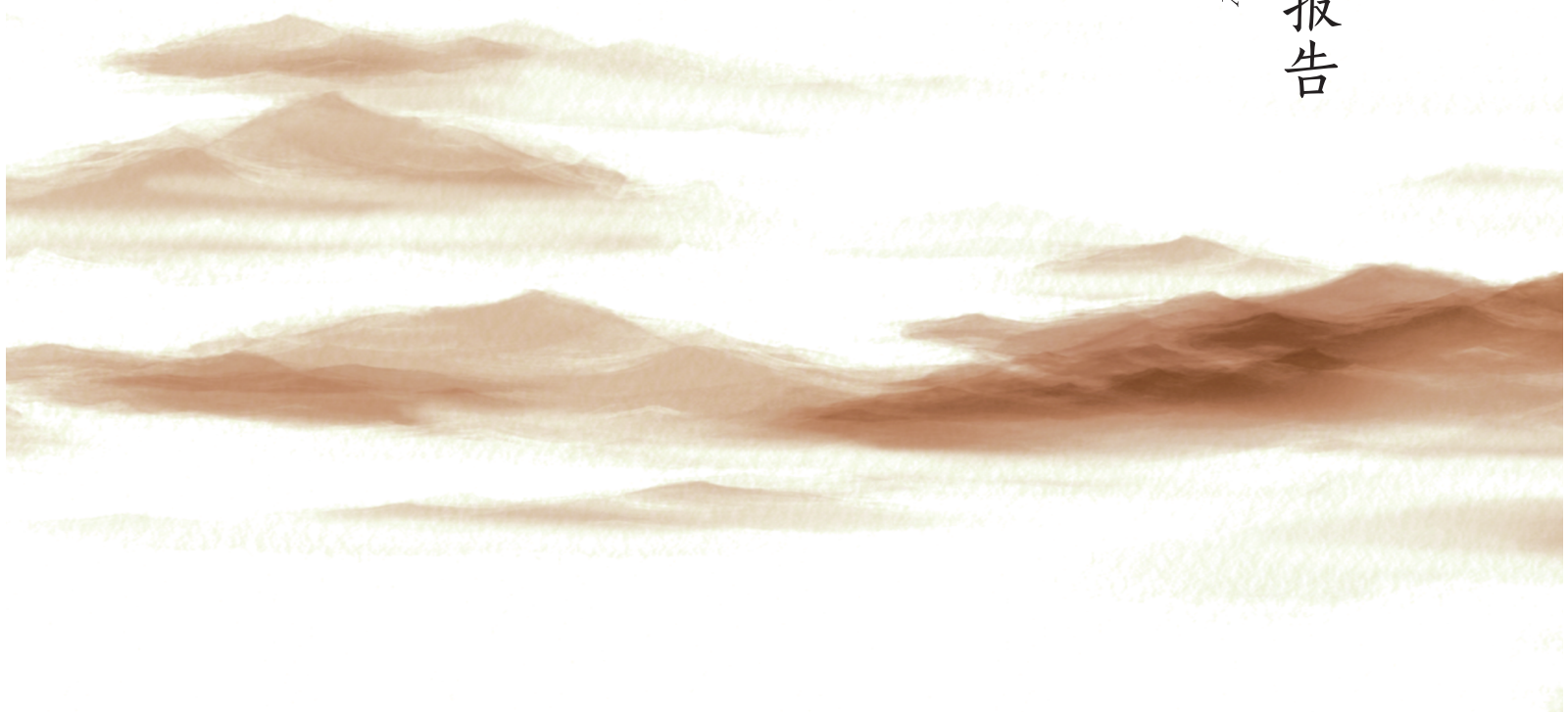


马应龙年度社会责任报告



2021 年度

SOCIAL RESPONSIBILITY
REPORT



目录

CONTENTS

1

关于本报告

- 01 关于本报告
- 02 公司简介
- 04 企业文化
- 06 企业荣誉

2

客户篇

- 08 市场拓展
- 10 品质升级
- 13 营销策划

3

股东篇

- 16 规范经营
- 18 党建引领
- 19 信息披露
- 20 回报股东

4

员工篇

- 22 良好的工作环境
- 24 和谐的劳动关系
- 25 实现自我的价值

5

社会篇

- 28 环境保护
- 29 智能工厂
- 33 社会公益

6

展望

- 34 展望2022
- 35 附:2021年大事记
- 37 意见反馈表

关于本报告

本报告旨在真实反映马应龙2021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2021年1月1日至2021年12月31日，与公司年度报告同时披露。报告数据以2021年度为主，部分内容适度向前延伸，报告中2021年与公司运营相关的数据披露截止日为2021年12月31日；报告的组织范围为公司及公司下属子公司。

■ 编制标准

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)、中国社会科学院企业社会责任研究中心《中国企业社会责任报告指南4.0(CASS-CSR4.0)》、上海证券交易所《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》等国内外报告指引或规则，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2022年3月21日召开的第十届董事会第十四次会议审议通过。

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

本报告已在上海证券交易所官方网站发布，如需下载阅读，

请登录<http://www.sse.com.cn/>

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，是一家拥有 400 余年历史的“中华老字号”企业，2004 年在上海证券交易所成功上市。马应龙坚持贯彻“目标客户一元化、服务功能多元化”的发展思路，以品牌经营战略为主导，深耕肛肠全产业链，打造健康方案提供商，大力发展大健康产业，目前已经形成了医药工业、医药商业、医疗服务、大健康全产业链的布局。马应龙连续 18 年入选“中国 500 最具价值品牌”，2021 年品牌价值达 492.81 亿元。展望未来，马应龙将秉承“以真修心、以勤修为”的古训，持续强化核心竞争优势，发挥资源整合能力，致力于为顾客提供专业化、个性化、多样化的健康方案。

■ 医药工业

生产功能齐全：肛肠及下消化道类产品生产剂型范围涵盖膏、栓、中药饮片、口服、片剂、洗剂等，可供生产的国药准字号药品超过 100 种，其中包括马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、龙珠软膏等 14 个独家品种。各类软膏年生产能力 2 亿支，栓剂生产能力 3 亿粒。治痔膏药由国家工信部评定为“制造业单项冠军产品”称号。

生产设施先进：生产流水线及配套设施的技术水平处于国内领先水平。马应龙及旗下子公司分别通过了 GMP、GSP 体系认证，获得国际权威机构 SGS 颁发的 ISO14000 和 ISO45001 的认证，在医药行业内率先实现了“三认证”。

创新体系领先：以市场为导向，坚持以自主研发与产品引进相结合。公司被评定为高新技术企业，公司下属健康研究院被国家发改委等五部委认定为“国家级企业技术中心”，创新药物研发团队被湖北省委组织部认定为首批“湖北省重点产业创新团队”。

■ 医药商业

连锁药店：武汉马应龙大药房连锁有限公司是一家拥有近百家直营药店、物流通畅、信息灵敏、设施完备、管理规范现代药品零售企业，连续14年入选中国药品零售各大百强排行榜，是湖北省首家获得药监局认可开展自动售药机业务的企业。

医药物流：武汉马应龙医药物流有限公司主要以中、西药及医疗器械代理、销售及配送为主营业务，并为客户提供信息、物流等各项增值服务。通过整合上游厂商和下游单体药店资源，聚焦第三终端市场，打造“整合式连锁平台”。

■ 医疗服务

连锁医疗：马应龙秉承中医“大医精诚”的理念办医院，先后在武汉、北京、西安、南京、大同等地建立马应龙肛肠连锁医院，以及58家共建肛肠诊疗中心，汇聚了一批由中国肛肠病治疗领域权威专家领衔组成的医生团队，床位数超2000张。

移动医疗：马应龙健康云平台“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，依托公司在肛肠领域的优势资源，未来将通过整合药品经营、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。2021年获批湖北省首家民营互联网医院资质。

■ 大健康

大健康产业是马应龙作为健康方案提供商的重要组成部分，是以“健康生活”为核心理念，以“马应龙”品牌和核心资源为基础，以整合平台和业务发展为侧重，向消费者提供从健康预防、保健、治疗到康复的全流程健康解决方案的产业集群。马应龙大健康产品强调功能主导的价值主张，定位于满足特定消费者的健康管理需求，以功能性产品和健康管理服务为核心，注重突出产品的功效价值，同时兼具产品的安全性、便利性和经济性。

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，马应龙形成了以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）为核心架构的特色文化体系。

企业精神

龙马精神

追求马的德范与龙的精神相呼应，追求行为与理念相统一，追求务实与务虚相统一，追求天人关系的和谐，即天人合一，追求人际关系的和谐，即仁者爱人。

哲学观

以真修心，以勤修为

马应龙四百多年历史文化积淀的结晶。“真”是第一精神，求真务实；“勤”是第一方法，天道酬勤。

价值观

资源增值

创造、创新、贡献、进步，为使各种利益主体均获得可持续的公平的最大的利益增值。资源增值是企业经营的内在价值要求。

经营观

稳健经营，协调发展

稳健：尊重规律，反对投机，科学决策。

协调：树立科学的发展观；注重利益主体、经营要素、经营能力的协调；注重长期效益，追求可持续发展。

经营宗旨

天、地、人协调发展

“天”，即为客户，为客户创造健康；“地”，即为股东，为股东创造财富；“人”，即为员工，为员工创造机会；最终实现为社会创造效益。

| 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 ● 强化全面风险管理 ● 确保信息披露透明 ● 保持业务健康成长 |
|  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



2021年3月 中国药品区县零售市场品牌锋榜

2021年6月 中国500最具价值品牌

2021年7月 中国中药企业100强

2021年8月 5G+医疗健康应用试点项目

2021年9月 最具临床价值榜等

2021年10月 VR/AR创新奖

2021年11月 十大创意礼品

2021年12月 最佳上市公司董事会等



客户篇

为客户创造健康

马应龙致力于为客户创造健康而获得客户的忠诚，不断强化产品力、营销力和品牌力建设，发挥资源整合能力，为客户提供专业化、个性化、多样化的健康管理方案。

 市场拓展

 品质升级

 营销策划

市场拓展

公司依据市场结构性变化，顺应国家分级医疗政策，化解发展矛盾，构建战略结构性优势，提出“深入开发县域市场、建设马应龙肛肠诊疗中心，布局马应龙健康家”三大终端拦截战役，不断拓展市场。

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，开展特色学术活动，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，持续提升县级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。

工业销售网络

| | | | |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| 自有销售人员超过 1000 名 | 覆盖一级经销商超过 250 家 | 覆盖二级经销商近 2000 家 | 主导产品县级医院覆盖率超过 90% |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|

布局马应龙健康家

2021年，健康家以会员经营为中心，创新会员拓展模式，优化升级会员权益，构建全面会员服务体系；以产业链资源整合平台为基石，联动内部大健康、医疗服务等业务单元，实现资源的融合共享；以“专业学术推广”和“特色增值服务”为抓手，组织各类健康义诊、名医问诊、健康养生讲座等公益活动，同时为患者提供养生保健、中医理疗等增值服务；以全病程数据营销服务为引导，持续开展会员系统建设升级工作，逐步形成马应龙“医+药+康+养”场景的健康家平台产业链闭环。

建设肛肠诊疗中心

截至2022年3月，
直营医院及诊疗中心
累计达**63**家
床位数超过**2000**张。

持续推进“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，在肛肠专科标准化建设、肛肠诊疗技术系统培训及规范、疑难病远程会诊等方面为县级医院提供全方位服务，与县级医院共建马应龙肛肠诊疗中心。

互联网医院获批



2021年6月，马应龙互联网医院正式取得湖北省卫生健康委员会签发的医疗机构执业许可，成为湖北省首家获批的民营互联网医院。马应龙互联网医院是以武汉马应龙医院为基础，以小马医疗平台为技术支撑，以马应龙集团线上线下产业链资源为依托，形成线上和线下相融合的服务模式，打造大数据时代的医疗健康服务平台。为患者提供预约挂号、健康咨询、远程会诊、复诊开方、药物配送、用药指导、健康教育等全流程服务，让百姓在家就能享受到高效、便捷的医疗服务。

肛肠手术交流

截至2021年底，
对接肛肠医师**3.2**万余名，
累计开展手术直播**27**场。

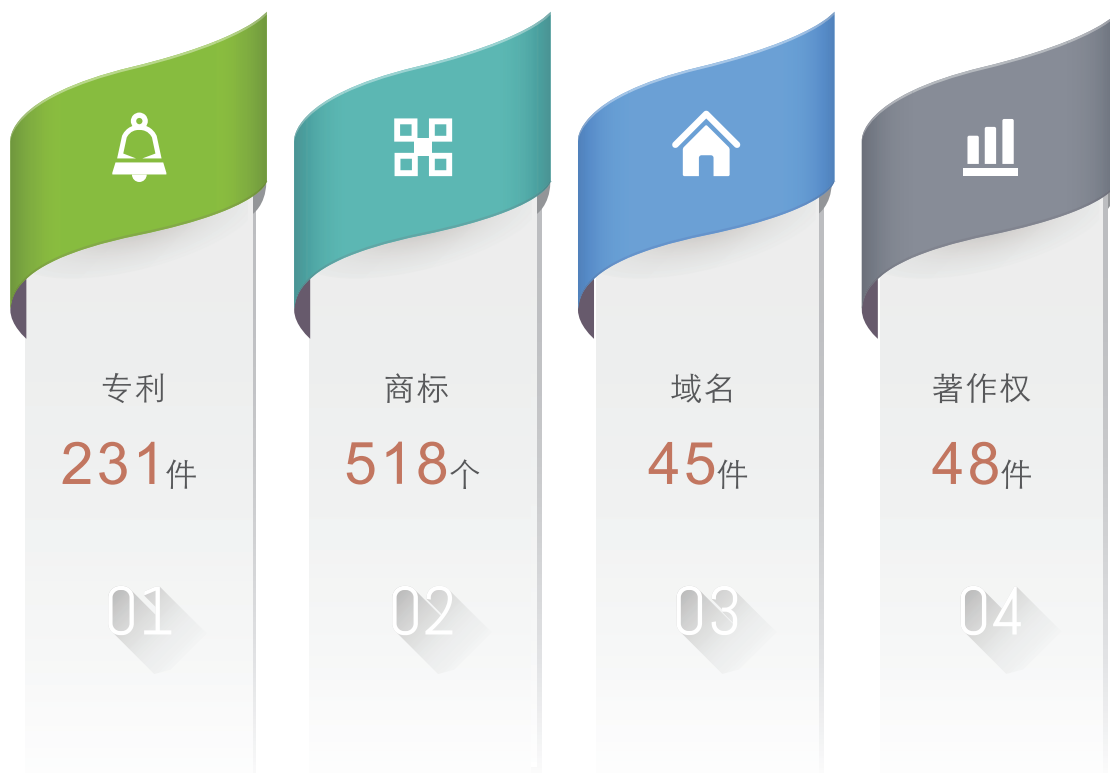
小马医疗作为国内首个互联网医疗肛肠专科重度闭环的落地项目，通过手术直播与全国各大医院肛肠专家团队进行深度合作，邀请肛肠领域顶级专家进行手术直播、手术示教、远程教学，以实现医疗资源共享，跨平台互动，为肛肠医生提供学习素材与交流平台，形成了较好的口碑和一定的行业影响力。

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，开展风险联防联控，防范质量风险，确保质量安全。

知识产权管理

2021年公司不断加强知识产权建设，拓展知识产权管理外延，将专利、商标、著作权、商业秘密保护、非物质文化遗产建设、信息互联网建设等纳入知识产权管理体系内。强化无形资产的保护，提倡高价值专利的申报，推行奖惩机制，鼓励员工技术创新。强化知识产权的运用管理，规范授权使用行为，加强审核监督，防范知识产权风险。强化子公司知识产权管理，加强大健康产业知识产权建设规划，提升产品价值，深化品牌培育。截止2021年底，公司专利数量已达到231件，其中发明专利46件；商标数量518个，其中国内商标420个，国际商标98个；域名数量45件；著作权数量48件。



质量监督

| | | | |
|--------------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|
| 现场飞行及常规检查 16 次 | 园区安全检查 32 次 | 市场抽检合格率 100% | 产品一次合格率 100% |
|--------------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|

资质维护

2021年，公司积极维护四品一械等产品资质，确保产品资质有效。麝香祛痛搽剂修订规格、冬茸补肾胶囊修订注册标准药品补充申请获得国家局批准；硫酸吗啡栓恢复生产药品补充申请获得备案公示；奇应内消膏和地奥司明片获得再注册批件；巴柳氮钠胶囊、聚乙二醇4000散延长有效期事项通过备案；完成麝香痔疮栓变更中药提取物颠茄流浸膏生产厂家备案申报、诺氟沙星胶囊修订药品说明书补充备案申报，获得国家药监局备案公示；马应龙麝香痔疮膏获得首批武汉名品认证。

专项检查

2021年，公司接受各级监管部门专项检查、飞行检查、GMP符合性检查累计16次。顺利通过栓剂、散剂、搽剂改扩建、无菌眼膏GMP符合性检查；顺利通过食品许可、消毒产品许可和化妆品许可检查；顺利通过监管部门的日常监管、麻醉药品、集采药品每季度例行监督检查；顺利通过化妆品飞行检查；顺利通过含兴奋剂药品专项、不良反应专项检查、区卫健委消毒产品年度检查；孝昌车间顺利通过改扩建GMP符合性检查等。

质量控制

2021年，公司借助精益TPM的导入，系统提升实验室人员综合技能，全年共组织起草仪器操作维护OPL 31份，开展OPL培训144人次。开展涉及气相、液相、原子吸收的OPL竞赛共10次，显著提升员工操作维护设备技能。同时，在2020版药典已全面执行的环境下，督导对36个品种的新增方法或变更方法进行方法学确认，确保检验结果的准确性和标准执行的合规性。2021年，以精益项目的方式推动检验效率的提升，主导产品检验周期同比缩短24.2%。

供应商管理

2021年，制定供应商审计计划，修订质量保证协议，完成供应商年度考核，严控原辅料、包材质量，完成若干家原料供应商、辅料供应商、内包材供应商、外包材供应商的现场审计，确保供货质量稳定。同时，对供应商定期开展质量约谈、飞行检查，不断强化供应商的质量意识；谋划和开展供应商关联研究，培育更多的优质供应商；不断完善内控质量标准，建立更严格的控制手段，确保供货稳定。

质量宣贯

| | | | |
|--------|---------|-----------|----------|
| 主题培训活动 | 更新法规性文件 | 修订标准化体系文件 | 法律法规学习推送 |
| 121场 | 66部 | 667份 | 120条 |

法规研究

2021年，公司高度关注各业务领域的监管形势，组织编制2021版《质量相关法律法规汇编》，作为工具书在全产业链下发，涉及药品、医疗器械、化妆品、消毒产品等7个方面的法规性文件。同时更新66部最新的法规性文件，对新专利法进行深入分析研究，完成《新专利法》政策研究报告，加强知识产权规范管理，防范侵权风险。针对网络直播带货风潮，完成《网络直播营销管理办法（试行）》政策研究，警示直播带货中的经营风险。积极强化各业务领域对监管风险的预判与识别，强化各级员工质量风险意识，落实质量风险责任，提高政策风险研判能力。

品质文化宣贯

2021年，公司优化创新宣贯方式，借助马应龙大学在内的各种资源平台，宣贯品质文化。以提升员工岗位责任心、履职能力和风险识别为基础目标，组织公司本部及所属公司员工参加相关培训121场，重点对QA、QC和产品监测岗位进行专项专训，以考试和现场问答为手段进行效果测试，最终66人次员工获得环安体系、医疗器械体系内审员资格证书。持续对外输出高品质形象，公司代表省药监局对全省药品、化妆品生产企业开展不良反应、包装标签专项培训，受到省药监局肯定和好评；参与武汉市质量协会组织的QC小组发布会，荣获一等奖、二等奖的荣誉。

质量信息推送

为强化全产业链全面质量监督和控制，及时跟进各行业监管政策变化，提高各板块法规政策应对及风险预判能力，降低质量安全风险，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。持续完善药品、化妆品、医疗器械、消毒产品等品类标准化体系建设，共起草文件297份、修订文件667份，全年推送各类政策法规信息达120条，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。发布新版《医疗器械监督管理条例》应对方案、修订《委托与贴牌生产管理办法》和《委托与贴牌产品质量监管实施细则》；持续收集2020年度国家化学药品、中药饮片等产品抽检、行政处罚案例等质量信息，对业务单元进行风险提醒。

营销策划

公司坚持品牌经营战略，充分整合内外部宣传渠道，创新品牌传播方式，丰富品牌内涵，展示品牌形象，提升客户感知价值，从而赢得客户忠诚。

出版三维三力价值创造系列书籍

2021年，公司对四百多年持续经营的奥秘进行总结探索，出版了三维三力价值创造系列书籍，包括《方针管理模式》、《客户经营系统》、《人力资源经营系统》、《投资者经营系统》，三维三力价值创造系统是一个老字号企业创新实践的成果，源于马应龙天地人合一的理念，立足企业之本，着力打造影响力，影响客户、股东和员工的心智与行为，从而赢得客户忠诚、股东信赖和员工敬业，最终实现企业做强、做大、做长的经营成果。



亮相文化旅游博览会

2021年11月，首届中国（武汉）文化旅游博览会在武汉国际博览中心盛大开幕，马应龙作为本次文旅博览会的特约参展企业亮相，以传承与创新为主题，全面展示了马应龙系列特色文创周边以及系列大健康产品。

人民国货工程

2021年，马应龙联合湖北省博物馆推出楚盒妆奁联名礼盒，一起向全球推荐荆楚大地，弘扬民族文化。

昙华林非遗体验馆开业

2021年，首家马应龙非遗体验馆在历史文化氛围浓郁的昙华林开馆，馆内围绕老字号的传承与创新进行规划布置，设置有H5寻宝、直播互动、古风打卡等各种趣味活动，游客还能进行各类产品的现场体验，不仅展示老字号400多年的历史沿革，而且呈现了马应龙与时俱进的大胆创新。



亮相世界大健康博览会

2021年，第三届世界大健康博览会在武汉国际博览中心开幕，马应龙携旗下功能性食品、中药饮片、婴童护理品、瞳话系列眼部护理产品、八宝功能性化妆品、肛肠VR诊疗及消械产品精彩亮相，观展游客络绎不绝。



股东篇

为股东创造财富

马应龙致力于为股东创造财富而获得股东的信赖，不断强化公信力、创造力和发展力建设，完善公司治理结构，加强经营透明度，全力实现资本增值。

- ④ 规范经营
- ④ 党建引领
- ④ 信息披露
- ④ 回报股东

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。

完善内控体系

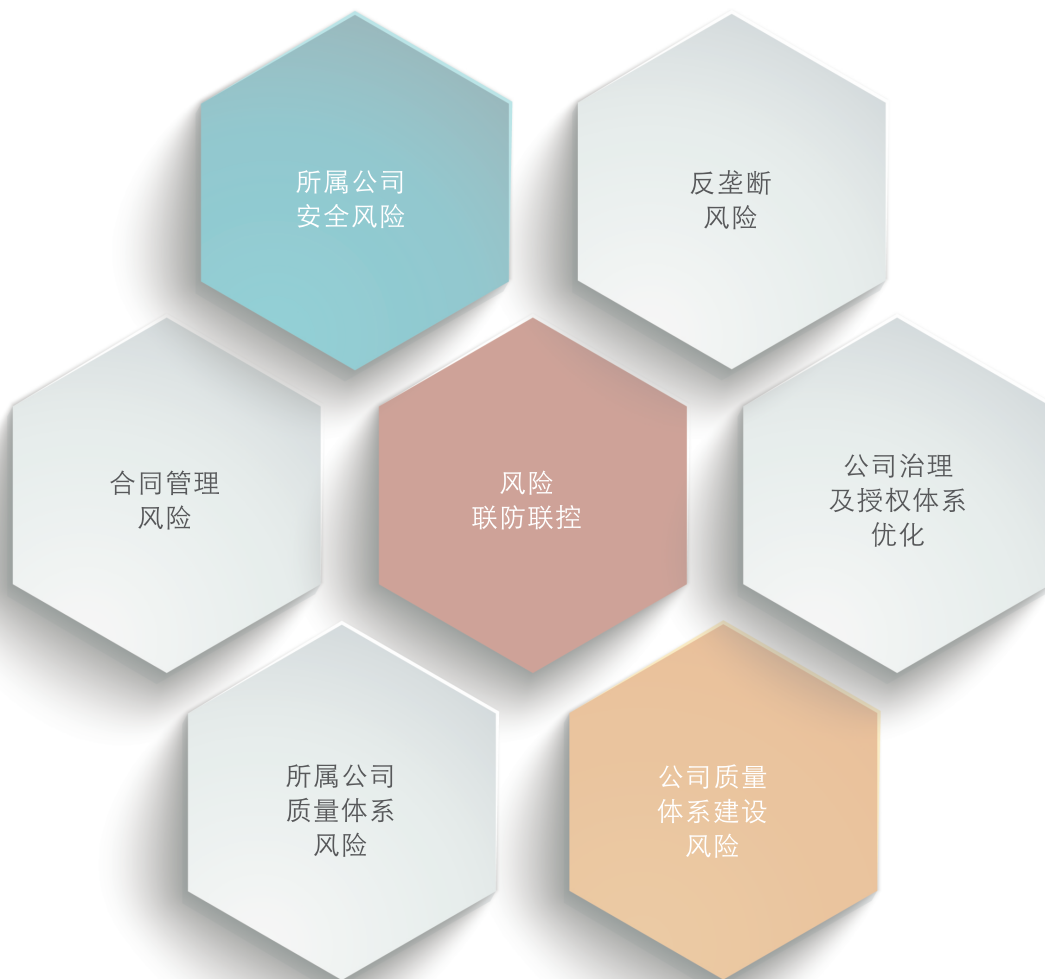
2021年，按照《企业内部控制基本规范》和《企业内部控制配套指引》的要求，公司结合外部环境的变化和公司目前经营业务的实际情况，全面修订《内部控制管理手册》。切实推进2021年度内控自我评价，及时查找、分析内部控制缺陷，并有针对性地督促落实整改，促进公司内控体系的不断完善。

2021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。纳入内控评价范围的主要业务和事项包括：组织架构、发展战略、人力资源、社会责任、资金活动、采购业务、资产管理、销售业务、研究与开发、工程项目、担保业务、业务外包、财务报告、全面预算、合同管理、内部信息传递、信息系统、内部监督、生产管理等。重点关注的高风险领域主要包括：战略制定风险、投资决策风险、预算管理风险、资金管理风险、采购成本风险、安全生产风险、质量管理风险、研发管理风险、销售策略风险、资产管理风险、品牌管理风险、人力资源风险、委外业务风险、合规经营风险等。



风险联防联控

2021年，为推动风控机制的全面有效覆盖，公司出台《专业职能部门风险管控协调工作机制（试行）》，建立质量、合规、审计、法务、安全五个专业职能部门风险协调运作平台，各专业职能部门基于部门职责管辖及拓展范围，积极提供专业支持，承担风险识别、评估与防控的主要责任。风险管控按风险种类和分类实施不同程度的联防联控，坚持“统一指挥、上下联动、统筹协调、权责明晰”的工作原则，确保各方协同、高效落实公司各级风险点的动态管控工作任务。



党建引领

公司党委在上级党委的领导下，全面贯彻党的十九届五中全会公报、庆祝建党百年讲话精神，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，为确保企业持续稳定发展作出了积极贡献。

坚持思想建党，增强党的思想引领力

公司全面贯彻党的十九大精神及习近平新时代中国特色社会主义思想，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，不断创新党建工作思路，提高党建工作质量，发挥党组织的价值凝聚作用。公司打造了覆盖集团全体党员的学习互动平台，推出政治理论、政策法规、党史教育等特色课程，通过线上与线下相结合的支部主题党日活动，提升了党员的党性修养，增强了党组织的战斗堡垒作用。

截至2021年底，

已开展线上学习 **19** 期，

共 **1** 万余人次参与。



信息披露

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。

公司治理

| | | | |
|--------------------|-------------------|-------------------|---|
| 股东大会 1 次 | 董事会 4 次 | 监事会 4 次 |  |
|--------------------|-------------------|-------------------|---|

报告披露

| | | |
|--------------------|---------------------|---|
| 定期报告 4 项 | 临时公告 23 项 |  |
|--------------------|---------------------|---|



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27项，其中定期报告4项，临时公告23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。

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的经营机制下，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。

财务数据

| | | | | |
|-------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 总资产同比增长 6.74% | 净资产同比增长 11.30% | 营业收入同比增长 21.26% | 净利润同比增长 10.87% | 扣非净利润同比增长 31.96% |
|-------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|----------------------------|

2021年，公司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。

2021年度，公司拟以2021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**3.5**元（含税），派发现金股利总额为**150,868,861.85**元（含税）。

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 |
|--------|---------------|------------|
| 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 | 2020年7月30日 |
| 2020年度 | 每10股派3.0元 | 2021年7月15日 |
| 2021年度 | 每10股派3.5元（预案） | / |

员工篇

为员工创造机会

马应龙致力于为员工创造机会而获得员工的敬业，给予员工压力、动力和活力，搭建价值创造平台，建立共享机制，积极调动员工的积极性和创造性。

- ④ 良好的工作环境
- ④ 和谐的劳动关系
- ④ 实现自我的价值

良好的工作环境

公司关爱每一位员工，关心员工的工作、生活和身心健康，注重员工对工作和对企业的满意程度，努力创造良好的工作环境。

员工福利

公司完善了功能齐全的“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。公司员工食堂提升餐品质量，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“小碗菜”、“月光餐”、“生日套餐”等。



员工关怀

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；开展高温慰问送清凉活动，为员工营造良好的工作环境。

公司着重加大对员工思想动态的关注度，通过“党群活动热线”微信公众平台、员工微信群等线上方式，采取微信、制作视频、线上知识竞答等方式积极宣传疫情防范知识与心理疏导，引导员工树立正确的防控意识；线上运用“心灵驿站”，为员工提供心理辅导和线上咨询；线下通过和谐座谈会、交心谈心等方式关注员工心态，舒缓员工压力，维护员工思想稳定。

2021年，公司持续
开展员工关爱送温暖活动，
全年慰问**842**人次。

“双创”劳动竞赛

2021年，根据公司年度经营工作重点，开展了以“深挖潜力、提升效率”为主题的年度双创劳动竞赛活动，激发创新活力，营造创新氛围。竞赛活动在在节能降耗、创收增量等方面取得了较好的成效。

2021年，**14**个先进团队和**25**名优秀个人获表彰。

表彰先进

2021年，公司大力开展“岗位技能练兵比武”活动，不断提高员工自身岗位技能，更好地服务生产经营工作。

2021年，**3**个先进单位和**19**名优秀个人获表彰。

岗位价值

2021年，围绕价值创造体系，公司开展了“岗位价值创造在身边，我向公司献提案”主题活动，通过广泛动员宣传，对提案评定等级并予以相应奖励，公司内形成了人人“关心价值创造、参与价值创造”的积极氛围。

文明团队

2021年，公司持续开展疫情防控与行为规范督导检查，规范员工言行举止，强化员工疫情防控意识。

2021年，公司评选出**4**个“文明团队”给予表彰。



和谐的劳动关系

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。

民主监督

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。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。2021年3月，公司顺利召开了第十二届三次职工代表大会，员工代表认真听取、审议了公司总经理所作的《2020年经济工作报告》。本次会议号召广大员工立足岗位创造价值，焕发激情、鼓舞干劲，在推动企业高质量发展中展现新作为。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。

工会活动

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、足球协会、摄影书画协会、歌咏协会、羽毛球协会、篮球协会、读书协会、自行车协会。针对网络时代新媒体和载体的宣传特性，组建了“网络特约视频记者与拍摄团队”，对公司重点工作与文体活动等进行视频播报宣传，使活动的参与性、互动性、趣味性、影响力明显增强。

公司以员工活动中心为平台，以文体协会为载体，有计划、有组织地开展高水平、有影响力的文体活动，营造和谐文化氛围。创新活动形式，线上与线下相结合，2021年全年开展“马应员工才艺大比拼”视频活动大赛、“我的夏日生活”视频活动大赛、徒步健康行、“轻羽飞扬，健康人生”羽毛球赛等有影响力的文体活动，展现了员工风采、增进了员工情感交流，增强了团队凝聚力。



实现自我的价值

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。

组织变革

2021年，为适应战略和市场需要，公司持续完善基于人货场的运营架构，构建以客户为中心的价值驱动机制，形成以客户为中心，发现需求、满足需要的闭环管理模式，搭建平台，完善四大运营系统，细化客服销售系统的运营架构，强化品类和渠道管理，构建产品经理和渠道经理体系。

员工学习

2021年，为适应内外部环境变化，满足新技术、新产品提升的需求和企业转型与组织变革的需要，全面提高员工个人与团队的能力及素质，构建和完善人才发展体系，促进智慧信息的高效流通，有效传播企业文化并打造人才供应链，公司启动实施马应龙内训平台建设。对内承接公司全产业链的人才培养工作，对外系统嫁接外部资源，建立开放融通的合作平台，构建形成内部系统集成化、外部联动一体化的综合性平台。

员工学习

参加学习累计
39164人次

学习时长累计
94688小时



财务沙龙

2021年，为了搭建集团财务人员共同交流和学习的平台，提高财务人员的学习和工作热情，提升专业技能，开拓思维，营造优秀经验的互相学习与分享的工作氛围，增强财务人员凝聚力，公司举办了首届财务沙龙活动。

思创会

为促进健康研究院团队成员充分交流，帮助其更好地把握不断更迭的时代动力逻辑，开启走向成功的“明天思维”，应对变化，赢得未来。2021年，由马应龙大学、健康研究院联合主办的思创会在云雾山大酒店举办。

员工培训

| | | | |
|--------------|--------------|-------------|----------------|
| 精益人才培养 9期 | 骨干人才培养 3期 | 新员工培训 4期 | 人力资源专题培训 4期 |
|--------------|--------------|-------------|----------------|

后备人才培养

为了提升人力资源经营效能，拓展后备人才的能力与素质，从而为公司未来的经营与发展输送后备力量，马应龙2021年后备人才能力提升班首期封闭式集训在中南财经政法大学公共管理学院开展，聚焦青年人才赋能，以实现后备人才储备，促进队伍的知识化、专业化、职业化和年轻化。

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。2021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感。

社会篇

为社会创造效益

马应龙致力于为社会创造效益而获得社会的尊重，
积极履行社会责任，持续回馈社会，追求天、地、人和谐统一，
实现多方利益主体均衡发展。

 环境保护

 智能工厂

 社会公益

环境保护

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，启动信息化建设项目，打造数字型、互联互通型、智慧马应龙；有序推进精益生产提升工作，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。

清洁生产

2021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。

2021年公司本部污染物排放统计表

| 污染物名称 | 全年指标 | 2021年实际排放 |
|---------|----------|-----------|
| COD | 24吨 | 3.225吨 |
| 氨氮 | 3.6吨 | 0.012吨 |
| 氮氧化物 | 28.8吨 | 0.162吨 |
| 二氧化硫 | 3.6吨 | 0.317吨 |
| 噪音 | ≤58dB | ≤58dB |
| COD排放浓度 | ≤100mg/L | 28mg/L |

注：全年指标数据根据国家排放指标制定。

精益项目改善

公司持续推进精益项目改善，健全改善机制，营造改善氛围，促进专业协同，强化成本优势，不断优化产品交付系统。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，让精益改善效果不断涌现，提高资源效率。

2021年，针对成本、效率、流程、环安和医疗五个类别设置的**44**个指标平均改善幅度达**29.74%**。

精益人才培养

公司持续强化精益人才培养，完善精益人才体系，明确各级精益人才标准，结合培训需求充实精益课程体系，通过内外部多种渠道采集精益课程，逐步实现对各门类、各层级课程的全覆盖。

2021年，共**111**人通过精益人才认证&年审，其中精益绿带**14**人，精益黄带**97**人。

智能工厂

2021年，公司积极推进推进智能制造和5G+工业互联网建设工作，打造透明工厂、数字工厂和智慧工厂，通过数字管理转型升级，实现产业链各环节业务信息和数据的实时共享、可视化和精益化，推动企业运营提质增效。

建设目标

以“智慧马应龙、健康马应龙”为总体目标，以数据驱动、产业互联、健康服务为建设路径，打造364数字化支撑平台。



整合构建肛肠健康及中医药服务大数据链，整合构建工业互联网+消费互联网的医药产业链，整合构建肛肠微生态学和基因医学的大知识链。



全力打造战略数据、集成研发、协同采购、智能制造、全域营销、健康服务六大云平台。



努力实现财务管理、人力资源管理、质量管理、行政管理四大共享服务体系，对三大运营系统形成有力支撑。

建设成效

公司先后荣获湖北省智能制造试点示范企业、全国工业APP和信息消费大赛应用创新奖、湖北省上云标杆企业、5G全连接工厂（园区）等荣誉，“互联网+医+药”线上线下智能融合服务项目、“基于5G+智慧中医的肛肠诊疗服务云平台”入选工信部新型信息消费示范项目、5G+医疗健康应用试点项目。

搭建大数据分析平台，实现数据化决策



④ 建立战略数据分析与智能应用平台

通过中央驾驶舱、业务仪表盘、大屏、移动端分析、自助分析、多维分析、实时分析、自动预警、智能决策等多种数据服务，实现各级用户在不同场景下业务决策的数据支持。目前已完成12个主题域、38个场景，69个子主题的数据智能分析与创新应用。


⑤ 建立终端价值评估模型和标签体系


引入医药市场终端大数据，通过对线下医药市场的全局扫描和多维度对比分析，识别线下终端市场结构性机会点，助力精准营销和精细化运营。


⑥ 建立全覆盖信息情报网


充分利用线上线下全产业链资源以及外部战略合作，围绕发现和满足客户需求，在全球范围内全息扫描，精准采集客户情报和竞争情报；建立战略情报共享平台，实现情报资源的快速传递与高效共享，最大化发挥情报价值。近两年累计发布《每周资讯》100多篇、《专项调研分析报告》20多份、《专题研究报告》50多份、《重点资讯报告》300多份。

升级智能智造云平台，实现工业互联网可视化、智慧化管理

- 

全面集成产业链上下游及产品制造交付全流程的信息数据，实现远程实时共享，助力数字化管理和智能运营决策。联通上游中药材基地，原料供应商、辅料供应商、包材供应商共200多家，及时获得上游订单量、在产量、库存量，对28万家终端客户、60家核心经销商、199家经销商进行实时订单、流向数据抓取，对关键信息流和实物流进行跟踪和管控，对上下游展开多方、立体数据服务，助力平台化经营战略的开展。
- 

核心产线引进国际领先装备，采用云化AGV打造柔性智慧物流，实现产线整体智能升级。膏栓车间全面升级自动化智能化产线，实现核心产线100%数字化管理，形成国际领先、国内最尖端的高栓智能生产线，产能提升60%以上。同时，整线操作人员从8-10人降低至3-4人，单批交付周期缩短近50%。
- 

应用3D建模和数字孪生技术打造虚拟工厂，对关键产线应用数字孪技术，实现工艺过程的远程监控和实时跟踪。对自动上管、软膏灌装、多关节并联机器人、自动装盒机、在线称重检测系统、赋码追溯系统、装箱码垛机器人等关键设备应用3D动态和数字孪生技术，联通设备实时数据，可远程查看产线上的实时真实场景，实现设备管理人员远程监控设备动态。
- 

集成并运行工业智联平台，实现生产制造全流程数据的实时采集和远程监控。



1 生产计划管理方面，通过计划管理平台，各级人员对生产计划进度执行情况可实时查询，持续更新年度、季度、月度指标情况和目标进度，实时动态显示每个车间当月产值完成情况和各个产线品种的实时动态数据和产品交付情况，实现生产制造从计划到交付过程的数字化、可视化管理。

2 质量和工艺管理方面，工艺数据平台针对化油、灭菌、在线清洗、配制、存储等工序实现自动化和数字化管控，实时追踪温度、转速、液位、压力、流量、重量等工艺参数精确控制情况，保障了工艺的一致性和质量的均一性。


3 能源管控方面，采用213个点位电流数据智能采集仪、46个自来水流量数据采集仪和21个蒸汽记录采集仪表，将公司水、电、气信息数据实时采集并上传，完成实时能耗汇总和比对，促进精细化能源管控、节能减排。近3年来，生产万元产值能耗年均下降10%以上。

4 安全防控方面，采用定位模拟技术将锅炉房、酒精库、提取区、污水站等关键位置的安防监控系统158个点位上传到大数据平台进行集中联动，远程监控重点区域的安全风险。可快速掌握工厂安环动态，及时防控风险。

搭建财务共享、人力共享管理平台，提升职能部门运营管理能力

- 
 建立财务共享管理平台，将公司内各单位的同质业务集中至财务共享中心，强化预算职能、资金管控职能，降低运营成本。目前纳入共享平台的公司共44家，单据处理能力提升256%，报销时效提升42%，管理型与核算型人员编制的占比由7:3转换为3:7。
- 
 建立人力共享管理平台，将人力资源管理制度、流程表单、业务规则、数据标准全面梳理并数字化，为所属公司人力资源管理提供低成本、规模化、专业化和标准化的服务，提高管理效率。

搭建互联网医疗平台，赋能医疗服务产业

- 
 以肛肠专科临床诊疗需求为导向，以5G、AI、VR/AR等新一代信息技术为支撑，建立3D数字模型库和远程培训平台，助力医患沟通和专科教学培训，提升临床诊疗效能效率。目前已开发3D人体解剖模型6000余个、3D肛肠病例及局部解剖模型60余个，VR数字化诊疗项目签约医院18家。



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，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，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“药品捐赠、赈灾救危、捐资助学、困难帮扶”等活动，累计捐药捐款超过**8000**万元，为保护生命与健康作出了重要贡献。2021年，公司通过湖北省内各地市红十字会向省内贫困地区捐赠了价值近千万元的药品，被湖北省红十字会授予“博爱企业”荣誉称号。

积极开展志愿者活动

2021年，围绕“企业文化引领，助力公司经营”的指导思想，设立了“马应龙党员周六义务奉献日”，通过系列志愿活动的开展，在全司掀起“热爱企业、不计得失、义务奉献”的良好企业文化氛围。

开展便民服务活动

公司持续开展大型义诊活动，把健康知识送到社区送给群众。2021年，共开展75余场“马应龙健康+项目”活动，让市民们享受免费体检，引导广大市民树立健康观念，倡导健康的生活方式，受惠人群累计

8万余人次。同时，开展各类义诊及线上线下健康讲座活动**180**余场，为市民送去健康。

展望2022

2022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，进一步完善客户价值驱动机制，构建价值创造系统，进一步优化工作事项和 workflows，提升企业发现价值、制造价值和整合价值能力，深化战略转型升级。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

以全病程的客户需求为导向，关注客户个性化体验，延伸产品和服务范畴，实施精准营销，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：2021年大事记

2021年1月

2021年度产业链论坛顺利召开。

2021年2月

推出马应龙年度宣传片《两瓣人生》。

举办第二届“爱应马上说出来”土味情话大赛。

与大参林医药集团股份有限公司签署战略合作协议。

2021年3月

马应龙八宝眼膏荣耀回归——郑州站学术研讨会顺利召开。

马应龙麝香痔疮膏入围西鼎奖“品牌锋榜”。

2021年4月

马应龙携旗下产品亮相第三届“健博会”。

百名连锁客户走进马应龙，参与“龙行天下——走进马应龙，百年非遗探索之旅”活动。

与云南健之佳健康连锁店股份有限公司签署战略合作协议。

马应龙第51家肛肠中心落户驻马店，与泌阳县第三人民医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

武强县马应龙肛肠诊疗中心盛大开业。

2021年5月

马应龙受邀参与人民日报数字传播和人民国货工程共同发起的人民国货工程活动。

马应龙联合湖北省博物馆推出楚盒妆奁联名礼盒，一起向全球推荐荆楚大地，弘扬民族文化。

马应龙入选湖北省基于互联网的制造业“双创”平台试点示范项目和首批上云标杆企业。

2021年6月

马应龙互联网医院正式取得湖北省卫生健康委签发的医疗机构执业许可。

2021年7月

第十八届“世界品牌大会”在北京举行，马应龙以492.81亿元的品牌价值连续十八年成功入选“中国500最具价值品牌”。

马应龙第52家肛肠中心落户淄博，与淄博市北大医疗鲁中医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

“江西禾氏美康药业有限公司”正式更名“江西马应龙美康药业有限公司”。

2021年8月

马应龙第53家肛肠中心落户西安，与陕西省森工医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

2021年9月

马应龙与湖北省中医药学会眼科专业委员会联合主办的湖北中医眼科“烛龙”论坛落幕。

2021西普会在海南博鳌盛大开幕，马应龙品牌及产品荣登“2020-2021年健康产业药品品牌价值TOP50榜、健康产业品牌发展指数TOP品牌榜、医药工业综合竞争力中成药指数TOP50榜。

马应龙承办的“药”有作为，鲁、豫、陕药学体系线上论坛系列学术研讨会成功召开。

2021年10月

由工业和信息化部、江西省人民政府主办的2021世界VR产业大会在江西南昌召开，马应龙开发的“小马医疗VR数字化诊疗项目”脱颖而出，荣获VR/AR创新奖。

马应龙第54家肛肠中心落户亳州，与安徽省亳州市兴华医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

2021年11月

首届中国（武汉）文化旅游博览会在武汉国际博览中心盛大开幕，马应龙作为本次文旅博览会的特约参展企业惊艳亮相。

2021年12月

马应龙第55家肛肠中心落户邯郸，与邯郸康复中医院签订协议共建马应龙肛肠诊疗中心。

马应龙第56家肛肠中心落户晋中，与榆次区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： |
| 通讯地址： | http://www.mayinglong.cn |
| | 电子信箱： stock@mayinglong.cn |



龙马精神 健康人生



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

