



一心堂



2025年度

环境、社会与公司治理（ESG）报告

ENVIRONMENTAL SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG) REPORT

# 目录 CONTENTS

报告前言与编制说明 01

董事长致辞 03

## 关于一心堂

公司概况 05

核心价值观 06

可持续发展亮点绩效 06

公司核心业务布局 07

## 01 可持续发展管理

可持续发展治理 09

议题重要性评估 10

## 02 治理篇

公司治理 14

合规运营 16

利益相关方沟通 17

商业道德 19

## 03 环境篇

环境合规管理 21

排放管理与废弃物循环 24

资源管理 27

水资源利用 29

应对气候变化 30

## 04 社会篇

员工 34

创新驱动 41

产品和服务安全与质量 44

数据安全与客户隐私保护 47

供应链安全 48

乡村振兴 50

社会公益 52

## ESG数据表

经济绩效指标表 56

环境绩效指标表 56

社会绩效指标表 57

公司治理绩效指标表 58

## 对标索引表 59



# 报告前言与编制说明

本报告是一心堂药业集团股份有限公司2025年度《可持续发展报告》，向投资者及其他利益相关方披露公司在报告期内围绕环境、社会及公司治理相关议题的管理机制、重点工作和绩效表现。

## 报告范围

本报告披露范围与年报一致，以一心堂药业集团股份有限公司（以下简称“一心堂”，“公司”）为主体，涵盖上市实体范围内所有分公司和子公司。本报告相关数据的具体覆盖口径，详见“ESG数据表及附注”说明。

## 报告期间

本报告为年度报告，每年对外披露。本报告涵盖时间范围与2025年年度报告一致，即2025年1月1日至2025年12月31日（以下简称“2025年”、“报告期”）。

## 编制依据

《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）》

《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》（2026年修订）

## 数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的正式记录。报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与公司年度财务报告不符的，以年度财务报告为准。

## 报告编制原则

### ♥ 重要性

公司识别出投资者等利益相关方关注的与经营相关的重要性议题，作为本报告汇报重点。本报告中对重要性议题的汇报同时关注公司运营涉及的行业特征以及所在地区特征。重要性议题的分析过程及结果详见本报告“重要性议题分析”章节。同时，本报告对环境、社会和公司治理方面可能对投资人及其他相关方产生重要影响的事项进行重点汇报。

### ♥ 准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中，定量信息的测算已说明数据口径、计算依据与假定条件，以保证计算误差范围不会对信息使用者造成误导性影响。定量信息及附注信息详见本报告章节。董事会对本报告的内容承担全部责任，保证不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### ♥ 平衡性

本报告内容反映客观事实，对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚的披露。在报告期内未发现应当披露而未披露的负面事件。

### ♥ 清晰性

本报告中包含表格、模型图以及专业名词表等信息，作为本报告中文字内容的辅助，便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息，本报告提供目录及ESG标准的对标索引表。

### ♥ 量化及一致性

本报告披露关键定量绩效指标，并尽可能披露历史数据。本报告对同一指标在不同报告期内的统计及披露方式保持一致；若统计及披露方式有更改，在报告附注中予以充分说明，以便利益相关方进行有意义的分析，评估公司ESG绩效水平发展趋势。

### ♥ 可验证性

本报告中案例和数据来自公司实际运行的原始记录或财务报告。

## 发布形式

本报告通过电子版形式发布，发布平台包括证券交易所指定的信息披露平台和巨潮资讯网。

## 联系方式

如对报告有建议，可通过以下方式与我们联系：

联系地址：云南省昆明市经济技术开发区鸿翔路1号

联系邮箱：002727ir@hxyxt.com

联系电话：0871-68185283

## 董事长致辞

尊敬的各位股东、客户、员工及合作伙伴：

岁物丰成，时序更替。在时代发展与“十五五”规划开局的交汇期，挑战与机遇并存。面对复杂多变的宏观经济与强监管的市场环境，一心堂药业集团股份有限公司始终坚守“一心做事，以心换心”的核心服务理念，稳健经营，转型升级，并在2025年将“合规”正式全面纳入公司战略高度。我们深知，企业不仅是创造经济效益的市场主体，更是推动社会进步、守护大众健康的责任载体。

经过四十四年的不懈努力，一心堂现已发展成为集中药材种植、加工，中、西成药、批发、零售连锁经营以及医疗健康产业为一体的大型股份制医药企业集团。截至2025年末，我们在全国10个省市共拥有11,112家直营连锁药店，在职员工34,848名，截至2025年12月31日有效会员6450万，25年服务人次2.18亿。在不断扩大的业务版图背后，是我们对“一心创造美好生活”这一企业愿景的坚定践行。

筑牢治理根基，恪守合规底线。良好的公司治理是企业实现可持续发展的基石。我们始终坚持合规是底线的原则，致力于在规范的准绳内开展一切经营活动。公司建立并严格执行《反商业贿赂协议》，对任何形式的商业贿赂、营私舞弊采取“零容忍”态度，与供应商携手维

护公平、公正、公开的交易环境。在内部管理中，我们通过系统化的监督程序与精细化权限管理，不断强化数据安全与客户隐私保护，全年未发生信息泄露事件，切实保障了客户信息安全。我们倡导“诚信、负责、仁爱、共赢、进取”的核心价值观，用规范的制度约束行为，以高效的内部控制护航企业稳健前行。

践行绿色低碳，守护绿水青山。面对全球气候变化的共同挑战，一心堂积极响应国家“双碳”目标，确立了“短期降碳、中期控碳、长期碳中和”的绿色发展路径。我们在生产加工、仓储物流及行政办公等核心板块开展碳排放核算，2025年度二氧化碳排放量为70,448.50吨，并通过精细化能耗管控全年累计节约用电30万度。

在绿色物流方面，我们广泛采用标准化周转箱进行循环共用，减少一次性包装浪费，并在同城或近距离配送中优先选用新能源车辆。在可再生能源利用上，公司在海南、上海及云南的自营物流园区大力推进低碳建设，通过引入屋顶光伏发电设施，从源头替代传统化石能源消耗。我们以“人走灯灭、人离水关、无纸化办公、绿色出行”等常态化活动，将低碳理念深深植入每一位员工的日常行为之中。

聚焦民众健康，传递品牌温度。“药品质量的严格，是企业经营的品德”，我们坚持以客户为中心，严把商品质

量准入关，确保为大众提供安全、有效、价低惠民的健康产品。作为行业内最早把药店开到乡镇的企业之一，我们不以盈利为唯一目的，致力于解决偏远地区群众“用药难”的问题，提升基层民众用药的普惠性与可及性。

我们在履行社会责任方面步履不停。公司牵头发起的“健康万里行”大型公益活动已连续举办了23届，累计投入资金、深入基层社区为大众提供普惠性的健康服务与知识宣导。2025年，我们还实施了“新公益”计划，为偏远乡村地区的学校全资援建了公益图书馆，用知识点亮乡村学子的未来。针对弱势群体，我们持续开展困难帮扶，定向发放购药券，切实减轻贫困群众的医疗负担。此外，我们与各地残联深度合作，开展“一心助残就业行动”，通过打造盲人按摩示范店等方式，帮助残疾人实现“稳定、体面、家门口就业”。

以人为本，赋能员工共创未来。人才是企业发展的第一资源。我们高度重视员工的权益保障与职业发展，严格落实职工保护政策，努力为员工提供平等、包容、多元的工作环境。面对庞大的基层就业需求，公司充分发挥医药零售行业吸纳就业能力强的优势，积极招聘建档立卡贫困户等弱势群体，荣获了由全国工商联、人社部等联合颁发的全国性稳就业重磅奖项。我们构建了完善的培训体系与晋升通道，通过培训学校

及线上线下学习平台，持续提升员工的专业技能与综合素质，让每一位员工都能在一心堂的平台实现自我价值，与企业共创共享发展成果。

展望未来：奔向更广阔的世界。企业财富是社会的财富，企业的发展源于社会，更应取之于社会、用之于社会。展望未来，挑战与机遇并存，一心堂将坚持主营业务持续发展和质量提升不动摇，同步推动中药产业、医养服务、药品分销等多元板块的互动与协同，构建大健康生态平台。我们将继续积极参与乡村振兴，扎根生物医药和大健康产业建设，为健康中国战略目标服务。

行而不辍，未来可期。全体一心堂人将以更高昂的激情，向着更远的理想奔跑，奔向更广阔的世界！我们期待与各方携手，共同书写中国医药健康产业高质量、可持续发展的新篇章。

一心堂药业集团股份有限公司

董事长 阮鸿献

2026年4月

# 关于一心堂

## 公司概况

一心堂药业集团股份有限公司是一家集医药零售、中药研发生产、医药分销及健康服务于一体的大型综合性医药健康企业。公司主营业务以医药零售连锁为核心，同步布局医药批发分销、中药饮片生产、保健食品、互联网医疗、中医诊疗、医养服务、医药供应链管理、物流运输及职业技能培训等多元板块，构建覆盖药品流通全链条、全民健康全周期的产业生态，业务网络覆盖全国多省市，形成线上线下协同联动的全域健康服务体系。2014年7月，一心堂在深圳证券交易所成功上市(股票代码:002727)，成为国内首家A股上市的直营连锁医药企业，以规范治理、稳健经营与责任担当，持续推动医药健康行业高质量可持续发展。



## 核心价值观



## 可持续发展亮点绩效

2025年，一心堂以医药零售连锁为核心，协同全品类多元化、医养服务、中药产业、药食同源等多元业务，扎实推进可持续发展实践，在责任运营、民生服务、产业协同与绿色发展方面取得扎实成效。

- 1 公司持续完善**全国医药流通网络**，保障药品可及性与质量安全，依托中医诊所、互联网医院、医养服务等载体，构建**全周期健康服务体系**。
- 2 深化**中药全产业链布局**，推动中药材规范化与饮片智能制造，助力乡村振兴与地方经济发展。
- 3 积极开展**健康万里行等公益活动**，普及健康知识、服务基层民众。
- 4 强化**数字化转型与供应链绿色管理**，提升运营效率与资源利用水平，以实际行动践行企业社会责任，推动医药健康行业高质量、可持续发展。



荣誉名称	获取时间	颁发机构	ESG 价值体现
2024-2025 年度中国药品零售卓越履约连锁企业	2025 年 3 月	西鼎会	商业伙伴责任
中国药店 2024—2025 年度直营连锁百强榜第二名	2025 年 9 月	中国药店	经济责任、行业引领责任
米内网 2023—2024 年度中国连锁药店综合实力百强榜第五名	2025 年	米内网	经济责任、行业影响力
2024 药品流通行业零售企业百强榜第五名	2025 年 8 月	中国医药商业协会	经济责任、行业合规责任



2024 年药品流通行业运行统计分析报告

表 7 2024 年销售总额前 100 位的药品零售企业排序

序号	企业名称	销售总额 (万元)
1	大参林医药集团股份有限公司	2464389
2	益丰大药房连锁股份有限公司	2406216
3	医药控股大药房有限公司	2376502
4	老百姓大药房连锁股份有限公司	2286114
5	一心堂药业集团股份有限公司	1383225
6	中国北京同仁堂(集团)有限责任公司	1073475
7	健之佳医药连锁集团股份有限公司	898911
8	燕玉平民大药房连锁股份有限公司	879096
9	好药师大药房连锁有限公司	741197
10	河南张仲景大药房股份有限公司	531364



来源：西鼎会、米内网 作者：苏宁

6月26日晚，米内网公布2023-2024年度中国连锁药店综合实力百强榜；此外，还有新锐连锁药店排行榜（文末附榜单具体信息）。

全国药店百强榜公布，大参林登顶第一

根据榜单，大参林夺得龙头宝座，排名第一，国大药房位居第二，益丰排名第三；老百姓、一心堂位列第4名和第5名。



在大健康产业蓬勃发展的时代浪潮下，一心堂始终秉持“一心做事，以心换心”的服务理念，积极拓展业务版图，为消费者提供全方位的健康解决方案。公司致力于构建多元化的健康与美品类体系，泛健康事业部品类涵盖美妆、个护、健康食品及母婴等核心板块业务。这一品类布局旨在满足消费者日益增长的多样化需求，从疾病治疗到日常保健，从个人护理到美丽追求，为消费者提供一站式购物体验。一心堂坚信，多元化的品类布局是满足消费者日益增长的多样化需求的关键。从美妆个护起步，到如今成功构建美妆、护肤、个护、健康食品、母婴、潮玩等多品类协同发展的格局，一心堂在泛健康品类领域不断深耕。通过明确以健康为导向的品类规划，优化销售结构，加大推广与商品结构拓展力度，提升服务质量，为广大消费者创造更美好的健康生活体验。

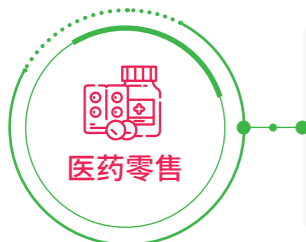
公司医养业务目前已形成了由昆明金鼎老年病医院为依托，金鼎山养老院为中心，初步形成机构养老、社区养老、居家养老三级医养融合模式。依托药店作为居家养老服务网格化节点，构建起独具特色的医养服务网络，开展居家养老网格化服务。筛选大型门店设立居家养老服务驿站，为老人提供便捷药品配送、居家上门护理服务、健康咨询服务，实现医养服务与医药零售业务在社区层面的深度融合，拓展集团业务边界，形成以医养为核心的多元业务生态圈。在老龄化加剧的当下，公司大力投入医养板块，打造专业、贴心的服务体系，彰显出企业的社会责任感。强化品牌形象，提升市场认可度。公司通过设立等级养老院（机构、社区、居家、公建民营）、老年病医院等不同功能实体机构，将医疗、康复、护理、养老、健康管理等服务紧密融合，构建起网络式的医养生态圈，打造医疗、康复、护理、养老四位一体的全新模式，解决了“看病的地方不养老、养老的地方看病难”的难题。拓展公司业务边界，构建医养生态圈。



公司中药板块业务由中药材收储、中药饮片生产、保健食品生产、CMA第三方检测、中药材线上交易中心等十一家企业，拥有完整的中药饮片生产基地，具备毒性饮片，直接口服饮片，抓方饮片，精制饮片，中药配方颗粒等GMP现代化生产线。生产中药饮片500余个品种，中药配方颗粒400余个品种，大健康食品上百个。公司具有市级中药配方颗粒工程研究中心一个，获专精特新企业，高新技术企业、云南老字号企业认定。参与云南省科技厅生物医药重大专项课题研究，已成为中药饮片行业的排头兵和标杆企业。



## 公司核心业务布局



公司主营业务药品零售连锁，坚持核心区域深耕门店高密度布局，重点发展西南、华南地区，同时兼顾华北地区的门店发展。截至2025年12月31日，公司及其全资子公司共拥有直营连锁门店11,112家，覆盖10个省份及直辖市，云南省内门店数量占比49.32%，云南省以外区域门店数量占比50.68%。



公司紧跟国家政策的调整，加快中药由治向养的转型，开发轻医保或非医保产品，以及药食同源的养生产品。未来，公司将进一步加大药食同源产品的投入，包括产品研发、生产线改造、包装升级、品牌打造等，同时以云南特色产品天麻、黄精、苡仁、铁皮石斛、玫瑰花等为基础，开发固体饮料、调味料、含茶制品等，并培育和打造大单品以提升销售。

# 01 | 可持续发展管理

公司将可持续发展要求逐步纳入发展战略与日常经营管理,围绕治理、合规、产品质量、供应链、员工、环境及数据安全等重点议题,持续完善管理机制、开展利益相关方沟通并推进相关工作落地。

## 可持续发展治理

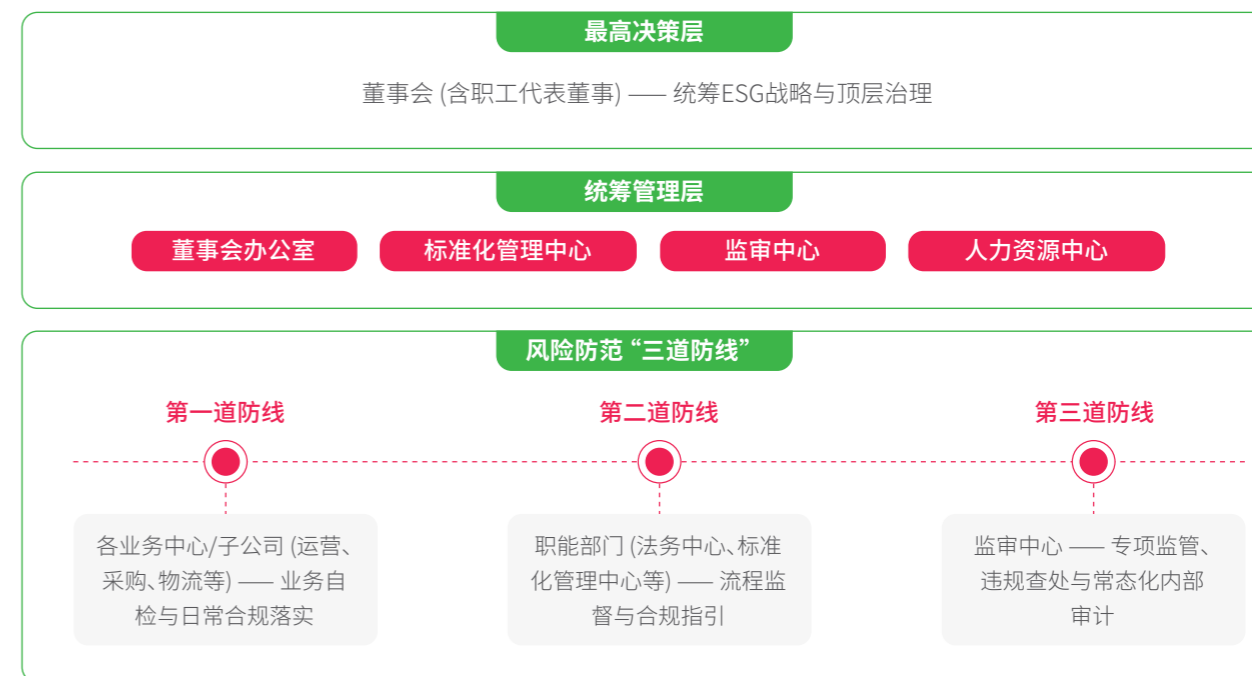
公司已建立由股东会、董事会及管理层组成的治理架构,并在此基础上推进可持续发展相关治理工作。董事会对公司可持续发展相关事项承担领导和监督责任,审议重大可持续发展议题、管理目标及年度披露内容;管理层负责组织落实董事会相关要求,统筹推进合规运营、风险管理、员工管理、供应链管理、环境管理、数据安全等专项工作;各职能部门和业务单元依据职责分工具体执行相关管理措施;监审、法务、内控等部门通过监督检查、专项审计、合规复盘等方式,对相关制度执行情况进行监督。

报告期内,公司围绕规范运作、合规经营、产品质量、供应链管理、员工发展、环境保护、数据安全等重点领域,持续完善制度流程和内部控制机制,推动可持续发展要求逐步融入日常经营管理。

在执行与管理层面,各职能中心分工明确,协同推进ESG管理工作:



## 一心堂可持续发展治理“三道防线”架构图



## 议题重要性评估

为准确识别并有效管理可持续发展相关的影响、风险和机遇,公司依据深交所《指引》要求,全面开展议题重要性评估工作,确保资源精准投放于对公司及社会最具影响力的领域。

### 双重重要性分析

公司遵循“双重重要性”原则,即从“财务重要性”和“影响重要性”两个维度对可持续发展议题进行全面评估。



分析流程图



尽职调查与利益相关方沟通

尽职调查

公司将尽职调查作为识别和应对可持续发展相关负面影响或风险的关键机制。公司不仅针对自身及子公司运营开展调查,更将其延伸至业务链中的商业伙伴。例如,在供应链尽职调查中,采购中心与质量中心联动,将ESG相关指标(环境、劳工、商业道德)纳入供应商风险评估体系,对存在环保处罚、税务违规、社保欠缴、生产质量违规等问题的供应商实行“一票否决”制,从源头把控可持续发展风险。

利益相关方沟通

公司高度重视利益相关方的诉求和关切,构建了“多渠道、全方位”的利益相关方沟通体系。由董办统筹,人力资源中心负责员工沟通,采购中心负责供应商沟通,品牌中心与运营中心负责消费者及社区沟通,质量中心负责质量诉求处理。公司通过有效交流,建立沟通反馈闭环,及时响应诉求,推动企业与利益相关方协同发展。

一心堂主要利益相关方、关注议题与沟通途径



## 议题重要性分析结论

基于双重重要性分析模型与广泛的利益相关方调研，公司对深交所《指引》要求的21项可持续发展议题进行了交叉评估与优先级排序。最终形成了一心堂2025年度重要性议题矩阵。

该矩阵以“对公司财务的重要性（财务重要性）”为横轴，以“对经济、社会和环境的重要性（影响重要性）”为纵轴。根据评估结果，各项议题被划分为四大象限，作为本报告信息披露及未来管理提升的核心依据。

一心堂2025年度ESG重要性议题矩阵图



## 02 | 治理篇

完善的公司治理、严谨的合规运营以及高标准商业道德是企业基业长青的基石。公司严格按照《公司法》《证券法》及深交所相关自律监管规则要求，持续完善公司治理机制，形成权责明确、协调运转、有效制衡的治理体系。

报告期内，公司围绕规范运作、内部控制、风险管理、信息披露、投资者关系管理等方面持续开展治理优化工作，推动治理要求与经营管理进一步衔接。公司结合业务规模和经营特点，对制度体系进行梳理和更新，重点完善客户服务、人事管理、风险防控等相关制度，并通过制度宣贯、流程嵌入、监督检查等方式提升执行有效性。

公司同时关注可持续发展相关治理议题，将合规运营、供应链管理、产品质量、员工管理、环境管理和数据安全等纳入日常治理与内部控制体系，在经营决策和管理执行层面持续提升风险识别、应对和闭环整改能力。

### 公司治理

公司持续完善公司治理机制，建立权责明确、协调运转、有效制衡的治理体系，并将合规运营、风险管理、信息披露及可持续发展相关事项纳入日常治理安排。

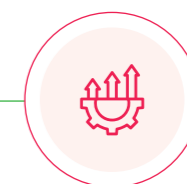
#### 治理

公司建立了由股东会、董事会及管理层组成的治理架构，并充分保障基层员工在公司治理中的参与权。



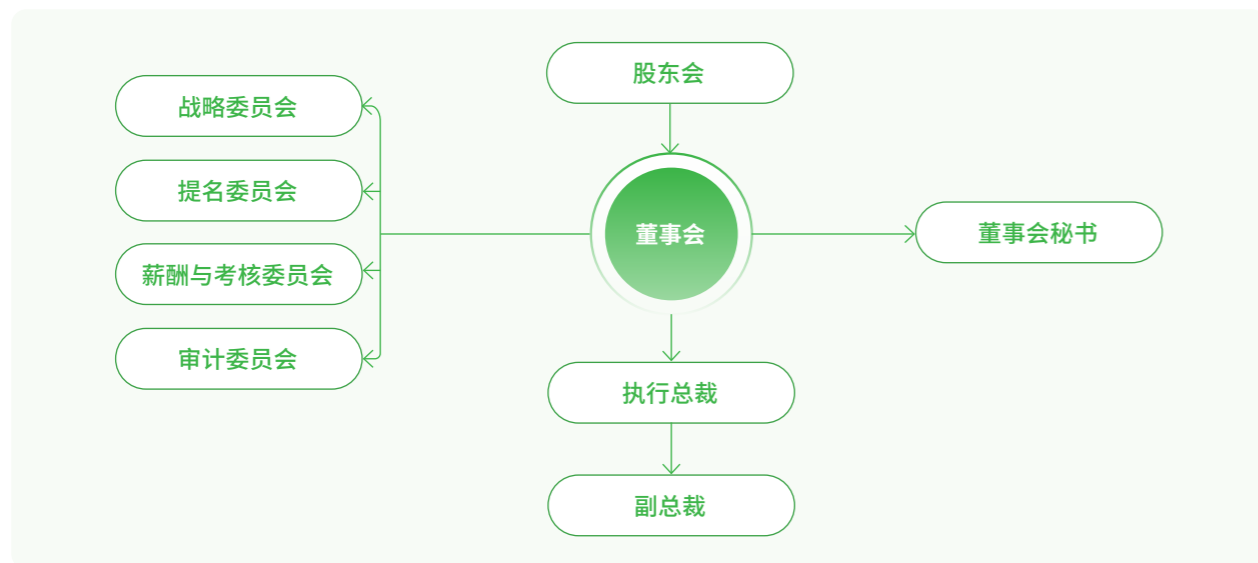
#### 民主治理机制

- 公司设立了“职工代表董事”机制，职工代表董事由职工代表大会通过民主程序选举产生，直接参与公司核心决策，确保了公司治理中多元化声音的表达与员工权益的维护。



#### ESG治理统筹

- 公司董事长作为企业可持续发展理念的引领者与牵头人，亲自挂帅担任“安全生产委员会”第一负责人，将稳健经营与社会责任深度绑定，确保自上而下的政策推行与价值观传导不偏离。

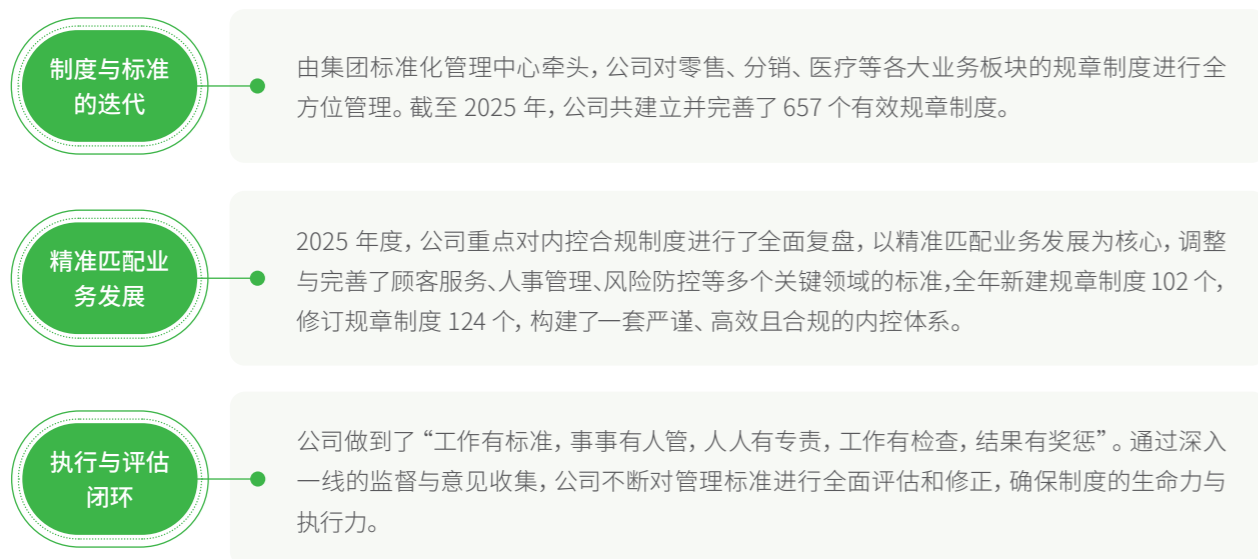


## 战略

公司围绕稳健经营、合规管理和长期发展要求推进治理工作，持续完善制度体系和流程管理机制，减少人为操作差异带来的执行偏差和合规风险，提升治理运行效率。通过数字化手段与强管理体系，减少人为干预产生的低效与合规风险，以高度协同的内部机制保障治理战略的平稳落地。

## 影响、风险和机遇管理

为了将治理战略落实到日常经营的每一个环节，公司投入大量资源进行标准体系建设。



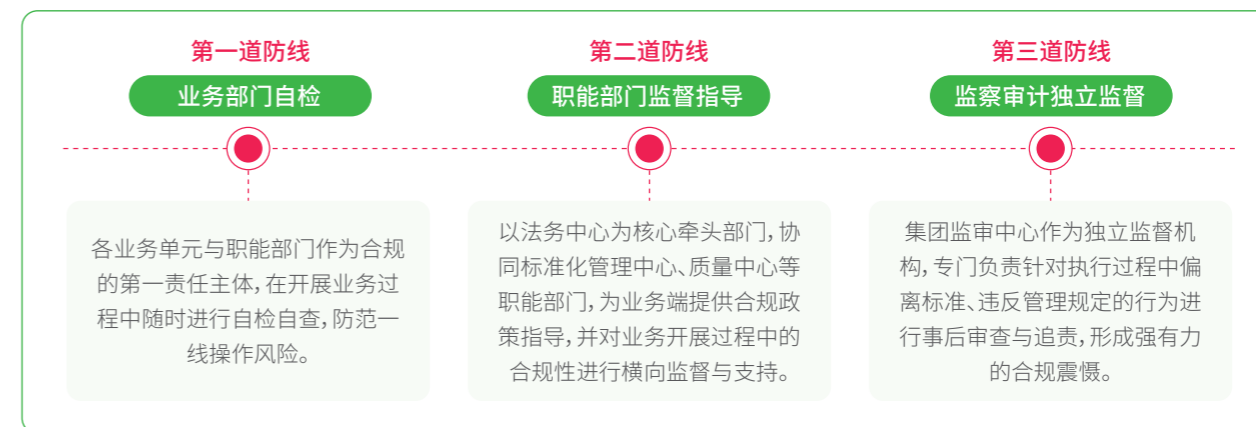
报告期内，公司持续推进核心业务板块制度建设和更新工作，相关制度已覆盖主要业务场景。报告期内，公司未发生因公司治理缺陷导致的重大违法违规事件或重大责任事故。

## 合规运营

合规是企业生存的底线。公司主动应对日益严格的监管环境，将合规要求前置置于业务流程之中，构建了全方位的风控与合规运营体系。

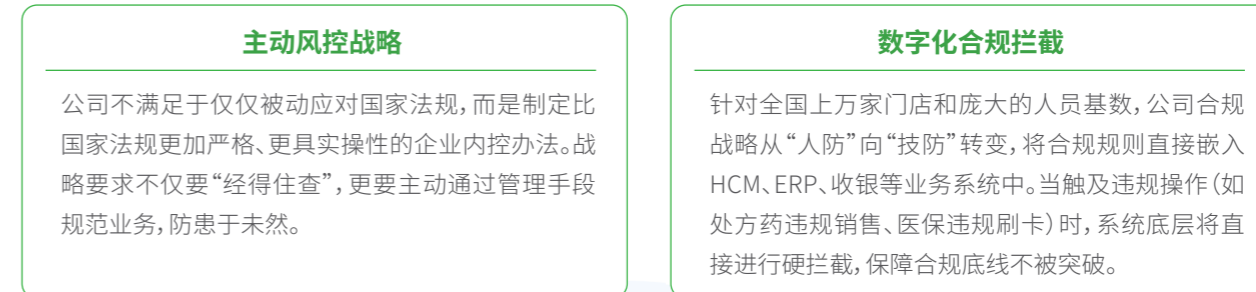
### 治理：三道防线的合规监督结构

公司的合规运营管理由多个职能中心协同推进，形成“三道防线”体系：



## 战略

面对瞬息万变的政策法规（如医保政策的调整），公司的合规战略是“拥抱监管，前置拦截”。



## 影响、风险和机遇管理

公司建立了一套动态、实时的风险识别与管理流程，确保合规运营无死角。

<b>事前评估机制</b>	对于所有新进项目(如企业并购、重大投资)，公司均启动严格的尽职调查与风险评估。在项目启动前，法务、财务、人力、标准化等团队共同介入，全面盘点目标企业的经营、财务、用工等合规状况，确认可行性后方可推进。
<b>常态化风险排查</b>	公司确立了周、月、半年、年度等常态化的高管会议与合规总结机制。特别是针对医保政策等重大法规变化，一旦监管文件发布，公司内部即刻启动系统性学习，比对内部管理差异并迅速落实整改与执行要求。
<b>系统与人工智能辅助</b>	运营中心运用人工智能与数字化系统对合规风险进行排查。例如，建立了包含专业用药库、医保统筹库、营销规则库在内的“合规审查库”，对业务行为进行全方位审查校验，有效避免了用药不当及违规核销的风险。

公司高度重视合规文化的建设与宣导，制定了明确的培训与考核目标。公司要求全员必须参与相关合规(包含反腐败、商业道德、药品监管政策等)培训，对于未通过考核的员工要求持续复训直至及格。报告期内，公司共开展培训600余场次，覆盖32,000人次，关键岗位合规与反舞弊培训覆盖率达到100%。依托企业微信“文化宣传”模块，公司组织要求全员阅读学习管理理念与政令文件。对在职人员学习完成率≥80%的单位进行通报表扬；对完成率≤50%的单位通报批评，并将此作为管理人员履职的重要考核依据。

## 利益相关方沟通

公司重视利益相关方诉求，围绕员工、客户、供应商、社区、投资者及监管机构等群体建立常态化沟通机制，持续收集意见反馈并推动相关问题改进。

### 员工沟通：倾听心声，人文关怀

为切实解决员工在工作中的困难，公司正式下发了《一心堂员工交流管理方案》，构建了立体化的员工沟通与诉求响应网络。

<p><b>董事长接待日</b></p> <p>每月最后一个周末定期开展，员工可通过电话、企业微信等方式自愿报名。省外员工亦可视频接入，直接将一线问题向董事长汇报。</p>	<p><b>总经理接待日与交流</b></p> <p>各分子公司、分部每月至少开展1次总经理接待日，全年不少于6次。同时每年至少组织1次员工交流会，旨在面对面解答员工疑惑、交流服务技能。</p>
--	---

### 匿名建议与问责机制

公司在“一心助手”开通了匿名建议渠道，由集团企业文化部按月整理并集中公开回复，为保障沟通实效。

### 员工满意度调查

公司围绕企业经营、领导方式、管理控制、工作环境等维度开展了全员满意度问卷调研。针对调研中反映的任务考核、系统卡顿、工作时间安排等痛点，公司逐一出具了改善计划。2025年员工满意度达到97%。

### 客户沟通：专业服务，快速响应

公司通过电话、传真、邮件、网页留言及满意度调查等丰富渠道与客户开展常态化互动，致力于提供优质的客户体验。

### 客户满意度管理

公司建立了客户档案，并上线了终端客户服务管理系统(CSMS)。2023-2025年期间，公司客户满意度得分维持在高位水平，连续多年处于行业较优水平。

### 客诉处理机制

针对客户投诉，公司实施闭环管理。一般投诉快速跟进，重大质量问题成立专项小组集中攻关。报告期内，公司客户投诉处理完结率达到99.50%以上，确保客户诉求得到妥善解决。

### 供应商沟通：互信互助，协同共赢

公司坚持“上级服务下级，后方服务前方”的理念，并将其延伸至供应链体系，与供应商保持紧密协作。

### 协同问卷与交流

公司通过SRM系统面向供应商开展合作协同问卷调查，涵盖管理规则、过程透明化、协同效率等模块。调查共回收有效问卷3622份，涉及2992家供应商，供应商对过程透明度及付款及时性的满意度均达95%以上。

### 赋能与常态化回访

公司对重点供应商实行月度电话回访与季度约谈机制。同时，积极为关键供应商提供赋能培训，涵盖环境管理、职业健康、社会责任等重要议题。2025年，公司完成对核心供应商的质量、合规、环保及廉洁专项培训，帮助其建立体系化的社会责任管理思路。

## 商业道德

公司重视商业道德建设，围绕反商业贿赂、反贪污和反不正当竞争等重点领域，建立制度约束、监督检查、举报处理和责任追究机制，持续加强经营活动中的合规管理和风险防范。

### 反商业贿赂与反贪污

#### 治理：专职独立的监察体系

##### 专职机构

公司设立了集团监审中心，下设审计和监察两个专业部门，由专属总监挂帅，配备专职的内审及监察人员。

##### 权责明晰

监审中心独立于业务运营部门，专门负责对公司内外各类贪腐、受贿、营私舞弊事件进行调查、处理与追责，并将审计结果作为员工绩效考核与供应商评估的“一票否决”项。

#### 战略：廉洁合作与供应链合规管理

公司持续加强廉洁合作和供应链合规管理，明确禁止任何形式的商业贿赂、利益输送和不当交易行为。对于存在严重违规行为的合作方，公司依据内部制度和合同约定采取暂停合作、终止合作、退货清退等措施，维护采购与合作管理的规范性和公正性。

#### 影响、风险和机遇管理：举报受理与违规处置机制

公司要求合作方按照制度和协议要求开展业务合作，禁止通过现金、礼品礼金、宴请招待、利益安排或其他不正当方式影响采购和合作决策。对于经核实存在违规行为的合作方，公司依据制度和合同约定采取相应处置措施；情节严重的，按照内部管理要求实施进一步限制或终止合作。

公司建立了信件、电话、邮箱及企业微信等举报渠道，并对举报信息和举报人身份进行保密。对于经核实的举报事项，公司按照制度要求开展调查处理、责任追究和整改闭环；对符合条件的举报，依据内部规定给予相应奖励。

报告期内，公司将反舞弊、商业道德培训全面纳入年度必修计划，覆盖全体关键岗位人员。公司核心供应商《反商业贿赂协议》签署率及廉洁培训覆盖率达标，持续降低商业贿赂和利益输送相关风险，推动合作行为规范有序开展。

### 反不正当竞争

#### 治理

公司由品牌中心、运营中心及法务中心联合组成反不正当竞争（尤其是虚假宣传与价格欺诈）的审核阵线。品牌中心下设企业文化部与品牌推广部，对公司对内对外的各项营销宣传内容进行归口管理。

#### 战略

公司秉持真实、客观的营销战略，反对夸大其词的虚假宣传。公司坚持绝不使用虚假噱头，所有抽奖、促销活动的规则及中奖率均对消费者做到规则公开、流程留痕、结果可追溯。公司密切跟踪市场监督管理部门的反垄断与反不正当竞争政策。公司针对自媒体版权风险、直播带货合规性等新兴领域，立项开发“内容中台”，将所有账号纳入集团统一管控，降低基层私自发布不实信息的相关风险。

#### 影响、风险和机遇管理

##### 科技赋能广告审查

针对庞大的门店基数可能带来的基层私自宣传风险，集团开发了专属的“违禁词审查小程序”。所有营销话术、海报文案在发布前必须通过小程序进行合规校验，精准识别违反《广告法》及涉嫌虚假宣传的敏感词汇。

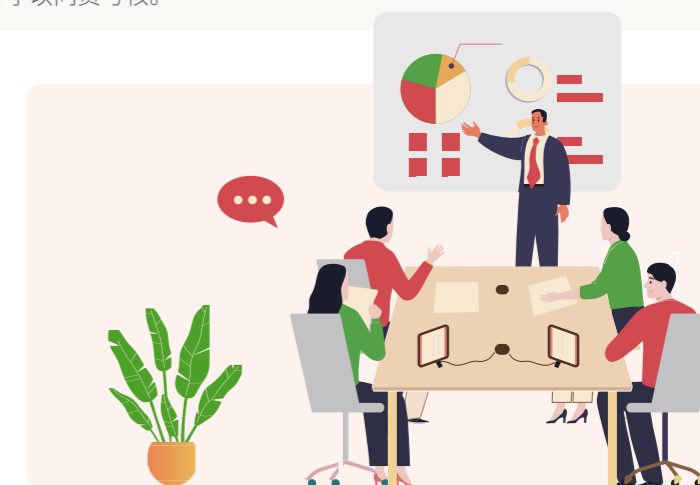
##### 三级审批防线

公司《宣传工作管理办法》规定了严格的审批流。任何业务宣传和新闻发布，均须经过业务部门自审、品牌中心初审及复审、法务/高管终审的三级甚至四级审批流。未经内审中台通过的物料，严禁向门店及外部下发。

##### 常态化飞检机制

除了线上把控，公司品牌中心、标准化管理中心及监审中心定期组织针对门店的“内部飞检（飞行检查）”或抽查。一旦发现门店私自印发不合规的 POP 海报或存在误导消费者的行为，即刻下发整改意见并予以问责考核。

报告期内，公司未发生任何因虚假宣传、实施垄断或侵犯商业秘密等不正当竞争行为而导致的重大行政处罚或重大负面舆情事件。



## 03 | 环境篇

### 环境合规管理

公司结合医药零售、中药生产加工、仓储物流及办公运营等业务场景，持续推进环境合规管理，重点围绕污染防治、危险废物管理、环保设施运行、环境风险排查及突发事件应对等方面建立管理机制。报告期内，公司持续完善环境管理制度，强化责任落实与过程监督，推动环境合规要求融入日常经营管理。

#### 环境合规体系与制度保障

公司严格遵守国家及经营所在地适用的环境保护相关法律法规，结合自身业务特点，建立并持续完善环境管理制度体系。报告期内，公司围绕环境安全防范、危险废物管理、污染物排放控制及突发环境事件应急等方面，对相关制度进行梳理、修订和执行优化，并将环境管理要求纳入标准化制度体系和日常检查机制。

在管理职责方面，公司由相关职能部门统筹推进环境合规工作，各业务单元按照职责落实具体要求；监审、标准化、法务等部门通过检查、督导和复盘等方式，对制度执行情况进行监督，推动形成“制度制定—执行落地—监督检查—整改闭环”的管理链条。

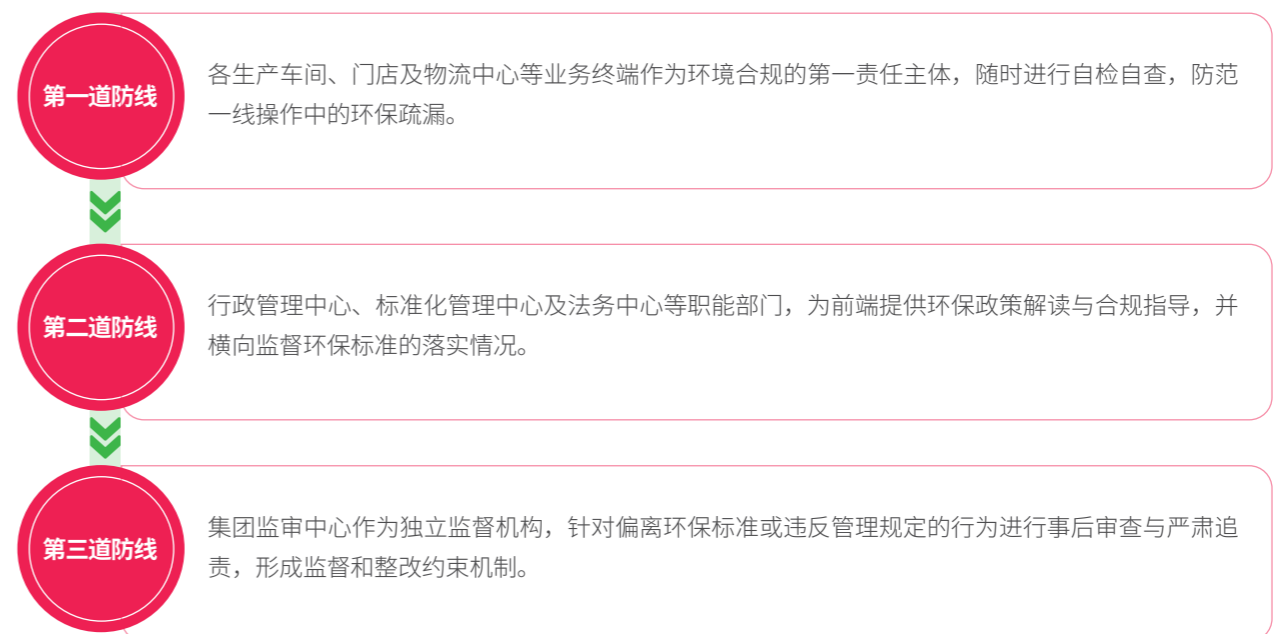
#### 健全内部环保规章制度

报告期内，公司对内部规范性文件进行了全面梳理与升级，修订并下发了《一心堂企业环境安全防范应急管理办》等核心环保文件。该办法对企业运营中可能产生的各类污染源进行了详细界定，并明确了危险废物从分类、收集、贮存、转移到最终处置各环节的责任与精细化操作规范，明确了相关环境管理职责和操作要求，降低环境风险外溢可能。此外，集团标准化管理中心持续对公司规章制度进行查缺补漏与复盘，2025年全年新建规章制度102个，修订规章制度124个，确保环境与安全管理标准精准匹配业务发展与监管要求，做到了“工作有标准，事事有人管，人人有专责”。



### 跨部门协同的环境监督架构

公司在行政管理中心下设专门的安环（安全与环境）管理职能，统筹全集团（包含各园区、各子公司及上万家门店）的环保合规与后勤保障工作。为推动环境合规制度落实，公司引入了“三道防线”风控监督机制：



#### 降低环境影响的风险管理与管控措施

公司结合中药生产加工、过期药品处置、门店运营和物流管理等重点场景，识别可能涉及的废水、废气、固体废弃物和危险废物等环境风险，并通过分类收集、规范贮存、资质处置、设施运维和专项检查等措施进行全过程管理。

针对危险废物管理，公司按照分类收集、规范标识、专库贮存和合规转移的原则开展管理，并与具备资质的第三方机构合作实施处置，严格执行转移联单等管理要求。针对生产加工环节，公司配套建设污染防治设施并开展运行维护和监测，降低废水、废气和固体废弃物对周边环境的影响。报告期内，公司对重点场景开展环境隐患排查，并对发现的问题进行整改闭环。

#### 生产环节污染防治设施的全效运行

针对集团下属的中药饮片生产加工基地，在药材炮制（如洗润、蒸炒）过程中可能产生的废气、废水和废渣，公司配套建设了高标准的废水、废气及固废处理设施，并组建了自有的中水处理站。公司密切监控这些设施的运行状态，确保生产排污不对周边生态系统和社区居民生活环境造成干扰。2025年，公司委托专业第三方机构对生产环节的排放情况开展了4次专项排放监测，监测结果均全面符合国家及地方环保标准，环保合规率达到100%。

### 常态化环境隐患排查机制

为尽早识别并整改潜在环境风险，公司安环部门定期开展危废管理及环保设施专项检查。2025年全年，公司共开展内部深度环保检查4次，成功排查并完成整改环境安全隐患7项，有效避免了潜在的环境污染事件发生。



### 突发环境事件与生物多样性保护

公司将环境事件预防和合规运行作为环境管理的重要内容，持续开展风险识别、应急准备和日常检查。报告期内，公司未发生重大突发环境事件，未因环境违法违规事项受到重大行政处罚。

### 生态系统和生物多样性保护

公司关注经营活动可能对生态系统和生物多样性带来的潜在影响，结合中药材相关产业链、生产加工、物流运营及日常经营场景，持续推进环境合规管理、污染防治、资源节约和规范化运营，降低对周边生态环境的不利影响。对于与中药材相关的业务活动，公司关注规范化种植、质量标准、农残控制及供应链协同管理，倡导在合法合规前提下开展中药材种植、采购和加工活动，避免对生态敏感区域和自然资源造成不当影响。后续，公司将结合业务实际，进一步梳理与生态系统和生物多样性相关的管理边界和重点场景，持续完善相关信息披露。

### 利益相关方环境合规能力赋能与宣导

公司在加强自身环境管理的同时，逐步将环境管理要求延伸至供应链和员工日常运营管理，通过培训、宣传和相关活动提升合作伙伴及员工的环境合规意识。

### 供应商环保合规能力建设

公司关注自身运营之外的环境影响，逐步将环境要求延伸至供应链和员工日常管理。报告期内，公司在供应商准入和合作管理中关注环境合规表现，并结合内部培训、专题宣传和志愿活动等方式，提升员工及合作伙伴的环境意识和合规意识。针对关键岗位，公司围绕危险废物规范处置、能耗管理、节能降耗等内容开展培训。

### 开展全员环保志愿与绿色倡导

公司高度重视环境保护的社会责任。2025年，结合“世界环境日”等重要节点，公司策划开展了“环保同行，绿色践诺”系列主题志愿活动。公司组织员工成立了“环保志愿行动”小组，深入办公区开展垃圾分类督导、在零售门店进行环保政策宣传、赴生产车间进行废料回收整理。全年累计开展环保志愿活动4场，参与员工达200余人次。同时，公司在门店端同步发起了“绿色消费赠礼”公益倡导活动。对于在购物时主动使用环保购物袋、选择简易包装的顾客，公司定向赠送环保小礼品。该活动累计覆盖并正向引导顾客800余人次，有效推动了绿色低碳消费理念在全社会的普及。

### 排放管理与废弃物循环

公司结合中药生产加工、仓储物流、门店运营及办公等业务场景，持续推进污染物排放管理与废弃物减量化、资源化、无害化管理，重点围绕废水、废气、噪声、危险废物、包装耗材及过期药品回收等方面建立管理措施，降低经营活动对环境和社区的潜在影响。

### 污染物排放的生态影响与末端治理

公司污染物排放主要涉及中药饮片生产加工过程中的废水、废气及固体废弃物，以及日常经营活动可能产生的噪声等。针对相关排放风险，公司依托行政管理中心安环管理职能，结合污染防治设施运行维护、第三方监测、隐患排查和整改闭环等措施开展管理。

在生产加工环节，公司对废水、废气及相关固体废弃物实施分类收集、规范处理和过程监测，并持续对相关设施进行运行维护。针对废气、废水等重点排放物，公司定期委托具备资质的第三方机构开展监测，并按要求向监管部门提交相关报告。报告期内，公司持续对生产环节污染防治设施进行运行维护并开展定期监测，相关排放符合国家及地方环保标准，公司未因污染物违规排放受到重大行政处罚。

### 废气和噪声管理

在部分中药饮片的生产加工过程中，可能产生加工废气，对厂区及周边空气质量构成潜在威胁。公司配备了专门的废气处理设施，确保废气经过滤净化、符合国家环保排放标准后方可排放，降低对周边环境的影响。同时，公司严格规范门店营销活动的设备使用，针对音响、大喇叭等宣传工具的播放频次与音量实施规范管理，降低对周边居民生活的影响。

### 环境合规与影响监测绩效

为确保排污设施的有效运作并客观评估公司的环境影响，公司每年定期委托具备资质的第三方专业环保机构，对园区的废气、废水等排放物进行全面检测，并按要求向监管部门提交合规监测报告。报告期内，公司全集团未发生任何因污染物违规排放而受到生态环境部门行政处罚的事件，相关排放管理保持合规。

## 废弃物影响阻断与循环经济实践

公司围绕包装耗材、过期药品及其他经营活动中产生的相关废弃物，持续推进减量化、资源化和无害化管理。在物流环节，公司推广可重复使用的标准周转箱，减少一次性纸箱及填充材料使用；在零售终端，公司推广环保购物袋，降低传统塑料包装使用带来的环境压力；在产品生命周期末端，公司探索开展过期药品回收，为消费者提供规范回收渠道。

### 零售终端包装减量与回收管理

报告期内，公司持续投入推广全降解无纺布环保袋，相关投入约为600万至700万元；同时，聚焦零售门店包装绿色转型，全面优化商品包装管理，优先采购可降解、可回收环保包装材料，对常用OTC药品、慢病管理药品推行“简易包装”陈列，减少过度包装，同步推广可循环购物袋，引导顾客自带购物袋，全年门店一次性包装材料使用量同比下降50%，可回收包装使用率显著提升。公司物流中心在拆零配送环节推广周转箱循环使用，减少一次性包装物消耗，提升包装材料利用效率。

### 废弃药品回收，消除社区土壤与水体安全隐患



#### 守护药品安全，共筑健康防线

在“守护药品安全，共筑健康防线”的主题下，一心堂云南公司红河一分部积极响应红河州市场监督管理局的号召，于2025年联合在红河州蒙自、个旧、河口、元阳等多个县市，共同开展了“药品安全宣传周启动仪式暨家庭过期失效药品回收宣传活动”。活动通过设立专门的过期药品回收兑换点、发放宣传资料、提供安全用药咨询等方式，向公众普及药品安全知识，并重点引导群众将家庭过期药品进行现场回收，以专业方式处理，从而避免过期药品随意丢弃造成的环境污染和健康风险。此次活动有效增强了公众的用药安全意识，解决了家庭过期药品的处理难题，体现了一心堂履行社会责任、守护公众健康的坚定决心。



### 物流包装减量与“周转箱”循环应用

在支撑全国上万家门店的庞大物流配送体系中，单次使用的纸箱及塑料填充物对森林资源消耗巨大。为减缓包装废弃物对环境的压力，公司物流中心在发往门店的“拆零配送”环节中，全面取缔了一次性纸箱，广泛应用可重复使用的标准“周转箱”进行药品装载与配送。这一循环利用举措从源头上减少了物流体系包装废弃物的产生总量，提升了资源使用效率。

### 绿色办公与电子废弃物集约化管理

在行政办公区域，公司持续推进绿色办公转型。2025年，行政管理中心牵头实施了“共享打印机”项目，通过内部资产的集约化调拨，大幅淘汰了各部门分散的独立打印设备。这不仅减少了纸张与硒鼓等办公耗材的浪费，替换下来的闲置打印设备还被合理调拨至有实际需求的下属门店继续服役，最大化延长了资产的使用寿命，有效减少了电子废弃物的产生。



#### 一心堂 2025 年“过期失效药品回收”优秀实践案例

一心堂药业集团云南公司于2025年8月全程协助参与云南省家庭过期失效药品回收主题宣传活动，活动在曲靖正式启动并覆盖全省。一心堂在全省设立300余家过期失效药品回收点，严格执行登记--鉴别--封存--转运--无害化销毁的闭环管理流程，确保回收药品零回流、零污染、零隐患。活动期间，参与门店以小礼品回馈方式，鼓励市民参与回收。



## 环境风险防范与价值链环保赋能

公司在加强自身环境管理的同时，逐步将环保要求延伸至供应链与员工日常管理。报告期内，公司在供应商准入和合作管理中关注环境合规表现，并结合培训、宣传和志愿活动等方式提升员工及合作伙伴的环保意识。

### 内部环境风险排查与合规培训

为确保各项环境排污与废弃物管理制度落实到位，公司行政管理中心每年定于6月及11月，分两次组织开展覆盖全集团的安环（安全与环保）专项培训与演练。培训内容深度聚焦环保政策法规解读、危险废物规范处置流程以及突发环境事件的应急响应，全面提升了一线管理人员与业务骨干的环境风险防范意识与履职能力，从意识形态上筑牢了污染预防的第一道防线。

## 供应商环境负面影响的审查与抵制

公司深知，供应链上游的污染行为同样会对生态造成严重影响。公司将环境合规要求深度嵌入供应商准入与评估体系。在采购环节，一旦监测到（如通过公开信息检索等方式）某供应商存在严重的环境污染负面事件或被环保部门处罚的记录，公司将即刻启动风险预警机制。对于使用对环境和人体有严重危害材料（如被国家限制使用的PVC管材等）的供应商，公司予以抵制，并主动寻找更环保、更符合健康需求的绿色替代品进行产品替换。通过这一强有力的供应链环境审查与淘汰机制，公司有效切断了污染产品的流通链条，倒逼上游工业企业提升环保治理水平。

报告期内，公司通过全生命周期的排放物与废弃物管理网络，在自身运营端实现了污水净化回用、物流周转箱替代与办公耗材减量、推广全降解环保袋，并深入社区开展废弃药品回收。公司用多种措施行动降低医疗废弃物对相关环境的影响，在追求企业稳健发展的同时，为社区公众健康做出贡献。

## 资源管理

公司结合生产加工、仓储物流、门店运营及办公等场景，持续推进能源和水资源管理，重点围绕节能降耗、清洁能源应用、节水管理和循环利用等方面开展工作，提升资源使用效率。

### 能源利用

公司能源使用主要涉及生产加工、仓储物流、门店运营及办公等场景。公司持续推进节能降耗和能源精细化管理，通过设备改造、照明优化、空调管理、行为倡导和日常巡检等方式提升能源使用效率。

报告期内，公司全年总用电量为12,988万度，天然气用量为119,800立方米。公司围绕重点场景持续加强能耗管理，通过设备改造、照明优化、空调管理和日常巡检等措施提升能源使用效率。后续，公司将结合业务场景和数据基础，逐步完善能源使用强度等指标的统计与披露。



## 能源节约机制与降耗具体措施

为实现系统化的能源管理，公司将节能降碳指标直接分解至各业务单元，并将能耗指标强制纳入部门的年度绩效考核中，确保节能责任层层压实。针对不同业务场景的高能耗痛点，公司实施了极为精细化的节能改造与管控措施：

<p><b>生产车间环节</b></p>	<p>公司聚焦药品生产设备、通风照明及热力供应等核心能耗环节，对生产工艺流程进行了全面优化。同时，对生产车间通风系统进行智能化升级，采用根据车间温度、湿度自动调节运行状态的智能通风设备，并对老旧生产设备及高能耗电器进行了全面替换升级，减少了无效能耗。</p>
<p><b>仓储冷链环节</b></p>	<p>公司升级仓储冷链智能控电系统，通过优化制冷系统运行策略，合理设定仓储温度，对库房墙体、门窗进行高标准保温改造以减少冷气流失。此外，公司推行“货物集中存放、分区管控”的空间管理模式，有效降低了冷库制冷设备的运行负荷及电力消耗。</p>
<p><b>办公及终端门店环节</b></p>	<p>公司将行政办公区、仓储库房、宾馆会堂及生产车间辅助区域的传统白炽灯、荧光灯，全面更换为高效LED节能灯具。在办公及门店区域安装智能插座、人体感应照明设备及智能空调节能控制器，实现“人来灯亮、人走灯灭”。对于空调、电脑等设备设置定时关机功能，并建立日常巡检机制，杜绝“下班后人走电未断”的资源浪费现象。</p>

## 环保文化倡导与全员节能赋能

公司深知，员工节能意识的觉醒是扩大社会环保影响力的重要基石。2025年，公司紧扣“全国节能宣传周”等节点，策划开展了全员参与的节能主题活动。公司主动邀请外部环保专家进行线上授课，向120余人次的各部门、门店负责人及节能管理员深度讲解药品行业节能改造技巧与能耗监测方法。同时，公司在内部创新性地开展了“节能降耗实操竞赛”，设置了节能灯具安装、空调温度规范调控、办公耗材节约、生产设备节能调试4个硬核实操项目，通过以赛促学，最终评选出3个节能标兵团队及10名节能能手。全员更共同签署了《节能降碳倡议书》，同步开展的办公区与门店节能隐患排查行动成功整改了能耗浪费问题15项，让绿色低碳理念真正转化为每一个岗位上的切实行动。



报告期内，公司全年累计节约用电达30万度；其中，办公及门店用电量同比下降5%。公司在能源利用的效率大幅提升，降低了企业对社会基础能源资源的消耗，提升了能源使用效率。

## 水资源利用

水资源是维系人类社会与自然生态系统生存的生命之源。公司不属于高耗水型重工业，但数以万计的零售终端、庞大的物流体系以及中药饮片的生产炮制过程，仍需消耗一定量的水资源。秉持“节水优先、精准管控、改造赋能、全员践行”的原则，公司积极开展水资源节约与循环利用行动，力求最大程度减少对市政水资源的取用及对外部水体环境的影响。

### 智能化水资源监控与统计体系

公司建立了水资源统计和监测机制，采用智能水表与人工核对相结合的方式，对行政办公区、分部及主要门店用水情况进行统计和跟踪。系统可形成日常用水数据记录和周期性报表，相关人员定期开展数据核对和异常情况复查，提升用水数据统计的准确性，为后续节水管理和设备改造提供支持。

### 重点场景的节水举措

针对不同业务场景，公司持续推进节水管理。办公及门店区域通过更换节水型器具、张贴节水提示、开展日常巡检等方式减少不必要用水；零售门店围绕清洁用水和员工饮水等环节规范操作，倡导按需用水，减少长流水和浪费用水现象。公司同时通过岗位责任落实和日常督导，推动节水措施在重点场景中落地。

### 水资源循环利用与生态影响控制

在中药饮片生产基地的药材炮制（如洗润、蒸炒）以及员工生活起居过程中，会产生一定的加工废水与生活污水。报告期内，公司在自有园区内配套建设并持续改造了专门的“中水处理设备（中水处理站）”。通过该系统，园区内产生的部分污水与废水被深度净化处理为符合标准的中水（再生水），随后被直接回用于整个园区的绿化浇灌以及基础设施的日常清洗。中水的回用替代并减少了园区对自来水（市政水资源）的消耗，阻断废水对外部河流与土壤生态系统造成的潜在污染风险。

报告期内，公司办公及门店整体用水量同比下降了6%，切实为缓解社会水资源紧缺、保护地方水生态环境交出了一份负责的答卷。



## 应对气候变化

公司关注气候变化对经营活动带来的潜在影响，结合生产、仓储、物流、办公和门店等重点业务场景，逐步推进节能降碳、绿色物流和能源管理相关工作。公司高度重视气候变化议题的财务重要性与影响重要性，积极响应国家“碳达峰、碳中和”双碳目标战略。公司结合医药健康产业重点业务场景特点，将绿色低碳理念深度融入企业文化与日常运营之中，致力于提升气候韧性，推动企业绿色、高质量、可持续发展。

### 治理

公司构建了系统化的气候变化与节能降碳管理体系。公司对各业务单元（涵盖生产、仓储、物流、办公、门店等）下达明确的能耗与碳排放控制指标，并将节能降碳成果正式纳入各部门的绩效考核体系，公司围绕节能降碳相关事项建立目标分解、过程管控和考核评估机制，并结合办公及门店场景开展日常巡检和能耗管理，推动节能降耗要求落实。

### 战略

#### 气候相关风险与机遇识别

##### 转型风险

公司识别出在药品生产加工、仓储物流及门店运营等核心板块中，生产车间与仓储冷链等属于高能耗排放源。随着国家环保政策与能耗双控标准的趋严，若不能及时优化能源结构与设备能效，可能面临运营成本上升的财务风险。

##### 气候机遇

公司积极把握低碳转型带来的巨大机遇。通过在新建园区和物流中心引入光伏发电等可再生能源项目，不仅能大幅降低长期用电成本，更能在全行业绿色转型中占据先发优势，实现环保效益、经济效益与社会效益的三重提升。





### 碳减排战略与发展路径

基于2025年度碳排查的基础数据，公司明确确立了“短期降碳、中期控碳、长期碳中和”的可持续发展战略路径。针对价值链的不同环节，公司制定了差异化的战略策略：

#### 生产端

致力于优化生产工艺，全面推广高效节能设备，持续降低单位产品的能耗与碳排放。

#### 物流端

大力推广可循环包装体系，运用数字化手段优化运输路线，并积极应用新能源车辆，全面提升物流全链路能效。

#### 运营端

持续深化绿色办公理念，推广可再生能源（如光伏）在园区及门店的广泛应用，有效降低办公及门店端的整体碳排放。

#### 供应链端

创新性地将ESG要求全面纳入供应商准入与日常管理体系，推动上游合作企业协同减排，共建绿色供应链。



### 影响、风险和机遇管理

围绕识别出的气候风险与机遇，公司针对重点业务场景（生产加工、仓储物流、行政办公、零售门店）制定了精准的节能降耗与气候风险管控措施。



### 重点区域能耗精准管控与设备升级

公司完善能耗监测体系，实时监控重点用能设备的运行数据，并及时优化运行策略。



#### 生产车间

- 聚焦药品生产设备、通风照明、热力供应等核心能耗环节。公司积极优化生产工艺流程，调整设备运行参数；推行“错峰生产”模式，避开用电高峰时段开展高能耗作业。同时，升级智能通风设备，使其能根据车间温湿度自动调节运行状态以减少无效能耗，并加强生产废料回收利用以降低资源浪费。对生产车间老旧生产设备及高能耗电器进行全面替换与升级。



#### 仓储冷链区

- 针对冷链制冷设备高能耗特点，公司优化制冷系统运行策略并合理设定仓储温度；对库房墙体、门窗实施保温改造，减少冷气流失以提升制冷效率；全面推行“货物集中存放、分区管控”模式，优化空间利用，有效降低制冷设备运行负荷。同时，对物流中心老旧空调机组进行升级，并引入智能控电系统。

### 绿色物流与循环包装应用

公司在物流配送环节积极践行低碳转型。对于同城或近距离的物流配送，公司优先采用新能源车辆；针对大理、丽江等地州的长途干线运输，逐步推动第三方物流承运商将燃油车替换为天然气或纯电车型，并考量引入无人物流配送车。此外，为减少包装材料带来的碳排放，公司在物流到门店的拆零配送环节，全程使用可重复利用的周转箱代替一次性纸箱，从源头减少废弃物产生。

### 可再生能源利用与园区绿色建筑

公司紧抓可再生能源发展机遇，在自营物流园区大力推进低碳建设。目前，公司已在海南、上海及云南的中药材等自营园区与厂区规划、建设及投入使用屋顶光伏发电设施，通过利用白天丰富的太阳能资源满足园区用电需求，从源头替代传统化石能源消耗。此外，在新建物流园区及仓储建设的设备招投标中，公司将节能减排作为核心准入标准，要求相关用电设备必须达到降低65%以上能耗的严苛标准。

### 气候环保文化宣贯与全员参与

公司紧扣世界环境日、全国节能宣传周等重要环保节点，系统性开展环保宣传活动。通过张贴海报、悬挂横幅，利用内部OA系统、员工群、门店电子屏高频推送低碳出行、垃圾分类等环保知识，实现全业务线、全员全覆盖。门店端同步开展“绿色消费赠礼”活动，向使用环保购物袋、选择简易包装的顾客赠送环保小礼品，正向引导消费者践行绿色消费理念。

报告期内，公司首次完成重点业务场景范围1和范围2的碳排放核算，建立了碳排放数据库。同时，公司将结合业务特点和数据基础，逐步完善能源使用和温室气体排放统计机制，研究建立分阶段节能减排目标，并重点围绕门店、仓储物流、生产园区和办公场景持续推进节能降耗与低碳运营。

## 气候变化及能耗核心指标数据表

### ▶ 温室气体排放与排查

2025年度二氧化碳排放量(核算范围覆盖重点生产车间、仓储冷链、行政办公等业务场景)

**70,448.50 吨**

### ▶ 能源消耗数据

2025年度公司全年用电量

**12,988 万度**

2025年度公司全年用气量

**119,800 立方米**

### ▶ 节能减排成效

2025年度全年累计节约用电

**30 万度**

2025年办公及门店用电量同比下降

**5%**

2025年办公及门店用水量同比下降

**6%**

无纸化办公成效:

全年纸质耗材采购量同比下降

**30%**

### ▶ 环保宣导与公众影响

开展“环保志愿行动”(含垃圾分类督导、门店宣传、废料回收):

累计开展

**4 场**

参与员工

**200 余人次**

门店“绿色消费赠礼”活动引导使用环保购物袋/简易包装的顾客覆盖数

**800 余人次**

节能知识专业培训覆盖人次

**120 余人次**

排查并整改能耗浪费问题数

**15 项**

## 04 | 社会篇

### ♥ 员工

公司始终将员工作为企业可持续发展最宝贵的财富与重要基础。公司秉持“以心换心、以人为本”的管理理念，致力于打造公平、尊重、温暖的职场环境。面对数以万计的员工队伍，公司深刻认知自身在吸纳就业、保障劳动者权益、赋能个体成长等方面对社会产生的深远影响。报告期内，公司不断夯实人力资源管理体系，完善薪酬福利与社会保障，畅通民主沟通渠道，构建多维度的培训与晋升网络，并全方位守护员工的职业健康与安全，让每一位员工都能在公司平台上实现个人价值与企业发展的同频共振。

#### | 员工权益与福利

保障员工的合法权益并提供优厚的福利关怀，是公司践行社会责任的基石。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》等相关法律法规，制定了《一心堂集团劳动用工管理办法》《一心堂集团招聘管理制度》《一心堂薪酬管理制度》等一系列完善的内部人力资源规章制度，将合规用工与权益保障全面融入企业日常管理。

#### 合规用工与平等多元

公司致力于提供具有广泛社会影响力的就业机会，在吸纳社会就业与保障弱势群体权益方面发挥了积极的正面作用。

#### 规范招聘与录用

公司建立标准化、全流程可控的招聘管理体系，严格按照简历筛选、面试考核、健康体检、录用通知、入职办理五大环节有序推进，全程有据可依、公开透明。入职环节配备专人对接，协助新员工高效完成合同签订等手续，保障求职者的知情权与公平竞争权。同时，公司包容并欢迎符合条件的离职员工“二次入职”或多次入职，不设置任何歧视性障碍。

#### 反歧视与多元化包容

公司在招聘、录用、薪酬、晋升等全生命周期环节，杜绝因性别、年龄、民族、地域、宗教信仰等因素产生的歧视行为，坚持以能力和业绩为唯一评价标准。公司高度尊重少数民族员工的信仰与习俗，在云南大理、怒江、迪庆(香格里拉)及广西等少数民族聚居区，公司实行少数民族优先招录政策，并在大型会议中提供清真餐饮，充分尊重彝族火把节、壮族三月三等民族法定节假日。此外，公司积极履行帮扶残疾人就业的社会责任，联合省残联启动“一心助残”项目，定向招录盲人等就业困难群体，在昆明及部分地州门店开设盲人按摩室，有效解决了弱势群体的生存与发展难题。

## 薪酬保障与关怀福利

公司为员工提供具有行业竞争力的薪酬体系与覆盖工作、生活各场景的福利矩阵,切实提升员工的获得感与幸福感。

### 薪酬与社保体系



- 公司构建了包含绩效激励、年终奖励、年度调薪及利润共享在内的成长型薪酬体系,确保员工贡献与回报精准匹配。公司依法与员工签订正式劳动合同,全面落实“五险一金”(养老、医疗、失业、工伤、生育及住房公积金),对于不具备劳动关系建立条件的实习生及退休返聘人员,公司亦为其购买雇主责任险及意外伤害险,实现用工保障无死角。

### 全方位福利关怀



- 员工依法享有法定节假日及带薪年假,公司并提供免费工作餐、员工宿舍及健康体检。围绕传统节日及员工生日,公司发放礼品券、组织集体生日会;对于子女考入全日制高校的员工,公司提供专属教育补贴。此外,公司每年拨付专款开展“异地调动人员中秋慰问”、“退役军人慰问”、“管培生关怀”以及面向优秀员工及家属的“饮水思源、感恩陪伴”回家之旅活动,将企业温度传递至员工家庭。

### 女性与基层员工权益



- 公司严格落实女职工“三期”(孕期、产假、哺乳期)特殊劳动保护,建设母婴设施,并联合医疗机构开展女性健康讲座与宫颈癌筛查等专属关怀活动。同时,公司通过设立“担当奖”等荣誉,向扎根基层的广大农村及女性员工倾斜资源,支撑其实现可持续的职业生涯发展。

## 民主沟通与诉求响应

倾听一线心声是公司改善管理、消除内部负面影响的关键。公司建立了以工会为核心、覆盖线上线下的多层次民主沟通网络。

### 常态化接待日与交流

公司明文下发《一心堂员工交流管理方案》,每月最后一个周末雷打不动地开展“董事长接待日”,外地员工可视频接入直接对话董事长;各子公司及分部每月定期举办“总经理接待日”,且全年开展针对基层员工的“员工交流会”,确保一线痛点得到及时响应。

### 畅通的匿名反馈渠道

公司在企业微信“一心助手”及内部平台“心声”上开通了匿名建议专区。针对员工提出的问题,集团企业文化部按月整理通报。

### 员工满意度管理

公司每年面向高层至门店基层全体员工开展详尽的满意度调研,2025年度员工总体满意度高达97.00%,较过往持续提升。

### 民主决策参与

公司设立了由职工代表大会民主选举产生的“职工代表董事”,直接参与公司核心治理决策。关于薪酬调整、劳动用工等涉及员工切身利益的重大制度,均须经过工会与职代会的民主审议。

## 员工权益与雇佣关键绩效指标(2025年)

### ▶ 员工规模与结构

期末全职员工总数为

**34,848人**

### ▶ 性别结构

男性员工

**3,236人**

女性员工

**31,612人**

### ▶ 年龄结构

30岁及以下员工

**8,626人**

31-50岁员工

**24,469人**

50岁及以上员工

**1,753人**

### ▶ 多元化与权益覆盖

少数民族员工占比

**21.97%**

残障员工占比

**0.52%**

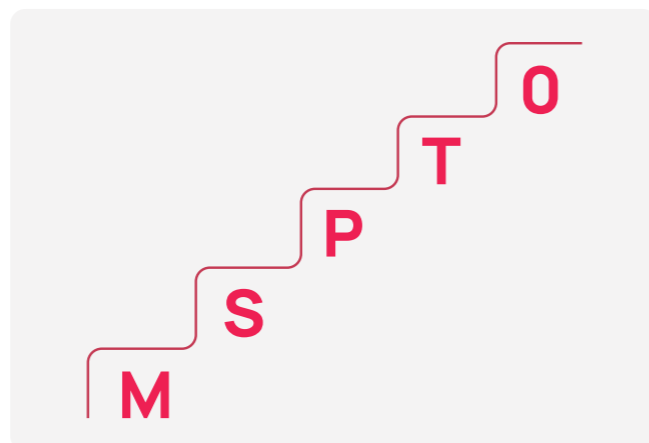


## 员工培训与发展

公司深知，员工的专业技能提升与职业长远发展，不仅关乎企业核心竞争力的构建，更是企业赋能社会人才、实现共同富裕的重要途径。公司围绕业务发展需要和岗位要求，持续推进员工培训体系建设，结合培训学校、线上平台和线下课程开展岗位技能、业务规范、管理能力和合规要求等方面培训，支持员工提升履职能力。公司同时结合岗位类别和人才梯队建设需要，推进晋升发展和后备人才培养工作，为员工职业成长提供支持。

### 阶梯化、双向的职业发展通道

公司摒弃单一的管理晋升模式，全面建立涵盖“M(管理)、S(营销)、T(技术)、P(专业)、O(操作)”五大序列的职级职等体系。



#### 畅通的横纵向发展

- 无论是立志走向管理岗位的片区经理，还是深耕药事服务的执业药师，亦或是物流车间的操作专员，均能匹配对应的职级与薪酬等级。公司支持员工横向跨序列流动与纵向专业深造，实现从“一份工作”到“一份事业”的价值转变。

#### 公开透明的选拔机制

- 公司每年底面向全集团发布次年的管理岗位空缺，坚持“能者上、平者让、庸者下”的用人原则，只要符合基础条件的员工均可自主报名参与竞聘。此外，公司建立了各层级管理人员的后备人才储备池，并推行“一心堂之星”自荐与推荐评优机制，最大限度保障晋升与表彰的公平性。

### 全覆盖、系统化的赋能培训体系

公司依托独立的子公司“一心堂培训学校”，联动集团各职能中心与区域分部，构建了以“HCM-心人才”数字化学习平台为载体的混合式培养生态。

#### 新员工“三位一体”培养

针对新入职员工，公司推行“线上+带教+课堂”三位一体的培养模式。从企业文化、合规要求到门店药事服务规范，辅以资深骨干的一对一“传帮带”，2025年成功帮助9,000余名新员工快速融入团队，首年留存率保持行业领先。

#### 常态化与专业化提升

公司全年密集开展各类专业技能与合规培训。例如，慢病管理部与培训部每月针对门店员工与执业药师开展“常见疾病品类联合用药”及“四高九病”慢病知识培训；行政管理中心按月推进“医保合规政策”学习；质量中心与监审中心则定期普及药品法规、内部飞检办法及反舞弊政策。为强化学习效果，公司在企业微信设立“文化宣传”强制学习模块，每月通报各单位学习完成率，将其作为管理干部履职考核的重要硬性指标。

#### “心币”正向激励机制

为激发员工的主动学习热情，公司于2025年创新推出《一心堂心币管理方案》。员工通过在“HCM-心人才”平台完成学习分享、践行核心价值观等正向行为即可获取“心币”，并用于兑换心仪的实物商品，实现了学习成果的趣味化与可视化回馈。



#### 一心堂第二届药师大会

2025年9月，一心堂第二届药师大会暨第十八届专业知识、专业技能大赛总决赛开幕式在鸿翔会堂三楼隆重召开。本次盛会以“价值跃升，荣药之师”为主题，旨在弘扬药师精神、提升执业药师专业价值与社会认可度，同时以赛促学、以赛促练，全面助力药学服务的高质量发展。



## 员工培训关键绩效指标 (2025年)

### ▶ 培训投入与覆盖

2025年度培训费用

**384.60** 万元

全年完成学分要求的培训覆盖率高达

**98%**

### ▶ 培训频次与时长

报告期内,公司线上课程完成学习共计

**1,360** 万人次

线上及线下累计培训总时长达

**372** 万小时

员工人均培训时长为

**118** 小时

### ▶ 各维度受训画像

按性别划分:

男员工培训覆盖率

**84.4%**

人均时长

**98** 小时

女员工培训覆盖率

**99.4%**

人均时长

**120** 小时

按层级划分:

高层员工培训覆盖率

**86.2%**

人均时长

**71** 小时

中层员工培训覆盖率

**97.4%**

人均时长

**112** 小时

基层员工培训覆盖率

**98.1%**

人均时长

**118** 小时

## 职业健康与安全

公司重视员工职业健康与安全,将相关要求纳入日常运营管理,并通过制度建设、教育培训、现场检查、隐患排查和应急演练等方式,持续提升职业健康与安全管理水平。针对生产、仓储、物流和门店等不同场景,公司结合岗位风险特点落实差异化管理措施。

### 顶层设计与安全管理体系

公司将安全生产上升至最高战略层面,成立了由集团董事长亲自挂帅担任第一负责人的“安全生产委员会(安委会)”。



#### 责任层层压实

- 公司实行安全生产“一把手”责任制,将安全目标直接分解落实至各中心、各分子公司及各大业务单元的负责人。集团行政管理中心下设专职的安全与环保(安环)管理职能,专门统筹全集团的安全排查、制度宣导与隐患治理工作。



#### 风险识别与隐患排查

- 针对办公园区、仓储物流及门店等核心场景,安环部门定期牵头开展综合安全飞检与隐患排查。同时,积极联合属地消防大队等专业机构,每年针对性开展1-2次大型消防疏散演练及安全急救实操培训,切实提升员工防范与应对突发事件的能力。

## 职业健康服务与心理关怀

在日常管理中,公司不断升级健康福利资源,为员工撑起身心健康的保护伞。

#### 基础健康保障

公司为全体员工(含正式工及符合条件的实习、返聘人员)缴纳工伤保险并补充购买意外伤害险,员工年度体检覆盖率达100%。针对特殊岗位(如中药饮片加工),严格配发合规劳保用品,并在新员工入职体检环节严格把关。此外,公司定期邀请三甲医院知名专家进驻园区,为员工开展常见疾病预防与健康保健专项讲座。

#### 心理健康前瞻规划

面对日益激烈的市场竞争及员工普遍面临的工作压力,公司高度重视员工的心理健康干预。在2026年的员工活动规划中,集团已立项引入外部知名心理咨询专家开展专项心理健康讲座,并规划在内部建立针对基层员工的小范围心理健康危机救助与疏导机制,防范因心理压力导致的潜在负面影响。

▶ 报告期内

安全生产费

**291.76** 万元

安全培训总人次

**87,120** 人次

人均安全培训时长

**2** 小时

安全培训总时长

**174,240** 小时

安全培训覆盖率

**100%**

公司未发生任何因工死亡事件，未发生任何重特大安全生产责任事故。

## 创新驱动

公司围绕产品研发、服务模式优化和数字化管理等方面持续推进创新工作，并将相关安排纳入业务发展和管理提升规划。报告期内，公司在产品创新、数字化应用和服务模式探索等方面开展了一系列工作，提升了业务支持能力和内部运营效率。

### 治理

为确保创新战略的有效落地与创新资源的合理配置，公司建立了一套自上而下、权责明晰、跨部门高效协同的创新驱动治理体系。公司通过统筹各专业子公司与职能中心，形成了覆盖前沿研发、底层技术支持到终端业务创新的全链条管理网络。

#### 独立的研发与科技子公司布局

公司结合业务发展需要设立了专业科技公司，分别承担数字化研发、中药研发和相关技术支持职责。成都数科公司主要负责零售终端系统、内部管理工具及相关信息化产品的研发与优化；中药科技公司主要围绕中药配方颗粒研发、生产工艺改进和中药材标准体系建设开展相关工作。



## 集团职能中心的协同创新管理

在集团总部层面，各职能中心根据自身业务属性，承担着创新业务的管理、运维与落地推广职责：

### 信息中心与数字化办公室

- 主要负责外部采购系统的运维、二次开发、网络服务器等基础设施的建设，以及IT项目管理。同时，信息中心与研发端紧密协同，统筹推进系统架构的优化与用户体验的改善。

### 运营中心(创新业务部)

- 运营中心下设专门的创新业务部门，全面负责重大客户开发、互联网医院的自行开发与运营，以及政企合作等新业务模式的洽谈与承接，是公司业态创新的重要落地执行机构。

### 商品中心

- 负责对市场消费热点及新药研发动态进行前瞻性研判，通过引入OEM定制化产品及大健康新品，驱动产品供应端的创新迭代。

## 战略

面对市场竞争和消费者需求变化，公司的创新战略摒弃了粗放式的规模扩张，围绕产品创新、服务模式优化和管理能力提升推进创新工作，并将相关安排纳入业务发展和管理提升规划。



### 产品创新战略 反向引导与产学研融合

公司依托庞大的终端零售网络与海量消费者数据，精准洞察市场需求，在产品战略上采取“由零售终端反向引导上游工业供应链进行产品创新”的策略，推进产品引进、定制化开发及相关研发合作。在中药研发领域，公司与科研机构开展合作，围绕中药标准制定和新产品研发等方面持续推进相关工作，提升产品创新和研发支持能力。



### 服务模式创新战略 专业化与数字化赋能

公司积极布局“互联网医院”，探索远程诊疗与在线药事服务。同时，在物流服务模式上，致公司围绕互联网医院、远程诊疗、在线药事服务及养老服务等业务场景开展探索，并结合直营网点和配送体系持续优化服务覆盖与交付效率。



### 管理能力创新战略——科技工具驱动的扁平化与敏捷化

公司的管理创新战略核心是“用科技手段替代人工重复劳动”。公司持续推进流程自动化和信息化建设，结合人工智能与流程自动化工具优化内部运营流程，提升管理效率并降低重复性操作带来的风险。

## 影响、风险和机遇管理

在执行创新战略的过程中，公司深刻识别到数字化转型、新技术应用带来的效率提升机遇，同时也密切关注技术迭代与市场偏好变化带来的转型风险。公司建立了一套科学的研发管理与技术应用流程，将各项创新举措扎实落地。

### 智能化技术的深度应用

公司在部分管理和业务场景中应用人工智能及流程自动化工具，用于库存分析、健康咨询支持和业务报表核查等工作，并持续优化核心业务系统架构和数据存储管理方式，以提升系统运行效率和管理支撑能力。

### 科技伦理与负责任创新

公司关注数字化工具、人工智能及互联网医疗等创新应用可能带来的合规与伦理风险，在推进技术创新的同时，坚持以合法合规、审慎应用、专业复核和用户权益保护为基本原则。对于涉及健康咨询、药事服务、业务分析等场景的技术应用，公司强调技术工具作为辅助支持，不替代专业药师、医生及相关人员的专业判断；对于涉及客户信息、用药数据及其他敏感信息的处理活动，公司同步落实数据安全、权限管理和隐私保护要求，降低不当使用、误导性输出及信息泄露风险。后续，公司将结合业务场景持续完善技术应用审查、使用边界和内部管理要求，推动创新工作稳妥开展。

### 知识产权保护与标准引领

公司重视知识产权保护和标准化建设，结合中药和医疗器械等业务领域，推进专利申请、标准参与和成果转化工作。公司及下属中药科技公司围绕相关技术和产品持续开展知识产权申请，并参与部分国家级和行业级团体标准的起草与制定，支持相关业务规范化发展。

报告期内，公司在知识产权保护与技术研发领域取得了丰硕的量化成果，且所有技术均已深度服务于公司的主营业务与门店场景：

 <p><b>累计授权专利情况</b> 公司累计持有国家授权专利 <b>13项</b></p>	 <p><b>软件著作权成果</b> 公司累计获得原始取得的自主知识产权软件著作权 <b>13项</b></p>
 <p><b>标准制定引领</b> 公司累计主导或核心参与了国家级、行业级团体标准共计 <b>6项</b>，其中仅2025年度即新增 <b>2项</b> 现行有效标准。</p>	
 <p><b>权威荣誉认可</b> 累计斩获权威机构颁发的荣誉超 <b>50项</b>，其中2025年度新增 <b>6项</b> 核心大奖。</p>	

## 产品和服务安全与质量

公司将产品和服务安全与质量视为经营管理的关键议题，围绕商品准入、采购验收、仓储配送、门店销售、售后服务和投诉处理等关键环节建立管理机制，努力为消费者提供安全、合规、可追溯的产品和服务。报告期内，公司持续完善质量管理和客户服务相关制度，强化全过程管控和问题闭环处理。

### 产品质量与安全

公司依据药品经营相关法律法规和内部制度要求，对首营企业、首营品种、采购准入、验收、储存、养护、配送和销售等环节实施管理，持续加强产品质量风险识别与过程控制。对于重点商品和重点环节，公司结合质量检查、系统管控和问题复盘等方式，降低质量风险。

#### 治理

公司建立了自上而下的产品质量与安全治理架构。集团层面设立了专业的质量管理中心，专门负责统筹全集团及各子公司的质量管理工作，制定全集团的质量管理发展规划，并监督各项质量管理制度的执行。此外，公司成立了由分管采购、运营的副总裁及相关业务部门组成的新产品引进委员会（新品委员会），负责对公司拟引进的新品种进行首轮评估与审核，确保产品适合公司经营且符合安全标准。

#### 战略

在产品质量战略层面，公司秉承“药品质量的严格，是企业经营的品德”的质量方针，将保护消费者生命健康置于首位。公司将《药品经营质量管理规范（GSP）》等法规要求深度融入日常经营战略中，致力于通过严格的供应商把控、全流程的质量监测以及常态化的内部审核，持续降低产品质量相关风险，提升公司整体的质量信誉与市场竞争力。

#### 影响、风险和机遇管理

公司在日常运营中，通过以下多维度的流程和措施，对产品质量安全的相关影响、风险和机遇进行全面的识别、评估与管理：

##### 供应商准入与首营审核机制



- 公司对产品引进实施严格的双重审核流程。新产品经委员会审核后，必须走“首营品种审批”流程，采购部门需收集产品的批准证明文件、质量标准、检验报告、包装标签说明书及物价证明等详尽资料，并录入ERP系统进行内部审批。质量管理部在审批时必须进行网络质量调查，评估其近3年的质量舆情；必要时，由质量负责人批准实施实地考察，重点审计其生产储存场所、技术人员、检验能力等。对于注射剂类冷链商品等高风险品种，采购部与质量管理部必须联合对供应商的冷链管理情况进行审计，实行“一票否决”制。

### 仓储物流与冷链质量管控



- 在药品仓储环节,公司物流中心实施严格的温湿度控制策略。仓库安装自动监测设备,数据实时上传监管平台并支持移动端查看;系统具备异常自动报警功能,一旦超限立即通知人员处置,确保药品储存环境稳定。为应对极端气候风险,公司在冷链运输包装上进行创新,采用“5度相变冰排”与普通冰排混合使用的方案,大幅提升了冷藏商品在运输过程中的质量稳定性与抗风险能力。

### 应急预案与常态化飞行检查



- 公司针对质量控制环节设立了应急预案,质量中心联合物流部门定期开展断电等应急演练。通过拉闸断电,考核应急管理员的反应速度以及备用发电机能否及时开启恢复供电,以保障物流库房及冷藏车的温度控制。此外,公司制定了《质量管理体系内部评审制度》及配套文件,通过PDCA循环管理模式持续自我完善;每年依据GSP规范对体系运行状况进行审核评价,联动业务部门落实整改。

### 产品召回与主动抽检机制



- 公司建立了完善的产品召回流程。召回分为供应商主动召回与公司主动召回两类。当发现产品存在瑕疵或接获供应商通知时,公司会立即下发集团范围的交互通知,在系统中对该商品进行锁定,停止发货与销售,并在规定时间内从门店退回仓库,最终退还给生产企业。为进一步把控质量,公司不仅接受政府监管抽样,还实施常态化的内部主动抽样检验。检验合格的商品会在门店端配置“小卡片”标识,向消费者公示其已通过公司内部质量认证,从而提升消费者信任度。

### 质量意识赋能与培训



- 公司将质量合规培训纳入集团年度学习计划。针对集团前后台全员,每半年开展1期质量法规相关知识的宣传及培训;针对门店全体员工,每季度开展1期重点质量知识培训,同时每年开展1期《一心堂内部飞检管理办法》的学习,确保质量规范深入人心。

## 客户服务与保障

作为直接面向大众的健康服务终端,一心堂致力于通过优质的客户服务、专业的管理和完善的客诉响应机制,全面保障消费者权益,提升客户满意度。



## 治理

公司构建了跨部门协同的客户服务治理体系。集团运营中心下设多个专业部门,负责全集团的慢病管理策动、药事服务咨询以及互联网医院业务运营。此外,客户服务中心作为专门的职能单位,负责承接和处理各类客户投诉与外部咨询。同时,集团标准化管理中心负责制定与更新门店运营及服务标准,确立全员执行的规范基线。



## 影响、风险和机遇管理

为保障服务质量并优化客户体验,公司实施了以下管理流程和措施:

### 门店运营与服务标准化建设

- 公司建立并持续完善《门店运营、服务、质量、安全、环境标准化制度与手册》等体系。2025年,公司在全面查缺补漏的基础上复盘内控制度,针对顾客服务等关键领域,新建制度102个,修订制度124个。通过系统的学习、分层推进与定期检查,做到“工作有标准,结果有奖惩”,确保服务规范在终端门店的有效落地。在员工建议与满意度调研的推动下,公司不断改善硬件设施并探讨提供免费购物袋等惠客举措,从细节处提升顾客购物体验。

### 客户投诉受理与满意度追踪机制

- 公司设立了畅通的客诉反馈途径。所有客户及外部投诉均统一由客户服务中心接收与受理。在处理流程上,客服中心对客诉进行分类流转至对口部门进行专项核查与处理,确保客诉得到闭环解决。在满意度管理方面,公司实施双向调查机制:针对零售终端(门店端),设立专用的“顾客满意度调查表”以获取直接反馈;针对批发业务端,定期向下游客户发放服务与产品质量调查表。收集到的意见与建议将直接纳入PDCA循环,用于修正和完善未来的管理标准与服务流程。

报告期内,公司持续开展客户满意度管理和服务质量跟踪,持续提升客户投诉处理完结率。公司结合投诉和反馈信息,对服务流程、门店管理和相关制度进行复盘优化,推动顾客诉求响应与服务改进形成闭环。



## 战略

在客户服务层面,公司的战略定位是“以客户为中心,成为大健康产业的引领者”。公司致力于从传统的“单纯药品销售”向“专业化健康服务”转型,将服务战略重心向“大健康药店”延伸。战略方向上坚持“客户至上”,通过构建药事服务、慢病管理体系以及提供丰富的会员权益,建立与顾客长期、深度的信任链接,满足老龄化背景下大众日益增长的康养与预防保健需求。

### 药事服务与慢病管理升级

- 面对消费者专业化需求的提升,公司引入了权威专家资源(如北京中日友好医院呼吸科专家)开展呼吸系统疾病等慢病管理的专业科普与患者教育(患教活动达1万多场)。公司依托运营中心对药事咨询、慢病跟踪进行统筹策划,从治疗向日常保健、营养补充领域拓展,为顾客提供更全面、定制化的健康解决方案,从而在同质化的市场竞争中建立起差异化的专业服务壁垒。

### 会员权益保障与承诺兑现

- 公司由专门的会员管理部统筹全集团的会员及积分服务。在营销与服务过程中,公司坚持“诚实守信”原则,严格兑现对顾客的各项权益承诺。公司定期开展会员日、积分当钱花等活动,所有的营销抽奖均做到中奖率透明、过程公开公示,杜绝虚假宣传。通过将部分利润让渡给消费者以实现“价值共创”,提升了会员的获得感与忠诚度。

## 数据安全与客户隐私保护

公司重视信息系统安全、数据安全及客户隐私保护，围绕门店运营、会员管理、药品销售、健康服务及后台管理等场景，持续完善制度体系、技术防护和合规培训机制，努力保障数据处理活动合法、正当、必要，降低数据泄露、滥用、误用及系统安全事件风险。

### 治理

公司由信息中心负责网络基础设施、服务器运维、信息系统运行维护及相关技术保障工作，并与专业的第三方网络安全服务公司签订服务合同，开展漏洞扫描、渗透测试、应急处理、边界、局域网安全防护、安全培训、网络安全相关工作；监审中心负责对内部数据使用不规范、违规泄露及相关违规行为实施监督检查和问责处理。

### 战略

结合公司直营网点数量较多、会员规模较大、业务场景较为复杂等特点，公司重点关注以下数据安全与隐私保护风险：

#### 数据安全风险管理识别

##### 边界宽泛与多入口风险

- 公司的访问入口庞大，涵盖上万家直营门店、加盟店、诊所及中药饮片厂等。尤其是新拓展的加盟和联营业务，由于主体属于独立法人，集团难以像管理直营店一样对其安全系统进行强制要求与处罚，导致漏洞整改难以推进。

##### 基层执行与人员配置风险

- 信息安全防护向下落实存在难点。底层的“信息维护员”岗位完全由门店督导兼职，日常考核与销售业绩挂钩而非信息安全，导致集团下发的安全指令在基层的执行力打折扣。

##### 安全规范与业务需求的冲突

- 严格的隐私保护（如会员电话、生日全加密）与门店端期望开展精准客情维护、病种营销等业务需求之间存在矛盾，安全设计在内部实际推行中需要进行一定的妥协与平衡。

### 影响、风险和机遇管理

公司围绕重点系统和关键数据持续开展安全管理工作，结合访问权限分级、日志留痕、漏洞扫描、终端防护、系统巡检和应急预案演练等措施，提升数据处理活动的规范性和可追溯性。对于客户敏感信息、购药记录及其他重点数据，公司进一步明确采集范围、使用边界、查阅权限和存储要求，降低过度采集、违规调用和非授权访问风险。公司同时持续开展员工信息安全与隐私保护培训，强化一线岗位和相关管理岗位的合规意识与操作规范。

报告期内，公司在现有网络安全与数据安全管理制度基础上，专项完善了隐私保护配套制度，新增《客户敏感隐私数据保护管理办法》《健康数据采集与使用规范》《购药记录存储与查阅管理细则》。同时，公司修订了《个人信息处理合规操作手册》《数据泄露应急处置预案》，明确了责任部门、管理流程、操作标准及追责要求。同时，公司持续开展信息安全和隐私保护培训、系统巡检及漏洞排查工作，未发生重大数据泄露事件，未因客户隐私保护或数据安全问题受到重大行政处罚。后续，公司将持续完善数据分类分级、权限管理、日志审计和应急处置机制，不断提升信息安全与隐私保护管理水平。

## 供应链安全

公司结合医药零售和医药流通业务特点，将供应链安全作为重点管理议题，围绕供应商准入、商品引入、物流配送、商业道德和持续评估等方面建立管理机制，努力保障商品供应稳定、质量可控和合作合规。报告期内，公司持续完善供应商管理和供应链协同机制，强化关键环节的风险识别、过程控制和问题整改。

### 治理

公司围绕供应链管理建立多部门协同机制。采购、商品、物流、质量、法务、监审等部门依据职责分工分别负责供应商准入审核、商品引入评估、物流管理、质量控制、合规审查和监督检查等工作，并通过制度流程和系统管理推动供应商全生命周期管理。

在制度体系层面，公司制定并严格执行《供应商风险评估管理办法》《供应商管理办法》等内部规范。同时，针对供应链的商业道德防线，公司通过《反商业贿赂协议》及相关授权书，在法务部门的严格审批下，从制度底层保障供应链运作的公平、公正与公开。

### 战略

公司结合行业监管要求和经营实际，关注供应链在产品质量、持续供货、商业道德、环境合规和合作稳定性等方面的潜在风险，并将规范准入、多元合作、过程监督和能力提升作为供应链管理的重要方向。公司同时关注与优质供应商长期合作、推动绿色物流和提升供应链透明度等方面的管理机遇。

#### 潜在风险

- 药品流通关系大众生命健康，若供应商在产品质量、环保、税务及社保方面出现违规，将对公司商业信誉造成损害。此外，若依赖单一供应商，可能面临突发断供的风险。

#### 潜在机遇

- 与行业头部品牌及具备高度社会责任感的企业开展合作，能够从源头提升产品质量与消费者信任度；同时，通过推行绿色物流、淘汰高污染包材等措施，可顺应国家环保政策趋势，推动上下游协同实现绿色转型机遇。

针对上述风险与机遇，公司确立了明确的供应链战略：

防范垄断与  
多元化供应

公司坚持不实行单一垄断采购机制。对于相同品种，公司在省内与省外同时设定多个备选供应商，最大程度平摊供应风险，保障供应链韧性。

坚持以消费者  
为中心优选  
品牌

合作对象优先选择全国排名前 100 强的工业品牌企业，在产品质量与供给能力上获取最大保障，契合消费者购买习惯与口碑。

### 影响、风险和机遇管理

在供应商准入阶段，公司对首营企业、首营品种及相关资质开展审核，并在合作过程中结合质量、合规、环保、廉洁等维度对供应商进行持续管理。对于存在重大质量风险、合规问题或商业道德问题的合作方，公司依据制度要求采取限制合作、暂停合作或终止合作等措施。公司同时通过月度回访、季度沟通、年度大会、问卷调查和专项培训等方式，持续提升供应链协同效率和合作规范性。

#### 严苛准入与动态风控，筑牢供应链韧性

公司建立供应商“一票否决”制，严审合规资质与ESG表现，对存在环保、社保违法或质量隐患的企业禁入。通过ABC分级评估与集团化风险共享机制，实现风险实时预警与全国联动阻断；配合新引入商品的试销末位淘汰制，确保供应商体系的高质量动态循环。

#### 数字化驱动与绿色运营，践行可持续增长

依托SRM系统实现供需数据实时协同，优化物流效率。公司积极推进绿色转型，在同城及长途运输中推广新能源与天然气车辆，并布局无人物流。采购端主动淘汰高污染材料，规定新建园区设备必须达到减耗65%以上的严苛标准，同时将劳工权益与专项培训纳入考核，构建环境与社会友好的可持续价值链。

#### 平等对待中小企业

公司重视与中小企业供应商的合作机会和合作体验，在供应商准入、合作评估、沟通反馈和付款管理等方面执行统一规则，避免因企业规模差异形成不合理差别对待。

报告期内，公司通过SRM系统开展供应商协同问卷调查，共回收有效问卷3622份，涉及2992家供应商；供应商对过程透明度及付款及时性的满意度均达到95%以上。公司同时对重点供应商开展质量、合规、环保及廉洁等方面培训，持续提升合作伙伴风险管理和合规履责能力。后续，公司将结合业务需要，逐步完善供应商分级分类管理、风险评价和绩效指标统计机制，进一步提升供应链管理的规范化和可追溯水平。

## 乡村振兴

实施乡村振兴战略是全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务。作为扎根云南、辐射全国的大型综合性医药健康企业，一心堂深知自身业务网络与广大乡镇、偏远地区及少数民族地区高度重合。公司秉持“取之于社会，用之于社会”的价值理念，高度重视乡村振兴议题的影响重要性。报告期内，公司充分发挥医药流通全产业链优势，将巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，从产业振兴、人才与就业支持、基层医疗服务提升及乡村公益等维度，推动乡村经济与社会的可持续发展。

### 巩固拓展脱贫攻坚成果与公司战略的深度融合

公司将乡村振兴作为长期关注议题，推动相关工作与主营业务协同开展。报告期内，公司由相关职能部门和业务单元协同推进乡村振兴相关事项，在产业帮扶、基层健康服务、就业带动和公益支持等方面形成联动机制，努力推动乡村振兴工作从阶段性帮扶向与主营业务相结合的长效机制转变。

### 支持乡村特色产业发展与稳就业措施

#### 深耕中药材产业帮扶，带动乡村经济发展

公司结合中药产业链布局，推动中药材种植、采购与地方特色产业发展相结合。报告期内，公司下属中药科技公司在怒江州兰坪县等地区开展中药材种植相关帮扶工作，通过引入规范化种植技术、推动产销衔接及定向采购等方式，支持当地特色产业发展并带动农户增收。



#### 怒江州兰坪县中药材种植产业帮扶项目

公司中药科技公司在怒江州兰坪县积极探索“企业+合作社+农户”的中药材特色产业帮扶模式。通过引入先进种植技术并承诺保底收购，有效解决了当地中药材销路不畅的难题，将生态优势转化为经济优势，显著提升了当地建档立卡户的收入水平，为少数民族地区产业振兴打造了生动样本。



## 践行劳动密集型企业担当,多措并举稳就业

面对庞大的基层就业需求,公司利用上万家门店的广阔网络,积极吸纳乡村劳动力。

### 倾斜弱势群体与少数民族就业

公司为大量乡村女性提供了稳定、体面的工作机会。同时,在怒江、香格里拉、大理等少数民族聚居区,公司实行本地化、民族化优先的招聘策略,不仅方便了与当地白族、彝族等少数民族顾客的沟通,更有力促进了边疆少数民族地区劳动力的就近就业。

### 建档立卡户定向招录

公司针对“建档立卡”贫困户等弱势群体提供定向就业支持,帮助他们通过自身劳动实现脱贫,阻断贫困代际传递。凭借在稳就业及吸纳贫困群体就业方面的突出贡献,公司荣获了由全国工商业联合会、人社部等部门联合颁发的全国性稳就业重磅奖项。

## 提升基层医疗可及性与乡村社会服务

依托门店网络和基层服务触点,公司持续提升偏远地区和乡镇地区居民用药服务的可及性。报告期内,公司服务网络覆盖云南省700多个乡镇,在药品供应、慢病管理、健康咨询等方面发挥了基层健康服务节点作用。公司同时探索通过基层门店、健康驿站、义诊活动等方式,提升偏远地区居民获得健康服务和用药支持的便利性。

### 建设乡村“健康驿站”,补齐基层公卫短板

为解决偏远乡村群众看病难、买药难的痛点,公司将业务触角延伸至中老边境等极偏远地区。报告期内,公司运营中心在偏远村镇(如勐董等)创新性地试点建设“乡村健康驿站”,并深度联合当地村委会共同运营。公司向驿站派驻专业医生与药师,不仅提供基础的健康体检、用药咨询与慢病管理服务,还积极配合村委会开展防范电信诈骗宣传等乡村综合治理工作,将药店打造成乡村居民健康与生活的守护站。



#### 勐董偏远乡村健康驿站警企村联动服务

2025年,公司在勐董等偏远边缘村落落地“乡村健康驿站”。驿站打破传统药店模式,与村委会及社区紧密联动,定期派驻医生开展义诊,并将防范电信诈骗宣导、健康知识科普深度融合。该项目不仅有效提升了边境村民的健康素养,更成为乡村基层社会治理与公共卫生服务体系的有力补充。



### 深度融入基层卫生体系

目前,公司的服务网络已广泛覆盖云南省内700多个乡镇,填补了大量基层医疗服务的空白。基于庞大的乡村服务网络,公司正结合地方需求,探索与有关部门在基层健康服务方面的协同机制,推动门店网络在健康宣教、慢病管理支持及便民服务等方面发挥更大作用。

2025年度,一心堂在乡村振兴领域持续深耕,获得了广泛的社会认可:

#### 资金与资源投入

报告期内,公司在乡村困难群体帮扶方面投入专项资金达100余万元;全年整体公益慈善捐赠总投入达64.85万元。

#### 惠及群体与范围

公司稳就业政策惠及数百万名边疆及少数民族员工(全集团员工逾3.8万人,其中90%为女性,大量来自乡镇及贫困户);基层医药服务网络深度覆盖云南省700多个乡镇,直接惠及数百万基层民众的日常用药与慢病管理。

#### 品牌声誉与业务促进

公司荣获了“中华慈善奖”捐赠企业奖项、全国工商联及人社部颁发的稳就业等重量级荣誉,其在乡村的深耕布局也赢得了各地卫健委及医保部门的高度认可,为公司未来进一步承接基层公共卫生服务、拓展下沉市场业务奠定了坚实的政企互信与群众基础。

后续,公司将继续围绕中药材产业协同、基层用药可及性、乡村健康服务和稳就业等方面推进相关工作,并逐步完善乡村振兴相关投入、覆盖范围和受益人群等统计口径,提升信息披露的完整性和可比性。

## 社会公益

公司始终将“一心创造美好生活”作为企业发展的核心内涵,在追求高质量、可持续稳健发展的同时,积极履行企业社会责任。报告期内,公司持续关注社会公益与社区福祉提升,结合自身行业特点和资源禀赋,在健康科普、困难群体帮扶、文化教育支持和志愿服务等方面开展公益行动,努力对社会产生积极影响。

### 聚焦民众健康与弱势群体帮扶

公司充分发挥医药零售行业的专业优势,将公益的焦点精准投向大众健康知识普及与社会弱势群体的医疗保障,开展了一系列深具社会价值的公益项目。

#### 深耕大型健康公益IP

公司长期致力于国民健康意识的提升。由公司发起的“健康万里行”大型健康公益活动已成功举办至第23届,成为公司延续性极长、社会影响力深远的标志性大型公益。该活动将公益慈善、社会责任与健康理念传播深度融合,通过深入各基层社区、街道,为大众提供普惠性的健康服务与知识宣导,持续提升公众的健康素养。此外,公司还积极联合药监、医保等政府监管部门,共同举办“药品安全月”、“企业安全月”等主题活动,并在消费端发起“过期药回收”等公益项目,切实保障消费者的用药安全。



### 第23届“健康万里行”及健康科普公益活动

2025年，公司持续推进第23届“健康万里行”大型公益活动。该项目不仅将专业的健康检测服务送到百姓家门口，更将健康管理理念转化为实际的公益行动。同时，公司积极联合知名厂商开展“三九星公益”、“校园公益行”以及马拉松赛事赞助等多元化活动，以实际行动倡导健康生活方式，将健康公益的触角延伸至社会的各个角落。



### 2025 一心堂弥勒半程马拉松公益实践

在“缘起弥勒·跑出美丽”的主题下，一心堂药业集团于2025年5月18日独家冠名、联合云南省体育局与红河州人民政府共同主办中国田径协会A1认证赛事——2025一心堂弥勒半程马拉松，吸引全球近2.5万名跑者齐聚弥勒参赛。一心堂以“健康领跑者”姿态深度参与赛事全流程，赛前发布科学备赛指南、搭建健康加油站，携手云南白药、汤臣倍健等大健康品牌设置多处健康服务点，为跑者提供体质检测、运动防护、元气补给等全周期健康保障；赛事期间在赛道沿线布设专业补给站与医疗团队，每2公里设置医疗点，搭配百余名医师跑者全程护航，同时采用可降解环保补给站践行绿色低碳理念。作为本土成长的医药健康领军企业，一心堂董事长阮鸿献以弥勒籍“家乡人”与发令员双重身份助力赛事，依托赛事影响力带动弥勒文旅消费与乡村产业增收，助力打造“玫瑰马拉松”特色文体旅IP。



### 困难群体精准帮扶与助残行动

针对社会弱势群体的就医用药困境，公司建立了一套行之有效的困难帮扶机制。公司每年固定拨付100余万元的专项帮扶资金，用于对特定困难人员的慰问与援助。在促进特殊群体就业与发展方面，公司积极响应国家号召，在云南省内多地门店挂牌成立了“云南省‘一心助残就业行动’示范店”及“名师工作室”，为残疾人提供力所能及的工作岗位与技能培训，以产业赋能助力弱势群体实现人生价值。面对社会突发地震等重大自然灾害时，公司亦能第一时间挺身而出，通过物资与资金捐赠，全力支援灾区群众共渡难关。

### 致力文化振兴与乡村公益

除了医疗健康主业外，公司在2025年度进一步拓宽了社会贡献的边界，将公益力量注入偏远地区教育事业与生态环境保护领域。

#### 实施“新公益”计划，助力乡村教育

为改善偏远地区学校的基础阅读条件，公司在2025年专项发起并实施了“新公益”计划。该计划通过广泛收集社会及内部员工的闲置书籍，同时根据受助学校的实际需求定向采购图书，年内成功为3所偏远学校全资援建了标准化公益图书馆。



#### “新公益” 偏远学校图书馆援建项目

2025年，公司“新公益”计划深入最偏远的小区与乡村。项目团队不仅为3所基础设施薄弱的学校搭建了全新的图书室，还精心筛选并送去了大批适合学生阅读的课外读物。当满载爱心与知识的书籍送达偏远校区时，丰富了当地学子的精神文化世界，用知识点亮了孩子们的未来。



## ESG数据表

### 经济绩效指标表

绩效指标	单位	2025年度
总资产	万元	1,560,775.34
营业收入	万元	1,733,624.18
研发投入	万元	4,524.91

### 环境绩效指标表

绩效指标	单位	2025年度
外购电力	兆瓦时	129,880.00
汽油用量	升	120,000.00
柴油用量	升	380,000.00
天然气用量	万立方米	11.98
废水排放总量	立方米	55,355.61
(废水中) 化学需氧量 (COD) 排放量	吨	14.88
(废水中) 氨氮 (NH <sub>3</sub> -N) 排放量	吨	0.414
其他废水 (TP) 排放量	吨	0.043
无害废弃物总量	吨	1.96
有害废弃物总量	吨	102.228
废气排放总量	吨	155.367
范围一温室气体排放量	吨二氧化碳当量	1,534.17
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	68,914.33
温室气体排放总量 (范围1及2)	吨二氧化碳当量	70,448.50
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0
环保总投入 (包括但不限于完善改造环境保护设施、设备及技术创新科研投入, 预防环境污染费用投入, 预防生态环境破坏费用, 环境保护培训及宣传费用投入, 环境保护监测、检查考核、奖励费用投入等。)	万元	15.641

<sup>1</sup>资料说明: 范围一温室气体排放核算依据 ISO 14064-1:2018 及 GB/T 32150-2025《工业企业温室气体排放核算和报告通则》, 排放源包括自有交通工具汽油、柴油燃烧排放, 核算气体为 CO<sub>2</sub>。因子来源包括 IPCC 2006、DB35/T 2288-2025、国家温室气体排放因子数据库, 准确合规且无需调整; 热值参考《中国能源统计年鉴 2021》。范围二 (外购电力) 采用生态环境部、国家统计局发布的 2023 年全国电力平均排放因子核算; 外购蒸汽采用国内工业通用平均排放因子核算, 核算口径符合国家温室气体核算标准与联交所披露要求, 数据具备一致性、可比性与可验证性。

## 社会绩效指标表

### 员工雇佣

绩效指标		单位	2025年度
员工总数		人	34,848
按性别划分	女性员工数	人	31,612
	男性员工数	人	3,236
全职劳动合同制员工数		人	34,848
按雇佣类型划分			
按年龄划分	30岁以下的员工人数	人	8,626
	30岁至50岁的员工人数	人	24,469
	50岁以上的员工人数	人	1,753
按学历划分	大专及以下学历员工	人	29,973
	本科学历员工	人	4,820
	研究生/MBA及以上学历员工	人	55
按职位层级类别划分	基层员工人数	人	33,773
	中级管理层员工人数	人	877
	高级管理层员工人数	人	198
汇报年度因工亡故的员工人数		人	0
因违反职业健康与安全法律法规而受到处罚的事件数		件	0
在员工雇佣与解雇、薪酬与福利、工作时间与假期、平等机会、反歧视等方面发生的违法违规事件数		件	0
少数民族员工占比		%	21.97
残障员工占比		%	0.52

<sup>1</sup> 计算公式:某类别员工流失率=某类别员工离职人数/某类别员工人数(汇报期末)\*100%。

### 员工培训

绩效指标		单位	2025年度
员工培训覆盖比例 <sup>1</sup>		%	98
按性别划分	培训覆盖的男性员工的比例 <sup>1</sup>	%	84.4
	培训覆盖的女性员工的比例 <sup>1</sup>	%	99.4
按职位层级类别划分	培训覆盖的基层员工的比例 <sup>1</sup>	%	98.1
	培训覆盖的中级管理层员工的比例 <sup>1</sup>	%	97.4
	培训覆盖的高级管理层员工的比例 <sup>1</sup>	%	86.2

绩效指标		单位	2025年度
员工人均培训时长 <sup>2</sup>		小时	118
员工满意度调查	员工满意度	%	97
员工健康与生产	安全培训覆盖率	%	100
	安全培训总人次	人次	87,120
	人均安全培训时长	小时	2
	职业病发生率	%	0
	员工体检覆盖率	%	100
	因工死亡员工人数	人	0

<sup>1</sup> 计算公式:某类别员工培训覆盖率=接受培训的某类别员工人数(汇报期末)/员工总数(汇报期末)\*100%。

<sup>2</sup> 计算公式:某类别员工人均培训时长=接受培训的某类别员工培训总时数/某类别员工人数(汇报期末)。

### 客户服务情况

绩效指标		单位	2025年度
客户服务	客户投诉处理率	%	100
	客户投诉解决率	%	97.1
	客户满意度(满分为5分)	-	4.59

## 公司治理绩效指标表

### 反贪污与反贿赂

绩效指标		单位	2025年度	
反腐败	腐败事件发生数量	起	0	
	反贪污培训覆盖率	董事	%	100
		员工	%	98.27
	反腐败培训受训总人次	人次	34,394	

# 对标索引表

附录:《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)》议题对标索引

维度	序号	议题	对应章节
环境	1	应对气候变化	应对气候变化
	2	污染物排放	排放管理与废弃物循环
	3	废弃物处理	排放管理与废弃物循环
	4	生态系统和生物多样性保护	环境合规管理
	5	环境合规管理	环境合规管理
	6	能源利用	资源管理
	7	水资源利用	资源管理
	8	循环经济	排放管理与废弃物循环
社会	9	乡村振兴	乡村振兴
	10	社会贡献	社会公益
	11	创新驱动	创新驱动
	12	科技伦理	创新驱动
	13	供应链安全	供应链安全
	14	平等对待中小企业	供应链安全
	15	产品和服务安全与质量	产品和服务安全与质量
	16	数据安全与客户隐私保护	数据安全与客户隐私保护
	17	员工	员工
可持续发展相关治理	18	尽职调查	议题重要性评估
	19	利益相关方沟通	议题重要性评估
	20	反商业贿赂及反贪污	商业道德
	21	反不正当竞争	商业道德

