



**TOTEMLIFE**

Investment Proposal

# 招商 计划书

中国微生物领军企业  
致力于人类免疫事业奉献



/ 目录 /

# Investment proposal

① 时代背景分析

---

② 企业及产品介绍

---

③ 招商模式概述

---

④ 渠道回报

---

[1]

# 时代背景分析

PROJECT DESCRIPTION

Analysis of the background of era



## 健康中国2030行动

鼓励“非药物治疗”  
重视患者生存质量

## 微生物行业前景广阔

行业学术会议百花齐放  
同时临床多项试验论文开展



## 医学的三次革命

### 第一次革命

治疗医学（30年代到50年代）

以传染病、寄生虫病和地方病为主要防治对象

### 第二次革命

预防医学（20世纪70年代）

以慢性非传染性疾病为主攻目标，主要是心脑血管系统疾病、恶性肿瘤、糖尿病、精神系统疾病和意外伤害

### 第三次革命

健康医学（20世纪70年代后期）

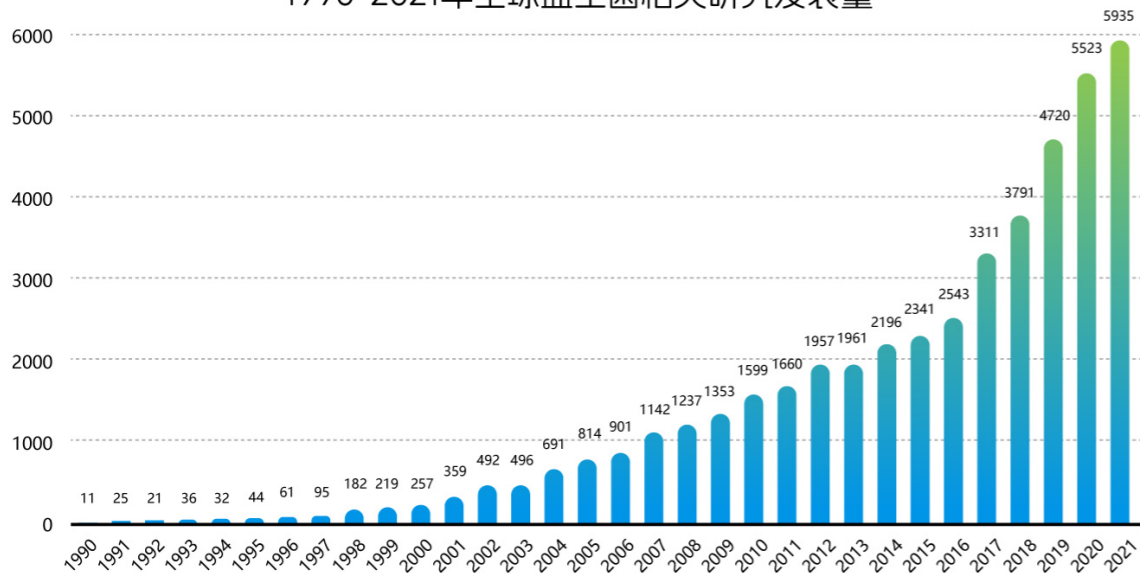
以提高生命质量、促进全人类健康长寿，  
进一步实现WHO倡导的人人享有卫生保健的目标

# 肠道微生物行业 千亿级蓝海市场

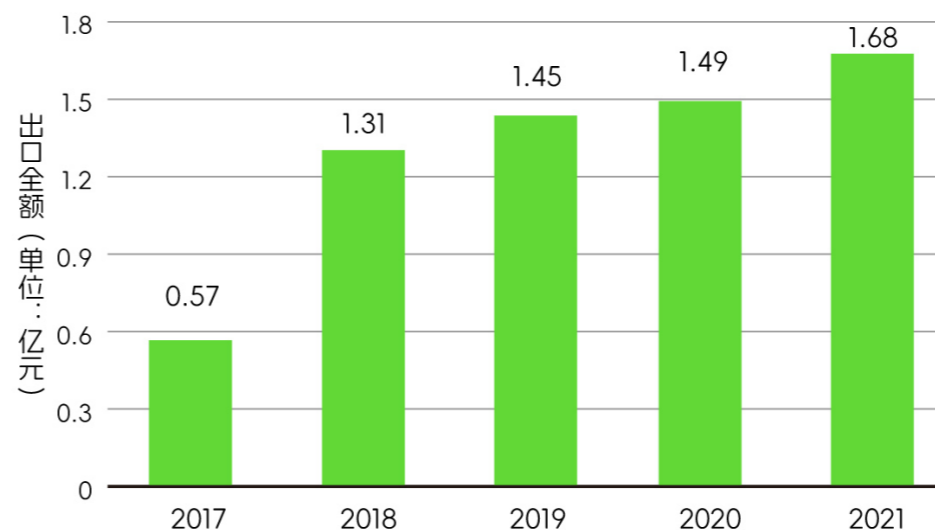
微生态行业是目前健康行业的蓝海市场，随着“产学研”融合的不断高度发展，益生菌市场规模不断扩大，也吸引了众多药业公司以及投资者的目光。

以下数据摘自《2022益生菌白皮书》：

1990-2021年全球益生菌相关研究发表量



2017-2021年中国益生菌行业出口金额走势情况



市场消费观念导向：具备临床循证医学证据、选择有专利的菌株、注重活菌数

[2]

# 企业及产品介绍

PROJECT DESCRIPTION

Introduction of enterprises and products

## 中国微生物制剂原研企业

图腾至今已有40年历史，创始人张季阶教授在1983年9月发现新菌株“脆弱拟杆菌BF839”，随着不断深入研究，在1992年创立“大连图腾研究所”。其后，随着不断发展，图腾开辟多条产品线，并利用互联网传播，扩大品牌影响力。

## 多项世界级发明专利

目前研发专利包括，脆弱拟杆菌BF839（专利二代益生菌）、朱红硫磺菌ttys-997、鼠李糖乳杆菌TT-628、乳酸乳球菌乳亚种AD-839、格氏乳杆菌TTYS-839

## 与三甲医院深度合作

同时，与国内多家三甲医院开展临床研究项目，主要涉及肿瘤、神经系统、代谢系统及自身免疫疾病领域。其中，临床试验数据获得专业人士认可，并在医疗行业具有一定的口碑效应

产、学、研、深度融合  
深耕肠道微生态领域四十余年  
多项世界级发明专利  
独家二代菌株 [ZGPI]

## 专利菌株

脆弱拟杆菌BF839  
专利号：202010982585.7

朱红硫磺菌ttys-997  
专利号：202110288535.3

鼠李糖乳杆菌TT-628  
保藏号：CGMCC NO.21611

乳酸乳球菌乳亚种AD-839

格氏乳杆菌TTYS-839  
专利号：202110288581.3

纾正  
风之友  
怡唐舒  
植精元

营养代谢

图腾益生菌多肽  
图腾益仙  
图腾益生液  
益美芭  
贝悦思

中枢神经

图腾益生菌多肽  
图腾益生液  
硫磺菌人参饮  
益美玑

免疫系统





## 图腾益生菌多肽

售价：560元/盒/10克\*10袋

适宜人群：

癫痫、肿瘤、自闭症及自免性疾病



## 图腾益生液

售价：1680元/盒/20mL\*30瓶

适宜人群：

癫痫、肿瘤、自闭症及自免性疾病



## 图腾益仙

售价：560元/盒/10克\*10袋

适宜人群：

癫痫、自闭症及自免性疾病



## 硫磺菌人参饮

售价：880元/盒/50ml\*15瓶

适宜人群：

肿瘤



## 益美芭

售价：850元/盒/10克\*10袋

适宜人群：

帕金森、阿尔兹海默症



## 贝悦思

售价：698元/盒/8克\*10袋

适宜人群：多动症、抽动症、

认知功能障碍、惊厥



## 纾正

售价：329元/盒/10克\*10袋

适宜人群：

腹泻、便秘、偏食、厌食、  
睡眠以及体质差等



## 风之友

售价：679元/盒/10g\*10袋

适宜人群：高尿酸（包括痛风）

及肝肾代谢损伤



## 怡唐舒

售价：液体729元/盒/15瓶\*50ml，  
粉剂529元/盒/15袋\*10g

适宜人群：

糖尿病、肝肾代谢损伤，以及糖尿病足、  
下肢动脉硬化、视网膜病变并发症



## 益美玑

售价：782元/盒/10g\*10袋

适宜人群：

银屑病、红斑狼疮



## 植精元

售价：3500元/盒/20g\*42袋

适宜人群：肥胖、高血糖、高血压、  
高血脂、高尿酸、肿瘤

## 创始人简介

PROJECT  
DESCRIPTION

图腾的创始人为张季阶教授，他生于1925年，山东省梁山县人。大连生物工程研究所所长，辽宁省医药生物工程研究所研究员，专家组专家，国际企业出版社科技专家顾问、香港科学院顾问。



## 早期研发历程

脆弱拟杆菌（*Bacteroides fragilis*）BF839是1983年9月张季阶教授从健康婴儿体内分离出的一株革兰氏阴性短杆菌，是人体的肠道源生菌，无副作用和兼容性问题，以发现时间命名为“脆弱拟杆菌BF839”。这项创举带来了划时代的意义，填补了国内外空白。

## 发展大事记-1990

《光明日报》头版刊登“新华社”记者杨溥涛拍摄的介绍张季阶教授和由他研制的能增强人体生长发育和提高免疫力的“华星一号”菌株的图片新闻；

“BF-839”（脆弱拟杆菌）被“中国微生物菌种保藏管理委员会普通微生物中心”以CGMCCNO.0157号登记入册保存30年；

《新华通讯社》的《国内动态清样》第1967期（机密）发表由《科技日报》记者李喜根、《新华社》记者张学全合写的文章“‘华星一号菌株’开发工作急待扶持”；

### 1991年

在北京人民大会堂  
举行了“BF839图腾益生液”新闻发布会

### 1992年

大连市科委正式批准  
成立“大连图腾生物工程研究所”。

### 1995年

脆弱拟杆菌BF839  
获批国家专利

1997年，国家卫生部下达新资源食品批文  
荣获“美国爱迪生发明中心”颁发的世界优秀专利（技术）批准入美国转让证书（金质奖）。  
张季阶教授的科研成果被入选英国剑桥《世界名人录》

**2000年**  
张季阶论文发表

**2015年**  
28代菌体培养成功

**2019年**  
与广医二院进行深入临床合作，  
包括癫痫、自闭症、阿尔兹海默症、帕金森、银屑病、肿瘤等

## 2021年-7月

使用脆弱拟杆菌BF839辅助干预47例难治性癫痫（平均使用3.8种抗癫痫药物），干预后4个月反应率为61.1%（发作减少 $\geq 50\%$ ）

## 2021年-11月

发表银屑病论文《脆弱拟杆菌BF839治疗寻常型银屑病：一项单臂、开放初步临床试验》：证实脆弱拟杆菌BF839对银屑病有一定疗效，可降低PASI评分及药物使用率

## 2021年-12月

与深圳儿童医院合作，进行癫痫随机双盲对照实验招募及临床，入组基线特征为平均用药6种，属于超级难治癫痫

## 2022年-4月

脆弱拟杆菌BF839可以改善自闭症小鼠的学习和社交能力，可能成为治疗脆性X综合征及孤独症的新工具

## 2022年-5月

由深圳儿童操德智团队进行的一项癫痫临床试验论文发表《脆弱拟杆菌BF839辅助治疗儿童药物难治性癫痫的随机双盲对照临床研究》，入组患者的基线特征为平均6种药无效，实验组有效率为28.3% (发作减少 $\geq$ 50%)

## 2022年-7月

给予单独口服BF839启动治疗有效率为73.33% (一年无发作)。这是首次报道早期单独应用肠道菌群制剂可有效治疗“可能的自身免疫相关癫痫”，由于其较低的不良反应及对共患病的改善，还可作为诊断性治疗工具使用



[3]

# 招商模式概述

PROJECT DESCRIPTION

Overview of investment promotion mode

# 总则

## General Principles

### 目的

- 1.在诚信平等、合作共赢的基础上，整合双方优势资源共同开拓市场。
- 2.加强对全国代理商统一管理，规范日常合作流程，确保销售环节顺利开展。

### 适用范围

- 1.本指南适用与省级代理商、市级代理商和特约渠道代理商。

### 代理商资质要求

- 1.代理商应具有独立的法人资格，具备诚信、守诺、敬业、进取的精神特质。
- 2.代理商应具有良好的商业信誉，在相关行业无不良口碑。
- 3.代理商应具有良好的管理能力，可以有效组织日常经营活动，保证市场销售行为的顺利开展。
- 4.代理商应具备足够的渠道资源，可以快速开展授权区域内的销售活动，并完成考核期销售业绩要求。

Jun

Jul

Aug

Sep

Oct

Nov

Dec



# 要点

key  
point

01

## 渠道商要求

医药/医疗/特医食品/保健品销售公司/基因检测公司/健康管理机构/省市保健或相关行业协会/私立诊所、门诊或医院（自有用户群体或有资源开拓用户群体）

☆具有有成熟销售团队和管理经验  
☆合法成立有效续存经营良好企业

协议合作期18个月

合同签订的前6个月为考核期

包括小程序及院内药房销售

（小程序外销售可总部测算或渠道商提供结算单上报销售数据）

完成转为正式渠道合同授予服务商证书及牌匾



02

# 02 服务商的 重要作用

The Important Role  
of Service Providers

## 患者

降低治疗费用/减轻治疗痛苦  
缩短治疗时间/提高康复质量

## 医生

前沿的治疗理念/更高效的产品  
提高患者的治愈率/增加患者信任度

## 企业

将宣传费用实实在在让利给患者，  
在诚信平等、合作共赢的基础上，  
整合双方优势资源共同开拓市场

## 服务商

双赢/依靠靠谱的产品获取医生信赖  
为众多患者谋取性价比更高的治疗方式  
实现自身价值

# 企业政策支持



## 品牌营销宣传支持

产品手册/折页物料/产品宣传话术/科普动画宣传片

## 临床科研试验论文支持

科研临床数据，将为渠道商的营销市场开拓铺垫，提供必要的支持。

## 品牌背书/品牌广告宣传支持

将在数字化媒体、合适的线下场景，做广告媒体投放宣传，为渠道商销售赋能，减少营销成本。

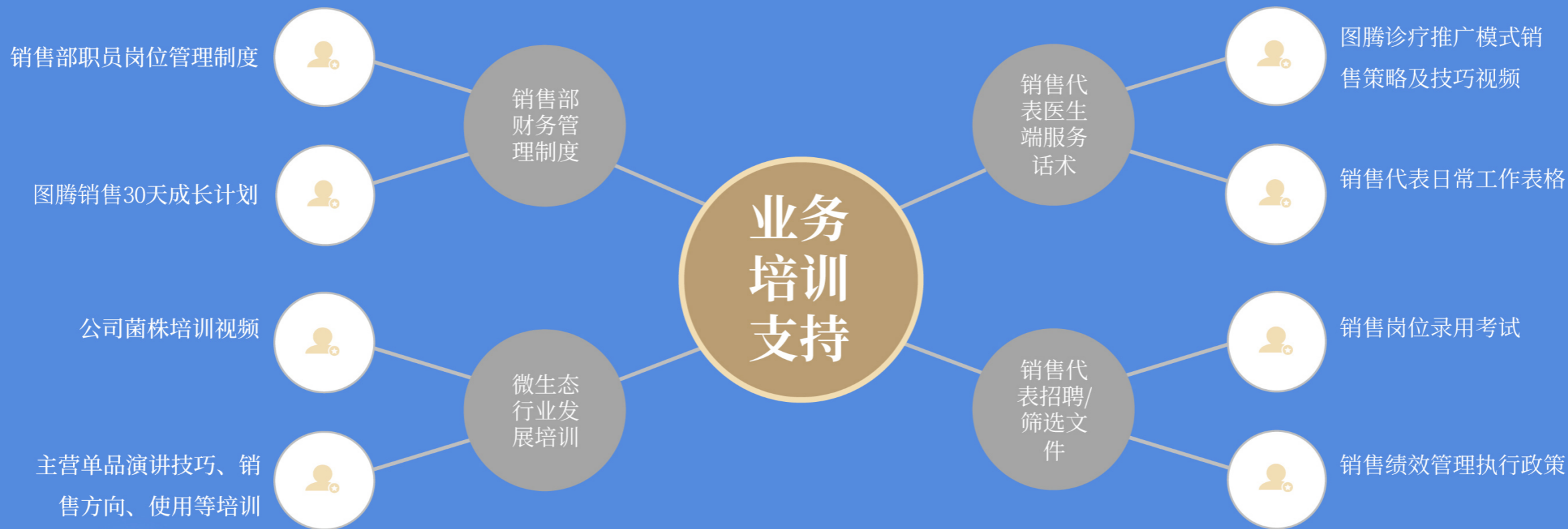
## 临床科研扶持

渠道商推动当地医疗机构应用图腾研发的菌株做相关科研课题并发表论文，将依据渠道商当年的整年销售额的 3% 奖励公司产品。

根据公司总部出具的产品真实世界研究方案，推动管线医生做临床研究病例观察，并在同意公开数据中获取到患者的临床对比医疗数据，对于推动销售具备重要意义。公司将根据符合标准的真研名额及用量，按照终端定价15%配比产品补贴渠道商。

在初期合作协议达成后，首月根据代理商上报的销售计划，以预计的销售额5%配比相关引流产品做营销破冰以及管线开拓。

# 销售代表业务培训



**TOTEMLIFE**  
Investment Proposal

# 渠道商学术/业务推广支持

联系医生参会，  
并与医生沟通 相应演讲题目，  
选一名销售代表  
好其他工作人员做会议主持

渠道商

公司总部

- 会议方案制定
- 会议流程输出
- 会议演讲内容审查及优化
- 会议危机预案
- 会议海报物料等制作
- 会议启动前预演培训
- 会后运营/销售数据总结
- 会议视频剪辑

## 学术会议支持

在学术会议启动前，公司将帮助渠道商具体分析当地的医疗体系资源，快速推出相应的会议方案，减少试错成本和时间成本，并在关键环节把控学术内容以及环节接洽问题，保证会议顺利进行。

## 策划/运营服务支持

产品宣传文案输出	产品营销推广策略	易拉宝、折页等物料制作设计
公众号发布维护	销售/客服朋友圈内容输出	不同场景下，销售/患者/医生端的宣传内容输出
营销节点活动策划方案设计及执行	使用病例总结整理	销售端营销工具制作
销售及客情服务话术	项目落地执行方案策划	终端客户营销管理策划

在日常的销售过程中，为了更好地向医生、销售、客服赋能，调动产品销售节奏，应在相应环节做内容输出，加强用户对品牌以及产品的认知。



客服支持		
日常客户病情跟踪及记录	维护客情并跟踪销售	处理客户咨询、投诉等
节日活动通知	配合销售、策划跟进患者病情资料	及时沟通退换货等事宜

客服岗位作为整个营销链条中的关键岗位，  
在对于销售额的推动以及与销售岗位的配合是紧密相关的。

## 仓储物流支持

产品进货转运服务	由工厂生产后运输至指定仓储位置以及各仓库间的调转运输费用。
产品仓储服务	产品的仓储管理费用。
产品快递服务（发货、换货、退货）	与终端用户间的快递费用和服务管理。
快递包装物耗材	快递纸盒等必要耗材费用。
ERP系统支持服务（系统+人工管理）	Erp系统搭建，平台技术对接，平台费用、人工管理服务。
京东云仓数据资源费	京东云仓订单号编码费用。
仓储物流异常订单人工对接服务	快递丢失、损毁，派送异常等情况的终端用户和物流公司对接，调节服务。
物流供应商高峰期资源调节附加费	618、双11等电商大促时京东物流额外加收的费用。
快递丢失、破损等客户求偿的产品保全	因物流方面的因素导致产品破损、丢失，客户主张部分或全部退换及重新发货，由公司承担相关成本和费用。

- 仓储物流对于客户来说是“最后一公里”
- 物流服务的专业化以及调配货物的能力，将是客户感知品牌的最直接方式。
- 公司总部在全国部署有四大云仓+大连本地仓，保证服务质量与配送速度，减少运输时间与成本消耗。

## 系统服务支持

管线推广系统	日/周/月销售订单数据汇总推送、销售代表及推广系统	管线医生推广营销播报、用户信息跟进播报	渠道推广订单及时播报， 腾讯系统结算手续费
销售管理系统	销售代表以及管线医生营销数据统计、管线医生信息编辑以及跟进编写	查看终端用户购买及跟进信息、管线医生营销轨迹分析	
客户管理系统	用户画像编辑管理、小程序订单查看、营销渠道活码创建及管理	智能话术管理、朋友圈任务创建、雷达任务提醒、一键群发客户、营销素材库	
仓储物流系统	整合采购销售和仓储、多区域云仓发货、管理渠道账目、维护线上及线下订单发货		

公司一直致力于“互联网+大健康”的模式，互联网技术一直在为各个岗位以及渠道模式做服务支持。应用系统不仅可以提高岗位效率，而且可以规范标准化，为管理层及销售岗位运营提供参考数据。

## 财务服务支持

财务报告	月度渠道销售明细表	月度管线医生推广明细表	月度销售代表业绩明细表
	月度销售数据分析	管线医生佣金台账	月度销售代表业绩分析
	月月谈会议销售数评估报告	月度医院销售数据分析	月度医生推广数据分析
财务咨询	企业设立、变更流程指导	企业财务管理制度建设指导	税收优惠政策指导
	OA 审批模块搭建指导		

根据渠道合作的财务报表统计，以及各个销售的岗位薪酬统计，财务将进行账目统计，并为渠道运营提供可行化建议策略。

# 10 结算折扣

## 小程序终端

小程序终端销售定价49折

(产品38折+服务费11%) 结算

真研项目由总部给予相应政策产品补贴

◆ 策划运营支持

◆ 客户服务支持

◆ 仓储物流支持

◆ 会议推广支持

◆ 系统服务支持

◆ 财务服务支持

## 渠道等级——特殊渠道商

特殊渠道资源一般涉及多省市覆盖，如连锁诊疗机构、门诊、学校、母婴机构、检测中心等，申请需要填写特渠申请表，经总部审核属于未开拓区域方可授权销售，其授权不以省市划分。

☆特殊渠道商 保证金及首批进货款以渠道区域及覆盖医院设定



[4]

# 渠道回报

PROJECT DESCRIPTION

Channel return

## 普通活跃医生

1位普通活跃医生每月成功推荐首患大概6个 平均首单金额1200 首单总金额7200 复购1.5万 1位普通活跃医生持续推3个月后售后+复购金额可达到2.2万

## 重点活跃医生

1位重点活跃医生平均每月成功推荐首单25个 首单金额3万元左右 1位活跃医生持续推3个月首购+复购金额即可达到近10万

★经考核转正后 平均每位销售代表达成销售额17万/月 (首单4万 复购13万左右) 好的销售可以达成30-40万/月

## 本地实际情况

★城市主要医院分布：儿童医院 市医院 医科大学附属医院 民营医院 中医院

★院长\主任医师掌管：3~7医生

★每位医生接待患者人数：

上午——25~28名

下午——13~16名

其销售代表达成销售额综合数据将远远大于预期值



## 02 销售额涨幅

★根据往期财务数据

总部客服管理提升销售额上涨42%

6月、11月大促月销售额上涨130%

平均退货率低于0.5%

渠道商在推动医生同时，应积极利用品牌效应、临床认证、独家产品、医生背书、总部管理扶持促进非诊疗大健康市场推动。

省级渠道商经总部审核，其团队组成可支持小程序运营的，总部可扶持搭建小程序商城、客户管理系统、企业管理系统等图腾自主研发系统。

TOTEMLIFE  
Investment Proposal

# 代理商申请流程

- 1.意向代理商应根据本指南第三章第一条相关内容进行自我评估，符合相关资质的意向代理商可填写（附件一）《代理商申请表》并将电子版本的申请表发送至市场部管理邮箱。
- 2.品牌总部收到《代理商申请表》后10个工作日内应将初审意见通知意向代理商。
- 3.品牌总部与意向代理商初步达成合作意向后，意向代理商可向品牌总部递交纸质版《代理商申请表》以及相关资质材料（所有文件需加盖公章）。
- 4.品牌总部收到纸质版《代理商申请表》和相关资质材料后10个工作日内将复审意见通知意向代理商。
- 5.收到复审合格通知的意向代理商应尽快与渠道对象落实合作细节，并按代理合同要求做好资金准备。
- 6.根据业务实际开展情况，品牌总部与意向代理商约定代理合同签约时间。意向代理商签约后按合同要求支付保证金和首笔预付货款后代理合同生效，意向代理商获得正式代理商资格。





睿腾生命科学  
TOTEM LIFE

Business Annual Report

POWERPOINT

# 携手合作 共赢未来

Work together for a win-win future