



东阿阿胶

# 2025

## 环境、社会和公司治理报告

Environmental, Social and Governance Report



# 目录

---

关于本报告	01
关于东阿阿胶	03
ESG 管理体系	13
专题：三产融合，在传承创新中绘就中医药高质量发展图景	19

## 02

### 绿色运营，永续发展

---

应对气候变化	65
完善环境管理	71
合理利用资源	75
严格控制排放	80
维护生态平衡	85

## 04

### 多元共融，安康致远

---

员工责任	107
安全责任	123

## 01

### 诚信治理，固本培元

---

战略引领	27
规范治理	29
党建赋能	33
合规管理	40
市值管理	51
数智转型	54

## 03

### 卓越质控，心系客需

---

产品质量管理	89
落实客户责任	101

# CONTENTS

## 05

### 责任链条，携手共赢

强化供应链韧性	129
加强行业交流与合作	137

## 06

### 健康使命，推动创新

推动产品创新	147
推动医疗可及	155
履行社会责任	158

### 绩效展示

附录一：指标索引表	168
附录二：独立审验声明	174
附录三：读者意见表	177



# 关于本报告

## 报告简介

本报告是东阿阿胶股份有限公司发布的 2025 年度环境、社会和公司治理报告（以下简称本报告），以向利益相关方等披露和展示公司在环境、社会和公司治理领域（ESG）的绩效。本报告经公司董事会审议通过，并对所载信息的真实性及有效性负责。

## 时间范围

本报告涵盖时间范围若无特殊说明，均为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。为保证报告的完整性，部分信息时间范围进行了前后延伸。

## 报告范围

除另有说明，本报告以东阿阿胶股份有限公司为主体部分，数据披露范围与财务报告合并报表范围一致。其他范围与此有差异的内容，将会在报告中进行说明。

## 数据来源

本报告全部信息数据来源包括政府部门公开数据、公司的正式文件、公开披露文件。报告所引用的财务数据以年报为准，其他数据来自公司内部统计。本报告中所涉及货币金额以人民币作为计量币种，特别说明的除外。

## 编制依据

本报告重点参考《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》、国务院国资委《央企控股上市公司 ESG 专项报告编制研究》、全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》、国际标准化组织 ISO 26000: 2010《社会责任指南》等国际、国内通行 ESG、可持续发展和社会责任相关框架编制，同时注重立足行业背景，突出企业特色。

## 称谓说明

公司名称	简称
东阿阿胶股份有限公司	东阿阿胶、公司、我们
华润（集团）有限公司	华润集团
华润医药集团有限公司	华润医药

## 报告发布

本报告以电子版形式发布，可在巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn/>）、深圳证券交易所网站（<http://www.szse.cn/>）和本公司网站（[www.dongeejiao.com](http://www.dongeejiao.com)）获取。

## 读者回应

为持续提高公司 ESG 管理水平，全面增强 ESG 信息披露质量，高效推动公司切实践行 ESG 发展理念，针对本报告，特向读者征求意见（详见附录三“读者意见表”），并请读者将意见反馈至公司邮箱（[deejdb@dongeejiao.com](mailto:deejdb@dongeejiao.com)）。

# 关于东阿阿胶

## 公司简介

东阿阿胶股份有限公司（股票代码：000423.SZ）是央企华润集团大健康板块核心成员，公司前身为 1952 年成立的山东东阿阿胶厂，1993 年完成股份制改组，1996 年在深交所挂牌上市，2005 年正式加入华润集团。公司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。

立足新时代中医药事业发展战略机遇，公司秉持“为品质立信、为团队立志、为行业立范、为民生立命、为民族立魂”的宗旨，以“成为大众最信赖的滋补健康引领者”为愿景，坚持以客户需求与体验为核心导向，依托科技创新与全产业链质量管控体系，持续夯实产品竞争力。

公司深度融入健康中国战略实施进程，积极履行央企社会责任，致力于打造兼具中华民族特色与国际视野的滋补健康领军品牌，为中医药事业传承创新发展贡献标杆力量。



一产：构筑上游产业合规、健康、可持续发展模式  
 驴皮供应链价值重塑者·驴产业持续发展推动者·规模化养驴方案提供者

产业发展与原料保供相融合



双轮驱动与业务发展相融合

二产：优化研产销紧密协同发展新模式

**药品：**核心品种进行品类延伸，打造更有价值的精品中药

**健康消费品：**以桃花姬为核心品种、品牌，大力拓展保健品与健康产品领域，从重滋补到轻养生延展，覆盖更多消费者

**多元布局：**拓展鹿、人参、肉苁蓉等产业

文化传承与品牌升华相融合

三产：构筑中医药文化传播与精准营销新模式

以服务公司战略主业为基石，品牌文化教育传播为桥梁、顾客开创留存运营为动力，赋能二产，提升产品的价值和竞争力

一产、三产赋能二产

一产为二产提供原料保障

三产为二产提供品牌、体验赋能



种源基地 技术引领 资源保供

打造以东阿阿胶为代表的顶流滋补健康系列品牌

文化引领 科普教育 顾客开创

## 企业文化

东阿阿胶作为具有深厚文化底蕴的中华老字号中药企业，在长期经营实践中形成了以“寿人济世”为使命、“厚道 地道 传承 创新”为核心价值观、“致力于成为大众最信赖的滋补健康引领者”为愿景的特色文化体系。

### 核心价值观

- 厚道·地道·传承·创新
- 厚道做人，地道做事，坚守传承，持续创新
- 东阿阿胶人 12 个品格：诚实守信、感恩尊重、宽厚包容、真材实料、技艺精湛、品质卓越、坚守初心、继承道统、恪守规范、革故鼎新、超越自我、引领未来



### 企业愿景

- 致力于成为大众最信赖的滋补健康引领者
  - 东阿阿胶以传承经典、持续创新的中式滋补健康体系，倡导消费者养身、养心、养神，不断迈向幸福生活的新境界。
- 不断为人们提供安全有效、经典地道的中式滋补养生产品和系统健康方案，促进健康产业发展和中医药产业现代化、国际化，引导人们发展自我健康的能力，以健康和可持续发展的形态快乐生活、追求健康。



### 企业使命

- 寿人济世
- “寿人济世”作为东阿阿胶的使命，浓缩了千年阿胶对人们生命生活的独特作用，表达了东阿阿胶在促进社会发展中要做大健康产业，为人们的健康长寿做贡献，实现企业发展和基业长青的价值取向，体现了东阿阿胶人的崇高理想和卓越追求；明确了要全面履行社会责任，包括员工成长、合作伙伴发展、政府义务、社会慈善、环境保护、治病救人。

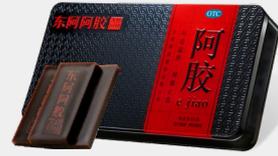




## 主要产品

### 东阿阿胶

传承近 3000 年的滋补类名贵中药材，《神农本草经》列滋补上品，《本草纲目》称其为补血圣药，1980、1985、1990 年三次荣获国家质量金奖，1991 年荣获长城国际金奖，2015 年荣获全国质量奖。



### 复方阿胶浆

源于明代气血双补第一方《景岳全书》“两仪膏”，传承四百多年，补气养血、治疗头晕、失眠、贫血。无蔗糖、零防腐剂，46 年品质保障，“好气血 不再虚”。获得 2024 美国临床肿瘤学会（ASCO）年会“特别优异奖”及 2024 美国整合肿瘤学会（SIO）年会“Best of SIO”奖。



### “桃花姬”阿胶糕

桃花姬深耕气血养颜赛道，锚定“以内养外”的品牌理念，通过品牌联名与明星代言深度融入多元消费场景，持续夯实品牌影响力，稳步实现从区域性品牌向全国性品牌的战略转型。



### 阿胶速溶粉

承接东阿阿胶整体定位，聚焦核心为养生自用人群，聚焦女性养生强需求的资深白领、精致妈妈等人群，持续打造阿胶粉为大单品，并以“东阿阿胶小金条”为核心视觉延伸出一系列以阿胶为核心成分的小金条产品。



### 皇家围场 1619

全维度布局“皇家围场 1619”男士滋补产品矩阵，开拓健脑补肾口服液、龟鹿二仙口服液、鹿胶糕、鹿茸蜡片等新产品，补齐鹿产业品类版图。



## 壮本

全速开辟“壮本”肉苁蓉品类，如阿胶肉苁蓉原浆、肉苁蓉原浆、七味苁蓉酒、阿胶苁蓉膏、苁蓉肽饮品等新产品，实现肉苁蓉品类迅速起势。



## 遇元气

“遇元气”，专注年轻人的补气血入门零食。产品覆盖阿胶枣、阿胶红枣黑芝麻丸、阿胶红枣汁软糖等，为消费者提供“即食化、高营养、低负担”的阿胶健康零食，将滋补融入日常，为快节奏生活注入元气活力。



## 燕真卿

吃真好燕窝，就选燕真卿。以阿胶燕窝为核心特色，产品涵盖阿胶燕窝、即食燕窝、燕盏及创新燕窝制品，为消费者提供真材实料、真品溯源的品质燕窝。



## 参山见

“参山见”红参阿胶精粹饮，精选长白山红参与东阿阿胶，原料道地，实现量化滋养。产品以“护-养-平”理念重塑温养体系，以科学叙事解构传统滋补，致力于成为现代年轻人补气抗疲劳的首选品牌。



## 其他类

黑驴王子驴肉、锦上花滋补生活茶，构建了涵盖“润青春”“保天年”“有本钱”三大核心产品系列的全方位产品矩阵，细化为养生茶饮、养生鲜炖、养生膏滋方及健康养生产品四大品类，满足不同消费者的个性化需求。



# 2025 年重要荣誉奖项

## 公司治理与 ESG 奖项

主板上市公司 2024-2025 年度信息披露工作评价结果

序号	企业名称	评价结果	说明
1	东阿阿胶	A	信息披露质量高
2	东阿阿胶	A	信息披露质量高
3	东阿阿胶	A	信息披露质量高
4	东阿阿胶	A	信息披露质量高
5	东阿阿胶	A	信息披露质量高
6	东阿阿胶	A	信息披露质量高
7	东阿阿胶	A	信息披露质量高
8	东阿阿胶	A	信息披露质量高
9	东阿阿胶	A	信息披露质量高
10	东阿阿胶	A	信息披露质量高

上市公司信息披露 A 级评价

深圳证券交易所



投资者关系管理最佳实践

中国上市公司协会



2025 凤凰之星最具社会责任上市公司奖

凤凰卫视、凤凰网



“股利支付率榜单”榜首

中国上市公司协会



最具投资价值奖“金牛奖”

中国证券报



第十六届“投资者关系管理天马奖”

证券时报社



21 世纪活力·ESG 环境友好案例

21 世纪经济报道



“金骏马”最具投资价值奖

证券日报



上市公司 ESG 竞争力 TOP20

E 药经理人



青绿奖

中诚信绿金

## 企业管理与影响力奖项



全国企业管理现代化创新成果一等奖

全国企业管理现代化创新成果审定委员会

附表：华润集团 2024 年度创建世界一流企业标杆项目和标杆企业获奖名单

标杆项目获奖名单	
华润健康	打造润心党建品牌，发挥共企责任担当
华润置地	商业 REIT 发行上市
华润医药	东阿阿胶品牌重塑策略转型焕新
标杆企业获奖名单	
华润置地	沈阳万象城
华润啤酒	蚌埠工厂

2024 年度“创建世界一流企业标杆项目”

华润集团



2025 年度“行业十大领军企业”

中国经济大会组委会

## 科技创新与质量奖项



制造业单项冠军企业  
(2025年-2027年)

中华人民共和国工业和信息化部



卓越级智能工厂

中华人民共和国工业和信息化部



山东省科学技术奖二等奖

山东省人民政府



数字化转型成熟度 4 星级

数字化转型星级评估管理平台



美国临床肿瘤学会 (ASCO) 疼痛  
与症状管理领域“优异奖”

美国临床肿瘤学会 (ASCO)



2025 年度国际质量管理小  
组会议 (ICQCC) 金奖

国际质量管理小组会议



NHF 大会“年度创新企业奖”

山东省营养保健食品行业协会

## 文化与产品奖项



2025 年度“大国卓品”

双品工程品牌建设委员会



2025 艾菲大健康奖年度实  
效品牌 NO.1

大中华区艾菲奖组委会



东阿阿胶三款产品收录入  
“中国好礼”

中国国际贸易促进委员会



2025GEM 亚洲大奖 (GEMA Awards Asia)  
银奖最佳节目宣传活动 —— 《四海中医》

全球娱乐营销大奖 (GEMA)



## 2025 年亮点绩效



### 经营绩效

资产规模

**133.81** 亿元

营业收入

**67.00** 亿元

归属于上市公司股东的净利润

**17.39** 亿元



### 环境绩效

节能标准煤量

**522** 吨标准煤

可再生能源发电量

**394.87** 万千瓦时

万元产值水消耗量

**1.90** 吨 / 万元

循环水用量

**96.88** 万吨

循环水用量占比

**77.91%**





### 治理绩效



风控合规培训次数

**27**次

审计培训次数

**25**次

网络信息安全培  
训次数

**23**次

反商业贿赂及反贪污  
培训参与总人次

**5,517**人次

### 社会绩效



百万盒数产品质量投诉率

**3.89%**

产品质量管理培训次数

**57**次

客户满意度

**94.7%**

客户投诉下降率

**10%**

供应商总数

**1,630**家

供应商 ESG 培训活动次数

**56**次

研发投入金额

**33,719**万元

年度开展的科技创新项目

**173**项

截至年末标准制定总数

**102**项

截至年底累计授权专利数量

**381**项

乡村振兴投入

**438**万元

# ESG 管理体系

东阿阿胶立足“价值共识” ESG 特色体系，以“HEALTH”战略图谱为顶层指引，构建“决策—管理—执行”贯通的三级治理架构，通过深度耦合利益相关方价值诉求，将多维期望转化为战略决策的价值共识，驱动责任治理与经营业绩同频共振，全面赋能现代健康责任企业的高质量转型。

## 东阿阿胶 ESG 治理组织架构



### 决策层

#### 董事会

全面监督公司 ESG 相关工作执行情况，并适时提出指导意见等。



### 管理层

#### ESG 委员会

- 负责统筹公司 ESG 管理体系建设与提升；
- 负责督导公司 ESG 治理机制构建等工作；
- 负责公司 ESG 管理体系有关重大事项研讨与决策；
- 负责协调内外部资源，指导推动 ESG 管理价值提升；
- 研究决定公司 ESG 管理工作的其他重要事项。

#### ESG 委员会 工作小组

- 负责推进落地公司 ESG 管理体系建设；
- 负责制定完善公司 ESG 管理制度与流程；
- 负责组织 ESG 委员会会议，跟进决策执行；
- 负责制定 ESG 管理工作方案，定期跟踪落实；
- 负责审核 ESG 管理工作计划，系统组织实施；
- 负责协助完成 ESG 专题报告编制与披露；
- 参与 ESG 管理各环节工作；
- 推进落地公司 ESG 管理工作的其他重要事项。



### 执行层

#### 各职能部门

ESG 相关事宜的执行主体，根据 ESG 年度工作计划组织开展 ESG 具体工作，定期向管理层汇报 ESG 工作进展。

## ESG 战略规划

2025年9月8日，东阿阿胶正式发布“HEALTH”战略，标志着公司从传统滋补品制造企业，迈向以可持续发展为导向的现代健康责任企业。

这份里程碑式的战略规划，不仅承载着对“寿人济世”使命的坚守与延续，更是一份回应时代命题的答卷。一方面，积极回应国家“双碳”“健康中国”战略；另一方面，以责任引领高质量发展转型，兑现对消费者、投资者、合作伙伴等各利益相关方的共同承诺。通过“使命—战略—路径—保障”四层逻辑，系统绘制覆盖公司核心业务、组织能力与外部责任的战略图谱，并以“诚信治理”“多元共融”“卓越质控”“绿色运营”“责任链条”“健康使命”六大战略支柱，全面支撑公司 ESG 体系化管理的全面升级。

### “HEALTH” 战略图谱



## ESG 绩效考核

公司建立并实施了 ESG 绩效与高管薪酬挂钩的考核机制，将 ESG 管理目标纳入高管的年度业绩考评体系。考核维度涵盖合规管理、资源节约、节能减排及 EHS（环境、健康与安全）等。公司执行严格的绩效调节机制，凡在 ESG 领域出现重大不合规事项者，依规调减年度绩效评价结果及奖金权重。

通过激励与约束并举，引导管理团队强化社会责任意识，驱动公司长期可持续价值的实现。

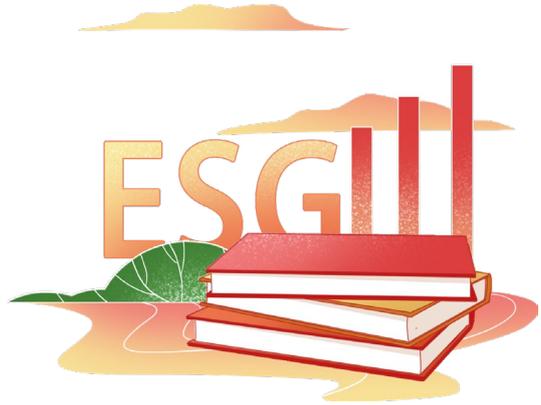
## ESG 专题培训

东阿阿胶高度重视 ESG 理念的内部内化与管理赋能，通过常态化的培训与专项会议，构建自上而下的 ESG 共识体系。

2025 年 1 月，公司召开“ESG 管理质量提升暨 2024 年度报告编制启动会”会议，深度研判全球 ESG 政策演进趋势，紧扣“东阿阿胶 ESG 管理提升策略”，统筹布局 ESG 战略规划、制度设计及指标体系优化工作。

通过此次培训，与会人员对 ESG 管理理念与业务实践有了更深刻的认识，并结合自身岗位，就公司 ESG 体系健全与落地进行了深度思考，为下一步 ESG 研究平台建设与行业标准制定打下坚实基础。

2025 年 5 月，公司举行“ESG 年度报告评估暨管理体系建设阶段总结会”。通过对标行业卓越实践，系统梳理了 2024 年度报告的实质性亮点与改进空间。会议进一步明确了各职能部门在指标落地中的主体责任，推动 ESG 实践与日常运营深度融合，为公司 ESG 战略发布及长效目标达成积蓄动能。



ESG 管理质量提升暨 2024 年度报告编制启动会

## 实质性议题分析

东阿阿胶依据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号—可持续发展报告（试行）》中“双重重要性”原则，以 2024 年实质性议题矩阵为基础，结合国家政策指引、行业发展动态、资本市场关注重点及公司战略规划，通过与 ESG 议题高相关部门的访谈等方式，广泛收集利益相关方对议题影响重要性与财务重要性的评价意见。经综合评估和优次排序议题重要性后，最终形成 2025 年实质性议题矩阵。

## 实质性议题判定过程

### 识别

参考《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号—可持续发展报告（试行）》等可持续相关信息披露文件的关键指标，结合国家政策指引、行业发展动态及公司战略规划，梳理 21 项 ESG 关键议题。

### 评估

以 2024 年实质性议题矩阵结果为基础，通过与议题高相关部门访谈，分析议题的风险、机遇和影响变化，综合评估 ESG 议题财务重要性与影响重要性。

### 确认

根据议题财务重要性与影响重要性的评估结果，形成实质性议题清单，构建双重重要性议题矩阵，并提交 ESG 委员会审核确认，确保相关议题在本报告中透明、平衡且完整地披露。

## 实质性议题结果

东阿阿胶持续完善实质性议题的识别与管理，筛选出重要性议题，指导公司有目标、有重点地推进可持续发展工作。

### 东阿阿胶 2025 年实质性议题评估结果



● 环境维度 ● 社会维度 ● 治理维度

## 利益相关方沟通

东阿阿胶根据行业特性与经营业务特点，为利益相关方搭建有效的沟通桥梁，与政府、监管部门及行业协会、股东与投资者、员工、客户、供应商或合作伙伴、媒体与社区公众等利益相关方建立常态化、高效沟通机制，识别利益相关方期望，积极回应各方诉求，为各方创造更大利益价值的同时提升 ESG 表现。



### 利益相关方

#### 政府、监管部门及行业协会

#### 股东与投资者

#### 员工

### 期望与诉求

- 响应国家战略
- 依法合规经营
- 引领行业发展
- 助力区域经济发展

- 稳健价值创造
- 保障股东权益
- 信息披露透明
- 完善公司治理

- 保障员工权益
- 提供有竞争力的薪酬福利
- 员工职业发展
- 职业健康与安全
- 员工人文关怀

### 回应方式

- 执行国家政策
- 合规运营管理
- 参与行业标准制定
- 技术创新与研发
- 履行纳税义务

- 保障股东长期收益
- 定期举办投资者交流会
- 提升信息披露质量
- 健全治理机制

- 召开职工代表大会
- 优化薪酬福利体系
- 畅通晋升渠道
- 保障员工健康安全
- 丰富员工活动



客户

供应商 / 合作伙伴

媒体

社会公众

- 产品质量与安全
- 加强客户关系管理
- 维护客户权益

- 诚信互惠合作
- 遵守商业道德
- 促进行业发展
- 促进供应链可持续发展

- 及时回应舆情
- 提供权威、透明的企业动态

- 支持公益事业
- 关注社区发展
- 保护生态环境与生物多样性

- 完善质量管理体系
- 提供个性化客户服务
- 保护客户隐私
- 客户满意度调查

- 践行责任采购
- 坚持公开透明的商业原则
- 举办供应商交流会
- 优化供应商管理体系

- 主动接受媒体采访，回应社会关切
- 通过官网、微信公众号等平台发布企业动态

- 积极参与公益事业
- 关注医疗可及性
- 投身志愿服务
- 创造就业机会
- 推动动物保护与福利

TOPIC

# 专题

## 三产融合，在传承创新中绘就中医药高质量发展图景

联合国可持续发展目标 (SDGs) 响应



东阿阿胶作为阿胶行业领军企业与中医药行业标杆，立足国家战略全局，以“守正创新，质领未来”为主线，系统实施全产业链升级工程，深度融入健康中国、乡村振兴、文化强国等国家重大部署。

公司推动中医药一二三产的协同发展，以优质原料保障强化产业支撑，创新“龙头企业+合作社+农户”协作模式，带动乡村产业集群式发展；以科研突破与数字化转型引领产业升级，打造“阿胶+”大健康生态体系，满足全民健康需求；以文化体验弘扬中医药精髓，推动中医药文化创造性转化，助力中医药文化走向世界；公司恪守“守正”之道，力行“创新”之举，为中医药产业高质量发展开辟出一条服务国家战略、彰显民族担当的特色实践路径。

### 一产 筑牢产业根基，深度融入国家战略布局

东阿阿胶以“科技赋能、全链协同、开放共生”为核心理念，构建“科技驱动、东西协同、内外联动”的产业发展新格局。通过“一企链多地”的模式，公司在国内推动中医药产业与区域资源禀赋深度融合，在国际沿“一带一路”拓展布局，输出毛驴养殖技术标准，实现原料国际化供给与产品全球化流通。这不仅筑牢了产业根基，厚植了发展优势，更为县域经济升级、区域均衡发展及中医药国际化提供了可复制的“东阿方案”。

#### 平台引领

2025年，东阿阿胶落地战略级平台，构建“荒漠化治理+特色产业”双轮驱动平台体系，挂牌成立阿拉善百万亩苻蓉共建基地，举办生态合作伙伴大会、上市公司 ESG 生态与可持续发展论坛，共同探讨 ESG 生态与可持续发展的前沿理论与实践路径，为荒漠化治理提供“产业反哺生态”的中医药方案；承办第十届（2025）驴业发展大会，以“创新赋能兴驴业，消费引领新发展”为主题，共商驴产业全链条升级路径，为推动产业转型与服务乡村振兴注入新动能。



阿拉善生态合作伙伴大会



上市公司 ESG 生态与可持续发展论坛

## 案例 东阿阿胶承办的第十届（2025）驴业发展大会顺利召开

2025年9月，由中国畜牧业协会主办，中国畜牧业协会驴业分会、东阿阿胶股份有限公司与保定驴肉火烧联盟共同承办的第十届（2025）驴业发展大会召开。本次大会以“创新赋能兴驴业，消费引领新发展”为主题，全面贯彻落实我国驴产业发展方针政策和工作措施，大力推介我国驴产业发展的成就、经验和模式，搭建了政府引导、科研支撑、产业联动的全国性高端交流平台。与会各方共商驴产业高质量发展大计，为驴业转型升级与乡村振兴战略实施贡献智慧和方案。



第十届（2025）驴业发展大会

## 区域协同

公司将产业发展深度融入国家区域协调发展战略与乡村振兴战略，积极响应京津冀协同发展、助力东北振兴、服务西部开发，既将资源优势转化为产业优势，又通过产业转移项目促进区域协调发展。



### 京津冀协同发展

重启内蒙古敖汉、左旗两大基地建设，敖汉基地致力于打造蒙东最大扩繁场，巴林左旗基地规划为最大周转育肥场，两基地年底总存栏预计达1,200头，构建起“种植+养殖”协同生态，持续为北方生态屏障巩固与乡村振兴提供产业支撑。



### 东北振兴

联动吉林、辽宁两省，围绕梅花鹿与毛驴两大特色资源布局规模化原料基地。在梅花鹿产业中，与西丰县共建进出口与冷链基地；东丰县深加工项目竣工，实现鹿茸粉、传统“炸茸”等本土化生产，稳定优质鹿茸原料供应。在毛驴养殖上，以吉林东辽县为核心，采用“双龙头+村集体+农户”模式，实现毛驴净增长2,000头，并优先向当地农户供应优质种源，探索保护价收购机制，切实保障农户收益，带动地方养殖业扩模增效。



### 西部开发

立足新疆，构建向西开放特色产业辐射走廊。成立新疆伊犁驴产业公司，以活驴进口业务、毛驴示范养殖、屠宰加工为核心，逐步建立全产业链协同发展的现代化产业体系；建设东阿阿胶和田工厂，标志着产业援疆迈入长效共建新阶段，业务覆盖红枣、核桃仁、玫瑰花、肉苁蓉、驴产业及维药等多类特色资源；联合高校与科研机构，推动“和田大枣”向全国性、国际性品牌转型，深化玫瑰花从食品到药品的全链路开发。

## 标准引领

东阿阿胶积极发挥央企主体支撑和融通带动作用，构建驴产业全链条创新体系，建立世界唯一的黑毛驴繁育中心，形成高效健康养殖技术体系，并主导推动国际驴产业研究院建设，推动中医药原料产业科技化、标准化水平持续提升。



科技赋能产业升级，通过获批省级研发项目、创新“政企保”合作模式及发布全流程技术标准，推动驴产业纳入国家战略框架；



拓展价值链深度，通过专利布局与技术壁垒构建，巩固产业话语权，确保阿胶原料的道地性与供应链稳定性；



通过“育种—标准—技术—模式”四位一体布局，建成全球首个驴产业全链条标准化体系，源头保障中医药产业链安全。为推动中医药高质量发展、服务国家中医药振兴战略，贡献了可复制、可推广的“东阿模式”与产业智慧。

## 布局全球

东阿阿胶以共建“一带一路”倡议为战略引领，系统推进原料供应链全球化布局，构建起“资源开发—技术赋能—价值共享”的循环发展体系，将传统“单一采购”模式升级为“海外基地建设+本土化产业培育”的双向循环模式，同时，以技术输出与标准共建推动沿线国家特色资源产业化转型。

### 案例 东阿阿胶促进全球驴产业高质量发展，拓展“一带一路”沿线资源协同

2025年3月，东阿阿胶召开中国—巴基斯坦驴产业合作交流会，助力巴基斯坦驴产业现代化转型，促进全球驴产业高质量发展。会上，公司与巴基斯坦、中亚非经贸合作促进办公室签订《巴基斯坦毛驴产业化发展项目合作备忘录》，促进驴产业转化为带动当地经济社会发展的先进生产力。同年6月，东阿阿胶受邀参与中国重点合作伙伴签约仪式，与新西兰鹿业局签署合作备忘录，推动鹿茸药材国际准入，拓展“一带一路”沿线资源协同。



新西兰鹿业局与东阿阿胶战略合作签约仪式



巴基斯坦毛驴产业化发展项目谅解备忘录签约仪式

## 二产 聚焦健康需求，全面提升中医药产业链现代化水平

东阿阿胶以科技创新为引领，践行“健康中国”使命、响应“制造强国”号召，系统推进关键技术攻关、智能制造升级与产品生态构建，在全面提升产业链现代化水平的同时，切实筑牢中药产业高质量发展的坚实支柱。

### 关键技术攻关

2025年，公司设立双院士工作站、共建研究院及创新联盟，构建多层次产学研平台；聚力攻克关键科学问题，首次发现道地阿胶补血活性肽并建立检测方法、揭示东阿水提升功效机理，创新构建三位一体质控体系，并为药典标准提升提供支撑；进行临床价值循证与疗效拓展工作，包括创新建立驴骨胶原掺假专属检测方法，构筑行业技术壁垒，首次证实阿胶干预肌少症的作用机制等，系统提升中医药理论、质控与临床价值。



驴全产业链创新研究院



东阿阿胶复方阿胶浆治疗癌因性疲乏研究项目启动仪式

### 智能制造升级

东阿阿胶在生产制造中以“灯塔工厂”标准自我加压，系统推动制造体系向绿色、智能、安全方向升级，持续夯实中药战略物资的稳供保供能力。

2025年，公司首创“6类分级+加碱泡皮+三相离心”组合工艺，形成可复制的中药原料安全储备“东阿方案”；建成国内首条胶类“灯塔筑基”示范线，通过在线AI声呐密度/PH/固形物检测，使得质量放行时间由48h缩至2h；积极践行“央地共建、产业协同”模式，将生产布局主动融入国家区域协调发展战略，与吉林、辽宁、内蒙古、宁夏等地共建梅花鹿、肉苁蓉、枸杞等道地药材基地，持续提升中医药生产能力，构建绿色安全的现代化生产体系。

### 产品生态构建

公司以服务“健康中国”战略为引领，围绕消费需求持续推动产品创新与品类拓展，逐步构建起覆盖传统滋补、健康零食与新中式滋补赛道的立体化产品矩阵，实现从单一产品到多元健康解决方案的价值跨越。

## 三产 弘扬文化自信，推动中医药国际化与文化软实力建设

东阿阿胶积极响应国家“文化强国”与“一带一路”倡议，扎实推进中医药文化体验创新、品牌塑造与国际化传播，着力打造中医药文化传承与产业发展的综合平台，持续增强中医药文化影响力和品牌国际竞争力，助力国家文化自信建设。

### 场景深耕，构建文化体验新范式

公司以服务国家“文化强国”与“文旅融合”战略为指引，深耕中医药文化场景化创新，构建“活态传承、文旅融合、产业协同”三位一体的文化体验新范式。公司立足国家级非物质文化遗产活态传承，连续 17 届举办冬至东阿阿胶滋补节，大力弘扬“冬令养藏，顺时进补”的中华养生智慧；首创“天下大和、贞观盛世、典籍里的阿胶”等文化演艺，筑牢文化自信根基。



冬至东阿阿胶滋补节活动

公司打造工业旅游新格局，构建“四园四馆”工业旅游框架，融合中医药文化展示、研学、康养等功能，在东阿中医药文化旅游区建立中医药研学大课堂，开发 30 余项研学课程；丰富中医诊疗、药膳食疗等体验业态，推出文创产品百余款；高质量举办“山东省中医药文化旅游体验周、第一届非遗健康生活大会”等文旅活动 20 余场，成功将中医药健康养生理念渗透到全年龄段游客群体，引领全民养生新风尚。此外，公司全力创建国家级 5A 景区，以文化赋能产业升级，为中医药文化创造性转化、创新性发展提供了可复制的“东阿样本”。



东阿阿胶举办山东省中医药文化旅游体验周



香港青年赴东阿阿胶研学活动

### 文化赋能，塑造中医药价值认同新标杆

东阿阿胶紧扣国家“健康中国”战略与“文化自信提升”重大部署，将品牌建设作为传承中医药文化、服务国民健康的核心抓手，通过价值升级、文化破圈实现品牌跃迁。



### 价值跃迁

公司构建“一超多强”品牌矩阵，推出“遇元气”“参山见”“壮本”三大新品牌切入健康零食与新滋补赛道，精准覆盖全人群消费场景；“皇家围场 1619”品牌通过重庆大健康博览会、北京央地合作推介会等重要平台持续亮相。



### 文化破圈

公司主动创新表达方式，打造全国首档青春中医药文化节目《少年中医说》，以“国潮+科技+故事化”创新解构传统文化，总曝光超 50 亿次，带动品牌年轻用户占比提升，推动“东阿阿胶”从滋补产品升维为文化符号。



## 扬帆出海，构建国际传播新格局

东阿阿胶积极服务共建“一带一路”倡议与“中医药国际化”战略，以港澳为桥头堡，开展中医药文化国际传播与品牌全球化实践。

公司强化战略支点建设，2025 年，公司于香港设立全资子公司——东阿阿胶国际有限公司，打造首家集品牌展示、产品销售、“锦上花”茶饮体验及沉浸式文化互动于一体的海外品牌旗舰店——东阿阿胶香港滋补生活旗舰店，构建中医药生活方式的国际展示窗口，为中医药文化“出海”提供实体支撑。

在文化传播上，公司通过“品牌活动+高规格展会”双轮驱动，在香港举办“滋补国宝胶润香港”品牌展等 10 场主题活动，参与广交会、雅加达博览会等 7 场国际展会，深化港澳市场文化认同；联合凤凰卫视推出全球

首部中医药文化纪录片《四海中医》，历时 12 个国家及地区实地探访，记录中医药在海外创新实践与文化融合故事，节目获得海外总曝光超 21.5 亿次，成为中医药文化国际传播的标杆案例，为全球健康治理贡献中国智慧。

公司实施“一国一策”本地化战略，聚焦东南亚，针对印尼、越南等“一带一路”国家登革热辅助治疗、肿瘤康复调养等健康需求，开展学术交流与公众教育，推动中医药融入本地健康体系；拓展北美、韩国、澳大利亚及中国台湾等市场，通过产品适配、文化共鸣与健康服务创新，促进中医药文化全球传播与认同，助力中医药文化从“走出去”迈向“走进来”。



东阿阿胶香港滋补生活旗舰店



公司参与国际展会



公司推出全球首部中医药文化纪录片《四海中医》

联合国可持续发展目标 (SDGs) 响应

5



8



9



10



16



17



## 诚信治理 固本培元

东阿阿胶以诚信为本、治理为纲，将战略定力、规范运作、红色引擎、合规底线、投关真诚、数智锐意融于一体，从服务国家大局到淬炼卓越董事会，从厚植廉洁沃土到携手价值共享，从自主创新到产业跃升，以固本培元之智，筑牢基业长青之基。

风控合规培训次数

27 次

审计培训次数

25 次

网络信息安全培训次数

23 次

网络安全事件发生次数

0 次



# 战略引领

东阿阿胶保持战略定力，与时代洞察同频共振，以使命引领锚定发展航向，立足中医药禀赋，统筹传承与创新、深耕与拓界，在服务全民健康中厚植产业根基，于融入国家大局中擘画长远图景，以稳健而进取的姿态迈向基业长青。

## 战略规划

公司以“1238”战略为统领，勇担中医药文化传承创新使命，锚定“成为大众信赖的滋补健康引领者”愿景，通过药品与健康消费品双轮驱动、一二三产融合发展相互赋能，依托八大能力体系支撑战略落地，系统推进品牌升级、全渠道营销、研发创新与资本运作，驱动企业迈向高质量发展新阶段。

2025 年，公司紧扣“十四五”战略收官与“十五五”战略谋篇，围绕“1238”战略主线开展多轮深入研讨，结合内外部环境变化动态优化战略路径，以科学的战略检视与前瞻布局引领企业持续增长。

### 东阿阿胶“1238”战略框架



# 服务国家战略

公司积极响应国家发展战略，以“守正创新”为主线，深度融入乡村振兴、区域协调、健康中国、文化强国及“一带一路”建设，通过产业链深耕、科技赋能、文化出海，在道地产区带动百万农户增收，以智能制造筑牢中药工业根基，以创新产品回应全民健康需求，以多元传播提升中医药文化国际影响力，为国家战略落地贡献了“东阿方案”。

## 服务国家战略

### 京津冀协同发展

重启内蒙古敖汉、巴林左旗基地建设，构建“种植+养殖”协同生态，巩固北方生态屏障，以产业协作服务区域协调发展。

### 西部大开发及“一带一路”

立足新疆布局毛驴养殖、红枣加工及维药开发，和田工厂建成投产；沿“一带一路”深化巴基斯坦驴产业合作，与新西兰鹿业局签署合作备忘录，实现技术输出与资源协同。

### 支持港澳融入国家发展大局

设立香港全资子公司，于铜锣湾打造海外品牌旗舰店，构建中医药文化国际展示窗口，以港澳为桥头堡推动中医药全球化。

### 东北振兴

联动吉辽两省，在西丰共建鹿茸冷链基地，东丰鹿茸深加工项目竣工；以“双龙头+村集体+农户”模式带动毛驴养殖扩模增效，助力东北特色产业振兴。

### 生态文明建设

坚守绿色发展理念，挂牌阿拉善百万亩苻蓉共建基地，探索“荒漠化治理+特色产业”双轮驱动模式；首创低碳炼胶工艺，入选国家级绿色供应链管理企业，实现经济效益与生态效益双赢。

# 规范治理

东阿阿胶公司以法律法规为准绳，持续完善权责透明、协调运转、有效制衡的现代企业治理体系，持续推进治理结构优化，董事会高效运作、多元专业，经营层执行有力，薪酬激励与战略目标深度绑定，以卓越治理为基业长青筑牢根基。

## 治理架构

公司致力于完善治理体系建设，遵循现代企业制度要求，严格按照法律法规及相关规范性文件要求运作，构建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。

2025 年，公司严格遵循《公司法》《上市公司章程指引》等配套监管要求，将“股东大会”规范调整为“股东会”，并顺利完成以取消监事会为核心内容的治理结构优化改革，由董事会审计委员会承接监事会职能，通过精简治理层级、强化董事会监督职能，持续完善公司治理体系，显著提升治理运行效能，为公司高质量发展提供坚实制度保障。

东阿阿胶治理架构图



## 规范运作

### ☀ 董事会有效性

公司坚守董事会“定战略、作决策、防风险”的核心职责定位，以《董事会议事规则》《董事会授权管理制度》等配套制度为保障，推动董事会职权规范落地、高效运行。公司构建了股东会对董事会年度工作报告的常态化审议机制，保障股东知情权与监督权。同时，公司充分支持独立董事依法履职，持续优化专门委员会运作机制，确保决策科学、制衡有效。2025 年，公司获评中国上市公司协会“年度上市公司董事会最佳实践案例”，治理效能与专业水准获得行业权威认可。



东阿阿胶获评中国上市公司协会  
“年度上市公司董事会最佳实践案例”

## ☀ 董事会下设委员会

董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会四个专门委员会，各委员会自设立以来均充分发挥专业优势，秉持勤勉尽责的原则，按照相关法律法规、规范性文件及各自议事规则的有关规定开展相关工作。

### 东阿阿胶董事会下设委员会情况

#### 战略委员会

公司董事会下设战略委员会，主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。公司战略委员会由 5 名董事组成，主任委员由董事长担任，其他包括 1 名独立董事、2 名外部非独立董事、1 名执行事务董事。

#### 提名委员会

公司董事会下设提名委员会，主要负责对公司董事、高级管理人员的人选、选择标准和程序进行讨论并提出建议。公司提名委员会由 5 名董事组成，包括 3 名独立董事、1 名外部非独立董事、1 名执行事务董事。主任委员由独立董事担任。

#### 审计委员会

公司董事会下设审计委员会，主要负责公司内外部审计的沟通、监督和核查工作。公司审计委员会由 5 名董事组成，包括 3 名独立董事、1 名外部非独立董事、1 名职工代表董事。主任委员由独立董事担任。

#### 薪酬与考核委员会

公司董事会下设薪酬与考核委员会，主要负责制定公司董事及高级管理人员的考核标准并进行考核，负责制定、审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案。公司薪酬与考核委员会委员由 5 名董事组成，包括 3 名独立董事，2 名外部非独立董事，主任委员由独立董事担任。

## ☀ 董事会多元化

公司依据《公司章程》明确董事会多元化治理原则，董事会组成确保外部董事占多数，以保障专业经验多元与能力结构互补。公司秉持公平公正原则制定多元化甄选政策，持续吸纳具备不同行业背景、专业领域及管理经验的优秀人才充实董事会，不断优化成员构成，有效提升了决策的科学性与前瞻性，为公司规范治理与高质量发展提供坚实的组织保障。

截至 2025 年末



董事会由 **9** 名成员构成

其中女性董事 **3** 名，占比 **33.33%**

独立董事 **3** 名，占比 **33.33%**

职工代表董事 **1** 名

报告期内



召开  
**12**次董事会会议

审议  
**54**项议案

## 东阿阿胶董事会治理绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
董事会会议召开次数	次	12	9
战略委员会会议次数	次	3	1
审计委员会会议次数	次	7	5
薪酬与考核委员会会议次数	次	7	5
提名委员会会议次数	次	4	4
董事会成员出席率	%	100	100
董事会审议议案数目	项	54	53

## 东阿阿胶董事会成员名单

姓名	性别	年龄	职位	行业经验
程杰	男	47	董事长	管理
孙金妮	女	42	董事、总裁	管理
丁红岩	男	55	董事、副总裁、财务总监、董事会秘书	管理
文光伟	男	62	独立董事	风险管理
果德安	男	63	独立董事	中药行业经验
程翔林	男	63	独立董事	中药行业经验
徐培清	男	54	董事	管理
王毅飞	女	45	董事	管理
任兔兔	女	50	职工代表董事	管理

## 经营层

公司不断优化经营管理层运作机制，保障管理层依法履职的权力，确保经营层“谋经营、抓落实、强管理”作用的有效发挥，持续强化经营运行水平。

截至 2025 年末



公司经理层共有人员 **8** 名，专业背景涉及管理、财务等领域

## 薪酬管理

### 高管薪酬

公司坚持公平、透明、激励导向的薪酬管理原则，构建与战略目标相匹配的薪酬管理体系，并严格执行薪酬表决策政策，确保高管薪酬的公开、公正、透明。在此基础上，公司制定《经理层成员薪酬管理办法》《经理层成员薪酬分配方案》，两项制度均经公司董事会审议通过后依法披露。

### 股权激励

公司通过了《董事、监事和高级管理人员持股及变动管理制度》及第一期限限制性股票激励计划，制定了包含持股取得、限售期安排、解除限售条件等内容的合规持股准则与股权保留政策，既实现利益绑定，又保障持股行为规范有序。

公司第一期限限制性股票激励计划授予总裁 2.3763 万股股票，按照 2025 年 12 月 31 日收盘价 49.08 元 / 股计算，总裁持有的股票价值为 116.6288 万元，低于 5 倍工资，保障了股权激励的适度性与合规性。

### 薪酬追索机制

根据《东阿阿胶股份有限公司经理层成员薪酬管理办法》，公司建立了严格的问责与薪酬挂钩机制。若经理层成员因严重违反公司章程制度导致管理失控并造成重大损失，或发生重大安全、质量、环保责任事故，以及发生严重损害公司形象与声誉的事件，公司将根据责任界定，扣除其部分或全部任期激励。同时，相关责任人需依据法律法规及公司制度承担相应的经济与法律责任。

## 党建赋能

东阿阿胶坚持以高质量党建引领高质量发展，将党的政治优势、组织优势深度转化为企业创新优势与发展优势，以“初心岐黄 淬炼胶香”党建品牌为统领，推动政治建设与公司治理有机融合、思想铸魂与队伍建设同向发力、组织覆盖与业务攻坚一体推进，以红色引擎驱动中医药文化传承创新，为企业行稳致远注入澎湃动能。

## 政治建设

公司着力强化党建工作的政治统领，坚持用党的创新理论武装头脑、指导实践、推动工作，将党的领导通过制度规定融入公司治理各环节，实现党建与公司发展相互促进，持续推动党建重要工作扎实有效开展。

公司制定《党委领导班子民主生活会制度》《党委落实意识形态责任制实施办法》等制度，促进党的领导融入公司治理制度化、规范化、程序化，明确党委把方向、管大局、保落实的领导作用，实现重大事项党委前置审议，充分发挥党的核心领导作用，确保党的领导全面融入企业重大决策，持续强化管党治党主体责任。

2025 年，公司共召开党委会 33 次，研究审议党建及经营管理决策事项 260 项，推动党的政治优势、组织优势转化为企业的创新优势和发展优势。

### 东阿阿胶党委会绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
党委会会议召开次数	次	33	31
党委会审议案数目	项	260	279

公司持续夯实基层党组织建设，做强意识形态主阵地，不断完善基层党建制度体系，壮大党员队伍，推动基层党建工作规范化、科学化，形成齐抓共管良好局面。

截至 2025 年末



党支部

**27** 个

党员

**576** 人

### 东阿阿胶党委组织架构图



保健品生产线党支部荣获华润集团先进基层党组织称号

### 东阿阿胶党组织建设绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
党总支数量	个	0	3
党支部数量	个	27	25
党员人数	人	576	498

## 思想建设

公司高度重视党建“红色教育”工作，强化思想理论武装，坚持思想“铸魂”，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，持续创新组织生活方式，用好“三会一课”、主题党日等载体，开展“书记讲党课”“砺剑先锋”培训班等活动，不断提升运用党的创新理论武装头脑、指导实践、推动工作的能力，切实做到以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干。

### 案例 东阿阿胶举办党支部书记“砺剑先锋”培训暨党务骨干培训班

2025 年 9 月，公司在井冈山干部学院举办党支部书记“砺剑先锋”培训暨党务骨干培训班。本次培训以重温伟大井冈山精神为主线，通过专题教学、现场体验与研讨交流相结合的方式，系统提升党务干部的政治素养与履职能力。参训学员在革命圣地淬炼初心、汲取力量，进一步坚定了理想信念、强化了责任担当。此次培训是公司深化党员干部党性教育的重要实践，为锻造高素质专业化党务队伍、以高质量党建引领高质量发展注入了红色动能。



东阿阿胶党支部书记“砺剑先锋”培训暨党务骨干培训班

## 文化建设

公司积极开展多样化党建活动，通过主题党日、参观爱国主义教育基地等活动，多载体多形式学习党的二十大精神，营造浓厚学习氛围，激励公司广大党员爱党、爱国，切实将学习成果凝聚为推动公司高质量发展的强大动力。

### 东阿阿胶党建主题活动绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
党建主题活动总次数	次	180+	150+
党建主题活动总时长	小时	500+	300+
党建主题活动参与总人次	人次	2,000+	1,500+



举办全省劳模工匠示范宣讲活动



在井冈山华润希望小镇开展“传承红色基因 践行华润精神”

主题党日活动



开展加入华润集团 20 周年系列活动，激励广大党员职工传承红色基因、践行华润精神



为纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年，  
组织开展“慰问抗战老兵”主题党日活动



组织党支部书记及党务骨干参观三湾改编旧址群及纪念馆

# 党建品牌

2025 年，公司继续构建“党建 + 中医药文化”体系，以“初心岐黄 淬炼胶香”党建品牌建设为着力点，积极探索新时代党建新路径，实现党建文化与企业使命的紧密结合，推动党建与中医药文化创新传承的互融互促，持续做优品牌培育工作，让党建工作更加喜闻乐见、生动活泼。

## 东阿阿胶“初心岐黄 淬炼胶香”党建品牌



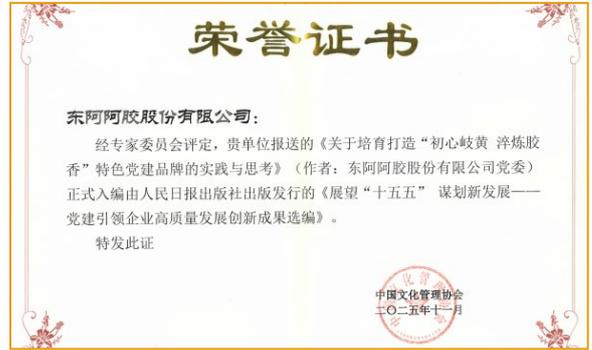
公司持续以高质量党建为核心，深入推进党建与经营“双融双促”，围绕“初心岐黄 淬炼胶香”党建主品牌，各党支部融合主责主业打造相应的党建子品牌，进一步发挥党建品牌的号召力和影响力，强化党建引领业务的作用，推动公司发展与党建工作的互促共赢，打造党建文化与产业的“双轮驱动”。

## 东阿阿胶“初心岐黄 淬炼胶香”党建子品牌





“初心岐黄 淬炼胶香”党建品牌案例荣获全国职工三创大赛管理创效成果一等奖



《“初心岐黄 淬炼胶香”党建品牌和中医药文化建设融合发展的研究》荣获中国企业文化研究会 2025 年度课题一等成果

### 多维发力，提高党建品牌知名度

公司聚焦权威平台重磅发声，在《国企管理》刊发《初心岐黄 淬炼胶香——打造特色党建品牌的报告》，在《国企》杂志刊发《注重“五个坚持”锻造坚强领导集体》。《“初心岐黄 淬炼胶香”党建品牌和中医药文化建设融合发展的研究》荣获中国企业文化研究会 2025 年度课题一等成果。《东阿阿胶党委培育打造“初心岐黄 淬炼胶香”特色党建品牌的实践与思考》，编入由人民日报出版社出版发行的《展望“十五五”谋划新发展——党建引领企业高质量发展创新成果选编》，同时被列为中国华润党建政研会 2025 年度立项课题。



持续发声 提高党建品牌影响力

### 场景打造，营造浓厚党建品牌氛围

公司协助阿拉善苻蓉集团、丽山研发中心办公区、鲁商国奥城滋补生活事业部办公区、和田公司、文旅事业部等打造“初心岐黄 淬炼胶香”党员活动室，增强党建工作的阵地支撑与组织凝聚力。在办公大楼、阿胶世界、东阿阿胶城等地设置党建宣传展板、悬挂“党员示范岗”“红旗窗口”，让党建文化、“先进”和“优秀”变得看得见、摸得着。



党建品牌场景化打造

## 党建与业务深度融合

公司积极将党旗插到研发一线、生产一线和市场拓展前沿，促进党建与业务深度融合，落实党支部书记“一岗双责”，设立“党员突击队”，在关键技术攻关、市场拓展和履行社会责任等方面充分发挥党员的先锋模范作用，实现了党建工作与业务发展的有机结合。

同时，公司持续探索创新党建共建形式，不断加强基层党组织联系，深化区域联动机制，开展上下游党建共建，促进产业链协同发展，构建校企合作新模式，通过共享优势资源，实现互联互动与发展共谋。

### 案例 东阿阿胶深化党建共建与先锋引领 激发基层党建新活力

2025 年，公司广泛开展“我为群众办实事”“先锋引领”等活动，组建 60 支党员突击队、划分 70 余个责任区、设置 100 余个党员示范岗，引导党员在技术攻关、重点项目建设、降本增效、2025 年度“公司十大必赢之仗”等工作中当先锋、作表率。推动内外部协同，开展 30 余场内外部结对共建，促进党建联建、资源共享、优势互补。



“我为群众办实事”“先锋引领”系列活动

此外，公司开展“两优一先”评选活动，保健品生产线党支部荣获“中国华润先进基层党组织”称号，保健品生产线党支部、复方阿胶浆生产线党支部荣获华润医药“先进基层党组织”，9 名党员荣获华润医药“优秀共产党员”，2 名党员荣获华润医药“优秀党务工作者”，以典型示范激发基层党组织活力。



“两优一先”评选活动

# 合规管理

东阿阿胶坚持依法合规经营底线，构建以“大合规体系”为统领的风险、内控、审计一体化管理架构，通过完善制度流程、建强三道防线、深化协同机制，推动合规要求融入业务、嵌入岗位、落到一线，以法治筑牢根基，以监督护航发展，持续提升依法治理能力与商业道德水平，为公司行稳致远提供坚实保障。

## 大合规体系

公司致力于建设与世界一流企业相匹配的依法合规经营能力，推动构建国资大合规体系，整体架构包含“组织体系、制度体系、运行机制、保障机制”。

### 大合规体系



## 组织架构

公司梳理现有合规管理、全面风险管理、内部控制管理体系各要素，甄别强协同事项，分析体系间管理要素协同融合的可行性，最终形成一个组织、一套机制、一套成果、一个流程和一个保障体系。

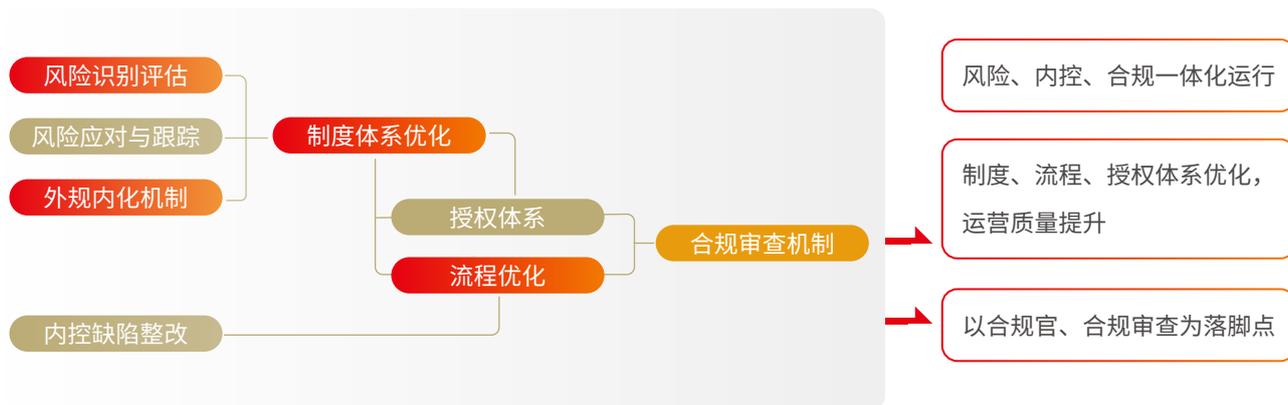
## 制度体系

公司构建以《合规管理制度》为统领、覆盖重点领域的三级合规制度体系。2025 年，公司修订发布一级制度《合规管理制度》，同步完善《网络直播营销管理办法（试行）》等二级制度，并配套《大合规风险处置管理细则》《数据合规管理细则》等三级指引，确保合规管理有章可循、动态优化。

## 协同机制

公司按照国资委及《中央企业合规管理办法》规定，切实落地“三道防线”建设，探索构建东阿阿胶特色业务合规官管理体系，实行合规风控一体化运行机制，协同纪委、审计、人力、运营及财务部门，建立大合规协同机制，逐步推进大合规监督体系建设。

### 合规风控一体化运行机制



## 风险管理

### 体系夯实

公司持续深化“风险、内控、合规”一体化管理，以风险为导向、内控为载体、合规为底线，集约管理资源、协同管理力量。2025 年，公司开展“重铸权责管理体系、制度流程双优化”项目，全面梳理制度架构、优化关键业务流程、嵌入风控节点，推动风险管理由被动应对向主动预防转型。

## ☀ 监测机制

公司建立风险库动态更新机制，每年组织开展年度风险识别与评估，结合内外部环境变化精确定位风险层级与发展趋势，按季度开展重大风险跟踪监测，编制重大风险监测报告，研判风险变化态势，确保风险可控、在控，健全重大经营风险事件报告机制，明确响应流程与部门职责，实现风险的闭环管理。

## ☀ 专项治理

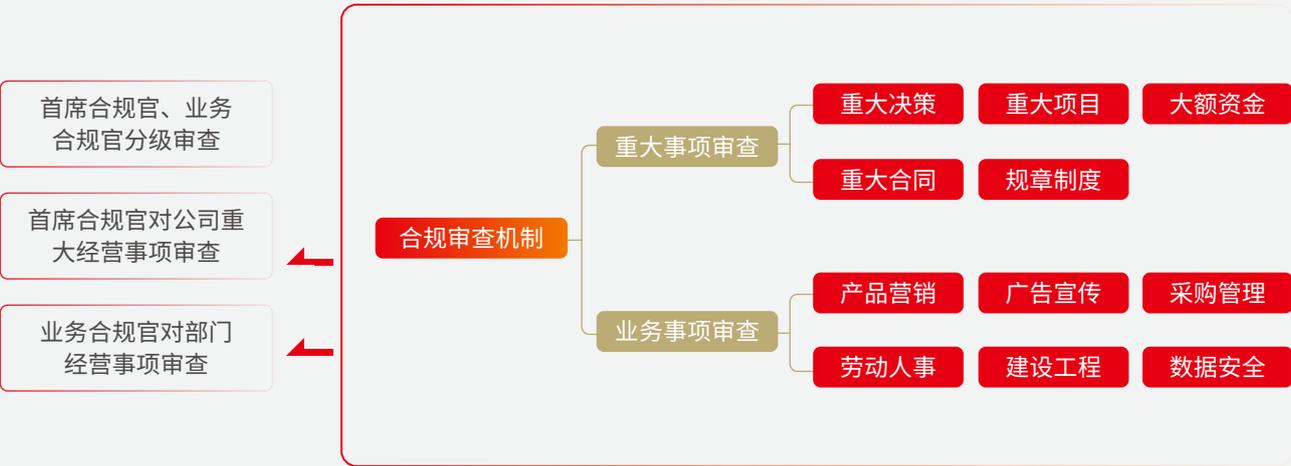
围绕反垄断、广告宣传、反商业贿赂、利益冲突等重点领域，公司开展专项合规风险评估与治理，推进项目成果转化落地。同时，基于风险管理和外规内化视角，持续修订完善制度流程，强化源头治理与执行刚性。2025年，公司重大风险事件零发生，整体风险态势平稳可控。

# 合规管理

## ☀ 合规审查

公司持续优化合规审查流程，实行首席合规官、业务合规官分级审查机制，对规章制度、经济合同、重要决策实施100%合规审查，通过业务合规官机制将合规审查嵌入广告宣传、招标采购等重点领域业务流程，实现风险由事后处置向事前预防、事中控制延伸，确保合规要求真正融入经营管理一线。

合规审查机制



### 2025 年重点领域合规审查举措

#### 制度合规审查

在制度发布前的会审环节，明确了由各部门业务合规官及法律合规部各条线人员前置会审环节。

#### 重要决策审核

由公司总法律顾问、首席合规官列席党委会、经理办公室等发表法律意见。

#### 经济合同审查

公司统一建立了“智慧合同管理系统”，公司总部及分子公司的合同均通过智慧合同系统发起审核。

#### 重点领域管理

通过业务合规官嵌入业务流程开展合规性审查，目前业务合规官已嵌入“广告宣传、反商业贿赂、反垄断、招标采购”等领域合规审查。

## 合规培训

公司持续厚植合规文化，致力于将合规理念融入企业运营的各个环节。2025 年，公司围绕合同管理、广告宣传、防止利益冲突、招标采购等重点专题，组织开展合规培训 27 场次，参训 2,000 余人次，制作合规期刊 24 期。通过举办业务合规官训练营、开展专项合规宣贯等方式，实现各层级全覆盖，全员合规意识与履职能力显著提升。

### 东阿阿胶风控合规培训绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
风控合规培训次数	次	27	20
风控合规培训参与总人次	人次	2,000+	1,200
风控合规培训时长	小时	54	40



东阿阿胶 2025 年合规培训活动

# 内部审计

## ☀ 制度体系

公司构建了以《内部审计管理制度》为统领、覆盖审计全流程的分级制度体系，涵盖经济责任审计、营运管理审计、审计质量控制、审计整改管理、基建工程审计监督、违规经营投资责任追究等重点领域。

2025年，公司聚焦追责体系，新增《违规经营投资问题和线索移交办理工作细则》《违规经营投资责任约谈工作细则》等三级制度，同步修订《内部审计管理制度》《基建工程全过程审计监督实施细则》，推动审计制度体系动态优化，确保各项工作有章可循。

## ☀ 审计规划

公司持续健全党委、董事会领导下的内部审计领导体制，加强公司党委对审计重要事项的顶层谋划和前置研究，落实习近平总书记提出的“如臂使指、如影随形、如雷贯耳”审计工作要求，围绕公司“1238”战略规划，制定《审计工作中长期规划》，持续深化审计监督效能。

### 审计工作中长期规划



## ☀️ 审计项目

公司紧扣“增长·突破”年度管理主题，聚焦营销、采购、工程建设等重点领域精准投放审计资源。在营销审计方面，以医疗事业部、OTC 事业部运营管理审计项目为主线，延伸审查服务供应商资质、业务真实性及客户不当利益输送风险，筑牢负责任营销防线。2025 年，公司报批立项审计项目 6 个，实际完成 7 个，项目计划完成率达 117%，累计发现问题 73 项，提出审计建议 88 条，通过审计监督与价值服务的双向发力，推动重点领域管理规范与风险防范水平持续提升。

### 东阿阿胶内部审计绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
专项审计数目	项	7	9
专项审计发现问题数量	个	73	107
问题整改率	%	100	100

## ☀️ 审计培训

公司持续构建“外部赋能 + 内部转化”的审计人才培养体系，2025 年共组织内外部培训 25 场次、累计参训 268 人次。外部培训依托华润集团“空中课堂”、集团数据分析专班、市内审协会及华润医药专项平台，系统学习审计政策前沿、非现场审计建模及案例实务；内部培训聚焦法治合规、费用报销、纪审数智化等专题开展转训与贯宣。通过内外联动、以训促学，审计人员数字化思维与专业履职能力显著增强，团队整体胜任力持续优化。

### 东阿阿胶审计培训绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
审计培训次数	次	25	62
审计培训时长	小时	196	463
审计培训参与人次	人次	268	513



聊城内审协会培训



华润集团“空中课堂”培训

## 商业道德

### 治理

#### 商业道德体系

公司严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国招标投标法》等法律法规，构建以法律合规部为统筹、业务合规官为触角的商业道德治理架构。

公司制定《合规管理制度》《反垄断管理办法》《反垄断合规指引》《广告管理办法》《商业秘密管理办法》及《营销领域反商业贿赂合规指引》等专项制度，并完成《东阿阿胶全员合规行为准则》发布及全员签署，将反贪腐、反垄断、反不正当竞争、商业秘密保护等要求嵌入全员行为准则与业务流程。

2025年，公司推动核心合作伙伴完成《华润集团商业行为守则》签署，形成覆盖内部员工与外部伙伴的商业道德制度网络与责任体系。

#### 反贪腐体系

公司在商业道德合规体系之外，专设由公司纪委主导的专职反贪腐监督执纪体系，形成“合规防线”与“纪律红线”双轨并行、协同发力的治理格局，成立“大监督”体系工作领导小组。领导小组由党委书记任组长、纪委书记任副组长，管理团队成员及相关部门主要负责人为组员，统一领导决策、统筹协调“大监督”工作。

该体系覆盖选人用人、招采、销售、投资、工程建设等关键领域，按照“业务谁主管、监督谁负责”原则，各部门指定专职监督员，构建起“横到边、纵到底、全覆盖”的监督网络，层层压实监督责任，确保反贪腐监督不留死角、不存盲区。

#### “大监督”反贪腐组织体系

##### “大监督”领导小组

“大监督”领导小组在公司党委领导下开展工作，负责“大监督”体系工作的领导决策、统筹协调、听取汇报。

##### “大监督”办公室

“大监督”领导小组下设“大监督”办公室，为其日常办事机构，设在纪委办公室。

##### “大监督”成员部门

“大监督”成员部门是履行日常监督的主责部门，包括各职能部门与业务部门（单位）。各部门将“大监督”体系建设工作作为履行全面从严治党政治责任的重要内容，按照“业务谁主管、监督谁负责”的原则，加强对本部门、本领域、本业务条线监督。

##### “监督员”

“大监督”成员部门内指定政治合格、能力过硬、素质全面的专门人员作为“监督员”，负责工作协同、组织落实，构建“横到边、纵到底、全覆盖”的监督机制，织牢监督网络，压实监督责任，保证监督成效。

公司严格贯彻全面从严治党要求，持续健全反贪腐监督执纪制度体系，新建及修订案件办理、监督检查等方面内部制度 6 项，同步执行驻华润集团纪检监察组及华润医药纪委相关制度 23 项。

2025 年，公司修订完善《直管干部廉政档案管理细则》《信访件和问题线索集中管理细则》《新任职直管干部任职谈话和廉政谈话管理办法》等 3 项核心制度，实现反贪腐监督执纪工作的制度化、规范化、常态化运行。

## 战略

### 影响、风险和机遇应对

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	发生的可能性	影响时间范围 <sup>1</sup>	潜在的财务影响	应对措施
风险	<p>在医药营销、学术会议、服务商合作等环节，若存在不当利益输送或商业贿赂行为，将面临监管处罚、声誉损失甚至刑事责任。</p>	中	短期	可能产生罚款支出并增加法律诉讼费用；可能因业务中断导致订单流失，导致收入下滑	制订《营销领域反商业贿赂合规指引》及风险清单；建立服务商管理、学术会议申请等流程管控机制；开展医疗营销合规专项检查；明确举报渠道并纳入制度。
	<p>在销售政策、渠道管理、广告宣传等经营活动中，若触及垄断协议、滥用市场支配地位或虚假宣传等行为，可能引发监管调查与高额罚金。</p>	中	中短期	面临监管罚金与诉讼赔偿风险，同时品牌修复将产生额外成本。经营受限可能导致销售收入减少	制订《反垄断管理办法》《反垄断合规指引》《广告管理办法》；建立广告宣传、反垄断合规审查流程；常态化开展风险识别与排查；以问卷形式开展公平竞争风险评估。
	<p>构建完善的反腐败、反垄断及公平竞争管理体系，能够显著提升企业合规透明度与商业信誉，增强合作伙伴信任度，形成差异化竞争优势。</p>	高	长期	合作机会增加有望带动订单持续增长、品牌影响力的提升可带来产品溢价融资成本降低	持续完善商业道德制度体系；面向全员及商业伙伴开展常态化合规培训；将反商业贿赂条款嵌入合作协议；推动医疗事业部等业务单元建立专项合规监督机制。

<sup>1</sup> 短期：指公司可持续信息报告期间结束后 1 年以内（含 1 年）；中期：指公司可持续信息报告期间结束后 1 年至 5 年（含 5 年）；长期：指公司可持续信息报告期间结束后 5 年以上；本报告所称的短、中、长期都指同样的时间段。

## 影响、风险和机遇管理

### ☀ 反贪腐及商业贿赂

公司构建“合规防线”与“纪律红线”双轨并行的反贪腐治理体系，从风险防控、专项治理、源头管控三个维度系统推进。2025年，公司编制《工程建设领域廉洁合规风险防控手册》《营销领域廉洁合规风险防控手册》，实现重点领域风险点全流程梳理、全链条排查。公司建立商业合作伙伴全周期管理机制，在合作协议中明确反商业贿赂条款，并在服务商管理、学术会议等关键环节嵌入流程管控。

2025年，公司聚焦中央八项规定精神及营销领域开展联合巡查、医疗营销合规专项检查，以及资产、财务、公车管理等重要制度会审，全年会审制度62项、提出意见近30条，从源头扎紧制度笼子。

### ☀ 反贪腐培训

公司构建覆盖新员工、业务单元及商业伙伴的三级反贪腐培训体系，邀请外部机构开展医疗营销反商业贿赂培训，组织医药反腐政策解读及商业伙伴合规宣贯，实现培训全覆盖。



东阿阿胶 2025 年反商业贿赂合规培训

2025年，公司以“胶香廉韵”廉洁文化品牌为引领，创新实施“六廉工作法”，分层分类推进反贪腐警示教育，深入河南、安徽、海南、上海、陕西等17个基层省区开展“廉洁教育一线行”调研座谈20场次，直接受教育1,000余人次；针对新入职员工开展“启明星计划”廉洁从业警示教育4期，覆盖347人次。公司全年组织召开警示教育大会3次，以案说德、以案说纪、以案说法、以案说责，并深入开展“清廉季”系列活动，持续营造风清气正、崇廉尚实的从业氛围。



廉洁教育一线行  
(浙江省区)



“启明星计划”廉洁从业  
警示教育



参观山东廉政教育馆



东阿阿胶专题警示教育大会

## ☀ 反垄断与公平竞争

公司系统构建反垄断与反不正当竞争合规机制，制定《反垄断管理办法》《广告管理办法》等专项制度，明确广告宣传、垄断行为防范及商业秘密保护要求。公司识别相关合规风险并形成清单，建立广告、反垄断合规审查流程，常态化开展风险排查。2025 年，公司以问卷调查形式开展公平竞争风险评估，动态把握重点领域合规态势。

公司分层推进反垄断与公平竞争合规培训，2025 年，面向健康消费品事业开展反垄断、商业秘密等专项培训，对数字营销事业部进行广告及网络直播制度宣贯，推动公平竞争理念入脑入心。

## ☀ 举报人保护

公司严格落实华润集团关于办案安全、信访保密及澄清保护的工作要求，构建覆盖举报受理、线索处置、调查反馈全流程的举报人保护机制。纪委办公室收到信访举报后，第一时间开展集体研判，对内容明确且属于纪检受理范围的线索，正式受理并签署问题线索收文处理单；对不属于纪检受理范围的，按程序移交相关业务部门处理；实名举报则在处置后向举报人反馈结果，形成闭环管理。公司严格限定信访件及问题线索知悉范围，严禁擅自扩大报送、抄送对象，坚决杜绝向被反映人及相关单位泄露信息。

同时，公司建立信访举报工作人员回避制度，凡与举报人、被举报人存在亲属关系或利益关联者一律回避，并对打击报复检举控告行为严肃追责，切实保障举报人合法权益，维护监督执纪的严肃性与公信力。

公司向内外利益相关方提供有效监督途径，设立举报邮箱，建立微信公众号举报专栏，广泛接受外部监督和举报，充分保障举报人的合法权益，严禁泄露举报信息或扩大知悉范围。同时，公司对打击报复行为采取“零容忍”态度，依法依规严肃问责，全方位筑牢举报人权益保障网。



## 指标与目标

### 关键绩效

#### 东阿阿胶反贪腐培训绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
反商业贿赂及反贪污培训总次数	次	27	22
反商业贿赂及反贪污培训累计时长	小时	34.5	20
反商业贿赂及反贪污培训参与总人次	人次	5,517	3,439
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事总数	人	9	/
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事百分比	%	100	/
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员总数	人	10	/
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员百分比	%	100	/
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工总数	人	4,345	/
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工百分比	%	100	/

#### 东阿阿胶反垄断与公平竞争培训绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
反垄断与公平竞争的培训活动次数	次	15	14
反垄断与公平竞争参与人数	人	619	788

### 目标管理

行动方向	目标	行动路径
法治与商业道德建设	组织新入职员工完成《东阿阿胶全员合规行为准则》《华润集团商业行为守则（2025 版）》签署，到 2026 年，全员参加反不正当竞争培训率达 100%。	建立并维护商业道德合规体系，确保公司所有业务活动遵循法律法规与道德标准，定期进行风险评估和调整。
定期商业道德审计	截至 2030 年，至少进行两次全面的商业道德审计，并根据审计结果进行持续改进。	每三年进行一次公司全业务的商业道德审计，发现问题并采取相应的整改措施，确保持续符合道德和法律要求。
反腐败与反贿赂培训	确保公司所有员工参与反腐败与反贿赂培训，参与率达到 100%。	每年开展全员反腐败与反贿赂培训，确保 100% 的员工参与，提升公司全体员工的法律意识和道德责任感。

# 市值管理

作为“1238”发展战略的重要一环，东阿阿胶市值管理工作，始终坚持以投资者运营为中心，全方位夯实上市公司规范运作和信息精准披露两大基石，全流程优化法人治理基础架构，全机制健全 ESG 管理体系，全系统完善与投资者、分析师、媒体和监管者的“4R”协同工作机制，全维度界定分别以“价值共建”“价值共享”“价值共商”“价值共通”“价值共识”“价值共创”“价值共塑”“价值共聚”为代表的八大核心能力板块，全面建立以“价值与共”为基准的东阿阿胶资本市场市值管理“8V”特色运营主题，科学立体传递公司内在经营价值，创新性提升上市公司运行质量，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，为推动资本市场健康高质量可持续发展做出新的更大的贡献。



# 信息披露

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司信息披露管理办法》等相关法律法规、规范性文件以及《公司章程》等有关规定，以《信息披露管理制度》为根本遵循，持续优化信息披露事务管理机制，坚持真实、准确、完整、及时、公平的信息披露原则，保障投资者的知情权和参与决定权。

## 案例 东阿阿胶连续三年获深交所信息披露考核“A”级最高评价

2025 年 11 月，深圳证券交易所公布主板上市公司信息披露工作评价结果，东阿阿胶凭借规范治理、精准信披、多元投关与稳定回报，连续第三次荣获最高等级“A”级评价。这一结果既是监管机构对公司透明度与合规水平的高度认可，更标志着东阿阿胶在投资者权益保护与高质量发展道路上迈出了坚实一步。

主板上市公司 2024-2025 年度信息披露工作评价结果

公司代码	公司名称	评价等级	信息披露
000001	平安银行	A	信息披露
000002	万科A	A	信息披露
000003	深发展A	A	信息披露
000004	华商银行	A	信息披露
000005	民生银行	A	信息披露
000006	招商银行	A	信息披露
000007	浦发银行	A	信息披露
000008	中信银行	A	信息披露
000009	光大银行	A	信息披露
000010	华夏银行	A	信息披露
000011	兴业银行	A	信息披露
000012	交通银行	A	信息披露
000013	农业银行	A	信息披露
000014	工商银行	A	信息披露
000015	建设银行	A	信息披露
000016	中国银行	A	信息披露
000017	交通银行	A	信息披露
000018	工商银行	A	信息披露
000019	建设银行	A	信息披露
000020	中国银行	A	信息披露
000021	农业银行	A	信息披露
000022	工商银行	A	信息披露
000023	建设银行	A	信息披露
000024	中国银行	A	信息披露
000025	农业银行	A	信息披露
000026	工商银行	A	信息披露
000027	建设银行	A	信息披露
000028	中国银行	A	信息披露
000029	农业银行	A	信息披露
000030	工商银行	A	信息披露
000031	建设银行	A	信息披露
000032	中国银行	A	信息披露
000033	农业银行	A	信息披露
000034	工商银行	A	信息披露
000035	建设银行	A	信息披露
000036	中国银行	A	信息披露
000037	农业银行	A	信息披露
000038	工商银行	A	信息披露
000039	建设银行	A	信息披露
000040	中国银行	A	信息披露
000041	农业银行	A	信息披露
000042	工商银行	A	信息披露
000043	建设银行	A	信息披露
000044	中国银行	A	信息披露
000045	农业银行	A	信息披露
000046	工商银行	A	信息披露
000047	建设银行	A	信息披露
000048	中国银行	A	信息披露
000049	农业银行	A	信息披露
000050	工商银行	A	信息披露
000051	建设银行	A	信息披露
000052	中国银行	A	信息披露
000053	农业银行	A	信息披露
000054	工商银行	A	信息披露
000055	建设银行	A	信息披露
000056	中国银行	A	信息披露
000057	农业银行	A	信息披露
000058	工商银行	A	信息披露
000059	建设银行	A	信息披露
000060	中国银行	A	信息披露
000061	农业银行	A	信息披露
000062	工商银行	A	信息披露
000063	建设银行	A	信息披露
000064	中国银行	A	信息披露
000065	农业银行	A	信息披露
000066	工商银行	A	信息披露
000067	建设银行	A	信息披露
000068	中国银行	A	信息披露
000069	农业银行	A	信息披露
000070	工商银行	A	信息披露
000071	建设银行	A	信息披露
000072	中国银行	A	信息披露
000073	农业银行	A	信息披露
000074	工商银行	A	信息披露
000075	建设银行	A	信息披露
000076	中国银行	A	信息披露
000077	农业银行	A	信息披露
000078	工商银行	A	信息披露
000079	建设银行	A	信息披露
000080	中国银行	A	信息披露
000081	农业银行	A	信息披露
000082	工商银行	A	信息披露
000083	建设银行	A	信息披露
000084	中国银行	A	信息披露
000085	农业银行	A	信息披露
000086	工商银行	A	信息披露
000087	建设银行	A	信息披露
000088	中国银行	A	信息披露
000089	农业银行	A	信息披露
000090	工商银行	A	信息披露
000091	建设银行	A	信息披露
000092	中国银行	A	信息披露
000093	农业银行	A	信息披露
000094	工商银行	A	信息披露
000095	建设银行	A	信息披露
000096	中国银行	A	信息披露
000097	农业银行	A	信息披露
000098	工商银行	A	信息披露
000099	建设银行	A	信息披露
000100	中国银行	A	信息披露

东阿阿胶连续三年荣获深交所信息披露考核“A”级评价

## 投资者沟通

公司秉持合规、平等、主动、诚实守信的投资者关系管理原则，以《投资者关系管理制度》为指引，构建多层次、多渠道的沟通矩阵，通过互动易平台、投资者热线、邮箱、官网专栏及新媒体渠道，主动回应投资者关于战略规划、经营业绩、研发创新等核心关切，并在定期报告中公布联系方式，实现与资本市场的常态化、良性互动。



中上协授予“投资者关系管理最佳实践”

2025 年



公司召开业绩说明会 **4** 场，开展路演及反路演 **161** 场，  
覆盖券商及机构投资者约 **650** 人次，有效传递公司价值

### 东阿阿胶投资者沟通绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
业绩说明会次数	次	4	4
累计参与的券商、机构数量	家	180	180
累计参与的投资者数量	名	550+	300+
路演 / 反路演次数	次	161	182
累计覆盖券商及机构投资者数量	家 / 名	650+	809
接听投资者热线电话及互动易回复	次	476+	374+

案例 东阿阿胶荣膺中国上市公司协会“2025 上市公司董事会办公室最佳实践”

2025 年 12 月，中国上市公司协会揭晓年度奖项评选结果，东阿阿胶凭借富有特色的业绩说明会工作模式与扎实高效的市值管理体系，荣获“2025 上市公司董事会办公室最佳实践”。

公司持续深入业务前线举办巡回式业绩说明会，与投资者“零距离”互动，持续提升治理透明度与市场信任度。此次获奖标志着公司投资者关系运营与董事会规范建设获得行业权威高度认可，为打造中药上市公司市值管理最佳实践注入新动能。



东阿阿胶荣获“2025 上市公司董事会办公室最佳实践”



## 投资者回报

公司坚持以价值创造回报投资者信任，将股东利益置于公司治理的重要位置。严格遵守《公司章程》及利润分配相关政策，在兼顾可持续发展的前提下，实施持续、稳定的现金分红方案，与投资者共享经营发展成果。

2025 年，公司结合战略规划与经营实际，科学制定年度利润分配预案，经董事会及股东会审议通过后及时披露并足额实施，切实增强投资者的获得感与长期持有信心。2025 年再次实施中期分红，向全体股东每 10 股派发现金 12.69 元（含税），分红总额为 8.17 亿元，占上半年归属于上市公司股东净利润的 99.94%。自 1999 年度首次分红以来，总计现金分红 28 次，分红总额累计超 100 亿元。

案例 东阿阿胶荣获第二十七届金牛奖“最具投资价值奖”

2025 年 10 月，在中国证券报与南通市人民政府联合主办的第二十七届上市公司金牛奖颁奖典礼上，东阿阿胶凭借稳健的经营业绩、卓越的治理水平与出色的资本市场表现，从数千家上市公司中脱颖而出，荣获“最具投资价值奖”。该奖项被誉为中国上市公司“奥斯卡奖”，此次获奖是资本市场对公司战略规划、盈利能力与增长潜力的权威认可，为东阿阿胶持续深化投资者关系、践行“价值与共”市值管理理念注入强劲信心与动力。



东阿阿胶荣获“金牛最具投资价值奖”



## ☀ 数字化战略

公司将数智化转型置于战略核心位置，明确智能与数字化工作“新能力、新引擎”的战略定位，围绕“技术赋能、数据驱动、智能引领”的方向，初步确立以“数智生态”建设护航“1238”战略的愿景目标，致力于用数据畅通客户、渠道、产品和运营四大链路。为擘画清晰的转型蓝图，公司正积极引入外部专业智囊，内外共创，系统规划智数生态建设路径，奋力成就智慧企业时代典范。

## 数智化建设

公司以自主技术夯实研发底座，以 AI 应用赋能全场景创新，以系统建设推动研发、制造、营销全链数字化覆盖，同步厚植人才沃土、培育智数文化，数字化赋能成效持续显现。

## ☀ 技术底座

公司持续加大数智化核心技术自主研发投入，聚焦生产控制、营销服务、运营管理等关键场景，形成具有东阿阿胶特色的技术成果体系。2025 年，公司新增 1 项发明专利及 4 项软件著作权，覆盖阿胶智能生产控制、多渠道活动管理、个性化预约熬胶服务、授信数据整合等业务领域，不仅有效解决了传统工艺标准化与业务协同痛点，更构筑起公司数智化转型的核心技术壁垒，为业务创新与效率提升提供了坚实的自主可控技术底座。

2025 年



公司新增

**1** 项发明专利

新增

**4** 项软件著作权



2025 年新增 1 项发明专利和 4 项软件著作权

## AI 赋能

公司积极布局人工智能技术应用，将 AI 作为驱动业务创新与效率提升的新质生产力，围绕研发、生产、营销、供应链及运营管理等全场景，系统推进 AI 算法模型、智能算力及知识图谱等底层能力建设，通过 AI 技术与业务深度融合，为精准营销、智能排产、工艺优化等场景持续注入智慧动能。

### AI 技术应用



2025 年，公司基于顶层设计的 AI 建设工作已在全场景落地见效，多项成果获得行业权威认可。AI 赋能企业数智化转型项目荣获“山东省企业管理现代化成果一等奖”及“管理类论文二等奖”；滋补健康行业通用大模型建设入选“山东省工业领域揭榜挂帅名单”及国家工业信息安全发展研究中心“2025 年垂直领域大模型深度应用案例”。



## 业务覆盖

公司聚焦关键业务环节，以场景数字化全覆盖为目标，推进数字化转型走深向实。截至 2025 年底，公司关键业务场景数字化覆盖度<sup>2</sup> 达 91%，超额完成华润集团 80% 的考核目标，数字化赋能成效持续显现。

东阿阿胶关键业务场景数字化覆盖度逐年提升



公司以数据驱动为核心，完成覆盖“战略—流程—系统”的智能制造顶层设计，着力构建以 MES、WMS、QMS 为核心的数字化管理平台。2025 年，公司有序推进仓储、质量、生产三大核心领域系统建设，完成医贸仓 WMS 上线、QMS 多模块开发及 MES 系统部署进入上线阶段，打通从订单到产能的端到端数据链路，为全流程业务协同与精益运营夯实数字化底座。

## 人才培养

公司持续优化智数人才结构，坚持内部竞聘晋升与外部高端引才并举，强化营销数字化、智慧运营等关键领域核心能力，为“十五五”战略落地筑牢人才根基。

2025 年，公司围绕数智化专业能力提升，组织开展培训 23 场，覆盖 1,919 人次，以战训结合方式促进员工实战能力跃升，同时，创办《智编胶韵》内刊，打造智数成果展示与文化传递阵地，持续营造全员知数、懂数、用数的智数文化氛围。



“智编胶韵”数智内刊

<sup>2</sup> 关键业务环节数字化覆盖度：指运用 5G、大数据、云计算、人工智能、物联网等新一代数字技术对企业价值链深度和广度的变革、优化和支撑情况。“深度”代表企业管理价值链和业务价值链的覆盖度。“广度”代表智能化应用的空间区域覆盖范围，体现了智能化应用的推广情况一般情况下，广度和深度比例各占 50%，基于产业特性，各企业广度深度权重略有不同。

## 数智化应用

公司数字化应用已深度融入研发、制造、营销、供应、运营全链条，以数据贯通驱动业务协同，以智能技术赋能提质增效。全场景数字化运营体系持续完善，企业精益化、智能化水平显著提升，为产业转型升级与高质量发展注入强劲数字动能。



赋能研发

### 产品生命周期管理

建设 PLM（产品生命周期管理）系统，落地 IPD（集成产品开发）模式，兼顾医药管控合规的同时兼容创新灵活性，产品开发周期大幅缩短。

### 实验室管理

通过实验室信息管理系统（LIMS）实现实验室样品的采集、处理、检测和分析等全过程的信息化管理。

### 质量管理

完善质量管理数字化工具矩阵，顺利完成 QMS 体系下 DMS、TMS 系统的上线运行，推进质量管理模块开发工作。

AI 赋能产品质量检测优化，落地 3 个智能化应用场景：复方阿胶浆瓶口缺陷检测、阿胶固元膏真空检查、生产人员操作行为的实时监控与合规校验。



智能制造

### 仓库管理

通过仓储管理系统（WMS）实现物料精准供应，批记录线上化。

### 设备管理

设备精细化管理，移动端快速运维。

### 能源管理

能源经济透明，低碳园区可视化。



### 渠道营销

- 重构 OMS 电子订单系统，集成内部办公软件“润工作”，上线授信管理模块，全面打通产销协同、销售订单、发货、对账等上下游核心系统，显著提升订单执行效率与渠道客户体验；
- 优化营销活动管理平台，上线 49 个标准营销数字化方案，实现活动全周期闭环管理；
- 持续推进数据直连业务，药品、保健品双渠道一二级经销商直连率 100%，大幅强化公司渠道数字化管控效能。

### 顾客营销

- 构建 CDP 客户数据中台、会员通、SCRM、数据埋点、智能客服等数字化工具矩阵，实现用户引流转化，带动销售增长，沉淀丰富数据，助力顾客精细化运营；
- 升级全域会员运营平台，打造覆盖平台电商、直营销售、文化旅游、连锁服务等场景的全渠道会员管理体系，推动品牌会员统一运营能力进阶。



### 供应商管理

完成平台全面上线，并与集团采购平台集成，实现寻源到付款全流程电子化协同。通过内外部数据构建供应商 360 度画像，并依托集团“采购监管系统”，显著提升了供应商管理的精细化水平与采购风险的主动防控能力。

### 产销协同

完成销售计划移动端开发上线，完成生产排产功能优化，排产计划的版本管理和变更通知等功能，同时完成开发产销协同计划准确率报表。

### 智慧养殖

通过数字化手段实现产业生态协同，推进标准化养殖实现全流程精细化管控，以 AI 赋能科学涵养推动养殖智能化转型。



### 数字终端平台

企业资源计划系统（ERP）作为智能制造平台的主线，涵盖企业的财务、采购、库存、销售、人力资源等多个方面，实现了企业资源的全面整合和优化配置。

### 数据穿透

建设财务、市场生态健康度等 13 张看板，呈现业绩达成、过程态势等信息，辅助管理。

案例 东阿阿胶入选国家工信部“数字领航企业”实践案例

2025年1月，国家工信部公示了2024年实数融合典型案例名单，东阿阿胶“医药大健康领域一体化运营领航实践”入选数字领航企业实践案例，这是目前国家数字化转型领域的最高荣誉，也是东阿阿胶继获评“工信部智能制造试点示范工厂”“绿色供应链管理企业”之后，又一次摘得数字化转型领域国家级荣誉。

东阿阿胶“医药大健康领域一体化运营领航实践”案例以顾客为中心，纵深推进“三产融合”，对企业生产与运营全环节、全要素、全链条开展数字化改造，提升产业价值链建设，为行业数字化发展提供技术先进、效益良好的“东阿阿胶”解决方案，带动产业链上下游协同转型，引领医药大健康产业创新发展。

2024年实数融合典型案例名单  
(排名不分先后)

(一) 数字领航企业实践案例

序号	案例名称	申报企业名称
(一) 数字领航企业实践案例 (大型企业)		
1	基于业务单元学生的现代企业管理领航实践	中国第一汽车集团有限公司
2	基于人工智能赋能的绿色高效数字工厂领航实践	宝钛集团钛业有限公司
3	高端装备智能制造柔性协同领航实践	东方电气集团东方汽轮机有限公司
4	高端医疗产品“1+N”数字化转型领航实践	康乐药方股份有限公司
5	智能网联产业智慧基础设施车路协同应用领航实践	杭州海康威视数字技术股份有限公司
6	轨道交通客运车辆生命周期管理的数字化转型探索与应用领航实践	中车长春轨道客车股份有限公司
7	数智传承经典工艺数字领航实践	青岛啤酒股份有限公司
8	5G智能工厂的新型工业化领航实践	中兴通讯(南京)有限责任公司
9	基于数据驱动的中西全产业链价值链提升领航实践	江中药业股份有限公司
10	数据与知识驱动的新型电力装备行业数字化转型领航实践	大全集团有限公司
11	基于数据驱动的光通信数字领航实践	烽火通信科技股份有限公司
12	药品智能制造数字化转型领航实践	东阿阿胶股份有限公司
13	医药大健康领域一体化运营领航实践	东阿阿胶股份有限公司
14	基于全链条“一体化运营智慧工厂”领航实践	天钢工业技术股份有限公司
15	基于高品质定制化的绿色精细化智能化制造领航实践	大连特瑞斯有限公司

东阿阿胶入选国家工信部“数字领航企业”实践案例



## 信息安全

公司以信息安全保障筑牢数智化根基，将信息安全嵌入治理、技术、运营全链条，立体防线前置防御，实战演练磨砺响应，全员宣教培育自觉，以可信环境护航业务发展、守护用户信任。

## 管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》等法律法规，形成完整信息安全制度体系，构建了权责清晰、覆盖全员的信息安全治理架构，治理体系的有效性与适应性持续增强。

2025年，公司修订《信息安全管理办法》，并联合法律合规部发布《数据合规管理细则》，同时在各部门设立兼职信息安全管理员，形成“智数部统筹—部门管理员落地—全员参与”的三级管理网络。

截至报告期末



公司已通过 **ISO 27001** 信息安全管理体系认证



ISO 27001 信息安全管理体系认证

## 管理目标

公司建立年度信息安全目标管理机制，制定《2025 年信息安全管理体系目标及管理方案》，围绕资产完整性、员工宣贯率、业务连续性、事件响应四大核心指标统筹推进 12 项管理方案。

2025 年各项目标全面达成，关键业务系统中断次数及时长严格控制在目标范围内，信息安全事件响应及时率、数据恢复成功率、预防再发生率均保持 100%，体系化管控成效显著。

### 东阿阿胶信息安全管理目标及达成情况

目标	达成情况
确保信息资产完整性与风险管控准确性	达成 完成全员资产登记与风险评估
员工信息安全知识普及率 <b>100%</b>	达成 关键岗位覆盖率 <b>100%</b> ，全员考核通过率 <b>&gt;90%</b>
重要业务系统月中断 ≤ 1 次、单次 ≤ 2 小时	达成 全年达标
安全事件响应及时率、数据恢复成功率、预防再发生率 <b>100%</b>	达成 三项指标均 <b>100%</b> 达成

### 东阿阿胶信息安全事件情况

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
客户信息与隐私泄露事件发生次数	次	0	0
客户信息与隐私保护违法违规损失金额	万元	0	0

## 保护措施

公司坚持预防为主、防护结合，构建“事前预防、事中监测、事后响应”的立体化技术防护体系，在网络层面实施分区域隔离策略，部署态势感知平台与终端安全工具，实现“端一网”联动响应与威胁自动化处置；在数据层面建立“东阿—济南”异地备份体系，保障极端灾难下的业务连续性；访问控制严格执行最小权限原则，对敏感数据实施全链路加密，筑牢信息安全技术防线。

公司制定《数据与信息安全应急预案》，明确四级三类事件分级响应机制及跨部门协同处置流程。2025 年，公司先后参与集团护网行动并自主开展网页篡改实战演练，应急处置流程有效验证、响应及时率保持 100%。

在客户隐私保护方面，公司坚持“合法、正当、必要、透明”原则，通过数据脱敏、分级授权、合规审计等机制，实现精准营销与用户信任的平衡共生。

### 案例 东阿阿胶开展网页篡改应急实战演练

2025 年 6 月，公司组织开展网页篡改事件全流程应急演练，共 20 余人参与。演练设置指挥部与工作组，围绕事件发现、技术处置、舆情应对、溯源追查等环节，以“学习培训—方案解读—设备准备—职责分工—场景模拟—总结反思”六大步骤推进实战化模拟。通过本次演练，相关人员熟练掌握了应急处置流程与自身职责，快速反应与协同作战能力显著提升，为真实安全事件应对积累了宝贵经验。

## 信息安全培训

公司持续深化全员信息安全意识，构建覆盖入职教育、体系贯标与专项实战的分层培训矩阵。2025年，公司累计开展各类信息安全与隐私保护培训23场次，培训总人次达3,758人次，实现了关键岗位及新员工的全覆盖，“人人懂安全、人人守安全”的文化氛围日益浓厚。

2025年



公司累计开展各类信息安全与隐私保护培训

**23** 场次

培训总人次达

**3,758** 人次

### 新员工入职网络安全培训

为确保新入职员工从入职伊始即建立正确的信息安全观念，公司针对不同批次的新员工开展了3期“新员工网络信息安全培训”。培训内容涵盖公司信息安全红线、基础办公安全规范及数据保护要求，帮助新员工快速筑牢安全防线。

### 信息安全管理体系换版贯标培训

配合公司信息安全管理体系(如ISO 27001)的优化与换版工作，组织开展了2期专项贯标培训。重点对新版标准的变化、管理流程的调整以及各部门的合规职责进行了深度解读，确保信息安全管理体系的有效落地与持续运行。

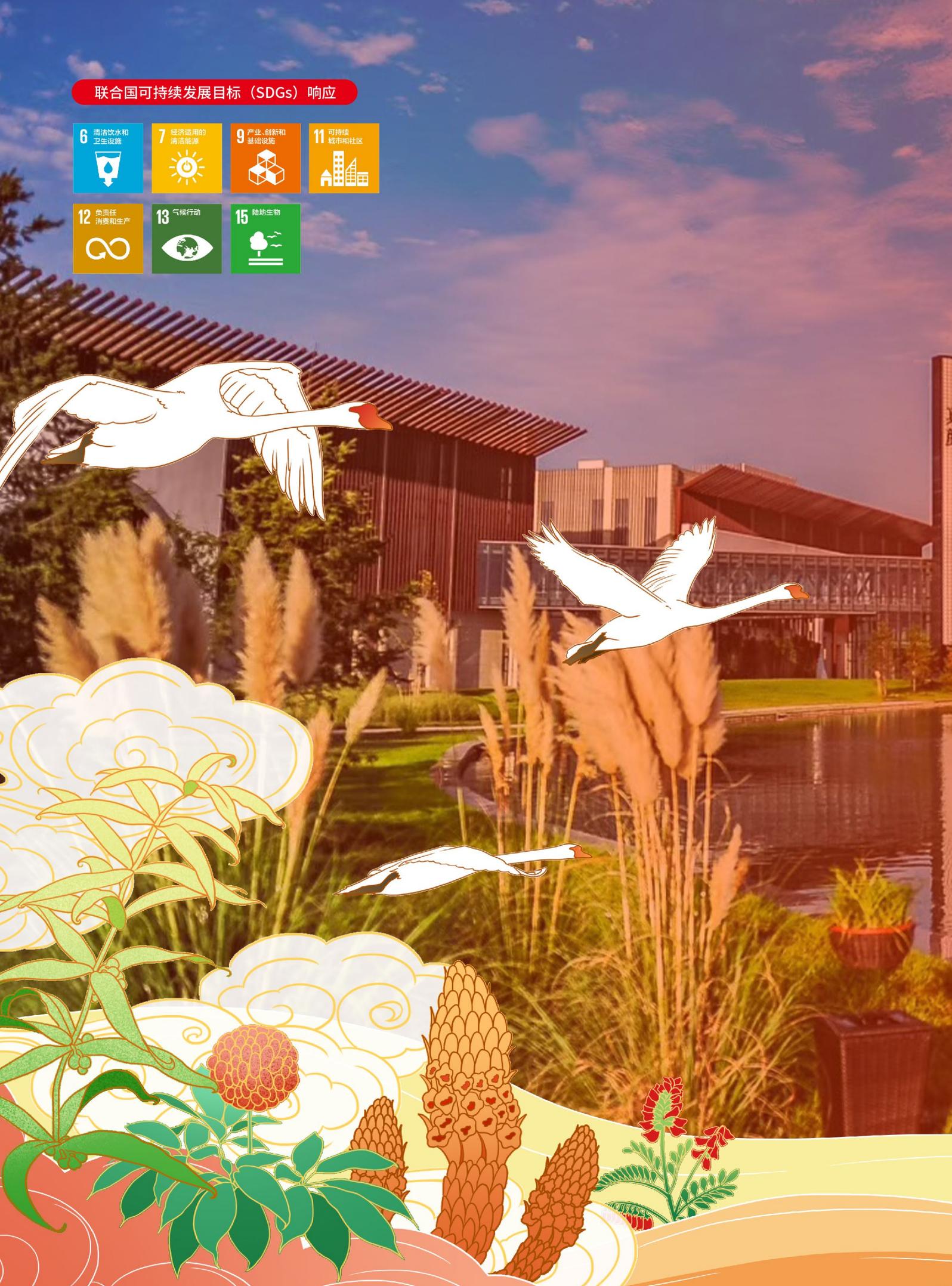
### 网络攻击防范与钓鱼邮件专项培训

面对外部日益复杂的网络威胁，全年开展多期针对性的信息安全专项培训。培训重点聚焦于网络攻击预防、钓鱼邮件识别与防范、社会工程学攻击应对等实战技能，培训完成后通过考试检验员工学习情况及安全意识，全员考核通过率达90%以上，显著提升了员工在日常工作中识别和应对网络安全风险的能力。

### 东阿阿胶信息安全培训绩效

指标	单位	2025年数值	2024年数值
信息安全培训次数	次	23	24
信息安全培训总时长	小时	26.5	14
信息安全培训参与人次	人次	3,758	3,217

联合国可持续发展目标 (SDGs) 响应



## 绿色运营 永续发展

东阿阿胶将环保视为企业长远发展的基石，协同推进低碳转型与生态共生，将环境责任深度嵌入全产业链运营。公司致力于以负责任的实践守护蓝天、碧水与净土，积极助力全球可持续发展目标，共创人与自然和谐共生的美好未来。

环保投入总金额

**481.4** 万元

万元产值综合能耗

**0.0249** 吨标准煤/万元

万元产值二氧化碳排放量

**0.06523** 吨二氧化碳当量/万元

节能标准煤量

**522** 吨标准煤

可再生能源发电量

**394.87** 万千瓦时

万元产值水消耗量

**1.90** 吨/万元

循环水用量

**96.88** 万吨

循环水用量占比

**77.91%**

节水总量

**2.65** 万吨

三废达标排放率

**100%**

# 应对气候变化

东阿阿胶参考国际可持续准则理事会 (ISSB)《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》(IFRS S2) 框架及《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》要求,积极应对和防范气候变化风险,把握气候变化机遇,全面提升气候适应能力与韧性。

## 治理

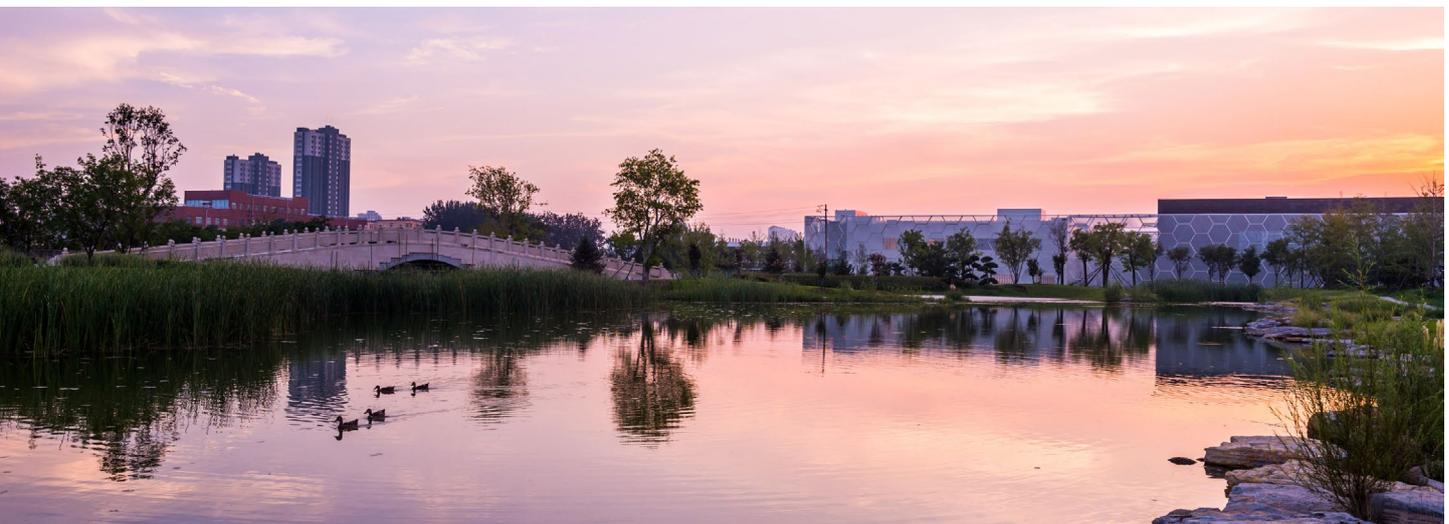
公司董事会下设 ESG 委员会,负责统筹气候变化相关事务,包括审议发展规划及落实情况、识别和评估气候变化带来的风险与机遇、制定应对措施并向董事会提供专业建议。

在执行层面,ESG 委员会明确各部门责任分工,确保治理目标和举措的有效落实。其中,设备工程部承担核心职责,负责公司节能减碳的标准化管理及二氧化碳排放数据的统计核算,为公司节能减排目标的实现提供有力的数据支持。各相关部门依据职责协同推进节能减排工作,全面推动业务环节的绿色低碳转型。

## 战略

### ☀ 气候风险识别与应对

东阿阿胶围绕气候变化相关风险开展系统识别与评估,从转型风险和物理风险两个方面,梳理气候因素对公司生产运营、战略规划及业务发展的潜在影响。公司结合风险发生的可能性与影响程度,制定并落实相应的管理举措与应对方案,持续降低气候变化可能带来的财务与运营风险,提升经营稳定性与风险韧性。



## 气候相关风险识别与应对措施

转型风险					
气候变化 风险类型	风险因子	对公司财务的 潜在影响	发生的 可能性	影响时 间范围	应对措施
法律和政策 风险  	随着碳达峰碳中和目标推进，公司将面临税务缴纳、碳排放核查等合规压力和政策要求	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>对税金及附加的影响：</b> 环保税等政策可能直接增加企业的税费负担；</li> <li>● <b>对固定资产的影响：</b> 若现有生产设备或工艺不符合新的环保标准，可能面临被强制淘汰或改造的风险，导致固定资产减值或折旧增加</li> </ul>	中等	中长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 加强碳排放合规监控，建立覆盖生产全流程的碳管理体系，密切跟踪法律要求变化；</li> <li>● 积极申请绿色工厂认证、探索零碳园区建设，争取减排政策激励，降低合规成本；</li> <li>● 加强内部培训与意识提升，提高员工对气候风险的认识和应对能力</li> </ul>
技术 风险  	未及时开发和应用低能耗、低排放的制药工艺和技术，将可能面临生产效率不足、工艺落后导致的市场竞争力下降	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>对研发费用的影响：</b> 为开发更适用气候变化的产品配方、改进生产工艺、研究新的储存技术，需要增加研发投入；</li> <li>● <b>对营业成本的影响：</b> 若未能及时更新技术，可能导致生产效率低下、能源消耗过高，增加营业成本</li> </ul>	中等	中长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 投入研发资源开发绿色制造工艺和节能生产设备；</li> <li>● 优选采用节能减排技术的供应商；</li> <li>● 加强与行业协会合作，及时获取技术发展趋势并积极创新，确保技术能力符合市场需求；</li> <li>● 定期开展产品全生命周期碳足迹评估，增强绿色竞争力并树立行业标杆</li> </ul>
市场 风险  	随着消费者和客户对环保和可持续产品的需求日益增加，公司若未能快速响应市场趋势，可能面临市场份额下降和客户流失的风险	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>对营业收入的影响：</b>  <b>(1) 消费者偏好变化：</b> 若消费者转向更具可持续性的替代产品，影响销售量，进而减少营业收入；  <b>(2) 供应链中断导致销售损失：</b> 气候变化导致原材料供应中断或生产受阻，可能造成产品无法及时供应市场，导致销售机会损失，减少营业收入</li> </ul>	高	中短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 定期开展市场调研，了解消费者对绿色产品的需求趋势；</li> <li>● 推出符合绿色理念的产品，例如环保包装或低碳生产的阿胶产品；</li> <li>● 使用清洁能源，通过光伏发电替代传统能源，减少对传统能源的依赖；</li> <li>● 参与行业绿色发展项目，树立市场标杆形象；建立多元化采购渠道和替代原料方案，避免单一供应地因气候异常导致断供</li> </ul>
声誉 风险  	利益相关方（客户、投资者等）对公司环境表现关注度上升，如果公司未能及时满足社会和环境要求，或因环保违规事件导致负面舆论，将对品牌声誉产生不良影响	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>对营业收入的影响：</b> 负面舆论或消费者抵制可能导致品牌形象受损，进而影响产品销售，减少营业收入；</li> <li>● <b>对销售费用的影响：</b> 为修复受损声誉，可能需要增加市场推广和公关费用，增加销售费用；</li> <li>● <b>对商誉的影响：</b> 严重的声誉危机可能导致商誉减值</li> </ul>	中等	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 定期发布 ESG 报告，披露公司在应对气候变化和可持续发展领域的努力和成果；</li> <li>● 加强与利益相关方的沟通，主动分享公司在绿色低碳转型方面的实践；</li> <li>● 建立环境事件应急机制，快速应对突发情况，维护企业声誉和客户信任</li> </ul>

物理风险					
气候变化 风险类型	风险因子	对公司财务的 潜在影响	发生的 可能性	影响时 间范围	应对措施
<p><b>急性 风险</b></p> 	<p>极端天气事件频发（如暴雨洪涝、台风、高温热浪等）可能突发中断公司运营：生产工厂和仓储设施遭受破坏、停电停产；供应链运输受阻，导致原料药和中药材不能按时送达，交付延迟</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>对固定资产的影响：</b> 洪涝、台风等可能直接破坏厂房、设备、仓库等固定资产，导致固定资产减值或增加资本性支出；</li> <li>● <b>对存货的影响：</b> 干旱可能影响毛驴养殖和中药材种植，导致驴皮和中药材产量下降、质量不稳定，推高采购价格，增加原材料采购成本。洪涝可能导致运输中断，影响原材料及时到货，造成存货短缺；</li> <li>● <b>对营业收入的影响：</b> 生产设施受损或原材料供应中断导致生产停滞，无法按时交付产品，造成销售机会损失，减少营业收入；</li> <li>● <b>对营业成本的影响：</b> 干旱导致水资源短缺，增加水价，增加生产用水成本；</li> <li>● <b>对营业外成本或管理费用的影响：</b> 灾后清理、设备抢修、应急物流等增加支出</li> </ul>	高	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 建立极端天气应急预案，定期评估工厂和仓库物流自然灾害应对能力；</li> <li>● 建立关键原料和产成品的安全库存，以分散仓储与生产布局降低单点故障风险；</li> <li>● 购买商业保险，将自然灾害可能造成的经济损失降至最低；</li> <li>● 提升供应链韧性，通过与具备应急能力的供应商合作、签订灵活采购协议，保障原料药、中药材等关键物料的持续供应</li> </ul>
<p><b>慢性 风险</b></p> 	<p>气候变暖导致制冷需求增加、能源成本上升，以及员工健康和工作效率受到长期影响；中药材种植和动物源原料供应可能因气候变化导致减产、品质下降；更长的高温季节和频繁的高温环境增加仓储及运输对冷链和空调的依赖</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>对存货的影响：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>（1）<b>产成品和在产品质量风险：</b> 持续高温可能导致阿胶软化、融化、粘连，甚至霉变、变质，液体制剂可能出现沉淀、变色、有效成分降解，增加废品率，从而增加营业成本中的废品损失，导致产成品存货减值；</li> <li>（2）<b>原材料质量风险：</b> 驴皮和中药材等原材料在储存过程中，若遭遇高温高湿，可能出现腐败、霉变，导致质量下降甚至无法使用，增加原材料存货减值；</li> <li>（3）<b>储存成本增加：</b> 为维持适宜的储存环境，需要增加空调、除湿等设备的运行，导致能耗增加，进而增加存货的储存成本</li> </ul> </li> <li>● <b>对营业成本的影响：</b> 员工效率下降可能拉长单位生产周期，进而推高单位产品成本；高温津贴和健康支出提升人力成本</li> </ul>	中	长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 升级节能制冷系统，使用高效空调系统和除湿设备提升能源利用效率；</li> <li>● 建设智能仓储系统实时监控温湿度，防止产品霉变失效；</li> <li>● 加强药品稳定性测试，验证在不同气候条件下质量变化；</li> <li>● 优化高温条件下的工作时间和任务分配，减少健康和效率损失；</li> <li>● 开展员工健康管理项目，提升员工适应气候长期变化的能力</li> </ul>

## ☀ 气候变化机遇

公司充分识别气候变化带来的发展机遇，围绕资源效率提升、能源结构优化、产品与服务创新、市场拓展及经营韧性增强等方面，积极探索绿色低碳转型路径。将气候机遇逐步转化为经营与财务价值。

### 气候相关机遇识别与财务影响

气候机遇类别	机遇描述	财务影响
资源效率	<ul style="list-style-type: none"> <li>优化物流运输环节，实现效率提升</li> <li>推进废弃物分类回收与资源化利用</li> <li>推动中水回用与循环用水管理，提高水资源利用效率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>降低生产和运营成本</li> <li>改进生产效率，提高产品竞争力，促进收入增长</li> </ul>
能源效率	<ul style="list-style-type: none"> <li>推动生产工艺能效提升，降低单位产品能耗</li> <li>引入和扩大可再生能源应用，优化能源结构</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过降低能源消耗和温室气体排放，减少运营成本</li> <li>抵御能源价格波动的风险</li> </ul>
产品和服务	<ul style="list-style-type: none"> <li>推出环保型中医药产品（如采用绿色包装、低碳生产工艺的阿胶产品）</li> <li>研发适应气候变化需求的中医药健康产品（如高温环境耐储存药品、气候适应型补益类产品）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>增加绿色中医药产品的市场份额和收入</li> <li>开拓满足气候适应需求的新市场</li> <li>提高客户满意度和忠诚度，巩固市场地位</li> </ul>
市场	<ul style="list-style-type: none"> <li>主动响应国内外日趋严格的环境与气候相关要求，支持国际市场拓展</li> <li>强化绿色品牌形象，提升在可持续发展领域的市场认可度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提高公司在国内外市场的竞争力和影响力</li> <li>增强资本多样性和投资者信心</li> </ul>
适应性	<ul style="list-style-type: none"> <li>提升生产和供应链应对极端气候事件的能力</li> <li>推动全生命周期环境管理，降低长期气候影响</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提高供应链的可靠性和业务连续性</li> <li>确保稳定的收入来源</li> </ul>

## 影响、风险和机遇管理

东阿阿胶高度重视气候变化带来的影响、风险和机遇，持续将气候变化管理融入公司战略和日常运营中。公司建立覆盖识别、评估、监测与管理的工作机制，提升应对气候变化不确定性的能力。

### 影响、风险和机遇管理流程

#### 识别与评估

东阿阿胶采用定性与定量相结合的方法，系统分析气候变化对业务运营、供应链稳定性、市场需求变化等方面的影响。公司密切关注国内外气候变化政策、行业趋势及极端天气事件，并通过内部研讨、行业专家咨询等方式动态评估物理风险及转型风险。同时，公司关注低碳技术、绿色产品及供应链优化带来的机遇，提升市场竞争力。公司依据《环境因素识别与评价管理标准》，定期开展环境因素识别与评估，确保气候风险和机遇纳入经营决策。

#### 监测和管理

公司建立了多层次的气候变化管理机制，定期收集和分析气候变化相关数据，监测其对业务运营的影响，并及时调整经营策略。针对极端天气可能引发的供应链中断、生产运营受阻等情形，公司制定并完善相应应急预案，提升突发事件响应效率，降低对经营活动的潜在影响。

东阿阿胶将气候变化相关影响、风险和机遇管理纳入内部管理流程与全面风险管理体系，定期更新风险清单并落实应对措施，并将气候变化相关管理指标纳入绩效考核体系，推动管理层及员工协同参与气候变化应对工作，持续提升组织应对能力。

## 指标与目标

东阿阿胶立足公司业务特征和生产经营实际，推进气候风险管理指标与目标建设工作，设立万元产值可比综合能耗、万元产值二氧化碳排放量等设定可执行、可跟踪的管理指标与阶段性目标。在核算体系方面，公司参考《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》开展温室气体量化核算，确保环境绩效数据的科学性、合规性与准确性。

## 能耗与温室气体目标

## 能耗

## 2025 年目标

万元产值可比综合能耗强度较 2024 年

下降 **2%**

## 2026 年目标

万元产值可比综合能耗强度较 2025 年

下降 **1%**

## 2025 年目标达成情况

万元产值可比综合能耗强度 **0.0249** 吨标煤 / 万元, 较 2024 年 **0.0258** 吨标煤 / 万元下降 **3.44%**

## 二氧化碳排放

## 2025 年目标

万元产值二氧化碳排放强度较 2024 年

下降 **2%**

## 2026 年目标

万元产值二氧化碳排放强度较 2025 年

下降 **1%**

## 2025 年目标达成情况

万元产值二氧化碳排放强度 **0.06523** 吨 / 万元, 较 2024 年 **0.06676** 吨 /万元下降 **2.29%**

## 2030 年目标

以 2024 为基准年, 到 2030 年实现温室气体排放

强度 (范围 1 和 2) 较基准年下降 **6%**

## 2050 年目标

以 2024 为基准年, 到 2050 年, 实现

企业运营层面的碳中和

## 温室气体排放绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	42,592.89	41,689.65
直接温室气体排放 (范围一)	吨二氧化碳当量	15,448.97	20,045.69
间接温室气体排放 (范围二)	吨二氧化碳当量	27,143.92	21,643.96
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 万元产值	0.06523	0.06676

# 完善环境管理

东阿阿胶建立环境监督与管理机制，提升环境风险防范及应急处置能力，持续优化环境绩效表现。同时，公司将绿色运营理念融入日常管理与员工行为，积极推进节能办公及环保宣传，以实际行动践行绿色发展承诺。

## 环境管理体系

### 环境管理架构

东阿阿胶建立了由董事会、ESG 委员会及 EHS 管理部组成的环境管理架构，实施环境管控与安全生产相结合的管理模式。公司遵循“党政同责、一岗双责”及“谁主管、谁负责”的原则，通过逐级签订《EHS 责任书》，将环境管理目标落实到各业务单元。

### 环境管理与绩效考核

公司建立完善的环境绩效激励机制，2025 年由总裁与各业务负责人签订年度《EHS 责任书》，将万元产值综合能耗及二氧化碳排放量下降 **2%**、污染源达标排放率 **100%** 等核心指标列入管理层及相关岗位的个性化考评目标。

公司根据《EHS 目标管理及责任考核办法》，将环境目标的执行情况作为奖金分配、先进评比及职务升迁的重要依据。此外，公司建立了负责人履职约谈机制，针对年度积分不达标或管理出现失误的部门负责人进行约谈，并将约谈结果纳入年度履职考核，确保环境管理责任的落实。

### 环境管理目标

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等国家法律法规的要求，规范废水、固废、噪声及环保设备运行要求，将各指标层层分解至各部门与生产线。2025 年，公司未发生因环境问题违规而导致诉讼或处罚的重大事件，也未出现环境领域的违法违规行为。

## 2025 年度环境管理目标实现情况

目标	完成情况
废水达标排放率 100%	✓
废气达标排放率 100%	✓
三废检测完成率 100%	✓
节约标准煤 300 吨	✓
节约水资源 20,000 吨	✓
合规运营	✓

### 环境管理体系认证

2025 年，公司通过 ISO 14001 环境管理体系复评并取得证书，认证范围覆盖了公司总部及下属子公司共计 50% 的生产场所。为保障体系运行的有效性，公司建立了内部评价与外部审核相结合的监督机制。在内部管理层面，公司每年定期开展一次环境管理内审检查。在外部监督层面，公司通过外部第三方认证机构对环境管理体系进行监督审核，每三年执行一次体系复评，确保管理流程持续符合标准要求。



环境管理体系认证

## 环境监督管理

东阿阿胶执行建设项目环境保护“三同时”管理要求，确保环保设施与生产工艺同步运行，落实环评及批复文件规定的污染防治措施，降低运营过程中的环境风险。公司通过建立监督检查机制与合规排查，确保环境问题得到及时识别与整改，保障合规运营。

2025 年，公司组织开展生态环境专项排查 2 次、环保隐患排查 1 次。同时，公司坚持每月开展一次 EHS 综合检查，对各生产单元的环保落实情况进行评估与指导，提升环境监管能力。此外，公司聘请具备资质的第三方机构开展废水、废气检测，并出具正式检测报告，确保三废检测完成率达到 100%。

## 环境应急管理

公司开展常态化环境治理与管理工作，不断提升环境事件应急能力。公司依据《产业园环境突发事件应急预案》明确环境事件分级指挥应急协调机制与应急响应程序，确保突发事件发生时能够迅速、高效地采取应对措施，确保在突发情况下能够降低对生态环境的影响。

## 环保宣传活动

东阿阿胶将环保公益宣传作为推动绿色发展理念的重要方式，通过丰富多样的宣传形式和活动，不断提升公众的环保意识，传递绿色发展的企业形象。公司结合重大环保主题日，组织环保知识培训、宣传片播放、主题活动等，积极营造全员参与环保的良好氛围，同时鼓励员工主动参与各类环保活动，强化环境保护的自觉性与责任感。

### 案例 2025 年全国节能宣传周主题实践

2025 年 6 月全国节能宣传周期间，东阿阿胶围绕“节能增效，焕‘新’引领”主题开展系列活动。管理层率先发布节能倡议，号召全员践行低碳办公并发挥示范作用。公司通过在公共区域张贴宣传海报、播放节能视频及悬挂条幅，实现办公区域视觉全覆盖。6 月 25 日“全国低碳日”，公司举办节能承诺签名活动，吸引 200 余名员工参与。本次活动通过多维宣传与仪式性互动，强化了全员节能责任感，推动绿色办公理念由意识向自觉行动转化。



节能宣传周活动

### 环保培训绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
环保培训次数	次	12	11
环保培训参加人次	人次	2,310	2,204
环保培训时长	小时	4,830	4,742

## 绿色办公

东阿阿胶将绿色运营理念贯穿于办公全过程，推行节水、节电及办公耗材循环利用等举措，降低办公场所的资源浪费与废弃物产生量。同时，公司通过行为引导与监督管理，将绿色办公要求转化为员工的行为自觉，构建资源集约型的办公环境。

### 绿色办公举措

#### 节约用电

- 优先采用环保、节能型的电器和设备
- 在夏季和冬季合理设置空调温度，并定期清理滤网以提高制冷或制热效率，减少不必要的电力消耗

- 定期检查供水设备，杜绝跑、冒、滴、漏等现象，避免水资源浪费
- 积极推广使用节水器具

#### 节约用水

#### 节约办公耗材

- 鼓励双面打印或利用废纸反面打印，减少纸张浪费
- 倡导无纸化办公，非必要文件优先采用电子文档保存和传输

- 在装修改造过程中坚持“利旧节约”的原则，充分利用现有资源，减少材料浪费
- 全面开展垃圾分类宣传，增强员工垃圾分类意识

#### 资源循环利用

#### 公务车辆管理

- 严格遵循“依法合规、保障公务、经济安全、节能环保、杜绝浪费”的原则，优化公务车辆管理，减少车辆运行中的碳排放

- 鼓励员工出行优先选择公共交通、步行和自行车等绿色出行方式，将绿色低碳理念渗透到日常生活中

#### 倡导绿色出行

# 合理利用资源

东阿阿胶统筹绿色转型与集约利用，构建资源节约、环境友好的绿色发展模式。公司协同推进能源低碳变革、水资源梯级利用及包材循环创新，通过技术赋能实现全要素效能提升，以绿色生产力引领行业高质量发展。

## 能源管理

东阿阿胶积极践行绿色低碳发展理念，通过实施技术改造、优化能源结构和碳足迹管理等举措，全面推进节能降碳。2025 年，公司实现万元产值综合能耗 0.0249 吨标准煤 / 万元，同比下降 3.44%；全年节能 522 吨标准煤，完成率达 172%，有效提升能源利用效率。



## 节能改造

公司通过技术改造与设备更新，提升能源利用效率，降低运营碳强度。2025 年，公司重点推进了多项核心节能降碳工程。



### 设备节能改造

 <h4>暖通系统升级</h4> <p>办公大楼空调系统引入高效能热泵机组，替代传统蒸汽供热，实现冷热联供一体化运行。项目实际总投资 <b>112</b> 万元，改造后预计年节约蒸汽约 <b>2,000</b> 吨，节电效率提升 <b>10%</b> 以上，年减排二氧化碳约 <b>180</b> 吨。</p>	 <h4>制冷设备优化</h4> <p>2025 年 9 月，公司完成综合二制冷机组升级，将原有制冷机组更换为变频磁悬浮离心水冷冷水机组。项目实际投资 <b>91.8</b> 万元，投运后系统能效提升 <b>10%</b>，预计年节电 <b>10</b> 万千瓦时，年减排二氧化碳约 <b>54</b> 吨。</p>	 <h4>机电设备更新</h4> <p>公司开展高效节能机电设备专项淘汰计划，2025 年购置 <b>25</b> 台（套）高效节能机电设备，对车间换热站、纯化水站及污水处理站等区域的落后电机进行更新。更换设备总功率 <b>402.5KW</b>，预计年节约用电 <b>25</b> 万千瓦时。</p>
--	---	--



## 生产线节能改造

### 阿胶生产线

用引进机械压缩式（MVR）技术替代三效蒸发，降低蒸汽消耗，年节能率达 **71%**；  
提沫机技术推广及应用，替代传统夹层锅，实现阿胶密闭式生产，节能率达 **31.28%**。

### 复方阿胶浆生产线

应用行业首创的洗吹灌一体化技术，单条洗吹灌生产线年节约用电约 **40** 万度。

### 临清生产基地

推广清洁能源应用，安装 **120** 瓦太阳能路灯 **14** 盏，年累计节省电量 **7,000** 余度；  
淘汰三级能效电机，更换为一级能效电机，每小时节电 **4.83** 度；  
在污水站、纯化水站、空压站等区域推行“避峰寻谷”，调整高耗能设备运行时间，降低高峰期用电负荷与电费成本。

## 能源管理系统升级

公司对现有的能源管理系统进行全面升级，软件层面，通过梳理整治新增及异常表计（更新、改造、补采），修正常见数据错误，并新增碳管理模块，强化碳核算能力。硬件方面，公司完成了综合二制冷站节能控制系统的改造，对制冷机、循环水泵、冷却塔进行互联，增加变频、温度检测、节能优化控制等，达到节能降碳的效果。

## 碳足迹管理

东阿阿胶作为阿胶行业首家开展产品碳足迹研究的企业，系统梳理了阿胶产品从原材料采购到成品交付的全生命周期碳排放数据。通过引入生命周期评估（LCA）模型，公司不仅填补了行业在该领域的空白，还以实际行动为阿胶行业树立了绿色发展标杆，成为碳足迹管理的引领者。



## 光伏发电

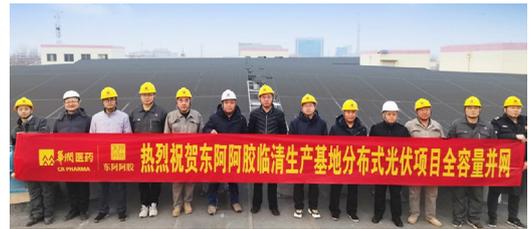
公司积极布局光伏发电项目优化能源结构，提升清洁能源替代比例。公司共建设有四个光伏电站，总装机容量 9.97 兆瓦。其中，阿胶产业园光伏项目装机容量 3.4MWp，2025 年自发自用光伏电量达 394.87 万千瓦时；黑毛驴养殖基地及屠宰车间分别建设 5.6MWp 与 0.24 MWp 光伏电站，实现绿色能源供应。2025 年，公司清洁能源体系进一步完善，临清生产基地 732kW 光伏项目于 2025 年 1 月投入使用。



产业园楼顶光伏



黑毛驴繁育基地驴舍棚顶光伏



临清生产基地光伏项目并网

截至 2025 年底



累计发电量

**109.58** 万千瓦时

其中基地自用电量

**66.15** 万千瓦时

自发自用比例

**60.37%**

## 绿色物流

公司通过优化运输结构与提升仓储能效，降低供应链全周期的碳排放强度。在绿色运输方面，公司在厂内物流环节部署新能源运输车辆，并持续提升运输线路优化率以降低能耗。在销售物流领域，公司执行社会车辆电动化管理策略，针对 300 公里以内的零担配送优先采用电动车辆，并逐步将该要求延伸至 500 公里范围。同时，公司对长途零担运输的末端配送推行电动化替代，减少对化石燃料的依赖。

在绿色仓储方面，公司通过实施物料进出库集中化排期、库房分区分库及调剂合并等手段，提升阴凉库及冷库的运行能效。针对高周转物料，在满足质量标准的前提下推行动态调温策略，减少冗余能耗，实现精准降耗。

2025 年



公司通过精细化仓储管理，累计节省制冷费用

**12.83** 万元

## 能源管理绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
<b>直接能源</b>			
柴油消耗量	升	23,925	23,972
天然气消耗量	标准立方米	7,038,437	7,662,660
<b>间接能源</b>			
外购电力	万千瓦时	3,140.99	2,919.71
外购蒸汽	吉焦	93,539.8	73,636.45
<b>综合能耗</b>			
直接能源消耗量	吨标准煤	9,179.6	9,991.15
间接能源消耗量	吨标准煤	7,049.98	6,099.32
能源消耗总量	吨标准煤	16,229.58	16,090.47
能源消耗强度	吨标准煤 / 万元	0.0249	0.0258
<b>可再生能源使用</b>			
可再生能源发电量	万千瓦时	394.87	395.68
可再生能源使用占比	%	12.57	13.55

## 水资源管理

东阿阿胶高度重视水资源保护与节约，将其深度融入生产运营，涵盖地下水源保护、用水定额管理、工艺节水及梯级利用等关键环节。

2025 年



公司万元产值水消耗量从

**2.13** 吨 / 万元 下降至 **1.90** 吨 / 万元

同比下降

**10.8%**，水资源资料效率显著优化

 地下水源保护

东阿水是阿胶炼制的核心资源，源于太行山与泰山地下潜流交汇形成的独特水系。然而，随着环境和气候的变化，东阿水愈加稀缺和珍贵。公司严格执行监管部门批复的年度取水计划，通过落实取水定额管理，严控地下水开采总量，杜绝过度开采，以实际行动践行黄河流域生态保护的要求，保障地方水资源的生态平衡与可持续发展。

## ☀️ 水资源节约

公司落实用水定额管理制度，通过完善计量统计体系实现对主要用水环节的精细化监测。2025 年，公司引进先进节水技术和设备，完成锅炉房水处理设备更新，提升了系统的运行效率与水处理能力。该项目于 2025 年 9 月正式投入使用，水处理效率提升 20%，预计年节约用水 2 万立方米。

## ☀️ 水资源循环利用

公司构建了覆盖全厂区的分级循环利用体系，通过“车间浓水→景观湖补水，洗瓶水→冷却塔补水，污水处理中水→绿化灌溉”的梯度利用模式，降低对新鲜水的依赖。2025 年，公司实现景观湖 100% 中水和雨水补给，并将绿化灌溉由试点转向全面推广，有效缓解了生产取水定额压力，实现了节水、降本、增效的闭环管理，全年累计实现中水回用 17.65 万立方米。



中水回用及景观湖补水

### 水资源管理绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
水资源消耗总量	万吨	124.35	128.00
其中 地下水消耗总量	万吨	122.23	125.94
自来水消耗总量	万吨	2.12	2.06
循环水用量	万吨	96.88	96.15
循环水用量占比	%	77.91	75.12
水资源消耗强度	吨 / 万元产值	1.90	2.13

## 包装材料管理

东阿阿胶致力于构建绿色、循环的包装管理体系，建立了覆盖包装设计、绿色采购及物流配送的全链条管理体系，推行包装轻量化、简化包装结构等，从源头降低资源消耗。在材料选用上，公司严格执行包材合规性审查，要求所有包装材料均不得与产品发生反应，确保对人体健康零影响。公司承诺并确保生产涉及的原材料及包装物均不含任何有毒有害物质。

在供应链管理端，公司积极发挥供应链引领作用，鼓励并引导供应商优先使用绿色、可降解的材料作为包装原材料。同时，公司广泛采用托盘、不锈钢盘、纸箱、铁盒及塑料膜等可循环材料，构建起完善的包装回收与再利用闭环。2025 年，公司包装材料消耗总量为 61,116.9 吨。

### 案例 电商物流全链路绿色包装优化

在电商物流环节，公司积极推进产品原箱循环利用，并建立退货包材回收再生模式，2025 年累计节约包材支出 10.6 万元。此外，公司针对电商专销产品“75\*4 桃花姬”实施了“去外包装化”改革，将物流组盘方式由传统的“按箱组盘”优化为“按盒组盘”，在确保运输安全的前提下大幅削减了冗余包装环节，预计年减少纸箱消耗 33,400 个，直接降低成本 16.7 万元。

# 严格控制排放

东阿阿胶严格遵守环保法规，全面实施废水、废气和固废管理，确保排放达标。公司以精益管理驱动运营升级，通过工艺革新与资源化创新，确保各项污染物长期稳定达标排放，有效减少污染排放。

## 治理

公司建立了由董事会决策、ESG 委员会监督、EHS 部牵头管理、各生产基地具体落实的治理架构，将废水、废气与废弃物管理全面纳入 ESG 治理范畴。



内部制度体系是保障排放合规的基石，公司制定并严格执行《污水、大气、噪声控制程序》《污水处理作业指导书》《固体废物控制程序》《危险废物管理计划》等一系列管理制度，确保各项管理动作有据可依。

# ESG

# 战略

## 风险识别与应对

### 污染物排放相关风险识别与应对

风险类型	风险描述	对公司财务的潜在影响	发生的可能性	影响时间范围	应对措施
<b>转型风险</b>					
<b>政策与合规风险</b> 	环保法规趋严（如更高的废水 / 废气排放标准）或环境保护税上调	增加环保设施升级的资本支出及日常运维成本	中	中长期	严格执行《污水、大气、噪声控制程序》；提前布局先进治理设施（如生物除臭、高效除尘），确保排放指标优于国标
<b>技术风险</b> 	现有污染物处理技术（如 VOCs 回收率、污泥减量化技术）无法满足更高的环保减量目标	导致生产效率下降或因技术落后产生额外的环境治理成本及罚金风险	中	中期	开展废水深度处理与废气高效净化专项技术研发，探索污泥资源化利用及 VOCs 治理路径
<b>声誉风险</b> 	若发生污染物排放不合规或因异味扰民引发舆论，可能损害品牌形象	品牌认可下降导致市场份额流失，影响产品销售收入与融资成本	高	短期 / 长期	建立在线监测及化验监测双重预警机制；实施“日产日清”及危废全过程溯源，确保信息透明与合规
<b>物理风险</b>					
<b>急性风险</b> 	极端强降雨或洪涝灾害导致污水处理系统负荷超限，产生溢流或系统停运风险	可能导致非计划性停产整顿，或因溢流引发环境污染事故导致的法律赔偿及修复支出	中	短期	完善污水站应急排涝设施；制定重污染天气与极端气候应急预案；加强设施日常巡检，保障极端工况下的运行稳定性

## ☀ 机遇识别与应对

### 污染物排放相关机遇评估

机遇类型	机遇描述	对公司财务的潜在影响	发生的可能性	影响时间范围	应对措施
<b>资源效率提升</b> 	推广循环经济模式，将生产废弃物（如药渣、毛渣）转化为副产品	通过副产品销售或替代原材料增加收益；降低废弃物处置费用支出	高	中长期	持续履行《毛渣清运处置合同》，将固废加工为饲料原料；推进包装材料的循环回收利用
<b>技术创新机遇</b> 	通过工艺创新降低污染物产生量，或通过提升设施效率降低治理药剂与能源消耗	降低环保设施的运行维护支出，直接削减环保运营支出	中	中长期	优化污水站 AO 系统等工艺参数；对锅炉房水处理设备进行升级，提升效率并减少化学药剂投放
<b>政策红利</b> 	利用部分地区推行的排污权交易机制，通过减排富余的指标获取收益	通过在排污权市场交易富余的化学需氧量（COD）、氨氮等指标获得现金流入	低	长期	保持治污设施的高效稳定运行，确保主要污染物排放浓度远低于许可限额，储备潜在交易指标

## 影响、风险和机遇管理

### ☀ 流程

东阿阿胶建立了常态化的排放物风险识别与管控机制，每年定期开展针对废水、废气及废弃物的环保风险与机遇识别工作。公司编制《环保管理风险识别表》，对生产运营各环节污染物排放风险的系统汇总与分析，识别与评估确定管控重点与改进方向，并通过委托专业机构进行环境监测，实现了从风险识别到减排增效的持续改进。

## 措施

### 水 污染物

公司依托两座日处理能力 6,300 立方米的污水处理站，确保生产废水经处理达标后排入市政污水管网，生活废水则经化粪池预沉淀后排放。公司利用在线监测系统实时监控运行动态，并配合每日对初沉池、厌氧罐及 AO 系统等关键环节的指标化验，在确保稳定达标的基础上，最大限度压降氨氮、COD 等污染物的排放强度。作为省级废水重点监控企业，公司在排放口安装了在线监测系统，各项主要污染物指标均优于排放标准要求。

### 大气 污染物

公司对全厂五个主要排口实施分类治理。污水处理站排口配置了生物除臭系统，专门处理硫化氢、氨及恶臭气体；生产车间排口则根据废气特性，分别采用水洗、碱洗、活性炭吸附以及静电或布袋除尘等工艺，处理有机废气和颗粒物，提升了挥发性有机物 (VOCs) 的截留与降解效率，确保气味及特征污染物实现超低排放。此外，公司严格按照排污许可证要求编制监测方案，每半年开展一次指标检测，确保废气稳定达标排放。

### 固体 废弃物

对于驴皮原料处理产生的毛渣及提取环节产生的药渣、污泥等一般固废，公司通过与具备资质的第三方单位签订处置合同；生产过程产生的毛渣、药渣将其回收并加工为饲料原料，可回收废包材专人回收外售，实现了资源的循环利用。在日常运营中，公司落实“日产日清”管理模式，通过建立清运处置台账，对固废的清运时效和处置情况进行定期监督检查，确保处置流程合规且全程可溯源。

公司产生的危险废物主要包括设备检修产生的废机油、油桶，以及化验室产生的废化学试剂、废试剂瓶和废培养基。公司建立了专门的危废仓库，严格按照《危险废物管理计划》执行分类存放与标识管理，并强化对存储设施和场所的日常维护。2025 年，公司与具备资质的单位合作，累计合规处置危险废物 3 次，共计 3.21 吨，所有危险废物转移联单均已上报环保主管部门备案，实现了从收集、储存到最终处置的全过程安全受控。

2025 年



公司与具备资质的单位合作，累计合规处置危险废物

**3** 次，共计 **3.21** 吨

## 指标与目标

东阿阿胶构建了污染物排放指标监控体系与目标管理机制，通过建立排放动态追踪机制，确立了覆盖废水、废气及废弃物的目标。在水与大气污染物管理方面，公司承诺主要污染物排放合格率始终保持 100%，且排放浓度持续优于国家及行业排放标准。以 2024 年为基准年，公司致力于维持生产废弃物 100% 的循环利用率，并严格执行危险废弃物 100% 的合规处置。

### 污染物排放管理绩效<sup>3</sup>

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
废水排放总量	万吨	99.14	103.48
废水污染物排放量	吨	32.91	33.96
其中，COD	吨	32.3	33.44
NH <sub>3</sub> -N	吨	0.612	0.515
废水污染物排放浓度	mg/l	32.75	35.55
其中，COD	mg/l	32.14	35.01
NH <sub>3</sub> -N	mg/l	0.61	0.54
二氧化硫排放量	吨	1.538	/
氮氧化物排放量	吨	1.942	/
颗粒物排放量	千克	176	264
二氧化硫排放浓度	毫克 / 立方米	17.58	/
氮氧化物排放浓度	毫克 / 立方米	22.33	/
颗粒物排放浓度	毫克 / 立方米	5.2	/
废弃物产生总量	吨	2,909.82	2,996.77
一般废弃物产生量	吨	2,906.61	2,994.19
其中，毛渣排放量	吨	476.12	409.63
药渣排放量	吨	1,651.97	1,806.72
污泥排放量	吨	463.52	480.84
生活垃圾	吨	315	297
一般废弃物排放密度	吨 / 万元	0.00434	0.00506
危险废弃物产生量	吨	3.21	2.58
危险废弃物排放密度	千克 / 万元	0.00479	0.00413
回收再利用废弃物总量	吨	2,591.61	2,697.19
回收再利用的废弃物占比	%	89.16	90.00

<sup>3</sup> 公司生产运营涉及的二氧化硫及氮氧化物排放主要源于锅炉，由于该锅炉由第三方机构负责运营管理，相关排放指标由该第三方根据实际运行数据进行统计并提供，公司持续关注其排放合规性

## 维护生态平衡

东阿阿胶坚持生态优先原则，将产业链的可持续转型作为企业发展的核心动力。公司通过规范原料采购、合理开发药材资源、提升绿化水平及深耕动物福利，构建起从源头供应到终端养殖的全过程绿色体系，致力于实现人与自然和谐共生。

公司生产车间所在地均不涉及海岸湿地等生态敏感区，亦不处于自然保护区或饮用水水源保护区。在生产活动区域内，未发现珍稀动植物物种，且无珍稀动物栖息或迁徙路径通过。

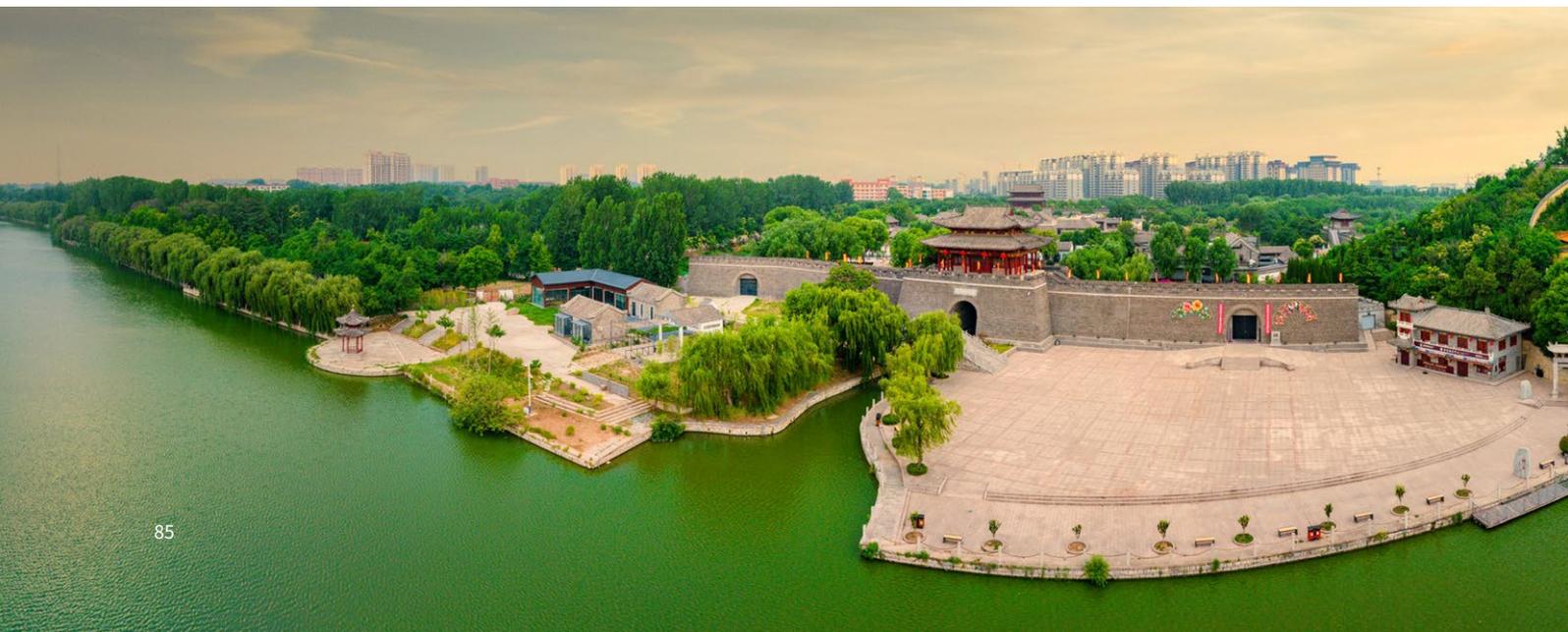
## 原材料可持续供应

在保障中药资源长效利用的前提下，东阿阿胶采取科学开发与源头管控相结合的策略。公司严格遵循药用植物保护原则，合理规划中药材采挖，通过规范化肥与农药的使用，最大限度降低生产活动对土壤及周边生态系统的影响。公司建立了严苛的供应商质量审计体系，从源头封堵来源不明、乱采滥挖的中药材流入生产环节，确保中药资源的永续利用与生态系统的稳健平衡。

公司针对国家二级重点保护野生植物肉苁蓉，坚持推广人工种植模式，以替代野生采摘。公司在梭梭林恢复区开展人工寄生种植，不仅保障了肉苁蓉的可持续供应，更有力推动了荒漠生态系统的修复与稳定，实现了经济价值与生态效益的协同增长。

## 园区生态管理

东阿阿胶深植与环境和谐共生的发展理念，构建绿化提升机制与水土保持方案，全力打造高品质的绿色“花园式工厂”。公司重视对周边生物栖息地的保护，通过建立生态缓冲区及落实《景区绿化养护管理制度》，持续扩大园区绿化面积，目前园区年吸收二氧化碳量达 3,280 余吨。在区域实践中，临清生产基地通过科学优化植被布局，实施精准的补植更新与防火绿化工程，将绿化覆盖率由 20% 提升至 40%，显著增强了区域生态碳汇能力。



## 动物福利保障

动物保护福利是东阿阿胶可持续发展战略的重要组成部分，公司致力于建立高标准的毛驴养殖体系，实现产业链的生态化与可持续发展，确保毛驴在养殖、管理、生产过程中得到科学合理的照护与保障。

### 良种培育与科学养殖

公司推动“东阿黑驴”的良种选育，优化育种核心群，提升品种质量。公司已建立育肥养殖、繁育养殖和混合养殖三大模式，提高毛驴产业的经济效益和可持续发展水平。同时，公司制定《“东阿黑毛驴”规模化养殖技术手册》，规范繁育与管理模式，推动“把毛驴当药材养”的生态化养殖理念，确保毛驴养殖符合科学、环保和动物福利要求。

### 优化饲养管理

公司采用科学配方饲料，精准匹配不同生长阶段的营养需求，建立营养检测体系，确保饲料品质安全；提供充足的清洁饮水，冬季保持适宜水温，改善养殖环境；定期开展健康检查，确保毛驴群体健康，降低疾病发生率，提高整体养殖质量。

### 生态化驴舍建设

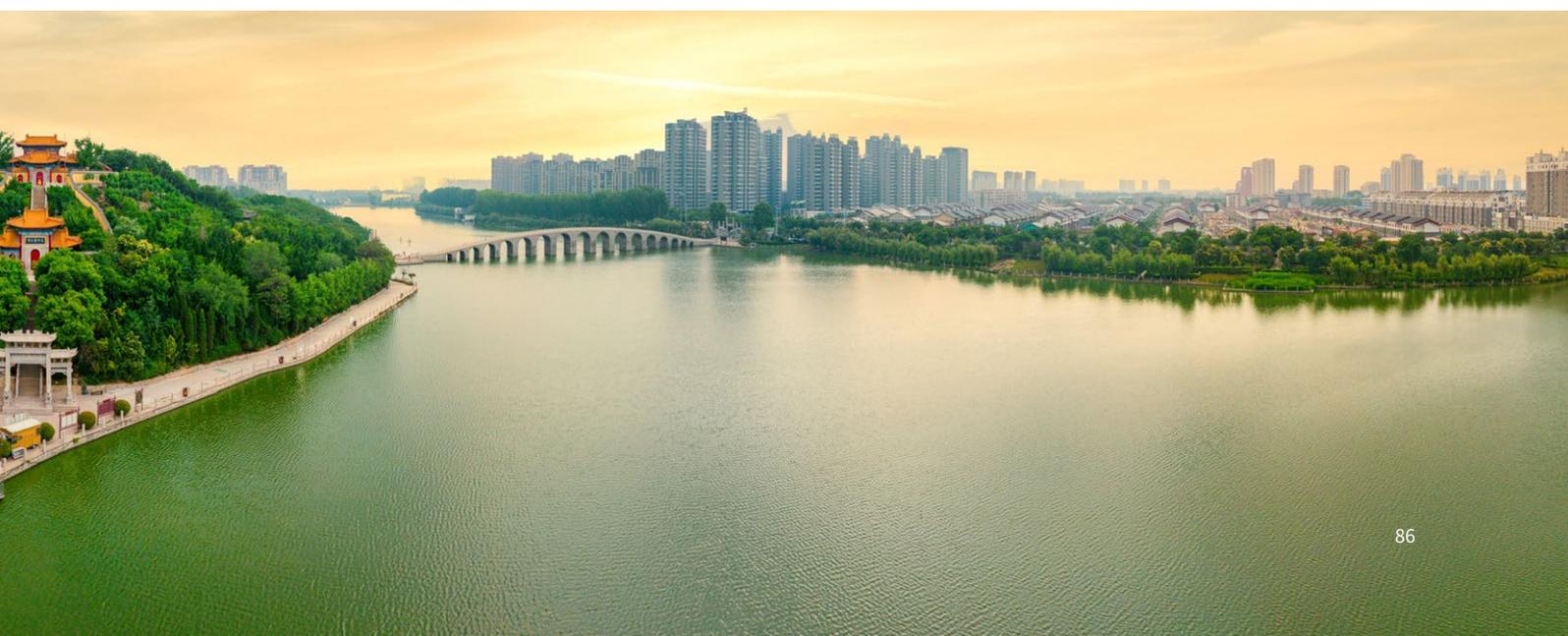
公司为毛驴提供宽敞、通风良好的驴舍，确保充足的活动空间。养殖场配备防暑降温设备（风扇+喷淋），帮助毛驴在高温环境下快速散热，减少热应激。此外，公司定期对驴舍进行清洁消毒，降低疾病传播风险，并制定标准化免疫操作流程，保障养殖环境的安全和健康。

### 提升动物福利

东阿阿胶充分考虑毛驴的天性和行为需求，在驴舍铺设黄河细沙土，让毛驴自由打滚，保持良好生活习性。设置痒痒柱，供毛驴摩擦止痒，促进血液循环，减少寄生虫病发病率。定期修蹄，保障驴群肢蹄健康，避免运动损伤。此外，公司适量播放轻音乐，缓解毛驴的紧张情绪，减少应激反应，提高其心理健康水平。

### 专业管理团队保障

公司组建涵盖繁育专家、兽医、动物行为专家的专业动物福利管理团队，全面保障毛驴养殖和加工过程中的动物福利。



联合国可持续发展目标 (SDGs) 响应



## 卓越质控 心系客需

东阿阿胶坚守道地品质，以质取胜、以质求强，建立健全质量管理体系，提升产品品质与管理效能，落实负责任营销，切实维护客户合法权益，致力于为客户提供更优质、更专业的服务体验，营造多元化体验场景，不断提升整体服务水平，全面增强客户信任感和忠诚度。

客户投诉办结率

100%

百万盒数产品质量投诉率

3.89%

客户投诉下降率

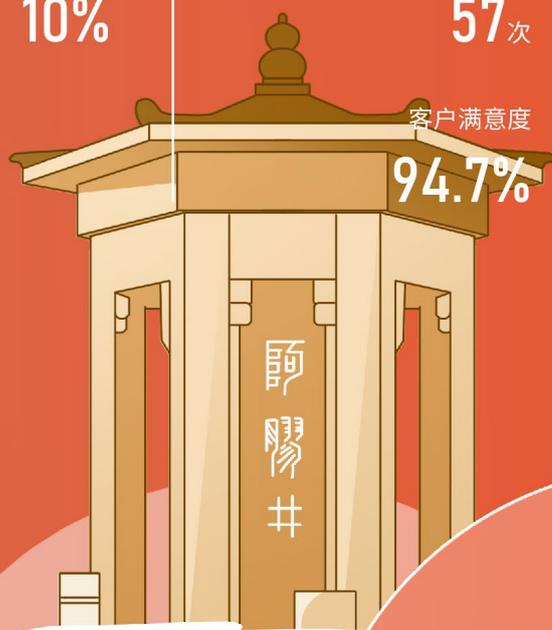
10%

产品质量管理培训次数

57次

客户满意度

94.7%



## 产品质量管理

东阿阿胶秉持“择一事终一生”的工匠精神，坚持“传承道地品质，创造一流产品，提升顾客生命、生活质量”的质量管理方针，规范产品质量管理流程，全面防控质量风险，应用数字化工具提升质量管理效率，开展药物警戒，落实负责任营销，切实提升产品质量管理水平。

### 治理

东阿阿胶的产品与质量管理由多部门协同开展，质量管理体系包括质量体系、厂房设施与设备体系、实验室控制体系、物料体系、包装和标签体系、生产体系，覆盖人力资源部、计划物流部、采购管理中心、工程建设部等 14 个部门。

在药品质量管理方面，公司对标国际标准，重构管理体系，围绕职责权限、体系流程、验证系统、技术转移等方面进行升级，按照 5W1H 的要素落实文件和标准内容，确保每个标准文件可执行、能执行、愿执行，共建立质量管理体系类文件 196 个，通过 GMP（药品生产质量管理规范）体系的重构，明确各部门 GMP 的管理边界和岗位职责，进一步规范工作流程。

在食品质量管理方面，公司搭建食品柔性质量管控体系，根据原料的使用用途、产品风险及历史检验数据对 112 个原料标准进行梳理，优化检验项目，缩短原辅料验收周期。

同时，公司根据《产业链（IPD）协同职能划转分工》，对产品全生命周期管理职责进行明确划分，通过职能清晰划转，强化跨部门协同，推动产品从规划到退市的全链路高效管理。2025 年，公司落地《产品生命周期管理制度》《产品生命周期激励办法》《委托加工产品管理办法》3 项产品管理核心制度，实现产品全流程规范化管理。

公司已通过 GMP 认证、食品安全管理体系（ISO 22000）、职业健康安全管理体系（ISO 45001）、质量管理体系认证（ISO 9001），上述认证覆盖所有生产场所。此外，公司在质量检验方面获得 CNAS 实验室认可决定证书。



# 战略

公司建立产品与质量、产品与服务风险和机遇识别清单，并针对所识别、评估的风险和机遇采取对应措施。

## 产品与质量风险识别清单

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	对公司的潜在影响	风险等级			风险控制措施 / 机遇把握措施
				高	中	低	
质量保证	风险	生产许可证办理未在有效的周期内获得或变更未及时办理。	导致停产或因违规导致吊销证书或罚款。	√			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 及时识别需审核认证的项目，细化分解并明确里程碑，并列入各相关部门的年度工作计划；</li> <li>2. 严格按照里程碑推进实施，确保项目进度与质量达标。</li> </ol>
质量保证	风险	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 投料错误、批号等生产信息打印错误或不清楚；</li> <li>2. 生产工艺与注册工艺之间存在偏差。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 整批产品报废；</li> <li>2. 产品被列为劣药；</li> <li>3. 引起市场投诉；</li> <li>4. 违反药品管理法及 GMP 有关要求导致停产和罚款。</li> </ol>	√			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 持续推行 GMP 的全员培训，增强全员质量意识；</li> <li>2. 加强过程监督，确保重要信息专人复核；</li> <li>3. 建立关键控制点监控，实施跟班监控；</li> <li>4. 专人定期检查生产过程与注册工艺的符合性，及时纠偏。</li> </ol>
质量保证	风险	原辅材料、产品质量把关不严。	不合格原料投入使用，造成成品不合格；不合格产品流入市场造，造成产品市场抽检不合格。	√			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建立《物料、产品放行管理标准》《质量受托人管理标准》；</li> <li>2. 规定质量放行人员具备的资质，以及放行前检查的内容及标准。</li> </ol>
质量保证	风险	供应商违规、证书收回或所供物料市场抽检不合格。	导致公司使用的物料在召回范围内、导致媒体曝光。	√			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建立《物料供应商管理标准》及《供应商审计管理标准》，对供应商管控前移，设招标入围条件，逐步建立战略供应商合作机制，严格实施供应商的变更控制。</li> </ol>
质量保证	风险	法律法规识别、转化不到位。	导致公司产品违规停产、处罚、媒体曝光。	√			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 设专人识别本部门相关的法律法规文件，建立外来文件登记台账，每天登录国家局及卫健委相关网站进行浏览查阅其变化；</li> <li>2. 将识别的重点法规及时转化，并在质量分析会上进行培训宣贯，及时更新公司的标准及制度；</li> <li>3. 通过“引进来”和“走出去”的方式，外出培训学习，提升专业人员的法规理解能力；</li> <li>4. 按照《GMP 文件管理标准》定期对标准和制度进行评审、识别，排除风险。</li> </ol>
质量保证	风险	不良反应不能及时获取，说明书不能及时修订，有被投诉的风险。	更多消费者产生不良反应，影响公司产品形象。	√			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建立《药品不良反应评价与控制标准操作规程》《药品重点监测实施操作规程》等文件，及时有效处理不良反应；</li> <li>2. 建立《召回管理标准》，规定召回程序几个部门的职责，每两年进行一次模拟演练，确保召回时能够及时有效地召回。</li> </ol>
质量保证	风险	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 发生质量事故；</li> <li>2. 危机公关不利。</li> </ol>	公司停产，被曝光导致经济损失。	√			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建立《质量事故管理办法》《EHSQ 质量事故事件责任追究管理办法》对事故处理进行管控，及时启动危机公关行动等。</li> </ol>

产品与质量风险识别清单

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	对公司的潜在影响	风险等级			风险控制措施 / 机遇把握措施
				高	中	低	
质量保证	风险	1. 处理投诉不及时； 2. 投诉问题没有得到及时解决； 3. 恶意伪造产品质量问题，以曝光相要挟，索要赔偿。	1. 影响销售及公司品牌形象； 2. 消费者对产品失去信心。	√			1. 建立《投诉管理标准》，及时有效处理投诉对消费者心智进行精准分析，随时与法务部、媒体部保持沟通； 2. 通过各种途径及方法，对消费者反馈的信息进行查证，确保分析准确，防控媒体风险； 3. 保持与客服的随时沟通，全面提高客服人员处理问题的专业性及及时性。
质量保证	风险	1. 制定的风险控制措施不能控制风险； 2. 未及时发现质量隐患等。	1. 影响销售及公司品牌形象； 2. 消费者对产品失去信心。	√			建立《质量风险管理标准》有效控制质量风险。
质量保证	风险	未及时填报年报或者年报信息与实际不符。	导致罚款甚至会责令停产。	√			1. 建立《药品年度报告管理标准》； 2. 组织识别各类信息，确保信息提报无误； 3. 联合生产、销售、药物警戒及研究院进行协同填报信息，并进行不低于两轮评审。
质量保证	风险	1. 国家GMP飞检、GMP跟踪及符合性审核出现严重及主要缺陷，无法通过现场审核； 2. 存在GMP不符合情形。	责令停产或被吊销生产许可证。	√			1. 每月开展质量审核及飞行检查，确保生产现场无严重及主要缺陷项发生； 2. 建立质量奖惩机制，激发全员的质量工作激情与积极性； 3. 组织质量培训，提升员工质量意识等； 4. 建立《生产过程监督管理标准》，质量监督员跟班进行监督落实； 5. 建立《QC监督管理标准》《仓储监督管理标准》《自检管理标准》，对GMP的符合性进行定期和不定期的检查，跟踪落实改进；深入梳理公司运营方面存在的法规缺陷并不断完善，确保公司持续符合GMP； 6. 一旦发生飞检不合格的情况立即按照《药品安全应急处置方案管理标准》和危机应对管理制度开展工作，将风险和损失降至最低。
质量保证	风险	质量系统、质量控制系统、厂房设施和设备系统、物料系统、生产系统、包装系统及其他变更未得到有效控制。	有违反GMP或《药品管理法》《食品安全法》，被吊销生产许可证停产的风险。	√			建立《变更控制管理标准》标准，规定变更分类原则和变更处理流程等。
质量保证	风险	受托方违反法规及运输质量要求。	有造成产品不合格或造成假劣药的产生，给公司造成经济损失。	√			1. 签署委托运输协议； 2. 定期对受托方进行审计。

## 产品与质量风险识别清单

风险 / 机遇 类型	风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	对公司的潜在影响	风险等级			风险控制措施 / 机遇把握措施
				高	中	低	
质量保证	风险	1. 数据不真实； 2. 数据不可追溯； 3. 数据不完整。	有造成被处罚或吊销生产许可证的风险。	√			1. 建立数据可靠性管理制度； 2. 按照制度进行管理并开展自查。
质量保证	风险	1. 文件遗失； 2. 文件信息泄露； 3. 文件失效； 4. 操作现场无文件； 5. 长期保存文件归档不全； 6. 记录、报告等遗失或归档不全。	1. 造成公司技术、智慧、经验丢失，断层； 2. 秘密文件信息泄露，造成公司核心技术泄露，影响公司竞争力； 3. 现场误执行失效文件，导致不合规； 4. 造成不可追溯。		√		1. 建立《GMP 文件管理标准》《记录管理标准》《批记录管理标准》《GMP 文件档案管理标准》； 2. 及时保存、存档原文件； 3. 密级文件专人管理，设置文件橱，上锁； 4. 作废文件在新文件发放时进行回收，交文件发放部门统一销毁； 5. 定期对存档情况进行监督检查。
质量保证	风险	处理意见出具不及时，可能导致处理滞后。	退货处理不及时，导致产品在库内滞销情况的发生。		√		1. 建立《退货管理标准》； 2. 要求仓库人员每周提报退货明细，及时对退货进行检查、分析后处理； 3. 要求仓库人员跟踪退货处理进度，确保在规定时间内完成返工入库。
质量保证	机遇	按照药品注册要求，经典名方注册可以免临床，但需通过技术转移将研究产品相关知识转商业化生产阶段。	开展经典名方产品的注册和技术转移工作，加快推进产品上市进度。	—	—	—	建立技术转移管理标准等体系文件，并按要求推进经典名方品种开展技术转移工作。
质量保证	机遇	按照传统既是食品又是中药材物质公告，肉苁蓉（荒漠）列入药食同源目录，公司在研食品可使用肉苁蓉（荒漠）作为食品类原料。	按照整体研发进度，推进肉苁蓉类食品的生产上市许可。	—	—	—	1. 做好食品研发资料的审核把关，并及时办理生产许可，支持公司销售目标达成。
质量保证	风险	产品内包装与注册标准不符。	有违反药品管理法导致处罚的情况。		√		1. 核对包装与注册工艺的符合性； 2. 对于不符合的情况暂停生产，获得变更批准后再进行生产。

产品与质量风险识别清单

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	对公司的潜在影响	风险等级			风险控制措施 / 机遇把握措施
				高	中	低	
质量保证	风险	1. 验证项目识别不全； 2. 验证数据不真实。 3. 验证不及时	有造成违反相关法规或导致生产工艺过程不受控，产品不合格的风险。		√		1. 固化风险评估及验证模板，防止项目丢失； 2. 专人跟进验证实施过程，确保数据真实、完整和可追溯； 3. 系统学习风险管理工具，将风险工具纳入立验证管理制度中加以运用。
质量保证	机遇	“十四五”医药工业发展规划，推动医药制造能力系统升级，推动实现产业数字化转型。	引入质量管理信息化系统和实验室信息化管理系统，提升质量管理效率和质量决策能力。	—	—	—	1. 引入 QMS、LIMS 等质量管理信息化系统，推动公司实现质量管理数字化转型。
质量控制	风险	1. 检测项目不全 2. 检验结果不准确 3. 触电、压力容器爆炸、烫伤、火灾、气体泄漏爆炸等。	1. 市场抽检不合格。 2. 市场投诉。 3. 合格产品不能出厂。 4. 因安全事故导致无法进行检验导致不具备检测能力达不到 GMP 要求，导致停产。		√		1. 建立实验室管理规程； 2. 建立检验技术员培训管理规程； 3. 建立原辅料、包装材料、产品检验操作规程。
质量控制	风险	样品遗失。	无法对市场投诉的产品进行追溯，为判定带来难度。		√		1. 建立留样管理规程； 2. 定期对留样产品进行检查和盘点。
质量控制	风险	稳定性试验箱故障，出现漏电、漏水。	影响产品稳定性试验结果的准确性，无法判断有效期内产品的稳定性。		√		1. 建立《持续稳定性考察管理标准》定期对产品的稳定性进行分析； 2. 定期对稳定性试验箱进行维护保养。
质量控制	风险	检验结果不能代替大货，有误判的风险。	1. 市场抽检不合格，有被处罚的风险； 2. 产品检验不合格无法出厂； 3. 不该报废的进行了报废，造成经济损失。		√		建立《取样管理标准》《产品取样操作规程》《原辅料取样操作规程》《包装材料取样操作规程》，根据取样规则进行取样。

## 产品与服务风险识别清单

风险 / 机遇 类型	风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	对公司的潜在影响	风险等级			风险控制措施 / 抓住机遇措施
				高	中	低	
 营销策略	风险	策略有偏差	终端执行有难度，不利于市场开发及客户合作。	√			1. 各事业部销售全员参加培训，覆盖率 100%； 2. 各事业部设立专职人员跟进策略执行，定期总结回顾。
		策略宣贯执行力度不够	部分老客户群体丢失，但新人群没有有效快速培养和开发，导致竞品冲击市场，市场份额丢失。	√			
 产品管理	风险	不销售，形成滞销浪费	由于对新立项产品市场前景预测不完全准确，可能导致研发的新品种，不生产销售，长期闲置，形成资源浪费，影响经营目标的达成。	√			1. 产品经理在新产品立项时做好市场调研，充分评估新品的市场前景； 2. 完善《产品生命周期管理制度》《产品生命周期激励办法》下发执行。
 包装设计	风险	包装设计、包装材料不符合法规要求	引起消费者投诉及市场监督处罚，影响公司品牌声誉。	√			每年组织一次对产品线、包装设计、质量管控等人员组织食品标签、安全环保等法律法规培训。
 销售定价	风险	价格无法与竞品抗衡	公司产品价格体系设置不合理，导致消费者流失，部分消费者选择其他品牌阿胶或滋补品类，品类内外竞争对手掠夺市场，影响产品市场占有率；导致合作渠道客户积极性不高，协议目标无法达成。	√			1. 定价管理中强化消费者的研究应用，降低风险； 2. 在设计渠道客户政策时，考虑价值回归带来的利益点，更改利益链设计。 3. 开发新渠道、探索新模式。

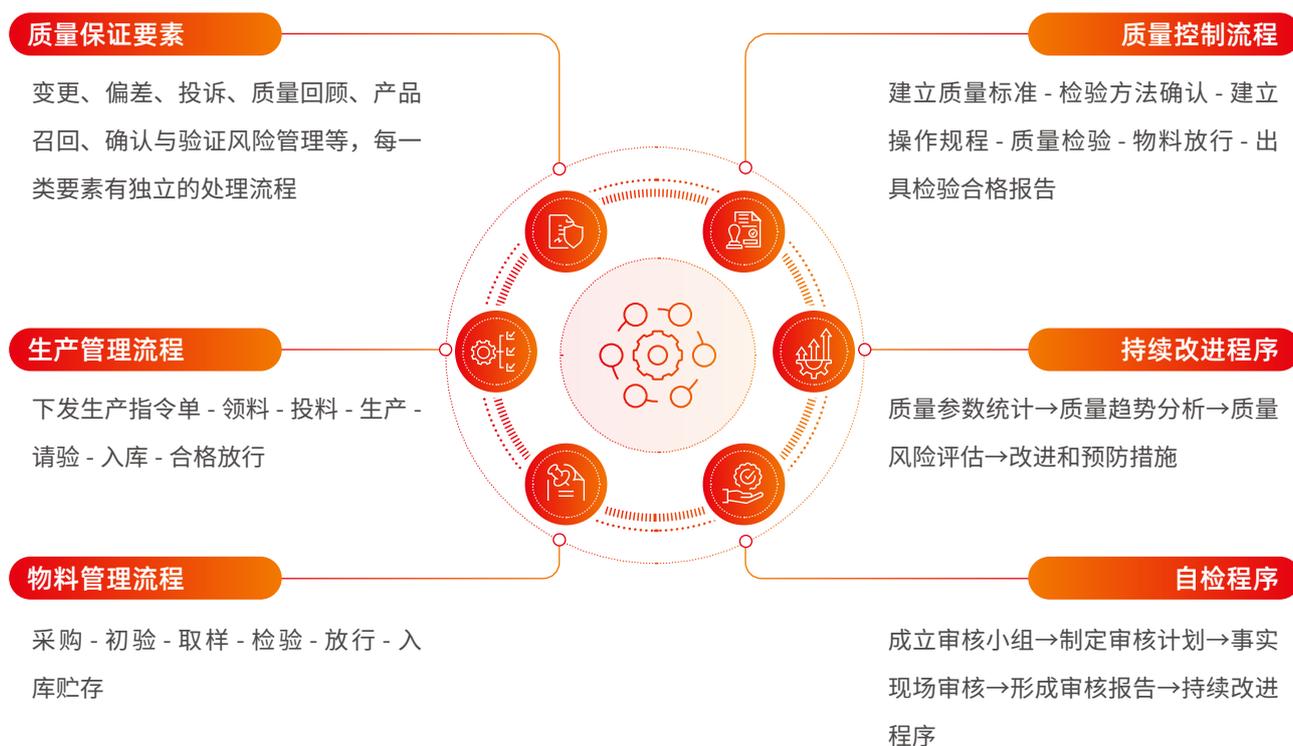


## 影响、风险与机遇管理

### 质量管理流程

公司严格规范产品质量管理流程，推进建设涵盖从产品物料管理、生产管理、质量保证要素、质量控制、持续改进程序和产品自检程序的全链路产品质量管理流程，进行全标准管控、全方位检测和全方位监督。公司建立质量检测中心作为企业质量控制实验室，承担所有原材料、成品、中间产品、公共系统、环境等所有检测任务。公司针对产成品质量进行的检查类型是最终检测、针对半成品质量进行的检查类型为预防性检测，确保产品符合监管要求，并加强产品质量管控，规避经营风险。

#### 东阿阿胶产品质量管理流程



### 质量风险管理

公司制定《质量风险管理标准》，覆盖研发、生产、销售及退市产品全生命周期，涉及厂房、设备、物料、工艺、系统运行等多个方面，采用前瞻或回顾方式对产品质量风险进行评估、控制、沟通与审核，运用流程图、失效模式分析等工具，在新项目引入、验证活动、法规更新、重大偏差、质量投诉等关键场景中应用。通过规范的风险管理程序，公司实现对质量风险的识别、控制、处置与持续回顾，并制定相应防控预案，持续保障产品安全与质量合规。

## ☀ 产品质量提升

公司坚实守护产品质量防线，制定《偏差处理管理标准》《变更控制管理标准》及《纠正和预防措施管理标准》等管理制度，迅速响应生产过程中的任何异常情况，深入分析根源，采取有效措施，确保同类问题不再重现，从而全面提升产品质量管理的严谨性和有效性。

公司在质量管理部下特设质量提升专项小组，携手生产车间与研发创新中心，共同针对产品质量提升的关键领域发起攻关。通过实施“提升阿胶产品透光度、精确控制阿胶中二氧化硫含量”等专项项目，持续提升产品质量。

公司深化质量管理的智能化改造与数字化转型。2025年，公司全品种上线实验室流程管理系统（LIMS），D/TMS开启并线运行，QMS逐步开始测试，增强全员质量合规，提升质量管理工作效率；引入数字化检验技术，提高质量检验效率与精准度；上线产品生命周期管理系统，打通管理壁垒，赋能从产品上市、评估到退市的全流程数字化管理。

## ☀ 质量管理考核与培训

为确保质量目标的实现，公司每年与质量体系覆盖的关键部门签订质量管理承诺书，并将质量目标的完成情况，纳入部门领导的绩效考核。同时，公司制定年度培训计划对新上岗员工，转岗员工进行“全方位，多层次”的培训，培训内容涵盖法律法规、GMP标准专业技能等多个方面，提高质量管理体系的实施水平。

2025年，公司依托“质量月”活动契机，开展覆盖全员的质量宣传与意识提升工作，进行“质量提升与卓越现场百日攻坚暨质量月启动仪式”“直管领导与班组结对帮扶”“质量漫画”、发布“质量月倡议书”、制作《质量手册》（精简版）等一系列主题活动。通过全方位、多层次的宣传教育，公司持续增强全员质量意识，营造了“人人重视质量、人人创造质量”的浓厚氛围。



公司“质量月”开幕仪式



公司质量月知识竞赛活动

### 东阿阿胶产品质量培训概况

指标	单位	2025年数值	2024年数值
产品质量管理培训次数	次	57	75
产品质量管理培训参与人次	人次	903	1,678
产品质量管理培训参与时数	小时	157.5	251.8

## 指标与目标

公司设定年度产品质量管理目标，定期监测目标达成情况，通过质量回顾及工艺文件的闭环管理，评估工艺、流程、质量标准等适用性，并持续改进，驱动质量管理成效稳步优化。此外，公司制定《召回管理标准》，规范产品召回过程管理，加强质量监管，确保召回工作的有效性。

### 东阿阿胶 2025 年产品质量管理指标与目标达成情况

目标	达成情况
百万盒数产品质量投诉率控制在 <b>5%</b> 以内	✓ <b>达成</b> ，2025 年百万盒数产品质量投诉率为 <b>3.89%</b>
外部审计与监督检查认证检查通过率 <b>100%</b>	✓ <b>达成</b>
质量事故 <b>零</b> 发生	✓ <b>达成</b>
市场抽检合格率 <b>100%</b>	✓ <b>达成</b>

## 抗生素风险管理

东阿阿胶致力于构建绿色养殖模式。公司以“源头严控、结果零检出”为目标。

养殖端，积极开展中药兽药研发与应用，执行《全国兽用抗菌药使用减量化行动方案》，在抗生素淘汰状况与监测表现方面，公司对毛驴使用头孢类、氟苯尼考及磺胺类等药物设定 28 天休药合规期。

屠宰端，驴肉产品在涵盖氯霉素、喹诺酮类、磺胺类、沙丁胺醇及莱克多巴胺等共计 28 项以上指标的检测中，自检与第三方外检结果均呈现“未检出”状态，实现产品端的抗生素残留淘汰。

## 药物警戒

为了构建高效协作的一体化药物警戒体系，公司设立了权责清晰的药物警戒组织机构，包括作为最高决策机构的药品安全委员会、负责核心业务处理的药物警戒办公室，以及其他协同合作的药物警戒相关部门。药品安全委员会对药品安全重大事件进行决策和指挥；药物警戒办公室负责日常药品不良反应及相关安全事件的处理；各相关部门与之紧密协作，共同监测、识别、评估和控制药品风险，全力保障公众用药安全。

在此基础上，公司通过以下具体管理举措，确保持续、高效、合规地开展药物警戒工作，实现对上市药品的全面监测和风险及时响应。2025 年度，公司未发生死亡、聚集性等重大药品安全突发事件。具体举措如下：

- 体系架构优化**：设置了合理的药物警戒组织机构，并配备专职人员，为体系高效运转提供基础保障。
- 制度流程完备**：制定并执行《药品安全应急处置方案管理标准》《药物警戒风险管理标准》及《信号检测和信号管理操作规程》等一系列制度，确保风险信号或突发事件得到规范、及时的处理。
- 日常监测严密**：通过常规医学信号定期检测、聚集性信号及时处理、个例不良反应每日查看，实现风险早发现、早干预。
- 全员培训覆盖**：组织公司全员开展药品安全培训，提升全员安全意识，鼓励不良反应及时上报。
- 信息渠道畅通**：设立药物警戒公邮和专线电话，确保市场端风险信号能第一时间反馈至药物警戒办公室，快速响应。
- 说明书动态更新**：依据上市后不良反应报告，主动更新药品说明书中的安全性信息，指导临床安全用药。
- 内审机制健全**：定期开展药物警戒内审，及时完善系统流程与操作规范，保障体系持续高效、合规运行。

## 产品营销与品牌建设

### 产品营销

公司搭建一超多强品牌矩阵，夯实母品牌信任背书与焕新人设，明确母子品牌背书关系，实现品牌合力，为双百亿目标提供品牌架构支撑。“一超”即“东阿阿胶”母品牌，核心任务是巩固“滋补国宝”认知，为整个矩阵提供信任背书；“多强”指围绕不同消费场景和人群打造的系列子品牌，承接母品牌的势能，实现精准突破。

#### 东阿阿胶产品矩阵



公司不断创新产品营销策略、途径、平台和媒介，推动经营提级进阶。在产品营销途径方面，公司多平台投放，以线上+线下相结合的方式，依托电商、山姆大商超等多元化销售渠道进行产品营销。此外，在产品营销策略方面，公司以“高势能 IP+ 数字化营销”双轮驱动打造品牌力，2025 年，东阿阿胶持续通过“药品 X 消费品”“品牌 X 数字化”双轮驱动策略，持续借势高势能 IP 开展《星光大赏》《“小进步就很好”年货节整合营销》《陈丽君 X 东阿阿胶非遗溯源》《武林外传 IP 整合营销》等多营销活动，有效进行品牌传播，并持续通过数字化矩阵化投放及精细化运营，实现了品牌声量与销量的双重提升。

### 案例 东阿阿胶品牌 X 数字化双轮驱动代表性营销案例

2025 年 1 月，公司在年货节整合营销借助金靖形象与《星光大赏》节目冠名，围绕“小进步就很好”话题推动传播，总曝光 11.8 亿，带动阿胶粉销售增长 65%、阿胶块增长 20%。并荣获艾菲奖专项类品牌焕新金奖及大健康奖场景营销银奖，虎啸奖 IP 营销类铜奖及健康保健类优秀奖。



“小进步就很好”年货节整合营销

5 月，与陈丽君官宣合作，11 月结合陈丽君国风正面形象与品牌高度契合的优势，合作上城士深度溯源东阿，深度撬动粉丝经济。



陈丽君 X 东阿阿胶非遗溯源

9 月，与武林外传 IP 联名，复刻《武林外传》场景引发用户回忆杀，演绎“阿胶 bu 快，快 bu 阿胶”，以创意传播强化秋冬进补认知。



武林外传 IP 整合营销

东阿阿胶始终践行责任营销理念，严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国药品管理法》《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》《大众传播媒介广告发布审查规定》等法律法规，制定并严格执行《广告管理办法》，要求所有宣传材料在发布前，需经过内部合规性审查，确保内容真实、准确、符合相关法律法规。为提升合规管理水平，公司将负责任营销理念深度融入《品牌管理制度》《品牌视觉形象应用管理办法》《媒介管理办法》等制度中，强化了广告投放、宣传标语、营销公文等环节的合规性审查，以适应市场环境与法规的变化。

此外，公司通过开展针对性的负责任营销培训，培训范围覆盖全部市场营销员工，内容涵盖直播营销规范及营销领域反商业贿赂合规要求等领域，不断增强员工的合规营销意识与技能，进一步保障市场营销活动的合法性和有效性。

## 品牌建设

东阿阿胶把握“滋补国宝 东阿阿胶”的品牌定位，通过“品牌架构管理、品牌延伸与授权管理、品牌推广管理、品牌资产管理”，建立了从战略规划、视觉形象统一、市场表现监控到舆情风险防范的全流程闭环管理，配套考核与问责机制，进一步守护品牌核心资产，驱动品牌影响力持续增长。

公司积极响应集团“四个重塑”战略，提出“双轮驱动”品牌发展模型，其中包含“药品与健康消费品双轮驱动”“文化产业双轮驱动”等，开展“品牌唤醒”和“品牌焕新”，不断刷新消费者对东阿阿胶的传统印象，彰显出“年轻态”“创新化”的品牌趋势，助力回归良性增长曲线。



公司携手迪士尼白雪公主 IP 开展品牌焕新活动

## 落实客户责任

东阿阿胶积极履行对客户的承诺，始终将客户权益置于首位，不断提升客户服务体验与满意度，坚持在合规基础上推动业务创新与管理突破，实现企业与客户的共同成长。

### 保护客户基本权益，提升客户服务体验

东阿阿胶客户服务体系深度融入公司“1238”战略框架，以“大众最信赖的滋补健康引领者”为目标，将客户服务从成本中心升级为品牌影响力的放大器，并设立独立的用户体验中心，形成“总部—区域—终端”三级协同机制，制定《用户体验管理制度》《投诉管理标准》《退换货管理办法》，切实保护客户基本权益。

在保障客户基本权益的同时，公司持续提升客户服务体验，采用差异化客户服务管理策略，针对青年群体、女性群体和男性群体，开展不同的客户服务活动，精准触达客户需求，搭建特色客户服务场景，开展定制化客户活动，持续提升客户服务体验。

公司所属东阿中医药文化旅游区以“高标准、严要求”为服务准则，针对不同客群实施差异化服务策略，全面彰显品牌形象与服务品质。

针对职能部门、文化之旅参与者，提供专业化、精细化接待服务；针对康养、研学及政企商务客群，深耕康养与研学赛道，升级课程体系，打造“小中医东阿求学记”等特色 IP 课程；整合双胶国医馆资源，创新老年康养中医研学模式；通过参会推介扩大影响力，并积极拓展全龄段研学渠道，实现中小学研学、康养旅游、高校实践、疗休养及商学院游学。针对旅游团队与散客，创新推出非遗手工坊、汉服体验馆、艾灸体验馆等业态；高质量承办行业盛会及季节主题活动。



东阿阿胶“金榜题名·寻脉东阿”优秀学子研学活动



东阿中医药文化旅游区特色游客体验活动



2025 年，共举办特色文旅活动

**20** 余场

通过“服务体系升级+权益保障机制完善”双轮驱动，推动“游客变顾客、顾客变游客”的双向转化，成功将旅游区打造为国内中医药文旅体验新热点，客户口碑与满意度显著提升。

公司拓展海外业务，2025年，东阿阿胶首次以独立展位形式亮相工展会，集中展示阿胶、福字阿胶、桃花姬阿胶糕、阿胶速溶粉、阿胶枣及“锦上添花”滋补生活茶等产品，现场熬胶、讲解产品知识，更好地与消费者面对面交流，向香港市民及国际游客生动传递了“滋补国宝”的品牌理念。



为消费者提供打粉服务



东阿阿胶参加香港工展会



向客户讲解阿胶产品



## 畅通客户沟通渠道，积极响应客户需求

### ☀ 客户沟通

公司积极响应客户需求，深化客户沟通机制，针对客户接触点涉及业务执行及关键环节投诉制定相应管理制度，客户投诉受理途径包括公司热线、公司电子商务网站、官方微信公众号、直营店、各类活动现场、反馈至各区域销售人员等；客户投诉处理流程为“投诉信息受理—投诉调查与处理—投诉答复—关闭投诉—投诉回顾与趋势分析”，实现客户沟通的双向闭环。

公司构建智能化客户服务体系，实现从被动响应到主动预防的转变，应用 AI 智能客服与工作台，提供 7×24 小时服务，能自动识别客户意图，并处理如修改地址、预售退款、生成售后工单等高频需求，形成自动化服务闭环，大幅提升效率。公司推行全链路主动服务与质量管理，在客户服务各关键触点进行主动触达与问题前置干预，利用语忆等智能工具对客服会话进行全量分析与智能质检，推动服务流程与质量的标准化。

### ☀ 客户售后及投诉处理

公司坚持以消费者为中心，打造覆盖“内控—外溢”“线上+线下”全链路的客户投诉及合规闭环管理体系，提升客户服务质量。

内控方面，公司推动投诉源头治理与体验提升，依托智能化平台建立 7×24 小时全渠道响应机制，严格落实“首问负责制”与预警上报流程，确保投诉响应零延迟、处理零积压。同时，推动 20 余项产品质量问题整改，使产品属实投诉同比下降 11%。通过“查证即赔”先行赔付机制与高效跨部门协同，在提升客户满意度的同时，及时挽回公司损失。涉外投诉方面，公司深化监管沟通，构建长效机制，在全年 145 例涉外投诉压力下实现“0 处罚”。公司积极发挥协同作用，协助处置线上及线下客户服务相关投诉，以全局视角联动化解风险，切实维护品牌整体声誉。



卓越质控 心系客需

## ☀ 客户满意度

公司通过线上渠道、电话、客户声音 VOC 等多渠道收集客户满意度信息，定期进行数据分析，并对问题归类与根因分析，定位到具体服务或产品等流程缺陷，驱动跨部门协同改进。

### 东阿阿胶客户服务绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
客户满意度	%	94.7	94.5
客户投诉数量	次	884	763
客户投诉解决数量	次	884	763
客户投诉办结率	%	100	100
客户投诉率	%	0.05	0.06
客户投诉下降率	%	10	10
处理客户咨询	万条	155.4	133

联合国可持续发展目标 (SDGs) 响应



东阿阿胶

DONG E JIAO C

## 多元共融 安康致远

东阿阿胶以多元包容厚植人才沃土，以安康防线筑牢发展根基，尊重每一份独特价值、守护每一次奋斗身影，从平等雇佣到民主沟通、从技艺传承到健康关怀、从隐患排查到应急淬炼，始终与员工同频共振、温暖同行，在传承中医药文化的征途中汇聚起生生不息的发展合力。

安全隐患排查次数

174 次

开展应急演练次数

74 次

年度吸纳就业人数

914 人

员工培训投入

564.65 万元

员工关爱与帮扶投入

23 万元

职业健康体检覆盖率

100%

股份有限公司

CORPORATION LIMITED



# 员工责任

东阿阿胶坚持人才引领发展的战略地位，将员工成长深度融入企业价值创造链条，通过全周期人力资源体系与多元共融的文化生态，公司系统保障员工权益、赋能职业发展、传递组织关怀，实现员工与企业同频共振、价值共生，为传承中医药文化、迈向滋补健康引领者目标注入不竭人才动力。

## 治理

公司建立了权责清晰、协同高效的员工责任管理架构，系统保障员工权益与发展，在组织设计上，明确由人力资源部统筹负责全周期的人力资源规划与管理，工会作为职工代表大会办事机构专责维护职工合法权益与民主管理，EHS 管理部则聚焦生产一线的职业健康与安全防护，通过三大职能部门的专业分工与协同联动，形成了对员工雇佣、发展、关怀、健康与安全等事务的全面覆盖与系统化管理。

公司依据国家法律法规及发展实际，制定并持续完善覆盖人才管理、薪酬绩效、民主关怀、健康安全等维度的内部制度，为全方位履行员工责任提供根本遵循。2025 年，公司围绕人力资源管理、工会民主管理与员工关怀等重点领域，共计修订及新增制度十余项，确保了相关管理的规范化与长效化。

## 战略

### 人才发展

公司将人才发展置于战略核心，紧密承接“1238”总体战略，确立了“打造一支能扛起中医药文化传承创新使命、支撑公司成为滋补健康引领者的专业化人才队伍”的战略目标，系统规划了以 30 个重点项目为核心的中长期实施路径，全面覆盖关键人才梯队建设、核心能力培养与文化传承，通过对重点项目的动态管理，持续评估并应对如特色技能人才培养、新技术应用等过程中的风险与机遇，确保人才战略有效支撑公司可持续发展。

### 凝心聚力

公司秉持“以职工为中心”的导向，将员工关爱融入发展战略，紧密围绕战略部署，以深化职工权益保障和精准服务职工需求为重点，系统推进思想引领、民主管理、培训赋能、员工关爱与文化聚力等工作，通过打造“职工最信赖的幸福之家”，着力扩大工会组织覆盖面、提高服务职工能力、加强干部队伍建设，从而将员工关怀转化为凝聚队伍、助推发展的内生动力。

### 影响、风险和机遇应对

公司系统识别并管理员工责任相关的影响、风险与机遇，以保障战略稳健实施与员工权益。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	发生的可能性	影响时间范围	预期财务影响	应对措施	
风险	 <p>劳工人权风险</p>	<p>在招聘、用工或日常管理中，若操作不当可能引发歧视、强迫劳动等争议，损害公司声誉并面临法律风险。</p>	中	短中期	赔偿支出、罚款、声誉损失	严格执行《招聘与录用管理办法》等制度，确保流程公平公正；定期开展合规培训；建立健全员工申诉与争议处理机制。
	 <p>职业健康与安全风险</p>	<p>生产一线可能存在职业病危害或安全事故风险，直接损害员工健康，导致生产中断与赔偿。</p>	中	短期	工伤赔偿、医疗支出、生产损失	严格执行职业健康安全管理体系；定期进行危害监测与体检；配足防护用品；强化安全培训与应急演练。
	 <p>核心技艺传承风险</p>	<p>关键生产工艺（如古法熬胶）依赖资深技师，若人才断层可能影响产品质量独特性和文化传承。</p>	中	中长期	培训成本增加、产品质量波动、品牌影响力受损	实施“师带徒”等专项技艺传承项目；建立关键技艺人才库与激励保留机制；推动工艺的标准化与数字化存档。
机遇	 <p>员工成长与组织活力</p>	<p>构建完善的培养与发展体系，能提升员工能力与敬业度，激发创新，直接支持业务增长与战略落地。</p>	高	长期	生产率提升、创新收入增加	系统实施覆盖全员的培训与职业发展规划；完善管理与专业双通道晋升机制；设立专项人才激励项目。
	 <p>多元、平等与包容 (DEI) 及关爱文化</p>	<p>营造包容、受尊重、有温度的工作环境，能提升雇主品牌，吸引并保留多元人才，增强团队凝聚力。</p>	高	中长期	招聘成本降低、员工留存率提高、团队效率提升	践行公平雇佣原则；落实民主管理与沟通机制；实施全方位的员工关怀与福利项目；建设特色企业文化。

## 影响、风险和机遇管理

### 员工权益

#### ☀ 人权保障

公司严格遵守《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》等法律法规，坚持依法合规雇佣，杜绝使用童工与任何形式的强迫劳动，反对工作场所歧视与骚扰，并保障员工享有合理的工作时间与休息休假权利。

公司通过制定《劳动合同管理办法》《招聘与录用管理办法》及《员工手册》等内部制度，明确规范雇佣全流程。为将人权保障承诺落到实处，公司要求全员签署并严格遵守《华润集团商业行为准则》，其中明令禁止雇佣童工、强迫劳动及各类歧视行为。此外，公司为灵活就业人员组织岗前体检、购买商业保险，切实保障其合法权益。



- 所有新员工入职前，必须提供并核查其有效的身份证件（身份证）。人力资源部通过官方系统（如劳动合同签订平台与政府部门联网核查）验证年龄及证件真伪，并存档复印件。

#### 身份核实

#### 背景调查

- 对关键岗位进行背景调查时，年龄与工作历史的真实性是必查项目。

#### 内部审核

- 人力资源部在对招聘记录、员工档案（特别是年龄证明文件）进行专审和抽审。

#### 东阿阿胶合规雇佣保障机制

#### 合同保障

- 劳动合同明确双方自愿建立劳动关系，条款符合《劳动合同法》，杜绝任何可能构成强迫或限制人身自由的条款。

#### 培训与沟通

- 面向全体员工，尤其是人力资源、生产管理和供应链部门的员工，定期开展政策宣导与培训。
- 向所有新员工在入职培训中明确告知其权利及公司相关禁止性规定。

2025 年，公司通过系统的制度规范与严格的执行，有效保障了员工的基本劳动权益，劳动合同签署率 100%，劳动关系整体和谐稳定，未发生涉及雇佣童工、强迫劳动或歧视等侵犯人权的违法违规事件。



## ☀ 员工沟通

公司高度重视并不断完善以职工代表大会为基本形式的民主管理制度，切实保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权。2025年，公司严格履行民主程序，全年组织召开职工代表大会7次，审议涉及企业重大事项和员工切身利益的制度议案4个。同时，公司积极落实平等协商机制，成功完成2025年度“3+1”集体合同的签订，从制度源头保障了员工合法权益与劳动关系的和谐稳定。

公司致力于构建多元化、常态化的员工沟通渠道，主动倾听员工心声，通过定期开展员工满意度调研、组织“员工接待日”及一线座谈等活动，系统收集员工关于工作环境、职业发展、管理机制等方面的意见与诉求。2025年，公司通过“量化问卷+定性访谈”相结合的模式开展员工满意度调研，员工参与率100%，员工满意度达98%。

公司建立了规范的员工申诉机制，确保员工在自身合法权益受到侵害时拥有明确的申诉与解决渠道，详细规定了申诉的流程、时效及受理部门划分，确保不同类型诉求均有明确的责任主体跟进。公司高度重视申诉处理的公正性与保密性，对全过程进行记录与跟踪，形成管理闭环，旨在有效维护员工权益，促进劳动关系长期和谐稳定。

## ☀ 薪酬福利

公司建立了以岗位价值为基础、与绩效和贡献紧密联动的市场化薪酬体系，旨在实现内部公平性与外部竞争性的统一，依据《劳动合同管理办法》《收入分配管理办法》等制度，确保员工薪酬的按时足额发放，并通过定期对标行业市场数据，持续优化薪酬结构，以价值贡献驱动人才活力。

公司推行全员绩效管理，依据《绩效管理制度》实现考核全覆盖。该体系强调绩效目标的设定、过程的实时辅导以及周期结束后的正式反馈，旨在通过持续的绩效沟通与改进，将员工个人工作与公司战略目标紧密结合，驱动整体绩效提升。

公司为员工构建了全方位、多层次的福利保障网络，在依法为全员足额缴纳社会保险及住房公积金的基础上，额外提供企业年金、补充医疗保险等补充保障计划。此外，公司还提供节日福利、健康关怀、人才公寓及文体设施等多元化福利，全面关怀员工工作与生活，致力于提升员工的归属感与幸福感。



# 员工成长

## 员工培训

公司已建立涵盖规划、实施与评估环节的系统化培训管理机制，持续提升员工技能、驱动组织绩效增长。2025 年，公司修订《培训管理办法》，明确了从内训师与课程开发管理，到年度计划、实施、评估、费用及档案管理的全流程规范，通过优化流程与严格执行效果评估，确保培训资源精准投放与效能持续提升。

公司构建了分层分类的精准培养体系，由专职培训团队协同各业务单元共同实施，构建了横向覆盖 5 个序列人才，纵向覆盖从优秀年轻干部到骨干员工、新员工及广大基层员工的人才培养体系，设计并实施差异化赋能项目，立足长远战略，并与外部优质机构合作，系统提升员工队伍整体能力，为战略目标达成提供坚实人才支撑。



### 东阿阿胶员工培训体系

#### 基层员工



- 面向新入司员工开展“启路计划”应届毕业生五年培养项目、“启明星”社招新员工入职培训班，助力新员工从行业新手成长为岗位胜任者；
- 面向广大基层员工，开展“清风计划”员工综合能力与团队效能提升项目，通过培训需求调研、内部课程开发、外部优质课程引进等，满足广大基层员工通用知识与技能培训需求；
- 围绕技能人才，建立以促进职业能力、注重工匠精神为导向的技能人才评价体系，开展职工自主评价，为公司培养一支既有精湛技艺又有创新精神的高素质技能型人才队伍。

#### 骨干员工



- 为员工提供领导力、自我管理、创新管理等方面通用课程 17 门，系统提升骨干员工的职业素养；
- 围绕营销人才，OTC 事业部“飞观 / 启路班”城市经理专业技能提升班，帮助城市经理转变管理思维、提升管理能力；“春华班”销售经理专业技能提升班，帮助销售经理提高销售技巧；
- 围绕专业技术人才，开展领导力专题培训班，帮助骨干员工从技术专家变为团队领导者。

#### 后备人才



- 针对直管干部后备人才，开展“潜志计划”优秀年轻干部培训班、“链星计划”供应链高级人才培训班、“青云计划”省区总经理 / 大区总经理管理能力提升班，为东阿阿胶“十五五”战略落地储备优质、专业、年轻化的后备干部队伍。

公司培训项目采用“内部主导、机构为辅”的合作开发模式，基于系统性需求分析为关键人才定制“学习之旅”，并通过 360 评估、潜力测评等方式科学甄选学员。项目实施中，公司注重对标华润系内优秀实践，择优引入外部专业教育机构的优质课程与讲师资源，形成优势互补。

2025 年，公司针对直管干部后备梯队启动“潜志计划”优秀年轻干部培训班，通过组织与业务分析明确培训目标，经层层选拔确定 50 名学员，精选华润学习与创新中心、华润医药采购的教育机构课程，有效保障后备人才能力培养成效。

## 员工激励

公司高度重视人才激励，致力于建立短期与中长期相结合、物质与精神并重的综合激励体系，制定《员工奖惩管理办法》等制度，通过设置组织绩效奖、专项贡献奖及各类评优奖项，及时认可员工贡献，有效激发组织活力与个人能动性，增强员工的获得感与归属感。

### 员工持股计划

2025年，公司成功推进并完成了第一期限限制性股票激励计划的授予工作，该计划覆盖了包括高级管理人员、中层骨干、科研及高技能人才在内的203名核心员工，通过建立风险共担、利益共享的长效机制，实现了激励对象与公司发展的“同频共振”，健全了长期激励与约束机制，将股东、公司与核心团队的利益深度绑定，为公司的长远发展注入了持续动力。



## 员工发展

公司致力于为员工提供清晰、多元的职业发展通道，系统性支撑人才成长，制定《职位职级管理办法》《员工异动管理办法》等制度，构建了“横向多元化、纵向差异化”的立体化职位职级体系，明确规定了岗位调整、晋升、选拔、职级等要求。

公司职位职级体系，横向划分为职能、专业技术、科技研发、市场营销、技能操作五条职位序列；纵向按管理范围、专业能力及国家技能评价标准，设置管理层/专业层、核心层、骨干层、基础层四层职等并分级定档；同时，结合市场营销序列人才特点，授权其任职资格管理自主权，为公司人才选拔、评价、激励与培养等提供了坚实制度支撑。

## 学位支持

公司持续深化校企合作，推动产教融合人才培养模式，针对员工个人高等教育提升的需求，为员工提供高等教育学历提升的财务支持，为取得博士学位且与所在单位签订服务协议的员工报销联合培养学费。

公司与西北农林科技大学、中国农业大学、江南大学等高校联合开展工程硕博培养，已接收2名在读硕士入企培养，并推选1名在职骨干员工攻读博士学位。同时，公司依托博士后科研工作站，与北京化工大学联合招收培养博士后，由公司承担联合培养费用，多措并举支持员工终身学习与专业深造。

## 员工关爱

### ☀ 帮扶慰问

公司建立了覆盖员工全职业生涯与关键人生节点的全方位关怀体系，实施“五必访”制度，在员工生日、新婚、生育、生病、退休及遇重大困难时必访，确保关怀精准及时，通过建立动态困难职工档案，联动上级工会等多方资源，为困难职工提供经济、生活与就业支持，同时，积极协调资源，为有需要的职工办理康复病房入住手续，提供专业健康支持。



东阿阿胶生育慰问品发放



东阿阿胶慰问生病职工

### 案例 东阿阿胶开展“爱在工会，情满四季”系列关怀活动

2025年，公司工会以“爱在工会，情满四季”为主线，将组织温暖精准送达员工心坎。“送温暖”活动首次跨越济南、东阿、深圳三大办公区，为1985名员工送去冬日关怀；盛夏开展“夏送清凉”专项行动，为552名一线高温作业人员送去防暑物资；中秋佳节走访慰问765名退休员工及老干部，传承尊老敬贤优良传统。系列关怀活动实现了覆盖范围与服务深度的双突破，切实提升了员工的获得感与幸福感。



东阿阿胶送温暖活动



东阿阿胶中秋慰问退休员工及老干部

2025年，公司累计向2,227名员工送达生日祝福，慰问各类员工114人次，帮扶困难职工23人次，协助84名职工入住康复病房，全年发放慰问金4.6万元，切实缓解了员工实际困难，有效传递了组织温暖，显著增强了员工的归属感与团队凝聚力。

东阿阿胶慰问新婚员工并为其发放定制新婚慰问品



## 2025年东阿阿胶“夏送清凉”职工慰问活动



东阿阿胶“夏送清凉”职工慰问活动

## ☀ 女工关怀

公司致力于构建全方位、系统化的女性员工关怀体系，全面覆盖权益保障、职业发展、健康支持与文化生活的核心维度，通过制度化的权益保护、多元化的成长赋能、人性化的特殊关怀以及丰富的文化互动，为女性员工营造了一个平等、尊重且充满支持的发展环境，有力促进了女性员工的全面成长与价值实现。



### 平等雇佣

- 制定《女职工权益保护专项集体合同》，明确女性员工在招聘录用、薪酬福利、晋升发展、岗位调整等方面享有平等权利，严禁性别歧视。



### 权益保障

- 落实“三期”女职工特殊关怀政策针对孕期女职工，合理调整工作岗位，避免安排高强度、高风险、接触有害物质的工作任务。
- 为产期女职工足额发放生育津贴，保障产假期间福利待遇。
- 针对哺乳期女职工，严格执行每日1小时哺乳时间制度，支持女职工灵活安排哺乳时段。
- 对返岗女职工，提供适应性岗位过渡支持，助力其平稳回归工作岗位。



### 发展赋能

- 推出“芳华计划”女性领导力培养项目，采用“导师制+轮岗实践”模式，全年培养女性后备管理人才32名。
- 设立女性创新基金，支持12个由女性主导的技术改善项目。
- 评选表彰“三八红旗手”“巾帼建功标兵”等先进典型，宣传优秀女性员工的奋斗事迹，激励全体女性员工立足岗位建功立业。



- 修订完善《女职工特殊权益保护专项协议》，新增弹性工作制、育儿支持等条款。
- 建立女职工权益定期评估机制，确保各项保障措施落地见效。



### 特殊关怀

- 升级年度健康体检套餐，增加女性专项筛查项目。
- 引入EAP心理健康服务，开展女性专场心理沙龙8场。
- 新建3处标准化母婴室，配备智能温奶器、婴儿床、哺乳沙发、冰箱、消毒设备、母婴用品置物架等设施，为哺乳期女职工提供私密、舒适的哺乳与育儿照料空间。同时，制定母婴室管理制度，安排专人定期清洁维护，确保设施完好、环境整洁，解决哺乳期女职工的后顾之忧。



### 丰富生活

- 成立女职工社团，开设瑜伽、乒乓球、网球课等精品课程。
- 举办“阿胶工坊”传统文化体验活动，将中医药文化与女性养生相结合。
- 每年“三八”国际妇女节开展丰富多元的妇女节主题活动，围绕“关爱女性、赋能成长”主题，策划系列特色活动。

### 案例 东阿阿胶举办庆祝“三八”国际妇女节主题活动

2025年3月，为庆祝中华全国总工会成立100周年暨第115个“三八”国际妇女节，公司举办“胶心聚力 润绽芳华新突破”主题庆祝活动。县妇联、县总工会相关领导，公司工会人员及女职工代表共150余人参加。活动通过表彰先进、风采展示等形式，展现女职工立足岗位、拼搏进取的时代风采，进一步凝聚巾帼力量，激励广大女职工在公司高质量发展新征程中续写芳华。



东阿阿胶“胶心聚力，润绽芳华新突破”庆祝“三八”国际妇女节活动

## 员工活动

公司秉持促进员工身心健康、增强团队凝聚力的理念，构建了层次丰富、参与广泛的文体活动体系，通过举办综合性职工运动会、组织参加内外部体育竞赛、开展疗休养及创新文化活动，满足员工多元化的精神文化需求，不仅倡导了健康积极的生活方式，更在集体参与中强化了员工的归属感与组织向心力，营造出充满活力的工作氛围。

### 案例 东阿阿胶荣获“2021-2024年度全国群众体育先进单位”称号

2025年12月，东阿阿胶荣获国家体育总局授予的“2021—2024年度全国群众体育先进单位”称号。公司通过广泛开展职工体育活动、与山东省体育局战略合作冠名支持多项省级及以上体育赛事，并成为第十五届全运会山东代表团合作伙伴，系统性推动全民健身。这一国家级荣誉充分肯定了公司积极践行“健康中国”战略，在促进职工健康、推动中医药与体育融合发展方面的卓越贡献。



东阿阿胶荣获“2021-2024年度全国群众体育先进单位”称号



东阿阿胶开展丰富的职工文体活动

### 案例 东阿阿胶举办 2025 年职工健身运动会

2025 年 9 月，公司举办以“传承红色基因、凝聚奋进力量”为主题的职工健身运动会，党委书记、董事长程杰，总裁孙金妮等管理团队与来自生产、研发、营销等各条战线的 750 余名职工共同参与。运动会设置健康跑、球类、趣味竞技等 11 个项目，在国庆中秋双节将至、冲刺年度目标的关键时期，为职工搭建了释放活力、增进凝聚的平台，以昂扬向上的精神风貌助推公司高质量发展。



东阿阿胶职工健身运动会

## 员工健康

### 职业健康

公司严格遵守国家职业病防治相关法律法规，致力于为员工创造安全、卫生、健康的劳动工作环境，制定并完善《职业健康管理办法》等一系列规章制度，形成系统的《职业健康管理汇编》，确保职业健康管理工作有章可循、规范运行。

公司致力于保护员工的健康及相关权益，改善生产作业环境，成立了职业卫生委员会和职业卫生管理小组。职业卫生委员会以公司高层领导为组长、各相关部门负责人为成员，负责研究部署、指导和协调各单位和部门的职业安全健康工作；职业卫生管理小组设在 EHS 管理部，由 EHS 管理部负责人担任组长，并设置 2 名专职职业卫生管理员、9 名兼职职业卫生管理员，负责员工职业健康日常管理工作。

截至 2025 年末，公司已通过 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证，职业健康体检覆盖率达 100%，职业病发病率为零，切实守护了员工的身体健康与职业安全。



ISO 45001 职业健康安全管理体系认证



## ☀ 心理健康

公司高度重视员工心理健康，将其作为企业人文关怀与可持续发展的重要支撑，构建了由人力资源部牵头、工会协同、各部门联动的心理健康支持体系，形成了“预防普及、专业支持、活动促进”三位一体的工作模式，通过构建系统化的支持网络和开展丰富的实践活动，为员工身心健康保驾护航。

### 东阿阿胶员工心理健康关怀举措

#### 专业支持渠道



与专业心理咨询机构合作，为员工提供 24 小时保密心理热线服务，并在主要办公区设立“胶心坊”实体关爱空间，营造安全舒压环境。

#### 常态化心理促进活动



定期举办心理健康讲座，内容涵盖压力管理、情绪调节、亲子教育等主题。打造“胶心同行 逐梦成长”系列活动品牌，通过团队拓展、正念冥想、艺术疗愈等形式，帮助员工提升心理资本。

#### 分层关怀机制



通过管理者培训提升团队心理关怀意识，建立同事互助、主管关心、专业介入的立体支持平台。

## ☀ 安全防护

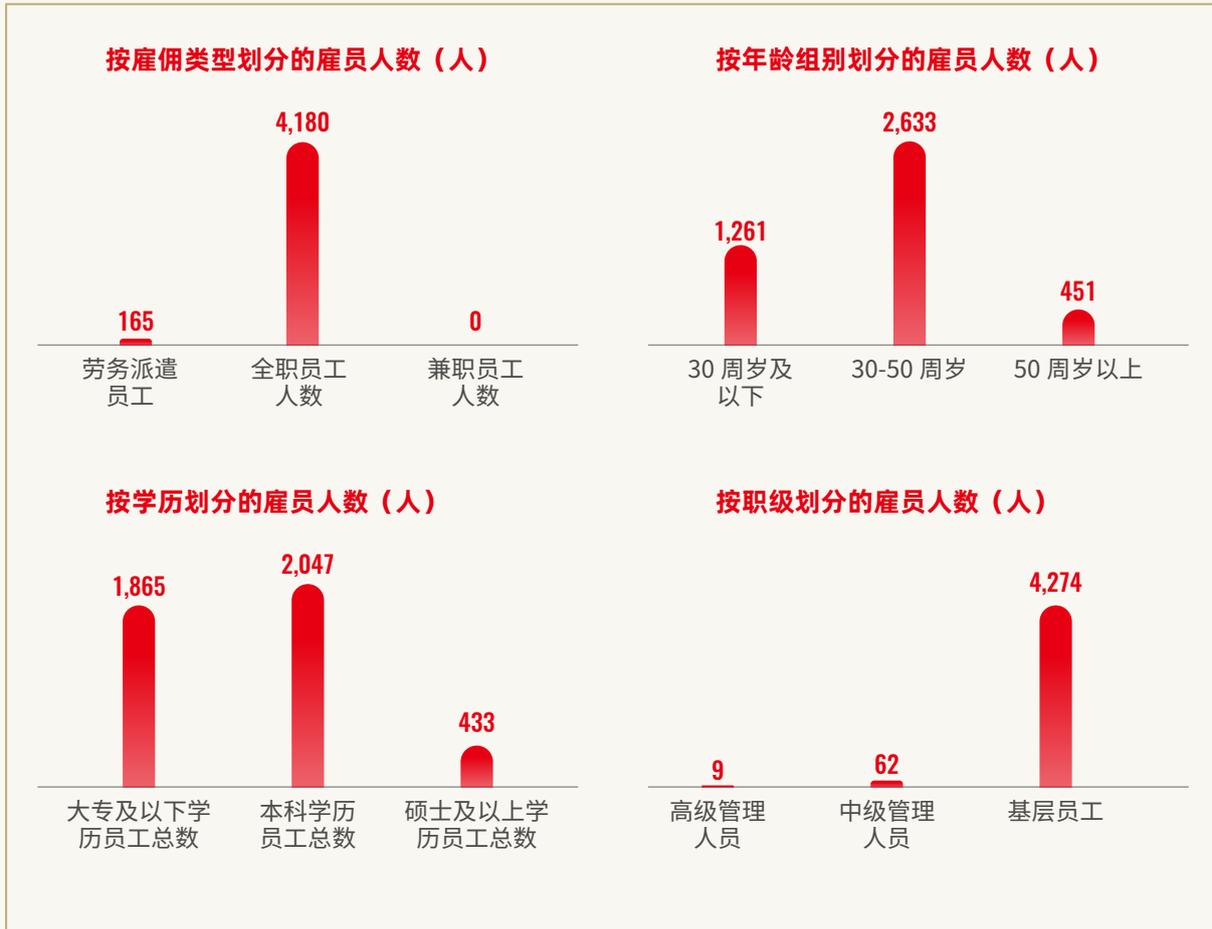
公司严格落实职业病危害因素的全过程管控，建立并持续完善员工职业健康监护机制，依据《劳动防护用品管理标准》，为涉职业危害岗位员工及时配发防护耳塞、防尘口罩等 46 种劳动防护用品，并在作业场所规范设置职业病危害告知卡与安全警示标识，从源头防范职业健康风险。

公司每年定期组织员工开展多类别体检，涵盖职业健康检查、食品及药品从业人员健康体检、特种作业及全员健康体检等，实现职业健康监护全覆盖。2025 年，公司完成年度职业危害因素检测，职业健康体检覆盖率保持 100%，有效保障了员工在生产作业环境中的安全与健康权益。

# 指标与目标

## 员工雇佣

### 东阿阿胶员工结构



● 2025 年

### 按地区划分的雇员总数



#### 中国大陆地区员工人数

2025年 4,335人

#### 港澳台地区员工人数

2025年 10人

#### 海外员工人数

2025年 0人

### 按民族划分的雇员人数



#### 少数民族

99人



#### 非少数民族

4,246人

### 特殊雇员数量



#### 弱势群体员工总数

8人



#### 退役军人安置总数

19人

### 东阿阿胶员工流动情况



#### 年度吸纳就业人数

914人



#### 创造灵活就业岗位

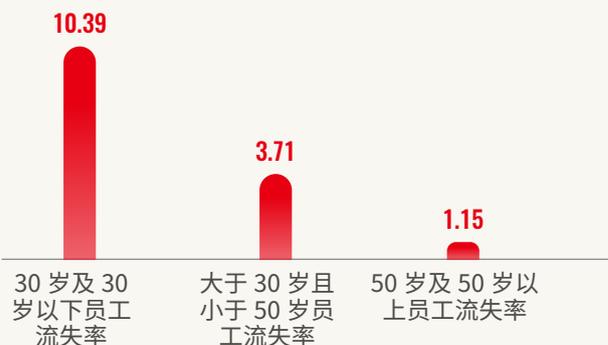
412个



#### 员工总体流失率

5.31%

### 按年龄组别划分的员工流失率 (%)



### 按性别划分的员工流失率 (%)



## 关键绩效

### 东阿阿胶员工权益绩效



2025 年劳动合同签署率

**100%**



2025 年社会保险覆盖率

**100%**



5.67

2025 年

人均带薪年假天数 (天)

63,301

2025 年

员工薪酬总额 (万元)

14.57

2025 年

人均薪酬 (万元)

### 东阿阿胶员工职业健康绩效



2025 年职业伤害保险投入金额

**230.74** 万元



2025 年职业健康体检覆盖率

**100%**



2025 年职业伤害保险覆盖率

**100%**

东阿阿胶员工培训绩效



按管理层级划分的员工平均培训时数 (小时)



东阿阿胶员工帮扶绩效



## 目标管理



### 多元化招聘与文化建设

确保公司员工队伍在性别、年龄、种族、文化等方面达到充分的多元化，并为各类群体提供平等的就业机会

通过制定并执行全面的多元化招聘政策，确保性别、年龄、种族等方面的平等机会；定期审查招聘流程，消除任何形式的偏见，保障公平招聘机会；设立多元文化培训，提升员工对多元文化的认同与接受度



### 员工能力建设

确保公司所有员工都能够获得与岗位需求相匹配的培训，并为员工提供晋升机会及领导力发展课程，提升员工的综合素质；  
员工线下培训覆盖率达 100%

每年制定员工技能提升计划，组织针对性技术培训与领导力发展课程，确保员工能够不断提升职业技能并做好晋升准备；结合公司战略，提供个性化培训，满足不同岗位的专业需求，提升员工整体素质和工作能力；通过定期跟踪和考核，确保所有员工都能参加公司提供的各类培训课程



### 员工申诉机制

建立并完善常态化的员工绩效反馈与申诉机制，确保员工能够及时表达工作中的意见与建议，促进公平公正的绩效评估和问题解决

设计并实施全员可访问的绩效反馈和申诉平台，确保员工在工作过程中能够定期获得反馈并提出合理申诉。建立专门的员工申诉处理团队，确保反馈意见得到及时处理，并定期评估绩效管理体系的公平性和透明度



### 提升员工满意度

提升员工满意度至 90% 以上，减少不必要的员工流失，确保员工流失率在 8% 以内

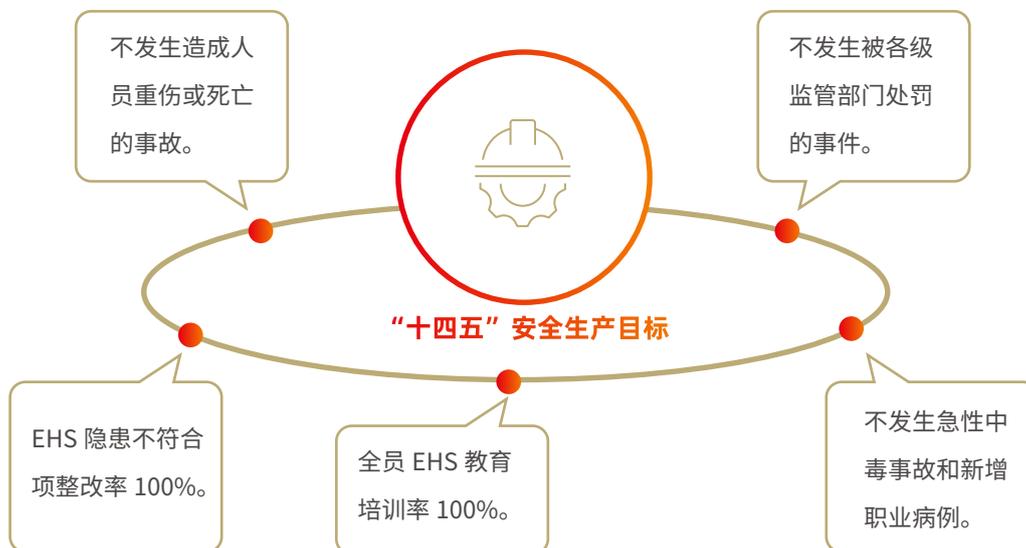
定期开展员工满意度调查，收集反馈并进行分析，进一步优化公司福利政策、薪酬体系、晋升机会及工作环境，确保员工职业发展顺利，提升员工归属感，减少员工流失率

## 安全责任

东阿阿胶将安全生产视为企业发展的生命线与对员工最根本的承诺，秉持“安全第一、预防为主、综合治理”方针，构建起制度完善、责任清晰、覆盖全员的安全治理体系，深化风险分级管控与隐患排查治理双重防线，淬炼应急实战能力，厚植“人人都是安全第一责任人”的文化自觉，以系统化、常态化的安全管理，将安全基因融入运营全链条，筑牢行稳致远的坚实根基。

## 管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国消防法》等法律法规，构建了覆盖全员、全流程的职业健康与安全生产管理体系，成立安全生产委员会，设立安全总监并配备专兼职管理人员；以《环境、健康和安全管理》为纲领，配套 30 余项分级制度文件形成系统化制度网络；制定《EHS 目标管理及责任制度》等内部管理制度，落实全员安全生产主体责任，层层签订安全生产责任书。



2025 年，公司根据新《安全生产法》及 ISO 45001:2018 标准更新《相关方管理办法》《EHS 风险评价控制程序》等五项制度，持续夯实管理根基，全年投入安全生产经费 300.83 万元，未发生重伤及以上安全事故，安全生产目标达成，实现整体安全稳定运营。

### 东阿阿胶安全生产绩效



### 东阿阿胶安全事故情况

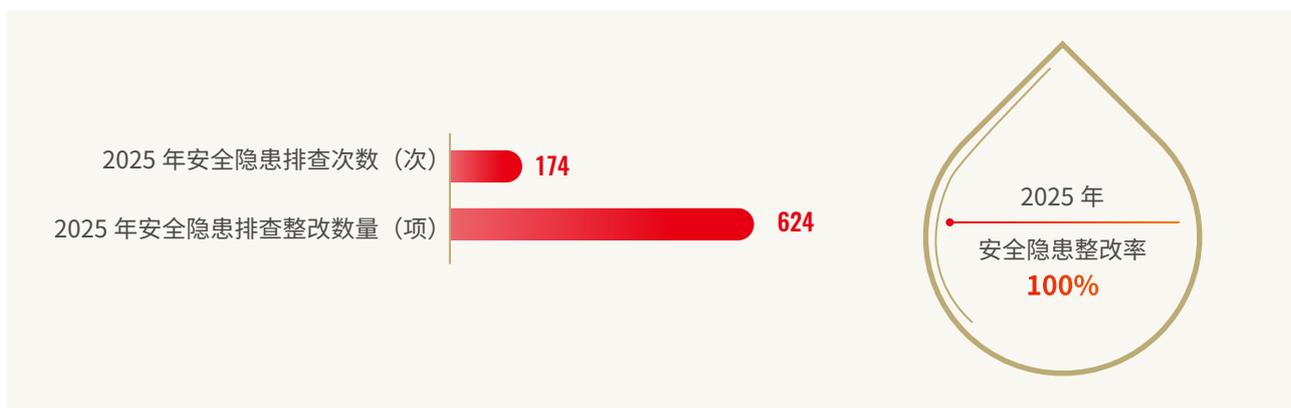
	2025 年	2024 年
人身伤亡事故发生次数 (次)	0	0
因工伤亡人数 (人)	0	0
因工伤损失工作小时数 (小时)	0	0
年度因工伤损失工作日数 (天)	0	0

## 隐患排查

公司持续推进隐患排查治理常态长效，深入落实安全风险分级管控与隐患排查治理的双重预防机制，建立“排查—登记—整改—复核—销号”全流程闭环管理机制，常态化开展各类隐患治理工作，全方位辨识生产工艺、设备设施、作业环境、人员行为等方面安全风险隐患，动态评估、调整风险等级和管控措施，梳理双重预防体系，确保安全风险受控、在控。

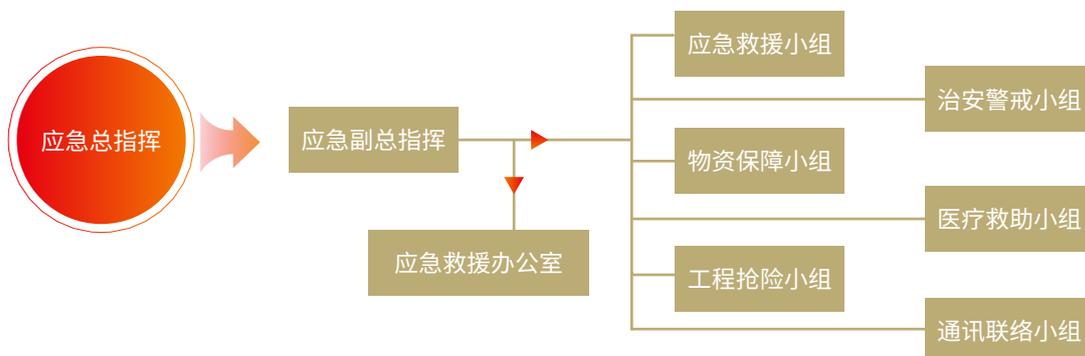
2025 年，公司开展公司级重大隐患排查 4 次、专项检查 68 次、综合检查 102 次，发现并整改隐患 624 项，整改完成率保持 100%。公司凝聚全员共治合力，持续开展“我要安全报隐患”活动，全年收到员工提报隐患 133 项，发放奖励 4,520 元，7 名员工获评华润医药安全“保障之星”称号。

### 东阿阿胶隐患治理绩效



## 应急管理

公司建立完善的生产安全综合应急预案体系，制定《生产安全事故应急预案》及配套制度，明确事故分级响应、应急处置、调查处理与责任追究程序，同时健全应急组织架构，形成由点到面统筹兼顾的生产安全应急管理新模式，夯实安全应急管理能力。



2025 年，公司围绕火灾、机械伤害、有限空间等 12 类场景开展实地应急演练 74 场次，总时长 60 小时，累计参与 1,072 人次，应急处置正确率提升至 95%，全员应急响应与实战能力得到有效强化。

## 案例 东阿阿胶开展办公大楼火灾应急疏散演练

2025年11月，公司围绕“全民消防、生命至上”主题，组织办公大楼火灾应急疏散演练，共计248人次参与。演练模拟二楼弱电间突发火情，应急响应迅速启动，三层救援梯队衔接有序，同步完成电梯迫降、着火楼层断电及防排烟系统功能测试。全体员工沿预定路线快速疏散至安全区域，演练结束后现场开展灭火器材操作演示与安全知识宣贯。本次演练有效检验了应急预案的实操性，切实提升了全员消防安全意识与协同应急处置能力。



东阿阿胶办公大楼消防演练

## 安全培训

公司构建融合安全与精益生产的岗位培训体系，开展内容形式丰富多样的安全文化活动，厚植“安全没有旁观者，人人都是参与者”的文化氛围。

2025年，公司针对新员工开展“三级安全教育”46场次，为高危作业监护人开展动火及有限空间专项培训，考核通过率100%，同时创新“以赛促学”模式，举办“安康杯”应急技能竞赛等安全文化活动12场，全年完成消防器材实操认证3,200余人，180名班组长通过CPR认证，232人获“红十字救护员”证书，全员安全素养与应急处置能力显著提升。

### 2025年东阿阿胶安全培训绩效



安全应急演练次数

**451** 次



安全应急演练总时长

**675** 小时



安全应急演练参与人次

**8,353** 人次



联合国可持续发展目标 (SDGs) 响应

15 陆地生物



17 促进目标实现的伙伴关系



## 责任链条 携手共赢

东阿阿胶与合作伙伴互利共赢、协同发展，持续完善供应链管理，落实负责任采购，打造稳定、可持续的供应链，强化供应商责任意识，深入探索推动行业发展与区域经济增长的创新策略，深化战略合作，积极参与行业交流合作，推动行业进步，为行业标准化与高质量发展贡献力量，形成互利共赢的健康合作生态。

阿胶原料供应商ESG培训活动覆盖率

100%

供应商总数

1,630 家

供应商满意度

9.54分 (满分10分)

供应商ESG培训活动次数

56 次



# 强化供应链韧性

东阿阿胶始终将“寿人济世”作为企业使命，积极建设负责任供应链体系，将 ESG 理念与供应链管理有机融合，定期识别、评估并管理供应商 ESG 重大风险，赋能供应商能力构建，携手共建负责任、可信赖的供应链生态，落实责任采购，平等对待中小企业，推动构建有韧性的可持续供应链。

## 治理

东阿阿胶严格遵守《中华人民共和国招标投标法》等采购相关法律法规，制定《供应商管理实施细则》《采购管理中心采购业务管理规程》等内部管理制度，规范采购管理，搭建自上而下、层层落实的采购管理组织架构，设立采购委员会、采购管理中心。秉持专业分工、权责分离、风险管控的原则，采购管理中心设置综合线、品类线、执行线三个相对独立的职能模块，协同管理公司采购业务，保障采购行为依法合规，严控采购风险，提升采购效能。

## 战略

公司建立《东阿阿胶供应商管理突发事件应急预案》，规范供应链环节风险识别与应急处置。根据《物料风险评估报告》的风险等级，对已合作的供应商实施分级质量审计，从质量管理、生产管理、环境污染等维度评估其可持续合作资格。

针对阿胶原料供应商，公司每季度从供货及时性和供货质量两个维度进行考核评估，并结合市场调研确保采购价格公允。同时，公司与供应商保持良好沟通，及时支付货款、提前安排备货，有效防范断供等供应风险。此外，公司针对阿胶原料采购的各个环节建立风险与机遇识别清单，推动供应商管理向体系化、前置化升级。



### 东阿阿胶供应链风险与机遇识别清单

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	对公司的潜在影响	风险等级			风险控制措施 / 机遇把握措施
				高	中	低	
驴皮采购	风险 机遇	<p><b>主要风险:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 采购不符合法规的驴皮;</li> <li>2. 驴皮掺假;</li> <li>3. 驴皮质量不达标;</li> <li>4. 非洲马痘疫情影响正常通关。</li> </ol> <p><b>主要机遇:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 市场需求增长: 随着人们对中医药、保健品的认可和需求的增加, 阿胶市场的规模也在不断扩大。这为驴皮采购提供了更多的市场机会和发展空间。</li> <li>2. 多元化采购渠道: 随着互联网和电子商务的发展, 驴皮采购的渠道也在不断增加。可以通过线上平台寻找更多的供应商和优质货源, 实现采购的多元化和降低供应链风险。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对生产造成损失;</li> <li>2. 满足不了生产的需要;</li> <li>3. 造成生产班次延误、供货不及时;</li> <li>4. 产品质量得不到保障。</li> </ol>			√	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 按照《物料供应商管理标准》要求选择合格供应商;</li> <li>2. 协调质量部加强入厂检测;</li> <li>3. 对相关供方进行《驴皮产地加工标准》培训, 符合公司质量标准要求。</li> </ol>
国外驴皮采购	风险 机遇	<p><b>主要风险:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 海外驴皮市场规模较同期缩减 60%。</li> <li>2. 海关监管日益严格, 且受进口国家动物保护及地方政策影响, 进口驴皮国家进一步缩减。</li> </ol> <p><b>主要机遇:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 阿胶产业驱动 (核心需求) 驴皮是制作传统名贵中药阿胶的唯一原料。随着东阿阿胶等品牌的市场推广和人们保健意识的增强, 阿胶市场需求持续旺盛。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 驴皮原料供应不及时。</li> </ol>			√	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 为确保原料供应, 推动供应商企业注册备案; 采取积极的价格策略; 开发意大利和澳大利亚新市场, 协调推进加纳、贝宁等非洲国家进口解封。</li> </ol>
供应商选择与管理	风险	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 供应商规模、实力与我公司不相匹配, 供货能力不足, 容易出现产品质量问题。</li> <li>2. 仅从资质上可能无法全面了解供应商综合实力, 如经营业绩是否属实等。</li> <li>3. 供应商信息泄露导致竞争对手模仿我公司产品。</li> <li>4. 供应商业务人员变更未提供正式法人授权委托书。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 供应商规模实力太小会导致质量、交期等风险;</li> <li>2. 供应商资质存在不符合公司《物料供应商管理标准》的风险;</li> <li>3. 供应商信息泄露导致不合格驴皮产生;</li> <li>4. 供应商业务人员变更未提供法人授权委托书导致法律纠纷;</li> <li>5. 供应商相关证书取消导致的运营风险。</li> </ol>			√	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 把供应商征集作为常态化采购策略, 适当提高供应商准入门槛, 前置供应商审计管理, 降低供应商准入风险。</li> <li>2. 供应商选择有规模实力, 且能满足我公司货到付款政策要求的, 减少质量和资金支付风险。</li> <li>3. 对供应商信息、原材料制作工艺严格保密。</li> <li>4. 供应商业务人员变更必须提供法人授权委托书。</li> </ol>

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	对公司的潜在影响	风险等级			风险控制措施 / 机遇把握措施
				高	中	低	
采购计划下达	风险	采购计划编制不合理，采购周期及采购数量不能满足采购需求。	采购计划不合理直接影响物料能否在规定时间内供应。			√	提前与市场部进行衔接，了解销售情况，确保销售计划的相对准确。
采购价格确定	风险	1. 采购价格高于市场行情造成采购成本上涨。 2. 供应商恶性竞争容易出现采购价格低于市场行情情况，从而在产品质量上寻求平衡点。	1. 价格过高：采购成本上升，增加企业成本压力，导致企业运营风险，蒙受损失； 2. 价格过低：导致毛驴、驴皮出现质量问题。			√	1. 强化采购策略研究，采取科学、理性的采购方式，加大过程控制等管理措施，实现物资的“安全、及时、经济”供应，堵塞各种漏洞； 2. 明确采购目的，在采购过程中不一味追求价格最低化，对所采购的物资的质量和效用进行通盘考虑，在为企业节约资金的同时，保证采购质量。
采购合同签订	风险	1. 招标比价单位确定后不签署合同的风险。 2. 合同条款模糊不清，盲目签约；违约责任约束简化。 3. 合同邮寄过程丢失的风险。 4. 合同履行中对方违约风险。	1. 因不履行合同导致物料无法供应而停产； 2. 因合同条款模糊不清或丢失产生法律纠纷。			√	1. 严格按照公司法律合规部审核后的模板、合同审核流程进行相关合同的审核。 2. 强化合同全过程管理，规范合同审签，提高合同履行效力。 3. 对采购合同进行跟踪检查，依据合同主要条款跟踪检查合同履行情况，及时发现异常情况并提出解决方案。 4. 增大合同履约保证金额度，提高违约成本。 5. 合同邮寄选择正规快递公司，并及时跟踪对方是否接收。
采购付款	风险	1. 付款不及时的风险。 2. 因疏忽或审核不严带来的资金风险。	1. 付款不及时供应商不发货影响生产； 2. 因疏忽或审核不严造成多付款，带来直接经济损失。			√	1. 及时提交付款申请，特殊情况及时与财务沟通，确保款到发货。 2. 严格按照财务共享系统流程进行付款，待相关领导及会计运营部审核通过后，由财经部进行一对一的支付。

## 影响、风险与机遇管理

### ☀ 供应商准入、审核、评价与退出

东阿阿胶秉承“公平、公正、公开”的原则，不断提升供应商管理水平。公司制定《供应商管理实施细则》《物料供应商管理标准》，明确供应商管理机构和职责，规范准入与考核评价工作。各部门可结合业务实际细化准入及评价标准，建立分级管理与动态量化考核体系，从诚信、安全、质量、交货、服务等方面加强评价。公司通过引导培育优质供应商、深化长期稳定合作，及时淘汰不合格供应商，不断提高采购质量，确保供应商管理有效性。

## ☀ 供应链安全管理

公司已建立应急采购流程及供应商突发事件应急处理机制，能够快速、有效应对供应商质量问题、违法违规等事件，最大限度降低对公司药品生产、质量安全及供应稳定的影响。对于红参、党参、熟地等重点物料，公司严选战略供应商，实施多供应商供货，建立战略供应商评审、审批、应用的全流程管理方法；对于阿胶原材料，采取国内和国外双轮驱动的方式，推进新疆、内蒙、山东毛驴产业资源涵养，同时打造巴西、巴基斯坦毛驴全产业链健康发展模式，实现资源循环开发；对于单一供应的瓶颈物料，持续强化寻源工作，降低供应风险。

截至 2025 年末，公司供应商数量共 1,630 家，因违反供应商行为准则或不符合供应商管理规定而被淘汰的共 22 家。

### 东阿阿胶供应商概况

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
供应商总数	家	1,630	1,573
因违反供应商行为准则或不符合供应商管理规定而淘汰数量	家	22	16

公司建立《应急采购实施细则》《供应商管理突发事件应急预案》，充分识别供应商风险，确保生产物料稳定供应，当发生可能或已经对公司生产运营造成损害的事件时，可启用应急采购程序。同时，为保障重点战略物资稳定供应，公司建立《供应链安全可控产品清单》，针对十类关键物料制定应急保供举措并加强过程监管，必要时，可采取直接采购方式，进一步筑牢供应链安全防线。

## ☀ 供应商尽职调查

公司将供应商尽职调查作为供应商管理的重要一环，按照《年度供应商现场质量审计计划》开展周期性质量审计工作，记录缺陷、提出整改建议并跟进落实。

阿胶原料是阿胶产品生产中最为重要的原料之一。公司在引入新驴皮供应商时，要求其完成《供应商调查问卷（驴皮、狗腿骨或牛皮）》，同时，针对年度内执行毛驴采购框架合同的所有供应商，开展评价、风险排查与走访调研，保障供应链稳定性与业务连续性，防范违约、质量及交付风险。

## 指标与目标

公司践行阳光采购、廉洁采购，将《廉洁合规承诺书》载入采购文件，并持续规范供应商行为，要求所有供应商签订承诺书和供应商行为准则。2025 年，公司廉洁合规承诺书和供应商行为准则签订率均为 100%。

公司设定阿胶原料年度供应目标，并分阶段分解至供应商。每阶段，供应商根据自身能力自行确认承接目标。2025 年，公司与国内阿胶原料供应商合作良好，圆满达成年度供应目标。

## 供应商可持续管理

### ☀ 负责任采购

东阿阿胶将 ESG 因素纳入供应商筛选标准中，在供应商选取时强调供应商环境和社会风险责任，在供应商准入质量考核评分表中设置了环保符合性检查项，并将 EHS 投诉作为供应商准入的否决项。同时，公司鼓励供应商进行三体系（环境管理体系、质量管理体系、职业健康安全管理体系）认证，推动其 ESG 管理水平的提升。

#### 东阿阿胶供应商通过三体系认证概况



注：公司供应商通过三体系认证情况统计范围为生产物料供应商。

公司持续落实负责任采购，围绕推动阿胶产业健康、可持续发展，提升供应链韧性与安全水平，制定《国际驴产业发展东阿共识》，要求供应商就阿胶原料健康发展做出自愿承诺，内容包括确保原材料合规性、保障产品质量安全、守护资源可持续性、供应商履行社会责任、开展采购合规教育以及违反时的处置措施等，强化采购合规管理。

### ☀ 供应商数字化应用

公司立足采购业务发展战略需求，构建 SRM 供应商管理系统，逐步完成与 ERP、合同、财务共享、守正等内部系统的对接，实现供应链管理的内部协同和供应商互联互通。

在内部协同层面，公司着力实现需求计划归集提报、寻源方案自动推送、合同执行管控、财务对账等功能，打破内部业务信息协同壁垒；在供应商互联层面，推动采购订单、送货单的自动推送，贯通外部供应商市场信息，实现供应商全生命周期管理、采购执行及协同管理和集成管理，以客观评价替代主观评价，形成供应商管理与采购业务的强关联互动，持续推动数字化赋能供应链管理。

## 东阿阿胶 SRM 系统平台规划图



同时，公司搭建了阿胶原料数字化终端管理体系，收集各地毛驴养殖、屠宰等信息，动态管理阿胶原料的供应情况。

## ☀ 平等对待中小企业

公司重视保障供应商的合法权益，在追求经济效益、维护股东利益的同时，诚信对待供应商对小微供应商供货，按照公司统一的价格、质量标准进行收购；统一付款条件，供货验收合格开具合格发票后 30 个工作日内支付货款，坚决维护中小企业的合法利益，及时支付中小企业款项，营造和谐的营商环境。

2025 年，公司原料采购中不存在逾期未支付中小企业款项的情况。

## ☀ 敏捷供应

敏捷供应以快速响应市场需求为核心目标，东阿阿胶对大宗原料、包装物进行年度梳理，针对性进行品类管理并制定品类策略，通过集中采购锁定供应商及价格，通过订单管理及时响应供货；建立《包装设计制作及首批采购标准工作流程》内控文件，指导产品业务快速响应市场；建立采购简易程序、应用华润 e 购商城，提高采购效率；建立《物资采购需求计划管理实施细则》，做好需求计划管理，协同主要采购业务部门，梳理年度采购需求，主动参与重大节点投放项目，通过构建敏捷供应链，显著提升响应速度，降低库存成本，并满足客户产品需求。

## ☀ 供应商培训与交流

东阿阿胶持续助力供应商成长，通过开展供应商培训，与供应商形成互利共赢的合作关系，推动供应商协同式发展，双方始终坚信服务大众健康生活是双方初心所向，建设共生关系始终是双方同心所求，推动医药产业发展是双方用心所终。

公司致力于提升供应商产品及服务水平，与所有供应商保持畅通友好的沟通关系。对于生产物料供应商，公司每季度召开供应商沟通交流会议，对生产物料供应商开展新版药包材附录培训、质量标准培训等培训工作，定期进行现场质量审计，在审计过程中向供应商明确环境保护、社会责任及尊重人权等 ESG 相关要求，并将其纳入供应商承诺中，签署《供应商承诺》。公司针对供应商出现的质量问题，根据严重程度、出现频次情况与质量管理部共同约谈供应商，并针对问题严重情况要求供应商做出相应的整改。2025 年，公司每季度对主要生产物料供应商开展一次质量标准、要求和流程的培训。

2025 年，公司对所有阿胶原料供应商，开展《驴皮验收标准分享》《驴产业高质量发展》等主题质量培训。公司与供应商签订了质量保证协议，采购人员对供应商驴皮加工质量进行培训，确保加工质量符合公司验收标准，以保证供应商的质量及相关指标持续符合公司要求。



公司开展供应商培训活动

### 东阿阿胶供应商培训概况

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
供应商 ESG 培训活动次数	次	56	32
供应商 ESG 培训活动时间长	小时	164	104
供应商 ESG 培训活动参与人次	人次	356	/
生产物料供应商 ESG 培训活动覆盖率	%	38.8	/
阿胶原料供应商 ESG 培训活动覆盖率	%	100	/
供应商满意度	/	9.54 分（满分 10 分）	>95%

公司关注间接（二级）供应商的管理工作，通过驴皮收购商规范毛驴屠宰商进一步规范驴皮加工质量，去油、去肉、腌制、晾晒等，确保驴皮加工符合公司驴皮采购验收质量标准。

公司加强与供应商的交流工作，定期召开季度供应商交流会议，对合作过程中的问题进行交流，对好的管理实践进行分享，实现公司与供应商能力的双向提升，供应商伙伴一起共同成长、共商合作、共话发展、携手进步。



公司与供应商开展供应商质量交流活动

**案例 东阿阿胶链博会分享“1238 战略”，引领中药胶类全产业链融合发展**

2025年7月，在第三届中国国际供应链促进博览会（链博会）期间，东阿阿胶应邀出席并以“科创未来·智链共赢”为主题的2025年华润大健康板块供应链大会，并在会上作重要分享，公司副总裁发表了题为《胶融与共 链合未来——中药特色产业链（胶类）发展主题报告》的演讲，全面展现其在中医药特色供应链建设中的引领作用与链合能力。同时，公司开展战略供应商及优秀供应商评选工作，在链博会对评选出供应商公开表彰。



活动优选供应商颁奖

## 加强行业交流与合作

东阿阿胶围绕原料涵养、胶类药物、大品种培育、中药创新药、健康消费品开发等多个研发方向，深化产学研合作，积极参与行业高端会议，主导或参与制定多项标准，持续强化科技引领与产业影响力，为中医药高质量发展注入创新动力。

## 产学研合作与交流

2025 年，东阿阿胶围绕原料涵养、胶类药物研发、复方阿胶浆等大品种培育、中药新药研发、健康消费品开发等方向，与中国科学院大连化学物理研究所、四川大学、江南大学、清华大学、中国海洋大学、青岛农业大学等高校科研院所开展产学研合作，与北京中医药大学、上海中医药大学达成战略合作。依托产学研合作，公司产出多项科研成果，持续提升公司科技水平。

### 案例 成立“东阿阿胶气血理论研究创新联盟”，构建气血理论创新阐释体系

2025 年 7 月，公司联合中国医学科学院药用植物研究所、清华大学等 8 家科研院校及机构，成立“东阿阿胶气血理论研究创新联盟”。着力构建传统气血理论与现代研究证据融合的创新性阐释新学说，为产品研发与品牌升级提供理论支撑，目前已启动数个科研项目。



东阿阿胶气血理论研究创新联盟成立仪式

### 案例 东阿阿胶布局鹿产业研发新赛道，培育多元增长动能

公司与中国科学院大连化学物理研究所成立鹿产业创新研究院，布局鹿源中药关键科学问题攻关、鹿源中药标准化及相关产品开发。2025 年公司联合中国科学院大连化学物理研究所，突破鹿茸饮片无损智能分等技术及智能视觉分等模型智能化生产技术，基于鹿茸饮片理化性质，推进智能识别替代人工分等，实现分等客观、标准，推动鹿茸饮片生产向智能化迈进。相关技术突破助力鹿茸饮片上市，并申请发明专利 4 件。



鹿产业研究院项目专家论证会

### 案例 深化健康消费品功效研究，加快产品开发

2025 年，公司与江南大学合作的《东阿阿胶粉 / 速溶粉循证证据链研究及系列产品开发》项目系统开展了阿胶速溶粉的美容养颜功效评价，并深入探索了高滋补品类的功效及机制分析研究。该合作已产出扎实的研究成果：发表学术论文 5 篇，申请发明专利 3 项，功效研究报告 7 份、量效关系报告 5 份，并基于研究发现成功开发出 10 款新剂型小试配方。此类合作不仅快速解决了产品功效科学循证的关键问题，也为后续产品升级与创新储备了坚实的技术基础与知识产权，显著提升了公司研发体系的前沿探索与转化能力。

### 案例 优化驴相关疾病疫苗方案，开展驴驹增重研究，助力原料保供

2025 年，公司与青岛农业大学就驴高发疾病防控展开项目合作，优化腹泻 / 肺炎 / 流产疫苗防控方案，在东阿基地 4,200 余头驴群中应用效果显著，流产、肺炎、腹泻发病率均降低 20% 左右。相关成果赋能外部合作客户，疫苗推广至外部基地。

公司与山东农业大学就驴全价颗粒饲料研发开展项目合作，开发驴驹一出栏阶段全价混合日粮，建立吊舱颗粒料全价混合日粮饲喂系统，哺乳期驴驹日增重突破 550g/ 天，断奶月龄由 6 月龄缩短为 4 月龄，育肥出栏缩短 4 个月以上。

公司与江南大学就驴乳活性成分功效挖掘开展项目合作，验证驴奶中的溶菌酶含量是人乳的 20 倍，牛乳的 750 倍，具有抗肿瘤活性、维持血脂的健康功效，解析驴奶“抗炎·抗衰·修复”护肤功效。

### 案例 山东省院士工作站揭牌暨驴全产业链创新研究院启用仪式

2025年2月，公司召开山东省院士工作站揭牌暨驴全产业链创新研究院启用仪式。由东阿阿胶与四川大学石碧院士团队合作共建的山东省院士工作站于2025年1月通过山东省科技厅备案，同年1月，双方联合共建了“东阿阿胶-四川大学创新研究中心”，聚焦开展阿胶原料、产品等专项科研合作，加强关键技术攻关，共同推进产学研融合，充分释放种源保护、养殖示范和技术引领新动能，推动驴产业创新发展。山东省院士工作站的揭牌，以及“驴全产业链创新研究院”的启用，是东阿阿胶深化“产学研用”协同创新生态建设的里程碑事件，标志着东阿阿胶在落地“一中心、三高地、N联合”研发布局中迈出关键一步。



山东省院士工作站揭牌暨驴全产业链创新研究院启用仪式

### 案例 东阿阿胶药食同源与大健康院士工作站揭牌仪式

2025年8月，公司召开东阿阿胶药食同源与大健康院士工作站揭牌仪式。东阿阿胶药食同源与大健康院士工作站依托江南大学陈卫院士团队顶尖科研力量及国家级平台，聚焦东阿阿胶健康消费品“做深补气补血，做宽药食同源”产业布局，形成“1个“道地性”科学理论+2大平台+5维壁垒”的战略规划，围绕理论创新、技术突破、平台构筑、人才培养四大核心任务，推动东阿阿胶健康消费品规划落地，是政、产、学、研协同推进中医药传承创新与大健康产业高质量发展的生动实践。



东阿阿胶药食同源与大健康院士工作站揭牌仪式

案例 山东省胶类药物研究与开发重点实验室揭牌仪式暨建设研讨会第一次理事会和学术委员会在东阿阿胶召开

2025年5月，山东省胶类药物研究与开发重点实验室（筹）（简称“重点实验室”）揭牌仪式暨建设研讨会第一次理事会和学术委员会在东阿阿胶召开。重点实验室为公司联合中国海洋大学、山东中医药大学筹建，旨在构建全产业链创新体系，攻克胶类药物发展的关键共性问题，助力胶类药物产业高质量发展。会议围绕重点实验室未来3-5年建设规划展开深入研讨。



山东省胶类药物研究与开发重点实验室揭牌仪式与建设研讨会

案例 东阿阿胶与北京中医药大学签署战略合作协议

2025年6月，东阿阿胶与北京中医药大学战略合作签约仪式在北京中医药大学举行。双方以战略合作签约为起点，充分发挥各自优势，秉持“优势互补、协同创新、务实高效、共赢发展”的合作理念，开展四大方面的务实合作，通过构建“基础研究 - 技术转化 - 产业应用”一体化创新体系，打造校企合作标杆，助力中医药现代化与国际化发展。



公司与北京中医药大学签订战略合作框架协议

案例 东阿阿胶与上海中医药大学签署战略合作协议

2025年10月，公司与上海中医药大学战略合作协议签约仪式在东阿阿胶举行。双方秉持“优势互补、资源共享、协同创新、共赢发展”原则，重点围绕膏方研究、标准建设、人才培养及中医药文化传承创新等方面展开合作，通过平台共建、机制创新与资源整合，探索产学研深度融合新模式，构建产学研协同发展新格局，助力中医药产业现代化升级。



公司与上海中医药大学签订战略合作协议

## 行业交流活动

东阿阿胶持续加强与高校科研院所及同行企业间的合作交流，充分把握行业技术发展方向，共同研究与探讨，分享并不断学习优秀经验，合力攻关，借助外力激活内力，实现优势互补，互利共赢，营造良好的中医药生态发展环境。

### 案例 东阿阿胶首届科技创新大会成功召开

2025年12月，东阿阿胶科技创新大会隆重举行。大会以“聚智突破 创领未来”为主题，聚焦药品与健康消费品“双轮驱动”业务布局，系统谋划研发顶层设计，明确科技创新方向与路径。来自23所高校、科研院所顶尖学者与专家齐聚东阿阿胶，深入交流前沿领域技术。大会的成功召开，为公司新一轮科技创新凝聚了共识、指明了方向。公司将坚持传承精华、守正创新，持续深化“产学研用”协同创新，积极融入全球创新网络，聚焦关键核心技术攻关，以创新驱动发展，为推动行业进步、服务国家战略、增进人类健康福祉贡献力量。



东阿阿胶首届科技创新大会



案例 东阿阿胶亮相 2025 第十届中国特殊食品大会

2025 年 10 月，东阿阿胶参与 2025 第十届中国特殊食品大会，来自政府部门、监管机构、科研院所、行业企业的 200 余位行业专家齐聚盛会，公司董事长程杰出席大会开幕式。其中，由东阿阿胶独家支持的“中国营养健康食品学术论坛暨第五届功能食品与营养健康会议”作为分会议之一，吸引了多位功能食品领域专家参与。东阿阿胶充分利用这一高端平台，全面展示其科技创新布局，“桃花姬”阿胶糕三肽体系、阿胶燕窝研究成果等获得与会专家认可。



东阿阿胶参与 2025 第十届中国特殊食品大会

案例 东阿阿胶受邀参与 2025 年世界传统医药日活动暨深港澳中医药论坛

2025 年 10 月，东阿阿胶受邀出席世界传统医药日活动暨深港澳中医药论坛，并在主旨论坛做学术报告，集中展示胶类中药全产业链创新成果与胶类在膏方中的创新应用。公司围绕胶类药物“原料资源—药效机制—质控标准—创新产品”全产业链创新体系，系统呈现各环节亮点突破，深度分享胶类膏方的研发策略与实践应用成果。这不仅进一步夯实了公司在胶类中药领域的科技引领地位，更以粤港澳大湾区为国际窗口，输出可复制的产学研协同发展范本，为中医药对接国际标准、拓展港澳及全球市场搭建桥梁，为中医药标准化、国际化进程注入强劲动力，有力凝聚参会各方对中药产业创新发展的信心与共识。



东阿阿胶受邀参与 2025 年世界传统医药日活动暨深港澳中医药论坛

### 案例 东阿阿胶参与世界中医药学会联合会中药上市后研究与评价专业委员会第十三届学术年会

2025 年 10 月，公司参与世界中医药学会联合会中药上市后研究与评价专业委员会第十三届学术年会，会议以“循证引领·AI 赋能”为主题，聚焦中药产业创新与可持续发展，探讨在药监局“三结合”审评体系背景下，如何以循证医学验证中医药价值，利用 AI 技术构建不良反应智能监测网络，实现多维度数据整合分析。通过会议，公司充分认识到“循证+AI”双轮驱动，能为胶类药物的现代科研、精准质控与疗效评价提供方法论与工具支撑，为阿胶产品的数字化研发、智能化生产与科学化价值传播开辟了新路径，进而提高科技竞争力、筑牢循证壁垒。



公司参与世界中医药学会联合会中药上市后研究与评价专业委员会第十三届学术年会

### 案例 东阿阿胶闪耀 2025 博鳌健康食品科学大会

2025 年 2 月，东阿阿胶参加 2025 博鳌健康食品科学大会暨博览会。公司作为行业内的领军企业，以卓越的创新实力与产品优势，赢得了与会者的广泛关注与赞誉，东阿阿胶始终秉持传承与创新的理念，巧妙融合传统中医智慧与现代科技，致力于为消费者打造高品质的健康产品。会上，东阿阿胶凭借其在科技创新领域的突出贡献，荣膺“科技进步企业奖”殊荣，充分彰显了公司在科技创新方面的卓越成就和持续投入。



东阿阿胶 2025 博鳌健康食品科学大会展位

# 推动中医药标准化

标准化建设是提升中医药治理能力、推进治理体系现代化的重要手段。东阿阿胶深耕中医药行业多年，凭借自身优势，主导和参与多项关键标准的制修订工作，推动中医药标准体系建设，为中医药高质量发展筑牢根基。

## 东阿阿胶推动中医药标准化代表性举措

### 推动阿胶珠质量标准提升，并纳入 2025 年版《中国药典》发布实施



针对阿胶珠产品质量参差不齐，如低价阿胶珠多存在球形不规则、含有非驴皮源成分等问题，公司对阿胶珠饮片标准进行完善和提高，推动新版药典标准修订。

国家药监局、国家卫生健康委 2025 年第 29 号公告颁布 2025 年版《中国药典》，自 2025 年 10 月 1 日起实施。其中，阿胶珠标准采纳东阿阿胶研究建议“限定了炮制尺寸和来源要求，增订特征多肽含量测定、重金属及有害元素限量”，消除了行业内原料阿胶丁投料的合规风险，进一步提升了阿胶饮片的质量要求和安全性。

### 推动海龙药材基原修订，纳入 2025 年版《中国药典》



东阿阿胶参与的《中国药典》海龙药材基原“尖海龙”修订为“舒氏海龙”的建议，获国家药典委员会认可批准，纳入 2025 版《中国药典》。海龙药材基原修订纠正了市场乱象，从源头消除了行业内海龙类产品的投料风险，保证合法合规投料，彰显央企责任担当。

### 世界中医药学会联合会首个胶类中药《阿胶》分支机构标准发布，填补胶类中药国际标准空白



针对国际市场阿胶掺伪现象严重，缺乏国际通用标准，影响国际贸易等问题，公司依托世界中联，牵头制定阿胶等胶类中药国际标准，致力于以标准破局，规范国际市场秩序。世界中医药学会联合会《阿胶》标准于 2025 年 12 月 31 日发布，为国际贸易提供了科学的“通用语言”，进一步提升东阿阿胶品牌的国际影响力，助力胶类中药的国际化进程。



联合国可持续发展目标 (SDGs) 响应

3 良好  
健康与福祉



10 减少不平等



# 健康使命 推动创新

东阿阿胶以科技创新为企业发展动力，巩固增强创新发展与成果转化能力，持续加大科技投入、科学合理配置资源，推进科技管理体系化、规范化运行，围绕行业特征，推动医疗可及性，与社区共建共享，积极响应国家乡村振兴战略号召，不断拓展公益慈善活动的广度与深度，切实履行企业责任。

截至年底累计授权专利数量

381项

公益志愿活动惠及群体人数

超2,000人

乡村振兴投入

438万元

参与的国家或省部级课题项目

9项

年度开展的科技创新项目

173项

截至年末标准制定总数

102项

研发投入金额

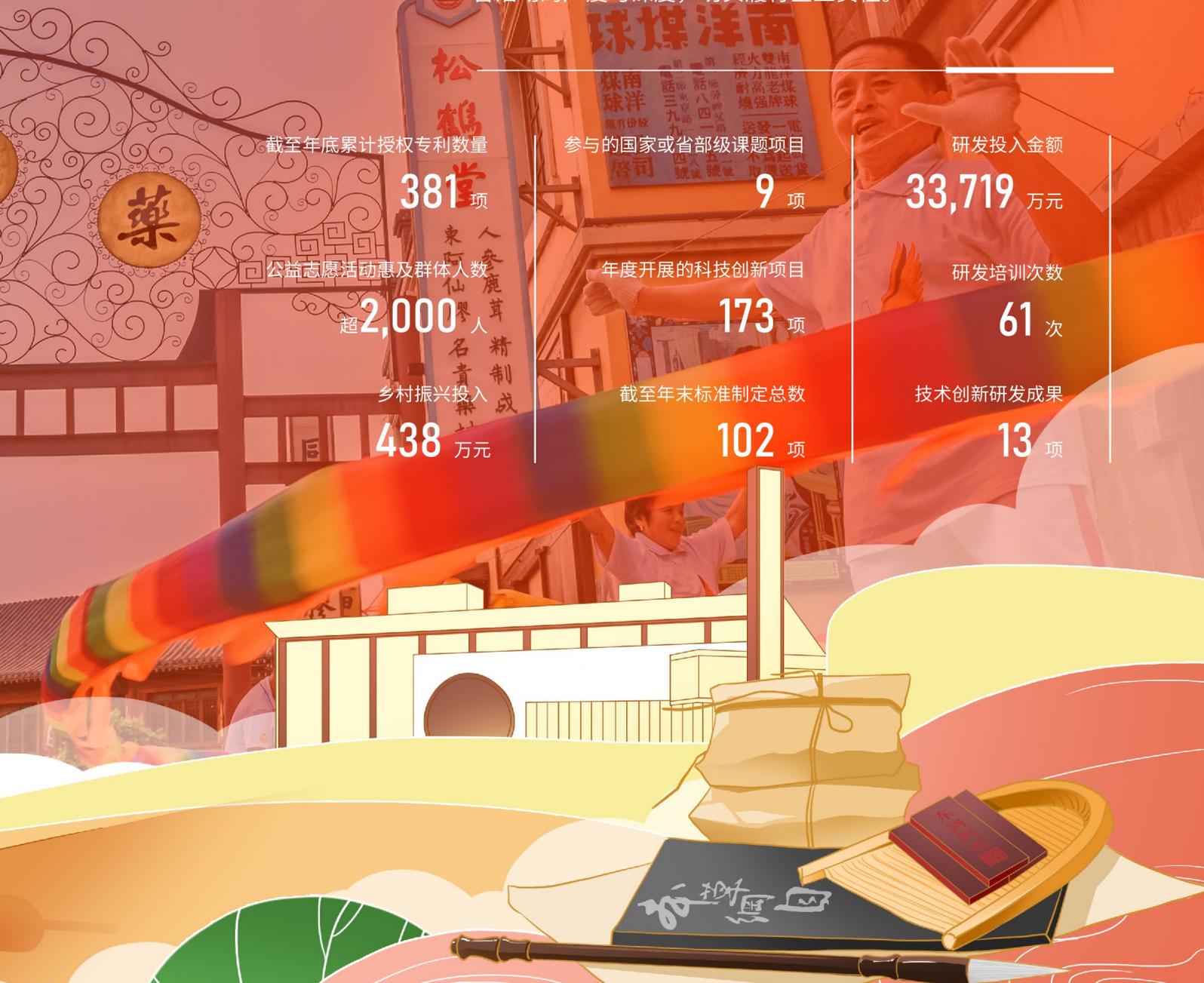
33,719万元

研发培训次数

61次

技术创新研发成果

13项



# 推动产品创新

东阿阿胶着力构建科技研发治理体系，通过设立科技创新委员会进行顶层决策，并依托覆盖项目管理、研发激励、平台建设等方面的制度，保障研发活动规范、高质、高效。公司大力推动“一中心、三高地、N 联合”的研发平台体系建设，建立项目风险管控与“短—中—长期”结合的多元化激励体系，并搭建内外融合的科研人才梯队，重视知识产权保护，加快科技创新步伐与项目落地。

## 治理

东阿阿胶研发组织施行“两室四部五院”的矩阵式架构，确保纵横协同、高效运作，构建了系统化、分层级的科技创新治理体系，以保障研发活动的战略性、高效性与可持续性，该体系以明确的组织架构、规范的制度流程和清晰的职责分工为核心，形成了一套自上而下、覆盖全面的创新管理机制。



### 在治理机构方面

公司设立“科技创新委员会”作为研发业务的顶层决策机构，成员由研发、战略、财务等相关部门负责人组成，负责审议、决策科技创新相关重大事项。同时，为进一步保障研发业务合规有序，研发创新中心设立项目管理工作组，成员由研发创新中心各部门负责人、专家等关键人员组成，负责对项目立项、变更等关键事项决策评审，以及处理其他科技创新相关事项。



### 在制度建设方面

公司构建了研发项目管理、研发质量管理、研发投入管理、研发激励管理、研发采购管理、联合共建平台管理、科技专家咨询管理等体系，2025 年，公司新建及修订印发 35 个研发管理制度 / 管理标准。



### 在平台建设方面

公司内部构建自主创新高地，推进“一中心、三高地、N 联合”的科技创新平台体系建设。



### “一中心、三高地、N 联合” 科技创新平台体系



同时，公司争建外部政府科技平台。2025 年，公司获批国家发展改革委企业技术中心、中国轻工业胶原蛋白重点实验室、山东省院士工作站（阿胶原料标准化）、山东省院士工作站（阿胶药食同源与大健康）及山东省“一企一技术”研发中心 5 个科技创新平台。2025 年新增 2 个院士工作站，成为山东省首个实现单企业双院士工作站突破的单位。

截至 2025 年末



公司共有国家级研发平台

**2** 个



省、部（委）级研发平台

**9** 个



公司级研发平台

**7** 个

中国轻工业胶原蛋白  
重点实验室

中国轻工业联合会  
2025 年 6 月—2029 年 5 月

中国轻工业胶原蛋白重点实验室

东阿阿胶股份有限公司阿胶药食同源与大健康

山东省院士工作站

山东省科学技术厅  
2025 年 8 月

山东省院士工作站（药食同源与大健康）

# 战略

公司建立科技创新风险与机遇识别清单，并针对所识别、评估出的风险和机遇采取对应措施。

## 东阿阿胶科技创新风险与机遇识别清单

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	对公司的潜在影响	风险等级			风险控制措施 / 机遇把握措施
				高	中	低	
市场拓展	风险	围绕男士滋补领域，已启动打造“第二增长曲线”，但新产品推出的速度和数量仍存在一定提升空间，致使新产品拓展存在进度缓慢的风险。	<p><b>运营成本上升：</b>研发投入的资金投入给现金流带来压力，研发周期过长及投入过大可能增加融资难度。</p> <p><b>盈利下降：</b>研发失败或效果不佳时可能因成本长期摊销影响利润，市场竞争可能影响定价权，压缩利润空间。</p>		√		<p>围绕第二增长曲线布局 4 项食品开发项目，上市苺蓉肽饮品、阿胶龟鹿膏、鹿参膏 3 款新产品。通过自研加 BD 加快布局新药，目前新药在研数量 4 个。</p> <p>加大研发投入，优化研发投入结构；吸引创新人才，加强人才培养与保留；采取创新激励措施，保护自身专利创造；调研市场情况，确定目标市场，通过产业链整合、平台化战略、技术品牌化营销等加强市场拓展效果。</p>
创新研发	机遇	在产业链上游，应把握畜牧业现代化转型与稀缺原料价值回归的契机，通过科技赋能破解资源瓶颈；在药品赛道，紧抓中药传承创新发展政策窗口，挖掘慢病管理与治未病市场的巨大潜力；在大健康领域，推动核心资源从药品向功能食品、美妆等快消领域延伸，实现品牌年轻化与用户圈层的扩张。	<p><b>营业收入上升：</b>以创新研发为核心驱动力，通过技术突破与产品迭代不断拓展市场版图，支撑产品销售增加，利润增加。</p> <p><b>促进行业发展：</b>发挥龙头示范效应，引领胶类产业及供应链上下游协同创新，共同推动整个行业向高质量、高水平迈进。</p>		√		<p>进一步清晰研发创新规划，组织开展系列研发战略规划研讨会及首届科技创新大会，在毛驴养殖方面，确定“4+1+3”的核心布局；在药品研发方面确定“1+2+3”的研发方向；在健康消费品研发方面构建“1+2+5”研创规划。同时，构建了“院士领航+首席牵头+顶尖团队”的专家智库，搭建研发人才培养体系，完善激励机制；优化项目管理、质量管理、平台管理、专家咨询管理等机制，支撑研发战略规划落地。</p>

## 影响、风险与机遇管理

### ☀ 应对科研项目风险

2025年，构建“公司级、中心级、部门级”三级项目管控体系，基于风险评估优化项目管理权责界面，提升决策效率、防控项目风险。各级审批机构充分发挥多领域、多维度、专业化决策评审优势，推动项目审批环节提质提速，更好地适配项目推进的实际需求，助力各项目高效落地。同时，东阿阿胶制定《研发项目立项及实施管理办法》，要求项目负责人在项目周期内持续开展风险识别、风险评估，并制定风险应对措施，最大限度防范风险发生、降低不利影响，特别是在项目立项、实施过程中出现进度、质量等异常情况时，须根据风险等级制定应对策略及措施。

### ☀ 构建研发激励体系

东阿阿胶构建短、中、长期相结合的多元化研发激励体系，下发《研发激励管理办法》《产品生命周期激励办法》，覆盖研发项目、研发专项及新产品上市后奖励，坚持成果导向、创新导向，以激励杠杆撬动科技成果转化及科研水平提升，充分激发研发人员的主观能动性和创新性。2025年，公司正式实施首期限制性股权激励计划，覆盖核心研发骨干，实现人才价值、创新成果与企业长期发展的深度“同频共振”。

### ☀ 搭建科研人才梯队

东阿阿胶系统构建“融合发展”的研发人才生态体系，坚持内外并举，夯实人才根基。公司对外凝聚智力，打造“院士领航、首席牵头、顶尖团队”的专家智库；对内厚植梯队，构建“战略—领军—青年”三级人才矩阵，推动研发队伍实现扩容，为科技创新发展提供了核心人才驱动力。

公司创新“项目嵌入式”个性化培养路径，通过“访问学者”及“学历提升”两种模式，骨干人员直接参与关键合作项目的研发攻关，加速项目进程及成果转化。公司加强校企共建，与江南大学等高校联合发起首届“东阿阿胶杯”校园创新大赛，推动校企在产品研发与人才培养方面深度融合。

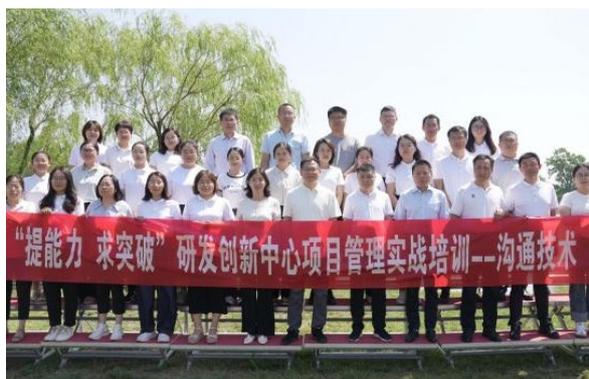
### ☀ 提升科研综合能力

2025年，公司聚焦技能提升与项目管理两大方向，开展内外部培训工作，一方面，组织团队参与关键设备操作、注册法规、成果转化、注册现场核查要点解析等专题培训，提升团队在注册知识、业务技能、流程把控等方面的能力，为进一步高效推进相关工作奠定了扎实基础。另一方面，通过“项目管理实战赋能”系列培训，以训促学、以练代培，推动团队实现从意识建立到方法掌握、从个体提升到团队协同的突破，为研发项目高效规范落地提供了坚实支撑。



### 案例 东阿阿胶开展“提能力，求突破”项目管理实战赋能系列培训

2025年2月至11月，公司围绕管理能力提升、人才梯队培养，组织开展四期项目管理实践培训，全面提升研发项目管理能力。通过系统培训，参训人员显著提升理论认知与实操能力，实现从意识建立到方法掌握、从个体提升到团队协同的突破，为研发项目高效规范推进与成功落地提供坚实支撑。



“提能力，求突破”项目管理实战赋能系列培训活动

### 东阿阿胶研发管理绩效

指标	单位	2025 年数值	2024 年数值
研发投入金额	万元	33,719	20,994
研发投入占主营业务收入比例	%	5	3.55
研发人员数量	人	341	338
研发人员占比	%	7.8	8.25
研发培训次数	次	61	46
研发培训参与人次	人次	1,526	801
研发培训总时长	小时	454	98.5

## 指标与目标

2025年，东阿阿胶围绕“研发规划顶层设计突破、夯实一中心（构建阿胶产业链技术壁垒、打造复方阿胶浆大品种）、加强原料涵养研发高地、滋补中药研发高地及健康消费品研发高地建设，研发创新保障机制突破”4个方面落实科技创新目标，多措并举，高质量完成年度任务，在政府课题申报、标准制定、专利申请等方面取得多项成果。

东阿阿胶科技创新绩效表

指标	单位	2025年数值	2024年数值
<b>科技创新项目</b>			
技术创新研发成果	项	13	11
参与的国家或省部级课题项目	项	9	10
年度开展的科技创新项目	项	173	107
<b>标准制定</b>			
年度标准制定总数	项	11	23
截至年末标准制定总数	项	102	/
其中，国家标准制定	项	12	0
行业标准制定	项	5	5
地方标准制定	项	18	/
团体标准制定	项	78	18
企业标准制定	项	18	/
<b>知识产权</b>			
截至年底累计授权专利数量	项	381	383
其中，授权发明专利	项	190	187
授权实用新型专利	项	138	146
授权外观专利	项	53	50
年度内累计授权专利总数	项	11	10
其中，授权发明专利	项	4	7
授权实用新型专利	项	2	0
授权外观专利	项	5	3
年度内累计申请专利总数	项	27	24
其中，申请发明专利	项	13	15
申请外观专利	项	12	9

## 科技创新成果与应用

东阿阿胶以“1246”模式为路径、以“1238”战略为目标，始终坚持将科技创新作为企业发展的核心动力，依托“一中心、三高地、N 联合”科技创新平台，围绕“原料涵养、药品研发、消费品研发”三方面，系统打造产业创新引擎。

2025 年，公司着力攻克关键核心技术，将科技创新与产业创新深度融合，并不断推动成果转化，加快形成新质生产力。

### 东阿阿胶 2025 年科技创新成果与应用情况

着力破解困扰健康消费品高质量发展的“卡脖子”难题

针对生产线现有灌装设备均无法满足阿胶玉灵膏灌装，严重影响产品上市节奏的难点，公司通过增加可调速变频器、线路改造、增加可拆卸弯管出料口等，基于螺杆泵原理连续挤出物料，顺利实现阿胶玉灵膏机械化灌装，赋能劳动效率 8 倍速提升，设备修旧利废节约金额 1.5 万元。

攻克食品行业技术瓶颈，构筑产品力壁垒

公司与陈卫院士团队深度合作，共建“东阿阿胶药食同源与大健康院士工作站”，成功攻克阿胶糕菌落指标严于国标标准稳定控制、爆珠渗漏及凝膏保质等行业技术瓶颈，围绕“阿胶+燕窝”，通过一系列细胞与动物试验揭示其黄金配比的协同抗氧化机制，并以此成功研发高含量即食阿胶燕窝产品。

2025 年 1 月，以低糖阿胶糕为载体，公司荣获阿胶糕行业首款低 GI 产品认证，通过打造差异化产品标杆，精准触达高价值客群，构建桃花姬品牌战略防御壁垒。

打造前瞻健康消费品产品矩阵，系统布局新增长

基于“做深补气补血，做宽药食同源”的产业布局，建立部门间常态化协同机制，共同规划、构建涵盖功能食品、保健食品、健康休闲零食的六大产品工程体系。全年累计开发上市包括阿胶黄芪粉、桃花姬红参阿胶糕、阿胶燕窝在内的 16 款新品，全面推动产品线向即食化、便携化、场景化创新，丰富消费者选择。

首次从阿胶中解析阐明阿胶的补血机制，破解阿胶补血活性密码

公司首次从阿胶中鉴定出一种新的补血活性肽（I-1 肽），简称为阿胶补血肽 I-1，该补血机制为其通过激活细胞中 JAK/STAT 信号通路，促进造血干细胞增殖，保护造血微环境；基于该补血活性肽，创新性地建立了阿胶中 I 型胶原蛋白含量的专属检测方法，可作为质量标志物用于阿胶品质评价和标准提升。本研究成果在国际期刊《Collagen and Leather》（IF9.2）作为封底文章发行。



夯实复方阿胶  
浆大品种战略，  
全面提升品种  
竞争力

2025 年，公司全力推进复方阿胶浆改良型新药 II 期临床试验研究，启动 11 家分中心；编著出版《现代中药创新研究与二次开发丛书 - 复方阿胶浆》，系统阐释复方阿胶浆现代科学内涵。治疗癌因性疲乏相关研究成果荣获 2025 年 ASCO 年会疼痛与症状管理领域“优异奖”，纳入《肿瘤相关性贫血中西医结合诊疗专家共识》等八项国内权威临床诊疗指南与专家共识，覆盖肿瘤、血液、妇科等多领域疾病，多项推荐证据等级达 1B/2A 级，推荐强度为 I 级或强烈推荐，标志着其临床价值获得现代医学体系的高度认可。



复方阿胶浆改良型新药项目交流会



公司荣获美国临床肿瘤学会（ASCO）  
2025 年度征服癌症“优异奖”

## 知识产权管理

公司加强知识产权保护工作，严格遵守《中华人民共和国知识产权法》《中华人民共和国专利法》等法律法规，明确研发创新中心为知识产权保护工作的责任部门，并制定《知识产权管理制度》等 6 项制度，实现知识产权从申请、使用、维护、授权到放弃的全生命周期均有章可循。专利、商标、著作权各项管理流程已嵌入业务经营并流畅运行，进一步完善了多方位覆盖的知识产权管理体系。目前，公司已通过知识产权合规管理规范体系认证，为企业发展提供支撑，持续放大品牌、技术等无形资产价值。

公司加强知识产权宣传与培训，对一线销售人员开展产品真伪鉴别等知识产权培训，内容涵盖专利、商标、版权等知识产权的维护与运用。



东阿阿胶知识产权合规管理体系认证

## 科技伦理

在不断完善科研管理体系的过程中，公司始终遵循伦理底线。截至报告期末，东阿阿胶的研发生产活动不涉及动物实验等违背科技伦理的情况。

# 推动医疗可及

东阿阿胶始终将“寿人济世”作为企业使命，在促进社会发展中深耕健康产业，提高医疗可及性，推动健康成果公平可享。

## 治理

东阿阿胶董事会高度关注医疗可及性，特别是中医药资源的公平可及。董事会下设产品决策委员会，对新产品引入 / 老产品升级需求决策、项目变更、产品上市及退市、质量与医疗可及性等事项进行审议决策，为项目实施提供专业的建议和指导；委员会下设产品决策委员会办公室，负责产品决策委员会的日常管理工作。

## 战略

公司建立医疗可及性风险与机遇识别清单，并针对所识别、评估出的风险和机遇采取对应措施。

东阿阿胶医疗可及性风险与机遇识别清单

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	对公司的潜在影响	风险等级			风险控制措施 / 机遇把握措施
				高	中	低	
经济可及性	风险	产品价格与支付方式可能超出部分消费者承受能力，影响普惠性。	公司目前主要产品为滋补品和 OTC 药品，其主力产品可能未被基本医保完全覆盖，或价格相对较高，在经济下行期面临需求压力。导致市场增长受限，影响在基层及价格敏感人群中的市场渗透。		√		<p><b>探索多元支付：</b>参考行业实践，探索与“城市普惠健康保”等补充保险合作。</p> <p><b>优化产品矩阵：</b>开发不同价位、规格的产品，满足多元需求。</p>
产品创新与品类拓展	机遇	通过研发创新和“药品+消费品”双轮驱动，满足更广泛、未被满足的健康需求，扩大服务人群，公司正布局鹿茸、肉苁蓉等新赛道，打造“皇家围场 1619”“壮本”等男士滋补品牌，并研发阿胶速溶粉等更便捷的产品形态。	<p><b>扩大消费群体：</b>从传统女性滋补扩展到男士、年轻人群。</p> <p><b>提升服用便捷性：</b>创新产品形态（如速溶粉）能提升使用依从性和场景。</p> <p><b>创造新增长点：</b>培育“第二增长曲线”。</p>	-	-	-	<p><b>加大研发投入：</b>持续投资于“一中心、三高地+N联合”研发平台。</p> <p><b>推动“药食同源”：</b>发展健康消费品，降低使用门槛，让养生融入日常生活。</p>

## 影响、风险与机遇管理

公司紧密围绕“扩大产品覆盖范围、满足特定人群需要、产品分层定价、降低医疗成本”四个方向开展医疗可及性管理工作，为广大消费者提供更便捷、高效的医疗服务。

### 在扩大产品覆盖范围方面

公司实施产品差异化布局路径，招商产品突出“广覆盖”，致力于拓展全层级医疗机构，全面开发等级医院及基层终端；自营产品聚焦“深渗透”，采取从中医院特色治疗中心向综合性医院核心科室纵深拓展的策略。

从产品销售角度，公司构建线上线下融合的全渠道网络，提升产品可及性。线上深化与电商平台合作，利用直播带货、社交营销等方式触达年轻消费者；线下依托药店、商超等布局，强化专业服务与个性化指导，由此形成“线上便捷+线下专业”的互补模式，降低患者决策成本，实现消费场景精准覆盖。

从产品宣贯角度，公司构建“文化传播+产业协同+学术引领”三维体系，推动产品走向国际，扩大全球医疗覆盖。在区域市场层面，复方阿胶浆已成为东南亚地区治疗登革热的特效药。在全球规则层面，公司参与制定国家级胶类中药标准，提升国际话语权，并通过进博会等平台发布中医药白皮书，普及传统医学知识，促进全球医疗市场对阿胶的认知与接受。

### 在满足特定人群需要方面

公司推动产品创新与剂型改革，满足多元需求，推出专科产品，通过“阿胶+”战略开发防雾霾抗肺损伤、抗卵巢功能早衰等前沿产品，开展特定人群医疗项目，进一步扩大医疗应用范围。

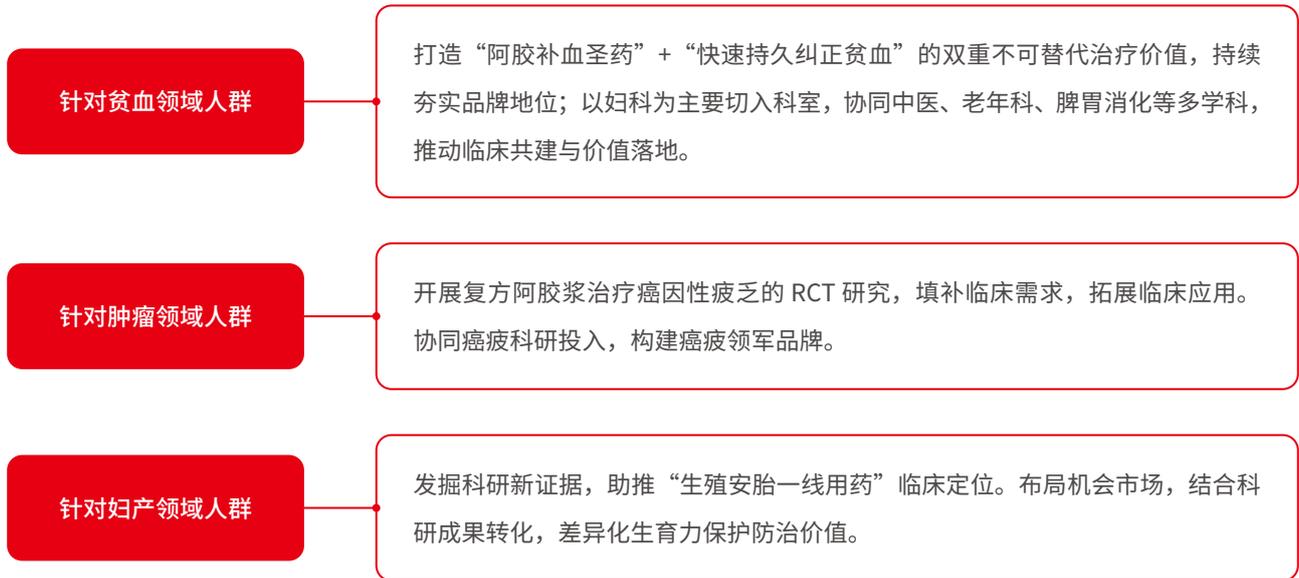
### 东阿阿胶满足特定人群需要方面举措

针对慢性病患者、术后  
修复场景

推出祛痹养脏膏治疗类风湿性关节炎、复方阿胶浆治疗癌因性疲乏等专科产品，覆盖慢性病、术后康复等医疗场景。

针对中国抗癌  
协会患者

提供关爱项目，进行大咖访谈/科普访谈，通过大咖/专家专题科普访谈、科普视频宣传、科普物料宣发等形式传递癌因性疲乏治疗理念，提升全国肿瘤医生对癌因性疲乏的病因、临床表现及管理策略的认知水平，推广复方阿胶浆在癌因性疲乏治疗中的应用。



**在产品分层定价方面**

公司生产的产品中不包括专利药品、仿制药、疫苗和医疗器械，产品并非典型意义上针对公共健康重大疾病（如传染病、慢性病等）的直接治疗产品。公司根据产品实际情况和市场需求，灵活调整医疗类产品定价，按照国家和地区相关规定，将部分药品纳入医保范围，让更多的人能够负担起药品价格。

**在降低医疗成本方面**

公司深化产业链协同，保障供应链稳定，构建“原料涵养+智能制造+健康服务”全产业链体系，确保产品质量与供应稳定性。公司与中国农业大学合作打造全球毛驴产业链价值创造高地，解决原料稀缺问题；通过清洁化驴皮前处理、现代浓缩提纯等技术提升生产效率。稳定的供应链为医疗机构提供持续的产品支持，间接减少患者接受医疗服务所需的总体费用，提升医疗可及性。

## 指标与目标

公司以 ESG 战略为纲，设定“到 2030 年，东阿阿胶医疗健康产品服务覆盖中低收入国家和地区患者总量提升至 54,000 人次，同时，持续改善医疗可及性，特别是服务薄弱地区，确保产品能有效覆盖更多社区，公众健康认知提升明显”的长期发展目标。

# 履行社会责任

东阿阿胶坚持将社会责任理念有机融入发展战略和业务运营，持续深化公益品牌建设。积极参与公益事业，推动企地共建共享；主动服务乡村振兴与协调发展，用实际行动诠释企业的责任担当。

## 公益志愿

东阿阿胶持续深化“胶小星”志愿服务品牌建设，规范慈善公益活动管理工作，依据《中华人民共和国公益事业捐赠法》等法律法规，制定《慈善公益活动管理办法》。2025年，聚焦服务国家战略、服务百姓民生、服务社会治理等方面，开展义务植树、走访慰问抗战老兵、交通协管、志愿献血、“润青春”中医药文化志愿传播等活动，以实际行动践行央企责任担当，向社会传递美好希望。其中志愿献血活动已开展5年，累计献血量突破17.2万毫升，获得“山东省无偿献血表现突出单位”。

2025年，公司累计开展公益志愿活动20余场，参与超700人次，服务时长逾700小时，惠及群体超2,000人。

2025年



公司累计开展公益志愿活动

**20** 余场



参与超

**700** 人次



服务时长逾

**700** 小时



惠及群体超

**2,000** 人



“红色基因筑根脉 敬老爱幼传薪火” 关爱慰问活动



公益植树活动



进社区开展公益义诊活动



“青春如此多‘胶’ 热血为爱续航” 主题无偿献血活动

在印尼市场，复方阿胶浆被广泛用于登革热辅助治疗。公司携手当地癌友协会关爱患者活动，爱心献血和医师培训工作，搭建起民心相通的重要桥梁。同时，公司依托自身优势，在其他海外地区因地制宜开展癌友关爱活动。



srikandi 癌友会十周末纪念活动



公司赞助 CISC 癌症社区举办开斋聚餐活动

## 社区共建

东阿阿胶履行央企使命，以自身发展带动当地进步，实现企地共赢。公司皇家围场 1619 事业部入驻吉林省东丰国际梅花鹿产业创投园，建成透明体验工厂，以文化为纽带构建“生产+体验”一体化体系，实现产业落地与文化传承双向赋能。二产带动一产，打造梅花鹿示范化养殖基地，培育皇家围场特色鹿种，促进当地增收；三产协同文旅，依托皇家鹿苑文旅产业园、养鹿官山园等载体，联合申报以中医药康养为核心的 4A 级景区，以围场文化为内核、体验工厂为窗口，激活鹿产业旅游价值。

公司收购并建成华润东阿阿胶马记（吉林）药业有限公司，释放百余工作岗位，为当地居民提供稳定的就业机会，进一步促进东丰县的人口回流与社区活力提升。公司立足系统化的培养机制，帮助本地劳动力快速适应现代化产业需求，实现个人职业发展与地方经济振兴的双赢局面。同时，通过并购马记药业，将吉林省非遗技艺“马记炸茸”传承发扬，惠及当地社区发展。

## 乡村振兴

东阿阿胶积极响应国家关于全面推进乡村振兴的号召，因地制宜助力乡村经济发展与民生改善。公司持续推动华润医药“华润健康乡村”公益项目走深走实，先后选派两任轮值镇长参与小镇建设，并实施公益捐赠，在小镇环境改造、产业发展、乡风文明建设等方面效果显著，形成可复制、可推广的特色帮扶模式。

2025年，公司乡村振兴投入438万元，用于支持华润健康乡村公益项目与华润希望小镇项目，助力乡村综合发展，为区域振兴贡献力量。

2025年



公司乡村振兴投入

**438** 万元

### 东阿阿胶“三产融合”，推动乡村振兴



上游

公司建立标准化毛驴养殖基地，通过“公司+基地+合作社+养殖户”模式，为农户提供良种、技术及市场保障，带动内蒙古、山东等地农户脱贫，同时开发肉苁蓉等特色产业，在阿拉善打造“生态-产业-民生”协同发展链条，帮助牧民实现增收。



中游

公司聚焦阿胶主业，依托智能制造与全产业链质控体系，提升产品附加值，为乡村产业创造稳定的原料市场需求。



下游

依托文旅融合，公司建成东阿阿胶城、毛驴博物馆等项目，年接待游客超百万人次，推动乡村旅游与康养产业联动发展。同时，公司将中医药文化传承与乡村振兴结合，开发“艾草茶饮”“健康食疗”等文旅产品，赋能乡村品牌建设，形成“产业兴、生态美、百姓富”的乡村振兴东阿样板。

# 绩效展示

## 治理表现

指标名称	指标单位	2025 年数值	2024 年数值
董事会会议召开次数	次	12	9
董事会成员出席率	%	100	100
董事会审议议案数目	项	54	53
战略委员会会议次数	次	3	1
审计委员会会议次数	次	7	5
薪酬与考核委员会会议次数	次	7	5
提名委员会会议次数	次	4	4
党委会会议召开次数	次	33	31
党委会审议议案数目	项	260	279
党总支	个	0	3
党支部	个	27	25
党员人数	人	576	498
反商业贿赂及反贪污培训总次数	次	27	22
反商业贿赂及反贪污培训累计时长	小时	34.5	20
反商业贿赂及反贪污培训参与总人次	人次	5,517	3,439
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事总数	人	9	/
接受反商业贿赂及反贪污培训的董事百分比	%	100	/
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员总数	人	10	/
接受反商业贿赂及反贪污培训的管理层人员百分比	%	100	/
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工总数	人	4,345	/
接受反商业贿赂及反贪污培训的员工百分比	%	100	/
反垄断与公平竞争的培训活动次数	次	15	14

指标名称	指标单位	2025 年数值	2024 年数值
反垄断与公平竞争参与人数	人	619	788
风控合规培训次数	次	27	20
风控合规培训参与总人次	人次	2,000+	1,200
风控合规培训时长	小时	54	40
审计培训次数	次	25	62
审计培训时长	小时	196	463
审计培训参与人次	人次	268	513
专项审计数目	项	7	9
专项审计整改率	%	100	100
信息安全培训次数	次	23	24
信息安全培训总时长	小时	26.5	14
信息安全培训参与人次	人次	3,758	3,217
信息安全事件发生次数	次	0	0
业绩说明会次数	次	4	4
累计参与的券商、机构数量	家	180	180
累计参与的投资者数量	名	550+	300+
路演 / 反路演次数	次	161	182
累计覆盖券商及机构投资者数量	家 / 名	650+	809
接听投资者热线电话及互动易回复	次	476+	374+

## 环境表现

指标名称	指标单位	2025 年数值	2024 年数值
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	42,592.89	41,689.65
直接温室气体排放（范围一）	吨二氧化碳当量	15,448.97	20,045.69
间接温室气体排放（范围二）	吨二氧化碳当量	27,143.92	21,643.96
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 万元产值	0.06523	0.06676
柴油消耗量	升	23,925	23,972
天然气消耗量	标准立方米	7,038,437	7,662,660
外购电力	万千瓦时	3,140.99	2,919.71
外购蒸汽	吉焦	93,539.8	73,636.45
直接能源消耗量	吨标准煤	9,179.6	9,991.15
间接能源消耗量	吨标准煤	7,049.98	6,099.32
能源消耗总量	吨标准煤	16,229.58	16,090.47
能源消耗强度	吨标准煤 / 万元	0.0249	0.0258
可再生能源发电量	万千瓦时	394.87	395.68
可再生能源使用占比	%	12.57	13.55
水资源消耗总量	万吨	124.35	128.00
其中，地下水消耗总量	万吨	122.23	125.94
自来水消耗总量	万吨	2.12	2.06
循环水用量	万吨	96.88	96.15
循环水用量占比	%	77.91	75.12
水资源消耗强度	吨 / 万元产值	1.90	2.13
废水排放总量	万吨	99.14	103.48
废水污染物排放量	吨	32.91	33.96
其中，COD	吨	32.3	33.44
NH <sub>3</sub> -N	吨	0.612	0.515
废水污染物排放浓度	mg/l	32.75	35.55
其中，COD	mg/l	32.14	35.01
NH <sub>3</sub> -N	mg/l	0.61	0.54
二氧化硫排放量	吨	1.538	/
氮氧化物排放量	吨	1.942	/
颗粒物排放量	千克	176	264
二氧化硫排放浓度	毫克 / 立方米	17.58	/
氮氧化物排放浓度	毫克 / 立方米	22.33	/
颗粒物排放浓度	毫克 / 立方米	5.2	/
废弃物产生总量	吨	2,909.82	2,996.77

指标名称	指标单位	2025 年数值	2024 年数值
一般废弃物产生量	吨	2,906.61	2,994.19
其中，毛渣排放量	吨	476.12	409.63
药渣排放量	吨	1,651.97	1,806.72
污泥排放量	吨	463.52	480.84
生活垃圾	吨	315	297
一般废弃物排放密度	吨 / 万元	0.00434	0.00506
危险废弃物产生量	吨	3.21	2.58
危险废弃物排放密度	千克 / 万元	0.00479	0.00413
回收再利用废弃物总量	吨	2,591.61	2,697.19
回收再利用的废弃物占比	%	89.16	90.00

## 社会表现

指标名称	指标单位	2025 年数值	2024 年数值
员工总数	人	4,345	4,095
按性别划分的雇员人数	男性	2,283	2,158
	女性	2,062	1,937
按雇佣类型划分的雇员人数	劳务派遣员工	165	/
	全职员工人数	4,180	/
	兼职员工人数	0	0
按年龄组别划分的雇员人数	30 周岁及以下	1,261	1,087
	30-50 周岁	2,633	2,591
	50 周岁以上	451	417
按学历划分的雇员人数	大专及以上学历员工总数	1,865	1,901
	本科学历员工总数	2,047	1,903
	硕士及以上学历员工总数	433	291
按职级划分的雇员人数	高级管理人员	9	7
	中级管理人员	62	52
	基层员工	4,274	4,036
按地区划分的雇员总数	中国大陆地区员工人数	4,335	/
	港澳台地区员工人数	10	/
	海外员工人数	0	/

指标名称	指标单位	2025 年数值	2024 年数值	
按民族划分的雇员人数	少数民族	人	99	81
	非少数民族	人	4,246	4,014
特殊雇员数量	弱势群体员工总数	人	8	8
	退役军人安置总数	人	19	12
年度吸纳就业人数	人	914	653	
创造灵活就业岗位	个	412	/	
员工总体流失率	%	5.31	5.87	
按年龄组别划分的员工流失率	30 岁及 30 岁以下员工流失率	%	10.39	10.00
	大于 30 岁且小于 50 岁员工流失率	%	3.71	4.78
	50 岁及 50 岁以上员工流失率	%	1.15	2.96
按性别划分的员工流失率	男性员工流失率	%	5.94	5.92
	女性员工流失率	%	4.60	5.81
劳动合同签署率	%	100	100	
社会保险覆盖率	%	100	100	
人均带薪年假天数	天	5.67	/	
员工薪酬总额	万元	63,301	56,092	
人均薪酬	万元	14.57	13.70	
员工满意度	%	98	/	
年度培训支出	万元	564.65	651.59	
员工培训次数	次	385	128	
员工培训人数	人	4,506	/	
员工培训总人次	人次	13,679	3,122	
员工培训总时长	小时	164,329.17	/	
其中，高级管理层平均培训时数	小时	187.2	33.5	
中层管理人员平均培训时数	小时	88.46	74.75	
基层员工平均培训时数	小时	36.77	28.25	
员工人均培训时长	小时	37.82	30.24	
员工培训覆盖率	%	100	/	
职业健康体检覆盖率	%	100	100	
职业伤害保险投入金额	万元	230.74	228	
职业伤害保险覆盖率	%	100	100	
困难员工帮扶人数	人	23	23	
困难员工投入金额	万元	4.6	4.6	
每百万营收困难员工帮扶人数	人 / 百万元	0.0034	0.0039	
安全生产投入金额	万元	300.83	157.72	
工伤险投入金额	万元	221.39	/	

指标名称	指标单位	2025 年数值	2024 年数值
工伤险人员覆盖率	%	100	/
人身伤亡事故发生次数	次	0	0
因工伤亡人数	人	0	0
因工伤损失工作小时数	小时	0	0
年度因工伤损失工作日数	天	0	0
安全隐患排查次数	次	174	97
安全隐患排查整改数量	项	624	/
安全隐患整改率	%	100	100
安全应急演练次数	次	451	34
安全应急演练总时长	小时	675	29
安全应急演练参与人次	人次	8,353	1,664
产品召回次数	次	0	0
产品质量抽查次数	次	43	19
市场抽检合格率	%	100	100
百万盒数质量投诉率	%	3.89	4.8067
产品质量管理培训次数	次	57	75
产品质量管理培训参与人次	人次	903	1,678
产品质量管理培训参与时数	小时	157.5	251.8
客户满意度	%	94.7	94.5
客户投诉数量	次	884	763
客户投诉解决数量	次	884	763
客户投诉率	%	0.05	0.06
客户投诉下降率	%	10	10
客户投诉办结率	%	100	100
处理客户咨询	万条	155.4	133
供应商总数	家	1,630	1,573
因违反供应商行为准则或不符合供应商管理规定而淘汰数量	家	22	16
拥有质量管理体系认证的供应商比例	%	52.8	/
拥有环境管理体系认证的供应商比例	%	37.4	/
拥有职业健康安全管理体系认证的供应商比例	%	31.3	/
供应商 ESG 培训活动次数	次	56	32
供应商 ESG 培训活动时长	小时	164	104
供应商 ESG 培训活动参与人次	人次	356	/
生产物料供应商 ESG 培训活动覆盖率	%	38.8	/
阿胶原料供应商 ESG 培训活动覆盖率	%	100	/
供应商满意度	/	9.54 分 (满分 10 分)	>95%
研发投入金额	万元	33,719	20,994

指标名称	指标单位	2025 年数值	2024 年数值
研发投入占主营业务收入比例	%	5	3.55
研发人员数量	人	341	338
研发人员占比	%	7.8	8.25
研发培训次数	次	61	46
研发培训参与人次	人次	1,526	801
研发培训总时长	小时	454	98.5
技术创新研发成果	项	13	11
参与的国家或省部级课题项目	项	9	10
年度开展的科技创新项目	项	173	107
年度标准制定总数	项	11	23
截至年末标准制定总数	项	102	/
其中，国家标准制定	项	12	0
行业标准制定	项	5	5
地方标准制定	项	18	/
团体标准制定	项	78	18
企业标准制定	项	18	/
截至年底累计授权专利数量	项	381	383
其中，授权发明专利	项	190	187
授权实用新型专利	项	138	146
授权外观专利	项	53	50
年度内累计授权专利总数	项	11	10
其中，授权发明专利	项	4	7
授权实用新型专利	项	2	0
授权外观专利	项	5	3
年度内累计申请专利总数	项	27	24
其中，申请发明专利	项	13	15
申请外观专利	项	12	9
公益志愿活动次数	场	20 余	13
公益志愿活动参与人数	人次	超 700	300 余
公益志愿服务时长	小时	超 700	约 407
公益志愿活动惠及群体人数	人	超 2,000	/
乡村振兴投入	万元	438	430

# 附录一：指标索引表

## 《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号 ——可持续发展报告（试行）》

维度	序号	议题	回应章节
环境	1	应对气候变化	应对气候变化
	2	污染物排放	严格控制排放
	3	废弃物处理	严格控制排放
	4	生态系统和生物多样性保护	维护生态平衡
	5	环境合规管理	完善环境管理
	6	能源利用	合理利用资源
	7	水资源利用	合理利用资源
	8	循环经济	合理利用资源
社会	9	乡村振兴	履行社会责任
	10	社会贡献	履行社会责任
	11	创新驱动	推动产品创新
	12	科技伦理	推动产品创新
	13	供应链安全	强化供应链韧性
	14	平等对待中小企业	强化供应链韧性
	15	产品和服务安全与质量	产品质量管理、落实客户责任
	16	数据安全与客户隐私保护	数智转型
可持续发展 相关治理	17	员工	员工责任
	18	尽职调查	ESG 管理、强化供应链韧性
	19	利益相关方沟通	ESG 管理、市值管理
	20	反商业贿赂及反贪污	合规管理
	21	反不正当竞争	合规管理

# 全球可持续发展标准委员会 (GSSB)

## 《GRI 可持续发展报告标准》

**使用说明：**东阿阿胶在 2025 年 1 月至 2025 年 12 月参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息。

**使用的 GRI 1：GRI 1：基础 2021**

指标编号	描述	回应章节
<b>GRI2: 一般披露</b>		
<b>组织概况及其报告做法</b>		
2-1	组织详细情况	关于东阿阿胶
2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
2-3	报告期、报告频率和联系人	关于本报告
2-4	信息重述	/
2-5	外部鉴证	/
<b>活动和工作者</b>		
2-6	活动、价值链和其他业务关系	关于东阿阿胶
2-7	员工	员工责任
2-8	员工之外的工作者	强化供应链韧性
<b>管治</b>		
2-9	管治架构和组成	规范治理
2-10	最高管治机构的提名和遴选	/
2-11	最高管治机构的主席	规范治理
2-12	在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	规范治理
2-13	为管理影响的责任授权	规范治理
2-14	最高管治机构在可持续发展报告中的作用	/
2-15	利益冲突	/
2-16	重要关切问题的沟通	ESG 管理
2-17	最高管治机构的共同知识	ESG 管理
2-18	对最高管治机构的绩效评估	ESG 管理
2-19	薪酬政策	规范治理
2-20	确定薪酬的程序	规范治理

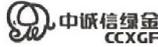
指标编号	描述	回应章节
2-21	年度总薪酬比率	/
<b>战略、政策和实践</b>		
2-22	关于可持续发展战略的声明	ESG 管理
2-23	政策承诺	/
2-24	融合政策承诺	/
2-25	补救负面影响的程序	/
2-26	寻求建议和提出关切的机制	/
2-27	遵守法律法规	/
2-28	协会的成员资格	/
<b>利益相关方参与</b>		
2-29	利益相关方参与的方法	ESG 管理
2-30	集体谈判协议	/
<b>GRI 3: 实质性议题的披露项</b>		
3-1	确定实质性议题的过程	ESG 管理
3-2	实质性议题清单	ESG 管理
3-3	实质性议题的管理	ESG 管理
<b>GRI 201: 经济绩效</b>		
201-1	直接产生和分配的经济价值	2025 年亮点绩效
201-2	气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	应对气候变化
201-3	固定福利计划和其他退休计划	员工责任
201-4	政府给予的财政补贴	/
<b>GRI 202: 市场表现</b>		
202-1	按性别标准起薪水平工资与当地最低工资之比	/
202-2	从当地社区雇佣高管的比例	/
<b>GRI 203: 间接经济影响</b>		
203-1	基础设施投资和支持性服务	履行社会责任
203-2	重大间接经济影响	履行社会责任
<b>GRI 204: 采购实践</b>		
204-1	向当地供应商采购支出的比例	/
<b>GRI 205: 反腐败</b>		
205-1	已进行腐败风险评估的运营点	/

指标编号	描述	回应章节
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	合规管理
205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	/
<b>GRI 206: 反竞争行为</b>		
206-1	针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	/
<b>GRI 207: 税务</b>		
207-1	税务方针	/
207-2	税务治理、控制及风险管理	/
207-3	与税务密切相关的利益相关方参与及管理	/
<b>GRI 301: 物料</b>		
301-1	所用物料的重量或体积	严格控制排放
301-2	用循环利用的进料	/
301-3	再生产品及其包装材料	/
<b>GRI 302: 能源</b>		
302-1	组织内部的能源消耗量	应对气候变化
302-2	组织外部的能源消耗量	/
302-3	能源强度	应对气候变化
302-4	减少能源消耗量	应对气候变化
302-5	降低产品和服务的能源需求	合理利用资源
<b>GRI 303: 水资源和污水</b>		
303-1	组织与水作为共有资源的互相影响	合理利用资源
303-2	管理与排水相关的影响	严格控制排放
303-3	取水	合理利用资源
303-4	排水	严格控制排放
303-5	耗水	合理利用资源
<b>GRI 304: 生物多样性</b>		
304-1	组织在位于或邻近保护区和保护区外的生物多样性丰富区域拥有、租赁、管理的运营点	/
304-2	活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	/
304-3	受保护或经修复的栖息地	/
304-4	受运营影响的栖息地中已被列入世界自然保护联盟 (IUCN) 红色名录及国家保护名册的物种	/
<b>GRI 305: 排放</b>		
305-1	直接 (范畴 1) 温室气体排放	应对气候变化

指标编号	描述	回应章节
305-2	能源间接（范畴 2）温室气体排放	应对气候变化
305-3	其他间接（范畴 3）温室气体排放	/
305-4	温室气体排放强度	应对气候变化
305-5	温室气体减排量	应对气候变化
305-6	臭氧消耗物质（ODS）的排放	/
305-7	氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放	严格控制排放
<b>GRI 306: 废弃物</b>		
306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	/
306-2	废弃物相关重大影响的管理	严格控制排放
306-3	产生的废弃物	严格控制排放
306-4	从处置中转移的废弃物	严格控制排放
306-5	进入处置的废弃物	严格控制排放
<b>GRI 308: 供应商环境评估</b>		
308-1	使用环境评价维度筛选的新供应商	强化供应链韧性
308-2	供应链的负面环境影响以及采取的行动	/
<b>GRI 401: 雇佣</b>		
401-1	新进员工雇佣率和员工流动率	员工责任
401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	员工责任
401-3	育儿假	员工责任
<b>GRI 402: 劳资关系</b>		
402-1	有关运营变更的最短通知期	/
<b>GRI 403: 职业健康与安全</b>		
403-1	职业健康安全管理体系	安全责任
403-2	危害识别、风险评估和事故调查	安全责任
403-3	职业健康服务	安全责任
403-4	职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通	/
403-5	工作者职业健康安全培训	安全责任
403-6	促进工作者健康	安全责任
403-7	预防和减轻与商业关系直接相关的职业健康安全影响	安全责任
<b>GRI 404: 培训与教育</b>		
404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	员工责任
404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	员工责任

指标编号	描述	回应章节
404-3	定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	员工责任
<b>GRI 405: 多元化与平等机会</b>		
405-1	管治机构与员工的多元化	员工责任
405-2	男女基本工资和报酬的比例	/
<b>GRI 406: 反歧视</b>		
406-1	歧视事件及采取的纠正行动	员工责任
<b>GRI 407: 结社自由与集体谈判</b>		
407-1	结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商	员工责任
<b>GRI 408: 童工</b>		
408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	员工责任
<b>GRI 409: 强迫或强迫劳动</b>		
409-1	具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	员工责任
<b>GRI 410: 安保实践</b>		
410-1	接受过在人权政策或程序方面培训的安保人员	/
<b>GRI 411: 原住民权利</b>		
411-1	涉及侵犯原住民权利的事件	/
<b>GRI 413: 当地社区</b>		
413-1	有当地地区参与、影响评估和发展计划的运营点	强化供应链韧性
413-2	对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	/
<b>GRI 414: 供应商社会评估</b>		
414-1	使用社会评价维度筛选的新供应商	强化供应链韧性
414-2	供应链的负面社会影响以及采取的行动	/
<b>GRI 415: 公共政策</b>		
415-1	政治捐助	/
<b>GRI 416: 客户健康与安全</b>		
416-1	评估产品和服务类别的健康与安全影响	产品质量管理
416-2	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	产品质量管理
<b>GRI 417: 营销与标识</b>		
417-1	对产品和服务信息与标识的要求	产品质量管理
<b>GRI 418: 客户隐私</b>		
418-1	涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	数智转型、落实客户责任

# 附录二：独立审验声明



东阿阿胶股份有限公司 2025 年度 ESG 报告独立审验声明

## 独立审验声明

中诚信绿金科技(北京)有限公司(以下简称“中诚信绿金”)受东阿阿胶股份有限公司(以下简称“东阿阿胶”或“报告组织”)委托,对东阿阿胶股份有限公司 2025 年度环境、社会和公司治理报告(以下简称“ESG 报告”)披露的可持续信息进行审验工作,并以发表独立审验声明的形式向 ESG 报告的使用者披露审验结果。

### (一) 独立性与能力

中诚信绿金是一家专业从事绿色金融服务的独立第三方机构,审验团队由 ESG 行业内专业人员组成,并且对 AA1000AS v3 具有充分的理解,具备实施 ESG 审验的能力。中诚信绿金及审验组成员未与东阿阿胶及其董事、高级管理人员存在业务关系,同时在中诚信绿金内部防火墙隔离等措施的控制下,与东阿阿胶不存在利益冲突,能够保证本次审验工作的独立性。

### (二) 东阿阿胶的责任

东阿阿胶的责任是参考《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告(试行)》、国务院国资委《央企控股上市公司 ESG 专项报告编制研究》、全球报告倡议组织(GRI)《可持续发展报告标准》、国际标准化组织 ISO 26000:2010《社会责任指南》等国际、国内通行 ESG、可持续发展和社会责任相关框架编制 ESG 报告,并遵循与审验机构约定的审验内容和范围,向审验机构提供审验所需的文件资料,建立适当的审验绩效指标管理和监控体系,保障审验的绩效数据将在审验后的各类披露文件中保持一致。

### (三) 审验机构的责任

中诚信绿金的责任是依据审验标准,遵循与报告组织约定的审验内容和范围,对报告组织的 ESG 报告范围内的相关事项进行审验,通过内部控制程序,合理地对审验内容进行评价,并向报告组织董事会出具独立审验声明,不作其他用途。

### (四) 审验主要依据

中诚信绿金主要依据 AA1000AS v3 标准,对东阿阿胶 2025 年度 ESG 报告开展“类型-2 中度审验”。





### （五）审验内容和范围

- 依据审验类型和深度，对东阿阿胶编制的 ESG 报告遵循 AA1000 四项审验原则（包容性、实质性、回应性及影响性）的程度进行审验；
- 对报告中部分特定绩效信息的可靠性及质量进行评估；
- 审验界限一般与报告组织合并报表覆盖范围一致，部分绩效数据界限有所调整。

### （六）审验程序

中诚信绿金为保证审验工作的有效实施制定审验实施方案及时间计划表，本着客观态度开展审验工作，主要包括以下程序：

- 中诚信绿金与提供 ESG 有关信息的撰写人员及管理层人员进行访谈；
- 对报告组织遵循 AA1000 原则程度的流程进行评估，并基于访谈和收集的佐证材料对利益相关方管理实践、业务流程进行审视和检查；
- 对选定的特定绩效信息的可靠性和质量进行抽样检查；
- 对选定的特定绩效信息进行重新计算；以及
- 中诚信绿金认为必要的其他工作。

### （七）结论

中诚信绿金依据 AA1000AS v3 标准，对报告组织的 ESG 报告中披露的可持续发展信息开展了“类型-2 中度审验”，得出如下结论：

#### ESG 报告 AA1000（2018）原则的符合性

- **包容性：**东阿阿胶已识别政府、监管部门及行业协会、股东与投资者、员工、客户、供应商或合作伙伴、媒体与社区公众等内外部利益相关方，多渠道倾听利益相关方意见，并考虑将其纳入公司决策与内部管理提升，ESG 报告基本符合包容性原则要求。
- **实质性：**东阿阿胶基于“双重重要性”原则，通过访谈等方式收集利益相关方观点建立实质性议题判定流程，并在 ESG 报告中披露了实质性议题优先级评估结果，ESG 报告基本符合实质性原则要求。
- **回应性：**东阿阿胶在 ESG 报告中对利益相关方关注的实质性议题做出了回应，ESG 报告基本符合回应性原则要求。
- **影响性：**东阿阿胶持续深化内部“风险、内控、合规”一体化管理，并持续关注自身运营对内外部环境带来的影响，基于 TCFD 框架，公司围绕应对气候变化、科技创新、医疗可及性等重要议题，系统开展风险与机遇影响分析，并针对识别评估出的关键风险与机遇采取相应管理措施，ESG 报告基本符合影响性原则要求。





东阿阿胶股份有限公司 2025 年度 ESG 报告独立审验声明

### ESG 报告特定绩效信息质量

- 外购电力（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 天然气消耗量（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 柴油消耗量（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 直接温室气体排放（范围一）（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 间接温室气体排放（范围二）（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 温室气体排放总量（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 直接能源消耗量（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 间接能源消耗量（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 女性员工（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 总员工流失率（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 供应商总数（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 因违反供应商行为准则或不符合供应商管理规定而淘汰数量（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 产品质量抽查次数（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 市场抽检合格率（包含市场抽检和第三方抽检）
- 产品质量管理培训参与人次（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））
- 产品质量管理培训次数（东阿阿胶股份有限公司（合并口径））

在以上特定绩效信息审验过程中，未发现任何实质性错误。

### （八）局限性

- 由于非财务资料未有国际公认和通用的用于评估和计量的标准，故此不同但可接受的评估方式和计量技术会对不同机构的数据可比性产生一定影响；
- 中诚信绿金未对除审验声明所示指标之外的其他关键绩效指标展开审验；
- 此次审验只对东阿阿胶相关部门管理人员进行访谈和查证文件，并未涉及外部利益相关方。



AA1000  
Licensed Report  
000-872/V3-7XPBY

中诚信绿金科技（北京）有限公司

2026年3月19日



## 附录三：读者意见表

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告。为了向您及各利益相关方提供更有价值的信息，并有效推进公司 ESG 管理与实践、持续提高公司 ESG 信息披露水平，我们欢迎并由衷感谢您提出宝贵意见！

### 您的信息

姓名：\_\_\_\_\_ 工作单位：\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_ E-mail：\_\_\_\_\_

1. 您对我们履行 ESG 的总体评价是：

非常好  好  一般  较差  差

2. 您对本报告的总体评价是：

非常好  好  一般  较差  差

3. 您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

4. 您认为我们在绿色发展方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

5. 您认为我们在社会贡献方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

6. 您认为本报告披露的信息、数据、指标的清晰、准确、完整程度如何？

非常好  好  一般  较差  差

7. 您认为本报告的内容安排和版式设计是否方便阅读？

是  否

8. 您对我们履行 ESG 及本报告有何意见和建议？

---

注：请您在相应的“”内打“√”





东阿阿胶