

证券代码：300158

证券简称：振东制药

公告编号：2022-009

# 山西振东制药股份有限公司 2021 年年度报告摘要

## 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
王智民	董事	参加重要会议	乔延江

中审华会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为中审华会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用  不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 1027494660 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 27.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	振东制药	股票代码	300158
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	周红军		
办公地址	山西省长治市上党区光明南路振东科技园		
传真	0355-8096018		
电话	0355-8096012		
电子信箱	zqb@zajt.com		

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）主营业务

公司主营业务为肿瘤、毛发、消化、泌尿、心脑血管等仿制药、创新药的研发、生产、销售，以及种子种苗抚育、种植、加工、仓储、饮片于一体的中药材全产业链。截至报告期内，公司共有 576 个批文，432 个品种，11 个剂型，其中 237 个品种被 2021 版《国家医保目录》收录，医保产品占比 54.86%。拥有独家产品

或剂型12个。

(二) 主要产品及其用途

类型	产品系列	主要产品	功能主治/适应症
化药	皮肤病用药	米诺地尔搽剂	本品用于治疗男性型脱发和斑秃。
化药	消化系统药	胶体果胶铋胶囊	用于胃及十二指肠溃疡，慢性胃炎；与抗生素联合，用于胃幽门螺旋杆菌的根除治疗。
化药	消化系统药	马来酸曲美布汀胶囊	用于治疗胃肠运动功能紊乱引起的食欲不振、恶心、呕吐、嗝气、腹胀、腹鸣、腹痛、腹泻、便秘等症状的改善。肠道易激惹综合症。
化药	抗肿瘤药	比卡鲁胺胶囊	本品与促黄体生成素释放激素（LHRH）类似物或外科睾丸切除联合应用于晚期前列腺癌的治疗。
化药	抗肿瘤药	注射用香菇多糖	用于恶性肿瘤的辅助治疗
化药	抗肿瘤药	注射用培美曲塞二钠	1.非小细胞肺癌。本品单药适用于既往接受一线化疗后出现进展的局部晚期或转移性非鳞状细胞型非小细胞肺癌患者的治疗。本品单药适用于经4个周期以铂类为基础的一线化疗后未出现进展的局部晚期或转移性的非鳞状细胞型非小细胞肺癌患者的维持治疗。2.恶性胸膜间皮瘤。适用于与顺铂联合治疗无法手术的恶性胸膜间皮瘤。
化药	抗感染药	注射用阿莫西林钠氟氯西林钠	适用于敏感菌引起的呼吸道、消化道、泌尿道、皮肤软组织、骨和关节、口腔及耳鼻喉感染。
化药	抗感染药	注射用氟氯西林钠	适用于治疗敏感的革兰氏阳性菌引起的下述感染，包括产β-内酰胺酶的葡萄球菌和链球菌：1、皮肤及软组织感染：如疖、疔、脓肿、蜂窝织炎、脓疱病、感染性烧伤、植皮保护、感染性皮肤状态，如：溃疡、湿疹和痤疮伤口感染；2、呼吸道感染：如肺炎、肺部脓肿、鼻窦炎、咽炎、扁桃体炎、肩胛体周脓肿、中、外耳炎积脓；3、其他感染：骨髓炎、尿道感染、肠炎、脑膜炎、心内膜炎、败血症；4、适当的时候也被推荐用于较大外科手术(例如心胸和矫形外科手术)的预防剂。
化药	抗感染药	注射用头孢硫脒	用于敏感菌所引起呼吸系统、肝胆系统、五官、尿路感染及心内膜炎、败血症。
化药	补益药	注射用核黄素磷酸钠	核黄素补充剂。用于由核黄素缺乏引起的口角炎、唇炎、舌炎、眼结膜炎及阴囊炎等疾病的治疗。
化药	补益药	注射用维生素C	适用于防治坏血病和各种急慢性传染性疾病及紫癜等辅助治疗，大剂量静脉注射用于克山症，心源性休克时抢救。本品亦可用于慢性铁中毒、特发性高铁血红蛋白血症的治疗。
化药	血液造血系统药	注射用氯化钾	治疗各种原因引起的低钾血症。洋地黄中毒引起频发性、多源性早搏或快速心律失常
中成药	抗肿瘤药	复方苦参注射液	清热利湿、凉血解毒、散结止痛。用于癌肿疼痛、出血。
中成药	抗肿瘤药	西黄丸	清热解毒，消肿散结。用于热毒壅结所致的痈疽疔毒、瘰疬，流注、癌肿。
中成药	心脑血管药	舒血宁注射液	扩张血管、改善微循环。用于缺血性心脑血管疾病、冠心病、心绞痛、脑栓塞、脑血管痉挛等。
中成药	心脑血管药	冠心宁注射液	活血化瘀、通脉养心。用于冠心病、心绞痛。
中成药	心脑血管药	芪蛭通络胶囊	益气、活血、通络。适用于中风恢复期后遗症，表现为半身不遂、肢体麻木、口眼歪斜、语言不利、身体倦怠者的辅助治疗。

中成药	心脑血管药	参柏舒心胶囊	活血祛痰、养阴益气、定悸除烦。用于心悸、怔忡、心烦失眠。
中成药	心脑血管药	脑震宁颗粒	凉血活血、化瘀通络、益血安神、宁心定智、除烦止呕。用于脑外伤引起的头痛、头晕、烦躁失眠、健忘惊悸、恶心呕吐。
中成药	泌尿系统药	脾肾两助丸	健脾益气、滋补肝肾。用于脾肾虚弱而致的肢体倦怠、气虚无力、不思饮食、腰痛腰困、腿膝疲软、头晕耳鸣。
中成药	呼吸系统类用药	银翘解毒胶囊	疏风解表，清热解毒。用于风热感冒，症见发热头痛、咳嗽口干、咽喉疼痛。
中成药	消化系统药	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。

### （三）经营模式

#### 1、营销模式

公司采用经销模式，经销就是将药品销售给具有医药经营资质的经销商，与经销商签订销售合同，并根据合同约定进行发货和开具发票，公司履行了合同中的履约义务，经销商收到相应药品时即确认了公司营业收入，同时药品的控制权和风险由公司转移给了经销商。公司采取专业化的学术推广协助经销商共同开发终端市场。

#### 2、研发模式

采用“自主与合作研发相结合”的研发模式。化药以创新、抢仿为主，中药以深度研究、二次开发为主。原料药、仿制药和脂质体平台制剂自主研发。公司拥有一支稳定的研发团队，现有研发人员332人，其中硕士生以上学历人数占40%。公司国内有北京药物研究院和长治科技中心两大研发中心，北京药物研究院以创新药、抢仿药、中药为主；科技中心以脂质体高端制剂、原料药为主，形成既独立自主又相互补充的研发体系。

创新药合作开发。和阿德莱德大学联合建立“振东中-澳分子中医学研究中心”，专注于岩舒等中成药的作用机理研究和药材的道地性研究。构建了以中国医学科学院、中科院药物所、北京大学、复旦大学药学院、中国中医科学院、清华大学、安德森癌症研究中心等为核心的研发网络，形成完善的产学研优势互补的研发机制。

#### 3、生产模式

公司生产实行“以销定产”模式。营销中心负责制定年度销售计划，生产企业根据年度销售计划制定生产线建设与改造计划；根据季度销售计划制定物料采购计划；根据月度市场销售情况、库存情况制定排产计划，整个过程中实施了严格的质量把控，以确保最终产品质量。各生产企业根据技术专长生产专业剂型的原则开展剂型整合，实施文号品种内部转移。根据市场销售策略启动休眠品种，增加销量；根据生产线产能利用情况引进代加工品种，充分利用闲置产能。

#### 4、物料管理模式

全面推行物料集中采购，突出强化物料数据管理，细化采购降本任务考核。通过集中招标、议价，持续引入新供应商，提升物料供应质量；通过考察上游物料，充分分析物料趋势，有效降低物料采购成本；通过完善供应商考评机制，梳理采购、仓储、物流量比，形成合理供应、科学储运的物料供应链管理体系。利用智能化系统进行物料管控，实行采购订单审批、采购平台竞价，库存管理预警、物流发货跟踪，物料管理向智能化、集约化、精细化发展。

#### 5、种植模式

公司帮助农村组建专业合作社，实行“政府引导+企业技术服务和投资+合作社组织管理+农户操作”的种植模式，政府提供政策扶持和监督，公司提供种子、种苗、生物农药和肥料、药材仓储保管、种植技术培训、制定保护价收购、预付款等举措以及先进的管理经验，发展优质药材生产加工基地，带动当地农户持续增产增收。三大主品种党参、连翘、黄芪价格由政府财险兜底，种植、仓储有商业保险，风险可控。建有强挥发性药材的密封库、含糖量高药材的阴凉库、易霉变药材的冷冻库和普通药材的常温库，从根本上解决了中药材质量不可控的问题。成立山西省首家有生产经营许可资质的中药材种子种苗公司，加强药材种子道地性繁育，推动中药材种子种苗质量标准制定，填补中药材种子种苗标准化的空白，从源头上保证药材质量。

#### 6、品牌模式

坚守“为中国人设计，让中国人健康”的产品理念，打造大健康产品全矩阵，贯彻“临床品牌化，OTC

学术化”推广路线，深研消费者心理需求，差异化推广，锻造振东品牌。充分利用“品牌塑造五定位”，优化集团品牌识别体系，强化企业形象定位；夯实“治脱又生发，振东达霏欣”等核心产品定位；通过线上线下双轨驱动主流媒体平台强曝光，精准消费者、购买者定位；同业同品只争第一，建立强有力的学术、品牌、市场信任状定位；不断制造话题，创意内容，构建社交属性品种标志话题，实现营销破圈层的场景定位。

以央视、高铁、分众等权威平台持续密集进行品牌形象深度曝光，构建消费者信任状。紧贴消费者喜闻乐见的生活场景，充分利用微信、微博、抖音、快手、小红书等载体，高频打造热点话题，引爆品牌循环式裂变，开创品牌营销新篇章。

#### （四）公司行业地位

2020年，公司位列全国医药工业百强企业的第56位。朗迪制药再次资产重组，打造了中国医药行业第一，使振东的品牌家喻户晓。达霏欣荣膺“中国药店店员推荐率最高品牌”，入选2021年中国医药营销十大案例。岩舒牌复方苦参注射液获得中国民族医药协会“科学技术奖特等奖”。中药材公司荣承了“国家现代农业产业种子种苗育苗工厂”项目。中药材公司拥有中药材种植基地82万亩，牵头制定了连翘、苦参、党参、黄芪、远志、柴胡、山楂、酸枣仁、款冬花、白土苓等10个中药材国家标准提高科研项目。道地药材“高品质恒山黄芪、潞党参、北柴胡生态种植示范研究”列入国家科技部“中医药现代化研究重点专项”。

#### （五）业绩驱动因素

2021年，公司业绩驱动因素主要有以下两个方面，一是报告期内因出售朗迪制药形成利润约为24.34亿元。二是公司达霏欣米诺地尔搽剂、舒血宁注射液、西黄丸等主要产品保持快速增长。

#### （六）主要药品研发投入情况

报告期内，公司研发投入金额为25807.82万元，占总营业收入的5.07%。其中，研发支出中资本化的金额为3934.83万元，占研发投入的比重为15.25%。

药品名称	注册分类	功能主治	注册所处阶段	进展情况	累计投入（万元）
拉洛他赛原料及制剂	新药	注1	已获批临床	临床研究中	4233.92
恩杂鲁胺原料及制剂	H4	注2	临床研究	临床研究	1210.5
头孢克肟胶囊	一致性	注3	国家局	完成一致性评价	1292.68
ZD03	1.1类	注4	美国和中国均已获批临床	临床研究中	3237.67
右旋兰索拉唑缓释胶囊	3类	注5	药学研究	药学研究	776.62
米拉贝隆缓释片	4类	注6	临床研究	BE研究	961.81
岩舒ADR	上市后评价	注7	临床研究	临床总结报告	715.57
复方苦参注射液治疗头颈癌放疗引起的口腔黏膜炎	获得准确疗效	注8	临床研究	临床研究	164.2
复方苦参注射液治疗淋巴瘤皮肤损伤	获得准确疗效	注9	临床研究	临床研究	88.55

注1：用于与顺铂联合治疗无法手术的恶性胸膜间皮瘤

注2：用于治疗前列腺癌

注3：用于敏感菌所致的咽炎、扁桃体炎、急性支气管炎、尿路感染等

注4：治疗多发性硬化症

注5：治疗消化性溃疡

注6：治疗膀胱过度活动症

注7：抗肿瘤

注8：治疗头颈癌放疗引起的口腔黏膜炎

注9：治疗淋巴瘤皮肤损伤

#### （七）营收占总营收10%以上药品信息

药品名称	适应症/功能主治	发明专利起止期限	所属注册分类	是否属于中药保护品种

复方苦参注射液	清热利湿，凉血解毒，散结止痛。用于癌肿疼痛、出血。	2011.8.12-2031.8.11	中药老2类	否
---------	---------------------------	---------------------	-------	---

## (八) 报告期内，公司无药品新进或退出医保药品信息

序号	药品名称	新进入/退出	适应症/功能主治	发明专利起止期限	所属注册分类	是否属于中药保护品种
1	胞磷胆碱钠葡萄糖注射液	新进入	用于急性颅脑外伤和脑手术后意识障碍等。	无	神经系统药	否

## 3、主要会计数据和财务指标

## (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：元

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	10,093,441,565.87	7,603,158,973.63	32.75%	6,915,261,745.89
归属于上市公司股东的净资产	8,079,605,435.08	5,644,844,285.03	43.13%	5,436,086,402.11
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	5,093,776,334.20	4,847,833,214.47	5.07%	4,398,753,603.80
归属于上市公司股东的净利润	2,617,429,564.94	262,026,738.47	898.92%	142,762,719.66
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	133,863,713.40	180,731,792.55	-25.93%	126,931,169.74
经营活动产生的现金流量净额	284,449,199.18	221,942,198.10	28.16%	186,353,367.36
基本每股收益（元/股）	2.5474	0.255	898.98%	0.1389
稀释每股收益（元/股）	2.5474	0.255	898.98%	0.1389
加权平均净资产收益率	38.01%	4.71%	33.30%	2.63%

## (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,293,246,808.98	1,353,287,069.06	1,405,877,197.84	1,041,365,258.32
归属于上市公司股东的净利润	97,625,695.38	123,035,522.64	102,352,976.13	2,294,415,370.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	94,534,340.95	75,165,615.54	93,513,394.16	-129,349,637.25
经营活动产生的现金流量净额	-216,292,265.85	180,338,859.77	267,932,309.79	52,470,295.47

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是  否

## 4、股本及股东情况

## (1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	35,124	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	45,789	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
山西振东健康产业集团有限公司	境内非国有法人	36.36%	373,588,926		质押	238,476,800	
王恩环	境内自然人	2.86%	29,422,199		质押	23,000,000	
中泰证券资管—山西振东制药股份有限公司第二期员工持股计划—中泰资管振东制药员工持股 2 号单一资产管理计划	其他	1.96%	20,167,608				
吕志	境内自然人	1.83%	18,852,348				
上海通怡投资管理有限公司—通怡麒麟 12 号私募证券投资基金	其他	1.71%	17,594,000				
香港中央结算有限公司	境外法人	0.88%	9,049,898				
李细海	境内自然人	0.85%	8,764,051	8,764,051	质押	5,831,802	
北京通冠资本管理有限公司	境内非国有法人	0.67%	6,880,000				
上海名禹资产管理有限公司—名禹精英 1 期私募证券投资基金	其他	0.61%	6,257,504				
李咸蔚	境内自然人	0.55%	5,658,148				
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，山西振东健康产业集团有限公司为公司控股股东，未知其他股东是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。						

公司是否具有表决权差异安排

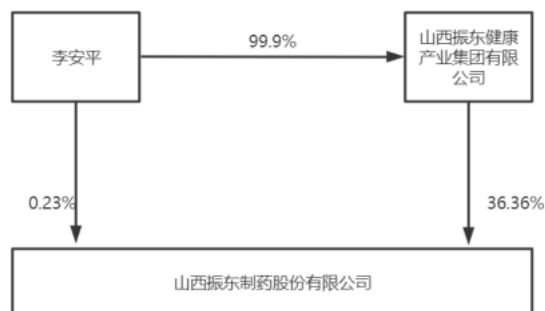
适用  不适用

## （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

## (3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



## 5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□ 适用 √ 不适用

## 三、重要事项

2021年，面对复杂多变的行业环境和疫情、灾情的影响，公司顺势应变，战略瘦身，聚焦发力，取得了良好业绩。朗迪制药58亿出售，打造了中国医药行业第一，使振东的品牌家喻户晓。优化重组临床、OTC、基层三大营销中心，成立客服、临床研究两大中心，为打造“营销创新型”企业奠定了基础。岩舒获得中国民族医药协会“科学技术奖特等奖”；中药材公司荣承了“国家现代农业产业种子种苗育苗工厂”项目；达霏欣荣膺“中国药店店员推荐率最高品牌”。公司实现营业收入509,377.63万元，同比增长5.07%；实现归属于上市公司股东的净利润为261,742.96万元，同比增长898.92%。

## (1) 终端细分精优布局，拓宽渠道加速发展

大力整合临床、OTC、基层、电商、医贸五大营销中心。利用PK模式达霏欣临床开发等级医院超700家，与大麦、碧莲盛、新生等全国知名植发机构开展深度合作，与中国毛发协会、中华医学会等全面对接，在各省建立毛发专委会。OTC中心网络覆盖全国6582家商业，与608家连锁、35620家药店建立了长期合作关系。电商中心通过抖音、百度、小红书等渠道向患者种草，借助综艺曝光、明星代言提升品牌宣传，与阿里平台携手打造消费者外呼团队，指导近2万名消费者科学用药，实现了慢病管理的阶段化搭建。达霏欣所有终端渠道销售额为3.03亿元，其中线上销售占比64%，零售药店占比18%，医院终端占比14%，植发机构占比4%。医贸中心省内批发引进华润三九、和记黄埔、江西汇仁等企业，合作工业企业300余家，经营品规7600余个，终端覆盖8300余家；省内工业聚焦终端业务，组建每县一人的经销团队，成功打造大山楂丸等核心品种，强化“真情振东”优势品牌。

## (2) 执着创新紧抓评价，深研主品挖掘潜能

主抓创新药，在强仿、弱仿基础上，延伸至中药、化药原料药开发，报告期内申请专利16项，发表论文39篇。I类新药ZD03一期临床在美国完成单次给药临床研究，同时国内临床研究进展顺利；抗胃癌新药安奎利司项目完成临床前所有研究；拉洛他赛脂质微球注射液一期临床快速推进；多柔比星脂质体、托泊替康脂质体的药学研究进展顺利；中药新药ZD16完成中试，已启动安全性评价研究。比卡鲁胺、头孢克肟、盐酸氟桂利嗪胶囊3个仿制药通过一致性评价；硝酸甘油、米诺地尔搽剂2个项目完成注册申报；阿比特龙、果胶铋颗粒完成补充研究，即将获批；恩扎卢胺软胶囊、头孢克肟颗粒完成工艺验证。与美国安德森癌症中心合作开展岩舒深度研究，完成美国FDA注册预申请；与清华大学合作完成岩舒网络药理学研究；与天津中医药大学合作舒血宁万例不良反应集中监测进展顺利；与医学科学院协和药物所完成芪蛭通络药效作用机制研究，为临床推广提供学术支持；完成了附子理中丸、柏子养心丸等6个小蜜丸改规研究，并获得了批件，同时加速推进红花药理学深度研究工作，为恢复生产创造条件。

## (3) 集采优产提质增效，外引内推标准引领

通过物料竞标、集采，有效杜绝漏洞；通过研究物料上游成本，提高整体议价能力，有效降低成本；充分分析各种历史物料数据，完善供应商评价机制，科学梳理采购、库存、物流的数量和时间，完善供应

链系统。长治振东抗肿瘤/软胶囊制剂生产线改造，年产能达到10亿粒；片剂车间投入使用第三条瓶装线，生产效率提升33%；大同泰盛新建加氢反应车间，填补了氢化空白，年产能达到20吨；原料车间通过工艺改进，设备改造，仅培美曲塞二钠一项，增加10倍产能；晋中安欣包装车间扩建一条高速铝塑联包线，瑞健系列产品产能提高100%；屯留五和堂全自动袋装包装线投产，产能提升200%。完成企业内部生产文号转移，涉及药品文号137个，其中长治振东承接98个，大同泰盛承接36个，屯留五和堂承接3个。完成注射用青霉素钾等4个品种恢复生产研究。全年修订完善内控标准1492个，长治振东完成芪蛭通络质量标准提升，饮片公司完成炒黄芩和炒柏子仁2个省级标准制定。

#### **（4）精准定位立体推进，强势传播再创精品**

以生发盲盒、从欣出发、顶上夺冠、达霏欣之夜、医药十大营销案例等跨场景话题，多维建立会议、公关活动战场。话题营销造势，节日促销加劲，紧跟热点植入，引导全网讨论，影响上亿消费者，构建达霏欣品牌消费者认知。多渠道传播企业形象，振东专属短视频矩阵辐射抖音、快手、视频号、知乎四大平台，全年产出1454条内容，实现5104万次直接传播，累计影响1.5亿人；以小红书重点发力，3亿用户实力证言品牌价值，累计收录笔记12000篇，实现平台全点位覆盖；央视、头部卫视广告累计展示1.6万秒，辐射6亿人次，成为权威信任状背书；公众号持续发力，全年共产出内容600余篇，实现增粉40万，站内曝光500万次；各公司品牌精选优品，在阿里、抖音、京东多平台直播超百场；以产品置换形式促成线上轻松筹、喜马拉雅等大众APP全平台强势合作，线下加油站广告投放，曝光量超652万次，置换京东站内资源，真正实现品牌共创、品效合一。

#### **（5）推动科技品牌先行，拓展市场稳步攀升**

精理销售渠道，通过月度学术研讨会，打破低价营销策略，抢担以质量传承中药的历史责任，在行业内打响“振东中药材”的品牌。聚焦连翘、酸枣仁、柴胡、黄芩等道地品种，开发工业企业56家、饮片客户115家、连锁17家、商业75家，与华润三九、九芝堂、康缘等药企形成稳定合作关系。疫情严峻情况下实现连翘、黄芩、远志、地黄等30多个品种出口台湾、越南、印度尼西亚、马来西亚等国家和地区；出口额达到1645万元，同比增长251%。全年实现销售收入6.39亿元，同比增长40.26%。

#### **（6）内强素质规范行为，外展形象传递真情**

在“与民同富、与家同兴、与国同强”核心价值观指引下，五大文化体系和各种理念、模式、工具越来越科学。在规范表层文化基础上总结提炼量化模式和数字化身份管理模式，全系统梳理岗位管理流程和个人工作程序，重新优化了每日一文、工作日志、月度考评等管理模式，再度强化闭关模式、自我培训模式、三三模式和PK模式，对“周周有活动”实施积分制管理；通过《我们的习惯》、《阳光振东人》等文化传播宣贯，让文化建设工作再获新的成果。全年形象宣传各媒体发文638篇，全媒体账号转载刊发超1600次；全公司78个公众号共编写员工素质、企业形象文章3600余篇。中共中央机关刊《小康》杂志刊发了《共同富裕中的企业责任》，振东的扶贫事迹成为文中案例，先后被多家国家级媒体转载；公司网站独家设置实况振东，生产车间、科研场所、办公区等场景实时播放，全球可见，彰显企业阳光诚信；网站“1+9”集群正式上线，健康网增加各科医生学术服务，各类消费者专业服务，通过多平台互通，让社会了解公司和支持公司。