



北京同仁堂股份有限公司

— 2024年度 —

环境、社会和公司治理(ESG)报告

目录

董事长致辞
关于同仁堂

03 专题
05 守正创新, 御药传承:
同仁堂的文化焕新与科技赋能之路

报告附录
指标索引表
读者反馈表

97
97
101



【人參归脾丸】
益气补血, 健脾养心



【同仁大活络丸】
祛风, 舒筋, 活络, 除湿



【同仁乌鸡白凤丸】
补气养血, 调经止带



【同仁牛黄清心丸】
益气养血, 镇静安神, 化痰熄风



【五子衍宗丸】
补肾, 益精



【安宫牛黄丸】
清热解暑, 豁痰开窍

壹 稳健前行
责任治理

严管信息安全
恪守商业道德
全面风险管理
夯实公司治理
传承党建精神
可持续发展

21 26 27 31 35 37

贰 绿色制药
低碳引领

控制污染排放
应对气候变化
履责绿色运营
完善环境管理

41 43 46 49

叁 健康同行
品质为先

提升医疗可及
维护客户权益
驱动创新发展
打造卓越品质

53 58 61 63

肆 共筑未来
以人为本

保障健康安全
加强人才发展
关怀员工福祉
保障员工权益

67 72 75 80

伍 共赢发展
链动责任

赋能行业新发展
践行负责任采购
加强供应商管理

87 88 88

陆 和谐社会
和衷共济

非遗文化传承
投身公益慈善
助力乡村振兴

91 92 94

关于本报告

报告简介

本报告是北京同仁堂股份有限公司发布的第三份环境、社会和公司治理（ESG）报告，反映本公司2024年在环境、社会及公司治理方面的表现。

为方便阅读，本报告中出现的部分简称释义如下：

同仁堂股份、同仁堂、公司、本公司	指	北京同仁堂股份有限公司
同仁堂集团、集团公司	指	中国北京同仁堂（集团）有限责任公司
同仁堂科技、科技公司	指	北京同仁堂科技发展股份有限公司
同仁堂国药、国药公司	指	北京同仁堂国药有限公司
同仁堂商业、商业公司	指	北京同仁堂商业投资集团有限公司
ESG报告、本报告	指	北京同仁堂股份有限公司2024年度环境、社会和公司治理（ESG）报告
报告期	指	2024年1月1日至2024年12月31日

编制依据

本报告编制遵循《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）（征求意见稿）》、中国上市公司协会《上市公司可持续发展报告工作指南》等相关要求，参考中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS—ESG 6.0）》、全球报告倡议组织《可持续发展报告统一标准（GRI Standards 2021）》《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》（IFRS S2）、联合国可持续发展目标（SDGs）和国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》等进行编制，重点报告公司在促进社会、环境及生态、经济可持续发展等方面的工作。

报告范围

本报告以“北京同仁堂股份有限公司”为主体，包括下属分子公司。除特别说明外，本报告定性信息、定量数据均覆盖同仁堂股份及下属分子公司，报告数据时间范围为2024年1月1日至2024年12月31日。考虑到披露信息的连续性和可比性，部分信息内容可能溯及报告期外。报告中涉及的货币单位除特殊说明外，均为人民币。

报告获取

您可以通过公司网站（<https://gf.tongrentang.com>）或上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）下载本报告电子文本，并获取更多信息。如果您想进一步了解我们，可通过阅读公司年度报告或浏览公司网站补充。

联系方式

地址：北京同仁堂股份有限公司董事会办公室
邮编：100062
邮箱：tongrentang@tongrentang.com
电话：010-67179780



董事长致辞



2024年,中国正稳步踏入“十四五”规划的关键时期,于新时代,新征程的壮阔征途之上,同仁堂作为国有企业承载着驱动经济发展,守护社会民生,赓续文化血脉等多重历史使命。公司始终秉承“同修仁德,济世养生”之创立初心,于中医药领域深耕细作,矢志传承与弘扬中医药文化之精髓,竭力守护人民健康福祉。

创新驱动发展, 拥抱科技变革

在新的时代背景下, 同仁堂深知新质生产力对于企业发展的重要性。因此, 我们不断加大研发投入, 与高校、科研院所及院士团队携手共进, 加大科研项目立项, 开展新产品研发、药品上市后再评价研究等前沿探索, 致力于为广大人民提供更多优质的健康产品。同时, 我们积极拥抱数字化转型, 利用物联网、大数据、云计算等现代信息技术, 推动生产线的自动化、智能化升级, 实现降本增效, 为企业高质量发展注入强劲动力。

践行绿色理念, 推动持续发展

同仁堂始终将环境保护视为企业发展的灵魂所在。我们深度聚焦“双碳”目标战略, 持续推动ESG理念深植于公司治理与运营全链条, 致力于构建绿色、低碳、循环的生产体系; 积极推进绿色制药, 不断优化能源结构; 致力于优化生产工艺, 努力降低能耗及减少污染物排放, 力求实现经济效益与生态效益的双赢, 实现企业的可持续发展。

弘扬中医文化, 践行社会责任

中医药文化是中华民族的瑰宝, 同仁堂致力于将其发扬光大。我们持续开展“心灵呵护 快乐生活”家庭心理健康等系列教育活动, 深化民众对中医药文化和相关非遗文化的理解与认同。同时, 我们积极投身公益事业, 为偏远地区和弱势群体提供免费医疗服务和药品支持, 助力巩固拓展脱贫攻坚成果, 推进乡村振兴, 用实际行动践行企业的社会责任, 助力健康中国建设。

强化公司治理, 凝聚发展合力

同仁堂始终专注于公司治理结构的优化与治理水平的提升, 确保决策之科学性与有效性。我们加强内部管理, 优化流程, 提高运营效率和风险防控能力; 持续完善员工福利和职业发展体系, 关怀员工职业健康和安全保障; 与利益相关方保持密切沟通, 建立良好的合作关系, 凝聚各方力量, 营造和谐向上的企业文化氛围, 为企业的稳健发展奠定坚实基础。

同仁堂的每一步成长, 皆凝聚着全体同仁的辛勤汗水与智慧结晶, 更离不开股东与合作伙伴的鼎力支持与信任。未来, 我们将继续以习近平同志新时代中国特色社会主义思想为指导, 深入贯彻ESG新发展理念, 以可持续发展理念为引领, 不断提升企业的可持续发展能力, 为健康中国建设贡献卓越力量, 为实现中华民族伟大复兴的中国梦添砖加瓦。

北京同仁堂股份有限公司 董事长

邱淑兵

炮制虽繁必不敢省人工
品味虽贵必不敢减物力

同仁堂

关于同仁堂

公司简介

同仁堂品牌始创于1669年（清康熙八年），以其药品“配方独特、选料上乘、工艺精湛、疗效显著”闻名于世。历经三百五十余年薪火传承，同仁堂始终遵循“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”的古训，逐步发展成中国最具影响力的中成药生产和销售企业之一。

公司于1997年由同仁堂集团独家发起设立，同年，在上海证券交易所主板上市，证券代码600085.SH，是同仁堂集团旗下首家上市公司，拥有两家香港联交所上市子公司同仁堂科技（1666.HK）、同仁堂国药（3613.HK），以及同仁堂商业、北京同仁堂滦南药业有限公司、北京同仁堂吉林人参有限责任公司、北京同仁堂陕西麝业有限公司、北京同仁堂内蒙古中药材发展有限公司、北京同仁堂蜂业有限公司等多家子公司。

企业文化



企业价值观

同修仁德，济世养生



战略愿景

有健康需求的地方
就有同仁堂



质量追求

炮制虽繁必不敢省人工
品味虽贵必不敢减物力



制药特色

配方独特 选料上乘
工艺精湛 疗效显著

产业布局

公司主要经营中成药的生产与销售，拥有包括中药材种植、中药材加工、中成药研发、中成药生产、医药物流配送、药品批发和零售在内的完整产业链条。

常年生产的中成药超过 400 个品规，产品剂型丰富，覆盖内科、外科、妇科、儿科等类别，以安宫牛黄丸、同仁牛黄清心丸、同仁大活络丸、六味地黄丸、金匱肾气丸、同仁乌鸡白凤丸为代表的产品以及众多经典药品家喻户晓，蜚声海内外。

安宫牛黄丸

清热解毒，镇惊开窍，用于热病，邪入心包，高热惊厥，神昏谵语；中风昏迷及脑炎、脑膜炎，中毒性脑病、脑出血，败血症见上述证候者。



同仁牛黄清心丸

益气养血，镇静安神，化痰熄风。用于气血不足，痰热上扰引起：胸中郁热，惊悸虚烦，头目眩晕，中风不语，口眼歪斜，半身不遂，言语不清，神志昏迷，痰涎壅盛。



同仁堂大活络丸

祛风，舒筋，活络，除湿。用于风寒湿痹引起的肢体疼痛，手足麻木，筋脉拘挛，中风瘫痪，口眼歪斜，半身不遂，言语不清。



大山楂丸

开胃消食。用于食积内停所致的食欲不振、消化不良、脘腹胀闷。



人参健脾丸

健脾益气，和胃止泻。用于脾胃虚弱所致的饮食不化、脘闷嘈杂、恶心呕吐、腹痛便溏、不思饮食、体弱倦怠。



参苓白术散

补脾胃，益肺气。用于脾胃虚弱，食少便溏，气短咳嗽，肢倦乏力。



巴戟天寡糖胶囊

温补肾阳。用于轻中度抑郁症中医辨证属于肾阳虚证者，症见抑郁情绪、心绪低落、失眠多梦、疲倦乏力等。



苏合香丸

芳香开窍，行气止痛。用于痰迷心窍所致的痰厥昏迷、中风偏瘫、肢体不利，以及中暑、心胃气痛。



儿童清肺口服液

清肺，化痰，止咳。用于面赤身热，咳嗽，痰多，咽痛。



儿感清口服液

解表清热，宣肺化痰。用于小儿外感风寒、肺胃蕴热证，症见：发热恶寒，鼻塞流涕，咳嗽有痰，咽喉肿痛，口渴。



同仁乌鸡白凤丸

补气养血，调经止带。用于气血两亏引起：月经不调，行经腹痛，少腹冷痛，体弱乏力，腰酸腿软。



五子衍宗丸

补肾益精。用于肾虚精亏所致的阳痿不育、遗精早泄、腰痛、尿后余沥。



锁阳固精丸

温肾固精。用于肾阳不足所致的腰膝酸软、头晕耳鸣、遗精早泄。



国公酒

散风祛湿，舒筋活络。用于风寒湿邪闭阻所致的痹病，症见关节疼痛、沉重、屈伸不利、手足麻木、腰腿疼痛。



同仁御酒

同仁御酒配料源自古方，又在原药健字号产品枣仁健脑酒的基础上，经同仁堂国医大师调制而成。



2024年度重大荣誉奖项



第十五届中国上市公司
投资者关系“投资者回报奖”



2023年度中国中药企业TOP100



同仁堂商业公司选手
在全国岗位技能竞赛
(中药师岗位) 中喜获佳绩



同仁堂科技荣获
2024格隆汇金格奖
——ESG信息披露卓越企业



入选《北京市属国有控股上市公司
环境、社会及治理 (ESG)
蓝皮书 (2023-2024) 》优秀案例



2023年中国产学研合作
创新与促进奖产学研合作
创新成果奖二等奖



同仁堂制药厂荣获
“2023年度纳税信用等级A级”



同仁堂大兴分厂荣获
“绿色信用四星级”企业称号



2024北京企业百强



2024北京市制造业企业百强

2024年度ESG亮点绩效



经营业绩

营业收入

185.97 亿元

归母净利润

15.26 亿元



ESG治理

董事会是ESG事宜(含医疗保健、商业道德问题等)的最高责任机构;

将ESG风险管理融入公司整体风险管理流程中。



公司治理层面

董事会共有11名成员, 其中独立董事4名, 占比为36.36%

女性董事6名, 占比为54.55%

诚信合规、反舞弊宣贯覆盖率达100%



环境层面

同仁堂科技公司大兴分厂被评为国家级“绿色工厂”

废水、废气100%达标排放, 固体废弃物100%合规处置

公司环保投入总金额为3,439.08万元

配送中心优先选用新能源车, 新能源车辆占比76.92%

每百万营收温室气体排放总量(范围一和范围二)达6.05吨二氧化碳当量



社会层面

公司制药厂大兴分厂质量检验科获得CNAS实验室认证证书

成立药品安全委员会, 完善药物警戒管理

产品质量培训员工覆盖率达100%

研发投入为40,869.06万元, 占总营收的2.20%

公司全职员工共计17,883名, 女性员工数量达12,147, 其中女性占比达67.92%

累计困难员工帮扶达2,181人次, 获赔金额达68.7余万元

员工培训覆盖率达100%, 员工培训总投入达274.16万元

公益捐赠投入达234.22万元



御药传奇
经典中成药系列

专题

同仁堂的文化焕新与科技赋能之路
守正创新，御药传承

御药传奇

匠心制药355年

传承不凡

连续供御药188年



御药传承，“同仁堂日”焕新百年品牌新篇章

3月27日，同仁堂股份在大兴分厂启动首届“同仁堂日”系列活动。仪式上，公司发布了宣传片《同仁堂 正青春》，启动庆祝新中国成立75周年暨同仁堂创建355周年知识竞赛活动，并展示“双龙标”商标设计者庄书英捐赠画作。现场还发布《高端中成药消费者调查报告》，与永和同顺、增长动力签署市场推广与服务意向合约，并由经营分公司重点介绍御药传奇代表品种。会间还安排了诵读同仁堂赋、传唱同仁堂堂歌、传统手工搓丸、手工泛制水丸、调制鸡尾酒、御药传奇产品展示等活动。后续，同仁堂将开展全年系列活动，深化品牌、品种、品质建设，推动“同仁堂服务年”高质量落地。



科技赋能，御药创新擘画中医药现代化新图景

7月13日，第26届中国北京国际科技产业博览会在北京国家会议中心开幕，超300家国内外企业展出千余项科技创新成果。同仁堂股份进驻医药健康专题展区，以北京同仁堂中医药知识图谱和智能机器人为代表，展示了中医药行业与科技结合的创新成果，并以巴戟天寡糖胶囊作为创新产品代表，展示了在科学技术领域的探索创新，向到场观众分享老字号创新升级的新思路与新智慧。



配
方
独
特



选
料
上
乘



御药传奇, 携手故宫共启宫廷文化新篇章

10月22日, 同仁堂股份与北京故宫博物院达成合作, 双方将挖掘和弘扬首都中轴线宫廷御药文化, 通过展览、讲座等形式推广同仁堂御药传奇系列产品, 宣传中医药历史文化价值, 为首都文旅发展注入新活力。同日, 御药传奇文化展在故宫永和宫御医药馆开幕, 展示古方与皇家用药文化, 成为双方首次联合举办的原创展。



守正创新, 同仁堂药王节推进“健康中国”建设

同仁堂作为中国中医药的名片, 始终秉承着“传承精华, 守正创新”的理念, 致力于推进“健康中国”建设, 弘扬中医药文化。

同仁堂品牌创立355周年之际, 一年一度的“同仁堂药王节”盛大开启, 主题为“龙行千里送福运, 百草飘香护健康”。活动期间, 同仁堂针对不同人群开展了一系列医药健康活动, 如开展咨询讲座, 邀请专业医生和药师分享健康养生知识; 提供轻诊疗服务, 检测血压、体重、心率、血氧等; 设置健康知识问答等互动游戏, 科普医药知识又寓教于乐; 开展中医药文化普及和公益活动, 走进社区、学校、企业, 让更多的人了解中医药、受益于中医药, 将健康和幸福传递到千家万户。





中国传统二十四节气

DONG ZHI

CHINESE TRADITIONAL 24 SOLAR TERMS

冬至



Liability



稳健前行
责任治理

可持续发展	21
传承党建精神	26
夯实公司治理	27
全面风险管理	31
恪守商业道德	35
严管信息安全	37

· 人参 · Tips

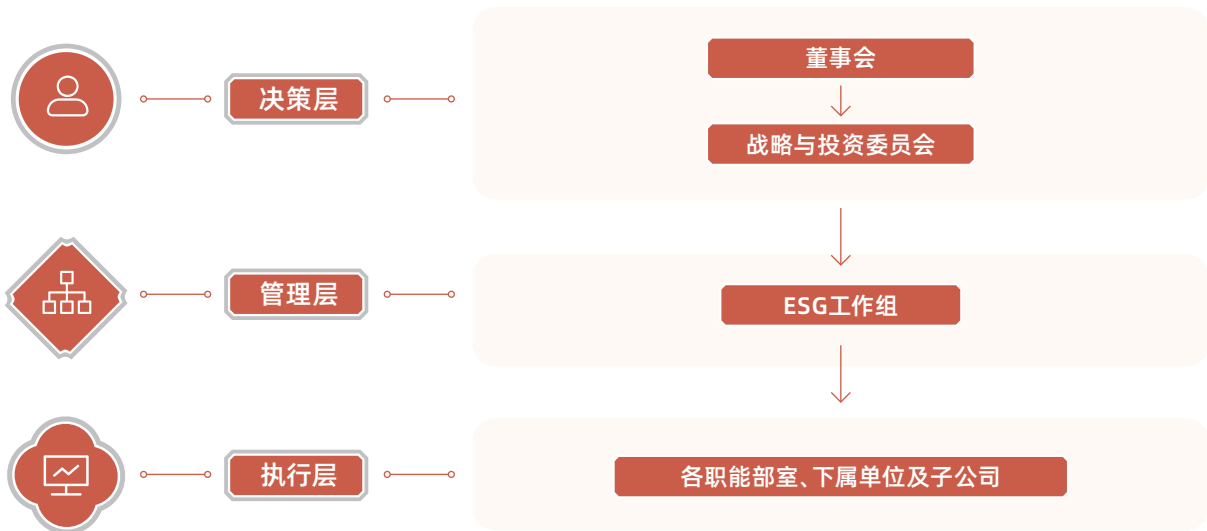
最适合在秋冬季节食用
大补元气、生津安神、补脾益肺

可持续发展

同仁堂在传承三百余年中医药文化的同时,秉持“同修仁德,济世养生”的理念,将可持续发展融入公司文化内核,并逐步完善ESG管理体系,全方位推进企业与社会、环境的和谐共生,努力书写百年老字号在新时代可持续发展的崭新篇章。

ESG管理架构

同仁堂搭建了完善的ESG管理架构,依托“决策层-管理层-执行层”三层管理架构,将ESG管理融入公司日常运营管理的各个环节,层层落实可持续发展目标,以强大的凝聚力确保全体员工秉持相同的ESG理念。



决策层面,公司董事会是ESG事宜(含医疗保健、商业道德问题等)的最高责任机构,董事会及董事会下设战略与投资委员会负责对ESG事宜的监督管理,并每年定期审议公司在医疗保健、商业道德等ESG议题方面的战略、政策及绩效表现。

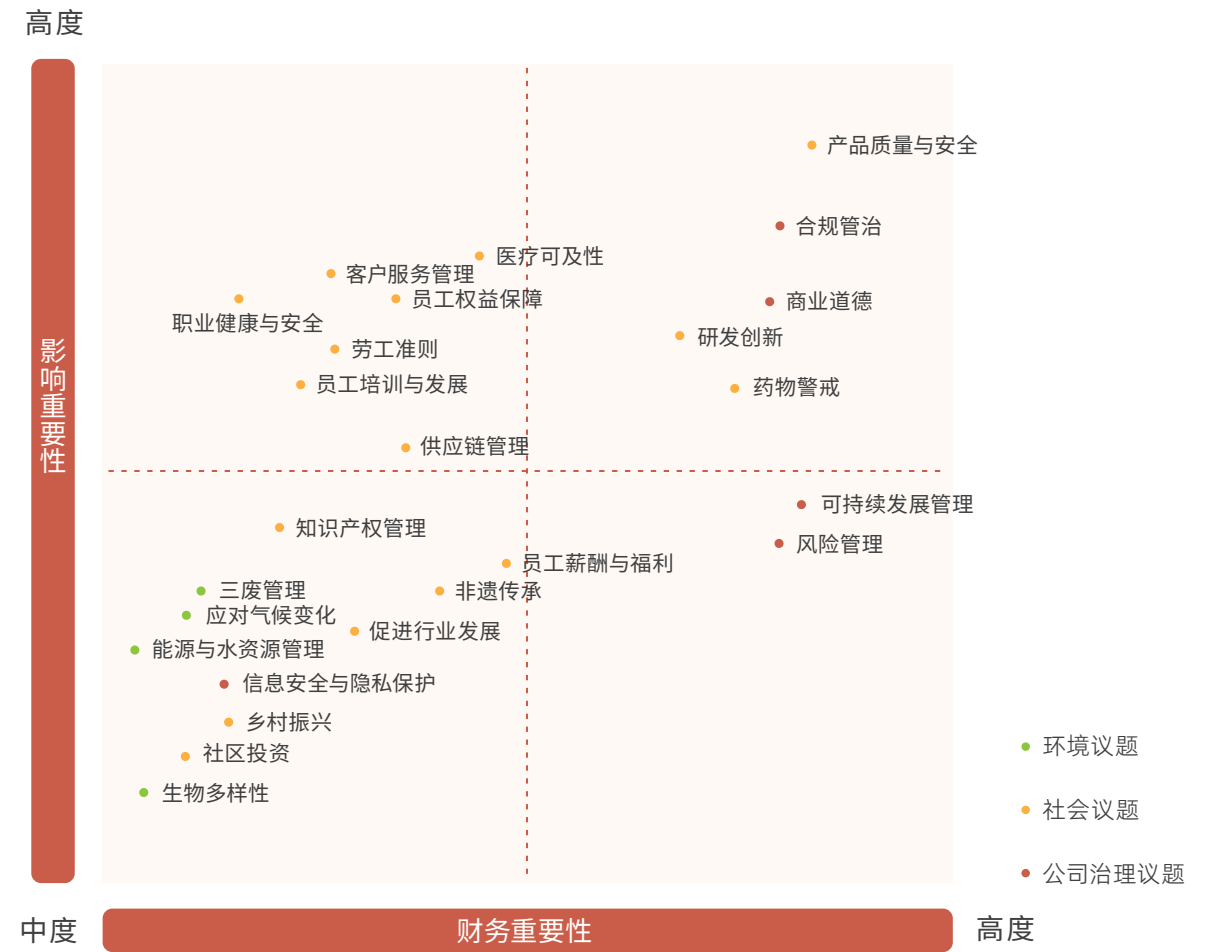
管理层面,公司内部建立了由管理层统筹组织,各职能部门按照权责分工协作负责的ESG管理机制,负责同仁堂在医疗保健、商业道德、安全环保、质量控制、员工权益等可持续发展方面的全方位管理,并持续监测公司ESG表现,全面识别与管理公司的ESG风险与机遇。同时,公司将ESG相关指标情况、ESG风险管理情况纳入管理层的绩效考核范围,促进ESG管理和业务工作深度融合。

执行层面,公司各职能部室、分支机构、子公司负责凭借自身优势初步识别ESG相关风险和机遇,配合ESG小组完成ESG相关工作,确保ESG相关工作得以高效、有序地开展,助力同仁堂在ESG领域稳步前行,实现可持续发展目标。

报告期内,同仁堂面向管理层、各职能部室、分支机构、子公司管理层及ESG信息报送人员开展了ESG专题培训,旨在提高全范围ESG管理意识,并促进公司进行高质量的ESG信息披露。

实质性议题识别与管理

同仁堂依据ESG监管要求及标准,结合行业特点,建立了ESG议题库,并按双重重要性原则识别实质性议题。公司邀请内外部利益相关方参与调研,全面分析ESG议题对财务及经济、环境、社会的影响。议题库包含25项议题,其中“产品质量与安全”“合规管治”“商业道德”“研发创新”“药物警戒”5项具有高度双重重要性,通过矩阵展示其重要性和优先级。



同仁堂2024年度实质性议题矩阵图

ESG风险管理

同仁堂在ESG风险管理领域不断探索与实践，致力于将ESG风险管理融入公司整体风险管理流程中，并加强ESG决策层和管理层的ESG风险管理意识。公司在整体战略规划中融入了ESG议题，将其目标分解为具体的工作任务和指标，落实到各相关部门与分子公司，以确保ESG工作与公司日常运营紧密结合，全方位降低ESG风险。

报告期内，公司将ESG全面融入公司整体风险管理流程中，将劳工人权、供应链管理、环境保护、安全生产、信息安全与隐私保护等ESG因素纳入《北京同仁堂股份集团风险事件库》，并按照公司《全面风险管理办法（试行）》规定开展风险识别、评估、管理工作，形成《2023年风险管理工作报告》以及《2024年重大风险定期评估表》，分析出风险应对措施，并向公司主要负责人及相关部门报送重大风险化解情况。同时，公司将ESG风险融入公司整体风险事件库中，按风险的高、中、低三个级别进行识别、梳理和统计，将风险管理纳入各单位的党建经营双考核，以考促建，提升各单位的风险防范意识和能力。

针对具有高度“双重重要性”的5项议题，我们将其“战略”“影响、风险与机遇”“指标与目标”等信息进行全面汇总，并重点针对这些议题开展ESG风险管理。

议题	战略	影响、风险与机遇	指标与目标	所在章节
产品质量与安全 	秉持“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”的古训，构建全流程质量管控体系，从源头到终端严格把控产品质量与安全。	高质量产品提升品牌声誉和消费者信任，使消费者受益。然而，原材料断供、质量波动和生产失误等风险威胁产品安全。同仁堂通过建立种植基地、直采合作、多样化供应链确保高质量原材料供应，并加强质量标准和管理模式，严格药物警戒管理，保障产品质量与安全，以扩大市场份额和提高产品可及性。	产品召回比例保持为0%； 产品质量培训员工覆盖率达100%。	品质为先，健康同行
合规管治 	积极跟进国内外医药行业法规政策，搭建全面合规管理框架，确保企业运营全程合法合规。	保障企业稳健运营，避免法律风险。通过合规运营更能获得政府支持，树立行业合规典范。	员工《个人诚信合规承诺书》签署率达100%； 供应商及合作伙伴《诚信合规协议书》签署率达100%。	责任治理，稳健前行
商业道德 	以“修合无人见，存心有天知”为道德准则，将诚信经营、质量至上融入企业灵魂，构建严谨规范的商业道德体系，以道德引领发展，塑造百年品牌信誉。	员工个人不良行为以及同行不良行为容易影响公司声誉，并购企业如与同仁堂商业道德标准不一致，具有一定商业道德风险。对此，公司严格要求员工，加强商业道德管理和宣贯，确保公司全体员工、合作伙伴保持一致的商业道德标准。	诚信合规、反舞弊宣贯覆盖率达100%。	责任治理，稳健前行
研发创新 	加大研发投入，汇聚高端科研人才，融合传统中医药理论与现代科技，推动产品创新与技术升级。	影响是提升企业核心竞争力，引领行业发展；风险是研发周期长、投入大，可能面临研发失败；机遇是研发成果转化可开辟新市场，创造新的利润增长点。	研发投入为40,869.06万元，占总营收的2.20%。	品质为先，健康同行
药物警戒 	将药物警戒视为企业运营核心要务，依照《药物警戒质量管理规范》的要求规范药品上市后安全性研究；成立药品安全委员会，下设药物警戒办公室，建成三级药物警戒管理架构。	深刻认识药品安全对公众健康和社会福祉影响重大。风险在于药品上市后可能出现不良反应及安全风险，机遇在于通过有效药物警戒保障药品安全，提升企业形象与公众信任。	完善药物警戒制度；坚决做到及时切断风险传播途径。	品质为先，健康同行

利益相关方沟通

在时代的浪潮中,公司始终坚定地承担起传承与弘扬中华优秀传统文化的使命,将“诚、德、信”作为企业发展的核心宗旨,立足全局,聚焦群众需求,积极投身社会建设,全心全意为员工谋福祉。为此,公司构建了全面且高效的沟通体系,并不断优化完善,确保与各方利益相关者始终保持紧密且良好的互动。

主要利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
股东及投资者	经营业绩稳健发展 规范运作 合理的投资回报 多渠道沟通 强化风险管控	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 保持业务和盈利高质量运营 不断提升行业地位
消费者	优质的产品供应 安全有效的产品 信息安全保护 保护消费者权益	保证产品质量与产品安全 积极应对客服投诉 保护客户信息 产品召回制度 健全药物警戒体系 构建数字化零售渠道
合作伙伴	和谐互信、互惠互利 共同发展、和谐共赢 供应链可持续发展	合规性管理、检查与反馈 进行供应商审计 建立顺畅、规范的沟通机制 严格执行招标投标制度 严格规范供应商合作与管理 践行负责任阳光采购 推进可持续性种植基地建设
员工	良好的工作环境 良好的福利待遇 提供职业发展平台 保障员工权益	推动人才招聘规范化建设 完备的薪酬福利体系 开展多元化培训 建立职业晋升路径 员工权益保护 员工关怀活动 保障员工职业健康与安全 建立民主沟通机制
社会与公众	普及健康知识 帮扶弱势群体 提高医疗可及性	传播健康理念 开展各类公益活动 践行乡村振兴、带动就业 确保药品可负担性、可获得性
政府	合规经营 依法纳税	落实监管要求 规范运营 依法、足额纳税

传承党建精神



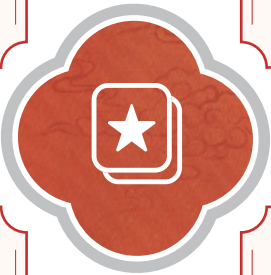
2024年,同仁堂深入贯彻落实党的二十大精神,以“同仁堂服务年”为契机,着力提升“四个服务能力”,主动融入国家和首都发展大局,确保经济运行稳中有进、经营质量稳中向好,推动高质量发展再上新台阶。公司党委、纪委纵深推进全面从严治党,强化政治监督,深化正风肃纪反腐,巩固拓展主题教育和教育整顿成果,营造风清气正的政治生态。同时,公司聚焦国企改革深化提升行动,抓实细节服务群众,快速行动服务社会,夯实基础服务职工,充分发挥党工团作用,增强凝聚力和创造力,为推进企业高质量发展提供坚强保障。

坚持党的思想

同仁堂坚持贯彻习近平同志新时代中国特色社会主义思想,持续跟进学习习近平同志系列重要讲话、重要论述和重要指示批示精神,统一思想认识,凝聚发展合力。

持续党企融合

同仁堂持续发展新质生产力、加快医药健康协同创新的实施方案,成立领导小组加强统筹协调,并分解落实国有企业改革深化提升行动方案,明确责任部门和完成时限,持续巩固改革成效。



夯实党的建设

同仁堂围绕“同仁堂服务年”等重点任务,形成一级抓一级、层层抓落实的工作机制,并制定“四带四促”产业链党建创新方案,实现“党建链”赋能“产业链”。公司细化党建业务“一本账”,促进任务、进度、责任三融合,推动“三重一大”监管系统向基层延伸,强化重大事项请示报告制度,严守政治纪律。此外,公司落实保密责任,开展保密宣传教育月活动,成立和更新保密工作委员会,全面压实保密责任。

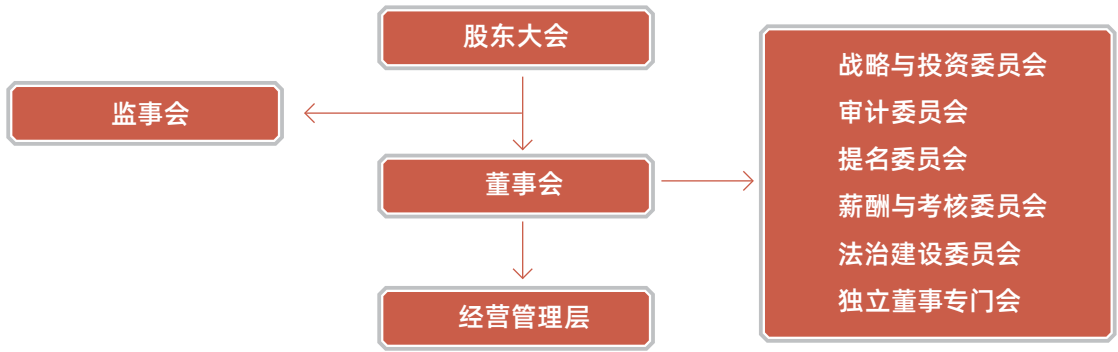
强化党的监督

党委书记围绕党纪学习教育讲授专题党课,召开3次全面警示教育大会,以案为鉴强化纪律意识,加强对“一把手”和领导班子的监督。公司开展多项专项整治,包括“酒驾醉驾”整治、安全隐患排查、营销领域腐败问题整治、国企“靠企吃企”问题“回头看”以及群众身边不正之风和腐败问题整治,全面净化政治生态。同仁堂股份党委深化日常监督,深入基层监督检查6次,开展节前提示提醒31人次,电话抽查值班值守30余次,确保纪律和监督落到实处。



公司治理

同仁堂严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》以及中国证监会《上市公司治理准则》等相关法律法规及监管要求, 建立并完善了以《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等为主要架构的规则体系和公司治理架构, 以确保公司治理协调、高效运转, 维护公司及全体股东合法权益, 保障公司可持续发展。



同仁堂公司治理架构

同仁堂董事会肩负着定战略、作决策、防风险的职责, 严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》开展工作。公司董事会下设战略与投资、审计、提名、薪酬与考核、法治建设五个专门委员会和独立董事专门会, 各专门委员会分工明确, 权责分明, 并为董事会提供高质量建议, 切实保障公司经营效率和治理水平的稳步提升。

报告期内, 公司累计召开董事会会议9次, 董事会专门委员会会议20次, 独立董事专门会议3次, 董事会成员出席率达100%。董事会成员依法出席董事会会议, 审议相关事项均通过审慎研判后进行表决, 以确保董事会决策的科学性、有效性。

同仁堂坚持以用人唯才为原则, 在董事会成员遴选的过程中充分考虑董事会多元化, 致力于在专业经验、行业经验、文化与教育背景、技能、年龄、性别等方面达到科学合理的均衡状态, 确保董事会成员来自不同背景, 拥有广泛的视角, 从而有能力做出科学、全面、高效的决策。公司独立董事严格恪守客观、公正、 独立的原则, 参与公司重大事项的决策, 维护中小股东合法权益, 以高度的责任感和敬业精神认真履行职责。截至报告期末, 公司董事会共有11名成员, 其中独立董事4名, 占比为36.36%; 女性董事6名, 占比为54.55%。除上述董事会成员外, 同仁堂另有高级管理人员5人, 其中女性1人。

报告期内

累计召开董事会会议

9次

董事会专门委员会会议

20次

独立董事专门会议

3次

董事会成员出席率达

100%

同仁堂董事会构成情况

姓名	职务	性别	年龄	任职
邱淑兵	董事长	男	50	战略与投资委员会
王春蕊	董事	女	41	
孙 恺	董事	男	42	提名委员会
黄冬梅	董事	女	45	审计委员会
张朝华	董事、总经理	女	50	法治建设委员会
温凯婷	董事、总会计师	女	47	
杨 利	董事	男	47	
乔延江	独立董事	男	68	审计委员会 薪酬与考核委员会 战略与投资委员会
王桂华	独立董事	女	63	提名委员会 薪酬与考核委员会
王 钊	独立董事	男	63	提名委员会 薪酬与考核委员会 战略与投资委员会 法治建设委员会
杨庆英	独立董事	女	70	审计委员会

为持续加强董事会履责能力, 公司董事们积极参与北京上市公司协会、上海证券交易所等组织的关于上市公司治理、财务分析、风险防范等专业培训, 持续学习上市公司规范运作相关法律法规, 定期了解宏观经济和行业趋势、监管动态等, 不断提升自身履职能力, 充分发挥专业和经验优势, 借鉴其他公司实践为公司董事会科学、高效决策提供专业化支持, 有力地保障了公司董事会的规范运作, 推动公司长期高质量发展。

投资者权益保护

同仁堂致力于通过高质量信息披露,加强与股东、潜在投资者的沟通,以提升公司透明度。公司依据《中华人民共和国公司法》《上市公司投资者关系管理工作指引》《上市公司信息披露管理办法》等有关法律法规、规范性文件的要求,制定了《信息披露事务管理制度》。

公司秉持着“合规性、平等性、主动性、诚实守信”的原则,依法履行信息披露义务,主动、诚信地开展投资者关系管理活动,并平等对待所有投资者,尤其是为中小投资者参与活动创造机会、提供便利。



报告期内,公司共举办3次股东会,累计参会人数约330人次;共接待21次机构、分析师调研,累计接待投资者调研约150人次;组织“同仁堂开放日”以及“我是股东·价值十年”走进同仁堂投资者交流活动,接待投资者现场参观调研约100人次;同时,公司共召开3次业绩说明会,发布84项公告及文件,回复70余条投资者问询。报告期内未发生任何因违反信息披露规定而受到处罚的事件。

报告期内			
 共举办股东会	接待机构、分析师调研	接待投资者现场参观调研	发布公告及文件
3次	21次	100人次	84项
累计参会人数约	累计接待投资者调研	召开业绩说明会	回复投资者问询
330人次	150人次	3次	70余条



投资者交流活动现场

全面风险管理

风险管控

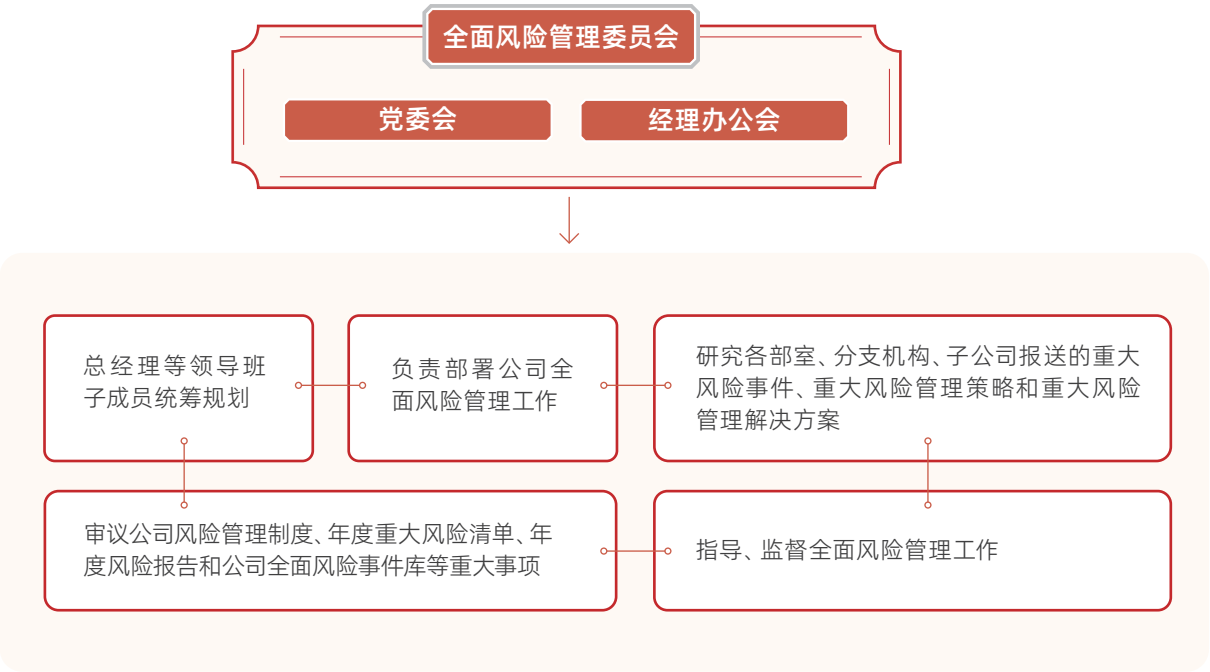
为持续提升同仁堂全面风险管理工作水平, 防范化解重大风险, 落实风险管理责任, 公司搭建了完善的风险管理体系, 确保在复杂多变的市场环境中, 风险管理工作得以高效、有序地推进, 为公司的持续健康发展保驾护航。

风险管理制度

公司制定了全面且细致的风险管理制度, 如《全面风险管理办法(试行)》《重大风险事件报告实施细则(试行)》等。这些制度从风险识别、评估到应对、监控的全流程, 明确了各环节的操作规范和标准, 为风险管理工作提供了坚实的制度基础。

风险管理组织架构

同仁堂设立全面风险管理委员会。全面风险管理委员会自党委会、经理办公会向下延伸, 由总经理等领导班子成员统筹规划, 负责部署公司全面风险管理工作, 研究各部室、分支机构、子公司报送的重大风险事件、重大风险管理策略和重大风险管理解决方案, 审议公司风险管理制度、年度重大风险清单、年度风险报告和公司全面风险事件库等重大事项, 指导、监督全面风险管理工作。



风险管理三道防线

为有序开展全面风险管理工作, 明确职责分工, 公司形成了“风险管理三道防线”。

第一道防线	第二道防线	第三道防线
公司各部室、各单位	法律合规部	审计部
制定日常风险与重大风险管理策略, 制定落实风险防控措施;	牵头负责开展公司全面风险管理工作, 制定全面风险管理制度;	负责监督公司各部室、各单位开展全面风险管理工作;
收集所涉风险信息、开展风险评估, 及时上报风险防控进度;	开展重大风险评估工作并进行后期跟踪;	全面识别、评估和分析内外部风险, 开展常态化内控季度自查, 优化内控体系建设。
参与风险管理相关监督、检查和培训工作。	编制公司年度全面风险管理工作报告;	
	建立、更新公司全面风险事件库;	
	组织开展相关风险管理培训。	

风险管理文化建设

同仁堂致力于培养良好的风险管理文化, 推动全面风险管理。公司全体员工需了解职责相关风险, 增强风险意识, 及时报告隐患。为此, 公司提供了风险管理制度、培训和宣贯, 重点对领导班子和风险管理负责人进行专项培训。



案例：防范企业用工风险——《中华人民共和国劳动合同法》专题实务培训

公司致力于将ESG风险管理融入公司全面风险管理中, 并对应加强公司全体员工的ESG风险管理意识。2024年11月, 公司组织开展《中华人民共和国劳动合同法》专题实务培训, 培训覆盖公司本部各部室、各单位的领导班子、风险管理负责人, 参与人数达47人。

2024年11月

参与人数达

47人



《中华人民共和国劳动合同法》专题实务培训现场

内部控制

公司制定了《内部控制制度》《内部经济责任审计工作管理办法》等制度，并持续推进内控体系建设工作，加强内控建设专题培训，以全面健全公司内部控制，确保企业经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实、准确、完整，促进企业实现持续、健康、稳定发展。

公司于2022年启动了内控体系建设项目，并成立了由董事长担任组长的内控体系建设领导小组，下设内控建设办公室，有序开展内控体系建设工作。报告期内，公司完成了《2023年度内控体系工作报告》；季度性对公司及分支机构进行现场交流工作，基于职责、制度及业务实际等明确内控流程修改重点；针对不同业务建立专项《内部控制手册》，助力公司内控体系建设的顺利推进。

报告期内，公司组织开展内部控制及风险管理相关培训达14次，参训员工达378人，培训总小时数达1,134小时。



案例：内控手册实务操作暨风险管理培训

报告期内，公司携专业第三方机构就内控建设项目进行风险管理培训交流，该培训交流会覆盖公司本部及各部室、各单位全体管理层人员，参与人数达142人。

报告期内
参与人数达
142人



内控手册实务操作暨风险管理培训交流现场

税务管理

同仁堂积极响应国家税务政策，严格遵守《中华人民共和国税收征收管理法》《中华人民共和国企业所得税法实施条例》等国家法律以及《企业内部控制基本规范》等国家行政法规，结合公司具体情况制定了《税务管理办法》，以加强税务管理工作，规范税务管理行为。公司财务部门负责统筹税务相关工作，包括但不限于开展税务风险识别、分析、评价与应对等，确保税务工作的规范性和安全性等。

在税务风险管理方面，公司按照《财务风险控制办法》相关规定，定期开展税务风险评估。公司由财务部门及各职能部门协同，全面、系统、持续地收集内部和外部相关信息，通过风险识别、风险分析、风险评价等步骤，及时识别和评估原有风险的变化情况以及新产生的税务风险，并分析和描述风险发生的可能性和条件，评价风险对公司实现税务管理目标的影响程度，从而确定风险管理的优先顺序和应对策略。

同时，公司加强与税务部门的沟通交流，及时了解税收政策动态和监管要求，确保公司税务处理与税务机关的标准和期望保持一致，减少税务风险的不确定性。对于子公司税务，公司通过内部监督检查，及时发现子公司在税务管理方面存在的问题和风险，督促其整改，以确保公司税务工作的规范性和一致性。

恪守商业道德

合规运营

为全方位推进公司诚信合规建设,提升整体运营水平,公司在制度体系、文化建设、机制建设等方面均采取了一系列切实可行的措施。我们每年对公司所有业务开展一次包含商业道德在内的内部审计,以保障公司合规运营。

合规制度体系

公司制定了《诚信合规举报管理办法(试行)》《诚信合规尽职调查管理实施细则(试行)》《诚信合规审查实施细则(试行)》等合规运营类制度,以期有效防范和控制诚信合规风险,及时发现和纠正违规行为。

合规文化建设

公司强化内外部利益相关方的合规文化建设。对内,定期召开合规会议,开展《诚信合规行为准则》培训,员工签署诚信合规承诺书,提升合规意识。对外,要求供应商及合作伙伴签订《诚信合规协议书》,确保供应链合规,推动行业可持续发展。报告期内,公司员工《诚信合规承诺书》签署执行率达100%,供应商及合作伙伴《诚信合规协议书》签署执行率达100%。

合规举报通道

公司鼓励员工和商业伙伴等合作方通过诚信合规举报通道举报其知悉的涉嫌违规行为,对举报人、被举报人的身份信息进行严格保密,并公平对待被举报的单位和个人,禁止以任何形式对举报人实施打击报复,包括但不限于联合抵制、骚扰、拒绝交易,或在绩效考评和职业发展中给予歧视待遇、恶意差评。

报告期内

公司员工《诚信合规承诺书》
签署执行率

100%

供应商及合作伙伴《诚信合规
协议书》签署执行率

100%

诚信合规举报范围

公司通过诚信合规举报渠道受理违反质量管理、知识产权保护、反贿赂和反舞弊、安全环保、国有资产监管、公司治理、反垄断和反不正当竞争、数据安全、工作场所行为、财务税收、劳动用工、网络信息安全、个人信息保护、消费者权益保护等领域的诚信合规义务的行为。

诚信合规举报通道



举报电话: 010-67179780



举报邮箱: tongrentang@tongrentang.com

反贪污腐败

公司始终坚守廉洁底线,对贪污和舞弊行为采取“零容忍”的坚决态度,全力抵制任何通过不正当手段谋取私利、破坏公平竞争秩序的行为,并将廉洁经营理念全方位融入公司日常运营。

反贪腐制度体系

为有效防控贪污与舞弊风险,公司分别制定了《反贿赂专项诚信合规管理手册(试行)》以及《反舞弊专项合规手册(试行)》。这些手册梳理了具体业务中的相关风险,同时,详细阐述了公司在反贪污腐败方面的坚定立场与具体要求,为全体员工在复杂的经营管理活动中精准识别风险提供了清晰指引。

反贪腐举报与投诉

在反贪污腐败的制度体系搭建的基础上,公司严格规定了业务流程与工作标准,并建立了多维度、全覆盖的举报与投诉机制。公司鼓励内部员工、合作伙伴以及社会公众积极参与监督。对于查证属实的违规行为,严格依照相关制度规定,严肃追究违规者的责任,绝不姑息迁就,情节严重的,坚决移交司法机关处理。反贪污举报投诉以及举报人保护制度请参考本报告“合规举报通道”部分。

反贪腐文化建设

同仁堂始终致力于守正经营,积极培育廉洁文化,要求全体员工不仅要严格遵守国家法律法规和公司内部制度,更要秉持高尚的职业道德和道德规范。

公司通过定期组织廉洁培训、发布廉洁宣传资料、开展典型案例警示教育等多种方式,持续强化员工的廉洁意识和合规观念。

供应链反贪腐

在商业合作中,同仁堂始终将反腐败工作视为重中之重。同仁堂向商业合作伙伴传达了坚决抵制贪污腐败的明确态度,与其签订《诚信合规协议书》,该协议中详细包含反贪污腐败相关内容:甲乙双方及其员工不得通过直接或间接提供不正当利益的方式进行商业贿赂,从而对相互关系施加任何不当影响。通过这一协议书,同仁堂也为双方合作设定了清晰的道德与合规底线。

严管信息安全

公司始终秉持“坚持党委领导、分级管理、归属负责”以及“统筹规划，分步实施”的管理原则，严格遵循《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规，结合实际制定《网络安全事件应急预案》《数据安全管理制度》《党委网络安全工作责任制实施办法》等制度，推进网络安全体系建设，确保数字化时代安全稳定运营。

为进一步加强网络安全管理，公司专门设立了网络安全和信息化工作委员会，并在委员会之下特别设立网络安全领导小组，具体负责组织开展各项网络安全工作。

信息安全管理措施



网络安全责任制

- 公司各子公司、分支机构均签署了《2024 年网络与数据安全责任承诺书》



网络安全风险管理

- 对标网络安全风险隐患自查标准清单，结合公司实际组织开展风险隐患整改，持续提升网络安全风险管理



网络安全常态化管理

- 持续开展7*24小时网络安全监测及风险研判，及时发现处置网络安全风险
- 关注国家信息安全漏洞共享平台，及时接收上级网络安全预警通知，及时组织开展专项网络安全风险隐患排查
- 依据网络资产登记信息，按时开展网络资产安全扫描，及时分析扫描数据，并下发预警通知



网络安全宣传培训

- 召开网络安全领导小组季度工作例会4次，集中学习网络安全知识
- 开展网络安全教育培训，持续提升员工网络安全意识及专业岗位工作技能，累计参与5,033人次



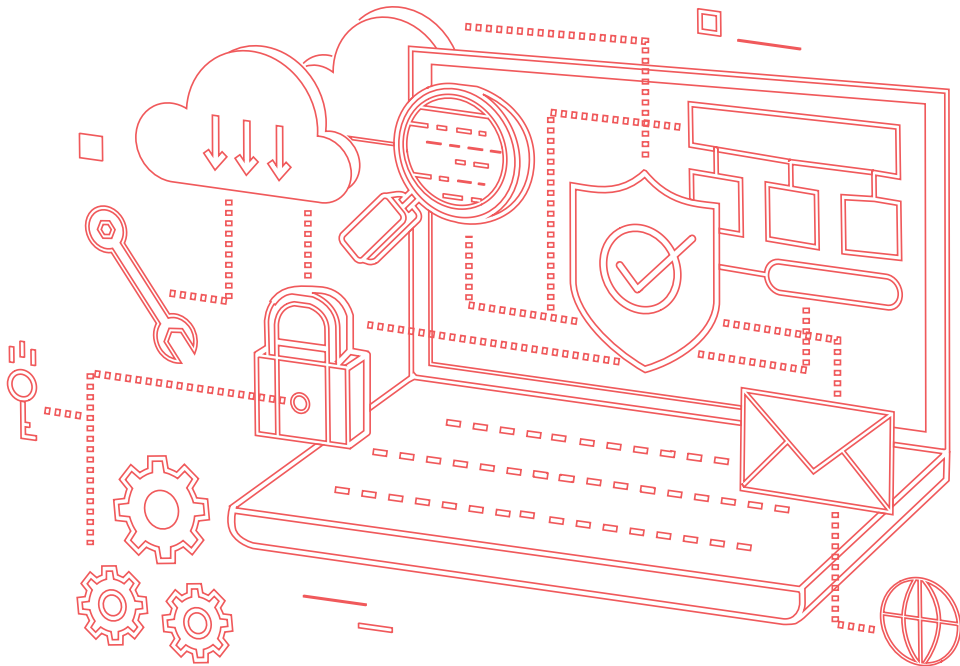
制定应急预案

- 制定并实施完善的信息安全事件应急预案，组织应急演练，确保在安全事件发生时能够迅速、有效地响应和处理



案例：网络信息安全培训

报告期内，公司面向全体员工开展了《网络安全宣贯培训》《日常办公场景下的网络安全意识专项培训》以及《网络安全宣传周培训》，包括《中华人民共和国网络安全法》宣贯、强化员工攻防演练安全意识，防范AI 诈骗金融知识科普等内容，以提高员工个人信息及数据网络安全意识。



中国传统二十四节气

JING ZHE

CHINESE TRADITIONAL 24 SOLAR TERMS

惊蛰



绿色制药
低碳引领



完善环境管理	41
履责绿色运营	43
应对气候变化	46
控制污染排放	49

· 当归 · Tips

一年四季都可食用
补血养颜、调经止痛、润肠通便

完善环境管理

同仁堂将环境管理视为企业发展的关键支柱。公司搭建起科学完备的环境管理体系，从源头把控环境影响因素。公司建立了严谨的环境风险管理机制，精准识别、评估并化解各类潜在风险。公司将环境管理落到实处，为生态环境的稳定与改善贡献力量。

环境管理体系

同仁堂坚持预防为主、综合治理、公众参与、损害担责的环保原则，严格遵守《中华人民共和国环境保护法》，制定《环境保护责任制度》等内部制度，设立专职环保管理人员，统筹各分厂环境管理，形成上下联动机制。各生产厂建立职责清晰的环境管理架构，管控日常环保工作。报告期内，公司无重大环境事故及投诉处罚。

为切实有效落实环境管理，公司制定整体环境管理目标，有计划、有步骤地加以实施。截至2024年末，废水、废气100%达标排放，固体废弃物100%合规处置的目标均已完成。

公司贯彻清洁生产，不断采取改进设计、使用清洁的能源和原料、采用先进的工艺技术与设备、改善管理、综合利用等措施，从源头削减污染，提高资源利用效率，减少或者避免生产、服务和产品使用过程中污染物的产生和排放。2024年，北京同仁堂股份有限公司同仁堂制药厂大兴分厂荣获绿色信用四星级企业，北京同仁堂科技发展股份有限公司制药厂大兴分厂被评为国家级“绿色工厂”。报告期内，公司环保投入总金额为3,439.08万元。

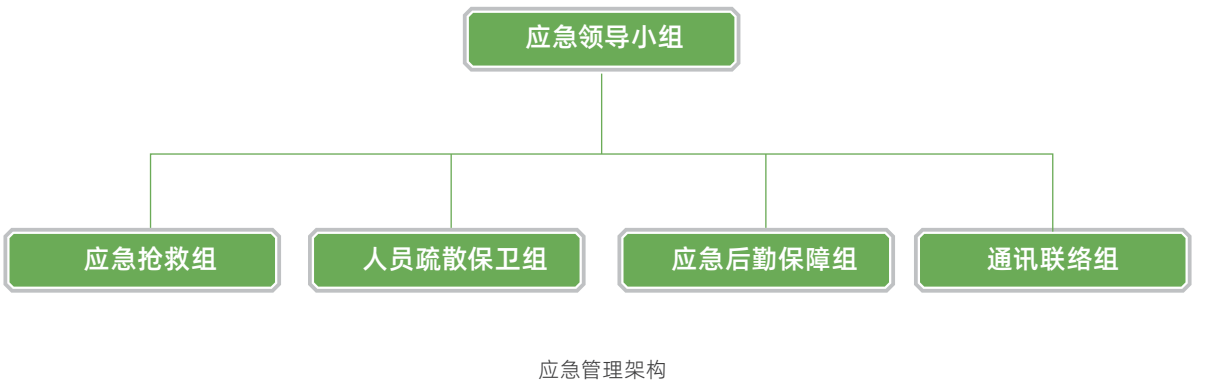


荣获绿色信用四星级企业

报告期内
公司环保投入总金额为
3,439.08 万元

环境风险管理

同仁堂秉持“未雨绸缪、防患未然”的理念，在日常运营中，深入开展环保巡查，全面排查潜在风险点。各生产单位均制定了专属的《突发环境事件应急预案》，清晰界定各部门在应急响应中的职责。公司组建以主要负责人为组长的编制工作组，定期组织培训与实战演练，不断提升应对突发环境事件的能力。报告期内，公司未发生重大环境风险事件。



案例：同仁堂药酒厂开展消防演练

同仁堂高度重视环境风险防控，药酒厂积极组织2024年酒库消防应急演练。演练中人员响应迅速，疏散、灭火、物资保障等环节紧密协同、高效推进。演练后及时进行演练情况分析，并落实改进不足之处，保障公司环境应急管理机制的有效性，助力公司稳健发展。



履责绿色运营

同仁堂全力推进绿色运营,持续优化能源结构,提高能源利用效率;推进水资源的循环利用,降低水资源消耗;重视生物多样性保护,全方位推动绿色发展。报告期内,同仁堂亦庄分厂通过清洁生产审核评估。

能源管理

同仁堂秉持绿色发展理念,将能源管理视为推动自身长远进步的核心要素。公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国清洁生产促进法》和《中华人民共和国可再生能源法》等有关法律法规,制定《能源管理办法》内部制度,进一步落实节约资源、保护环境的国策,加强能源、能源计量管理工作。公司工装环保部负责能源管理的领导统筹工作,各分支机构主管负责人为本单位能源管理负责人,同时设立负责能源管理和能源计量的专责岗位,形成完善的能源管理架构。

公司积极淘汰落后用能设备及生产工艺,更换高效节能设备,退出污染较大、能耗较高、落后的生产工艺;开展节能技术改造,优化用能结构;提高节能管理能力。公司制定相应的奖惩措施,充分调动全体员工节能降耗工作的积极性和创造性。

节能减排具体举措



北分厂优先选择纯电公务车,并在厂内使用电动叉车,不使用加油叉车



北分厂淘汰燃煤锅炉,使用天然气一体化供热设备



亦庄分厂更换节能LED照明,预计年度节约102,600度电



配送中心库房和办公区域用电量进行控制,对库房内主要耗电来源空调机组根据天气进行控制



配送中心优先选用新能源车,新能源车辆占比76.92%



药酒厂推进分布式光伏发电项目,预计年均发电量约10.89万度



大兴分厂计划推行与建筑物完美结合成太阳能光伏发电系统,进一步提升厂区节能建设,预计年均发电量约为247.27万千瓦时

为增强本单位全体干部职工节能意识及节能能力,公司在全国节能宣传周期间组织开展专业培训,鼓励各分支机构进行节能法规及节能控制措施的专项培训,提高节能管理能力,保证节能理念对所有员工全面覆盖。

报告期内,同仁堂能源消耗数据如下:

	单位	2024年
天然气	万立方米	1,583.62
柴油	吨	21.94
汽油	吨	77.17
蒸汽	吨	75,854.00
热力	百万千焦	88,398.73
电力	万千瓦时	11,091.83
能源消耗总量	吨标准煤	33,020.48

注: 能源类数据统计范围为北京同仁堂股份有限公司及其子公司同仁堂科技、同仁堂国药。

水资源管理

同仁堂始终秉持绿色发展与资源高效利用的理念,将水资源管理视作企业可持续发展的关键一环。公司严格遵循《中华人民共和国水法》等法律法规及地方政策,下属生产单位根据自身情况制定《节水管理制度》,有序开展水资源管理工作。公司依托市政供水,通过搭建循环水系统、利用中水浇灌绿地、维护用水设备、倡导多次用水以及加强节水宣传等一系列措施,有效降低水资源消耗,提升利用效率。公司以实际行动践行节水理念,为建设节水型社会,推动企业与社会的协同可持续发展贡献力量。报告期内,同仁堂水资源使用量为1,593,589.25立方米。



同仁堂北分厂循环用水措施

厂区有自建污水处理站，经过污水处理站处理过后的中水收集到一个自建的3,500立方米的池塘，平时用于观赏、浇灌绿化等功效。



厂区内设有冷却塔，对冷却水进行循环使用，减少了对冷却水的补充使用。

在开水器旁设置尾水回收水箱及剩水回收桶，做到尾水的二次利用。



包装管理

同仁堂严格把控包装材料源头，优先选用可降解、可循环、无污染的纸质及二氧化硅玻璃瓶等包材，减少使用量。各生产单位依季度、月度计划精准计算采购量，降低物料囤积损耗，提升包材利用率。公司积极改进产品包装，促进包装减量化，为公司绿色转型贡献力量。

生物多样性

同仁堂始终秉持尊重自然、顺应自然、保护自然的生态文明理念，严格遵守《中华人民共和国野生动物保护法》等法律法规，合理利用资源，全力保护野生动植物。通过积极探索人工养殖替代技术，减少对野生资源的依赖。公司用切实际行动，为维护生物多样性、共建地球生命共同体贡献力量，推动人与自然是和谐共生迈向新高度。

公司积极推进生物多样性保护，针对濒危珍稀药材资源提前布局，推行生态友好的中药材种植模式，力求生态与经济的良性循环。各药材种植子公司科学选址，严格把控种植环节，规范农资使用，降低对生态系统的影响。公司以务实行动，为维护生物多样性、构建人与自然是和谐共生的美好未来添砖加瓦。

应对气候变化



同仁堂贯彻新发展理念，将碳达峰、碳中和纳入企业发展全局，以绿色低碳发展转型为引领，着力业务结构布局和调整。

气候变化管理

同仁堂积极响应全球气候变化挑战，建立完善的气候变化治理架构，推动可持续发展和绿色转型。公司建立碳达峰工作领导小组组长、副组长、本部各部室负责人及各分支机构主要负责人的治理架构，明确各职能部门的管理职责，明确各下属单位及各子公司的执行责任，稳步推进公司绿色转型。

同仁堂气候治理框架



碳达峰工作领导小组组长、副组长
监督和管理《碳达峰行动方案》的运行情况；监控和测量气候变化相关指标；联动和协调各相关部门，做好各项工作。



本部各部室负责人、各分支机构主要负责人
持续落实和推进公司绿色低碳转型行动，收集和披露相关数据、信息。

公司力争“十五五”期间，绿色低碳循环发展取得显著成效，产业结构与布局进一步优化，能耗强度、二氧化碳排放强度持续下降，能源利用效率达到国内先进水平。到2030年，可再生能源消费比重达到25%以上，万元收入二氧化碳排放下降确保完成国家下达目标，顺利实现 2030 年前碳达峰目标。

报告期内，同仁堂温室气体排放总量达112,560.73吨二氧化碳当量，其中范围一排放达34,974.17吨二氧化碳当量，范围二排放达77,586.56吨二氧化碳当量。每百万营收温室气体排放总量（范围一和范围二）达6.05吨二氧化碳当量。

温室气体	单位	2024年
范围一	tCO ₂ e	34,974.17
范围二	tCO ₂ e	77,586.56
温室气体排放总量（范围一+范围二）	tCO ₂ e	112,560.73
温室气体排放强度（总量/每百万营收）	tCO ₂ e	6.05

注:温室气体排放类数据统计范围为北京同仁堂股份有限公司及其子公司同仁堂科技、同仁堂国药。

气候风险和机遇识别

气候变化已成为全球性的议题，公司坚持立足实际、安全降碳，着力化解各类风险隐患，掌握各类风险机遇。报告期内，公司对气候风险与机遇从影响周期和可能造成的财务影响进行识别和评估。

风险/机遇描述		影响周期	潜在财务影响	应对措施
物理风险	急性物理风险	与天气有关的事件，如风暴、洪水可能会影响药品生产和门店运营；供应链可能供给不及时。	长期	设施受损 供应链中断
	慢性物理风险	长期的降水与温度变化，可能会使药品存储环境不稳定；水供应减少、生物多样性丧失和土壤生产力变化，可能破坏原材料供应。	长期	生产成本上升 供应链稳定性降低
转型风险	政策	随着国家“双碳”目标推进，政策可能会加大力度要求公司节能减排，若未能及时响应，可能面临限产、罚款。	中期	增加运营成本 生产能力下降
	技术	公司进行技术革新，如果无法及时采用节能、适应气候变化的新技术，不仅生产成本会因高能耗、原料波动上升，还可能因产品不合新环保标准，失去市场竞争力。	中期	减少市场占有率 增加运营成本
机遇	资源效率	通过节能技术降低能耗，循环利用水资源，高效管理原材料提升利用率，能降低成本。	中期	运营成本减少 风险管理能力增加
	产品与服务	气候变化可能导致疾病种类的增加，公司研发制造针对性的药品，满足健康需求，提升市场占有率。	中期	市场份额增加 营业收入增加

公司坚持创新驱动、科技支撑。充分发挥企业创新主体作用，强化科技创新、技术创新、管理创新的减碳潜力，推动能源消费结构调整，以数字化智能化提升赋能绿色化，夯实绿色低碳能力建设。

同仁堂六大减排战略



控制污染排放

同仁堂始终秉持“绿色发展，责任先行”的理念，深刻认识到企业发展与生态环境保护紧密相连。公司全过程管理废弃物的产生、存储和处置，废水、废气和噪声均达标合规排放。公司以切实行动全方位构筑污染防控体系，为生态环境保驾护航。

废弃物管理

同仁堂高度重视废弃物管理工作。严格遵循《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，各生产单位制定《固体废弃物管理规程》《危险废弃物管理制度》等内部制度，明确废弃物的管理、收集和处理方法。公司设置专门的部门和负责人负责单位无害废物和有害废物分类、收集、贮存、处置等工作的监督、检查。截至报告期末，同仁堂设置固体废弃物100%合规处置的目标已完成。

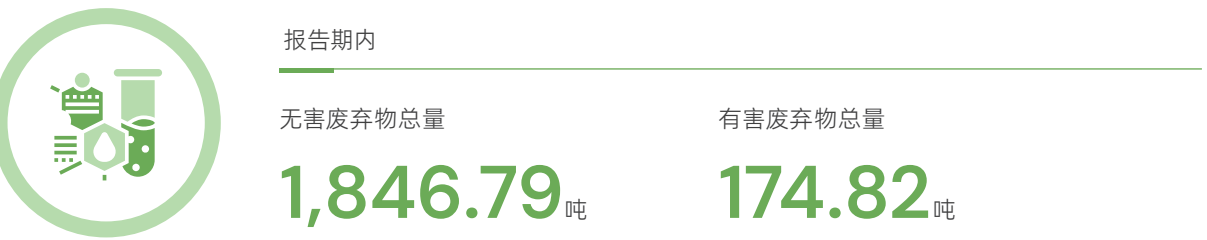
截至2024年末

固体废弃物合规处置

100%

公司的无害废弃物主要为办公及生活垃圾，由有资质的第三方进行清运。公司全过程严格管控危险废弃物的产生、入库、出库台账，选取有运输和处置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。针对产生的有害废弃物，各生产单位均严格按照公司《危险废弃物管理制度》进行分类收集、储存；依照《危险废物贮存污染控制标准》和《危险废物识别标志设置技术规范》，在各分支机构设置危废存放室，并在对应位置张贴各种识别标志。公司加强对收集、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。

公司通过优化生产工艺、提高一次合格率，以降低包材损耗，有效减少无害废物产生。公司不断优化生产设备，淘汰老旧设备设施，提高成品率，减少废药产生。报告期内，同仁堂无害废弃物总量1,846.79吨，有害废弃物总量174.82吨。



注：控制污染排放章节数据（废水、废气）统计范围为北京同仁堂股份有限公司及其子公司同仁堂科技。
废弃物数据统计范围为北京同仁堂股份有限公司及其子公司同仁堂科技、同仁堂国药。

废水管理

同仁堂严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》等法律法规，各生产单位根据自身情况制定《污水处理站管理制度》，建设先进的废水处理设施和优化废水处理工艺保证废水合规排放。公司污水处理站执行24小时值班制度，确保废水处理系统稳定、有效运行。截至报告期末，同仁堂废水排放量共计1,256,900.00吨，废水100%达标排放的目标已完成。

废气管理

同仁堂严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规，秉持绿色发展与生态担当的理念。公司积极采用天然气锅炉、储能或电锅炉等节能设备，以天然气、蒸汽等清洁能源替代燃煤，大幅削减化石能源消耗与有害废气排放。公司实时监测车间、食堂、化验室屋顶废气排放，同时强化生产废气无害化处理流程。截至报告期末，同仁堂设置废气100%达标排放目标已完成。

报告期内，废水中主要污染物排放情况统计如下：

	单位	2024年
悬浮粒子与颗粒物 (PM) 排放量	KG	80.40
硫氧化物排放量	KG	8.00
氮氧化物排放量	KG	27,000.49
挥发性有机物 (VOCs) 排放量	KG	372.10

噪声管理

同仁堂重视噪声污染管理工作。公司严格遵守《中华人民共和国噪声污染防治法》等法规及国家标准，构建起全面的噪声管控体系。公司定期对噪声开展监测，各生产单位在产生噪声的厂房设置隔声间、减振垫等有效防治设施。报告期内，各分厂噪声防治措施平稳运行，噪声排放完全符合标准限值规定。

报告期内，废水中主要污染物排放情况统计如下：

	单位	2024年
废水排放总量	吨	1,256,900.00
化学需氧量 (COD) 排放量	KG	86,710.00
氨氮排放量	KG	3,680.00



同仁堂大兴分厂屋顶废气监测

截至报告期末

100%

废气达标排放
已完成目标

中国传统二十四节气

QING MING

CHINESE TRADITIONAL 24 SOLAR TERMS

清明



7 经济适用的
清洁能源



9 产业、创新和
基础设施



12 负责任
消费和生产



17 促进目标实现的
伙伴关系

品质为先



健康同行

打造卓越品质	53
驱动创新发展	58
维护客户权益	61
提升医疗可及	63

· 黄芪 · Tips

一年四季都可食用
补气固表、利水消肿、托毒生肌

打造卓越品质

同仁堂将品质视为企业的生命线与立足之本。公司全力打造完善的质量管理体系，严格把控质量风险，通过精准的药物警戒、高效的产品追溯体系建设以及及时妥善的质量事件处理，全方位保障产品品质。

质量管理体系

同仁堂秉持“质量至上，生命为本”的理念，将质量管理视为企业发展的基石。公司明确各级人员质量管理职责，实施质量工作厂长（总经理）负责制，生产厂有关键人员进行负责，其通过转授权的方式，执行并落实质量管理工作。公司严格遵循《中华人民共和国药品管理法》《药品生产质量管理规范（GMP）》《药品生产监督管理办法》等法律法规开展业务，制定《产品与服务及过程控制质量管理制度》，加大质量控制力度，提高产品与服务及过程控制质量。公司参照ISO系列标准等现代质量管理手段，建立健全GMP、GSP质量管理体系，覆盖率为100%，该系列质量管理体系已获得医药行业广泛接受与认可，以确保产品全生命周期的质量和安全。

为确保公司质量体系的有效性，公司制定《质量检查工作实施办法》等制度，对质量管理体系运行情况、相关标准规范实施情况、产品和服务质量及过程控制、质量事件处理情况等进行定期监督和检查。

质量风险管控

同仁堂开展全过程的质量风险管控，制定《质量风险管理规程》，开展质量风险排查与飞行检查，通过动态、深入的监管方式，及时发现并消除潜在质量隐患，确保质量管理覆盖无盲区。公司明确质量控制管理的流程，通过严格审批流程，产品工艺确保符合GMP有关生产管理的规定，新生产工艺与生产设备、生产组织流程进行有效匹配，品种生产场地和设备等有效审批，积极应对可能出现的质量风险点。公司严格落实原料管理、生产把控、不合格品处理以及产品溯源的全流程管控，各环节相辅相成、协同发力，构建起严密的质量管理闭环。

原料管理

公司在医药原料管控上秉持“依地取材、顺时采收”理念，精选地产优质药材，夯实成药品质根基。公司成立专业药材小组，制定《药材小组管理办法》开展工作，负责中药材的采购、检验、入库等相关工作，从源头确保药材的质量。公司持续聚焦中药材质量难题，向有机、绿色的发展目标努力，围绕“真种、真管、真经营”核心指导思想，采取公司+合作社+农户的运营方式，打造规范化种植养殖基地，优先选择自有及合作基地药材，综合考量供应商多方面因素，保障原料品质。

同仁堂原料管理重点措施



直接供应商设施和流程认证
定期对直接供应商的设施和流程进行审查，确保供应商符合公司的质量标准。



间接/分包供应商设施和流程认证
定期对间接或分包供应商进行审查，确保整个供应链的质量一致性，防止因供应链中薄弱环节而导致的产品质量问题。



定期检查原料质量
定期检查原材料质量可以确保生产过程中使用的材料符合标准，避免因原材料问题导致的产品缺陷。



对供应商进行质量标准培训
每年面向所有供应商提供质量标准培训，从源头保障产品质量。



案例：同仁堂种植基地出品有机覆盆子

同仁堂子公司同仁堂科技全面建设打造中药材种植基地，大力种植有机覆盆子，并获得产品有机转换认证证书。覆盆子种植过程中采用了仿野生和生态种植，确保不使用农药，所施肥料也均为有机肥料。公司进一步完善自有种植品种的种植规程和技术体系，把控道地药材资源，赋能中成药品质保证。



采收的覆盆子



覆盆子有机转换认证证书

公司围绕品种质量特性进行防范风险，参照国家和省级标准，从安全性和质量稳定性出发，增订、修订药材质量标准。公司通过数据分析、实验比等手段，优化药品内控标准，强化安全性指标监测，实现原料质量的全方位管控。

生产管控

公司对生产全程实施动态监测, 制定《检验管理规程》等制度, 对公司所有物料、中间体、成品进行内部测试与复检, 防止并及时发现和纠正业务中的各种差错。公司设立质量管理和品种管理机构, 全面统筹质量工作。质量管理部门有权实行“一票否决权”, 确保每一件产品都符合严格的质量要求。

公司在炮制和制剂环节, 严格遵循标准, 科学运用各类炮制方法与辅料, 有效降低药物毒性, 提升药品疗效。公司高度重视标准研究与工艺管控的强化。深入探究现有灭菌工艺, 精准评估其对产品内在质量的潜在影响, 通过对比灭菌前后的数据及稳定性监测情况, 全方位分析评价, 力求优化工艺, 保障产品质量稳定性。公司积极组织开展包材辅料质量标准的统一工作, 聚焦品种生产问题, 组织开展关键质量属性评估, 研究专属过程控制方法, 不断完善生产工艺, 为医药产品质量筑牢根基, 切实履行企业在生产管控中的责任。

产品测试

同仁堂具备完善且成熟的产品测试能力, 定期面向公司所有产品, 针对易出现的、新出现的质量、安全问题开展预防性测试, 以确保其符合严格的质量标准和安全要求。通过先进的检测设备和科学的方法, 同仁堂在研发和生产过程中对原材料、中间产品和成品进行多层次的检测和验证, 以确保每一款产品的有效性和安全性。

公司制药厂大兴分厂质量检验科已获得CNAS实验室认证证书, 意味着该实验室具备了符合国际标准的产品测试能力, 并对生产全过程进行内部测试, 全力保障产品的安全性与有效性, 切实履行守护公众健康的社会责任。



CNAS实验室认证证书

不合格品处理

公司设有监督销毁小组, 对过期及不合格药品进行集中销毁及监督复核, 先由销毁小组对需要销毁的药品进行复核审计, 再交由具有专业资质的第三方公司完成集中销毁工作, 切实保证做好不合格品管理。

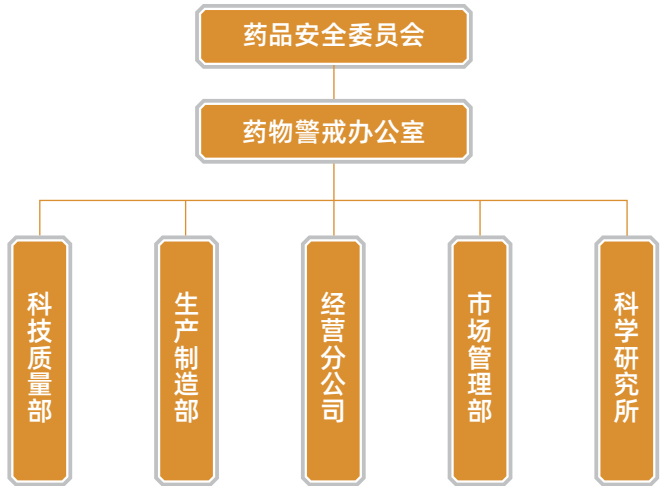
质量溯源

为了提高药品质量和安全性, 降低药品流通环节的风险, 公司制定《药品追溯体系管理办法》, 追溯药材的购进、药品的生产制造、储运、销售管理等全链条环节, 实现药品来源可查、去向可追、风险可控、责任可究。

公司明确质量管理部门负责质量溯源体系的建设, 监督药品追溯体系的管理; 严格审查供货方的资质以及提供的药品资料; 管理药品追溯信息; 实时管控药品质量风险。

药物警戒

同仁堂深刻认识到药品安全对公众健康和社会福祉的深远影响, 始终将药物警戒视为企业运营的核心要务。公司依照《药物警戒质量管理规范》制定了《药品上市后安全性研究管理规程》和《药物警戒风险控制管理规程》, 以此规范药品上市后的安全性研究工作, 确保药品安全风险始终处于可控状态。公司成立药品安全委员会, 下设药物警戒办公室统领相关职能部门, 建成三级药物警戒管理架构, 对药品上市后的不良反应进行监测、识别和控制, 保障药品安全风险在可控范围之内。



同仁堂药物警戒管理架构

公司依据风险发生概率、严重性、可预防性和可控性等多项评价指标, 对识别出的安全风险进行精准分析。针对不同程度的风险, 采取差异化的控制措施。一旦在研究中发现可能严重危及患者生命安全或公众健康的药品安全风险, 公司将迅速行动, 立即采取暂停生产与销售、召回产品等紧急措施, 并及时上报监督管理部门, 坚决做到及时切断风险传播途径, 最大程度保障公众用药安全。

产品召回

同仁堂制定《产品召回管理规程》, 明确产品召回小组成员, 全方位涵盖责任界定、分级架构与处置流程, 并依据药品安全隐患程度进行分级管理, 为提高药品安全性筑牢坚实防线。公司对召回药品进行外包装进行标注、隔离存放措施等, 与正常药品进行区别, 防止差错、混淆。召回药品需要销毁的, 公司将在相关单位的监督下进行合法销毁, 杜绝召回产品二次进入市场。

发生产品召回后, 公司将会立即调查质量问题或隐患发生的原因, 并制定相应的纠正措施与预防措施, 从根源上阻断类似问题复发路径, 持续提升产品质量可靠性与稳定性。

为持续强化药品召回管理体系, 公司定期开展体系有效性评估。若在一定时间内未出现产品召回事件, 公司主动开展产品模拟召回演练, 全面检验程序在信息传递、决策响应、执行协同等关键环节的有效性与韧性, 确保召回体系时刻保持临战状态, 在紧急状况下能够迅速响应、精准执行, 守护公众用药安全底线。报告期内, 公司产品召回比例为0%。

质量文化培训

同仁堂将质量培训作为企业发展的关键支撑。公司深度融合质量文化与生产管理，对全体员工开展产品安全与产品质量相关培训，借“质量月”活动与定期培训提升员工素养，筑牢可持续发展之基。报告期内，员工积极接受《中国药典》和制度宣贯的培训，公司积极推动质量知行合一，塑造全员重质氛围，为产品质量跃升续航，公司产品质量培训员工覆盖率达100%。

报告期内

产品质量培训员工覆盖率达

100%



案例：《中国药典》培训

同仁堂始终追求专业素养的提升。同仁堂选派员工参加国家药典委员会《中国药典》培训，员工专注研习药品标准、检验及炮制要点，积极与同行交流切磋。在理论学习中夯实基础，并获得相关结业证书。公司切实以专业能力践行药企使命，推动同仁堂在守护健康之路上稳健前行，引领行业品质升级。



《中国药典》培训

驱动创新发展



同仁堂将创新作为企业发展的关键动力。公司高度重视研发创新，构建完善的研发创新管理体系，搭建科研创新平台，明确研发创新规划，积极推动中药与数字创新融合。

研发创新管理

同仁堂致力于创造“万众创新”氛围，聚焦创新赋能发展。公司制定《科技创新管理办法》，明确创新管理工作。公司创新体系由品种委员会及各科技创新项目单位组成，其中，创新项目单位指涉及科技创新项目的本部部室、分支机构及子公司。公司建立科研项目全周期管理机制，以促进成果的转化和应用。为鼓励研发创新，公司设立青苗项目，促进“有想法、有思路”科研项目的前期研究。公司建立项目负责人机制，鼓励人员竞聘项目负责人，提升人员科研创新和项目管理能力，设置项目负责制项目绩效考核及激励机制。报告期内，同仁堂荣获华夏医学科技奖二等奖。

公司贯彻落实习近平同志关于中医药“传承精华，守正创新”的重要讲话精神。公司大力鼓励中药新药开发，持续推动大品种、重点品种开展二次科研，持续支持中医药大健康产品、海外产品的开发。2024年，公司为推动创新发展，总计研发投入为40,869.06万元，占总营收的2.20%。

年份	2022	2023	2024
研发投入（万元）	36,608.31	38,304.54	40,869.06

截至报告期末，研发人员数量为519，占公司总人数的比例2.90%

年份	2022	2023	2024
研发人员数量（人）	502	508	519

科研创新平台

同仁堂积极搭建科技创新平台，汇聚创新要素，激发创新活力。公司科学研究所作为主要科研平台，负责公司主要创新研发任务。科学研究院设立新产品新技术中心、药物筛选中心、安全评价中心等专业团队，各中心协同合作，构建从新药筛选到质量检测的完整研发体系。科学研究所聚焦中药新药开发、应用基础研究、药品上市后再评价研究等周期长、难度大的创新项目，推动公司产品升级与技术革新。公司与中医疫病化脓解毒理论创新研究北京市重点实验室深度合作，推动中医药行业研发创新。

研发创新规划

同仁堂鼓励建立内部协同创新模式,加强与外部研发机构合作,建立产、学、研、用一体化外部协同创新模式。公司每年定期制定年度创新规划,来应对市场的需求变化。同时,公司持续拓展与高校及科研院所等全方位、多层次的合作,为科技创新成果的产出提供保障。

报告期内,公司已完成同仁牛黄清心丸针对广泛性焦虑障碍(痰热扰心证)、锁阳固精丸治疗男性早泄(肾虚证)等临床研究。2025年同仁堂将聚焦于创新药开发、经典名方开发、大健康产品开发、新技术引进与应用、大品种培育、独家品种培育、其他品种培育、工艺研究、质量标准研究、政府资金支持课题等几大类。

公司持续加强与政府部门合作,深化与院士团队合作,丰富战略合作内容,推进药效安评、药材质量、物质基础研究、药品上市后再评价研究、新产品开发、重点产品的临床应用研究等方面合作。报告期内,公司与北京中医药大学等单位合作开展的中药制造测量学关键技术与标准及软件装备应用项目,获得中国产学研合作创新与促进奖产学研合作创新成果奖二等奖。



中国产学研合作创新与促进奖
产学研合作创新成果奖二等奖

中药结合数字化创新

在数字化浪潮席卷、中医药传承创新使命在肩的当下,同仁堂积极拥抱科技变革。公司打造“北京同仁堂中医药知识图谱”系统,运用AI技术搭建以重点药品为核心的数据库,涵盖超220种产品的20,000余个知识节点,集知识展示、检索、答题与虚拟场馆等多元功能于一体,以创新形式实现中医药知识可视化与交互传播。该系统公司已获得软件著作权。



遵守科学伦理规范

同仁堂将遵守科学伦理规范作为科研创新的基石。公司制定《发表学术论文管理办法》制度,积极建设科研创新的诚信体系,强化企业的研发成果质量。公司在研究过程中依照相关的SOP开展具体的实验研究,以保证研究结果的真实性、可追溯性。公司通过积极开展企业文化教育与职业道德教育,将诚信理念深植于科技创新人员心中。

在科技创新工作中杜绝以下不诚信行为

- 擅自修改、杜撰研究数据,出具不真实研究报告、结题报告
- 指使他人出具不真实研究数据、报告
- 以获利为目的泄露处于保密状态的科研信息
- 盗用他人研究成果获取荣誉、经济利益
- 其他不诚信行为

针对诚信问题,公司建立了完善的分级处理机制:一旦发现不诚信苗头,便及时进行批评教育,做到防微杜渐;若在研究过程中出现不诚信行为,导致研究结果存疑、无法转化应用,则对责任人予以相应处罚;对于屡次出现不诚信行为的人员,坚决调离研究岗位。公司全方位筑牢科研诚信防线,为公司的可持续发展提供坚实的科研支撑。

公司的临床研究均需通过临床机构的伦理委员会审批后开展,动物实验遵循动物伦理要求。公司依据《实验动物福利伦理审查指南》《实验动物福利通则》等国家和地方标准,制定《实验动物福利及动物试验伦理审查标准操作规程》等内部制度。公司在岗员工均通过岗前内、外部法规和专业技术培训,并经北京实验动物行业协会颁发实验动物从业人员上岗证,确保符合科技伦理规范。报告期内,同仁堂未发生涉及科技伦理的诉讼案件。

知识产权保护

同仁堂高度重视知识产权保护,严格遵循《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国专利法》等法律法规,制定《专利管理办法》内部制度,不断强化风险意识,积极推动梯次专利保护常态化机制建设。通过综合运用技术秘密、专利、中药品种保护等多元手段,全方位守护科技创新成果,推动行业健康、有序、创新发展。截至报告期末,公司获得有效专利总数191件,软件著作权数量为1件。

截至报告期末

获得有效专利总数

191件

维护客户权益

同仁堂秉承把诚信放在首位，做到诚实、守信经营的理念；以优质的产品质量和服务质量为目标，为客户提供优质的服务；全力营造透明、诚信的经营环境。

客户服务管理

同仁堂始终秉持“以客户为中心，以服务创价值”的核心理念，始终为客户提供优质服务。公司制定《投诉管理制度》《投诉管理操作规程》《接诉即办工作办法（试行）》，明确接诉即办为主要客户服务管理机构，质量部负责保障产品质量和改进。公司建立起药品咨询、售后服务、投诉及处理等标准操作程序，畅通接诉即办工作机制，快速响应消费者对产品购买途径、质量咨询等需求。公司如接到客户投诉，将第一时间查明产品情况，涉及产品的质量问 题将会被反馈到产品线，相关部门会落实整改情况，并及时给客户反馈，提升客户的满意度。

公司在12345平台、黑猫平台、线上官网、微信平台等平台均设有客服服务热线接入渠道，增设非工作时间语音留言功能。公司设有及时率100%，应达率100%，响应率100%的目标，有效提高接诉即办效率。此外，公司在2024年组织2次业务培训，加强对分支机构接诉即办团队的培训交流，提升团队整体服务与协作水平。2024年全年共接待热线电话2,267次，其中产品咨询1,304次、服务咨询712次、其他服务咨询251次。公司总共接到来自“12345”的客户投诉13次，均已全部办结；咨询建议38次（同仁堂股份），客户表扬1次。



负责任营销

同仁堂始终将责任担当融入产品推广与营销的每一个环节。公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《医疗广告管理办法》和《药品广告审查办法》等相关法律法规，并制定《广告批文领取工作程序》等负责任营销相关制度，力求宣传用语精准无误，全力营造透明、诚信的经营环境，只为给客户呈上安心可靠的产品与服务。公司培训员工进行负责任的市场营销和广告实践，并建立严格的合规审查制度和审批流程，严令禁止营销宣传内容出现夸大、欺骗、虚假等情况，从源头把控内容的真实性与合规性。

公司积极推广中医药文化，与喜马拉雅APP合作开设讲堂，微信公众号推送科普知识，倡导科学用药，提升公众健康意识。公司还在生产基地设立展示和服务中心，提供文化科普、健康咨询和药品销售等服务。大兴分厂被评为区级科普基地，促进中医药知识传播。报告期内，公司完成336场培训，培训时长491小时，覆盖86,510人次。



提升医疗可及



同仁堂始终将保障民众健康福祉置于战略核心, 致力于全方位提升医药可及性。公司基于不同国家或地区消费者的可负担能力, 施行分层定价, 以确保公司产品惠及全球。为此, 公司制定《价格管理办法(试行)》和《产品价格管理办法》, 构建公开透明、科学合理且具备监督制约机制的公平定价体系, 规范终端市场秩序。

在为消费者降低医疗成本方面, 公司打造线上线下双维度价格管控网络, 线上通过平台巡查等方式治理, 及时制止市场秩序扰乱行为; 线下按区域精细划分责任, 结合日常考核, 确保产品价格公平稳定。同时, 公司力保相关集采品种供应, 让大众能够以可负担的方式及时获取安全可靠的健康服务和产品。

聚焦少数群体

在追求医疗公平、增进全民健康福祉的征程中, 同仁堂持续扩大产品覆盖范围, 并始终关注特殊群体的医疗需求。同仁牛黄清心丸上市后再评价研究, 凭借其针对广泛性焦虑障碍(痰热扰心证)的显著疗效, 为销售提供了学术支撑, 为少数群体中受此困扰者带来希望。它能有效改善焦虑症状与中医证候, 且不良反应发生率低、程度轻, 安全性佳。公司研发的独家产品巴戟天寡糖胶囊已上市并持续进行药效类研究, 其对抑郁症和性功能障碍患者具有显著疗效。该药物能够有效改善患者的心理和生理状态, 提升生活质量。公司积极打破医疗资源获取的壁垒, 助力焦虑障碍群体享有更平等的医疗服务, 为构建健康和谐社会添砖加瓦。

扩大产品覆盖范围

同仁堂积极扩大产品覆盖范围, 子公司同仁堂国药业务网络立足香港, 覆盖亚洲、大洋洲、北美洲、欧洲等主要国家及地区。为了在低收入和中等收入国家实现更广泛的市场覆盖, 我们正加速药店布局, 并致力于将我们的产品线深度融入这些国家的市场需求之中。公司积极投身于国内外各大医药展会与健康产业展会, 将旗下涵盖中成药、中药饮片等丰富多元的产品系列进行全方位展示。通过展会平台, 公司与来自全国各地乃至全球的经销商、医疗机构、行业伙伴展开深入交流与合作洽谈, 让同仁堂的产品跨越地域限制, 走进更多城市、社区与家庭, 为更广泛的人群提供健康支持, 切实提升医药可及性。



案例: 同仁堂参加2024 健康产业(国际)生态大会

同仁堂积极参加第十七届健康产业(国际)生态大会, 让同仁堂产品跨越地域、国别限制。公司携手安宫牛黄丸、同仁堂活络丸等11个首批御药传奇系列产品及其他大品种亮相展会, 安宫牛黄丸入选“西普金奖健康产品品牌榜”, 并做“聚焦精品战略 续写御药传奇”主题分享, 吸引了约6万名参会企业及嘉宾关注, 让更多的伙伴看到并了解同仁堂产品, 助力产品扩大覆盖范围。



同仁堂参加2024 健康产业(国际)生态大会

中国传统二十四节气

MANG ZHONG

CHINESE TRADITIONAL 24 SOLAR TERMS

芒种



Future

共筑未来 以人为本



保障员工权益	67
关怀员工福祉	72
加强人才发展	75
保障健康安全	80



· 白芍 · Tips

适宜食用的季节为春秋两季
养血调经、敛阴止汗、柔肝止痛

保障员工权益

公司始终坚持“以人为本，心系员工”的管理理念和“人才强企”的基本原则，致力于将有效管理与劳动实践紧密结合，营造开放向上的选人用人工作氛围。

合规雇佣

同仁堂严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国社会保险法》等相关法律法规，尤其是规范员工招聘与录用流程，确保雇佣的合规性。

报告期内，公司员工总数达17,883人，女性员工数量达12,147人，占比达67.92%，员工劳动合同签署率达100%。按性别、学历、岗位划分的员工人数及占比如下：



员工类别		人数	占比
按性别划分	男性	5,736	32.08%
	女性	12,147	67.92%
按学历划分	高中及以下	4,371	24.44%
	大专	6,938	38.8%
	本科	6,000	33.55%
	研究生及以上	574	3.21%
按岗位划分	生产人员	2,204	12.32%
	销售人员	7,996	44.71%
	技术人员	4,515	25.25%
	财务人员	961	5.37%
	行政人员	2,207	12.34%

为稳固团队架构、确保业务平稳有序推进，公司采取了一系列针对性举措，全力提升员工留存率。同时，建立了常态化的员工离职监测与分析机制，定期复盘，精准把握离职动态，以便及时调整优化，为员工留存工作注入新的活力，持续筑牢团队根基。报告期内，员工离职数量为1,893人，离职率为9.57%，本年度员工离职的主要原因集中在商业零售人员个人职业选择。

员工留存措施

- 提供具有竞争力的薪酬待遇和福利项目
- 加强困难员工帮扶，用心用情提供优质暖心服务
- 建立多元的沟通渠道，有序落实企业民主管理工作，保障和维护职工合法权益
- 加强新员工入职培训，帮助其顺利熟悉工作内容，适应工作岗位
- 每年开展一次员工满意度调查，汇总员工各方面建议，并积极回应员工诉求
- 在员工提出离职意向时，安排专人与离职员工进行深入沟通。沟通内容涵盖工作感受、离职原因、对公司的建议等，对应开展改进措施

多元包容

公司秉持着多元、平等、包容的用人理念，在人力资源管理领域积极践行社会责任，展现出卓越的治理成效与可持续发展决心。



反歧视与多元化

公司坚决贯彻平等的用工政策，为每一位员工提供无差别的工作发展机会，从制度搭建到日常运营，全面杜绝任何基于种族、宗教、性别等因素的歧视行为，营造公平包容的职场生态，充分激发员工的潜力与创造力，促进企业与员工的共同成长。

反童工与强迫劳动

公司严格遵循《人员管理制度》，明确规定不聘用年龄低于18周岁者。在招聘流程中，要求候选人提供身份证件进行严格核查，并对入职员工档案进行深度审查，确保每一位员工都符合法律规定的最低工作年龄要求及公司规定的资质要求，从源头上杜绝童工现象，切实维护劳动者的合法权益。同时，公司对任何形式的强迫劳动行为持零容忍态度，严禁本集团内任何企业以暴力、威胁或非法限制人身自由等手段强迫劳动者劳动。

为确保为员工提供多元、平等、包容的职场氛围，公司建立了完善的监督与反馈机制，鼓励全体员工在发现违规行为时，及时向上级主管或人力资源部门申诉，以便迅速展开调查与处理，维护企业的良好形象与社会声誉。公司员工申诉范围包括但不限于对招聘录用、员工培训、人事调整、薪酬福利、考勤、奖惩、绩效考核等领域，同时，公司对申诉者的信息严格保密，确保其不会因申诉受到不公待遇。

报告期内，公司未发生劳动争议、劳动纠纷案件和劳工歧视事件，也不存在歧视骚扰、雇佣童工或强迫劳工的情况。

民主沟通

在企业运营过程中，公司严格遵守《中华人民共和国工会法》《企业民主管理规定》等法律法规，制定了《职工代表大会制度》《厂务公开制度》，确保公司民主管理工作有据可依。公司建立工会、职工代表大会等组织机构，提高重大管理决策的透明度。

职工代表大会

报告期内，公司工会召开三次职工代表大会。职工代表审议并表决了《经济运行工作2023年度总结和2024年度计划》，讨论通过了《教育培训管理办法》和《企业补充医疗保险管理办法》，选举了第十届监事会职工监事，表决通过《企业年金方案实施细则》，保障了职工的参与权、审议权、表决权和监督权，使其切实参与公司决策。



同仁堂第二届第七次职工代表大会

报告期内，同仁堂对各基层单位《集体合同》的履行情况进行全面监督检查，确保合同条款得到有效执行，公司建立自查小组，围绕主体资格、程序合法性、内容合法性、履行情况以及存在问题五个方面展开深入自查。截至报告期末，公司集体合同执行率达100%。

截至报告期末

公司集体合同执行率

100%

畅通沟通渠道

公司及各分子公司经营范围内均设立意见箱, 并避免意见箱周围出现摄像头, 以保障员工反馈意见的隐私性。信箱由公司党总支党务人员专门保管, 每月定期打开, 收集员工的意见和建议, 促进企业管理的优化。

员工满意度调查

为深入了解员工对公司各方面工作的看法和感受, 同仁堂每年开展一次员工满意度调查, 广泛收集员工对薪酬、福利、工作认可、工作环境、职位晋升、个人成长、培训学习、公司管理、工作匹配度、资源配备、企业文化等多个维度的评价与建议。经调查结束后, 由专业团队对数据进行详细分析, 并对应提出改进措施, 以不断提升员工的工作体验和满意度, 进一步增强企业的凝聚力和向心力。报告期内, 公司员工满意度达80%。



关怀员工福祉



同仁堂通过完善薪酬与福利体系, 激发员工积极性; 通过建立科学的绩效考核与申诉机制, 确保公平公正; 通过实施多元化的员工关怀与帮扶举措, 营造温暖的人文环境, 全方位促进员工成长与企业发展同频共振。

薪酬与福利体系

为完善公司薪酬与福利管理体系与制度, 公司制定了《薪酬管理办法》《绩效管理办法》以及《人员管理制度》, 清晰、完善地规定了员工在薪酬、绩效、法定与非法定福利等方面的权益, 确保员工薪酬与福利的公平与公正。

薪酬绩效管理

公司秉承公平性、激励性、市场化的薪酬管理原则, 进一步完善公司员工薪酬管理和薪酬考核发放体系, 推进员工薪酬收入规范化运行。公司已搭建由基本薪酬、绩效薪酬、福利津贴等组成的薪酬结构, 同时对干部及员工的工作绩效进行考核, 将考核结果与薪酬、奖惩和晋升等挂钩, 从而调动员工的工作积极性, 促进公司高效运行。

公司以公平公正、客观真实、责任导向、动态发展的原则, 定期开展月度和年度绩效评估。为此, 公司各部室负责落实公司各项绩效评估指标, 并对本部室绩效评估工作进行组织和实施、绩效反馈等。公司月度、年度绩效评估经主管领导审批后, 绩效管理小组会及时就评估结果对评估对象进行绩效反馈, 以保证绩效反馈的时效性。如员工对本人月度、年度绩效评估结果存在异议, 可在绩效反馈后向部室绩效管理小组反馈与申诉, 并由小组成员调查核实协调解决。

福利待遇管理

公司将员工福祉置于关键位置, 并持续加大在员工福利方面的资源投入, 致力于构建更加完善、更具人性化的福利体系, 并为本公司全体员工提供了广泛的非法定福利, 包括但不限于节日慰问、生日福利等。通过这一系列举措, 员工们能够切实感受到企业的关怀与温暖, 从而增强对公司的归属感和认同感。

同仁堂全体员工享有的非法定福利

员工食堂	工会活动
外部带薪培训	传统节日慰问品
企业补充医疗保险	员工子女教育支持
企业年金	生育/疾病/工伤探望慰问

在法定福利方面,公司严格遵守国家法律法规,按时足额为员工缴纳社会保险以及住房公积金,并为员工提供企业年金、法定节假日、休息日、病假、工伤假、婚丧假、产假、带薪年假等非法定福利。报告期内,公司员工社会保险覆盖率持续保持在100%;在全年七个法定节日期间,公司各基层工会面向全体会员进行节日慰问,并采取多种形式向每位会员送去生日祝福和慰问,累计投入经费314余万元。



员工关怀与帮扶

公司致力于为全体员工营造多元、平等的工作氛围,其中重点重视女性权益关怀以及困难员工帮扶,用心用情为员工提供优质暖心服务。

女性权益关怀

公司充分考虑哺乳期女职工的特殊需求,在生育后的一年期间,为她们提供每天平均1小时的哺乳假待遇,助力她们在安心照顾婴儿的同时,也能较好地平衡工作与生活。同时,公司不定期为女性员工提供养生讲座、养生汤品鉴、中医养生咨询交流等活动。

报告期内,为丰富女职工文化生活,公司组织开展系列活动,工会举办了以“感受音乐文化,唱响乐动生活”为主题的参观体验活动;开展生态鱼缸手作、团扇制作、微景观种植、扇面绘制、盆景插花、口红制作、香薰漂游瓶制作等体验活动,进一步营造了关爱女职工的良好氛围,激发了广大女职工干事创业的热情和信心。



“鱼您有约”生态鱼缸手作活动现场

员工慰问帮扶

同仁堂积极开展临退职工慰问以及困难员工帮扶工作。临退职工慰问方面,公司按照慰问制度及相关流程,各基层工会积极做好临退休职工的慰问工作。报告期内,公司累计慰问临退休职工近50人,累计投入慰问经费约2.5万元。困难员工帮扶方面,公司为各级基层工会为职工会员购置《在职职工住院医疗互助保险》《在职女职工特殊疾病互助保险》《综合险》等各类保险。报告期内,公司累计投入经费25.7万元用于员工的互助保险,其覆盖率接近100%。截至报告期末,公司通过仁爱基金、互助保障、重大疾病、女工特疾等途径对病困职工进行重点帮扶,累计困难员工帮扶达2,181人次,获赔金额达68.7余万元。



加强人才发展



公司致力于构建公平透明、多元畅通的职业发展通道，并针对不同岗位、不同层级的员工制定个性化培训方案，以促进人才培养与发展，推动公司整体发展迈向新高度。

人才发展战略

同仁堂秉持“同修仁德，济世养生”的价值观，在人才发展上坚持传承与创新相结合，培养具有中医药专业素养和职业道德的人才。为留用人才，公司提供有竞争力的薪酬福利，营造积极、公平的工作环境，明确职业发展路径。在培养方面，建立多层次培训体系，包括党建、经营管理、专业技术、技能操作及新员工入职等培训，并注重关键岗位的储备与继任计划，确保人员变动时顺利过渡。

同仁堂本着重视人才、培养人才、激励人才的原则，持续加强员工发展与培训的管理体系及制度，制定了《职业发展管理办法（试行）》，为全体员工提供公平透明、多元畅通的职业发展通道，以期让职工看到明确的努力方向并通过业绩、能力的提升实现自我发展；制定了《教育培训管理办法》，以确保教育培训工作规范化、系统化地开展。

培训管理体系

公司由党委组织部（人力资源部）负责员工发展与培训的统筹管理，包括建立并完善培训体系，制定、跟踪和调整相关人才培养政策和制度；统计本部各部室、各分支机构培训需求，并结合内外部资源，制定、监督实施公司《年度教育培训工作方案》等。

公司每年末自下而上编制次年培训方案，报告期内，公司制定并下发《教育培训管理办法》《2024年教育培训工作方案》及《教育培训工作要点》，提升培训体系的规划性和系统性。分层落实四级培训体系，将职工教育从战略层细化到实操内容，分类为党建、经营管理、专业技术、技能操作，设置个性化培训要求。依托内部党校和外部机构资源，筛选优质课程，加强课程体系建设，确保培训的丰富性和实效性。

学历课程与资格认定支持

公司及各单位均结合自身实际情况，制定了员工职业发展相关制度，鼓励并支持本公司全体员工在工作之余考取与岗位相关的学位及资质，并协助员工申报相关特定资质或国家职称认定，将专业技术职称、技能操作等级纳入岗位胜任能力要求，为全体员工的继续教育提供激励，促进其职业发展。同时，公司结合实际情况协助员工申报相关特定资质或国家职称认定。

公司《教育培训管理办法》中设置了对学历课程与资格认定支持的规定。根据制度规定，公司职工应根据岗位需要、工作要求开展学历、职称、技能继续教育，其中包括学历教育、职称资格认定、技能等级认定和继续教育，对于继续教育，公司经审批后所需费用按照规定从职工教育经费列支。



案例：学历课程与资格认定支持

公司充分利用集团公司优势，及时将北京医药职工大学（中国北京同仁堂（集团）有限责任公司党校）成人高考大专、本科报名信息通知到有学历提升需求的同事；积极组织相应工种员工报名北京同仁堂（集团）有限责任公司职业技能培训学校开展的职业（工种）的技能等级培训及认定工作，相关费用由股份公司承担。报告期内，公司共计99名员工报名参加药物制剂工、中药炮制工职业技能等级认定培训。



案例：学历课程与资格认定支持

公司积极组织和引导职工参与各级、各类技术竞赛活动，鼓励一线技工通过技术比武锻炼技能、展示自我，符合北京市及以上相关技能大赛获得对应名次人员，可取得对应职业（工种）技能等级证书。

报告期内，公司多次组织参加包括药物制剂工、中药炮制工及药物检验员等项目北京市级职业技能大赛，共计30人参与比赛，其中1名职工荣获北京市第一名并获得高级技师证书。



案例：学历课程与资格认定支持

公司支持员工积极报名参加各类专业技术人员继续教育，包括但不限于执业药师继续教育、会计人员继续教育、人力资源专业继续教育、质量管理人员继续教育等。报告期内，同仁堂股份约250名员工参加继续教育项目。



报告期内

同仁堂股份员工参加继续教育项目人数约

250名

员工培训

公司构建多元化培训体系, 衔接职业教育、继续教育和普通教育, 提供丰富的线上线下课程, 涵盖党建、经营管理、专业技术、技能操作等。支持员工参加外部研讨会、行业会议及专业培训, 获取最新行业动态和技术趋势。报告期内, 公司制定并实施了《股份公司教育培训管理办法》《新入职员工培训工作方案》《年度教育培训工作方案》, 并对重点培养人才制定个性化培训方案; 公司员工培训覆盖率达100%, 员工培训总投入达274.16万元, 人均培训时长为14.77小时。



与教育机构合作提供员工培训

公司员工培训的开展途径包括同仁堂集团内部组织开展的培训以及政府机构、行业协会、培训机构组织的外部培训项目(学历教育、业务进修、项目进修、公开课程等)。公司积极开展与教育机构的合作, 为员工提供外部培训。报告期内, 公司与职工教育协会合作开展青年干部培训班, 聚焦领导力、执行力及管理能力, 切实为青年人才提供学习与展示的平台。

新入职员工培训

公司制定了《新入职员工培训工作方案》, 并组织开展2024年新入职员工培训, 内容包括企业文化、诚信合规、员工管理、安全培训等, 帮助新员工快速融入并掌握岗位要求。新职工需进行不少于5天的集中培训, “优培计划”岗位新职工每年培训不少于90小时。



新员工入职培训现场

领导力培训

公司为员工提供了领导力培训, 以培养复合型、专业型干部, 提升干部队伍的综合素质。公司围绕管理提升, 强化履职能力, 坚持提升企业干部队伍综合素质, 以培养高素质领导干部及后备领导干部为目标, 建立完善老中青人才梯队, 全面提升队伍的综合素质和管理能力, 培养干部人才的内驱力和创新力, 推动人才链与产业链的深度融合, 助力公司高质量发展。

案例: 领导力培训项目

报告期内, 公司联合北京职工教育协会举办了《中层管理及后备干部综合能力提升培训班》, 由党委副书记、工会主席出席开班仪式并致辞, 各分支机构领导班子副职、中层正职及本部资深主管共计23人参加了本次培训, 培训时长共计483小时。

本次领导力培训项目中, 公司设置了具有针对性的多元化课程体系, 邀请多位相关领域名师授课, 培训围绕领导力塑造、沟通协作能力提升及常用人工智能软件应用等方面开展, 通过细致讲解和深度剖析, 全面强化参培人员的综合素质。



领导力培训现场

岗位相关的职业发展培训

为提升专业技术人员专业知识、工作能力, 公司定期针对不同岗位开设岗位相关的职业发展培训以及相关专业继续教育, 培训内容包括: 信息化知识、网络安全、质量管控、财务管理、法务管理、诚信合规、安全环保以及其他专业技术等。

法律合规岗位职业发展培训

报告期内, 公司重点面向法律合规相关岗位的领导、负责人及工作人员开展《中华人民共和国药品管理法》主题培训会, 以提高员工法律合规意识。本次专项培训共计397人参与。

报告期内

本次专项培训共计参与人数

397人

证券事务岗位职业发展培训

报告期内, 公司重点支持证券事务相关岗位员工参加、开展证券从业专项培训, 重点包括职业素养、信息披露、公司治理、投资者关系管理、ESG管理5大专题, 多维度提升证券事务从业人员专业实力。

技能知识培训

为提升技能操作人员理论知识、实操水平, 优化技能工人队伍, 提升技能素养, 公司定期开展技能知识培训及特殊工种继续教育, 内容包括理论知识及实操培训、新技能技术培训、特殊工种培训、关键技能培训等。

公司通过线下组织参与药物制剂工、中药炮制工职业技能等级认定、中药炮制实操短训班等, 增强员工实操能力与问题解决能力; 同时, 公司充分发挥大工匠、技师工作室自身创新与引领优势, 通过制定个性化培养方案, 有针对性地对徒弟进行技能方面的理论与实操能力的提升, 强化其技术水平, 加强文化传承, 有效服务于质量管控与车间生产工作。

报告期内, 公司举办炮制短训班两期, 同时组织全级次积极参与各类工种技能鉴定及技能大赛工作, 共计21名员工报名参加中药炮制实操短训班。

报告期内

参加中药炮制实操短训班
员工人数

21人

保障健康安全



同仁堂筑牢安全防线, 狠抓安全生产, 严控各环节安全隐患, 减少员工职业危害暴露, 全力营造安全、健康、卫生的工作环境, 助力员工与公司共同成长。

安全生产

安全生产管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《北京市安全生产条例》等法律法规, 制定了《安全生产管理制度》, 以树立安全发展理念, 减少安全事故。为加强安全生产监督管理, 公司成立安全生产委员会, 由主要负责人任主任, 领导班子成员任副主任, 职能部室及所属单位负责人为成员, 统筹管理安全生产工作, 预防和解决重大问题, 协调重大事故应急救援。

安全生产管理措施



生产管理

- 制定安全生产检查制度, 公司设立车间安全员巡检
- 设立《班组安全检查隐患治理记录》, 隐患问题及时报告排查, 确保生产现场安全有序
- 严格实施特种设备管理制度、危险化学品安全管理制度、作业安全管理制度粉尘防爆管理制度等管理制度, 确保生产工作安全、合理、高效开展



设备管理

- 制定《设备管理办法》, 加强对设备购置、验收、维修、事故处理等过程的管理



消防安全

- 落实各项规章制度和操作规程, 不定期与各地消防单位联合安全检查, 确保各项消防设施完好有效
- 组织消防安全演练, 及时清理易燃易爆物品



安全培训

- 定期召开安全例会, 组织安全生产专题研讨和培训学习, 提高员工防范安全风险的技能 and 水平

安全生产风险管理

公司加强安全生产风险管理,严守《中华人民共和国安全生产法》落实主体责任,通过全员签订责任书、投入资金排查整改隐患、监测风险并整改等举措,实现全年安全事故“零发生”,并致力于持续强化管理,达成“五个零”任务目标。

公司严格遵循《中华人民共和国安全生产法》,落实主体责任,构建安全生产责任体系,全年实现生产安全事故“零发生”,杜绝行政处罚,有效管控合规风险。公司强化主体责任,开展专项、综合检查,确保全年“五个零”目标完成。报告期内,公司及直属子公司全员签订《安全目标责任书》3,800余份,实现安全生产责任体系全覆盖;投入60余万元开展13家单位及子公司的标准化、消防、危化品评估检查,识别并整改471处隐患。



安全生产培训宣贯

同仁堂持续加大安全生产培训投入,定期开展消防应急演练、安全生产月等专项活动,以期在日常管理中加强员工安全意识。报告期内,公司为员工提供国家安全、交通安全、刑法培训、消防培训、消防演练、危化品培训等多项安全生产类培训,员工安全生产培训覆盖率为100%,安全培训时长共计74,288小时。



案例：同仁堂“119消防宣传日消防演练”

报告期内,公司开展了消防应急演练,公司在演练前召开安全委员会,阐述火灾应急演练重要意义,讲明演练程序、内容、时间及要求,并在应急演练中由消防队培训教官重点讲解演练目的及注意事项,开展使用灭火器、接消防水带的培训及模拟演练。公司各部室、各单位共计145名员工参与本次演练。

报告期内

员工参与本次演练共计

145 人



案例：安全生产培训

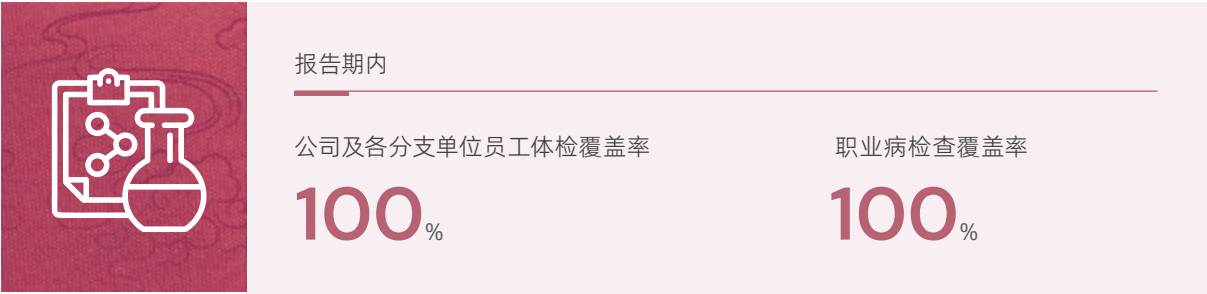
公司在线上培训平台,为全体员工、安全管理人员提供了《火灾案例与隐患排查》《火灾案例与防火规范》《事故案例分析与隐患排查治理》《企业特种设备安全管理实务》等安全生产培训,全方位提升员工的安全生产知识水平与实操技能。



职业健康

公司严格遵循《中华人民共和国职业病防治法》，全面构建并不断完善职业健康风险管理机制，加强易制爆、易制毒药品管理，持续提升职业健康安全标准，致力于为员工打造安全可靠的工作环境。

报告期内，公司精心组织全体员工分批次进行健康体检，公司及各分支单位员工体检覆盖率为100%，职业病检查覆盖率为100%，无新增职业病情况，无重大安全事故；共计16起工伤事故，工伤率达0.09%。



职业健康保护措施



针对重点职业病危害场所和重点人群

- 督促相关企业开展技术改造和转型升级，改善工作场所条件、从源头预防控制职业病危害



针对有毒有害、粉尘、高温、噪声等特殊岗位

- 定期进行职业健康培训，普及相关知识，督促从业人员遵守相关职业危害规定
- 定期进行职业危害评估，通报评估结果



针对夏季高温作业

- 对作业环境、劳动防护、工间休息、饮食等方面进行调整部署
- 落实防暑降温措施到每位高温作业人员



针对医疗保障

- 提供企业补充医疗保险
- 根据员工工龄及就诊类别，按比例报销医疗费用



案例：易制爆、易制毒药品管理

为保障员工健康与安全，公司加强易制爆、易制毒药品的管理，针对环境和试剂进行定期检查，并实施24小时实时监控，录像保存超90天。

人员管理：专人负责试剂库，需通过化学试剂安全培训并考核合格。定期进行安全培训，涵盖试剂性质、危害、防护和应急处理，提升安全意识和操作技能。

环境管理：易制爆、易制毒药品库保持适宜温湿度，安装通风设备，避免阳光直射，做好防潮处理，防止试剂变质。

分类存放：按试剂性质和危险等级分类存放，避免混放可能引发反应的试剂，并做好标识。

存储管理：选用合适货架和容器，确保试剂稳定安全。试剂瓶整齐摆放，编号管理，特殊试剂配备专用设备。

标识管理：试剂瓶标签注明名称、浓度、规格、日期、保质期、危险性质及风险等级。

安全防护与应急处理：提供防护用品，确保完好可用。制定应急预案，明确流程和职责，定期演练，确保事故时迅速有效处理。



易制爆标识

中国传统二十四节气

XIA ZHI

CHINESE TRADITIONAL 24 SOLAR TERMS

夏至



链动责任 共赢发展

Develop



加强供应商管理	87
践行负责任采购	88
赋能行业新发展	88

· 白术 · Tips

一年四季都可食用
健脾益气、燥湿利水、止汗安胎

加强供应链管理

同仁堂重视供应链的责任管理, 将供应商准入和审核过程中融入ESG要求, 致力于持续加强供应链风险评估与管理能力, 促进可持续供应链发展。

公司制定《供应商管理办法(试行)》《原料供应商评定标准》和《原料供应商质量评估和质量审计管理规程》等内部制度, 搭建起从供应商准入、供应商风险评价、合同约定、监督检查、整改与处罚、培训与指导的闭环流程。供应商需签订原料供应商质量保证协议, 确保供货质量, 依法承担生产经营责任。

供应商准入管理



资质管理

对供应商的资质进行审核, 包括经营资质、质量保证体系、关键人员资质、诚信合规调查、权威机构的检验报告等方面。



药材溯源

动物类药材经营企业应提供上游养殖单位资质。



尽职调查

对于新增供应商, 需开展首次质量审计、评估与合格的供货商方可供货。

公司建立供应商审核体系, 对供应商进行定期评估, 通过书面质量审计及现场质量审计形式, 对供应商进行风险评估。对于已开展合作的供应商, 公司采取定期现场质量审计对供应商进行定期、常规评估; 对于工艺发生变化、具有质量问题的供应商, 公司采取现场跟踪质量审计。评价结果不合格的供应商, 通知其整改, 并进行警示谈话, 严格评价其后续运作情况, 落实问题整改。

公司采取供应商分级管理和动态管理机制。对于达到重点供应商等级的伙伴, 会获得公司的优先选择权和更深层次的合作。在采购活动过程中存在弄虚作假、提供假冒伪劣产品、商业贿赂、恶意诽谤、诬告或陷害其他竞争对手等严重失信行为之一者, 剔除公司的合格供应商名录。公司建立相应的供应商申诉渠道, 供应商可通过任何渠道向公司提出申诉, 保障供应商审核体系的公平公正。

公司大力推进供应链数字化进程, 建立起集中采购数字化系统, 实现原料采购全业务链线上无缝衔接, 显著提升工作效率, 优化采购流程, 降低运营成本。公司注重源头把控, 强化中药材种植基地建设, 推动种植养殖规范化、标准化, 达成采购与种植的协同联动。公司搭建供应链运营平台, 进一步强化数字化采购管理, 从战略高度整合供应链资源, 提升供应链的稳定性与可持续性。

公司大力赋能供应商, 为所有供应商提供质量标准培训, 让供应商了解同仁堂的质量需求和对供应商的质量要求, 携手供应商打造质量保证的价值链。

践行负责任采购

同仁堂始终秉持公平、公正、公开的合作原则, 严格《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》等法律法规, 制定《采购管理办法》《采购管理实施细则》《原料采购业务管理办法》等内部制度, 有效防范采购风险。在供应商廉洁管理方面, 公司积极开展诚信合规尽职调查及系统录入工作, 对存在商业贿赂等不良行为的供应商坚决予以淘汰, 与供应商携手打造廉洁透明的商业合作环境, 共同推动公司及整个供应链的可持续发展。2024年, 公司实现了供应商廉洁协议签署覆盖率100%。

公司积极响应绿色发展号召, 大力树立并推行绿色采购理念, 将构建绿色供应链视为企业发展的重要使命。公司针对新增及现存供应商全面推行真种真管政策。通过严格把控, 确保种植过程完全遵循绿色标准, 做到无污染、无农药残留, 并且实现全程可追溯。公司致力于从源头上保障产品品质, 不断优化供应链体系, 带动上下游企业共同践行绿色发展理念。

赋能行业新发展

同仁堂积极助力于行业的规范化和标准化的提升, 将传统工艺与现代科学技术相结合, 积极开展技术交流活动, 提升整个行业的发展水平, 引领行业朝着更加规范、有序、高质量的方向稳健前行。截至报告期末, 同仁堂累计参与4项团体标准编制发布。2024年, 同仁堂参与3项团体标准的编制, 分别为《中药追溯体系实施规范》《中药追溯信息要求中药材种植》和《中药追溯信息要求中药饮片生产》。



案例：与研究院合作开展临床研究成果分享交流活动

在助力中医药传承创新、推动行业发展的使命下, 公司积极探索, 力求突破。10月21日, 同仁堂举办成果分享交流活动, 围绕同仁牛黄清心丸和愈风宁心滴丸展开深度汇报, 展示二者显著疗效与安全评价。公司用科研赋能产品, 助力中医药在市场上蓬勃前行。



案例：同仁堂助力中药追溯标准升级

2024年12月31日, 同仁堂参与修订的三项中药追溯团体标准获中国中药协会批准发布。同仁堂集团追溯体系实施主体研究院全程参与, 同仁堂股份公司、科技公司共同完成修订, 促进中药行业追溯体系建设。同仁堂系内公司反馈应用情况, 研究院总结问题, 为修订提供一手资料, 让新标准实操性更强。同仁堂推动中药行业规范化发展, 为守护中药品质筑牢根基。

中国传统二十四节气

QIU FEN

CHINESE TRADITIONAL 24 SOLAR TERMS

秋分



和谐社会
和衷共济



助力乡村振兴	91
投身公益慈善	92
非遗文化传承	94

· 山茱萸 · Tips

适宜食用的季节为秋冬两季
补益肝肾、强精固脱、收敛止汗

助力乡村振兴

同仁堂深入贯彻国有企业关于全面推进乡村振兴工作要求，积极开展对口帮扶、产业扶贫、消费扶贫、就业帮扶等工作。在消费扶贫上，公司采买帮扶产品280余万元，超帮扶计划占比完成采买。在就业帮扶上，公司鼓励吸纳扶贫地区农村人口就业，共吸纳受援地区就业总人数共计60名。



案例：内蒙公司助力包头固阳县黄芪产业振兴

2024年，内蒙公司依托同仁堂品牌优势及固阳县独特的地理气候条件，帮助当地建设黄芪标准化种植基地，提供全程技术指导，建立稳定收购机制，帮助农户增收，显著提升了固阳黄芪品质和竞争力，促进当地经济可持续发展。



固阳黄芪标准化种植基地现场图



案例：股份公司向乌兰察布市捐赠药品

2024年9月，股份公司连续第三年向乌兰察布市捐赠中成药，包括五子衍宗丸、牛黄上清丸等11个品种，满足受援地区各类用药需求。公司连续三年累计捐赠价值近三百万元药品，坚决助力巩固拓展脱贫攻坚成果，全面推进乡村振兴。



捐赠现场图

投身公益慈善

同仁堂作为一家历史悠久的中医药企业，始终将回馈社会、关爱民众健康视为己任，一直投身在健康预防等公益事业中，积极组织各类义诊、公益讲堂、主题文化节等活动，坚定践行“但愿世间人无病，哪怕架上药生尘”的大爱情怀。



案例：同仁堂开展“心灵呵护 快乐生活”心理健康教育系列活动

同仁堂针对在职女性、孕产妇、大学生、医疗从业者，定制心理健康读本，并开设课堂。2022年起，在北京等十地为在职女性举办200余场心理课堂，在16省市医院投放15万册孕产妇读本，在150场孕妇学校课堂播放产后抑郁防治短片，向10城30所高校发放5万册心理健康手册并开设讲堂，还为京穗两地47家药店从业者举办关爱沙龙，体现了同仁堂对特定群体的关爱，助力《健康中国行动2030》心理健康目标。



焦煤西山煤电官地矿工会女职工心理健康课堂



广州医科大学附属第五医院孕妇课堂



北京劳动保障职业学院大学生心理健康课堂



北京市药店负责人及店员关爱沙龙现场



案例：同仁堂商业开展“紫禁卫士”义诊活动

2024年是同仁堂商业公司连续第十年走进故宫，看望慰问执勤官兵，为“紫禁卫士”义诊。专业医师和药师为一线官兵把脉、开方、针灸、正骨、按摩，并科普常见伤病的处理方法及养生知识为传播中医药文化、擦亮同仁堂金色名片、保护执勤官兵身心健康、解决退役官兵后顾之忧做了微薄贡献。



为一线官兵义诊现场



案例：医疗经营公司持续开展服务进社区活动



北京市西城区什刹海社区活动现场

医疗经营公司持续关注社区民众健康，坚持开展服务进社区活动。定期在各地社区开展“教你认识高血脂”“秋冬健康生活方式”“三减三健”等健康教育活动，聚焦老年常见病及季节性疾病，普及中医药防病治病知识，获得了群众一致认可与支持，展现同仁堂企业文化，助力居民防病治病。



案例：同仁堂国药在香港开展女性健康教育活动

2024年10月，同仁堂国药结合近年香港女性妇科病高发趋势，在香港当地商场、街道等地办讲座设展位，普及慢性病、妇科病相关防治知识，吸引2000余市民参加，帮助增强女性妇科保健意识，展现了同仁堂的社会责任担当。



香港展位现场

非遗文化传承



同仁堂传承“同修仁德，济世养生”的价值观、“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”的质量观和“讲信义，重人和”的经营理念，以独特的文化和坚强的信念响应“一带一路”建设，传承和弘扬中医药文化。



案例：同仁堂股份参加2024乌镇健康大会

2024年4月，同仁堂股份精心挑选了同仁牛黄清心丸传统制作技艺、壮骨药酒传统制作技艺两项非遗项目，在乌镇健康大会以现场展示、科普答疑等形式向观众介绍非遗技艺和非遗文化，彰显同仁堂对传统制药技艺的传承之志。



乌镇健康大会现场



案例：同仁堂科技参加第八届中国非遗博览会

2024年10月，同仁堂科技“西黄丸传统制作技艺”“微丸传统制作技艺”等四个非遗项目、多件博物馆藏品复制品及珍贵药材标本亮相第八届中国非遗博览会，生动讲解了西黄丸、微丸、珍贵药材背后故事，现场展示了传统制药方式，全面展现了同仁堂的非遗保护成果。



展会现场



案例：同仁堂科技举办首席技师工作室、青年工作室巡回展

2024年10月，同仁堂科技开展“薪火相传”工作室巡回展，展示各工作室的创建历程及攻克西黄丸机械化生产过程，展现非遗传承的努力。近十年，同仁堂科技培养17名首席技师、11名非遗传承人，孵化16个青年工作室，培养高技能人才近300名，获近百项技术创新成果、40余项专利，经济效益近亿元。



展览现场



案例：同仁堂商业开展中医药文化进校园活动

同仁堂商业与多所中小学校联合开展“小小中药师”中医药文化研学项目，以“传统文化+现代教育”的创新模式，通过沉浸式体验、趣味化教学和产学研联动，带动青少年学习中医药文化传承热潮。报告期内，同仁堂商业累计开展中医药进校园活动100余场，通过开展各类中医药文化进校园活动，不仅可以为孩子们提供了一个深入了解中医药知识的平台，同时也为中医药文化的传承和发展注入了新的活力。



中医药文化传承

报告附录

指标索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号--可持续发展报告（试行）（征求意见稿）》指标索引

维度	序号	议题	所在章节
环境	1	应对气候变化	2.3 应对气候变化
	2	污染物排放	2.4 控制污染排放
	3	废弃物处理	2.4 控制污染排放
	4	生态系统和生物多样性保护	2.2 履责绿色运营
	5	环境合规管理	2.1 完善环境管理
	6	能源利用	2.2 履责绿色运营
	7	水资源利用	2.2 履责绿色运营
	8	循环经济	/
社会	9	乡村振兴	6.1 助力乡村振兴
	10	社会贡献	6.2 投身公益慈善
	11	创新驱动	3.2 驱动创新发展
	12	科技伦理	3.2 驱动创新发展
	13	供应链安全	5.1 加强供应商管理
	14	平等对待中小企业	/
	15	产品和服务安全与质量	3.1 打造卓越品质
	16	数据安全与客户隐私保护	1.6 严管信息安全
	17	员工	4 以人为本，共筑未来
	18	尽职调查	1.1 可持续发展
	19	利益相关方沟通	1.1 可持续发展
	20	反商业贿赂及反贪污	1.5 恪守商业道德
	21	反不正当竞争	/

《可持续发展报告统一标准（GRI Standards 2021）》指标索引

指标编号	指标名称	索引位置
2-1	组织细节	关于本报告
2-2	组织可持续性报告中包含的实体	关于本报告
2-3	报告期、报告频率和接触点	关于本报告
2-4	信息重述	/
2-5	外部保证	无外部保证
2-6	活动、价值链和其他业务关系	关于同仁堂
2-7	雇佣	4.1 保障员工权益
2-8	非雇佣员工	4.1 保障员工权益
2-9	公司治理结构和组成	1.3 夯实公司治理
2-10	最高治理机构的提名和选择	详情请见本公司年报
2-11	最高管理机构的主席	1.3 夯实公司治理
2-12	最高治理机构在监督影响管理方面的作用	1.3 夯实公司治理
2-13	管理影响的责任下放	1.3 夯实公司治理
2-14	最高治理机构在可持续发展报告中的作用	1.3 夯实公司治理
2-15	利益冲突	详情请见本公司年报
2-16	关键问题的沟通	1.1 可持续发展
2-17	最高治理机构的集体知识	1.3 夯实公司治理
2-18	对最高治理机构绩效的评估	详情请见本公司年报
2-19	薪酬政策	详情请见本公司年报
2-20	决定薪酬的程序	详情请见本公司年报
2-21	年度总薪酬比率	/

指标编号	指标名称	索引位置
2-22	关于可持续发展战略的声明	1.1 可持续发展
2-23	政策承诺	全文
2-24	嵌入政策承诺	全文
2-25	纠正负面影响的过程	3.1 打造卓越品质
2-26	寻求建议和提出关切的机制	1.1 可持续发展
2-27	遵守法律法规	全文
2-28	会员协会	5.3 赋能行业新发展
2-29	利益相关者参与的方法	1.1 可持续发展
2-30	集体谈判协议	/
201	经济绩效	2024 年度 ESG 亮点绩效
202	市场表现	2024 年度 ESG 亮点绩效
203	间接经济影响	2024 年度 ESG 亮点绩效
204	采购实践	5.2 践行负责任采购
205	反腐败	1.5 恪守商业道德
206	不当竞争行为	/
207	税务	1.4 全面风险管理
301	物料	2.2 履责绿色运营
302	能源	2.2 履责绿色运营
303	水资源与污水	2.2 履责绿色运营 2.4 控制污染排放
304	生物多样性	2.2 履责绿色运营
305	排放	2.3 应对气候变化
306	废弃物	2.4 控制污染排放
308	供应商环境评估	5.1 加强供应商管理
401	雇佣	4.1 保障员工权益
402	劳资关系	4.1 保障员工权益

指标编号	指标名称	索引位置
403	职业健康与安全	4.4 保障健康安全
404	培训和教育	4.3 加强人才发展
405	多元化与平等机会	4.1 保障员工权益
406	反歧视	4.1 保障员工权益
407	结社自由与集体谈判	4.1 保障员工权益
408	童工	4.1 保障员工权益
409	强迫或强制劳工	4.1 保障员工权益
410	安保实践	/
411	原住民权利	/
413	当地社区	6 和衷共济，和谐社会
414	供应商社会评估	5.1 加强供应商管理
415	公共政策	6 和衷共济，和谐社会
416	客户健康与安全	3.1 打造卓越品质
417	营销与标识	3.3 维护客户权益
418	客户隐私	/

反馈表

为持续改进同仁堂的ESG工作，不断提高ESG管理的能力和水平，我们非常希望倾听您的意见和建议。

恳请您协助完成反馈意见表中提出的相关问题，并以电邮向本公司提出建议或分享意见。

邮箱：tongrentang@tongrentang.com

地址：北京同仁堂股份有限公司董事会办公室

您的信息

姓 名

工作单位

联系电话

Email

意见回馈

1. 您对公司ESG报告的总体评价是

☐ 好

☐ 较好

☐ 一般
2. 您认为本报告是否能反映公司ESG议题的重大影响

☐ 能

☐ 一般

☐ 不了解
3. 您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整度如何

☐ 高

☐ 较高

☐ 一般

☐ 较低

☐ 低
4. 您最满意本报告哪一方面？
5. 您关注哪些方面的议题？
6. 您希望进一步了解哪些信息？
7. 您对公司ESG工作和本报告还有哪些建议？



办公地址：北京市东城区崇文门外大街 42 号
邮 箱：tongrentang@tongrentang.com
网 址：gf.tongrentang.com
邮 编：100062