

最新医药规划员工作计划和目标(精选7篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

医药规划员工作计划和目标篇一

一. 在倡导公司制度做好每日计划与总结的前提，也是完成日事日毕的重要保障，每天写好每天所要做的工作，处理的事，对所做的情况做一总结，对没有处理好的事，紧接处理，尽量做到问题不推迟，尽最快解决。

二、我们的采购工作就是服务于生产，就是以最低的成本满足高质量严要求的生产所需辅料，一定要对要采购的辅料细心的分析，在做信价比，始终坚持做好以质论价，货比三家，多快好省的采购原则。

四、跟现场，逐步加强与各部门的沟通，严格控制采购时间和采购周期，保证各种辅料的购进科学合理，极力配合公司各项财产运营工作，当不同的物品及辅料进厂前，要及时的和有关部门做好协调与沟通。

五、要控制物品及材料入库的数量与质量，在购进物品与材料时发生质量、数量异常情况下，应立即采取紧急措施，并与供应商联系，和有关部门进行协商处理。

六学会主动与人沟通，交流:经常与车间，仓库，质检部的有关人员接触，这样便于自己了解产品，跟踪需要，减少工作失误，提高工作效率。

综上所述，在以后的工作中，我会更加努力地学习，不断地积累丰富采购经验，高标准严要求的完成各项工作，总之，所有的工作结果都与领导和同事们的帮助和支持分不开的，在此表示感谢，我们采购部是一个集体，今后一定会更加团结，齐心协力，共同进步，向同一个目标迈进——争取更大的进步！

医药规划员工作计划和目标篇二

在经过与业务员的大量沟通，业务员缺乏对公司的信赖，主要原因是公司管理表面简单，实际复杂，加上地区经理的感情及不合适的沟通措辞其他相关因素，造成了心理上的压力，害怕投入后市场进行新的划分、或市场的失控，造成冲货、窜货的发生，不愿意进行市场投入，将变为情感的销售，实际上，因为低利润的原因，这样的情况将可能持续到每个市场的润利润在10000以后才有所改变。

如果强制性的进行市场的划分，因为公司没有进行必要的投入、更没有工资、费用的支持，加上产品的单一、目前利润很少，并没有让业务员形成对公司的依赖、销售代表对公司也没有无忠实度，势必造成市场竞争的混乱，相互的恶性竞争，不仅不能拓展市场，更可能会使市场畏缩。

二、营销手段的分析：

在所有经营活动必须有一个统一的营销模式，而不是所谓的放任自流，凭借代理商的主观能动性去把握和操作市场，因为产品价格定位、产品用途的定位、同类产品的竞争分析等综合因素的考虑，更不可能期望于业务员替换单盒利润空间大的某个产品，事实上也是如此，与我来公司的前提出的以Otc□以农村市场为目标市场的市场销售定位为主、以会议营销实现网络的组建和管理，迅速提高市场的占有率。而依据业务员的自觉性来任其发展，公司只能听凭市场的自然发展，失去主动性。

三、公司的支持方面分析：

到现在为止，公司对市场支持工作基本上为0，而所有新产品进行市场开拓期，没有哪个企业没有进行市场的适当投入，因为目前医药市场的相对透明，市场开拓费用的逐步增加，销售代表在考虑风险的同时，更在考虑资金投入的收益和产出比例，如果在相同投入、而产出比例悬殊过大，代表对其的忠实度也过底。而比较成功的企业无疑在新产品进入市场前期进行必要的支持与投入。

四、管理方面分析：

新业务员及绝大部分业务员对公司管理存在较大的怀疑，几乎所有人的感觉是企业没有实力、没有中外合资企业的基本管理流程，甚至彼此感觉缺乏信任、没有安全感。

企业发展的三大要素之一是人力资本的充分发挥、组织行为的绝对统一、企业文化对员工的吸引及绝对的凝聚力。

在管理上要绝对公平和公正、信息反馈的处理速度和能力的机制的健全。而目前公司在管理问题上基本还是凭借主观的臆断而处理问题。

一、市场拓展和网络建设：

二、营销计划：

根据目前市场情况，应该确立以目前地区经理为主要负责人、网络拓展的基础的整体思想，仍然将市场定位在otc及农村市场上，必须加强对市场网络组建的要求，保障点面的结合工作。

2、在8月底前，要求全部代表进行必要的招商、招聘工作，要求在当地招聘，费用控制在内，公司用货物支持，对不能

配合的地区经理资格。对招商业成功的地区实行奖励，凡新开发的地区，一次性销售5件以上，给予1件的奖励。

四、管理建议

公司应该形成规范的管理，绝对避免给业务员造成管理混乱、动荡的错觉，明确一切销售活动都是为公司发展的观念，树立管理者的威信，明确目前是市场开发阶段，业务员并非能赚取多少利润的现状，让业务员全心投入；指定公司以otc会议推广销售的网络组建模式，再实现适当的微调，而不是放任自流。

我们要求公司做好如下的工作：

一、目标明确：

所有销售都是为公司服务，所有员工都是企业的资源，销售活动是为企业发展服务。无论销售公司的什么产品，都是属于公司。而全部的网络、人员本身就是公司的资源，应该充分利用此资源，进行整体营销售及管理。

二、分工仔细：

既然已经成立了营销售中心，应该将整个业务转移到，所有合同的管理、合同的审查、货款的催收、商业档案收集及管理、发货的确定等等，乐山只能作为特殊合同的审批、和后勤保障工作。

没有哪个企业销售中心根本不知道详细的发货情况、销售情况、回款情况的，这无论对市场的信息反馈还是市场控制都不利，营销中心对市场的决策主要信息来源为各种销售数据，如果失去这些数据，营销中心失去意义。

因此，具体要求为：

1、的智能：

负责全部的销售工作，乐山应该将全部的信息反馈直接转交到，进行必要的信息处理，而不是出现许多乐山事先进行处理、处理不下来后再让处理的局面，让业务员失去对企业的信任度。

2、乐山的智能；

要提供每天的销售信息，发货、回款信息，应该严格管理，对重大合同实现审批。只能作为后勤保障和问题的最终决断处理。

三、具体的要与安排：

1、召开一次全国地区经理会议，规定统一的市场运做模式，加强业务员对企业的信心，提高对企业的凝聚能力。

2、要求对市场进行细分、进行招商、招聘，费用有公司采取用药品冲抵的方法，减少公司现金的支出。

3、继续加大对市场的保护，要求统一销售价格。加大对市场的支持力度。

4、加强对合同和商业的管理。

医药规划员工作计划和目标篇三

1、根据历史数据及医院目前状况，与主管探讨目标客户销售增长机会

(1) 医院产品覆盖率及新客户开发

(2) 目标科室选择及发展

(3) 处方医生选择及发展

(4) 开发新的用药点

(5) 学术推广活动带来的效应

(6) 竞争对手情况

(7) 政策和活动情况

2、根据所辖区域不同级别的医院建立增长预测

3、与主管讨论

(1) 了解公司销售和市场策略，本地区销售策略

(2) 确定指标

4、分解目标量至每家医院直至每一个目标科室和主要目标医生

5、制定行动计划和相应的工作计划，并定期回顾

二、行程管理

(1) 根据医院级别的拜访频率为基本标准

(2) 按本月工作重点和重点客户拜访需求分配月/周拜访时间

(3) 将大型学术会议、科内会纳入计划

2、按计划实施

三、日常拜访

2、访前准备

(2) 制定明确的可实现可衡量的拜访目的

(3) 根据目的准备拜访资料及日常拜访工具(名片、记事本等)

(4) 重要客户拜访前预约

(2) 熟练使用产品知识及相关医学背景知识，熟练使用销售技巧

(3) 了解医生对产品的疑义，及时正确解除疑义

(4) 了解竞争产品信息

a□了解产品库存和进货情况

b□了解医院政策管理动向

c□了解竞争产品信息

d□与以上所有提及人员保持良好客情关系

4、拜访分析及总结

(1) 整理及填写拜访记录

(2) 拜访目标、销量达成情况分析

(3) 制定改进方案(smart)和根据工作计划

四、客户管理

1、目标医院

(3) 与目标科室主任建立良好关系，确保业务活动受到他们的支持

(4) 确保社保产品在医院社保范围内正常使用

2、目标医生

(1) 每月做目标医院、科室和医生的销售分析和计划

(2) 根据计划开展科室和医生的增量活动

五、市场及推广活动

1、及时认真和了解公司市场销售策略，如市场部活动季报等

2、举行科内会

(1) 按科室、产品制定科内会覆盖计划

(2) 按计划举行科内会，熟练运用讲课技巧和学术知识达到产品宣传目的

(3) 每月回顾科内会执行效果

3、执行大型学术会议

(1) 按科室、产品制定学术活动覆盖计划

(2) 按照覆盖计划邀请客户

(3) 会前准备、计划、分工

(4) 按照分工担任相应会议组织职责

(5) 保证被邀请客户到会率90%以上

(6) 会后总结、评估会议效果，提出改进建议和计划

(7) 按大型会议主题，与目标医生进行会前预热和会后的相关科会

六、更新专业知识，练习小型学术会议演讲技巧

2、练习演讲技巧，独立组织小型学术会议

4、认真学习理解公司提供的q&a资料，及时与目标医生沟通

5、将目标医生的问题及时反馈给公司，并追踪答复

七、档案管理

1、掌握医院基本信息，建立医院档案，并定时更新(每月)

2、建立目标医生档案系统

3、及时(每月)掌握和反馈目标医院产品销售及库存情况

4、建立科室销量跟踪系统

5、建立科会和学术推广活动覆盖目标医生的计划和统计档案

6、及时反馈竞争对手的基本销售状况(如促销手段、临床宣传方法、销量等)

八、销售会议

2、月会、季度会：有数据支持及分析的业务回顾和工作计划

(1) 销售数据回顾

(2) 业务活动总结回顾

(3) 竞争产品信息

(4) 阶段销售计划

(5) 经验分享

医药规划员工作计划和目标篇四

新开发了广东、广西、云南、湖北、湖南、北京、天津、江苏、安徽、辽宁、河南、山西、内蒙、浙江、新疆等省，完成了地区经理的招聘、考察工作，达到了网络布点的效果，为下半年的点面发展奠定了一定的基矗。

2、市场控制：

通过公司的大力支持，关闭了太和市场，保证了销售价格的上升，释放了市场开拓费用，基本上遏制了低价冲货、窜货、为市场的进一步发展提供了保障，也给以前老业务员提供了一定的信心，市场在稳定发展。

3、费用与货款回收：

上半年年公司销售费用除了一次武汉会议、武汉试点会议费用、出差费用外，公司对市场投入较少，但货款回收基本上实现了60天内90%以上。

20xx年全年计划销售70万盒，力争100万盒，需要对市场问题进行必要的分析，对进行更细致的划分，并进行必要的工作指导和要求。

目前市场分析：

目前在全国基本上进行了点的销售网络建设，但因为零售价格过低，18.00元/盒，平均销售价格在11.74元，共货价格

在3—3.60元,相当于19—23扣,部分地区的零售价格在17.10元/盒,因为为新品牌,需要进行大量的开发工作,而折合到单位盒的利润空间过小,造成了代理商业或业务员不愿意投入而没有进行必要的市场拓展。

医药规划员工作计划和目标篇五

目前,全国都正在进行着医药行业的整改阶段,但只是一个刚刚开始阶段,所以现在还处在一个没有特定的规章制度之下,市场过于凌乱。我们要在整改之前把现有的企业规模做大做强,才能立足于行业的大潮之中。

现在,各地区的医药公司和零售企业较多,但我们应该有一个明确的发展方向。现在是各医药公司对待新产品上,不是很热衷。而对待市场上卖的开的品种却卖的很好。但是在有一个特点就是要么做医院的品种买的好,要么就是在同类品种上价格极低,这样才能稳定市场。抓住市场上的大部分市场份额。现在,医药行业的弊端就在于市场上同类和同品种药品价格比较混乱,各地区没有一个统一的销售价格,同样是炎虎宁各地区的和个生产厂家的销售价格上却是不一致的,这就极大的冲击了相邻区域的销售工作。使一些本来是忠诚的客户对公司失去了信心,认同感和依赖性。

以前各地区之间穿插,各自做各自的业务,业务员对相连的区域销售情况不是很了解,势必会对自己或他人的销售区域造成冲击。在药品的销售价格方面,在同等比例条件下,利润和销货数量是成正比的,也就是说销量和利润是息息相关。

总结这一年,可以说是自己的学习阶段,是xxx和xxx给了我这个机会,我在单位大家都当我是一个小老弟,给予了我相当大的厚爱,在这里道一声谢谢。

自从做业务以来负责xxx和xxx地区,可以说xxx和xxx把这两个非常好的销售区域给了我,对我有相当大的期望,可是对

于我来说却是一个相当大的考验。在这过程中我学会了很多很多。包括和客户之间的言谈举止，自己的口才得到了锻炼，自己的胆量得到了很大的提升。

可以说自己在这一年中，自己对自己都不是很满意，首先没能给公司创造很大的利润，其次是没能让自己的客户对自己很信服，有一些客户没能维护的很好，还有就是对市场了解不透，没能及时掌握市场信息。这些都是我要在xx年的工作中首先要改进的。

xx年，新的开端□xxx既然把xxx□xxx□xxx□xxx□xxx五个大的销售区域交到我的手上也可以看出xxx和xxx下了很大的决心，因为这些地区都是我们的根据地。为我们公司的发展打下了坚实的基础。

- 1、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。
- 2、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息，包括货站的基本信息。
- 3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

1□ xxxx

xxx地区商业公司较多，都是一些较大的具有潜力的可在开发型客户资源，现有商业公司属于一类客户，较大的个人属于二类客户，个人诊所属于三累客户。这几类客户中商业公司仍需要xxx的大力帮助。帮我维护好这些客户资源在一点点的转接过来。

2□ xxxx

润。我应该经常的在当地的货站，药店等周边找寻新的客户资源，争取把各地区的客户资源都超过百名以上。

3□xxxx

xxx地区距离沈阳较进，货物的价格相对来说较低，只有经常的和老客户沟通，才知道现有的商品价格。这样才能一直的拉拢老客户。在新客户的开发上，要从有优势的品种谈起，比如xxx□还有就是xxxx方面。还有就是当地的商业公司一定要看紧，看牢。

4□xxx

xxxx地区，一直不是很了解，但是从侧面了解到xxx地区是最难做的一个地区，但是这也是一个足够大的挑战。商业是很多，可是做成的却很少。这是一个极大的遗憾。在这一年中一定要多对这些商业下手才能为自己的区域多添加新鲜的血液。

5□xxx

属于xxx区域，此区域有一些品种要及其的注意，因为是属于xxx的品种，但是我会尽最大的能力去开发新的客户资源，虽然说这个地区不好跑，但是我也一定要拿下。没有翻不过去的墙，走不过去的茨。

结合以上的想法，下面是我今年对自己的要求：

1、每月要增加至少15个以上的新客户，还要有5到10个潜在客户。

2、每月一个总结，看看自己有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。并及时和内勤沟通，得到单位的最新情况和政策上的支持。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对所有客户的都要有一个很好的工作态度，但是对有一些客户提出的无理要求上，决不能在低三下气。要为公司树立良好的形企业形象。

5、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做事，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

6、要对公司和自己有足够的信心。拥有健康、乐观、积极向上的工作态度，这样才能更好的完成全年任务。

7、与其他地区业务和内勤进行交流，有团队意识，这样才能更好的了解最新的产品情况和他们方式方法。才能不断增长业务技能。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向其他的业务员探讨，和xxxx研究客户心里，共同努力克服，为自己开创一片新的天空，为公司做出自己最大的贡献。

医药规划员工作计划和目标篇六

一、加强领导，健全班子。

为加强对中医药健康管理服务工作的领导，医院成立基本公共卫生服务工作领导小组和中医药健康管理服务工作领导小组，由医院分管负责同志任组长，相关职能科室负责人为小组成员，分别负责对全镇上述两项工作的宣传、组织、管理、检查和指导，确保服务项目的顺利实施。同时，组建中医药健康管理服务工作技术指导小组，由中医科科长任组长、公共卫生科科长任副组长。公共卫生科儿童保健医师和老年保

健医师为工作责任人，医院服务团队成员和乡村医生直接参与各村中医药健康管理服务工作。通过完善中医药健康管理服务制度，明确各个环节在健康管理服务工作中的职责，使中医药健康管理服务的技术规范在我镇得到有效执行，中医药健康管理服务工作的乃至整个基本公共卫生服务项目的社会效益得到发挥。

二、注重培训，提升能力。

训，做到医院服务团队成员、全体乡村医生和全体公共卫生服务人员人人参加培训、人人考试过关、人人能够独立开展中医药健康管理服务。使中医药健康管理服务成为低成本、易实施、疗效好、受欢迎的优势项目和特色项目。20xx年，我镇中医药健康管理服务专题培训不少于4次，每次均按照有通知、有签到、有课件、有影像、有考试、有小结的要求进行，重在解决问题，决不流于形式。同时，通过阅读专业书刊、参加上级培训和到村现场指导等方式方法，努力提升全员业务水平和服务能力。

三、形式多样，开展健教。

协调老年保健、儿童保健和健康教育等诸多环节，充分利用健康教育与健康促进工作的现有平台和有效手段，将0-6岁儿童和65岁以上老年人中医保健知识列入健康教育与健康促进内容。计划通过健康讲座、健康咨询、健康知识入户等多种形式，让中医保健知识进学校、进商场、进机关、进家庭，积极营造了解中医、拥护中医、积极参与和自觉接受中医药健康管理服务的良好氛围。

四、考核督导、常态管理。

公共卫生科对全镇基层各卫生室实施中医药健康管理服务现场督导每月不少于一次，督查覆盖率100%。督查时主要对工作进度、工作质量、群众满意度和电子档案录入情况进行抽

查，及时发现和纠正工作中存在的问题，通过常态化管理，保证工作的真实性、规范性和时效性。每次现场督导必须有有效的现场督导笔录，并存入工作档案。

公共卫生科对各村卫生室中医药健康管理服务工作每季进行一次考核。考核结果与基本公共卫生服务绩效挂钩，作为发放基本公共卫生服务费、奖惩和年终评先选优的依据之一。

在新的一年里，我们还将对镇村两级中医健康管理服务档案工作进行探索。对相关基础信息进行调查摸底，对工作中形成的各种表册做好收集、整理、统计、分析、报告和归档工作，建立和完善中医药健康管理服务工作软件体系。

五、咬定目标、整体推进。

1、掌握辖区内65以上老年人口现状，为65岁以上老年人提供1次中医药健康管理服务，内容包括中医体质辨识和中医药保健指导。

（1）中医体质辨识。按照老年人中医药健康管理服务记录表所列33项问题采集信息，根据体质判定标准进行体质辨识，并将辨识结果告知服务对象。到本年末完成中医药辨识3500人，并将结果录入电子档案系统。

（2）中医药保健指导。根据不同体质从情志调摄、饮食调养、起居调摄、运动保健、穴位保健等方面进行相应的中医药保健指导，计划完成3500人。

（1）向家长提供儿童中医饮食调养、起居活动指导；

（3）在18、24月龄传授按揉迎香穴、足三里穴的方法；

（4）在30、36月龄传授按揉四神聪穴的方法。

3、做好中医药健康管理服务资料的收集与录入工作，并及时向当事人书面反馈服务结果，对偏颇体质者进行病因分析、治疗与保健指导。

中

为了充分发挥中医药在初级卫生保健中的作用，为农民提供安全、有效、便捷、经济、适用的中医药适宜技术服务，满足当地群众对中医药防治疾病的要求，切实增强中医药服务能力，继续加强和巩固振兴中医药事业建设成果，按照《湖南省全国农村中医工作先进县建设标准》，结合我镇实际情况，特制定本年度中医药工作计划。

1、在上级主管部门领导下，我镇成立振兴中医药事业领导小组，我院也相应成立中医药工作领导小组，并设立中医管理科和中医药适宜技术推广工作领导小组，中医药日常事务由负责（包括中医医疗质量、医疗文书书写、中药药品质量的监督，负责对村卫生室的管理和技术指导及业务知识培训等）。

2、继续加强业务知识培训。根据《20xx—20xx年湘潭县基层常见病多发病中医药适宜技术推广项目实施方案》文件要求，积极组织中医药人员和乡村医生参加县卫生局举办的中医药适宜技术推广培训班，不断引进和推广中医药适宜技术，并在工作中至少引进4项中医药适宜技术，同时在村卫生室和乡村医生中广泛推广应用。医院定期举办中医药学术活动业务讲座，组织全镇中医药人员学习。

3、加强中医专科专病建设

继续巩固和发展负责的中医糖尿病专科、负责的中医骨伤科，并新增负责的针灸理疗科，更加体现中医特色优势，以提高病人量，获得良好的社会效益和经济效益，扩大中医药在当地群众中的影响。

4、加强中医医疗文书的规范和管理。要求中医人员运用辨证论治诊疗疾病，按照中医病历规范书写门诊和住院病历，促进中医业务水平的提高和进步。

5、继续加强对村卫生室的管理，加大对村卫生室的扶持力度，

促进村卫生室队伍的壮大，扩大村卫生室的覆盖面，初步建成网络健全的村级卫生保健体系，同时定期下村督查，包括对其医疗文书、药品质量、环境卫生、技术操作、中医药适宜技术推广应用的业务指导和考核，发现问题及时提出整改意见。

6、继续加强对中药房、中药仓库、中药炮制室的建设和管理，定期督查，抓好中药饮片质量，做好规范化药房的保持巩固工作。

7、加强中医药预防保健知识宣传工作。每季度以宣传栏的形式宣传中医药防治传染病和农村多发病常见病，提高当地群众对中医药防治疾病的认可。

8、督促中医管理科履行职责，监督全镇中医药人员做好各项工作，配合医院做好资料收集、整理、上报等各项任务，并及时完成上级布置的相关任务。

相信通过我们的不懈努力，将不断提高我院中医药人员和村卫生室、乡村医生的中医药专业技术水平和防病治病能力，把今后的中医药工作做得更加扎实，为振兴中医药事业、提高农村常见病多发病治疗效果、解决当地群众“看病难，看病贵”的难题做出更大的贡献。

医药规划员工作计划和目标篇七

20xx年积极深化医改中医药工作，加强中医药人才培养引进，全面提升医疗机构中医药服务能力，促进中医药事业繁荣健

康发展，为十三五良好开局打下坚实基础。

（一）推进中医药参与分级诊疗制度建设。积极推进区中医院与我院建立医疗联合体。推进中医诊疗模式创新试点，探索形成中医综合诊疗模式。

（二）鼓励举办只提供传统中医药服务的中医门诊部。

（一）推进中医药基础设施建设，改善区就诊环境和提高医院服务能力。

（二）加强医院内涵建设。继续实施“进一步改善医疗服务行动计划”，改善就诊环境，提升服务质量，减少医患纠纷的发生。开展中医药特色优势考核监测工作。加强医疗文书管理，开展医疗文书书写专项检查。

（三）加强中药处方质量管理。依据《重庆市中药饮片处方专项点评指南》，督促开展中药处方专项点评工作。规范中药合理使用，严控中药占比，各级医疗机构总药占比控制在50%内（西药药占比另行下达）。

（四）加强中医重点专科建设。

（五）推动中医服务能力提升，完成中医住院病区 and 标准化中药房建设；

（六）全面完成“全国基层中医药工作先进单位”创建工作，年底前完成评估验收。

（一）加强中医药人才培训。完成中医临床骨干培训、西医学习中医培训、中医护理培训、中医标准化培训、中医管理培训、中医全科医师和规范化培训。

（二）加强名老中医药专家传承工作，督导中医“师带徒”

工作。

（三）加强区中医药适宜技术推广工作。能够运用6种以上中医药技术方法治疗基层常见病、多发病，乡村医生能够运用4种以上中医适宜技术治疗基层常见病、多发病。

（一）做好重大传染病中医药防治工作，提升应对突发、新发传染病能力。

（二）做好重庆市基本公共卫生服务项目的中医药健康服务工作。

（三）加强中医应急能力和标准化建设，提升中医急救救治能力建设。

（四）积极发展中医健康产业。探索中医参与养老、保健、养生等健康产业新模式。