



# 同仁堂 2022 年度 环境、社会和治理 (ESG) 报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT 2022



# 目录

关于本报告	1
董事长致辞	3
走进同仁堂	5
专题聚焦： 中医药传承创新	13

索引表	61
意见反馈表	62

## 第一节 诚信经营 规范治理

坚持党建引领	17
ESG 责任管理	21
依法合规治理	24

## 第四节 以人为本 心系员工

汇聚多元人才	43
职工民主管理	44
保障劳工权益	44
完善薪酬体系	45
赋能员工成长	46
完善员工关怀	47
职业健康管理	48

## 第二节 坚守匠心 质量至上

推进科技研发	29
严控产品质量	31
规范药材采购	35

## 第五节 绿色运营 低碳生活

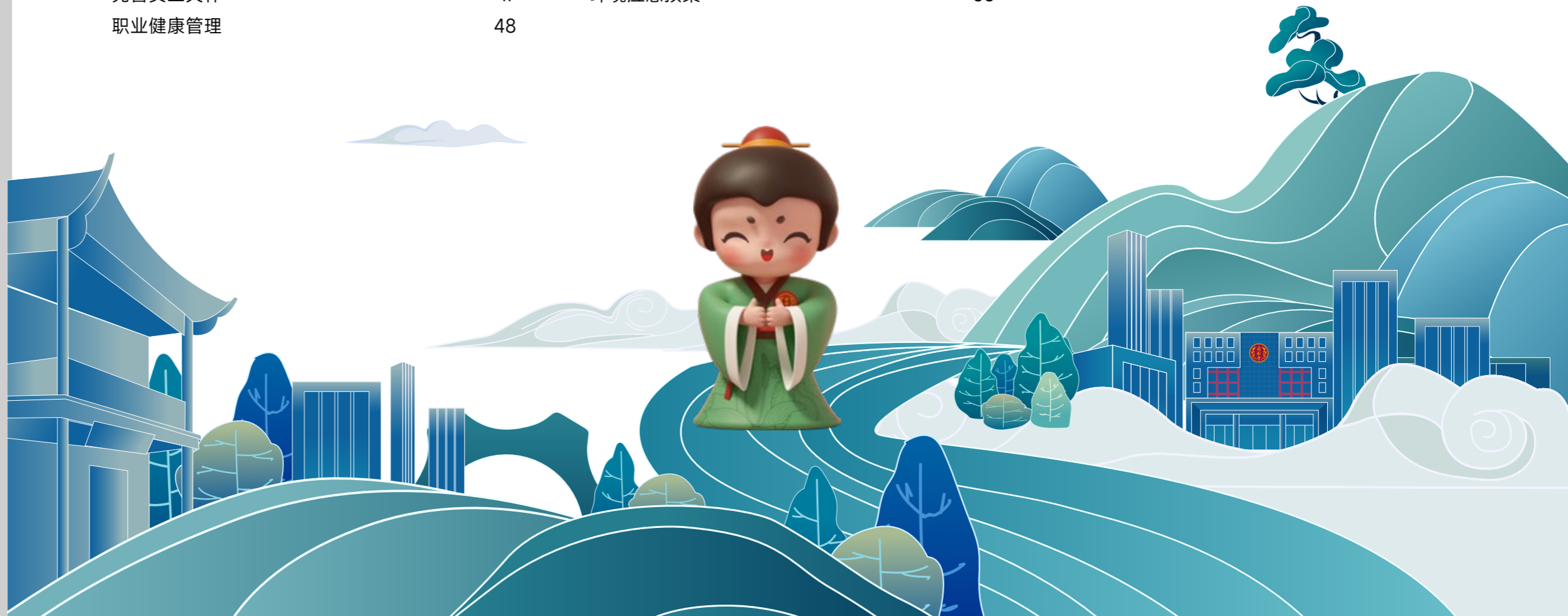
提升环保体系	51
优化能源管理	51
优化水资源管理	52
严控污染物排放	53
践行环保举措	54
环境应急预案	56

## 第三节 品质服务 创新营销

客户权益保障	37
营销模式改革	39

## 第六节 心系公益 回馈社会

响应乡村振兴	57
保障药品供应	57
深耕温情社区	60





# 关于本报告

## 报告简介

本报告是北京同仁堂股份有限公司发布的首份环境、社会和公司治理（ESG）报告。报告本着客观、透明和公平的原则，详细阐述了公司 2022 年度环境保护、社会责任、公司治理等领域的实践和成果。

## 时间范围

2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。为增强报告的可比性和完整性，部分内容适当溯及以往。

## 报告范围

除另有注明外，本报告以北京同仁堂股份有限公司母公司及下属子公司为主体，部分内容涵盖中国北京同仁堂（集团）有限责任公司。

## 称谓说明

为了便于表达，在报告表述中分别使用“同仁堂股份”“公司”或“我们”称谓代替“北京同仁堂股份有限公司”。

## 编制依据

- ◆ 《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号—规范运作》
- ◆ 中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-ESG 5.0）》
- ◆ 全球报告倡议组织《可持续发展报告指南标准》（GRI Standards）

## 数据说明及可靠性保障

如无特别说明，本报告涉及的货币种类及金额，均以人民币为计量单位，本报告信息数据源自公司内部统计数据、审计报告及相关文件，公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

## 报告获取

投资者可在公司官方网站（[gf.tongrentang.com](http://gf.tongrentang.com)）、上海证券交易所（<http://www.sse.com.cn>）下载本报告电子文本，获取更多信息。

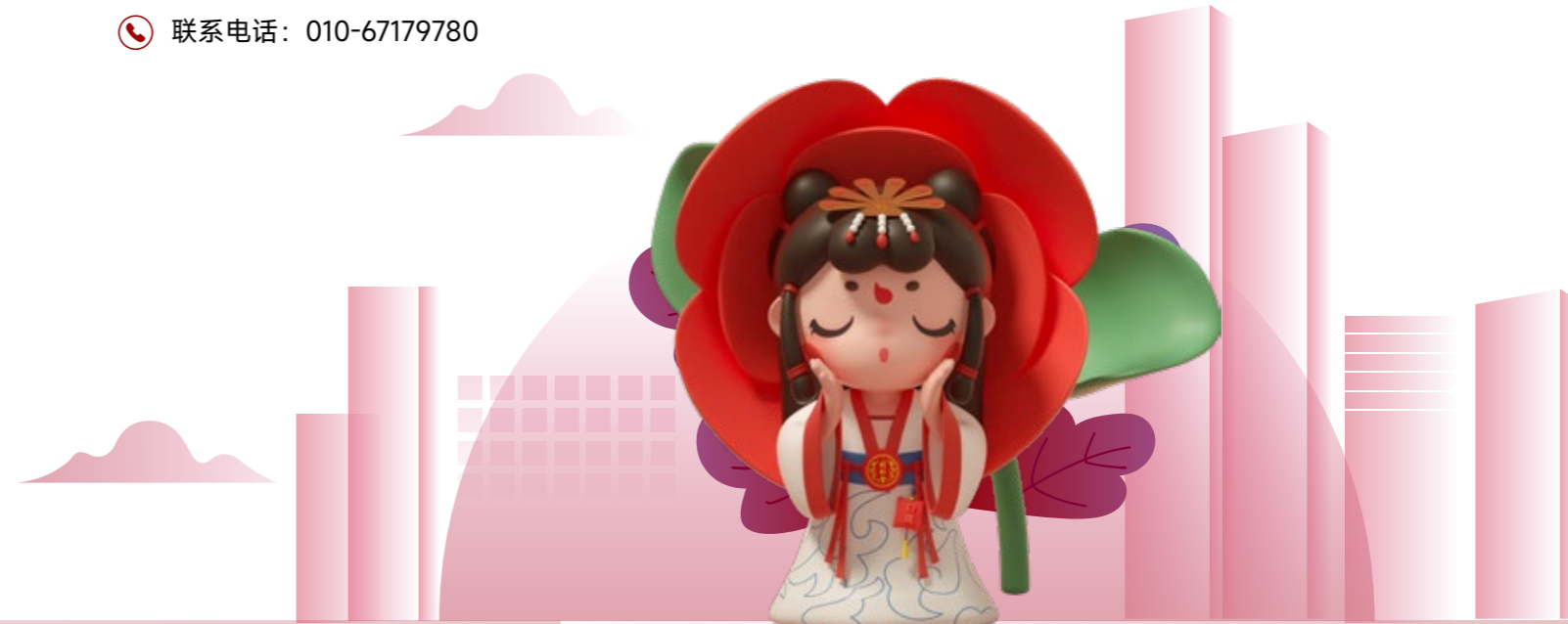
## 意见反馈

如您对本报告有任何建议或意见，欢迎通过以下方式联系我们：

联系人：北京同仁堂股份有限公司董事会办公室

联系邮件：[tongrentang@tongrentang.com](mailto:tongrentang@tongrentang.com)

联系电话：010-67179780



## 董事长致辞



2022 年是党的二十大胜利召开之年，也是同仁堂股份上市 25 周年。作为同仁堂集团旗下首家上市公司，公司始终坚持高质量党建引领高质量发展，传承精华，守正创新，主动谋划新发展格局。

2022 年，面对国内外复杂多变的环境影响，公司全体干部职工坚定信心、砥砺前行，始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大精神，坚持创新驱动发展，高效统筹生产经营，坚持“创新、改革、管理”三轮驱动，稳步实施“三大发展战略”，把稳高质量发展方向，全力推动党的二十大精神在公司落地开花。

2022 年，公司持续完善决策机制，充分发挥民主决策，经营班子和全体职工上下一心，扎实推进公司战略落地，强化品种培育，深化实施创新驱动，促进公司经营发展提质增效；坚持践行绿色环保新发展理念，稳步推进碳达峰碳中和相关工作；积极落实乡村振兴工作方案，通过消费帮扶、就业帮扶、公益捐赠等多渠道、多方式履行社会责任，充分彰显国企担当。

公司始终坚持投资者回报，上市以来，公司每年向投资者进行现金分红，累计派发现金红利 54.51 亿元（含税），现金分红回报率 39.79%。报告期内，公司股票被纳入“上证 180 指数”“明晟中国指数”“富时罗素全球股票指数”，国内外资本市场关注度和认可度持续上升。

伟大事业始于梦想，成于实干。2023 年，公司全体干部职工将继续坚定信心、铆足干劲，立足新时代，牢记新使命，做实做细做好各项工作，全力推动公司生产经营稳中有进、深化转型，以新气象、新作为、新成效向社会展示公司之新风貌，为推动“十四五”高质量发展而努力，为推动中医药产业传承创新发展而奋斗。

董事长 邱淑兵



# 走进同仁堂

## 1、公司简介

同仁堂品牌始创于 1669 年(清康熙八年),以其药品“配方独特、选料上乘、工艺精湛、疗效显著”闻名于世。历经三百五十四年薪火传承,同仁堂始终遵循“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”的古训,逐步发展成中国最具影响力的中成药生产和销售企业之一。

公司于 1997 年由中国北京同仁堂(集团)有限责任公司(以下简称“同仁堂集团”)独家发起设立,并于同年在上海证券交易所主板上市,证券代码 600085.SH,是同仁堂集团旗下首家上市公司,并拥有两家香港联交所上市子公司北京同仁堂科技发展股份有限公司(以下简称“同仁堂科技”,1666.HK)、北京同仁堂国药有限公司(以下简称“同仁堂国药”,3613.HK),以及子公司北京同仁堂商业投资集团有限公司(以下简称“同仁堂商业”)、北京同仁堂天然药物有限公司、北京同仁堂吉林

人参有限责任公司、北京同仁堂陕西麝业有限公司、北京同仁堂内蒙古中药材发展有限公司等。

公司主营业务为中成药的生产与销售,拥有包括中药材种植、中药材加工、中成药研发、中成药生产、医药物流配送、药品批发和零售在内的完整产业链条。公司常年生产的中成药超过 400 个品规,产品剂型丰富,覆盖内科、外科、妇科、儿科等类别,以安宫牛黄丸、同仁牛黄清心丸、同仁大活络丸、六味地黄丸、金匱肾气丸为代表的产品以及众多经典药品家喻户晓,蜚声海内外。公司自主研发的巴戟天寡糖胶囊获得北京市科技进步一等奖,填补了中药治疗抑郁症的空白,开创了中药治疗轻中度抑郁症的先河。



### 同仁乌鸡白凤丸



补气养血,调经止带。用于气血两亏引起:月经不调,行经腹痛,少腹冷痛,体弱乏力,腰酸腿软。

### 五子衍宗丸



补肾益精。用于肾虚精亏所致的阳痿不育、遗精早泄、腰痛、尿后余沥。

### 锁阳固精丸



温肾固精。用于肾阳不足所致的腰膝酸软、头晕耳鸣、遗精早泄。

### 大山楂丸



开胃消食。用于食积内停所致的食欲不振、消化不良、脘腹胀闷。

### 参苓白术散



补脾胃,益肺气。用于脾胃虚弱,食少便溏,气短咳嗽,肢倦乏力。

### 人参归脾丸



益气补血,健脾养心。用于气血不足,心悸,失眠,食少乏力,面色萎黄,月经量少,色淡。

### 人参健脾丸



健脾益气,和胃止泻。用于脾胃虚弱所致的饮食不化、脘闷嘈杂、恶心呕吐、腹痛便溏、不思饮食、体弱倦怠。

### 国公酒

散风祛湿,舒筋活络。用于风寒湿邪闭阻所致的痹病,症见关节疼痛、沉重、屈伸不利、手足麻木、腰腿疼痛。



### 麻仁润肠丸



润肠通便。用于肠胃积热,胸腹胀满,大便秘结。

### 儿童清肺口服液



清肺,化痰,止咳。用于面赤身热,咳嗽,痰多,咽痛。

### 儿感清口服液



解表清热，宣肺化痰。用于小儿外感风寒、肺胃蕴热证，症见：发热恶寒，鼻塞流涕，咳嗽有痰，咽喉肿痛，口渴。

### 左归丸



滋肾补阴。用于真阴不足，腰酸膝软，盗汗，神疲口燥。

### 坤宝丸



滋补肝肾，镇静安神，养血通络。用于妇女绝经前后，肝肾阴虚引起的月经紊乱，潮热多汗，失眠健忘，心烦易怒，头晕耳鸣，咽干口渴，四肢酸楚，关节疼痛。

### 同仁御酒



同仁御酒配料源自古方，又在原药健字号产品枣仁健脑酒的基础上，经同仁堂国医大师调制而成。

公司坚持党建引领，筑牢“党建、质量、诚信”三大基石，践行“做精、做优、做强、做长”战略方针，以高质量党建引领高质量发展；坚持传承精华、守正创新，坚守“同修仁德，济世养生”的创立初心，大力弘扬中医药传统文化及工匠精神；推动科技创新、管理创新、模式创新、体制机制创新，为公司健康发展提供新动能；坚持高质量发展主线，深入贯彻落实国家“十四五”规划，重视环境保护，不断推进绿色发展，始终将经营发展与社会责任高度融合，践行国企担当。

截至 2022 年 12 月 31 日

公司经审计的总资产 **270.44 亿元** 同比增长 **7.86%**

归属于上市公司股东的净资产 **118.07 亿元** 同比增长 **11.03%**

2022 年度

实现营业收入 **153.72 亿元** 同比增长 **5.27%**;

归属于上市公司股东的净利润 **14.26 亿元** 同比增长 **16.17%** 报告期内支付的各项税费 **14.36 亿元**

## 2、企业文化

同仁堂

我们的使命 ● 同修仁德，济世养生

我们的愿景 ● 有健康需求的地方就有同仁堂

企业精神 ● 责任、担当、创造

行为准则 ● 但愿世间人无病，哪怕架上药生尘

自律意识

修合无人见，存心有天知

生产理念

炮制虽繁必不敢省人工  
品味虽贵必不敢减物力

制药特色

工艺精湛、疗效显著  
处方独特、选料上乘、

我们在践行

诚信为本，药德为魂

### 3、历史脉络



### 4、非遗传承

#### 国家级项目



- 同仁堂中医药文化
- 安宫牛黄丸制作技艺
- 同仁堂中医药文化 (传统中药材炮制技艺)

#### 省、区级项目



- 同仁堂壮骨药酒传统制作技艺
- 同仁牛黄清心丸传统制作技艺
- 同仁堂西黄丸传统制作技艺
- 同仁堂阿胶传统制作技艺



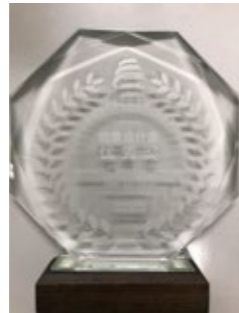


## 5、年度大事记

### 2022 年

#### 1 月

荣获北京市应急管理局、北京市广播电视局颁发的“2021 年应急管理优秀公益宣传作品征集展示活动 创意设计类优秀奖”。



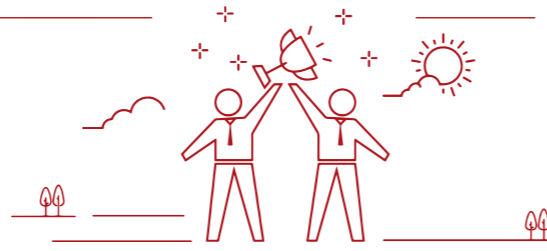
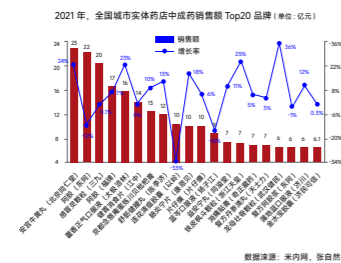
#### 2 月

党建交流凝聚力，媒企融合开新篇。人民网一行到公司参观交流，双方就党建共建、资源共享、业务融合等方面进行了友好交流。



#### 5 月

新浪网权威发布最畅销药品、企业 20 强。公司的安宫牛黄丸夺得了全国城市实体药店中成药销售额 Top 20 品牌第一名。



#### 6 月

##### 【精品国药 守护人民健康】

「融汇古今智慧 服务精品健康」公司手工精品安宫牛黄丸在 2022 中国大健康产业 (乌镇) 论坛上隆重发布。



##### 【治疗轻中度抑郁症的中药亮相西湖论坛】

作为国内获批的有效部位抗抑郁创新中药，巴戟天寡糖胶囊获得了多项发明专利及北京市科技进步一等奖等奖项。



##### 【载誉归来 携手共建中医药高质量发展共同体】



以“高质量发展向未来”为主题的西湖论坛大会揭晓了“西湖论坛·VIP 战略合作企业奖”“最受药店欢迎的明星单品奖”等多项大奖，公司再获殊荣。

#### 8 月

8 月 2 日，黄洪志药材鉴别首席技师工作室举行了授牌、拜师仪式，承担起技艺传承之责。

8 月 11 日，亦庄分厂郭凤华首席技师工作室出师考评暨拜师收徒仪式顺利举办。

8 月 11 日，全球知名指数公司 MSCI Inc 宣布了季度审核变更结果，公司股票被纳入明晟中国指数，该调整于 8 月 31 日收盘后正式生效。

8 月 19 日，全球第二大指数编制公司富时罗素公布了其旗舰指数富时全球股票指数系列的季度审议结果，新纳入 98 只 A 股股票，公司成功入选，调整于 9 月 16 日收盘后正式生效。

#### 9 月

公司在生物医药基地隆重举行“吕建媛北京市级中药材炮制首席技师工作室拜师收徒”仪式，持续推进“四带四促”传承百年技艺，培养中药材炮制人才，弘扬中医药文化。



“党建引领中医药文化传承与创新展示中心”在同仁堂股份大兴生产基地正式揭幕。



同仁堂股份捐赠近百万元药品助力乌兰察布市乡村振兴。



#### 10 月

公司分支机构北京同仁堂股份有限公司同仁堂制药厂收到加拿大卫生部核准签发的《加拿大天然健康产品注册许可证 (一类)》，批准同仁堂制药厂四个产品“时疫清瘟丸、养阴清肺丸、苏合香丸、巴戟天寡糖胶囊”获得加拿大天然健康产品注册 (一类)。

#### 11 月

上海报业集团 | 界面新闻主办的 2022 “常春奖”终榜在“界面大健康论坛”上揭晓。公司凭借对推动中医药传承创新中高质量发展的贡献荣膺年度中医药传承创新。



在西普金奖颁奖仪式上，同仁堂安宫牛黄丸 (脑血管用药)、同仁堂 (滋补药)、同仁堂 (中药饮片) 荣膺“2021-2022 健康中国品牌榜”，同仁堂安宫牛黄丸荣膺“2021-2022 健康中国品牌榜·价值排行榜”，北京同仁堂获颁行业最高荣誉“西普金奖”。





## 专题聚焦：中医药传承创新

### 1、薪火相传守初心 济世养生担使命

从厚重的历史中走来，在传承薪火的接力中启航。公司拥有传统中药材炮制技艺国家级非物质文化遗产项目和国家中药材炮制示范基地，中医药文化浓厚、历史传承悠久。公司始终坚持师承教育，传匠人精神，承匠心品质，真正做到弘扬工匠精神，培养高素质技能人才，传承中药制药传统技能，弘扬中医药文化，推动公司实现高质量发展。

炮制技艺承载着同仁堂“两个必不敢”的质控精髓，更是中药制药的根和魂。公司坚持将生产经营与非遗保护相结合，加强传统中药材炮制基地建设，加强首席技师工作室建设，梳理传承同仁堂炮制大师工作经验，积极组织开展文化传承、技术创新、技术攻关、技术交流活动，持续深化“师带徒”教育，创新“师带徒”形式。

2022 年，公司举办了黄洪志药材鉴别首席技师工作室拜师仪式、郭凤华安宫牛黄丸制作技艺首席技师工作室出师考评和拜师收徒仪式、吕建媛北京市级中药材炮制首席技师工作室拜师收徒仪式。公司结合“四带四促”、技术攻关、文化传承，将传统技艺应用于现代实际生产。



#### 案例

##### 郭凤华首席技师工作室 出师考评暨拜师收徒仪式

2022 年 8 月，公司亦庄分厂隆重举行北京市级郭凤华安宫牛黄丸制作技艺首席技师工作室出师考评暨拜师收徒仪式。郭凤华首席技师工作室的师承教学活动，紧密围绕“四带四促”党建创新文化传承行动，攻关生产中的难点问题，培养技能人才，传承同仁堂核心技艺。

#### 案例

##### 吕建媛北京市首席技师工作室授牌暨收徒仪式顺利举办

2022 年 9 月，公司在生物医药基地隆重举行吕建媛北京市级中药材炮制首席技师工作室拜师收徒仪式，吕建媛师从中药材炮制大师于葆墀先生，从筛簸攘拿到蒸炒炙煨，踏实学艺、持之以恒，精通二十道工序五十多种加工方法，而今接过奋斗的接力棒，正迈向更加绚烂的未来。



一代人有一代人的使命，一代人有一代人的担当，时代各有不同，而文化一脉相承。在同仁堂百年历史长河中，历代同仁堂人怀揣赤子之心，艰苦奋斗，坚守工匠精神，始终谨记“两个必不敢”古训，传承同仁堂中医药文化，传承特色炮制技艺，在新时代长征路上续写新篇章、创造新辉煌。



## 2、携手人民网共建中医药文化传承创新智能平台

2022 年 9 月，公司携手人民网共同规划建设“党建引领中医药文化传承与创新展示中心”（以下简称“展示中心”）在公司大兴生产基地正式揭幕。



展示中心分为序厅、同仁堂文化长廊、重温同仁堂历史互动展区、智慧党建体验区、中医药知识图谱体验区、同仁堂现代化生产线、同仁堂药品与文创展示区、传统中医问诊区。整个展示中心设计和开发了数十款智慧化产品，并通过知识图谱、互动屏等数字化手段极大程度地拓宽展示内容，包括超 2,000 个知识点，600 余张图片，50 多个视频，40 多件数字化展品等。

其中，智慧党建体验区通过运用全景 VR、自然语言处理、交互式投影、裸眼 3D、感应式地板等技术，向参观者丰富地阐释了同仁堂三百五十余年历史积淀，以及同仁堂作为中医药传承代表的悠久文化内涵。中医药知识图谱体验区运用先进的数字化技术展示了同仁堂百年知识宝库，在传承宝贵的精神财富的同时，更为向世界推广中医药文化提供了重要支撑。



展示中心揭幕当日，公司与人民网创业投资有限公司签订战略合作备忘录。双方据此将建立深度合作，以生态发展观为根本遵循，结合国家中医药“十四五”发展规划，努力打造生态文明、中医药文化展示与体验的示范基地，讲好中医药故事，使参观者感受中医药的伟大与神奇。

### 中医药文化传承创新智能平台





# 第一节 诚信经营 规范治理

## 1、坚持党建引领

2022 年是党的二十大召开之年，是我国踏上全面建设社会主义现代化国家、向第二个百年奋斗目标进军新征程的关键之年，也是同仁堂股份上市 25 周年。党的二十大报告明确提出，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，强调要坚持以推动高质量发展为主题，要“促进中医药传承创新发展”。

2022 年，公司在党委的带领下，深入贯彻落实高质量党建引领高质量发展，高效统筹生产经营，主动谋划新发展格局，通过“三大发展战略”“三个中心建设”等有力措施的实施，推进公司经济效益、社会效益再创新高。



截至 2022 年 12 月 31 日



“

公司依据《中国共产党章程》和《中华人民共和国公司法》(以下简称“《公司法》”), 设立中国共产党的组织, 制定党委会议事规则, 发挥党组织“把方向、管大局、保落实”的作用。

”

公司及主要子公司共设有 21 个党总支

183 个党支部

党员人数 2,187 人

公司本部设有 9 个党总支

36 个党支部

党员 682 人 (35 岁以下 224 人, 本科以上 389 人)

2022 年, 公司各级党组织和党员干部紧密结合实际, 学习宣传贯彻党的二十大精神, 在“责任、担当、创造”的新时代同仁堂精神指引下, 聚众智、汇群力, 守正创新、稳中求进, 在新时代新征程上作出新贡献、展现新作为, 积极引导广大职工把思想和行动统一到落实党的二十大精神上, 与实施“十四五”发展规划等重点工作结合起来, 进一步增强二十大“促进中医药传承创新发展”的共识, 聚焦公司“三大发展战略”, 奋发前行, 致力于传承与创新中医药行业, 持续提高中医药健康服务与保障能力, 让中医药文明瑰宝焕发新的光彩。

### 1.1、加强组织建设 筑牢思想之基



公司始终重视党建引领企业发展, 积极召开党建工作会, 对基层党支部建设进行专题研究部署, 修订党建工作制度, 有效带动基层党支部标准化、规范化建设水平提升, 认真落实党的组织覆盖和工作覆盖。2022 年度, 公司本部党委理论中心组组织学习 15 次, 其中集中学习研讨 5 次, 专题读书班 2 次, 为公司高质量发展夯实了理论基础。



2022 上半年党建经营工作会



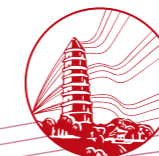
党建工作会



党建经营工作会暨二届五次职代会



党委书记、董事长邱淑兵在会上进行总结发言



## 1.2、强化党建引领 抓紧发展之要

一分部署,九分落实,真抓才能砥砺前行,实干才能梦想成真。2022年,公司始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入学习党的二十大精神,积极落实保供稳价,扎实推进“三大发展战略”落地,强化品种培育,深入实施创新驱动,促进科研技术提质;持续深化投资管理,拓宽产业布局,严格履行社会责任,不断夯实品牌管理,持续完善合规建设,有效防范风险,不断优化组织体系,激发内生动力;高效统筹发展安全,践行国企责任。公司党员干部带头发挥敢于担当、敢于改革、敢于奋斗的企业精神,带领全体员工重点推进聚焦高质量党建、高质量科研、高质量生产、高质量营销、高质量管控、高质量人才队伍建设“六个高质量”工作,完成党建经营各项指标。

## 1.3、全面推进从严治党 强化正风肃纪

公司党委、纪委坚决贯彻全面从严治党战略部署,压紧压实全面从严治党责任,牢牢守住职责定位,切实扛起“两个维护”特殊使命和重大责任,坚定不移正风肃纪反腐,坚决落实中央八项规定及实施细则精神,以严明纪律整饬作风,持续净化政治生态,持续推动党的政治建设再加强。一体推进“三不腐”,将不敢腐、不能腐、不想腐有效贯通起来,三者同时发力、同向发力、综合发力,把不敢腐的震慑力、不能腐的约束力、不想腐的感召力结合起来。新时代吹响冲锋号,以永远在路上的坚韧和执着,坚持问题导向,保持战略定力,发扬彻底的自我革命精神,深入发挥监督保障执行、促进完善发展作用,以坚强的政治保障,促进了企业高质量完成各项任务指标,大力推进了公司廉洁文化建设。



### 案例

#### 公司加强对党员领导干部“八小时以外”活动的监督管理

2022年4月,公司纪委印发关于加强公司党员干部“八小时以外”行为监督管理的管理制度,深化贯彻落实“党要管党,从严治党”的要求,坚持以教育防范为基础,加强“八小时以外”的监督管理,增强在职党员干部作风建设和廉洁自律意识。

### 案例

#### 公司与北京市人民检察院第二分院开展“检企共建”活动

2022年9月,公司党委书记、董事长邱淑兵带领大家参观了党建引领中医药文化传承与创新展示中心;二分院第三检察部领导结合生动案例,从当前反腐败工作整体形势及国企人员受贿犯罪内容解析等方面进行了“普法培训”。

公司以此次共建活动为契机,持续深化与检察院在支部共建、普法宣传等方面的合作,不断加强党风廉政建设,持续提升社会公众对公司反腐工作的认同度。

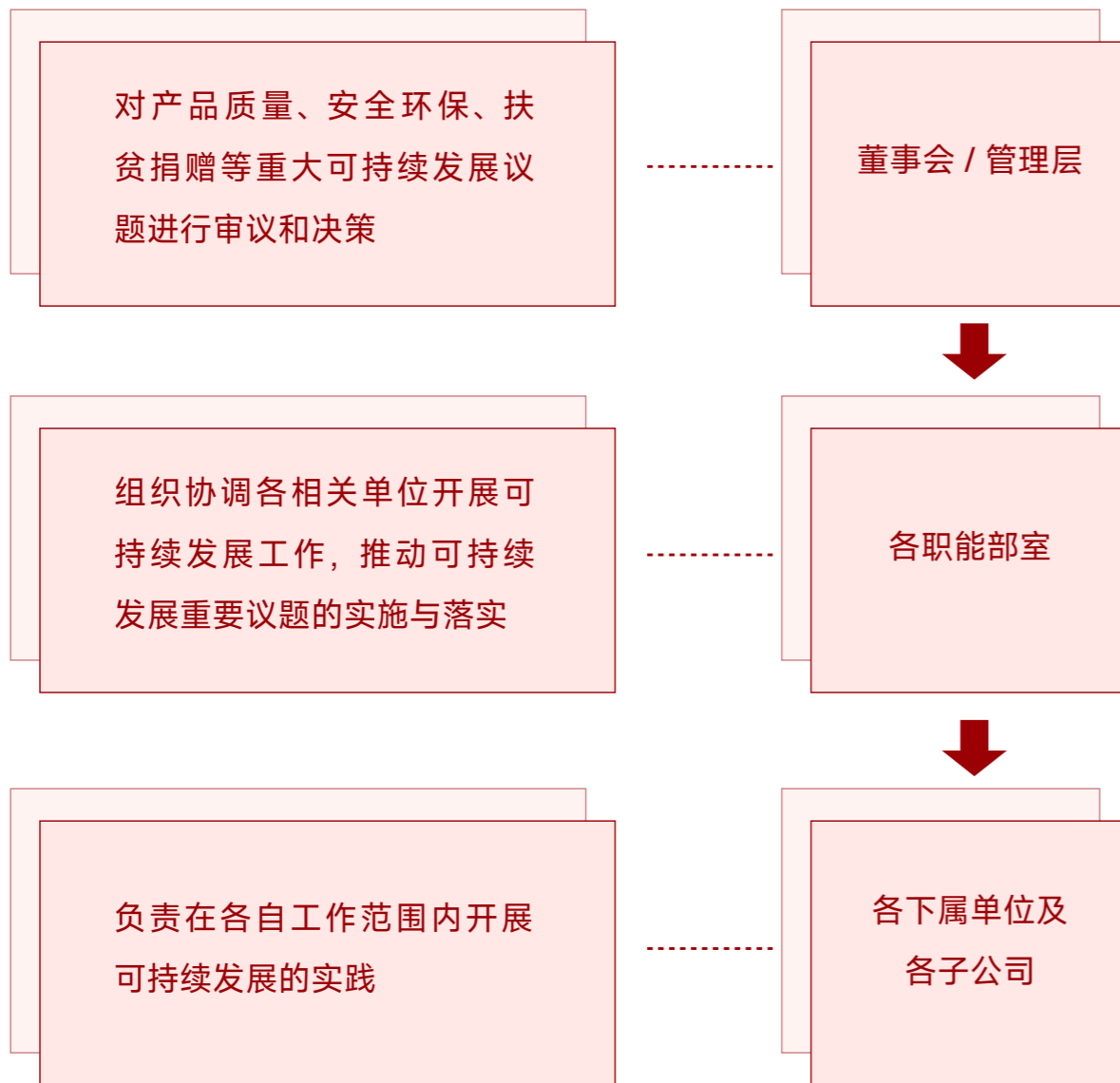




## 2、ESG 责任管理

公司始终关注企业与社会和谐发展，将可持续发展理念融入到企业生产经营的各个环节，认真履行环境、社会和公司治理责任 (ESG)。公司的可持续发展相关业务及事务由董事会领导，每年评估、监察公司在可持续发展方面的相关表现，管理层依据《北京同仁堂股份有限公司章程》(以下简称“《公司章程》”) 赋予的职责或董事会授权，制定及实行公司在可持续发展方面的策略及营运计划。

公司设有党委组织部 (人力资源部)、党委宣传部 (工会办公室)、科技质量部、生产制造部、财务部、战略投资部、审计部、法律合规部、市场管理部、工装环保部、安全保障部等十余个职能部室，负责本公司在人员、财务、质量、能源、安全环保、风险防控等可持续发展方面的全方位管理。








### 2.1、实质性议题梳理

公司根据 ESG 相关政策法规、国际及国内 ESG 标准，关注资本市场 ESG 评价指标 (MSCI-ESG 评级、富时罗素 ESG 评级、华证 ESG 评级等)，立足于中医药行业，梳理公司的实质性 ESG 议题。

环境责任	能源消耗管理
	保护生物多样性
	污染物处理
	绿色低碳发展
	响应“双碳”目标
社会责任	研发创新
	产品质量与安全
	供应链管理
	尊重人权、平等雇佣
	员工权益及福利
	职业健康安全
	培训与发展
	社区公益活动
	优质客户服务
	负责任营销
公司治理	促进行业进步
	依法合规运营与廉政建设
	加强风险管控
	保护中小投资者权益
	投资者关系管理
规范信息披露	

## 2.2、利益相关方沟通

公司秉承中华民族优良的传统文化，以诚、德、信为宗旨，遵循善待社会、善待员工、善待经营伙伴、善待投资者的原则。我们将股东及投资者、合作伙伴、消费者、员工、社会公众及政府列为我们的主要利益相关方，致力于在各利益相关方间追求和谐共荣之道，建立并持续完善沟通渠道，着力实现并提高社会责任感。

主要利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
 股东及投资者	经营业绩提升 规范运作 合理的投资回报 多渠道沟通 强化风险管控	及时透明的信息披露 派发股息 投资者关系维护 召开业绩说明会 保持业务和盈利能力增长 不断提升行业地位
 消费者	优质的产品供应 安全有效的产品 信息安全保护 保护消费者权益	保证产品质量与产品安全 积极应对客服投诉 保护客户信息 产品召回制度 构建数字化零售渠道
 合作伙伴	和谐互信、互惠互利 共同发展、和谐共赢 供应链可持续发展 公平采购	合规性管理、检查与反馈 进行供应商审计 建立顺畅、规范的沟通机制 严格执行招标投标制度 严格规范供应商合作与管理 推进可持续性种植基地建设
 员工	良好的工作环境 良好的福利待遇 提供职业技能培训及职业发展的平台 保障员工权益	提供安全的工作环境 完备的薪酬福利体系 开展多元化的培训 建立职业晋升路径 员工权益保护 员工关爱活动 保障员工职业健康与安全 建立民主沟通机制
 社会与公众	降低生产运营对周边环境的影响 普及健康知识 帮扶弱势群体 负责任营销	实现清洁、绿色生产 开展各类公益活动 积极配合环保部门检查 践行乡村振兴、带动就业 主动承担社会责任 反腐败、反贿赂 传播健康理念
 政府	合规经营 依法纳税	落实监管要求、规范运营 依法、足额纳税

## 3、依法合规治理

### 3.1、三会治理

健康而有效的公司治理是企业长久运行的基石。公司严格遵循《公司法》《中华人民共和国证券法》等法律、法规规定，依据中国证监会《上市公司章程指引》《上海证券交易所股票上市规则》等要求，制定并完善《公司章程》，持续推进公司治理体系建设和企业管理水平现代化建设。

作为上市二十余年的国有企业，公司始终重视严格执行国资委、药监局、中国证监会、上海证券交易所等监管部门的要求，坚持依法经营、规范运作。公司建立了较为完善的治理体系及组织架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间职责明确的相互协调、相互制衡机制，各层级在其职责范围内各司其职，相关会议均按照相关法律、法规及规范运作要求召开，有效地保障了公司的合规经营，维护了公司及全体股东的合法权益。

#### 股东大会

股东大会是公司的权力机构，公司股东通过依法行使职权决定公司重大事项。2022 年，公司召开临时股东大会 1 次，审议通过议案 2 项；召开年度股东大会 1 次，审议通过议案 9 项。公司股东大会的召集、召开符合相关法律、法规及《公司章程》的规定，全体股东在股东大会上均依法公平地享有发言权、质询权、表决权等各项权利。公司管理层对股东大会中股东提出的问题进行全面的回答，保证了全体股东，特别是中小股东享有平等地位，以及对公司重大事项的知情权，并确保所有股东能够充分行使自己的权利。

#### 董事会

公司董事会对股东大会负责，全体董事均由股东大会选举产生。2022 年，公司董事会共 11 名董事，其中独立董事 4 名，董事的选聘、董事会成员数量和人员构成符合法律法规和《公司章程》的要求。公司董事依法出席董事会会议，对审议的相关事项均通过审慎研判后进行表决；独立董事谨慎、勤勉、尽责、独立地履行职责。董事会会议的召集、召开符合相关法律、法规和《公司章程》的规定，会议决议合法、有效，会议记录真实、完整。2022 年，公司共召开董事会会议 12 次，审议通过包括公司定期报告、利润分配、关联交易、对外投资等方面的议案 35 项。

公司董事会下设战略与投资、审计、提名、薪酬与考核四个专门委员会，各专门委员会分工明确，权责分明。2022 年，董事会专门委员会共召开 14 次会议，其中召开战略与投资委员会会议 3 次，审计委员会会议 6 次，薪酬与考核委员会会议 2 次，提名委员会会议 3 次，全体委员勤勉尽责，发挥专长，为公司董事会科学决策提供高质量建议，推动公司治理结构不断完善，切实提升公司经营效率和治理水平。

#### 监事会

公司监事会共 5 名监事，其中职工代表监事 2 名，监事会的人数和人员构成符合法律法规和《公司章程》的要求。2022 年，公司共召开监事会会议 7 次，审议通过定期报告、利润分配、关联交易等方面的议案 17 项。公司全体监事会本着对股东负责的精神认真履行职责，对董事会的日常运作、公司财务及董事、高级管理人员履行职责的合法、合规性进行监督，维护了公司和全体股东的合法权益。



### 3.2、内控及风险管理

公司根据《公司法》《中华人民共和国企业国有资产法》，参照《中央企业全面风险管理指引》，结合自身风险管理工作实际，建立了较为完整且运行有效的全面风险管理办法，构建了覆盖公司各层面的内部控制及必要的内部监督机制，为提高公司合法、合规经营管理水平，保障资产安全，严控财务报告及相关信息的真实、完整性提供了保障。

公司依据国有企业管理要求，充分发挥党委领导作用，把方向、管大局、保落实，依照国有企业管理规定讨论和决定企业重大事项，形成了以党委会统领，经理办公会决策，法律合规部牵头，各部室、各单位共同推动的风险管理组织架构，明确职责分工，有序开展全面风险管理工作。

风险管控三道防线	
第一道防线： 公司各部室、各单位	制定日常风险与重大风险管理策略，制定落实风险防控措施，收集所涉风险信息、开展风险评估，及时上报风险防控进度；参与风险管理相关监督、检查和培训等工作。
第二道防线： 法律合规部	牵头负责开展公司全面风险管理工作，组织制定全面风险管理制度；开展重大风险评估工作并进行后期跟踪；编制公司年度全面风险管理工作报告；建立、更新公司全面风险事件库；组织开展相关风险管理培训。
第三道防线： 审计部	负责监督公司各部室、各单位开展全面风险管理工作；全面识别、评估和分析内外部风险，开展常态化内控季度自查，优化内控体系建设。

公司不断完善公司法治工作计划、法治制度建设、合同管理、案件管理、律师管理、流程设计，从扩大法律审核合同的覆盖面、提高对规章制度及“三重一大”项目的参与度、加快诚信合规管理体系落地执行等方面着手，持续完善合规工作管理，强化法治合规工作效能，切实增强风险防范能力。

#### 2022 年，公司本部采取如下措施强化法治合规建设

发布《董事会授权经理层管理办法》，建立授权书线上申请流程，保证授权管理依法合规

发布《重大法律纠纷案件领导包案管理办法》《外聘律师管理办法》《法律纠纷案件管理实施细则》

审核合同协议 **547** 份、内控制度及章程（含子公司）**81** 项，审核率 **100%**

制定《诚信合规管理办法》，建立诚信合规委员会

### 2022 年度内部控制运行情况

纳入评价范围单位的资产总额占公司合并财务报表资产总额之比为 100%，纳入评价范围单位的营业收入合计占公司合并财务报表营业收入总额之比为 100%。

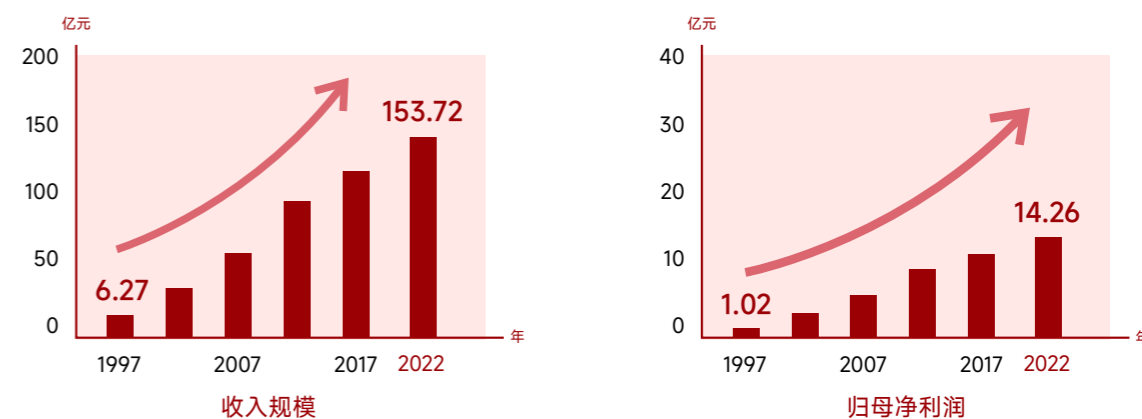
报告期内，公司开展了内部控制体系的更新建设工作，在此基础上持续加大监督检查力度，公司内部控制体系运行良好。2023 年，公司的内部控制评价工作将继续围绕重点领域和关键环节，健全体系，规范运行，关注控制的风险点、管理的空白点，用好评价结果，推动问题整改和建章立制一起抓、一体推进，进一步达到以评促建、以评促改的工作目标，夯实公司高质量发展的基础。

### 3.3、投资者关系管理与股东权益保护

公司高度重视投资者关系管理。报告期内，公司通过组织投资者交流、召开业绩说明会、股东大会，以及投资者热线、上证 E 互动等方式，持续优化与搭建投资者关系管理双向互动渠道和交流平台，缩短与投资者的沟通距离，建立并维系与投资者之间长期、稳定的良性关系，形成良性互动氛围。2022 年，公司联合上海证券报·中国证券网召开网络业绩说明会 **3** 次，公司董事长、总经理、总会计师、董事会秘书、独立董事代表均出席会议，与投资者就公司战略、品牌价值、业务布局、投资计划、产品研发等方面问题进行了全面深入的互动交流，累计关注和观看数量近 **10,000** 人次。

公司始终注重保障中小投资者合法权益，坚信中小投资者的利益与诉求是公司重大事项科学决策的重要参考。公司股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决结果单独计票并及时公开披露。同时，公司不断提高信息披露质量，积极履行信息披露义务，按照上市公司规范运作要求，及时、准确地披露公司经营业绩、重大事项及进展，以及对公司股票价格可能产生重大影响的信息，使广大投资者，尤其是中小投资者及时了解公司的经营状况和财务状况。2022 年度，公司共完成 **46** 份公告的发布，以及 **4** 份定期报告和 **40** 份上网文件的信息披露工作。

公司持续坚持回报投资者，上市 25 年来，公司收入规模由 1997 年的 6.27 亿元增至 2022 年 153.72 亿元；同期归母净利润由 1.02 亿元增至 14.26 亿元；截至报告期末，公司累计派发现金红利 54.51 亿元，分红率高达 39.79%；2022 年年度利润分配预案为向全体股东每 10 股派发现金红利 3.20 元（含税），合计拟派发现金红利 4.39 亿元（含税）。



案例

公司 2022 年半年度业绩说明会

2022 年 9 月，公司联合上海证券报·中国证券网召开 2022 年半年度业绩说明会，与投资者就公司战略、品牌价值、业务布局、投资计划、产品研发等方面问题进行了全面深入的互动交流。本次业绩说明会获得 2,069 人观看，关注数量达 3,715 人次，公司通过常态化召开业绩说明会，进一步拉近与广大投资者的距离，帮助投资者更全面地了解公司企业价值和企业文化，营造了尊重投资者、回报投资者的良好投资关系氛围。



3.4、商业道德与诚信文化

公司高度重视药品安全性，根据国家药监局《药物警戒质量管理规范》《药物临床试验质量管理规范》，制定了《药品上市后安全性研究管理规程》，接受所在地省级药品部门监督，规范药品上市后的安全性研究工作，保证研究中安全性信息收集的及时性，对于研究中可能出现的可能严重危害患者的生命安全或公众健康的药品安全风险，设立暂停生产、销售，召回产品及上报监督管理部门等风险控制措施，保证及时切断风险传播。

公司始终重视依法经营和廉洁从业建设，严厉防止舞弊、贪腐行为发生。公司制定《关于规范企业人员上缴礼金、礼品及执纪审查涉案款物管理的暂行规定》《关于加强党员干部“八小时以外”行为监督管理的规定（试行）》等相关制度，由公司内部审计部协助建立健全反舞弊机制，确定反舞弊的重点领域、关键环节和主要内容，在内部审计过程中合理关注和检查可能存在的舞弊行为，加强公司廉政建设，树立公司良好形象。

案例

公司 2021 年度权益分派方案

2022 年度，公司实施 2021 年年度权益分派详情如下：  
以方案实施前的公司总股本 1,371,470,262 股为基数，每股派发现金红利 0.29 元（含税），共计派发现金红利 397,726,375.98 元，年度公司现金分红占 2021 年合并报表归属于母公司股东的净利润比例为 32.40%。



每股派发现金红利  
**0.29** 元（含税）



共计派发现金红利  
**397,726,375.98** 元

公司坚持保障债权人合法权益，严格依照合同约定按时偿还借款本金，并在不违反信息披露原则的情况下与债权人保持良好沟通，报告期内，公司不存在可能影响债权人债权实现或损害债权人权益的情形。

2022 年 6 月，公司股票被纳入“上证 180 指数”；2022 年 8 月，公司股票被分别纳入“明晟中国指数”和“富时罗素全球股票指数”，标志着公司股票在国际资本市场得到进一步关注，也代表着同仁堂品牌逐步迈出国门，在全球的影响力和关注认可度不断提升。2022 年，各类专业投资机构对公司出具研究报告共 **64** 份（数据来源：价值在线）。





## 第二节 坚守匠心 质量至上

### 1、推进科技研发

创新是企业生存与发展的根本,公司高度重视科技创新,为提升科技创新及成果转化能力,规范公司科技创新管理,促进“万众创新”氛围的形成,公司结合实际情况,制定了《科技创新管理办法》,更好地贯彻落实了习近平总书记关于中医药“传承精华,守正创新”的重要讲话精神,推动了公司科技创新体系建设落地实施。

#### 1.1、科研创新体系

公司科技创新体系由品种委员会及各科技创新项目单位构成,其中,各科技创新项目单位泛指涉及科技创新项目的职能部室、分支机构及子公司。

截至报告期末  
公司研发人员数量为

502 人

博士

11 人

硕士

75 人

本科学历

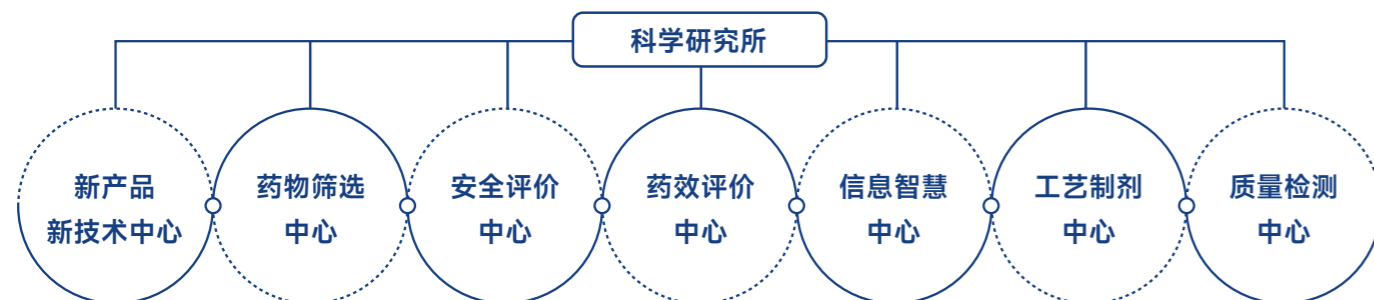
242 人

部分研发人员曾获教育部高等学校科学研究科技进步一等奖、中华中医药学会科学技术一等奖、北京市科学技术进步一等奖、北京市科学技术进步二等奖等重量级奖项。

#### 1.2、科研基地及产业链

北京同仁堂股份有限公司科学研究所(以下简称“科学研究所”)作为公司科技创新平台,立足于公司实际,负责中药新药开发、应用基础研究、前沿技术攻关、共性技术研究、重大工艺变更研究及国家标准、地方标准、团体标准研究等实施周期长、科技难度大的创新型项目。

科学研究所作为公司科技创新平台,设立新产品新技术中心、药物筛选中心、安全评价中心、药效评价中心、信息智慧中心、工艺制剂中心、质量检测中心等,推进品种研发工作。



### 1.3、科研驱动及成果

#### (1) 重点科研项目实施

报告期内,公司研发团队按照“抓转型、促深化,抓重点、保落实,抓规划、强基础,抓协同、重成效”工作要求,在新产品研发、品种培育、标准体系建设等方面开展研究并取得部分成果。

围绕公司经营主业,继续推进清脑宣窍滴丸研发工作,对同仁牛黄清心丸等重点品种进行二次开发,积极推进京制牛黄解毒片、安神健脑液、西黄丸等项目的药效学评价及临床研究,加速推进经典名方中药复方制剂的安全性评价研究和生产验证工作;开展潜力品种探索性研究,挖掘品种价值;完成麦冬等内控标准研究,进行生产质量问题攻关;提前布局解决濒危珍稀药材资源问题。

2022 年,公司研发投入合计 **3.66** 亿元,占公司 2022 年度营业收入的 **2.38%**。

#### (2) 智能制造步伐加快

2022 年度,大兴分厂生产线智能制造项目进入调试阶段,新型数字化干燥设备完成验证,提高生产效率,降低能源消耗。配送中心开展运输管理系统开发改造,加速构建数智化产业生态。

#### (3) 技改技革力度加大

2022 年度,公司本部作为第一发明人获得专利授权 9 项,申请提交发明专利 2 项,部分实现成果转化。报告期内,公司积极推进公司药酒厂、亦庄分厂、北分厂、大兴分厂等部分生产线技革技改,不断加大技革技改力度,深入推进降本增效工作,有效提升产能。



获得专利授权 9 项



申请提交发明专利 2 项

#### (4) 2022 年度研发成果

1

推动科技进步奖项申报,以“中药丸剂生产过程关键技术工程化、自动化及应用示范”项目为依托,获得北京市科学技术进步二等奖。

2

就安宫牛黄丸外观设计提交并获得受理专利 2 项。

3

形成科研项目研究报告四十余项。

## 1.4、知识产权保护

近年来，公司持续提高知识产权体系建设和专利保护工作，不断加强著作权、专利权、商业秘密等知识产权的保护力度，坚持创新是引领发展的第一动力，不断提高自主创新能力，致力将知识产权成果转化为企业的核心价值和效益，丰富企业核心竞争力。报告期内，公司取得多项实用新型专利。公司“时疫清瘟丸、养阴清肺丸、苏合香丸、巴戟天寡糖胶囊”四个产品获得加拿大天然健康产品注册（一类）。未来公司将积极推动中医药走向世界，造福全人类，担负起中医药企业的使命和责任。

截至 2022 年末

公司及主要子公司累计获得授权专利数量	著作权	其中发明专利	实用新型专利	外观设计专利
149 项	59 项	72 个项	22 项	55 项

## 2、严控产品质量

公司严格秉承“诚信为本，铸就精品；预防为主，消除隐患；持续改进，追求卓越”的质量方针，严格依照相关法律、法规，建立并完善全流程质量管理体系。公司始终将产品质量作为首要目标，严格遵循《中华人民共和国药典》、《药品生产质量管理规范 (GMP)》及公司内部质量控制标准等要求执行质量控制程序。

为持续增强质量管理能力，公司制定了《质量派出人员管理制度》，并配置了一支高素质的质量管理队伍，对产品进行全流程的质量管理进行规范和管控，质量派出人员负责监督并协助派驻单位建立完善的质量管理体系，落实质量管理工作，以确保产品质量稳定，树立同仁堂百年声誉。

### 2.1、原料管理

公司对于作为药品原料的各类中药材的品质要求近乎苛刻，选料方面，公司严格遵循“采其地、用其时”的种植采收标准，采用“上等、纯洁、道地”的地产药材，确保选料一流，从源头把控产品质量。

公司通过自建基地、合作等模式，建设了规范化、模范化的药材种植、养殖生产基地。基地均采用规范、科学的方式种植，致力于实现天然资源的可持续利用。为保障药材原料的高品质高质量，公司所选原材料优先从同仁堂系内自主建设、合作共建、定向专供的种植、养殖基地进行采购。在系外合格供应商中，首选自有种植养殖基地、供货质量好、采购合同履行及时快速、资源优势明显的供应商进行采购。

### 山茱萸规范化种植基地

在豫西南边陲，北京同仁堂河南中药材科技开发有限公司建立了 1.2 万余亩山茱萸规范化种植基地，并分别于 2004 年和 2013 年两次通过国家 GAP 认证，年产优质山茱萸超过 60 万公斤。

### 吉林长白山人参无公害规范化种植基地

在长白山脚下，松花江上游，北京同仁堂吉林人参有限责任公司建立了国家级规范化吉林长白山人参无公害规范化种植基地，是全国首批认证的 GAP 基地认证之一。



原料验收方面，中药鉴别对于中药的生产、应用、研究至关重要，公司配备有专业知识扎实、实践经验丰富的道地药材验收队伍，首先由药材专家团队通过“眼看、手摸、鼻闻、口尝、水试、火试”等传统中药材鉴别手段进行认真鉴别，再由专业检验团队通过高效液相色谱仪、气相色谱仪、原子荧光亮度计等科技手段对原料进行逐批全项检验，层层把控药材原料质量，确保中药品质安全、有效。





## 2.2、药物生产

在传承和坚守三百多年同仁堂制药宗旨的同时，公司充分利用现代制药技术，形成了药材、炮制、制剂等的一系列质量管理措施、制度，以保证药品质量。公司生产的中成药产品，均须根据药材性质，采取不同的加工方法，去伪存真、去粗存精，并采用不同的炮制方法和不同的炮制辅料，降低药物毒性、缓和副作用，转变药物性能和作用趋向，引药归经，提高药物疗效，最终达到治病、去病的目的。



同时，公司以实现产品“零缺陷”为根本追求，对产品生产实行全过程监测，并成立质量管理委员会和品种委员会，加强对质量工作的全面领导。对生产过程中出现的不合格过程品，质量管理部门有权实行一票否决，以确保产品均符合质量要求。



## 2.3、质量检验

公司建立了质量检查的常态化工作机制，并制定《质量检查工作实施办法》，同时，制定各项质量检验管理标准，对各种检验对象、检验方法与检验内容作出了详尽规定，实施自源头至终端的全线管理模式及验收制度，有效提升产品质量检验管理水平。

## 2.4、质量复核

公司制定《检验管理规程》，对公司所有物料、中间体、成品进行测试、数据处理与复检。公司设有监督销毁小组，对过期及不合格药品进行集中销毁及监督复核，先由销毁小组对需要销毁的药品进行复核审计，再交由具有专业资质的第三方公司完成集中销毁工作，切实保证做好产品复核管理。

## 2.5、仓储管理

公司严格规范库存管理，依据国家《药品经营质量管理规范》制定了《质量管理制度》，系统、全面地规范对仓库的设施设备、温度湿度等方面的要求，以此保证药品的质量。同时，公司建立了仓储、配送管理单位，对于药品存放的库房，由公司配送中心进行统一管理或委托第三方管理，严格执行药品管理制度。

## 2.6、质量溯源

近年来，伴随着“健康中国”战略的推进，我国中医药产业正迎来飞速发展，中药的原材料质量管理与标准化等问题也备受关注，加强药材全产业链监管，才能更好地推动中医药产业的高质量发展。

公司聚焦产品从药材到成药过程的追溯管理，并于 2022 年 9 月成立了质量追溯数据中心。该中心将借助现代溯源技术，围绕药材种植基地建设、饮片炮制加工和中成药生产等环节，开展中药产品的智能化场景集成创新与智能制造新模式的探索，逐步形成了从中药材到饮片再到中成药的全产业链追溯和质量管理体系，实现中医药产品全生命周期的数字化、智能化提升，为公司高质量发展赋能。

截至 2022 年底

公司本部制定内部药品  
质量管理制度

41 个

质量职责规范

5 个

质量操作规程

21 个

2022 年产品合格率达到

100%



### 3、规范药材采购

#### 3.1、供应商管理

公司根据延续百年的原料供应特色，结合实际需要，制定了《原料供应商管理章程》《质量管理制度》等制度，明确了供应商的选择条件、准入资质、入库流程以及合作供应商的考核要求等内容，并对所有供货商进行长期质量监控及定期评审，全方位加强了对供应商的质量监管，从源头上对上游药材原料进行质量安全把控，为制药安全及绿色发展保驾护航。



经过审查，如若发现供货商资质或质量出现严重问题，公司将立即停止该供货商的供货，必要时取消其资格，确保公司产品质量安全。



在确保供货商资质符合条件的基础上，由质量部门协同相关单位进行供应商的供应质量的评估和现场审计，并综合评估。经过审计、评估，合格的供货商方可供货。



为确保药材原材料的质量，选料一流、投料一流，公司配备有经验丰富的专业药材原材料验收与检验队伍，从原料采购、进货直到入库均采用严格的验收制度，一旦发现质量不达标，立即停止进货。

截至本报告期末，公司根据多样化、道地原料需求，与全国各地与多家指定供应商建立了良好的稳定合作关系，各指定供应商均经过严格的供应商准入评估，同时，公司持续优化供应商考核及审查机制，以确保原料高质量稳定供应。

#### 3.2、阳光采购

公司秉承公平、公正、公开的合作精神开展采购工作，严格控制和防范采购风险，加强与供应商的良好沟通、合作。对于现有合格供应商中，不能按照要求满足供应的品种，严格参照《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》等法律法规，按照公开招标或邀请招标的方式进行。除采用招标采购方式采购的品种外，一些资源稀缺品种、贵细品种、养殖品种、生产急需原料品种等，均采用询价方式进行采购。

#### 3.3、动态调整

公司结合标准变化及时梳理各供应商优势品种、产地及季节性影响较大品种。对于不易达标的药材，积极与可供应合格产品的供应商了解其货源情况，适时补充年度需求。对于产地及季节性有要求的药材，统计产地的产新时间，对于已知货源产量较低品种，提前确认生产需求，制定采购计划签订合同，及时补充库存。





### 第三节 品质服务 创新营销

## 1、客户权益保障

### 1.1、客户投诉处理

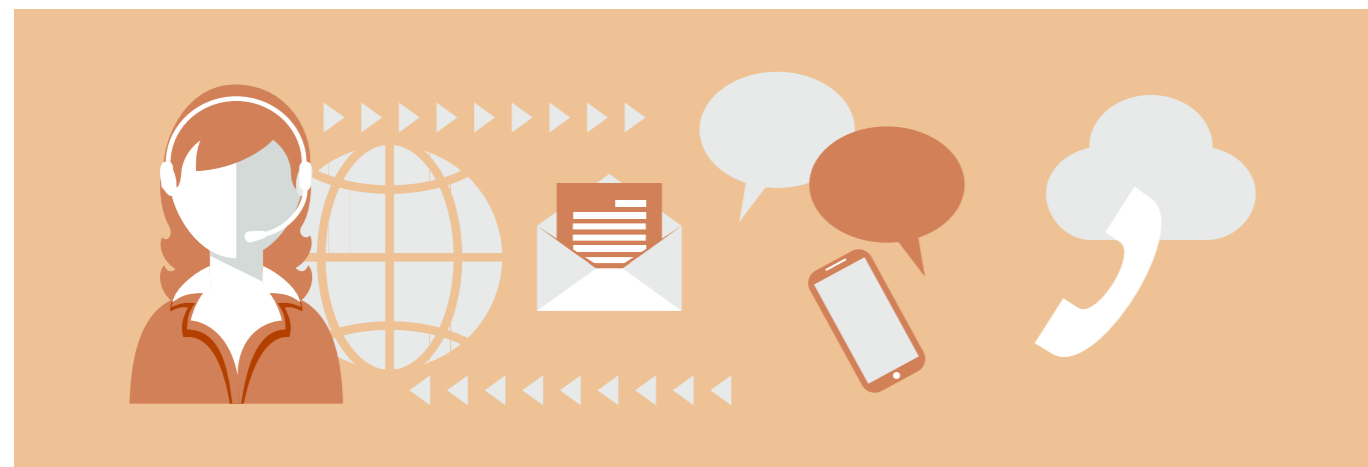
保护同仁堂品牌信誉、保障消费者合法权益，是公司义不容辞的责任。公司制定了《投诉管理制度》，建立了药品咨询、投诉及处理等标准操作程序，对消费者的来访、来电及邮件进行详细记录，并耐心回复消费者诉求。公司努力提升“接诉即办”服务质效，理顺“接诉即办”工作机制，增加云客服语音电话功能，积极受理 12345、黑猫平台工单，“未诉先办”诉求圆满解决。

报告期内，公司本部接诉即办售后服务岗位共接听来自市民热线、单位客户、监管机构等咨询、投诉建议、信息核实等各类来电 13,000 余条，接诉即办人员接到电话后第一时间对来电内容进行解答或问题反馈，妥善处理客户反馈问题，确保客户满意“接诉即办”的过程和结果。

接听各类来电  
**13,000** 余条

### 1.2、产品召回机制

为加强药品质量监管，保障公众用药安全，公司建立了企业药品召回系统和召回程序，并制定《产品召回管理章程》，使药品召回工作得以迅速、有效地进行。如需实施召回，公司会同时通过官方网站或者药品相关行业媒体向社会发布召回信息。召回信息包括：药品名称、规格、批次、持有人、药品生产企业、召回原因、召回等级等。以全方位保障客户权益，让客户能够放心用药。



### 1.3、医药知识科普

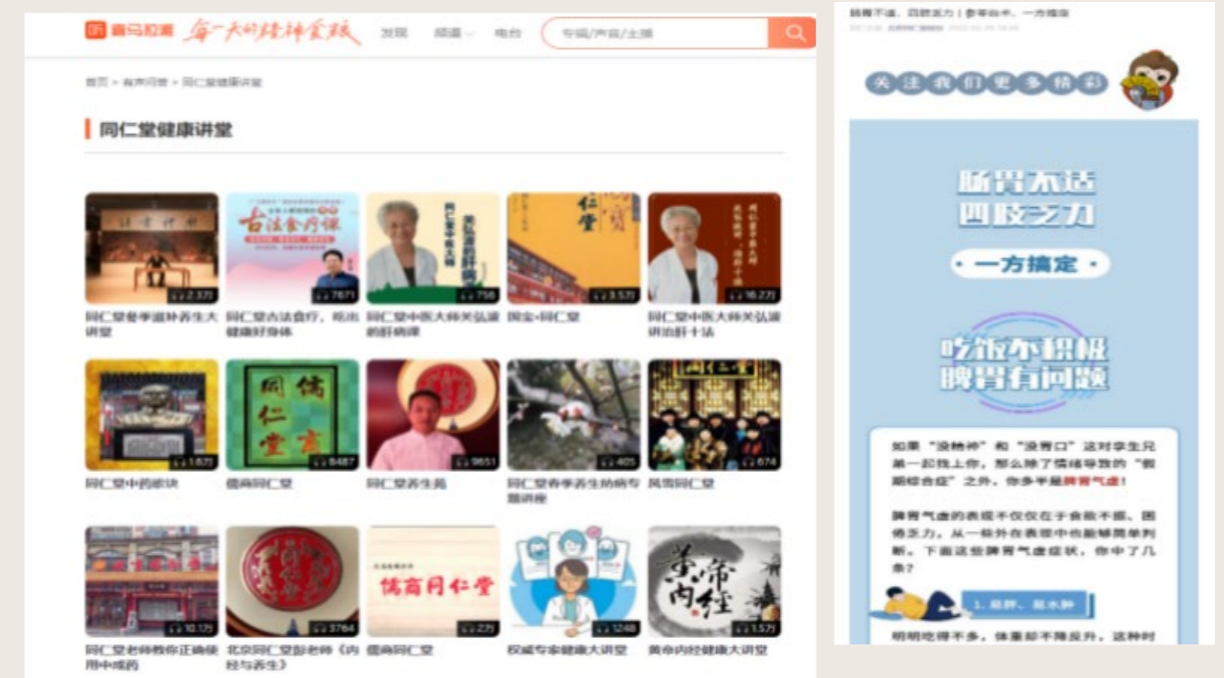
党的二十大提出将“建成健康中国”作为我国 2035 年发展总体目标的一个重要方面，对“推进健康中国建设”作出全面部署，充分体现了党对人民健康的高度重视，充分彰显了党对维护人民健康的坚定决心。

为顺应健康中国的战略，传播医学知识、增强健康意识，我们积极开展服务终端“进社区、进单位”健康服务活动，举办“同仁堂健康大讲堂”，普及中医养生保健知识，宣导营养观念、科学用药等健康理念，提高广大消费者健康生活意识水平。我们坚持通过数字技术和互联网传播，多渠道、多媒介、多形式进行医药知识的科普，体现作为医药企业的担当，助力健康中国建设。



### 案例

与喜马拉雅 APP 合作同仁堂健康讲堂，在微信公众号持续更新医药小知识科普。



## 2、营销模式改革

2022 年,公司深化推进“高质量发展战略、精品战略、大品种战略”三大发展战略,大力推动营销改革,聚焦产品和渠道两大内核,一方面统筹实施大品种战略落地,着眼于精准营销,打造名品精品;另一方面同步推进市场开发,深耕终端市场,强化渠道掌控力,加大工商协同,提升商业营销竞争力,打造多品种全渠道的营销体系。

### 2.1、积极推动产品多维营销

在产品营销中,公司紧贴市场需求,以大品种为主,宣传推广多维发力,线上线下融合发展,以立体产品阵列支撑市场。

#### (1) 线上线下两面开花

公司持续推进重点品种广告推广方案,深挖产品功能定位,优化搜索引擎关键词确保精准投放目标消费者,传统媒体与新媒体相结合,形成多平台、多形式的立体推广模式。

线下,公司在多城市地铁、药店同步发起“与爱同行,予你元气守护”打卡活动,有效提升产品知名度,扩大品牌影响力。我们积极探索年轻化、便捷化的生活方式,依托个性化的产品服务,满足多元化消费者的健康需求,推进同仁堂品牌的“时尚化”建设,创建全新 IP 形象,打造网红打卡地,让老字号走进年轻人的生活。

#### 案例

### “与爱同行,予你元气守护”活动

报告期内,公司发起“与爱同行,予你元气守护”活动,在北京、重庆等多个城市地铁、药店同步启动打卡活动,以产品外观为灵感,设立“衍宗 & 白凤”形象的发光人形立牌,凭借视觉冲击力十足、画面清新脱俗的广告设计,引来众多乘客参与互动、拍照打卡。同步发起线上微博相关话题互动,发布 H5“恩爱馆”游戏,通过带话题同步参与打卡活动,积极提升品牌知名度。



2022 年,公司借助成熟的电商平台,积极参与线上大促,通过音、视频等多媒体形式大力开展宣传推广活动。依托各类平台在线上开展健康超级话题项目、世界杯赛事热点项目,与 Keep 平台共同发起“同仁乌鸡白凤丸 21 天规律生理期运动挑战赛”,借助“流量加推 + 达人种草”模式,面向不同受众群体精准投放,有效增加产品曝光率。

#### 案例

### 线上营销活动热度攀升

2022 年 6 月,同仁堂股份开展“要规律,不要不期而遇”线上挑战赛:

累计总曝光 **8,401** 万+,总点击 **922** 万+,累计覆盖全网粉丝量 **652** 万+,最高登上全网热搜第 **3** 位,网媒平台同步报道 + 微信营销盘点阅读量达 **10** 万+。

在 Keep 平台活动总曝光 **6,407** 万+，“规律生理期瑜伽课程”用户跟练达 **57.6** 万,KOL 动态图文阅读量超 **120** 万。

11 月,同仁堂股份开展乌鸡白凤丸“气血满满,心里暖暖”快手健康超级话题项目,通过开屏 + 信息流的硬广模式,累计曝光 **300** 万+,话题破放量破 **2,900** 万+。

#### (2) “不饱和”销售策略

2022 年,公司继续全面执行“不饱和”销售策略,运用数字化管理模式及营销手段,以销售数据为基础,分析市场动态,预测市场走向,从而制定营销计划。在终端,公司实施“一区一策、一品一策”,制定下沉细化营销方案,提高顾客黏性,实现终端门店实销上量。

公司稳步推进大品种战略,夯实品牌品种核心竞争力,集中优势打造具有市场高认知度、记忆度的拳头产品,定向人群、区域、标签进行精准广告投放,以立体产品阵列支撑市场,实现核心品种稳健增长。





## 2.2、重点强化营销渠道建设

在渠道管理中，公司采用个性化管理模式，融入各项先进技术，拓宽营销渠道，力图实现全产业链资源最优配置。

### (1) 渠道体系

报告期内，公司不断优化资源配置，实施矩阵管理模式，以华北、华中、华东、华南、华西五大区域为基础，充分发挥“平台+平台”、直供终端、特色品种经销商三大模式组合优势，全面构建结构科学、权责清晰、指标合理、管控有力的渠道体系。

### (2) 市场布局

公司线下门店覆盖面广阔，主要分布于华中、华南地区，线下门店以经销商为主，部分产品终端销售通过子公司同仁堂商业的下属零售药店实现，充分发挥资源共享优势，同时提高百强连锁合作率，深挖终端市场潜力。

### (3) 双渠道销售

公司持续拓宽传统线下门店销售渠道，积极进行数字化门店转型，成功建立了“数字化货架”“数字化零售”系统，增进线下消费者交互体验感和便利感，甚至可以通过扫描测出用户基本生命体征，为客户提供“自助消费”的产品建议。

在进一步建设线下门店的同时，公司搭乘电商发展增速期，积极通过电商渠道扩大市场份额，不断拓宽电商销售渠道，培育线上适销品种，开展 O2O 购药场景及垂类医药平台推广合作，通过自有平台及第三方销售平台进行销售，极大提高了产品销售额。

## 2.3、提升国际影响力

公司在境外的零售终端、中医诊所、养生中心、医疗中心、文化中心等，既是经济实体，也是宣传同仁堂文化的载体。部分门店设有中医药特色文化展示区，国外客户来店时不仅可以体验中式健康服务，还能学习太极拳、八段锦等中国传统养生方法。

公司把中国中医药文化和健康养生的理念，用创新的形式更好地展示给年轻人和外国朋友，使其可以近距离了解中国博大精深的中医药文化，感受中华优秀传统文化的魅力，不断增强中医药文化及同仁堂品牌的国际影响力。

未来，公司将持续深化营销改革，积极探索多渠道、更高效的推广形式，打造多维度推广体系，凭借高质量营销助推企业高质量发展。我们将切实践行“健康中国”战略，紧抓发展契机，深化品牌形象，不断向外传递名片，传播中医药文化，守护人民健康，为进一步实现“有健康需求的地方就有同仁堂”的宏伟目标矢志努力。



## 第四节 以人为本 心系员工

公司结合自身特色，持续优化组织结构，深化劳动用工改革，始终尊重及维护员工的权益，加强员工队伍建设，充分发挥人力资源优势，坚持贯彻“以人为本”的管理理念，注重员工健康安全与职业发展，积极创造平等、多元、健康、和谐的工作环境。

### 1、汇聚多元人才

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国社会保险法》等法律、法规要求，坚持机会均等、公平竞争、择优录用的招聘及用人原则，根据自身发展战略和业务布局情况，制定科学的人才发展规划，通过应届高校毕业生招聘、社会公开招聘、特殊人才猎头服务引进，以及政策安置人员引进等多元化招聘渠道广招人才，积极促进社会就业。

截至 2022 年 12 月 31 日

母公司及主要子公司在职员工总数为 18,065 人

母公司在职工的数量	2,020
主要子公司在职工的数量	16,045
在职工的数量合计	18,065
母公司及主要子公司需承担费用的离退休职工人数	4,737



### 2、职工民主管理

员工是企业长久、稳定发展的根基，公司充分尊重员工的主体地位，为保障员工的合法权益，公司不断完善职工代表委员会制度，每年至少召开 1—2 次职工代表大会。积极推进、组织企业民主化管理，提升员工参与企业管理的能力，多角度、全面确保职工行使民主管理权力。

公司秉持开放、创新、共成长的理念，加强公司与员工之间的互动，增加重大管理决策的透明度。公司对献言献策的员工及时反馈并酌情嘉奖，调动员工工作积极性，不断增强员工的向心力，提高员工与公司共同发展的集体归属感，激励员工更好地为公司创造价值。



### 3、保障劳工权益

公司严格按照法律、法规等执行国家及地方社会保障机制，与员工签订劳动合同，确立规范合法的劳动关系，为员工缴纳社保、住房公积金，确保员工依法享有带薪年假、婚假、产假、陪产假、病假、丧假、探亲假等假期，切实维护员工的合法权益。公司为每位员工提供平等的工作发展机会，坚决杜绝任何种族、宗教、性别歧视的发生。

2022 年员工权益绩效指标

劳动合同签订率	100%
社会保险覆盖率	100%
员工体检覆盖率	100%
年度未发生劳动争议、劳动纠纷案件和劳工歧视事件	

此外，公司高度关注女性员工的权益保障，为增强女性员工的归属感和幸福感，公司在每年妇女节组织节日慰问、发放礼品等活动，为全体女员工送去节日祝福，使其充分感受到公司对职工的关怀和尊重。



## 案例

## 巾帼展风姿，携手向未来

为庆祝国际妇女节的到来，丰富女职工业余生活，增强组织凝聚力，公司各单位积极开展系列活动，公司本部组织女职工代表到中国园林博物馆参观；前处理分厂、药酒厂、大兴分厂等分别组织女职工开展女工劳动保护知识竞赛、主题插花、茶艺培训等活动，在“三八”妇女节当天为女职工送上温馨祝福。

## 女性员工权益保障——三个“禁止”行为

- ① 禁止在雇佣、调薪、职务晋升等方面歧视女性员工；
- ② 禁止限制劳动合同或雇佣合同中女性员工应享权益；
- ③ 禁止职场性骚扰行为。

## 女性员工孕期保护、关爱举措

- ① 保障女性员工生育可享受妊娠间休息时间、产检假、产假、哺乳期上班喂养时间等合法权益
- ② 禁止在女性员工妊娠期、产期和哺乳期降低其基本工资；不得以女职工妊娠、生育和哺乳为由，解除其劳动合同。
- ③ 为怀孕女职工安排适当工作，以保障其身体健康与工作安全。  
如禁止延长怀孕女职工劳动时间或安排夜班工作，避免怀孕女职工从事频繁弯腰、攀高、下蹲、抬举、搬运等容易引起流产、早产的工作等。

## 4、完善薪酬体系

在薪资绩效方面，公司制定了《工资总额管理办法》，积极探索薪酬结构优化和调整，充分调动员工的积极性。员工工资构成主要包括：基础工资、绩效工资、津贴补贴、超时劳动报酬。公司遵循“同工同酬、按劳分配、多劳多得”的原则，不断优化和改善职工薪酬管理体系，积极打造和谐稳定的劳动关系，促进公司的高质量发展与价值实现。

2022 年度，公司继续落实“十四五”发展规划要求，持续推进技术技能人才评聘及考核激励制度的落地实施，遵循人才发展规律，实施人才强企战略。

## 5、赋能员工成长

人才是推动企业健康发展的力量源泉。公司着眼于“管理人才、专业技术人才、高技能人才”的人才队伍管理，坚持多元化的人才培养体系，通过专业培训、技术练兵、技能大赛等多种形式，强化人才的继续教育与素质提升，为公司发展奠定坚实的人才基础。

公司通过梳理人才队伍现状，结合 2022 年度各个分支机构的培训需求统计结果，形成特色培训体系。公司将培训内容分为党建、专业、技能三大方面，形成包括青年干部管理方法与领导力培训、企业文化培训、巡查问题整改培训等八项培训项目，提供线上线下相结合的学习平台，以科学系统的培养体系帮助员工提高专业知识和综合能力。

## 5.1、深化技能人才梯队建设

技能人才是支撑公司产业升级和技术创新的重要力量。公司充分利用师徒班、大工匠带徒、工作室带徒等形式，正向引导员工继承和发扬工匠精神，加强传统技能技术的传承与发扬，解决实际问题、开展技术攻关，持续推进企业技能人才梯队建设，形成人才培养的长效机制。

## 案例

## 生生不息 匠心传承

师徒传承是同仁堂中医药技艺接力的重要形式之一，是培养后备技能人才的重要手段，也是落实落细“四带四促”的题中之义。



2022 年 6 月，同仁堂股份大兴分厂在生物医药基地隆重举办第三期维修技能师徒班结业典礼

## 5.2、落实干部轮岗交流方案

公司积极建设干部队伍，2022 年，公司落地实施《干部轮岗交流实施办法》，旨在培养适应企业发展的复合型人才，加快推动年轻干部成长。

公司母公司首次实行干部轮岗交流活动，涉及五家分支机构、一家子公司以及本部六个职能部室，共 14 名干部，其中 7 名为各分支机构选派至相关部室学习交流，7 名为相关部室选派至分支机构及子公司学习交流。

### 5.3、举办技能类活动

公司充分通过各类创新项目、竞赛活动等形式，不断加强职工岗位知识、技能和素质的培训。为精进各岗位干部职工的技术水平，解决生产中薄弱环节和难点问题，促进指标完成的目的，公司积极组织开展劳动竞赛活动，号召全体干部职工以饱满的工作热情和执着的奉献精神投身到劳动竞赛中。

报告期内，公司本部组织多场劳动竞赛，累计参加人数达 **2,457** 人次，人均参与率均为 **78%**。

## 6、完善员工关怀

公司倡导“以人为本”的管理理念，在保证工作质量的同时，关怀员工生活，努力实现员工工作与生活之间的平衡，促进团队建设，提高员工归属感与凝聚力。



### 6.1、职工慰问

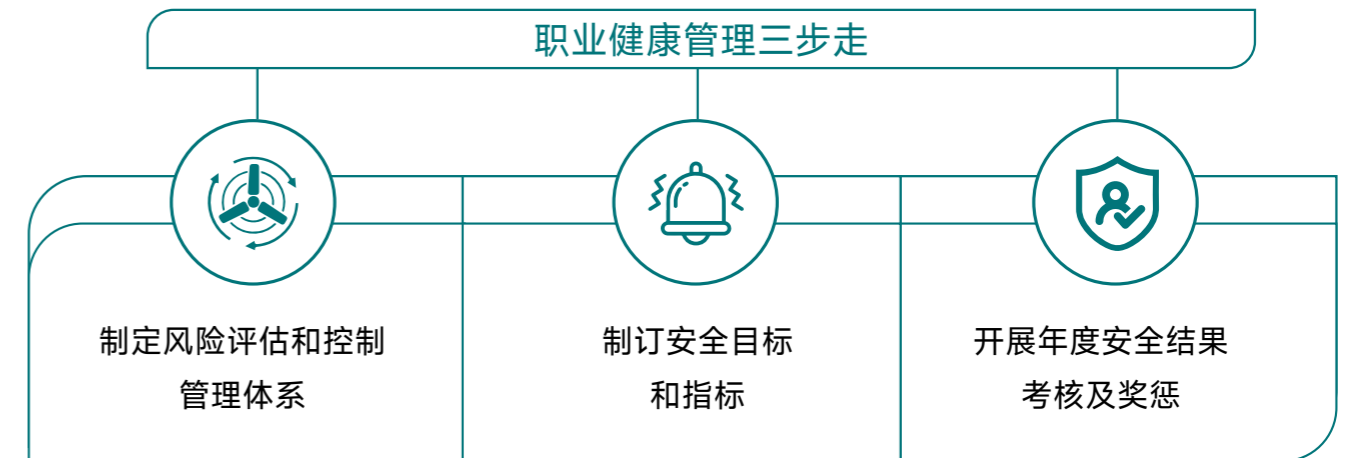
公司工会深入推进“我为群众办实事”的工作部署和要求，落实主体责任，以“普遍慰问、重点帮扶”为工作原则，主动关怀员工生活状况，营造“以人为本，和谐奋进”的企业文化，持续做好“两节”送温暖、夏送清凉、退休及病、困、特职工的慰问走访工作，向职工发放节日慰问品、生活用品，增强职工获得感和幸福感。

### 6.2、职工之家

公司工会积极推进“职工之家”活动场所建设，满足职工生活和业余文化需求。公司设立暖心驿站，备有医药箱、自动除颤仪、血压计和轮椅等设备，保障职工健康需求；采买体育器材，向职工提供休闲选择，丰富职工业余生活；开办职工书屋，充分发挥书屋宣传阵地作用，结合党史学习教育工作有序推进借阅活动。

## 7、职业健康管理

公司高度重视员工健康与安全保护，始终把员工安全作为工作重点，制定《安全管理制度》，采取一系列措施加强安全管理体系建设，减少员工职业危害暴露，全力抓好公司安全生产工作。开展安全生产专题研讨及培训学习，致力为员工创造安全、健康的工作环境。



针对生产环节安全，贯彻落实安全第一、预防为主的方针，制定安全生产检查制度，公司设立车间安全员巡检，设立《班组安全检查隐患治理记录》，隐患问题及时报告排查，确保生产现场安全有序。生产过程中，严格实施设施设备安全管理制度、操作牌管理制度、特种设备管理制度、危险化学品安全管理制度、作业安全管理制度、粉尘防爆管理制度等管理制度，确保生产工作安全、合理、高效开展。

针对夏季高温作业，公司从饮食、作业环境、劳动防护、工间休息、避开高温时段等方面做了细致的调整部署，把防暑降温措施落实到每位高温作业人员身上。公司及公司下属各单位均在高温天气来临之前，完成对高温作业人员的体检工作，对健康状况不适应现场岗位的人员进行调整。

针对医疗保障，公司为员工提供企业补充医疗保险，用于补充支付基本医疗保险统筹基金支付以及大额医疗费用互助资金支付之余个人承担的医疗费用。根据职工工龄及就诊类别，按比例报销医疗费用。此外，公司为员工提供定点医疗机构年度一次的健康体检。



同时公司根据《职业病防治法要求》，采用以下举措，进一步保障员工的职业健康安全。一是针对有毒有害岗、粉尘、高温、噪声等特殊岗位，定期进行职业危害评估，通报评估结果。二是定期为职工进行职业健康培训，普及相关知识，督促从业人员遵守相关职业危害规定。2022 年，公司从业人员人均培训时间不少于 24 小时。三是针对特殊岗位组织进行岗前、岗中及离岗体检，为职工建立职业健康档案。2022 年，公司员工全年无职业病发生。

案例

安全培训

学习活动 64 场 1,004 人次  
 专题培训 72 场 1,754 人次

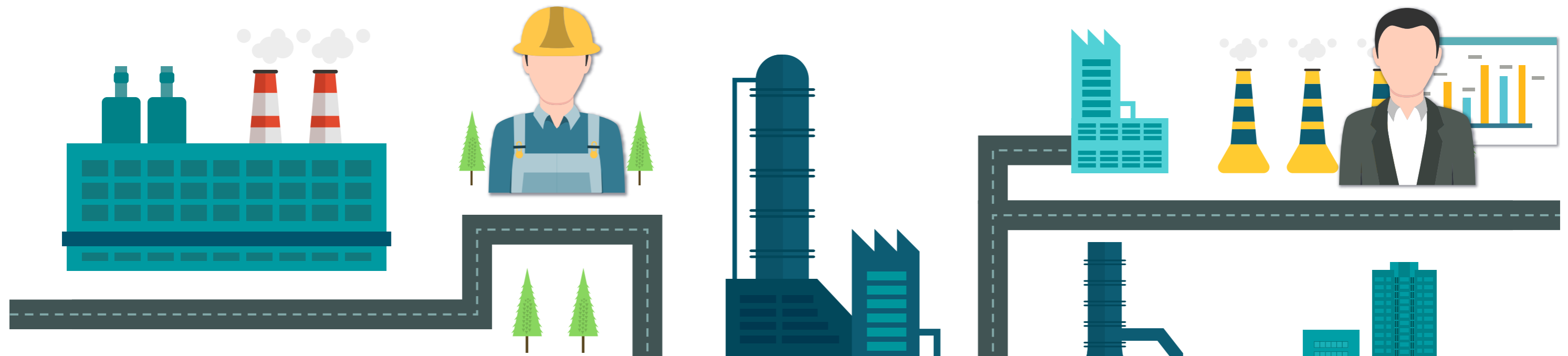
紧密围绕“遵守安全生产法，当好第一责任人”的主题，以强化第一责任人职责为抓手，2022 年 6 月，公司下发《关于开展 2022 年安全宣传“五进”工作的通知》，将重点安全工作摆在突出位置，切实强化各类安全工作的监督落实。报告期内，公司本部组织各基层单位员工观看《生命重于泰山——学习习近平总书记关于安全生产重要论述》《安全生产十五条措施》等公开课、大家谈等学习活动 64 场，累计 1,004 人次，参与专题研讨、培训辅导 77 场，参与 1,567 人次。“安康有我”网上答题参与 1,264 人次。参加《安全生产法》学习辅导专题培训 72 场，参与 1,754 人。各级子公司根据公司整体安排分别组织不同程度、不同形式的安排培训、学习活动。

安全生产管理数据

组织安全检查	次	675
查出风险和隐患条数	条	288
风险隐患整改率	%	100
安全生产事故	次	0

安全宣贯与培训数据

员工安全培训总次数	次	40
员工安全培训总人次	人次	35,191
员工人均受训时长	小时	16
员工安全生产培训覆盖率	%	100
安全演练次数	次	18



## 第五节 绿色运营 低碳生活

### 1、提升环保体系

公司重视环境科学管理体系建设，在日常经营生产过程中，积极落实环境保护责任制。为规范公司环境管理，提升环境管理水平，确保污染治理和达标排放，防止发生环境污染事故，公司根据《中华人民共和国环境保护法》等相关法律、法规制定了《环境保护责任制度》等制度，建立了较为完善的环境保护管理体系。

#### 环境保护相关制度

《北京同仁堂股份有限公司环境保护责任制》

《北京同仁堂股份有限公司环境保护工作管理制度》

《北京同仁堂股份有限公司空气重污染应急预案》

《北京同仁堂股份有限公司突发环境事件应急管理制度》

……

### 2、优化能源管理

公司高度重视能源消耗、保护环境及可持续发展工作，严格遵循《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国清洁生产促进法》《中华人民共和国可再生能源法》等有关法律法规，结合公司能源消耗实际，制定了有关公司能源管理的制度。

在生产运营中，公司设立能源管理、能源计量管理岗位，专（兼）职人员负责能源管理和能源计量工作，制定中长期节能规划。公司于生产过程中所消耗的电、蒸汽、天然气等能源主要通过外购方式获得。公司通过完善工艺流程、提升技术含量、升级生产设备等举措，降低能源消耗，提升各类能源使用效益，同时，加强员工节能意识提升建设，持续提高员工节能意识。

#### 能源消耗情况

能源种类	单位	2022 年
天然气	万立方米	133.66
柴油	吨	19.86
汽油	吨	27.38
热力	百万千焦	80,928.45
电力	万千瓦时	2,882.31
能源合计	吨标准煤	8,148.92

注：本处系同仁堂母公司数据

### 3、优化水资源管理

公司积极贯彻落实党中央、国务院关于加强节水工作的战略决策，践行节水行动，促进城市高质量稳定发展，响应国家号召，履行社会责任，并以此为契机，动员全员关注水资源的节约与循环利用，树立绿色文明意识、生态环境意识与可持续发展意识，助力生态文明建设，并完成生产基地污水站改造升级重点环保项目。

公司所用水资源主要来源于当地市政供水，提升用水效率方面，公司在生产环节采用循环水系统，以减少水资源的使用量，并以中水实施绿地浇灌，实现水资源的保护及再利用。

#### 水资源使用情况

指标名称	单位	2022 年
地下淡水	立方米	690
自来水	立方米	375,135.09
其他水	立方米	29,922.42
外排水量	立方米	324,598
重复用水量	立方米	23,273,510

注：本处系同仁堂母公司数据



## 4、严控污染物排放

公司积极倡导清洁生产与节能减排，通过使用天然气、太阳能等清洁能源以及其他措施，从源头减少污染物的产生。各主要生产单位均配备污水处理设施，用以处理生产、生活过程中产生的污水。针对污水和废气，公司注重对污染物浓度的检测，确保各类污染物排放符合国家及地方环保法规。此外，公司注重噪声污染对环境带来的影响，将生产过程中产生的噪声控制在标准范围内，最大限度地保护自身及周边环境。报告期内，本公司未发生环境污染方面事故。

排放物 / 废弃物种类	管理办法
废水	自设污水处理设施，统一处置生产及生活用水，达标后方可排放，进而减少废水中的有害污染物排放。
废气	使用天然气锅炉、储能或电锅炉等节能环保型锅炉，并采用天然气、蒸汽等清洁能源代替燃煤，减少有害废气的排放。
有害废弃物	<p>①本公司以生产中成药产品为核心，在生产过程中产生的有害废弃物较少。</p> <p>②公司产生的主要有害废弃物包括废旧化学试剂、含有危险废物成份的污泥（主要为中成药生产单位废水处理过程中产生）。</p> <p>③针对产生的有害废弃物，各生产单位均严格按照本公司《危险废物管理制度》进行分类收集、储存。</p> <p>④加强对收集、储存有害废弃物的设备、设施、场所的日常管理与维护，采取防扬散、防流失、防渗漏或者其他防止污染环境的措施，严禁擅自倾倒、堆放、丢弃、遗洒，并在收集、储存场所粘贴识别标志。</p> <p>⑤按照国家相关规定委托有资质的第三方机构统一回收、处置有害废弃物，严格执行有害废弃物转移流程，留存转移联单等凭证。</p>
无害废弃物	尽量使用可回收、可降解的循环材料。同时，通过优化生产工艺、提高一次合格率，进而降低包材损耗，有效减少废物产生。年内，本公司在生产过程中产生的主要无害废弃物为各类废弃包材。
粉尘与噪声	采用除尘、降噪等设备，减少粉尘及噪声对周边环境的影响。同时，对生产员工进行相应保护，保证生产作业人员的身体健康。

公司根据相关法律、法规和规范性文件的要求，建立自行监测质量保证与质量控制体系，建立完整的档案，原始监测记录和数据报告、委托监测相关记录由相关人员签字并保存，并委托第三方检（监）测机构开展自行监测，定期对自行监测工作开展的时效性、自行监测数据的代表性和准确性、管理部门检查结论和公众对自行监测数据的反馈等情况进行评估，识别自行监测存在的问题，及时采取纠正措施。

报告期内，公司投入环保资金合计 **2,084.32** 万元。

属于环境保护部门公布的重点排污单位的公司及其主要子公司的主要环境信息如下：

本公司位于北京地区，公司所属分厂 6 家，各分厂均有厂内污水处理站，共有 6 个污水排放口；天然气锅炉 4 台（总产气量 20 T/H），燃气蒸汽发生器 3 台（总产气量 3.6 T/H），冬季采暖用 2 台 SBS 一体化供热设备（第六代超低氮冷凝型真空热水机组）。

公司	主要污染物名称	排放方式	排放总量	超标排放情况
本公司制药厂	废水	废水排放总量	27.77 万吨	无
		COD 排放量	30.24 吨	无
		氨氮	3.78 吨	无
	废气	氮氧化物	连续排放	0.79 吨

本公司子公司同仁堂科技位于北京地区制药厂 4 家，工业污水排放口 4 个，锅炉废气排放口 5 个。上述制药厂主要污染物排放情况统计如下：

子公司	主要污染物名称	排放方式	排放总量	超标排放情况
同仁堂科技	废水	废水排放总量	45.86 万吨	无
		COD 排放量	28.35 吨	无
		氨氮	1.09 吨	无
	废气	氮氧化物	有组织排放	14.57 吨

本公司及同仁堂科技上述制药厂污水排放执行标准为北京市地方标准《水污染物综合排放标准》(DB11/307-2013)；废气排放执行北京市地方标准《锅炉大气污染物排放标准》(DB11/139-2015)。

## 5、践行环保举措

### 5.1、保护生态平衡

公司严格遵守《中华人民共和国野生动物保护法》《中华人民共和国濒危野生植物保护条例》等相关法律法规的要求，始终坚持企业发展与环境保护并重的理念，坚持可持续发展方针，合理利用各类资源，积极发展人工养殖替代技术，最大限度保护生态平衡，以实际行动践行环境保护，尽可能将生产经营过程中对生态系统造成的影响降至最低。

2022 年度，公司扎实推进各项生物多样性保护措施，提前布局解决濒危珍稀药材资源问题，为促进国家中医药事业健康可持续发展贡献力量。

### 5.2、推进环境保护技改项目

公司倡导绿色生产理念，在生产过程中通过不断完善工艺流程、提升技术含量、升级生产设备等方式，节约各类资源。为深入贯彻落实中共中央国务院关于节能工作有关要求及《北京市进一步强化节能实施方案》等要求，公司依据相关法律法规并结合自身实际，制定了《节能低碳行为规范》《节能实施方案》等内部制度，以规范公司节能环保工作标准化、精细化管理。

报告期内，公司完成部分生产基地污水站升级改造建设项目。子公司同仁堂科技大兴分厂分布式光伏发电项目并网成功，该项目具有利用率高、经济效益好、环保效益突出等显著优势。项目启用后预计每年可为大兴分厂提供百万千瓦时的绿色清洁能源，同时减少二氧化硫、氮氧化物及二氧化碳等废气及温室气体排放，助力同仁堂科技实现“碳达峰、碳中和”战略目标。

### 5.3、绿色办公及环保宣传

公司高度重视环境保护与可持续发展，将低碳经营的理念融入日常办公中。通过采取 LED 节能照明，鼓励无纸化办公，节约用水，开展节能教育和培训工作，普及节能知识等举措，积极响应节能减排的号召，以实际行动减轻环境污染，宣传健康、绿色、环保的生态理念。

### 案例

#### “共建清洁美丽世界”环保宣传海报

2022 年 6 月，在联合国第一次人类环境会议召开 50 周年之际，公司积极参加国家“共建清洁美丽世界”主题日活动，以“共建清洁美丽世界”为主题，制作了一组精美海报，展示了公司对生态文明建设的大力支持。



### 5.4、响应双碳目标

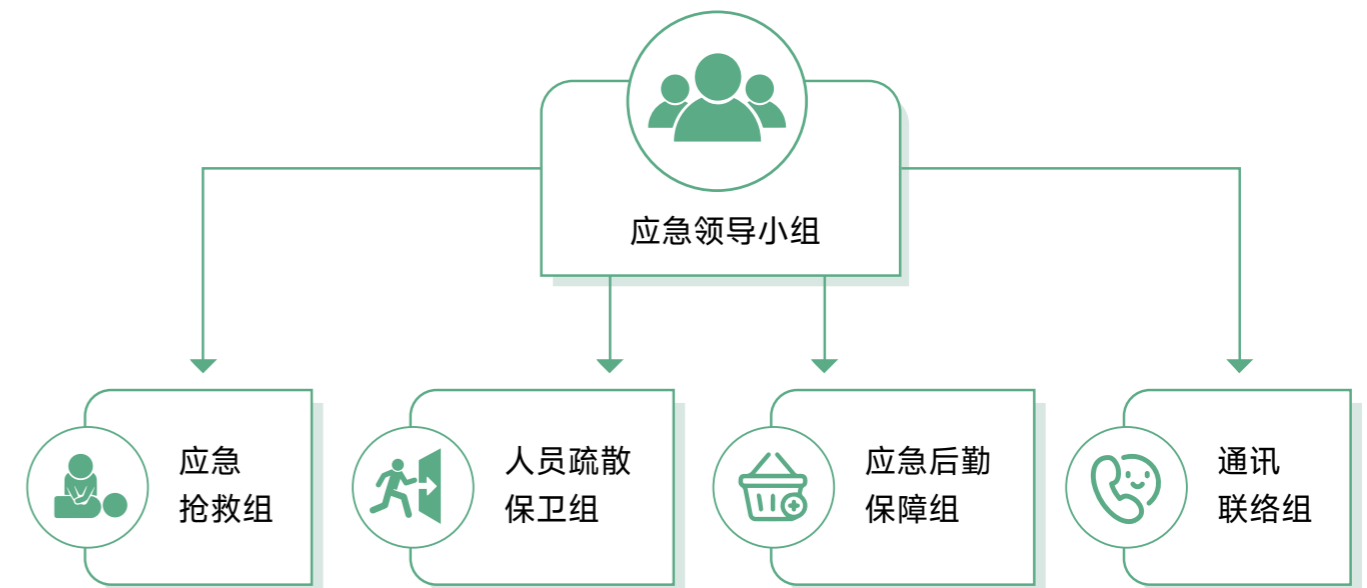
2022 年 10 月，公司如期完成 2021 年度碳排放核查及碳配额履约任务，足额上缴了碳排放权配额。9 月底，经北京市生态环境局核审，2021 年度公司碳排放总量为 20,516 吨，政府部门于 7 月、9 月分别免费发放配额共计 16,569 吨，企业补缴 3,947 吨。公司将持续推动节能降碳工作，助力碳达峰碳中和。同时，公司高度重视空气污染防治，积极配合落实冬奥会、二十大等重大活动期间空气保障工作，稳妥推进碳达峰、碳中和相关工作。



## 6、环境应急预案

为有效应对突发环境事件，提高公司应急响应和救援水平，将突发环境事件对人员、财产和环境造成的损失降至最小程度，最大限度地保障人民群众的生命财产安全及生态环境安全，维护社会稳定。公司结合实际制定了《同仁堂制药厂北分厂突发环境事件应急预案》《同仁堂制药厂大兴分厂生产安全事故应急预案》等突发环境事件应急预案。

针对可能发生的突发环境事件类别，结合各部门相关职责，公司成立以主要负责人为组长的应急预案编制工作组，定期对照预案内容与要求，组织培训和演练，有效预防各类突发事件，在重大事故发生时，及时救援，在短时间内有效控制事故。





## 第六节 心系公益 回馈社会

“同修仁德，济世养生”是同仁堂作为中医药企业的初心、使命和精神，是同仁堂人立志以服务人类健康为己任的理想和追求。成立以来，公司始终高度重视履行社会责任，积极投身公益慈善事业，注重社区回馈，致力于扶贫济困，以实际行动诠释国企社会责任与担当。

### 1、响应乡村振兴

为深入贯彻落实中共中央和北京市委、市政府工作指示精神，按照北京市国资委等扶贫攻坚工作和助力乡村振兴工作整体部署，2022 年，公司结合工作实际情况，多措并举，进一步加大消费扶贫力度，延展扶贫采购渠道，由原双创中心总店采购模式，根据企业实际情况，直接对接所在区域双创中心分店采购，由原聚焦侧重五省攻坚帮扶，到加大内蒙古、新疆、青海、西藏等四省多渠道的直采力度。报告期内，公司共计消费扶贫 **404.81** 万元，取得预期成效。

公司子公司同仁堂科技按照市国资委推进乡村振兴工作要求，积极部署乡村振兴工作，在内蒙古兴安盟对口帮扶地区制定“科技兴蒙”工作计划，通过筛选当地中药材重点品种，解决“种源、种子、种苗”等关键技术问题为目标，待条件成熟后，拟建立道地、规范、可溯源的种植加工基地，推动产业帮扶工作走深、走实；消费扶贫方面，继续助力农产品消费帮扶，于报告期内组织各级工会及各食堂积极采购米、面、副食等扶贫产品约 **300** 万元，进一步巩固脱贫攻坚成果，为助力乡村振兴持续贡献力量。

### 2、保障药品供应

公司始终将经营发展与社会责任高度融合，积极投身社会公益活动，公司连续多年向贫困地区捐赠药品，心系贫困地区百姓健康。2019 年、2020 年两次向张家口市捐赠价值近 **200** 万元药品；2021 年向赤峰市捐赠价值近 **100** 万元药品；2022 年向乌兰察布市捐赠近 **100** 万元药品，助力健康中国建设。此外，子公司同仁堂国药也积极助力香港公共卫生防护，捐药保供，为香港民众带来健康关怀。



### 案例

#### 向乌兰察布市捐赠近百万元药品

为弘扬“人道、博爱、奉献”的红十字精神，更好地解决经济困难地区百姓用药短缺问题，2022 年 9 月，公司向内蒙古自治区乌兰察布市红十字会捐赠价值近 100 万元药品，捐赠药物涉及小儿化食丸、麻仁润肠丸、舒肝丸、人参健脾丸等 10 个老百姓常用药品共计 630 件，满足乡村振兴重点帮扶旗县和其他经济困难旗县（市区）的药品需求。



2022 年，公司党员、员工积极支援基层疫情防控，在职党员“双报到”为社区疫情防控的补充重要力量，党员职工主动亮身份、担责任，在八小时之外，深入社区，充分发挥党员先锋模范作用，进一步筑牢基层安全堡垒，为抗击疫情贡献力量。

### 案例

#### 完成“闭环生产演练”，竭力保障首都药品供应

2022 年 5 月，同仁堂股份大兴分厂完成了为期一周的闭环生产演练，竭尽全力保障首都药品供应。党总支书记、厂长吴冬云每天工作到深夜，确保全厂安全有序运转，对此，她表示“作为负责人我义不容辞，与大家同呼吸共命运，我才是最踏实的。”

### 3、深耕温情社区

为深入贯彻党史学习教育工作，夯实党建引领，进一步增强社区居民的健康意识，倡导全民健康理念，提高大家的身体素质，各子公司陆续在北京、海口、合肥、河南开展义诊进社区活动。活动内容包括免费测血压、义诊、香包制作及有奖问答、健康讲座，为社区百姓送去便捷、暖心的服务。

报告期内，公司党员干部、职工群众，主动响应小区号召，积极参与基层医疗机构检测一线志愿服务，协助所在小区开展核酸检测、派送公共卫生防护物资和生活用品，帮助解决居民生活难题。在小区公共卫生防护一线，他们既是居民健康的守护者，也是同仁堂“仁德”文化、“大爱”文化的传播者。

#### 案例

##### 开展义诊送健康 便民服务暖人心

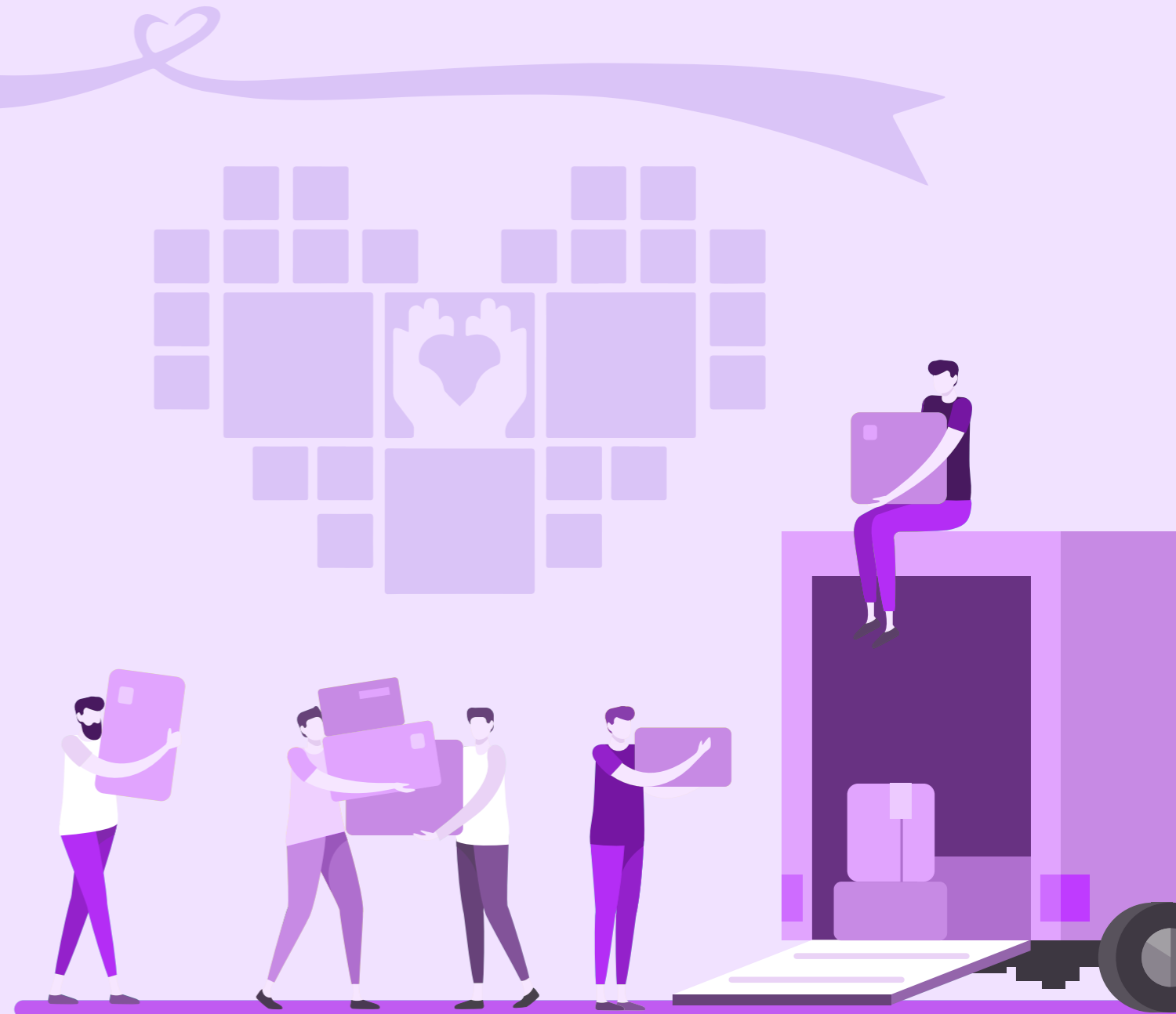
报告期内，同仁堂科技以“国际爱耳日”、“国际高血压日”为契机，深入小区，开展健康大讲堂主题宣教活动，将中医药防治病力量与现代医学知识相结合，指导小区居民安全合理用药，提升居民健康意识，传递健康生活理念。



#### 案例

##### 积极参与社区无偿献血志愿活动

2022 年，广州市越秀区黄花岗街区庄社区组织无偿献血爱心活动。北京同仁堂广州药业连锁有限公司党员、团员志愿者在做好疫情防控的前提下分批参加了献血现场工作，维持现场秩序，为献血者们登记信息测量血压、心率及普及献血知识等，确保每位献血者有序完成献血流程，并热情为无偿献血者提供葡萄糖水、发放面包、牛奶、赠送礼品等暖心服务。





## 索引表

报告章节	《全球可持续发展报告标准》(GRI Standards)	《中国企业社会责任报告指南 (CASS-ESG 5.0)》
关于本报告	102-1,102-3,102-45,102-46,102-50,102-52,102-53,102-54	P1.1-P1.3
董事长致辞	102-14	P2.1、P2.2
走进同仁堂	102-7,102-43,102-44,102-47,201-1	P4.1-P4.3
专题聚焦	103-1,103-2	P3.1
诚信经营 规范治理	坚持党建引领	---
	ESG 责任管理	102-22,102-40,102-42,102-44,102-47
	依法合规治理	102-15,102-16,102-17,102-18,102-22,102-30,102-43,102-44,205-1
坚守匠心 质量至上	推进科技研发	---
	严控产品质量	103-1,103-2
	规范药材采购	102-9
品质服务 创新营销	客户权益保障	417-1,418-1
	营销模式改革	---
以人为本 心系员工	汇聚多元人才	405-1
	职工民主管理	---
	保障劳工权益	401-2、406-1
	完善薪酬体系	102-35
	赋能员工成长	404-1
	完善员工关怀	---
	职业健康管理	403-1,403-2,403-3,403-4,403-5,404-1
绿色运营 低碳生活	环境管理体系	---
	优化能源管理	302-1,302-4
	优化水资源管理	303-1,303-3,303-4
	严控污染物排放	305-7,306-1
	践行环保举措	304-2,305-1,305-6
	环境应急预案	---
心系公益 回馈社会	响应乡村振兴	---
	保障药品供应	415-1
	深耕温情社区	---
索引表	102-55	A4
意见反馈表	102-53	A5

## 意见反馈表

感谢您阅读《北京同仁堂股份有限公司发布的 2022 年度环境、社会和公司治理 (ESG) 报告》，为持续改进 ESG 工作和进一步提升可持续发展管理，在此诚邀您填写意见反馈表中的相关问题，并通过以下方式反馈给我们。

您的意见是我们持续改进 ESG 工作和进一步提升可持续发展管理的重要依据，感谢您对我们 ESG 工作的大力支持！

电话：010-67179780

电子邮箱：tongrentang@tongrentang.com

地址：北京市东城区崇文门外大街 42 号

收件人：董事会办公室

### 1、您属于以下哪类利益相关方：

员工  消费者  股东及投资者  合作伙伴  政府及监管机构  社会与公众  其他（请注明）

### 2、您对本年度 ESG 报告的整体评价：

很好  较好  一般  较差  很差

### 3、您认为本报告信息披露

很好  较好  一般  较差  很差

### 版式设计

很好  较好  一般  较差  很差

### 可读性

很好  较好  一般  较差  很差

### 4、哪些议题最引起您的关注？

产品质量与安全  负责任营销  产品研发创新  优质客户服务

绿色低碳发展  依法合规经营  商业道德管理  社区公益活动

排放物与废弃物管理  员工培训与发展

### 5、您所关注的信息在本年度 ESG 报告中是否都有所体现：

是  否（您还希望看到哪些信息 \_\_\_\_\_）

### 6、您对我们的 ESG 报告或 ESG 工作和可持续发展管理方面还有哪些意见或建议？