



北京同仁堂股份有限公司
2020 年度履行社会责任的报告

目录

一、报告前言.....	3
关于我们.....	4
品牌与文化.....	4
2020 年荣誉概览.....	5
二、公司致辞.....	6
三、公司概述.....	7
可持续发展管理体系.....	7
利益相关方.....	8
公司治理.....	9
四、做精管理、强化企业社会责任.....	18
1. 强化信息管理.....	18
2. 严规范、控风险.....	18
3. 选人才、强队伍.....	19
五、做优产品，探索营销新模式.....	19
1. 坚持匠心制药，追求优质服务.....	20
2. 创新营销模式、推广药品可及.....	21
六、做长文化，凝聚企业发展合力.....	22
1. 练技能、铸匠心.....	22
2. 兴调研、立规划.....	23
3. 讲文明、促和谐.....	23
4. 重安全、抓环保.....	28
5. 爱公益、爱分享.....	32
6. 抗击疫情我们在行动.....	33
七、做强主业，提升产品核心价值.....	34
1. 科技创新引发展.....	34
2. 巧妙推广聚人气.....	34
3. 谋划合作创未来.....	35
八、展望 2021.....	36

一、报告前言

关于本报告

本报告旨在向股东、员工、政府、消费者、合作伙伴等利益相关方披露北京同仁堂股份有限公司在履行社会责任方面的实践与成果。

报告范围

公司整体（参见“公司架构”）。

指代说明

为方便阐述和阅读，“北京同仁堂股份有限公司”在本报告中也以“同仁堂”“本公司”“公司”和“我们”表示。“GMP”指药品生产质量管理规范。

发布周期

本报告为年度报告，公司于披露 2008 年年度报告时发布首份企业履行社会责任报告，本报告是第 13 份报告。

时间范围

报告时间范围为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，部分内容适当追溯以往年份。

内容范围

如无特别说明，报告信息数据均源自公司正式文件、统计报告与财务报告，以及经由公司社会责任管理体系统计、汇总与审核的各职能部门、各成员企业社会责任实践的相关信息。

指标选择

在披露指标选择方面，本报告主要考虑了与主题有关各指标的相关性、实质性以及可获得性，既能够有效反映公司履行社会责任与主题实践的绩效表现，又能够通过现有的管理体系进行收集。本报告载列了本公司（仅就本报告而言，除特别注明外，暂不包含本公司之子公司北京同仁堂商业投资集团有限公司【同仁堂商业】、北京同仁堂科技发展股份有限公司【同仁堂科技】及其子公司北京同仁堂国药有限公司【同仁堂国药】）于工作环境、营运管理、社会公益及环境保护四个方面的策略与实践，股东、投资者以及公众人士通过本报告可对本公司的治理与文化有更加全面、深刻的了解。

报告获取方式

公司选定信息披露媒体为《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》。您可登录公司网站（gf.tongrentang.com/）或上海证券交易所网站（<https://www.see.com.cn/>）浏览或下载电子版报告，了解企业社会责任活动的动态信息。

关于我们

北京同仁堂股份有限公司以传统中成药制造为主业，产品以“配方独特、选料上乘、工艺精湛、疗效显著”而享誉海内外。公司自 1997 年成立并上市以来，秉承“同修仁德，济世养生”的企业文化，始终坚持“以义为上、义利共生”的经营理念，凭借稳健的经营风格和低风险的运营策略，实现了持续、稳定、健康的良性发展，不仅取得良好的经济效益，为股东创造利润回报，公司还积极承担社会责任，取得了良好的社会效益。公司始终恪守“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”的制药品德，坚持“修合无人见，存心有天知”的企业精神，以“尊古不泥古，创新不失宗”为宗旨，大力推动传统中成药生产走向制药工业现代化。

上市 23 载，公司已发展成为拥有国内最先进的传统中成药生产基地、传统中成药年产量最大的现代中药产业集团。利用现代制药技术，为海内外广大消费者提供质量优良、安全放心的道地产品。我们始终以中成药产品为核心，具有丰富的产品储备，以安宫牛黄丸、同仁牛黄清心丸、同仁大活络丸为代表的王牌产品以及众多经典药品家喻户晓，蜚声海内外，在临床病患治疗中盛享美誉。

公司致力于传统中医药现代化和中医药健康领域的探索与建设，在继承中创新，在创新中发展，为推动实现中医药的传播与发扬而不断努力，始终把发展壮大我国中医药产业、积极为股东、员工、社会谋求更多利益作为首要任务，致力成为对股东负责、使员工满意、让社会放心的优秀上市公司。为实现同仁堂“做精、做优、做强、做长”，实现高质量发展不懈努力，为中医药振兴贡献力量。

品牌与文化

同仁堂创始于公元一六六九年（清康熙八年），至今已逾 351 年的历史。几

百年来，同仁堂的历代经营者都全力维护同仁堂品牌。“配方独特，选料上乘，工艺精湛，疗效显著”是同仁堂数百年的制药精髓与特色，在中医药市场享有盛名。

“同仁堂”商标由国家工商行政管理局商标局于 1989 年认定为国家驰名商标。包容性的圆形代表着中药的传统剂型——丸药，两旁草叶形体的双龙，似龙似草、亦龙亦草，寓意着龙与中药同为中华民族所独具的优秀精神和传统文化。双龙之间的一颗明珠，标志着中医药乃国之瑰宝。“同仁堂”商标为中国北京同仁堂（集团）有限责任公司所有，本公司依照其授权可有偿使用“同仁堂”商标及商标图样。

同仁堂中医药文化已于 2006 年列入首批国家级非物质文化遗产名录。2014 年，“同仁堂中医药文化（传统中药材炮制技艺）”被批准为国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地；同仁堂“安宫牛黄丸传统制作技艺”列入第四批国家级非物质文化遗产代表性目录。

2020 年荣誉概览

在资本市场方面，公司良好的经营业绩、高效的运营效率、稳健的资产负债水平和充裕的经营现金流收获了资本市场高度认可。2020 年 10 月，大众证券报主办第十五届中国上市公司竞争力公信力调查评选颁奖高峰论坛，公司荣获“最佳持续投资价值上市公司”和“最佳上市公司董事会”奖项；2020 年 11 月，新财富主办第二届新财富最佳上市公司评选颁奖，公司荣获“最佳上市公司”奖项；2020 年 11 月，中国上市公司百强高峰论坛主办“第二十届中国上市公司百强高峰论坛暨 2020 年中国百强二十年颁奖典礼”，公司荣获“2020 年中国百强上市公司奖”。百强高峰论坛组委会按照利润总额为排序基准，依次排列出中国（沪深）上市公司前 500 名，编制发布年度“中国上市公司百强排行榜”，公司居第 308 位；2020 年 12 月，在由香港大公文汇传媒集团主办的“2020 香港国际金融论坛和中国证券金紫荆奖颁奖典礼”中，公司荣获“最具投资价值上市公司”奖项。

2020 年内获得的四个奖项，彰显公司为中国经济发展及企业高质量发展作出的卓越贡献，代表着公司信息披露质量和透明度达到中国上市公司的最高标准，

获得了各上市公司和社会各界的广泛关注与认可，提高了投资者对公司的信任度，对于增强公司在资本市场中的影响力起到了积极的作用。

二、公司致辞

2020 年被历史划了重点，新型冠状病毒肺炎疫情肆虐，全球发展暂停，百国世纪统考，只有我国临危不乱，沉稳备战。全民足不出户，不恋短期自由，才给予了抗疫前线最大的支持，助力祖国率先交卷。战“疫”进展无法精准预测，攻坚收尾不能掉以轻心。医药行业也因此面临生产中断、流通困难、医院和零售药店非正常营业、品种限制和客流断崖式下跌等多重困难，生产、流通和销售均受到严重影响。面对疫情带来的诸多困难，公司在股东支持和董事会的正确领导下，积极应对市场，快速适应调整，有序恢复公司各项生产经营活动。年内，公司坚持疫情防控与生产经营工作两手抓、两不误，力求找准防疫与生产的平衡点。不断加强营销转型和新模式探索，不断提高管控效率，为企业有序经营的持续发展奠定了新的基础。

2020 年，公司深入贯彻“习近平新时代中国特色社会主义思想”，深化落实习近平总书记全面依法治国新理念新思想新战略，持续强化党的政治引领，不断加强思想政治建设、组织建设、干部队伍建设和意识形态建设，促进党建与生产经营深度融合。报告期内，通过充分调动各级党组织、党员和员工的积极性、主动性和创造性，强化对新问题、新矛盾的分析、解决以及提高风险防控能力，通过完善内控体系、制度体系、质量体系，夯实基础管理，形成长效管理机制，促进管理质量的提升。

2020 年，我们继续为广大消费者造就“至优至精”的产品，保障消费者用药安全；积极投身公益事业，开展扶贫、义诊、关爱弱势群体等活动，为创造社会价值贡献一份力量；持续倡导绿色、低碳的生产经营理念，积极探索循环、可持续的发展策略，最大限度降低对周边环境的影响；依据国家环境保护政策及北京市首都核心功能定位的整体要求，积极推进工业布局调整，打造“阳光工程”与“放心工程”；善待股东与投资者，坚持公开、透明的信息披露以保障广大股

东与投资者知情权，并致力于给予股东长期稳定的投资回报。

公司在此谨向全体员工致以衷心的感谢，感谢各位卓有成效的工作及不懈努力；向社会公众致以诚挚的敬意，感谢各位一直以来的厚爱，对公司的支持和理解。我们将一如既往，持续秉持“同修仁德，济世养生”的文化内涵，肩负股东、合作伙伴、员工和社会各界的重托与期许，提供更优质的产品与服务，携手共建和谐的美好未来。

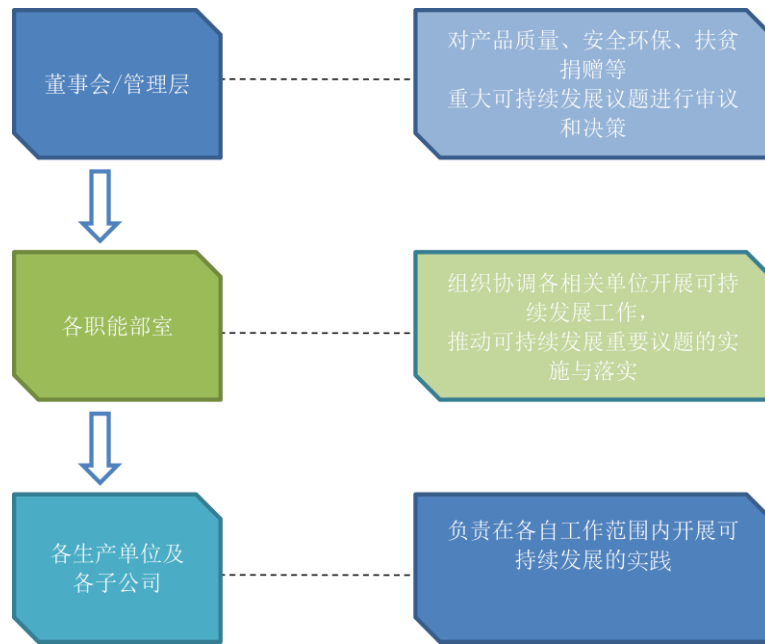
三、公司概况

可持续发展管理体系

公司时刻关注企业与社会和谐发展，将可持续发展理念逐步融入到企业生产经营的各个环节，认真履行经济、社会及环境责任，接受政府、股东、员工、合作伙伴、消费者、公众等各利益相关方的监督，加强与利益相关方的沟通，增强公司运营透明度，提升社会各界对本公司可持续发展理念的认知和认同，实现企业与各利益相关方共同发展、互利共赢的格局。同时，结合自身发展，不断完善法人治理结构，提升内部风险管理水平，进而持续推动本公司健康、持续、稳定的高质量发展。

本公司的可持续发展相关业务及事务由董事会领导及授权处理。若干权利由董事会委托予管理层，管理层制定及实行本公司在可持续发展方面的策略及营运计划。公司设有人力资源部、工会、品质保证部、生产制造部、财务部、投资管理部、审计部、法律事务部、市场管理部、工装环保部、后勤保障部、安全保卫部等二十余个职能部室，并分别由高级管理人员直接领导，负责本公司在人员管理、财务管理、质量管理、能源管理、安全环保、风险防控等可持续发展方面的全方位管理。

董事会负责每年评估、监察公司在可持续发展方面的相关表现，并对公司的环境、社会责任及管理策略的汇报承担全部责任。董事会已于 2021 年 3 月 26 日举行的董事会会议上审阅并批准本公司截至 2020 年 12 月 31 日止年度的《履行社会责任的报告》。



利益相关方

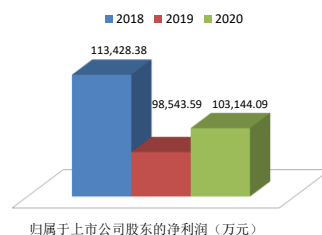
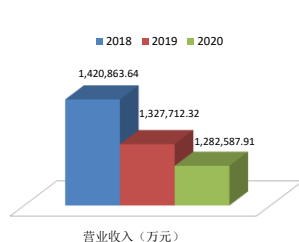
我们秉承中华民族优良的传统文化，以“德、诚、信”为宗旨，遵循同仁堂文化核心价值观——四个善待（善待社会、善待员工、善待经营伙伴、善待投资者）。我们将股东及投资者、合作伙伴、消费者、员工、公众及政府列为我们的主要利益相关方，致力于在各利益相关方间追求和谐共荣之道，建立并持续完善沟通渠道，着力实现并提高社会责任感。

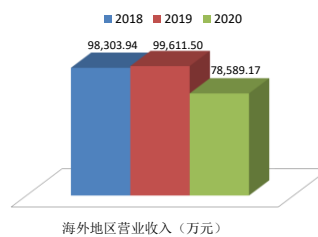
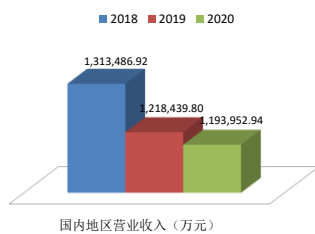
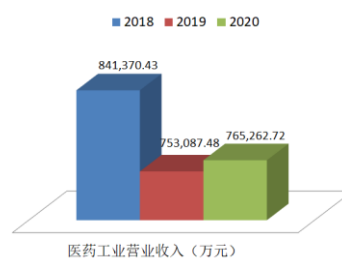
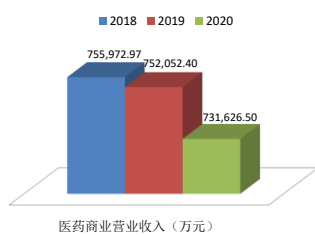
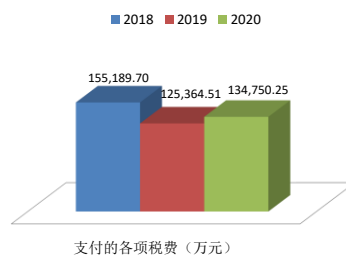
期望与诉求	利益相关方	我们的回应
经营业绩提升	股东及投资者	及时透明的信息披露
规范运作		派发股息
合理的投资回报		投资者关系维护
多渠道沟通		召开业绩说明会
优质的产品供应	消费者	保证产品质量与产品安全
安全有效的产品		积极应对客服投诉
和谐互信、互惠互利	合作伙伴	合规性管理、检查与反馈
共同发展、和谐共赢		进行供应商现场审计
供应链可持续发展		建立顺畅、规范的利益相关方
绿色供应链		沟通机制

良好的工作环境	员工	提供安全的工作环境
良好的福利待遇		完备的薪酬福利体系
提供职业技能培训及职业发展的平台		开展多元化的培训
保障员工权益		建立职业晋升路径
		员工权益保护
		员工关爱活动
降低生产运营对周边环境的影响	社会与公众	实现清洁、绿色生产
普及健康知识		开展各类公益活动
帮扶弱势群体		积极配合环保部门检查
		精准扶贫
		带动就业
合规经营	政府	落实政府管理要求
依法纳税		依法运营
		足额纳税

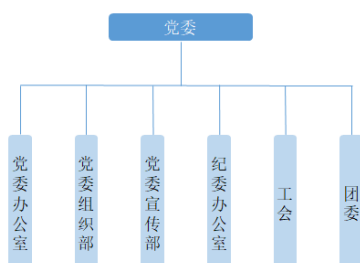
公司治理

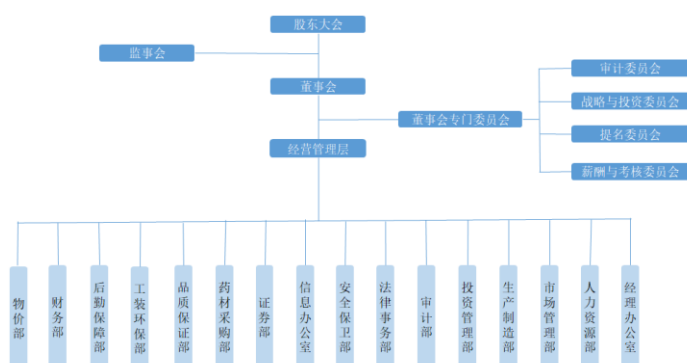
1. 主要财务数据(数据来源于本公司 2020 年年度报告第十一节“财务报告”部分的合并财务报表。)





2. 组织架构





3. 治理结构：

公司始终坚持依法治企，严格按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司治理准则》和中国证监会有关法律法规要求，不断规范治理结构，严格经营运作，以充分透明的信息披露，良好互动的投资者关系，严格有效的内部控制体系，诚信经营，建立了较为完善的法人治理结构和公司治理制度。《公司章程》对股东大会、董事会、监事会以及经营管理层进行了明确的职能划分，公司股东大会、董事会、监事会以及经营管理层均按照《公司章程》独立有效运行。

党委会：

公司根据《中国共产党章程》和《中华人民共和国公司法》，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。公司建立党的工作机构，配备足够数量的党务工作人员，保障党组织的工作经费。

股东大会：

股东大会作为公司的权利机构，依法行使职权。公司严格按照《公司章程》、《股东大会议事规则》和有关法律、法规的要求，召集召开股东大会，凡是股权登记日在册股东都有权在股东大会享有发言权、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了全面的回答。公司聘请了律师对股东大会的合法性出具了法律意见书，保证所有股东特别是中小股东享有平等地位，对公司重大事项有知情权，并确保所有股东能够充分行使自己的权利，保证了股东大会的合法有效性。2020 年公司召开股东大会一次，审议通过议案 11 项，听

取报告 1 项。

董事会：

公司董事会由股东大会选举产生，对股东大会负责。依据《公司章程》，2020 年内公司共有 12 名董事，其中独立董事 4 名。董事的选聘、董事会人数和人员构成符合法律、法规和《公司章程》的要求。公司董事会中外部董事（含独立董事）共有 5 名。董事会会议的召开符合法律法规相关规定，会议记录完整、真实，会议相关信息披露及时、准确、充分。2020 年，公司共召开董事会 7 次，审议通过议案 29 项。

公司全体董事按照《董事会议事规则》以认真负责的态度出席董事会和股东大会，并运用丰富的知识、经验和良好的职业道德，在确定公司的发展战略、聘任高级管理人员、决算方案、利润分配方案、完善公司内部控制机制等各方面都倾注了大量的时间和精力，为实现股东最大利益，诚信、勤勉、尽责的履行职责。公司独立董事在财务、管理、经济等方面造诣深厚，且严格按照《独立董事工作制度》的要求履行职责，对公司的重大决策发表个人独立意见，确保公司重大决策的正确性和公正性。

公司董事会下设战略与投资委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会，各委员会分工明确，权责分明，有效运作。2020 年，各专门委员会共计召开 8 次会议。

专门委员会	2020 年召开情况	成员	主要职责
董事会战略与投资委员会	0 次	由三名董事组成，其中一名独立董事。	对公司长期发展战略、中长期发展规划进行研究并提出建议；对公司的重大投资决策进行研究并提议，对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议。
董事会审计委员会	5 次	由三名董事组成，其中独立董事两名。三名委员中包括两名具有专业会计资格的董事，并由独立董事担任主任	提议聘用或更换会计师事务所；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；

		委员。	审核公司的财务信息及其披露；审查公司的内控制度并向董事会提供咨询意见。
董事会提名委员会	2 次	由三名董事组成，其中独立董事两名。	研究董事、高级管理人员的选择标准和程序并提出建议；广泛搜寻董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和高级管理人员候选人进行审查并提出建议。
董事会薪酬与考核委员会	1 次	由三名董事组成，其中独立董事两名，并由独立董事担任主任委员。	研究董事、高级管理人员的考核标准，进行考核并提出建议；研究和审查董事、高级管理人员的薪酬计划与方案

监事会：

公司监事会对股东大会负责，监事会共有五名监事，其中包括两名职工代表监事，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。监事会按照《监事会议事规则》和相关的法律法规的规定，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，并独立发表意见，维护了公司和股东的合法权益。2020 年，公司召开 4 次监事会，审议通过 18 项议案。

经营管理层：

公司经营管理层包括总经理、副总经理、总会计师、董事会秘书等在内的高级管理人员。年终通过经营绩效等综合指标考评经理人员，将高管人员薪酬与经营业绩和个人业绩挂钩。公司经营管理层的聘任公开、透明，符合法律、法规的规定。

姓名	性别	年龄	职务
----	----	----	----

邸淑兵	男	46	代董事长、战略与投资委员会委员、总经理
贾泽涛	女	44	董事、副总经理、董事会秘书
温凯婷	女	43	董事、审计委员会委员、总会计师
王田	男	52	副总经理
张朝华	女	46	副总经理
陈加富	男	52	副总经理

4. 加强投资者关系管理：

股东、投资者（包括潜在投资者）是公司的重要利益相关方，公司通过多种方式持续加强投资者关系管理。2020 年，接待线上线下调研、拜访、参加投资者会议和论坛，接听投资者电话，回复上证 e 互动提问等与超过 1500 人次投资者进行了交流；举办网络业绩说明会一次；参与北京辖区上市公司投资者集体接待日活动一次。

- ◎充分保障股东合法权利及投资者合法权益；
- ◎不断提升经营管理能力；
- ◎持续为股东创造价值；
- ◎加强与资本市场的双向沟通反馈；
- ◎接待投资者、分析师的现场调研；
- ◎认真回复投资者电话、电子邮件、上证 e 互动平台；
- ◎持续做好公司官网“投资者关系”栏目跟踪维护；
- ◎积极参加各类投资者交流会议等。

事例 1：2020 年 4 月 13 日，公司首次通过网络业绩说明会方式在线上与投资者就年报业绩进行交流。会议当日投资者踊跃参与，共提出 97 个问题，原定线上会议一小时，在提问窗口关闭后，公司仍对问题全部进行了解答，总耗时长超过 2 个小时。

事例 2：公司于 2020 年 9 月 8 日参加了“北京辖区上市公司投资者集体接待日活动”，实现与投资者 2 个小时的线上交流、互动，对投资者提出的就公司的经营状况、发展思路、风险防控、市场竞争及定期报告解读等有关问题进行了解答，答题率 100%。

5. 严格规范信息披露：

信息披露是投资者共同关注的重点，也是公司对社会公众和投资者应履行的

社会责任和义务。公司自上市以来一直高度重视信息披露工作，严格规范公司信息披露事宜，力求信息披露的真实、及时、完整、准确、公平，为投资者创造了解公司整体状况的便利条件，在资本市场树立良好的品牌形象。有效落实“四个敬畏，一个合力”——即敬畏市场、敬畏法治、敬畏专业、敬畏风险，在公司形成尊重投资者、保护投资者的文化氛围。

2020 年，公司完成并披露定期报告 4 份，临时公告 31 份，且全年未发生信息披露差错，根据《上海证券交易所上市公司信息披露工作评价办法（2017 年修订）》，经上海证券交易所综合考评，公司 2019-2020 年度信息披露工作评价结果为 A（优秀）。这一成绩充分表明公司高度重视信息披露事务管理并能以高质量完成信息披露工作、日常整体经营运作规范、注重现金分红、积极维护投资者关系，在市场中起到了良好的引领示范作用，切实履行上市公司的信息披露义务，树立了良好的市场形象。

6. 注重股东回报，共享发展成果

作为上市公司，同仁堂始终坚持把投资者的投资获得稳定、持续、合理的增值及回报当做本身应尽的责任，是公司发展的动力之源。自 1997 年上市以来，一直实施积极的分红政策，上市 23 年，累计分红 24 次，累计分配现金红利近 46.83 亿元。平均现金分红占净利润的比例接近 40%。公司上市以来，共计融资 21.06 亿元，所派发的现金红利是融资金额总计的 222.36%。凸显公司以稳健扎实的经营成果，持续回报投资者的理念。

近三年分红情况

分红年度	股权除息日	每股派息 (元、含税)	现金分红数额 (亿元、含税)	备注
2017	2018.08.08	0.25	3.43	年度
2018	2019.07.29	0.26	3.57	年度
2019	2019.12.09	0.5	6.86	中期
2019	2020.07.20	0.26	3.57	年度

7. 风险管理和内部控制

公司高度重视风险管理和内部控制，公司现有的内控建设、内部审计和防腐职能能够发挥作用，合规体系和风控体系正在建设完善中。

董事会负责评估和厘定本公司达成策略目标时所能够接受的风险性质及程度，督促公司设立及维持合理有效的风险管理及内部监控系统。公司管理层定期进行商讨，识别所需关注的风险范畴、加以防范，并因应业务性质、营运环境及政策要求等的改变作出检查和调整，持续更新及评估不同的风险因素。同时，董事会监督管理层对本公司相关业务采取尽可能全面的风险管理策略，以防范来自经营、财务、政策等方面潜在的风险，包括可持续发展领域的相关风险。

公司的风险管理职能部门为法律事务部，并初步建立了风险管理信息系统。风险考核纳入公司人员绩效考核，并定期开展重大风险识别评估工作。2020 年公司在全员、全业务范围内通过信息采集和识别评估，确定了工业生产环节中存在的四项较大风险，同时明确了主责部门、联动部门和切实可行的重大风险管理解决方案，四项风险均未发生不利后果，并在年内悉数化解。

董事会已于 2021 年 3 月 26 日举行的董事会会议上审阅并批准本公司截至 2020 年 12 月 31 日止年度的内控工作报告。公司在 2020 年年度报告中详细描述公司所面临的政策风险、原材料与质量标准风险、市场风险等，本公司管理主要风险所采取的措施详见本公司 2020 年年度报告第四节“经营情况讨论与分析”的“可能面对的风险”部分。

8. 企业党建

公司《公司章程》中设置了党建工作章节，明确党组织在公司治理中的重要作用，将党委研究讨论作为董事会、经理层决策重大事项的前置程序，充分发挥党委的把关作用，完善公司治理，领导公司的精神文明与企业文化建设。

2020 年，公司全体党员深入学习贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，深化落实习近平总书记全面依法治国新理念新思想新战略，认真学习贯彻党的十九届五中全会精神，推进“不忘初心，牢记使命”主题教育制度化、常态化机制，巩固主题教育成果，提高全体党员的党性意识和思想作风。

推动党建工作与经济工作相融相促，公司与各单位签订《2020 年党建经营双考核目标责任书》制定党建经营双考核实施细则，把“软指标”变成“硬杠杆”，

充分发挥考核的引导作用，压紧压实党建责任。

事例1:2020年，公司围绕为庆祝中国共产党成立99周年开展“七个一”系列教育活动，举办了“展示党建成果，记录完美瞬间”为主题的职工摄影、绘画比赛，以图片、绘画或平面设计等艺术形式展现同仁堂元素，突显精神引领、技艺传承、团结和谐与责任担当，努力实现以高质量党建促进高质量发展。

9. 反腐败

“自律文化”是同仁堂人的优秀品德与自我约束，也是同仁堂人标准、同仁堂干部标准和一系列制度规范，形成的严格自律氛围。

公司严格遵照《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国反洗钱法》等相关法律法规及本公司有关制度规定。同时，严格落实中央八项规定精神。

公司严格遵循“三重一大”制度（重大决策、重要人事任免、重大项目安排、大额度资金运作事项，必须经集体讨论做出决定的制度），在日常工作中严格按照业务支出、干部管理等若干规定开展各项工作。针对“三重一大”事项，严格执行党委会程序前置把关，充分发挥党组织把方向、管大局、保落实的作用。同时，加强对各级干部的日常监督管理，做好廉政谈话、警示教育。

此外，公司审计部按照《内部控制检查监督制度》及内部审计相关制度，对经营绩效等有关经济的活动，以及基建工程、重大技术改造等内部投资项目进行监督，对重要业务、财务事项，收购和出售资产、提供财务资助、提供担保、募集资金使用、委托理财等重大事项进行监督。从而降低经营风险。于报告期内，该等制度及体系对本公司风险控制及反腐败管理方面起到了控制与防范作用，未发现重大缺陷。

10. 社会责任培训

公司开展社会责任暨可持续发展年度专业培训，开展社会责任工作最新规范要求、行业社会责任管理发展趋势及最佳实践培训，以明确年度工作的改进方向及外部最新趋势，指导未来工作开展。2020 年，公司组织社会责任暨可持续发展报告专题培训一次，培训内容包括企业社会责任管理及报告趋势。各部门、生产基地及子公司社会责任工作负责人参加了本次培训，更加深入地了解了社会责任理念、医药上市公司的社会责任标准、组织社会责任活动、撰写社会责任报告

等内容。

四、做精管理、强化企业社会责任

1. 强化信息管理

公司以北京市国有企业信息化评测指标要求为指引，结合自身实际，以坚持创新发展，加速推动信息技术与中医药产业的深度融合，推动提升企业管控、综合保障、科学决策、创新发展和风险防控能力，促进企业高质量发展为目标。规划“树立行业标杆、助力数字化转型、高质量创新发展”，通过重点培养公司的“信息融合管理能力、资源整合共享能力、业务灵活响应能力、变革推动引领能力”提高公司的信息化管理水平，以支撑企业各项业务工作，促进企业数字化转型，逐步提高公司的创新创效能力。

2020 年公司按照《信息安全等级保护管理办法》、《网络安全法》和等保 2.0 新规，开展本公司全部信息系统定级备案和安全整改工作，构建了公司网络安全防护体。为落实信息化管理制度，切实提升公司网络安全防护能力。依据等保 2.0 二级信息系统技术要求和安全管理要求，结合等保测评工作积累的经验，制定了公司网络安全检查标准，推进网络安全常态化管理，不断完善网络安全管理水平。

2. 严规范、控风险

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》及《企业内部控制基本规范》等法律法规的有关规定，在建立与实施内部控制时，严格遵循合法性原则、全面性原则、重要性原则、制衡性原则、成本效益原则及适应性原则，当前公司已建立了比较完整的内部控制制度，基本涵盖了所有运营管控和内部监督环节。

公司持续完善内部管理规范，制定了公司《资金管理办法》和《投资管理办法》，形成完整的决策跟踪监管综合体系，确保风险可控，提升企业管理效率，强化企业社会责任。不断完善董、监事会的议事规则，梳理调整各级企业董监事人员，提升公司治理；进一步提高内控监管水平，推行精细化管理，加大对大额

资金的监控，加强财务预警，完善参股企业监管，确保国资安全；充分发挥财务软件信息化功能，注重数据实时共享与应用。

2020 年，公司各单位、各部门按照现行制度，更新《业务流程图》及 RCD 文档，修订内容涉及公司治理、社会责任、人力资源管理、资金活动、采购业务、资产管理等多个方面。

3. 选人才、强队伍

围绕坚持高质量发展战略，公司坚定信念、稳中求进，在创新人才建设、深化考核管理、健全制度等方面多措并举，挖掘内在潜力、开拓创新活力，为公司高质量发展提供有力的保障。

公司推进营销改革、实现精细化管理，结合指标任务及重点工作，针对工业、商业、物流等分支机构制定了个性化的指标细则。坚持有侧重、个性化、分层级、重联动、严奖罚。2020 年，公司通过绩效考核与绩效奖励结合的测评体系，对全体员工的工作情况做到有奖有罚，充分调动工作积极性，有效提升各部室的管理水平。通过对绩效考核的灵活运用，在针对个别职工工作差错、工作态度等问题上，均进行了不同程度的扣罚。同时，为鼓励疫情防控复产复工的工作成效，也对职工发放了到岗奖励。

公司在干部选拔任用工作中，着力加强干部选拔任用监督力度。深入推进素质培养、知事识人、选拔任用、从严管理、正向激励“五大体系”建设。明确选拔标准，提高选拔过程中的透明度，确保干部选举任用工作的公正性，实现公司干部人才队伍管理的不断强化。激励了干部担当作为、促进事业发展，引导干部以更好的状态、更实的作风不断提高政治素养和履职能力。

公司在不断提升企业内部人才素质的同时，按照“专业对口、按需引进”的原则，畅通招聘渠道、优化招聘形式。遵循同仁堂战略发展要求，积极招聘吸纳所需人才，储备人才、搭建梯队，为企业可持续发展补充新鲜血液。

五、做优产品，探索营销新模式

公司严格遵照《中华人民共和国药品管理法》、《中华人民共和国产品质量法》、

《中华人民共和国中医药法》、《药品不良反应报告和监测管理办法》等国家有关产品安全的法律法规，致力于生产良心药、放心药、管用药。

1. 坚持匠心制药，追求优质服务

我们传承和坚守同仁堂 300 多年的制药宗旨，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。

公司用于生产的主要原材料为各类中药材。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、投料一流，从源头把控产品质量。对于药材原材料的质量控制，公司配备有丰富经验的专业药材原材料验收与检验队伍，由药材专家团队首先通过“眼看、鼻闻、口尝”等检测方式先行进行原材料外观性状检验，再由专业检验团队采用高效液相色谱仪、气相色谱仪、原子荧光亮度计等专业设备对药材原材料进行逐批全项检验，严格把控药材原材料质量。

公司视产品质量及安全为工作的重中之重。公司的质量控制主要根据《中华人民共和国药典》、GMP 等质量管理体系及本公司内部质量控制标准的相关要求执行。公司制定了各项质量检验管理标准，包括中药材、辅料、包材、半成品及成品，对各种检验对象、检验方法与检验内容做出了详细规定。公司实施自源头至终端的全线管理模式，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。

在生产过程中，公司始终遵循“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”的古训，坚持严格的生产质量控制，一直赢得良好的口碑。公司在继承同仁堂传统炮制技艺的同时，与现代制药技术相结合，严控关键环节，追求精益求精。不同质地中药材粉碎的细度、研配的均匀度、合坨的温度和时间、手工泛丸技术、吊蜡皮技术等均独具特色。

公司持续加强质量风险防控，通过构建质量人员派出体系，对产品生产进行全过程监控，对生产中出现的不合格过程品，质量管理人员均有权实行一票否决，

确保产品符合质量要求。本公司各生产单位高度重视质量相关的培训工作，开展 GMP 管理、标准操作规程等各类专业培训，不断提升质量人员的专业技术素养，提升质量管理水平。年内，公司严格按照 GMP 相关要求，定期对各生产车间进行现场检查，通过加强现场管控，严控产品质量。同时，公司通过升级、改良生产设备，进而提升技术标准与工艺标准，确保产品质量。年内，生产工序未发现重大问题或缺陷。

公司建立了药品咨询、投诉及处理等标准操作程序，详细记录消费者来访、来电及邮件记录，并耐心答复，如遇产品投诉等情况将立即调查和妥善处理。年内，公司客户服务热线接到消费者各类咨询信息共 2800 余次，并对信息予以及时回馈与处理，竭力保障消费者的合法权益。

公司设有监督销毁小组，对部分过期及不合格药品进行集中销毁及监督复核工作。销毁小组对需要销毁的药品进行复核审计后，交由具有专业资质的第三方公司完成集中销毁工作，

事例 1：2020 年 10 月 14 日，公司参加主题为“诚实经营，守信服务”的全国诚信兴商宣传月主题活动，活动现场诚信兴商代表企业围绕活动主题分享诚信兴商经验，公司作为北京市百家诚信兴商承诺企业之一接受授牌。未来，公司将继续弘扬与社会主义市场经济相适应的诚信理念、诚信文化、契约精神，向社会传递诚信正能量。

2. 创新营销模式、推广药品可及

2020 年，新冠疫情的爆发让整个社会、医药行业都遭受了前所未有的冲击。在重大突发公共事件的影响下，公司克服了员工复工难、营销拓展难、运营保障难等不利因素，公司销售团队启动营销模式改革，坚持“以品种为核心，以终端为方向”的营销思路，成立品种运营事业部、终端事业部、医疗事业部、药酒事业部和大品种专项小组、发展品种专项小组打造“4+2”创新性经营模式，通过重新划定营销重点，梳理经营渠道，整合现有资源，形成新合力，不仅仅只是为了提高公司的自身销量，携手合作伙伴共同扩大营业规模，帮助消费者了解用药知识，提升产品在终端的获利水平和知名度，也体现了同仁堂的“善待”文化，总体达到管理做优、品种做大、渠道做实、市场做透的目的。

六、做长文化，凝聚企业发展合力

1. 练技能、铸匠心

党的十八大以来，习近平总书记多次强调要弘扬工匠精神。公司高度尊重与重视技艺传承，真正做到弘扬工匠精神，树立行业技能领军人物，传承中药制药传统技能。2020 年，公司着力推动炮制、制剂、鉴别等关键岗位人才培育，以树立顶尖技能人才、畅通技工发展通道，打造一支具有同仁堂传统特色的工匠队伍为目标，务求实现系统化、标准化的特色技艺传承与服务企业发展并举。

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。公司制定实施了《炮制岗位人才薪酬激励制度》，扶持稀缺工种人才成长，吸引青年职工投身炮制岗位，充实炮制技工队伍。

事例 1：2020 年，公司积极参加北京市第十届商业服务技能大赛中药炮制与配制工比赛，通过严格的初赛、复赛、决赛的笔试和实操考核环节，最终四名职工以优异成绩入围前十。在此期间，通过集中培训、实操练习、各级比赛，全面提升了参赛选手的理论水平与实操能力，培养和选拔出一批优秀的生产技术骨干。

公司始终致力于药材鉴别人才队伍建设，以实现产品零缺陷为根本追求，力争从源头把控质量风险。保护和传承同仁堂独特的鉴别技艺，将甄选道地药材的传统保留和发扬，做强同仁堂产品特色和品牌优势，为高质量发展奠定人才和技艺基础。年内，公司成立天然牛黄鉴别专家组，评选公司大工匠，出台了《大工匠聘任及考核管理制度（征求意见稿）》和《中药炮制技能人才薪酬激励制度（征求意见稿）》，鼓励人员学习药材鉴定等技艺技术；组织发起药材鉴别班培训，培养核心人才、技术型人才、复合型人才，在药材采购、验收、使用等关键环节进行把控，有的放矢地查缺补漏、系统提升，把鉴别技艺带到各个岗位，将质量防线前移，以工匠精神和敬业态度去挑选、鉴别药材，筑牢防控质量风险的第一道关。

事例 1：2020 年 12 月 22 日，北京市劳动模范、先进工作者和人民满意的公务员表彰大会举行，公司亦庄分厂安牛班班长、非遗传承人郭凤华，同仁堂商业公司同仁堂药店李德亮荣获“北京市劳动模范”荣誉称号。

事例 2：2020 年 6 月 12 日，北京老字号优秀传承人、北京同仁堂药材鉴别专家刘天良做客新华网新华

访谈节目，他结合自己 30 多年的从业经验，在节目中分享了一些常用中草药的品质鉴别知识，并讲述了自己将传统鉴别方法与现代检验技术相结合以保证同仁堂的药品生产质量的工作经验。通过解读同仁堂在长期生产经营中沿袭和传承的中药材鉴别文化，向公众普及了非遗知识、弘扬了中医药文化，有助于坚定文化自信，为保护传承优秀传统文化营造浓厚氛围。

事例 3：刘天良首席技师工作室历时三年编写完成了《常用中药材鉴别实用手册》作为教材，手册图文并茂、分门别类，不仅从文字上详细描述了药材性状鉴别要点，更是将实际原料验收存在的问题和难点加以深入分析和总结。

2. 兴调研、立规划

2020 年，既是“十三五”收官之年，又是“十四五”开局之年，也是同仁堂迈向高速发展的关键之年。公司高度重视“十四五”规划工作，为更好的结合国家在中医药层面的政策，找准“十四五”的发展思路、立足国家对首都的功能定位，找准公司的发展方向，加快落实《强党建促经营、强管理促发展，推进同仁堂治理体系和治理能力现代化三年行动方案》，公司聘请资深咨询公司深入基层开展调研，并选定优秀企业作为标杆，分析标杆企业的优秀实践以“对标找差距、学习补短板、赶超促发展”为主题，专家团队通过深入领导班子、各部门、各子公司、各生产基地挖掘制约企业改革发展的瓶颈问题，结合公司自身特点，细化发展举措，在补短板、强弱项的同时，优化强项。通过强化战略管理意识，健全组织管理体系，完善运营机制，实现全面提升管理能力和水平，通过对行业头部企业先进做法和经验的学习，将有助于推动企业实现更高质量、更有效益、更可持续的发展。

公司通过“十四五”规划结合调研活动，根据公司实际情况，正视自身，直面短板；勤于学习，不断向专家团队学习，不断向对标企业学习；鼓励创新，传承精华的同时破旧立新。为明确发展目标，为实现新突破献计献策，推动同仁堂各项事业迈上新台阶。

3. 讲文明、促和谐

3.1 保障员工权益，成就员工发展

人才是企业最宝贵的财富，公司将员工利益看作企业经营的核心之一，关注

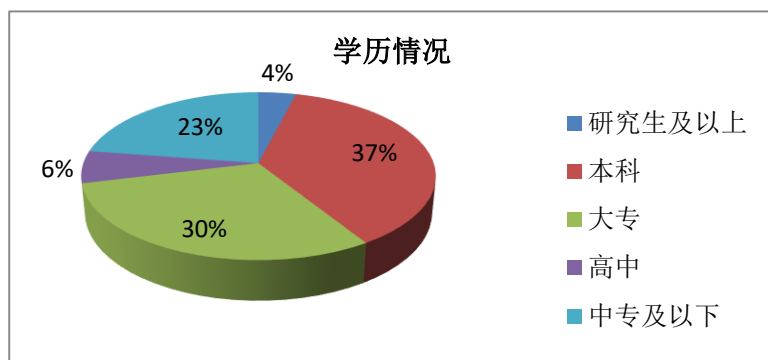
每一个员工在职场中的权益，保障员工健康与安全，致力于为员工打造多方面发展职业的平台，努力为员工实现自我价值拓展空间。

本公司员工招聘及使用标准均严格遵照《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国未成年人保护法》等中国相关法律、法规执行。保证所有员工均签订劳动合同，并明确员工应享有的劳动权利，确保公平公正的晋升以及透明的薪酬福利管理。公司设有严谨的招聘制度及流程，避免聘用童工及强迫劳工个案的发生。员工的休息日及法定节假日与国家劳动法规一致，于报告期内，未有聘用童工、强迫劳工等事项发生。

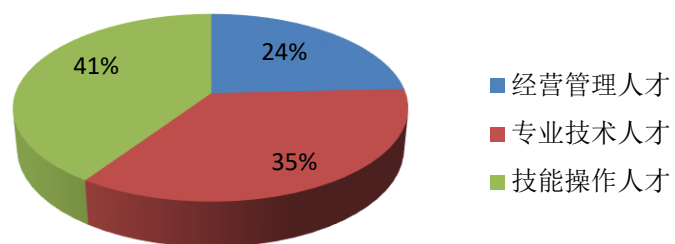
公司根据《职业病防治法要求》，开展职业健康培训与职业健康体检。一是针对有毒有害岗、粉尘、高温、噪声等特殊岗位，定期进行职业危害评估，通报评估结果。二是定期为职工进行职业健康培训，普及相关知识。三是针对特殊岗位组织进行岗前、岗中及离岗体检，为职工建立职业健康档案。2020 年本公司全年无职业病发生。

公司奉行同工同酬的原则，不因性别、年龄、民族、宗教、文化及教育背景等因素而存在歧视，亦坚持平等、自愿、协商一致的理念。同时，公司持续关注残疾人就业问题，积极创造就业岗位，促进残疾人士就业，致力于建设多元和包容的人才队伍。

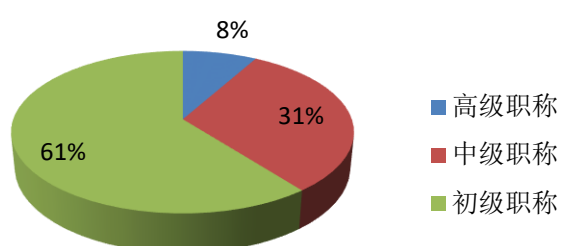
报告期内，本公司在职员工人数 2013 人，其中少数民族 121 人，残障职工 19 人，女性管理者比例 43.2%，劳动合同签订率为 100%，社会保险覆盖率 100%。



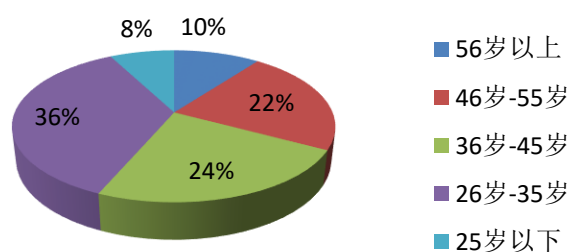
人才队伍情况



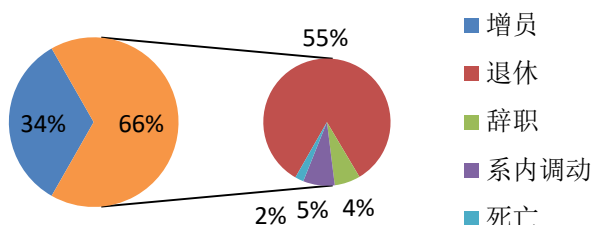
职称情况

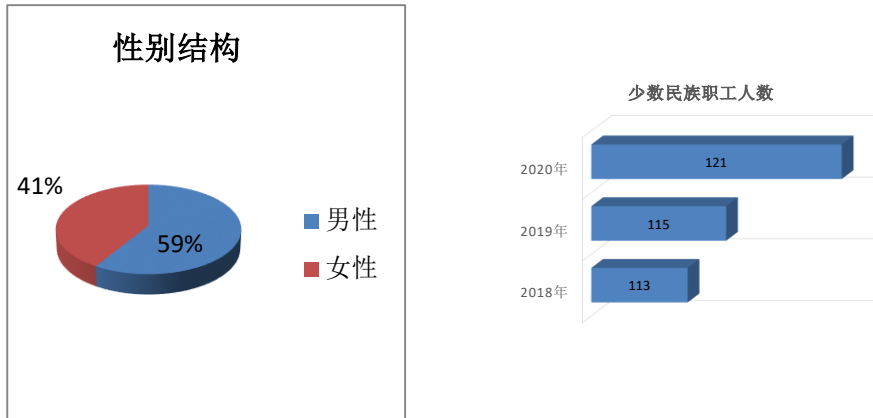


年龄结构



人员变化情况

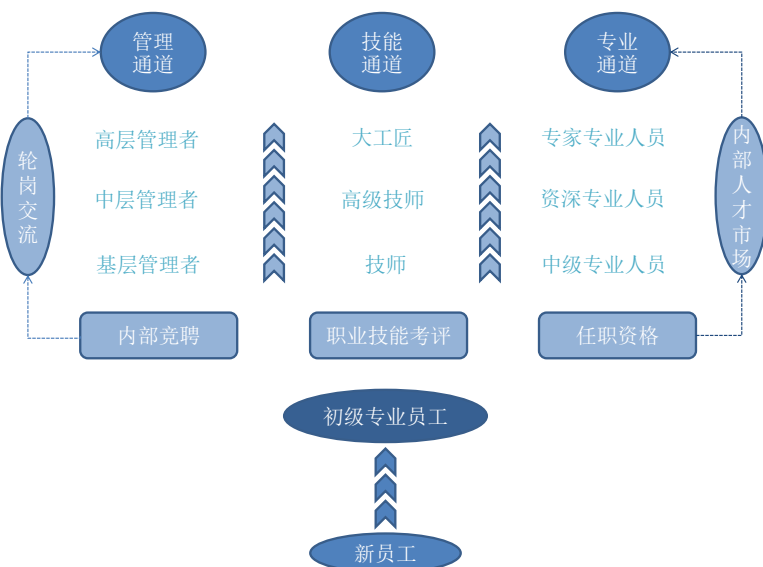




我们深知，员工的不断成长是公司保持健康、长远发展的根基与动力。公司持续关注员工的发展诉求和职业规划，建立健全人才培养、使用、评价一体化的考核评价体系和晋升机制，为员工搭建良好的职业发展平台，实现人才培养、使用和选拔的良性循环，进而为公司的可持续发展和员工的自我成长奠定坚实的基础和提供充足的动力。

公司对员工的教育培训采取统一管理，分级培训的原则，建立了多层次、多形式的培训体系。对于新入职员工，自其入职之日起即接受公司文化、方针目标、安全生产和岗位入职等培训；同时，针对全体员工定期进行各种类别的培训，涵盖管理类、质量标准类、技能类、拓展类等诸多方面。年内，公司共开展培训 22 场、受众人数 2254 人次。

公司以“为员工创造成长之路”为宗旨，注重人才的“选、育、用、留”，逐步建立起“人尽其才”的培养机制。公司依照各岗位性质及工作特点划分出经营管理、专业技术、技能操作三种职级职系晋升路径，鼓励并组织符合条件的员工参加专业技术培训及考试，对考试合格取得证书的员工根据实际工作需要颁发聘书并可享受相应等级的津贴。同时，公司鼓励员工参与各类职业资格考试，并给予专业技术人员和职业资格人员充分自由的时间参加相应岗位或专业的培训或继续教育，期待员工自我价值及职业发展目标的实现。



3.2 注重人文关怀，呵护员工安全

公司坚持全心全意依靠员工办企业的原则，企业工会关注员工需求，保护员工隐私，加强民主管理，提升提高员工参与企业管理的能力，确保从全面保护员工权益。

此外，为进一步提升企业文明健康发展水平，发挥工会职能作用。年内，通过选举产生新一届工会委员会、经审委员会和女职工委员会以及主席、副主席、经审主任、女工主任，构建起了和谐融洽的企业环境；同时，公司工会继续做好“两节”送温暖、夏送清凉及病、困、特职工的慰问走访工作，共为1200余人次的职工群众送去了工会慰问金以及慰问品。组织在全年七个法定节日及职工生日等时间节点，向全体职工进行慰问，受益人次近7000人次。为到龄退休职工购买慰问品，以此感谢他们对同仁堂的辛勤奉献。

面对疫情，公司积极投入人力、物力、财力为职工提供各种防护保障，共投入了10余万元用于购买消毒液、口罩等防护用品。

在疫情防控关键时期，公司共计接待疫情防控及各类安全检查 125 次，测量出入人员体温 40 余万人次。

公司贯彻落实“以人为本”的方针，通过提升员工幸福感，建设健康、积极、和谐的组织，加强凝聚力建设，推动企业可持续发展。

事例1：为了提升职工的整体健康素质、陶冶情操，培养职工锻炼身体、健康生活的运动习惯，公司组织开展了职工健步走、足球赛及趣味运动会活动，百余名职工参与其中。在友谊第一、比赛第二的气氛中享受着运动的快乐，展现个人风采的同时也赛出了集体的凝聚力。

公司高度重视员工的健康与安全，始终把员工安全作为工作重点，采取一系列措施加强管理体系建设，减少员工职业危害暴露，致力为员工创造安全、健康的工作环境。针对夏季高温作业，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。各单位还从饮食、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，并把防暑降温措施落实到每位高温作业人员身上。

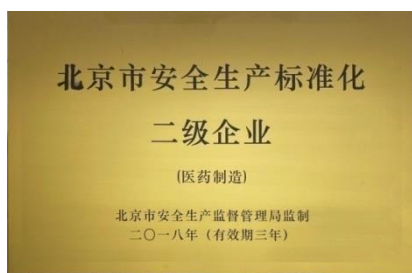
安全培训教育工作中，公司利用“安全月”的氛围，严格按照安全生产法，完成了全部既定培训工作。组织了全体安全管理人员（含安全员）、特种作业人员、危化品岗位人员的专项培训。下属各单位均聘请专业人员完成了职工的培训和应急演练。全年人均接受各种安全教育不少于 30 学时，安全培训覆盖率 100%。

4. 重安全、抓环保

4.1 安全运行

我们秉承以人为本的科学理念，健全完善管理制度，全面推行安全生产管理措施，并不断加大公司安全生产监察力度，形成安全监督长效机制，为公司营造良好的安全工作氛围。

公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国消防法》《生产安全事故应急预案编制导则》《生产安全事故应急条例》《生产安全事故应急预案管理办法》《生产安全事故报告和调查处理条例》等国家法律法规，制定相应的安全生产管理制度，从安全生产管理体系建设、隐患排查及整改、安全教育及培训等多个方面严格管控风险，确保公司安全生产形势稳定，防范事故发生。年内，公司对全体人员进行包括应急预案演练、消防、用电、机械伤害及案例培训。开展综合检查、季节检查、专项检查、重要时间节点检查共计 691 次。旨在通过培训让职工了解企业目前的安全重点工作，进一步加强公司安全生产主体责任落实，切实提高安全生产意识和安全生产管理水平。公司每年与各部门、下属各单位签订年度安全生产目标责任书，明确各部门、各单位安全生产目标、任务，并逐级逐一、层层签订岗位安全生产目标责任书，将安全生产覆盖到每个岗位、每位员工，企业安全生产主体责任得以全面落实。



北京市安全生产标准化二级的医药制造企业

2020 年，全年用于职工及企业安全投入费用达 1780 余万元，无特别重大、重大及较大事故发生。

2020 年受疫情影响，全国两会延期召开，社会安全稳定形势复杂，公司及各下属单位领导班子成员在疫情及两会期间 24 小时轮流在岗位值守。在春节、五一、十一、汛期等重大时间节点，安保人员做到了爱厂如家，坚守岗位。在汛期中，各单位主要领导更是亲自带班，随时处理突发事件。由于上下齐心，我们共同确保了企业的安全稳定。

4.2 绿色发展

本公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、《中华人民共和国清洁生产促进法》等各项国家及地方法律法规，制定了《环境保护管理制度》、《清洁生产管理制度》、《水污染防治管理制度》、《大气污染防治管理制度》、《危险废物管理制度》等较为健全的规章制度，进一步达到节能降耗、减污增效的目的，有效的控制各类污染物排放。公司持续倡导绿色、低碳的生产经营理念，积极探索循环、可持续的发展策略，最大限度降低对周边环境的影响。公司于每年年初，还会根据各主要生产单位在该年度的生产计划及设备设施运营情况，与其订立年度目标责任书，当中列明环保、能耗等各类指标，明确各单位的年度工作要求、考核指标，并依据实际工作考核结果进行奖惩，促使各生产单位积极落实环境保护责任。

4.2.1 排放物

在生产经营过程中，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。同时，公司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

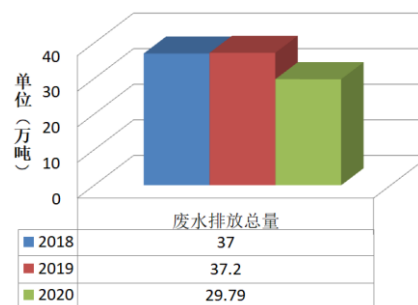
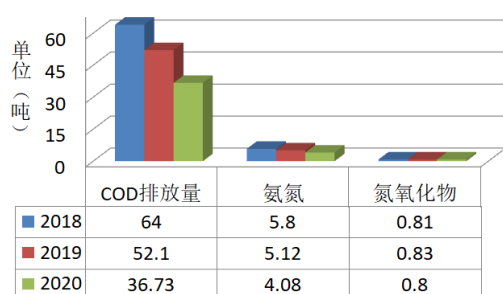
环保法规。此外，公司注重噪声污染对环境带来的影响，将生产过程中产生的噪声控制在标准范围内，最大限度地维护自身及周边环境。年内，本公司并未发生环境污染方面事故。

本公司的排放物主要在生产过程中产生，主要包括废气及废水。公司位于北京地区，直属生产基地 6 家，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 20T/H），燃气蒸汽发生器 3 台（总产气量 3.6T/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）。

公司各生产基地主要污染物排放情况统计如下：

公司	主要污染物名称		排放方式	排放总量	超标排放情况
北京同仁堂股份有限公司	废水	废水排放总量	间歇排放	29.79 万吨	无
		COD 排放量		36.73 吨	无
		氨氮		4.08 吨	无
	废气	氮氧化物	连续排放	0.80 吨	无

主要污染物排放数据



4.2.2 排放物及废弃物管理

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：本公司以中成药产品为核心，在生产过程中产生的有害废弃物较少。年内，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）。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。同时，

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。同时，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。

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，进以降低包材损耗，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。

4.2.3 资源使用

公司于生产过程中所消耗的资源主要包括水、电、蒸汽、天然气等，主要通过外购方式获得。公司通过采用节能设备、工艺改进等措施，并不断提高员工环保意识，进以降低资源消耗，提升各类资源使用效益。

公司倡导绿色办公，将低碳经营的理念融入到生产运营中，努力向办公无纸化、节能化、低碳化方向迈进，减少化石燃料、树木、水、电等自然资源及能源的使用。公司尽可能采取电话会议、视频网络会议等电子通讯方式及更换新能源汽车，减少差旅中产生的化石能源消耗。同时，严格各类纸张、档案袋、包装箱等纸制品的使用，减少塑料、油墨、化纤以及电子器材、耗材等难以降解物品的使用。

公司倡导绿色生产理念，在生产过程中通过完善工艺流程、提升技术含量、升级生产设备等方式，采取 LED 节能照明、安装蒸汽定时开关等措施，节约各类资源。

公司所用水资源主要来源于当地市政供水，同时，在提升用水效率方面，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，实现了水资源的保护及再利用，因此，水资源短缺并非本公司生产过程中的关键制约因素。

4.2.4 保护天然资源

公司用于生产的主要原材料为各类中药材，其生产经营对于环境及天然资源

无重大影响。本公司积极履行社会责任，始终坚持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，减少各类天然资源的使用，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。

4.2.5 应对环境变化

公司用于生产的主要原材料为各类中药材，中药材资源是我国中医药事业发展的重要战略资源，随着全球气候变化，极端天气的频次和强度有所增加，对中药材这一特殊的农业资源的栽培、生长与采收也产生影响。为保护生态环境与生物多样性，最大限度降低对生态环境的影响，公司各种植养殖型子公司严格遵循绿色可持续种植要求，通过运用规范化的管理方式，严格把控播种、施肥、病虫害防治等各个环节，进而在保证中药材质量的同时，实现资源的可持续利用。

5. 爱公益、爱分享

2020 年是全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年，也是脱贫攻坚决战决胜之年。作为社会可持续发展的一部分，公司在向社会摄取资源的同时亦积极回馈社会。我们深知，社会公益活动不只是义务，更是公司成长与发展之路的必备条件，作为同仁堂文化的继承者和传播者，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之中。近年来，公司统筹推动下属各单位积极开展对口帮扶、产业扶贫、消费扶贫，切实履行国有企业的政治责任和社会责任。在就业扶贫方面，公司下属子公司率先录用贫困建卡户；在消费扶贫方面，采购扶贫产品；在公益扶贫方面，为贫困小学捐资助学，向张家口市卫健委捐赠药品。

年内，公司继续在关爱百姓健康方面作出努力，通过义诊服务、健康咨询及发放养生宣传册等形式，提高家庭健康意识，传递全民健康理念，向社会公众传播中医药文化知识，推广品牌理念，让更多的寻常百姓认知并了解同仁堂品牌文化内涵。我们深信，通过持之以恒的努力，最终会将健康生活、健康用药的理念传递到千家万户，传递到百姓心中。公司积极扶贫济困和发展慈善事业，帮助社会弱势群体，用行动诠释公益理念，尽己所能向特殊困难人群、贫困地区、养老院等伸出援手，奉献爱心。公司鼓励全员积极参与义工活动，以及环保公益活动，令员工身体力行投入社会服务，建立互动、关怀共融的公益文化和精神。

事例 1：2020 年，同仁堂商业参与了由佛山顺德区委政法委、大良街道综治办主办，古鉴村党委、古鉴村福利会承办的“古鉴村互助广场”活动。在本次公益义诊活动中，古鉴村文化广场周边小区前来咨询中医义诊的居民络绎不绝，同仁堂于美兰教授运用娴熟的中医脉诊技术为大家进行辨证论治，并且耐心科普了诸多日常保健知识和锻炼方法，弘扬了中医药特色传统文化。同仁堂商业同时准备了血压测量常规检查，为居民们普及血压常规知识，赢得了当地居民群众以及社工们的一致好评。

事例 2：2020 年，公司赴北京市门头沟清水镇梁家铺村开展“送温暖、送健康”下乡活动。活动现场，医师们为村民免费测量血压进行现场义诊、开展“冬季心脑血管疾病防治”知识讲座并赠送书籍与口罩。

事例 3：2020 年 10 月同仁堂商业赴卧龙村开展“结对帮扶心连心，健康义诊暖人心”扶贫日活动，活动当天，同仁堂商业 4 名医生及 30 余名工作人员为村民诊脉、推拿、艾灸、测量血压，上百人次，开具处方 90 张。

公司开展形式多样的环保宣传教育活动，鼓励员工积极参与各类节能降耗方案设计，倡导员工培养资源节约、环境友好的理念，不断提升员工环保意识。认真落实《北京市生活垃圾管理条例》，进行全员教育、深入学习，全面宣贯，强调履行义务、共同参与，齐心协力做好垃圾分类正确投放工作。

6. 抗击疫情我们在行动

2020 年初，新型冠状病毒肺炎疫情爆发，并迅速在全球蔓延，严重威胁着人民群众的身体健康及生命安全，公司作为药品生产企业，认真贯彻落实中共中央、市委市政府的相关指示精神，积极践行初心使命，迎“疫”而战，以实际行动为祖国保驾护航。在运输困难、原材料及辅料采购价上涨等层层压力的情况下，公司员工放弃春节假期，有序恢复生产、营销、物流配送，并在复工第一时间启动、实施一系列防控措施以保障员工的健康与安全，全力以赴保证药品的供应。

在疫情严重时期，公司每一位职工各司其职、兢兢业业，生产质量、经营配送、管理保障等各个岗位有序运转。但由于防控要求，外埠职工无法及时返京，人手不足成为制约生产的一大难题。已到岗职工加班加点保障生产，毫无怨言。大家心里明白，这是作为一名中医药人的责任与使命。

此外，为支持疫情防控，体现国有企业担当，积极践行社会责任，公司及下属子公司捐赠中成药产品，助力党和国家打赢疫情防控阻击战。同时，广大党员深入小区抗疫一线，对接属地小区、街道需求，积极开展疫情防控知识宣传、小

区出入口值守、环境消毒等工作，持续发挥先锋模范作用。

事例 1：为确保疫情期间公司产品有效供应，组建了由 93 名员工组成的“疫情防控青年突击队”，每日坚持工作超过 10 个小时。

事例 2：自疫情发生以来，公司陆续收到多封来自北京多个社区的感谢信和表扬信。这些信件的背后，是公司多位在职职工及退休职工的勇担责任和辛勤值守。

七、做强主业，提升产品核心价值

2020 年，公司以增强品种竞争力，切实提升国企核心竞争力和品牌影响力为目标，以研发新品、制造精品为重点，加大产品开发力度，优化生产工艺技术，探索标准化生产模式，为老品牌注入新内涵，使老字号焕发新活力。为落实国家战略、实现高质量发展作出更大贡献。

1. 科技创新引发展

年内，在现有药效研究基础上，公司持续就同仁乌鸡白凤丸治疗高尿酸血症临床有效性和安全性进行研究，为后续的品种增加适应症奠定基础。同时将同仁乌鸡白凤丸的药效研究由治疗高尿酸血症扩展至治疗痛风，丰富产品新的经济增长点。

公司不断探索中药生产新工艺，根据各生产基地现有设备机械化现状，并结合各基地生产现场及适合自己的生产模式，以降低人工成本，提升产品质量水平为宗旨，进行工装技术突破，实现中药生产的自动化水平。

事例 1：2020 年，公司还采取自行加工的方式对晾丸塔生产设备进行升级改造。晾丸塔技改研发改变了原设备的设计理念与生产效率，改造后晾丸塔设备可与现有工艺进行无缝连接，同时大幅降低生产中的质量风险。

2. 巧妙推广聚人气

2020 年，公司通过创新推广方式，集聚市场人气。通过派出讲师深入社区卫生服务中心，开展公司产品知识培训，提供临床应用的辅导；通过支持体育赛事进行产品展示，面对区域性消费者做好针对性宣传，植入品牌形象；参与药品专业领域的医学论坛，对公司产品巴戟天寡糖胶囊进行有的放矢的宣传推介，增加产品的曝光度。

事例 1：2020 年伊始，突如其来的新冠肺炎疫情，让中医中药在疫情治疗中的地位日渐突显，公司在

一手抓疫情防控，一手抓复工复产的同时，也在关注产品宣传推广的市场变化，在把握线上宣传推广发展机遇的同时，合规合法宣传，传播专业知识，提供放心好药。经过多个方案的研究对比，公司与多家新媒体平台建立合作，开展“身边的中医药”系列推广活动，引领大众认知中医药、宣传同仁堂品牌、促进公司产品销售，正确指导并满足消费者的线上购药需求。

3. 谋划合作创未来

独行快，众行远。我们深知合作伙伴在公司前行道路上的重要性，主动整合多方力量和资源，强化与政府、企业、高校、供应商等利益相关方的交流合作，带动合作伙伴携手共进。公司着眼全球优质医疗健康资源，通过与国内外优秀的医药同行开展形式多元的合作与学习，为公众引入优质的产品与服务。

3.1 多方合作共赢

公司积极拓展对外资源合作，以谨慎稳妥、风险稳控为原则，加大力度扩大与关联资源品牌和已经成功企业开展的合作；以注入经济增长新动力为导向，进一步谋求新的品牌合作，培育新的经济增长点。

事例 1：2020 年 9 月 4 日服贸会同仁堂展区前热闹非凡，一位“橙衣”师傅被参展者围在中间，她一边搓着药丸，一边给大家讲着一个关于安宫牛黄丸的故事。“别看这一丸安宫牛黄丸重量只有 3 克，但有着严格的工艺要求。做药是救人的活儿，丝毫不容马虎！”作为中国向世界展示中医药文化的一张名片，同仁堂现有包括“安宫牛黄丸制作技艺”“手工塑制蜜丸传统制作技艺”在内的 8 个非遗项目，先后成为了国家级、区级非遗项目，其中国家级 3 项。尽管，如今工业化流水线作业已成为时代趋势，但同仁堂在顺应现代化潮流的同时，继续坚持着传统的制药技艺和“遵古不泥古，创新不离宗”的理念。同仁堂人始终坚持在制好药的同时，传承匠人匠心，始终为保护珍贵的传统制药文化而不懈努力。**未来，同仁堂也将继续秉承这一初心，踏实做好药，传承匠人心。**

为推动同仁堂精品“走出去”，促进创新理念“引进来”。年内，公司到同行业优秀公司进行学习调研。旨在与业界优秀企业交流企业文化、市场营销、产品技术等方面情况，进行学习互鉴，以进一步“促创新、强品牌、拓市场”，达到互利共赢的局面。

同时，公司积极深化“产学研”领域合作，形成“医教研”合作战略，实现企业与医药高等院校及其附属医院优势互补，合作多赢，共建校企价值生态圈，

共同促进医药传承与创新。

3.2 加强供应链管理

中药材质量是中医药事业传承和发展的基础，也是公司健康持续发展的资源保障。因此，公司高度重视与供应商之间建立的良好合作关系，努力通过增强运营能力、提升产品和服务质量、开展阳光透明的采购行动，实现与各方合作共赢的格局。

供应链管理始终是本公司质量控制体系中的重要环节之一。公司注重产品质量的风险管理，关注药品质量安全的危机信号，高度重视产品的合规性，及时自检自查，并及时整改，确保产品质量。为确保公司所用中药材原料、辅料及包装材料的供应质量，公司严格按照《中华人民共和国药品管理法》、《药品生产质量管理规范》（GMP）及其他相关法律法规的要求，建立健全供应商管理制度。秉承着公开、公平、公正的原则，制度明确了供应商的选择条件、资质、流程以及合作供应商的考核要求等内容，全方位加强了对供应商的质量监管。

公司对物料采购推行标准化管理，明确供货商资质要求、选择标准、质量审计评估标准以及物料质量评估标准等，进而建立了日趋完善的管理体系。公司进行严格的供货商选择，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、评估合格的供货商可被列入本公司《合格供应商名录》，方可供货。同时，公司对所有供货商进行长期质量监控及定期评审。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。

八、展望 2021

2021 年，面对“新冠肺炎”疫情对经济发展造成的不利影响，一方面要严格防控疫情反弹，另一方面要抓实抓细经济发展，坚持“危中寻机”谋突破，在防控中寻找发展“新”气象。2021 年是“十四五”顺利起航的奠基之年。作为民族药企，本公司将继续在药品生产、医药服务、反哺社会等各方面发挥企业资源与技术优势，扛重任，勇担当，推动实现中医药的传播与发扬，追求实现以“零

缺陷”产品服务大众为根本的愿景继续努力。

不断提升产品质量

我们将继续坚守同仁堂人的价值观和责任感，不断提升生产质量管理水平，健全质量控制体系，通过高标准的生产质量流程把控、原料药材优选、标准化种植、自动化生产线、用药体验等，持续为消费者提供更加安全有效的产品。

深入挖掘中药产品价值

我们将继续深化营销改革，以市场需求为导向，优化内部资源配置和创新行政服务支持手段，巩固和推进改革成果。持续推进市场秩序管控，严肃销售考核，以制度设计和价格杠杆规范市场行为，用市场秩序管控效果联动措施优化利益链条。开展中药创新产品开发，重点推进经典名方的研究工作。聚焦推进培育名优中成药品种药效、临床等研究，实现产品营销升级，以现代科技发掘和发扬中医药价值，守正创新。

加快推进绿色发展

我们将坚持贯彻绿色发展理念，继续推进污染源治理项目建设，持续开展生态环境保护问题排查整治，对高风险项目和污染物总量较大的项目进行重点监管，增加或改造污染物处理设施，排除环保风险。同时，公司将继续完善环保风险分级管控体系，将环保风险分级管控项目试点成果全面推广至所有单元，确保环境风险可控在控。

继续践行社会责任

我们将在追求业绩高质量增长的同时，积极推动公司治理结构不断优化，提升上市公司信息披露水平、加强中小投资者利益保护、致力为推动中国资本市场的健康发展起到积极作用。我们将继续肩负起大型中药企业的责任，发挥自己在中药行业的优势，聚焦脱贫攻坚、架设医界人文桥梁，在产业扶贫、教育扶贫、社区帮扶上继续贡献自己的力量，用“仁”心铸就“健康中国”。继续履行企业社会责任工作，优化完善社会责任机制，努力回馈社会，实现经济、环境、社会的和谐共赢。

北京同仁堂股份有限公司

董 事 会

二零二一年三月二十六日