



亚宝药业

2023年度社会责任报告

600351

与健康携手 创生命绿洲

关于本报告

尊敬的利益相关方，这是亚宝药业集团股份有限公司向社会公布的 2023 年度企业社会责任报告。本报告详细记录了亚宝药业 2023 年社会责任活动及成果，帮助股东、员工、政府、客户与消费者、合作伙伴、公众等利益相关方全面了解本公司的社会责任实践信息。

时间范围

2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。为增强报告可比性和完整性，部分内容超出上述范围。

发布周期

本报告为年度报告

参考标准

亚宝药业在编制本报告过程中，遵循国家标准委《社会责任指南 GB/T36000-2015》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南》(CASS-CSR4.0)、全球报告倡议组织《GRI 可持续发展报告指南 (G4 版)》、联合国可持续发展目标 (SDGs)。报告同时参考了《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》及医药行业有关规定编制，采纳了有关专家和利益相关方的意见及建议。

数据来源及可靠性保证

本报告数据来源于企业 2023 年度上市公司公告。公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

报告获取

亚宝药业集团股份有限公司在官方网站设置企业社会责任专栏，您可以在亚宝药业官网 (www.yabao.com.cn) 下载本报告或阅读更多企业社会责任信息。

Contents 目录

关于本报告	01
一、领导致辞	03
二、年度大事记	06
三、关于亚宝	10
(一) 公司简介	10
(二) 公司组织机构	12
(三) 公司发展战略	12
(四) 公司文化	13
(五) 荣誉奖项	22
四、公司治理	23
(一) 规范运作	23
(二) 信息披露	24
(三) 投资者关系	24
(四) 内部审计	25
(五) 法律风险防控	26
(六) 股东回报	26
五、经营篇：诚信经营，稳步发展	27
(一) 严控质量，生产放心产品	28
(二) 专注研发，提升创新能力	31
(三) 终端引领，畅通销售渠道	32
六、环境篇：环保优先，绿色发展	34
(一) 职业健康	34
(二) 环保管理	35
(三) 安全管理	35
(四) 能源管理	36
(五) 设备技改	36
(六) 园区绿化	36
七、社会篇：承担责任，回馈社会	37
(一) 践行公益慈善	37
(二) 保障员工权益	39
(三) 实现合作共赢	43
八、展望 2024	48

领导致辞



时光流转，岁月不居。我谨代表集团董事会及经营班子，向一直以来关心和支持亚宝发展的各级领导、各界朋友，表示衷心的感谢并致以崇高的敬意！向全体亚宝同仁和家属，致以新年的问候和美好的祝愿！

2023 年，是充满挑战与变革的一年。这一年，是全面贯彻党的二十大精神开局之年，也是亚宝药业转型发展的关键之年。在外部经营环境不确定因素增加的情况下，我们集中优势资源做强“儿科第一”战略，深入践行“以消费者为中心”理念，不断加快创新研发。以丁桂品牌为统领的儿童药，已从儿童腹泻品类，拓展到儿童消化、呼吸、补益、抗感染、抗过敏等多个儿童治疗管线，拥有共计 27 个儿科产品，形成了强大的儿科产品集群。另外，亚宝还有 36 个儿童药正处于研发中。这既是亚宝人发扬“十年磨一剑”砥砺创新精神、持续研发投入取得的硕果，也为公司加速“创新转型”提供强有力的支撑。

2023 年，是砥砺前行，开拓奋进的一年。我们通过创新载体、突出特色，开展红色教育活动，隆重庆祝建党 102 周年，重温党的伟大历史，传承红色基因，赓续红色血脉。集团关心下一代工作委员会揭牌成立，开启“党建带关建”的全新局面。全体亚宝人逆势而上、奋楫笃行，创造了一个个辉煌的时刻，亚宝也带着一路的成长与沉淀，豪迈开启新征程。

2023 年，是行稳致远，“创新之光”照亮壮阔征程的一年。在集团战略的指引下，六大中心发展势头强劲，捷报频传。研发中心塞来昔布胶囊获美国 FDA 批准；完成 5 个仿制药的注册工作；SY005 已完成 II a 期临床试验，相关的新适应症探索也取得较好的进展；SY009 项目完成 II 期临床试验；特医产品开启全新里程碑，自主研发的唯源全和唯源泰两款产品获批，为丰富公司特医产品线、巩固在特医行业的地位提供坚实保障。生产中心聚焦核心业务，优化整合提效率，实施全价值链成本管理，不断提升技术能力促转化。OTC 营销中心聚力强攻主品，丁桂儿脐贴的战略地位得到进一步夯实；以“薏气风发”整合营销项目为引领，快速提升核心战略产品薏芽健脾凝胶的品牌认知度。线上通过投放多种优质媒介渠道及公益直播，线下举办“薏起成长”大型儿童公益活动，在全国药店举办 15,000 余场拓客引流活动，拉动薏芽健脾凝胶销量和市场份额快速攀升。RX 营销中心高度重视团队医疗机构覆盖能力和产品在医疗机构学术推广能力培养。儿童处方药聚焦大型三甲医院，围绕专家体系建设，重视学术推广，产品快速导入市场；甲钴胺片在国家集中带量采购续标过程中，抢抓机

会取得辉煌战绩。原料药中心新客户开发成效显著，原料药枸橼酸托法替布、硝苯地平获批。创新业务中心积极探索线上整合营销新打法，实现线上营销品效合一；首届亚宝健康文化节的开幕，吹响了亚宝大健康的“冲锋号”……这一切，凝结着无数亚宝人的辛勤付出和汗水。点点星火，汇聚成炬，这就是亚宝力量！

2023 年，是坚守初心，回馈社会的一年。我们向康杰中学捐款 200 万元，助力人才培养；向甘肃省临夏州捐赠价值 69 万元的唯源全特医食品，驰援甘肃地震灾区；向芮城县教育局设立的育林教育基金捐款 50 万，肩挑责任为家乡教育事业贡献力量；向芮城医疗机构捐赠 20 万元忍冬感冒颗粒，为家乡父老送健康；向拉萨德吉康萨社区捐赠 30 箱唯源全，情暖雪域高原。这一切源于亚宝人根植内心的责任，也是亚宝人守望相助的温暖。

2023 年，是革故鼎新，硕果累累的一年。亚宝连续 10 年荣登“中国医药工业百强企业榜”，斩获“2022 年中国创新力医药企业”“2023 中医药传承与创新最佳实践案例奖”“2022 年度全国百家优秀民营医药商业流通企业”“2023 年中国医药研发产品线最佳工业企业”等多项大奖。我本人也荣获首届“山西慈善奖”。这些荣誉饱含着亚宝人的智慧和付出，承载着亚宝人的梦想和追求。志合者，不以山海为远；同心者，不以日月为限。在此，向全体亚宝人致以最诚挚的敬意，亚宝每一个高光时刻都凝聚着全体员工的智慧、心血和汗水！

凡是过往，皆为序章，在义无反顾的前行中，我们迎来新一年。

征程万里风正劲，重任千钧惟担当。2024 年战略是“儿科第一、成人药补充、投资&创新”，围绕“产品之年、效率之年、战术之年”的经营主题，让我们只争朝夕、不负韶华、踔厉奋发、勇毅前行，以攻坚克难的实干精神闯关夺隘，以驰而不息的韧性顽强拼搏，再谱新篇，开创新局面！

展望 2024 年，更需要我们全体亚宝人戮力同心、携手并进，打硬仗、闯难关。“儿科第一”是充满光荣与梦想的“新远征”，让我们以奋斗为笔，写下新征程的路线图；让我们以实干为要，打赢一场又一场“攻坚战”；让我们以梦想为歌，绘就光辉灿烂的 2024。让我们坚定信心，团结一致，笃定前行，向着“世界亚宝，百年亚宝”的宏伟目标，奋力冲刺，勇毅前行。行而不辍，未来可期！

年度大事记



1 月 16 日，亚宝药业为芮城县捐赠 20 万元忍冬感冒颗粒。

2 月 2 日，亚宝药业集团 2022 年总结暨 2023 年部署大会在芮城县会展中心举行。

2 月 21 日，亚宝药业入选“2022 山西省民营企业社会责任 50 家领先企业”榜单，排名第一。

3 月 9 日，亚宝药业集团两款特殊医学用途配方产品唯源全®、唯源泰®，正式获得国家市场监督管理总局批准。

3 月 17 日，山西省政协党组书记、主席吴存荣一行到亚宝药业

芮城工业园调研。

3月18日-20日，亚宝药业荣获“2022年中国创新力医药企业”奖项。

4月，亚宝药业塞来昔布胶囊获美国FDA批准，中美双报均获批准。

4月15日，亚宝特医食品专题研讨会暨新产品上市发布会在芮城工业园举办。唯源全®、唯源泰®上市正式启动。

4月16日，亚宝药业集团第五届二次职工代表大会在风陵渡三楼会议室召开。

4月27日，亚宝药业丁桂儿脐贴成功入选首批“山西精品”。

5月8日，山西省工商联主席景普秋一行到亚宝药业芮城工业园调研企业生产运行情况。

6月2日，亚宝药业芮城工业园口服软袋智能化生产线建设项目正式启动。

6月9日，山西省市场监督管理局党组成员，山西省药品监督管理局党委书记、局长，一级巡视员贡亚明到亚宝药业芮城工业园调研。

6月27日，亚宝药业荣登“2022年度中国中药企业TOP100排行榜”第39位。

7月，亚宝药业集团被中共运城市委组织部授予2022年度全市“五面红旗”示范单位。

7月，亚宝药业向芮城县教育局设立的育林教育基金捐款50万，肩挑责任为家乡教育事业贡献力量。

7月4日，亚宝药业再次蝉联“中国医药制造业百强”“医药自主创新先锋企业”“医药行业守法诚信企业”“医药商业百强”四大奖项。

7月7日，亚宝药业荣获“2022全国医药行业优秀企业媒体”奖项。

7月11日，亚宝药业集团总裁任伟荣获“2023年度生命健康鼎新奖”。

7月26日，“父辈们的故事”讲述暨首届运城市民营企业企业家典范选树活动在芮城正式启动。亚宝药业总裁任伟作为优秀代表讲述“父辈们的故事”。

7月29日，亚宝药业“卓越经理人”培训结业典礼在芮城工业园举办。

8月11日，亚宝药业丁桂儿脐贴荣获西普金奖，并荣登“2023年健康产业品牌榜”榜单。

8月24日，亚宝药业在芮城工业园举办“金秋助学”活动，为2023年考上大学的24名家庭困难的员工子弟发放4.8万元助学金。

8月25日，山西省首届“山西慈善奖”表彰大会在太原举办。亚宝药业董事长任武贤获首届“山西慈善奖”爱心捐赠个人。

9月7日，亚宝药业集团向康杰中学捐款200万元，助力康杰中学人才培养。

9月13日-16日，任武贤董事长随同山西省投资促进局党组书记、局长杨春权赴香港考察调研。

9月25日，亚宝药业集团被授予“工业高质量发展功勋企业”，获奖励资金30万元。

9月26日，亚宝药业集团风陵渡工业园联合芮城县中心血站组织开展以“热血点亮中国红”为主题的无偿献血活动，献血量9200毫升。

10月12日，首届亚宝健康文化节在亚宝药业芮城工业园隆重开幕。

10月26日，运城市产业工人队伍建设改革专项督查小组深入亚宝药业检查指导，就产业工人队伍建设改革工作进行督导。

11月1日，首届中医药CEO论坛在杭州举行。亚宝药业集团荣获“2023中医药传承与创新最佳实践案例奖”。

11月3日，亚宝药业集团关心下一代工作委员会在芮城工业园揭牌成立。

11月7日-10日，亚宝药业荣获“2022年度全国百家优秀民营医药商业流通企业”“2022-2023年度优质道地中药材十佳规范化种植（养殖）基地”“2023全国诚信连锁药店企业”奖项。亚宝药业副董事长、总裁任伟荣获“2022-2023年度推动医药健康产业高质量发展人物TOP100”奖项。

11月13日，亚宝药业集团西藏亚宝医药经销有限公司向拉萨市堆龙德庆区乃琼街道德吉康萨社区捐赠唯源全强化钙蛋白饮料30箱。

11月17日-18日，亚宝药业“星海计划”第五期集中培训暨结业典礼在芮城工业园举办。

11月18日，亚宝药业荣获“2022年度中国医药工业百强企业”和“2023年中国医药研发产品线最佳工业企业”两项大奖。

11月17日-19日，亚宝药业“《薏起成长》系列儿童公益活动”和“丁桂529世界肠道健康日品牌营销”两项案例，荣获“2023年度整合营销金案”奖。

12月，亚宝药业硫辛酸片（0.2g、0.6g）两个规格获得药品注册证书，成为国内首家视同通过药品一致性评价的企业。

12月20日，亚宝药业集团携手中国儿童少年基金会，向甘肃省临夏州捐赠价值69万元的唯源全特殊医学用途全营养配方食品，紧急驰援地震灾区。

12月22日，亚宝药业荣登“2023年度中国非处方药生产企业综合统计排名”榜单第59位、“2023年度中国健康产品品类综合统计企业排名特殊医学用途配方食品”第3名。丁桂儿脐贴、薏芽健脾凝胶分别荣获“中成药·儿科消化类”第2名和第5名。

12月27日，亚宝药业副董事长、总裁任伟荣获“山西省第五届优秀中国特色社会主义事业建设者”称号。

关于亚宝



（一）公司简介

亚宝药业集团股份有限公司将“与健康携手，创生命绿洲”作为企业使命，集药品和大健康产品的研发、生产、销售、物流及中药材

种植于一体。公司成立于 1978 年，2002 年在上海证券交易所 A 股上市（股票代码：600351），集团公司下设党委、董事会、监事会，八个一级职能部门，以及 OTC 营销中心、RX 营销中心、生产中心、研发中心、原料药中心、创新业务中心六大业务中心，拥有分子公司 22 个。

亚宝药业坚持“儿科第一，成人药补充，投资&创新”战略，以临床需求为导向，以国际化为引领，以人才和技术为驱动力，聚焦儿科，在创新药、高技术仿制药、中药以及大健康产品等领域全面布局，搭建了国家级企业技术中心、博士后科研工作站、院士工作站。拥有授权专利、注册商标、著作权等知识产权 1100 余项。

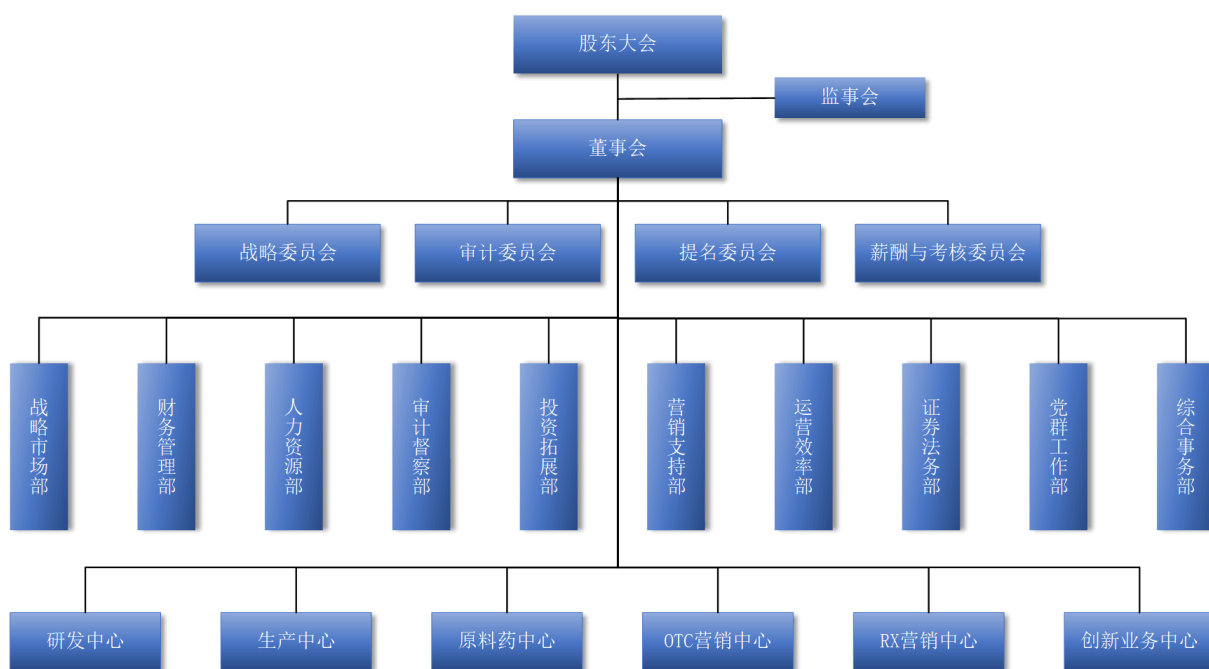
作为高新技术企业，亚宝药业是工信部认定的“中国医药工业百强企业”，创新力居 20 强之列。公司建有 9 大生产基地、3 大研究基地。6 条原料药生产线、2 条制剂生产线和 1 条塑料瓶生产线通过了美国、德国、日本等发达国家的认证。

公司主要产品有中西药制剂、贴敷剂、原料药和药用包装材料等共计 300 多个，集中优势资源做强“儿科第一”战略，目前，公司有以丁桂品牌为统领的儿科产品 27 个，其中自有产品 17 个，全面布局儿童药，打造以“丁桂®”“金色童年®”“春播®”等为主的儿科品牌，拥有包括药品、特医食品、保健食品、医疗器械、食品等儿科产品，并拓展包括儿童眼科及儿童生长发育等儿科服务。秉持着“向光而行”的品牌价值观，拥有三十余年良好的品牌认知基础。丁桂品牌以丁桂儿脐贴为核心，并拓展到儿童消化、呼吸、补益、抗感染、抗过敏等

多个品类，构筑起强大的儿科产品阵营，守护儿童健康，护佑儿童未来。

亚宝药业集团连续 10 年荣登“中国医药工业百强企业”榜单。首批入选“科创中国”中医药贴敷技术创新基地，荣获“全国脱贫攻坚先进集体”“科创中国创新基地”“国家扶贫龙头企业”“中国最具社会责任感企业”“中医药传承与创新最佳实践案例奖”。

（二）公司组织机构



（三）公司发展战略

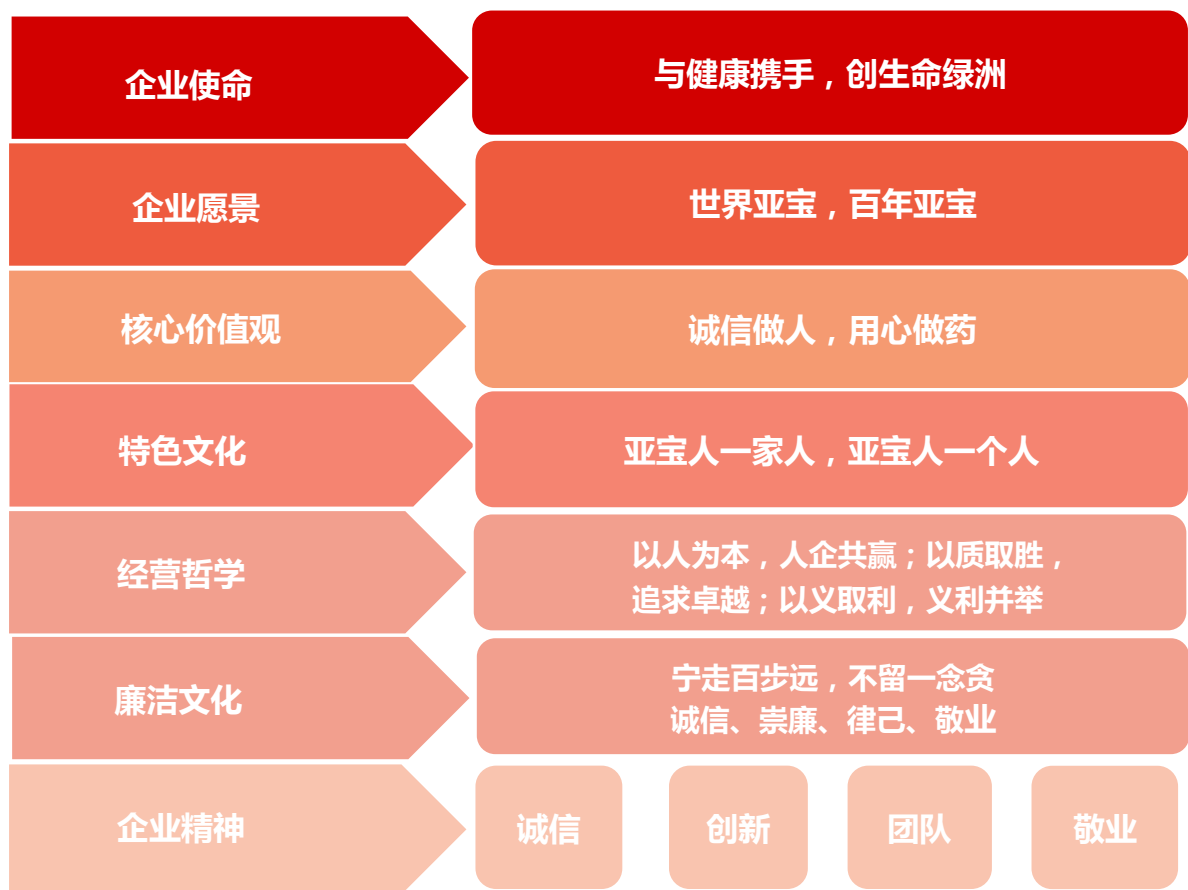
在“十四五”期间，公司的发展思路确定为：面向未来、优化主业、以强促大、聚焦发展。战略发展方向为：聚焦儿科业务，丰富儿科产品管线、拓展儿科创新和国际合作，适时发展女性健康业务、妥

善处置利润贡献低的其他业务。战略方针为：儿科第一、成人药补充、投资&创新。

（四）企业文化

公司建立了以社会责任为核心的企业文化体系，通过企业文化建设与社会责任的深度融合，引导员工健康成长，推动企业可持续发展。

1. 企业文化内涵



【企业使命】与健康携手，创生命绿洲

亚宝是一家为人类健康事业而存在的公司。公司始终将自己的存

在与人类的生命健康紧密相连，随时在为人类健康事业创造精良的产品，时刻与人们的健康携手，共创美好的生命绿洲。对亚宝而言，这是一项重大的责任，一项神圣的使命，一份高尚的荣耀。

【企业愿景】世界亚宝，百年亚宝

这个愿景从空间和时间两个维度描绘出亚宝的梦想和目标。

从空间的角度讲，亚宝要成为一家世界级的公司，不仅要在中国，而且要在世界市场中参与竞争，勇立潮头。从时间的角度讲，亚宝要成为百年药企。这里的“百年”可以理解为经典和悠久，即我们要做“百年老店”。既有经典的产品，又有悠久的历史与传承，基业长青，历久不衰。

作为目标，“世界亚宝，百年亚宝”像灯塔一样，引导着亚宝人朝着同一方向前进。

【核心价值观】诚信做人，用心做药

核心价值观是企业所拥有的终极信仰，是企业文化中起主导作用的重要组成部分，是企业在经营过程中所推崇的理念和奉行的目标，属于企业核心精神层面范畴。

一个企业的存在，不在于它有多大的实体规模，而在于其企业文化是否引领企业家和员工心中的价值观，形成一种强烈的社会责任感。

亚宝起源于关公故里，根植于晋商文化。无论是关公，还是晋商，无一不是靠诚信走天下的。一方水土养一方人，亚宝从诞生之日起，血脉里就流淌着诚信的基因。诚信是亚宝人立身行事之本。唯有诚信做人，做诚信之人，方能用心做药，做放心之药。

企业家是企业的灵魂，企业家的价值观和人格魅力直接决定着企业文化的高度与优劣。董事长任武贤不但是诚信文化的倡导者，更是诚信文化的实践者和推动者。

在企业发展中，任武贤董事长带领亚宝人始终坚持诚信经营。在恪守经济、社会、环境三重底线的前提下，力争做到以下几点：

对社会，从行业发展、生态环境、公众利益和社会和谐的角度出发，将企业的可持续发展与承担社会责任相结合；将企业的核心竞争力与解决社会热点问题相结合，努力创造共享价值。

对员工，构建和谐劳动关系，提供实现自我价值和梦想的平台，保证员工与企业一同成长。

对合作方，以透明的业务模式及规范的合作，实现互利共赢。

对患者，提供优质产品和优良服务，保证不生产假冒伪劣产品。

对股东，及时真实报告经营状况与财务信息，力求资本的不断增值。

【特色文化】“亚宝人一家人，亚宝人一个人”文化

亚宝是一个推崇和富有传统美德的企业。董事长任武贤倡导的家

文化：“亚宝人一家人，亚宝人一个人”，一方面，希望公司能够给每个员工提供家一样的温暖和庇护；另一方面，强调人企合一的团队精神，即企业为员工提供一个公平竞争的平台，员工在这个平台上实现自我价值的同时，为企业、为社会创造卓越价值，从而实现共赢。

【特色文化】“红黄绿灯”文化

为营造比学赶超、争先创优的工作氛围，亚宝在员工管理中，设置了三盏“灯”，即“红灯”“黄灯”和“绿灯”。红灯就是做得不好，需要惩罚；黄灯就是做得一般，需要警示；绿灯就是做得很好，需要鼓励。这三盏灯犹如指挥棒、警示灯，时刻提醒员工哪些不能做、哪些可以做、怎样才能做得更好。通过推行“红黄绿灯”管理模式，能够让员工严守工作底线，树立责任意识，对标先进找差距，提升个人工作能力。

【特色文化】“一张纸”文化

员工初入企业就像一张白纸，在企业这一平台上不断成长，绘出五彩斑斓的人生。假定这张白纸的正面是“员工为公司创造的贡献”，反面是“公司为员工提供的回报”。对于员工来说，收入和付出需要成正比；对于企业来说，投入与产出也要成正比。从这个意义上来讲，这张纸的正反面需要达到相对平衡。

那么如何达到相互对等呢？一方面，员工要勇于担当、甘于奉献，为企业创造更大的价值；另一方面，企业要搭建公平、公正的平台，帮助员工最大限度地实现人生价值。这种相对平衡最终的目标就是人企共赢。

【特色文化】“集中优势兵力”文化

《毛泽东选集》中提出了“集中优势兵力，各个歼灭敌人”的战术方针。对于企业来说，不管是经营还是管理，实际上跟打仗没有太大的区别。因为本身战略这个词也是从打仗衍生出来的。企业中的“优势兵力”即队伍中的“关键少数”，也就是绩效卓越的排头兵。

那么如何管好用好“关键少数”？公司在企业管理过程中，通过聚焦，提升管理效率。一方面，要极大地集中人力、物力、财力到重要的项目上，实现重点突破；另一方面，要把有限和优势的资源向优秀的人员倾斜，让其拥有充分的职权和资源，发挥最大潜能。通过优化资源配置，帮助企业在竞争中立于不败之地。

【经营哲学】 以人为本，人企共赢；以质取胜，
追求卓越；以义取利，义利并举

企业作为社会的重要组成部分，不仅是“理性的经济人”，更应是“社会的公民”。履行社会责任就是要坚持以人为本，通过有效管

理企业经营对内外部利益相关者的影响，合理配置资源，不断创造产品和服务价值，以实现社会贡献的最大化。

“以人为本”说的是亚宝对员工的态度，讲的是亚宝与员工的关系；“以质取胜”，说的是亚宝对产品的态度，讲的是亚宝和消费者的关系；“以义取利”说的是亚宝对社会各方的态度，讲的是亚宝和社会的关系。只有以人为本，才能使员工与企业共同成长；只有用品质优良的产品，才能永远占领市场；只有负责任，讲道义，才能获得更大的利益。

【廉洁文化】 宁走百步远，不留一念贪，
诚信、崇廉、律己、敬业

公司坚持党建引领，秉承“诚信做人，用心做药”的核心价值观和“清立企，廉兴业”的经营理念，全方位、全链条推进清廉民企建设，通过健全组织架构、完善制度体系、开通监督平台、打造清廉文化等多种方式，将廉政建设融入企业生产经营的方方面面，助推企业健康和谐发展。

【企业精神】 诚信 创新 团队 敬业

关于诚信，在亚宝的发展过程中，任武贤董事长带领亚宝人始终坚持诚信经营，恪守诚信原则，与股东、患者、合作方、员工等所有

利益相关方实现互利共赢。

关于创新，创新是企业发展的第一生产力，公司倡导各种形式的创新。无论是技术上的创新，还是营销和管理方面的创新，公司都会不遗余力地予以支持。创新是企业永恒的主题，也是亚宝制胜的法宝。从亚宝的发展历程来看，尤其是上世纪 90 年代起，每一次的飞跃发展都是一个不断创新的过程。从打破干部终身制，到联合开发新产品；从申报产品专利，到在央视黄金时段打广告；从实施低成本扩张，到成功实现股票上市，一直到迈步国际化之路，每一步都离不开创新，每一段前行的里程都是一个创新的标志。

关于团队，公司是一个有机的整体，个人的价值很多时候体现在团队的需求程度上。一个人的能力是有限的，而一个团队则会集中众人的聪明才智，形成一个战胜各种困难的有机整体。团队是公司发展的核心元素。

关于敬业，专业和敬业是衡量从业者最基本的标准。敬业，是精神层面的，解决的是态度问题，就是要对自己的工作怀有敬畏之心，要全力以赴全情投入；专业，是能力层面的，解决的是技能问题，就是要对自己的工作有足够的了解和掌控。其实，专业，本质上也是敬业的一种体现，真正敬业的人，一定会在专业上精益求精，不断探索和攀登新的高峰。

2. 推动文化落地

企业文化建设是一项长期持续性的工作，需要在实践中不断丰富和完善。为此，公司围绕企业文化内涵，寻找与员工实际工作相对应

的契合点，通过开展一系列活动，将企业文化所倡导的理念和价值观潜移默化地根植于员工内心，影响员工的行为模式。

2023年，在文化宣传方面，公司将评选出来的模范干部和员工作为典型，对其先进的案例进行深度挖掘和经验推广，以此凝聚人心、弘扬正气。同时，在微信公众平台官方账号和企业微信端上设立“荣誉墙”专栏，激励员工干事创业，同时，宣传优秀的工作思路和方法。

在文化建设方面，通过“文化共识落地项目”确立并进一步深化企业文化共识，通过各类宣讲活动、内外部宣传渗透式传播企业文化理念，提高公司自媒体矩阵的风险防控意识和管理水平，进一步增强企业凝聚力和向心力，共同擘画企业文化“同心圆”。在企业内刊《亚宝通讯》开设“我心目中的好干部”“最美员工”等专栏，结合亚宝经营价值观，在各业务单元树立奋斗者标杆，推广“优秀主义”的特色文化，供员工学习借鉴。以企业发展史为主线，结合企业文化核心理念，拍摄《亚宝记忆 百人访谈》系列视频，由企业发展各时期重要事件的“新闻当事人”讲述“有温度”“接地气”的亚宝故事，弘扬奋斗者文化，感染和激励更多亚宝人担当作为，为企业建设贡献力量。

3. 传播平台建设

公司2004年起创设了企业内刊《亚宝通讯》，近年来，为了适应新媒体发展的新形势和新要求，公司逐渐搭建起官方网站、“两微”“抖快”全方位的新媒体架构，形成了传统媒体与新媒体联动的文化传播平台，传播亚宝好声音。

(1) 亚宝通讯：以“与企业发展同行并进，为企业发展鼓帆添力”为办刊宗旨，打造企业形象，传播企业文化。自创刊以来，已出版 84 期，一方面通过树立先进英模典型，弘扬正能量，激励员工奋发进取；另一方面传播企业核心理念和价值观，引导员工行为。同时，搭建起企业对内对外沟通的桥梁，传递企业信息，促进企业高质量发展。

(2) 亚宝官方网站：加强网站信息化建设，及时维护更新官网内容。网站栏目清晰，特色鲜明，能够有效准确传递企业信息。其中“社会责任”栏目中设置公益慈善、社会责任报告、安全环保专栏，“投资者关系”栏目中设置企业年报、公司章程专栏，以对公众负责的态度，全面真实地展现企业经营状况。

(3) “两微”“抖快”新媒体平台：为了保证信息传递的时效性，平台由专人运营，通过规范平台管理，最大限度地满足公众线上资讯需求。其中，微信公众平台根据用户个性化需求，设置企业新闻、投资者关系、产品家族、加入亚宝等多个栏目。公司官方抖音、快手和微信视频号平台，以受众喜闻乐见的短视频形式，传播社会正能量。其中《亚宝药业向甘肃灾区捐赠 69 万元特医食品》抖音短视频，点击量达 10.7 万，很好地传递了企业积极践行社会责任的发展理念。

(4) 网络直播：为宣贯企业战略方针，打造学习型组织，集团董事长任武贤、总裁任伟率先垂范，携集团高层领导组建起一支亚宝讲师团队，面向全体员工开设“亚宝讲堂”栏目，每周通过企业微信向全体员工直播授课，分享宝贵经验，传播企业文化。2023 年，共

举办了 45 期“亚宝讲堂”直播课程，内容涵盖管理、营销、生产、研发等领域，推广了多个优秀战术，助力员工专业技能提升。

（五）荣誉奖项

2022 年中国创新力医药企业	中国医药工业研究总院
2022 年度中国医药工业百强	中国医药工业信息中心
2022 年度全国百家优秀民营医药商业流通企业	全国工商联医药业商会
2022 年度中国中药企业 TOP100 排行榜	全国工商联医药业商会
2022 全国医药行业优秀企业媒体	中国医药新闻信息协会
中国医药制造业百强	全国工商联医药业商会
中国医药行业自主创新先锋企业	全国工商联医药业商会
医药行业守法诚信企业	全国工商联医药业商会
医药商业百强	全国工商联医药业商会
2023 中医药传承与创新最佳实践案例奖	中国医药企业管理协会
2023 年中国医药研发产品线最佳工业企业	中国医药工业信息中心
2022-2023 年度优质道地中药材十佳规范化种植（养殖）基地	全国工商联医药业商会
2023 全国诚信连锁药店企业	全国工商联医药业商会

公司治理



（一）规范运作

2023 年，亚宝药业严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》及中国证券监督管理委员会发布的其他有关上市公司治理的规范性文件要求，依照《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》等有关规定开展公司治理，不断优化公司股东大会、董事会、监事会等治理结构，积极完善公司的内控管理制度，持续规范公司经营运作，逐步构建符合要求的现代化上市公司治理体系。

公司目前建立了由股东大会、董事会、监事会及经理层组成的现代公司治理结构，董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会四个专门委员会，各委员会均制定了工作细则并有效运行，分别在风险管控、人才选拔、绩效考核以及公司战略等方面发挥引领、推动、保障和监督作用。2023 年，公司共召开股东大会 2 次、董事会 5 次、监事会 4 次，会议的召开及表决等程序严格依据《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》董事会各专业委员会工作细则以及公司相关内控管理制度等规定。报告期内，公司董事、监事、高级管理人员勤勉尽职，为公司科学决策提供了有力支持，确保公司规范运作，切实维护股东和利益相关方的合法权益。

2023 年，为进一步加强和完善公司治理要求，根据中国证监会发布的《上市公司独立董事管理办法》上海证券交易所修订的《上海

证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等法律法规及规范性文件的有关规定，结合公司实际情况，公司特制定《独立董事管理办法》，并对《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《董事会审计委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》进行相应修订。

（二）信息披露

2023年，公司严格遵照《上市公司信息披露管理办法》和公司《信息披露制度》《内幕信息知情人登记制度》等相关规定，持续完善公司信息披露相关制度，优化相关流程，明确职责分工，并始终遵循公开、公平、公正的信息披露原则，以提升信息透明度及公司诚信度为目标，确保定期报告及各类临时公告真实、准确、完整、及时地进行披露，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，切实保障投资者的知情权。

报告期内，公司编制并披露了《2022年年度报告》《2023年第一季度报告》《2023年半年度报告》《2023年第三季度报告》4份定期报告及66份其他各类公告及文件。

（三）投资者关系

公司高度重视与投资者之间的沟通，注重并保护各类型投资者的合法权益，致力于构建与投资者的良好关系。为便于广大投资者更深入全面地了解公司情况，公司通过上交所发布的公告、举办业绩说明会、上证e互动、电话、邮件、接待到访投资者调研、举办或参加投

投资者交流会等多种渠道与投资者保持紧密联系，及时分享公司的发展动态和重要信息。2023 年度，公司举办了 3 次网上业绩说明会，接待各类机构投资者调研及举办或参加投资者交流会 50 余场，同 400 余人次的各类投资者进行了充分的沟通交流。

公司通过搭建多元化沟通渠道，与投资者保持了良性互动，收集广大中小投资者的意见和建议，积极传递公司相关信息，使公司的决策透明化、公开化，切实保护投资者的合法权益，展现公司价值，塑造企业优质的外部形象，在投资者和公司之间形成良性互动，增强投资者对公司的理解和信心。

（四）内部审计

2023 年，公司持续完善集团内审制度，依据年度审计业务重点，建立完善《集团合规管理制度》《集团违规费用管理办法》《集团举报投诉管理办法》等内部监督、内部管理制度，做到审计工作有据可依。

具体来说，坚持“突出合规重点、量力而行、明确责任、防范风险”的原则，围绕合规管理，通过“合规风险管理一体化建设项目”进一步提高集团风险防控和内控合规管理水平，增强各项业务风险合规意识，深植风险合规文化理念；在监督环节紧盯重点领域、关键环节，从而推进监督体系建设，辅助提升治理水平，持续夯实内控合规管理基础，为实现经营目标、保障资产完整、保证会计信息真实、促进经济活动稳健有序提供保障。

（五）法律风险防控

公司注重对知识产权的产出和利用，努力维护自身权益不受侵害，同时充分尊重他人知识产权。2023年，公司加强了对商标使用优化的管理，结合项目将商标与品牌相对应，梳理现有商标，保护重点商标，合法合规使用商标，将无形资产加以利用，增强品牌知名度，逐步扫清“丁桂”商标的相关障碍，避免他人傍名牌、蹭热度。著作权方面，通过数据化可视管理，对公司著作权进行梳理、登记，加以使用。专利方面，公司坚持“儿科第一”战略，服务研发及生产项目需求，完成了核心品种的发明专利布局及申请工作。报告期内，获得新授权专利19件。同时，创新药重点项目专利申报17件，积极进行新产品专利布局。报告期内，公司未有侵犯他人知识产权的行为。

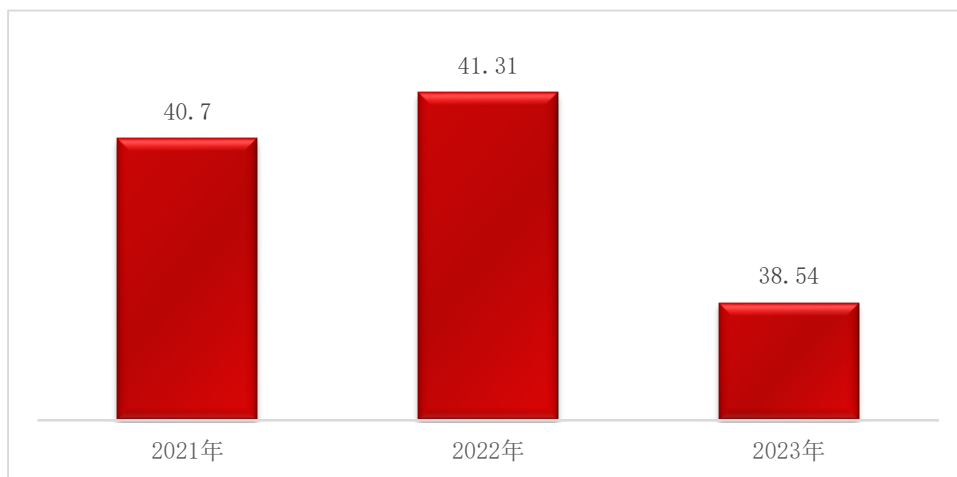
结合内控制度及合同、知识产权、反贿赂反舞弊等各项管理制度，构建了“事先防范和过程控制为主，事后救济为辅”的企业法律风险防范机制，将法律风险管理前置，有效降低核心资源获取过程中的法律风险，确保公司经营合法合规、稳健发展。报告期内，公司进一步强化了《合同管理制度》《涉外合同管理制度》的实施和检查，全年全集团签订合同数量共计5,237份，合同履行率达到99.6%以上。报告期内，公司没有违反公平竞争原则的不正当竞争、垄断、侵权等情况发生。

（六）股东回报

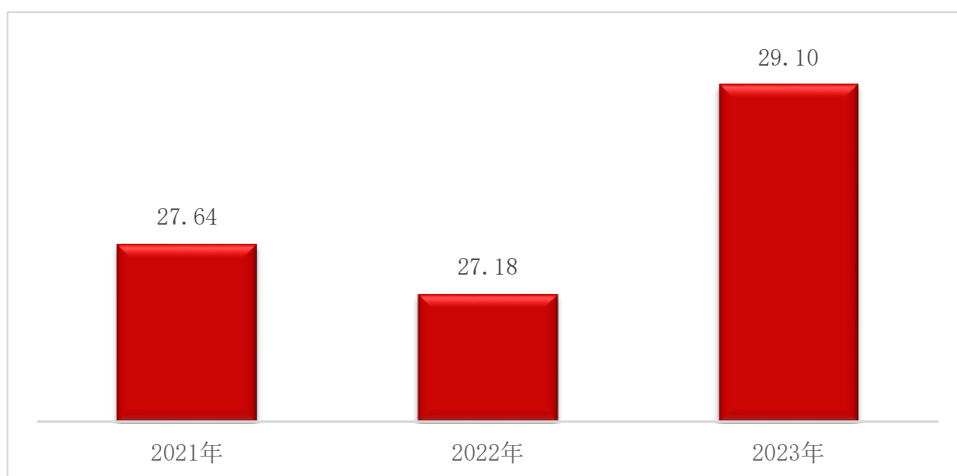
为积极回馈投资者，实现对投资者的合理投资回报与公司可持续发展，公司建立并实行稳健现金分红政策。2021年—2023年累计分配现金红利208,100,017.09元。

经营篇：诚信经营，稳步发展

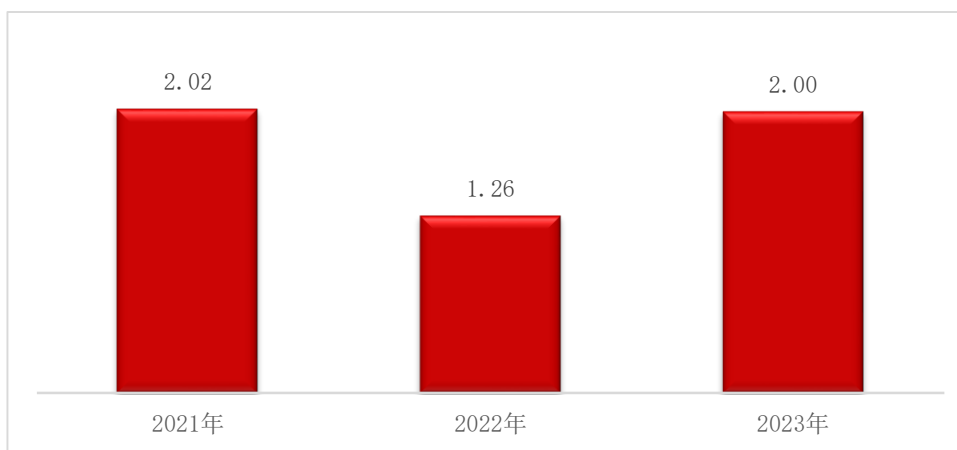
2021-2023 年资产总额（亿元）



2021-2023 年营业收入（亿元）



2021-2023 年利润总额（亿元）



面对复杂多变的市场经济形势，公司积极调整经营策略，持续创新，2023年实现营业收入29.10亿元，实现利润总额2.19亿元，同比增长74.28%，实现净利润2.00亿元，全年上缴税金3.05亿元，全年实现社会贡献10.00亿元，合每股1.30元。

（一）严控质量，生产放心产品

产品质量关乎企业的良心，乃企业诚信精神之核心体现。为此，亚宝始终把质量文化与核心价值观融为一体，不断向客户和消费者提供精益求精的产品与服务。

1. 质量管理体系

公司实行集团化管理，集团公司设董事长、总裁、常务副总裁、生产管理负责人、质量管理负责人、质量（转）授权人，并设有质量管理部、生产运营部及各系统管理部门。其中，常务副总裁全面负责公司质量管理体系建设并确保正常运行，生产管理负责人、质量管理负责人、质量授权人均属常务副总裁领导。

公司质量管理负责人全面负责公司的质量管理工作，质量授权人全面负责公司产品的上市放行工作，质量管理部负责对公司药品GMP执行情况进行监督、控制和检查。各分公司分别设有质量保证部和质量控制部，质量保证部经理和质量控制部经理直接对质量授权人负责。质量控制部全面负责分公司的质量检验工作，质量保证部全面负责分公司的质量管理工作，质量保证部经理担任分公司的质量转授权人。为了加强生产现场质量监管，确保生产过程符合GMP的要求，由分公

司质量保证部派出专职监控员在车间跟班检查，监控员直属分公司质量保证部管理。

2. 质量管理理念

公司质量方针

精心设计，健全体系，控制风险，持续改进

诠释：

（1）产品质量是设计出来的，切实做好产品生产的工艺研究与策划，从源头上控制产品质量。

（2）健全并不断完善质量管理体系，确保所生产的产品符合预定用途和注册要求。

（3）根据科学知识及经验对质量风险进行评估、控制，确保提供给顾客疗效确切、质量可靠的产品。

（4）持续改进是质量建设永恒的目标，不断地实现质量管理更高的目标，用心做好良心药、放心药。

3. 强化质量意识

2023 年是公司质量系统的提升之年，随着药品监管相关法规的稳步实施，公司的药品质量安全主体责任意识以及风险管理意识得到了极大的提高，公司的质量管理体系也得到了进一步完善。2023 年公司主要从以下几方面开展质量管理工作：

（1）统一标准流程，提升核心业务

2023 年，公司组织对质量管理的核心业务板块进行了梳理，制定整合优化清单与计划，建立核心板块业务小组，各业务小组着眼于

业务开展过程中的困惑与不足，立足于国内外的法规与技术指导原则，通过资料收集、差距分析、组织核心人员讨论、广泛征集意见、最终讨论确定的工作模式，逐项整合优化各类业务流程，形成集团统一的质量管理业务标准、流程、模板。

(2) 做好法规解析，确保合规运行

2023年，公司组建法规收集小组、法规解读业务小组，建立法规解读简报模板，定期对周期内法规进行解读与分析，及时修订与完善相关制度并组织对相关人员进行培训。同时，组织人员对各公司法规落实情况进行跟踪检查，必要时再培训，确保企业合规运行。

(3) 做好内部审计，持续完善管理体系

2023年，公司制定年度质量审计计划，并按计划组织专业人员对各公司的质量管理情况进行内部审计。同时，对核心业务板块组织专项审计（如实验室异常情况处理、微生物管理、供应商管理、工艺验证管理、委托生产管理等），通过内审发现问题、收集问题，提取可推广的经验教训并给出优化建议，不断完善公司质量管理体系。

(4) 建立课程体系，强化人才梯队建设

2023年，公司组织人员梳理质量系统关键岗位，分析人员能力，针对能力差距制定培养计划；组织质量专家进行质量类课题研究，发挥专家优势解决实际问题。同时，将质量体系学习地图、职级评价、内训课程进行有机结合，达到“学、考、教”标准一致。通过各种形式不断提高质量系统人员的专业素养。

(二) 专注研发，提升创新能力

为提高研发力度，公司每年投入销售额 5%-8% 的资金作为科研创新经费，提升公司创新能力。公司研发以临床需求为导向，以国际化为引领，以人才和技术为驱动力，聚焦儿科、慢病等领域，搭建集团中长期产品梯队，在创新药、高技术仿制药、中药创新药以及大健康产品等领域全面布局。

1. 研发人才

公司拥有研发人员 330 人，博士研究生 12 人，硕士研究生 68 人，中高层管理人员具备丰富的药物研发管理经理。同时，公司聘请多名国内外知名专家作为特别顾问团指导研发工作的开展。

2. 研发平台

公司拥有仿制药、中药、创新药、特医产品四大研发平台，配置 1500 平米实验室，及配套 1800 平米中试实验室。仿制药领域，拥有缓控释固体、复杂液体制剂、经皮给药贴剂、软膏剂开发平台、改良新研发平台。中药研发平台着力新药加强临床价值明确的新项目立项筛选与评估。创新药研发平台，在加速管线内产品研发进度的同时，不断挖掘项目新适应症的市场价值。大健康领域拥有特医产品研发平台。

3. 创新成果

仿制药研发方面，公司 5 个仿制药获得批准：普瑞巴林胶囊 75mg 和 150mg 两个规格、诺氟沙星胶囊、胞磷胆碱钠注射液 2ml 和 4ml 两个规格、硝苯地平缓释片(II)、硫辛酸片 0.2g 和 0.6g 两个规格（国

内首发)，完成 4 个仿制药注册申报。塞来昔布胶囊获得美国 FDA 上市批准。甲苯磺酸索拉非尼片启动全球 20 多个国家的注册工作，进一步扩大海外销售规模。中药研发方面，新立项中药项目 3 项，获批保健食品 1 项。创新药研发方面，完成临床 II 期研究 1 项，完成 II a 期临床研究 1 项；特医产品研发方面，获批 2 项，注册申报 2 项。

此外，公司坚持儿科第一的理念，立足儿科用药市场需求，坚持研发与海外合作并行，一方面引进海外先进技术，另一方面筹备引进海外新产品。为进一步促进海外合作，公司创立美国 BD 分部，积极接触全球合作伙伴，为中国儿童寻找全球优质药品。

技术创新成果方面，截至 2023 年 12 月 31 日，亚宝已获得授权发明专利 110 件，外观设计专利 63 件，实用新型专利 76 件。其中，国内发明专利 77 件，国际发明专利 33 件。

（三）终端引领，畅通销售渠道

公司积极创新营销模式，通过品牌共建着力提升儿科品牌知名度，在强化终端学术培训、拓展基层终端市场等方面开展了大量的工作，确保经营目标顺利达成。

1. 营销网络

OTC 营销中心拥有完善的营销网络，在全国 32 个省市建立分支机构；与 10,000 家大型医药经销商合作；全国覆盖超过 50 万家零售终端；覆盖全国 4,000 家大医院，其中 1,000 余家儿科医院；覆盖超过 50,000 家乡村及城市社区诊所。RX 营销中心已基本形成全国性的医院布局，以儿童药、仿制药为主，全产品累计覆盖等级医疗机构（含

公立、民营医院) 5,800 余家, 基层医疗终端 1.7 万余家。

2. 营销模式

OTC 营销中心根据药品种类及销售渠道, 组建了一体化的商务平台模式, 以终端覆盖为核心功能的分销模式, 以专业化零售门店维护为重点的儿科零售模式, 以区域选点合作为主的控销模式, 以顾问式营销为主要特色的慢病管理模式, 以及招商代理模式。通过协议商业、连锁药店、医院、诊所等医药专业渠道, 将药品输送到全国大部分区域的各级医疗机构及零售药店。同时, 积极布局线上 O2O 业务, 为患者购药提供便捷可及的服务。

处方营销中心处方药销售主要是以招商代理为主, 兼有直营推广模式; 依据产品属性, 对产品采取区域代理和精细化招商的主要业务方式; 针对处方药的特点, 构建患者教育平台, 通过提供疾病知识、用药指导、生活建议等, 帮助医生、患者更好地了解和使用药品。

原料药中心针对不同产品情况, 开展不同的销售模式, 站在客户角度提升服务质量, 建立了以客户需求为导向的服务团队, 积极开展国外业务, 从研发和注册方面深练内功, 根据每个产品的生命周期所处阶段, 长远考虑销售管线, 制订产品新旧更替销售策略。对于研发产品, 在工艺、质量、生产三稳定情况下积极拓展市场, 与客户共成长, 建立同客户利益与共的长期合作关系。

创新业务中心以消费者为中心, 打造促进新业务健康发展的平台, 持续深耕线上引流和线下体验两个业务板块。线上引流平台, 即搜索电商 (天猫、京东、拼多多) 以及兴趣电商 (达播和自播), 产品主

要以丁桂品牌为主的儿童药，满足互联网人群需要。

环境篇：环保优先，绿色发展

地球是人类共同的家园，青山、碧水、蓝天是我们共同的期许。生态环境保护是功在当代、利在千秋的事业。作为一家负责任、有爱心的企业，亚宝树立了“珍爱生命，安全第一；珍视环境，环保优先”的发展理念。作为企业，在环境建设与保护方面，亚宝投入了大量的资金、技术、人力和情感，建立了健全的规章制度、完善的管理体系，积极履行好各项环境保护责任，努力打造清洁和谐文明的绿色企业。亚宝先后被评为全国、全省环境保护先进单位，被树为当地的绿色企业和环境友好型企业。

（一）职业健康

公司持续开展 ISO14001 环境体系认证和 ISO45001 职业健康安全管理体系认证，公司全体员工积极参与到体系的建设过程中，从目标、指标和管理方案的制定到每年一次的内部审核，保证体系的积极有效运行。

对生产场所全体员工坚持开展每年一次的体检，对于职业病接害岗位保证每年一次的现场检测和每年一次的职业病专项体检，确保员工的合法权益。

（二）环保管理

公司积极按照国家要求开展污染物自行监测和污染物在线监测设备的比对监测工作，保证污染物达标排放。

对挥发性有机物 VOCs 积极开展治理工作，采用冷凝回收+酸碱喷淋+活性炭吸脱附三段治理，保证挥发性有机物达标排放。危险废物严格按照《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》和《危险废物管理名录 2021 版》要求，对贮存场所进行规范，及时将危险废物转运至有资质的第三方进行处理。

（三）安全管理

2023 年，公司重点推进安全标准化（三级）达标建设工作。2023 年 12 月，三分公司取得了运城市应急管理局颁发的安全标准化证书。截止 2023 年底，芮城区域所有亚宝药业分公司全部通过安全标准化建设工作。

2023 年 1 月，公司制定下发安全应急演练计划，并按计划组织各公司进行安全应急演练，对演练效果进行评估，总结安全应急演练过程中出现的不足，进一步完善安全应急演练方案，切实保护员工生命安全和企业财产安全。

生产中心芮城区域公司每月开展隐患排查，外阜公司每年一次安全检查，根据检查出的隐患横向到边、纵向到底，落实责任人和整改时间，保证所有问题落实整改。

安全培训方面，2023 年公司对国家、行业下发的各项法律法规、标准进行宣贯落实，对新执行的安全 2 份 A 类制度 23 份 B 类制度进

行全中心宣贯培训，共计培训 200 余人。

（四）能源管理

2023 年，公司完成能源管理体系证书维护工作，保持能源管理体系证书有效。全年主要进行能源节能改造 3 项次，主要体现在风陵渡工业园中水回用改造项目，全年节水 76,609 吨；风陵渡工业园蒸汽管网改造，节约蒸汽 1,800 吨。

（五）设备技改

2023 年，公司完成设备设施自动化改造及厂房净化改造 13 项；全年进行设备共享调拨使用 10 台次，盘活固定资产。全年实施修旧利废、设备技改、节能降耗小改小革 115 项，从一定程度上消除了设备安全隐患，降低了工作人员的劳动强度，提高了生产效率，节约能源消耗。

（六）园区绿化

2023 年，公司继续加强绿化美化净化建设，报告期内，为保持原有绿化成果对部分草坪和植物重新铺种，完善部分园区的绿化配套设施，目前所有园区绿化覆盖率达到 40%，生产车间及设施点缀在绿草坪中，宁静而幽雅。

各个园区周边道路宽敞，绿树环绕，整齐清洁。透视墙外绿草如茵，绿树掩映，环境幽静，空气清新，充分彰显出医药制造企业的绿

色基调和企业形象。

社会篇：承担责任，回馈社会

亚宝药业注重践行企业公民和社会公民理念，将履行社会责任作为义不容辞的责任和使命。在推动区域经济发展的同时，通过支持教育事业、开展公益活动以及捐赠公益款物等多种方式，积极承担企业社会责任。

（一）践行公益慈善

多年来，亚宝药业始终以“与健康携手，创生命绿洲”为己任，积极履行企业社会责任，综合社会贡献累计达 100 亿元，累计公益捐款捐物 2 亿多元，先后荣获“全国脱贫攻坚先进集体”“国家扶贫龙头企业”“中国最具社会责任感企业”“全国助残先进集体”等称号。

1. 春播行动

“春播行动”是由中华中医药学会主办、亚宝药业承办，专门针对基层医疗工作者开展的一项推广中医适宜技术的公益性培训活动。自 2012 年起，亚宝药业以“中医基层梦，春播在行动”为己任，连续 11 年开展大型公益活动“春播行动”。“春播行动”建立起系统培训体系，以对广大基层医疗人员推广中医药适宜技术为切入点，对基层医生开展有组织、有计划、有目标的培训，做到全程技术跟踪，服务到位。2023 年，免费培训基层医生 29,918 人次。组织专家巡诊 1 场 300 余人。

2. 儿童关爱

儿童是民族的希望和未来，儿童健康成长关系国家乃至世界的发展。亚宝密切关注儿童健康状况，通过打造儿科第一的“战略品牌”，为儿童提供优质健康的产品。同时，开展一系列儿童健康公益活动，构筑起呵护儿童健康的“绿色长城”。

在战略层面，公司密切关注儿童健康状况，建立了“儿科第一”的战略聚焦，着力打造“丁桂儿童药，中国第一”品牌。以儿科丁桂儿脐贴为“增长极”，将旗下“丁桂”品牌从儿童腹泻品类，逐步拓展到儿童消化类、呼吸类、补益类、抗过敏、抗感染等多个品类，构筑起强大的儿科产品阵营，守护下一代健康成长。2023年，公司携手战略合作伙伴，在全国多地举办多场以丁桂“向光而行”为主题的儿童公益活动，为孩子们提供展示自我的舞台，帮助他们健康快乐成长，实现全面发展。

此外，公司还联合山东齐鲁频道举办《惹起成长》系列儿童公益活动，通过系列专家公益科普直播、儿童健脾短节目录制和儿童公益路演活动等形式，呼吁国民关注儿童科学用药、关爱儿童健康成长。丁桂公益之行，秉承守护儿童健康的企业初心，彰显勇于承担社会责任的品牌形象。

3. 其他公益行动

公司积极参与公益行动，践行社会责任，彰显亚宝担当。

公司积极开展“金秋助学”活动，报告期内公司为24名家庭困难的员工子女发放助学金共计4.8万元，活动举办18年来，累计为456名困难学子发放56万余元助学金。向运城市康杰中学捐款200

万，支持当地教育事业发展，助力人才培养。

公司还组织了“亚宝一家人”爱心基金会募捐活动，捐款人员达 3,196 人，共收到捐款金额 11.47 万余元，将用于对因病致贫、突发变故等困难职工进行帮扶。这些凝聚着亚宝浓浓的人文关怀，诠释了“亚宝人一家人、亚宝人一个人”的文化理念。

爱心捐赠方面，公司向甘肃省临夏州捐赠价值 69 万元的唯源全特医食品，驰援甘肃地震灾区；向芮城县教育局设立的育林教育基金捐款 50 万，肩挑责任为家乡教育事业贡献力量；向芮城医疗机构捐赠 20 万元忍冬感冒颗粒，为家乡父老送健康；向拉萨德吉康萨社区捐赠 30 箱唯源全，情暖雪域高原。

（二）保障员工权益

亚宝集团坚持“以人为本，亚宝人一家人，亚宝人一个人；以质取胜，追求卓越；以义取利，义利并举”的经营哲学。始终维护员工权益，着力打造和谐企业，高度重视员工队伍建设工作，在员工成长、员工关爱、文化活动方面开展了一系列工作，有效提升了员工综合素质。在制定、修改或者决定有关劳动报酬等直接涉及职工切身利益的规章制度或者重大事项时，皆有工会和职工代表参与，落实了职工的知情权、参与权、表决权和监督权，职工的基本权益得到了充分保障。

1. 员工基本状况

截至 2023 年 12 月 31 日，集团在岗员工 4,142 人，平均年龄 38 岁，其中女性占比 56%。

从学历结构上看，研究生及以上员工占比 3.62%。大学本科学历员工占比 20.40%，大专学历员工占比 34.31%，高中及其他学历员工占比 41.67%。其中，高中及其他学历员工主要分布在生产一线操作岗位，为稳定地方就业，积极发挥企业社会责任。

从年龄结构来看，30 岁以下员工占比 19%，31-40 岁员工占比 40%，41-50 岁员工占比 31%，50 岁以上员工占比 10%。

从关键业务链岗位结构来看，研发人员占比 8%，生产人员占比 44%，销售人员占比 26%。

2. 员工权益保障

报告期内，亚宝集团认真做好维护职工合法权益的各项工作。组织召开亚宝集团工会第五届二次职工代表大会。在制定、修改或者决定有关劳动报酬等直接涉及职工切身利益的规章制度或者重大事项时，严格落实职工的知情权、参与权、表决权和监督权，采用征集合理化建议、开展监督检查等形式，广泛听取职工意见和建议，并逐项进行研究和落实，发挥职工建言献策作用。

集团严格遵守《劳动法》《劳动合同法》《工会法》等相关法律法规，规范执行劳动用工制度，与职工通过平等协商签订劳动合同，实行全员集体劳动合同制度，劳动合同签订率为 100%。严格执行工作时间和休息休假制度，实行法定假日带薪休假与带薪年假制度。实行员工专业职级认证动态调整。为职工办理养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险等险种和意外保险等补充保险，全年按时缴纳社会保险及住房公积金 9,429 万元。在夏季坚持开展“夏送清凉”活动，

为高温岗位职工发放防暑用品，将组织关怀落实到点滴。年内组织召开 2 次退休职工座谈会，为退休员工举行欢送仪式，进一步增强干部职工的归属感和荣誉感。

为切实维护广大职工的人身安全，强化劳动安全意识和安全检查，组织开展安全生产教育与安全培训。各项职工健康保护防范措施得到进一步落实。

3. 持续完善薪酬福利体系

2023 年，集团秉承“内部公平性、业绩导向性、外部竞争性”的薪酬管理理念，遵循“按岗定薪”“按能力付薪”“按绩效兑现”，根据集团人力资源整体政策，按照市场化、经济性原则来规范和优化薪酬管理。集团将发挥员工潜能、激发员工创造价值、提升人力资源投入产出相结合，落实《特殊激励管理制度》《战略产品激励方案》《超额利润分享激励方案》等薪酬激励机制，并不断完善集团“十四五”战略发展期间的研发、营销、创新业务战略激励机制、中长期激励机制，推动集团战略目标达成、战略有效执行、组织能力提升，持续激发员工内生动力。

集团每年定期组织安排员工体检，为职工提供带薪休假、商业意外保险、津贴补助、节日礼金、年度体检、班车、公寓、在职进修、外出培训等多项暖心补充福利，全年发放职工福利费用共计 770 万元。公司还在三八妇女节、五四青年节组织丰富多彩的员工活动，传递组织关怀。

2023 年，公司理想之城人才公寓实现运营，改善了员工集体宿

舍住宿条件，配套建设 500 平方米餐厅、300 平方米图书室、200 平方米健身房等。同时，启动风陵渡工业园员工宿舍改造，届时将大大提升风陵渡工业园员工住宿条件。

4. 持续推动员工成长发展

人才是第一资源。公司充分重视吸纳、培养和成就优秀人才，全面建设员工职级晋升发展通道体系（专业及管理双通道），制定管理干部及专业职级、任职资格体系及相关聘任/认证规则，搭建员工职业成长平台。重点加强技术领军人才的培养和核心骨干队伍能力建设，打造集生产、研发、销售和管理一体人才成长发展平台，为集团健康可持续发展提供坚实人才保障。

（1）员工培训

为加强集团战略规划落地、有序开展集团人才梯队建设，依据《集团公司 3060 战略人才计划》，公司持续组织开展“卓越经理人”“星海计划”“星火计划”“星光计划”四个人才培养重点项目，为集团后备人才梯队建设、提升人才综合能力素质夯实基础；“卓越经理人计划”项目，提升现有核心管理团队综合领导力；“星海计划”培养项目，提升加强中层专业能力和综合素质；“星火计划”项目，提升基层管理者、一线骨干员工专业能力素养；“星光计划”培养项目，旨在建立储备后备人才梯队，在全国 30 所对口优秀高等院校招收战略方向匹配的研发、营销、生产、职能岗位管培生。

2023 年实现亚宝学院知鸟培训在线平台建设，实现管理、研发、营销、生产全员培训率 100%。同时，继续优化提升内训师团队培养，

开展内训师认证评估，提升内部培训效果。

（2）人才引进

亚宝集团加强科技人才队伍建设，健全人才培养、引进、评价、流动和激励工作机制，引进关键领域的领军人才、专业技术人才和高水平创新团队，提升创新型、应用型、技能型人才自主培养能力，夯实关键核心技术攻关的人才基础，为集团转型升级、实现高质量跨越式发展提供有力的人才支撑。

2023年，集团引进1名博士、26名硕士高学历人才、海外高学历人才2人；加强亚宝药业博士后科研工作站，现进站博士后1人。不断创新人才引进形式，加强北京企业、分公司人才引进激励措施。公司还为10名全日制硕士研究生学历专业技术人才申请高学历人才补贴，鼓励其在专业技术领域作出更大贡献，助力行业发展。

（三）实现合作共赢

独行快，众行远。亚宝秉承合作共赢的理念，以共同发展作为企业发展基石，聆听每一位合作伙伴的心声和利益诉求，积极寻找多元化合作方式，连接行业内外企业、机构，努力创造共享价值。

1. 供应商管理

公司积极践行责任采购理念，推行绿色采购、绿色包装及绿色运输理念，并向相关方传递绿色环保和可持续发展的价值观，将履行社会责任的理念和要求全面融入企业采购全过程，保证企业所采购的产品和服务是“负责任”的，企业的采购交易行为是“负责任”的。打造绿色供应链的同时，带动合作伙伴共同履行社会环境保护责任。

2023年，公司严格按照《亚宝集团供应商管理规程》《供应商准入评估管理制度》及《供应商绩效评价管理制度》有关规定，对供应商的寻源、筛选、过程监控工作进行统一、规范化管理，建立了一套科学并符合公司实际的供应商管理模式。

公司采用多渠道寻源方法扩大供应商资源，实现供应商统一、规范管理，包括但不限于在线招标平台、行业展会、实地调研以及利用现有供应链网络等多种形式。目前已建立广泛的供应链，提升市场竞争力。2023年共引入57家供应商，涉及42个原材料和6类包装材料企业，截止目前除全国独家生产原材料外，其余原材料均实现3家及以上合作供应商，实现生产商直供90%以上。

为评估潜在供应商的多样性和可行性，2023年，公司制定了《供应商准入评估管理制度》，明确新合作供应商引入标准，通过注册、员工、质量管理、销售、产品、生产、财务指标等多个维度，全面掌握供应商的优势和风险。

公司还重新修订《物资采购管理制度》《物资招标管理制度》《物资比价管理制度》，进一步明确原材料采购模式、范围、实施要求、审核流程及处罚规定等，实现90%以上的原材料线上采购。同时，进一步优化“采购共享平台”的追踪、价格及数据同步功能。对内，既提高了工作效率，又规范了管理流程；对外，既扩大供应商选择范围，又提高了供应商参与度，营造公平透明的竞争环境。公司与供应商建立了互利共赢的良好合作关系。全年招标865个品种，参与招标供应商467个。招标工作开展做到全过程公开，数据有据可查，财务、审

计人员进行全过程监督，实现真正的阳光采购。

公司建立了科学的供应商筛选标准，标准涵盖多个关键领域，包括财务健康状况、生产制造、研究开发、质量管理、物流交货、原材料采购、生态与合作等。此外，公司还特别关注供应商的创新能力和未来发展潜力，以确保供应商与公司业务需求的同步发展。为公平公正地评估供应商，公司成立了供应商准入评估小组（包括生产、技术、质量专家）进行现场审计和书面评价，确保供应商信息真实、客观，最终按得分等级实施管理。2023年，共完成55家供应商的准入评估并进入中试阶段。

通过系统整合、动态管理优化供应商。一是建立了全面的供应商绩效评价体系，制定了《供应商绩效评价管理制度》，每季度对供应商从成本、质量、交货与服务四个维度进行评价，该评价结果直接影响供应商的等级评定和下季度或年度供货分配。2023年，共计完成297家供应商绩效评价。二是要求不达标的供应商在规定时间内整改，重新组织小组评价，直至达到供货标准。公司还通过定期现场审计、实施数据追踪等监控措施，及时发现和解决问题。2023年，公司A级供应商由60.5%提升至62%，B级供应商由37.5%提升至38%，C级供应商全部提升为B级。三是采取多层次的风险管理策略，建立应急备选供应商名单，制定关键供应商风险计划，确保供应链的稳定性和连续性。2023年，供应商交付准时率100%。

作为山西省首批现代医药产业链“链主”企业，亚宝充分发挥龙头引领作用，帮助推动芮城区域原材料生产企业、中药材种植农户实

现经济增长，促进当地经济发展。同时，组织现场学术交流与业务指导，使得原材料品质、操作技术与种植经验得到大幅度提升。2023年，公司以扶持区域经济为重点，与多家包装、原料生产企业、农户建立长期合作关系，通过采取线上线下招标比价双模式，签订年度供货协议，共涉及 312 个品种。全年组织现场学术交流 10 次，深入车间、农户种植地进行业务指导 20 余次。公司实行当地收购以来，既拓宽农户销路，又为他们创造了可观的经济收入。

公司积极履行环境保护职责，助力打造绿色生态环境。2023 年，引导 16 家纸质类包材供应商与绿色上游公司合作，绿色上游企业不仅仅生产纸张，还把植树造林作为企业重点工作。煤炭作为我公司的能源之一，招标采购不仅仅关注采购成本，更重要的是寻找低硫高热卡煤炭(硫含量 ≤ 0.5 ，热卡 ≥ 6000 大卡)供应商，在满足正常生产的前提下做到节能减排，与供应商携手共同维护绿色生态环境。

2. 与客户同发展

客户是亚宝永远的合作伙伴，是亚宝的核心资源之一。我们的客户既包括各层级营销商、代理商、连锁药店以及供应商，更包括广大消费者。

公司始终坚持“责任营销”的理念，以消费者的需求为导向，以消费者的满意为宗旨。通过举办品牌共建活动，实现强强联手。

2023 年，公司全年开展各层级学术推广活动近 1,000 场，围绕“儿科第一”的战略举措，积极与国家级学会、各省级学会合作，以学术驱动品牌建设，展开医生及患者教育培训等，推进医学及药理学

术发展建设；在流行病高发季节期间，积极推动儿童处方药进入各省级治疗方案及指南共识等，累计进入治疗方案、指南、共识等 15 个。同时，注重与高校、科研机构、医院及医生等合作，开展临床试验，加强产品的临床循证和产品实力，增强外界对企业的信任和认可。

公司聚焦全国头部连锁 400 余家，覆盖超 14 万家药店，围绕以丁桂儿脐贴为代表的儿科产品群，借助广告媒体投放及大型路演活动实施重点连锁的双品增量策略，围绕重点城市开展 1.6 万多场驻店促销活动，5 万余人次店员宣教，加强零售渠道品牌曝光度和推荐力。

3. 创新品牌营销

2023 年，亚宝药业旗下“丁桂”品牌将品牌形象与承担社会责任相结合，开展系列品牌公关整合营销活动和母婴媒体宣传，成功推动品牌形象的塑造和产品的市场推广。

举办丁桂“529”世界肠道健康日品牌营销活动，以微博平台为主宣传阵地，传播话题在全网实现 1.1 亿+曝光。该案例荣获“中国国际广告节·广告主盛典·2023 年度整合营销金案”奖。通过组合传播矩阵湖南金鹰卡通频道、腾讯、优酷、爱奇艺、珠江频道、梯媒等媒体渠道投放硬广，全年达成曝光 273 亿次，实现品牌总体认知率 74%，品牌使用率 55%，2023 年 12 月攀升至 19.5%（口服药+外用药整体），同比增长 3.3 个百分点，持续保持儿童止泻外用品类第一地位。

“丁桂”两大战略产品丁桂儿脐贴及薏芽健脾凝胶在母婴垂直类媒体进行持续投放，获得数千万妈妈用户信赖与支持。在年末各大母

婴平台榜单中，凭借丁桂品牌多年来积累沉淀的口碑与质量，丁桂儿脐贴获得妈妈网颁发的宝宝大健康·年度口碑王，薏芽健脾凝胶获得妈妈网颁发的口碑力荐奖项之专家力荐奖；丁桂品牌在宝宝树获得年度至臻品质、年度信赖口碑奖。

展望 2024



2024 年对亚宝药业来说，将是产品之年、效率之年、战术之年。公司将坚持和加强党的全面领导，深入贯彻落实党中央关于经济工作的决策部署，要坚持“儿科第一、成人药补充、投资&创新”战略方向和“3060”中长期目标不动摇，不折不扣抓落实、雷厉风行抓落实、求真务实抓落实、敢作善为抓落实，齐心协力，攻坚克难，奋力开创亚宝药业高质量发展的新局面。

2024 年，我们将聚焦产品、区域和资源，精准投放、协同作战，打造“丁桂儿童药，中国第一”的品牌形象。

2024 年，我们将以儿科药为中心，以研发创新为核心，以临床价值选题，强化研发合作，推进创新转型。

2024 年，我们将聚焦效率与成本，通过“优资源、提效率，控成本、广开源，升体系、稳保障”，持续优化组织产能，推进技术创新升级。

2024 年，我们将持续开拓原料药国际市场，延长产业链条，培育战略品种。

2024 年，我们将以消费者为中心，强合作、引产品、拓模式，

发展一类电商、兴趣电商，打造全新销售增长极。

2024 年，我们将以服务客户为中心，提升服务意识、服务质量和效率。

2024 年，我们将创新投资并购模式，持续推行技术创新、模式创新、管理创新和产品创新，实现快速转型发展。

正帆破浪远航。面对激烈的行业竞争态势，亚宝药业将继续秉持“儿科第一，一切为了增长”的经营主题，通过实施“产品之年、效率之年、战术之年”策略，做强核心儿科产品，实现经营业绩稳健增长。



亚宝药业集团股份有限公司
YABAO PHARMACEUTICAL GROUP CO.,LTD.

地址：山西省风陵渡经济开发区工业大道1号
邮政编码：044602

电话：0359-3388076 传真：0359-3388076

公司国际互联网网址：<http://www.yabao.com.cn>

E-mail: stock@yabao.com.cn