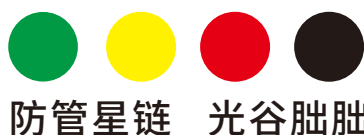


防管星链计划运营执行手册

运营模式设计·汇编合订本

V2.0



防管星链 光谷朏朏

防管星链计划委员会 编制

二〇二六年八月

目 录

按 语

一、名词解释总表	4
二、运营模式设计总纲	8
三、运营架构与分润模型（定稿）	15
四、运营手册文件修改升级审批条例与审批流程	18
五、合规红线手册	21
六、用户健康管理服务协议（C 端标准版）	24
七、分润结算与资金合规制度	27
八、加盟准入与退出机制	29
九、温度服务执行 SOP	31
十、绩效考核与晋升淘汰办法	33
十一、用户获客裂变 SOP	35
十二、危机公关与舆情预案	37
十三、品牌授权使用规范	39
十四、培训认证体系	41
十五、执行手册·总纲	43
十六、执行手册·第三卷（角色照抄手册）	49
十七、执行手册·第四卷（工具包）	56
十八、总部（总指挥/中枢）·岗位管理指引	61
十九、总部（总指挥/中枢）·日常流程与登记表	66
二十、招商战队·岗位管理指引	70
二十一、招商战队·日常流程与登记表	76
二十二、培训战队·岗位管理指引	83

二十三、培训战队·日常流程与登记表	88
二十四、宣教战队·岗位管理指引	92
二十五、宣教战队·日常流程与登记表	98
二十六、沙龙会战队·岗位管理指引	101
二十七、沙龙会战队·日常流程与登记表	106
二十八、保障后台·岗位管理指引	110
二十九、保障后台·日常流程与登记表	115
三十、片区代理·岗位管理指引	119
三十一、片区代理·日常流程与登记表	124
三十二、光谷康服主任/副主任·岗位管理指引	128
三十三、光谷康服主任/副主任·日常流程与登记表	132
三十四、光谷融融·岗位管理指引	136
三十五、光谷融融·日常流程与登记表	414
三十六、健康寿星·岗位管理指引	145
三十七、健康寿星·日常流程与登记表	149

按 语

防管星链计划，是光谷康服立足健康中国战略，精准结合国民健康十五五规划纲要，面向全国四亿慢病患者与五至六亿亚健康人群，倾力打造的「AI+智慧赋能」健康防管体系。它以「防生病、管慢病」为使命，以「以人民为中心」为灵魂，构建起从决策大脑到区域运营商、从光谷康服主任到光谷脑脑与健康寿星的五层星链，织就一张覆盖基层、可复制、可监管的慢病防管新基建。本手册汇编本计划运营模式设计之全部准绳、执行手册与治理制度，供全体运营团队学习、照抄、执行。

一、本计划产生的历史背景与意义

我国慢病防控形势严峻：四亿慢病患者、五至六亿亚健康人群，出院后长期处于「无人关心、无工具、无产品」的状态；基层大健康实体缺乏 AI 工具、缺乏持续管理能力、缺乏标准化运营体系；市场上健康产品良莠不齐，人民「花了钱不知有没有用」，行业与人民之间的信任亟待重建。正是在这样的历史背景下，防管星链计划应运而生——它顺应「健康中国」战略方向，把「医院治」之外的「七分调」做实、做深、做到千家万户，让健康管理真正下沉到人民身边，让人民不花冤枉钱地防生病、让亚健康不成为慢病、让慢病不发展成并发症及多病共存。

二、本计划对「防生病管慢病」工作的重要战略意义

第一，它是理念之变——从「治已病」转向「防未病、管既病」，把健康防线前移，把「三分治、七分调」落到基层。第二，它是模式之变——首创「AI 做 80% 标准化工作、人做 20% 温度服务」，以服务人数及满意率决定经营效率，实现慢病防管的规模化、可复制、可持续。第三，它是信任之变——以「部分诚实居民可先验证、后付费、用数据与结果说话」的裁判员机制，重建行业与人民之间的信任。第四，它是价值之变——以光谷生物城企业群为底座，以服务包成本共享机制凝聚各方，让「防生病、管慢病」从一句口号，变成一套人人可参与、人人可受益的事业。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

一、名词解释总表

防管星链计划 · 名词解释总表

（团队学习版 · 统一标准用语）

编制：防管星链计划委员会

一、品牌与公司主体

名词	释义
防管星链	本计划战略品牌名。「防」指防于未病、预防生病；「管」指管于既病、管理慢病；「星链」指各角色如群星相连、彼此引力，构成自驱动的健康服务体系。一句话：AI+智慧赋能，防生病、管慢病。
光谷康服	防管星链计划的运营主体（即光谷康服总公司），是五层星链架构最高层「决策大脑」，负责战略决策、全国节奏总控，定位「造工具、带节奏、做裁判」。
光谷朏朏	「朏朏」取材《山海经》神兽。光谷朏朏既是品牌吉祥物形象，也是地面服务执行角色，负责上门服务、方案执行、数据采集。
光谷生物城	武汉光谷的国家级生物产业基地，是防管星链事业发展的产业底座，服务包产品由光谷生物城企业群共同提供。注意：光谷生物城是事业底座。
嫦娥生物	集团母公司法律主体，各公司主体彼此完全独立。注意：服务包成本由光谷生物城企业群提供，并非嫦娥一家独家。

二、五层星链 · 角色体系

名词	释义
决策大脑（光谷康服总公司）	五层星链最高层，战略决策中枢。定方向、定节奏、定标准，负责造工具、带节奏、做裁判。
区域运营商（片区代理商）	五层星链第二层，居光谷康服主任之上、辖管多个主任的片区代理。负责区域授权经营、招募并管理光谷朏朏团队，分润 25%。
光谷康服主任/副主任	五层星链第三层，片区代理商统筹下的地面获客与渠道拓展主力。签约运营基层大健康实体，参与拓展客户、多条策略引流，分润 10%。
光谷朏朏（服务角色）	五层星链第四层，C 端核心服务执行者（健康管理师/营养师）。负责上门服务、方案执行、数据采集、温度服务，有续费 KPI+提成、发展健康寿星有奖励，分润 10%。
健康寿星	五层星链第五层（光谷朏朏下辖的裂变角色）。流量端转介绍，由满意用户自然裂变而来，推荐+健康双积分，分润 5%。
用户/家庭	防管星链服务的最终对象。一人签约、全家建档，家庭共病同治。

三、总部组织架构（新质态轻中枢）

名词	释义
新质态轻中枢	总部组织形态总称。用人少、效率高、职责明确、工作重心清晰，核心职能是「造工具、带节奏、做裁判」。
总指挥（中枢）	薛承镇总经理，总部最高负责人。战略决策、全国节奏总控，编制 1 人。
四战队	招商战队、培训战队、宣教战队、沙龙会战队四大执行战队，各 2-3 人，围绕四大战场有的放矢、精准施策。
一后台（保障后台）	数据考核+合规风控，编制 1-2 人。负责结果可考核的数据管理与品牌一致性合规。

四、分润模型

名词	释义
四级风险价格	按服务对象健康状态分四级定价（月付取总数）：绿色级¥400、黄色级¥600、红色级¥1,000、特需级¥2,000。
六方分润	每月服务费按六方分配：光谷康服主任 20%+区域运营商 25%+光谷舐舐 10%+健康寿星 5%+服务包成本 25%+平台毛利 15%。
服务包成本	六方分润之一（25%），是集采价格限定线。服务包是指“防+管”措施中的服务包，含平台的防管措施+舐舐贴身指导+运动方式指导+集采来的防管产品。
平台毛利	六方分润之一（15%），光谷康服总公司平台的收入。
取总数	分润方式：按四级风险价格取总数后，再按六方比例分配。
以服务人数及满意率决定经营效率	经营效率总原则。谁服务的对象多、服务得好，谁的经营效率就高。

五、运营理念与核心术语

名词	释义
慢病防管	「防生病、管慢病」的简称，品牌核心主张。预防为先、管理为核心。
三分治七分调	医院负责「治」（三分），防管星链负责「防+管」（七分调）。不越界行医，专注健康防管。
温度服务	每月电话回访、季度上门、住院探望。这是 AI 不可替代的价值，也是续费率的根本保障。
以人民为中心	一切动作、素材、表达的出发点，落在「人民利益+帮人民防生病、管慢病」上。
基层大健康实体	承担基层健康服务的实体机构（如健康中心、药店、社会健康服务会所等）的规范用语。
服务包	由光谷生物城企业群提供的产品与服务体系，覆盖十大慢病的健康防管方案。
裁判员机制	效果可验证机制——部分诚实居民可先验证、后付费、用数据与结果说话，是运营模式的信任基石。
防管星链计划委员会	运营层文件的编制主体，对外运营材料的落款单位。
决策层与运营层	文件分层规则：决策层文件（行政命令、VI 治理等）由「光谷康服平台」发文；运营层文件（运营模式、执行手册等）由「防管星链计划委员会」编制。

六、四大战场

名词	释义
招商战	物色、招募片区代理与光谷康服主任/副主任，谈判签约、持续赋能。
培训战	传帮带、PPT 演讲、落地培训，标准化 SOP 复制，培训各角色团队。
宣教战	讲清防管星链对人民的意义与时代价值，健康防管科普、社区宣教。
沙龙会战	标准化沙龙会 SOP 组织推广宣传，会前/会中/会后全流程督导。

七、四大工具包

名词	释义
招商落地脚本库	招募代理、招募主任的完整标准脚本，照抄照搬。
培训 PPT 演讲大纲	30 分钟演讲大纲+金句，供各角色培训演讲。
沙龙会 SOP	标准化沙龙会全流程作业规范。
宣教文案库	对人民核心用语+朋友圈模板+海报要点。

八、四项创新举措

名词	释义
效果可验证	把裁判员机制落地为「先验证、后付费、数据说话」，破解人民「没效果、没信任」的痛点。
家庭健康管家	一人签约、全家建档，破解慢病家庭共病与「没人管」的痛点。
社区健康驿站	下沉社区免费筛查获客，把健康服务开到人民家门口。
健康信用档案	个人健康改善记录可对接医保/商保，放大社会价值。

九、治理与品牌要素

名词	释义
合规红线	不可触碰的边界。违反者依情节给予警示、扣减分润、暂停资格直至清退处理。
不越界行医	健康管理与医疗行为的边界：可做健康咨询、营养干预、数据监测；不可做诊断、开处方、侵入性操作、承诺治愈。
准入审查	加盟方五项准入：资质、团队、资源、保证金、认同理念，经审查合格后方可签约。
保证金	加盟方缴纳的履约担保，正常退出依约退还，违约依约扣减。
黑名单	违反合规红线、数据造假、泄露数据、损害品牌者，纳入黑名单永不

	重新授权。
分润结算	按月结算，系统每月 1 日自动生成结算单，7 天对账期后一键提现。
对公结算	服务费统一进入对公账户，各角色分润依法代扣代缴，确保税务合规。
晋升通道	光谷脑脑 → 光谷康服主任 → 区域运营商，凭服务人数与服务满意度总绩效逐级晋升。
危机公关	对舆情与危机事件的监测、分级响应、统一口径、处置与复盘。
舆情分级	一级关注（零星负面）、二级预警（投诉集中）、三级危机（媒体关注）三级预警。
品牌授权	品牌标识、形象图、4 圆记忆区的授权使用规范，严禁自绘、变形、改色。
分级认证	光谷脑脑分级认证：初级 40 学时、中级 120 学时、高级 300 学时，与分润、晋升挂钩。
文件分级	运营手册文件分三级：A 级权威准绳、B 级核心执行、C 级日常执行。
版本管理	文件版本号管理：重大修改升主版本（v1.0→v2.0），轻微修改升次版本（v2.0→v2.1）。
审批流程	文件修改升级六步：发起→初审→评审→批准→发布→归档，A 级文件须先确认后操作。

二、运营模式设计总纲

光谷康服平台

防管星链

运营模式设计总纲

以「信任」为核·以「防管」为翼·以「星链」为网

防生病·管慢病

防管星链计划委员会 编制

二〇二六年八月

文档编号：FGXL-YY-001（总纲·v2.0）

第一章 总纲定位

1.1 编制背景

防管星链已完成战略设计阶段全部顶层工作，正式从“战略设计”转入“运营落地”阶段。运营落地需要回答三个根本问题：怎么运转、怎么盈利、人民凭什么信。运营架构（角色分工）回答了“谁来做”，本总纲回答“如何运转”，是运营落地阶段的总纲性文件。

1.2 运营模式与运营架构的关系

运营架构=组织与角色（谁来做）；运营模式=运转机制（怎么转、怎么赚、凭什么信）。本总纲聚焦后者，并把“效果可验证”立为模式的信任基石。

1.3 一句话模式

以体检报告为凭、以效果数据为信、以五层星链为网，把慢病防管送到人民家门口——部分人民可以先验证、后付费、效果说话。

第二章 模式总览

2.1 模式四层全景

- 信任层（底座）：裁判员机制——体检报告前后对比的不可篡改效果验证；
- 服务层（核心）：光谷朧朧上门服务+朧朧 AI 全时空督导+家庭健康管家；
- 网络层（渠道）：五层星链+社区健康驿站，把网点开到人民家门口；
- 数据层（复利）：健康信用档案+循证案例库，让健康改善被记录、可复用。

2.2 核心价值三角

- 对人民：有人关心、追求效果、可以信赖；
- 对基层大健康实体：有工具、有方案、有收益；
- 对平台：有数据、有壁垒、有复利。

第三章 价值主张

3.1 人民的三重痛点

- 没人管：出院后无人跟进，慢病管理变成“自己扛”；
- 没效果：保健品乱象丛生，花了钱无从判断有没有用；
- 没信任：屡被夸大宣传伤害，宁可不信。

3.2 我们的回答（三个“有”）

- 有人关心：光谷朧朧上门+朧朧 AI 每日督导+一人签约全家建档；
- 追求效果：疗程后复检，效果验证报告数据说话；
- 可以信赖：医疗专家委员会审核+不可篡改存证+“防管星链验证”标识。

第四章 运营闭环（六步）

第一步 获客 | 社区健康驿站免费筛查+区域运营商统筹、光谷康服主任多条策略引流+健康寿星口碑裂变。

第二步 建档 | OCR 识别体检报告，四级分级（绿/黄/红/特需）+九体精准施策。

第三步 干预 | AI 匹配服务包候选，医疗专家委员会审核，生成个性化方案。

第四步 督导 | 每日打卡+AI 提醒+光谷朧朧上门随访，执行数据实时入库。

第五步 验证 | 疗程后复检，前后对比+统计显著性检验，生成效果验证报告。

第六步 裂变 | 满意用户转介绍，健康寿星积分激励，回流获客，飞轮自转。

第五章 组织协同（五层星链）

坚持“AI 做 80%标准化工作，人做 20%关键决策与温度服务”。五层角色逐级统筹：

层级	角色	协同职责
第一层	决策大脑（光谷康服总公司）	战略决策、标准化输出、质控风控、分润结算
第二层	区域运营商（片区代理商）	片区授权经营，辖管多个光谷康服主任，统筹引流
第三层	光谷康服主任	片区代理商统筹下，多条策略引流获客、渠道拓展
第四层	光谷舐舐	上门服务、续费 KPI+提成，下辖健康寿星
第五层	用户 / 家庭	服务对象，建档分层、打卡督导、效果验证

协同铁律（重大原则）

- 光谷舐舐：做服务，服务对象有续费 KPI+提成，发展健康寿星有奖励；
- 光谷康服主任：有参与拓展客户的权利与权益，在片区代理商统筹下多条策略引流，获 KPI+提成奖励；
- 温度服务（每月电话回访、季度上门、住院探望）是 AI 不可替代的价值，是续费率的根本保障；
- 经营效率总原则：以服务人数及满意率决定经营效率。

附：健康寿星为光谷舐舐下辖角色，属流量端转介绍（裂变），由满意用户自然推荐转化而来。

第六章 成本与分润模式

6.1 成本模型

服务包成本控制在总成本 25%以内+AI 终端可穿戴设备控制在总成本的 20%以内+赋能环节总服务费 50%以内+会员管理费控制在 5%以内+转诊服务费 3%—5%。榜样片区代理+榜样光谷康服主任+突出优秀肱肱+先进健康寿星，采用季/年奖金+奖品形式激励。

6.2 服务包与四级风险价格（月费取总数）

服务包由整个光谷生物城企业群择优提供。四级风险价格取整数：

健康状态分级	绿色级 (康养级)	黄色级 (调控级)	红色级 (医疗级)	特需级 (医疗加强)
服务包价格	¥400	¥600	¥1000	¥2000

6.3 六方分润（以服务满意人数定效率，以效益论收益）

以下各风险等级为参考数值

分润角色	绿 ¥400	黄 ¥600	红 ¥1000	黑 ¥2000
区域运营商 (25%)	¥100	¥150	¥250	¥500
光谷康服主任 (20%)	¥80	¥120	¥200	¥400
光谷肱肱 (10%)	¥40	¥60	¥100	¥200
健康寿星 (5%)	¥20	¥30	¥50	¥100
服务包成本 (25%)	¥100	¥150	¥250	¥500
运营平台毛利 (15%)	¥60	¥90	¥150	¥300

铁律：服务包采购、区域运营商、光谷康服主任、副主任分润只走对公账户，杜绝个人帐户收款；服务人数及满意率是经营效率的核心度量，各角色按实际服务人数与结果结算分润。

第七章 创新举措（围绕人民痛点）

举措一 效果可验证——把“裁判员机制”立为信任基石

将“裁判员机制”正式提为运营模式的底层引擎：建档即建立健康基线，疗程后复检生成效果验证报告，哈希链存证、不可篡改。

- 对人民：诚信可靠的群体可以先验证、后付费，效果数据说话；
- 对平台：循证案例库成为平台时间累积型护城河；
- 对社会：随时能为监管部门提供“互联网+AI 监管”数据武器。

举措二 家庭健康管家——一人签约，全家建档

慢病具有家庭聚集性。一人签约，可以绑定 1—3 名家属，全家建档、全家督导、家族计划享费用减免或礼品赠送。

举措三 社区健康驿站——把服务开到人民家门口

依托全国现有约 105 万基层大健康实体，优先在社区落地“健康驿站”：免费筛查 + 建档 + 服务包体验，作为各区域代理商获客与服务第一触点。

举措四 健康信用档案——让健康改善被看见、被承认

将个人健康改善记录沉淀为“健康信用档案”，未来有望对接医保（按效果付费政策）、商保依据（精准定价）、健康经济场景。

第八章 落地路径

8.1 三阶段推进

- 赋能验证期（第 1 年）：跑通完整闭环，积累 1000—5000 用户效果数据；
- 招商拓展期（第 2—3 年）：向大健康实体输出系统与经验，1000—3000 家机构；
- 规模复制期（第 4—5 年）：全国规模化复制，服务 500 万+用户。

8.2 KPI 体系（以服务人数为核心）

- 规模：签约基层大健康实体数、服务用户数、服务人数增长曲线；
- 服务：光谷舐舐回访率>90%、服务满意度>90%、续费 KPI 达成率；
- 效果：复检上传率>60%、效果验证报告生成≤30 秒、指标改善率可视化；
- 经营：单用户 LTV>3 倍获客成本、月营收里程碑达成。

第九章 风控合规

9.1 合规红线（不可触碰）

- AI 不诊断、不出具医学结论，仅作健康管理建议；
- 药食同源产品不出现功效词、不替代药物；
- 光谷舐舐不开展任何诊疗行为，仅执行健康管理方案；
- 宣传禁用“治愈”“根治”“逆转”等绝对化用语，统一使用“慢病防管”；
- 用户数据采集须明确授权，支持导出与注销；高风险用户紧急情况立即转诊。

9.2 风险控制要点

- 效果归因：效果验证报告标注“相关关系”而非“因果关系”；
- 隐私保护：数据脱敏入库，循证案例库不含可识别个人信息；
- 服务标准化：SOP+培训+抽审+满意度监测。

结语

防管星链运营模式的成败，不在模式本身是否先进，而在执行——选对首批区域运营商与主任、跑通首个城市、验证“效果可验证”的完整闭环，再快速复制。

一颗星，照亮一个人；一条链，连接千万家；

一群星，守护一座城；一张网，健康中国人。

—— 防管星链的品牌承诺

三、运营架构与分润模型（定稿）

光谷康服平台

防管星链

运营架构与分润模型

修订版 v2.0（定稿）

以服务人数及满意率决定经营效率 · 四级风险取总数 · 光谷生物城企业群共同供给

防管星链计划委员会 编制

二〇二六年八月 · 文档编号 FGXL-JG-002

一、角色架构（五层重构）

运营架构层级：平台公司、区域运营商（片区代理商）统筹辖管 N 名光谷康服主任、副主任；光谷朐朐负责一线执行计划、健康寿星拓展服务量，架构分五层，采用垂直+交叉管理，赋能与复制为重心。

层级	角色	定位与职责
第一层	决策大脑（平台总公司）	战略决策、标准化输出、质控风控、分润结算
第二层	区域运营商（片区代理商）	片区授权经营，辖管多个光谷康服主任，统筹引流
第三层	光谷康服主任、副主任	在片区代理商统筹下，多条策略引流获客、渠道拓展
第四层	光谷朐朐	上门服务、续费 KPI+提成、下辖健康寿星
第五层	健康寿星	社区网格员扎根
用户 / 家庭 / 人民群众 服务对象，建档分层、打卡督导、效果验证		

附：健康寿星——光谷朐朐下辖角色，属流量端转介绍（裂变），由满意用户自然推荐转化而来。

二、协同铁律（重大原则性修订）

- 光谷朐朐：做服务，服务对象有续费 KPI+提成，发展健康寿星有奖励；
- 光谷康服主任、副主任：有参与拓展客户的权利与权益，在片区代理商统筹赋能下多条策略引流，获得 KPI+提成奖励；
- 区域运营商（片区代理商）：统筹指导辖管光谷康服主任、副主任层，负责片区引流与运营；
- 温度服务（每月电话回访、季度上门、住院探望）是 AI 不可替代的价值，是续费率的根本保障；
- 经营效率总原则：以服务人数及满意率决定经营效率。

三、分润模型（四级风险取总数）

四级风险服务包价格取整数（月付）：

健康状态分级	绿色级（康养级）	黄色级（调控级）	红色级（医疗级）	特需级（医疗加强）
服务包价格	¥400	¥600	¥1000	¥2000

六方分润（取总数，四级对应金额如下）：

分润角色	绿 ¥400	黄 ¥600	红 ¥1000	黑 ¥2000
区域运营商（25%）	¥100	¥150	¥250	¥500
光谷康服主任（20%）	¥80	¥120	¥200	¥400
光谷朐朐（10%）	¥40	¥60	¥100	¥200
健康寿星（5%）	¥20	¥30	¥50	¥100
服务包成本（25%）	¥100	¥150	¥250	¥500
光谷康服总公司·平台毛利（15%）	¥60	¥90	¥150	¥300

四、附则

本定稿为运营架构与分润模型的权威基准，取代此前所有相关表述。各基础文件（行政命令、VI、运营架构、分级与消费力）及运营模式总纲均须与本定稿对齐。

四、运营手册文件修改升级审批条例与审批流程

防管星链计划

运营手册文件修改升级审批条例与审批流程

（文件治理 · 版本管理 · 审批闭环）

防管星链计划委员会 编制

第一章 总则

第一条 为规范防管星链计划运营手册体系文件的修改、升级与发布，确保文件治理统一、版本可追溯、修改有据可依，特制定本条例。

第二条 本条例适用于防管星链计划委员会编制的一切运营层文件，包括权威准绳、执行手册、岗位文档、职责 PPT、治理制度等。

第三条 决策层文件（行政命令、VI 治理等，由光谷康服平台发文）的修改，不适用本条例，仍由决策层按原有权责处理。

第二章 文件分级

第四条 运营手册体系文件按重要程度分为三级：

级别	文件范围	修改权限
A 级（权威准绳）	运营模式总纲、架构分润定稿、名词解释总表	须经决策层核准后，由计划委员会修改
B 级（核心执行）	执行手册、治理制度、分润与合规制度	由计划委员会审定后修改
C 级（日常执行）	岗位文档、SOP、职责 PPT、工具包	由保障后台审核备案后修改

第五条 A 级文件修改须以“先确认、后操作”为铁律，未经核准不得改动。

第三章 修改升级的触发条件

第六条 有下列情形之一的，应当启动修改升级：

- 运营架构、角色、分润模型等核心要素发生调整
- 上级政策、法律法规、合规要求发生变化
- 岗位职责、KPI、SOP 与实际运营脱节需要优化
- 用户、加盟方反馈集中反映同一问题
- 品牌元素、术语口径更新

第四章 审批权限与流程

第七条 审批流程：发起 → 初审 → 评审 → 批准 → 发布 → 归档。

步骤	责任方	动作
1 发起	提出人	填写修改申请，说明修改缘由与内容
2 初审	保障后台（合规组）	核对是否触及术语铁律、分润模型、合规红线
3 评审	计划委员会	组织评审，形成修改意见
4 批准	按文件级别对应权限	A 级报决策层核准，B/C 级由计划委员会批准
5 发布	保障后台	更新版本号，发布新版并通知全体
6 归档	保障后台	旧版存档留痕，新版入档定稿

第五章 版本管理

第八条 文件实行版本号管理：重大修改升主版本（v1.0→v2.0），轻微修改升次版本（v2.0→v2.1）。

第九条 每个文件标注版本号、修订日期、修订说明，历史版本全部留存，确保可追溯。

第六章 记录与归档

第十条 所有修改申请、审批意见、修订对照表须留存，作为文件治理的审计依据。

第十一条 本条例由防管星链计划委员会负责解释与修订。

防管星链计划委员会 编制

五、合规红线手册

防管星链计划

合规红线手册

(不越界行医 · 边界清单)

防管星链计划委员会 编制

第一章 总则

第一条 为保障防管星链计划“以人民为中心、不越界行医、用数据与结果说话”的核心原则落地，明确健康管理与医疗行为的边界，规范对外宣传用语，特制定本手册。

第二条 本手册适用于决策大脑、区域运营商、光谷康服主任/副主任、光谷朐朐、健康寿星等全体角色及其一切对外服务、宣传、获客行为。

第三条 本手册为不可触碰的红线。凡违反红线者，依情节给予警示、扣减分润、暂停资格直至清退处理。

第二章 健康管理行为边界（可做 / 不可做）

一、可以做（健康防管职责范围内）

- 健康咨询与生活方式指导（饮食、运动、作息、情绪）
- 营养干预与特膳食品、营养包的规范推荐
- 健康数据采集与风险监测、风险分级提示
- 服务包方案的执行与打卡督导
- 就医、复诊、转诊的提醒与建议
- 温度服务（电话回访、上门拜访、住院探望）

二、坚决不可做（红线，越界即医疗行为）

- 对疾病作出诊断、下诊断结论
- 开具处方、指导用药、要求停药或改药
- 进行注射、针灸、抽血等任何侵入性操作
- 承诺或暗示“治愈、根治、逆转、断药”
- 以“替代医院、替代医生”名义揽客
- 接触或解读检查报告并替代医生判断

第三章 宣传用语合规

第四条 对外宣传、招募、落地用语一律使用规范用语，禁用词一律不得出现。

类别	禁用表述	规范表述
疗效承诺	治愈、根治、逆转、断药	健康防管、改善健康状态
机构口径	基层大健康实体、门诊、医院替代	基层大健康实体
人群口径	银发、老年	健康经济、全龄健康
角色口径	快递员、舐舐、健康使者、星链正副主任	光谷舐舐、健康寿星、光谷康服主任/副主任
语气口径	话术、洗脑、逼单	落地、执行、坦诚沟通
产品口径	嫦娥生物独家	光谷生物城企业群共同提供服务包

第四章 数据与隐私红线

- 健康数据采集须经用户明示同意，仅用于健康管理服务
- 数据存储、传输加密，不得向任何第三方泄露、出售
- 效果验证数据须真实、可追溯，严禁伪造或篡改
- 数据使用遵循最小必要原则，超出服务范围一律禁止

第五章 监督与考核

第五条 保障后台（合规组）对全体角色开展定期合规审计，结果纳入绩效考核。

第六条 本手册由防管星链计划委员会负责解释与修订。

防管星链计划委员会 编制

六、用户健康管理服务协议（C 端标准版）

防管星链计划

用户健康管理服务协议

（C 端标准版）

防管星链计划委员会 编制

第一章 服务内容与范围

第一条 本协议由防管星链服务方（光谷拙拙）与用户（含家庭）订立，就健康管理服务作出约定。

第二条 服务内容：健康档案建档、风险评估与分级、个性化服务包方案执行、AI 督导打卡、温度服务（回访/上门/探望）。

第三条 服务性质：健康防管服务，非医疗行为，不替代就医、诊断与治疗。

第二章 双方权利与义务

一、服务方义务

- 提供真实、规范的健康管理服务
- 保护用户个人信息与健康数据安全
- 如实告知服务包内容、价格与效果评估方式

二、用户权利

- 知悉服务内容、价格、效果评估方式的知情权
- 个人信息查询、更正、删除权
- 依约定终止服务的权利
- 对服务不满意时的申诉与异议权

第三章 效果验证与付费（先验证、后付费）

第四条 服务遵循“部分诚实居民可先验证、后付费、用数据与结果说话”的原则。

第五条 服务包执行后必有评估，以可追溯的数据呈现健康状态变化，作为续费与信任依据。

第六条 若服务方未能履行约定的服务，用户有权要求补做或按约定调整费用。

第四章 个人信息与隐私保护

第七条 服务方采集用户健康信息须取得明示同意，仅限用于健康管理。

第八条 未经用户同意，不得向任何第三方披露、出售、共享用户信息。

第五章 健康管理边界（非医疗免责）

第九条 服务方仅提供健康管理服务，不作出诊断、不调整治疗方案。用户身体不适应及时就医，服务方负有提醒义务。

第六章 服务终止与争议解决

第十条 双方可协商终止服务；发生争议，优先协商解决，协商不成的依法处理。

防管星链计划委员会 编制

七、分润结算与资金合规制度

防管星链计划

分润结算与资金合规制度

(六方分润 · 对账 · 税务)

防管星链计划委员会 编制

第一章 总则

第一条 为保障六方分润结算的透明、及时、合规，特制定本制度。

第二条 分润模型（四级风险取总数）：绿色级¥400/月、黄色级¥600/月、红色级¥1,000/月、特需级¥2,000/月。

第三条 六方分润比例：

分润方	比例
区域运营商（片区代理商）	25%
光谷康服主任/副主任	20%
光谷朏朏	10%
健康寿星	5%
服务包成本	25%
平台毛利	15%

第二章 分润结算规则

第四条 结算周期：按月结算，系统每月 1 日自动生成结算单，7 天对账期。

第五条 结算以系统记录的服务完成与续费数据为准，数据须真实可追溯。

第六条 分润对公结算，确保税务合规；角色自提现须经实名认证。

第三章 资金流转与税务合规

- 服务费统一进入公司对公账户，禁止个人账户私自收取
- 各角色分润依法代扣代缴或依法自行申报，票据合规
- 资金流向全程留痕，接受审计监督

第四章 防刷分润与数据真实

- 严禁虚构服务、虚假续费、刷单套取分润
- 严禁数据造假、篡改效果评估数据
- 违规者追回不当分润，并依情节清退

第五章 监督与审计

第七条 保障后台（合规组）负责分润结算的监督与定期审计。

第八条 本制度由防管星链计划委员会负责解释与修订。

防管星链计划委员会 编制

八、加盟准入与退出机制

防管星链计划

加盟准入与退出机制

(准入审查 · 保证金 · 退出 · 黑名单)

防管星链计划委员会 编制

第一章 总则

第一条 为保障全国片区代理、光谷康服主任/副主任等加盟角色的质量与规范运营，特制定本机制。

第二条 本机制适用于区域运营商（片区代理商）、光谷康服主任/副主任的准入、退出与违约处理。

第二章 准入审查（五项准入）

第三条 加盟角色须满足以下准入条件：

准入项	具体要求
资质	具备合法经营主体资格或健康行业从业资质
团队	有可落地的基础团队或明确的团队组建计划
资源	有本地社区、渠道或健康服务资源
保证金	按授权层级缴纳保证金，用于履约担保
认同理念	认同“以人民为中心、防生病管慢病”的价值观

第四条 准入流程：提交申请 → 资质初审 → 面谈考察 → 缴纳保证金 → 签订授权协议 → 培训上岗。

第三章 退出机制

第五条 正常退出：加盟方提前申请，结清账务、完成服务交接后退出，保证金依约退还。

第六条 违约退出：违反合规红线、损害人民利益、数据造假、拖欠账务者，经核实予以清退，保证金依约扣减。

第四章 黑名单

第七条 有下列情形之一的，纳入黑名单，永不重新授权：

- 违反合规红线（越界行医、夸大宣传）
- 虚构服务、刷单套取分润
- 泄露用户健康数据
- 损害品牌信誉、引发重大舆情

第八条 本机制由防管星链计划委员会负责解释与修订。

防管星链计划委员会 编制

九、温度服务执行 SOP

防管星链计划

温度服务执行 SOP

(回访 · 上门 · 探望)

防管星链计划委员会 编制

第一章 总则

第一条 温度服务是 AI 不可替代的价值，也是续费率的根本保障。本 SOP 规范光谷舐舐的温度服务动作。

第二条 三类温度服务：每月电话回访、每季度上门拜访、住院探望。

第二章 每月电话回访（标准动作）

第三条 每次回访须完成“四问四记”：

四问（关心）	四记（记录）
身体感受如何、有无不适	健康状态变化记录
方案执行情况、打卡情况	执行进度与依从性记录
饮食作息有无困难	生活干预难点记录
家人配合与情绪状态	家庭支持与情绪记录

第四条 异常处理：发现指标异常或情绪低落，须在 24 小时内升级至光谷康服主任，并提醒及时就医。

第三章 每季度上门拜访

- 上门前预约、告知来意，尊重用户隐私
- 现场查看居家环境，给予个性化生活指导
- 面对面复核健康档案与方案执行
- 收集服务反馈，记录满意度

第四章 住院探望

- 获悉用户住院后，及时安排探望（礼品从简、情意为主）
- 探望以关怀为主，不讨论病情、不提供医疗意见
- 出院后跟进康复期健康管理衔接

第五章 记录与考核

第五条 每次温度服务须在系统留痕，作为续费 KPI 与“以服务人数及满意率决定经营效率”的考核依据。

第六条 温度服务完成率纳入光谷舐舐绩效考核。

防管星链计划委员会 编制

十、绩效考核与晋升淘汰办法

防管星链计划

绩效考核与晋升淘汰办法

(以服务人数及满意率决定经营效率)

防管星链计划委员会 编制

第一章 总则

第一条 为将“以服务人数及满意率决定经营效率”的总原则落地为可考核、可执行的绩效机制，特制定本办法。

第二条 考核对象：光谷康服主任/副主任、光谷朏朏、健康寿星及总部各战队。

第二章 核心考核指标

角色	核心 KPI
光谷康服主任/副主任	服务人数、片区营收、拓展客户数
光谷朏朏	在管服务人数、续费率、温度服务完成率、发展健康寿星数
健康寿星	转介绍人数、推荐成交转化
总部各战队	招募数、培训通过率、宣教触达、沙龙会转化

第三条 核心导向：服务人数越多、满意率越高，经营效率越高，绩效越好。

第三章 考核周期与流程

第四条 考核周期：月度跟进、季度评定、年度总评。

第五条 考核流程：系统数据汇总 → 上级评定 → 结果公示 → 结果应用。

第四章 结果应用（晋升 / 淘汰 / 奖励）

等级	结果应用
优秀	晋升、提成上浮、评优奖励
合格	正常分润、持续培养
待改进	限期整改、降档观察
不合格	末位淘汰、依约清退

第六条 晋升通道：光谷朏朏 → 光谷康服主任 → 区域运营商，凭服务人数与绩效逐级晋升。

第七条 本办法由防管星链计划委员会负责解释与修订。

防管星链计划委员会 编制

十一、用户获客裂变 SOP

防管星链计划

用户获客裂变 SOP

（社区筛查 · 健康寿星裂变）

防管星链计划委员会 编制

第一章 总则

第一条 本 SOP 规范两条获客主线：社区健康驿站筛查获客、健康寿星口碑裂变。

第二条 一切获客以“帮人民防生病、管慢病”为出发点，坦诚沟通，不逼单、不夸大。

第二章 社区健康驿站筛查获客

一、会前准备

- 与社区（街道/物业/基层大健康实体）对接场地与时间
- 准备筛查设备、健康宣传物料、登记表
- 培训现场服务人员，统一落地用语

二、现场执行

- 免费健康筛查（血压/血糖/体脂等基础指标）
- 一对一解读结果，提示健康风险
- 对有需求者引导建档、体验服务包
- 全程记录，当日复盘转化情况

三、会后跟进

第三条 筛查后 48 小时内回访，将“有需求者”转化为建档用户，“暂无需求者”纳入长期健康宣教触达。

第三章 健康寿星口碑裂变

第四条 健康寿星是满意用户自然裂变而来的推荐角色，核心是“分享而非销售”。

裂变操作五步

步骤	动作
1 筛选	从满意用户中识别认同理念、有口碑意愿者
2 邀约	邀请成为健康寿星，说明推荐+健康双积分权益
3 赋能	提供规范分享素材与落地用语
4 推荐	用户自然推荐亲友，系统记录来源
5 兑现	推荐成交后按时兑现积分与奖励

第五条 健康寿星只做真实分享，严禁夸大宣传、诱导性推荐。

第六条 本 SOP 由防管星链计划委员会负责解释与修订。

防管星链计划委员会 编制

十二、危机公关与舆情预案

防管星链计划

危机公关与舆情预案

(监测 · 响应 · 处置)

防管星链计划委员会 编制

第一章 总则

第一条 为快速、稳妥应对涉及防管星链的舆情与危机事件，维护品牌信誉与人民信任，特制定本预案。

第二条 适用情形：夸大宣传投诉、服务纠纷、效果争议、数据安全事件等。

第二章 舆情监测

第三条 保障后台（合规组）负责日常舆情监测，覆盖官网、社交媒体、投诉渠道。

第四条 建立分级预警：

级别	情形	响应
一级（关注）	零星负面评价	属地角色第一时间处理
二级（预警）	投诉集中、开始扩散	上报总部，统一口径回应
三级（危机）	主流媒体关注、广泛传播	总部危机小组启动，主要负责人出面

第三章 响应与处置原则

- 及时回应：第一时间发声，不沉默、不拖延
- 坦诚沟通：以事实和态度回应，不遮掩、不狡辩
- 人民优先：先保障用户权益，再澄清事实
- 统一口径：由总部统一发声，严禁各自为战

第四章 处置流程

第五条 处置流程：核实事实 → 评估影响 → 统一口径 → 对外回应 → 整改补救 → 复盘总结。

第六条 涉医疗、数据安全等敏感事项，须在回应前咨询法律与合规意见。

第五章 复盘与改进

第七条 每次危机处置后开展复盘，形成改进措施，纳入合规红线与培训内容。

第八条 本预案由防管星链计划委员会负责解释与修订。

防管星链计划委员会 编制

十三、品牌授权使用规范

防管星链计划

品牌授权使用规范

(VI 授权 · 使用 · 违规处理)

防管星链计划委员会 编制

第一章 总则

第一条 为规范防管星链品牌标识、形象图、4 圆品牌记忆区的授权使用，维护品牌一致性，特制定本规范。

第二条 品牌核心元素：品牌名「防管星链 光谷肫肫」、品牌组合形象图（双底色版）、4 圆品牌记忆区（白边绿心/实心黄/实心红/实心黑）。

第二章 授权使用范围

第三条 品牌元素用于经授权的招商物料、培训教材、宣教物料、沙龙会物料、门店形象等场景。

第四条 品牌色铁律：整张绿系底（主色绿/深绿/浅绿），不得以白色/灰色作主背景；4 圆顺序永不可乱。

第三章 使用规范

场景	使用要求
深色底页面	调用深色底版品牌形象图（白底卡片效果）
浅色底页面	调用浅色底版品牌形象图（彩色）
PPT/物料右下角	调用 VI 图+4 圆 合成图（透明背景）
字体	仅限黑体/宋体/仿宋三种，禁用其它字体

第五条 严禁自绘、变形、改色品牌元素；严禁在禁用场景擅自使用。

第四章 违规处理

第六条 未经授权使用、擅自变形改色、违规配色的，责令限期整改；情节严重的，收回授权并依约追责。

第七条 本规范由防管星链计划委员会负责解释与修订。

防管星链计划委员会 编制

十四、培训认证体系

防管星链计划

培训认证体系

(入职 · 进阶 · 认证)

防管星链计划委员会 编制

第一章 总则

第一条 为让各角色“一进来就能进入工作状态”，建立标准化培训与分级认证体系，实现全国可复制。

第二条 培训对象：区域运营商、光谷康服主任/副主任、光谷融融、健康寿星及总部各战队。

第二章 培训体系（三级）

层级	对象	内容	时长
入职培训	新加入各角色	品牌价值观、角色职责、系统操作、合规红线	3 天
进阶培训	在岗角色	专业技能、落地能力、获客与服务 SOP	按需
进阶认证	光谷融融等	分级认证标准与考核	40/120/300 学时

第三章 光谷融融分级认证

等级	学时要求	能力标准
初级	40 学时	掌握基础服务流程、建档与打卡督导
中级	120 学时	熟练方案执行、温度服务、健康寿星培育
高级	300 学时	独立带教、疑难个案处理、区域支持

第三条 认证与分润、晋升挂钩，高级认证优先晋升光谷康服主任。

第四章 认证流程与考核

第四条 认证流程：报名 → 学习 → 实操考核 → 理论考核 → 颁证。

第五条 考核含理论（应知）与实操（应会），由培训战队组织，保障后台监督。

第五章 持续教育

第六条 建立持续教育机制，定期更新课程，纳入绩效考核。

第七条 本体系由防管星链计划委员会负责解释与修订。

防管星链计划委员会 编制

十五、执行手册·总纲

光谷康服平台

防管星链计划

工作执行手册

(总纲·第一卷)

职责明确·以人民为中心·高效低耗

防生病·管慢病

防管星链计划委员会 编制

二〇二六年八月·文档编号 FGXL-ZX-001

卷首 使命与价值原点（以人民为中心）

本手册的一切落地、素材、动作，出发点只有一个：人民利益。片区代理、光谷康服主任 / 副主任、光谷朧朧、健康寿星们“懂做的事、讲的话”，都必须落到“帮助赋能人民防生病、管慢病”这一最底层逻辑上。

一句话使命

防生病、管慢病，让健康管理科学性、系统化、便捷性，温暖贴心。

人民的三重痛点（我们为何而来）

- 没人管：4 亿慢病确诊、5—6 亿亚健康，出院后无人跟进，慢病管理变成“自己扛”；
- 没效果：保健品乱象丛生，花了钱无从判断有没有用；
- 没信任：屡被夸大宣传伤害，宁可不信。

防管星链给人民的好处（三个“有”）

- 有人关心：光谷朧朧上门+朧朧 AI 贴心督导+一人签约全家建档；
- 追求效果：服务包执行后必有评估，体检前后对比，效果数据说话；
- 可以信赖：医疗专家委员会审核+不可篡改存证+“防管星链验证”标识。

最底层逻辑（一切落地的出发点）

帮助赋能人民防生病、管慢病——把专业的健康防管技术+服务，送到每一位需要的人民家门口。所有角色的价值，都体现在“帮到人民”这四个字上，而非“卖出产品”。

时代价值

- 对人民：使命是“健康改善被看见、人民不花冤枉钱地防生病、亚健康不成为慢病，管理慢病患者不发展成并发症及多病共存”；
- 对国家：推动慢病防管、医保控费，落地健康经济与“十五五”全民健康；
- 对时代：以体检数据说话，终结保健品“劣币驱逐良币”，重建行业与人民信任。

第一卷 总部组织管理保障架构

1.1 新质态轻中枢总部定位

总部（防管星链计划·决策大脑）不“管人”，而是“造工具、带节奏、做裁判”。以新质态企业标准建设：管理用人少、效率高、职责明确、重心清晰，关怀好每一名光谷胼胝是事业成败的核心。

- 造工具：把招商、培训、宣教、沙龙会四大动作做成标准化、傻瓜式工具包；
- 带节奏：全国版图作战节奏统一，分阶段推进，建标准、再复制、后铺开；
- 做裁判：以结果可考核的 KPI 体系，公正指导各片区、各角色开展工作评价。

1.2 组织架构（一中枢 + 四战队 + 一后台）

全核心团队约 10—13 人，一岗多能、可兼任，扁平化管理：

战队	岗位	编制	核心职责
中枢	总指挥	薛承镔总经理	战略决策、全国节奏总控、跨战队协同、重大事项拍板
招商战队	招商总监+招商专员	2—3	负责招募物色片区代理、光谷康服主任，谈判签约、跟进转化、持续赋能
培训战队	培训总监+培训讲师	2—3	传帮带、落地培训、PPT 演讲培训，新角色 3 天上岗
宣教战队	宣教总监+内容官	2—3	宣教防管星链对人民的意义与时代价值，制作文案/视频/海报
沙龙会战队	沙龙会督导+活动专员	1—2	标准化沙龙会的策划、组织、督导与效果评估
保障后台	数据考核官+合规风控官	1—2	KPI 数据采集与结果考核、合规审核与风险管控

1.3 岗位职责卡（职责 + 每日工作清单 + 结果可考核）

每个岗位一张“照抄卡”，明确“做什么、每天做什么、凭什么考核”。

中枢·总指挥

维度	内容
核心职责	定战略方向、控全国节奏、协调四战队、拍板重大事项
每日工作清单	晨会听汇报→审经营数据→定当日重点→跟进关键战役→复盘
结果考核 KPI	月度落地目标达成率、片区复制速度、团队人效

招商战队

岗位	核心职责	每日工作清单	结果考核 KPI
招商总监	制定招商策略、招募说服片区代理、谈判签约	筛选意向→重点跟进→约谈→促成签约	月签约片区代理数、转化率
招商专员	协助跟进转化、维护意向池	电话/拜访跟进→录入意向→协助签约	有效线索数、协助签约数

培训战队

岗位	核心职责	每日工作清单	结果考核 KPI
培训总监	设计培训体系、传帮带机制、课件开发	开发课件→排培训期→督导传帮带	培训覆盖率、认证通过率
培训讲师	落地培训、PPT 演讲培训、考核认证	授课→演练考核→答疑	新角色 3 天上岗率、满意度

宣教战队

岗位	核心职责	每日工作清单	结果考核 KPI
宣教总监	策划宣教内容、把关价值表达、渠道分发	审内容→定选题→抓分发→看反馈	宣教覆盖人数、内容合规率
内容官	制作宣教文案/视频/海报	产素材→校内容→交使用	素材产出量、素材使用率

沙龙会战队

岗位	核心职责	每日工作清单	结果考核 KPI
沙龙会督导	标准化沙龙会 SOP、场次统筹、效果评估	排场次→督执行→评效果→优化	沙龙会场次、转化率
活动专员	物料准备、现场执行、邀约组织	备物料→执行现场→邀约跟进	邀约到场率、执行合格率

保障后台

岗位	核心职责	每日工作清单	结果考核 KPI
数据考核官	KPI 数据采集、结果考核、报表	采集数据→出日报/周报→考核	数据及时率、准确性
合规风控官	合规审核、风险管控、合同管理	审物料→排风险→管合同	审核通过率、零重大违规

1.4 结果可考核原则

- 所有岗位“以结果论英雄”，KPI 量化、月度复盘、季度考核；
- 以服务人数及满意率决定经营效率，是贯穿总部与各片区的总原则；
- 数据从第一天起采集，建立全国统一的数据基线与看板。

第二卷 作战图与行军图

2.1 四大战场作战图

战场	作战目标	核心打法	关键动作
招商战	高效招募片区代理与光谷康服主任、副主任	选对人、给工具、树标杆	招商落地+样板片区参观+签约会
培训战	让各角色“懂做、会说、能复制”	传帮带+标准化课件+持证上岗	3 天上岗+落地演练+考核认证
宣教战	让人民听懂防管星链的价值	以人民利益为纲，通俗易懂，围绕人民健康	宣教文案库+健康筛查+案例故事
沙龙会战	标准化推广，高效转化	一套 SOP、全国复用	标准化流程+邀约到场+现场转化

2.2 行军路线（三阶段）

阶段	目标	重点任务	里程碑
打样期	跑通 2 个样板片区	建总部、造工具、打样招商培训沙龙会全流程	样板片区跑通盈亏与复制模型
复制期	复制 3—5 个片区	以样板为模板，复制招商培训宣教沙龙会	形成标准复制 SOP
铺开期	全国快速铺开	傻瓜式手册+工具包全国投放，片区自运转	全国可复制、飞轮自转

2.3 有的放矢、精准施策

草台班子一进来，拿到本手册与工具包即可迅速进入工作状态：总部人员按照岗位卡上岗，片区代理按照招募 SOP 招商，主任按照引流落地获客，光谷肫肫按照服务 SOP 履约，寿星照转介绍落地裂变。各司其职、无缝对接、共同成长。

第三卷·第四卷（预告）

- 第三卷《角色照抄手册》：片区代理手册、光谷康服主任 / 副主任手册、光谷肫肫手册、健康寿星手册；
- 第四卷《工具包》：招商落地脚本库、培训 PPT 模板、沙龙会 SOP、宣教文案库。

以上两卷随本总纲后续补齐，所有内容均以“人民利益”为价值原点，以“傻瓜式可复制”为设计标准。

十六、执行手册·第三卷（角色照抄手册）

光谷康服平台

防管星链计划

工作执行手册

（第三卷·角色照抄手册）

懂做的事·懂讲的话·照抄照搬·以人民为中心

防生病·管慢病

防管星链计划委员会 编制

二〇二六年八月·文档编号 FGXL-ZX-003

本卷使用说明

本卷供片区代理、光谷康服主任 / 副主任、光谷朐朐、健康寿星四个角色照抄照搬。每个角色一本“照抄卡”，明确“我是谁、为谁做事、每天做什么、讲什么话、凭什么考核”。

一切落地与动作的唯一出发点：人民利益。帮助赋能人民防生病、管慢病，让健康管理科学性、系统化、便捷性，温暖贴心。

第一篇 片区代理手册（第一领导核心主轴）

一、我是谁

我是防管星链在某片区的第一领导核心与主轴，是总部与基层之间的总枢纽。我辖管多个光谷康服主任、副主任，统筹片区招商、培训、宣教与沙龙会，是片区能否复制的第一责任人。

二、我为谁做事

为本片区人民做事。我的价值，体现在“把防管星链的健康防管服务，送到本片区每一位需要的人民身边”。

三、核心职责

- 招募物色光谷康服主任、副主任，谈判签约、持续赋能；
- 统筹辖管多个主任，组织多条策略引流获客；
- 组织传帮带培训，让主任、朐朐“懂做、会说”；
- 组织标准化沙龙会，推广防管星链对人民的意义与时代价值；
- 垂直协助主任们、光谷朐朐们、发展健康寿星，打通服务闭环。

四、每日 / 每周工作清单（照抄）

频率	工作清单
每日	晨会听汇报→跟进招商线索→检查主任工作→协调资源→复盘数据
每周	组织 1 次培训或沙龙会→走访 1—2 个主任→审核片区数据→向上汇报
每月	片区经营复盘→优化招商培训打法→考核主任→制定下月目标

五、关键落地（懂讲的话）

【招募光谷康服主任、副主任落地】“防管星链做的是‘防生病、管慢病’——国家 4 亿慢病患者、5—6 亿亚健康人群，最缺的是有人关心、追求效果、可以信赖的健康防管服务。您做主任，就是帮本片区人民把这件事做起来，有工具有方案有收益，我们一起帮到人民。”

【对人民落地】“我们帮您和家人防生病、管慢病，有光谷融融健康管理师、营养师上门、有 AI 贴心督导、有体检前后对比看效果，让您不花冤枉钱。”

六、结果考核 KPI

■ 片区服务人数（以服务人数及满意率决定经营效率）；主任招募数与质量；沙龙会场次与转化率；片区营收与续费率。

第二篇 光谷康服主任 / 副主任手册

一、我是谁

我是片区代理商统筹下的地面获客与渠道拓展主力，是防管星链在基层的第一触点。主任、副主任协同开展工作，分担引流与渠道维护和问题处理。

二、我为谁做事

为基层大健康实体和人民做事。我把防管星链介绍给基层大健康实体（基层大健康实体、药店、健康中心），也把健康防管服务介绍给人民。

三、核心职责

- 在片区代理商统筹下，多条策略引流并赋能；
- 签约基层大健康实体，建立获客渠道；
- 参与拓展客户（享有权利与权益），获得 KPI+提成；
- 续费协同，维护用户粘性；
- 组织社区健康筛查等日常活动。

四、每日 / 每周工作清单（照抄）

频率	工作清单
每日	拜访渠道→跟进意向用户→录入系统→回访用户→反馈问题
每周	组织 1 场社区健康筛查→维护签约渠道→参加培训→上报数据
每月	复盘获客与续费→优化落地→参加沙龙会→对账分润

五、关键落地（懂讲的话）

【引流获客落地】“现在慢病最怕没人管、花了钱没效果。防管星链给您配专属健康管理师，上门建档、AI 贴心督导、服务包执行后必有评估，让您和家人都有人关心、追求效果。”

【续费落地】“这个月您的健康数据在改善，坚持下来，亚健康不发展成慢病、慢病不发展成并发症。我们继续陪着您。”

六、结果考核 KPI

- 月引流用户数、签约实体数、续费率、用户满意度。

第三篇 光谷融融手册

一、我是谁

我是走向人民家庭的健康防管服务执行者，是服务能否到位的最核心角色。我下辖健康寿星，负责把专业的健康防管服务送到人民家中。

二、我为谁做事

为每一位服务对象（人民）做事。我的价值，体现在“帮到人民”这四个字上，而非“卖出产品”。

三、核心职责

- 上门建档、执行个性化方案、打卡贴心督导；
- 服务对象有续费 KPI+提成；
- 发展健康寿星，有奖励；
- 温度服务：每月电话回访、季度上门、住院探望（AI 不可替代，续费率根本保障）；
- 陪伴就医、情绪关怀、家属沟通。

四、每日 / 每周工作清单（照抄）

频率	工作清单
每日	查看任务清单→线上贴心督导打卡→上门/回访服务→记录服务日志
每周	电话回访每位服务对象→跟进指标→提醒复检→上报异常
每月	上门复盘执行情况→开展续费沟通→发展健康寿星→参加培训考核

五、关键落地（懂讲的话）

【服务落地】“您的健康交给我们，我每月上门、每季度陪您体检，数据说话，让您和家人放心。”

【续费落地】“您坚持打卡效果很好，继续管理下去，把慢病稳住、把健康守住。”

【发展寿星落地】“您觉得服务好，可以介绍给亲友，让家里人也有人关心、追求效果，推荐还有奖励。”

六、结果考核 KPI

- 服务人数、续费 KPI 达成率、服务满意度、健康寿星发展数、温度服务执行率。

第四篇 健康寿星手册

一、我是谁

我是光谷拙拙下辖的流量端转介绍角色，由满意用户自然转化而来。我把自己受益的健康防管服务，转介绍给亲友。

二、我为谁做事

为亲友做事。我把“有人关心、追求效果、可以信赖”的健康防管服务介绍给亲友，帮他们也防生病、管慢病。

三、核心职责

- 转介绍亲友建档，获得推荐积分；
- 坚持自身健康管理，获得健康积分；
- 社区口碑传播，扩大防管星链影响。

四、关键落地（懂讲的话）

【转介绍落地】“我用了防管星链，健康管理师上门、天天有人贴心督导，体检数据真的在变好。你也别让爸妈自己扛着慢病了，来一起管起来。”

五、激励（可考核）

- 推荐积分：每推荐 1 人建档+首月打卡，获积分，可兑药食同源产品；
- 健康积分：连续打卡、指标改善达标，获积分，可兑健康工具与服务减免；
- 阶梯奖励：推荐 3 人 / 10 人 / 30 人，逐级升级奖励。

十七、执行手册·第四卷（工具包）

光谷康服平台

防管星链计划

工作执行手册

（第四卷·工具包）

执行脚本·演讲大纲·沙龙会 SOP·宣教文案

防生病·管慢病

防管星链计划委员会 编制

二〇二六年八月·文档编号 FGXL-ZX-004

本卷使用说明

本卷是四大工具包：招商执行脚本库、培训 PPT 演讲大纲、沙龙会 SOP、宣教文案库。全部可直接照抄照用，统一以“人民利益”为出发点，杜绝自嗨式落地与夸大宣传。

工具一 招商执行脚本库

1.1 招募片区代理推介词

开场：“今天不谈大道理，就谈一件和每个人都有关的事——慢病。”

痛点：“国家有 4 亿慢病确诊、5—6 亿亚健康，最缺的不是产品，而是有人关心、追求效果、可以信赖的健康防管服务。”

方案：“防管星链做的正是这件事——防生病、管慢病，健康管理科学性、系统化、便捷性，温暖贴心。您做片区代理，就是把这个服务带到您片区的人民身边。”

收益：“您居光谷康服主任、副主任之上，统筹辖管多个主任，按服务人数及满意率决定经营效率，有工具有方案有分润。”

收口：“我们一起，帮人民不花冤枉钱地防生病，把亚健康挡在慢病门外。您愿不愿意先来看看样板片区？”

1.2 招募光谷康服主任 / 副主任推介

“您有基层资源、有服务意识，正是我们要找的人。防管星链给您四条支持：有工具、有方案、有培训、有提成。您负责把服务介绍给人民，总部负责教您做、帮您成。”

“您做主任，不是卖东西，是帮人民防生病、管慢病——这件事有前景、有口碑、有收益。”

工具二 培训 PPT 演讲大纲

2.1 《防管星链是什么》30 分钟演讲大纲

环节	要点	讲什么（照抄）
开场（3 分）	破题	“各位，今天讲一件和每个人都有关的事——慢病。”
痛点（5 分）	三重痛点	没人管、没效果、没信任；4 亿慢病、5—6 亿亚健康的现状
方案（8 分）	防管星链	防生病、管慢病；健康管理科学性、系统化、便捷性、温暖贴心
价值（8 分）	三个“有”	有人关心、追求效果、可以信赖；服务包执行后必有评估，体检前后对比看效果
角色（4 分）	五层星链	总部—区域运营商—主任层—光谷舐舐—健康寿星，各司其职
收口（2 分）	号召	“以人民为中心，帮人民不花冤枉钱地防生病、管慢病。”

2.2 演讲金句（照抄）

- “管理的本质，是陪伴。”
- “让人民不花冤枉钱地防生病，让亚健康不成为慢病，让慢病不发展成并发症。”
- “一颗星，照亮一个人；一条链，连接千万家。”

工具三 沙龙会 SOP

3.1 会前准备（T-3 天）

- 定主题、定场地、定物料（横幅、PPT、筛查工具包、宣传册）；
- 邀约：主任邀约目标人民与渠道方，目标到场 30—50 人；
- 排练：主持人、讲师、见证人各就各位，落地过一遍。

3.2 会中流程（60—90 分钟）

时间	环节	要点
0—10 分	签到+健康筛查	免费测血压/血糖，建立初步印象，优先主任副主任上场
10—15 分	开场破冰	主持人讲“今天聊慢病这件事”
15—45 分	主题宣讲	讲痛点→讲防管星链→讲三个“有”
45—60 分	见证分享	老用户讲真实改善（数据说话）
60—90 分	答疑+意向登记	一对一沟通，登记意向，约上门建档

3.3 会后跟进（T+3 天）

- 当日回访意向用户，24 小时内约建档；
- 记录转化数据，复盘落地，优化下一场。

工具四 宣教文案库

4.1 对人民的核心落地（照抄）

- “防生病：关口前移，岗位前置，未病先防，把风险挡在疾病之前。”
- “管慢病：持续贴心督导，让慢病患者‘有人关心’。”
- “健康管理科学性、系统化、便捷性，温暖贴心。”

4.2 朋友圈文案模板

模板一：“父母有慢病，孩子有亚健康，最怕没人管。给爸妈和孩子们配上专属健康管理师，上门建档、贴心督导、体检前后对比看效果。防管星链，防生病、管慢病。”

模板二：“别再让家人自己扛慢病了。有人关心、追求效果、可以信赖的健康防管服务，让健康管理温暖贴心。”

4.3 海报 / 短视频文案要点

- 标题：防生病、管慢病；
- 核心：健康管理科学性、系统化、便捷性，温暖贴心；
- 行动：免费健康筛查，一对一建档，让您不花冤枉钱。

十八、总部（总指挥/中枢）· 岗位管理指引

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

总指挥（中枢）

岗位管理指引

文件编号：防管星链（2026）运营字第 005 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 岗位定位

1.1 岗位名称

总指挥（中枢）（以下简称“本岗”），隶属于防管星链计划委员会中枢，是防管星链全国运营的最高决策与节奏总控岗位。

1.2 岗位核心定位

本岗是防管星链全国运营的总指挥，负责战略决策、全国节奏总控、造工具、带节奏、做裁判。

一切工作的唯一出发点：人民利益。以服务人数及满意率决定经营效率。

1.3 汇报关系

本岗对防管星链计划委员会负责，统领招商、培训、宣教、沙龙会四战队与保障后台。

第二章 岗位职责

2.1 战略决策职责

- （1）定方向、定节奏、定标准；
- （2）围绕防管星链落地目标有的放矢、精准施策；
- （3）以新质态企业标准，用人少、效率高、职责明确。

2.2 节奏总控职责

- （1）建标准、带节奏、做裁判、公正指导；
- （2）统筹四战队与后台，形成全国一盘棋；
- （3）把四大动作做成傻瓜式可复制工具包。

2.3 造工具职责

- （1）打造招商、培训、宣教、沙龙会四大工具包；
- （2）确保工具包可照抄、可复制、可考核；
- （3）持续迭代更新工具包。

2.4 带节奏职责

- （1）跑通样板片区，树立可复制标杆；
- （2）复制 3-5 个片区，验证模式；
- （3）全国铺开，规模化复制。

2.5 做裁判职责

- （1）公正指导各战队与各角色；
- （2）以数据考核结果可落地；
- （3）对违规行为按制度处理。

2.6 考核与复盘职责

- (1) 每月复盘全国运营数据；
- (2) 以服务人数及满意率决定经营效率；
- (3) 持续优化运营模式。

第三章 岗位权限

3.1 权限范围内可独立执行

- (1) 战略决策、标准制定、节奏总控；
- (2) 统筹四战队与后台的指挥调度；
- (3) 全国运营资源的配置。

3.2 问题升级权限

- (1) 重大合同、法务事项→转交法务；
- (2) 产品功效、医学问题→转交产品与供应链中心；
- (3) 超出权限事项→报防管星链计划委员会。

3.3 紧急情况处置权限

- (1) 涉及健康安全、生命急救类→立即建议拨打 120；
- (2) 同步上报防管星链计划委员会。

第四章 任职要求

4.1 基本条件

- (1) 大专及以上学历，相关专业优先；
- (2) 表达与沟通能力强，普通话标准；
- (3) 熟练使用 Office 办公软件；
- (4) 具备相关岗位工作经验者优先。

4.2 专业知识要求

- (1) 熟悉防管星链计划的定位、品牌体系、运营模式；
- (2) 掌握五层星链架构、四角色体系、协同铁律；
- (3) 熟悉四色标准与三体字体品牌 VI 规范。

4.3 技能与素质要求

- (1) 责任心强，能严格遵守登记规范；
- (2) 抗压能力好，条理清晰；
- (3) 学习能力强，能及时掌握更新内容；
- (4) 保密意识强；
- (5) 具备基本应急判断力。

第五章 考核指标（KPI）

5.1 考核周期

本岗考核分为月度考核与季度考核。月度考核于次月 5 日前完成，季度考核于次季度首月 10 日前完成。

5.2 考核指标一览表

考核满分 100 分。月度考核 90 分以上为优秀，80-89 分为合格，70-79 分为基本合格，70 分以下为不合格。连续两个月不合格者，进行岗位调整评估。

序号	考核指标	目标值	权重	评分标准
1	样板片区跑通	2 个	30%	每少 1 个扣 15 分
2	复制片区数	3-5 个	25%	每少 1 个扣 8 分
3	全国铺开进度	按计划	20%	进度滞后扣分
4	工具包更新迭代	季度 ≥ 1 次	15%	未更新扣分
5	团队满意度	$\geq 90\%$	10%	每降 1%扣 2 分

第六章 奖罚制度

6.1 奖励条款

- （1）样板片区提前跑通，+10 分；
- （2）复制片区超额完成，+5 分/个；
- （3）提出有效运营策略被采纳，+3 分/条。

6.2 处罚条款

- （1）样板片区未按计划跑通，-5 分；
- （2）工具包未按时更新，-3 分；
- （3）决策失误造成损失，-5 分。

6.3 红线条款（一票否决）

以下行为属于岗位红线，一经查实，当月考核直接为 0 分，并视情节严重程度予以警告、记过直至解除岗位合同：

1. 向外部提供虚假信息或未经核实的信息，造成不良影响；
2. 泄露意向方/客户个人信息或公司商业机密；
3. 提供医学诊断或药品推荐（违反 AI 不诊断红线）；
4. 使用品牌禁用术语且拒不改正；
5. 将不同公司主体信息混用；
6. 删改、伪造、销毁登记表记录；

7. 其他严重违反公司规章制度的行为。

附则

1. 本指引由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
2. 本指引自发布之日起施行，修订时以最新版本为准。
3. 本指引与公司其他制度冲突时，以公司行政命令（2026）001 号文件为准。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

十九、总部（总指挥/中枢）·日常流程与登记表

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

总指挥（中枢）

日常流程与登记表

文件编号：防管星链（2026）运营字第 006 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 每日工作流程

1.1 每日工作时间线

时间段	环节	工作内容
8:45-9:00	上班准备	签到→审阅昨日全国运营数据
9:00-12:00	上午决策	战略决策→战队调度→节奏总控
12:00-13:30	午间	复盘上午→午休
13:30-17:00	下午督导	造工具→带节奏→做裁判
17:00-18:00	收尾	复盘当日→安排次日→归档

1.2 每日必做清单

- ☐ 1. 审阅全国运营数据
- ☐ 2. 决策当日重点工作
- ☐ 3. 调度四战队与后台
- ☐ 4. 督导样板片区与复制片区
- ☐ 5. 考核各战队与角色
- ☐ 6. 填写每日汇总
- ☐ 7. 归档

第二章 标准流程与落地用语

2.1 标准流程

第1步：晨会定方向、定节奏

第2步：调度四战队执行

第3步：督导样板/复制片区

第4步：做裁判、公正指导

第5步：复盘数据、迭代工具包

2.2 落地用语

“防管星链做的是帮人民防生病、管慢病的事业。我们造工具、带节奏、做裁判，用人少、效率高，一起把这件事在全国做起来。”

2.3 工作禁忌

1. 不得使用“话术、逆转、治愈、根治、银发、诊所、快递员”等品牌禁用术语
2. 不得承诺超出信息库范围的信息
3. 不得提供医学诊断或药品推荐
4. 不得泄露其他客户/意向方信息
5. 不得贬低竞争对手或夸大宣传
6. 不得与客户争执，遇异议保持专业并记录上报

第三章 登记表模板

以下登记表为本岗日常工作必备表格，请打印使用或电子填写后打印归档。所有表格均须签字确认，不得涂改。

表 运营数据日报

日期	样板片区	复制片区	服务人数	营收	备注

附则

- 1. 本流程与登记表由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本流程自发布之日起施行。
- 3. 登记表模板可根据实际工作需要增减行数，但表头字段不得删减。
- 4. 所有登记表保存期不少于 2 年，电子档案与纸质档案双重备份。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

二十、招商战队 · 岗位管理指引

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

招商专员 岗位管理指引

文件编号：防管星链（2026）运营字第 003 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 岗位定位

1.1 岗位名称

招商专员（以下简称“本岗”），隶属于防管星链计划委员会招商战队，是防管星链全国片区招商与渠道拓展的第一责任岗位。

1.2 岗位核心定位

本岗是招募说服片区代理、光谷康服主任/副主任的第一执行人，通过物色、谈判、签约、持续赋能，把防管星链的招商动作做成傻瓜式可复制，推动防管星链模式在全国片区快速复制。

一切招商动作的唯一出发点：人民利益。把“有人关心、追求效果、可以信赖”的健康防管服务，送到更多人民身边。

1.3 汇报关系

本岗直接汇报对象为招商战队队长，队长汇报总指挥（薛承镇总经理）。涉及超出招商权限的问题，经队长审批后转交相关部门处理。

第二章 岗位职责

2.1 招募物色职责

- （1）每日梳理招商线索，按片区、行业、资源维度建立《招商线索池》；
- （2）通过转介绍、行业展会、线上渠道等多条策略物色潜在片区代理与光谷康服主任/副主任；
- （3）对每条线索 48 小时内完成首次触达，72 小时内完成初步沟通；
- （4）对符合条件的意向方，安排线下拜访或视频面谈，做深度沟通；
- （5）建立意向方分级（A/B/C 级），A 级重点跟进、优先转化；
- （6）每日更新《招商线索登记表》，不得漏登、错登、事后补登。

2.2 谈判签约职责

- （1）面谈前准备《招商手册》、品牌 VI 规范、分润模型等标准材料；
- （2）使用标准招商落地用语，准确讲解防管星链的战略、价值与逻辑；
- （3）分润比例、合同条款等敏感信息按权限提供，不得擅自承诺；
- （4）促成签约后，按标准流程办理《签约登记表》并归档；
- （5）签约后 72 小时内完成首次赋能对接，确保新代理/主任快速上手；
- （6）每笔签约逐条登记，确保可追溯、可考核。

2.3 持续赋能职责

- （1）签约后为代理/主任制定《赋能计划》，明确赋能节奏与目标；
- （2）组织传帮带培训，让代理/主任“懂做、会说”；
- （3）提供招商手册、落地用语、PPT 等标准工具包，照抄照搬；

- (4) 定期回访，解决代理/主任在招商中的实际问题；
- (5) 协助代理组织首场沙龙会，打样示范、跑通流程；
- (6) 记录《赋能记录表》，每月复盘赋能效果与复制进度。

2.4 引流获客协同职责

- (1) 在片区代理统筹下，多条策略引流获客；
- (2) 协同培训战队、宣教战队、沙龙会战队，形成招商合力；
- (3) 把招商线索与片区代理的获客渠道打通，提升转化率；
- (4) 参与社区健康筛查等获客活动，扩大触达面；
- (5) 跟踪线索转化率，持续优化招商策略；
- (6) 每月向队长提交招商数据与改进建议。

2.5 信息准确与保密职责

- (1) 对外输出信息以公司最新版信息库为准，不得自行编造、推测；
- (2) 分润比例、合作条件等敏感信息仅向已验证身份的正式合作意向方提供，并做好记录；
- (3) 不得向任何第三方泄露意向方个人信息与商业信息；
- (4) 使用品牌标准术语，禁用“话术、逆转、银发、诊所、快递员”等禁用词；
- (5) 违反信息准确性或保密要求的，按第六章红线条款处理。

2.6 协同与上报职责

- (1) 与培训、宣教、沙龙会、保障后台战队保持日常协同；
- (2) 每周参加招商例会，汇报招商进展、线索与问题；
- (3) 发现重大商机或竞争风险，1 小时内上报队长并启动应对；
- (4) 配合品牌一致性审计，确保招商物料与品牌 VI 规范一致。

第三章 岗位权限

3.1 招商信息解释权限

本岗可在以下范围内独立对外答复：

- (1) 防管星链计划总体定位、四角色体系、五层星链架构；
- (2) 分润模型框架（四级风险价格、六方分润结构）；
- (3) 招商政策、合作模式概述；
- (4) 政策背景：国民健康十五五规划、健康经济、AI+行动；
- (5) 核心数据：慢病患者 4 亿+、亚健康 5-6 亿、大健康产业 10 万亿+、基层大健康实体 105 万家+。

3.2 问题升级权限

以下问题须升级转交，本岗不得自行答复：

- (1) 具体合同条款、法律条款→转交法务/运营管理部;
- (2) 产品功效、医学专业问题→转交产品与供应链中心;
- (3) 技术故障、系统问题→转交技术部;
- (4) 媒体采访、新闻报道→转交品牌与市场中心;
- (5) 超出信息库范围的任何问题→填写《问题升级/转交单》并上报队长。

3.3 紧急情况处置权限

- (1) 涉及健康安全、生命急救类 → 立即建议拨打 120 急救电话;
- (2) 同步上报队长, 做好记录并跟进;
- (3) AI 不诊断、不生成药名——本岗不得提供任何医学诊断或药品推荐。

第四章 任职要求

4.1 基本条件

- (1) 大专及以上学历, 市场营销、健康管理、医学等相关专业优先;
- (2) 年龄 22-45 岁, 性别不限;
- (3) 表达能力强, 普通话标准, 具备良好的谈判与说服能力;
- (4) 熟练使用 Office 办公软件;
- (5) 具备 1 年以上招商、渠道拓展或大健康行业经验者优先。

4.2 专业知识要求

- (1) 熟悉防管星链计划的定位、品牌体系、运营模式与分润模型;
- (2) 掌握五层星链架构、四角色体系、协同铁律;
- (3) 了解大健康产业、慢病防管基本概念与国家政策背景;
- (4) 熟悉四色标准(绿#04AD49/黄#FFC000/红#C00000/黑#231815)与三体字体(黑体/宋体/仿宋)品牌 VI 规范。

4.3 技能与素质要求

- (1) 谈判与说服能力强, 能准确传递防管星链的价值;
- (2) 抗压能力好, 能持续跟进长周期招商线索;
- (3) 学习能力强, 能及时掌握招商工具包更新;
- (4) 保密意识强, 不在非工作场合讨论意向方信息;
- (5) 具备基本应急判断力, 遇紧急情况能冷静处置。

第五章 考核指标 (KPI)

5.1 考核周期

本岗考核分为月度考核与季度考核。月度考核于次月 5 日前完成, 季度考核于次季度首月 10 日前完成。

5.2 考核指标一览表

考核满分 100 分。月度考核 90 分以上为优秀，80-89 分为合格，70-79 分为基本合格，70 分以下为不合格。连续两个月不合格者，进行岗位调整评估。

序号	考核指标	目标值	权重	评分标准
1	招募片区代理数	月度 ≥ 2 个	25%	每少 1 个扣 10 分，连续 2 月为 0 该项 0 分
2	招募主任/副主任数	月度 ≥ 5 个	20%	每少 1 个扣 4 分，低于 2 个该项 0 分
3	签约转化率	$\geq 30\%$	15%	每降 5%扣 3 分，低于 15%该项 0 分
4	赋能满意度	$\geq 90\%$	15%	每降 1%扣 2 分，低于 75%该项 0 分
5	线索 48 小时触达率	$\geq 95\%$	15%	每降 1%扣 2 分，低于 80%该项 0 分
6	登记完整率	100%	10%	每漏 1 条扣 2 分，漏 5 条以上该项 0 分

第六章 奖罚制度

6.1 奖励条款

符合以下情形之一的，给予加分奖励（记入月度考核总分）：

- （1）当月签约转化率 $\geq 40\%$ 且零投诉，+5 分；
- （2）成功招募高价值 A 级代理并促成签约，+5 分/个；
- （3）主动提出有效招商策略并被采纳，+3 分/条；
- （4）当月登记表零漏登、零错登，+5 分；
- （5）协助代理成功跑通首场沙龙会，+3 分/场。

6.2 处罚条款

出现以下情形之一的，给予扣分处罚（记入月度考核总分）：

- （1）线索 48 小时未首次触达，-2 分/条；
- （2）签约登记漏登或错登，-2 分/条；
- （3）使用非标准用语或品牌禁用术语，-2 分/次；
- （4）未经审批擅自承诺分润比例或合同条款，-5 分/次；
- （5）每日汇总未按时提交，-3 分/次。

6.3 红线条款（一票否决）

以下行为属于岗位红线，一经查实，当月考核直接为 0 分，并视情节严重程度予以警告、记过直至解除岗位合同：

1. 向意向方提供虚假信息或未经核实的信息，造成不良影响；
2. 泄露意向方个人信息或公司商业机密（分润比例、合作条件、内部数据等）；
3. 提供医学诊断或药品推荐（违反 AI 不诊断红线）；
4. 使用品牌禁用术语且拒不改正；
5. 将不同公司主体信息混用；
6. 删改、伪造、销毁登记表记录；
7. 擅自承诺超出权限的合同条款，造成损失；
8. 其他严重违反公司规章制度的行为。

附则

1. 本指引由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
2. 本指引自发布之日起施行，修订时以最新版本为准。
3. 本指引与公司其他制度冲突时，以公司行政命令〔2026〕001 号文件为准。
4. 招商政策、分润模型如有变更，以公司最新通知为准。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

二十一、招商战队 · 日常流程与登记表

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

招商专员

日常流程与登记表

文件编号：防管星链（2026）运营字第 004 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 每日工作流程

1.1 每日工作时间线

时间段	环节	工作内容
8:45-9:00	上班准备	签到→梳理当日招商线索→确认面谈安排
9:00-12:00	上午招商	线索触达→面谈拜访→签约洽谈
12:00-13:30	午间整理	整理上午记录→更新线索池→午休
13:30-17:00	下午招商	面谈拜访→签约跟进→赋能对接
17:00-17:30	收尾整理	跟踪当日签约/线索进展→更新登记表
17:30-18:00	下班汇总	填写《每日工作汇总表》→队长签字→归档

1.2 每日必做清单

- ☐ 1. 打开并梳理《招商线索池》，确认当日跟进线索
- ☐ 2. 对 48 小时未触达的线索完成首次触达
- ☐ 3. 确认当日面谈/拜访安排，准备招商材料
- ☐ 4. 逐条登记每一条招商线索、每一次拜访、每一笔签约
- ☐ 5. 跟踪所有已转交/已签约事项的进展
- ☐ 6. 对签约后 72 小时内未赋能的代理/主任完成赋能对接
- ☐ 7. 填写《每日工作汇总表》
- ☐ 8. 招商战队队长签字确认
- ☐ 9. 当日登记表归档
- ☐ 10. 设置次日招商提醒

第二章 招商拜访流程与落地用语

2.1 拜访标准流程

第1步：拜访前准备——确认意向方背景、准备《招商手册》、分润模型、品牌VI规范

第2步：标准开场白：“您好，我是防管星链计划招商专员，感谢您对防管星链的关注。”

第3步：倾听意向方诉求，了解其资源、渠道、意向

第4步：讲解防管星链的战略、价值与逻辑，突出“帮到人民”

第5步：解答疑问，能当场答复的依据信息库标准答案答复

第6步：确认合作意向，约定下一步动作

第7步：拜访后2小时内完成《拜访记录表》填写

2.2 标准落地用语

2.2.1 开场白

“您好，我是防管星链计划招商专员。感谢您对防管星链的关注，今天主要想和您聊聊防管星链怎么帮人民防生病、管慢病，以及您在其中可以做什么。”

2.2.2 常见问答

【问】防管星链是什么？

【答】“防管星链是光谷康服平台打造的慢病防管计划，核心是“防生病、管慢病”。国家4亿慢病、5-6亿亚健康人群，最缺的是有人关心、追求效果、可以信赖的健康防管服务。防管星链通过五层星链架构，把专业服务送到人民身边。”

【问】我做代理/主任能获得什么？

【答】“您做代理，是片区的第一领导核心主轴；您做主任，是地面获客的主力。防管星链给您完整的工具、方案和分润，您把这件事在片区做起来，有工具有方案有收益，一起帮到人民。”

【问】分润怎么算？

【答】“防管星链按四级风险定价、六方分润，具体比例我们签约时按标准合同细则说明，我可以在正式签约环节为您详细讲解。”

2.2.3 结束语

“感谢您今天的交流。防管星链做的是帮人民防生病、管慢病的事业，有工具有方案有收益。期待与您携手，一起帮到更多人民。后续我会为您提供完整的招商手册，我们保持联系。”

2.3 招商拜访禁忌

1. 不得使用“话术、逆转、治愈、根治、银发、诊所、快递员”等品牌禁用术语
2. 不得承诺超出信息库范围的信息

3. 不得擅自承诺具体分润比例或合同条款（转签约环节）
4. 不得提供医学诊断或药品推荐
5. 不得泄露其他意向方信息
6. 不得贬低竞争对手或夸大宣传
7. 不得与意向方争执，遇异议保持专业并记录上报

第三章 签约流程与模板

3.1 签约标准流程

- (1) 意向方确认合作意愿后，报招商战队队长审核
- (2) 准备标准合同文本（以公司最新版合同为准）
- (3) 当面或线上签约，逐条解释合同条款
- (4) 签约后立即办理《签约登记表》
- (5) 签约资料归档，同步招商战队队长与保障后台
- (6) 签约后 72 小时内启动赋能对接

3.2 签约模板

【签约确认函】

尊敬的____先生/女士：

感谢您加入防管星链计划。您已成为我司____（片区代理/光谷康服主任/副主任），自____年____月____日起正式生效。

我们将为您提供完整的招商手册、培训赋能与运营支持，与您携手帮到更多人民。

武汉光谷康服信息科技有限公司 防管星链计划委员会

第四章 赋能流程

4.1 赋能标准流程

- (1) 签约后 72 小时内与代理/主任首次对接，制定《赋能计划》
- (2) 组织传帮带培训，讲解招商手册、落地用语、PPT 工具包
- (3) 协助代理组织首场沙龙会，打样示范
- (4) 每周回访，解决招商实际问题
- (5) 每月复盘赋能效果，提交《赋能记录表》

第五章 登记表模板

以下登记表为本岗日常工作必备表格，请打印使用或电子填写后打印归档。所有表格均须签字确认，不得涂改。

表 5-1 招商线索登记表（参考表样）

（每一条招商线索登记一行，当班期间逐条记录，不得事后补登）

序号	线索来源	意向方姓名	联系电话	意向角色	线索等级	首次触达时间	跟进状态	备注

表 5-2 拜访记录表

序号	拜访日期	拜访对象	拜访方式	沟通要点	意向结论	下次动作

表 5-3 签约登记表

序号	签约日期	签约对象	签约角色	片区	合同编号	赋能启动时间	备注

表 5-4 赋能记录表

序号	赋能日期	赋能对象	赋能内容	赋能效果	下次安排

表 5-5 每日工作汇总表

招商维度	今日新增	今日完成	累计
招商线索			
拜访/面谈			
签约			
赋能对接			
合计			

表 5-6 问题升级/转交单

转交编号		转交日期	
意向方		联系方式	
问题摘要			
转交部门		接收人	
队长签字		接收确认	

附则

- 1. 本流程与登记表由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本流程自发布之日起施行。
- 3. 登记表模板可根据实际工作需要增减行数，但表头字段不得删减。
- 4. 所有登记表保存期不少于 2 年，电子档案与纸质档案双重备份。
- 5. 招商政策、分润模型更新时，本流程中的标准落地用语将同步更新。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

二十二、培训战队 · 岗位管理指引

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

培训专员 岗位管理指引

文件编号：防管星链（2026）运营字第 007 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 岗位定位

1.1 岗位名称

培训专员（以下简称“本岗”），隶属于防管星链计划委员会培训战队，是防管星链“传帮带、PPT 演讲、话口落地培训”的第一责任岗位。

1.2 岗位核心定位

本岗负责传帮带、PPT 演讲、话口落地培训，让片区代理、主任/副主任、光谷朐朐、健康寿星每个角色“懂做、会说、能复制”。

一切培训的唯一出发点：让每个角色照抄手册就能进入工作状态。

1.3 汇报关系

本岗直接汇报培训战队队长，队长汇报总指挥。

第二章 岗位职责

2.1 课程开发职责

- （1）开发各角色照抄手册与培训课件；
- （2）更新 PPT 演讲大纲与落地用语；
- （3）维护培训教材库，确保最新版本。

2.2 传帮带职责

- （1）组织传帮带培训，让角色懂做会说；
- （2）一对一辅导，解决实操问题；
- （3）培训片区代理/主任/光谷朐朐/健康寿星。

2.3 PPT 演讲职责

- （1）制作标准化 PPT 演讲素材；
- （2）示范演讲，传递防管星链价值；
- （3）考核各角色演讲能力。

2.4 话口落地职责

- （1）培训标准落地用语，替换“话术”；
- （2）确保各角色以人民为中心开口；
- （3）抽查话口使用，纠正禁用词。

2.5 考核与认证职责

- （1）组织各角色考核，评定通过率；
- （2）对未通过者补训辅导；
- （3）建立培训档案，可追溯。

2.6 复制与迭代职责

- (1) 把标准作业手册 SOP 复制到各片区；
- (2) 每月复盘培训效果；
- (3) 持续迭代培训内容。

第三章 岗位权限

3.1 权限范围内可独立执行

- (1) 各角色培训、考核、认证；
- (2) 培训教材的更新与迭代。

3.2 问题升级权限

- (1) 培训内容涉及产品功效→转交产品中心；
- (2) 超出权限→上报队长。

3.3 紧急情况处置权限

- (1) 培训中涉及健康安全→立即建议拨打 120 并上报。

第四章 任职要求

4.1 基本条件

- (1) 大专及以上学历，相关专业优先；
- (2) 表达与沟通能力强，普通话标准；
- (3) 熟练使用 Office 办公软件；
- (4) 具备相关岗位工作经验者优先。

4.2 专业知识要求

- (1) 熟悉防管星链计划的定位、品牌体系、运营模式；
- (2) 掌握五层星链架构、四角色体系、协同铁律；
- (3) 熟悉四色标准与三体字体品牌 VI 规范。

4.3 技能与素质要求

- (1) 责任心强，能严格遵守登记规范；
- (2) 抗压能力好，条理清晰；
- (3) 学习能力强，能及时掌握更新内容；
- (4) 保密意识强；
- (5) 具备基本应急判断力。

第五章 考核指标（KPI）

5.1 考核周期

本岗考核分为月度考核与季度考核。月度考核于次月 5 日前完成，季度考核于次季度首月 10 日前完成。

5.2 考核指标一览表

考核满分 100 分。月度考核 90 分以上为优秀，80-89 分为合格，70-79 分为基本合格，70 分以下为不合格。连续两个月不合格者，进行岗位调整评估。

序号	考核指标	目标值	权重	评分标准
1	培训场次	月度 ≥ 4 场	25%	每少 1 场扣 6 分
2	角色通过率	$\geq 90\%$	25%	每降 1%扣 2 分
3	复制片区数	按计划	20%	进度滞后扣分
4	教材更新	及时	15%	未更新扣分
5	培训满意度	$\geq 90\%$	15%	每降 1%扣 2 分

第六章 奖罚制度

6.1 奖励条款

- (1) 通过率 $\geq 95\%$ ，+5 分；
- (2) 培训教材被采纳迭代，+3 分/次；
- (3) 协助新片区快速上手，+3 分/片区。

6.2 处罚条款

- (1) 培训未按时开展，-3 分/场；
- (2) 教材未及时更新，-2 分；
- (3) 使用禁用词未纠正，-2 分/次。

6.3 红线条款（一票否决）

以下行为属于岗位红线，一经查实，当月考核直接为 0 分，并视情节严重程度予以警告、记过直至解除岗位合同：

1. 向外部提供虚假信息或未经核实的信息，造成不良影响；
2. 泄露意向方/客户个人信息或公司商业机密；
3. 提供医学诊断或药品推荐（违反 AI 不诊断红线）；
4. 使用品牌禁用术语且拒不改正；
5. 将不同公司主体信息混用；
6. 删改、伪造、销毁登记表记录；
7. 其他严重违反公司规章制度的行为。

附则

1. 本指引由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
2. 本指引自发布之日起施行，修订时以最新版本为准。
3. 本指引与公司其他制度冲突时，以公司行政命令〔2026〕001号文件为准。

防管星链计划委员会

2026年8月

二十三、培训战队 · 日常流程与登记表

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

培训专员

日常流程与登记表

文件编号：防管星链（2026）运营字第 008 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 每日工作流程

1.1 每日工作时间线

时间段	环节	工作内容
8:45-9:00	上班准备	签到→梳理当日培训安排
9:00-12:00	上午培训	课程备课→角色培训→实操演练
12:00-13:30	午间	整理→午休
13:30-17:00	下午培训	考核打分→补训辅导→PPT演练
17:00-18:00	收尾	复盘归档→迭代教材

1.2 每日必做清单

- ☐ 1. 备课更新教材
- ☐ 2. 组织角色培训
- ☐ 3. 实操演练
- ☐ 4. 考核打分
- ☐ 5. 补训辅导
- ☐ 6. 复盘归档
- ☐ 7. 迭代手册

第二章 标准流程与落地用语

2.1 标准流程

第1步：备课，准备课件

第2步：讲授+演练

第3步：考核打分

第4步：补训辅导

第5步：复盘迭代

2.2 落地用语

“照抄手册拿到手，一进来就能进入工作状态，各司其职、无缝对接、共同成长。”

2.3 工作禁忌

1. 不得使用“话术、逆转、治愈、根治、银发、诊所、快递员”等品牌禁用术语
2. 不得承诺超出信息库范围的信息
3. 不得提供医学诊断或药品推荐
4. 不得泄露其他客户/意向方信息
5. 不得贬低竞争对手或夸大宣传
6. 不得与客户争执，遇异议保持专业并记录上报

第三章 登记表模板

以下登记表为本岗日常工作必备表格，请打印使用或电子填写后打印归档。所有表格均须签字确认，不得涂改。

表 培训记录表（参考表样）

日期	培训对象	培训内容	考核结果	通过率	备注

附则

- 1. 本流程与登记表由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本流程自发布之日起施行。
- 3. 登记表模板可根据实际工作需要增减行数，但表头字段不得删减。
- 4. 所有登记表保存期不少于 2 年，电子档案与纸质档案双重备份。

防管星链计划委员会
2026 年 8 月

二十四、宣教战队 · 岗位管理指引

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

宣教专员 岗位管理指引

文件编号：防管星链（2026）运营字第 009 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 岗位定位

1.1 岗位名称

宣教专员（以下简称“本岗”），隶属于防管星链计划委员会宣教战队，是防管星链“对人民宣教”的第一责任岗位。

1.2 岗位核心定位

本岗负责讲清防管星链对人民的意义与时代价值，用亲民易懂的语言，让人民懂、让人民信、让人民受益。

一切宣教的唯一出发点：人民利益。禁止自嗨式口号与空洞口号。

1.3 汇报关系

本岗直接汇报宣教战队队长，队长汇报总指挥。

第二章 岗位职责

2.1 宣教内容职责

- （1）围绕防管星链对人民的意义与时代价值产出宣教内容；
- （2）维护宣教文案库、朋友圈模板、海报要点；
- （3）以人民为中心的语言体系写作。

2.2 社区科普职责

- （1）组织健康防管科普，社区宣教；
- （2）下沉社区，把健康服务开到人民身边；
- （3）讲清“防生病、管慢病”的价值。

2.3 渠道宣教职责

- （1）官网、社媒、销售物料多渠道宣教；
- （2）确保宣教物料符合品牌 VI 规范；
- （3）配合沙龙会、招商做宣教支撑。

2.4 话口规范职责

- （1）统一对外宣教落地用语；
- （2）禁用“话术、逆转、治愈”等词；
- （3）抽查各渠道宣教合规。

2.5 监测与反馈职责

- （1）监测宣教触达与转化；
- （2）收集人民反馈，优化宣教；
- （3）每月提交宣教数据。

2.6 协同职责

- (1) 协同培训、沙龙会、招商战队；
- (2) 配合品牌一致性审计。

第三章 岗位权限

3.1 权限范围内可独立执行

- (1) 宣教内容策划与产出；
- (2) 社区宣教活动的组织。

3.2 问题升级权限

- (1) 宣教内容涉及产品功效→转交产品中心；
- (2) 媒体采访→转交品牌与市场中心。

3.3 紧急情况处置权限

- (1) 宣教中涉及健康安全→立即建议拨打 120 并上报。

第四章 任职要求

4.1 基本条件

- (1) 大专及以上学历，相关专业优先；
- (2) 表达与沟通能力强，普通话标准；
- (3) 熟练使用 Office 办公软件；
- (4) 具备相关岗位工作经验者优先。

4.2 专业知识要求

- (1) 熟悉防管星链计划的定位、品牌体系、运营模式；
- (2) 掌握五层星链架构、四角色体系、协同铁律；
- (3) 熟悉四色标准与三体字体品牌 VI 规范。

4.3 技能与素质要求

- (1) 责任心强，能严格遵守登记规范；
- (2) 抗压能力好，条理清晰；
- (3) 学习能力强，能及时掌握更新内容；
- (4) 保密意识强；
- (5) 具备基本应急判断力。

第五章 考核指标（KPI）

5.1 考核周期

本岗考核分为月度考核与季度考核。月度考核于次月 5 日前完成，季度考核于次季度首月 10 日前完成。

5.2 考核指标一览表

考核满分 100 分。月度考核 90 分以上为优秀，80-89 分为合格，70-79 分为基本合格，70 分以下为不合格。连续两个月不合格者，进行岗位调整评估。

序号	考核指标	目标值	权重	评分标准
1	触达人数	月度≥5000	25%	每少 10%扣 5 分
2	宣教场次	月度≥4 场	25%	每少 1 场扣 6 分
3	转化率	≥10%	20%	每降 1%扣 2 分
4	文案库更新	及时	15%	未更新扣分
5	宣教合规率	100%	15%	出现禁用词扣分

第六章 奖罚制度

6.1 奖励条款

- (1) 触达超额完成，+5 分；
- (2) 宣教内容被采纳，+3 分/条；
- (3) 促成有效转化，+3 分/次。

6.2 处罚条款

- (1) 宣教场次未达标，-3 分/场；
- (2) 使用禁用词，-2 分/次；
- (3) 文案库未更新，-2 分。

6.3 红线条款（一票否决）

以下行为属于岗位红线，一经查实，当月考核直接为 0 分，并视情节严重程度予以警告、记过直至解除岗位合同：

- 1. 向外部提供虚假信息或未经核实的信息，造成不良影响；
- 2. 泄露意向方/客户个人信息或公司商业机密；
- 3. 提供医学诊断或药品推荐（违反 AI 不诊断红线）；
- 4. 使用品牌禁用术语且拒不改正；
- 5. 将不同公司主体信息混用；
- 6. 删改、伪造、销毁登记表记录；
- 7. 其他严重违反公司规章制度的行为。

附则

- 1. 本指引由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本指引自发布之日起施行，修订时以最新版本为准。

3. 本指引与公司其他制度冲突时，以公司行政命令〔2026〕001 号文件为准。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

二十五、宣教战队 · 日常流程与登记表

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

宣教专员

日常流程与登记表

文件编号：防管星链（2026）运营字第 010 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 每日工作流程

1.1 每日工作时间线

时间段	环节	工作内容
8:45-9:00	上班准备	签到→梳理当日宣教任务
9:00-12:00	上午宣教	内容策划→文案生产→社群触达
12:00-13:30	午间	整理→午休
13:30-17:00	下午宣教	社区科普→素材归档→数据监测
17:00-18:00	收尾	复盘迭代→话口更新

1.2 每日必做清单

- ☐ 1. 宣教内容策划
- ☐ 2. 文案生产
- ☐ 3. 社区/社群触达
- ☐ 4. 素材归档
- ☐ 5. 数据监测
- ☐ 6. 复盘迭代

第二章 标准流程与落地用语

2.1 标准流程

第1步：策划宣教内容

第2步：生产文案素材

第3步：多渠道触达

第4步：监测转化

第5步：复盘迭代

2.2 落地用语

“防管星链帮您和家人防生病、管慢病，人民不花冤枉钱，亚健康不成为慢病，慢病不发展成并发症。”

2.3 工作禁忌

1. 不得使用“话术、逆转、治愈、根治、银发、诊所、快递员”等品牌禁用术语
2. 不得承诺超出信息库范围的信息
3. 不得提供医学诊断或药品推荐
4. 不得泄露其他客户/意向方信息
5. 不得贬低竞争对手或夸大宣传
6. 不得与客户争执，遇异议保持专业并记录上报

第三章 登记表模板

以下登记表为本岗日常工作必备表格，请打印使用或电子填写后打印归档。所有表格均须签字确认，不得涂改。

表 宣教触达记录表

日期	渠道	内容	触达人数	转化	备注

附则

- 1. 本流程与登记表由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本流程自发布之日起施行。
- 3. 登记表模板可根据实际工作需要增减行数，但表头字段不得删减。
- 4. 所有登记表保存期不少于 2 年，电子档案与纸质档案双重备份。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

二十六、沙龙会战队 · 岗位管理指引

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

沙龙会专员 岗位管理指引

文件编号：防管星链（2026）运营字第 011 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 岗位定位

1.1 岗位名称

沙龙会专员（以下简称“本岗”），隶属于防管星链计划委员会沙龙会战队，是防管星链“标准化沙龙会组织推广”的第一责任岗位。

1.2 岗位核心定位

本岗负责组织标准化沙龙会，把沙龙会做成标准化 SOP、场场可复制，推广防管星链对人民的意义与时代价值。

一切沙龙会的唯一出发点：帮人民看懂防管星链怎么帮到人民。

1.3 汇报关系

本岗直接汇报沙龙会战队队长，队长汇报总指挥。

第二章 岗位职责

2.1 SOP 组织职责

- （1）按标准化 SOP 组织沙龙会；
- （2）会前/会中/会后全流程督导；
- （3）确保沙龙会可复制、可考核。

2.2 会前准备职责

- （1）场地、物料、邀约准备；
- （2）确定沙龙会主题与流程；
- （3）邀约目标客户，确认到场。

2.3 会中执行职责

- （1）会中主持，把控流程；
- （2）招商宣讲+健康宣教双场型；
- （3）记录到场与互动情况。

2.4 会后跟进职责

- （1）会后跟进，转化承接；
- （2）跟踪转化率；
- （3）复盘场次数据。

2.5 推广宣传职责

- （1）推广防管星链对人民的意义与时代价值；
- （2）确保沙龙会物料符合品牌 VI；
- （3）配合宣教、招商做推广。

2.6 复盘迭代职责

- (1) 每场沙龙会后复盘；
- (2) 优化 SOP；
- (3) 每月提交沙龙会数据。

第三章 岗位权限

3.1 权限范围内可独立执行

- (1) 沙龙会的策划、组织、执行；
- (2) 沙龙会物料的准备与使用。

3.2 问题升级权限

- (1) 沙龙会涉及产品功效→转交产品中心；
- (2) 媒体采访→转交品牌与市场中心。

3.3 紧急情况处置权限

- (1) 沙龙会中涉及健康安全→立即建议拨打 120 并上报。

第四章 任职要求

4.1 基本条件

- (1) 大专及以上学历，相关专业优先；
- (2) 表达与沟通能力强，普通话标准；
- (3) 熟练使用 Office 办公软件；
- (4) 具备相关岗位工作经验者优先。

4.2 专业知识要求

- (1) 熟悉防管星链计划的定位、品牌体系、运营模式；
- (2) 掌握五层星链架构、四角色体系、协同铁律；
- (3) 熟悉四色标准与三体字体品牌 VI 规范。

4.3 技能与素质要求

- (1) 责任心强，能严格遵守登记规范；
- (2) 抗压能力好，条理清晰；
- (3) 学习能力强，能及时掌握更新内容；
- (4) 保密意识强；
- (5) 具备基本应急判断力。

第五章 考核指标（KPI）

5.1 考核周期

本岗考核分为月度考核与季度考核。月度考核于次月 5 日前完成，季度考核于次季度首月 10 日前完成。

5.2 考核指标一览表

考核满分 100 分。月度考核 90 分以上为优秀，80-89 分为合格，70-79 分为基本合格，70 分以下为不合格。连续两个月不合格者，进行岗位调整评估。

序号	考核指标	目标值	权重	评分标准
1	沙龙会场次	月度 ≥ 4 场	25%	每少 1 场扣 6 分
2	到场率	$\geq 80\%$	25%	每降 5%扣 3 分
3	转化率	$\geq 15\%$	25%	每降 1%扣 2 分
4	SOP 合规	100%	15%	出现偏差扣分
5	复盘及时	场场复盘	10%	漏复盘扣分

第六章 奖罚制度

6.1 奖励条款

- （1）场次超额完成，+5 分；
- （2）转化率 $\geq 20\%$ ，+5 分；
- （3）SOP 优化建议被采纳，+3 分/条。

6.2 处罚条款

- （1）场次未达标，-3 分/场；
- （2）到场率低于 60%，-3 分；
- （3）未复盘，-2 分/场。

6.3 红线条款（一票否决）

以下行为属于岗位红线，一经查实，当月考核直接为 0 分，并视情节严重程度予以警告、记过直至解除岗位合同：

1. 向外部提供虚假信息或未经核实的信息，造成不良影响；
2. 泄露意向方/客户个人信息或公司商业机密；
3. 提供医学诊断或药品推荐（违反 AI 不诊断红线）；
4. 使用品牌禁用术语且拒不改正；
5. 将不同公司主体信息混用；
6. 删改、伪造、销毁登记表记录；
7. 其他严重违反公司规章制度的行为。

附则

1. 本指引由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
2. 本指引自发布之日起施行，修订时以最新版本为准。
3. 本指引与公司其他制度冲突时，以公司行政命令〔2026〕001号文件为准。

防管星链计划委员会

2026年8月

二十七、沙龙会战队 · 日常流程与登记表

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

沙龙会专员

日常流程与登记表

文件编号：防管星链（2026）运营字第 012 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 每日工作流程

1.1 每日工作时间线

时间段	环节	工作内容
8:45-9:00	上班准备	签到→梳理当日沙龙会安排
9:00-12:00	会前准备	场地物料→邀约确认→流程彩排
12:00-13:30	午间	整理→午休
13:30-17:00	会中/会后	会中主持→会后跟进→转化承接
17:00-18:00	收尾	复盘→场次数据上报

1.2 每日必做清单

- ☐ 1. 场地物料准备
- ☐ 2. 邀约确认
- ☐ 3. 流程彩排
- ☐ 4. 会中主持
- ☐ 5. 会后跟进转化
- ☐ 6. 复盘
- ☐ 7. 数据上报

第二章 标准流程与落地用语

2.1 标准流程

第1步：会前准备（场地/物料/邀约）

第2步：会中主持（流程把控）

第3步：会后跟进（转化承接）

第4步：复盘（数据+优化）

2.2 落地用语

“今天这场沙龙会，是帮大家看懂防管星链怎么帮人民防生病、管慢病，有人关心、追求效果、可以信赖。”

2.3 工作禁忌

1. 不得使用“话术、逆转、治愈、根治、银发、诊所、快递员”等品牌禁用术语
2. 不得承诺超出信息库范围的信息
3. 不得提供医学诊断或药品推荐
4. 不得泄露其他客户/意向方信息
5. 不得贬低竞争对手或夸大宣传
6. 不得与客户争执，遇异议保持专业并记录上报

第三章 登记表模板

以下登记表为本岗日常工作必备表格，请打印使用或电子填写后打印归档。所有表格均须签字确认，不得涂改。

表 沙龙会记录表

日期	主题	邀约数	到场数	转化数	备注

附则

- 1. 本流程与登记表由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本流程自发布之日起施行。
- 3. 登记表模板可根据实际工作需要增减行数，但表头字段不得删减。
- 4. 所有登记表保存期不少于 2 年，电子档案与纸质档案双重备份。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

二十八、保障后台 · 岗位管理指引

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

保障后台专员 岗位管理指引

文件编号：防管星链（2026）运营字第 013 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 岗位定位

1.1 岗位名称

保障后台专员（以下简称“本岗”），隶属于防管星链计划委员会保障后台，是防管星链“数据考核+合规风控”的第一责任岗位。

1.2 岗位核心定位

本岗负责数据考核与合规风控，让管理有依据、让考核可落地，以服务人数及满意率决定经营效率。

一切后台工作的唯一出发点：一切用数据说话，可监督、可考核。

1.3 汇报关系

本岗直接汇报保障后台负责人，负责人汇报总指挥。

第二章 岗位职责

2.1 数据考核职责

- （1）采集各战队、各角色运营数据；
- （2）以服务人数及满意率决定经营效率；
- （3）汇总 KPI 数据，结果可考核。

2.2 合规风控职责

- （1）合规红线、品牌一致性审计；
- （2）巡检各战队与各角色合规；
- （3）发现违规立即纠正。

2.3 KPI 看板职责

- （1）搭建运营数据看板；
- （2）周报、月报数据输出；
- （3）数据异常预警。

2.4 风险预警职责

- （1）监测运营风险；
- （2）风险预警并启动整改；
- （3）跟踪整改闭环。

2.5 档案管理职责

- （1）登记表、档案归档管理；
- （2）电子档案与纸质档案双备份；
- （3）确保信息安全可追溯。

2.6 协同职责

- (1) 支持四战队与四角色照抄落地；
- (2) 配合品牌一致性审计；
- (3) 每月提交合规审计报告。

第三章 岗位权限

3.1 权限范围内可独立执行

- (1) 数据采集、KPI 汇总、合规巡检；
- (2) 风险预警与整改督导。

3.2 问题升级权限

- (1) 重大合规问题→上报总指挥；
- (2) 法务事项→转交法务。

3.3 紧急情况处置权限

- (1) 发现重大风险→1 小时内上报总指挥。

第四章 任职要求

4.1 基本条件

- (1) 大专及以上学历，相关专业优先；
- (2) 表达与沟通能力强，普通话标准；
- (3) 熟练使用 Office 办公软件；
- (4) 具备相关岗位工作经验者优先。

4.2 专业知识要求

- (1) 熟悉防管星链计划的定位、品牌体系、运营模式；
- (2) 掌握五层星链架构、四角色体系、协同铁律；
- (3) 熟悉四色标准与三体字体品牌 VI 规范。

4.3 技能与素质要求

- (1) 责任心强，能严格遵守登记规范；
- (2) 抗压能力好，条理清晰；
- (3) 学习能力强，能及时掌握更新内容；
- (4) 保密意识强；
- (5) 具备基本应急判断力。

第五章 考核指标（KPI）

5.1 考核周期

本岗考核分为月度考核与季度考核。月度考核于次月 5 日前完成，季度考核于次季度首月 10 日前完成。

5.2 考核指标一览表

考核满分 100 分。月度考核 90 分以上为优秀，80-89 分为合格，70-79 分为基本合格，70 分以下为不合格。连续两个月不合格者，进行岗位调整评估。

序号	考核指标	目标值	权重	评分标准
1	数据准确率	100%	30%	每错 1 次扣 10 分
2	合规率	100%	30%	每违规 1 次扣 10 分
3	审计通过率	≥95%	20%	每降 1%扣 2 分
4	报告按时提交	100%	20%	每迟交 1 次扣 5 分

第六章 奖罚制度

6.1 奖励条款

- （1）连续 3 月数据零差错，+5 分；
- （2）发现重大风险并避免损失，+5 分；
- （3）合规审计建议被采纳，+3 分/条。

6.2 处罚条款

- （1）数据出错，-3 分/次；
- （2）报告迟交，-3 分/次；
- （3）漏巡检，-2 分/次。

6.3 红线条款（一票否决）

以下行为属于岗位红线，一经查实，当月考核直接为 0 分，并视情节严重程度予以警告、记过直至解除岗位合同：

1. 向外部提供虚假信息或未经核实的信息，造成不良影响；
2. 泄露意向方/客户个人信息或公司商业机密；
3. 提供医学诊断或药品推荐（违反 AI 不诊断红线）；
4. 使用品牌禁用术语且拒不改正；
5. 将不同公司主体信息混用；
6. 删改、伪造、销毁登记表记录；

7. 其他严重违反公司规章制度的行为。

附则

1. 本指引由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
2. 本指引自发布之日起施行，修订时以最新版本为准。
3. 本指引与公司其他制度冲突时，以公司行政命令（2026）001 号文件为准。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

二十九、保障后台 · 日常流程与登记表

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

保障后台专员 日常流程与登记表

文件编号：防管星链（2026）运营字第 014 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 每日工作流程

1.1 每日工作时间线

时间段	环节	工作内容
8:45-9:00	上班准备	签到→审阅昨日数据
9:00-12:00	上午	数据采集→合规巡检→KPI看板更新
12:00-13:30	午间	整理→午休
13:30-17:00	下午	风险预警→整改督导→报告编制
17:00-18:00	收尾	数据归档→周报月报

1.2 每日必做清单

- ☐ 1. 数据采集
- ☐ 2. 合规巡检
- ☐ 3. KPI 看板更新
- ☐ 4. 风险预警
- ☐ 5. 整改督导
- ☐ 6. 报告编制
- ☐ 7. 归档

第二章 标准流程与落地用语

2.1 标准流程

第1步：数据采集

第2步：合规巡检

第3步：KPI 看板更新

第4步：风险预警

第5步：报告归档

2.2 落地用语

“一切用数据说话，一切有法可依、可监督、可考核。”

2.3 工作禁忌

1. 不得使用“话术、逆转、治愈、根治、银发、诊所、快递员”等品牌禁用术语
2. 不得承诺超出信息库范围的信息
3. 不得提供医学诊断或药品推荐
4. 不得泄露其他客户/意向方信息
5. 不得贬低竞争对手或夸大宣传
6. 不得与客户争执，遇异议保持专业并记录上报

第三章 登记表模板

以下登记表为本岗日常工作必备表格，请打印使用或电子填写后打印归档。所有表格均须签字确认，不得涂改。

表 数据日报

日期	服务人数	营收	合规情况	风险	备注

附则

- 1. 本流程与登记表由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本流程自发布之日起施行。
- 3. 登记表模板可根据实际工作需要增减行数，但表头字段不得删减。
- 4. 所有登记表保存期不少于 2 年，电子档案与纸质档案双重备份。

防管星链计划委员会
2026 年 8 月

三十、片区代理·岗位管理指引

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

片区代理 岗位管理指引

文件编号：防管星链（2026）运营字第 015 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 岗位定位

1.1 岗位名称

片区代理（以下简称“本岗”），是防管星链在某片区的第一领导核心与主轴，是总部与基层之间的总枢纽。

1.2 岗位核心定位

本岗辖管多个光谷康服主任、副主任，统筹片区招商、培训、宣教与沙龙会，是片区能否复制的第一责任人。

为本片区人民做事。把防管星链的健康防管服务，送到本片区每一位需要的人民身边。

1.3 汇报关系

本岗接受总部（总指挥）领导，直接统筹辖管多个光谷康服主任、副主任。

第二章 岗位职责

2.1 招募物色职责

- （1）招募物色光谷康服主任、副主任；
- （2）谈判签约、持续赋能；
- （3）建立片区主任团队。

2.2 统筹引流职责

- （1）统筹辖管多个主任，组织多条策略引流获客；
- （2）打通片区获客渠道；
- （3）以服务人数及满意率决定经营效率。

2.3 传帮带职责

- （1）组织传帮带培训；
- （2）让主任、光谷肫肫“懂做、会说”；
- （3）照抄手册落地。

2.4 沙龙会职责

- （1）组织标准化沙龙会；
- （2）推广防管星链对人民的意义与时代价值；
- （3）提升片区转化。

2.5 垂直协助职责

- （1）垂直协助主任、光谷肫肫、发展健康寿星；
- （2）打通服务闭环；
- （3）保障温度服务落地。

2.6 复盘考核职责

- (1) 每月复盘片区运营；
- (2) 考核主任团队；
- (3) 数据上报总部。

第三章 岗位权限

3.1 权限范围内可独立执行

- (1) 片区招商、培训、宣教、沙龙会的统筹；
- (2) 片区主任团队的招募与管理。

3.2 问题升级权限

- (1) 重大合同、法务事项→转交总部法务；
- (2) 产品功效、医学问题→转交产品中心。

3.3 紧急情况处置权限

- (1) 涉及健康安全→立即建议拨打 120 并上报。

第四章 任职要求

4.1 基本条件

- (1) 大专及以上学历，相关专业优先；
- (2) 表达与沟通能力强，普通话标准；
- (3) 熟练使用 Office 办公软件；
- (4) 具备相关岗位工作经验者优先。

4.2 专业知识要求

- (1) 熟悉防管星链计划的定位、品牌体系、运营模式；
- (2) 掌握五层星链架构、四角色体系、协同铁律；
- (3) 熟悉四色标准与三体字体品牌 VI 规范。

4.3 技能与素质要求

- (1) 责任心强，能严格遵守登记规范；
- (2) 抗压能力好，条理清晰；
- (3) 学习能力强，能及时掌握更新内容；
- (4) 保密意识强；
- (5) 具备基本应急判断力。

第五章 考核指标（KPI）

5.1 考核周期

本岗考核分为月度考核与季度考核。月度考核于次月 5 日前完成，季度考核于次季度首月 10 日前完成。

5.2 考核指标一览表

考核满分 100 分。月度考核 90 分以上为优秀，80-89 分为合格，70-79 分为基本合格，70 分以下为不合格。连续两个月不合格者，进行岗位调整评估。

序号	考核指标	目标值	权重	评分标准
1	片区服务人数	月度增长	30%	以服务人数及满意率决定经营效率
2	主任招募数与质量	按计划	25%	每少 1 个扣分
3	沙龙会场次与转化	月度 ≥ 4 场	20%	每少 1 场扣分
4	片区营收与续费率	达标	25%	未达标扣分

第六章 奖罚制度

6.1 奖励条款

- (1) 片区服务人数显著增长，+5 分；
- (2) 招募优质主任，+3 分/个；
- (3) 续费率提升，+3 分。

6.2 处罚条款

- (1) 主任招募未达标，-3 分；
- (2) 沙龙会场次不足，-2 分/场；
- (3) 数据上报不及时，-2 分。

6.3 红线条款（一票否决）

以下行为属于岗位红线，一经查实，当月考核直接为 0 分，并视情节严重程度予以警告、记过直至解除岗位合同：

1. 向外部提供虚假信息或未经核实的信息，造成不良影响；
2. 泄露意向方/客户个人信息或公司商业机密；
3. 提供医学诊断或药品推荐（违反 AI 不诊断红线）；
4. 使用品牌禁用术语且拒不改正；
5. 将不同公司主体信息混用；
6. 删改、伪造、销毁登记表记录；
7. 其他严重违反公司规章制度的行为。

附则

1. 本指引由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
2. 本指引自发布之日起施行，修订时以最新版本为准。
3. 本指引与公司其他制度冲突时，以公司行政命令〔2026〕001号文件为准。

防管星链计划委员会

2026年8月

三十一、片区代理 · 日常流程与登记表

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

片区代理 日常流程与登记表

文件编号：防管星链（2026）运营字第 016 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 每日工作流程

1.1 每日工作时间线

时间段	环节	工作内容
8:45-9:00	上班准备	签到→片区晨会目标对齐
9:00-12:00	上午	主任招募→签约赋能→统筹引流
12:00-13:30	午间	整理→午休
13:30-17:00	下午	沙龙会组织→垂直协助→转化承接
17:00-18:00	收尾	周复盘→数据上报总部

1.2 每日必做清单

- ☐ 1. 片区晨会
- ☐ 2. 主任招募签约
- ☐ 3. 统筹引流
- ☐ 4. 沙龙会组织
- ☐ 5. 垂直协助
- ☐ 6. 复盘
- ☐ 7. 数据上报

第二章 标准流程与落地用语

2.1 标准流程

第1步：晨会目标对齐

第2步：招募签约赋能

第3步：统筹引流

第4步：沙龙会转化

第5步：复盘上报

2.2 落地用语

“防管星链做的是防生病、管慢病，您做主任就是帮本片区人民把这件事做起来，有工具有方案有收益，一起帮到人民。”

2.3 工作禁忌

1. 不得使用“话术、逆转、治愈、根治、银发、诊所、快递员”等品牌禁用术语
2. 不得承诺超出信息库范围的信息
3. 不得提供医学诊断或药品推荐
4. 不得泄露其他客户/意向方信息
5. 不得贬低竞争对手或夸大宣传
6. 不得与客户争执，遇异议保持专业并记录上报

第三章 登记表模板

以下登记表为本岗日常工作必备表格，请打印使用或电子填写后打印归档。所有表格均须签字确认，不得涂改。

表 片区日报

日期	服务人数	主任招募	沙龙会	营收	备注

附则

- 1. 本流程与登记表由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本流程自发布之日起施行。
- 3. 登记表模板可根据实际工作需要增减行数，但表头字段不得删减。
- 4. 所有登记表保存期不少于 2 年，电子档案与纸质档案双重备份。

防管星链计划委员会
2026 年 8 月

三十二、光谷康服主任/副主任·岗位管理指引

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

光谷康服主任/副主任 岗位管理指引

文件编号：防管星链（2026）运营字第 017 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 岗位定位

1.1 岗位名称

光谷康服主任/副主任（以下简称“本岗”），是片区代理商统筹下的地面获客与渠道拓展主力，是防管星链在基层的第一触点。

1.2 岗位核心定位

本岗为基层大健康实体和人民做事，把防管星链介绍给基层大健康实体，也把健康防管服务介绍给人民。

主任、副主任协同开展工作，分担引流与渠道维护和问题处理。

1.3 汇报关系

本岗接受片区代理统筹，在片区代理统筹下多条策略引流并赋能。

第二章 岗位职责

2.1 引流获客职责

- （1）在片区代理统筹下多条策略引流并赋能；
- （2）建立获客渠道；
- （3）把健康防管服务介绍给人民。

2.2 签约实体职责

- （1）签约基层大健康实体；
- （2）建立获客渠道；
- （3）维护渠道关系。

2.3 拓展客户职责

- （1）参与拓展客户（享有权利与权益）；
- （2）获得 KPI+提成；
- （3）服务人数增长。

2.4 续费协同职责

- （1）续费协同，维护用户粘性；
- （2）跟进服务对象续费；
- （3）提升续费率。

2.5 社区活动职责

- （1）组织社区健康筛查等日常活动；
- （2）扩大触达面；
- （3）收集健康需求。

2.6 协同职责

- (1) 协同片区代理、光谷拙拙；
- (2) 数据上报；
- (3) 配合品牌一致性。

第三章 岗位权限

3.1 权限范围内可独立执行

- (1) 基层大健康实体签约、客户拓展、引流获客。

3.2 问题升级权限

- (1) 分润比例、合同条款→转交片区代理/总部；
- (2) 产品功效、医学问题→转交产品中心。

3.3 紧急情况处置权限

- (1) 涉及健康安全→立即建议拨打 120 并上报。

第四章 任职要求

4.1 基本条件

- (1) 大专及以上学历，相关专业优先；
- (2) 表达与沟通能力强，普通话标准；
- (3) 熟练使用 Office 办公软件；
- (4) 具备相关岗位工作经验者优先。

4.2 专业知识要求

- (1) 熟悉防管星链计划的定位、品牌体系、运营模式；
- (2) 掌握五层星链架构、四角色体系、协同铁律；
- (3) 熟悉四色标准与三体字体品牌 VI 规范。

4.3 技能与素质要求

- (1) 责任心强，能严格遵守登记规范；
- (2) 抗压能力好，条理清晰；
- (3) 学习能力强，能及时掌握更新内容；
- (4) 保密意识强；
- (5) 具备基本应急判断力。

第五章 考核指标（KPI）

5.1 考核周期

本岗考核分为月度考核与季度考核。月度考核于次月 5 日前完成，季度考核于次季度首月 10 日前完成。

5.2 考核指标一览表

考核满分 100 分。月度考核 90 分以上为优秀，80-89 分为合格，70-79 分为基本合格，70 分以下为不合格。连续两个月不合格者，进行岗位调整评估。

序号	考核指标	目标值	权重	评分标准
1	月引流用户数	达标	30%	每少 10%扣 5 分
2	签约实体数	月度 ≥ 2 家	25%	每少 1 家扣 10 分
3	续费率	$\geq 80\%$	25%	每降 5%扣 5 分
4	用户满意度	$\geq 90\%$	20%	每降 1%扣 2 分

第六章 奖罚制度

6.1 奖励条款

- (1) 引流超额完成，+5 分；
- (2) 签约优质实体，+3 分/家；
- (3) 续费率提升，+3 分。

6.2 处罚条款

- (1) 引流未达标，-3 分；
- (2) 签约实体不足，-3 分/家；
- (3) 续费跟进不力，-2 分。

6.3 红线条款（一票否决）

以下行为属于岗位红线，一经查实，当月考核直接为 0 分，并视情节严重程度予以警告、记过直至解除岗位合同：

- 1. 向外部提供虚假信息或未经核实的信息，造成不良影响；
- 2. 泄露意向方/客户个人信息或公司商业机密；
- 3. 提供医学诊断或药品推荐（违反 AI 不诊断红线）；
- 4. 使用品牌禁用术语且拒不改正；
- 5. 将不同公司主体信息混用；
- 6. 删改、伪造、销毁登记表记录；
- 7. 其他严重违反公司规章制度的行为。

附则

- 1. 本指引由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本指引自发布之日起施行，修订时以最新版本为准。
- 3. 本指引与公司其他制度冲突时，以公司行政命令（2026）001 号文件为准。

三十三、光谷康服主任/副主任 · 日常流程与登记表

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

光谷康服主任/副主任 日常流程与登记表

文件编号：防管星链〔2026〕运营字第 018 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 每日工作流程

1.1 每日工作时间线

时间段	环节	工作内容
8:45-9:00	上班准备	签到→梳理当日渠道与客户
9:00-12:00	上午	渠道拜访→实体签约→引流获客
12:00-13:30	午间	整理→午休
13:30-17:00	下午	拓展客户→续费协同→社区筛查
17:00-18:00	收尾	复盘→数据上报片区代理

1.2 每日必做清单

- ☐ 1. 渠道拜访
- ☐ 2. 实体签约
- ☐ 3. 引流获客
- ☐ 4. 拓展客户
- ☐ 5. 续费协同
- ☐ 6. 复盘
- ☐ 7. 数据上报

第二章 标准流程与落地用语

2.1 标准流程

第1步：渠道拜访

第2步：实体签约

第3步：引流获客

第4步：续费协同

第5步：复盘上报

2.2 落地用语

“现在慢病最怕没人管、花了钱没效果。防管星链给您配专属健康管理师，上门建档、AI 贴心督导、服务包执行后必有评估，让您和家人都有人关心、追求效果。”

2.3 工作禁忌

1. 不得使用“话术、逆转、治愈、根治、银发、诊所、快递员”等品牌禁用术语
2. 不得承诺超出信息库范围的信息
3. 不得提供医学诊断或药品推荐
4. 不得泄露其他客户/意向方信息
5. 不得贬低竞争对手或夸大宣传
6. 不得与客户争执，遇异议保持专业并记录上报

第三章 登记表模板

以下登记表为本岗日常工作必备表格，请打印使用或电子填写后打印归档。所有表格均须签字确认，不得涂改。

表 引流日报

日期	渠道	引流数	签约实体	续费	备注

附则

- 1. 本流程与登记表由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本流程自发布之日起施行。
- 3. 登记表模板可根据实际工作需要增减行数，但表头字段不得删减。
- 4. 所有登记表保存期不少于 2 年，电子档案与纸质档案双重备份。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

三十四、光谷舐舐 · 岗位管理指引

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

光谷舐舐 岗位管理指引

文件编号：防管星链（2026）运营字第 019 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 岗位定位

1.1 岗位名称

光谷融融（以下简称“本岗”），是走向人民家庭的健康防管服务执行者，是服务能否到位的最核心角色。

1.2 岗位核心定位

本岗下辖健康寿星，负责把专业的健康防管服务送到人民家中。

为每一位服务对象（人民）做事。价值体现在“帮到人民”四个字上，而非“卖出产品”。

1.3 汇报关系

本岗接受片区代理/光谷康服主任统筹，直接服务人民家庭。

第二章 岗位职责

2.1 上门建档职责

- （1）上门建档，执行个性化方案；
- （2）打卡贴心督导；
- （3）AI 协同服务。

2.2 续费 KPI 职责

- （1）服务对象有续费 KPI+提成；
- （2）跟进续费；
- （3）提升续费率。

2.3 发展寿星职责

- （1）发展健康寿星，有奖励；
- （2）转介绍；
- （3）扩大服务面。

2.4 温度服务职责

- （1）每月电话回访；
- （2）季度上门；
- （3）住院探望（AI 不可替代，续费率根本保障）。

2.5 陪伴关怀职责

- （1）陪伴就医；
- （2）情绪关怀；
- （3）家属沟通。

2.6 数据上报职责

- (1) 服务记录登记;
- (2) 数据上报;
- (3) 配合考核。

第三章 岗位权限

3.1 权限范围内可独立执行

- (1) 上门建档、方案执行、打卡督导、温度服务。

3.2 问题升级权限

- (1) 医学诊断、药品推荐→严禁（AI 不诊断红线）;
- (2) 超出服务范围→转交上级。

3.3 紧急情况处置权限

- (1) 服务对象出现健康紧急情况→立即建议拨打 120 并上报。

第四章 任职要求

4.1 基本条件

- (1) 大专及以上学历，相关专业优先;
- (2) 表达与沟通能力强，普通话标准;
- (3) 熟练使用 Office 办公软件;
- (4) 具备相关岗位工作经验者优先。

4.2 专业知识要求

- (1) 熟悉防管星链计划的定位、品牌体系、运营模式;
- (2) 掌握五层星链架构、四角色体系、协同铁律;
- (3) 熟悉四色标准与三体字体品牌 VI 规范。

4.3 技能与素质要求

- (1) 责任心强，能严格遵守登记规范;
- (2) 抗压能力好，条理清晰;
- (3) 学习能力强，能及时掌握更新内容;
- (4) 保密意识强;
- (5) 具备基本应急判断力。

第五章 考核指标（KPI）

5.1 考核周期

本岗考核分为月度考核与季度考核。月度考核于次月 5 日前完成，季度考核于次季度首月 10 日前完成。

5.2 考核指标一览表

考核满分 100 分。月度考核 90 分以上为优秀，80-89 分为合格，70-79 分为基本合格，70 分以下为不合格。连续两个月不合格者，进行岗位调整评估。

序号	考核指标	目标值	权重	评分标准
1	服务人数	达标	30%	以服务人数及满意率决定经营效率
2	续费 KPI 达成率	≥80%	25%	每降 5%扣 5 分
3	服务满意度	≥95%	20%	每降 1%扣 2 分
4	健康寿星发展数	达标	15%	每少 1 个扣分
5	温度服务执行率	100%	10%	漏 1 次扣分

第六章 奖罚制度

6.1 奖励条款

- (1) 续费率显著提升，+5 分；
- (2) 发展健康寿星，+2 分/个；
- (3) 服务满意度 100%，+5 分。

6.2 处罚条款

- (1) 温度服务漏执行，-3 分/次；
- (2) 续费跟进不力，-2 分；
- (3) 登记漏登，-2 分。

6.3 红线条款（一票否决）

以下行为属于岗位红线，一经查实，当月考核直接为 0 分，并视情节严重程度予以警告、记过直至解除岗位合同：

- 1. 向外部提供虚假信息或未经核实的信息，造成不良影响；
- 2. 泄露意向方/客户个人信息或公司商业机密；
- 3. 提供医学诊断或药品推荐（违反 AI 不诊断红线）；
- 4. 使用品牌禁用术语且拒不改正；
- 5. 将不同公司主体信息混用；
- 6. 删改、伪造、销毁登记表记录；
- 7. 其他严重违反公司规章制度的行为。

附则

1. 本指引由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
2. 本指引自发布之日起施行，修订时以最新版本为准。
3. 本指引与公司其他制度冲突时，以公司行政命令〔2026〕001号文件为准。

防管星链计划委员会

2026年8月

三十五、光谷舐舐 · 日常流程与登记表

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

光谷舐舐 日常流程与登记表

文件编号：防管星链（2026）运营字第 020 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 每日工作流程

1.1 每日工作时间线

时间段	环节	工作内容
8:45-9:00	上班准备	签到→梳理当日服务对象
9:00-12:00	上午服务	上门建档→方案执行→打卡 督导
12:00-13:30	午间	整理→午休
13:30-17:00	下午服务	电话回访→季度上门→陪伴 就医
17:00-18:00	收尾	服务记录登记→数据上报

1.2 每日必做清单

- ☐ 1. 上门建档
- ☐ 2. 方案执行
- ☐ 3. 打卡督导
- ☐ 4. 电话回访
- ☐ 5. 季度上门
- ☐ 6. 发展寿星
- ☐ 7. 数据上报

第二章 标准流程与落地用语

2.1 标准流程

第1步：上门建档

第2步：执行个性化方案

第3步：打卡贴心督导

第4步：温度服务

第5步：发展寿星+数据上报

2.2 落地用语

“您的健康交给我们，我每月上门、每季度陪您体检，数据说话，让您和家人放心。”

2.3 工作禁忌

1. 不得使用“话术、逆转、治愈、根治、银发、诊所、快递员”等品牌禁用术语
2. 不得承诺超出信息库范围的信息
3. 不得提供医学诊断或药品推荐
4. 不得泄露其他客户/意向方信息
5. 不得贬低竞争对手或夸大宣传
6. 不得与客户争执，遇异议保持专业并记录上报

第三章 登记表模板

以下登记表为本岗日常工作必备表格，请打印使用或电子填写后打印归档。所有表格均须签字确认，不得涂改。

表 服务记录表

日期	服务对象	服务内容	温度服务	续费状态	备注

附则

- 1. 本流程与登记表由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本流程自发布之日起施行。
- 3. 登记表模板可根据实际工作需要增减行数，但表头字段不得删减。
- 4. 所有登记表保存期不少于 2 年，电子档案与纸质档案双重备份。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

三十六、健康寿星 · 岗位管理指引

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

健康寿星 岗位管理指引

文件编号：防管星链（2026）运营字第 021 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 岗位定位

1.1 岗位名称

健康寿星（以下简称“本岗”），是光谷舐舐下辖的流量端转介绍角色，由满意用户自然转化而来。

1.2 岗位核心定位

本岗把自己受益的健康防管服务，转介绍给亲友。

为亲友做事。把“有人关心、追求效果、可以信赖”的健康防管服务介绍给亲友。

1.3 汇报关系

本岗由光谷舐舐下辖与指导，属流量端转介绍角色。

第二章 岗位职责

2.1 转介绍职责

- （1）转介绍亲友建档；
- （2）获得推荐积分；
- （3）扩大服务面。

2.2 坚持健康管理职责

- （1）坚持自身健康管理；
- （2）获得健康积分；
- （3）示范效应。

2.3 社区口碑职责

- （1）社区口碑传播；
- （2）扩大防管星链影响；
- （3）传递真实体验。

第三章 岗位权限

3.1 权限范围内可独立执行

- （1）转介绍亲友、分享健康管理体验。

3.2 问题升级权限

- （1）医学诊断、药品推荐→严禁；
- （2）超出转介绍范围→转交光谷舐舐。

3.3 紧急情况处置权限

- （1）亲友出现健康紧急情况→立即建议拨打 120。

第四章 任职要求

4.1 基本条件

- (1) 大专及以上学历，相关专业优先；
- (2) 表达与沟通能力强，普通话标准；
- (3) 熟练使用 Office 办公软件；
- (4) 具备相关岗位工作经验者优先。

4.2 专业知识要求

- (1) 熟悉防管星链计划的定位、品牌体系、运营模式；
- (2) 掌握五层星链架构、四角色体系、协同铁律；
- (3) 熟悉四色标准与三体字体品牌 VI 规范。

4.3 技能与素质要求

- (1) 责任心强，能严格遵守登记规范；
- (2) 抗压能力好，条理清晰；
- (3) 学习能力强，能及时掌握更新内容；
- (4) 保密意识强；
- (5) 具备基本应急判断力。

第五章 考核指标（KPI）

5.1 考核周期

本岗考核分为月度考核与季度考核。月度考核于次月 5 日前完成，季度考核于次季度首月 10 日前完成。

5.2 考核指标一览表

考核满分 100 分。月度考核 90 分以上为优秀，80-89 分为合格，70-79 分为基本合格，70 分以下为不合格。连续两个月不合格者，进行岗位调整评估。

序号	考核指标	目标值	权重	评分标准
1	推荐人数	按激励	50%	每推荐 1 人获积分
2	健康打卡坚持	连续	30%	连续打卡获积分
3	口碑传播	积极	20%	有效传播获积分

第六章 奖惩制度

6.1 奖励条款

- (1) 推荐积分：每推荐 1 人建档+首月打卡，获积分；
- (2) 健康积分：连续打卡、指标改善达标，获积分；
- (3) 阶梯奖励：推荐 3 人/10 人/30 人，逐级升级奖励。

6.2 处罚条款

- (1) 虚假转介绍，取消积分；
- (2) 使用禁用词，取消积分。

6.3 红线条款（一票否决）

以下行为属于岗位红线，一经查实，当月考核直接为 0 分，并视情节严重程度予以警告、记过直至解除岗位合同：

- 1. 向外部提供虚假信息或未经核实的信息，造成不良影响；
- 2. 泄露意向方/客户个人信息或公司商业机密；
- 3. 提供医学诊断或药品推荐（违反 AI 不诊断红线）；
- 4. 使用品牌禁用术语且拒不改正；
- 5. 将不同公司主体信息混用；
- 6. 删改、伪造、销毁登记表记录；
- 7. 其他严重违反公司规章制度的行为。

附则

- 1. 本指引由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本指引自发布之日起施行，修订时以最新版本为准。
- 3. 本指引与公司其他制度冲突时，以公司行政命令〔2026〕001 号文件为准。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月

三十七、健康寿星 · 日常流程与登记表

武汉光谷康服信息科技有限公司

光谷康服 · 防管星链

健康寿星 日常流程与登记表

文件编号：防管星链（2026）运营字第 022 号

版本：V1.0

2026 年 8 月

第一章 每日工作流程

1.1 每日工作时间线

时间段	环节	工作内容
每日	健康管理	坚持自身健康打卡、指标监测
每周	转介绍	向亲友介绍防管星链真实体验
每月	复盘	整理推荐与积分情况

1.2 每日必做清单

- ☐ 1. 坚持健康打卡
- ☐ 2. 向亲友转介绍
- ☐ 3. 分享真实体验
- ☐ 4. 整理积分

第二章 标准流程与落地用语

2.1 标准流程

第1步：坚持自身健康管理

第2步：转介绍亲友

第3步：分享真实体验

第4步：积累积分

2.2 落地用语

“我用了防管星链，健康管理师上门、天天有人贴心督导，体检数据真的在变好。你也别让爸妈自己扛着慢病了，来一起管起来。”

2.3 工作禁忌

1. 不得使用“话术、逆转、治愈、根治、银发、诊所、快递员”等品牌禁用术语
2. 不得承诺超出信息库范围的信息
3. 不得提供医学诊断或药品推荐
4. 不得泄露其他客户/意向方信息
5. 不得贬低竞争对手或夸大宣传
6. 不得与客户争执，遇异议保持专业并记录上报

第三章 登记表模板

以下登记表为本岗日常工作必备表格，请打印使用或电子填写后打印归档。所有表格均须签字确认，不得涂改。

表 转介绍记录表

日期	被推荐人	关系	建档情况	积分	备注

附则

- 1. 本流程与登记表由防管星链计划委员会负责制定、解释与修订。
- 2. 本流程自发布之日起施行。
- 3. 登记表模板可根据实际工作需要增减行数，但表头字段不得删减。
- 4. 所有登记表保存期不少于 2 年，电子档案与纸质档案双重备份。

防管星链计划委员会

2026 年 8 月