



北京同仁堂股份有限公司
2021 年度履行社会责任的报告

目录

一、报告前言.....	3
关于我们.....	4
品牌与文化.....	4
2021 年荣誉概览.....	5
二、公司致辞.....	6
三、公司概述.....	7
1. 可持续发展管理体系.....	7
2. 利益相关方.....	8
3. 公司治理.....	9
四、夯实基础管理、布局长远发展.....	17
1. 强化信息管理.....	17
2. 强化内控管理.....	18
3. 强化供应链管理.....	19
4. 强化人才培养.....	20
五、提升经营质量，打造精准营销.....	20
1. 坚守匠心，不忘初心.....	20
2. 聚焦品种、推广营销.....	22
六、传承仁德理念，立足绿色发展.....	25
1. 薪火相传、广开言路.....	25
2. 保障权益、注重关怀.....	26
3. 抓实安全、助推环保.....	28
七、创新引领发展，践行国企担当.....	33
1. 创新研发，精益求精.....	33
2. 抗击疫情，共克时艰.....	33
3. 投身公益，贡献力量.....	34
八、展望 2022.....	36

一、报告前言

关于本报告

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

报告范围

公司整体（参见“公司架构”）。

指代说明

为方便阐述和阅读，“北京同仁堂股份有限公司”在本报告中也以“同仁堂”“本公司”“公司”和“我们”表示。

发布周期

本报告为年度报告，公司于 2008 年 3 月 24 日发布首份企业社会责任报告，本报告是第 14 份报告。

时间范围

报告时间范围为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，部分内容适当追溯以往年份。

内容范围

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

指标选择

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

关于我们

北京同仁堂股份有限公司以传统中成药制造为主业，产品以“配方独特、选料上乘、工艺精湛、疗效显著”而享誉海内外。公司自成立之日起，始终坚持继承和发扬同仁堂“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”的制药传统，依托现代制药技术，以“同修仁德，济世养生”为己任，坚持“配方独特，选料上乘，工艺精湛，疗效显著”的制药特色，为海内外广大消费者提供质量优良、安全放心的地道产品。公司产品涵盖补益类、清热类、妇科类、安神类等多种门类，涉及丸剂、片剂、颗粒剂、口服液和药酒类等多种剂型，具有丰富的产品储备，以安宫牛黄丸、同仁牛黄清心丸、同仁大活络丸为代表的王牌产品以及众多经典药品家喻户晓，在临床病患治疗中盛享美誉。

公司自 1997 年上市以来，始终坚持“以义为上、义利共生”的经营理念，凭借稳健的经营风格和低风险的运营策略，实现了持续、稳定、健康的良性发展，不仅取得良好的经济效益，为股东创造利润回报，公司还积极承担社会责任，取得了良好的社会效益。

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

品牌与文化

同仁堂创始于公元一六六九年（清康熙八年），至今已有 353 年的历史。讲“仁心”、重“仁术”，奠定了同仁堂质量和诚信文化根基，成为历代同仁堂人遵循的行为准则。同仁堂人始终坚持以“义”为上、诚实守信的经营之道，恪同修仁德之根本，抱济世养生之情怀，积极弘扬中医药文化。同仁堂人始终恪守“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”制药的古训，坚持“修合无人见，存心有天知”的企业文化，以“尊古不泥古，创新不失宗”为宗旨，大力推动传统中成药生产走向制药工业现代化。

“同仁堂”商标由国家工商行政管理局商标局于 1989 年认定为国家驰名商标

标。包容性的圆形代表着中药的传统剂型——丸药，两旁草叶形体的双龙，似龙似草、亦龙亦草，寓意着龙与中药同为中华民族所独具的优秀精神和传统文化。而双龙之间的一颗明珠，标志着“同仁堂”品牌乃国之瑰宝。“同仁堂”商标为中国北京同仁堂（集团）有限责任公司所有，本公司依照其授权可有偿使用“同仁堂”商标及商标图样。

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

2021 年荣誉概览

公司荣获“2021 中国上市公司论坛公益奖”。回首 2021 年，公司及时复工复产保障药品供应，捐赠苏合香丸、紫雪散、养阴清肺丸、清瘟解毒丸、解热消炎胶囊等中成药，响应党和国家号召积极投身抗疫；同时积极投身社会公益活动，统筹推动下属各单位积极开展对口帮扶、产业扶贫、消费扶贫，切实履行国有企业的政治责任和社会责任，用实际行动向社会各界展示了百年老字号的责任与担当。

公司荣获由《大众证券报》举办的第十六届中国上市公司竞争力、公信力“星”公司评选活动颁发的 2021 年度持续投资价值“星”公司、主板“星”公司两项大奖。中国上市公司竞争力公信力调查评选活动范围为沪、深两地主板、科创板和创业板上市公司，旨在推动国内 A 股上市公司的价值发现和诚信建设，促进市场公平正义，在资本市场引起专家学者、投资机构、上市公司以及众多投资者普遍关注。2021 年，公司立足新发展阶段，贯彻新发展理念，以创新为动力，推动党建、生产、科研、营销、管理等方面提升，财报数据指标健康稳健；同时不断深化精细化管理，成本费用得到有效管控，研发费用率有所上行，净利润增幅高于营业收入增幅。此次获奖表明公司高质量发展稳中向好获资本市场肯定，持续投资价值日益凸显。

2021 年 11 月 16 日，公司在由上海报业集团旗下的界面新闻主办的 2021 界面大健康论坛，公布的“2021 常春奖”榜单中，被评为“2021 年度中医药经营

质量企业”。此次评选经过半年多的桌面调研、数据分析、大众投票、专家评审等环节层层筛选，旨在评选出多年来深耕大健康领域，展现出积极且良善影响力的领导者、公司与机构，以促进更多企业和个人投身于大健康产业创新向善的发展。公司凭借出色表现脱颖而出，斩获大奖。未来，公司将持续传承精华，守正创新，充分发挥中医药防病治病的独特优势和作用，传播中医药文化，普及中医药知识，展现中医药在多元化、数字化时代的活力。

二、公司致辞

2021 年是中国共产党成立 100 周年。站在“两个一百年”奋斗目标的历史交汇点和公司“十四五”战略规划开局之年的起跑线上，面对外部环境的深刻变化、经济发展的全新形势，公司全体在董事会的坚强领导下，沉着应对百年变局和世纪疫情，积极应对公司经营中的风险挑战，立足公司新发展阶段，稳步迈出发发展新步伐，可持续高质量发展取得新成效。

这一年，我们坚持企业发展为核心，以不断提升上市公司质量为目标，坚持稳中求进工作总基调，全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，精心筹划部署，统筹经济工作和疫情防控，赓续使命强化担当，全体干部职工斗志昂扬、团结拼搏、攻坚克难、实干奋进，紧密围绕做精制药板块，屡创佳绩。

这一年，我们始终弘扬中医药文化为己任，开展系列公益活动，普及中医药文化、传播家庭养生知识，倡导健康的生活方式；主动承担“精准扶贫”任务，通过产业扶贫、定向采购的方式，同时开展中药材规范化种植培训，有效提升了贫困地区“造血”能力；疫情期间，为配合、支持疫情防控，作为中药企业，积极配合国家各地的各项防疫政策及措施，公司围绕复工保供、防疫援助等方面开展工作，全力投入到抗击疫情的战斗中，与全社会共同“战疫”，主动承担了社会责任，体现了国有企业担当，在党和国家领导下为战“疫”成功贡献力量。

这一年，我们持续为创造社会价值贡献这一份力量；持续倡导绿色、低碳的生产经营理念，积极探索循环、可持续的发展策略，最大限度降低对周边环境的影响；依据国家环境保护政策及北京市首都核心功能定位的整体要求，积极推进工业布局调整，打造“阳光工程”与“放心工程”；在生产运营过程中，公司积

极利用可再生能源，推行绿色清洁的生产模式，实现与自然的和谐共存。善待股东与投资者，坚持公开、透明的信息披露以保障广大股东与投资者知情权，并致力于给予股东长期稳定的投资回报。

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

三、公司概况

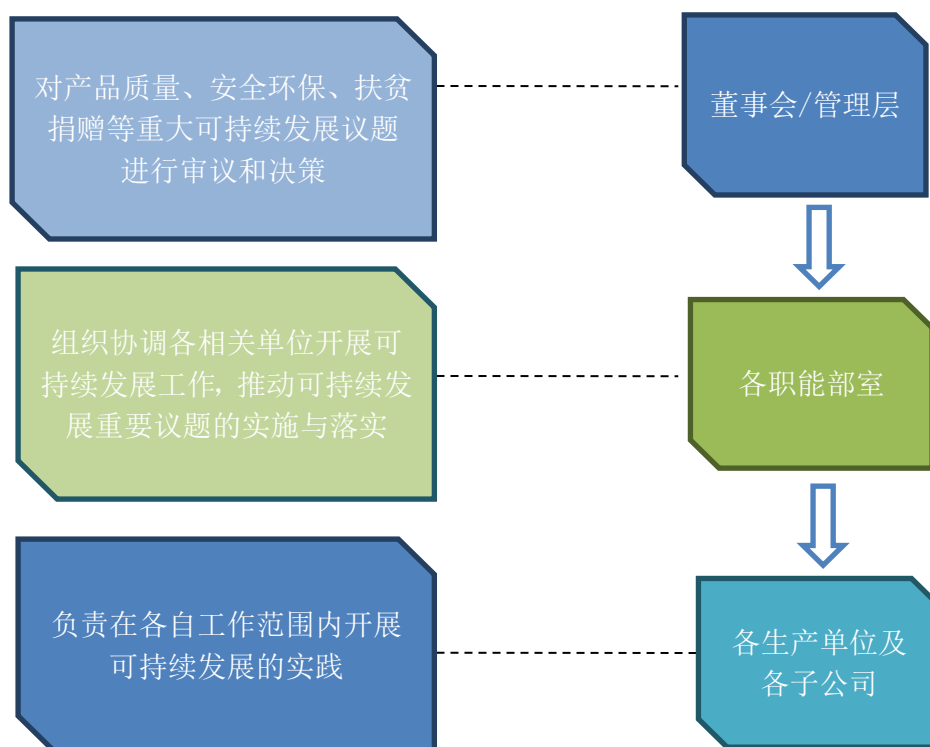
1. 可持续发展管理体系

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

公司的可持续发展相关业务及事务由董事会领导及授权处理。若干权利由董事会委托予管理层，管理层制定及实行本公司在可持续发展方面的策略及营运计划。公司设有党委组织部（人力资源部）、党委宣传部（工会办公室）、科技质量部、生产制造部、财务部、战略投资部、审计部、法律合规部、市场管理部、工装环保部、安全保障部等十余个职能部室，负责本公司在人员、财务、质量、能源、安全环保、风险防控等可持续发展方面的全方位管理。

董事会负责每年评估、监察公司在可持续发展方面的相关表现，并对公司的环境、社会责任及管理策略的汇报承担全部责任。董事会已于 2022 年 3 月 24 日举行的董事会会议上审阅并批准本公司截至 2021 年 12 月 31 日止年度的《履

行社会责任的报告》。



2. 利益相关方

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

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

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

3. 公司治理

1. 主要财务数据（数据来源于本公司 2021 年年度报告第十节“财务报告”部分的合并财务报表。）

单位：元 币种：人民币

主要会计数据	2021年	2020年	本期比上年同期增减(%)	2019年
营业收入	14,603,100,739.78	12,825,879,050.96	13.86	13,277,123,199.46
归属于上市公司股东的净利润	1,227,372,820.22	1,031,440,914.95	19.00	985,435,905.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,209,084,450.63	1,011,615,144.02	19.52	923,907,239.82
经营活动产生的现金流量净额	3,426,414,563.66	2,174,631,663.93	57.56	2,273,710,539.01

2. 组织架构

为了推进公司本部组织机构优化和职能完善，强化部室专业引领作用，确保“十四五”战略规划的顺利实施、重塑组织职能、提升组织效率，公司 2021 年内对本部组织机构进行了调整、合并、职能梳理及名称优化。调整后的公司本部设置 16 个部室，分别为：

综合办公室（信息办公室）、党委办公室、纪委办公室、党委宣传部（工会办公室）、党委组织部（人力资源部）、财务部、采购管理部、生产制造部、科技质量部、工装环保部、战略投资部、法律合规部、市场管理部、审计部、董事会办公室、安全保障部。

3. 治理结构：

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

党委会：

公司根据《中国共产党章程》和《中华人民共和国公司法》，设立中国共产党的组织，制定党委会议事规则，发挥党组织把方向、管大局、保落实的作用。公司建立党的工作机构，配备足够数量的党务工作人员，保障党组织的工作经费。

股东大会：

股东大会作为公司的权利机构，依法行使职权。公司严格按照《公司章程》、《股东大会议事规则》和有关法律、法规的要求，召集召开股东大会，凡是股权登记日在册股东都有权在股东大会享有发言权、质询权、表决权等各项权利。公司管理层对股东大会中股东提出的问题进行了全面的回答。公司聘请了律师对股东大会的合法性出具了法律意见书，保证所有股东特别是中小股东享有平等地位，对公司重大事项有知情权，并确保所有股东能够充分行使自己的权利，保证了股

东大会的合法有效性。2021 年公司召开股东大会一次，审议通过议案 12 项，听取报告 1 项。

董事会：

公司董事会由股东大会选举产生，对股东大会负责。依据《公司章程》，2021 年内公司共有 11 名董事，其中独立董事 4 名。董事的选聘、董事会人数和人员构成符合法律、法规和《公司章程》的要求。董事会会议的召开符合法律法规相关规定，会议记录完整、真实，会议相关信息披露及时、准确、充分。2021 年，公司共召开董事会 10 次，审议通过议案 36 项。

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

公司董事会下设战略与投资委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会，各委员会分工明确，权责分明，有效运作。2021 年，各专门委员会共计召开 8 次会议。

专门委员会	2021 年召开情况	成员	主要职责
董事会战略与投资委员会	0 次	由三名董事组成，其中两名独立董事。	对公司长期发展战略、中长期发展规划进行研究并提出建议；对公司的重大投资决策进行研究并提议，对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议。
董事会审计委员会	5 次	由三名董事组成，其中独立董事两名。三名委员中包括两名具有专业会计资格的董事，并由独立董事担任主任	提议聘用或更换会计师事务所；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；

		委员。	审核公司的财务信息及其披露；审查公司的内控制度并向董事会提供咨询意见。
董事会提名委员会	4 次	由三名董事组成，其中独立董事两名，并由独立董事担任主任委员。	研究董事、高级管理人员的选择标准和程序并提出建议；广泛搜寻董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和高级管理人员候选人进行审查并提出建议。
董事会薪酬与考核委员会	1 次	由三名董事组成，其中独立董事两名，并由独立董事担任主任委员。	研究董事、高级管理人员的考核标准，进行考核并提出建议；研究和审查董事、高级管理人员的薪酬计划与方案

监事会：

公司监事会对股东大会负责，监事会共有五名监事，其中包括两名职工代表监事，监事会的人数和人员构成符合法律、法规和《公司章程》的要求。监事会按照《监事会议事规则》和相关的法律法规的规定，本着对股东负责的精神认真履行职责，对董事会的日常运作、公司财务及董事、高级管理人员履行职责的合法、合规性进行监督，并独立发表意见，维护了公司和股东的合法权益。2021年，公司召开 7 次监事会，审议通过 17 项议案。

经营管理层：

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

姓名	性别	年龄	职务
邱淑兵	男	47	董事长

张朝华	女	47	董事、总经理
温凯婷	女	44	董事、总会计师
杨利	男	44	董事、副总经理
王田	男	53	副总经理
张春友	男	54	副总经理
冯莉	女	46	副总经理、董事会秘书
唐智强	男	41	总法律顾问

4. 投资者关系管理：

股东、投资者（包括潜在投资者）是公司的重要利益相关方，公司通过多种方式持续加强投资者关系管理。2021 年，接待线上线下调研、拜访、参加投资者会议和论坛，接听投资者电话，回复上证 e 互动提问等与超过 3000 人次投资者进行了交流；举办网络业绩说明会三次；参与北京辖区上市公司投资者集体接待日活动一次。

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

事例 1：2021 年 4 月 7 日召开了“2020 年年度网络业绩说明会”。会议当日投资者踊跃参与，提出问题及建议近 90 条，原定线上会议一小时，在提问窗口关闭后，公司仍然将所有问题与建议做了全面的回复，总耗时长超过 2 个小时，答题率 100%。

事例 2：2021 年 9 月 23 日，公司参加了“北京辖区上市公司投资者集体接待日活动”，公司相关领导全程参与，实现与投资者 2 个小时的线上交流、互动，对投资者提出的就公司的经营状况、发展思路、风险防控、市场竞争及定期报告解读等有关问题进行了解答，答题率 100%。

事例 3：2021 年 8 月 31 日，公司召开了“2021 年半年度网络业绩说明会”。本次业绩说明会共吸引 1384 人次投资者关注，486 名投资者全程观看。总耗时长 1 个小时，答题率 100%。

事例 4：2021 年 11 月 5 日，公司召开了“2021 年第三季度网络业绩说明会”。本次业绩说明会共吸引 2123 人次投资者关注，1496 名投资者全程观看。会上投资者共提出问题及建 60 余条，答题率 100%。

年内，投资者交流活动的开展实现了公司与投资者的线上交流、互动，对投资者关心的就公司的经营状况、发展思路、风险防控、市场竞争及年度报告解读等有关问题进行了解答，拉近了公司与投资者的距离，增进公司和投资者对彼此的了解，通过与投资者的深度交流，倾听投资者声音，形成更加良性的互动氛围。同时也获得北京辖区监管部门的认可。

事例 5：2021 年，公司撰写的《强化投资者保护意识，倡导理性投资文化》一文，获北京上市公司协会会刊刊登。文章就公司高度重视投资者权益保护工作，始终以“先天下之忧而忧”的精神来承担起保护投资者的主体责任，守初心担使命，为投资者办实事，帮助投资者树立理性投资理念，防范非法证券期货活动，持续推动投资者保护事业不断取得新发展的理念进行了阐述。

该文的刊登表明公司投资者保护理念得到了业内的肯定，有助于打造公司保护中小投资者权益的良好形象，进一步增强投资者的信任与信心。

5. 严格规范信息披露：

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

2021 年，公司完成并披露定期报告 4 份，临时公告 38 份，且全年未发生信息披露差错。公司高度重视信息披露事务管理并能以高质量完成信息披露工作、日常整体经营运作规范、注重现金分红、积极维护投资者关系，在市场中起到了良好的引领示范作用，切实履行上市公司的信息披露义务，树立了良好的市场形象。

6. 注重回报股东

作为上市公司，同仁堂始终坚持把投资者的投资获得稳定、持续、合理的增

值及回报当做本身应尽的责任，是公司发展的动力之源。自 1997 年上市以来，一直实施积极的分红政策，上市 24 年，累计分红 25 次，累计分配现金红利近 50.54 亿元。平均现金分红占净利润的比例接近 40%。公司上市以来，共计融资 21.06 亿元，所派发的现金红利是融资金额总计的 240%。凸显公司以稳健扎实的经营成果，持续回报投资者的理念。

近四年分红情况

分红年度	除息日	每股派息 (元、含税)	现金分红数额 (亿元、含税)	备注
2017	2018.08.08	0.25	3.43	年度
2018	2019.07.29	0.26	3.57	年度
2019	2019.12.09	0.5	6.86	中期
2019	2020.07.20	0.26	3.57	年度
2020	2021.08.12	0.27	3.71	年度

7. 风险识别和管控

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

公司建立了从管理层到基层内审人员的风险管理体系，2021 年，审计部在公司范围内开展全面的风险识别及应对措施的梳理，定期识别、评估、应对、监控风险流程的运行，并提出建议，以应对所识别的风险，保障公司的风险管理体系运行有效，确保风险得到管理和控制。

公司所属各单位广泛收集与本公司风险管理相关的内外部信息，并根据收集的风险信息按照风险影响程度和风险发生的可能性两个因素进行风险类别的判定，对应风险分析的结果，结合风险发生的原因以及承受度，权衡风险与收益，制定风险应对方案。同时，对发现的风险及风险变化情况进行动态管理，定期分

析公司当前面临的风险，并研讨和制定应对措施，将风险控制在可接受范围，降低风险的发生概率。

事例 1：为进一步防范高风险金融业务隐患，公司按照《关于开展同仁堂集团系统高风险金融业务管控工作的通知》要求，在认真学习领会相关制度文件的基础之上，公司本部、各分支机构及各子公司开展全级次高风险金融业务自查，对照自查内容逐项排查风险，自查工作不留死角、不留盲区。

董事会已于 2022 年 3 月 24 日举行的董事会会议上审阅并批准本公司截至 2021 年 12 月 31 日止年度的内控工作报告。公司在 2021 年年度报告中详细描述公司所面临的各类风险，本公司管理主要风险所采取的措施详见本公司 2021 年年度报告第三节“管理层讨论与分析”的“可能面对的风险”部分。

8. 企业党建

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

公司始终坚持高质量党建引领。公司党委坚持以新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，围绕新时代党的建设总要求，全面落实各级党委决策部署，认真贯彻新发展理念，立足新发展阶段，构建新发展格局，深化改革，创新驱动，纵深推进全面从严治党，紧密围绕做精主业，以高质量党建引领高质量发展，统筹疫情防控和生产经营工作，带领广大干部职工勠力同心、攻坚克难，为圆满完成各项任务指标提供坚强的组织保证。

2021年，我们以“学”为起点，以“思”为要点，以“悟”为重点，以“实践”为亮点，从百年党史中汲取奋进力量，引领企业高质量发展。年内，公司严格落实党内政治生活，推进党支部规范化建设，提升“四带四促”党建文化创新行动，党史学习教育全员覆盖；开展优秀主题党日活动评选，参观红色基地重温入党誓词、“学党史 学强国”党史知识竞赛，建党百年诗歌朗诵文艺汇演，党史学习周周测线上答题等活动，取得热烈反响的背后是我们深入扎实推进“不忘初心 牢记使命”主题教育的高要求，凝聚合力提振担当作为的精气神。

事例1:2021年，公司举行了庆祝中国共产党成立100周年“红心向党”诗歌朗诵文艺汇演。领导班子、老领导代表、老党员代表、劳模、大工匠及职工代表一起观看了演出。汇演以诗朗诵、情景舞蹈和红歌联唱形式呈现，播放了提前录制的由党员代表讲述入党初心、**中国共产党为什么能和百年寄语**的短片，举行了老党员为新党员佩戴党员徽章和集体宣誓仪式，并在《走向复兴》的合唱中走向尾声。

本次汇演既是公司落实党史学习教育实施方案的一项重要内容，也进一步体现出同仁堂人正在从百年党史历程中汲取开拓前进的强大力量，为公司高质量发展奠定了坚实的思想基础。

事例2：在建党100周年之际，为进一步加强党史学习教育，公司庆祝中国共产党成立100周年“学党史 学强国”知识竞赛在大兴分厂报告厅举行。本次知识竞赛既是公司落实党史学习教育实施方案的一项重要内容，也是站在“两个一百年”奋斗历史交汇的关键节点，学习党史教育，坚定信念、砥砺品格，汲取奋进力量。

公司及时制定“三重一大”制度（重大事项决策、重要干部任免、重要项目安排、大额资金的使用，必须经集体讨论做出决定的制度），并履行相关决策流程。在日常工作中严格遵循业务支出、干部管理等若干规定开展各项工作，针对“三重一大”事项，相应召开党委会、经理办公会、职工代表大会等形式的会议，作出集体决策。同时，加强对各级干部的日常监督管理，做好廉政谈话、提醒谈话、严肃批评、警示教育及函询工作。

四、夯实基础管理、布局长远发展

1. 强化信息管理

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

2021年，公司通过开展网络安全建设、完善信息化和网络安全管理标准，强化督导落实等方式，不断提升公司网络安全技术防护能力和管理水平，顺利完成全部7个二级信息系统测评与公安备案，顺利通过北京市东城分区网络安全检查，确保了企业年度网络信息安全。

事例1：为健全公司网络安全技术防护体系，加强终端计算机安全管理，保障企业内部网络安全，公司结合软件正版化工作，以“分级管理，集中监控”为原则，组织各分支机构完成终端安全管理系统实施

工作。通过终端准入、补丁管理、终端防病毒和软件管理四大功能模块，实现公司本部及 8 个分支机构共计 918 台在线计算机的集中管理，有效提升股份公司终端计算机安全和正版化管理能力，降低终端安全和版权风险。

事例 2: 公司研究制定重要 IP 资产和漏洞管理台账, 完成本部及各分支机构 212 个重要 IP 资产梳理, 明确资产归属及相关责任人, 做到定责到人。依据资产台账, 定期开展漏洞扫描, 及时发现、处置各类系统设备漏洞 2368 个。

为提升公司网络安全管理水平和员工网络安全意识, 利用知识管理中心, 以线上线下相结合的方式组织各单位、各部门开展网络安全培训 5 次, 累计培训 5681 人次。

事例 1: 2021 年 6 月, 公司组织在京单位开展 2021 年网络安全应急演练。演练以模拟操作和讲解观摩相结合方式开展, 通过设置 ARP 攻击和系统入侵两个攻击场景, 模拟在发生网络安全攻击事件时的发现、上报和处理流程。此次应急演练提高了各单位信息化人员的网络安全意识和网络安全事件应急处理能力, 为加快推进落实公司安全工作提供了保障。

2. 强化内控管理

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

公司持续完善内部资金管理规范、公司《资金管理办法》和《投资管理办法》, 形成完整的决策跟踪监管综合体系, 确保风险可控, 提升企业管理效率, 强化企业社会责任。不断完善党委会、善董事会、监事会及经理办公会的议事规则, 梳理调整各级企业董事、监事及高级管理人员安排, 提升公司治理; 进一步提高内控监管水平, 推行精细化管理, 加大对大额资金的监控, 加强财务预警, 完善参股企业监管, 确保国有资产安全。

事例 1: 2021 年, 公司对分支机构和职能部室逐一进行内部控制预评工作。评价主要以现行内控手册为依据, 编制内控评价汇总表, 逐个流程抽取样本、穿行测试, 根据关键流程的管控要求, 结合现行规章制度, 对控制设计的完整性和控制执行的有效性进行判断。审计部组织公司各部门、分支机构及子公司全

面开展评价工作,根据工作底稿撰写评价报告。经过对各子公司经营管理过程中的重要业务流程抽样检查,针对发现的问题,公司积极进行整改追踪,要求被检查子公司在整改时限内及时上报整改台账及支撑材料,通过自查自纠-检查评估-抽样复核,使内控评价工作实现完整闭环。

3. 强化供应链管理

公司高度重视与供应商之间建立的良好合作关系,努力通过增强运营能力、提升产品和服务质量、开展阳光透明的采购行动,实现与各方合作共赢的格局。

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

公司对物料采购推行标准化管理,明确供货商资质要求、选择标准、质量审计评估标准以及物料质量评估标准等,进而建立了日趋完善的管理体系。公司进行严格的供货商选择,在确保供货商资质符合条件的基础上,由质量部门协同相关单位进行供应商的供应质量的评估和现场审计,并综合评估。经过审计、评估,合格的供货商可被列入本公司《合格供应商名录》,方可供货。同时,公司对所有供货商进行长期质量监控及定期评审。如若发现供货商资质或质量出现严重问题,公司将立即停止该供货商的供货,必要时取消其资格,确保公司产品质量安全。

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

4. 强化人才培养

公司持续推进组织结构优化、基础管理提升、人才队伍建设、岗位考核激励等工作，积极对标同行业先进企业，向内深挖企业特色优势，为公司高质量发展提供有力的保障。

年内，公司梳理人才队伍现状，结合“十四五”发展战略定位，编制了人才队伍建设规划并制定了初步落实方案。“十四五”期间股份公司将优化对专业人才、技能人才的引进与培养，提高人才准入门槛，不断创新人才工作方法，以人才管理，带动行业水平升级；以人才培养，促进技艺梯队建设；以人才激励，激发创新创造活力，加快构建人才资源发展与高质量发展协同体系，为实现公司“十四五”发展目标提供坚强的人才保障与智力支持。

公司在干部选拔任用工作中，着力加强干部选拔任用监督力度。严格筛选、跟踪培养、加强考核、动态建立多层次后备干部人才库，不断强化干部配置，优化管理效能。

围绕坚持高质量发展战略，公司坚定信念、稳中求进，在创新人才建设、深化考核管理、健全制度等方面多措并举，挖掘内在潜力、开拓创新活力，为公司高质量发展提供有力的保障。不断激励干部担当作为、促进事业发展，引导干部以更好的状态、更实的作风不断提高政治素养和履职能力。

五、提升经营质量，打造精准营销

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

1. 坚守匠心，不忘初心

公司传承和坚守同仁堂 300 多年的制药宗旨，形成了药材采购、饮片炮制、制剂生产等的一系列质量管理措施、制度，以保证药品质量。公司生产的中成药产品，均需根据药材性质，采取不同的加工方法，去伪存真、去粗存精，并采用

不同的炮制方法和不同的炮制辅料，降低或去除药物毒性，转变或增强药物性能和作用趋向，引药归经，提高药物疗效，最终达到治病、去病的目的。

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

事例 1：2021 年 9 月，公司联合新华网《溯源中国》摄制组前往位于吉林省白山市靖宇县的子公司进行纪录片拍摄工作，公司药材鉴别专家、一级大工匠刘天良师傅带领 5 位徒弟参与其中。

此次分别对人参、五味子、龙胆草进行了道地药材的溯源拍摄，涉及松土、病虫害防治、采收、秋播、修剪、移栽、加工、运输等环节；并对人参种植领域专家及种植、采收管控、质量检验、加工和物流相关人员进行专访；此外还特别拍摄了刘天良师傅在种植基地及人参交易市场现场授课场景。此次拍摄向广大消费者宣传同仁堂“选料上乘”的制药理念，恪守“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”的制药精髓，坚守“济世养生”的初心。

为满足中药材规范化种植、管理和溯源的需求，保障产品质量，实现对中药材全生命周期的监管，加强中药材种植养殖和源头质量把控，保障原料药材道地、质量可靠，打造行业质量管理先驱，实现中药材智慧监管，公司持续推进药材及饮片质量溯源系统建设，从重点自有基地入手，逐步推广至公司全部基地及采购品种，推进中药材管理规范化、信息化和现代化。

2021 年，公司新增饮片质量溯源管理系统，完成一期线上建设和更新，促使企业生产优质优效，有效推动精益化生产；着力打造企业质量管理先驱，将物联网技术引入企业质量溯源系统中，完成人参、黄芪等 2 个自有药材基地野外智能数据采集器安装调试，实现药材种植实时监控，使企业实时准确地掌握供应链前端产品流向和变化，促进产品质量管理智能化转型；优化数据报表和数据舱功能模块，初步确定药材数据舱和饮片数据舱设计稿，推动构建集种植、加工、生产、销售于一体的可视化信息展示平台。

公司视产品质量及安全为工作的重中之重。公司的质量控制主要根据《中华

《中华人民共和国药典》、GMP 等质量管理体系及本公司内部质量控制标准的相关要求执行。公司制定了各项质量检验管理标准，包括中药材、辅料、包材、半成品及成品，对各种检验对象、检验方法与检验内容做出了详细规定。公司实施自源头至终端的全线管理模式，从原料采购、进货直到入库均采用严格的验收制度，一旦发现质量不达标，立即停止进货。

公司对产品生产进行全过程监控，对生产中出现的不合格过程品，质量管理部门有权实行一票否决，确保产品符合质量要求。各生产单位高度重视质量相关的培训工作，开展 GMP 管理、标准操作规程等各类专业培训，不断提升质量人员的专业技术素养，提升质量管理水平。同时，公司不断通过升级、改良生产设备，进而提升技术标准与工艺标准，确保产品质量。年内，生产工序未发现重大问题或缺陷。

公司建立了药品咨询、投诉及处理等标准操作程序，详细记录消费者来访、来电及邮件记录，并耐心答复，如遇产品投诉等情况将立即调查和妥善处理。年内，公司客户服务热线接到消费者各类咨询信息共 7100 余次，并对信息予以及时回馈与处理，竭力保障消费者的合法权益。

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

2. 聚焦品种、推广营销

2021 年，公司紧密围绕大品种战略，通过加强事业部联动探索多渠道协作，缩短销售链条优化经销商管理，丰富广告投放打造多维度推广体系，持续深化营销改革。对于市场认可度较高的品种，抓住重点节日分地域开展特色终端动销活动，配合主销区域及线上大品种讲师培训，有效提升产品终端覆盖率与控制力；对于潜力及睡眠品种，探索在试点区域选取试点门店进行小规模铺货，整体保持良好运作水平。

公司销售团队继续坚持“以品种运作为核心，以终端工作为方向”的指导思想，通过打造“4+2”（四个事业部加两个专项小组）经营模式，整合现有资源，厘清各事业部职能。一方面缩减经销商层级合理分配渠道利润，另一方面直通终

端药店，提升药店销售积极性。

2021 年，公司制定重点品种广告推广方案，深挖产品功能定位、优化搜索引擎关键词确保精准投放目标消费者，采用传统媒体（广播、电梯、公交等）与新媒体（平安好医生、喜马拉雅等 APP 平台）相结合，形成多渠道、多形式立体推广模式。借助成熟电商平台，有重点、多形式参与线上大促，开展音、视频宣传推广，打造“身边的中医药”系列活动，有效增加产品曝光率。

事例 1：公司线上多平台助力“双 11”大促。本年度“双 11”各大电商平台预售活动提前，公司围绕大品种战略中的五子衍宗丸、同仁乌鸡白凤丸、锁阳固精丸、坤宝丸、国公酒五大品种在多平台策划了预热营销。电商站内在京东大药房共进行两场公司产品专场直播，专家在科普疾病的同时增加了对产品介绍讲解力度，单场观看量超 20 万人次。电商站外则选择抖音、今日头条等高流量平台进行广告定投，为店铺导流，累计曝光量过百万；在美柚、小红书、知乎等垂直类种草平台，与平台优质达人合作产品种草笔记，不断带动年轻高消费力人群关注公司产品。

事例 2：公司线上多平台发声助力“双十二”，结合“双十二”电商大促活动，经公司围绕大品种五子衍宗丸、同仁乌鸡白凤丸、锁阳固精丸、坤宝丸、国公酒，以直播为主要形式进行推广营销。电商站外推广与人民日报联手，邀请三甲医院知名专家合作并定制两场专场科普直播，每场直播联合 14 家大众媒体平台同步推广，单场场观超 160 万人次。电商站内则在京东大药房开展产品专场直播，专家在科普疾病的同时，对产品进行深入讲解，单场场观超 30 万人次。直播活动实现了电商平台的站内外联动，有助于提高用户转化率，进一步促进销售。

2021 年，公司通过创新推广方式，集聚市场人气。通过派出讲师深入社区卫生服务中心，开展公司产品知识培训，提供临床应用的辅导；面对区域性消费者做好针对性宣传，植入品牌形象；参与药品专业领域的医学论坛，增加产品的曝光度。

事例 1：2021 年，公司携手优酷 TOP 剧场，依托《真相》《君九龄》《功勋》等 10 部热播大剧进行一站式投放，充分利用热播剧流量大、用户覆盖面广、用户留存率高的特点，使公司产品五子衍宗丸、乌鸡白凤丸获得了超强曝光率。

本次广告投放结合五子衍宗丸、乌鸡白凤丸产品定位和营销诉求，通过“前情播报”和“暂停广告”的形式，有效抢占消费者注意力，引起消费者的认知与兴趣，并精准触达热播剧背后以年轻女性为目标用户群体。两种广告形式均支持点击跳转至品牌天猫旗舰店产品页面，实现了剧集兴趣人群向品牌兴趣人群的迁移和转化。

事例 2：2021 年，公司联合爱奇艺年度国风大剧《风起洛阳》进行广告投放，该剧立足中国传统文化，

与同仁堂品牌调性相辅相成。本次广告投放采用场景再现的方式与剧情完美融合，使观众在潜移默化中接收广告讯号，在提升品牌传播效益的同时，增强了消费者对品牌的好感度，巧妙避免了生硬植入给品牌带来的负面影响。《风起洛阳》自开播以来，连续三天位列正片播放市场占有率榜一，其热度也反应了广告投放的效果，有助于借助影视 IP 再掀国风文化热潮。

未来，公司将继续探索多样、高效的推广形式，积极开拓新的宣传渠道，以高质量营销助推企业高质量发展。

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

事例 1：2021 年 9 月 2 日至 7 日，中国国际服务贸易交易会在北京召开，本届服贸会首次设立健康卫生服务专题，将通过展览展示、专业论坛等形式向全球展现我国医疗技术创新水平、医药产品创新成果、医疗服务创新能力和健康服务发展质量。公司一级大工匠田新民及其徒弟在服贸会现场展示手工泛丸这一非遗传统制作技艺，让消费者更加直观深入地了解中医药传统手工制药的魅力。

事例 2:2021 年 9 月 24 日至 28 日，以“效率革命——缔造一个充分且均衡的新健康产业”为主题的西普会在博鳌盛大举行。会上，公司心脑血管类、妇科类、补益安神类及药酒系列等近 30 个大品种吸引了众多参会嘉宾前来咨询。产品讲师从专业角度耐心讲解，业务代表就终端渠道和经销相关政策与嘉宾进行了重点交流。此外，展会期间还设置了互动小游戏，通过扫描**双微二维码**可实时查看公司信息、产品介绍和中医药文化等内容，并领取纪念礼品，到场观众纷纷打卡。

事例 3：2021 年 9 月 25 日至 28 日，中国北京国际科技产业博览会(简称“科博会”)在京召开。此次科博会首次与中关村论坛同期同地举办，实现论展一体，共同打造面向全球高科技创新交流合作的国家级平台。

公司进驻大健康展区，集中展示涵盖妇科类、补益安神类、清热祛火类、心脑血管类、儿科类等十大类别。专业讲师及工作人员为参展观众现场讲解产品功效及观众关心的其他问题，向外界展示百年老字号的新形象。同时通过**两微发布**录制的科博会宣传短视频，动态展示会场，多维度宣传，为不能亲临现场的观众提供不一样的参观体验。

随着“健康中国”战略和进一步发展中医药的政策措施持续推进，中医药大健康产业焕发勃勃生机。公司抓住发展契机，深化品牌形象，全面助推渠道新的增长极。

六、传承仁德理念，立足绿色发展

1. 薪火相传、广开言路

党的十八大以来，习近平总书记多次强调要弘扬工匠精神。一个优秀工匠可以带动一代甚至几代人。他们毫不保留的将毕生技艺传承给后辈，正是在一代代匠人精益求精和传承之下，才成就了中医药老字号。随着时代的发展，同仁堂始终坚持师承教育，传匠人精神，承匠心品质，真正做到弘扬工匠精神，树立行业技能领军人物，传承中药制药传统技能。

炮制技艺承载着同仁堂两个必不敢的质控精髓，更是中药制药的根和魂。2021 年，公司着力推动炮制、制剂、鉴别等关键岗位人才培育，以树立顶尖技能人才、畅通技工发展通道，打造一支具有同仁堂传统特色的工匠队伍为目标，务求实现系统化、标准化的特色技艺传承与服务企业发展并举。

2021 年，同仁堂股份不断深化“师带徒”教育，创新“师带徒”形式。吕建媛中药炮制首席技师工作室授牌，郭朝晖药材鉴别首席技师工作室成立，公司结合“四带四促”、课题攻关、文化传承，将传统技艺应用于现代实际生产。

事例 1：4 月 25 日，北京市总工会公布了 2021 年首都劳动奖状、首都劳动奖章和北京市工人先锋号评选结果，吕建媛同志荣获首都劳动奖章。

吕建媛同志先后师从吴春江、于葆擘，练就了一身过硬的炮制技艺；2016 年，她在北京市第四届职业技能大赛中药炮制与配制工大赛中一举夺冠；2018 年，作为同仁堂国家级非遗生产性保护示范基地项目成员，负责起草手工线设计方案；在同仁堂工作的二十三载春秋，吕建媛同志始终以饱满的工作热情、勤恳的工作态度和一丝不苟的工作作风，坚守在平凡的工作岗位上，用实际行动书写了一名新时代共产党员的责任与担当，彰显了新时代的同仁堂力量。

事例 2：2021 年 9 月，公司级“郭朝晖药材鉴别首席技师工作室”授牌、拜师收徒仪式在安国物流公司举办。在拜师仪式上，郭朝晖师傅对 6 名徒弟提出要求，徒弟向师傅行拜师礼、奉茶等。与会领导对今后工作提出了要求，一是做到严格管理、严格要求、严格考核；二是保持恒心，踏实学真技术、练真本领、当真英雄；三是不断创新，扎实利用资源，充分发挥优势。

2021，公司扎实做好新时代技能人才建设工作，在继续推进技能人才激励机制的同时，广开言路倾听来自不同层面的声音。在举办的七场座谈会中，有复转

军人，有工匠导师，有质量派出人员、有中青年骨干，有中层干部、有新入职大学生，更有扎根一线生产的普通职工。

事例 1：为增强新入职员工的归属感、责任感，激发干事创业热情，年内召开新入职大学生“建言献策”座谈会，邀请质量、财务、管理、生产一线等重要岗位的新入职大学生代表 20 名，他们分享成长经历与所感所悟，大胆提出问题，探讨解决办法，充分彰显了青年人敢说、敢干、敢闯、敢拼的朝气与活力。

事例 2：2021 年 10 月，公司就如何提高工作效率、完善工作流程、创新发展等方面与中青年干部进行了座谈交流。通过深入对话，展现了青年干部的政治素养和专业素养，激发了干事创业的激情与活力，并提出了近 90 条意见和建议，大大提升了青年职工主人翁、主动学习和创新思考等意识。

2. 保障权益、注重关怀

本公司员工招聘及使用标准均严格遵照《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国未成年人保护法》等中国相关法律、法规执行。保证所有员工均签订劳动合同，并明确员工应享有的劳动权利。公司设有严谨的招聘制度及流程，避免聘用童工及强迫劳工个案的发生。员工的休息日及法定节假日与国家劳动法规一致，于报告期内，未有聘用童工、强迫劳工等事项发生。劳动合同签订率 100%。未出现延期发放劳动报酬的情况。

公司始终奉行同工同酬的原则，不因性别、年龄、民族、宗教、文化及教育背景等因素而存在歧视，亦坚持平等、自愿、协商一致的理念。同时，公司致力于建设多元和包容的人才队伍，持续关注残疾人就业问题，积极创造就业岗位，促进残疾人士就业。公司现有残障职工 24 人。

2021 年母公司在职工人数 2005 人，其中：56 岁以上员工占总人数的 9.53%、46-55 岁员工占总人数的 22.04%、36-45 岁员工占总人数的 24.63%、26-35 岁员工占总人数的 37%、25 岁以下员工总人数的 6.8%；少数民族员工占总人数的 5.9%；女职工和男职工比例分别为 41.1%和 58.9%。

公司坚持多元化的人才培养体系，着眼三支队伍人才建设，通过专业培训、技术练兵、技能大赛等多种形式，强化人才的继续教育与素质提升，为公司发展奠定坚实的人才基础。2021 年培训次数 1437 次，20081 人次，人均学时 27 小时。

事例 1：2021 年 8 月，公司针对 52 名高校应届毕业及实习生开展了以企业文化为主线的入职培训及考核工作。公司党委组织部（人力资源部）会同安全保障部、团委，针对企业历史文化、主营特色、现状及

发展方向进行讲解；展示公司为青年人搭建的发展平台，结合座谈的形式，帮助其快速融入培训课程与工作环境；本着把好安全第一道防线的原则，细化安全培训，以通俗易懂的方式将理论方法、经典案例有机融合，全面提升新员工安全意识，筑牢思想防线。公司丰富的培训、教学手段对新入职职工更为直观地充分的了解企业、快速融入企业具有很大帮助。

事例 2：依托公司配送中心举办的医药商品储运员职业技能竞赛同仁堂赛区初赛，共 42 名选手报名参赛，经过激烈角逐，公司选手取得第一名、以及 21 名晋级决赛选手占 12 席的好成绩，下一步，选手将全力备战决赛。

公司高度重视员工的健康与安全，始终把员工安全作为工作重点，采取一系列措施加强管理体系建设，减少员工职业危害暴露，致力为员工创造安全、健康的工作环境。针对夏季高温作业，公司及公司下属各单位均在高温天气来临之前，完成对高温作业人员的体检工作，对健康状况不适应现场岗位的人员进行调整。各单位还从饮食、作业环境、劳动防护、工间休息、避开高温时段等方面做了细致的调整部署，并把防暑降温措施落实到每位高温作业人员身上。

公司为全体员工在定点医疗机构安排了每年一次的健康体检，同时根据《职业病防治法要求》，开展职业健康培训与职业健康体检。一是针对有毒有害岗、粉尘、高温、噪声等特殊岗位，定期进行职业危害评估，通报评估结果。二是定期为职工进行职业健康培训，普及相关知识。三是针对特殊岗位组织进行岗前、岗中及离岗体检，为职工建立职业健康档案。

2021 年，公司全年无职业病发生。

公司为职工提供企业补充医疗保险，用于补充支付基本医疗保险统筹基金支付以及大额医疗费用互助资金支付之余个人承担的医疗费用，根据职工工龄及就诊类别，按比例报销医疗费用 2021 在在职报销 2132 人次，报销费用约 229.58 万元。

事例 1：2022 年 1 月起，公司更新了在职工子女医疗费用报销政策，确保生育政策范围内的职工子女可以享受同等的医疗费用报销政策，有效缓解和减轻职工及职工子女看病就医压力。积极响应国家生育政策，为“二孩”“三孩”家庭提供有效保障。

此外，为进一步提升企业文明健康发展水平，发挥工会职能作用，构建和谐融洽的企业环境；同时，公司工会继续做好“两节”送温暖、夏送清凉及病、困、特职工的慰问走访工作，为职工群众送去了工会慰问金以及慰问品。组织在全年

七个法定节日及职工生日等时间节点，向全体职工进行慰问，受益人次近7000人次。为到龄退休职工购买慰问品，以此感谢他们对同仁堂的辛勤奉献。

随着疫情的常态化及新冠疫苗的获批上市，年初公司积极与相关部门取得联系，先后为公司全员核酸检测及需要接种新冠疫苗的职工搭建了防疫平台；积极储备防疫物资，努力做好后勤保障，适时为职工发放口罩等防疫物资；加强第三方人员保安、保洁、会服的培训，强调疫情防控的重要性。

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

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

公司坚持全心全意依靠员工办企业的原则，成立工会，关注员工需求，保护员工隐私，加强民主管理，提升员工参与企业管理的能力，确保从多角度全面地保护员工权益。公司工会持续做好“两节”送温暖、夏送清凉及病、困、特职工的慰问走访工作，为职工群众送去了工会慰问金以及慰问品。组织在全年七个法定节日及职工生日等时间节点，向全体职工进行慰问，受益人次近7000人次。为全年到龄退休职工购买慰问品，以此感谢他们对同仁堂的辛勤奉献。

3. 抓实安全、助推环保

3.1 安全生产

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

公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国消防法》《生产安全事故应急预案编制导则》《生产安全事故应急条例》《生产安全事故应急预案管理办法》《生产安全事故报告和调查处理条例》等国家法律法规，制定相应的安全生产管理制度，从安全生产管理体系建设、隐患排查及整改、安全教育及培训等多个方面严格管控风险，确保公司安全

生产形势稳定，防范事故事件发生。

2021 年，公司安全保卫工作继续践行发展绝不以牺牲人的生命为代价，努力为生产经营保驾护航，将员工安全作为服务核心，深化红线意识和大局意识，着力提高安全生产水平，尤其在疫情反复及社会安全事故多发的情况下，出色的完成了安全工作的既定目标。

2021 年重点工作回顾：

- 1、逐级签订安全责任书、相关方协议、承诺书 6000 余份；
- 2、完成公司下属 7 家实体单位北京市安全生产标准化二级复评；
- 3、完成公司分支机构及重点子公司消防体系专项评估；
- 4、完成公司在京单位危化品使用专项评估；
- 5、完成公司在京单位内保安全专项评估检查；
- 6、全体员工按法规要求完成安全培训；
- 7、公司前处理分厂完成甲类车间重大隐患整改；
- 8、迎接政府类执法检查 140 余次，公司开展安全检查 140 余次，单位内各种检查约 3 千余次；
- 9、确保两会、建党 100 周年、汛期及各重要时间节点安全稳定；

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

事例 1：年内，前处理分厂开展了以“紧急处理夏季中暑情况”为主题的应急预案演练，针对着人员中暑出现的各种状况，演练现场采取了相对应的救治措施。演练过程顺序连贯、目的明确，参加演练人员各司其职、通力合作。本次演练检验了应急预案的实用性、可靠性，切实提升了事故应急处理能力。

事例 2：2021 年 6 月，北分厂微型消防站队员参加了由北七家消防中队组织开展的微型消防站培训活动，消防中队领导现场展示了各种消防器材的使用方法，讲解了急救、逃生、初期灭火等方面消防安全知识，并为到场人员提供了现场体验消防器材与灭火扑救等应急措施的机会。

3.2 绿色环保

资源与环境问题是目前人类面临的共同挑战，可持续发展已成为全球共识。公司持续完善环境管理水平，以科学高效的环境管理体系降低运营周期中每一个

环节的环境影响，落实环保责任，打造绿色企业品牌。我们贯彻落实国家生态文明建设要求，围绕自身运营情况，制定一系列环境管理制度与方针，积极探索属于同仁堂的绿色发展之路。

3.2.1 排放物

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

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

本公司各分厂 2021 年总排污情况统计如下：

公司	主要污染物名称		排放方式	排放总量	超标排放情况
北京同仁堂股份有限公司	废水	废水排放总量	间歇排放	29.99 万吨	无
		COD 排放量		36.98 吨	无
		氨氮		4.11 吨	无
	废气	氮氧化物	连续排放	0.86 吨	无

本公司各分厂 2020 年总排污情况统计如下：

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

3.2.2 排放物及废弃物管理

废水：自设污水处理设施，统一处置生产及生活用水，达标后方能排放，进而减少废水中的有害污染物排放。

废气：使用天然气锅炉、储能或电锅炉等节能环保型锅炉，并采用天然气、蒸汽等清洁能源代替燃煤，减少有害废气的排放。

有害废弃物：本公司以生产中成药产品为核心，在生产过程中产生的有害废弃物较少。年内，公司产生的主要有害废弃物包括废旧化学试剂、含有危险废物成份的污泥（主要为中成药生产单位废水处理过程中产生）。针对产生的有害废弃物，各生产单位均严格按照本公司《危险废物管理制度》进行分类收集、储存。同时，加强对收集、储存有害废弃物的设备、设施、场所的日常管理与维护，采取防扬散、防流失、防渗漏或者其他防止污染环境的措施，严禁擅自倾倒、堆放、丢弃、遗洒，并在收集、储存场所粘贴识别标志。同时，按照国家相关规定委托有资质的第三方机构统一回收、处置有害废弃物，严格执行有害废弃物转移流程，留存转移联单等凭证。

无害废弃物：尽量使用可回收、可降解的循环材料。同时，通过优化生产工艺、提高一次合格率，进以降低包材损耗，有效减少废物产生。年内，本公司在生产过程中产生的主要无害废弃物为各类废弃包材。

粉尘与噪声：采用除尘，降噪等设备，减少粉尘及噪声对周边环境的影响。同时，对生产员工进行相应保护，保证生产作业人员的身体健康。

3.2.3 资源使用

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

公司倡导绿色办公，将低碳经营的理念融入到生产运营中，努力向办公无纸化、节能化、低碳化方向迈进，减少燃料、树木、水、电等自然资源及能源的使用。倡导绿色生产理念，在生产过程中通过完善工艺流程、提升技术含量、升级生产设备等方式，采取 LED 节能照明、安装蒸汽定时开关等措施，节约各类资源。

公司所用水资源主要来源于当地市政供水，同时，在提升用水效率方面，公司在生产环节采用循环水系统，以减少水资源的使用量，并以中水实施绿地浇灌，实现了水资源的保护及再利用，因此，水资源短缺并非本公司生产过程中的关键

制约因素。

3.2.4 保护天然资源及应对环境变化

我们始终坚持以发展与环境保护并重的理念，坚持可持续发展方针，合理利用各类资源，减少各类天然资源的使用，积极发展人工养殖替代技术，最大限度保护生态平衡，以实际行动践行环境保护，尽可能将生产经营过程中对生态系统造成的影响降至最低。公司用于生产的主要原材料为各类中药材，生产经营对于环境及天然资源无重大影响。

为保护生态环境与生物多样性，最大限度降低对生态环境的影响，公司各种养殖型子公司严格遵循绿色可持续发展要求，通过运用规范化的管理方式，严格把控播种、施肥、病虫害防治等各个环节，进而在保证中药材质量的同时，实现资源的可持续利用。

事例 1：子公司陕西麝业通过自购自养及当地农户合作，饲养林麝，同时为林麝养殖农户提供养殖技术、疾病防控等技术咨询和培训服务。

3.2.5 响应“双碳”目标

把地球升温幅度控制在 1.5 摄氏度范围内的目标已经成为全球共识，但全球范围内的减碳形势不容乐观。我国承诺将力争 2030 年前实现碳达峰、2060 年前实现碳中和，向世界发出了加速调整碳中和政策的最强音，体现了负责任大国担当和发展战略转变。碳中和计划也符合中国的核心国家利益。在当前形势下，如何在推进实现“碳达峰、碳中和”目标的进程中，既降碳、减污、增绿，又确保经济社会安全有序发展，已经成为重大时代课题。

我们认为，如何走在低碳时代的前沿，是每个行业、每个企业都必须深谋远虑、长期规划的问题。年内，公司专门研究部署，加快推动能源结构调整，坚持节能优先，全面提高能源利用效率，大量使用可再生能源，有序推进能源使用的电气化和低碳化，促进公司发展向全面绿色转型。

事例 1：基于对碳交易市场及本企业近年碳排放配额的购买、履约使用等情况进行综合分析和战略研判，为达成“十四五”期间产量大幅增长的目标，慎重考量公司作为北京市重点碳排放企业的履约成本等因素，公司于 2021 年 12 月 14 日通过北京市绿色交易所顺利完成 1 万吨的北京市碳排放权的场外转让交易。

七、创新引领发展，践行国企担当

1. 创新研发，精益求精

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

2021 年，公司科研工作按照年度计划全面开展并取得一定的科研成果。完成部分中药材资源调研及种植基地野外智能数据采集试点，实现药材种植实时监控，精准保障原料药质量水平。积极落实大品种战略，启动同仁牛黄清心丸、巴戟天寡糖胶囊等 14 个品种研究工作。深化与外部科研机构合作，汇集院士、药检部门及各大高校院所等行业专家优势资源，在名优品种培育、新产品开发、标准等方面实现产学研合作突破，促进科研成果转化。年内，在现有药效研究基础上，公司持续就同仁乌鸡白凤丸治疗高尿酸血症临床有效性和安全性进行研究，为后续的品种增加适应症奠定基础。同时将同仁乌鸡白凤丸的药效研究由治疗高尿酸血症扩展至治疗痛风，丰富产品新的经济增长点。

2. 抗击疫情，共克时艰

新冠肺炎疫情发生以来，同仁堂主动担当作为，严密落实常态化疫情防控部署，为抗疫一线捐助防疫物资，保障公司生产经营形势安全稳定，实现稳步高质量发展。

2021 年，国际疫情形势仍然严峻，国内疫情局部存在，对部分省区的正常生产经营仍然造成一定影响。公司作为药品生产企业，始终认真贯彻落实中共中央、市委市政府的相关指示精神，积极践行初心使命，迎“疫”而战，以实际行动为祖国保驾护航。在疫情反复时期，公司每一位职工各司其职、兢兢业业，生产质量、经营配送、管理保障等各个岗位有序运转。完成了作为一名中医药人的责任与使命。

2021 年，公司按照北京市委市政府、市国资委、集团公司及公司疫情防控各项要求，压实“四方责任”，强化责任担当，统筹协调、科学精准、从严抓实全系统常态化疫情防控工作。公司成立疫情防控工作领导小组及 6 个工作专班，

全力保障生产经营、疫情防控“两不误”，各单位（部门）成立以本单位（部门）负责人为组长的疫情防控工作小组，落实各项疫情防控具体举措。

公司系统上下落实疫情防控主体责任，加强疫情风险排查，严格落实常态化防控措施，加强重点场所通风消杀和重点人群管理，加强重点场所和环节的防疫管理，严格落实会议防疫责任，加强来自中高风险地区及境外进口货品的疫情防控，做好生产安排和供应链风险应对；强化员工疫情防控意识，组织员工核酸检测、合理配备防护用品，保障员工生命健康安全；在公共场所、作业场所定期开展全覆盖消杀工作；门岗进出进行多频测温；优化班车通勤线路，配备司机防护用品，严格落实消毒、测温措施；集中收集并处理废弃防疫品；实行错峰、分散就餐，减少人员聚集；加强会议室管理，优化会议形式与流程，精简会议数量与内容；组织全体员工有序开展疫苗接种，强化疫情防控工作，筑牢全民免疫屏障。

事例 1：2021 年，北京市出现了多例确诊病例。公司药酒厂退休职工积极参与大排查和居住地社区“敲门行动”，深入一线为保证人民群众生命安全和身体健康做出贡献。发挥了同仁堂人的模范作用。

事例 2：由于公司智能测温设备离门口较近，有时会影响到测温的准确性，为保障防疫安全，针对此种情况，公司及时为保安配备了 2 只手持测温仪，方便对于进入大厦体温异常的人员进行再次测温；加强监督，督促保安、保洁、会服三类重点岗位人员做好每天三次的自身体温监测及所辖区域的卫生、通风、防疫防控工作并据实填报相关记录。

3. 投身公益，贡献力量

作为社会可持续发展的一部分，公司在向社会摄取资源的同时亦积极回馈社会。我们深知，社会公益活动不只是义务，更是公司成长与发展之路的必备条件，作为同仁堂文化的继承者和传播者，公司始终将经营发展与社会责任高度融合，积极投身社会公益活动之中。作为首都国企，我们始终履行社会责任，积极参与公益事业，全体职工坚持把党史学习教育成果转化成为群众办大事的强大动力，助力乡村振兴，为全面小康贡献力量。

公司积极扶贫济困和发展慈善事业，帮助社会弱势群体，用行动诠释公益理念，尽己所能向特殊困难人群、贫困地区等伸出援手，奉献爱心。公司鼓励全员积极参与义工活动，以及环保公益活动，令员工身体力行投入社区服务，建立互

动、关怀共融的公益文化和精神。截至报告期末，本公司及下属各级党组织消费扶贫 330 余万元，帮扶建档立卡贫困人口 3 万余人，覆盖帮扶贫困人员近 4 万人。

事例 1：2021 年 10 月，公司向赤峰市下属 4 个代表旗县捐赠药品，以帮助赤峰市解决部分药品短缺问题，巩固拓展脱贫攻坚成果，助乡村振兴战略有效衔接。

事例 2：2021 年 10 月，公司党委代表来到了扎嘎斯台第一小学，将广大党员干部职工近两万元的爱心捐款进行现场捐赠。并收到了校方赠送的“真情助学弘美德，无私奉献映丹青”锦旗。爱心捐款将用于购买桌椅及文体用品等物资，帮助扎嘎斯台第一小学提高教学质量，丰富学生课余生活。

事例 3：2021 年 5 月，作为践行“不忘初心，牢记使命”主题教育活动的重要内容，公司参加了大兴消费扶贫双创中心（生物医药基地店）在公司制药厂大兴分厂举办的现场消费扶贫活动，坚持“以购代捐”、消费扶贫，积极购买扶贫产品。

事例 4：2021 年，公司制药厂大兴分厂与双创中心大兴分中心签订采购协议，通过订单式采购等多途径开辟直采渠道，尽可能减少中间环节实现一手采购，破解滞销难题，解决农产品增产不增收问题，助推巩固拓展脱贫攻坚成果；与此同时，大兴分厂党总支结合工作实际，积极开展“多一份爱心、少一户贫困”消费扶贫主题党日活动，党员群众参加扶贫产品展销，活动现场火爆热烈，当日消费额近 2 万元。

未来，公司将继续用实际行动践行初心使命，弘扬党的优良传统，助力乡村振兴，促进全民健康和全体人民共同富裕，让群众获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。

公司鼓励全员积极参与义工活动，以及环保公益活动，公司开展形式多样的环保宣传教育，鼓励员工积极参与各类节能降耗方案设计，倡导员工培养资源节约、环境友好的理念，不断提升员工环保意识。令员工身体力行投入社会服务，建立互动、关怀共融的公益文化和精神。

千里之行始于足下。对企业而言，其做大做强的“千里之行”就是从成功深入身边的社区开始的。我们深知建立良好的社区关系是为了争取社区公众对公司的了解、理解和支持，为公司创造一个良好的生存环境。社区公众更直接影响着企业其他各方面的关系，如员工关系、本地顾客关系、地方的政府关系和媒体关系等。建立良好的社区关系也是践行和谐发展理念，提升民众健康生活的重要举措。2021 年，因各地疫情反复，公司维护社区关系的活动受到了一定的限制，组织具体活动次数相对较少。未来，公司将会积极参与社区建设，在社区树立良好形象，并通过社区向更广阔的外部辐射，传播正能量，为更广大的民众带去健

康福音和关爱。

事例 1：2021 年 5 月，公司收到了来自北京市丰台区西罗园街道洋桥北里社区委员会的一封感谢信，信中表达了对公司职工见义勇为、扑灭火情行为的感激与崇敬。公司职工用实际行动彰显了同仁堂人的风范，展现了新时代同仁堂人的责任与担当。

事例 2：公司广西区域销售人员在端午节之际，参加了当地办事处所在社区组织的“当浓情端午遇上垃圾分类”公益活动。区域兼职讲师与居民分享了端午节的来源、节日习俗等知识，随后区域人员主动担任垃圾分类文明引导员，引导当地居民正确垃圾分类，并和逐渐熟络起来的居民探讨了一些常见病的中医学用药、日常养生保健等问题。通过参加此次活动，展现了区域销售人员作为同仁堂人热心公益的社会责任感。

事例 3：公司开展“垃圾分类我们一起行动——周末看桶、守桶、护桶我参与”活动，通过线上线下多种方式，激励在职干部职工积极投身到社区活动中去，营造良好的家园环境，引导社区居民在家主动垃圾分类的自觉性，提高家庭参与率和正确投放率。有助于推动全社会垃圾分类习惯养成，构建生态文明新风尚的社会环境。

八、展望 2022

2022 年，公司将继续坚持稳中求进工作总基调，以更开放的心态全面贯彻新发展理念，以更坚定的步伐全面落实“十四五”规划，以更务实的举措加速推动公司各项工作落地，齐聚全体干部职工之力，推动公司高质量发展。作为中医药传统老字号企业，公司将继续在药品生产、医药服务、回馈社会等各方面发挥企业资源与技术优势，扛重任，勇担当，持续推动中医药的传播与发扬，追求实现“零缺陷”产品与服务，为实现“健康中国”战略贡献力量。

深入挖掘品牌内涵

我们将围绕自身的主业定位、深厚的品牌历史、丰富的品种资源和多样的制药技艺，本着传承精华、守正创新的原则，深度挖掘品牌的内在调性，用大众化的语言解读品牌价值，梳理出真实的非遗故事、人物故事和品种故事。保持与时代同步，尝试以多种载体推进品牌年轻化，以更“接地气”的传播方式，赋予品牌更多时代的意蕴，将品牌文化打造成吸引更多人群关注和接受的“新时尚”，形成在同质化的市场竞争环境中独特的品牌优势。

不断提升产品质量

我们将继续坚守同仁堂人的价值观和责任感，立足产品“零缺陷”理念。不断提升生产质量和管理水平，健全质量控制体系，通过高标准的生产质量流程把控、原料药材优选、标准化种植、数字化生产、用药体验等，持续为消费者提供更加安全有效的产品。

加快推进安全绿色发展

我们将持续加强生产安全管理，持续强化安全生产标准化运行；细化双控体系建设，促进双控体系与隐患排查治理系统深度融合；推进安全教育知识中心（培训系统）建设；完善消防工作体系；建设具备较高专业素养、体系完备的安保队伍。

推进绿色发展。“十四五”期间，根据国家和北京市碳中和、碳达峰政策要求，从绿色能源和节能减碳两个方面入手，提升绿色能源利用率，从建筑、交通运输和管理等环节实现节能减碳。

打造智能型供应链体系

我们将通过精益化生产管理，优化工业制造基础；通过不断完善质量管理体系，实现管理标准化、技术标准化、工作标准化；通过投料和生产实现过程自动化、管理信息化以及数字化三个维度，提高生产过程可控性，并最终向物联化努力；通过供应商到客户实现横向端到端、客户需求到产品实现纵向端到端的全供应链信息互联，向最终实现智能制造努力。

继续践行社会责任

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

不忘初心，鞭策我们永不懈怠，牢记使命，激励我们一往无前。2022 年，我们将坚守中药人的初心和使命，发扬实干精神，定能抢抓新时代高质量发展的

重大战略机遇，实现经济运行稳中有进，主要经济指标稳中有增，内部管理有提升，转型发展有成效，以实干、实绩、实效交出满意答卷。

北京同仁堂股份有限公司

董 事 会

二零二二年三月二十四日