

IVD 江西市场具体开发策略如下：

1、拓宽产品线，搭建强力团队。

设立江西公司，全面承接总代理，下设直销、分销、产品、售后服务四个团队，以分销产品为主、直销为辅，分别专注于不同板块业务，发挥自身营销优势和地区生态优势，做大江西的市场占有率。

2、打好组合拳，做优终端服务。

突出“试剂+检测仪器”的组合配套竞争优势，加上对中标企业中，医院有自主选择权。我们要发挥江西合作伙伴地方政治生态优势，重点围绕省前 10 强三甲医院，以配套齐全、服务优质、反应高效胜出。

3、定标居家检，抢占社区市场。

未来的体外检测（IVD）市场，一方面下沉社区，一方面检测靠前，越接近消费端，体量和规模以及利润都非常丰厚。省社区健康驿站项目，覆盖全省 21000 个社区，要利用这次合作契机，积极下沉社区、抢占居家检市场。

4、依托大数据，升级开发模式。

近年来，大数据解决方案和大数据分析工具开始在医疗卫生领域得到广泛应用。依托大数据的商业等保措施以及云数据集中管理需要，优先锁定与体外检测相关的双向转诊、远程检验、远程影像、远程心电等云端业务，集中放大与圣湘合作的第三方医学实验室的消费规模，从而做大销售额。

5、搭建供应链，整合销售流量。

大多数体外检测（IVD）市场的贸易公司，销售额体量基

本上集中在几百万到 2000 万之间，不能做大的原因一方面受限于渠道，更多的受限于资本。我们可以搭建供应链管理公司，以控股和参股的形式提供供应链融资，整合销售流量。

6、组建大联盟，共享代理平台。

依托 IVD 大会的影响力以及代理产品市场的覆盖面，以新公司联合发起江西 IVD 联盟，共享代理平台提供的产品代理协同、技术服务支持、产业资本扶持以及医学中心、商业路演等多项目的支持。把做产品的代理群体集合，形成论坛、沙龙、线上等多营销生态，促进市场覆盖。