



2024 年 H2 罗氏诊断床旁及健康医护部销售奖金计划
-医院销售团队

第一部分：销售奖金计划框架

职级	销售奖金计划框架
(资深) 客户专员 客户经理 地区负责人	销售奖金=RCR 业绩奖金(A) * SAP 达成绩效系数(B)* SFE KPI 绩效系数(C)

RCR 指罗氏通过经销商销售给授权终端用户和罗氏销售给直销用户的销售数量及金额
SAP 指罗氏销售给经销商或直销客户的销售数量及金额

第二部分：销售业绩奖金(A)构成和项目比重

2.1 职级考核项目列表

考核内容	总销售*	仪器	Realmind 总销售	Inform II 总销售	CCXS+C111 +h232+POC-IT 总销售	GENIII 总销售	总计
地区负责人 客户经理 (资深) 客户专员	50%	10%	5%	5%	10%	20%	100%
考核频率	季度	年度	季度	季度	季度	季度	

- 总销售*：含所有试剂和仪器销量（包括 Realmind 试剂及仪器销量）；
- 除仪器，GENIII 外所有分项：对（资深）客户专员/客户经理，考核各自的 RCR+仪器金额的达成；
- 若总销售达成低于 85%，则分项（Realmind 总销售，Inform II 总销售，CCXS+C111+h232+POC-IT 总销售，仪器，GENIII）的达成率封顶为 100%；
- 如以上某一考核分项的指标为零，则该考核分项的权重将加至“总销售”项考核。

2.2 考核细项列表

2.2.1 仪器分项指标

考核项目	权重	仪器点数
b 221*+b 123*+Inform II **+MCL60*	100%	b 221=8 点 b 123=4 点 MCL60=6 点 Inform II =1 点

- *b 221, b 123, MCL60 的装机台数以 CC 发布“Active installed instrument Report”和 NPC 市场部提供的微信扫码作为双重考核条件，如只满足其中一个考核条件，不予以计入装机销量；
- **Inform II 以 IT1000 的装机报告为准。

2.2.2 Realmind 总销售分项指标

考核项目	权重
Realmind （试剂+仪器）	100%

仅考核 Realmind 总销量。

2.2.3 Inform II 总销售分项指标

考核项目	权重
Inform II （试剂+仪器）	100%

仅考核 Inform II 总销量。

2.2.4 CCXS+C111+h232+POC-IT 总销售分项指标

考核项目	权重
CCXS+C111+h232+POC-IT （试剂+仪器）	100%

仅考核 CCXS+C111+h232+POC-IT 总销量。

2.2.5 GENIII 总销售分项指标

考核项目	权重
GENIII（试纸）	100%

仅考核 GENIII 总销量。

2.3 总销量，试剂，试纸，仪器考核项业绩达成(A)与奖金支付对应关系

销售达成	支付比例
< 85.00%	0%
≥ 85.00% 且 ≤ 90.00%	50% - 60%
≥ 90.00% 且 ≤ 100.00%	60% -100%
≥ 100.00% 且 ≤ 120.00%	100% - 200%
≥ 120.00%	200%

- 指标达成率计算精确到整数位，计算得出达成率若非整数，直接向下取整。例：达成率 99.99%视为 99%。

第三部分：SAP 指标达成绩效系数考核项目(B)

指标达成率	绩效系数
<=80%	80%
81%-99%	81%-99%
>=100%	100%

- SAP 计算口径为：DC 的 L1 sell out 金额 + POC SAP 试剂金额 + POC 仪器销售金额
- 指标达成率计算精确到整数位，计算得出达成率若非整数，直接向下取整。例：达成率 99.99%，视为 99%。

第四部分：SFE KPI 绩效系数(C)

4.1 考核项目及要

考核人员	考核项目	考核要求	评分标准 (详见附件一打分细则*)	考核周期	权重
(资深) 客户专员 客户经理 无下属的 地区负责人	Funnel & Opportunity	业务机会数量	系统中业务机会数量满足对应仪器指标的倍数要求	季度	50%
		业务机会质量	- 0~5 阶段业务机会未逾期率 - 0~7 业务机会产品及金额&经销商 - 0~7 阶段业务机会及时关单 - 0~7 阶段业务机会创建及时性		
	产品考试	每季度要参加产品知识考试	考试分数满分 100 分，以考试分数对照打分表进行打分	季度	20%
	拜访	按要求填写拜访记录	- 每月拜访次数至少 40 次 - 每月岗位目标终端拜访覆盖率满足：目标终端数≤40 家，覆盖率至少 90%；目标终端数>40 家,每月至少覆盖 40 家终端	季度	30%
地区 负责人	Funnel & Opportunity	团队 KPI 达成	全部下属的平均分为计算标准对照打分表打分	季度	50%
	产品考试	每季度要参加产品知识考试	考试分数满分 100 分，以考试分数对照打分表进行打分	季度	20%
	拜访	按要求填写辅导记录	- 每月对下属辅导次数至少 15 次 - 全部下属的拜访平均分为计算标准对照打分表打分	季度	30%

- SFE KPI 每项总分为 10 分，不满 10 分奖金会受到影响。
- SFE KPI 实际得分=各项 SFE KPI 考核得分*权重比例相加。（得分四舍五入保留一位小数）。
- 各项 SFE KPI 的具体考核细则请参考《附件一：2024 年罗氏诊断床旁及健康医护部 Hospital 团队 SFE KPI 考核方法》。

4.2 SFE KPI 达成与绩效系数对应关系

SFE KPI 得分	绩效系数
<8 分	90%
[8-10)分	90%-99.5%
>=10 分	100%

SFE KPI 得分计算四舍五入至一位小数。例：SFE KPI 得分 9.89 分视为 9.9 分，SFE KPI 绩效系数为 99.5%。

第五部分：销售业绩达成奖金考核周期，发放比例、发放时间和发放公式

5.1 考核周期、发放比例和发放时间

季度	第三季度	第四季度
考核月份	7-9 月	10-12 月
发放月份	11 月份	次年 3 月份

5.2 销售业绩达成奖金发放公式

季度	全年奖金 预算分配	业绩奖金(A)	实际季度奖金支付
第三季度	25%	第三季度奖金(A3) =全年奖金 x25%x 业绩达成发放率	第三季度奖金(A3) x 第三季度业绩达成绩效系数 (B3) x SFE KPI 绩效系数(C3)
第四季度	30%	第四季度累计奖金(A4) =全年奖金 x55%x 业绩达成发放率	(第四季度累计奖金(A4) x 第四季度累计业绩达 成绩效系数(B4) -第三季度奖金总额(A3) x 第三季 度业绩达成绩效系数(B3)) x SFE KPI 绩效系数 (C4)

- 每个季度的奖金预算分配包含所有季度和年度的奖金考核项目。
- 销量计算以 YTD 的达成为准，从三季度开始累计。销售团队可以通过实现 YTD 目标获得前个季度的差额奖励。SFE KPI 绩效系数打折部分不再予以补发。SAP/RCR 业绩达成绩效系数部分可予以追溯。
- 第三季度达成率最高封顶在 100%，如果当年 H2 销售指标完成的话，超额部分奖金将保留累计至第四季度进行 H2 达成率计算和发放，当季度不发放。

第六部分：奖金基数

一线城市 (深圳, 广州, 北京, 上海)	奖金基数总额 (人民币)	其他城市 (除一线城市外其他城市)	奖金基数总额 (人民币)
客户专员	120,000	客户专员	110,000
资深客户专员	150,000	资深客户专员	140,000
客户经理	180,000	客户经理	160,000
地区负责人	260,000	地区负责人	230,000

第七部分：特别奖金计划

7.1 POC 全院项目

项目	频率	(资深) 客户专员 客户经理	地区负责人
全院项目	年度	5,000 元	2,500 元

- 在新医院中完成以下条件的任一项：
 - 30 台 Inform II，且全年 RCR 产出>=30 万
 - 6 台 BGE，且全年 RCR 产出>=30 万
 - 3 台 MCL60，且全年 RCR 产出>=30 万
 - H232 全年 RCR 产出>=40 万
 - Special Case（以上仪器混合，且全年 RCR 产出>=50 万）
- 数据以仪器装机报告为准，该项奖金的达成由 POC 市场部门确认并提供；



- 所有全院项目客户要求必须安装 IT1000。BGE、MCL60 同时要求完成微信扫码；
- 当地区负责人对名下直接负责的客户成功完成 POC 全院项目，其享受的奖金金额与（资深）客户专员或客户经理相同；
- 满足要求的客户需追溯产生 RCR 起之前的 4 个月是否在客户信息收集列表中，若不满足要求则不予以发放全院项目特殊奖金；
- 该项目在装机前 3 个月，必须在 Rexus 上有业务机会的记录。

7.2 仁迈 MCL60 装机奖

项目	频率	（资深）客户专员 客户经理	地区负责人
仁迈 MCL60 装机奖	年度	1,000 元	500 元

- 当地区负责人对名下直接负责的客户成功完成仁迈 MCL60 装机，其享受的奖金金额与（资深）客户专员或客户经理相同。
-
- 本政策从 2024 年 7 月 1 日起生效执行。
 - 本政策执行过程中如有未尽事宜，请参见《罗氏诊断中国销售奖金计划指引》。
 - 本政策内容若与《罗氏诊断中国销售奖金计划指引》相悖，将遵循《罗氏诊断中国销售奖金计划指引》执行，另外说明的除外。
 - 公司管理层就奖金计划及相关管理流程保留复核和调整的权利，并有最终决定权。