

## 东阿阿胶股份有限公司

### 关于“质量回报双提升”行动方案的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

为全面贯彻落实中央政治局会议提出的“要活跃资本市场、提振投资者信心”以及国务院常务会议指出的“要大力提升上市公司质量和投资价值，要采取更加有力有效措施，着力稳市场、稳信心”的指导思想，积极践行以投资者为本的发展理念，切实维护公司全体股东利益，着力提升上市公司高质量发展水平，东阿阿胶股份有限公司（以下简称“公司”或“东阿阿胶”）结合自身发展战略、经营情况及财务状况，特制定“质量回报双提升”行动方案。具体内容如下：

#### 一、深耕阿胶产业主业，搭建滋补健康新格局

作为中国阿胶行业的领军企业，东阿阿胶主要从事阿胶和阿胶系列及其他中成药等产品的研发、生产和销售，是阿胶行业标准制定的引领者。公司坚持以消费者为中心，坚守“为品质立信、为团队立志、为行业立范、为生民立命、为民族立魂”的宣言承诺，持续巩固“滋补国宝 东阿阿胶”顶流品牌，不断汲取三千年中医药传统文化和滋补养生精粹，致力于打造具有中华民族特色和国际视野的滋补行业引领品牌。

2022年以来，公司扎实推进“价值重塑、业务重塑、组织重塑、精神重塑”，落地实施“1238”发展战略，持续做强做优做大阿胶主业，大力发展“阿胶+”“+阿胶”，坚定扛起传承中医药优秀文化和创新中医药产业发展的历史担当，以新质生产力激发新动能，致力于成为大众最信赖的滋补健康引领者。

##### （一）擘画新时代发展新蓝图，锚定新阶段发展新目标

基于过往历史总结和新消费趋势的判断，结合当下整个医药行业的变化，特别是滋补产业和中医药行业格局的变化，东阿阿胶确定了“1238”发展战略，这

一战略是指引公司“十四五”和未来“十五五”的行动纲领，对未来五至七年的公司发展具有决定性意义和重要影响力。

“1”即一个定位。东阿阿胶要坚定扛起中医药文化传承创新的使命担当，做大众最信赖的滋补健康引领者。“2”是双轮驱动。构建药品+健康消费品双轮驱动业务增长模式，相互协同、相互赋能，推动业务持续增长，实现公司高质量发展。“3”为三产融合。一产聚焦养殖示范、技术引领和资源保供；二产聚焦主业发展，围绕“东阿阿胶”打造一超多强的品牌格局；三产侧重文化引领，发挥中医药传承创新示范作用，打造东阿阿胶特色的“中医药文化体验样本”。“8”是八大能力。匹配公司未来中长期发展所需提升的八大能力，即产业链构建、品牌打造、全渠道营销、研发创新、资本运作、智数变革、敏捷供应、组织保障。基于新时代新要求，公司将持续提升综合系统性能力，最佳匹配未来高质量发展。

## （二）焕新中华老字号品牌新活力，筑牢品牌领导地位

“阿胶，出东阿，故名阿胶”，作为厚植诚信和创新基因的中华老字号企业，东阿阿胶地处道地正宗阿胶发源地——山东省东阿县，拥有广泛认知的心智资源优势，被誉为滋补养生第一品牌。

近年来，东阿阿胶持续夯实“大健康品牌”高地，形成了以“东阿阿胶”为核心、“复方阿胶浆”“桃花姬”为两翼、“皇家围场 1619”等为延展的一超多强品牌格局，多元化品牌协同爆发出矩阵式势能。东阿阿胶块夯实“滋补国宝”价值引领，明确全新品牌内核，以跨界创新、大剧营销等方式，打造特色品牌人设；复方阿胶浆全面启动品牌焕新升级，聚焦“好气血 不再虚”新 IP 升级，持续打造品牌+动销“双轮驱动”模型，多方式强化品牌渗透，开展品牌整合战役及中心城市战役，赋能动销增长；桃花姬阿胶糕抢滩“轻养生”领域，通过品牌联名、明星代言等方式，全面融入年轻人生活场景，打造即食养颜第一品牌；“皇家围场 1619”布局滋补健康赛道，拓展产业外延，正成为男士滋补领域的亮丽名片。

2024年6月19日，世界品牌实验室(World Brand Lab)发布了2024年《中国500最具价值品牌》分析报告，东阿阿胶第15次荣登《中国500最具价值品牌》榜单，以438.37亿元人民币的品牌价值，位列榜单第249位。

## （三）布局业务运营体系新重塑，提升组织系统性能力

东阿阿胶主动挖掘老字号品牌和国药新兴品牌潜力，围绕用户体验、专业服

务、数字化运营等层面，与相关各大平台进一步深化战略合作，创新呈现老字号中药产品和文化，让更多消费者感受到中国传统滋补佳品的魅力，实现销量有效转化，保持高质量增长。

公司积极探索 OTC、医疗、健康消费品“三线融合”的新商业模式，实施阿胶精准营销，落地品牌、学术、动销三位一体的复方阿胶浆大品种战略，强化跨线产品协同效应，实现营销资源共享与目标消费场景拓展，成功构建起三线销售协同发力的增长格局。在 2024 年 8 月召开的西普会上，东阿阿胶凭借卓越的市场表现，入选“2024 中成药工业综合竞争力 50 强”，荣获“西普金奖”，连续十年稳居西普会品牌价值榜榜首。同时，东阿阿胶通过强化专业服务能力与组织系统能力，优化人才结构，实现渠道运营体系全面升级。推出“世济纵横”渠道品牌，系统化提升渠道服务效率和专业化水平；推出团队品牌“绣虎”，打造年轻化、专业化营销体系。在强大品牌影响力与科研实力的双重支撑下，精准有力为合作伙伴赋能，共同推动业务发展。

2024 年上半年，东阿阿胶主要产品发展持续强劲，市场占有率显著提升。根据第三方数据显示，公司核心产品市场份额稳步提升，其中东阿阿胶块和复方阿胶浆在补气补血领域市场份额超过 40%，东阿阿胶块在阿胶块品类中的市场份额为 71%左右，复方阿胶浆在补气补血口服液品类中的市场份额为 34%左右。

## 二、夯实法人治理基础，高效提升规范运作水平

东阿阿胶深入贯彻落实“两个一以贯之”，持续优化上市公司治理体系。坚持党的全面领导，将加强党的领导与完善公司治理有机融合，党组织“把方向、管大局、促落实”作用有效发挥，党委会和董事会、经理办公会等其他治理主体的权责边界进一步厘清，形成了各治理主体权责法定、权责透明、协调运转、有效制衡的现代企业法人治理体系。

公司高效健全“三会一层”体系建设，在充分发挥股东大会作为经营管理重大事项的权力机构的前提下，始终坚持董事会“定战略、作决策、防风险”的职责定位，建齐配强董事会，扎实落地落实董事会职权，保障独立董事履职尽责，全方位发挥董事会科学、专业的决策作用；高效发挥监事会监督作用，充分保障监事会对董事会、经理层规范行权履职评价；全面做活经营层，确保经理层“谋经营、抓落实、强管理”，持续强化经营运行水平。

根据国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》总体要求，以及国务院国资委印发的《提高央企控股上市公司质量工作方案》的具体安排，2022年8月，东阿阿胶全面启动提高上市公司质量专项工作。该项工作重点围绕推动上市平台布局优化和功能发挥、促进上市公司完善治理和规范运作、强化上市公司内生增长和创新发展、增进上市公司市场认同和价值实现等一系列事项，从进一步夯实上市公司法人治理基础的角度出发，通过健全完善公司章程、优化上市公司独立性要求、落实董事会六项职权等方面，系统性建立健全公司法人治理基础架构，创新性提升公司规范化运作水平，以不断适应新时代上市公司监管新要求，稳步推进公司治理体系和治理能力现代化建设，为东阿阿胶高质量发展奠定坚实基础。

### 三、集聚创新发展动能，汇聚新质生产力

东阿阿胶力求打造独有的“一中心 三高地”研发创新平台，高效整合技术、人才、资源等方面因素，保持公司研发创新处于行业领先水平，具有不可复制的竞争优势。“一中心”即科技部认定的行业内唯一的“国家胶类中药工程技术研究中心”，致力于打造为胶类全产业链原创技术策源地。“三高地”即“胶类中药研发创新高地”立足山东，围绕胶类药物的物质基础、作用机制以及创新制剂开展研究，聚焦解决胶类中药技术难题；“健康消费品研发创新高地”布局江浙沪，构筑胶类中药在滋补健康消费品的竞争优势；“滋补中药研发高地”进军粤港澳，系统开展滋补中药、特色膏方和创新中药研发，扩大滋补中药的国际影响力。

科技创新作为东阿阿胶最重要的战略驱动力，引领作用不断增强。在“一中心 三高地”研发布局下，胶类中药、健康消费品、滋补中药三大联合创新平台陆续成立，各类研发项目加速落地；关键核心技术研发和成果转化加快推进，阿胶物质基础和作用机制研究系统开展，复方阿胶浆治疗癌因性疲乏新适应症获临床试验通知，该项研究成果获2024年度ASCO年会“特别优异奖”，赢得国际学术领域的认可。

东阿阿胶将紧跟政策导向、推进战略落地，坚定扛牢中医药文化传承发展使命担当，加快科技化、数字化转型升级，为发展新质生产力打下坚实基础。第一，坚定文化创新。以阿胶道地文化为基础，做深中医药文化，做广滋补健康文化，致力于成为中医药文化传承创新的传播者、践行者、示范者；第二，坚定科技创新。围绕“一中心 三高地”研发体系布局，深化与科研院所合作，加快平台建

设，推动改良型新药、经典名方等研发工作取得新突破，以及阿胶类产品医理研究、品质提升等重点工作取得新进展；第三，坚定数字化创新。以顾客运营为核心，聚焦产品与服务，融通数据脉络，推动业务全面数字化变革；第四，坚定机制创新。以四个重塑为核心、以能力建设为重点、以机制体系建设为保障，将重塑的能力和本领融入组织血脉。

#### **四、精准合规信息披露，积极顺畅资本市场沟通渠道**

东阿阿胶高度重视信息披露工作，严格按照《公司法》《证券法》等法律法规、中国证监会及深圳证券交易所相关监管规定，认真精准履行信息披露义务，不断完善信息披露管理机制，确保信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，让投资者能够全面系统了解公司经营情况。2022-2023 年度，获深交所上市公司信息披露考核优秀（A 级）评价。

公司积极践行社会责任，不断深化可持续发展理念，全方位加快绿色转型。通过相关报告的披露，及时准确地向投资者呈现东阿阿胶投资价值，自 2009 年起，公司已连续 16 年，披露发布社会责任报告或环境、社会和公司治理报告。

东阿阿胶将继续做好信息披露等基础性工作，充分利用信息披露这一资源窗口，合规合理充分透明地向广大投资者展示公司全新变化与经营发展情况。同时，不断加强投资者交流，借助业绩说明会、分析师专题会议、投资者专题调研等多平台多形式，综合股东体验回馈、特色联谊互动等多种类多形式，系统构建具有东阿阿胶特色的投资者沟通体制机制，全力推进公司投资者关系管理工作再上新台阶、再出新成效。

#### **五、坚持以投资者为本，不断增强投资者获得感**

##### **（一）持续高比例现金分红，强化投资者回报**

东阿阿胶历来高度重视投资者回馈，自 1996 年上市以来，已累计年度分红 25 次，平均分红比例为 64.38%，累计分红总额为 77.32 亿元人民币。其中 2023 年度，分红总额度首次突破十亿元即 11.46 亿元人民币，分红比例达 99.60%。2024 年 4 月，公司发布了历史首次中期分红安排。根据公司股东大会授权，上述中期利润分配方案已于 2024 年 8 月 20 日，经公司第十一届董事会第一次会议审议通过。此次中期分红比例创历史新高，分红总金额为 7.37 亿元，占 2024 年

上半年归属于上市公司股东净利润 7.38 亿元的 99.77%。

今后，公司将根据所处发展阶段，结合业务经营等具体情况，统筹好公司发展、业绩增长与股东回报的动态平衡，确立“长期、稳定、可持续”的股东价值回报机制，持续提升广大投资者获得感。

## （二）实施股权激励，增强投资者信心

为了进一步建立健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司管理人员及核心骨干人员的积极性，有效地将股东利益、公司利益和核心团队个人利益结合在一起，在充分保障股东利益的前提下，根据《公司法》《证券法》《上市公司股权激励管理办法》等相关规定，2024 年 1 月 3 日，东阿阿胶发布了第一期限限制性股票激励计划（草案），此次激励计划拟授予不超过 151.2332 万股限制性股票，占公司股本总额的 0.2348%。2024 年 1 月 10 日，公司启动股份回购工作，截至 2024 年 1 月 25 日，已完成回购公司股份 1,512,400 股，占公司总股本的 0.2349%。

基于此，公司拟利用限制性股票建立有效的激励、约束机制，以保持公司在人才竞争中的优势与可持续发展能力，促进股东价值的最大化，实现国有资产保值增值。

未来，东阿阿胶将以“1238”发展战略为指引，以投资者运营为中心，坚持品牌思维，保持战略定力，持续夯实三会规范运作和信息精准披露两大基石，持续优化上市公司治理基础架构，持续健全 ESG 管理体系，持续完善与投资者、分析师、媒体和监管者的“4R”管理体系，高效信息互动，优化预期管控，聚焦价值释放，全面提升上市公司运行质量，积极落实“质量回报双提升”行动方案，着力构建强化沟通+价值传递“双轮驱动”市值管理模式，系统打造资本市场特色品牌，追求与经营业绩相匹配的、科学可持续的上市公司市值最大化，致力于成为中药上市公司市值管理最佳实践者，为增强市场信心、促进资本市场健康高质量发展做出新的更大的贡献。

特此公告。

东阿阿胶股份有限公司

董 事 会

二〇二四年八月三十日