政府部门、行业协会、非政府组织等多方合作，通过捐赠、志 愿服务、慈善活动等多种形式参与社会公益事业。公司还在医疗教育、扶贫助困、灾害救援等领域发挥企业优

势，积极行动。2022 年，九州通旗下已有 29 家公司认定为应急物资储备企业，对外捐赠善款及物资近 3000 万 元。九州通荣获亚洲开发银行颁发的社会责任相关奖项——“新冠疫情响应奖 ”。

**（三）回报股东**

九州通 2023 年拟向全体股东每 10 股派发现金红利 2.5 元，合计派发现金红利9.77 亿元，当年分红率达

44.95%。自 2010 年上市以来，已累计向股东现金分红及回购股票共计金额达到55.95 亿元（含 2023 年），约是 公司融资余额的 1.52 倍（如剔除控股股东认购额），最近三年累计分红金额占公司最近三年平均净利润的

129.20%，

**五、“星九”项目**

“星九”项目为九州通集团战略级管培生人才培养项目，旨在选拔综合素质优异、具备培养潜力的年轻人才， 通过定制化的培养体系，导师及高管全程指导，在专属的发展通道上加速成长，培养成公司业务及管理所需的专 业型人才和后备管理人才。

**培养定位：**

立足集团业务战略和人才战略目标，通过招募优秀应届毕业生，开展系统化和定制化培养，快速成长为认同 九州通文化、具备开拓性、创新性、全局性的精英人才，加速进入九州通业务关键人才序列和干部梯队。

**培养规划：**

通过系统性学习，提供业务条线或管理条线跨部门跨系统多条线的轮岗学习机会，配备资深导师提供有针对 性的工作指导，让管培生带着问题去学习，带着思考去实践，逐步提升业务及管理能力，在九州通的双千亿平台 上，成就自我价值。

**培养亮点：**

集团总部全程掌控成长历程：集团集训培养全局化视野，高管全程跟进培养计划和成长进度，阶段性验收培养成 果；

兼具深度和广度的岗位实践：跨系统轮岗、大区模拟实战打下坚实业务基础，充分的项目历练积累广阔视野和丰 富

**1 、加速成长的快车道培养模式**

定制化培养路径、匹配最优培养资源、助力发挥优势、持续突破挑战、快速成长成才。

**2 、集团直管并全程陪伴**

集团九州通大学定期集训，专业赋能、集团高管持续关注、提供个性化的成长指南。

**3 、兼具广度和深度的岗位实践**

多系统及岗位学习、训战培养、核心项目历练，积累扎实工作经验并打开广阔视野。

**4 、三位带教导师悉心辅导**

综合素质强、专业能力硬的业务导师、思想导师及职业导师带教，成长有方向、发展不迷路。

**5 、共同追梦的星九** **club 同伴圈**

师兄师姐榜样引领，各大区伙伴实时交流，与优秀的星九管培生队伍共同发展

**六、招聘需求**

管培生招聘方向包括 ：业务（营销及采购）管培生、器械产品管培生，工作地点全国可选，岗位职责和相关要求详情如下：

**（一）业务（营销及采购）管培生**

岗位职责：

1、负责区域内客户信息收集与调研，洞察市场动态，制定营销策略；

2、负责客户的甄选、评估、洽谈签约，督促销售进度，解决客户问题；

3、负责维护和开拓市场，建立全面的营销网络，进行市场开发及客户维护；

4、负责渠道的争取与归拢，协调解决合作过程中的问题，确保与客户高效沟通。

岗位要求：

**1 、学历要求：**统招本科及以上学历，2024-2025 届毕业生

**2 、专业：**专业不限，药学、医学、市场营销、生物制药等医药相关专业优先

**3、基本要求：**

 擅于合作，拥有优秀的人际理解力和关系建立能力；

 坚韧、挑战、抗压、乐观是你最闪耀的特点。

**（ 二）器械产品管培生**

岗位职责：

1、市场洞察：医疗产品销售及市场管理，市场调查，市场信息收集，客户信息反馈等；

2、客户管理：负责医院中高层非临关系维护，与客户进行商业谈判，签订销售合同；

3、产品进院：本区域医疗器械产品规划及经营计划的制订，新产品进院，确保业绩达成；

4、回款管理：根据公司的相关规定，确定客户应付账款方式和期限，落实催收和处理，做好风险控制。 岗位要求：

**1 、学历要求：**统招本科及以上学历，2024-2025 届毕业生

**2 、专业：**专业不限，医学类、管理学类专业优先

**3、基本要求：**

 成就导向，学习能力强，具备良好的沟通理解和人际连接能力；

 勇毅，开拓，勤勉，务实是你最杰出的优势。

**七、薪酬福利**

 **薪酬体系**

我们将兼顾效率与公平的原则，为员工提供行业内具有竞争力的薪资水平： **薪资：**薪资=基本工资+绩效奖金+年终考核奖金

**奖励：**绩效调薪、年度评优（优秀个人/团队、最具价值员工/管理者、 特殊贡献奖）、股权激励

 **福利体系**

我们坚持以人为本的用人理念，实行保障员工健康、生活幸福完善的福利制度： **保障：**提供五险一金和补充意外险

**补贴：**工龄补贴/特殊岗位津贴/探亲假交通补贴/通讯费补贴

**其他：**免费提供食宿/带薪年休假/福利性假期（妇女节、生日）/节假福利

 **管理体系**

我们基于灵活高效的民营体制，不断探寻管理之道，员工得以长远发展

“灵活快捷的市场应对与决策机制+执行高效的内部核心团队力量 ”双管齐下，利用管理优势使各式各样的员 工都能满足自身职业发展需求

 **福利体系**

我们特色的“家 ”文化品牌优势下，使员工获得归属感，实现自我价值

公司长期积累形成的“家 ”内涵文化价值体系，构建了独特的公司文化价值体系与强大内部凝聚力。

1. **工作地点**

北方大区：北京、天津、河北、黑龙江、内蒙古

华中大区：江西

中原大区：河南、安徽

华南大区：广东、广西

西北大区：新疆

华东大区：上海、浙江

西南大区：重庆

**九、招聘流程及注意事项**

**1.招聘流程**

简历筛选— 线上测评— HR 沟通— 业务初面 — 高管终面—offer 发放

1. **联系人：向女士 15697150682（微信同号）**

**邮箱投递：jztyygpszp@163.com**

**3.注意事项：**

 应聘全流程请保持手机畅通，我们将优先通过电话与你取得联系



请扫描上方二维码投递简历