



马应龙药业集团股份有限公司

MAYINGLONG PHARMACEUTICAL GROUP CO.,LTD.

2019年度社会责任报告



龙马精神 健康人生



马应龙药业集团股份有限公司
MAYINGLONG PHARMACEUTICAL GROUP CO.,LTD.

公司电话: +86-27-87291519、87389583

公司传真: +86-27-87291724

公司官网: <http://www.mayinglong.cn>

电子信箱: stock@mayinglong.cn



龙马精神 健康人生

目录 contents

- ◆关于本报告 01
- ◆公司简介 03
- ◆企业文化 05
- ◆企业荣誉 07



- ◆打造肛肠健康方案提供商 10
- ◆品质升级 21
- ◆营销策划 25



- ◆完善公司治理结构 30
- ◆推进规范经营 31
- ◆严格履行信息披露义务 35
- ◆合理回报股东 36



- ◆和谐劳动用工关系 38
- ◆良好的工作环境与生活保障 39
- ◆实现自我价值的事业平台 44



- ◆环境保护与节能减排 48
- ◆热心社会公益 51
- ◆助力精准扶贫 55
- ◆积极参与疫情防控 57

- ◆展望2020 61
- ◆附:2019年大事记 62
- ◆意见反馈表 65

关于本报告

报告宗旨

本报告旨在真实反映马应龙2019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 2019年1月1日至 2019年12月31日，与公司年度报告同时披露。报告数据以2019年度为主，部分内容适度向前延伸，报告中2019年与公司运营相关的数据披露截止日为2019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)《可持续发展报告指南》(G4)的有关要求，结合马应龙的实际情况，甄选报告内容，完整呈现马应龙的社会责任，突出企业特色。

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2020年4月23日召开的第十届董事会第6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。

报告获取方式

本报告已在马应龙药业的官方网站发布，如需下载阅读，请登录 <http://www.mayinglong.cn>

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：

联系部门：马应龙药业集团股份有限公司董事会秘书处

垂询电话：+86-27-87291519、87389583

传 真：+86-27-87291724

电子信箱：stock@mayinglong.cn

地址：中国湖北省武汉市武昌南湖周家湾100号

邮编：430064

公司简介

马应龙药业集团股份有限公司 (600993.SH) 创始于公元 1582 年, 历经400多年的持续健康快速发展, 如今已成长为一家专业化的医药类上市公司。马应龙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。2011年马应龙八宝古方及眼药制作技艺被国务院认定为“国家级非物质文化遗产”。2019年被中华全国总工会授予“工人先锋号”荣誉。

马应龙始终以肛肠及下消化道领域为核心定位, 打造肛肠健康方案提供商, 构建商业生态链。通过深化实施品牌经营战略, 根据“客户主体一元化、服务功能多元化”的发展思路, 向肛肠诊疗产业延伸产业链, 大力发展互联网医疗, 并围绕大健康领域积极寻求发展机会, 形成了集医药工业、医疗服务、医药商业和大健康于一体的全产业链。

医药工业

- ◆ 肛肠及下消化道类产品生产剂型范围已涵盖膏、栓、中药饮片、口服、片剂、洗剂等30多种, 独家药品超过20个品种, 可供生产的国药准字号药品超过300种。
- ◆ 国家高新技术企业。

医疗服务

- ◆ 目前旗下拥有7家直营肛肠连锁医院和43家肛肠诊疗中心。
- ◆ 拥有国家级民办非企业研究机构马应龙肛肠诊疗技术研究院。
- ◆ 大力发展互联网医疗, “小马医疗”是国内首个互联网医疗重度闭环的落地项目。

肛肠健康方案提供商



- ◆ 着力打造区域市场特色零售药店品牌形象。
- ◆ 拥有54家终端门店, 其中DTP药房5家, 自动售药机103台。
- ◆ 拥有电商自主平台马应龙大药房旗舰店、马应龙八宝旗舰店。

- ◆ 2016年成立大健康事业部。
- ◆ 2018年成立马应龙大健康公司, 统筹大健康产业经营, 目前主要经营范畴包括功能性护肤品、功能性食品、护理品、医疗器械、中药饮片等。

医药商业

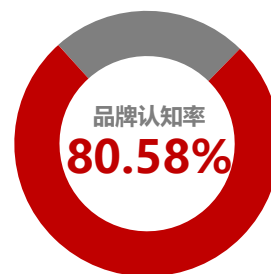
大健康

传承四百多年的历史文化, 马应龙逐步形成了独特的企业文化体系。公司秉承“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, 倡导“以真修心, 以勤修为”的哲学观, 倡导“稳健经营、协调发展”的经营观, 倡导“资源增值”的价值观, 弘扬“龙马精神”的企业精神。马应龙将以实现中药现代化为己任, 在品牌经营战略的指引下继往开来、砥砺前行。

经过多年来的深耕细作, 马应龙在核心领域形成了品牌、品质、价格、服务等多方面的竞争优势。据2019年品牌满意度调研数据, 马应龙品牌综合认知率为80.58%, 其中品牌第一提及率为54.99%, 远远领先于其他品牌。

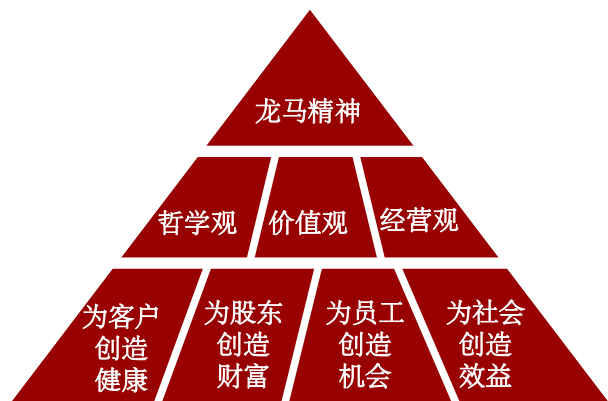
在世界品牌实验室发布的2019年《中国500最具价品牌》分析报告中, 马应龙名列第173位, 品牌价值达到了373.55亿元。

报告期内, 马应龙累计提供就业岗位3079个。



企业文化

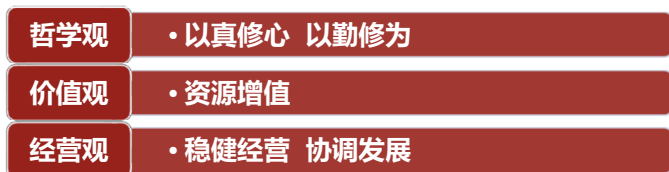
通过四百多年历史文化的积淀、传统中医中药文化的滋养、现代社会思想意识的融入，马应龙企业文化已经渐成具有马应龙特色的体系，以1（“龙马精神”的企业精神）+3（哲学观、价值观、经营观）+4（“四个创造”的经营宗旨）为核心架构，特色的文化理念已经成为驱动马应龙承担并履行社会责任的源动力。



龙马精神

“龙”寓示着远大的理想、坚定的信念、执着的追求，发现规律进而驾驭规律，与时俱进，处理好人与自然、人与社会的关系。“马”寓示着脚踏实地，以包容的胸怀厚积德行，尊重规律同时顺应规律，真诚实在做人，勤劳踏实做事。

龙马精神就是追求龙的精神与马的德范相呼应，追求行为与理念、务实与务虚相统一。在马应龙，“天”即是客户，“地”即是股东，“人”即是员工，也就是追求客户、股东、员工以及社会、自然协调发展，追求天地人合一的境界。“龙马精神”正是马应龙对企业社会责任的朴素表达。



经营宗旨

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“为客户创造健康，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，其核心内涵是“利益相关方多元均衡”，即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。

利益相关方	利益相关方期望	沟通和参与机制	公司责任承诺
客户	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 优质的产品和服务 ◆ 双向沟通畅通 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 客户满意度调查 ◆ 定期拜访 ◆ 了解客户反馈 ◆ 客户会议 ◆ 公司刊物等 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 提供专业化、多样化、个性化的肛肠健康管理方案 ◆ 确保产品质量安全 ◆ 提升客户体验 ◆ 完善客户服务系统
股东	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 现实收益 ◆ 良好的成长性 ◆ 实施风险管理 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 股东大会 ◆ 公司公告 ◆ 新闻发布 ◆ 实地参观调研 ◆ 来访来函、电话、论坛等 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 不断完善优化公司治理 ◆ 完善内控体系建设 ◆ 强化风险管控 ◆ 确保信息披露透明 ◆ 保持利润增长
员工	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 优厚的薪资福利 ◆ 职业发展成长机会 ◆ 职业健康与利益保障 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 职工代表大会 ◆ 员工满意度调查 ◆ 工会活动 ◆ 员工意见征集 ◆ 总经理信箱等 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 创造安全、平等的就业环境 ◆ 提供良好的待遇及培训机会 ◆ 与员工共成长
社会	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 提供劳动就业 ◆ 热心公益 ◆ 节能减排 ◆ 与自然和谐发展 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 新闻发布 ◆ 社区群众活动 ◆ 与公益组织定期沟通 ◆ 环境达标情况公示 ◆ 接待来访、来函 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 合法经营 ◆ 积极参与社会公益事业 ◆ 利用自身优势为社会贡献价值 ◆ 推进企业与社会和谐发展

企业荣誉



2019年4月 全国工人先锋号

马应龙被中华全国总工会授予“全国工人先锋号”荣誉称号。

2019年6月 “中国500最具价值品牌” 第173位

第十六届“世界品牌大会”在北京举行，马应龙以373.55亿元的品牌价值连续十六年成功入选“中国500最具价值品牌”，位列第173位。

2019年6月 中国药品研发综合实力排行榜TOP100

2019中国医药健康产业发展大会暨第四届中国医药研发·创新峰会在重庆召开，大会发布了《2019年中国药品研发综合实力排行榜TOP100》榜单，马应龙榜上有名。

2019年7月 中国医药工业、中国连锁药房双百强

2019全国药店周暨中国医药创新发展大会在济南开幕，会上揭晓2018年中国医药工业百强系列榜单、2018-2019年度中国连锁药房百强系列榜单，马应龙医药工业、连锁药房双双上榜。

2019年7月 2019年度湖北最佳创新上市公司

由湖北日报传媒集团主办的2019年度湖北最佳上市公司评选落下帷幕，马应龙获评湖北最佳创新上市公司。

2019年8月 2019健康中国·品牌榜等

2019西普会在海南博鳌隆重召开，马应龙品牌及产品受到主办方及消费者的认可，入选2019健康中国·品牌榜、2019中国药品品牌榜·价值排行榜、中国药品零售企业综合竞争力排行榜。

2019年10月 中国药店店员推荐率最高品牌

第19届中国药店高峰论坛在青岛举行，马应龙治痔系列产品凭借卓越的品质和优秀的口碑荣获中国药店店员推荐率最高品牌。

2019年11月 2019中国医药·品牌榜

2019全国医药经济信息发布会暨米房会年会在广州举行，2019中国医药品牌榜正式对外发布，马应龙治痔系列产品入选零售终端品牌榜单。

2019年11月 工信部制造业单项冠军产品

工业和信息化部、中国工业经济联合会关于公布第四批制造业单项冠军企业（产品）及通过复核的第一批制造业单项冠军企业名单，马应龙治痔膏药获选单项冠军产品。

2019年12月 中国品牌年度大奖

由世界品牌实验室主办的2019中国品牌年度大奖颁奖盛典在北京举行，马应龙凭借437年品质传承和品牌创新荣获“中国品牌年度大奖NO.1（中华老字号行业）”荣誉称号。

2019年12月 2019年度OTC品牌

由中国医药物资协会指导，新浪医药和中国医药物资协会食品药品行业智库联合主办的“2019中国医药新智汇论坛”在北京召开，马应龙麝香痔疮膏/栓荣获2019年度OTC品牌。



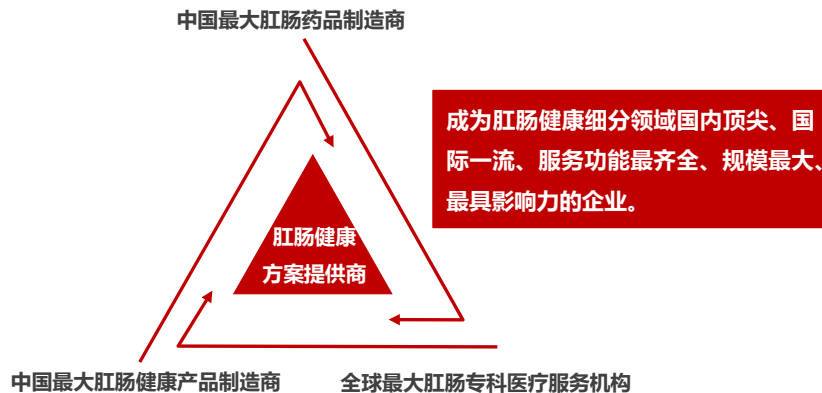
客户篇



为客户创造健康

打造肛肠健康方案提供商

肛肠健康方案提供商实质是定位于肛肠健康领域，以全病程的客户需求为导向，强化核心竞争优势，发挥资源整合能力，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。



构建肛肠健康服务体系，打造商业生态链。强化“海陆空”产业布局优势，延伸服务范畴。强势整合外部资源，发展关联产业。

专题 药品包装升级

公司经过多年发展形成丰富的药品产品线，但长期以来包装风格各异视觉形象分散，已不能适应马应龙品牌向肛肠健康方案提供商转型的战略要求，因此公司启动产品包装全面升级工作，通过强化核心元素、梳理品牌产品线视觉规范，塑造统一的马应龙药品形象。

强强联手专业治痔

多种组合选择!

金玄痔科熏洗散
地奥司明片
马应龙麝香痔疮膏
麝香痔疮栓

本广告仅供医学药学专业人士阅读 国药准字Z42021920、Z42021461、Z20060007、H20066127 鄂西广审(文)第 号

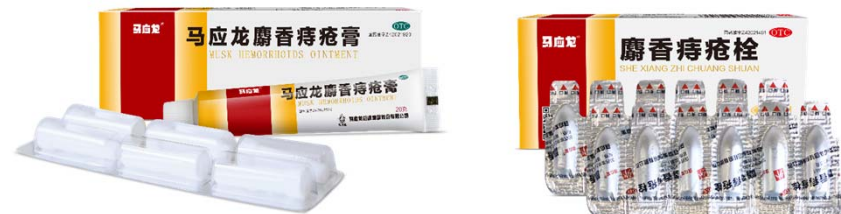
痔疮药 马应龙

马应龙药业
MAYINGLONG PHARM

马应龙药业集团股份有限公司

马应龙药业集团
【适应症】 内痔、外痔、混合痔。
【用法用量】 口服。
【禁忌】 孕妇禁用。
【不良反应】 偶见口干、便秘、出汗减少、口渴咽燥及皮肤干燥、视力模糊、排尿困难(老人)、哺乳期妇女禁用。
【注意事项】 1. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
2. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
3. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
4. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
5. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
6. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
7. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
8. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
9. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
10. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
11. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
12. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
13. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
14. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
15. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
16. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
17. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
18. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
19. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
20. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
21. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
22. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
23. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
24. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
25. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
26. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
27. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
28. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
29. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
30. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
31. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
32. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
33. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
34. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
35. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
36. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
37. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
38. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
39. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
40. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
41. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
42. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
43. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
44. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
45. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
46. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
47. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
48. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
49. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
50. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
51. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
52. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
53. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
54. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
55. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
56. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
57. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
58. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
59. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
60. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
61. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
62. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
63. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
64. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
65. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
66. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
67. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
68. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
69. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
70. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
71. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
72. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
73. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
74. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
75. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
76. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
77. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
78. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
79. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
80. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
81. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
82. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
83. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
84. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
85. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
86. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
87. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
88. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
89. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
90. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
91. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
92. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
93. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
94. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
95. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
96. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
97. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
98. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
99. 本品为处方药，应在医生指导下使用。
100. 本品为处方药，应在医生指导下使用。

◆ 马应龙麝香痔疮膏、栓



马应龙药业
MAYINGLONG PHARM

选品质 马应龙

马应龙麝香痔疮膏 麝香痔疮栓

痔疮药 马应龙

马应龙药业集团股份有限公司

◆ 龙珠软膏

常见皮肤问题
龙珠软膏帮您

龙珠软膏 中药制剂

家庭常备皮肤药

- ✓ 皮肤外伤
- ✓ 轻度烫伤
- ✓ 皮肤红肿
- ✓ 蚊虫叮咬
- ✓ 长痘长包

马应龙药业集团股份有限公司

专题 顺应分级诊疗，开发县域市场

公司顺应分级诊疗趋势，深入开发县域市场，抢占基层医疗市场，延伸销售渠道，提升县域医疗市场覆盖率，强化马应龙品牌影响力。优化内部运行机制，推行“区域承包责任制”，丰富营销策略，创新资源配置方式，构建扎根县域市场的新型渠道，搭建县级医院资源共享平台，持续提升医院覆盖率及产品丰富度，最大化发挥平台增值效应，主导产品县级医院覆盖率持续提升。

专题 “马应龙杯” 第一届青年医师病例演讲大赛总决赛

为宣传中医药特色治疗、传承中医药文化，为青年医师提供相互学习交流的平台，为中医肛肠疾病临床研究、诊断治疗等方面梳理脉络，马应龙在全国各地开展青年医师肛肠疾病典型病例演讲初赛的基础上举行总决赛，进一步推动肛肠医学进步和发展，提升马应龙在肛肠专业领域的学术形象。



专题 诊疗产业布局

截至目前，马应龙旗下拥有7家直营连锁肛肠专科医院，其中北京马应龙长青肛肠医院为三级甲等医院；与地县级公立医院合作共建43家肛肠诊疗中心。

马应龙肛肠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。

序号	签约医院	序号	签约医院
1	临朐县人民医院	23	息县中医院
2	迁安老干部局医院	24	莱阳市中医医院
3	通化市二道江区人民医院	25	襄阳市襄州区中医医院
4	烟台中西医肛肠医院	26	河北省南和县中医院
5	登封市人民医院	27	界首市人民医院
6	济宁医学院附属医院兖州院区（兖州区人民医院）	28	临泉县中医药科学研究所附属医院
7	邱县中医院	29	青岛市黄岛区第二中医医院
8	滑县中医院	30	四川省蓬溪县人民医院
9	冀中能源峰峰集团有限公司总医院	31	衡水市第六人民医院（冀州区医院）
10	哈尔滨汽轮机厂医院	32	广西玉林市桂南医院
11	衢州市柯城区人民医院	33	临西县人民医院
12	洛阳仁大医院	34	湖南省桃源县红十字会医院
13	邢台第九医院（巨鹿县医院）	35	汉中职业技术学院附属医院
14	新泰市青云街道社区卫生服务中心	36	定州市中医院
15	日照市岚山区人民医院	37	宁南县中医医院
16	莒县中医医院	38	南雄市中医院
17	安达市中医医院	39	华北石油管理局总医院
18	乐清开发区医院	40	揭西县中医医院
19	岚县中医院	41	锦州市中心医院
20	吴忠新区医院	42	临湘市中雅医院
21	黄骅神龙居医院	43	红河州第二人民医院
22	黄河三门峡医院		

专题 实施轻资产扩张，共建肛肠诊疗中心

推进“全国百家重点肛肠专科共建计划”，利用马应龙品牌影响力，以马应龙肛肠诊疗技术研究院为平台，发挥马应龙直营专科医院的基地作用，合理利用专家资源，强化品牌经营和终端渗透，共建马应龙肛肠诊疗中心。截至当前，累计签约43家。



专题 第三届马应龙肛肠健康年会

2019年3月，第三届马应龙肛肠健康年会盛大召开，马应龙连锁医院及全国近四十家县市级医院的院长和肛肠科主任集聚北京，带来一场以“新变局、新融合、共建明星专科联盟”为主题的学术论坛。马应龙倡导以“价值融合、技术融合、业务融合、资源融合、战略融合”的新举措建设肛肠专科产业联盟，将继续围绕肛肠及下消化道为核心定位，整合资源优势产业链，构建肛肠健康生态圈。



专题 以肛肠手术直播为接入点提升小马医疗平台价值

小马医疗作为国内首个互联网医疗肛肠专科重度闭环的落地项目，由武汉小马奔腾医疗科技有限公司承建。面向肛肠病患和肛肠亚健康群体，依托马应龙医药健康产业链，运用移动互联、云计算和大数据等技术，构建涵盖健康教育、预防保健、疾病自检、远程医疗、辅助治疗和康复护理六大核心功能的专业化、垂直化、生态化的移动医疗平台。

小马医疗整合药品经营、诊疗技术、医疗服务、健康数据等各种资源，使药企、医院、医疗信息化厂商、医疗器械和智能硬件厂商、体检机构、保险机构等众多行业资源均有合适的角度接入，形成全链条、一体化肛肠健康生态圈。



小马医疗通过手术直播与全国各大医院肛肠专家团队进行深度合作，邀请肛肠领域顶级专家进行手术直播、手术示教、远程教学，以实现医疗资源共享，跨平台互动，为肛肠医生提供学习素材与交流平台，目前已对接有肛肠科的综合医院和肛肠专科医院800多家，对接全国肛肠科医师2万多名。



从2017年启动“小马i计划”肛肠手术直播以来，形成了较好的口碑和一定的行业影响力。2019年全年累计开展线上手术直播20余场，累计在线观看人次达33万，场均在线观看人次达1.7万。



专题 北京医院推广精益医疗

2019年4月，北京马应龙长青肛肠医院被选取为首家推广单位，全面导入精益医疗项目，旨在为病患提供洁净、舒适、安全的就医环境，提高工作效率、营造积极向上的氛围、打造团队精神，建立医院质量改善文化及全面质量管理体系的基础，提升职业素养，打造医院良好文化。项目开展后，建立6个样板区、88项可视化标准、429项现场改善、OPL教育115篇以上、改善提高329项、QCC品管圈6项、编制了可视化管理、岗位管理维持基准、改善案例、OPL点滴教育、改善提案5本标准管理手册。



专题 马应龙健康家

公司优化医药商业业务结构，促进转型发展。调整药品零售品类，优选品牌供应商和品牌品种，提升市场份额；优化药品零售经营思路，顺应政策趋势，建设DTP药房项目，目前已开业5家；持续推进自动售药方式，已布点103台自动售药机，高校线、社区物业以及自有门店设备运营已步入良性循环；建设马应龙生活馆，强化体验式营销，引导客户需求，深入探索马应龙健康家运行方式，模式基本成型。

2019年，马应龙健康家完成31个社区的覆盖，实现政府康养项目全面落地，成功申办青山区、东西湖区、江夏区三个区域的民营非企业居家养老资质，搭建多维服务平台等工作突破。



专题 消械健康品类上市

2019年4月，以“品牌整合，营运未来”为主题的消械健康品类上市启动会顺利召开。肤宁安抑菌软膏，复方蛇床子抑菌凝胶，复方蛇床子抑菌洗剂，肤养清抑菌液，蒲公英抑菌粉，劲灵舒冷敷护理凝胶，裂肤宁医用冷敷护理凝胶，洁应舒医用冷敷护理凝胶，创可平液体创口敷料等消械健康新品的上市进一步完善了马应龙大健康领域布局。



2019年10月，马应龙历时三年研发，推出了一款专业护菊的卫生湿巾，马应龙卫生湿巾在普通湿厕纸清洁、杀菌、可冲散等基本功能的基础上，特别添加了马应龙活性功效成分，具有消肿、止痛、止血、止痒、舒缓、收敛、促愈合等功效。



专题 八宝眼膏新装上市

马应龙最早以八宝眼药起家，以麝香、牛黄、珍珠、琥珀等八味名贵中药材入药，组方精妙、配伍严谨，历经四百余年盛久不衰，“马应龙眼药制作技艺”被收录进国家级非物质文化遗产名录。新装上市的马应龙八宝眼膏是公司回归本源的一个重要举措。



专题 瞳话入选武汉瞪羚企业

瞳话眼部护理系列产品以马应龙八宝古方为核心技术，针对眼纹、眼袋和黑眼圈问题分别推出时光回眸系列，弹力金萃系列和雪莹星眸系列产品，以强大的产品力获得了广大消费者的一致认可。本次荣获“瞪羚企业”称号是对瞳话过去七年发展成绩的肯定，未来瞳话将给消费者带来更多惊喜。



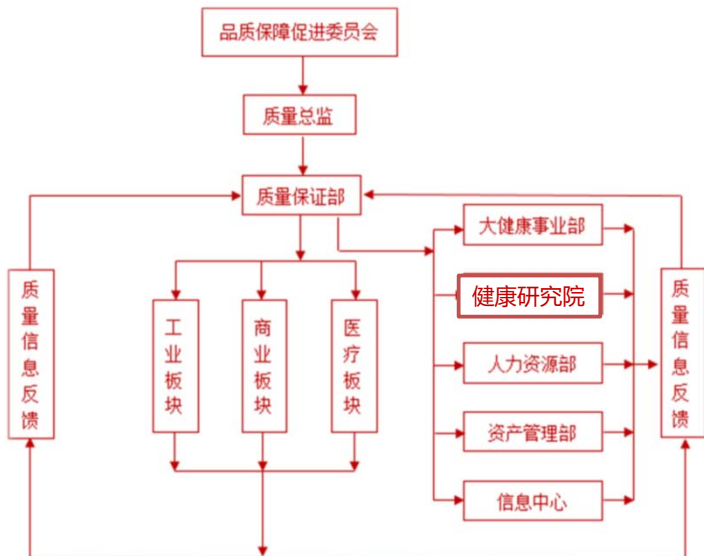
品质升级

公司始终坚持“全员参与，全过程受控，以卓越品质赢得客户忠诚”的质量方针及“产品零缺陷、服务零缺陷”的质量目标，推行质量责任制和目标管理，升级品质文化建设，巩固和提高标准化体系管理，健全质量监督机制，防范质量风险，确保质量安全。

专题 完善覆盖全产业链的质量管理体系

在全面梳理和诊断的基础上，基本搭建了覆盖全产业链的全面质量管理体系架构，延伸推行全员质量责任制，实施集团直线管控下的三大板块的品质管理与监督，完善了质量控制制度和流程，针对高风险及薄弱环节，定期检查体系运行和流程执行情况，加以改进和提高，确保控制产业链质量风险。按2019年质量责任制要求，督促各营运单元、所属公司完成质量责任的层层分解和签署，并将质量目标纳入运营单位的考核。

马应龙品质保障组织架构图



专题 强化覆盖全产业链体系管控模式

根据全面质量管理纲要要求，完善集团架构下的品质管理与监督方案，组织质量审计、质量评估和飞行检查，强化覆盖全产业链的质量管控体系，定期诊断、改进和提高，防控质量风险。对本部、所属公司、贴牌委托、电商等板块开展多频次的监控检查。

2019年，对生产车间和仓库的公用系统、物料、文件、生产现场规范性进行57检查次；对中药饮片、特药制剂、无菌眼膏制剂、中药原粉、工艺一致性、设备清洁一致性等进行39次专项现场检查；对各子公司、营运单元开展突击及专项检查41次，督促整改不符事项。

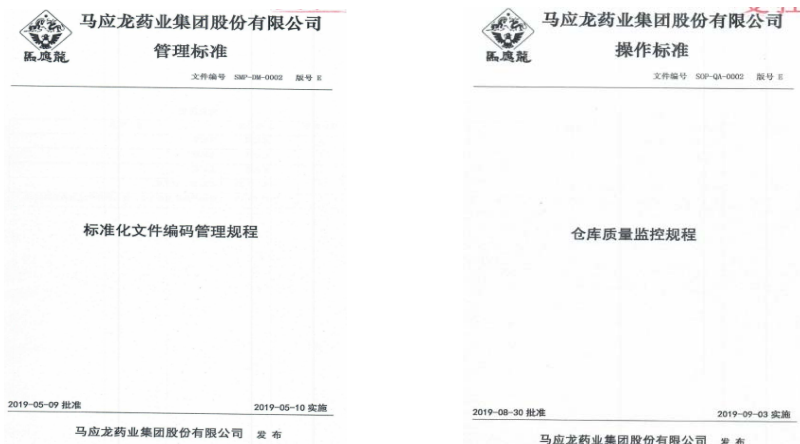
专题 强化品质文化宣贯

2019年全年组织主题培训及活动达71项，所属公司（含附属医院）总计93项；开展新《药品管理法》、美国FDA、GMP等专项培训；结合“案例分析”举办“普法宣传月”活动；组织职业健康安全管理体内审员培训及组织人员参与国家及省局相关专题培训等。品质文化宣贯工作进一步强化提高了全员合法合规意识及质量风险防范意识，提高全产业员工的GMP、GSP、ISO9001等规范操作技能。



专题 梳理质量监控流程

2019年重新对质量监控流程进行梳理，修订了《化妆品生产质量监控规程》《仓库现场监控规程》《产品监控管理规程》《公共部分现场监控操作规程》《标准化文件编码规程》，具体和优化了监控记录，保证了产品的全过程受控，促进了质量管理文件的完善和升级。



专题 强化生产过程规范管理

强化生产过程规范管理，细化现场质量考核，规范生产行为，增强质量意识。完善质量专项自查与全面自检监督机制，创新高效的可追溯的质量监控方式，进一步完善和扩展视频及电子数据监控系统覆盖关键工序，完成关键监控点梳理，确保产品质量稳定可控。2019年完成药品监控标准58个、化妆品监控标准4个、批生产记录审核模板标准64个。

专题 建立质量信息双反馈机制

积极跟踪国家及省市级行政监管部门网站和其他相关信息，定期收集、解读国家相关法律法规政策，完善集团与各子公司质量信息交流渠道，及时高效规避或处理质量危机。全年推送各类政策法规信息达180项，对重点及关键事项提前进行质量预警及督促制定防范预案。

专题 加快基于客户体验和需求的品质改进和提升

公司聚焦客户体验与需求，将客户监测网络延伸到商业单位、各连锁医院及诊疗中心。成立产品监测部，每年定期组织相关部门开展客户监测和不良反应收集，对收集的信息进行汇总分析，寻求改进机会。完善药品不良反应监测报告、用户投诉处理规程和药品召回管理办法等措施，进一步强化产品安全管理。



专题 优化品牌资产管理，强化知识产权保护意识

公司建立了系统的知识产权管理机制，不断积累产业品牌资质和品牌资产，维护企业相关利益，扩大品牌知名度。截止2019年底，公司专利数量已达到133项，其中发明专利36项；拥有商标321个，其中国内商标245个，国际商标76个。

2019年度完成专利申报8项，其中发明专利2项，实用新型专利1项，外观专利5项。梳理商标资源，完成38项国内商标、6项国际商标，加强商标储备，增加保护范围。

发明专利	<ul style="list-style-type: none">◆一种痔疮湿巾及其制备方法◆麝香草酚在制备治疗银屑病药物中的用途
实用新型专利	<ul style="list-style-type: none">◆一种管杯杯底模具

营销策划

2019年公司在营销策划形式上有所创新，内容多样。在有限的资源投入下，充分整合内外部宣传渠道，既与产品宣传联系密切，也对品牌形象提升大有帮助。

专题 推出马应龙三色块丝巾

2019年初，由马应龙与万事利丝绸联合设计制作，以国礼标准打造的三色块丝巾诚意推出。



专题 举办手绘POP大赛

2019年2月，马应龙手绘POP大赛正式举办，经过近两个月的征集、评选以及公平严谨的票数统计、评审打分，最终84位参赛选手脱颖而出。



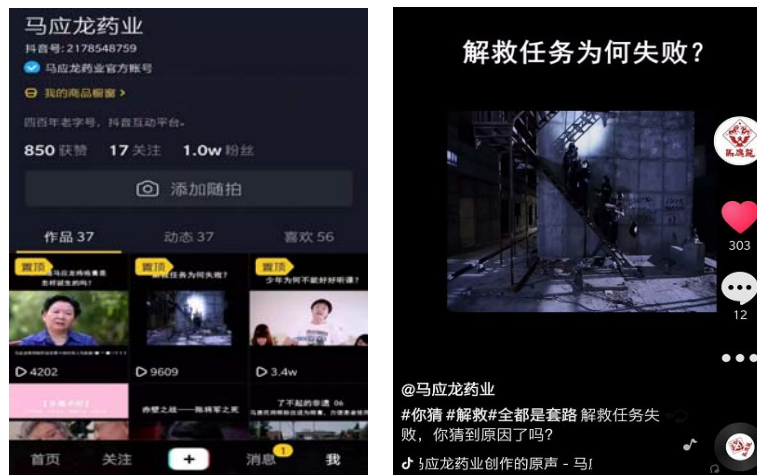
专题 亮相世界大健康博览会

首届世界大健康博览会在武汉盛大召开，马应龙携旗下大健康产业整体亮相，展位空前火爆。



专题 开通抖音官方账号

为了广泛宣传肛肠健康知识，马应龙正式开通抖音官方账号。借助抖音这一新的传播平台，将马应龙多年来积累的创意视频发扬光大，在为大家送去健康的同时，也为马应龙的品牌建设注入新的活力。



专题 登上佛罗伦萨时装周

2019年6月，马应龙联合国内自主设计潮牌SUAMOMENT以马应龙亚马逊评论为主题，登上在意大利佛罗伦萨举行的第96届PITTI UOMO男装展，向世界展示中国文化与时尚。



专题 马应龙传承

马应龙创始于明朝万历年间，持续经营至今已有400多年，为了让马应龙历史无声的见证者重见天日，让马应龙传奇的历史脉络再次清晰，2019年马应龙面向全国开展老物件征集活动。





股东篇



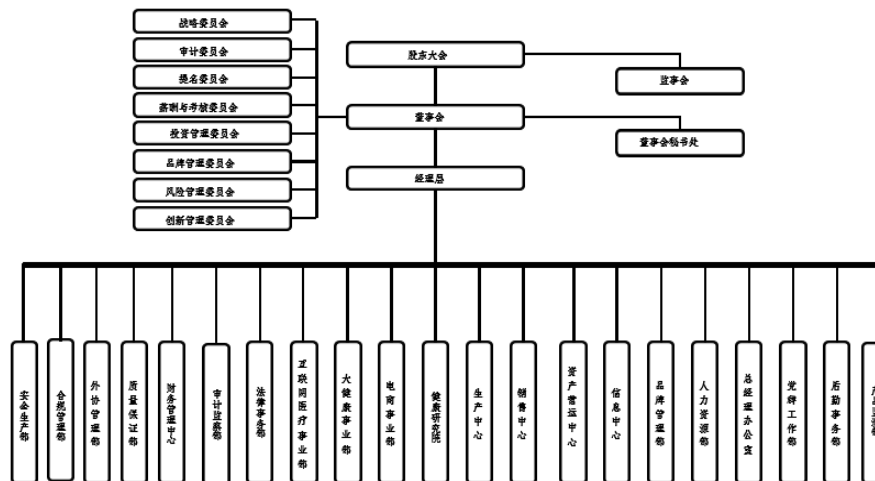
为股东创造财富

完善公司治理结构

2019年，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，持续完善公司治理结构，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。



组织架构



推进规范经营

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风险管理制度，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。

专题 完善内控体系

马应龙药业集团股份有限公司

内部控制管理手册
集团本部流程分册



二〇一八年六月

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，全面修订《内部控制管理手册》，并将部分子公司纳入内控管理范围，修订和新增部分子流程，使内控体系更加完整有效。

切实推进2019年度内控自我评价，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。

2019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。

开展专项审计



专题 全面风险管理体系

为了防范公司经营中的风险，提高公司对系统性风险、体制性风险的控制能力和水平，完善公司治理结构，根据《上市公司治理准则》《马应龙药业集团股份有限公司章程》及其他有关规定，公司设立风险管理委员会，主要负责研究制定公司总体内部控制和风险管理制度，完善公司风险控制体系，审查公司经营管理和业务运作，监督公司内部风险控制制度的执行情况，统筹公司危机公关和舆情风险控制工作。公司风险管控组织体系主要由公司董事会、风险管理委员会、风险互控部门、风险自控部门构成。通过《风险管理委员会议事规则》《全面风险管理制度》《风险信息动态监控管理办法》，进一步明确了各部门职责和风险管理运作流程。

2019年，组织各部门通过风险管理信息系统动态监测风险信息、风险事件等，及时更新数据库，形成人人监控风险、风险管理有预案的氛围；联合品牌、质量、财务、人事等专业部室，不断完善对子公司重点风控环节和创新环节的专项风险监控和评估机制，更新子公司风险信息库和风险事件台账；高度重视新《药品管理法》的实施，组织相关业务单元开展专业培训和宣贯；组织各专业部门根据新的法规及前期运行情况，修订和完善本专业领域的危机应急预案管理办法，提前部署和防范；组织开展各类专项风险评估或风险自查、排查、审查等工作，充分揭示现阶段经营中面临的重大风险，督促责任部门建立和完善应对措施。



专题 党建引领促发展

2019年，公司党委在上级党委的领导下，紧紧围绕企业生产经营中心，持续强化思想教育、深化作风建设、夯实党建基础，通过多点发力，扎实提升党建工作水平，发挥示范引领作用，为企业持续稳定发展作出了积极贡献。

◆ 增强党的思想引领力

公司党委紧扣“两学一做”要求，将“三会一课”与“支部主题党日”有机结合，宣贯党的十九大精神与习近平总书记在“不忘初心、牢记使命”主题教育工作会议上的重要讲话精神，用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作。



◆ 加强作风建设

为落实全面从严治党要求，提高员工廉洁从业意识，公司党委开展党风廉政建设宣教系列活动：制作反腐倡廉宣传展板；微信平台推送反腐热点；线上线下组织廉洁知识竞赛；观看反腐倡廉警示片；加强对《宪法》《党员教育工作条例》《中国共产党问责条例》等法律和党纪党规的学习；签订《党风廉政建设责任书》《马应龙廉洁自律公约》，使员工自觉将廉洁融入到日常工作生活中，不断改进工作作风，提高工作效率。



◆ 开展主题教育活动

公司党委围绕企业中心工作，根据支部实际情况，积极创新活动模式，开展一系列以“不忘初心，牢记使命”为主题的革命传统和爱国主义教育实践活动，激发了广大党员的爱国热情。



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。

报告期内,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33项,其中定期报告4项,临时公告29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。

定期报告
4项

临时公告
29项

公司代码: 600993

公司简称: 马应龙

马应龙药业集团股份有限公司 2019年第三季度报告



马应龙药业集团股份有限公司

关于公司药品通过仿制药一致性评价的公告

本公司董事会及董事会全体成员保证公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,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。

近日,马应龙药业集团股份有限公司(以下简称“公司”或“本公司”)收到国家药品监督管理局(以下简称“国家药监局”)颁发的关于聚乙二醇4000散(以下简称“该药品”)的《药品补充申请批件》(批件号:2019B03781),该药品通过仿制药质量和疗效一致性评价。

一、药品的基本情况

药品名称:聚乙二醇4000散

剂型:散剂

注册分类:化学药品

规格:10g

药品标准:YBH0682019

原药品批准文号:国药准字H20080092

审批结论:该药品通过仿制药质量和疗效一致性评价,同时同意该药品变更处方工艺、修订质量标准。

药品生产企业:马应龙药业集团股份有限公司

二、药品的其他情况

(一)聚乙二醇4000散主要用于成人及8岁以上儿童(包括8岁)便秘的症状治疗。根据国家药监局公布的仿制药参比制剂目录(第一批),该药品最初由Ipsen Pharma公司研发(商品名:福松,10g、散剂),于1995年在法国注册,1996年开始临床治疗成人便秘,1999年在中国注册销售,2003年该公司将其适应症扩展至治疗8岁以上儿童便秘。

合理回报股东

公司切实采取有效措施,不断加快企业转型升级,在规范的运营体制和有效地经营机制下,实现了持续稳定发展,以优良的经营业绩回报股东及利益相关方。

公司不断完善投资者经营系统的评价体系,修订并完善投资者经营系统,促进公司内外价值和市场价值的持续提升。切实加强投资者关系管理,接待日常投资者电话咨询和投资来访,定期或针对重大事件组织分析师会、电话或网络会议、网上路演等活动,构建投资者多元沟通机制;完善和健全公司利润分配决策和监督机制,保证利润分配的连续性和稳定性,给予投资者合理的投资回报,切实保护股东合法权益。



2019年度公司利润分配预案为:以2019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2.6元(含税),派发现金股利总额为112,074,011.66元。

近五年(含本报告期)公司利润分配方案或预案

年份	利润分配方案	除息日
2015年度	每10股派2.0元	2016年7月8日
2016年度	每10股派2.0元	2017年7月28日
2017年度	每10股派2.3元	2018年8月9日
2018年度	每10股派1.5元	2019年7月26日
2019年度	每10股派2.6元	/



员工篇



为员工创造机会

和谐劳动用工关系

公司持续开展“和谐马应龙”建设，充分践行全心全意为员工服务的宗旨，维护每位员工的合法权益。

专题 保障员工合法权益

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。

公司与员工每三年续签一次《集体合同》，每年续签《劳动安全卫生》《女职工权益保护》《年度工资协议书》等三项专项合同，依法维护了员工的合法权益。2019年，公司没有发生一起违约行为、劳动争议和群众性事件。

公司建立“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。

专题 完善民主管理机制，强化民主监督职能

公司坚持召开职工代表大会，并不断健全和完善职工代表大会制度。2019年，按照法定程序对职工代表进行了换届选举，并对新当选的代表进行了培训。在职代会上，公司工会积极动员和号召广大员工为实行公司年度经营目标而团结奋斗，并鼓励员工从公司发展的大局出发，提出有见地且切实可行的提案和建议。

2019年4月，公司顺利召开了第十二届一次职工代表大会，员工代表认真听取、审议了公司总经理所作的《2018年经济工作报告》，此次职代会收集的提案和建议均得到了落实，维护了员工的民主权利。



良好的工作环境与生活保障

公司关爱每一位员工，关心员工的工作、生活和身心健康，注重员工对工作和企业的满意程度，努力创建良好的企业文化氛围。

专题 员工福利

公司严格按照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；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；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。

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，使员工在业余时间有了娱乐活动场所。

提升餐品质量，不断推出新品，改善晚餐质量，全方位提升员工就餐品质与体验，推出“自助餐”、“冬日火锅系列”、“月光餐”、“生日套餐”等。

公司搭建了员工自选福利平台“马应龙福商城”，重大传统节日发放免费优惠券，让员工切实感知到优惠价格，通过提升员工在福商城中体验感和获得感，促进员工相互交流，增进感情，使员工的稳定性大大提高。



专题 员工关怀

2019年，公司持续开展关爱送温暖活动，全年慰问922人次，慰问金达36.6万元。公司党委、工会始终把如何关心关爱职工摆到工作的重中之重，坚持以人为本，全方位关爱员工：持续开展送温暖活动，为员工提供多元化福利保障；开展各类先进员工选树表彰活动，激励员工创先争优；“三八”妇女节，为全体女员工发放节日礼品；举办专题知识讲座，邀请专家讲授健康安全知识；优秀员工疗养；高温慰问送清凉活动；定期召开和谐座谈会，通过各分工会主席与员工交心谈心，听取员工意见建议，运用“心灵驿站”、“有事大家帮”专栏，关注员工思想动态，为员工答疑解惑，增强了员工对企业的归属感，营造和谐工作氛围。



专题 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。

创新活动形式，活动的参与性、互动性、趣味性、影响力明显增强。2019年，全年开展“努力奔跑，逐梦前行”、“责任在我心”等征文大赛、“龙马精兵，亮剑必胜”短视频大赛、“唱响时代旋律，弘扬龙马精神”马应龙大家唱、百人徒步、“龙马精神杯”足球赛等有影响力的文体活动，展现了员工风采、增进员工情感交流，增强团队凝聚力。

◆ 马应龙大家唱

马应龙大家唱活动创新采用现场、视频PK+线上直播、大众评审+微信投票+现场抽奖送美食的方式，丰富了员工的文化生活，给员工提供了展示自我的舞台和沟通情感的平台，同时为广大员工奉献了一场非比寻常的视听盛宴。



◆ 五人制足球比赛



◆ 百人徒步



专题 “双创” 劳动竞赛

2019年，马应龙围绕年度经营工作，开展了“深挖潜力、提升效率”为主题的创新业绩，创高效益劳动竞赛活动，有力的宣传了公司的经营方针，充分发挥了员工的积极性、主动性和创造性，涌现出了一批创新敢为，精益求精的双创先锋。



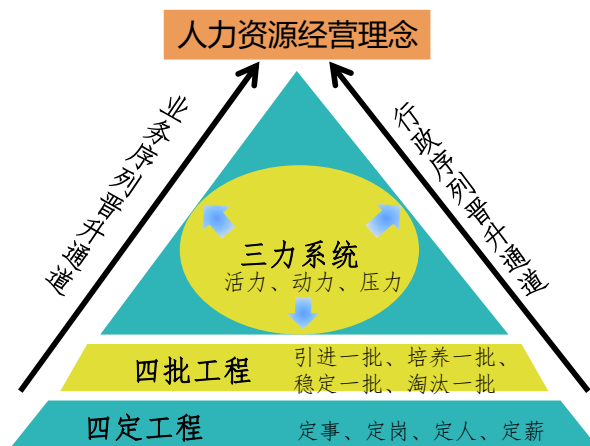
专题 责任典范

2019年，马应龙大力推行岗位责任体系建设、开展责任文化宣传，持续推出“马应龙责任典范”系列报道，用身边人身边事诠释“责任”内涵，激励员工从榜样身上汲取力量，做一名爱岗敬业、立足本职、勇于担当的马应龙人，用实际行动践行责任文化。



实现自我价值的事业平台

马应龙始终倡导“合适的人做合适的事”的人力资源经营理念，建立了独具特色的人力资源经营系统，给予员工压力、动力和活力，让员工始终保持旺盛的工作热情并拥有良好的职业发展空间，为员工提供实现自我价值的事业平台。



◆ 四定工程——奠定经营基础

定事：确定职能定位，明确功能和工作事项；定岗：确定岗位设计，明确职责和任职条件；定人：确定人员配置、用人标准，编制职业规划，明确方向和路径；定薪：修订完善薪酬体系。

◆ 四批工程——识别经营对象

引进有见识、有学识、有胆识的人才，强化和充实重点业务力量；重点培养具有发展潜力的人员，成就一支年轻化、知识化、专业化的人才队伍；采取事业留人、待遇留人、感情留人，稳定一批关键岗位人员与骨干人员；对不符合任职资格以及绩效欠佳、违规违纪者，予以降职、降薪、转岗、分流、解除劳动合同等。

◆ 三力系统——营造经营环境

活力系统是完善竞争机制，在选拔中淘汰，建立规则，规范运作，能上、庸下、平让；动力系统是完善激励机制；压力系统是实施目标管理模式。

专题 新员工培训

新员工的加入，为马应龙带来了新鲜的血液，注入了新的活力。2019年，公司针对新入职员工集中开展了三期培训，加深了新员工对公司发展历史、企业愿景等的认识，提高了新员工的自豪感和对公司文化的认同。



专题 内训师培养

内训师培养项目是公司为员工培训工作提供师资和课程资源的重大举措，2019年共有63名内部培训师和34门内部课程通过评审。同时，公司参加中国内训师大赛获得“金摇篮奖”，4名内训师获得“金牌内训师”和“新锐内训师”等个人荣誉。



专题 晋升与发展

公司坚持推动多通道员工职业发展模式，不断完善任职资格评价管理体系，形成行政序列、业务序列等渠道的员工发展系统。





社会篇



为社会创造效益

环境保护与节能减排

马应龙围绕“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，启动精益生产试点项目，有序推进管理提升工作，着力于新产能应用，力求设计效能的达成，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。

专题 系统导入精益管理，降低能源消耗

公司在产业结构调整和新一轮产能规划实施基础上，致力于管理水平提升，系统导入了精益生产试点项目。

公司制定了《马应龙药业集团精益生产三年规划》，逐步推行精益化仓储管理，编制精益管理手册，为系统开展精益管理工作打下良好的基础。全面推行精益管理理念，营造浓厚的精益氛围，调动全员参与，让精益工具得以普遍有效应用，努力消除各项浪费，让精益改善效果不断涌现，提高资源效率。

精益生产总体目标

- 培育全员精益理念、培养内部精益专家
- 实现生产管理体系体系化、流程化、标准化
- 促成成本费用率、提案价值等KPI有明显改善
- 成为制药行业一流的精益企业
- 向绿色制造、敏捷制造、智能制造转型

◆精益生产

2019年，围绕完善精益体系、培育人才、对标管理、培训宣传、项目过程评审、成果验收及竞赛激励等方面的工作，公司成立了跨部门的精益推进办公室，以改善项目实施为切入口，开展人才梯队建设，促进组织与机制的协调；发布《2019年精益管理工作要点》统一思想，明晰年度精益管理实施目标、路线和计划，拉开年度管理提升工作序幕；制定《精益改善项目管理办法（试行）》，规范项目选题、项目立项、计划编制、过程监控、验收结案、成果管理、激励表彰等环节；制定《精益人才认证管理办法》，完善精益人才认证管理工作的程序和要求，搭建人才梯队，加强人才保障，提升造血功能。



为了适应公司快速发展对园区环境提出的新要求，2019年公司启动6S园区管理项目，着力打造干净、整洁、舒适、安全的园区环境。



打造模范，发挥示范引领作用，对精益项目开展过程中表现凸出的个人和团队授予“月度精益之星”、“月度精益团队”、“精益标兵”等荣誉称号，满足精神文化需求。



专题 积极推进节能减排的技术创新

2019年，公司积极推进节能减排的技术创新工作，持续推进清洁生产，强化生产设施设备和环保设施设备的维护，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，确保不造成土地污染。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：2019年公司本部污染物排放统计表

污染物名称	全年指标	2019年实际排放
COD	24吨	3.46吨
氨氮	3.6吨	0.0426吨
氮氧化物	28.8吨	3.52吨
二氧化硫	3.6吨	0吨
噪音	≤58dB	≤58dB
COD排放浓度	≤100mg/L	43.25mg/L

注：全年指标数据根据国家排放指标制定。

热心社会公益

马应龙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，促使更多员工在潜移默化中参与到慈善活动中来。

专题 马应龙慈善基金

马应龙慈善基金自2007年成立以来，一直遵循“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，持续开展社会公益活动，累计捐药捐款超过6700万元，为保护生命与健康作出了重要贡献。2019年，公司通过湖北省内各地市红十字会向46个贫困地区捐赠了价值690万余元的药品。



专题 积极开展志愿者活动

马应龙志愿者服务队利用双休、节假日时间，2019年开展了13次与生产经营相联系的志愿服务，近700余人次参与，既弘扬了志愿精神，又助力了生产经营，广受好评。



专题 开展社区活动

2019年，马应龙大药房开展“马应龙健康家项目”各类义诊活动100余次，各连锁医院深入所在地社区，开展各类义诊及健康讲座活动600余场。



◆ 马应龙医院义诊活动



助力精准扶贫

公司积极响应党和国家号召，深入贯彻落实习近平总书记关于打赢脱贫攻坚战三年行动和实施乡村振兴战略重要指示精神，积极承担企业应尽的社会责任，助力精准扶贫。

专题 开展公益扶贫

2019年，公司对武汉市新洲区旧街三河口村、江夏区湖泗街科农村实施精准扶贫，捐赠7万元现金和价值10万余元的常用药品，用于村中贫困户、老人关爱、病人用药、村民健康保健等，助力他们实现脱贫目标。



◆ 江夏区湖泗街扶贫



积极参与疫情防控

面对2020年初爆发的新型冠状病毒肺炎疫情，作为一家有历史厚重感、有社会责任感的企业，公司在严格遵守疫情防控各项规定的前提下，充分发挥肛肠健康方案提供商生态链优势，发扬马应龙人坚忍不拔的精神，积极支援疫情防控。

专题 防疫物资调配

在疫情发生第一时间，马应龙积极跟踪各级政府疫情防控决策动向，建立沟通机制，通过启用“肺炎1号”中药汤剂和消杀产品生产线，全力支持武汉抗疫工作。同时，武汉马应龙医药物流有限公司火速行动，在全国范围内寻找各类紧急物资调往武汉。



专题 医疗服务联动

疫情发生后，武汉马应龙肛肠医院积极响应政府号召，支援一线抗疫。同时，马应龙医疗板块员工以高度的使命感和责任感，全力守护患者健康。

◆ 收治隔离定点医院改造

为最大限度支援疫情防控，武汉马应龙肛肠医院提供5000平米院区，积极改造为疫情收治隔离定点医院。



◆ 守护患者健康

面对疫情发展的严峻形势，马应龙旗下肛肠医院各个科室的医务人员及服务保障人员坚守工作岗位，全力守护患者健康。同时，针对疫情期间大量肛肠疾病患者发病时无法外出就医等问题，开通“线上问诊服务”，帮助患者在疫情期间安全便捷就医。



专题 市民用药保障

为了保障疫情期间市民用药需求，马应龙旗下所属药店全部坚持正常营业，同时，为解决疫情期间市民外出不便的问题，药店提供团购及配送服务，用行动为市民解决实际问题。



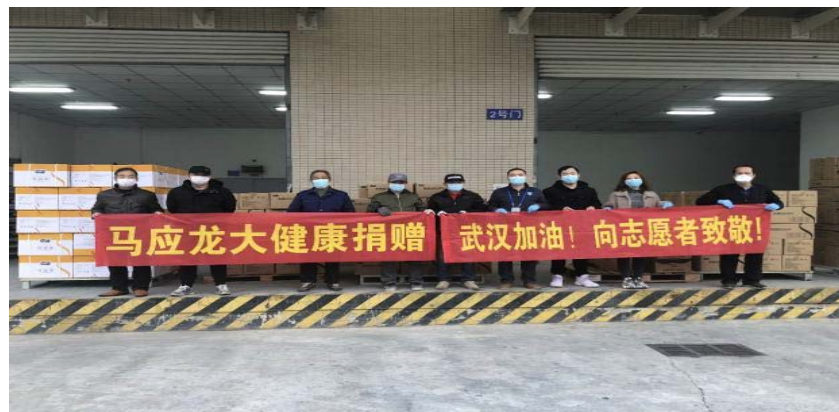
◆ 重症慢病药房

为方便疫情期间门诊重症慢性病参保人员购药，马应龙积极响应政府号召，迅速组建专业团队及人员，克服重重困难，马应龙大药房青山区才智药店于2月11日正式对参保人开展服务，为门诊重症慢病患者就近购药和保证用药安全提供了保障。



专题 防疫物资捐赠

马应龙时刻关注武汉抗疫进展，充分发挥旗下产品优势，积极响应抗疫一线人员诉求，及时组织捐赠相应物资。2月15日，在了解到齐鲁援鄂医疗队亟需痔疮防治药品的需求后，公司迅速向医疗队捐赠了相关药品。3月6日，马应龙来到武汉市硚口建投，向硚口区志愿者团体捐赠价值近40万元的马应龙大健康产品及物资，以此向所有志愿者献上最真挚的致敬和感谢。



展望2020

2020年，马应龙将继续坚持“为客户创造健康，为股东创造价值，为员工创造机会，为社会创造效益”的经营宗旨，以“增收、降耗、提质、升级”为经营方针，用“加减”思维和方法，立足健康方案提供商定位，强化发现需求、满足需求的导向，优化客户价值驱动机制，不断延伸丰富产品产业，加快转型升级；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。

客户

以全程的客户需求为导向，关注客户个性体验，延伸产品和服务范畴，实施精准营销，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。

股东

持续完善公司治理结构、加强内控体系建设，完善风险管理制度；严格履行信息披露义务，与投资者建立良好互动关系；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。

员工

坚持“以人为本”的管理理念，保障员工基本权益；关爱员工，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；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。

社会

积极承担社会责任，高度重视安全工作，加强安全体系建设，保障公司安全；加强环境保护，实施节能减排，实现企业与环境间的均衡发展；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：2019年大事记

◆ 2019年1月

淘宝发布《非遗老字号成长报告》，全面盘点“非遗”手艺与中华老字号的传承、发展与用户口碑等问题。在医药类目中，马应龙品牌受消费者青睐。

以国礼标准打造的马应龙三色块丝巾诚意推出。

◆ 2019年2月

马应龙2019年手绘POP大赛在微信公众号正式发布。

马应龙第37家肛肠中心落户四川宁南，与宁南县中医医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

◆ 2019年3月

马应龙第38家肛肠中心落户广东南雄，与南雄市中医医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

董事长陈平荣获“建国70周年中华老字号传承与复兴十大功勋人物”称号。

《了不起的非遗》（第一辑）在武汉首发，马应龙眼药制作技艺被收录其中。

◆ 2019年4月

第三届马应龙肛肠健康年会在北京盛大召开，来自马应龙连锁医院及全国近四十家县市级医院的院长和肛肠科主任带来了一场以“新变局 新融合 共建明星专科联盟”为主题的学术论坛。

首届世界大健康博览会在武汉举办，马应龙大健康产业首次整体亮相，展示老字号的传承与创新。

“2019西湖论坛”公布了“2018年中国医药品牌社会影响力-企业榜单”及“2018年中国医药品牌社会影响力-产品榜单”，马应龙品牌及产品双双上榜。

以“品牌整合，运营未来”为主题的消械健康品类上市启动会顺利召开。

◆ 2019年5月

“2019中国品牌价值评价信息发布暨中国品牌建设高峰论坛”在上海举行，马应龙再获殊荣。

马应龙八宝眼膏参展第二十五届全国眼外伤学术会议。

◆ 2019年6月

马应龙联合国内自主设计潮牌SUAMOMENT以马应龙亚马逊评论为主题，登上在意大利佛罗伦萨举行的第96届PITTI UOMO男装展，向世界展示中国文化与时尚。

马应龙第39家肛肠中心落户河北定州，与定州市中医医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

第十六届“世界品牌大会”在北京举行，马应龙以373.55亿元的品牌价值连续十六年成功入选“中国500最具价值品牌”，位列第173位。

◆ 2019年7月

2019中国医药健康产业发展大会暨第四届中国医药研发·创新峰会在重庆召开，大会发布了《2019年中国药品研发综合实力排行榜TOP100》榜单，马应龙榜上有名。

马应龙八宝眼膏以全新包装上市，为消费者带来更优质的使用体验。

2019全国药店周暨中国医药创新发展大会在济南开幕，会上揭晓2018年中国医药工业百强系列榜单、2018-2019年度中国连锁药房百强系列榜单，马应龙医药工业、连锁药房双双上榜。

◆ 2019年8月

由湖北日报传媒集团主办的2019年度湖北最佳上市公司评选落下帷幕，马应龙获评湖北最佳创新上市公司。

马应龙医药天猫旗舰店盛大开业。

2019西普会在海南博鳌隆重召开，马应龙品牌及产品受到主办方及消费者的认可，入选2019健康中国·品牌榜、2019中国药品品牌榜·价值排行榜、中国药品零售企业综合竞争力排行榜。

◆ 2019年9月

中国红十字会第十一次全国会员代表大会在北京开幕，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在人民大会堂亲切会见全体代表，马应龙作为湖北省唯一的先进企业代表参加大会并受到接见。

“马应龙杯”第一届青年医师病例演讲大赛总决赛在沈阳落幕。

◆ 2019年10月

第七届世界军人运动会在武汉举行，马应龙作为武汉老字号代表入驻军运村。马应龙第40家肛肠中心落户揭西，与揭西县中医医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

第19届中国药店高峰论坛在青岛举行，马应龙治痔系列产品凭借卓越的品质和优秀的口碑荣获中国药店店员推荐率最高品牌。

马应龙历时三年研发，推出了一款专业护菊的卫生湿巾，马应龙卫生湿巾在普通湿厕纸清洁、杀菌、可冲散等基本功能的基础上，特别添加了马应龙活性功效成分，具有消肿、止痛、止血、止痒、舒缓、收敛、促愈合等功效。

◆ 2019年11月

2019全国医药经济信息发布会暨米房会年会在广州举行，2019中国医药品牌榜正式对外发布，马应龙治痔系列产品入选零售终端品牌榜单。

工业和信息化部、中国工业经济联合会关于公布第四批制造业单项冠军企业（产品）及通过复核的第一批制造业单项冠军企业名单，马应龙治痔膏药获选单项冠军产品。

马应龙第41家肛肠中心落户辽宁锦州，与锦州市中心医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

马应龙旗下眼部护理品牌瞳话荣获洪山区优秀瞪羚企业代表称号。

马应龙第42家肛肠中心落户临湘，与临湘市中雅医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

◆ 2019年12月

由世界品牌实验室主办的2019中国品牌年度大奖颁奖盛典在北京举行，马应龙凭借437年品质传承和品牌创新荣获“中国品牌年度大奖NO.1”荣誉称号。

由中国医药物资协会指导，新浪医药和中国医药物资协会食品药品行业智库联合主办的“2019中国医药新智汇论坛”在北京召开，马应龙麝香痔疮膏/栓荣获2019年度OTC品牌。

马应龙第43家肛肠中心落户云南红河，与红河州第二人民医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

意见反馈表

尊敬的读者：

您好！

感谢您于百忙之中阅读我们的报告。期待您分享关于报告的任何意见与想法，帮助我们持续改进报告编制方式及社会责任工作表现。

1、以下哪个利益相关方最切合您的身份？（请在相应的位置选择打“√”）

- 政府 投资者 员工 客户 供应商 学术/科研机构
同行 社会与公众 福利团体/非政府组织 媒体
其他（请注明）

2、您对本报告的总体评价（请在相应的位置选择打“√”）

- 很好 较好 一般 较差 很差

3、您对本报告可读性评价（请在相应的位置选择打“√”）

- 很好 较好 一般 较差 很差

4、您对本报告结构安排的评价（请在相应的位置选择打“√”）

- 很好 较好 一般 较差 很差

5、您对本报告排版设计的评价（请在相应的位置选择打“√”）

- 很好 较好 一般 较差 很差

6、您对我们的社会责任报告或履责表现，还有哪些意见或建议？

姓名：_____

邮寄地址：中国湖北省武汉市武昌南湖周家湾100号

工作单位：_____

电话：+86-27-87291519、87389583

联系电话：_____

邮编：430064

电子邮箱：_____

公司官网：

<http://www.mayinglong.cn>

通讯地址：_____

电子信箱：

stock@mayinglong.cn