

Healthcare Industry Talent
Market Quarterly (Q1 2024)

大健康人才市场观察季刊

(2024年一季度)

韬光养晦待时至

Waiting in the Wings

信心指数释放回暖信号

Renewed Confidence: Leading the Way Forward

商业化团队如何御浪前行

Riding the Wave: Talent Insights of Medical Commercial Team

刊首语

FRONT-LINE
OBSERVATION

04

一线观察

大健康招聘 / 求职信心指数调查

MARKET FOCUS

32

市场聚焦

药企商业化团队 - 以变制变

PREFACE

刊首语

韬光养晦待时至

回首 2023 年，大健康领域外部市场环境诡谲多变，而企业内部变革动作不断。在此背景下，无论是企业端招聘计划、还是候选人端求职信心在全年间均表现出了一定的波动，但综合信心指数在年末展露出了回暖信号。大健康领域是极富长期价值的长周期赛道，而如今，行业已缓慢进入破冰期，其长期向好发展的趋势也不会改变。对于领域内企业与人才而言，如何在现阶段韬光养晦，将企业核心战略、候选人能力配置调整至最佳状态，是双方的重要考题。

为了深入研究大健康行业招聘和求职的信心与变化趋势，领先的以技术驱动的整体人才解决方案服务商——科锐国际，联合旗下大健康垂直招聘平台——医脉同道，联合发起了医药大健康招聘和求职信心第四季度调查。调研结果显示，大健康人才市场在许久蛰伏后展露出复苏的迹象：部分企业已重启下一季度的新增招聘计划，公司业务展现出明显的回暖动向；而候选人的信心指数也回归到止跌企稳的轨道，部分指数已越过荣枯线。

本期市场聚焦篇章将关注医药营销板块，即药品商业化团队。一直以来，医药商业化是不同类型、不同成长阶段药企共同关注的焦点。随着外部政策环境持续变化，药企开始重新思考商业化团队的团队定位、人员配置及整体策略，试图先发制人，以变制变。我们将向您揭示如今该团队在药企中的岗位配置变化、人才画像变化及人才获取建议。

希望本季度季刊能助您驾驭外部风浪，实时洞察人才市场。

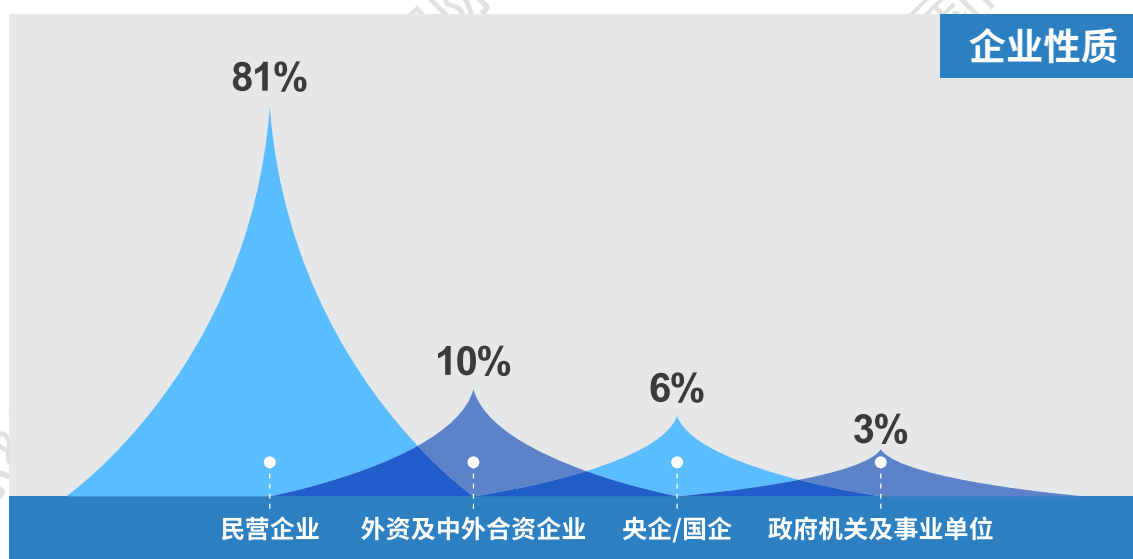
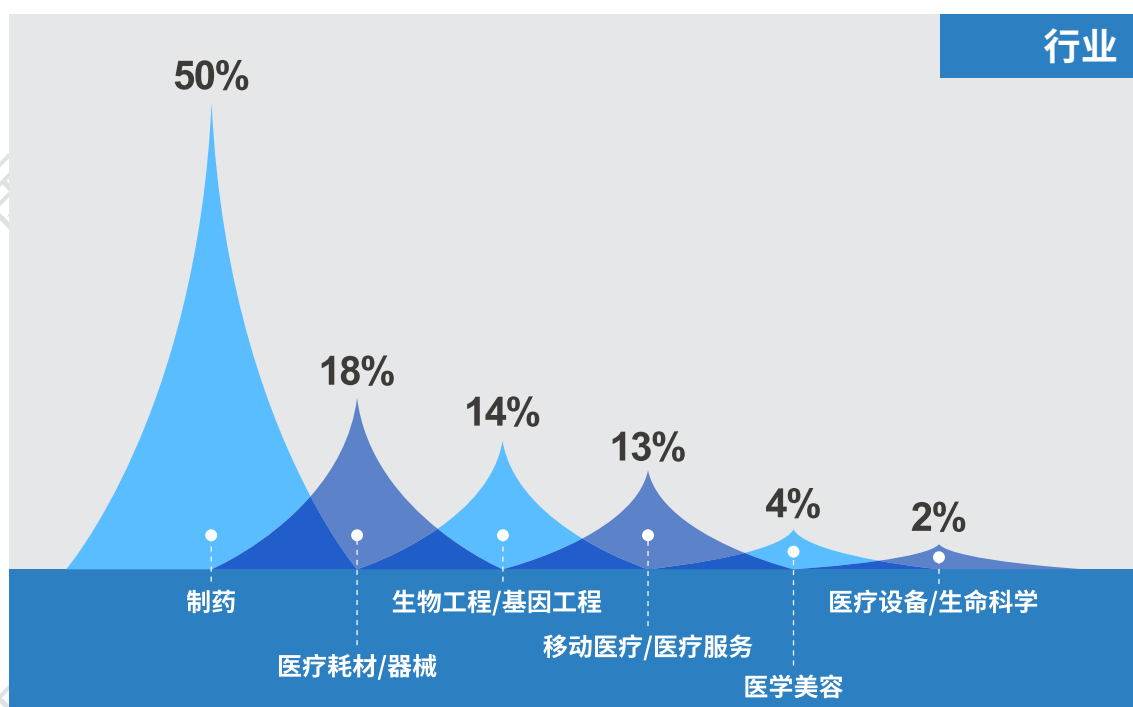
FRONT-LINE
OBSERVATION

— 一线观察

大健康招聘 / 求职信心指数调查

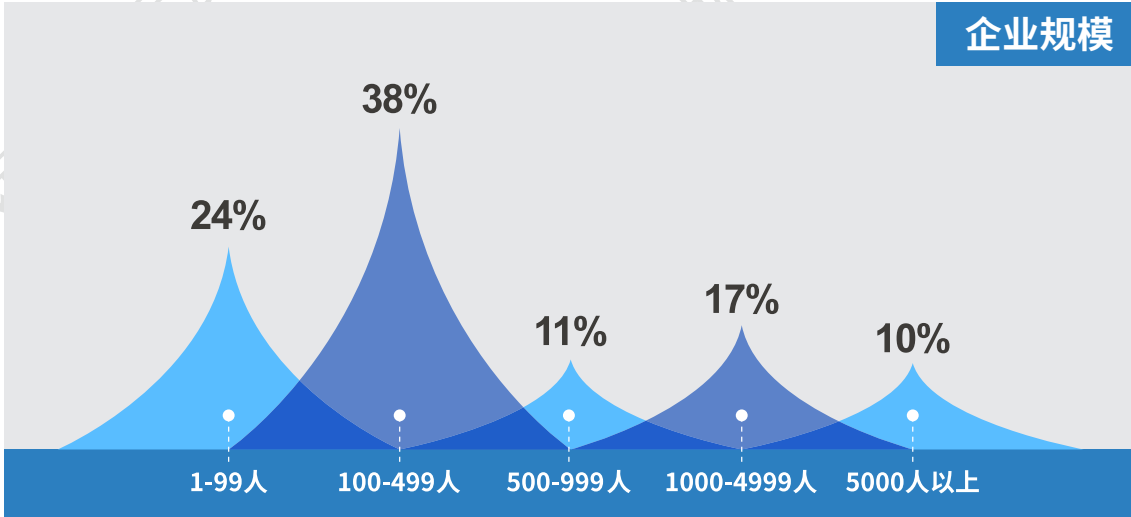
调研样本情况

 **企业端**
(133 家企业)

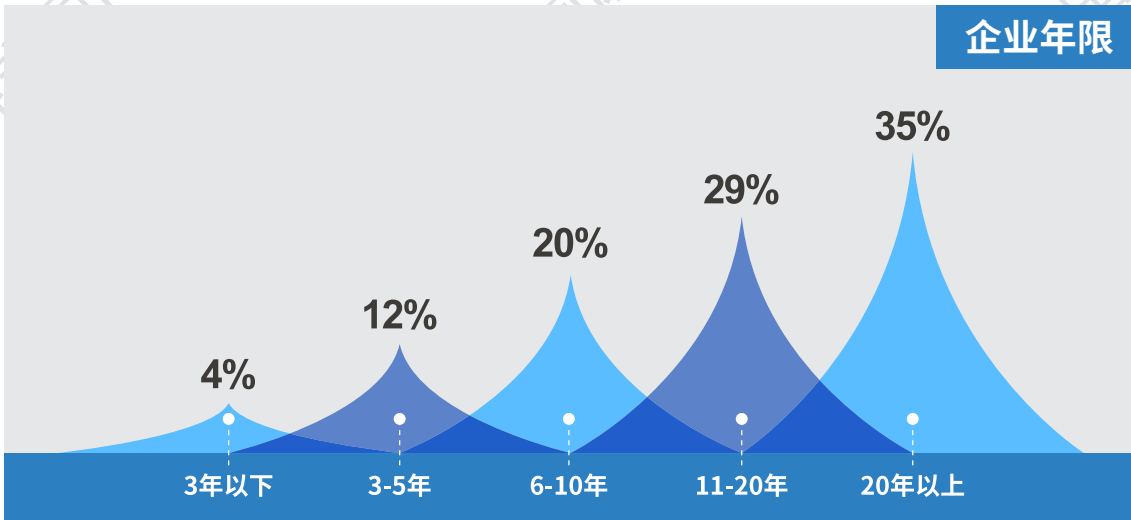




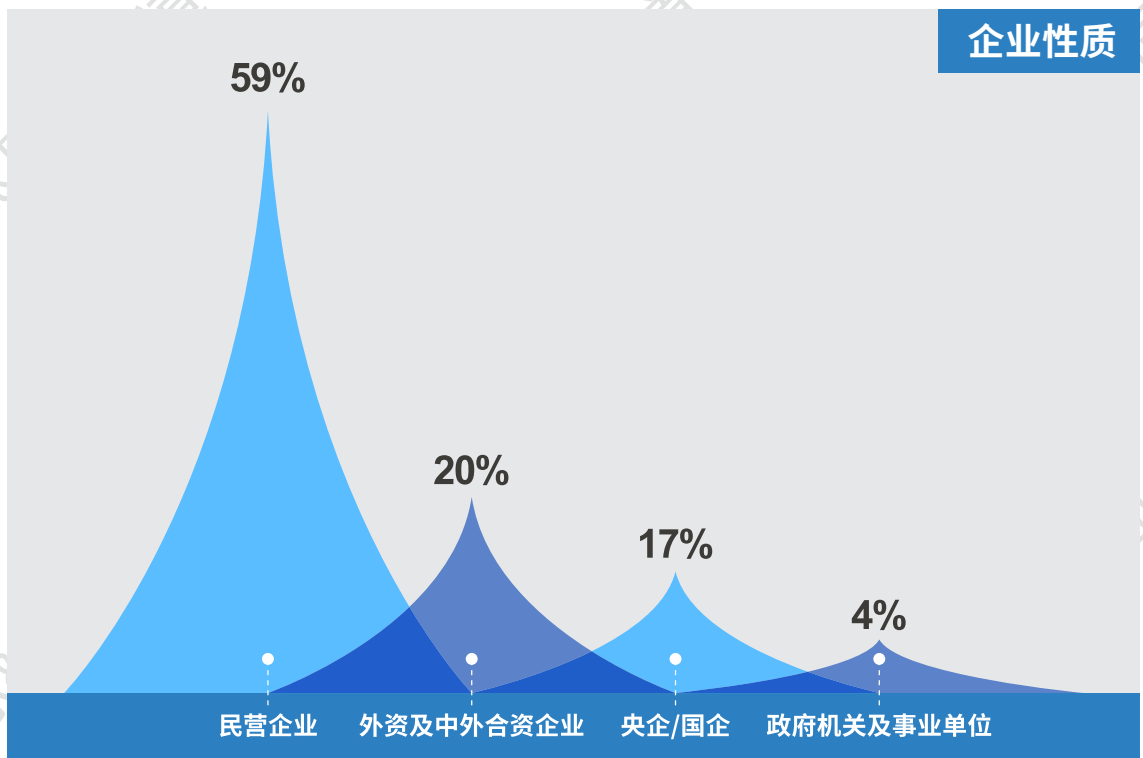
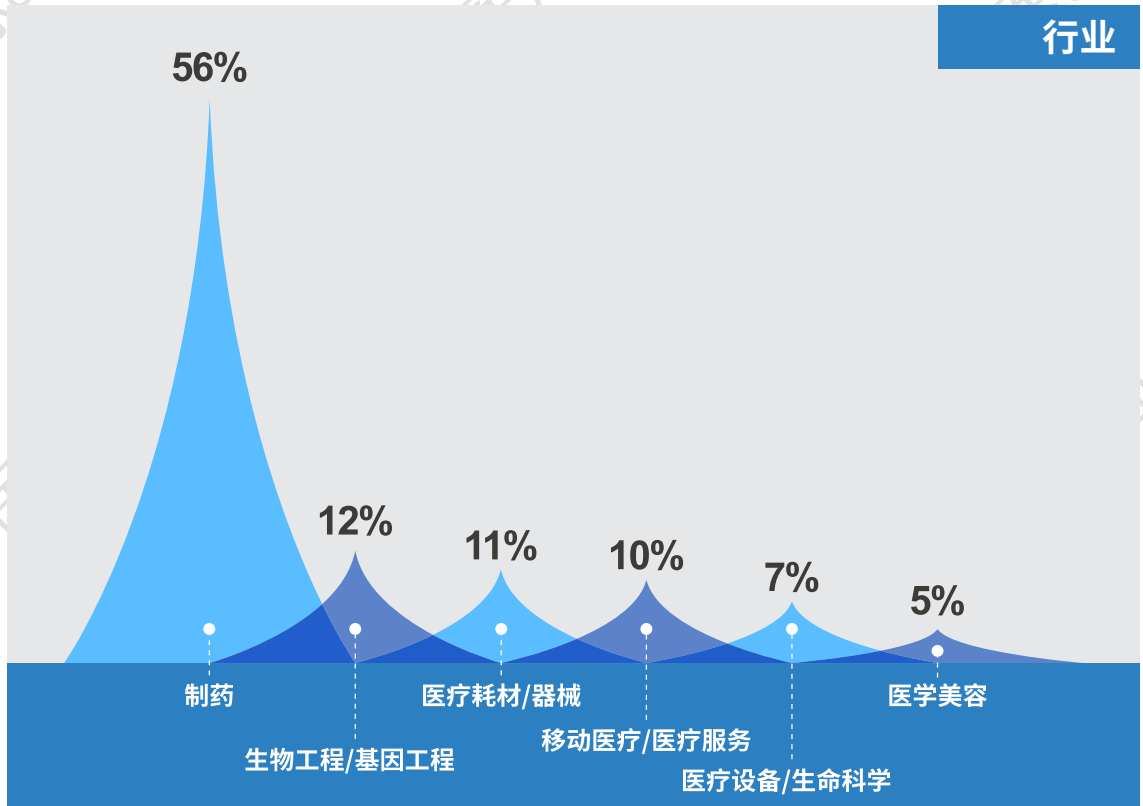
企业规模

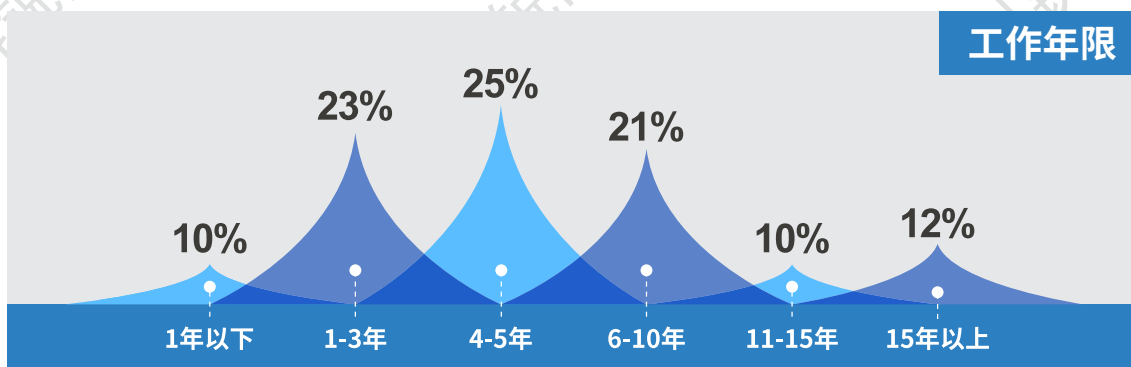
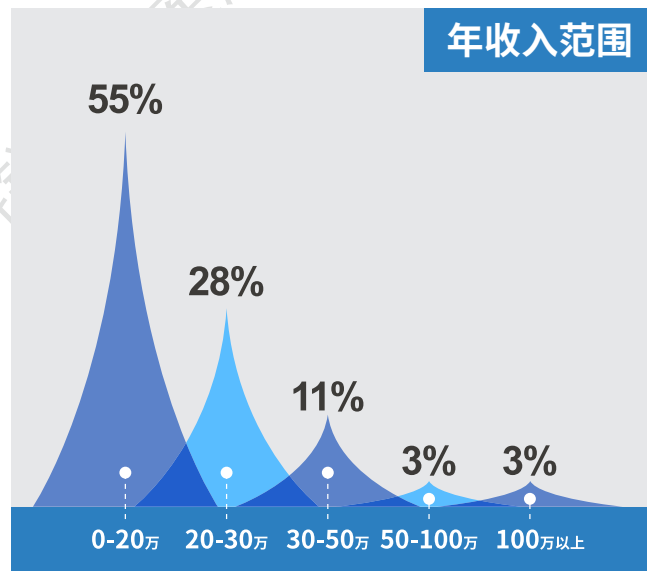
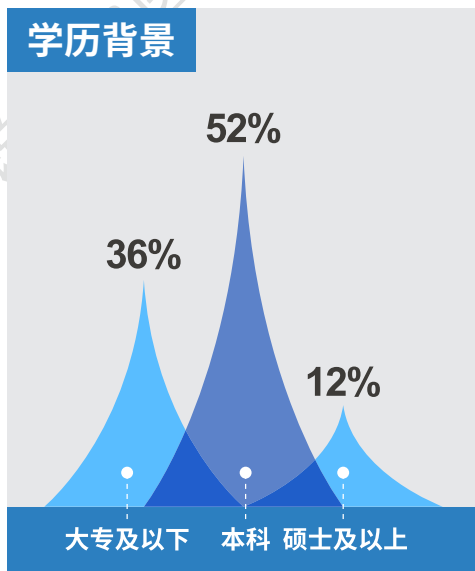
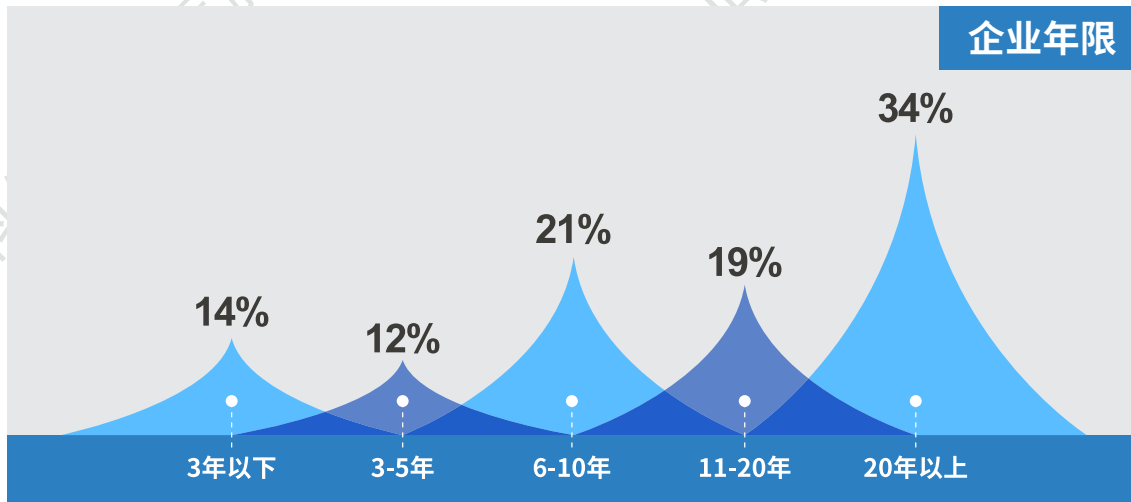


企业年限



候选人端
(306 位候选人)







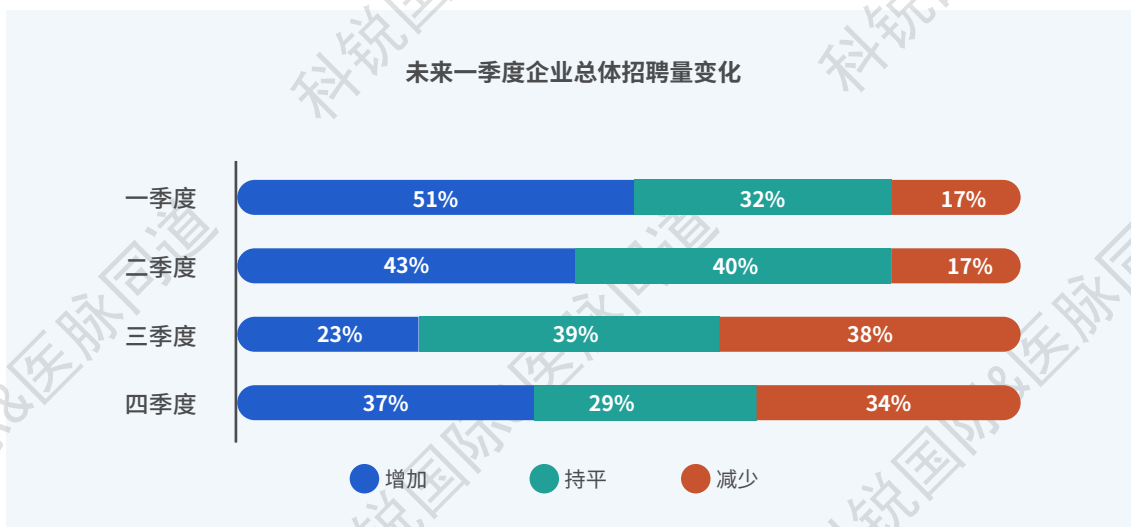
市场信心指数概览



企业端：企业招聘升温明显

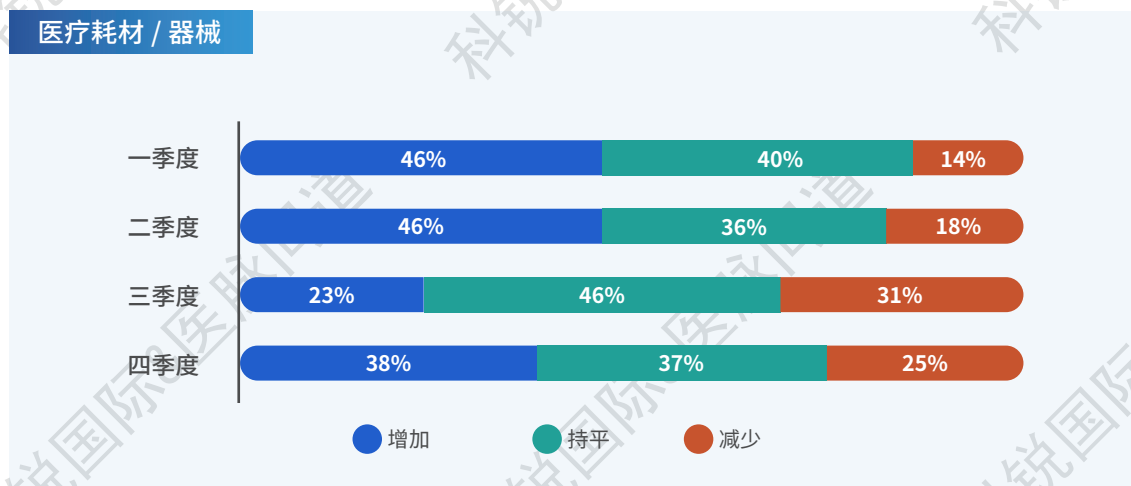
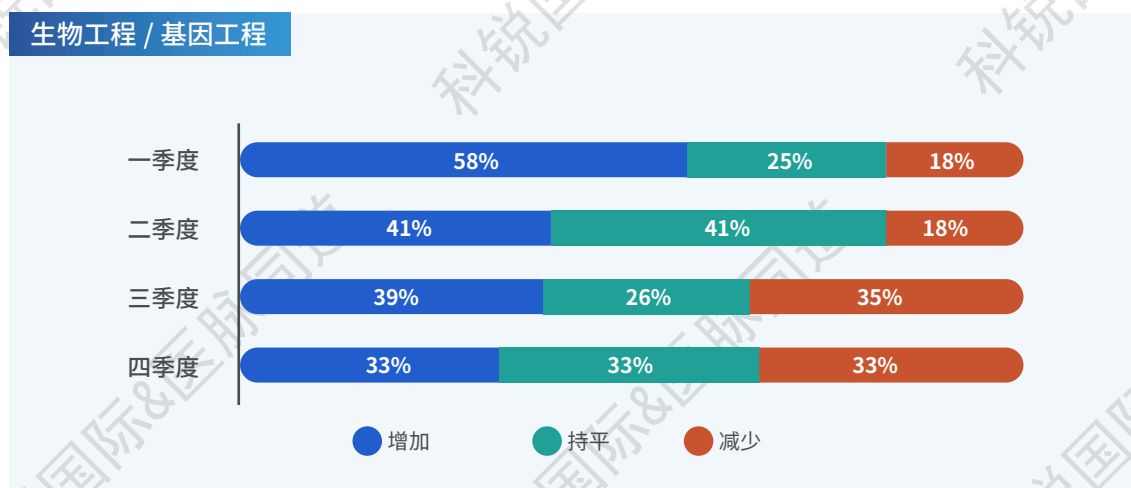
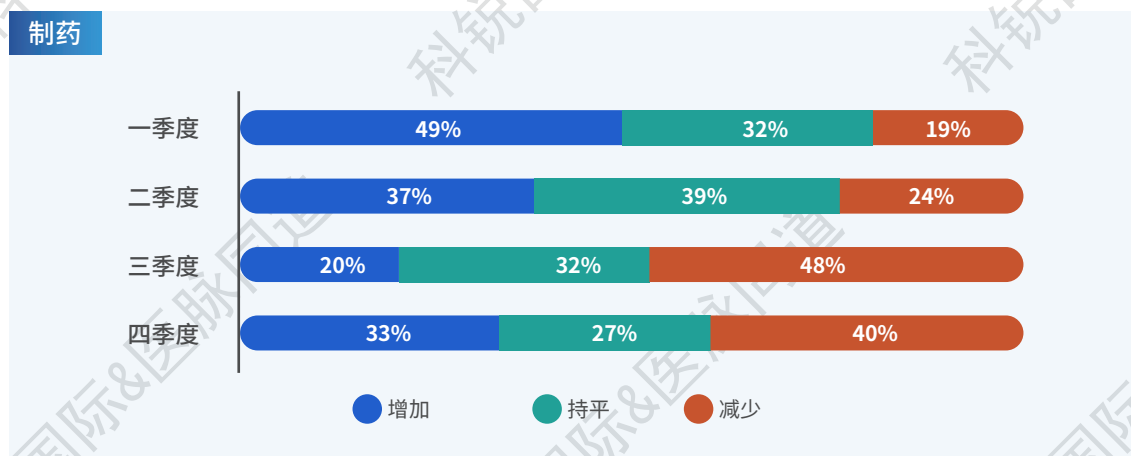
大健康领域企业的招聘信心逐渐回暖。信心指数调查显示，37%的受访企业将在未来一季度增加对外公开招聘，该比率较上一季度增加了14%，企业上扬的新增招聘量释放了积极的复苏信号。

——受访企业未来一季度招聘量变化——



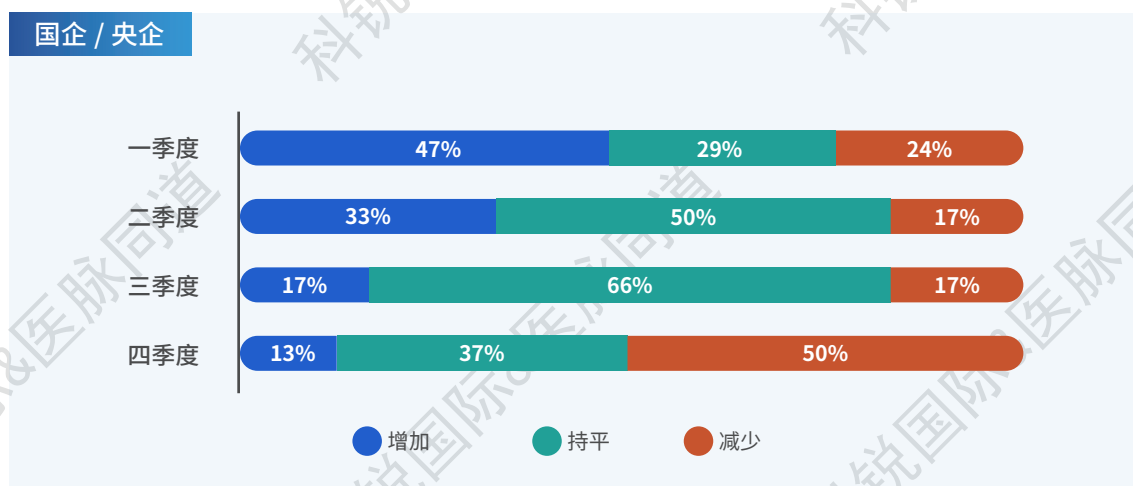
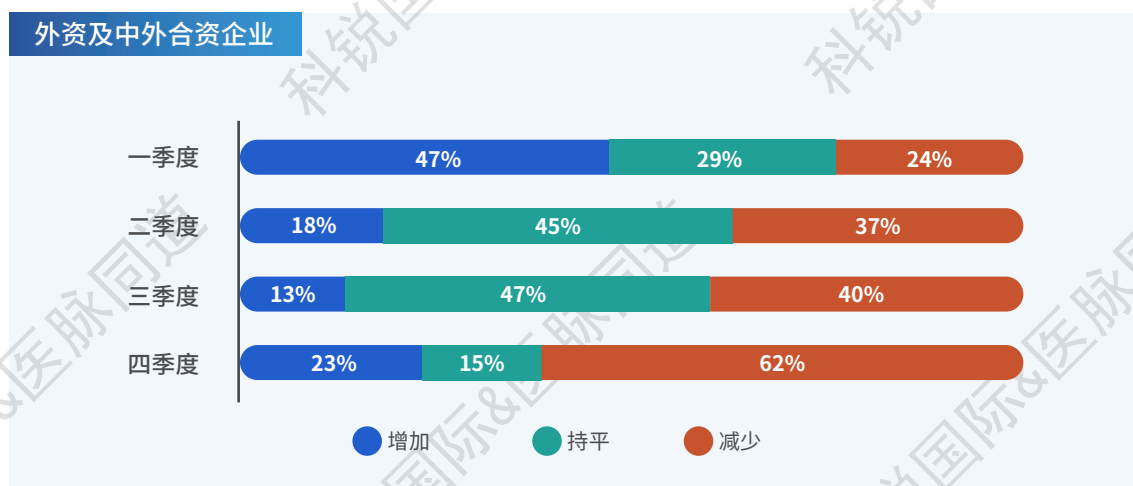
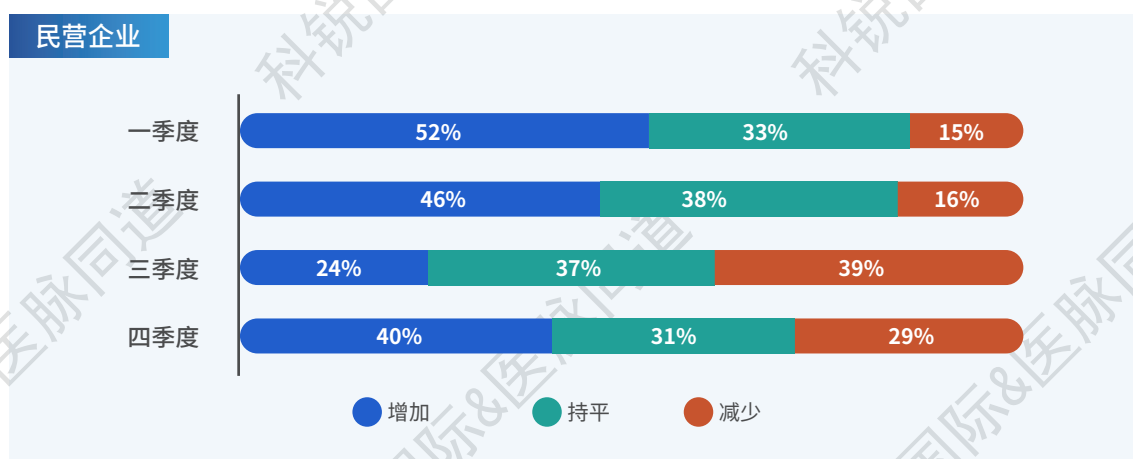
企业总体招聘量变化 - 不同行业领域

从不同领域来看，制药企业、医疗耗材 / 器械企业均表现出较为积极的下季度招聘新增计划，选择有新增招聘量的制药企业、医疗耗材 / 器械领域企业较上季度均有超过 10% 的增长，招聘恢复态势明显。而生物工程 / 基因工程领域的更多企业更为谨慎，继续选择保持现有招聘计划。



企业总体招聘量变化 - 不同性质企业

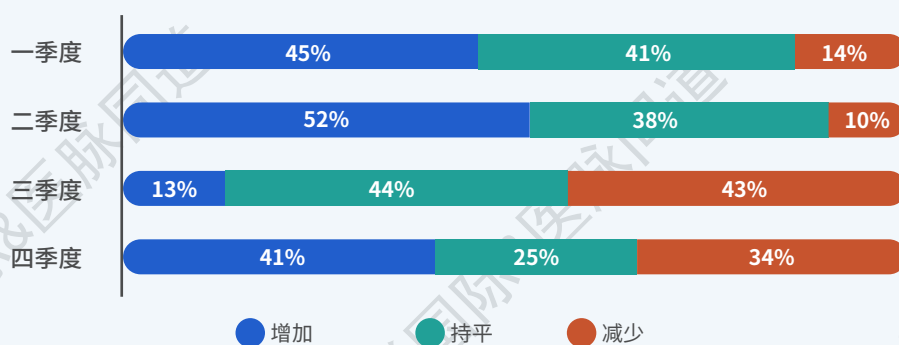
从不同企业性质来看，民营企业的招聘信心显著提升。本季度，有40%的受访企业表示将会增加未来一季度的企业招聘量，该比率较上季度增长超15%。而外资及中外合资企业、国央企放缓了未来一季度的招聘计划，人才发展重心向企业内部偏移。



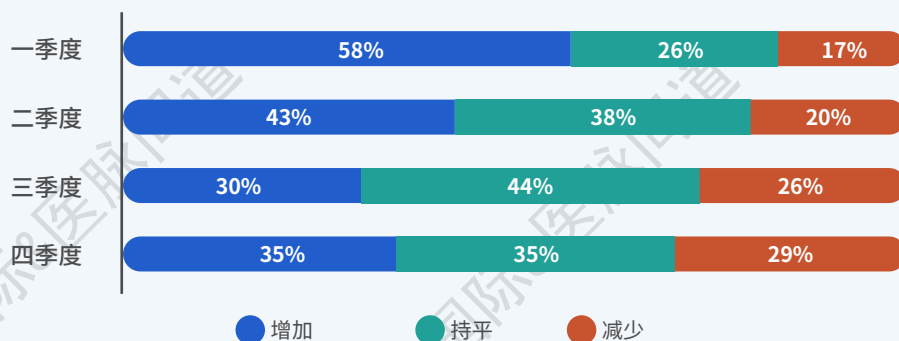
企业总体招聘量变化 - 不同规模企业

不同规模的企业未来招聘计划量各有特点。5000 人以上的超大规模企业在未来招聘计划上更为谨慎，仅有 15% 的受访企业表示将继续新增招聘，面对较为庞大的人员规模，多数企业选择降低未来招聘量。100-999 人规模企业招聘计划较为稳定，继续有 70% 的企业表示将增加或保持现有招聘计划。而 1000-4999 人规模的企业与 1-99 人小规模企业招聘信心反弹明显。

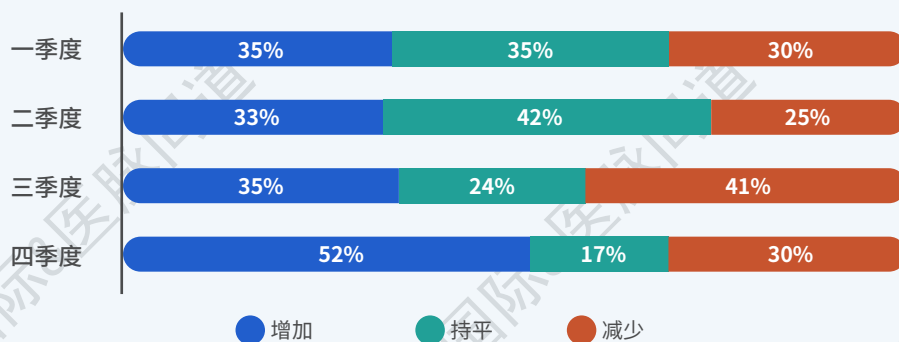
1-99 人

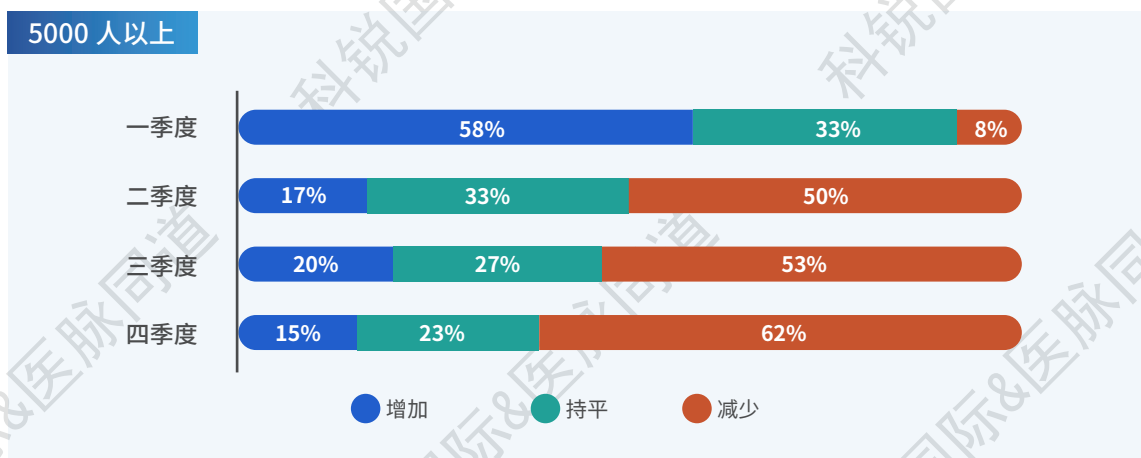


100-999 人



1000-4999 人



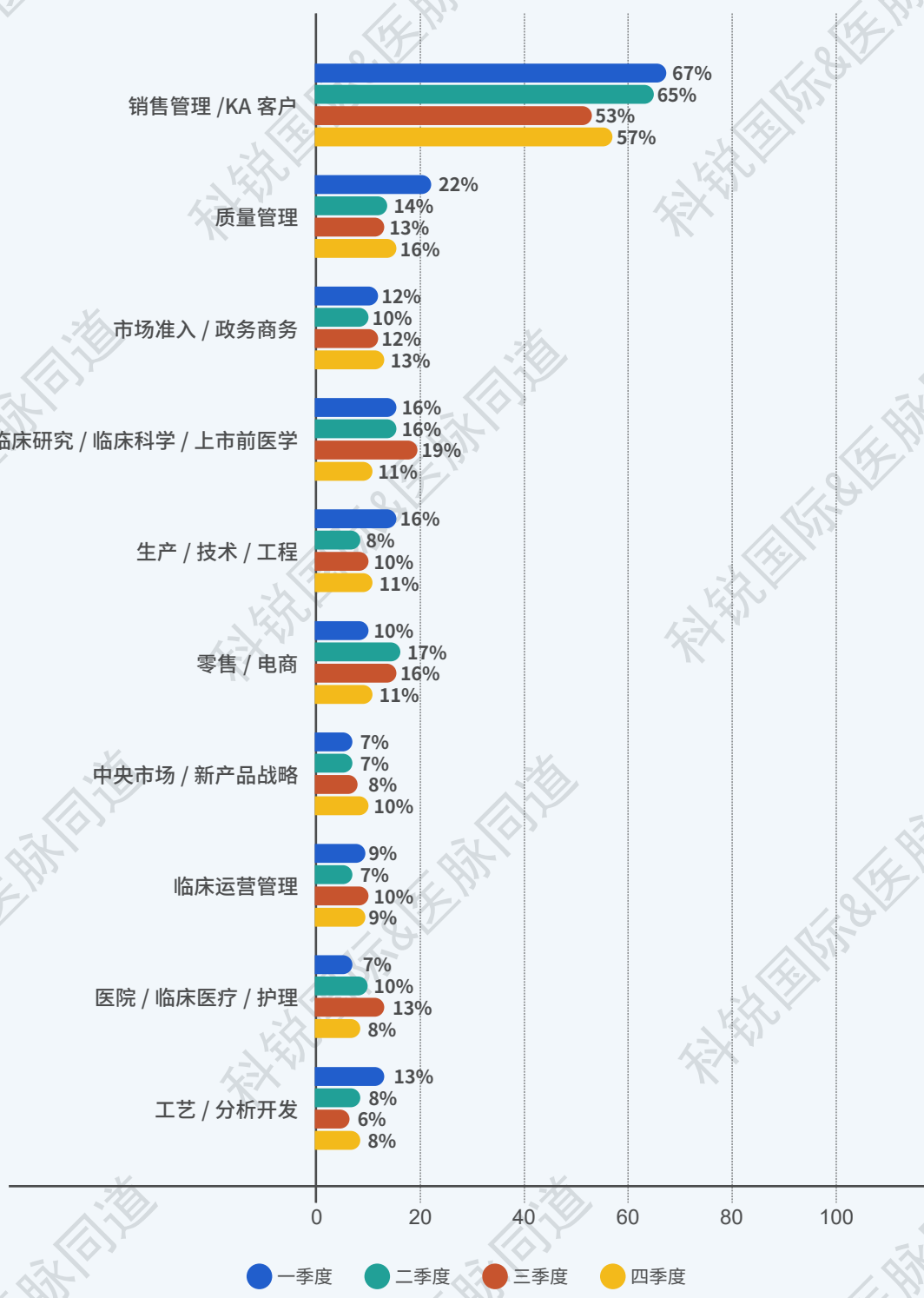




——受访企业下一季度新增岗位需求情况——

未来一季度新增岗位需求中，销售岗继续占据榜首，且需求量较上季略有升温，向前两季度水平靠拢，有57%的企业选择将在未来一季度增加销售类岗位的招聘。而作为医药生产制造环节中重要的质量管理岗、及医药商业化不可或缺的市场准入/政务商务岗排名有所上升，跻身未来一季度新增岗位需求的亚季军。而临床研究/临床科学/上市前医学岗新增岗位热度有较大下降。

未来一季度新增岗位需求 TOP10

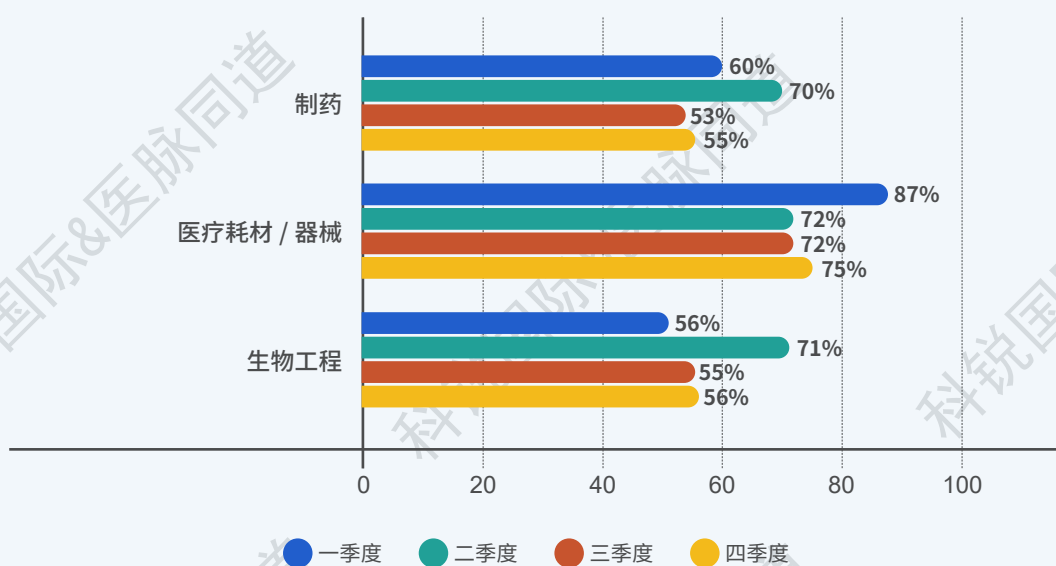


聚焦销售管理 /KA 客户岗

不同行业领域企业

销售管理 /KA 岗的需求热度在最新季度迎来受外部冲击以后的回温，其在各领域企业中的新增都有所上涨。其中，有 75% 的医疗耗材 / 器械领域企业选择将在未来一季度增加销售管理 /KA 岗的招聘需求，需求旺盛；制药、生物工程领域企业需求平稳。

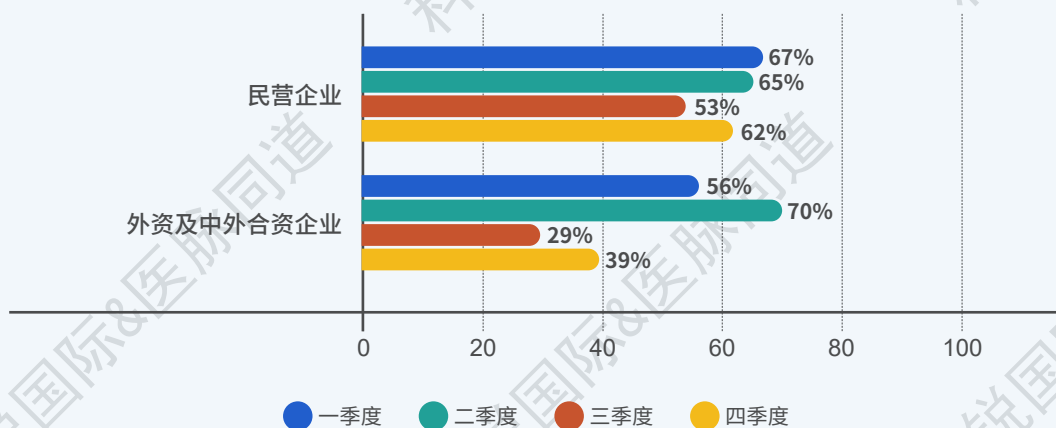
未来一季度销售管理 /KA 客户岗位需求——不同行业



不同性质企业

从不同企业性质来看，民营企业的销售管理 /KA 岗新增需求明显，已回升接近至二季度水平，达 62%。外资及中外合资企业需求也小幅上扬。

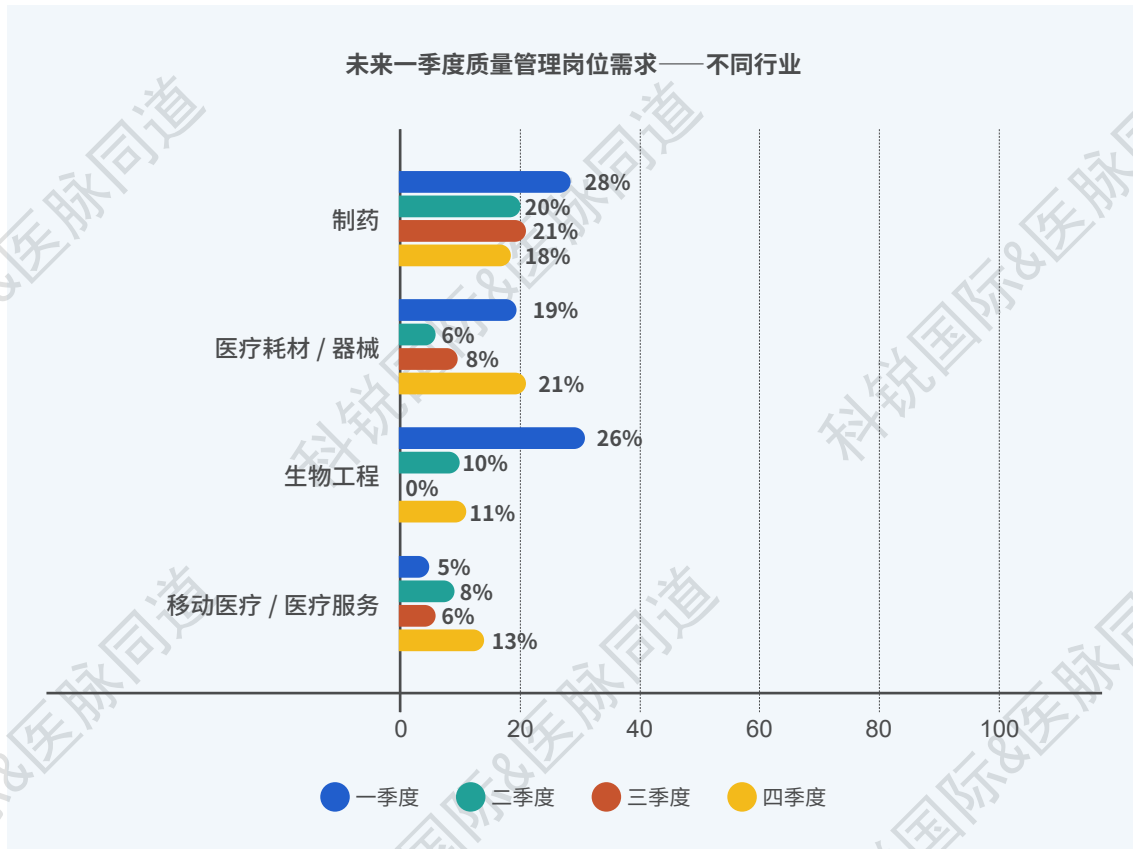
未来一季度销售管理 /KA 客户岗位需求——不同性质企业





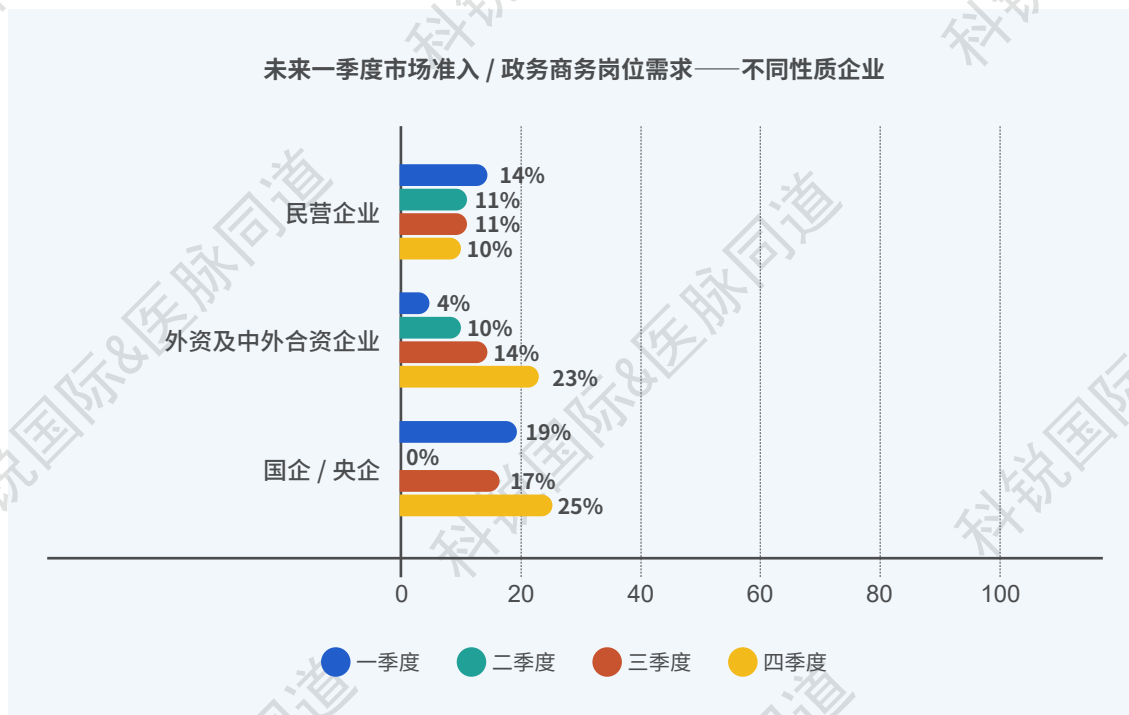
聚焦质量管理岗

医疗耗材 / 器械领域与移动医疗 / 医疗服务领域企业的质量管理岗位新增需求持续上行，其中，医疗耗材 / 器械领域新增需求较上季度涨幅明显，有 21% 的领域内企业将在未来一季度新增相关岗位招聘需求。制药企业的质量管理岗需求持平。



聚焦市场准入 / 政务商务岗

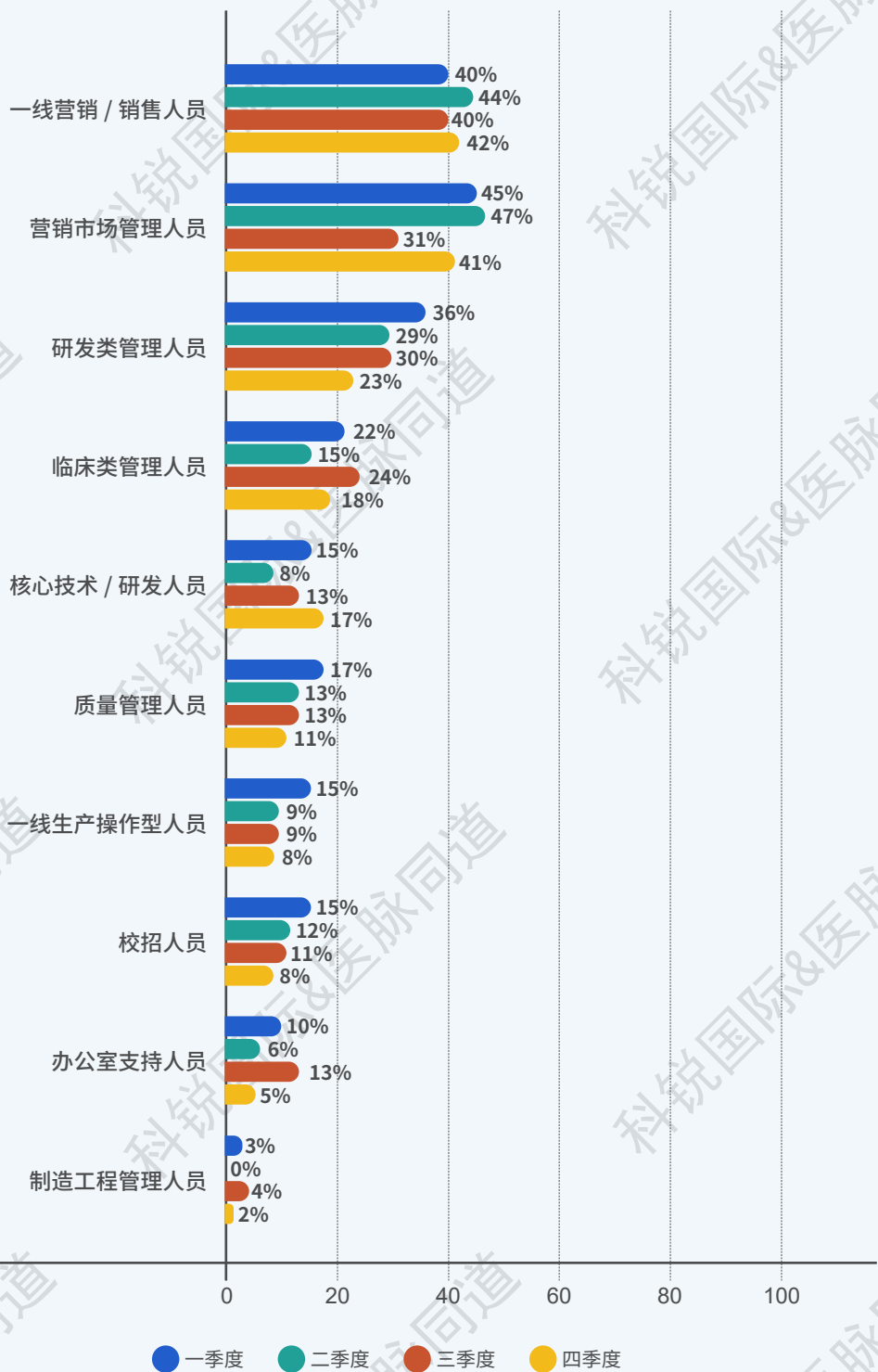
市场准入 / 政务商务岗伴随三医联动改革推进，需求有所上涨。从不同性质企业来看，外资及中外合资企业、国有企业对市场准入 / 政务商务岗的新增需求热度均呈上升态势，且涨势稳定。



——企业下一季度增加职级情况——

一线销售及销售管理人员作为医药商业化的前端，依旧是大健康领域企业持续释放新增招聘需求的岗位。核心技术 / 研发人员下一季度的新增需求热度有所上涨，企业更注重自身核心硬实力的开发与提升。研发类管理人员、临床类管理人员需求依旧，但趋势有小幅下滑。

未来一季度新增职级情况

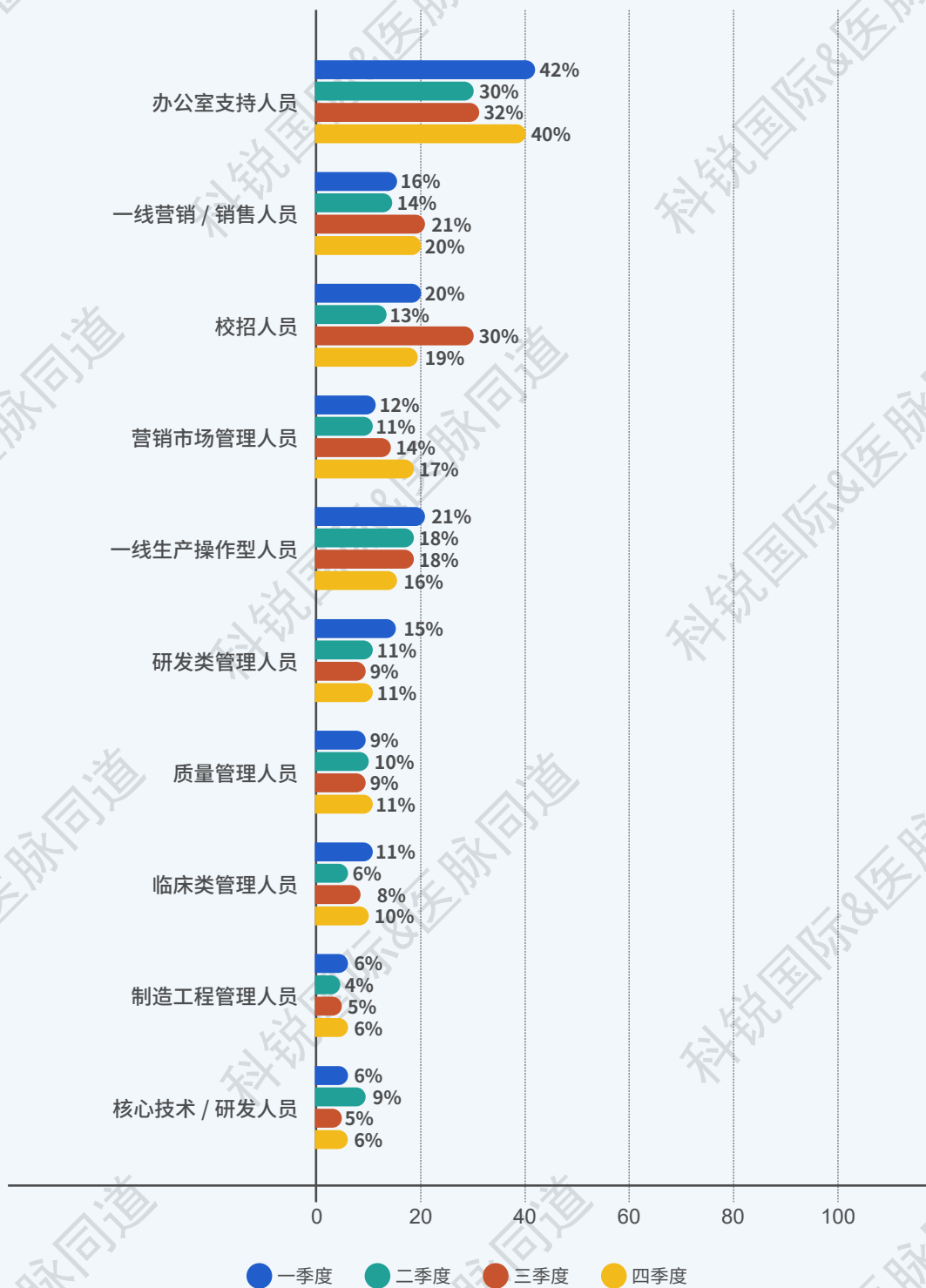




——企业下一季度减少职级情况——

企业对办公室支持人员、校招人员的需求仍有所减少，受校招集中在第一季度、第三季度开放影响，企业对校招人员的需求减弱态势已有所放缓。而伴随企业对销售岗的人才需求画像发生变更，一方面，企业持续优化精简现有销售人员队伍，另一方面，企业又在广纳英才，释放出对销售人员的新需求。

未来一季度减少职级情况



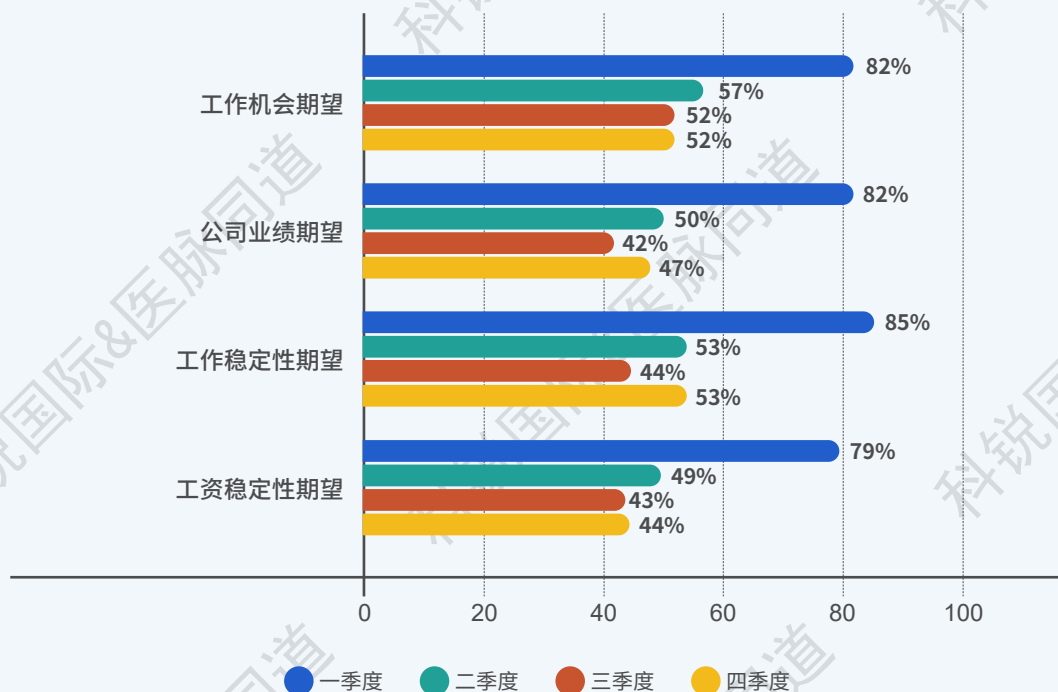


——候选人信心：各项指数持稳回升——

蛰伏许久之后，大健康人才信心在第四季度迎来回温，未来工作机会期望、当前工作稳定性、当前工资稳定性及所在公司业绩期望各项指数企稳回升。

工作机会期望方面，候选人普遍保持谨慎乐观态势，信心值与上一季度持平。同时，人才对当前所在公司的业绩期望纷纷展露出更高的信心，指数有所上涨。工作稳定性期望与工资稳定性期望均呈上升态势，前者已成功越过荣枯线，人选释放出对当前工作满意度的积极信号。

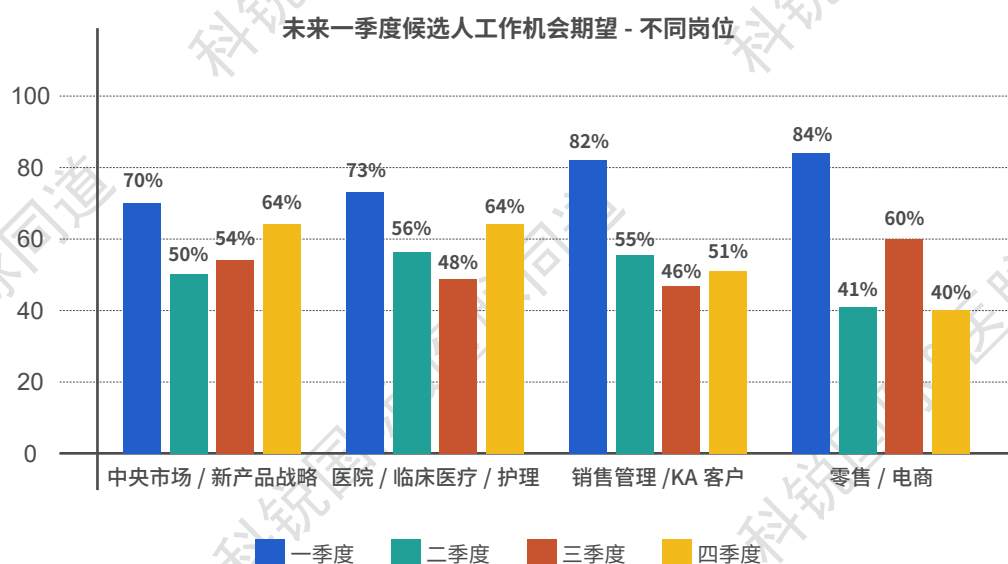
未来一季度多维度候选人信心指数



信心指数初探——工作机会期望

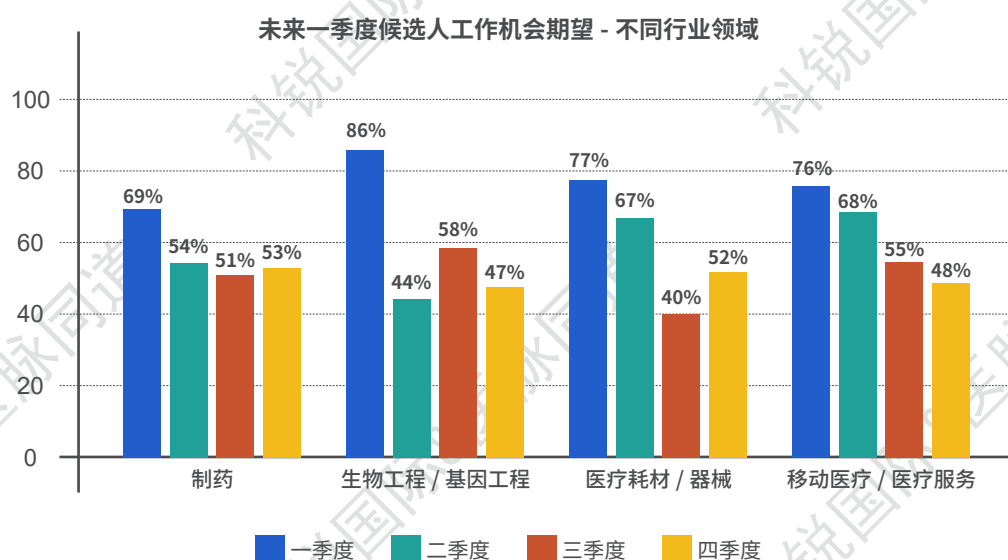
不同岗位工作机会期望信心

不同重点岗位的工作机会期望信心指数冷暖不均。在药企商业化过程中持续发挥作用的中央市场 / 新产品战略岗位人才信心指数持续爬升；销售管理 / KA 客户岗人才、医院 / 临床医疗 / 护理岗人才从外部政策带来的冲击中缓慢走出，均有超出 50% 的人才认为下一季度会有增加的工作机会；零售 / 电商岗人才态度谨慎，更多候选人对工作机会增加表达了中立态度。



不同行业领域工作机会信心

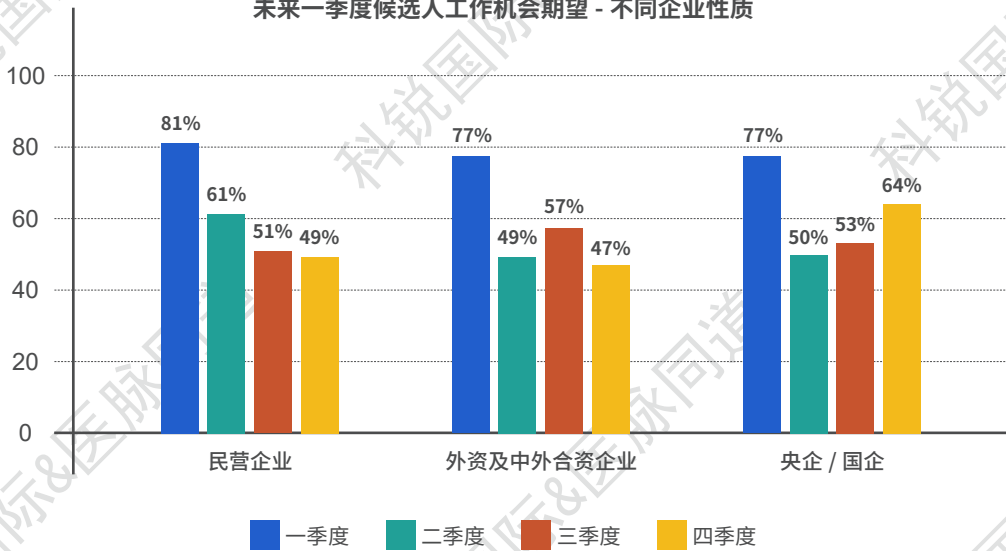
从不同行业候选人工作机会期望来看，与上季度低迷态势不同，医疗耗材 / 器械领域人才对下一季度工作机会增加表现出更积极的态度；制药领域人才期望维持在上期同期水平；而生物工程 / 基因工程领域人才、移动医疗 / 医疗服务领域人才工作机会期望均有所下探，多数人才认为未来工作机会将呈持平或下降态势，对新增工作的态度更显审慎。



不同企业性质工作机会信心

民营企业人选信心保持稳定；而外资及中外合资企业中有更多人才认为未来一季度的工作机会将呈持平或下降态势；国企/央企人才的工作机会信心稳健，指数在近三个季度中稳步爬升。

未来一季度候选人工作机会期望 - 不同企业性质

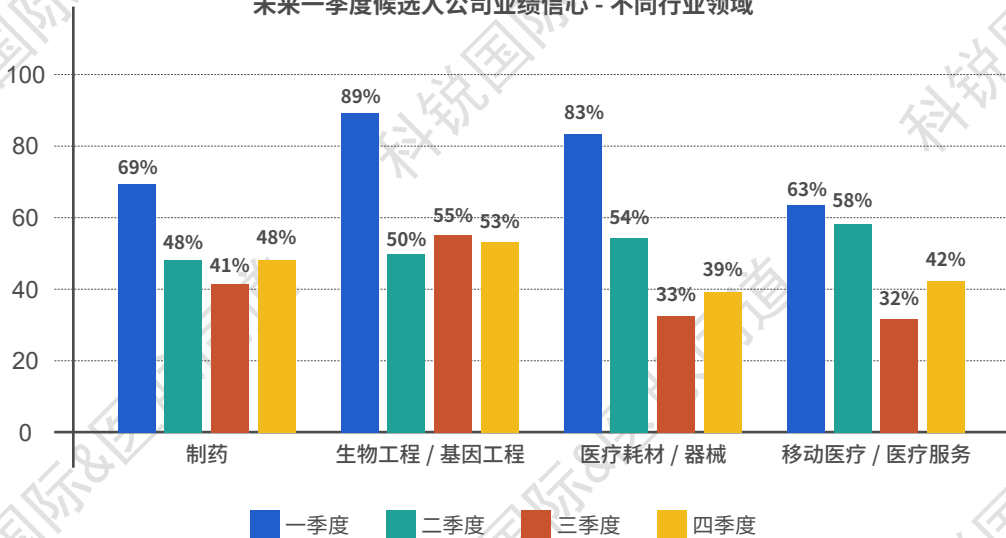


信心指数初探——公司业绩期望

不同行业领域人才的公司业绩信心

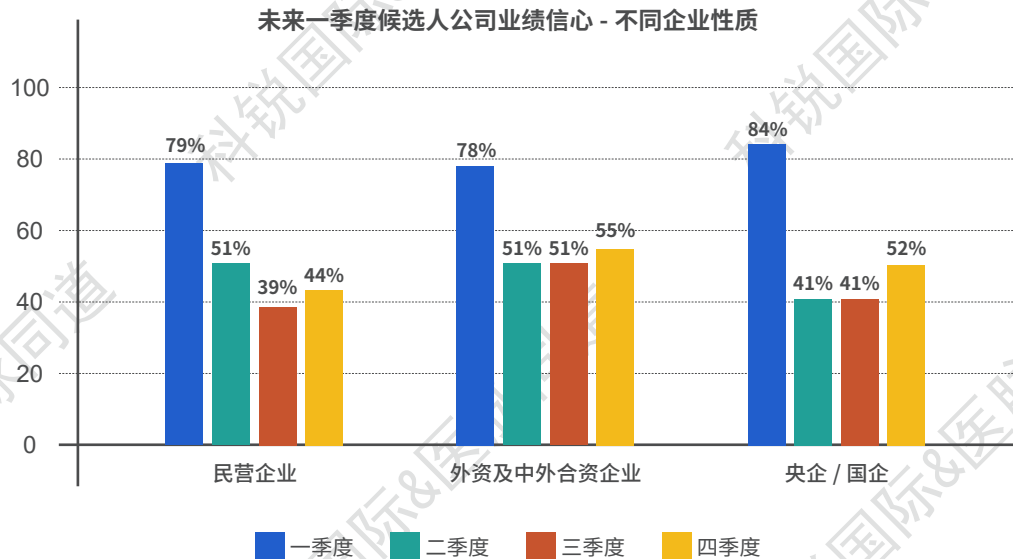
各重点行业领域人才都对所在公司未来业绩展露出更为积极的态度，且制药领域、医疗耗材 / 器械领域、移动医疗 / 医疗服务领域人选对公司业绩的信心提升涨幅超 5%，制药领域人才的公司业绩信心已重新向荣枯线发起冲刺。

未来一季度候选人公司业绩信心 - 不同行业领域



不同企业性质人才的公司业绩信心

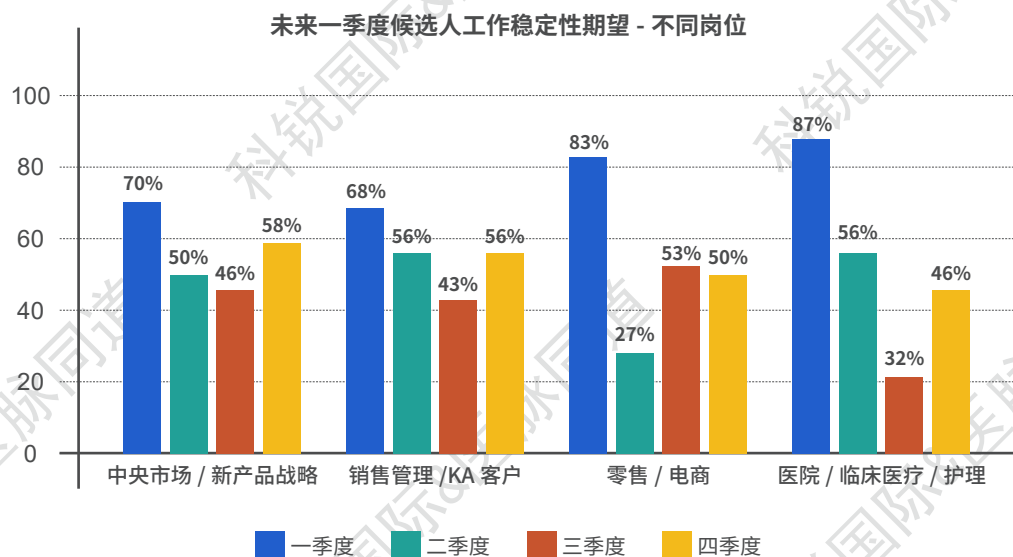
不同性质企业人才并未在公司未来业绩信心方面表现出较大的差异，无论是民营企业、外资及中外合资企业，亦或是国企，人选对公司业绩的信心值在上季度基础上均有所爬升。但其中，民营企业人才的公司业绩信心仍有进一步上升空间。



信心指数初探——工作稳定性期望

不同岗位工作稳定性期望

在工作稳定性期望方面，零售 / 电商人才的信心略有下滑，但仍处正常区间。而销售管理 / KA 客户岗、中央市场 / 新产品战略岗及医院 / 临床医疗 / 护理岗人才的工作稳定性信心指数上扬明显，中央市场 / 新产品战略岗信心指数达 58%。

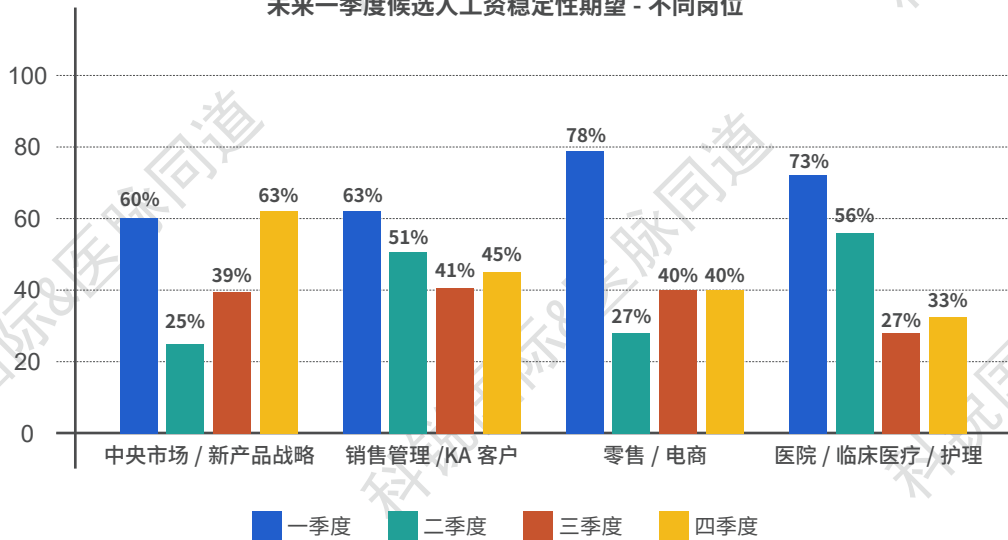


信心指数初探——工资稳定性期望

不同岗位工资稳定性期望

中央市场 / 新产品战略人才信心指数迎来反弹；零售 / 电商岗人才、销售管理 / KA 客户岗人才工资稳定性信心指数保持中区间稳定运行，并未见大幅波动；而医院 / 临床医疗 / 护理岗人才的工资稳定性信心虽小幅回升，但仍处低位。

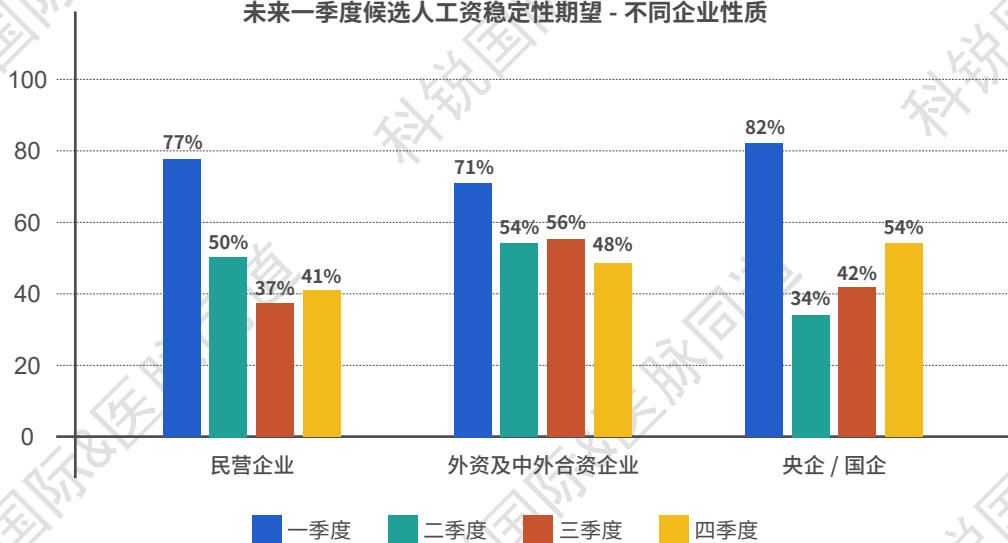
未来一季度候选人工资稳定性期望 - 不同岗位



不同性质的公司工资稳定性期望

不同性质企业人才的工资稳定性期望各有千秋。央企 / 国企人才延续上一季度的上涨态势，已有 54% 的人才表现出对工资稳定性强健的信心；民营企业人才信心也轻微上扬；外资及中外合资企业人才对工资稳定性态度较为谨慎，信心指数又有小幅下探。

未来一季度候选人工资稳定性期望 - 不同企业性质

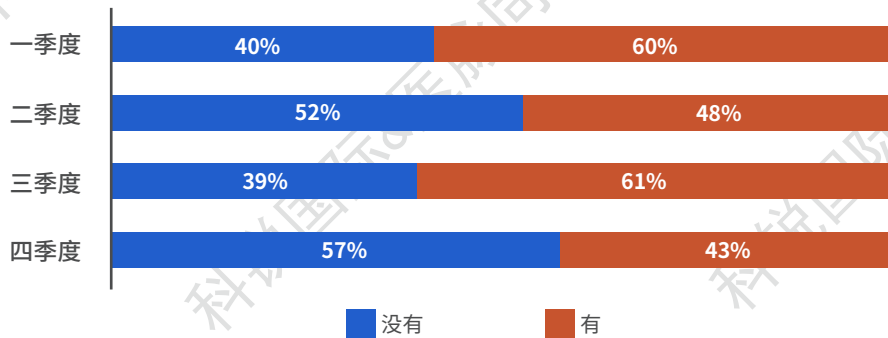


人才流动初探：市场流动再放缓

有无换工作计划

与上一季度有超 60% 的候选人表示有换工作的意愿不同，该指数在本季度回落至 50% 以下，大健康领域人才择业越发求稳。

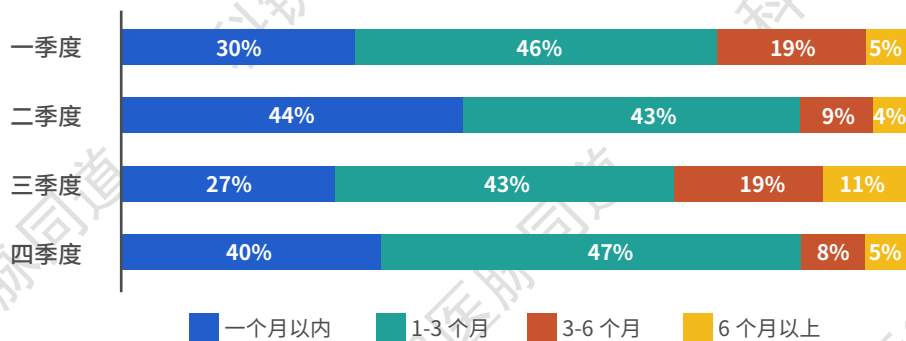
未来一季度候选人有无换工作计划



找到新工作所需时间

本季度，候选人对找到新工作所需时间普遍展露出更高的信心。有近 90% 的候选人认为可以在 3 个月之内找到心仪的新工作，人才对大健康求职市场的信心重回正轨。

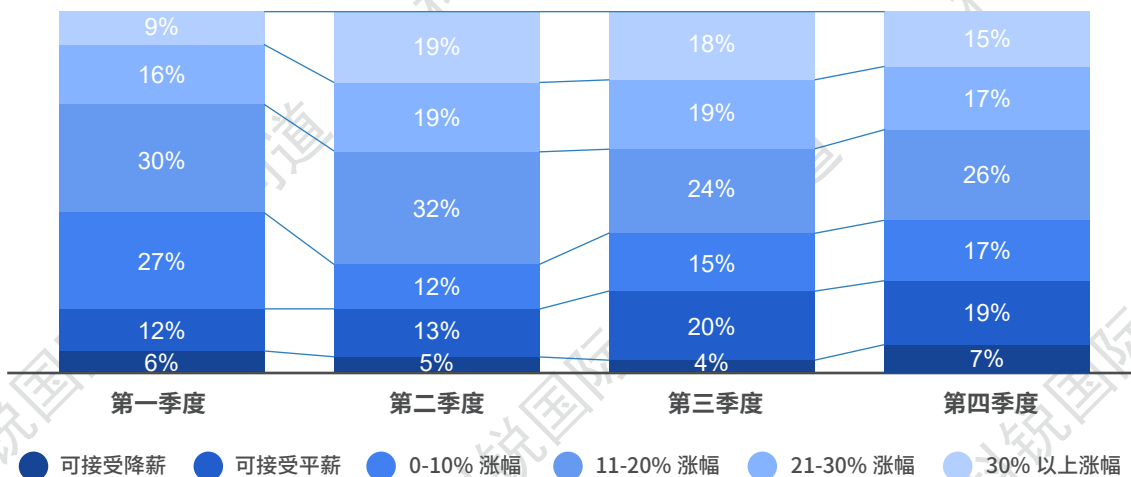
未来一季度候选人找到新工作所需时间



换工作薪酬涨幅期望变动

人才延续了上季度的薪资涨幅期望。愿意平薪甚至降薪换工作的候选人目前达 26%，越来越多的人考虑通过平薪或降薪换平台的方式换取更为长远的职业发展。

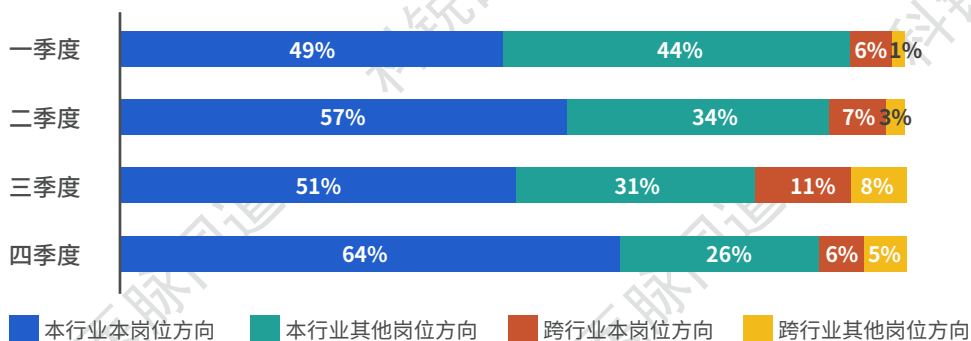
未来一季度候选人换工作薪资涨幅期望



跳槽考虑工作方向

大健康市场仍有较高的人选粘性。有 90% 的人才表示，在重新择业时也将考虑继续在大健康领域深耕。作为长期价值赛道，大健康依旧对人才有较强的吸引力。

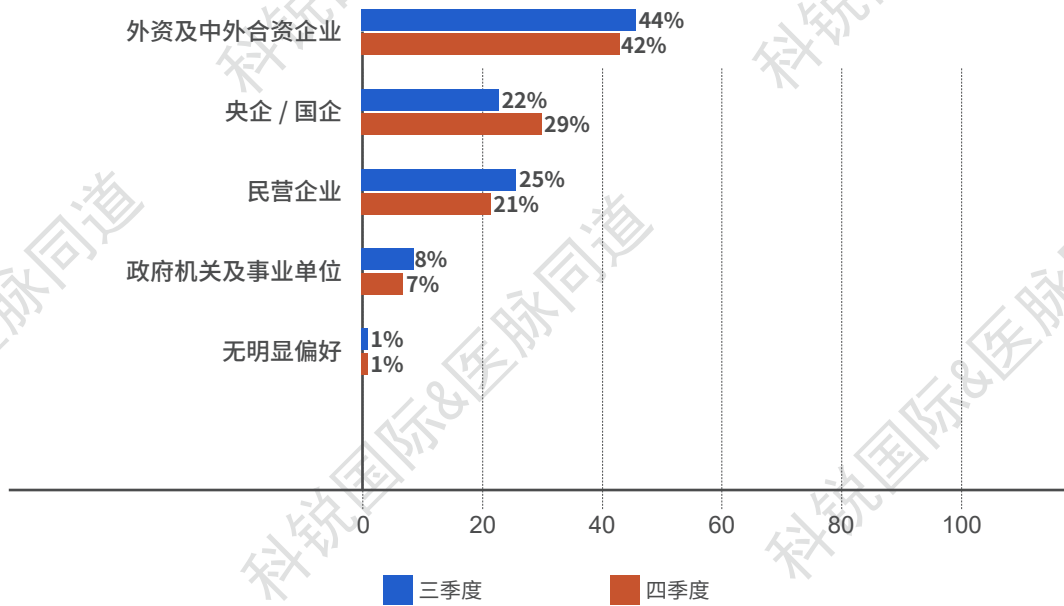
未来一季度候选人换工作考虑方向



跳槽考虑企业性质

稳定性越发成为人才择业的考虑要素之一。尽管外资及中外合资企业仍是大健康人才的最主流选择，但也有近 30% 的人才选择在央企 / 国企开启下一份工作，央企 / 国企成为季度涨幅最大的选项。

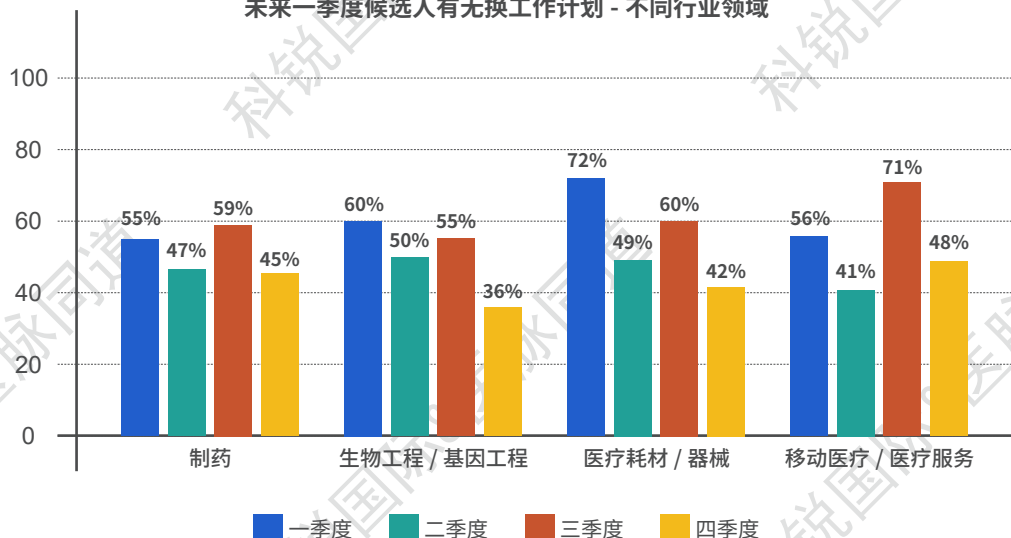
未来一季度候选人换工作考虑企业性质



不同行业领域有无换工作计划

各行业未在人才流动方面较大的差异性。经历第三季度的高流动率之后，进入最新季度，候选人普遍选择按兵不动。

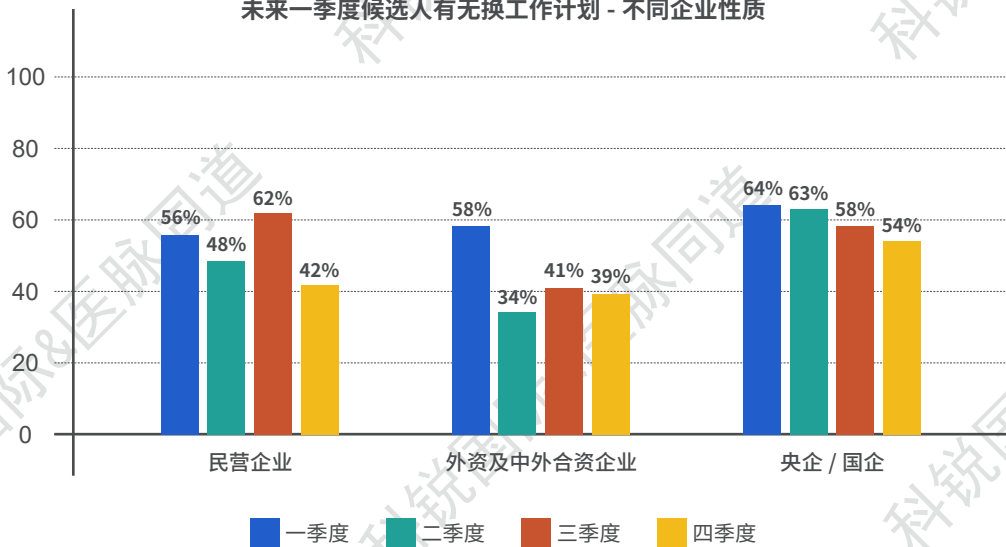
未来一季度候选人有无换工作计划 - 不同行业领域



不同性质企业候选人有无换工作计划

不同性质企业的人才在本季度的工作流动活跃度表现不一。外资及中外合资企业、民营企业的人才纷纷选择继续在现有公司岗位工作，换工作计划占比均从 60% 降至 40% 左右。央企 / 国企人才的活跃度也略有下滑，但仍有超过半数的人才有更换工作的意愿。

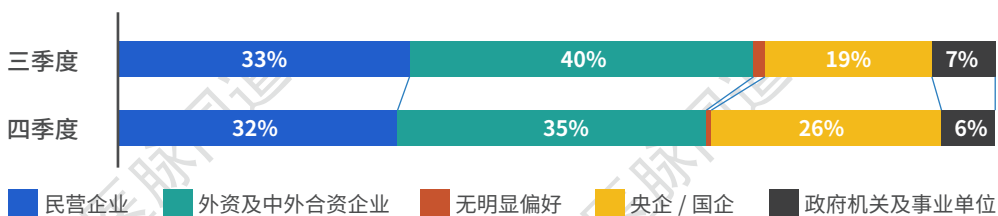
未来一季度候选人有无换工作计划 - 不同企业性质



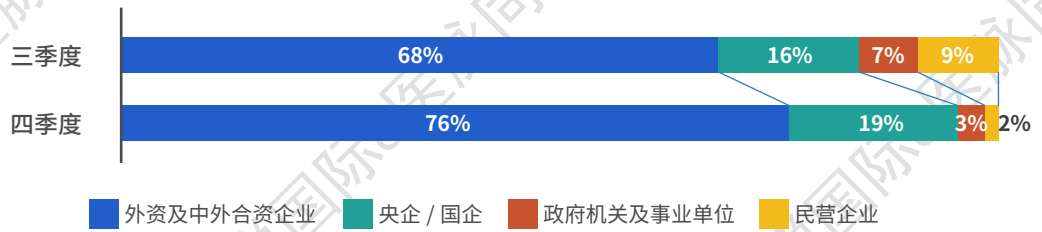
不同性质企业候选人跳槽考虑企业性质

从总体而言，来自不同性质企业的候选人对下一份工作的企业性质偏好显现出更为明显的“路径依赖”：有 76% 的外资及中外合资企业人选表示将继续选择外资及中外合资企业进行就业；有 57% 的央企 / 国企人才选择继续在央企 / 国企开展事业，此占比较上季度增加了 20%。与此同时，民营企业人选对央企 / 国企的意愿度涨幅也较为可观。

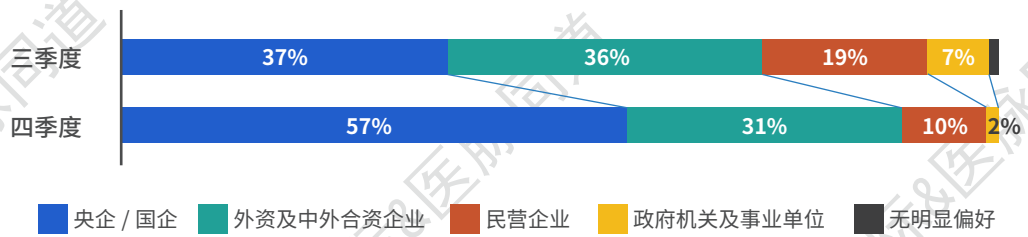
未来一季度候选人换工作考虑企业性质 - 民营企业



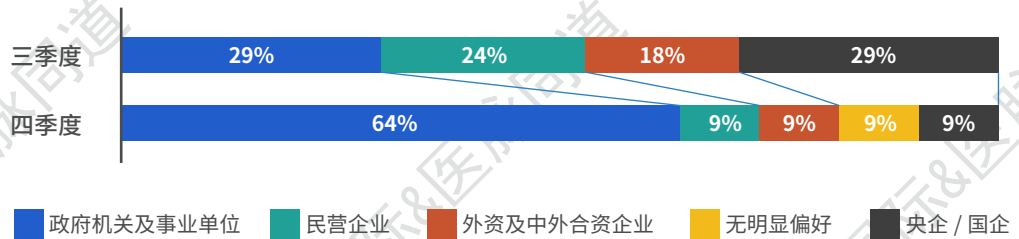
未来一季度候选人换工作考虑企业性质 - 外资及中外合资企业



未来一季度候选人换工作考虑企业性质 - 央企 / 国企



未来一季度候选人换工作考虑企业性质 - 政府机关及事业单位



MARKET FOCUS

市场聚焦

药企商业化团队 - 以变制变

01 商业化团队岗位需求变化

商业化团队可按职能划分为与购药主体如院方、院外零售方等直接沟通的前端销售职能及协同前台销售完成药品推广及营销的中后台支持职能。

变化概况：“精简、精益”引领商业化团队架构之变

药企利润承压，企业纷纷调整商业化团队。从整体岗位数量而言，与先前大规模扩张、以人力密集型团队为代表的时代不同，如今商业化团队多有精简之势，更多药企注重提升内部人效，提振团队效能。因此，无论是前端销售职能、还是中后台支持职能（市场 / 准入 / 项目 / 策略），其在商业化团队中的岗位设置、岗位需求层级也在复杂的外部市场环境中表现出新变化。不同类型企业表现各异：

外资企业：整体瘦身基调明显，前端岗位中间层需求减少

外资	前台销售职能	市场、准入等中后台支持职能
需求方向变化	老产品：开拓下沉市场需求 新产品：原有管线团队代管	政策方向：政务准入、政策解读需求 全局方向：药品全生命周期战略需求
需求层级变化	中间层（大区经理到区域总监）需求降低， 需求集中于高层与基础层岗位	需求偏向于中级管理层

外资药企正在积极找寻新的利润开发空间。分职能来看，前台销售职能中，原已有稳定收入的老产品线如今正在中国广袤的下沉市场中开疆辟土，三、四线城市的基层医疗市场成为销售业务新方向；销售管理方式也有所转变，企业如今推崇扁平化管理，使中间层销售岗位需求缩减。

而对于协同销售完成药品推广及营销的中后台职能岗而言，一方面，药品整体营销战略制定在利润承压的大环境下变得更为重要，如何跟随药品的全生命周期制定不同时期药品的定价、营销推广等策略是各药企的必修课，也使策略岗依旧存在缺口；与此同时，中国以医保支付为主体的医药购销大环境促使跨国药企越发重视医药相关政策方向的人才梯队建设，政务准入、政策解读等方向人才需求上扬。



新创平台：新产品团队搭建步伐谨慎

新创平台	前台销售职能	市场、准入等中后台支持职能
需求方向变化	总体自建团队需求减少，部分选择委托CSO进行药品商业化；目前需求集中于新产品的团队组建	全局方向：中央市场、策略岗
需求层级变化		需求偏向于中级管理层，理想人选应同时具备执行力与跨部门协作成熟度

新创平台企业战略更为谨慎，商业化团队搭建步调也越发缓慢。对于大部分新创平台而言，选择已有成熟的销售渠道与营销网络的合同外包销售组织（CSO）合作在如今显得更为稳健，因此，新创平台已没有以往踊跃的前台销售需求。但与此同时，企业仍保留了一些把控产品整体营销策略的中后台支持岗，如中央市场、策略方向。

民营企业：态势稳健，注重人效比

民营企业	前台销售职能	市场、准入等中后台支持职能
需求方向变化	需求稳定，不再大规模扩张	卓越运营：精益管理、数据分析方向
需求层级变化	一线岗位偏多，中高层相对稳定	需求偏向于中级管理层

与外资企业、新创平台相比，民营企业商业化团队整体业务稳健，在降本增效的主基调下，企业更看重现有团队的药品营销推广人效比，因此，卓越运营、数据分析等通过终端医药代表相关数据沉淀为现有销售团队提效赋能的职能方向释放出新需求。同时，在人才背景选择上，其更青睐于招揽有外资企业背景的高级人才。

02 商业化团队人才画像需求变化

前台销售职能

通用人才画像——不同企业各有侧重

通用画像		教育背景	工作经验	综合能力
企业类型	外资	大专 或本科及以上	相近或同领域产品推广经验、 团队管理经验	执行能力、大客户管理能力、策略能力、 沟通与表达能力
	其他		有外资工作或管理经验	
企业阶段	初创期		/	结果导向、拼搏精神
	发展期		团队搭建经验、 新产品推广经验	学术推广能力、稳定性
	成熟期		团队管理经验	稳定性、商业拓展能力
			成熟团队管理经验	

画像新关键词——合规、专业、灵活性

商业化团队前台销售职能的人才画像关键词悄然改变。在缩减前台销售岗规模的同时，药企对销售岗人才提出了更高的要求：伴随医药反腐持续推进、医药支付改革趟入深水区，前台销售岗的合规性、专业度、灵活性成为药企新的考核重点。

药企合规培训体系渐趋完善，医药销售及销售管理岗的合规意识越发受到企业关注，人选是否能在保持合规的同时，将药品相关专业信息及时、准确传递给用药相关主体，帮助医生等群体作出合理评估与筛选，成为医药销售代表及管理岗的专业必修课。

而对于所在产品线进入集中采购目录的前台销售岗而言，该药品剩余的市场份额成为新的角力场。在此背景下，院外零售药房、更为广阔的下沉市场等都成为前台销售岗潜在的新学术推广与营销的主要对象，候选人能否快速适应角色转变、适时改变推广策略，是考核这类人选的重要衡量标准。



中后台支持职能

通用人才画像——硬性门槛较前端更高

通用画像		教育背景	工作经验	综合能力
企业类型	外资	本科及以上 偏好医药专业	同岗位经验人选优先，部分企业 为销售管理岗开辟转岗通道	策略 / 准入能力、资源整合能力、跨部门 协作能力、政策敏感度、学习能力
	其他		有外资工作或管理经验	
			有相关资源为佳	

画像新关键词——前瞻布局意识、全局意识、跨部门协作能力

伴随药品全生命周期的缩短，越来越多的药企商业化团队在药品通过上市申请之前、甚至部分药品立项之初，便着手探讨与药品商业化相关的整体规划，如如何进行药品定价、是否选择医保准入、如何进行营销推广、如何在进入医保体系之前提升药品的可及性与覆盖率等多个重要决策问题，以在药品获批后迅速达到药品商业价值的最大化。这样的超前、协同布局打通了商业化团队中后台职能岗的角色分工，也对团队相关候选人的综合能力提出了新要求：全局意识、前瞻布局意识成为如今药品企业商业化团队致胜的重中之重。

与此同时，药企也更为看重候选人的跨部门协作能力与持续沟通能力。药品商业化是牵一发而动全身的长链条，无论是药品获批上市、药品的医保目录谈判、亦或是药品创新支付渠道开拓等，都需要多方力量的持续协调博弈，也需要专业人才从中协调权衡。具备较为扎实的内外部协作能力与沟通能力的候选人将成为药企持续青睐的人选。

03 商业化团队人才市场情况

整体概况

目前，商业化团队人才市场呈买方市场，从整体供需来看，如上文所述，企业端一方面减少了整体需求、同时也提高了对人选的相关要求，整体供大于求。而从实际情况来看，不同企业受自身产品情况、企业团队架构、企业现金流等多方面因素影响，对人选的具体画像差异也较为明显，使得人选与企业的匹配难度进一步增加，岗位招聘平均时间中位值可达 60-90 天。

不同职能代表岗位薪酬范围及薪资结构

前台销售职能

总体薪资范围及薪资涨幅



目前来看，销售职能的在职涨幅多在 5-15% 的区间，而跳槽涨幅维持在 5-20% 区间；但如今，平薪升职或降薪跳槽的现象增多。

薪资结构比较

从薪资构成来看，内资企业与外资企业的区别主要体现在薪资结构中的固定部分占比。一般而言，内资企业的固定部分占薪酬比重较低，其固定薪酬与浮动薪酬比例的占比通常保持在 0.5~1 之间，浮动薪酬占比往往高于固定薪酬占比；而外资企业的固定与福利部分占薪酬比重较高，其固定薪酬与浮动薪酬比例占比普遍大于 1。

影响薪资的主要因素

除去工作地区这一客观外部因素影响，候选人自身工作经验、候选人在推广产品与面向市场方面与岗位的匹配度都是影响最终薪资的要素。企业更愿意为具有管理经验、同类型产品推广经验及现有客户资源的候选人提供更有竞争力的薪资。

中后台支持职能

总体薪资范围及薪资涨幅



中后台支持职能在职年度普调涨幅维持在 3-10% 不等，而跳槽涨幅普遍在 15-30% 之间。与往年相比，如今选择降薪或平薪换平台的中后台职能人才比例明显上扬。

薪资结构比较

与前台销售职能薪资结构差异较大的情形不同，中后台支持职能的薪资结构划分在不同性质的企业并未展现出较大的差异。整体而言，外资企业的福利待遇更为完善，企业一般配有长期激励、补充公积金等各项员工福利。

影响薪资的主要因素

对于企业而言，在考虑候选人学历、目前薪资及工作经验等硬性素质之外，其也更为注重人选的多元化背景、良好的沟通能力及优秀的战略思维能力。

市场人才偏好

受内外部环境影响，近几年，药企组织架构调整较多，商业化团队人选流动频繁。部分人才流动实属无奈之举，多为所处企业有组织结构优化及岗位合并计划、推广产品及面向区域发生变化、或受合规管理影响。但也有部分人才选择主动跳槽，推广产品及面向市场、直属领导及所处企业平台、自身职业发展等都是这部分候选人考虑的重要因素。

从整体偏好来看，外企依旧是人才首选，初创企业、传统内资紧跟其后。营销类人才更看重企业的稳定性与企业平台规模。同时，内部制度的完善度、晋升机制、福利体系也越发成为人才的关注重点。



04 团队配置及招聘建议

药企自身形象：产品口碑、企业口碑、雇主品牌缺一不可

商业化团队作为药企产品与市场的直接沟通桥梁，所在药企的品牌影响力、行业口碑等因素都会直接影响到药品推广的最终成效，这些要素也成为商业化团队人才求职时的考虑重点。面对复杂的外部环境，如今，人才求职心态普遍更为谨慎，因此，企业可持续通过企业内外部多途径提升产品口碑、企业品牌力与雇主品牌力，提高优秀人才向心力。

团队人员配置：博采众长，集思广益

面对快速变化的市场环境，企业不妨尝试配置具有多元化背景的人才团队，如在中后台引入具有商业背景或其他领域工作经验的非医学人才。伴随行业边界不断模糊，不同领域人才的碰撞或许会为商业化团队带来新的突破与全新解决方案。

人才画像灵活度：秉要执本，抓住画像核心要素

与先前相比，如今药企的药品“寿命”大大缩短，留给企业找寻合适人选的时间也随之收紧。面对此情境，企业需提升选才的灵活度，优化人才画像，明确人才最为核心的能力要素，并围绕核心要素进行人才选拔，不再苛求于画像完全匹配，而需适时“抓大放小”。

科锐国际大健康业务

集团最核心的行业及版块之一

28 年深耕经验



300+
长期服务客户

200+
资深招聘专家

50+
细分领域及职能

行业	职能
化学药	高管
生物药	销售
器械	市场
设备	临床前研究
诊断	临床研究
医疗服务	医学
互联网医疗	注册

专注：深耕大健康行业，为处于不同领域及细分赛道的企业提供深入、有针对性的人才解决方案



Jessie Wei
魏金晶

📞 15001825578 (微信同)
✉️ Jessiewei@chinacareer.com

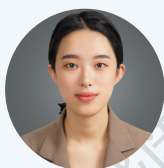
现任科锐国际大健康行业营销招聘团队总监，深耕大健康行业 12 年，负责企业中高管人才的搜寻、评估、招聘以及咨询工作。成功帮助企业完成多名 CEO、GM、CCO、营销副总裁、事业部负责人等岗位的招聘。



Rain Zhang
张红雨

📞 18510128546 (微信 :515871894)
✉️ Rainzhang@chinacareer.com

现任科锐国际大健康行业商业化方向资深经理，深耕大健康行业近 9 年，负责企业商业化中高管人才的寻访以及咨询工作。成功帮助多家客户完成准入、营销方向总监及以上级别岗位的招聘。



Lamis Tang
唐玉儒

📞 13646216954 (微信 :s101502027)
✉️ Lamistang@chinacareer.com

现任科锐国际大健康行业商业化方向管理顾问，深耕大健康行业 5 年，负责企业商业化中高管人才的寻访以及咨询工作。成功帮助多家客户完成政务、商务、营销方向总监及以上级别岗位的招聘。



Echo Zhou
周芯羽

📞 152216996067 (微信同)
✉️ Echozhou0@Chinacareer.com

现任科锐国际大健康行业医药营销板块管理顾问，专注医药营销方向五年，负责医药零售渠道管理、销售培训等中高端岗位的招聘工作。成功帮助客户完成全国零售总监，零售大客户总监，营销培训总监等岗位的招聘。

领先的大健康人才综合体

行业垂直、免费招聘、海量人才、智能推荐

助力大健康人才拿到更高质量的 offer 助力大健康企业更快找到合适人才

医脉同道，大健康人才及人力资源服务的垂类综合体平台，依托科锐国际 28 年大健康人力资源服务经验，整合人才、企业、学校、园区、资本等行业资源，开创全维度人力资源服务新模式。通过线上 APP、小程序、PC 端的企业人才交互，链接线下渠道商圈和资源，打造线上线下的招聘人才配置，围绕大健康企业 / 产业雇主品牌营销、大健康产业集群人才链基建、高端人才引进、校园招聘、付费社群、企业人力资源管理咨询等人才服务和产品，逐渐形成大健康行业人才全链解决方案。

医脉同道 6 大领先优势



3W+ 大健康企业 HR

20W+ 大健康职位发布
更受企业青睐



500W+ 大健康人才

每月 60W+ 人才活跃求职
更受行业人才欢迎



2W+ 大健康行业顾问

覆盖国内外高质量行业人才
高难度岗位轻松匹配



1500+ 行业私域社群

划分不同区域 / 职能
精准触达目标人群



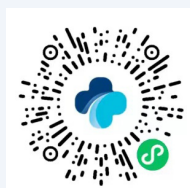
200+ 大健康高校联盟

覆盖 200+ 重点院校
链接 10W+ 高校毕业生



30+ 产业园区人才链

覆盖全国重点医药产业园区
链接园区、企业和人才



扫码体验医脉同道



扫码下载医脉同道 APP

