

马应龙药业集团股份有限公司

2015 年度社会责任报告



马应龙药业集团股份有限公司董事会

关于本报告

本报告是马应龙药业集团股份有限公司(以下简称“马应龙”、“马应龙药业”、“公司”或“我们”)所发布的第七份社会责任报告,此前的一份报告发布于2015年4月份。本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

● 报告宗旨 :

本报告旨在真实反映马应龙2015年度企业社会责任的发展与实践,向利益相关方公开报告企业运行情况,帮助股东、员工、政府、客户、合作伙伴、社区公众等利益相关方深入透视马应龙的企业社会责任实践活动。

● 报告范围 :

本报告时间跨度为2015年1月1日至2015年12月31日,与公司年度报告同时披露。报告数据以2015年度为主,部分内容适度向前延伸,报告中2015年与公司运营相关的数据披露截止日为2015年12月31日;报告的组织范围为公司及公司下属子公司。

● 编写标准 :

本报告的编写主要参照全球报告倡议组织(GRI)的第三代标准(G3),结合马应龙的实际情况,甄选报告内容。

● 数据收集 :

本报告的数据和案例由公司本部相关部门及公司下属子公司收集而来。

本报告经公司2016年3月24日召开的第八届董事会第12次会议审议通过。

如无特别说明，本报告中所提及的金额币种均为人民币。

非常感谢您抽出宝贵时间阅读本报告。我们衷心期望通过定期编报社会责任报告搭建起与您沟通交流的平台，真诚期待您的反馈，以便我们与时俱进，做得更好。如果您想进一步了解公司实施企业社会责任理念、战略及相关实践活动，请登录马应龙药业集团股份有限公司网站 <http://www.mayinglong.cn/>。

目录

关于本报告	2
一、公司概况	6
(一) 公司简介	6
(二) 公司社会责任理念	7
二、为顾客创造健康	8
(一) 产品和服务	8
(二) 品质保障	11
(三) 营销传播	12
(四) 发布流调结果	14
(五) 品牌价值	16
三、为股东创造财富	18
(一) 完善公司治理结构	18
(三) 严格履行信息披露义务	19
(四) 投资者关系管理	20
(五) 合理回报股东	21
四、为员工创造机会	22
(一) 构建和谐劳动用工关系	22
(二) 完善人力资源管理体系	24
(三) 关爱员工生活	25
五、为社会创造效益	28

(一) 安全管理.....	28
(二) 环境保护与节能减排.....	30
(三) 社会公益.....	31
六、展望 2016	33
附：2015 年大事记	34

一、公司概况

（一）公司简介

马应龙药业集团股份有限公司（简称“马应龙”，证券代码 600993.SH）创始于公元 1582 年，是经商务部首批认定的中华老字号企业，2004 年在上海证券交易所挂牌上市，被认定为国家高新技术企业，拥有国家级企业技术中心。历经 400 多年的持续快速健康发展，如今已成长作为一家专业化医药类上市公司。

马应龙深化实施品牌经营战略，坚持以肛肠及下消化道领域为核心定位，以“目标客户一元化，服务功能多元化”为发展思路，聚焦经营核心优势领域，形成了药品经营、诊疗技术、医疗服务的全产业链，打造肛肠健康方案提供商，构建商业生态链。据中康资讯最新市场调研数据表明，马应龙在痔疮药品零售市场销售量的占有率高达 48%，稳居肛肠治痔领域领导品牌。在世界品牌实验室、世界经理人周刊联合评估的 2015 年“中国最具价值品牌 500 强”排行榜中，马应龙名列第 182 位，品牌价值达到了 135.75 亿元。截止 2015 年 12 月 31 日，公司实现销售收入 17.84 亿元，同比增长 10.05%；归属于上市公司母公司利润 2.23 亿元，同比增长 10.81%；总资产 24.1 亿元，净资产 18.87 亿元。

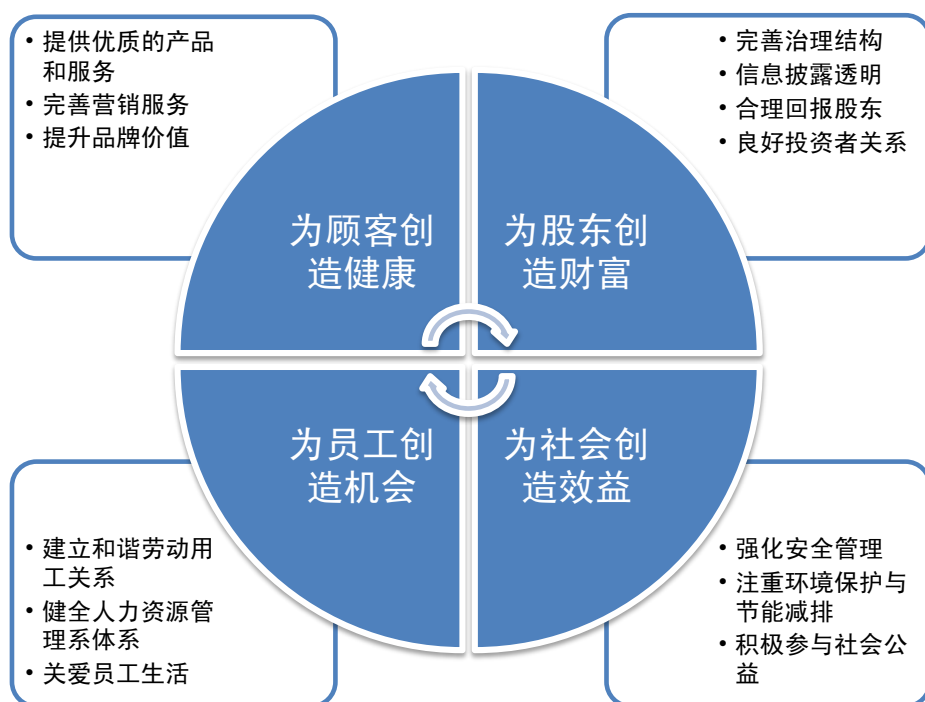
图 1:马应龙产业结构图



（二）公司社会责任理念

马应龙作为一家公众性上市公司，始终追求企业发展与社会责任的高度统一。公司奉行“为顾客创造健康，为股东创造财富，为员工创造机会，为社会创造效益”的经营宗旨，其核心内涵即是“利益相关方多元均衡”，通过马应龙的经营活 动，使各种利益主体均获得可持续的、公平的、最大化利益，构建稳固的利益关系平台。公司倡导“以真修心，以勤修为”的哲学观、“稳健经营、协调发展”的经营观、“资源增值”的价值观，弘扬“龙马精神”的企业精神，通过持续推进产业产品结构升级，严格加强质量管理和服务水平，不断完善公司治理结构，持续提升经营效能和管理效率，建立健全人力资源经营体系，保障员工合法权益，全面落实安全生产责任制，注重节能减排和环境保护，积极参与社会公益活动，共建和谐社会，推动马应龙未来可持续健康发展。

图 2：马应龙社会责任框架



二、为顾客创造健康

(一) 产品和服务

● 强化以市场为导向的产品开发，丰富产品结构

公司围绕肛肠及下消化道领域，以市场需求为导向，结合全国肛肠疾病流行病学调查结果，细化产品功能分类，突出患者用药体验；并对比公司现有品种，针对性地开展新产品开发，并逐步由单一药品开发向医疗器械、功能性食品等大健康领域产品延伸，进一步完善和补充产品功能。报告期内，公司研发项目七叶皂苷钠凝胶、复方蛇床子洗剂获得医院制剂批件；引进一类新药硫酸普拉睾酮钠、代理产品痔痛宁气雾剂和医疗器械 PPH 肛肠吻合器、贴牌产品肛肠专用敷料、润肠通便系列食品（麻糖、饼干、八宝粥）；在药妆领域，目前已上市的品种达

到 23 个，备案品种达到 40 个，形成了系列化药妆产品，涵盖了膏、霜、乳液、啫喱、眼贴及水剂等多种剂型。

● **加快诊疗产业转型发展，提高肛肠专科医院影响力**

公司诊疗产业以“改善经营业绩、提高产权价值”为目标，以“分区管理、分级管理、连锁经营”为扩展思路，不断探索创新并购合作模式，2015 年采用轻资产扩张方式与山东省临朐县人民医院、河北迁安市老干部局医院以及通化二道江人民医院合作运营马应龙肛肠诊疗中心。目前，马应龙通过自建、收购、共建、合作等方式已运营 10 家医院，主要位于北京、武汉、西安、南京等消费能力较强的一线城市和省会、中心城市，同时适度向县级市场延伸，总床位数量达到 1150 张。医院整体定位中高端、注重患者体验与个性化治疗，医生资源方面已经和国内肛肠领域的诸多权威专家达成合作意向，同时积极引进国际先进设备和理念，医疗质量和诊疗技术居于业内领先。2015 年连锁医院收入同比增长 51.35%。

表3：马应龙肛肠连锁医院情况

名称	医院级别	医保/新农合	床位数
北京马应龙长青肛肠医院	三级甲等	市医保定点 海淀区农合定点	300张
武汉马应龙中西医结合肛肠医院	三级标准	市医保定点	100张
西安马应龙肛肠医院	二级甲等	省医保定点 省新农合定点	300张

南京马应龙中医医院	三级标准	市医保定点	80张
沈阳马应龙兴华肛肠医院	二级标准	市医保定点 市新农合定点	101张
大同马应龙肛肠医院	二级标准	市医保定点 市新农合定点	48张
宁波江北马应龙博爱肛肠医院	二级标准	市医保定点 江北新农合定点	50张
山东临朐马应龙肛肠诊疗中心	/	/	60张
河北迁安马应龙肛肠诊疗中心	/	/	60张
通化二道江马应龙肛肠诊疗中心	/	/	60张

● **零售业务区域特色初步构建，提升客户感知价值**

公司零售业务以“安全，专业，便利，实惠”为价值主张，以“买品牌药到马应龙”为核心经营理念，着力打造区域市场特色零售药店品牌形象，建立睡眠专区、消毒专区、颈椎专区等药品特色专区，形成有特色、可复制的专区样板店标准化管理运作和盈利模式，2015年8家样板店销售和毛利均同比增长15%。同时，公司不断创新经营模式，开拓新的市场份额，2015年在武汉地铁4号线及客运站、商圈等地架设自动售药机20台，成为湖北省首家开展此类经营的医药零售企业，有效提高客户获取药品的便利性。

● **线上业务取得积极进展，互联网医疗全面启动**

公司线上业务以“统筹布局，规模突破”为目标，注重传统业务与线上业务的整合嫁接，2015年线上业务销售规模近5000万元，同比增长3倍；全面启动互联网医疗，成立互联网医疗事业部，发起设立产业基金大力推动互联网医疗项目，并获得国家开发银行的专项基金支持；报告期内，小马医疗正式上线，搭建了肛肠领域互联网医疗服务链端口，进一步整合全产业链的线上和线下资源，形成医药联动平台。

图 4：小马医疗网页界面



（二）品质保障

● 通过新版 GMP 认证，持续提升质量管理水平

2015 年，公司全面推动新版 GMP 实施，五年产能规划建设完成，生产能力和硬件水平进一步提升；完善确认与验证、偏差、变更、CAPA、质量回顾、风险评估与控制等质量管理流程并有效实施，进一步提升质量管理水平。报告期内，公司 16 个剂型及类别均通过新版 GMP 认证。

● 完善标准化体系建设，促进产品质量提升

根据监管新规和经营发展实际，公司不断完善食品、化妆品、药品等质量管理体系，巩固和提高环境与安全管理体系，推动各标准化体系平稳有效运行并不断改进。报告期内，公司无重大质量安全事故发生；公司接受国家及各省、市药品监督管理部门开展的抽样检查共计 98 批次，市场抽检合格率为 100%，公司本部成品一次性合格率 100%，其中主导产品马应龙麝香痔疮膏、复方甘草口服溶液、麝香痔疮栓、龙珠软膏、地奥司明片、痔疮消炎片、聚乙二醇 4000 散等产品

一次性合格率为100%。

- **持续推行品质文化宣传和培训，强化员工质量意识**

公司持续推行全员质量责任制，细化年度质量目标，并分解至公司各层级，由质量保证部统筹定期对质量目标的实施情况组织考核，确保质量管理工作落实到位。公司坚持开展多种多样的品质文化宣传教育工作，2015年围绕新版GMP、新版药典、监管新规，多频次组织主题培训、知识竞赛、质量月等活动，关注对生产质量管理和一线操作员工的规范要求和技能提高，增强了全体员工的质量责任和质量风险意识。

（三）营销传播

- **强化宣传推广的精准投放，提高目标客户感知价值**

报告期内，公司基于市场洞察结果，针对疾病高发人群，定向开展针对性促销工作，比如联合客运公司、出租车公司等对司机群体开展健康讲座、免费体检或肛肠诊疗优惠活动等。

根据目标人群的特征与媒介接触习惯，与新媒体合作进行精准传播。比如，与腾讯合作，通过对腾讯QQ群体网络行为大数据的分析，筛选出司机群体或长时间开车的人，然后定向对这些群体进行精准传播；与百度爱奇艺平台合作，对近期搜索过痔疮相关关键词的用户进行抓取，针对他们进行精准投放。

结合目标人群的特征，找出消费者教育的关键点，重新审视广告片和海报创意，编撰有针对性的患教宣传资料。例如，结合易得痔疮的人群56.8%的人群生活工作较为紧张，63%的人群生活工作紧张，可以初步判断痔疮与生活、工作压力大有关，需要减压的心理需求。因此，马应龙在宣传主题上传递轻松、健康、正能量等诉求，如马应龙轻松治痔等。

图 5：马应龙与滴滴打车线下合作



● **推动营销网络向基层延伸，提高客户获取产品和服务的便利性**

公司将流通环节管理划分为渠道管理、医院终端管理和药品零售终端管理，针对每一环节采取不同管理模式，通过 8 个大区和 36 个办事处，实现全国网络的覆盖，使得客户能够便捷的获得马应龙的产品和服务。

针对渠道客户，公司与全国型、区域型核心流通企业建立战略合作关系，充分发挥了主流合作商业的优势，借助批发企业公共关系资源、基药配送优势、终端配送网络、资金实力等，提升马应龙产品网络覆盖面。

针对医院终端，进一步加大学术维护力度，充分利用流调提供的信息，通过学术沟通，实现专家网络建设的深度和广度。目前已建立 240 家核心战略医院、1500 家核心医院以及大量非核心医院和广大的基层医疗单位的处方销售网络体系，针对性实行精细化和专业化的管控和维护。

对于药品零售终端，公司深化“以战略连锁为核心，以大型社会单体店为补充”的 OTC 市场操作模式，采取分级管理和差异化合作，强调内生增长，提升合作质量，采取产品组合策略，推动联合用药，扩大销售规模。

● **整合营销资源，强化消费者的感知参与**

针对媒体传播多样化、社会化、碎片化特点，公司采取整合传播策略，由传统媒体投放为主，适度转向网络媒体和销售终端倾斜，实施“聚焦口碑，借力创新，传播增值”的营销推广理念，推行“创意视频传播+社会化口碑扩散”的营销模式，并以马应龙微信公众账号为自媒体平台，整合内外部资源，开展品牌宣传，强化自媒体时代的消费者感知参与。2015年5月，《马应龙官方微信自媒体营运创新》案例获得整合营销传播类金奖。

图 6：自媒体平台与粉丝进行深度沟通

天涯论坛、bbs——百度贴吧、论坛——新浪微博——微信



（四）发布流调结果

2015年8月，公司在北京召开中国肛肠疾病流行病学调查发布会。肛肠疾病是一种常见病和多发病，民间就有“十人九痔”之说，但就其医患状况却没有科学的数据支持，直接影响国家公共卫生政策和产业发展规划的制定。一直以来，马应龙聚焦肛肠及下消化道领域，努力为肛肠疾病患者提供专业化、个性化服务，并将中国肛肠健康事业的发展作为我们民族企业的使命和责任。因此，在2012年马应龙联合中华中医药学会肛肠分会发起中国肛肠疾病流行病学调查，调查样本覆盖全国31个省（自治区、直辖市），195个县（市、区），共抽样68906名

18 岁及以上城区居民，从肛肠疾病患病率、发病人群特征、疾病主要症状、诱导因素、就诊与潜在市场调查等方面进行了调查和深入分析。

此次中国肛肠疾病流行病学调查是首次全国性、公益性、权威性、科学性的肛肠疾病普查，肛肠流调结果已通过湖北省科技厅的鉴定，确认本次流调达到了国际先进和国内领先的水平，为我国制定相关卫生政策和产业政策提供了科学依据，对我国肛肠疾病临床研究和中医肛肠学科发展的意义深远。

图 7：马应龙在北京召开中国肛肠疾病流行病学调查发布会



图 8：马应龙协同中华中医药学会肛肠分会共同组织开展中国肛肠疾病流行病学调查



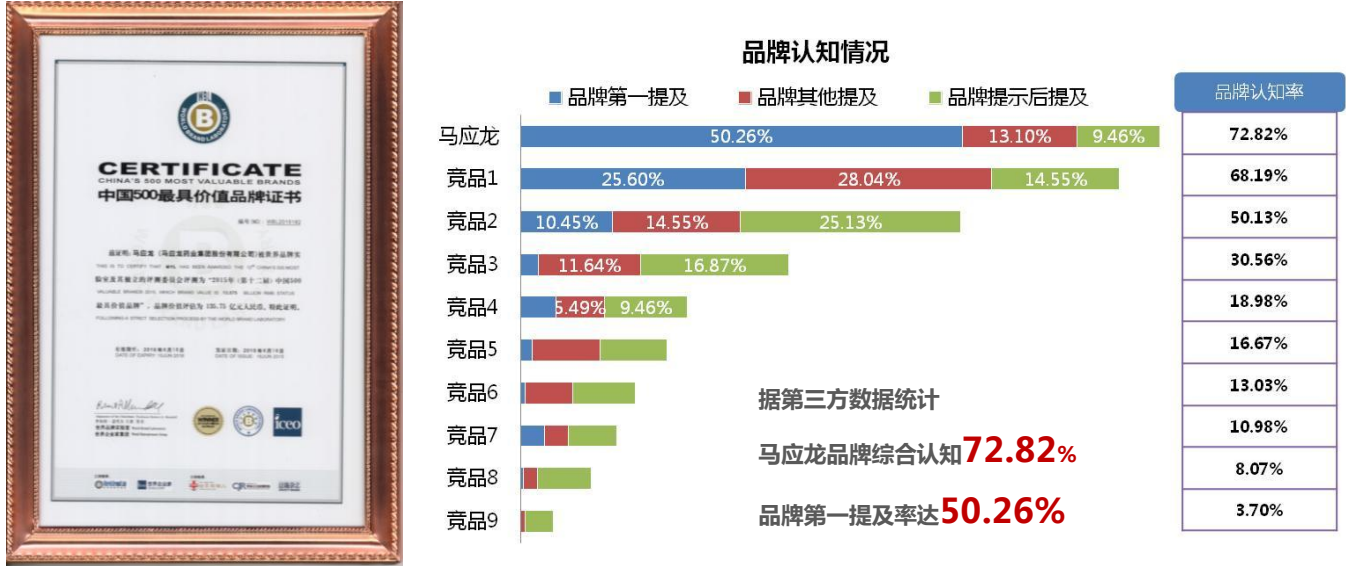
（五）品牌价值

● 启动战略转型和升级，品牌价值持续提升

流调结果充分揭示了肛肠疾病市场信息，是直接反映客户需求的第一手资源。基于流调结果的分析，公司以追求客户感知价值为目标，洞悉客户需求，强化品牌经营，整合社会资源，构建马应龙肛肠健康方案提供商体系，形成商业生态链，推动肛肠健康产业的发展，提升马应龙品牌影响力和行业地位。根据中康资讯最新调研结果，马应龙在国内痔疮用药零售终端市场占有率达到 48%，稳居治痔领域领导品牌。在世界品牌实验室、世界经理人周刊联合评估的 2015 年“中国最具价值品牌 500 强”排行榜中，马应龙以 135.75 亿元的品牌价值位列 182

位，保持价值和位次的逐年稳步上升。

图 9：马应龙品牌价值及品牌认知率



● **优化品牌资产管理，强化知识产权保护意识**

报告期内，公司完成“一种药用硝酸甘油丙二醇溶液的生产工艺”、“一种具有祛痘功效的护肤组合物、制剂及其制备方法”、“一种紫草膏及其制备方法”、“一种肠易激综合征的中药及其制备方法”等 4 项发明专利和“一种传动链接装置”实用新型专利申请，加强外包装的保护，防范侵权行为。公司独立开发完成的“马应龙药业网上流行病调研软件”首次获得计算机软件著作权。截止 2015 年底，公司专利的数量已达到 129 项，已取得专利证书的有 115 项，共拥有商标 227 个，其中国内商标 154 个，国际商标 73 个。

三、为股东创造财富

（一）完善公司治理结构

报告期内，公司严格遵守《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》等有关法律法规的规定和要求，不断完善公司治理结构，提升公司治理水平。公司严格履行“三会一层”议事规则，股东大会、董事会、监事会和经理层职责权限清晰，确保了决策、执行和监督相互分离，并形成制衡，切实保障股东的合法权益。

报告期内，公司共召开了股东大会 1 次，严格按照《公司股东大会议事规则》的规定执行，聘请了律师事务所专业律师进行见证并出具专项法律意见，充分保障了股东大会的规范召开和所有股东依法行使职权。董事会认真履行职责，严格按照法律法规要求，对公司进行经营管理。2015 年度，董事会共召开 4 次会议，均严格按照法定程序规范召开，充分保障了董事依据法律、法规及《公司章程》行使职权。公司独立董事在报告期内均遵守法律、法规和《公司章程》等相关规定，认真履行职责，参与公司重大决策，对公司重大事项发表独立意见，切实维护了公司整体利益和中小股东的利益。董事会下设的各专门委员会全年召开了多次会议，为董事会的决策提供支持，促进董事会科学、高效决策。报告期内，公司监事会召开了 3 次会议，公司监事列席了公司历次股东大会和董事会的现场会议，充分保障了监事对公司事务的知情权和依法行使监督权。

以战略转型和升级为导向，建立健全以客户、股东、员工为经营对象的三维三力系统，公司管理模式进一步完善。三维三力系统是将企业核心竞争力转化为对于受众的影响力，即对客户的产品力、营销力、品牌力，对股东的公信力、创

造力、发展力，对员工的压力、动力和活力，实现其体系化、流程化和模块化，切实发挥三维三力系统对实现战略、助力营运的推动作用。公司三维三力管理系统获得第二十二届全国企业管理现代化创新成果一等奖。

（二）完善内控体系建设

公司积极推进以源头治理为核心、以过程控制为手段的企业内控体系，不断健全和完善公司管控制度，强化规范运作意识、优化内部监督机制，全面提升公司管理水平，强化风险防范能力，促进公司战略发展目标的实现。

按照《企业内部控制基本规范》和《企业内部控制配套指引》的要求，公司结合外部环境的变化和公司目前经营业务的实际情况，编制形成了《内部控制管理手册》，建立了科学的决策机制、有效的监督机制和涵盖经营管理各环节的规范的内部控制体系；编制形成了《内部控制评价手册》、《内部控制评价办法》，规范公司内部控制评价工作，及时查找、分析内部控制缺陷，并有针对性地督促落实整改，促进公司内控体系的不断完善。

2015年，公司内部控制评价报告显示，公司不存在财务报告内部控制重大缺陷，未发现非财务报告内部控制重大缺陷；公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（三）严格履行信息披露义务

报告期内，公司严格按照有关规定真实、准确、完整、及时、公平地进行信息披露，有效的执行和维护了信息披露的责任机制，未发生选择性信息披露的情况，未有因信息披露而受证券监管部门惩处的情况。

公司高度重视信息披露培训工作，不断强化相关责任主体信息披露的意识和能力；加强内幕信息的规范管理，做好公司内幕信息知情人的管理、登记、披露

及备案等工作，有效杜绝了内部交易情况发生，维护信息披露的公平性。2015年，公司在上海证券交易所及指定媒体发布定期报告和临时公告共 28 项，其中定期报告 4 项，临时公告 24 项，披露文件格式规范、信息完整、表达清晰，披露内容真实、准确。

在严格遵守上市公司信息披露相关规定的前提下，公司与主流报刊、网络等媒体建立了良好顺畅的沟通机制，及时将公司的经营理念、业务发展及企业文化等情况通过媒体传递给社会各界，虚心接受媒体的舆论监督。报告期内，未出现对公司公众形象有较大负面影响的新闻事件，营造了较为良好的舆论氛围。

（四）投资者关系管理

公司高度重视投资者关系管理工作，努力构建与广大投资者的畅通沟通渠道，充分保障投资者的知情权。根据《接待特定对象调研采访工作制度》、《新闻发言人管理办法》，规范公司对外信息传播的路径和责任。定期收集汇总投资者信息反馈资料，分析投资者关注的重点，并汇编成信息简报，供经营层参考，促进投资者与经营层的互动。建立投资者及研究员信息库，加强与重点投资者的双向沟通，通过企业与投资者的脸型互动关系，形成稳定和优质的投资者基础，获得长期的市场支持。

报告期内，公司在日常工作中耐心倾听了大量投资者的电话咨询，合理信息有问必答；在公司官网通过“投资者咨询”专栏形式，与广大投资者进行线上沟通交流，确保将相关信息完整、准确、及时地向投资者传递；利用每次召开股东大会的机会，专门组织投资者与管理层进行面对面的交流，详细解答股东关注的问题，并积极主动听取和收集股东对公司经营管理以及未来发展的意见和建议；认真接待了多家券商、基金公司、中小投资者的现场调研，详细回答了中小投资者、

分析师、基金经理提出的问题，加深投资者对公司运营情况、发展策略、管理团队、未来发展等情况有更加全面细致的了解，以增强投资者对公司的认同度。

此外，公司还通过《马应龙》月刊等载体，合法规范地进行信息传播，从内容和形式上丰富对外宣传窗口。

（五）合理回报股东

公司严格遵照《公司章程》关于利润分配政策的相关规定，坚持稳健、连贯、匹配的利润分配原则，在广泛综合各方意见的基础之上制定合理的利润分配方案，积极回报股东。

报告期内，公司严格执行中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）要求，积极制定明确的投资者回报计划，充分维护股东依法享有的资产收益等权利。2015年6月24日，公司召开2014年度股东大会，审议通过了《2014年度利润分配方案》。根据股东大会决议，公司2014年度利润分配方案为：以2014年年末总股本331,579,916股为基数，向全体股东每10股送红股3股，派发股票红利总额为99,473,975股；每10股派发现金股利0.40元（含税），派发现金股利总额为13,263,196.64元。该利润分配方案已实施完毕。

2015年度公司利润分配预案为：以2015年年末总股本431,053,891股为基数，向全体股东每10股派发现金股利2元（含税），派发现金股利总额为86,210,778.20元。

表 10：马应龙药业上市以来利润分配方案汇总表

年份	利润分配方案	除息日
----	--------	-----

年份	利润分配方案	除息日
2004 年度	每 10 股派 4 元	2005 年 8 月 1 日
2005 年度	每 10 股派 6.5 元	2006 年 7 月 13 日
2006 年度	每 10 股送 2 股派 3 元	2007 年 5 月 31 日
2007 年度	每 10 股送 5 股派 3 元	2008 年 6 月 4 日
2008 年度	每 10 送 4 股转增 4 股派 1 元	2009 年 6 月 15 日
2009 年度	每 10 股派 3 元	2010 年 7 月 9 日
2010 年度	每 10 股送 4 股转增 6 股派 0.5 元	2011 年 5 月 20 日
2011 年度	每 10 股派 1.1 元	2012 年 6 月 19 日
2012 年度	每 10 股派 1.6 元	2013 年 7 月 15 日
2013 年度	每 10 股派 1.7 元	2014 年 7 月 21 日
2014 年度	每 10 股送 3 股派 0.4 元	2015 年 7 月 21 日
2015 年度	每 10 股派 2 元	/

四、为员工创造机会

（一）构建和谐劳动用工关系

● 保障员工权益

公司严格遵守《劳动合同法》，与员工签订的劳动合同覆盖率为100%，劳动合同的签约对象包括正式员工和试用期的员工；公司与实习生100%签署实习

协议，以保障其权益；公司通过内部局域网、宣传栏、《马应龙》刊物等形式进行宣传，逐步建立起“规范有序、公正合理、互利互赢、和谐稳定”的新型劳资关系，实现了企业发展和员工满意的“双赢”目标。报告期内，公司没有发生一起违约行为、劳动争议和群众性事件。

● **完善民主管理机制，强化民主监督职能**

2015年3月，公司顺利召开了十一届三次职工代表大会，认真督导落实了职代会7项提案和2条建议，维护了员工的民主权利。公司坚持职工监事制度，参与公司问责会等重大会议，行使参政议政和民主监督权利；坚持企务公开制度，严格执行《企务公开控制程序》，将职代会提案落实情况、车间二级分配检查情况、公司重大工程招投标情况等内容以板报、内部网络等形式予以公开；健全和完善了劳动法律监督和劳动争议调解组织，积极主动的做好了职工的来信来访工作，维护了员工的合法权益。

● **运用网络资源，搭建沟通平台**

公司充分利用网络资源，建立了微信公众平台“马应龙党群活动热线”和500人的微信群，积极利用新媒体与员工进行互动交流，增强了员工学习和工作的积极性和主动性。微信平台主要以国家时政宣传、专题文化教育、励志引导、福利播报、节日祝福、公司资讯、先模报道等内容为主，同时广泛开展各类互动活动，比如企业文化知识竞赛、迎新春走基层、征文比赛、视频演讲比赛、改革发展20周年专题宣传等，弘扬主旋律，传播正能量，鼓舞员工士气，逐步增强员工对公司认知度和认同感。

图 11：2015 年马应龙微信平台活动



(二) 完善人力资源管理体系

● 严格落实绩效管理, 提高人力资源投入产出水平

公司不断完善绩效管理体系, 建立了分级管理模式, 实现多渠道、多工具的绩效跟踪管理, 达到公司整体绩效持续提升的良性循环。创新绩效管理方法, 在总结经验的基础上提出本年度绩效管理工作重点, 并制定年度绩效管理与考核方案; 加强绩效目标的设定, 突出专项工作和增量工作的考核、任务分解的关联性、绩效责任书的优化、绩效考核评价的层层覆盖打分、绩效考核结果的博弈应用、强制性的绩效反馈要求等, 通过绩效管理切实落实重点工作, 强化绩效对经营管理的促进作用。扩大绩效管理的覆盖范围, 实现绩效管理体系向基层一线延伸; 细化对下属各运营单元和所属公司的绩效督导和检查, 创新绩效审计, 完善人格

化的绩效管理机制。落实执行绩效合约、督办跟踪、绩效警示制、绩效约谈、末位淘汰等措施，强化压力对绩效提升的促进作用。

- **完善人才引进及培养规划，加强团队建设**

在人才盘点的基础上，充分挖掘中高端人才和新兴人才需求，明确岗位职责和工作经历要求，组织实施《人才引进实施方案》；制定完善公司人才培养规划，明确人才培养方式、培养项目和培养工作计划，建立分层级分岗位的培训体系。持续开展销售经理培训班、管培生跟踪培养等专题培训；启动中层骨干员工高级研修班，组织实施各种学习培训活动；以管理和技术部门为单位，选取一定比例的85后骨干员工实行有计划的轮岗。深化推动销售一线、生产一线和产品开发中心四定工程，促进公司实现“事、岗、人、薪”四者之间的合理匹配，提高岗位价值和岗位效率。

- **完善激励约束机制，提升员工活力、动力**

修订完善《员工奖励管理办法》，重点突出对员工在增量贡献、效率提升、创新贡献方面的奖励；完善办事处公司制运行机制，设计并推行超额利润奖励计划，实现经营成果共享，激励试点办事处全体人员提升产出水平；制定《销售经理退岗实施细则》，优化销售管理人员队伍结构，提升营销队伍活力；进一步完善行政序列和业务序列的双通道晋升机制，提高员工工作积极性和主动性，在2015年业务序列评审中有244位员工获得晋升。

（三）关爱员工生活

- **员工福利**

公司严格按国家规定为员工办理参加养老、医疗、失业、工伤、生育等社会保险的手续，按规定的缴费基数和比例缴纳应由公司承担的社会保险费，按规定

从员工的工资中代为扣缴应由个人承担的社会保险费。公司为员工购买住房公积金、意外伤害险、团体福利年金险、住院医疗险等多项险种，提高员工的抗风险能力。此外，公司还为员工提供免费的通勤车服务、门诊服务、单身员工宿舍、优秀员工疗养等，给广大员工带来了实实在在的便利和实惠，增强了员工的满意度和幸福感。

2015年，公司建立了设备完善、功能齐全的“职工服务中心”，开设了职工服务中心接待室、培训基地、职工书屋、劳动争议调解室、谈心室、文体活动区等场所，并开通了服务电话，建立网上办公平台，使员工在中午休息时间和下班时间有了娱乐活动场所，丰富员工业余文化生活。

图12：马应龙职工服务中心



● 员工关怀

公司通过各分工会主席与员工交流、谈心，了解员工思想动态，关注员工成长，并在微信平台上开设“心灵驿站”专栏，针对员工工作、生活、学习、情感等

方面的问题，由 4 位专业心理导师提供线上咨询和心理辅导，实现实时互动、保护隐私，有利于超前引导、掌握信息，提前做好员工思想的引导与防范工作。

企业发展离不开员工家庭的支持，2015 年，公司共评选出 83 个家庭获得“员工家庭支持奖”，体现了公司关心员工幸福，重视家庭和谐的人文理念。

● 丰富文体活动

为满足员工多层次、多样化的精神文化需求，公司成立了 8 大文体协会：乒乓球协会、排球协会、摄影协会、书画协会、羽毛球协会、篮球协会、读书协会、自行车协会。以协会带动员工全面发展，平均每 2 个月组织一次文体活动，如跳绳比赛、羽毛球比赛、乒乓球比赛等，使员工身心得到放松，也增强了团队凝聚力。

图 13：2015 年马应龙组织开展员工各项文体活动



五、为社会创造效益

（一）安全管理

公司继续贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”为工作方针，落实“抓细节、重落实、勤检查”的工作思路和方法，通过狠抓安全管理的薄弱环节，开展安全培训和演练，组织各类安全检查，有效地保障公司安全。报告期内，实现了公司“无重大生产、消防、治安、食品和交通事故”的安全目标。

- **完善安全管理制度，确保各级安全工作落实到位**

报告期内，公司制定和完善了《安全生产报告管理规程》、《三违行为管理规程》、《电梯操作规程》、《电梯维护维保规程》、《电梯事故应急救援预案》、《二甲亚砷安全手册》、《管理涂色管理规程》、《锅炉事故现场处置方案》、《天然气泄漏应急处理措施》、《电动叉车管理规程》等规章制度，进一步规范员工安全生产操作，逐步实现安全管理工作标准化。

2015年1月，公司安全工作委员会组织各部门、中心签订《年度安全工作责任书》，逐级分解、落实各级人员的安全职责和目标，形成了安全网路全覆盖；每月组织相关部门、车间召开安全例会，沟通协调安全工作事项，督促落实基层安全工作，形成常态化安全管理模式。

- **多种形式开展安全培训和演练，提高员工安全意识**

公司利用微信平台实时发布公司消防演练、安全知识等资讯，促进安全文化的推广；组织“新安全生产法”、“员工安全知识”、“远离毒品，珍爱生命”、“危险化学品

安全知识”等专题培训，开展“安全生产月”和“消防安全周”等专题活动，内容涉及安全知识问卷、危险源辨识、消防演练等；开展生产现场的安全标识规范化管理工作，对全部安全标示使用情况进行登记并及时更新，配合新制剂大楼重新设计各类安全标示，不断提高员工安全意识，保障生产安全。

图 14：马应龙关于火灾应急救援的展板



● 强化安全隐患整改跟踪，公司安全状态平稳可控

报告期内，公司组织多个部门联合开展季度安全检查和专项安全检查，查处安全隐患 134 处（轻微级），已督促完成整改，其中 2 月和 4 月进行两次季度安全检查；6 月进行夏季用电专项检查、7 月进行电梯专项检查、8 月进行消防通道和标识专项检查、危化品使用和储存等重点区域专项检查。经过系统评估，公司安全现状平稳可控，发生重大火灾、重大人员伤亡等有社会不良影响事故的几

率极低。

（二）环境保护与节能减排

公司围绕“节能降耗、防治污染、倡导绿色环保；以人为本、消除隐患、关注健康安全；遵守法规、全员参与、实现预防控制；持续改进、不断完善、提高管理绩效”的环境安全方针，有序开展产能扩大改造，组织技术改进，推进节能减排的技术创新，提升生产效率，降低能源消耗，取得了良好的环境效益和经济效益。

● 降低能源消耗

公司致力产业结构调整，推进产能规划的实施，有序开展了产能扩大改造项目，不断引进具有国际先进水平的生产设备，对现有设备组织技术改进，提升了生产效率，降低了废品损失，降低了能源消耗；不断提高产品包装档次，注重环保设施的管理。中药软膏栓剂配制系统生产实现自动化；中药原粉实现无尘投料、粉碎、过筛、混合、计量分装一体化生产，大大缩短生产周期，最大程度控制了车间粉尘，改善了员工工作环境和劳动强度，减少了物料损耗，提高了产品收率；自主开发黄凡化油机组，提高化油效率4倍，可即用即化，改变了24小时使用蒸汽的生产模式；对洁净室内温度、湿度、风量进行自动调整控制，故障自动处理及报警，预计节约系统综合运行费用10%以上。2015年公司本部全年天然气消耗量142万立方米，电力消耗890万千瓦时，新鲜用水量25.5万吨。

● 节能减排

2015年，公司积极推进节能减排的技术创新工作，开展了新一轮清洁生产审核工作，按照筹划和组织、预评估、评估、方案产生和筛选、方案可行性分析、方案实施、持续清洁生产等7个阶段有序开展，累计产生无/低费方案34个

(已全部实施完成)，中/高费方案3个(其中两项已完成，一项正在推进中)，取得了良好的环境效益和经济效益。锅炉改燃气炉节能技术改进项目投入运行，进一步减低企业烟尘深度、消除有害气体对大气层污染，2015年减少烟尘排放1.705吨/年、二氧化硫12.405吨/年、氮氧化物1.02吨/年。

公司的污水排放、噪音、烟尘排放、粉尘均符合国家规定，各种预防设备工作正常，废弃固体垃圾按公司相关规定执行。员工在工作中自觉推行清洁维修，实现无污染、无安全隐患。废机油收集并集中销毁，确保不对土地污染。污水处理站实行自动监测并与环保管理部门实现联网，污水处理站24小时工作正常，经过处理后的水完全符合排放标准。

表 15：2015 年公司本部污染物排放统计表

污染物名称	全年指标	2015 年实际排放
COD	13.6 吨	10.5 吨
氨氮	0.34 吨	0.11 吨
烟尘	0.72	0.42 吨
二氧化硫	1.075 吨	0.42 吨
噪音	≤58dB	≤58dB
COD 排放浓度	≤100	≤100

注：全年指标数据根据国家排放指标制定。

(三) 社会公益

公司始终坚持履行社会责任，积极参与到社会公益事业当中，弘扬人道主义精神，帮扶救助弱势群体，推动社会和谐发展，让员工从中感受公司的慈善之

举，进而使更多的员工在潜移默化中参与到慈善活动中来。

● 马应龙慈善基金

马应龙慈善基金自 2007 年成立以来，遵循“弘扬人道主义精神，帮扶救助弱势群体，履行企业公民责任，推动社会和谐发展”的宗旨，以“不求锦上添花，但求雪中送炭”为原则，分为药品捐赠、赈灾救危、捐资助学、困难帮扶，2015 年对 106 人次的困难员工给予了 18 万元的经济资助；对外捐药捐款 330 余万元、募集衣物 2000 余件，履行了企业公民的责任，提升了公司的美誉度和品牌力。

图 16：马应龙慈善活动



● 积极开展志愿者活动

公司以“立足公司、服务经营”为基本出发点，成立了马应龙志愿者服务队，广泛开展各类志愿服务。2015 年马应龙志愿者服务队利用双休和节假日，组织了 20 多次近 500 余人次参加的志愿者服务活动，在企业内部，为生产车间包装、大药房和武汉医院的市场推广、药妆的产品宣传等方面提供服务，起到了较好的效果；对外，深入社区开展义诊、健康宣传，关爱百姓健康，义务奉献社会，体现了马应龙作为企业公民应尽的责任。

图 17：马应龙志愿者活动



六、展望 2016

2016 年，马应龙将继续坚持以“为顾客创造健康，为股东创造价值，为员工创造机会，为社会创造效益”为经营宗旨，以“转型升级促发展”为指导方针，紧紧围绕公司的战略定位和发展目标，全面深化改革创新，在保持经营规模和效益持续增长的同时，积极履行企业社会责任，加强与各利益相关方的沟通与交流，促进企业与社会和谐发展。

我们将以满足客户需求为导向，关注客户个性体验，延伸产品和服务范畴，实施精准营销，不仅为肛肠患者提供药品治疗和医院诊疗服务，更致力于为客户

提供专业化、个性化、多样化的肛肠健康管理方案，成为肛肠健康方案提供商。

我们将股东和投资者视为企业重要经营对象，持续完善公司的治理结构、加强内控制度建设，严格履行信息披露义务，与投资者建立良好互动关系，充分保障股东和投资者的权益，并不断提升企业盈利能力，为股东创造财富，实现资本持续增值，从而获得股东的信赖与支持。

我们将继续坚持“以人为本”的管理理念，保障员工基本权益；倡导“合适的人做合适的事”的人力资源经营理念，为员工提供实现自我价值的事业平台，为员工开辟适合自身发展的多序列职业发展通道；关爱员工工作、生活和身心健康，注重员工对工作和对企业的满意程度，努力创造良好的企业文化氛围，让员工在企业有归属感、幸福感。

随着企业规模不断扩大，经济实力不断增强，我们作为社会成员，将会承担更多的社会责任，并全面融入公司发展战略和日常经营管理中，我们将高度重视安全工作，加强安全体系建设，完善安全管理网络，保障公司安全；加强环境保护，节能减排，力求实现企业与环境的均衡发展；热心社会公益事业，帮扶救助弱势群体，弘扬人道主义精神，推动社会和谐发展。

附：2015 年大事记

- 2015 年 1 月，马应龙连锁医院投资管理有限公司与临朐县人民医院签订合作建立马应龙肛肠诊疗中心协议。
- 2015 年 2 月，马应龙药业荣膺 2015 最受公众欢迎医药医疗品牌企业。
- 2015 年 3 月，马应龙药业被命名为“湖北省非物质文化遗产传承示范基地”。
- 2015 年 4 月，马应龙连锁医院投资管理有限公司与迁安市老干部局医院签

订合作建立马应龙肛肠诊疗中心协议。

- 2015 年 6 月，《马应龙官方微信自媒体营运创新》案例荣获 2015 金远奖整合营销传播类金奖。
- 2015 年 7 月，湖北中医药大学马应龙药业研究生工作站揭牌。
- 2015 年 8 月，中华中医药学会肛肠分会和马应龙药业集团在北京马应龙长青肛肠医院学术交流中心召开新闻发布会，共同公布最新中国肛肠疾病流行病学调查结果。
- 2015 年 9 月，西安马应龙肛肠医院被确定为陕西省新农合直通车定点医疗机构。
- 2015 年 11 月，国家民政部发文，批准马应龙肛肠诊疗技术研究院成立，这是肛肠领域首家获批成立的国家级民办非企业研究机构。
- 2015 年 12 月，小马医疗 APP 正式上线。
- 2015 年 12 月，马应龙荣获中华老字号行业“中国品牌年度大奖 NO.1”荣誉称号。
- 2016 年 1 月，马应龙连锁医院投资管理有限公司与通化市二道江区人民医院就建立“通化二道江马应龙肛肠诊疗中心”举行合作签约仪式，至此，马应龙旗下肛肠医院数量达到 10 家，覆盖武汉、北京、西安、南京、沈阳、大同、宁波、迁安、临朐、通化等全国重要城市。

感谢您抽出宝贵时间阅读本报告，真诚期待您的反馈，您可以通过以下方式与我们联系沟通：

1、垂询电话：027-87291519

2、传 真：027-87291724

3、电子信箱：mayinglong1582@hotmail.com

4、公司网址：<http://www.mayinglong.cn>

5、公司官方微信：mylnk600993



6、来信请寄：430064 武汉市武昌南湖周家湾 100 号 马应龙药业集团股份有
限公司董事会秘书处

您还可以在公司网站上下载本报告的电子文本 ,并浏览关于我们公司的更多
信息。