2026

中国神经介入「销售与市场」职能人才深度研究报告

变局 · 定价 · 重构

TRANSFORMATION · PRICING · REBUILD

博揽天下英才 · 思考企业未来

出品：博思人才集团行业人才研究院

NEUROINTERVENTION TALENT RESEARCH · 2026

TRANSFORMATION

变　局

PRICING

定　价

REBUILD

重　构

NEUROINTERVENTION TALENT RESEARCH · 2026

序言

每一次产业的转折，最终都会以"人"的形式被记录下来。

过去五年，中国神经介入走过了它有史以来最富戏剧性的一段路程：手术量五年增长一倍半，取栓技术快速下沉到县区医院；密网支架省级集采落地，平均降幅42.8%；国产化率从7%攀升至38%，改写了外资主导二十余年的市场版图；《医药代表管理办法》正式施行，销售行为的边界第一次被清晰划定。量在扩张，价在收缩,规则在重写——三条曲线交汇之处，是这个行业真正的成年礼。

产业逻辑的切换从来不是抽象的。它具体地发生在每一次薪酬带宽的重新设定里，发生在每一场"学术型"候选人与"关系型"岗位的错位面试里，发生在每一位大区经理深夜权衡去留的犹豫里。器械行业常说"产品决定天花板，团队决定地板"——而在价格体系整体下移的周期里，地板比任何时候都更接近天花板。企业为谁付高价、付在哪个职级、以什么结构付，已经不再是人力资源部门的预算问题，而是战略问题。

正是基于这样的判断，博思人才集团行业人才研究院发起本次专项研究。我们没有满足于对薪酬数字的罗列，而是尝试把一线从业者的真实处境放回行业变局的坐标系中，回答那些真正重要的问题：价格重置如何传导为人才的定价重置？一支经验超配的成熟部队，为何同时是风险敞口？当七成人开始重新给自己定价，企业应该拿什么留住他们、又该去哪里找到他们？

研究的方法论是克制的：以百余位一线从业者的有效问卷为底座，与行业公开数据交叉验证；每一个关键判断，都要求能在数据、机制与行业事实之间往返自洽。我们相信，人才研究的价值不在于预言，而在于让决策者看清脚下的地形——战略可以在会议室里制定，但只能由具体的人，在具体的市场里执行。

变局已经开场，定价正在发生。愿这份报告，成为你读懂这场静默重置的一份可靠地图。

博思人才集团行业人才研究院

2026年11月

核心判断

神经介入是中国医疗器械中确定性最高的赛道之一：手术量五年增长一倍半，取栓技术快速下沉到县区医院。但在这条扩张曲线之下，商业端正在经历一场静默的重置——集采把价格打了下来，《医药代表管理办法》把销售行为规范立了起来，国产企业把市场格局改写了。价格、规则、格局同时变动，最终都会落在一个地方定价：人。

本报告基于博思人才2026年9月发起的专项调研，结合行业公开数据交叉验证，试图回答三个问题：这支队伍现在值多少钱？他们在想什么、往哪走？企业和他们各自应该怎么做。以下七条判断，构成本报告的全部主线。

判断一　行业进入"量增价减"新常态，人才市场承受三重传导：薪酬冻结（近六成从业者过去12个月薪酬持平）、考核加压（指标压力成为第二大困扰）、能力重构（销售职能从关系型向学术型强制迁移）。增长没有消失，但增长的方式变了——企业不再为"覆盖"付高价，只为"攻坚"付高价。

判断二　薪酬存在两级断点，而非均匀梯度：经理→大区经理是第一级（50万以上占比从13.3%跳升至56.2%），大区经理→总监是第二级（80万以上占比从6.2%跳升至66.7%）。断点之上是另一个世界——总监层全员落在50万以上；断点之下，经理与一线代表几乎同处一个薪酬带（≤50万占比86.7% vs 84.2%）。

判断三　"中场拥堵"是本赛道人才结构的主要矛盾：44.1%的从业者集中在经理层，其中86.7%卡在50万及以下、53.3%甚至不带一名下属、62.2%仍想晋升——头衔通胀、薪酬滞留与晋升堰塞三症并存，构成未来两年最大的一股潜在流动势能。

判断四　期望与现实的剪刀差已经拉开：65.7%的从业者期望薪酬进入更高区间，期望50万以上者占56.9%（现实仅30.4%），期望80万以上者占25.5%（现实仅9.8%）。叠加37.3%明确想动、33.3%观望，七成从业者正在"重新给自己定价"——这不是离职潮，但是一根持续收紧的发条。

判断五　涨薪是满意度第一杠杆：过去12个月薪酬上涨者满意度3.80分，下降者2.64分，相差1.16分——"动不动"比"给多少"更决定感受。而涨薪面只有29.4%。另一个被低估的杠杆是规则透明度：薪酬规则清晰度与满意度的相关系数达0.57，把规则讲清楚，几乎不用花钱。

判断六　行业内卷是"责任内卷"而非"体力内卷"：82.2%的从业者被内卷困扰，经理层（91.1%）与大区层（93.8%）感知最强，但被卷群体的工作生活平衡（3.51 vs 3.58）与身心健康（3.92 vs 3.84）几乎无损——内卷侵蚀的不是当下的体感，而是长期确定性（职业天花板、收入波动）。靠"少加班"缓解内卷，是治错了病。

判断七　人才流动高度圈层化：猎头作用感知4.14/5，偏好内推者83.3%、偏好猎头者85.3%，公开招聘平台被选率仅约四分之一。这是一个"被动求职"市场——人不动，但心在动；不靠JD触达，只靠关系链触达。企业自认的第一招聘难点（薪酬竞争力不足，61.8%）与最难招的岗位（大区总监54.9%），恰好都卡在断点之上。

本报告分九章：第一章把行业变局讲清楚——所有人才现象的根源都在那里；第二至六章依次拆解画像、薪酬、流动、能力与心理五个侧面；第七章换到企业视角看招聘难题的机制；第八章给出企业与从业者的行动清单；第九章以博思人才在神经介入领域的五个实战案例与服务体系收尾——让研究的结论回到实践的原点。数据之外，我们更关心数据背后的"为什么"与"所以呢"。

目录

序言		03
核心判断		04
第一章	变局：当行业逻辑被重写	07
第二章	画像：一支"经验超配、结构失衡"的成熟部队	11
第三章	薪酬：定价断点与三重错配	15
第四章	流动：暗流、闸门与"可动员中间层"	21
第五章	能力：从"关系型"到"学术型"的强制重构	25
第六章	心理：乐观其成，疲于内卷	29
第七章	招聘侧：企业难题的机制与解法	32
第八章	行动指南：企业五策与从业者五策	35
第九章	同行者：博思人才的实战答卷（案例）	38
结语	人才市场永远早半步定价	46
附录	方法论与数据说明 / 参考资料 / 致谢	47

CHAPTER 01 · PRICING RESET

变局

TRANSFORMATION

当行业逻辑被重写

1.1 量增价减：一道越张越开的剪刀差

1.2 国产替代：从7%到38%，竞争进入"体系战"

1.3 合规：第二只靴子已经落地

01

理解神经介入的人才市场，必须先理解这个行业刚刚经历了什么。2021年之前，神经介入的商业故事是"高值、高速、高毛利"；2021年集采扩面之后，故事的三个支柱被逐一改写——价格、规则、格局。人才市场上观察到的几乎所有现象，都能追溯到这里。

1.1 量增价减：一道越张越开的剪刀差

需求端的确定性毋庸置疑。据赛诺医疗招股书披露（经行业媒体整理），按三大神经血管疾病对应的手术量计，中国神经介入手术量已从2020年的约15.29万例增至2025年的约38.44万例，五年增长约150%，并预计2035年达到180万例；急性缺血性卒中的取栓率亦从2020年的约0.8%提升至2025年的约2.56%。政策端同步加码：截至2025年10月底，全国已建成三级医院卒中中心745家、二级医院卒中中心1681家，覆盖97.9%的地市与70.6%的区县；2024年取栓技术达标的县区级医院达733家，较2020年增长129.8%——手术能力的下沉速度，就是市场纵深的扩张速度。[2][4][7]

但供给端的价格体系是另一幅图景。2025年6月，深圳牵头的血流导向密网支架省级带量联动采购开标，14家中外企业中选，平均降幅42.82%、最高降幅63.16%，产品均价从约11万元降至约6万元；2026年3月，广东执行神经介入微导丝、导引导管等四类耗材带量联动，企业中选率95.65%；2026年7月，广东再就颅内球囊扩张导管、颅内支架、神经介入抽吸导管、颅内取栓支架、神经介入微导管等六类耗材启动带量联动征求意见，把全国最低价直接引入华南最大医疗市场。[1][2]

> **机制** "量"的扩张与"价"的收缩同时发生，意味着同一台手术对应的人类劳动被重新定价。企业要维持增长，只有两条路：要么扩大覆盖面（但集采中标后入院加速，覆盖的边际价值在下降），要么提高单点质量（攻坚型销售、临床学术能力、区域准入能力）。这正是后文"关键岗极度稀缺、执行层薪酬冻结"并存的行业根源。

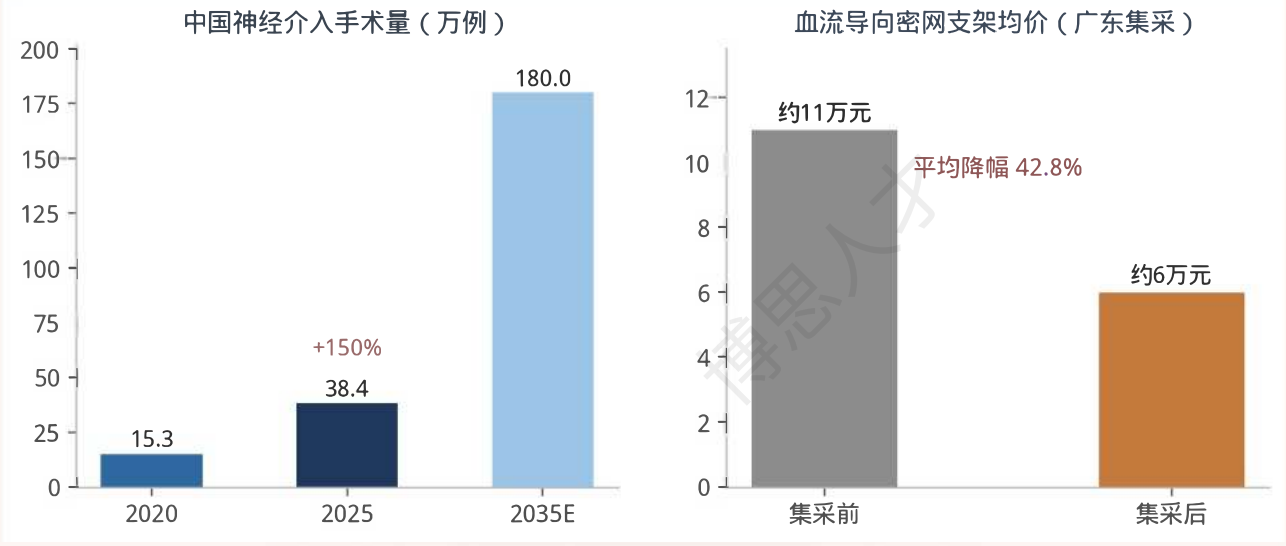


图1　量价剪刀差：手术量五年增长150%（左）与密网支架均价降幅42.8%（右）。

1.2 国产替代：从7%到38%，竞争进入"体系战"

格局的变化同样剧烈。据招商证券研报，2020年神经介入市场进口品牌占比约93%，美敦力、史赛克、强生、美科微先四家合计份额约87%，国产化率仅7%；到2025年，国产化率已提升至38%。本土头部企业2025年集体交出放量答卷：微创脑科学收入7.91亿元（+3.8%）、归创通桥神经血管介入产品收入6.76亿元（+28.0%）、沛嘉医疗神经介入业务收入4.23亿元（+18.9%）、心玮医疗收入4.08亿元（+46.9%）并首次实现年度盈利——其中出血类业务收入激增223.2%。竞争已经从"有产品"进入"有体系"：归创通桥宣布分阶段收购德国Optimed，美敦力则收购Scientia Vascular补齐通路短板——中外双方都在补全产品线与组织能力的最后拼图。[2][3]

这场格局重写直接决定了"谁在招人"。本次调研中，80.4%的受访者为本土企业效力（非上市45.1%、上市35.3%），外资MNC仅占8.8%；从业者观察到的招聘最活跃企业，同样集中于本土初创（68.6%）与本土上市公司（55.9%）。国产阵营既是人才的主要承载者，也是主要的争夺者。

1.3 合规：第二只靴子已经落地

2026年5月7日，国家药监局等七部门联合发布《医药代表管理办法》（2026年第42号公告），自8月1日起施行。办法把医药代表的合法职能锁定为"药品学术推广"一项，划出九类禁止行为——承担销售任务、统计处方量、商业贿赂、误导用药等均在其中，并明确持有人不得向医药代表分配销售任务。[5][6]

对器械行业，关键信息是办法最后一句："规范医疗器械生产经营企业管理其聘用专业人员的文件另行制定。"药品的今天就是器械的明天——神经介入作为高值耗材中合规风险最集中的领域之一，销售行为学术化、留痕化、去销售任务化，已是确定方向而非可选方向。本次调研中，27.7%的从业者已把"合规风险"列入前几位的困扰，合规意识作为岗位能力的被选率为31.4%——意识已经苏醒，能力结构还没有跟上。

> **传导链** 把三条线索接起来，得到本报告的机制模型：集采重置价格 → 企业毛利与销售费用承压 → "去人海、重精兵" → 执行层薪酬冻结、关键岗议价权上升、考核指标加压 → 从业者在"行业乐观"与"个体焦虑"之间重新给自己定价 → 流动性暗流积聚。后续各章的数据，都是这条传导链上不同节点的读数。

CHAPTER 02 · TALENT PROFILE

画像

TALENT PROFILE

一支"经验超配、结构失衡"的成熟部队

2.1 经验超配：一支为扩张期准备的部队

2.2 中场拥堵：44%的人挤在同一个屋檐下

2.3 光杆经理：53.3%的经理不带一兵一卒

2.4 承载错位：八成人在本土，薪酬体系还在外资旧地图上

博思人才

表1　人才画像速览（数据来源：本次调研，2026年9月）

维度	读数	一句话解读
性别	男64.7% / 女35.3%	高值耗材销售的典型结构
年龄	31–40岁占72.5%	赛道与从业者一起步入中场
学历	本科及以上90.2%（硕士26.5%）	学术化转型的底子是有的
经验	行业7年以上28.4%，职能7年以上66.7%	经验厚度是红利，也是惯性
状态	在职86.3%，离职过渡11.8%	绝大多数人"边干边看"
Base	Home base 40.2%，非一线32.4%	驻地化作战是主流形态
职级	经理层44.1%，大区及以上27.4%	纺锤形：重心压在中场
雇主	本土80.4%，外资MNC 8.8%	国产阵营承载并争夺人才

2.1 经验超配：一支为扩张期准备的部队

这支部队最鲜明的特征是"熟"：31–40岁占72.5%，行业从业7年以上者占28.4%，本科及以上学历占90.2%。这批人大多在2015–2020年前后进入行业——恰好是神经介入第一波国产创业潮与外资扩编期。十年下来，他们把这条赛道的医院网络、专家关系、准入规则都装进了自己的履历。

对一个手术量还在以两位数增长的行业而言，这种经验厚度本是稀缺资产。但问题在于结构：30岁及以下从业者仅约一成，46岁以上不足3%——队伍像一支完成过冲刺的中年军团，新鲜血液的补给速度，跟不上手术量下沉带来的岗位扩张速度。县区级医院取栓能力的快速达标（2024年733家县区医院，较2020年增长129.8%）意味着大量新增的基层覆盖岗位，而现有人才结构显然更擅长"存量攻坚"而非"增量铺开"。[7]

2.2 中场拥堵：44%的人挤在同一个屋檐下

职级分布是典型的纺锤形：经理层（含经理、主管）合计53.9%，其中经理一项就占44.1%；而大区经理及以上仅27.4%。更细的年龄×职级交叉显示：36–40岁的37位受访者中，仍有16人是经理、4人是一线代表——这支队伍的中坚年龄与中坚职级，一起停在了断点之下。

拥堵必然产生压力。第六章将看到，内卷感知最强的恰是经理（91.1%）与大区经理（93.8%）；第四章将看到，经理层中35.6%在未来12个月有主动流动意向。"中场"既是企业的执行中枢，也是所有张力的汇聚点。

2.3 光杆经理：53.3%的经理不带一兵一卒

一个容易被忽视的结构性事实：53.3%的经理层直接下属人数为零（全样本中52%的管理者为"零下属"）。这不是填答误差，而是行业组织形态的真实投影——集采压薄毛利后，企业普遍收缩编制、扁平化组织，"经理"越来越多地成为一个资深个人的荣誉头衔，而非真正的管理岗位。

> **含义** 头衔通胀的后果是双向的：对企业，它用零现金成本保留了资深销售的体面，却也埋下了"头衔升、薪酬滞、期待落空"的保留风险；对从业者，"经理"头衔带来的市场信号正在贬值——猎头与企业越来越清楚，判断一个人的真实量级，要看他管过多大的盘子、打过多硬的仗，而不是名片上的职级。

2.4 承载错位：八成人在本土，薪酬体系还在外资旧地图上

80.4%的从业者在本土企业，这与国产化率38%形成有趣的错位——从业结构的"国产化"远远跑在市场份额的"国产化"前面。本土企业用更多的岗位承载了更多的人员，但多数本土公司的职级体系、薪酬带宽，仍是照着外资MNC的旧地图画的。这解释了后文

更深层的一个核心现象是：当本土公司不得不按“外资价格”抢断点之上的关键人才时，自己培养的经理层却大量滞留在50万元以下——定价体系与人才结构已经脱节。这种错位的直接后果是“中场空心化”：断点之上的岗位靠外部高价挖角填补，断点之下的经理层又因薪酬滞涨而持续流失，企业陷入“挖人贵、育人走”的两难。而破解的关键不在单纯加薪，而在于建立清晰的职级通道与定价逻辑——让每一位经理都能看到自己离下一个断点有多远、需要补齐什么能力。

CHAPTER 03 · BREAKPOINTS

薪酬

PRICING & BREAKPOINTS

定价断点与三重错配

3.1 两级断点：薪酬跃迁只发生在这两关

3.2 三重错配

3.3 满意度机制：动不动，比给多少更重要

3.4 分群：上市溢价、外资祛魅与经销商洼地

03

薪酬是本次调研中信息密度最高的板块。先看总体：年度现金总包（税前）30–50万区间占39.2%，30万以下占30.4%，两者合计近七成；50–80万占20.6%；80万以上不足一成。中枢清晰落在30–50万——这是一个“中间厚、两端薄”的分布，但真正有决策价值的不是总量，而是它的内部结构。

3.1 两级断点：薪酬跃迁只发生在这两关

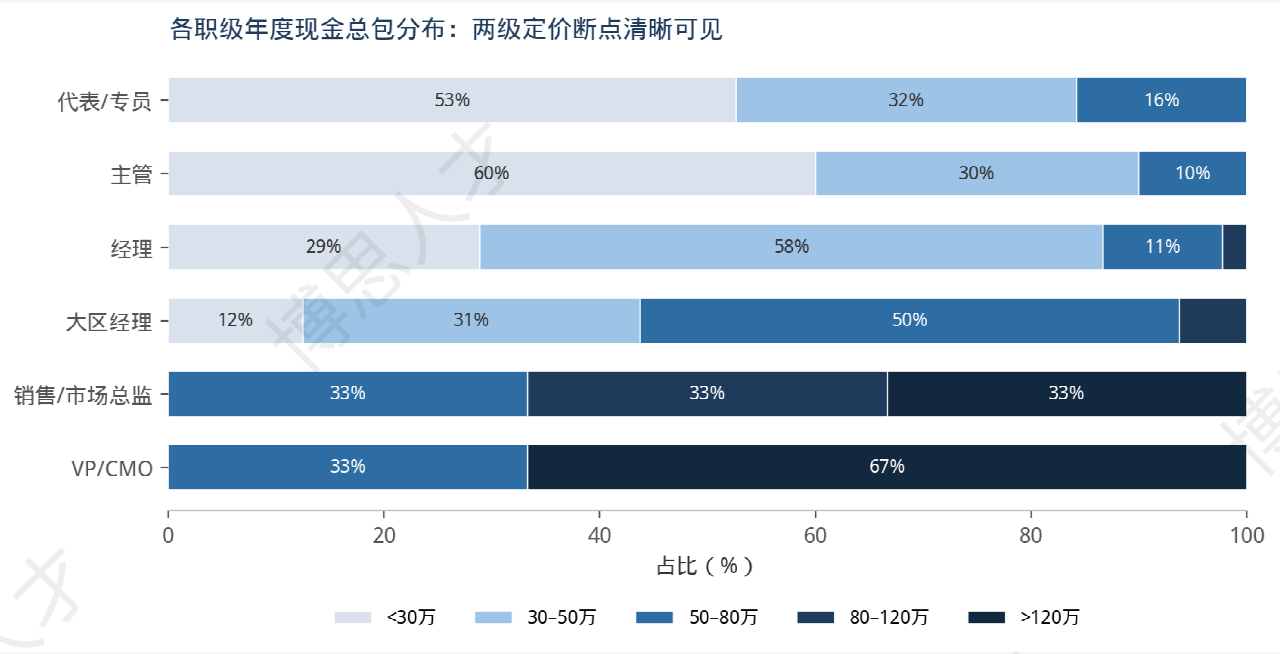


图2　各职级年度现金总包分布。数据来源：本次调研，2026年9月

按职级拆开后，分布呈现出清晰的两级断点。第一级在经理→大区经理：50万以上占比从经理层的13.3%跳升至大区层的56.2%。第二级在大区经理→总监：80万以上占比从6.2%跳升至总监层的66.7%，且总监层全员落在50万以上。

表2　职级薪酬基准（数据来源：本次调研，2026年9月；占比以该职级有效作答为基数）

职级	主要薪酬带	50万以上	80万以上	定价判断
代表/专员	<30万与30–50万并重	15.8%	0%	入门带，靠浮动拉开差距
主管	中位<30万	10.0%	0%	过渡带，等待第一次跃迁
经理	30–50万为绝对主体	13.3%	2.2%	滞留带：与一线几乎同带
大区经理	50–80万为主体	56.2%	6.2%	第一断点之上，攻坚主力
销售/市场总监	50万起、六成80万以上	100%	66.7%	第二断点之上，另一个世界
VP/CMO（样本较少，仅供参考）	百万级	100%	66.7%	塔尖，个案定价

80万以上总包的十位受访者有一个共同画像：全部拥有7年以上行业经验，八成在10年以上，六成处于36–40岁。这条赛道的"黄金十年"清晰可见——从入行到触碰第二断点，大约需要十年高强度积累；而36–40岁正是两极分化的年纪：同样这批人中，有人已经做到总监拿百万总包，有人仍在经理层拿着与五年前差别不大的现金。

> **机制** 为什么断点恰好在这两级？因为集采后的商业化分工中，价值创造的"单位"变了：代表和经理创造的是"覆盖与执行"价值，可复制、可批量、市场供给充足；大区经理创造的是"区域经营"价值（准入、招商、带队伍），总监创造的是"体系与增长"价值——越往上越稀缺，且无法靠堆人数替代。断点不是职级文化，是稀缺性的定价。

3.2 三重错配

第一重：层级错配。经理层薪酬≤50万者占86.7%，与一线代表的84.2%几乎无差——头衔升了两级，薪酬带没换。"经理滞留带"因此成为本报告最重要的单一发现：44.1%的人在这个带里，86.7%卡在50万以下，62.2%仍想晋升，35.6%一年内想动。它同时是企业的成本洼地和风险敞口。

第二重：期望错配。65.7%的受访者期望总包落入比当前更高的区间，仅一人期望下移；期望50万以上者占56.9%（现实30.4%），期望80万以上者占25.5%（现实9.8%）。分职级看，期望上移最凶的恰是基层：主管80.0%、代表78.9%；已经跃迁的大区经理最低（43.8%）——没有得到的人想要，已经得到的人想守住。

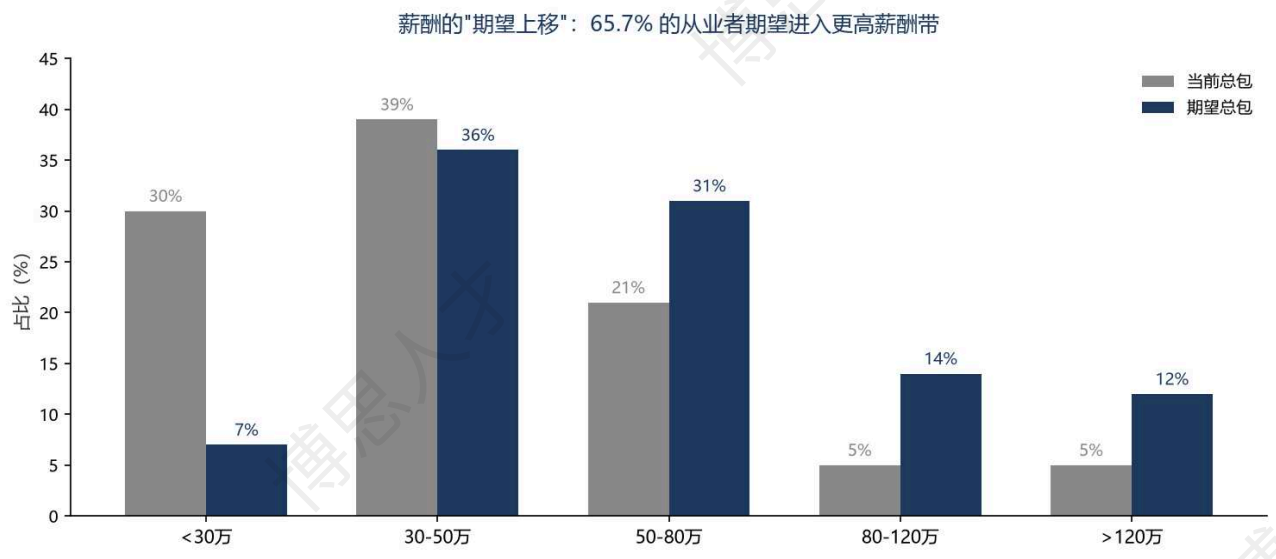


图3　当前总包与期望总包分布对比。数据来源：本次调研，2026年9月

第三重：结构错配。固浮比8:2者占30.4%，5:5者占21.6%。在集采压缩价格、浮动奖金池随之中缩的环境里，高固定比例是企业控制现金风险的理性选择，但副作用同样明确：浮动激励的弹性正在失效——当奖金池本身在缩水，"多打粮食多分钱"的承诺兑现能力下降，激励的边际效力自然衰减。这从供给端解释了为什么"候选人观望"（47.1%）会成为企业招聘的第四大难点。

3.3 满意度机制：动不动，比给多少更重要

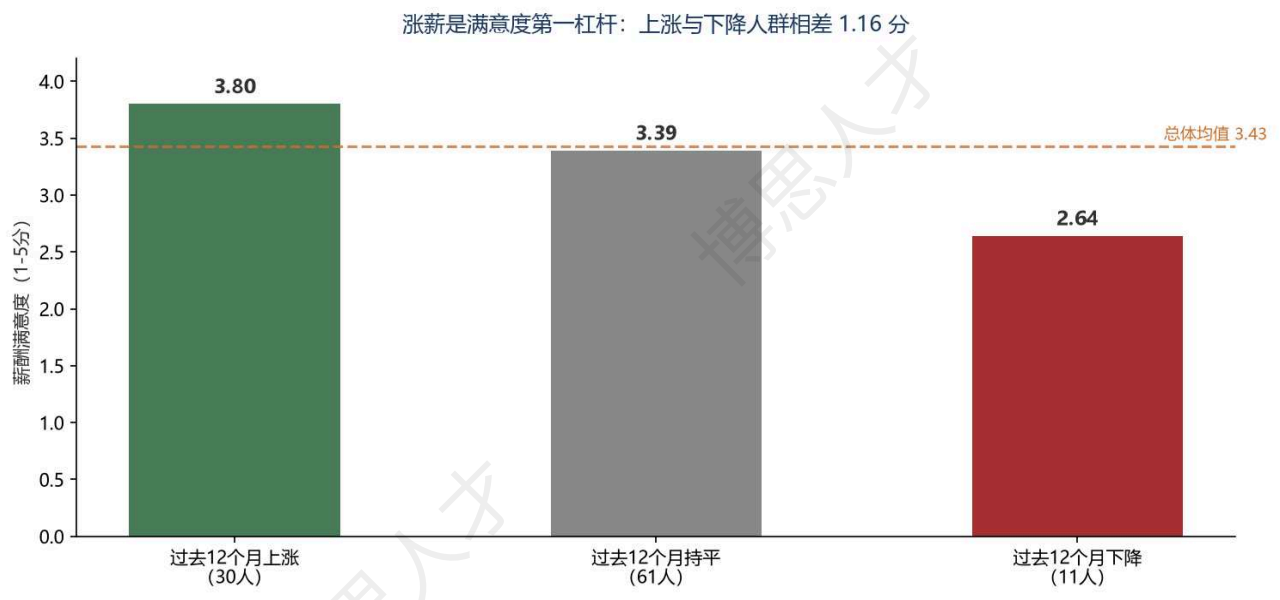


图4　过去12个月薪酬变动与薪酬满意度。数据来源：本次调研，2026年9月

薪酬满意度总体均值3.43/5——谈不上不满，也说不上满意。但按薪酬变动分组后，差异立现：上涨者3.8分，持平者3.39分，下降者2.64分，上涨与下降人群相差1.16分。而过去12个月薪酬持平者占59.8%、上涨仅29.4%——六成从业者被冻薪，冻薪的沉默成本正在满意度账户上持续计提。

另一个低成本杠杆是规则透明度。薪酬规则清晰度感知均值3.68/5，且与满意度的相关系数达0.57——在所有感知指标中相关性最强。把带宽、规则、计算方式讲清楚，几乎不用花钱，却能解释满意度一半以上的波动。对比之下，许多企业宁愿在模糊规则下多给一点，也不愿在清晰规则下少给一点——方向恰恰反了。

3.4 分群：上市溢价、外资祛魅与经销商洼地

按企业类型看，出现三个有信号的分化。**上市溢价**：本土上市公司从业者50万以上占44.4%，显著高于本土非上市企业的23.9%，薪酬满意度亦然（3.64 vs 3.28，后者为各类型最低）。**外资祛魅**：外资MNC受访者中三分之一总包不足30万，且以初级岗位为

主— MNC的金字招牌在神经介入这个国产替代最凶猛的赛道，已不能自动兑换高薪，经销商洼地：经销商/CSO从业者（样本较少，仅供参考）全部落在30万以下——价格体系重置中，渠道环节最先被挤出价值链的高地。

一个有趣的注脚来自细分赛道：缺血类（取栓/溶栓）从业者的薪酬满意度最高（3.79，样本14人），恰与取栓手术量增长最快的行业事实互为印证——站在放量的术式上，人会对自己的定价更宽容。

CHAPTER 04 · UNDERCURRENT

流动

UNDERCURRENT

暗流、闸门与"可动员中间层"

4.1 七成人在重新定价，三成人想动

4.2 流向：避险主导的"向上、向外、向稳"

4.3 降薪底线：高位者求稳，年轻人敢赌

4.4 渠道：一个"发JD招不到人"的市场

04

4.1 七成人在重新定价，三成人想动

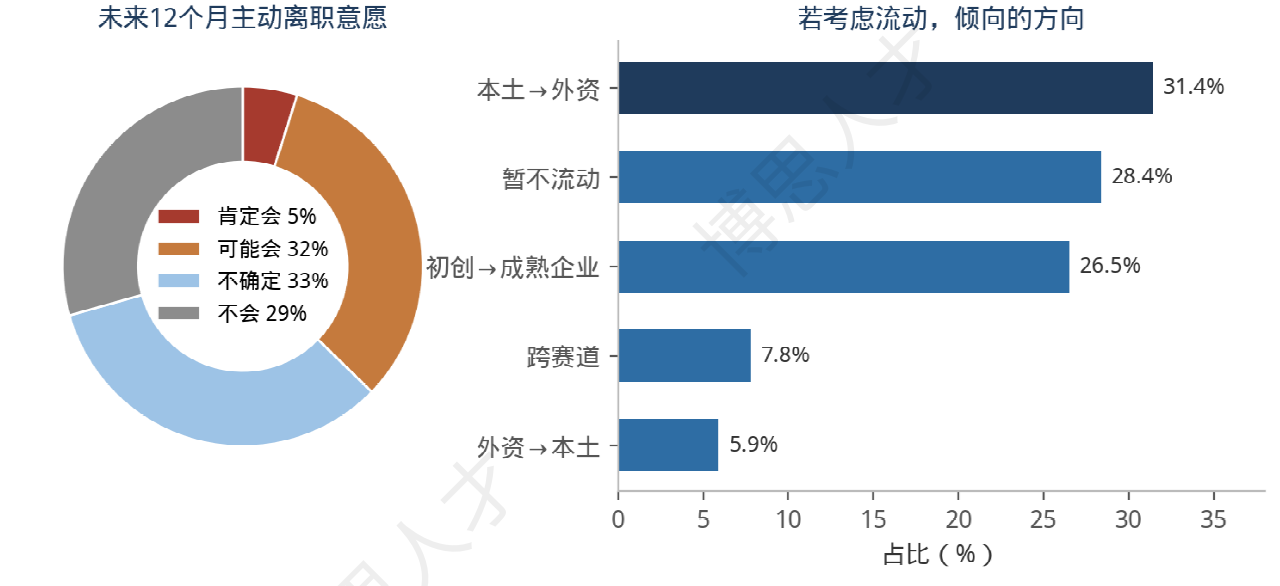


图5　流动意愿构成（左）与意向流向（右）。数据来源：本次调研，2026年9月

未来12个月的主动离职意愿：肯定会4.9%、可能会32.4%、不确定33.3%、不会29.4%。明确想动者37.3%，观望者33.3%——合计七成从业者处于"重新给自己定价"的状态。明确不动者不足三成，这不是离职潮的前兆，而是一根持续收紧的发条：它未必立刻释放，但任何一次外部触发（断点之上的挖角、一次冻薪、一次组织调整）都可能让它突然释放。

动因的数据很干净：想动者薪酬满意度3.13，明显低于不动者的3.61；想动者对猎头的倚重（4.26）也高于不动者（4.06）。不满驱动流动，且流动一旦发生，走的是猎头私域通道——两个判断互为印证。

4.2 流向：避险主导的"向上、向外、向稳"

若考虑流动，31.4%倾向"本土→外资"，26.5%倾向"初创→成熟企业"，暂不流动28.4%，跨赛道7.8%，外资→本土仅5.9%。两条主干道共享同一个关键词：确定性。外资的品牌与体系、成熟企业的平台与抗风险能力，在集采寒意下被重新赋予了溢价

——这与2020年前后"本土高薪抢外资人"的方向恰好相反，说明人才市场对行业环境的反应是即时且理性的。

值得本土企业留意的反向信号是："外资→本土"虽然只有5.9%，但以初级岗位人群为主——国产阵营已经开始承接外资体系的基层人才回流，而断点之上的资深人才，目前仍以观望为主。谁先把"确定性"做实（清晰的带宽、兑现的激励、讲得清的战略），谁就能在下一轮流动中占据主动。

4.3 降薪底线：高位者求稳，年轻人敢赌

为更好平台接受降薪的意愿均值仅3.04/5：明确不愿者（≤2分）占28.4%，愿意者（≥4分）占34.3%。分化沿职级展开——总监（2.44）与VP（2.0）最不愿降薪，大区经理（3.38）相对开放，26–30岁人群高达4.33。越是断点之上的人，越清楚自己的定价来自平台与位置的耦合；年轻人赌的则是下一轮跃迁。这给企业的启示很直接：挖断点之上的人，现金谈判空间极小，必须用"位置+成长"组合拳；挖年轻人，平台故事比多给五万更有效。

4.4 渠道：一个"发JD招不到人"的市场

跳槽节奏上，49.0%的从业者最近一次跳槽发生在两年以内——中频但活跃。渠道偏好则高度集中：内推83.3%、猎头85.3%，公开招聘平台（26.5%）与猎聘（26.5%）退居次位，行业社群与微信生态更是边缘。叠加猎头作用感知4.14/5的高分，结论只有一个：神经介入的人才流动是圈层化的——信任链触达，而非流量触达。

> **对企业** 在这个市场里，招聘的胜负手不在JD写得漂亮，而在人才地图是否清晰、触达通道是否私域。断点之上的候选人几乎不主动求职，只有猎头与内推两条路能碰到他们。企业自建"被动候选人池"的成本极高，与专业猎头共建私域通道，是当前性价比最高的解。

最后是供需感知：46.1%认为所在区域“基本平衡”，36.3%认为“供过于求”，仅17.6%认为“供不应求”。结合第七章“大区总监最难招”的事实，总量确实不缺人，缺的是断点之上、能力完整的“对的人”——结构错配，而非总量短缺，这是本赛道人才市场的真实底色。对企业而言，招人难的根源不在“人太少”，而在“对的人不在公开市场上”——这正是私域触达与人才地图的价值所在。

CHAPTER 05 · CAPABILITY

能力

CAPABILITY REBUILD

从"关系型"到"学术型"的强制重构

5.1 当下：一张"临床—关系—准入"的能力清单

5.2 断层：管理力77.5%的需求，没人来教

5.3 五力模型：神经介入商业人才的能力框架

博思人才

05

5.1 当下：一张"临床—关系—准入"的能力清单

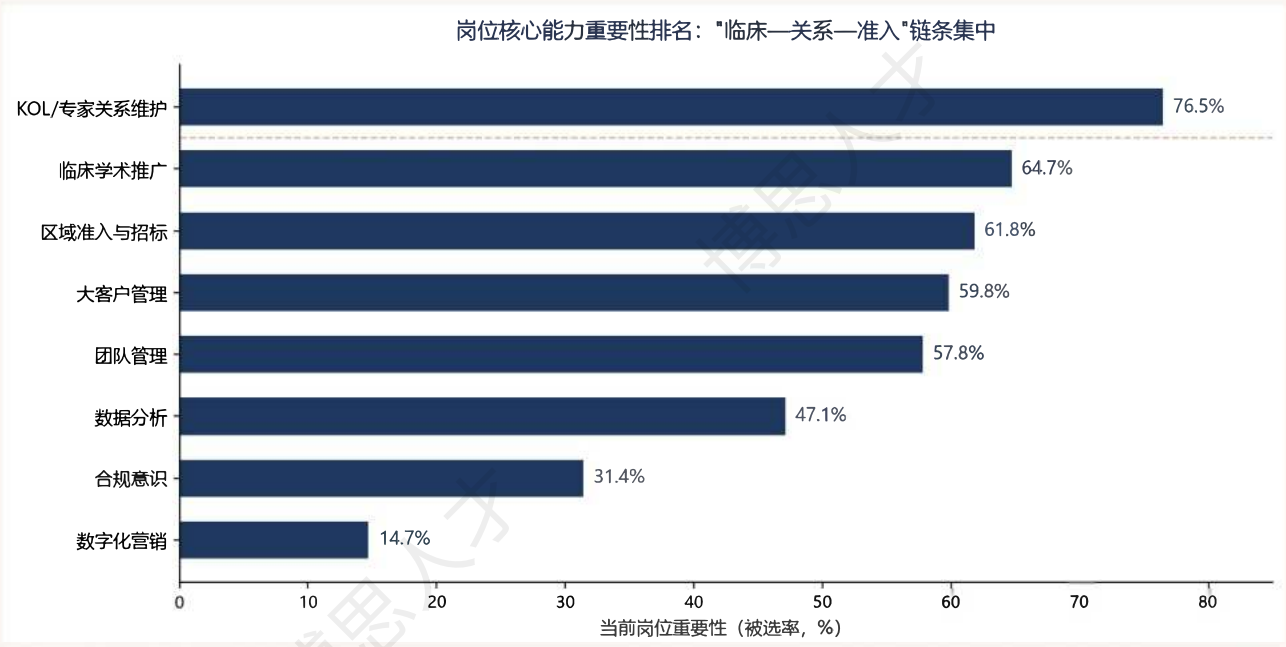


图6　岗位能力重要性 数据来源：本次调研，2026年9月

从业者自评的岗位核心能力，高度集中在"临床—关系—准入"链条：KOL关系维护76.5 %、临床学术推广64.7%、区域准入与招标61.8%、大客户管理59.8%、团队管理57.8%。这张清单本身就是行业形态的镜像：在神经介入，卖产品的前提是懂术式、认识人、进得了院——三样缺一，覆盖就会断。

靠后的是数据分析（47.1%）、合规意识（31.4%）与数字化营销（14.7%）。它们被排在后面，不是因为不重要，而是因为在旧规则下它们不影响下单。《医药代表管理办法》施行后，逻辑变了：学术推广要留痕、行为要合规、考核要看过程指标——这三项恰恰是新规则下最先变成硬门槛的能力。

5.2 断层：管理力77.5%的需求，没人来教

培训需求侧出现了一个巨大的不对称："管理力"以77.5%的被选率遥遥领先，超过第二名（大客户经营，52.0%）二十多个百分点。结合第二章"53.3%的经理不带下属"、第六章"经理层内卷感知91.1%"，断层清晰可见：一批靠个人能力打上来的资深销

售，被推到了带团队、扛区域的位置上，却从未被系统地教过怎么管理。企业若不补这一课，中场拥堵只会继续制造"高级个体户+疲惫管理者"。

另一个信号是数字化营销：当前重要性被选率仅14.7%（八项能力中最低），但培训需求高达39.2%——需求已经反超重要性。从业者的直觉没有错：当学术推广必须留痕、客户触点必须可量化，数字化能力就会从加分项变成门槛项。与之呼应的是，近两年参加过EMBA/MBA或行业权威认证者仅10.8%——经验型团队向经营型团队的跃迁，缺少系统化的外部赋能，这正是企业与专业机构可以共同填补的空间。

5.3 五力模型：神经介入商业人才的能力框架

把能力数据与新规对齐，我们建议以"五力"重构神经介入销售与市场人才的选、育、用标准：

表3　神经介入销售与市场人才五力模型（被选率数据来源：本次调研，2026年9月）

能力维度	构成	当前被选率	未来权重	判断
临床学术力	临床学术推广、临床循证	65%	↑↑	《办法》后的入场券，从加分项变为门槛项
专家关系力	KOL维护、大客户经营	76%	↑	仍是核心资产，但"关系"须以学术为载体
准入合规力	区域准入、招标、合规实务	62%	↑↑	集采环境下的稀缺硬技能，直接决定放量
商业经营力	团队管理、经营复盘	58%	↑↑	断点之上的核心要求，培训缺口最大
数据数字化力	数据分析、数字化营销	47%	↑↑↑	当前最被低估，新规落地后弹性最大

给企业 招聘时不必苛求五力俱全——断点之下的岗位，用"临床学术力+专家关系力"的组合即可跑通；断点之上的岗位，必须按五力全项画像，尤其商业经营力与准入合规力，这两项恰恰是"大区总监最难招"（54.9%）的能力侧根源。培训预算则应向管理力倾斜——77.5%的需求用市场投出来的课程表。

对从业者而言，五力模型同样是一份自检清单：不必追求样样精通，但要清楚自己在哪一力上有明显短板。断点之下，临床学术力与专家关系力是安身立命的根本；若想冲击断点之上，商业经营力与数据数字化力就是必须补齐的两块短板——与其等待企业培训，不如主动在日常工作中积累经营视角与数据思维。

博思人才

CHAPTER 06 · PSYCHE

心理

PSYCHE & MORALE

乐观其成，疲于内卷

6.1 信心锚在赛道，不在雇主

6.2 困扰清单：内卷、指标、天花板

6.3 责任内卷：中高层的病，不是体力的病

6.4 强度耐受：被筛选过的人

06

6.1 信心锚在赛道，不在雇主

对未来发展的信心来源：神经介入行业前景68.6%、国产替代机会55.9%、个人职业发展50.0%、所在企业发展前景45.1%。信心的排序是：行业 > 国产替代 > 个人 > 雇主。从业者相信这条赛道，但对具体雇主的确定性存疑——这与第四章"避险流动"的心理底色完全一致。没有离场，但在重新选边。

6.2 困扰清单：内卷、指标、天花板

"行业内卷"以82.2%的被选率成为绝对的第一困扰，其后是指标压力（38.6%）、职业天花板（37.6%）、合规风险（27.7%）。前三项指向同一个结构：更多的人在抢更薄的利润，用更高的指标考核，向上通道却越来越窄。

6.3 责任内卷：中高层的病，不是体力的病

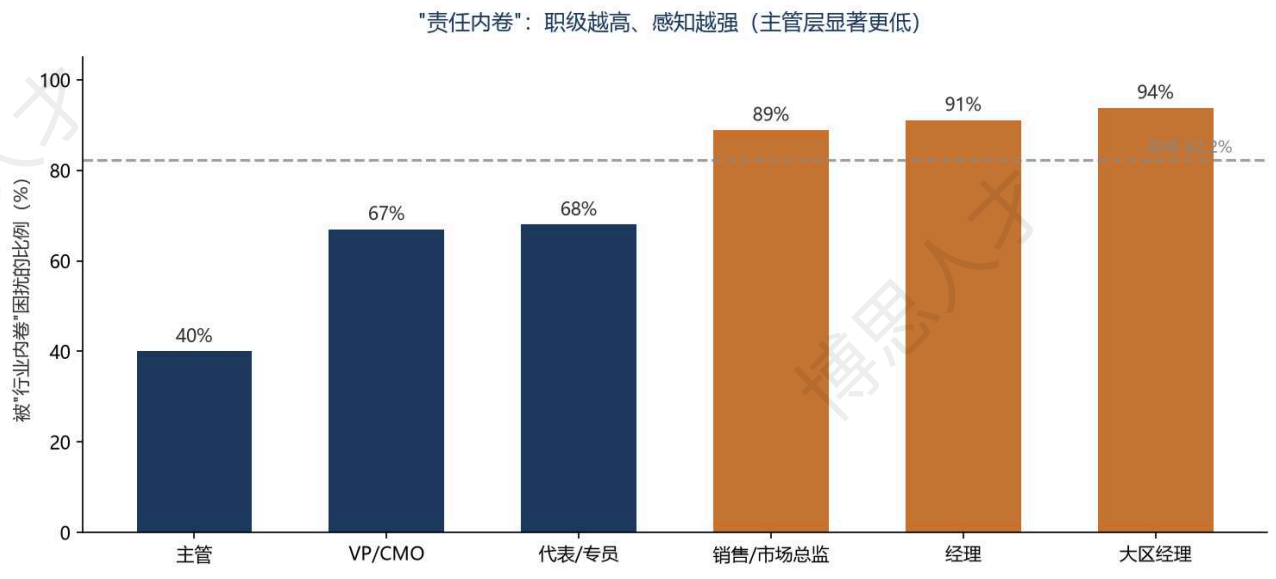


图7　"行业内卷"困扰比例按职级分布。数据来源：本次调研，2026年9月

把内卷按职级拆开，一个反直觉的形状出现了：经理层91.1%、大区经理93.8%、总监88.9%——越往上越觉得卷；而主管层仅40.0%。如果内卷是体力问题，应该是越往下越累；数据说反了。再看福祉指标：被内卷困扰者的工作生活平衡为3.51（未困扰

者3.58）、身心健康自评3.92（未困扰者3.84）——当下的体感几乎无损。

> **机制** 内卷的真实病灶是责任与确定性的错配：中高层背负的指标责任在加码（指标压力38.6%），但价格环境让达成的确定性在下降；他们更接近断点、也更清楚天花板有多近（职业天花板37.6%）。内卷侵蚀的是预期，不是身体。对企业的直接含义：靠"少加班、发福利"缓解内卷是治错了病；有效的处方是——指标设定回到价格现实、断点之上的通道讲清楚、薪酬规则透明化。

6.4 强度耐受：被筛选过的人

这支队伍对强度的耐受是显著的：66.7%每月出差7天以上（其中16.7%超过15天），67.6%每周加班两天以上，但身心健康自评仍有3.9/5、工作生活平衡3.52/5。出差强度随职级不降反升（大区经理68.8%、总监66.7%）。这是一支"选过的人"——不能耐受强度的人已经离开，留下的人把强度内化为职业常识。企业不需要为强度本身焦虑，需要焦虑的是强度背后的回报逻辑是否讲得通。

博思人才

CHAPTER 07 · HIRING SIDE

招聘侧

HIRING SIDE

企业难题的机制与解法

7.1 最难招的岗位，恰好都卡在断点之上

7.2 抢人的是谁，难点是什么

7.3 解法：断点定价、画像前置、私域通道、保留设计

07

7.1 最难招的岗位，恰好都卡在断点之上

表4　最难招聘岗位及成因（数据来源：本次调研，2026年9月）

岗位	被选率	为什么难
大区总监	54.9%	第一断点上方；既要业绩、又要专业、还要带队伍，存量极少且在位者不动
产品经理	46.1%	市场职能稀缺：国产企业集体补建市场体系，人才池被争抢
市场准入	38.2%	集采环境下的硬技能岗：懂招标、懂医保、懂报量，跨行业可迁移因而更易流失
KA经理	34.3%	大客户资源型岗位：资源随人走，企业只买得到人、买不到关系
培训讲师	20.6%	内部培养周期长，外部没有供给
临床专员	11.8%	要求医学背景+商业意愿，双向筛选后存量有限

四个最难招的岗位——大区总监、产品经理、市场准入、KA经理——没有一个在断点之下，没有一个是"纯执行"。它们共同的特征是复合：业绩+专业+资源三重要求叠加，且能力无法靠头衔判断。这与第三章的定价断点、第五章的能力断层完全咬合：市场最缺的，恰恰是集采新环境下新长出来的那类岗位——旧地图上根本找不到。

7.2 抢人的是谁，难点是什么

从业者观察到的招聘最活跃方：本土初创（68.6%）与本土上市公司（55.9%）遥遥领先，外资MNC仅26.5%。抢人的是国产阵营自己——国产化率从7%到38%的进程，在人才市场上表现为本土企业之间的激烈互挖。而招聘难点的前四位：薪酬竞争力不足（61.8%）、人才存量少（52.0%）、岗位画像模糊（51.0%）、候选人观望（47.1%）。

机制 四重难点其实是两类问题。薪酬竞争力不足与人才存量少是市场性难题——价格被集采压着、存量被格局锁着，单家企业难以改变，只能用组合报价（现金+位置+成长）绕开；岗位画像模糊与候选人观望是管理性难题——完全可以通过企业自身动作解决：用能力模型（第五章五力）把画像定清楚，用确定性（规则透明、通道清晰）把观望者的疑虑打掉。多数企业输在后两项上，而那本来是可以赢的。

7.3 解法：断点定价、画像前置、私域通道、保留设计

断点定价：关键岗直接对标断点之上带宽（大区/总监基准），不要用"经理+溢价"的算法压价——市场不会接受，只会拖长空岗期。空置一个大区总监半年的隐性成本，远超薪酬差价。

画像前置：以五力模型固化岗位画像与结构化面试标准，先明确"要什么"，再去市场上找人；画像模糊本身就是候选人观望的重要诱因。

私域通道：断点之上的候选人不在公开市场。与专业猎头共建人才地图与私域触达，配合内推激励体系，是唯一高效的组合。

保留设计：最难招的岗位，最好的解法是让在位者不动——薪酬带宽对标市场分位、规则透明、断点之上的通道讲清楚。招聘与保留是同一件事的两面。

博思人才

CHAPTER 08 · ACTION GUIDE

行动指南

ACTION GUIDE

企业五策与从业者五策

8.1 给企业的五策

8.2 给从业者的五策

08

8.1 给企业的五策

重画薪酬地图：以两级断点（50万线、80万线）为基准重设带宽——大区及以上对标市场分位而非内部沿革；对"经理滞留带"（86.7%卡在50万以下）设计双通道与专家序列，头衔可以通胀，定价体系不能失真。

用"动薪面"管理满意度：满意度对"动没动"的敏感度（1.16分）远超对"给多少"的敏感度。与其普调小钱，不如建立小步、高频、讲得清的调薪机制——哪怕幅度有限，"在动"本身就是信号；同时把薪酬规则的透明度做到位（与满意度相关0.57），这是成本最低的满意度杠杆。

把管理力培训做成体系：77.5%的需求、53.3%的光杆经理、91.1%的经理层内卷感知，指向同一个缺口。管理力不是福利，是中场堰塞湖的泄洪道。

按新规重构销售组织：学术推广与销售任务分离、过程指标留痕、合规培训前置——器械版管理办法已在路上，早半年重构，少一轮被动裁员。

招聘走私域：断点之上的候选人不看JD。人才地图+猎头私域+内推激励的组合，比任何招聘广告都有效；同时警惕——挖来的人同样会被别人挖，保留机制与招聘预算应同步规划。

8.2 给从业者的五策

认清自己在断点的哪一侧：50万线与80万线是两条清晰的市场分界。若你已是经理而总包仍在30万以下（占经理层近三成），这本身就是谈薪或流动的硬依据；若已在大区层，你已是市场最稀缺的人群之一（企业最难招岗位的第一名就是你的上一级）。

在36–40岁前完成第二次跃迁的筹码积累：80万以上人群全部拥有7年以上经验、八成10年以上——黄金窗口真实存在。断点之上拼的不是资历，是商业经营力（带队伍、扛区域、算得清账）与准入合规力，这两项恰是多数资深销售的短板。

补数字化与合规这两块最被低估的能力：当前被选率垫底（数字化营销14.7%），但新规之下最先变成门槛。在别人还没反应过来时补齐，就是下一轮定价的溢价来源。

善用圈层，而非海投：猎头（85.3%）与内推（83.3%）是这个市场的主动脉。与两三家深耕神经介入的猎头建立长期信任关系，让市场在你不想动的时候也持续为你定价——你知道自己的行情，才有谈判的底气。

把内卷的账算清楚：内卷侵蚀的是确定性而非身体。对冲它的方式不是更拼，而是提高不可替代性——专精一个术式、一个区域或一个准入环节，用专业壁垒对冲同质化竞争；同时用脚投票时盯住"确定性"（平台、规则、通道），而不只是现金数字。

博思人才

CHAPTER 09 · CASE STUDIES

同行者

CASE STUDIES

博思人才的实战答卷

案例一 集采之后，为国产龙头找回"学术型大区经理"

案例二 外资MNC的本土化转身——神经介入产品线市场经理

案例三 取栓初创的商业化"从0到1"

案例四 上市械企的断点定价与关键人才保留

案例五 跨界进入者的"整建制"团队组建

9.6 博思的服务体系：把研究做进服务里

9.7 团队：赛道纵深与区域密度的双重专注

09

案例一 19天交付 · 学术型大区经理

客户背景

某国产神经介入头部企业（下称"客户A"），取栓、密网支架产品线齐全，密网支架集采中标后华东业务模式整体重组，亟需一名华东大区经理，直接向销售总监汇报。这是集采后典型的"新长出来的岗位"——旧组织架构图上并没有它。

核心挑战

三重压力叠加：其一，区域全年指标悬空，岗位交付窗口只有一个月；其二，客户的岗位描述仍按外资黄金年代的模板书写，强调"广泛人脉资源"，但集采标内竞争真正需要的是"医院准入+集采投标+学术推广"的复合能力，按旧JD筛人必然错配；其三，市场上有这类画像的候选人本就稀少，且绝大多数处于"不主动看机会"的状态——正如本报告第四章所示，这是一个被动求职市场。

博思解决方案

接到需求后24小时内启动，但第一步不是推简历，而是"需求拆解"：与客户销售总监、HRVP 连续三场工作坊，把岗位从"销售管理"重新定义为"区域经营"，输出新版能力画像；以本报告第三章的断点定价逻辑校准薪酬带宽（50–80万总包+超额激励），避免"经理+溢价"的压价算法拖长空岗期；触达端完全放弃公开渠道，通过研究院的行业网络与三位在位大区经理的信任链，定位到一位外资背景、正处于观望期的学术型候选人——并在双向辅导中帮客户把"确定性"（清晰的带宽、讲得清的战略）做实。

> **交付成果** 19天完成从需求确认到候选人到岗。候选人入职6个月，完成新入院准入11家、集采标内份额显著提升，首年区域回款超年度目标12%。客户随后将华南、西南两个大区的招聘一并委托博思，并引入博思的薪酬带宽校准服务。

案例二 27天交付 · MNC市场经理本土化

客户背景

某全球头部医疗器械MNC在华神经介入产品线，战略转向"本土创新+学术推广"，需要一名能主导中国区市场策略的市场经理。

核心挑战

过去二十年，这家MNC按全球模板招人——英语流利、汇报漂亮、PPT精致；但转型后真正需要的是既懂中国县域市场、又能与本土临床专家共建学术项目的操盘手。这类人才恰恰集中在本土企业，而他们对MNC"高平台、低现金"的薪酬结构普遍存疑——本报告第三章观察到的"外资祛魅"，在谈判桌上表现得淋漓尽致。

博思解决方案

博思扮演的角色是"价值翻译官"：一面把MNC的固定薪酬+长期激励与本土候选人的现金预期做等值测算与呈现，让候选人看清总包的真实构成；一面帮客户理解本土人才的定价逻辑，微调offer结构。能力评估前置：临床医学背景、县域市场实操、KOL管理三个维度结构化打分，最终锁定的候选人来自一家本土上市公司，时任大区市场负责人。

> **交付成果** 27天到岗。该经理主导的县域学术项目一年内覆盖200余家县级医院，被MNC中国区列为年度标杆案例，本人次年获评客户全球人才计划成员。

博思人才

案例三 30天交付 · 初创商业化班底

客户背景

一家专注急性缺血性卒中取栓装置的创新企业（下称"客户C"），B轮融资完成后启动商业化，创始团队均为研发与临床背景，销售体系为零。

核心挑战

品牌无认知、预算有约束、时间窗口紧——竞品已先行六个月。客户最初想按"大厂高管"的画像找一位销售总监，但初创平台既付不起大厂溢价，也接不住大厂打法；真正适配的，是"既能搭体系、又能下场打单"的成长期操盘手。

博思解决方案

博思先做的是"校准预期"而非"满足需求"：基于人才地图数据，向创始人展示了"大厂高管"与"成长期操盘手"两类人群的成功率与成本差异，把画像调整为后者；随后以"位置+成长"组合拳——一人之下管理全盘商业化的授权、期权池、直接向创始人汇报——打动了一位在成熟企业任大区经理、正遭遇"晋升堰塞"的候选人（本报告第三章所定义的典型的可动员中间层）。总监到岗后，博思同步为其搭建区域班底。

> **交付成果** 30天内交付"销售总监+2名区域经理+1名市场经理"的完整班底。商业化团队次年完成23省渠道布局，产品进入超过300家卒中中心，客户C于次年启动C轮融资，商业化数据成为其核心融资亮点。

案例四 关键人才保留 · 区域营收+31%

客户背景

某A股上市医疗器械企业，神经介入是第二增长曲线；核心产品集采中标后利润承压，管理层启动薪酬体系重置，同时面对一个现实威胁：两位核心大区经理已收到竞争对手的offer。

核心挑战

一面要控成本、一面怕动荡——这是集采周期里所有企业管理者的两难。更深的矛盾在于：HR的宽带方案按内部沿革设定，与市场真实定价严重脱节——大区经理带宽上限低于市场分位，等于亲手把最稀缺的人推向竞对。本报告第三章的"三重错配"，在这家企业身上俱全。

博思解决方案

博思没有先谈招聘，而是先做"定价体检"：以研究院的行业基准数据为参照，按两级断点重设带宽，大区及以上直接对标市场分位；对两位关键人设计"现金+长期激励+区域经营范围扩大"的保留组合——涨薪只是一部分，更关键的是把更大的经营盘子交到他们手上；同步推动规则透明化沟通，把带宽、计算方式、晋升通道向管理团队讲清楚（本报告证明，这几乎是不花钱的满意度杠杆）。

> **交付成果** 两位核心人才全部留任。一年后其分管区域营收增长31%，团队主动离职率降至个位数；客户将博思的薪酬基准数据引入年度调薪机制，变"救火式挖人/留人"为"制度化定价"。

博思人才

案例五 5.5个月 · 14个关键岗位整建制

客户背景

某大型医药集团跨界进军神经介入赛道，收购海外一条成熟产品管线，需要在国内从零组建商业化团队——从市场总监到大区经理的完整序列，时间窗口6个月。

核心挑战

跨界者三无：无人才积累、无品牌认知、无薪酬参照系。在圈层化的神经介入人才市场里，一个"外行金主"发再多JD也触达不到断点之上的候选人；而盲目高薪揽人，又会在上市前把成本结构压垮。

博思解决方案

博思以"人才地图"先行：先用三周为客户绘制赛道人才全景图（职级×企业类型×区域分布×薪酬带），据此反推组织架构设计——先有人才市场的地形，再画组织的图纸，而不是反过来；各职级带宽严格按断点定价设定，总监级对标50万+的市场分位、辅以长期激励，控制现金成本；交付节奏分批推进，关键岗位全部经由信任链与私域渠道触达，每一批到岗者又成为吸引下一批的"口碑节点"。

> **交付成果** 5个半月交付14个关键岗位，全部到岗并通过试用期。团队组建当年完成产品上市与首批100家医院准入，次年该业务线成为集团增速最快的板块之一。

博思人才

9.6 博思的服务体系：把研究做进服务里

五个案例背后是同一套方法论的复用——它正是本报告研究框架在服务端的镜像：

需求拆解先行：接到需求24小时内启动，但第一步永远不是推简历，而是把岗位重新定义清楚——能力画像、真实定价、汇报与授权边界。案例一中"旧地图找不到新岗位"的解法，源于此，

人才地图与圈层触达：依托赛道内长期积累的人才数据库与信任链网络，7–30天完成精准匹配；断点之上的候选人不在公开市场，私域与内推是这个市场的主动脉——这是数据给出的结论，也是博思的作业方式。

双向顾问，而非单向撮合：对甲方，提供从需求拆解、薪酬带宽校准到人才到岗、融入跟进的全流程猎聘服务；对候选人，结合职业规划同步区域内头部企业的优质岗位，追求"岗位+发展"的双契合——挖角式的快进快出，从来不在博思的选项里。

保留与招聘同题共答：最难招的岗位，最好的解法是让在位者不动。博思为企业提供薪酬基准校准与保留设计，把"救火式招聘"升级为"制度化定价"——案例四即为此类服务的完整交付。

这套体系的底层，是博思对"研究驱动服务"的长期投入：行业人才研究院持续产出赛道级研究（本报告即为其一），让每一位顾问的判断都建立在对行业结构、定价体系与人才流动机制的实证理解之上，而非仅凭岗位描述与简历关键词的表层匹配，

9.7 团队：赛道纵深与区域密度的双重专注

这支队伍由博思人才合伙人、资深顾问 George 亲自带队。George 在医疗器械人才领域深耕多年，服务的客户覆盖外资MNC、本土上市公司与创新企业，主导过多个神经介入及泛血管赛道的关键岗位交付——他对这个赛道的理解，是"行业结构+人才定价+组织真实痛点"的三维理解。

博思人才医疗器械猎头事业部，是长三角、京津、珠三角三大核心区域内，聚焦结构心脏病、心血管、外周血管及神经血管四大垂直赛道的专业猎聘团队——泛血管，是其一以贯之的战略纵深。团队以"泛血管战略人才架构师"为方法论内核，核心成员均拥有5年以上猎头或企业高管从业经验：既懂甲方客户的核心痛点——岗位急、匹配难、画像模糊；也熟稔赛道内候选人的真实诉求——赛道适配、机会优质、发展可期。

双重专注构成团队的护城河：地域上，三大经济圈的深度覆盖让博思对区域内企业格局、薪酬水位与人才流动了如指掌；赛道上，泛血管四大赛道的纵深积累让跨赛道的组织经验与技术趋势可以相互印证。对客户，这意味着更短的平均交付周期与更高的到岗留存率；对候选人，这意味着在同一赛道内持续可见的优质机会与可信的职业建议。

> **承诺** 24小时需求响应，7–30天精准匹配，全流程猎聘交付。博思人才相信：在结构性变局的行业里，人才配置的效率本身就是企业的竞争力。我们愿以专业与实证，做中国企业与人才之间最可靠的同行者。

结语　人才市场永远早半步定价

集采重置了价格，新规重置了规则，国产替代重置了格局——神经介入的商业世界已经换了操作系统。人才市场的反应永远比产品市场早半步：从业者已经在用流动意愿（37.3%）、期望薪酬（65.7%期望上移）和渠道行为（猎头与内推主导）给自己重新定价；而多数企业的职级体系与薪酬带宽，还运行在旧系统的地图上。

这半步的时间差，就是所有参与者的机会窗口：企业用它完成定价体系的切换，从业者用它完成能力结构的跃迁。博思人才发起本次调研的初衷，正是把这半步的时间差变成一张共同的地图——让企业知道关键的人值多少、在哪里、怎么触达；让从业者知道自己在断点的哪一侧、离下一次跃迁还差什么。本报告是“神经介入人才研究计划”的首期成果，我们将在后续期次中持续扩大覆盖、深化基准，与行业一起把这张地图画完整。

回望这五年，神经介入走过的路，本质上是中国高端医疗器械行业的一个缩影：从进口主导到国产替代，从高值暴利到集采常态化，从关系驱动到学术驱动——每一次产业转折，最终都会以“人”的形式被记录下来。我们写下的不只是薪酬数字，更是一代从业者在变局中的选择、困惑与坚持。

对企业而言，人才战略的核心不是“招到人”，而是“定价对人”——在价格重置的周期里，为真正创造价值的岗位付对钱、为关键人才留够通道，比任何雇主品牌建设都更有效。对从业者而言，职业安全的本质不是“待在原地”，而是让自己始终站在价值创造的主航道上——集采压的是价格，压不掉的是不可替代的专业能力。

变局已开场，定价正在发生。愿这份报告，成为你读懂这场静默重置的一份可靠地图。

方法论与数据说明

调研设计：结构化在线问卷，43题，覆盖人口特征、雇佣与职级、企业类型与赛道、薪酬（现状/结构/变动/期望/满意度）、职业目标与流动、工作体验、能力与培训需求、招聘侧洞察、行业信心与困扰九大模块。调研于2026年9月1日至8日进行，通过行业社群、猎头私域网络与定向邀请发放，以在职从业者为主体（86.3%），覆盖主要职级、企业类型与细分赛道。

口径说明：分类变量占比以有效作答为基数；1–5分量表取算术平均；多选题按选项被选人次统计；雇主要素排序题以完成排序的有效样本为基数（其中20份未完成排序，已剔除），并按位次加权（第1位计7分，依次递减）计算加权分。

分析框架：所有关键结论均经交叉验证——用多个互不直接决定的维度（职级×薪酬带、薪酬变动×满意度、内卷×职级×福祉、流动意愿×满意度×渠道）同时指向同一结论，并以行业公开数据（集采结果、国产化率、企业年报、监管文件）校验数据结构与行业方向的一致性。

局限性：其一，样本以本土企业、成熟从业者为主体，外资与基层视角相对薄弱，外推时请注意；其二，薪酬为区间型数据，无法计算精确分位，分位判断以区间分布近似；其三，分群交叉中样本较少的单元格（如VP层、国有企业、经销商/CSO、细分赛道分组）已在文中标注"样本较少，仅供参考"；其四，作为首期基准，部分结构性判断（如断点位置）将随后续期次样本扩大而校准。本报告结论用于研究与决策参考，不构成任何形式的投资建议或个别薪酬承诺。

参考资料

[1] 深圳市医疗保障局：《深圳创新开展血流导向密网支架省级集采 拟中选产品质优价宜平均降幅42.82%》，2025-07-08。https://hsa.sz.gov.cn/xwzx/xwdt/content/post_12268523.html

[2] 医疗器械创新网（经新浪财经转载）：《神经介入六大耗材降价》（含赛诺医疗招股书手术量数据、招商证券国产化率数据），2026-07-27。https://finance.sina.com.cn/roll/2026-07-27/doc-inikfxaw8389981.shtml

[3] 赛柏蓝器械（经新浪财经转载）：《国产神经介入，又一个IPO》（心玮医疗A股发行方案及国产企业2025年业绩），2026-08-17。https://finance.sina.com.cn/roll/2026-08-17/doc-ininrqsi6826952.shtml

[4] Medtec China：《医疗创新，神经介入迎来爆发时刻》（含Grand View Research全球市场数据、取栓率数据），2026-04-07。https://www.medteccn.com/media/newtechnology/26553.html

[5] 人民日报客户端：《七部门联合发布〈医药代表管理办法〉》（2026年第42号公告），2026-05-07，https://www.peopleapp.com/column/30052078531-500007480820

[6] 法治日报：《药企销售模式被颠覆，医药代表管理新规能否遏制"带金销售"》，2026-05-19。http://www.legaldaily.com.cn/Company/content/2025-11/19/content_9391459.html

[7] 央广网（央视新闻客户端）：《打造1小时"救治圈" 我国卒中中心建设已覆盖超70%区县》，2025-11-09。http://news.cnr.cn/native/gd/kx/20251109/t20251109_527424401.shtml

[8] 健康报网：《打一场"百万减残"攻坚战》（2025年中国脑卒中大会数据），2025-11-18，https://jkb.com.cn/news/depth/2025/1118/507134.html

[9] 国家卫生健康委办公厅：《医疗机构卒中中心建设与管理指导原则（2026年版）》，国卫办医政函

除注明外部来源外，本报告全部调研数据 © 博思人才，2026年9月；引用请注明出处

致谢

本报告的顺利付梓，离不开多方力量的鼎力支持与悉心助力，在此谨致以最诚挚的谢意。

衷心感谢博思人才集团行业人才研究院全体同仁。从问卷设计、数据建模到成稿统稿，团队成员以专业严谨的态度深耕细作，将百余份一线问卷与海量行业公开数据反复交叉验证，让每一个关键判断都能在数据、机制与行业事实之间往返自洽，用专业与坚守保障了报告的深度与精度。

感恩所有参与本次专项调研的神经介入从业者。你们在百忙之中分享的薪酬现实、职业困惑与流动心声，为报告注入了最鲜活的行业温度——正是这份坦诚，让研究既能反映行业趋势，又能贴合每一位从业者的真实处境。

同时，向信任博思人才的医疗器械企业客户与合作伙伴致以敬意。你们在真实招聘项目中遇到的难题、沉淀的经验，是本研究最好的实践注脚，也是我们持续深耕的动力。

特别感谢在调研过程中给予指导的行业专家与资深顾问。你们对集采政策走向、国产替代节奏和人才流动趋势的判断，帮助我们在数据之外读懂了“为什么”，也让这份报告不止于数字罗列，更有了行业的温度与深度。

最后，感谢所有关注神经介入赛道与医疗健康人才发展的各界朋友。变局已经开场，定价正在发生。未来，我们将持续扩大调研覆盖、深化基准研究，以更优质的研究成果回馈大家的信任与支持，与行业一起把这张人才地图画得更完整。

博思人才集团行业人才研究院

2026年11月

博揽天下英才 · 思考企业未来

24小时全国热线：400-6818-211

官网：www.bosshr.com

© 博思人才集团行业人才研究院 · 2026年11月

除注明外部来源外，本报告全部调研数据版权归博思人才所有，引用请注明出处