



2025

环境、社会及治理 (ESG) 报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT



上海第一医药股份有限公司
SHANGHAINO.1PHARMACYCO., LTD.



<p>01 走进第一医药</p> <p>公司介绍 06</p> <p>企业文化 07</p> <p>公司业务介绍 07</p> <p>年度荣誉 08</p> <p>2025 年大事记 09</p>	<p>03 公司 ESG 治理安排</p> <p>可持续发展治理架构 18</p> <p>可持续发展管理机制 19</p> <p>ESG 交流与培训 20</p>		<p>05 社会篇</p> <p>员工权益 36</p> <p>产品和服务安全与质量 49</p> <p>创新驱动 58</p> <p>科技伦理 60</p> <p>合作共赢 60</p> <p>社会贡献 63</p>
	<p>02 议题重要性评估</p> <p>利益相关方沟通 13</p> <p>实质性议题评估与分析 15</p> <p>实质性议题矩阵 15</p> <p>可持续发展目标 (SDGs) 回应 16</p>	<p>04 环境篇</p> <p>应对气候变化 22</p> <p>环境合规管理 27</p> <p>污染物及废弃物管理 27</p> <p>能源资源利用 29</p> <p>绿色运营与循环经济 30</p> <p>生态系统和生物多样性 34</p>	<p>06 治理篇</p> <p>公司治理 66</p> <p>税务管理 72</p> <p>党建引领 72</p> <p>反商业贿赂及反贪腐 74</p> <p>反不正当竞争 75</p>

CONTENTS

关于本报告	01
董事长致辞	03
关键绩效表	76
对标索引表	80

关于本报告

报告简介

本报告是上海第一医药股份有限公司（以下简称“第一医药”“公司”“我们”）发布的第 3 份《环境、社会及治理报告》。报告本着客观、规范、透明和全面的原则，详细披露了 2025 年第一医药在环境保护、社会责任、公司治理等领域的实践和绩效。

时间范围

本报告的时间范围是 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为增强报告的可比性和完整性，部分内容超出上述范围。

报告范围

本报告以第一医药为主体，涵盖股份公司及下属分、子公司，除特别说明外，本报告范围与本公司的财务报告合并报表范围保持一致。

编制依据

本报告主要参照《上海证券交易所上市公司自律监管指引 14 号 - 可持续发展报告（试行）》《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》、上海市国资委《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理 (ESG) 指标体系》、中国社科院《中国企业可持续发展报告指南 CASS-ESG6.0_一般框架》、联合国《可持续发展目标 (SDGs)》等报告指引、规则编制而成。

数据说明

本报告中所采用的信息与数据来自第一医药及下属企业，其中财务资料如与年报有出入，应以年报为准。报告中如无特别说明，所有金额均以人民币表示。

词语释义

百联集团、集团	指	百联集团有限公司
DTP	指	英文“Direct to Patient”缩写，指患者在医院获得处方后，从药店直接购买药品并获得专业指导与服务的模式
AGV	指	英文“Automated Guided Vehicle”缩写，指配备自动导引装置、能够沿规定路径行驶、具有安全保护以及各种移载功能的自动化运输车辆
MMC	指	英文“Metabolic Management Center”缩写，指按照统一标准建立、用于筛查、诊断、干预及长期随访管理的标准化代谢性疾病管理中心
WMS	指	英文“Warehouse Management System”缩写，指对仓库内货品入库、出库、库内作业、库存管理等流程进行信息化管控的系统
IWMS	指	英文“Intelligent Warehouse Management System”缩写，指融合智能算法、物联网、自动化设备等技术，实现仓库作业智能化、可视化与高效化管理的系统
CRM	指	英文“Customer Relationship Management”缩写，指通过收集、分析客户信息，优化客户服务与营销流程，提升客户粘性与价值的管理系统
ERP	指	英文“Enterprise Resource Planning”缩写，指整合企业采购、生产、销售、财务、人力等核心资源，实现业务流程一体化管理的系统
GSP	指	英文“Good Supply Practice”缩写，指《药品经营质量管理规范》，是药品经营企业必须遵循的质量管理规范
JBP	指	英文“Joint Business Plan”缩写，指供应商与零售客户基于共同目标，联合制定、共同执行并复盘优化的年度生意合作计划
长城华美		上海长城华美仪器试剂有限公司
泰一楠东中医门诊部		上海泰一楠东中医门诊部有限公司

发布形式

您可以在上海证券交易所 (<http://www.sse.com.cn>) 下载本报告电子文本，获取更多公司信息。

董事长致辞

岁序更替，华章日新。2025 年，是第一医药锚定“健康中国”战略、深耕医药健康服务的关键之年，亦是公司收官“十四五”、谋篇“十五五”的重要节点。面对行业政策密集调整、市场竞争日趋激烈的发展变革，第一医药始终秉持“呵护全生命周期健康，提供优质药品、用品与专业健康服务”的使命，以党建引领筑牢发展根基，以创新驱动激发经营活力，在变局中坚守战略定力，在挑战中彰显国企担当，交出了一份稳中有进、殊为不易的责任答卷。

强根铸魂，以高质量党建引领高质量发展。2025 年，公司始终坚持党的领导不动摇，将党建工作深度融入公司治理各环节，持续优化“四责协同”治理机制，推进全面从严治党走深走实。积极响应“提质增效重回报”专项行动倡议，系统制定并落实涵盖主营业务聚焦、治理水平提升、信息披露优化、投资者回报强化等维度的行动方案，持续夯实企业高质量发展根基。报告期内，凭借坚实的党建工作成效与突出的治理成果，公司荣获“上证鹰·金质量”优秀党建奖，充分彰显党建引领发展之效能。

践行低碳，以绿色运营守护生态家园。2025 年，公司将绿色理念贯穿全业务流程。仓储环节，全面引入 AGV 智能系统、升级 WMS 管理系统，推动物流从高耗能模式向“集约低碳范式”深度转变，仓储库容能力由 2.27 万件提升至 7.3 万件；运输环节，积极更新国六排放标准车辆，倡导清洁运力；包装环节，大力推行可循环规格箱，使用比例由 20% 提升至 40%，传统纸箱使用占比从 80% 降至 60%，绿色包装体系持续完善。同时，持续推进绿色门店建设，新开直营店严格遵循绿色装修标准，将可持续发展理念延伸至每一个服务终端，以实际行动践行绿色发展承诺。

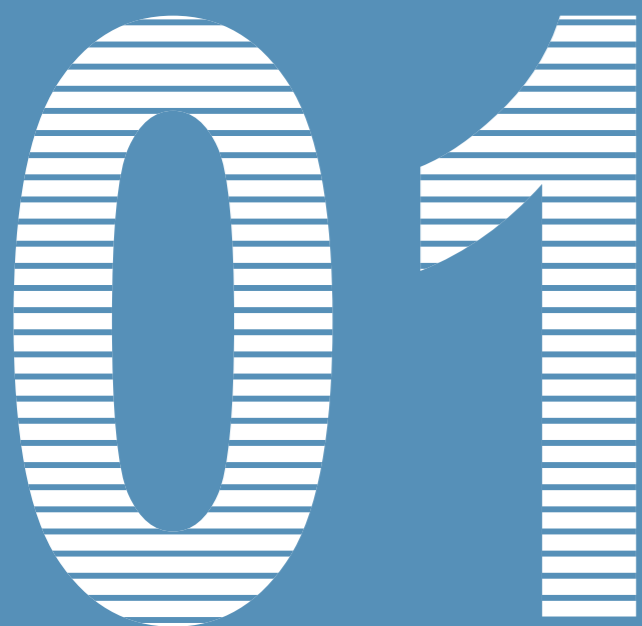
深耕社区，以专业服务温暖市民生活。2025 年，我们深入对接街道社区，累计开展社区活动 1,706 场，免费义诊、健康检测、用药指导等服务惠及居民超 2 万人次。我们积极响应“银发经济”号召，与第一百货共同打造“银龄健康生活体验空间”，让适老化服务更有温度；由青年团队主导设计的新店型“氛子药局”落子衡复风貌区，以“药店+”模式探索健康消费新场景，激活年轻客群健康消费活力。我们与诺和诺德、阿斯利康、罗氏、拜耳等国际知名企业深化供应链合作，与欧姆龙共同启动水银体温计环保回收公益活动，以实际行动践行 ESG 承诺，彰显企业社会责任。

搭建平台，以人才沃土培育发展动能。2025 年，我们持续深化“三牛”金字塔型人才发展体系，分层分类培育高素质人才队伍：“金牛”梯队赴华为学习战略管理，锻造核心领导力；“银牛”训练营系统化开展培训，打造金牌店长夯实门店运营根基；“小牛”培养班八项赋能青年员工，为门店管理输送新生力量。全年员工培训覆盖率达 100%。同时，我们不断完善薪酬福利体系，推动门店合伙人计划迭代升级，全年签约合伙大区经理 5 位、合伙门店 95 家，让更多员工深度参与企业发展、共享发展成果，凝聚起上下同欲、奋进同行的强大合力。

作为深耕申城七十余载的老字号医药企业，第一医药始终坚守“让健康管理触手可及”的初心承诺，深耕社区服务，筑牢民生健康防线。展望未来，公司将锚定“长三角领先型的医药及健康服务商”战略航标，继续以精细化运营、专业化服务、数字化转型、场景化拓展为核心抓手全面提升经营质量，将 ESG 理念深度融入经营发展全过程，以更坚定的步伐、更务实的措施，开启高质量发展新征程。

2026 年是“十五五”规划的开局之年，公司将重点发力四大方向：以服务拓边界，加速银发经济赛道布局，聚焦多元健康需求，让专业服务触手可及；以创新谋发展，把握上海市“3+6”新型产业体系建设机遇，前瞻布局生物医药、生命健康等关键领域，培育发展新动能；以科技赋动能，持续推进数字化转型，深度探索“数字化+经营”融合应用场景，以 AI 技术赋能慢病管理与健康服务，提升服务精准度与高效性；以文化塑根基，凝练“责任”“专业”“温度”品牌内核，让可持续发展价值观内化于全员行动，外显于每一处服务细节，以老字号的新担当、新作为，为守护人民健康、推动医药健康产业高质量发展贡献更多力量！





走进第一医药

- 公司介绍
- 企业文化
- 公司业务介绍
- 年度荣誉
- 2025 年大事记

公司介绍

第一医药前身为“中国医药公司上海分公司第一门市部”，于 1953 年在上海南京路步行街正式开业，迄今已有 70 余年历史，曾在中国医药零售领域开创多个先河，屡获殊荣，品牌深受上海市民信赖。后经一系列更名、改制、重组，2002 年正式登上资本市场的舞台，2017 年经国有资产无偿划转成为百联集团成员企业，也是其旗下唯一的大健康产业平台。

公司作为上海地区批零一体的医药流通企业老字号，为终端医疗机构或其他医药流通企业提供商品批发服务，为终端消费者提供药品、食品、医疗器械、中药饮片、健康便利品等商品零售服务。公司延续“名、特、优、新、全”的商品定位，通过丰富的产品矩阵、专业的药事服务、多样化的门店店型、不断探索发展的创新业务等，满足广大消费者的多层次需求。

公司全称

上海第一医药股份有限公司

企业性质

地方国有企业

证券简称

第一医药

证券代码

600833

上市板块

沪市主板

所在地域

上海市

上海市第一医药商店
Shanghai No.1 Dispensary

企业文化

企业使命

呵护全生命周期健康，提供优质药品、用品与专业健康服务

发展愿景

长三角领先型的医药及健康服务商

战略目标

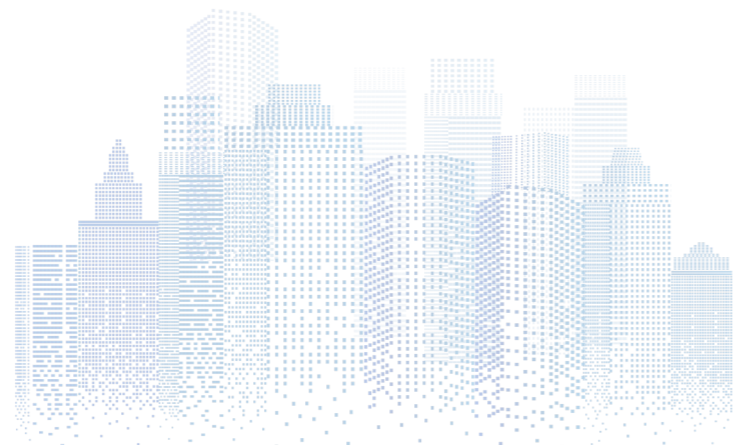
从传统药商向“健康管理服务商”跃迁

企业精神

简单、高效、专业

企业作风

勇于担当，敢想敢为——有抱负、想干事
学以致用，创新有为——善学习、会干事
团结协作，以身作则——重合作、好共事
业绩导向，真抓实干——有目标、干实事



公司业务介绍



零售业务

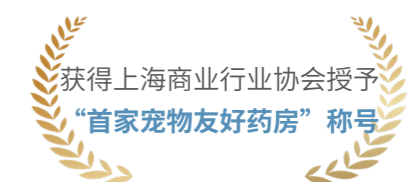
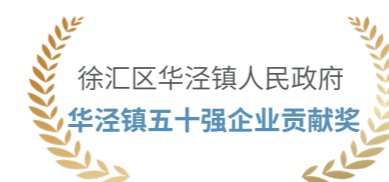
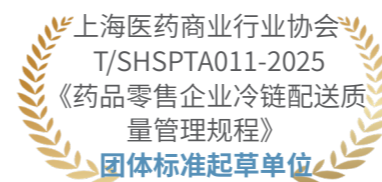
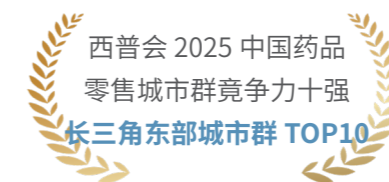
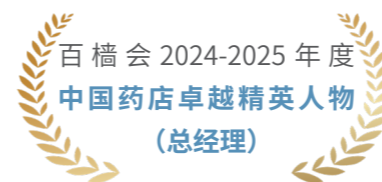
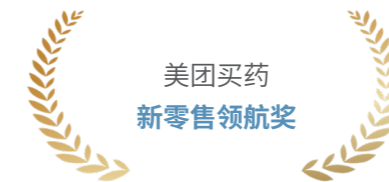
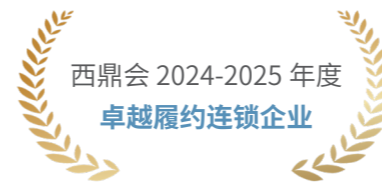
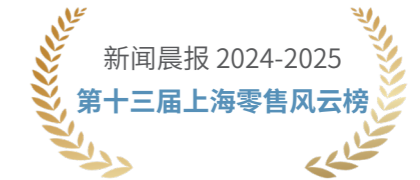
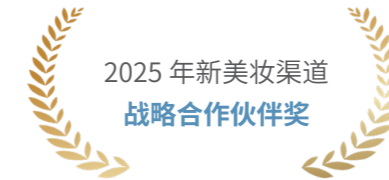
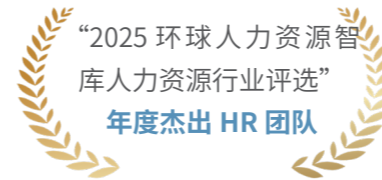
零售业务模式主要是从上游供应商采购药品、食品、医疗器械及健康便利品等商品，随后向终端消费者进行零售。截至报告期末，公司零售门店数量达 216 家，净增医保门店 27 家，整体医保覆盖率近 71%，直营医保门店占比提升至 79.52%。



批发业务

公司的批发业务模式主要是从上游供应商采购药品等商品，随后销售给终端医疗机构、其他药店或商品流通企业、公司加盟店等。截至报告期末，净增加盟店 11 家，加盟店总数达 50 家，同时加大意向合作方的挖掘和储备。

年度荣誉



2025 年大事记

2025 年 1 月

第一医药与韩国人参公社签署战略合作协议。

2025 年 4 月

第一医药参与设立的上海创特私募投资基金合伙企业(有限合伙)成立,基金投资方向将重点关注与消费者生活结合度更高的功能性食品赛道(含特医食品、普通功能性食品等)。

2025 年 4 月

诺和诺德一行参访上海市第一医药商店,参观 Touch-Care 健康能量中心健康体重管理体验区。

2025 年 5 月

通化市委副书记郑剑英一行到访上海市第一医药商店,希望与人参原产地企业多交流沟通,促进双方合作,发挥第一医药品牌优势,让更多通化优质商品走进上海消费者视野。

2025 年 6 月

第一医药与康哲药业达成战略合作协议,在 DTP 患者教育、慢病管理、送药到家上深入合作探索,优势互补,共建共赢。

2025 年 6 月

第一医药党委开展“庆祝中国共产党成立 104 周年”主题党日活动,为第一医药商店党建活动室揭牌,并启动医保季志愿服务。

2025 年 7 月

为切实做好台风“竹节草”防御工作,第一医药迅速响应,周密部署,全面推进各项防汛防台措施,全市门店坚持营业,有力保障市民健康服务。

2025 年 7 月

第一医药天寿堂执业中药师孙怡琦荣获第 19 届上海医药商业行业药师(中药师)技能大赛总决赛亚军。

2025 年 11 月

公司开展“第一医药 72 周年”庆祝活动,推出社区“微健康项目”和年轻品牌“氦子药局”,旨在探索新赛道、新模式。同时,第一医药与鱼跃医疗、信达生物、百雀羚生物医药完成新品首发集体签约,持续发力首发经济。

2025 年 11 月

第一医药参与第八届中国国际进口博览会,并参加上海交易团大型零售采购商联盟集中采购签约仪式,携手欧姆龙、诺和诺德进行集中签约,在创新药物引进、健康产品服务、社会责任等多方面拓宽合作维度。

2025 年 12 月

第一医药凭借坚实的党建工作成果以及企业改革发展成效,荣获“上证鹰·金质量”优秀党建奖。

2025 年 12 月

第一医药打造的“氦子药局”正式试营业,“氦子药局”通过引进新式茶饮、微醺吧台、药妆柜台等,实现零售药店从“传统治病购药”到“创新健康生活方式”的场景升级。

02

议题重要性评估

- 利益相关方沟通
- 实质性议题评估与分析
- 实质性议题矩阵
- 可持续发展目标（SDGs）回应

在编制本报告过程中，公司依据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》（以下简称《指引》）的相关要求，除了前述规则中所设置的议题，还基于公司所处行业特征、实际经营情况、自身商业模式等情况识别出其他具有重要性的议题，最终得到24项与环境、社会和治理（ESG）相关的潜在议题。

步骤 1

上了解公司及行业背景

分析内部运营与管理因素；评估外部环境与行业趋势；识别关键利益相关方。

步骤 2

初步筛选议题

依据《指引》所列的21个议题，并参考GRI、ISSB目标等准则，构建公司可持续发展议题清单，系统评估各议题的影响、风险与机遇。

步骤 3

开展议题的双重重要性评估

影响重要性评估：梳理各议题对环境、社会及经济可能或实际产生的正面与负面影响，识别并评估具有影响重要性的议题。

财务重要性评估：通过分析议题的潜在影响、业务依赖度及相关因素，结合管理层与专家判断，评估相关风险与机遇，确定具有财务重要性的议题。

步骤 4

确认评估结果与汇报

汇总影响与财务重要性评估结果，形成双重重要性评估矩阵，并依据《指引》要求进行相关信息披露。

利益相关方沟通

公司高度重视利益相关方的诉求与沟通，将各利益相关方的意见作为公司发展管理的重要参考因素。我们通过电话、微信、邮件、会议、面对面交流、问卷调查等多元化渠道保持与利益相关方的沟通，及时了解利益相关方的建议与反馈，严肃落实各利益相关方的期望与诉求。

利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
 员工	权益合规保障 薪酬制度完善 晋升体系畅通	申诉机制 员工活动 组织培训 薪酬制度 晋升机制
 客户	产品质量及服务 隐私保护 医疗服务可及性 供应商管理 供应链可持续发展 商业道德	客户满意度调查 客户隐私管理 综合性健康服务转型 技术交流 供应商走访 供应商管理体系 员工培训 行业展会
 股东与投资人	投资回报 权益保护 公司治理 投资者关系	信息披露评级 业绩说明会 股东会 推介路演

利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
 政府	合规经营 依法纳税 促进就业 社会贡献	政府座谈会 接待政府来访 社区交流
 监管机构	依法合规经营 服从监管要求 响应发展政策	信息披露 配合监管报送文件 学习最新政策规则
 媒体	经济绩效 合规经营 发展战略 劳工与人权 环境与能源管理 社会责任	官方网站 微信公众号 媒体见面会 新闻发布会
 社区	人才就业 公益活动 社区服务 环境与能源管理	官方网站 微信公众号 社区活动 志愿者活动

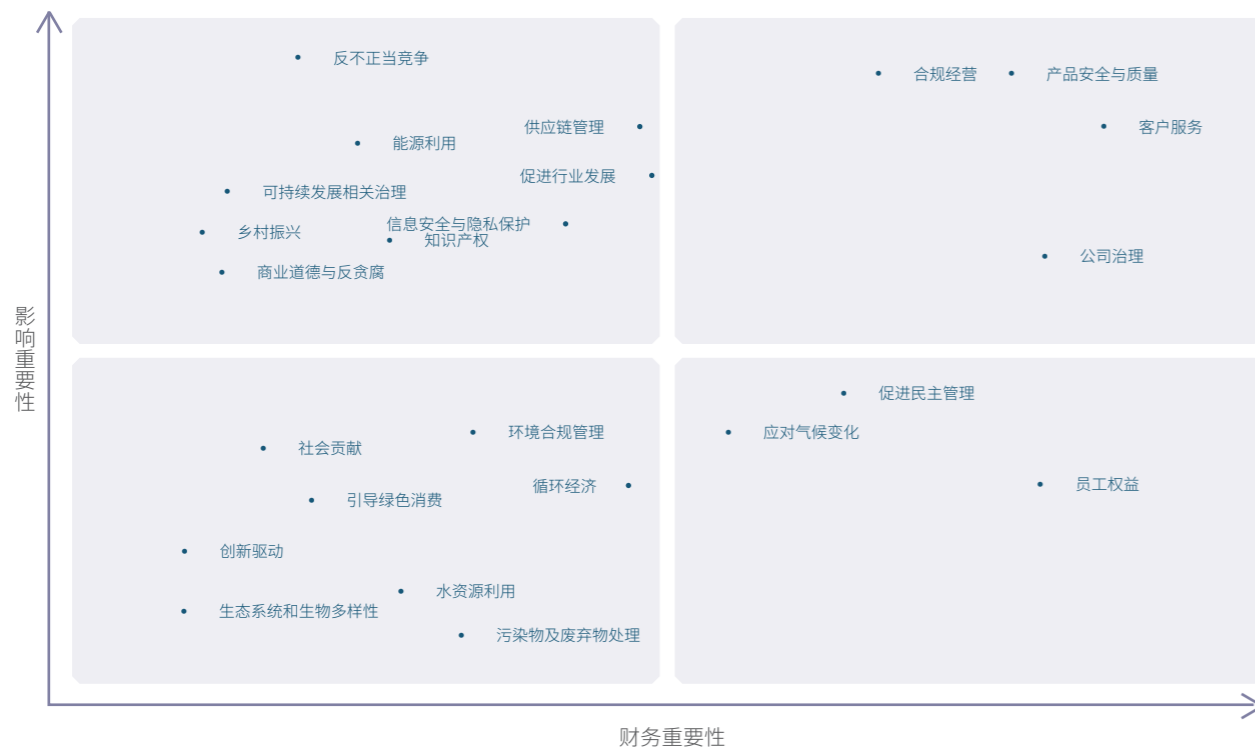
实质性议题评估与分析

公司高度重视 ESG 相关议题的识别、分析与反馈，根据公司业务特点、战略方向等内部情况，参照国家政策、行业趋势、框架指引、评级、指标体系等外部标准，通过议题清单识别、内外部调研评估、重要性分析等手段，不断完善实质性议题评估流程，不断加强 ESG 议题管理，并及时予以重点回应。

公司在编制本报告时引入“双重重要性”评估框架。该框架从财务重要性（即议题对公司财务表现的影响）与影响重要性（即公司活动对环境和社会的内外部影响）两个维度，对各项议题进行综合研判。评估过程中，我们综合运用在线问卷调查、管理层专题研讨及专家评审等多种方式，收集并分析各利益相关方意见，以此作为判定议题双重重要性的基础依据。

实质性议题矩阵

根据实质性议题评估结果，遵循重要性原则，公司梳理了 2025 年度 ESG 重要议题，并根据议题重要性程度从“影响重要性”及“财务重要性”两个维度形成实质性议题矩阵。



可持续发展目标 (SDGs) 回应

对应章节	我们的行动	回应 SDGs
环境篇	<ul style="list-style-type: none"> 优化资源使用管理、践行绿色低碳办公 开展绿色物流、使用绿色包装 关注气候变化对公司经营的影响，开展各项应对措施 积极投身生态保护活动，关注对生物多样性保护 	
社会篇	<ul style="list-style-type: none"> 发展加盟门店，助力个体创业 开展各类健康科普活动，构建健康社区 提供专业用药服务，促进健康可及 基于老龄化的慢病管理 杜绝性别歧视，重视女性力量 重视员工职业健康与安全，为员工创造良好的办公环境 提供通畅的晋升通道和双向沟通机制 建立健全职业培训体系与薪酬激励机制 持续提升供应链管理水平和建设智能物流中心 公平竞争，维护市场经济秩序 遵循负责任营销义务的积极态度 	
治理篇	<ul style="list-style-type: none"> 优化治理机制，推进多元化治理结构 完善内制与风险管理，杜绝商业贿赂 践行诚信经营，公平竞争，维护市场经济秩序 强化投资者关系 	

03

公司 ESG 治理安排

- 可持续发展治理架构
- 可持续发展管理机制
- ESG 交流与培训

可持续发展治理架构

第一医药高度重视并致力于建立健全可持续发展治理体系，将可持续发展管理逐步融入公司整体战略与运营。为确保有效实现 ESG 与公司战略的高度协同，报告期内，公司根据《指引》等要求，搭建了权责清晰、分层落实的可持续治理架构。

决策层

董事会

- 审议批准公司 ESG 战略规划、计划；
- 审议批准 ESG 治理架构及重要 ESG 制度；
- 审议批准公司 ESG 相关信息披露报告；
- 审议批准涉及公司 ESG 治理重大信息的公开披露；
- 审议批准对公司有重大影响的 ESG 相关风险、重大 ESG 负面事件应对方案。

监督层

战略与 ESG 委员会

- 研判 ESG 发展趋势、政策动态；
- 对公司 ESG 战略规划、组织架构、管理制度、信息披露报告等进行研究审核；
- 监督、检查、评价公司 ESG 工作的落实情况；
- 指导公司的可持续发展相关影响、风险和机遇评估，指导管理层对 ESG 影响、风险和机遇采取适当的应对措施；
- 对其他影响公司可持续发展和 ESG 的重大事项进行研究并提出建议；
- 董事会授权的其他事项。

管理层

ESG 管理领导小组

- 制定公司 ESG 战略、目标及中长期规划方案；
- 制定公司年度 ESG 工作计划，总结 ESG 体系运行及各事项阶段性目标完成情况；
- 推动落实公司 ESG 各项具体工作，制定 ESG 相关管理制度及措施；
- 组织公司 ESG 风险和机遇的识别与评估，制定并汇总应对措施；
- 定期向战略与 ESG 委员会进行 ESG 工作及发展趋势等汇报；
- 组织 ESG 报告的信息采集、编制和披露工作；
- 组织开展利益相关方沟通工作；
- 组织 ESG 相关培训工作；
- 落实战略与 ESG 委员会要求的其他事项。

执行层

ESG 工作小组

- 执行公司 ESG 年度工作计划；
- 根据各职能部门、子公司的具体情况，建立完善相关 ESG 专项管理制度；
- 执行 ESG 各议题相关管理措施；
- 执行相关 ESG 各议题风险和机遇识别与评估工作，并执行应对措施；
- 执行利益相关方沟通工作，回应其 ESG 需求；
- 负责本部门 ESG 信息收集整理、指标统计，报送至相对应的工作组；
- 配合开展公司 ESG 宣贯、培训工作；
- 参与公司 ESG 报告编制和课题研究工作。

可持续发展管理机制

公司通过建立健全可持续发展管理机制，进一步规范 ESG 工作流程，夯实管理基础，为实现 ESG 水平的持续提升提供有力保障。我们制定《董事会战略与 ESG 委员会实施细则》《ESG 管理制度》，明确 ESG 管理机构、职责及工作措施，将 ESG 理念全面融入日常运营与业务决策流程，推动公司 ESG 管理高质量发展。

信息报告机制

- ESG 工作小组通过线上“ESG 管理平台”对年度 ESG 目标及管理措施进行报送。
- ESG 管理领导小组定期组织召开专项会议，将审议结果提交决策层和监督层，同时将审议结果反馈给 ESG 工作小组，以便调整、执行 ESG 管理工作。

监督机制

战略与 ESG 委员会定期检视公司 ESG 战略规划、策略目标的完成情况，研究指导可持续发展相关影响、风险和机遇对公司影响。

考核机制

将公司治理、人才培养、产品与服务质量、重大责任事故管理等具体 ESG 议题的关键绩效指标，纳入年度考核指标体系。

ESG 交流与培训

公司进一步推进责任担当和能力建设，为践行企业社会责任提供有力支撑，组织公司 ESG 管理和工作人员积极参加内外部培训，有针对性地提升 ESG 工作人员综合能力；组织推动参加内外部 ESG 交流，开展与优秀企业的责任管理、实践与沟通的对标找差。报告期内，公司邀请 ESG 领域权威机构的专家，对公司 2025 年 ESG 报告编制开展培训交流，进一步提升报告编制的质量和效率。此外，我们还根据公司各部门分工，搭建 ESG 数据线上收集体系，开展数据的线上填报及分析，实现 ESG 绩效的高效管理。

公司持续深化可持续发展理念的实践探索，通过深度参与 ESG 专题交流会、专题研讨及专业培训，紧跟政策前沿与行业趋势，推动治理能力系统性提升。我们邀请 ESG 领域权威机构的专家，对公司 ESG 情况进行培训，总结公司现状、对标行业差距，优化 ESG 工作情况。

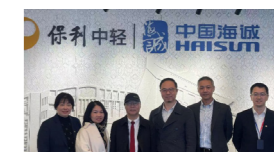
案例

报告期内，公司组织 ESG 管理及工作人员参加上海证券交易所上市公司高质量发展系列培训——可持续发展 (ESG) 报告编制专题培训。



案例

报告期内，公司组织独立董事前往中国海诚工程科技股份有限公司就 ESG 工作等进行交流学习。



报告期内公司获得 ESG 奖项：



财联社 2025 精英董秘·最佳 ESG 信披奖



财联社 2025 致远奖可持续发展信息披露卓越奖

04

环境篇

- 应对气候变化
- 环境合规管理
- 污染物及废弃物管理
- 能源资源利用
- 绿色运营与循环经济
- 生态系统和生物多样性

应对气候变化

公司主要从事医药零售、批发业务，经营过程中不产生废水、废气和固体废弃物等污染物，公司生产经营活动不存在高危险、重污染的情况。面对环境恶化、资源紧缺与极端天气带来的挑战，第一医药通过绿色采购、绿色仓储、绿色物流、绿色运营等措施，积极探索公司绿色低碳高质量发展路径，正确处理生态环境保护与公司发展的关系，致力于打造一家环境友好型企业。

公司认真遵守国家环境保护法律法规，无环境保护违法违规情形，亦未受过环境保护方面的行政处罚。

| 气候相关治理

公司深刻认识气候变化对自身业务及产业链的深远影响，将气候相关议题全面纳入可持续发展管理框架，构建起权责清晰、分工明确、三级联动的气候治理体系。

董事会及董事会战略
与 ESG 委员会

决策层

公司董事会是应对气候变化工作的决策领导机构；公司董事会战略与 ESG 委员会是应对气候变化工作的研究和指导机构。

负责研究气候变化相关战略和政策，对气候变化相关工作进行指导，确保其与公司的长期发展目标相契合。

由公司总经理担任组长，分管副总经理 / 董事会秘书担任副组长，公司各职能部门负责人、各分公司及子公司负责人为相关成员。

获董事会授权，履行气候变化治理及监督职责，总体安排部署公司气候变化工作，审核应对气候变化的目标及策略等，审定公司气候变化相关风险机遇及应对措施。

管理层

ESG 管理领导小组

ESG 工作小组

执行层

由各职能部门、分公司及子公司指定 1 名对接人组成。

在 ESG 管理领导小组的领导下，负责制定具体的气候变化相关政策和措施，并监督这些措施的实施情况，确保各项应对气候变化的措施能够得到有效执行。

气候相关治理

气候情景分析

公司参考联合国政府间气候变化专门委员会 IPCC 第六次评估报告 (AR6) 中的气候情景模型, 对于公司运营的外部环境变化, 包括生态、经济、社会因素等选择了 SSP5-8.5 和 SSP1-2.6 两个路径进行气候情景分析, 识别了多项此情境下可能对公司业务构成影响的风险与机遇, 制定气候变化应对策略, 保障公司运营策略适应全球气候转型。

低碳排放情景 (SSP 1-2.6)

该情景下, 全球积极推行可持续发展政策, 清洁能源广泛应用, 能源效率大幅提升, 森林植被得到有效保护与恢复, 温室气体排放持续下降, 到 2100 年全球升温控制在 2.6°C 以内, 生态环境压力显著缓解。



高碳排放情景 (SSP 5-8.5)

这一情景是减排政策没有任何改变下的排放路径, 经济发展依赖化石能源, 能源结构调整缓慢, 人口增长与工业化加速, 温室气体排放量急剧上升, 导致全球气候变暖加剧, 极端天气事件频繁发生, 海平面上升, 生态系统遭受严重破坏。到 2055 年, 全球气温预计上升 2.5°C 以上, 会引发大气中温室气体浓度增加、海平面上升、天气模式改变和极端天气事件频发。



气候相关风险和机遇

通过气候情景分析模型, 我们识别并评估了气候变化风险与机遇类型及对财务的影响。

风险类型	风险描述	财务影响	应对措施	影响程度		影响周期
				低排放情景	高排放情景	
物理风险	急性物理风险 <ul style="list-style-type: none"> 暴雨、洪水、飓风等极端天气可能损坏门店设施, 影响正常营业, 造成经济损失, 店内药品也可能受损。 地震、泥石流等自然灾害可能破坏交通基础设施建设, 供应链中断, 阻碍药品运输, 导致药品供应受阻。 	<ul style="list-style-type: none"> 门店停业直接导致营业收入下降, 建设及设备维修导致运营成本上升。 门店因缺货或物流中断无法正常销售, 直接导致当期营业收入下滑。长期断供可能削弱顾客对品牌的信任度, 导致复购率下降, 影响未来现金流。 	公司通过成立专项工作小组统筹部署防汛防台工作, 储备沙袋等应急物资并开展门店隐患排查整改, 组建应急抢险救援小队 24 小时待命, 并定期组织应急演练与员工培训。 建立“主渠道 + 备选渠道”的供应商管理体系, 在关键药品品类上保持至少两家合格供应商, 避免单一供应商依赖, 制定《保供应急预案》, 确保灾害发生时快速启动应急预案。	低	高	短中期
	慢性物理风险 <p>全球变暖、海平面上升导致气温升高、湿度变化等可能影响药品储存的稳定性和保质期。</p>	需对仓库加装恒温恒湿系统、智能监控设备等, 产生一次性资本支出及后续能源消耗、设备维护等持续性运营成本。	借助智能监测等技术, 实时监控药品储存环境, 及时预警异常温湿度, 优化库存管理, 降低损耗。	低	中高	短中期
转型风险	政策风险 <ul style="list-style-type: none"> 围绕“3060”双碳目标出台一系列政策和要求, 公司可能面临一定的监管压力。 医保支付范围的调整和限制可能影响患者的用药报销政策和药企的市场推广和产品竞争。 政府可能对药店废弃物处理、能耗标准的要求越来越严格。 	<ul style="list-style-type: none"> 公司需要紧跟政策导向, 研究探索低碳运营, 加强人员学习、培训, 可能导致培训成本增加。 药企为应对支付范围限制, 可能加大零售终端的推广投入 (如追溯码、患者教育支持), 但同时也可能压缩渠道利润空间。 若因废弃物分类不当可能面临处罚风险, 增加运营成本与合规难度。 	<ul style="list-style-type: none"> 关注相关法律法规, 加强最新政策法规的宣贯培训。 密切关注医保支付调整, 加强合规管理。 提升废弃物处理与能耗管理水平, 避免处罚风险。 积极寻求政府环保补贴, 降低成本。 推动技术创新, 优化运营。 	中	中	短中长期

风险类型	风险描述	财务影响	应对措施	影响程度		影响周期
				低排放情景	高排放情景	
转型风险	<ul style="list-style-type: none"> 随着低碳环保意识的普及，消费者可能会倾向于使用更低碳环保的包装产品。 气候变化及环境导致某些疾病发病率上升，特定药品需求增长。如呼吸系统疾病、中暑等相关药品需求增加。 	<ul style="list-style-type: none"> 消费者偏好发生变化，促使企业在绿色包装采购上成本增加。 推高相关药品需求，带动企业营收增长；同时增加供应链与仓储保障成本，影响盈利稳定性。 	通过技术创新降低成本，加强绿色包装应用。 提前研判市场需求，科学开展相关药物战略储备，优化仓储及供应链结构。	低	中	中长期
	制冷设备在高温环境下制冷效率降低，若技术无法及时适配，药品质量难以保障，甚至引发安全事故。	冷藏药品药效可能失效甚至变质以及制冷设备升级和维护，导致当期营业成本增加。	加强制冷设备管理和维护，完善药品储存养护管理，提高员工安全意识和应急处理能力，引入先进冷链运输技术，并加强监管和标准化建设，以确保药品质量和安全。	中	低	短中期
	投资人、社会公众及利益相关方对药品包装绿色化、药店经营低碳化的关注度更高；若环境治理表现欠佳，可能导致声誉受损。	若企业在绿色包装、低碳运营方面表现落后，可能被消费者贴上“不环保”“不负责”的标签。在药品同质化竞争激烈的背景下，消费者可能转向环保形象更佳的竞争对手，导致门店客流与复购率下降，直接导致营业收入下降。	加大对绿色环保投入，采用新型环保药品包装材料、更节能制冷运输设备、提升ESG标准，树立企业绿色形象，提升竞争力。	低	低	短中长期
转型机遇	<ul style="list-style-type: none"> 气候变化引发的极端天气增多，导致客户出行不便，医疗健康到家服务需求随之上升。 长期气候变化加剧了慢性病的发生风险，催生居民的主动健康消费倾向，同时推动慢病管理与健康管理服务需求的持续增长。 	<ul style="list-style-type: none"> 极端天气下患者出行不便，线上问诊、O2O送药需求激增，直接拉动线上营业增长。 长期气候变化导致慢性病患病者对用药指导、健康监测、定期随访等增值服务需求增加，同时。企业可以创造健康管理服务性收入，优化收入结构。 	<ul style="list-style-type: none"> 公司积极推动 B2C、O2O 等新业务发展，满足消费者日益增长的线上购药需求。公司持续不断打磨各类门店店型，除传统社区型药店、院边专业药房等，另有集各类业态为一体的健康小镇，推动一站式满足药品及非药大健康产品采购、家用医疗器械体验、慢病管理咨询、DTP 及双通道专业用药指导、中医推拿诊疗等健康服务需求 	中	中高	短中长期

注：根据不同风险和机遇对公司产生影响，公司将影响的时间范畴划分为短期(0-1年)、中期(1-5年)、长期(5年以上)。

» 气候相关影响、风险和机遇管理

公司建立系统化的气候风险管理流程，全面纳入气候情景分析要素。首先，立足公司业务实际与外部环境，系统梳理活动背景及受影响利益相关方；在此基础上，依据 SSP 5-8.5 和 SSP 1-2.6 两种气候情景路径，识别不同情境下的气候相关影响、风险与机遇，并评估现有气候目标与实际情况的差异。随后，对识别出的气候风险进行量化排序，明确管理优先级，并由 ESG 工作小组针对性制定应对措施与风险处理计划，提交 ESG 管理领导小组审议。在监控层面，董事会战略与 ESG 委员会定期检视关键风险指标动态，每年向董事会专项汇报重要气候风险进展。最后，通过年度报告等渠道，定期对外披露气候风险与机遇的识别、评估及管理情况，形成覆盖“识别—评估—应对—监控—披露”的全流程闭环管理机制。

» 气候相关指标与目标

第一医药积极响应国家“碳达峰、碳中和”战略目标，制定了明确的“3060”碳排放目标，承诺在 2030 年前实现碳达峰，并在 2060 年前实现碳中和。公司温室气体排放主要来源于外购电力、车辆燃油，其中以外购电力为主要排放源。

类别	单位	2025 年
直接温室气体排放量 (范围一)	吨二氧化碳当量	125.35
间接温室气体排放量 (范围二)	吨二氧化碳当量	3,114.34
碳排放总量	吨二氧化碳当量	3,239.69
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 百万元营收	1.52

注：1、范围一温室气体排放来自公务用车及物流用车使用汽油。
 2、范围二温室气体排放来自外购电力。
 3、温室气体核算依据国家发展和改革委员会发布的《公共建筑运营单位（企业）温室气体排放核算方法和报告指南（试行）》进行核算，其中外购电力所产生电力排放因子采用生态环境部 2025 年 12 月印发的《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》中的全国电力平均排放因子计算。



环境合规管理

第一医药始终坚持绿色低碳的可持续发展理念，严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等法律法规，结合经营实际制定并持续完善《环境应急预案》等内部管理制度，形成覆盖全面、上下联动的环境管理体系。报告期内，公司未发生重大突发环境事件，亦未因环境问题受到生态环境部门行政处罚或被追究刑事责任。

2025 年防汛防台：

面对第 8 号台风“竹节草”登陆，第一医药迅速响应，构建起主要负责人统筹、应急小组协调、部门联动的指挥体系。公司提前完成 18 项隐患整改，备足防汛物资，并组织 94 人次应急演练。台风期间，全市门店坚持营业，通过 24 小时值班与远程监控确保安全，有力保障市民健康服务，未发生重大安全事故。



污染物及废弃物管理

公司主要从事医药零售、批发业务，生产经营活动不存在高危险、重污染的情况，产生的主要污染物包括生活污水、因破损或过期而废弃的药品、办公用纸和废弃药品包装材料等。根据环境保护部门公布的信息，本公司及主要子公司均不属于重点排污单位。报告期内，公司未因污染物及废弃物的排放受到重大行政处罚，亦未被追究刑事责任。

种类	类型	处置措施
生活污水	各门店及办公区产生的生活污水等	经市政管网排入城市污水处理厂。
装修污染	装修产生的噪音、粉尘	<ul style="list-style-type: none"> • 店铺装修前需安装围挡，施工时间夜间二十二点至次日早上六点外的时间，法定休息日、节假日全天一般也不能施工。 • 建筑施工过程中，早上 6 点至晚上 10 点，噪音不得大于 70 分贝，晚上 10 点至次日早上 6 点，噪音不得大于 55 分贝。 • 装修完毕需进行大规模保洁，同时出具环境检测报告。

种类	类型	处置措施
无害废弃物	各门店及总部办公区产生的废纸（纸箱、办公用纸）、塑料包装膜、废弃办公用品等	<ul style="list-style-type: none"> • 引导员工和顾客将可回收垃圾、有害垃圾等进行分类丢弃。 • 生活垃圾由环卫公司负责处理。 • 纸箱包装、塑料制品等可回收垃圾运送至资源回收站进行回收利用。
有害废弃物	因破损或过期而废弃的药品	<ul style="list-style-type: none"> • 对于近效期商品：从距离有效期 6 个月开始，多方式加快商品处理，减少效期商品带来的风险。 • 对于过期 / 不合格商品：门店经营过程中产生的过期不合格药品，根据药品销毁管理制度，选择具有销毁资质的企业进行处理。我们将待销毁的产品及产品清单，当场交付于销毁单位，现场完成称重确认工作，同时记录登记、监毁、销毁的全过程。 • 其他过期药品：对于顾客投放至门店不合格回收箱内的过期药品，每年定期由药品监督管理部门收回后做专业化销毁处理。

案例：药品销毁

2025 年，公司聘请有医药废弃物销毁资质机构进行药品销毁 3.24 吨、非药品销毁合计 4.13 吨。



能源资源利用

第一医药严格遵循《中华人民共和国能源法》《中华人民共和国节约能源法》等相关法律法规，制定《办公环境管理细则》，系统规划并践行绿色办公理念，实施多项节能技术改造措施，如积极推广应用先进节能技术，强化员工低碳节能意识，持续提升能源、资源利用效率。

01

使用节能产品

使用低功率高亮效的 LED 灯照明。
公务油车报废后，计划购置新能源公务车辆。

02

责任管理

建立值班巡检制度，由专人负责电源、水源日常管控。

03

无纸化办公

- 全面启用协同办公管理系统，推动以电子价签替代纸质价签、电子屏替代纸质海报，会议及日常工作通过 iPad 展示文件，内部流程全部线上流转，大幅降低纸张消耗。
- 大力推广视频会议替代现场会议，有效节约差旅成本，以数字化手段赋能生态文明建设。
- 优化 POS 小票纸张选型，降低纸张消耗。

04

意识宣贯

公司目前主要采用市政供水，未出现供水短缺情况。为持续提升水资源利用效率，我们积极安装节水设备，加强用水设施日常维护，并倡导员工养成节约用水习惯，随手关紧水龙头、杜绝滴漏，发现损坏及时报修，推动节水理念融入日常运营。2025 年共节约用水 400 余吨。



绿色运营与循环经济

| 绿色门店

公司秉持“减少资源消耗、使用可再生材料、减少废物产生、提高能源效率”的绿色运营宗旨，将环保理念全面融入门店设计、装修与日常运营全流程，持续打造低碳环保的健康服务空间。

在门店设计和装修过程中，公司最大限度减少资源消耗。若门店在前期测量中发现原店铺装修较为完好，在满足开店要求的前提下尽可能保留原有装修，减少了装修过程中的废物产生。门店经营货架均选用统一尺寸规格，大幅提高货架循环利用率。此外，在新门店开设、门店设备更换过程中，公司优先考虑库存里能效等级较低的闲置设备，实现设备循环利用。

在装修选材方面，公司严格遵循绿色环保标准，所有新装修改造门店均优先选用通过国家权威认证的绿色建材，包括精选环保原料并通过“3C 认证”的斯米克瓷砖、甲醛释放量远低于国家标准的环保水性漆及生态膜木制品、获 CTC《中国绿色产品认证》的立邦竹炭抗甲醛涂料、LED 节能灯具以及以竹木纤维为主要原料的新型环保护墙板等，从源头保障材料环保品质，持续降低装修过程的环境影响。报告期内，公司净增门店 10 家，零售门店总数达 216 家。所有新店均严格遵循绿色装修标准，将可持续发展理念延伸至每一个服务终端。

绿色仓储

在库存商品的存储管理中，公司贯彻《药品质量经营管理规范》《业务管理制度》和《WMS 系统管理操作手册》的要求，将绿色低碳理念深度融入仓储运营全流程，从仓储布局优化、废弃药品处理到智能化系统升级，系统构建集约高效、环境友好的绿色仓储体系。



绿色物流

公司依据《药品质量经营管理规范》及内部《物流业务管理制度》，将绿色低碳理念全面融入商品运输管理全过程，通过配送路径优化、运输车辆升级及清洁能源应用等多项举措，系统构建高效、环保的绿色物流体系，实现燃油消耗与碳排放量的双重降低。



绿色包装

公司秉持资源节约与循环经济理念，构建覆盖终端零售、运输仓储及供应链协同的全链条绿色包装管理体系，从源头减少包装废弃物产生，持续降低环境影响。

终端零售绿色化

门店经营全面推广使用绿色环保纸质包装袋及可循环、易降解材质包装袋，逐步淘汰传统塑料袋，有效减少终端环节的环境污染。

运输包装循环化

在商品运输环节，公司大力推行可循环利用的标准化规格箱，逐步替代一次性纸箱作为主要运输包装工具。规格箱采用耐用环保材料制造，结构科学、承载力强，可多次循环使用，显著降低运输过程中的商品破损率，实现环保与商品保护的双赢。2025 年，规格箱使用比例由 2024 年的 20% 提升至 40%，纸箱使用量从 80% 降至 60%。

仓储包装闭环管理

仓库作业流程中建立拆零包装回收循环系统，设置拆零包装回收流水线，将商品拆箱后仍具完整度的纸箱、填充物等通过自动化输送系统运抵出库复核区域，经清洁整理后再次封装使用。

供应链协同共享

公司积极协同上下游合作伙伴，全面推广标准化可循环周转箱应用，与门店共同建立循环箱共享调拨体系。



药品回收

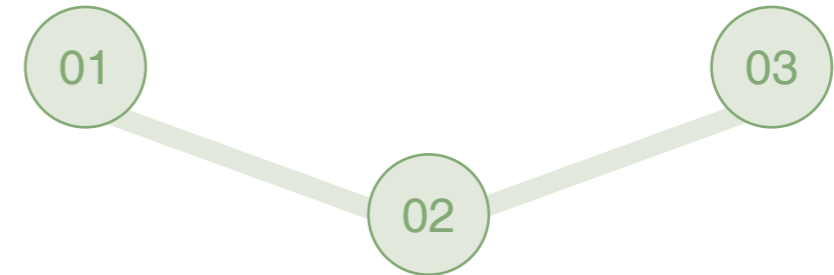
公司开展过期药品回收活动，在每个门店设置定点回收箱，并对来店顾客进行宣贯，增强广大居民安全用药意识和环境保护意识。

药品回收流程：

定点回收单位对家庭过期药品实行“三专”管理，即专人负责、专册登记、专箱存放。



定点回收单位一般在每季末，将回收的药品交到辖区市场监管所，上交时要清点数量，并随带《市家庭过期药品回收登记簿》，监管单位工作人员确认后，填写《市家庭过期药品回收交接单》定点单位和监管单位人员双方确认后，在《交接单》上签字。



回收的过期药品应统一登记在《上海市家庭过期药品回收登记簿》上，并详细记录。

回收的过期药品要集中存放在“家庭过期药品回收箱”中或专区，并加强管理，防止流失。对回收的特殊管理药品，要按相关规定储存保管，确保安全。



药品回收箱

生态系统和生物多样性

第一医药将生态保护与生物多样性保护融入生产经营过程中，积极开展生态保护宣传，支持社区修复项目，推动商业空间与自然生态和谐共生，践行绿色可持续发展承诺。

05

社会篇

- 员工权益
- 产品和服务安全与质量
- 信息安全与隐私保护
- 创新驱动
- 科技伦理
- 合作共赢
- 社会贡献

员工权益

“员工”四要素分析

» 治理

公司严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国妇女权益保障法》及《禁止使用童工规定》等法律法规，构建了系统化的人力资源管理制度，如：《员工招聘政策》《职位管理（含干部序列）操作细则》《薪酬福利管理办法》《津贴补贴和职工福利管理细则》等，覆盖员工招聘、绩效管理、职业发展、薪酬福利及劳动关系等关键环节，持续优化制度设计与流程规范，致力于营造公平、透明、高效的用人环境，在赋能员工职业成长的同时，为企业可持续发展筑牢组织能力根基。

» 战略

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	对公司的财务影响	影响大小	影响时间范围	应对措施
法律风险	若在用工管理中未能严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，可能引发劳动争议诉讼、面临行政处罚乃至刑事追责，并会损害雇主品牌形象。	营业外支出增加	中	短期	<ul style="list-style-type: none">• 建立健全内部劳动用工合规制度与标准化流程，确保招聘、合同、薪酬、工时、解雇等各环节严格符合相关法律法规。• 定期开展专项法律培训，对人力资源风险进行排查，实现事前预防与事中监控。• 设立劳动争议内部调解机制，确保纠纷及早处理。
运营风险	<ul style="list-style-type: none">• 执业药师作为药店核心专业人才，行业激烈竞争可能导致优秀店长、药师等关键岗位人员被高薪挖角。• 零售业基层岗位工作强度大、薪资竞争力有限、职业晋升路径不清晰，导致一线员工流失率普遍较高，增加招聘与培训成本，影响服务稳定性。	营业外支出增加	中	短期	<ul style="list-style-type: none">• 完善执业药师引进与留任机制，提供具有竞争力的薪酬待遇，建立清晰的职业发展通道。通过校企合作定向培养药学人才，与高校建立联合培养模式。• 明确一线员工的晋升渠道和奖励机制。
政策机遇	慢病管理需求持续增长，为执业药师专业服务创造价值空间。健康消费专项行动将零售药店定位为“健康促进核心场景”，拓展健康管理、营养保健等功能。	营业收入增加	长	中长期	<ul style="list-style-type: none">• 建立慢病管理体系，为慢性病患者提供用药监护、健康指导等增值服务，探索服务收费模式。• 拓展健康管理服务内容，如家用医疗器械体验、慢病管理咨询、DTP 及双通道专业用药指导、中医推拿诊疗等健康需求，开设了中医馆，将药店从“药品销售”转向“健康服务”，提升专业附加值。

» 影响、风险与机遇管理

风险和机遇识别和评估	风险和机遇管理	风险和机遇处置和应对
结合公司发展阶段与行业特性，我们识别出人力资源领域的核心风险主要集中于关键人才流失、劳动法规合规、员工健康安全及多元化与包容性等方面。通过定量(如离职率、劳动争议数量、工伤事故率)与定性(如员工满意度)相结合的方法，系统评估各项风险对组织稳定、运营效率及合规声誉的影响，并将其纳入公司 ESG 风险重点管控清单。	公司结合运营实际，构建覆盖招聘、在职、离职全周期的人力资源风险监控体系，通过定期调研与合规审计，对人才流动、劳动关系等关键指标实施动态跟踪与趋势分析。同时建立预警机制与风险阈值，对异常波动及时预警，为管理层提供决策依据，有效防范潜在风险。	针对不同性质和等级的风险，公司实施差异化策略管理：关键人才流失风险方面，通过激励保留、梯队建设及知识管理体系化等措施强化人才稳定性；法律法规合规风险方面，依托制度建设、流程规范与持续培训实现有效规避与管控；员工健康与安全风险方面，完善防护设施、强化安全文化并建立应急响应机制，筑牢安全防线。

» 指标与目标

目标	2025 年度目标完成情况
劳动合同签订率 100%	✓
社会保险覆盖率 100%	✓
无重大安全事故发生	✓
员工体检覆盖率 100%	✓
员工培训覆盖率 100%	✓
新增职业病人数为 0	✓

| 雇佣与平等

» 合法雇佣

公司在招聘录用程序上坚持合规与公平透明原则，选聘和录用过程遵循内外结合、公平竞争、任人唯贤、择优录用和亲属回避的原则。我们根据《员工招聘政策》，制定年度招聘计划，规范招聘全流程操作，从需求提出到录用决策各环节均有章可循，并在信息发布时严格审核岗位描述、任职要求及薪资待遇等内容，确保符合公平就业相关法律法规要求。同时，我们倡导多元化和机会平等，禁止任何形式的歧视，反对任何形式的强迫劳动和虐待骚扰，在招聘环节建立了严格的年龄审核机制，确保不录用未满法定工作年龄的人员。2025 年未发生劳动争议，不存在雇佣童工的现象。

报告期内，公司劳动合同签订率为 **100%**，未发生劳动争议以及雇佣童工、强迫劳动以及歧视行为。

» 人才引进

公司秉持开放多元、规范公平的引才理念，在行业选择上，突破行业限制，着重考查候选人的基本素质与发展潜力，如在大区经理等关键岗位的招聘中，广泛吸纳具备一线市场经验与严格职业训练的各行业优秀人才；在招聘渠道上，多措并举，除常规招聘平台外，积极推行内部人才举荐制度，鼓励员工推荐优秀人才。同时，探索运用 AI 招聘、视频面试等新型招聘方式，持续提升招聘效率与精准度。



34 人
新增员工人数

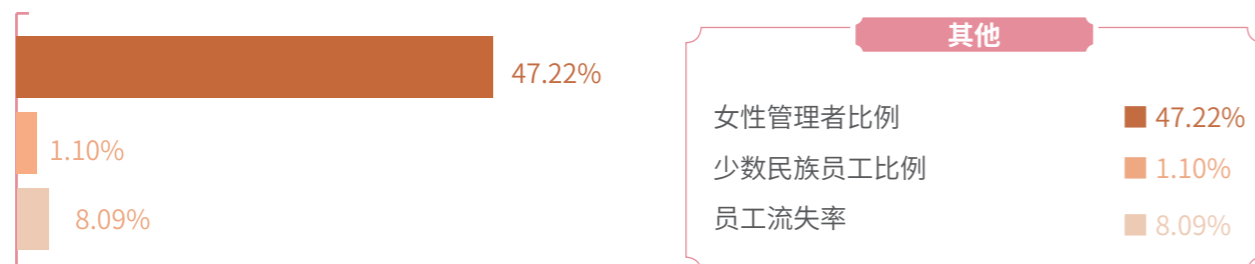
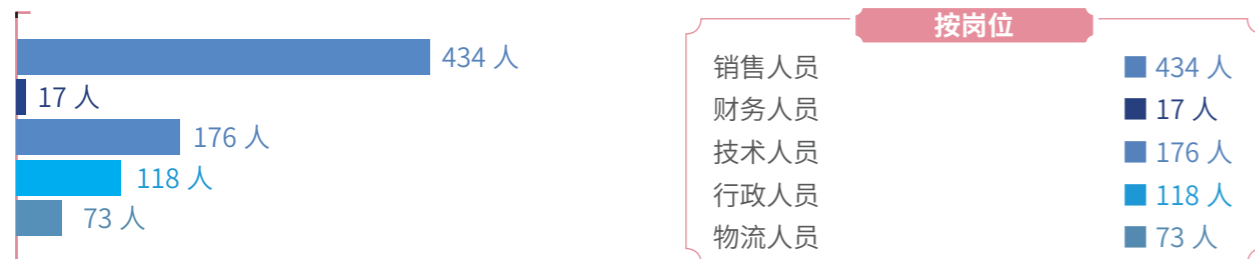
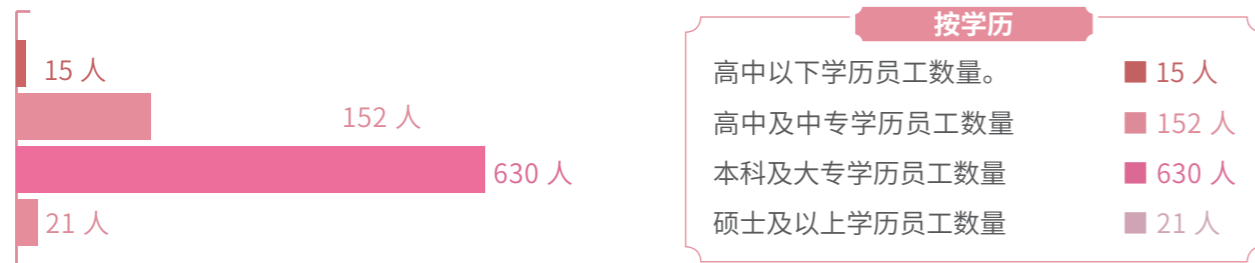
4 人
新增应届生数量

47.06%
新增本地员工比例

» 多元化职场

第一医药致力于打造公平、公正、安全、包容、友善的职场环境，严格遵循非歧视原则，不以国籍、种族、性别、宗教信仰或文化背景为限。同时，我们高度重视女职工权益保护，在同工同酬、职业教育、技术培训、晋职晋级及参与企业民主管理等方面全面落实男女平等，依法保障女职工合法权益。





薪酬与福利

薪酬管理

公司秉持坚持“按劳分配”“效益优先和兼顾公平”“集体协商”的原则，构建以年薪制、岗薪制为核心的多元化薪酬分配体系，坚持向关键岗位和紧缺人才倾斜，通过岗位责任、技能含量与绩效贡献的综合考核，确保员工共享企业经营发展成果。报告期内，我们重点对门店、物流、第一医药商店、加盟、批发、中层干部等考核方案进行复盘与优化，进一步完善薪酬绩效考核体系，助力公司发展。

福利保障

第一医药为员工提供多层次福利保障：

法定福利 公司为员工足额缴纳五险一金。报告期内，公司员工社会保险覆盖率达 100%。	现金福利 劳动保护费、高温费、节日等一次性奖励。
非现金福利 体检、生日卡券、夏季慰问品、端午福利、春节福利、补充商业意外保险等。报告期内，员工体检覆盖率为 100%；放宽女性专项体检年龄限制。	假期福利 公司后台实行标准工时制，前台实行综合工时制，严格执行国家加班补偿标准，全面落实婚假、产假、陪护假等带薪休假制度。报告期内，人均带薪年假天数 9.17 天。

中长期激励

为持续健全长效激励机制，吸引、激励和保留优秀人才，公司持续推动门店合伙人计划，围绕“总部赋能、大区协同、门店激活”三层驱动模式设计的激励方案，让更多的员工能够与企业共同分享业绩成果，实现员工和企业的双赢。

案例：2025 年门店合伙人签约

2025 年 5 月，第一医药启动 2025 年门店合伙人签约工作，在延续合伙人 3.0 系列的基础上，完成激励机制的升级与覆盖范围的拓展，2025 年，公司共计签约 5 位合伙大区经理、95 家合伙门店。

门店合伙人签约仪式

一区 钱宏 (13家) 二区 金冬平 (22家) 三区 李贺琳 (15家) 四区 钱筱莹 (7家) 五区 姜文瑜 (28家)

民主与沟通

民主沟通与申诉机制

公司严格依照《中华人民共和国工会法》《企业民主管理规定》等法律法规，构建以职工代表大会为基本形式、以工会组织为重要载体的民主管理制度体系，通过建立常态化、多元化的沟通参与机制，全面保障职工依法行使民主决策、参与和监督的权利。

公司开通沟通申诉电话、书记有约邮箱，民主征询、员工交流座谈会等方式，系统收集并听取员工意见与建议，及时了解并切实解决员工在工作与生活中面临的各类问题，确保沟通的及时性与有效性。

针对绩效问题，对考核结果有异议的部门及个人可通过线上人事系统提出异议并，所有申诉事项均会得到及时、公正地处理，结果将通过适当方式反馈给员工，事件解决后，人力资源部门通过评价表的形式收集员工意见，以确保每项诉求闭环解决。

案例：

2025 年 3 月，公司召开工会第三次代表大会，并顺利进行换届选举。



案例：

报告期内，公司组织召开“+YOUNG 青年谈”青年交流座谈会，公司主要领导及一线 20 余名青年员工代表参加座谈，与会青年代表围绕企业发展建议、职业发展规划、成长蜕变感悟、数字化及智能化发展等内容，提出创新性想法。



员工满意度

2025 年，公司通过问卷调查等多种形式广泛收集员工意见，深入了解一线员工对门店管理工作、激励举措、工作环境等方面的满意度，针对员工反馈的问题和建议，我们深入分析，并建立常态化改进机制。

关爱与帮扶

帮扶困难员工

第一医药秉持以人为本的核心价值观，针对遭遇特殊困难的群体及弱势群体着力构建如一日捐活动、医疗帮困、助学帮困等全方位、多层次的内部支持体系。

案例：

2025 年 1 月，公司开展新春走访慰问活动，集中走访慰问公司离休干部、劳模先进、困难党员、职工和一线门店等，送上慰问关怀和节日祝福。



案例：

2025 年 7 月，公司领导赴一线门店、物流部，开展一线员工高温慰问。



平衡工作与生活

公司高度重视员工工作与生活平衡，通过系统化开展节日主题活动及常态化组织文化、体育活动，积极倡导健康生活方式，鼓励员工在工作之余踊跃参与，持续营造身心和谐、活力向上的组织氛围。未来，我们将着力深化员工心理健康关怀，通过引入专业心理咨询服务、开展心理健康专题培训等，构建覆盖全员、响应及时的心理健康支持体系。

案例：

公司开展“巳巳如意 生生不息”迎新春主题活动，分别在物流部、第一医药商店、公司总部开设三个活动分会场。活动现场安排了制作绒花或编制红绳手串、写对联或捏面人、制漆扇以及幸运抽奖等项目。



案例：

3 月，公司为全体女职工开展妇女节活动，举办蜂花创意造型皂、花绘小台灯手作活动。



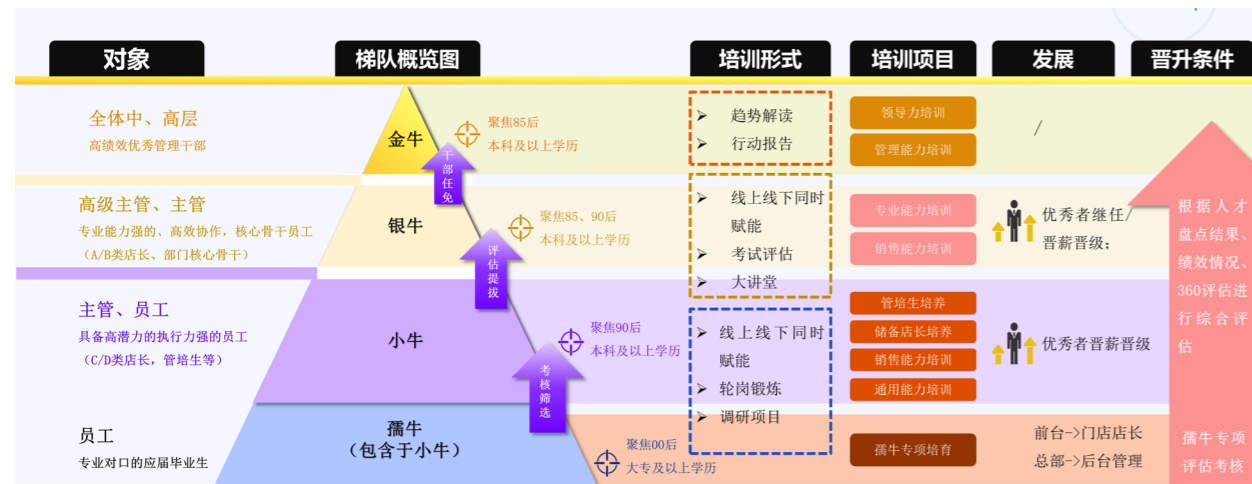
发展与培训

» 员工发展

第一医药始终秉持“人才是第一资源”的发展理念，构建系统化、多通道的员工职业发展体系，为员工成长提供清晰路径与广阔平台。

公司建立覆盖全员的分层分类晋升机制，明确中层管理干部、专家、总部、分子公司及门店等各岗位序列的晋升资格条件。员工职级划分为五个职级、八个职等，设置管理序列与专业序列双通道发展路径。管理序列聚焦团队领导与经营管理能力培养，专业序列深耕药学服务、商品采购、新零售运营等专业技术领域，支持员工根据自身特长与职业志趣自主选择发展方向，实现“纵向贯通、横向互通”的职业成长格局。

第一医药积极优化核心人才，实施“三牛”人才梯队培养体系：2025 年公司的培训业务分为前后台两大类，打造符合第一医药特色的“小牛、银牛、金牛”的“三牛”人才发展体系；采用内外训结合、线上线下培训结合以及多元化的培训形式，从强化基层员工的岗位技能和销售能力到提升公司高级管理者的综合职业素养和团队管理能力对公司全体员工进行不同层级、不同岗位需求的分级分类培训。

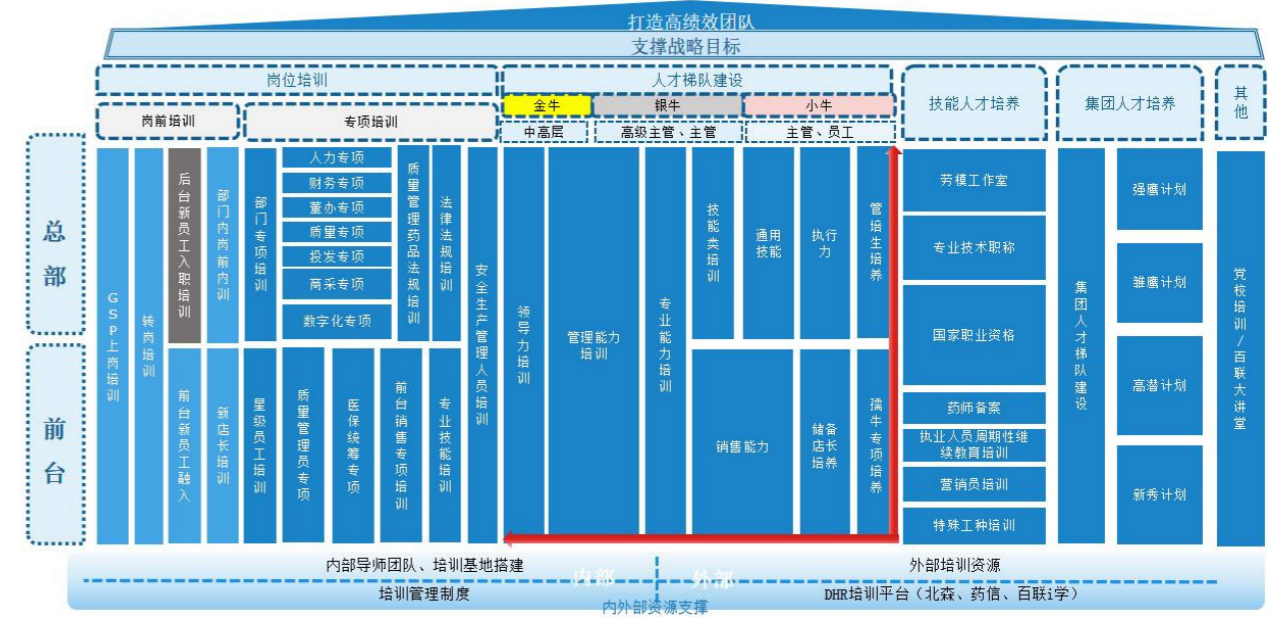


“三牛”金字塔型人才发展体系

公司积极创新干部管理机制和绩效评价体系，激发年轻人才活力，每年系统开展人才盘点工作，将盘点结果作为员工晋升的核心依据。年度内，结合战略发展规划与业务实际需求，有序推进晋升工作。近年来，公司持续优化干部队伍结构，2021 年至今累计内部提拔中层干部 14 名，其中 80 后占 11 名；提拔店长 198 名，其中 85 后 119 名，年轻干部占比持续提升。

» 员工培训

第一医药围绕“三牛”金字塔型人才梯队体系，构建覆盖全员、分层分类、线上线下融合的多元化培训体系，持续赋能员工成长与企业战略落地。



“金牛”梯队 - 聚焦中层管理干部战略能力提升

2025 年 8 月，公司全体党政领导班子成员及中层管理人员共 38 人赴华为练秋湖研发中心，开展“战略驱动，赢未来——华为战略管理实践分享”专题培训，系统解析战略管理实战逻辑与核心框架，助力学员提升思维格局与战略定力。



“银牛”梯队 - 着力打造零售菁英与金牌店长

5 月启动“2025 年第一医药零售菁英暨金牌店长训练营”，为期近 4 个月，36 名高潜力店长参训。课程结合终端管理与销售案例，聚焦店长管理关键点与药店盈利核心，配套医保季销售冲刺实战 PK，推动店长从被动管理向主动经营转型。同时，组织后台核心人才参与 AI 职场加速器、DeepSeek 智慧高效办公等 6 场赋能培训，紧跟数字化浪潮。



“小牛”梯队 - 深耕储备人才培育

公司扎实推进“犏牛”人才培养计划，构建从新人融入储备选拔的全链条培养机制。2 月举办“犏牛”新生破冰会，助力 11 名新入职前台管培生快速融入企业；针对 13 名 2025 届“犏牛”实习生，采取门店实训与课堂教学相结合方式系统培养，5 月完成录用评估，择优录用。

同时，4 月开展第 10 期储备店长培养班，31 人报名，经选拔 22 人进入培养，21 人通过考核，为门店管理队伍持续输送新生力量。



特色创新培训项目 -Zstar 创星营

2025 年 8 月开展 Zstar 创星营项目，集结公司内 Z 世代创意先锋，快速招募了 16 名 95 后组成 4 支队伍，集结年轻脑洞，设计结合“网红”特色与药品元素的跨界融合概念店模型，并产出具有创新性、完整性与可落地性的创意规划书进行路演评比。

2025 年关键绩效

员工培训总投入金额	员工培训覆盖率	员工人均培训时数	员工培训总时数
41.86 万元	100%	58.04 小时	47,477 小时

新员工培训时数	新员工受训人数占比	中级管理层培训时数	中级管理层受训人数占比
393.75 小时	100%	117 小时	100%

高级管理层培训时数	高级管理层受训人数占比	女性员工培训时数	女性员工受训人数占比
36 小时	100%	32,187 小时	100%

男性员工培训时数	男性员工受训人数占比
15,290 小时	100%

职业安全健康

» 安全生产

安全体系建设

公司认真履行安全生产职责，始终坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的安全管理工作方针，建立健全安全管理体系，压实安全生产责任。报告期内，公司根据实际生产运营的要求，组织修订了《安全教育培训管理规程》《安全事故管理规程》《安全检查和隐患整改管理规程》等 7 项，新增《变更安全管理规程》等 3 项制度。

安全风险防控

公司不断完善和落实全面安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制，定期对经营过程中存在的安全风险进行系统识别与评估，编制年度《安全风险辨识、评估和分级管控报告》。运用安全检查表法 (SCL)、风险矩阵法 (L·S) 及作业条件危险性分析 (LEC) 等工具，对作业环节潜在风险开展定量分析，为落实风险分级管控提供科学依据。

安全隐患排查与整改

公司建立多维度、常态化的安全隐患排查机制。总部层面，通过飞行抽检、节前领导带队检查、专项检查等方式，对门店及重点部门开展系统性风险排查。各基层门店在日常运营中严格落实每周自查自检制度，以周自检表形式开展对表检查，确保隐患早发现、早报告、早处置。对检查过程中发现的隐患，及时汇总上报并开展跟踪分析，形成闭环管理。

报告期内，公司更新完善了《生产安全事故应急预案》，构建起由 1 个综合应急预案、2 个专项应急预案和 9 个现场处置方案组成的应急管理体系，覆盖各类突发安全事件处置场景。

公司建立规范的工伤事故调查处理流程，确保事故发生后第一时间送伤员就医，并及时报送相关管理部室开展调查，制定并跟进纠正预防措施。同时，公司高度重视受伤员工关怀，及时办理工伤申报，切实保障员工合法权益。报告期内，员工工伤保险覆盖率达 100%。

安全管理组织架构

安全生产委员会

安全督察部

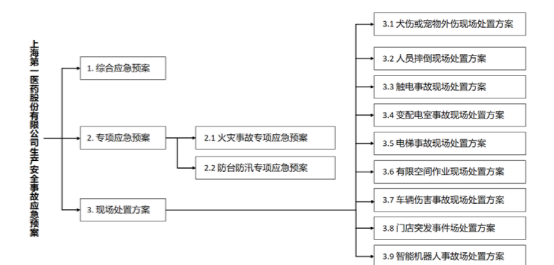
安全生产办公室

公司各部门负责人



门店自检

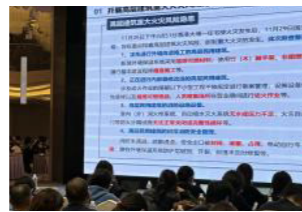
消防应急演练



应急预案体系

安全生产培训

公司针对全体员工实施分层分类的职业安全培训管理，结合不同岗位特点，量身定制培训内容，精准匹配岗位安全需求。此外，在消防月、安全月，我们举办安全专题讲座、安全知识竞赛等形式多样的活动，持续提高员工安全生产意识。



门店店长会安全生产月宣贯



安全月宣传视频轮播

2025 年关键绩效

安全培训总场次
56
场

安全生产事故数
0
件

安全隐患排查与整治数
546
件

安全培训总人次
2,707
人

员工工伤事故亡故人数
0
人

安全演练参与总人次
185
人

员工工伤事故伤害频率
0.15%

安全演练总场次
6
场

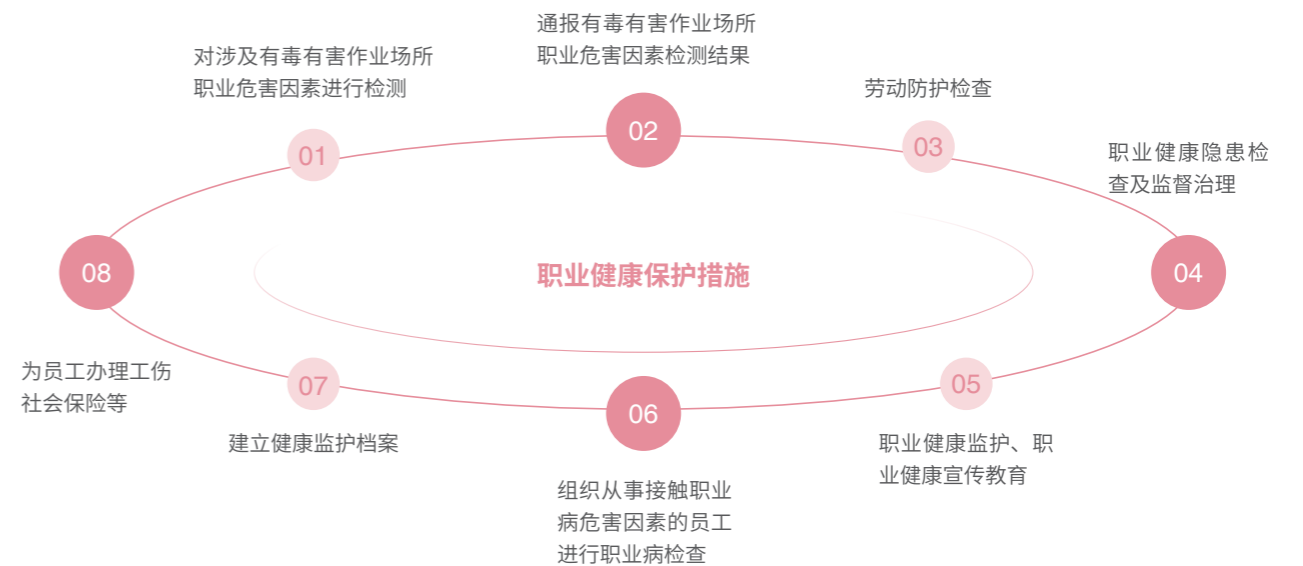
员工工伤事故伤害严重率
0.02%

公司保障安全生产为目的
的资金总投入
396.56
万元

员工因伤损失的工作日数
73
天

» 职业健康

公司严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》等法律法规，制定并实施《职业健康安全管理办法》等内部制度，系统保障员工安全与健康。我们为一线员工建立健康档案，定期组织职业健康检查，如实登记从业人员健康合格证信息。



2025 年关键绩效

0
人

新增职业病人数

员工工伤保险覆盖率

100%

员工安全生产责任险投入金额 (万元)

40.71

员工工伤保险投入金额 (万元)

30.05

员工体检覆盖率

100%

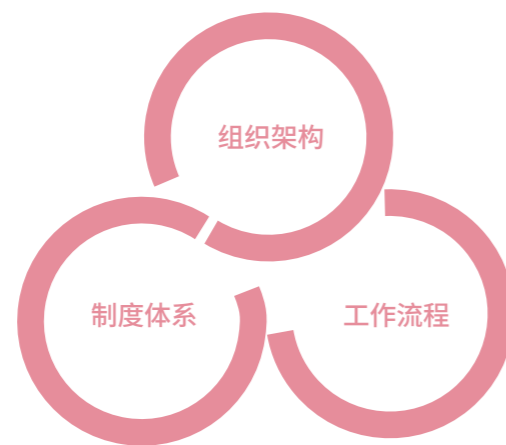
产品和服务安全与质量

“产品和服务安全与质量”四要素分析

» 治理

第一医药严格遵循药品经营质量管理规范，持续健全覆盖组织架构、制度体系与工作流程的全方位质量管理与客户服务体系，以系统化管控保障药品经营行为规范有序，切实守护客户用药安全与健康权益。

公司成立由总经理担任组长，采购、销售、储运、财务、人事行政及质量管理部门负责人共同组成的质量领导小组，保障质量管理体系的全面性与权威性。



公司制定《药品有效期质量管理制度》等与质量相关的管理制度，并鼓励每个员工都参与到质量管理制度的建设、实施和改进中来，通过持续改进不断提升产品的质量和服务水平。同时，公司还建立了严格的质量保证系统，包括完整的文件体系，以保证质量管理体系的有效运行。

公司遵循国家药品管理法律法规，制定了详细的质量制度和流程，确保药品从采购、入库、养护到销售、储存等各个环节都符合法律法规要求。

» 战略

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	对公司的财务影响	影响大小	影响时间范围	应对措施
合规风险	医药零售行业正经历政策密集调整期，如药品追溯码全面采集，2026年1月1日起，全国所有医药机构须实现药品追溯码全量采集上传，无码药品将彻底退出医保结算系统；另外，医保准入门槛提高。这对药店工作流程、系统配套、顾客体验均提出更高要求。	营业外支出增加	中	中长期	<ul style="list-style-type: none"> 建立覆盖医保合规、药品追溯等领域的合规管理标准化体系，定期开展风险排查。 密切关注监管政策变化，及时修订内部制度。 推进医保定点门店资质建设。
质量安全风险	<ul style="list-style-type: none"> 上游供应商药品质量参差不齐，需建立严格的准入与动态评估机制。 部分药品对温湿度敏感，若仓储设施或物流配送环节出现偏差，可能导致药品变质失效，引发安全事故。 各门店需确保药品储存符合GSP规范，避免因存储不当导致的效期缩短或质量问题。 	营业外支出增加，营业收入减少	高	短期	<ul style="list-style-type: none"> 强化供应链合作伙伴队伍建设，引入JBP供应商，共同促进业务健康可持续发展。 推进现代化智能物流中心建设，新增AGV智能分拣、料箱搬运机器人、视觉复核AI识别系统。 严格执行药品追溯码采集要求，已完成系统改造升级。
服务体验与客诉风险	随着O2O即时零售崛起，消费者“足不出户”购药习惯形成，传统门店客流承压。若线下服务体验不佳、专业药事能力不足，或线上订单响应滞后、配送服务不到位，均可能导致客户流失。同时，处方药外配、医保报销等环节的复杂问题若处理不当，易引发客诉甚至纠纷。	营业收入减少	高	短中期	<ul style="list-style-type: none"> 强化执业药师培训与慢病管理服务场景建设，探索特色健康服务。 打造“预防-治疗-康复”全周期健康生态，成立健康能量中心，共建房颤筛查专区、健康体重管理体验区。 积极开展社区公益活动，以专业服务提升品牌影响力。
政策机遇	2025年出台的《促进健康消费专项行动方案》，引导零售药店拓展健康促进、营养保健等功能，增强银发市场服务能力，发挥中医药治未病优势。政策明确支持零售药店向“健康综合服务商”转型。	营业收入增加	高	中长期	<ul style="list-style-type: none"> 响应健康消费专项行动，拓展营养保健、中医诊疗等功能，泰一楠东中医门诊部已取得医保资质。 聚焦银发经济赛道，打造“专业养老一体化服务平台”，布局中成药、康复医疗器械等上游领域。

» 影响、风险与机遇管理

风险和机遇识别与评估

- 公司定期对采购、仓储、销售等各个环节进行安全隐患排查，识别可能存在的健康安全风险点。
- 通过查阅资料、现场检查、访谈等多种方式，全面评估风险的可能性和影响程度。

内部控制与监督

- 公司建立健全内部控制体系，明确各部门在健康安全风险排查中的职责和任务。
- 质量管理部门对风险排查工作进行监督和指导，确保排查工作的有效实施。

合规性检查

- 公司严格遵守国家药品管理法律法规，确保采购、入库、养护、销售等各个环节的合规性。

应急响应与处置

- 公司制定完善的应急预案，明确在发生质量安全风险时的应急响应流程和处置措施。
- 定期组织应急演练，提高员工应对突发事件的能力和水平。

持续改进与优化

- 公司根据风险排查结果，及时制定整改措施，消除安全隐患。
- 定期对排查机制进行回顾和优化，确保机制的有效性和适应性。

员工培训与教育

- 公司加强员工对健康安全风险的认识和培训，提高员工的安全意识和操作技能。
- 通过定期培训和考核，确保员工能够熟练掌握风险排查和应急处置的相关知识和技能。

» 指标与目标

目标	2025 年度目标完成情况
产品和服务相关的安全与质量重大责任事故损害涉及的金额为 0	✓
客户投诉解决率为 100%	✓
客户满意度 90% 以上	✓

| 产品质量管理

公司严格遵循《中华人民共和国药品管理法》《药品经营质量管理规范》等法律法规，建立覆盖批发与零售不同法人主体的质量管理体系，在质量体系建设、制度建设、过程管理、医保纳保及医保监督管理等方面实现全过程管控。

» 效期管理与风险预警

公司将效期管理作为质量管控的重中之重。每月对全品类商品进行全面筛查，跟踪督促各环节落实效期管理要求，杜绝不合规药品进入流通环节。批发环节严格杜绝 6 个月近效期商品，短期商品确需配送的，通过审批机制严格控制，配送到门店后销售时明确告知消费者。每月通过计算机系统对过期、1 个月、3 个月近效期商品进行风险预警，并将预警信息精准推送至各门店。零售环节，距离有效期一周的商品立即移入不合格商品区并进行下架处理。不合格商品统一委托第三方专业机构进行销毁处理，特殊管控药品由药监部门监督销毁。

» 过期与不合格药品回收

公司积极响应药品安全社会责任，在各门店设置不合格药品回收箱，面向市民开展过期、不合格药品回收服务。回收药品通过药监部门委托第三方专业机构进行无害化处置。结合药品安全月等主题活动，公司引导市民积极参与不合格药品回收，提升公众安全用药意识。加盟店质量管理与直营店执行同一标准，确保质量管理无死角。

» 药品追溯管理

公司持续推进药品追溯体系建设，批发端已上线自动化追溯系统，实现全品类追溯码扫码管理。通过“一品一码”全链条管控，确保药品来源可查、去向可追，有效杜绝回流药进入流通环节。追溯码信息涵盖生产企业、流水号、品种、批号等关键要素，为药品质量安全提供数字化保障。同时，我们建立和完善了药品召回制度，明确了药品召回的程序、责任以及具体的执行措施，确保在药品存在安全隐患时能够及时、有效地进行召回，保障公众用药安全。

» 应急与投诉处理

公司建立完善的突发事件应对机制，针对投诉举报、质量事故、政府监督检查等非常规事项，要求门店先通过便捷渠道快速申报并书面正式汇报，质量管理部门联合法务等专业部门及供应商及时指导处理。针对消费者投诉，建立全流程反馈及处理机制。批发端针对冷链运输设置专项应急预案，确保运输过程中突发情况得到有效应对。

客户服务管理

» 医疗服务可及性

当前我国医药零售行业正处于创新转型的关键时期，需要推动其从传统药品销售向综合性健康服务转型，强化专业服务、健康促进与应急保供等功能，将其打造成贴近社区、服务百姓的“健康驿站”，提升全民健康保障体系的韧性与可及性。第一医药作为深耕上海地区的医药零售企业，2025 年，公司深入对接多个街道，组织开展社区大型活动及企事业内购活动，累计开展社区活动 1,706 场，涵盖免费义诊、血压血糖检测、仪器检测、常见病咨询、产品现场试用等形式，切实提升居民健康意识与用药可及性。针对不同客群我们提供精准服务：为中老年人群普及适老化产品知识，提供器械体验与租赁服务；为中青年群体提供功能性个护产品，满足个性化健康需求，持续提升“第一医药”品牌知名度。



在慢病管理领域，公司以“慢病服务专业化、体现温度与贴心”为宗旨，以患者需求为中心，通过会员建档、预防检测、用药指导跟踪、并发症管理等服务，打造全周期健康管理闭环，2025 年，公司慢病建档人数再创新高。

公司携手诺和诺德、薄荷健康、雅培医学营养等国内外知名大健康品牌，打造线上线下联动的健康体重管理生态，在健康体重管理体验区内提供可询证的安全产品、专业人体成分检测及数据报告反馈、专业药师科学营养指导，并通过打通健康能量中心与诺和诺德终端数据通道，提升慢性病会员触达精准度，用实际行动响应国家“体重管理年”三年行动号召。

🗣️ 案例：多语种服务

第一医药积极响应本市建设国际消费中心城市的工作部署，着力构建面向不同文化背景消费者的全方位健康服务体系，在医药零售领域创新推出涉外健康双语服务项目，并通过专业外语药师团队建设，推动国产养生保健产品国际化发展。



» 负责任营销

公司严格遵循《中华人民共和国药品管理法》《药品经营质量管理规范》等法律法规，建立完善的负责任营销管理体系。营销活动商品陈列严格按 GSP 要求分类，确保药品按剂型、用途及储存要求规范陈列。作为上海医药商业行业协会团体标准《零售企业药品广告和科普合规管理导则》(T/SHSPTA 012-2025) 的起草单位之一，公司积极践行行业高标准。

公司建立营销内容“事前审核机制”：由市场专员初核、专业复核、法务终核三级把关，确保所有对外宣传内容真实、准确、合规。事中严格执行广告发布流程，事后建立追溯机制，对不合规素材及时下架整改。公司定期为全体员工提供负责任营销培训，涵盖营销规章制度、产品销售技巧、合规要求等内容，培训形式包括公司层面普适性培训、部门带教培训、周会培训及产品方专项培训。同时，公司建立违规举报机制，任何员工、顾客或客户均可向纪律检查部门举报可能的违反营销法规、行业规范或公司政策的行为，所有举报均严肃处理并采取整改措施。

» 客户关系管理

批发业务方面，公司建立《批发销售管理制度》，将客户按销售规模分为 A-E 五类，分别规定每两周至每季度不等的拜访频次。销售人员定期收集市场信息、跟进客户反馈，对客户关于销售服务质量、商品配送速度及准确性、商品质量问题等意见实行首问负责制，确保客户诉求及时响应、闭环处理。

» 售后服务

公司建立完善的“好差评”售后服务评价体系，强化差评整改闭环。收到顾客差评后，按照“谁办理、谁负责”原则，安排专员第一时间回访核实。对情况清楚、诉求合理的投诉，立行立改；对误评或恶意差评，经核实后不予采纳，并及时向顾客反馈处理结果，确保差评事件件件有结果、事事有反馈。

公司同时建立“好差评”奖惩机制，将顾客满意度与员工绩效挂钩。对收到投诉或差评的员工按《员工手册》规定进行绩效扣分；对收到顾客表扬信的员工予以嘉奖，并在企业内部宣传优秀事迹，鼓励先进、鞭策后进，让每位员工明确以“顾客满意”为出发点。

受理途径

设立了多种客户投诉受理途径，包括电话投诉、网络投诉以及现场投诉等，确保客户能够方便快捷地提出投诉。

在官方网站和营业场所显著位置公布投诉电话和投诉邮箱，方便客户随时进行投诉。

处理流程

- 接收投诉：公司设有专门的客户服务部门负责接收客户投诉，确保投诉信息得到及时记录。
- 调查核实：收到投诉后，公司会立即组织相关人员进行调查核实，了解投诉的具体情况和原因。
- 制定处理方案：根据调查结果，公司会制定针对性的处理方案，明确处理措施、责任人和处理时限。
- 实施处理：按照处理方案，公司会及时采取措施解决客户问题，确保客户满意。
- 反馈结果：处理完毕后，公司会及时将处理结果反馈给客户，并征求客户的意见和建议。
- 建立客户投诉处理档案，对投诉处理过程进行记录，以便后续跟踪和评估。

客户投诉应对机制

商品质量投诉

· 由门店药师负责专业处理，确保顾客用药安全关切得到权威回应。

商品价格异议

· 店长详细询问药品名称、规格及产地，实地调查后从进货渠道、药品质量等方面向顾客解释，争取理解。

服务投诉

· 若顾客在现场提出服务投诉，应由店长负责接待，立即进行情况了解并及时纠正，涉事店员应向顾客当场道歉；
· 若事后顾客在大众点评因店员服务态度恶劣给予差评，店长应及时了解情况并对当事人进行教育处理。

环境投诉

· 若顾客对店内外环境提出异议（如店面上有污渍、店内外有垃圾等），店长应听取顾客的意见并当场解决；
· 不能当场解决且属合理意见须及时向上级汇报。

退换货流程

满足条件退货

· 顾客要求退回商品的发票 / 收银小票、商品品名、规格、批号、有效期等与本门店实际销售相符（并且在售出后的 24 小时内）；
· 退回商品有完整的包装，没有使用过的痕迹且外观质量合格等。

· 营业员或店长要耐心地向顾客解释，切忌与顾客发生争吵；
· 若顾客实在不理解，店长逐级上报并与顾客约期处理。

不满足退货条件

» 指标与目标

目标	2025 年度目标完成情况
客户投诉解决率	100%
客户投诉回应率	100%
客户满意度	100%

信息安全与隐私保护

第一医药始终将信息安全与客户隐私保护置于企业战略核心位置，遵循“安全第一、综合防范、预防为主、持续改进”原则，持续优化内部管理流程，全面提高信息安全风险抵御能力。

» 信息安全管理体系

第一医药严格遵循《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，参照 ISO 27001 信息安全管理体系标准及信息系统等级保护基本要求，持续完善《信息安全管理制度》等内部规范，明确信息安全工作的总体要求与职责分工，确保信息安全管理体系有效运行。

公司切实履行网络安全主体责任，成立数据安全小组，牵头落实公司信息安全管理工作，负责信息安全战略的规划与执行，确保对关键信息安全相关风险实施动态评估与有效管控。



硬件配置

服务器层面，核心系统配备 3 台数据库服务器、前台销售系统配置 6 台数据库，实现冗余配置。



软件配置

· 网络层面，采用双线路备份，确保链路高可用。
· 在软件合规方面，严格推进正版化软件运用，定期组织自查，对供应商软件实施合规检测，确保信息系统全生命周期安全可控。



网络安全防护

· 数据安全层面，实施每日全量备份与每月虚拟机备份，并每年开展两次数据库恢复演练及渗透测试，验证备份有效性与系统健壮性。
· 部署防火墙、实施安全策略与敏感端口封锁，强化防病毒防护，每年开展等级保护测评，并协同百联集团参与攻防演练，持续提升实战对抗能力。



突发事件处理

公司设置重大信息安全突发事件处置流程，对重大信息安全事件通报、上报、处置、跟进等关键节点规定并落实责任。

» 客户隐私保护

公司在收集客户信息时，明确告知客户数据采集及存储、使用范围等内容；如遇顾客不同意数据授权，立即停止相关数据的收集和使用。所有信息存储均实施加密保护，使用过程中不暴露明文，实现数据安全等级防控。报告期内，公司未发生任何客户隐私泄露事件。

信息登记
管理措施

- 公司在销售处方药时必须对消费者信息进行登记，包括患者姓名、联系方式、购买药品名称及规格、生产厂家、药品批号等，登记的内容要做到真实完整，确保处方药的销售安全、合规。
- 公司对收集到的慢病患者个人信息均要求必须严格保密，由专人保管，不得泄露、出售或非法向他人提供。

线上订单
隐私保护

- 针对通过“药到家”等线上平台购买产品的客户，公司为确保包装及发货过程中顾客隐私安全和用药安全，在每一个订单包装上都贴有“第一医药”的红色贴纸以确保商品完好，并对顾客姓名、电话等关键信息进行遮挡。

会员资料
隐私管理

- 公司建立会员体系并适用相应隐私政策，通过加密技术等合理可行的安全防护措施保护会员信息安全。
 - 对于会员所留存的个人资料，在未获会员同意之前，不对外透露会员姓名、地址、电子邮箱及其他依法受保护的个人信息。
- 会员可通过短信提示回复的方式退订公司给其发送的商业广告或商业性短信息。

» 培训与宣贯

公司定期开展信息安全与隐私保护专项培训，组织员工学习“百联集团保密警示 - 案例汇编”，强化全员保密意识与数据安全意识。通过常态化培训宣贯，将隐私保护理念内化于员工日常工作行为。

2025 年关键绩效

客户信息泄露事件	0 件
数据泄漏安全事故	0 件
客户信息泄露事件造成的损失	0 万元
数据安全客户隐私相关培训次数	1 次
数据安全与客户隐私保护相关培训人均培训时长	2 小时
数据安全客户隐私保护相关培训覆盖率	60%

| 创新驱动

» 数字化智慧制造

第一医药以“AI 赋能、数据驱动”为核心，全面推进数字化转型与智能化升级，在物流仓储智能化、门店终端数字化、业务系统协同化等领域取得显著成效，为企业高质量发展注入强劲动能。

智能物流中心建设

公司智慧物流中心于 2025 年内全面建成并投入运营，该物流中心作为支撑第一医药逾 200 家门店配送服务的核心枢纽，实现了从入库、存储到拣选、出库的全程自动化与信息化管理。核心智能化配置包括：35 台自动导引运输车 (AGV) 沿预设路线精准搬运货物、14 台高速货架穿梭车在立体库位间灵活升降存取、六个数字化拣选工作台实现人机高效协同。项目新增 AGV 独立智能化分拣、料箱搬运机器人、视觉复核 AI 识别系统等多项功能，有效降低物流费率、大幅提升配送精度和效率。



门店终端数字化创新

第一医药旗舰门店率先实现从传统药房向“一站式健康生活站”的转型，引入 AI 智能体检区、康复辅具体验中心等融合医疗服务新场景。在经营和办公场景中广泛应用数字化手段，包括 ERP 管理系统、线上交易管理平台、会员管理 CRM 系统、MMC 健康便利店、社群营销系统、数字化检测设备、手持商品管理终端、电子价签、医保互动屏、电子药柜等。

医保追溯码系统升级

引入视觉扫描工具、批量扫码设备等，开发与码上放心平台、医保系统等数据接口，实现各系统间追溯码的自动传输，大幅简化操作。同时，公司积极推进药品追溯码在医保端的应用，确保药品安全与合规经营。

会员慢病管理系统上线

2025 年公司持续推进优化会员慢病管理服务系统，目前已实现行业标签病种、消费行为、价值等级自动生成，全渠道精细化运营核心会员。报告期内，会员小程序累计建档超 110,000 人次，上线以来单月最高建档超 10,000 人次。2025 年 10 月，公司新注册《第一医药慢病管理系统 V1.0》软件著作权，进一步巩固数字化服务能力。



» 创新产业链协调

创新商业模式

· 由青年团队主导设计的“氛子药局”落子上海衡复风貌区，打造融合健康茶饮、微醺社交、药妆实验室等多个场景的复合型健康空间，贴合年轻人主动健康消费与情绪价值需求，力求实现品牌从“药品销售”向“健康服务”的转型升级。

· 公司整合供应商资源成立健康能量中心，共建房颤风险筛查专区、健康体重管理体验区、一站式伤痛疼痛中心管理新模式，为顾客提供前沿智能检测体验服务，构建“预防-治疗-康复”全周期健康生态。



中医板块转型

2025 年，第一医药着力推进中医药板块从传统零售向“医+药+养”融合转型，借助中医、AI 问诊等科技手段，探索中医药领域的第二增长曲线。公司下属泰一楠东中医门诊部已取得医保资质，有效提高中医馆核心竞争力。

资本驱动产业协同

公司参与设立上海创特私募基金合伙企业（有限合伙），首次实现以资本驱动生命健康产业发展，基金投资方向将重点关注与消费者生活结合度更高的功能性食品赛道（含特医食品、普通功能性食品等）。

» 知识产权

公司严格遵循《中华人民共和国商标法》等法律法规，制定《品牌管理办法》，进一步加强公司品牌管理，塑造良好品牌形象，提升品牌价值。该办法明确了品牌资产的权属界定、使用规范及保护机制，为知识产权工作提供制度保障。

公司将知识产权保护贯穿于品牌运营与创新活动全过程。在日常经营中，严格执行品牌授权使用规范，防止商标滥用及品牌价值稀释；对软件系统、数字化平台等技术成果及时申请著作权登记，筑牢技术壁垒；对供应商及合作伙伴的知识产权合规性进行必要审查，防范侵权风险。同时，公司秉持“杜绝假药、严防劣药”的质量方针，将知识产权保护与药品质量管理有机结合，确保经营活动中使用的商品及宣传物料不侵犯他人合法权益。

2025 年关键绩效

商标数量	50 件
实用新型专利授权数	0 件
外观设计类专利授权数	1 件
著作权数量	1 件

| 科技伦理

公司不属于从事生命科学、人工智能等科技伦理敏感领域的披露主体，不涉及此议题。

| 合作共赢

» 供应商管理

第一医药持续健全供应商管理制度体系，制定并实施《采购管理办法》等制度，为供应商规范化管理提供制度保障。

供应商数量	年度审查供应商数量	本地供应商数量
598 家	598 家	270 家

供应商调研

- 市场信息收集；
- 关注与公司经营、发展相关的供应商的信息及供应价格；
- 整理供应商调研及相关台账；
- 记录整理潜在或合格供应商的信息；
- 及时更新供应商的变更信息。

供应商筛选

- 供应商是否有合法的经营许可证和与规模相匹配的综合实力；
- 供应商是否已建立起质量体系并通过了验证；
- 供应商是否具有良好的信用和良好的售前、售后服务能力和服务意识；
- 供应商是否能够满足所需商品的供应；
- 供应商所供应的商品是否在质量、价格上占优。

供应商风险管理

- 能力，包括供应商的供应能力、财务能力、配送能力等；
- 质量，包括供应商提供商品质量的控制、质量稳定性、质量认证等；
- 价格，包括采购价格的稳定、采购的相对价格、付款条件等；
- 时间，包括供应商所提供商品的供应周期、订货周期、交货周期、交货时间等；
- 服务，包括供应商所提供的售前服务、售后服务、订单跟踪服务等；
- 其他，包括供应商的抗风险能力、人员的稳定性、安全方面的措施等。

供应商考核

- 按年度对已有供应商进行考核；
- 根据评分标准、收集的信息对供应商进行打分；
- 根据供应商汇总得分情况，确定各供应商等级；
- 合格的供应商录入《合格供应商名单》。

供应商激励

- 订单激励，对于表现优秀的供应商，可以通过加大订单的方式进行激励；
- 付款激励，对业绩好的供应商或者逐年上升的供应商给予更短的账期以及更优惠的支付方式；
- 商誉激励，对信守合同注重信誉的供应商给予大力宣传，赠送牌匾等方式给予激励。

供应商淘汰

- 连续两年考核最后末位的供应商；
- 目标市场较小、滞销、同类产品供应商销售排名最后的供应商；
- 在日常的商品购进中配合度差，产品可由另一供应商供应，且条件一样或优于该供应商。

供应商风险管理

为了保障在突发情况下的采购效率，强化应急保供能力建设布局，公司制订商品货源方面的《应急保供基本工作预案》。一是建立应急保供工作小组；二是建立防控商品清单，包括常备供应商品、应急物资商品、防控需求商品，并做好紧急采购预算，确定采购的合理性；三是对于防控的商品与供应商形成日常的分级管理机制，选择特别保供供应商。

» 经销商管理

在经销商管理方面，公司构建了高效、透明的加盟商管理体系，实现网点与配送增长的双赢。公司通过《特许经营合同》，明确加盟商经营条款及违约责任，合同签订前需缴纳履约保证金，强化合作约束力，定期评估经销商财务风险，调整信用额度，对长时间拖欠货款、违规的加盟商启动退出流程。截至 2025 年末，公司净增 11 家加盟店，加盟店总数达 50 家。

» 供应链安全

公司将 ESG 理念深度融入供应链管理，在《ESG 管理制度》中明确供应商、客户和合作伙伴权益保护，要求敦促客户和供应商遵守商业道德和社会公德，对拒不改进的供应商拒绝合作。在采购环节，公司与供应商签订《质量保证协议》，针对药品、医疗器械、食品、化妆品等不同品类分别明确质量要求，同时签订《廉洁协议》，确保阳光采购。

公司拥有自有仓储中心 2 万方以上，自建物流配送团队，确保供应链稳定可控。此外，公司积极引入 JBP 供应商，强化战略合作伙伴队伍建设，通过增强业务纽带与供应商伙伴形成紧密合作，共同促进业务健康、平稳及可持续发展。

» 行业交流

公司积极发挥链接中国与全球健康市场的纽带作用，持续引进国际优质健康资源。在第八届中国国际进口博览会上，第一医药与欧姆龙、诺和诺德等国际知名企业集中签约。参与欧姆龙“同心聚力‘零’汞未来”水银体温计环保回收公益行动，践行 ESG 承诺。与诺和诺德、薄荷健康共同打造沉浸式体验空间“轻盈小屋”，打通从供应链到共建生态的合作模式，为患者提供院外健康管理支持。此外，公司还与阿斯利康、雅培、拜耳、罗氏、礼来等国际知名医药健康企业达成初步采购合作意向，持续推动行业交流与合作，为构建健康产业生态圈贡献力量。

📌 案例：含汞体温计回收

第一医药作为医药零售企业代表参与欧姆龙“同心聚力‘零’汞未来”水银体温计环保回收公益行动启动仪式。接下来，第一医药将利用覆盖全市的网点优势，以万支含汞体温计回收行动为起点，主动回收、妥善处置废旧水银体温计。



📌 案例：诺和诺德拜访第一医药

诺和诺德一行参访上海市第一医药商店，参观 Touch-Care 健康能量中心健康体重管理体验区。



📌 案例：第一医药与康哲药业开启战略合作

第一医药与康哲药业战略联动，将进一步推动公司新质供应链发展，丰富区域原研药专店品类建设，延伸院外服务空间，让患者在上海一刻钟便民生活圈中购药更便捷、更安心，乐享美好健康生活。



» 平等对待中小企业

第一医药始终秉持公平公正的合作原则，平等对待包括中小企业在内的所有合作伙伴，及时支付中小企业供应商款项。报告期内，公司未发生逾期未支付给中小企业款项事件。

社会贡献

乡村振兴

公司深入贯彻落实国家乡村振兴战略，持续开展对口帮扶工作。报告期内，第一医药与云南省结对帮扶村保持紧密联系，每年捐赠 10 万元用于支持当地民生改善与产业发展。同时，公司积极参与上海市第五轮城乡帮扶行动，定点帮扶金山区山阳镇中兴村，通过“送清凉”慰问、节日关怀等形式，为困难群众送去温暖。

社区共建

第一医药将社区作为健康服务的“最后一公里”，依托遍布全市的门店网络，全年开展社区活动 1,706 场，以专业检测、健康讲座、医保政策宣传等形式，将健康服务送到居民家门口。服务内容涵盖量血压、测血糖、血氧检测、体重管理、骨密度检测、微量元素检测等多元化健康监测项目，每周 4-5 天常态化开展，每月举办一场公益讲座，累计服务居民超 2 万人次。通过常态化、系统化的社区服务，第一医药真正实现了“让健康管理触手可及”。

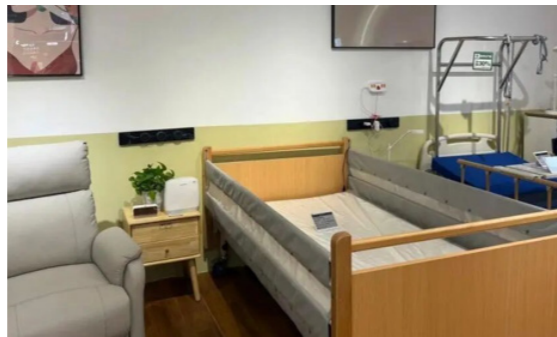
案例：为民服务小车

第一医药每月 20 日清晨在南京路为市民提供义务健康服务，已成为第一医药延续 40 多年的优良传统。



案例：适老化服务与“银龄客厅”

公司积极响应“银发经济”号召，与第一百货繁花里共同打造一站式银发体验场景。在门店三楼的“银龄健康生活体验空间”，老人们亲切称之为“自家客厅”。空间不仅提供舒氧、肺功能检测、房颤筛查等服务，还真实还原居家适老场景——从智能报警灯具到无障碍动线设计，让老人“看得见、摸得着、用得上”。



社会公益

公司高度重视志愿服务工作的常态化推进，第一医药“依嘉志愿服务队”积极参与社区帮扶、公开活动支援、公益宣传及弱势群体关爱等多领域志愿服务项目，以实际行动诠释企业担当。

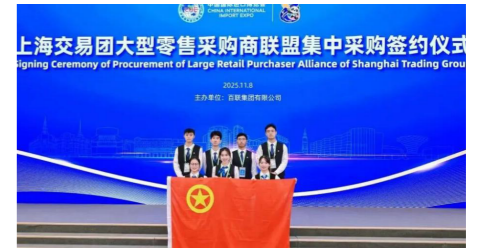
案例：

第一医药青年药师志愿者为社区居民服务，广泛提升药事服务覆盖深度、广度。



案例：

第一医药志愿者团队在第八届进博会上海交易团大型零售采购商联盟集中采购签约仪式上，全程坚守签约仪式，圆满完成签到引导、现场布置、礼仪接待、桌椅搬运等多项任务。



案例：

第一医药商店志愿者在黄浦志愿集市活动现场给市民和游客免费提供骨密度检测服务，并对检测结果的专业细致分析。



06

治理篇

- 公司治理
- 税务管理
- 党建引领
- 反商业贿赂及反贪腐
- 反不正当竞争

公司治理

“公司治理”四要素分析

» 治理

公司高度重视治理工作，严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律法规，全面落实中国证监会发布的其他上市公司治理相关的规范性文件要求。在此基础上，公司持续推进公司治理制度的完善工作，并对股东会、董事会、审计委员会等公司治理结构进行优化。在战略决策过程中综合考虑公司内外部环境、法律法规要求、利益相关方期望，明确治理目标，加强内部控制，推进信息披露透明度，强化与利益相关方沟通，并持续优化与创新。

公司构建相互制衡的治理结构，明确股东会、董事会和管理层的权责边界，形成决策科学、执行有力、监督有效的制衡机制，防止权力滥用，保障各方利益。



股东会

公司股东会作为公司最高权力机构，负责审议和批准公司的重大决策，并依法保障全体股东平等行使表决权、知情权与参与权，确保公司重大事项符合股东整体利益。

董事会

公司董事会作为核心决策主体，严格遵循《中华人民共和国公司法》《公司章程》及《董事会议事规则》开展运作，下设审计、薪酬与考核、提名、战略与 ESG 四个专业委员会，为其在重大战略、财务监督、人事聘任等方面的决策提供系统性专业支持，持续提升董事会决策的科学性与治理透明度。

01 董事会有效性评估

报告期内，公司完成了第十一届董事会换届选举，新一届董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，职工董事 1 名，形成多元互补的专业结构。2025 年 5 月，公司审议通过取消监事会并修订《公司章程》及相关制度的议案，原监事会职权由董事会审计委员会承接，有效精简了治理层级，强化了审计委员会的监督职能，提升了决策效率与监督效能。

01 董事会独立性与多元化

公司高度重视独立董事在公司治理中的关键作用，充分发挥其专业优势，持续提升治理水平。报告期内，各独立董事通过现场或通讯方式深度参与全年所有董事会会议，依托扎实的专业知识审慎审议各项议题，并结合公司实际与行业趋势提出专业意见与建议，为公司科学决策提供有力支撑。

公司致力于维护董事会的多元化，将相关人员的性别、年龄、教育专业、工作经历、文化背景等纳入筛选董事候选人的考量范围，目前，公司第十一届董事会 10 名成员中有女性 2 名，同时包含财务、管理、会计、法律等多种专业背景的成员，各董事能够依据自己独特的文化视角、社会经历、专业优势和实践经验为公司经营活动的决策提出合理的意见，协调合作、相互制约、取长补短，激发董事会创造力。

审计委员会

公司审计委员会有效承接监事会工作，切实履行监督职责。通过对公司财务报表、关联交易、内部控制及董事、高级管理人员履职情况开展持续审查，不断强化事中事后监督，健全风险防控机制，提升公司治理与合规管理水平，保障公司稳健运行。

管理层

公司管理层在董事会授权范围内全面负责公司日常经营，公司管理层包括总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监，均由董事会统一任免。全体高级管理人员恪守忠实与勤勉义务，严格执行董事会各项决策，持续推动公司规范运作与可持续发展。

3次 股东会召开次数	17项 股东会讨论审议事项数	11次 董事会召开次数	51项 董事会讨论审议事项数
4次 监事会（取消前）召开次数	10项 监事会（取消前）审议议题数	0次 三会审议议题未通过次数	

» 战略

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	对公司的财务影响	影响大小	影响时间范围	应对措施
董事会与决策治理风险	<ul style="list-style-type: none"> 若董事会成员构成不合理（如独立董事占比偏低、专业背景单一），可能削弱战略决策的科学性与监督机制的有效性。 缺乏科学的议事规则与决策程序，可能导致重大投融资决策出现失误或形成独断局面。 战略方向不清晰或频繁变动，加之缺乏有效的战略落地与评估体系，将制约企业长期稳健发展。 	营业成本增加 营业收入减少	高	短中期	<ul style="list-style-type: none"> 注重优化成员专业构成（涵盖战略、财务、技术等领域），确保独立董事占比与话语权 严格执行《董事会议事规则》，重大决策须经专业委员会前置研究，并强制开展可行性研究与外部专家评审，同时建立决策失误问责机制，保障决策科学民主与风险可控。
内部控制与合规风险	若内控体系存在缺陷或执行不到位，可能导致财务信息失真、资产安全受损及运营效率下降。同时，如未能及时、准确、完整履行信息披露义务，可能引致监管处罚与声誉折损。	营业成本增加	高	中期	通过完善内控制度、强化审计监督、规范信息披露及加强合规培训，系统防范财务失真与信披风险，筑牢企业合规根基。
政策机遇	领先 ESG 实践能提升在投资机构中的评级，吸引长期绿色资金。	营业收入增加	高	中长期	<ul style="list-style-type: none"> 将 ESG 理念嵌入公司运营过程中。 主动披露 ESG 相关报告、关注主流评级机构要求。

» 影响、风险与机遇管理

公司始终以健全的治理与内控合规体系为发展根基，通过持续优化管理架构与运行机制，有效应对风险挑战，将合规要求转化为治理效能，实现从被动防控向价值创造的跨越，以高水平治理锻造核心竞争力。

内控管理

公司根据企业内控制度建设规范的工作要求，持续加强内部控制体系建设，公司内部控制包括内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等要素，具体包括公司层面、业务流程层面和管理流程层面。报告期内，公司完成了《内控制度汇编》2025 版的更新编制及查阅目录；全年修订《房地产出租管理实施细则》《资金管理办法》《违规经营投资责任追究实施办法》《担保管理办法》4 个制度，新增《品牌管理办法》《法律意见书制作工作指引》等 9 个制度，全年年末内控制度总数 111 个。

公司层面	业务流程层面	管理流程层面
包括内部环境、风险评估、信息与沟通、内部监督等。	包括采购、销售（批发与零售）、存货等。	包括固定资产、资金、预算、人力资源、财务报告、成本费用、信息系统等。

风险管理

公司于年内制定并下发《2025 年防范化解经济领域重大风险及承接《风险问询函》核实确认工作方案》，明确风险组织架构、关键领域、风险量化指标及当年度线上填报方式。公司成立风险防控领导小组及工作小组，领导小组组长由党委书记和总经理共同担任，各分管副总任组员，工作小组为各职能部室负责人组成。通过组织体系的有效建立，增强风控保障。

公司建立了以“风险防控三道防线”为基础的风险管理体系，明确了风险防控组织体系的构成及各层级职责，对风险事项进行全面梳理、排查、跟踪、化解及处置。

第一道防线

业务部门应遵循“管业务必须管风险”的原则，参照公司 SBP 战略规划，聚焦公司经营发展、创新转型过程中所面临的风险，对潜在风险早预判早预防，对已露端倪风险早排查早化解，应估尽估风险敞口，切实开展风险应对预案及化解工作，并做好痕迹管理，各业务部门是公司风险防控的第一责任主体，承担日常风控第一道防线的职责。

第二道防线

各职能管理部门作为风险防控的第二道防线，负责归口管理并跟踪风险事项应对预案、举措的执行，以及后续处理情况，协力提升公司整体的风险预判、评估、防范、化解能力以及风险处置水平，防止风险传导、叠加、演变、升级，并稳妥化解风险。

第三道防线

公司纪律检查室及审计部负责在其职责范围内监督企业风险防控机制的建立及执行情况。



内部审计

内部审计作为内部控制框架的重要组成部分，是内部控制的再监督。公司开展了各类审计项目、管理调研等审计工作，重点突出关键环节和高风险环节的检查、整改。公司不断夯实审计作为风险防控第三道防线的作用，构建全方位监督体系，对审计发现的内、外部问题实行清单管理，动态跟踪，逐条销号。报告期内，公司共开展 8 个审计项目。

合规管理

第一医药始终坚持依法合规经营，构建系统化、多层次的合规管理体系。在制度层面，公司制定《合规管理制度》《合规手册》，明确安全管理、公平竞争、保护知识产权、数据安全及反舞弊等要求，确立“对标世界一流、全面覆盖、权责清晰”的合规管理目标。在组织架构上，公司坚持党委领导下的合规治理，董事会发挥战略决策作用，经理层强化执行落实，合规委员会统筹协调重点难点问题，下设合规工作小组推动体系建设。在运行机制上，公司建立合规审查“三道防线”：业务部门作为第一道防线承担主体责任，合规管理部门作为第二道防线牵头协调推进，纪律检查室与审计部作为第三道防线履行监督追责职责，形成权责清晰、协同联动的合规管理闭环，保障公司战略发展行稳致远。

4 次

规范治理、合规培训总次数

453 人

规范治理、合规培训总人数

» 指标与目标

目标	2025 年度目标完成情况
独立董事占比超 33%	✓
公司未因信息披露违法违规为受到监管部门处罚	✓



信息披露及投资者关系管理

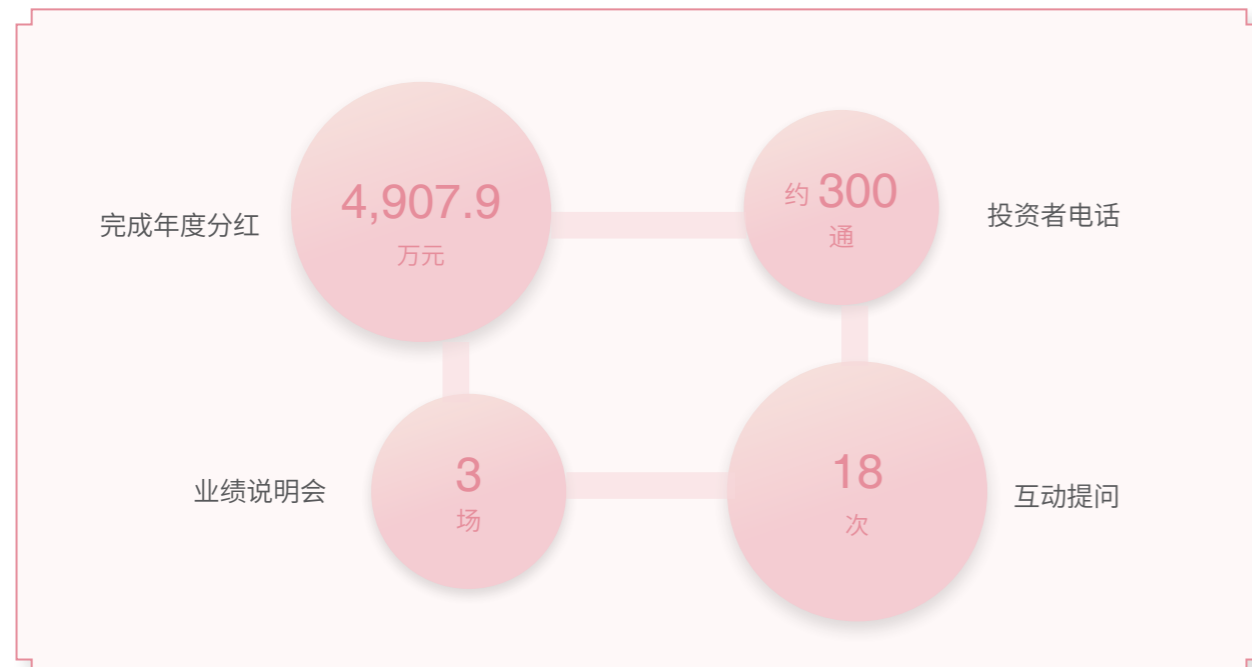
» 信息披露

公司严格按照法律法规和《公司章程》的规定，制定《信息披露事务管理制度》等内部信息披露管理制度，明确公司信息披露的范围、临时公告的审批程序等，真实、准确、完整、及时地披露有关信息，确保所有股东拥有平等获得信息的机会。



» 投资者关系管理

公司高度重视投资者关系管理工作，制定有《投资者关系管理制度》，秉承公开、公平的原则，以积极、主动的态度，开展投资者关系管理工作，保障投资者知情权等合法权益，确保大小投资者与中小股东的利益不遭受损害。



股东权益保护

为系统构建公平、透明的股东会议事环境，公司通过制度规范、程序公开与多维监督相结合的方式，确保股东会决议过程公正、结果公开。表决程序严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及交易所自律规则，并设置中小股东投票便利机制，切实维护全体股东特别是中小投资者的合法权益。

百联集团为公司控股股东，控股股东行为规范，公司与控股股东在人员、资产、财务、机构、业务等方面均完全独立。

薪酬管理

公司董事和高管薪酬由集团统一管理，中层管理人员薪酬结构分为年薪和中长期激励两部分。年薪包括基本年薪和绩效年薪，绩效年薪与年度经营业绩考核得分直接关联。

税务管理

公司严格遵守所在地适用的税收法律法规和规章制度，在主管税务机关确定的申报期限内，办理纳税申报或报送代扣代缴、代收代缴税款报表，递交纳税申报表，并按时缴纳各项税款。积极主动配合主管税务机关的各项培训和沟通，公司财务人员定期学习税务方面新出台的法律法规。

公司定期收集财务报表、税务申报表等相关数据和信息；根据以上相关信息识别是否存在税务风险并评估相关风险，并根据评估结果制定相应对策。公司持续开展税收风险自查工作，定期自检自查，做到风险可控。

公司大力开展各渠道业务，增加营业收入，增加了当地的税收；另外积极响应国家税务总局号召，将原来的税控系统全面升级为“全电化”，大大提升了开票效率。



党建引领

第一医药始终坚持以高质量党建引领企业高质量发展，将党的领导深度融入公司治理各环节，以坚实的党建工作成果荣获 2025 年“上证鹰·金质量”优秀党建奖。



案例:

2025 年 1 月, 公司党委组织开展新年第一次中心组学习 (扩大) 会暨 “南京路红色记忆行走党课”, 80 余名党员参加。党委书记张海波围绕四个方面对党员干部提出明确要求, 强调将自我革命内化为工作动力, 以实际行动践行党章要求。党员们在脚步丈量中感知信仰力量, 在思想交融中坚定奋进方向。



案例:

2025 年 7 月, 公司开展 “庆祝中国共产党成立 104 周年” 主题党日, 引导党员不忘初心、牢记使命。同期, 组织党员赴陈云纪念馆、中共四大纪念馆开展学习教育, 通过实地参观与专题学习, 将红色记忆转化为推动工作的思想动力。



反商业贿赂及反贪腐

管理体系建设

第一医药将反腐倡廉作为企业治理的重要基石, 构建起覆盖事前预防、事中监督、事后问责的全方位廉洁防线。公司以《合规管理制度》《合规手册》为核心, 系统构建反商业贿赂制度框架, 明确规定禁止任何形式的腐败、贿赂行为。2025 年, 公司组织签订《《领导班子成员 “一岗双责” 承诺 (责任清单) 》《党风廉洁责任书》《廉洁从业承诺书》, 覆盖党政班子成员、各党支部书记及中层干部、关键岗位人员。

公司构建 “四责协同” 治理格局, 制定《全面从严治党责任清单》, 明确党委主体责任、党委书记第一责任、班子成员 “一岗双责” 和纪委监督责任, 层层压实管党治党责任。在监督机制上, 建立 “纪委 + 职能部门” 监督协作机制, 与审计、财务、人力资源等部门联合开展专项检查, 构建协同联动的大监督格局。同时, 创新建立 “廉洁风险分级监督” 体系, 以 “四色图” 分层分类开展廉洁与警示教育, 实现业务管理岗 100% 全覆盖。

廉洁管理措施

公司持续紧盯重点岗位、关键环节, 深化医药购销领域集中整治成果, 巩固监管力度。建立常态化沟通调研机制, 深化 “书记有约” 党建品牌, 设立 “高管信箱”, 并在办公区域张贴 “码上巡视” 二维码, 主动接受群众监督。深入开展群众身边不正之风和腐败问题专项整治, 推动相关部门跟进完善共性问题整改, 切实维护群众利益。

公司高度重视廉洁意识培育, 通过多元形式强化全员纪律观念。2025 年, 公司组织新任关键岗位集体廉洁谈话 3 场, 覆盖 40 人, 并签署《自觉抵制违规吃喝承诺书》。充分利用 OA、微信公众号、电子宣传屏等载体, 推送学习材料 60 篇, 播放廉洁教育小视频 53 部。

2025 年关键绩效

管理层参与反商业贿赂及反贪污培训比例

100%

管理层参与反商业贿赂及反贪污培训总人数

33

人

董事参与反商业贿赂及反贪污培训比例

100%

董事参与反商业贿赂及反贪污培训总人数

9

人

员工参与反商业贿赂及反贪污培训总人数

100

人

员工参与反商业贿赂及反贪污培训比例

17%

反不正当竞争

第一医药始终秉持公平竞争的市场原则，严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规，通过制度建设、合规培训与员工行为规范，构建系统化的反不正当竞争管理体系。

公司制定并发放《合规手册》，明确载明公司反对垄断与不正当竞争的坚定立场。手册中系统规范了员工参与市场竞争的行为准则：不得从事任何可能致使客户产生误解的混淆行为，发现他人冒用公司标识时及时反映；不得捏造、散布虚假信息损害竞争对手商誉；不得与任何其他公司达成限制竞争的协议，包括对供应商、客户、市场区域进行分割；参与行业协会活动时，避免讨论价格、成本、促销、未来战略等敏感信息；确保在并购磋商中合法合规，禁止与竞争对手商谈影响政府行为的合作；严格保守商业秘密，杜绝侵犯他人商业秘密的行为。

报告期内，公司围绕《中华人民共和国药品管理法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《医药企业防范商业贿赂风险合规指引》等法律文件，组织开展反商业贿赂与公平竞争专题培训，系统讲解不正当竞争行为的定义、表现形式及防范措施。通过培训强化全员合规意识，引导员工在日常经营中以自愿、平等、公平、诚实信用原则及公认的商业道德参与市场竞争。公司组织重要部门及关键岗位人员签订员工合规承诺书，将公平竞争要求内化于员工履职行为。

0 万元

报告期内因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额

0 件

未决或已完成的关于不正当竞争行为且已被确定为参与者的法律诉讼数

案例：

报告期内，公司围绕《中华人民共和国药品管理法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《医药企业防范商业贿赂风险合规指引》等法律文件，组织开展反商业贿赂与公平竞争专题培训，系统讲解不正当竞争行为的定义、表现形式及防范措施。通过培训强化全员合规意识，引导员工在日常经营中以自愿、平等、公平、诚实信用原则及公认的商业道德参与市场竞争。公司组织重要部门及关键岗位人员签订员工合规承诺书，将公平竞争要求内化于员工履职行为。



关键绩效表

维度	指标名称	单位	2025 年
环境绩效	直接温室气体排放量（范围一）	吨二氧化碳当量	125.35
	间接温室气体排放量（范围二）	吨二氧化碳当量	3,114.34
	碳排放总量	吨二氧化碳当量	3,239.69
	温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 百万元营收	1.52
	办公用水量	吨	1,727
	办公用纸量	张	394,000
	办公用电量	千瓦时	252,272.02
	门店用电量	千瓦时	5,617,195.60
	汽油消耗量	吨	41.20
社会绩效	新增员工人数	人	34
	新增应届生数量	人	4
	新增本地员工比例	%	47.06
	员工总数	人	818
	男性员工数量	人	284
	女性员工数量	人	534
	30 岁及以下员工数量	人	129
	30 岁至 40 岁员工数量	人	342
	40 岁以上员工数量	人	347
	高中以下学历员工数量	人	15
	高中及中专学历员工数量	人	152
	本科及大专学历员工数量	人	630
	硕士及以上学历员工数量	人	21
	销售人员	人	434
财务人员	人	17	

维度	指标名称	单位	2025 年
社会绩效	技术人员	人	176
	行政人员	人	118
	物流人员	人	73
	女性管理者比例	%	47.22
	少数民族员工比例	%	1.10
	员工流失率	%	8.09
	社会保险覆盖率	%	100
	员工体检覆盖率	%	100
	员工培训总投入金额	万元	41.86
	员工培训总时数	小时	47,477
	员工培训覆盖率	%	100
	安全培训总场次	场	56
	安全培训总人次	人	2,707
	安全演练参与总人次	人	185
	安全演练总场次	场	6
	公司保障安全生产为目的的资金总投入	万元	396.56
	安全生产事故数	件	0
	员工工伤事故亡故人数	人	0
	员工工伤事故伤害频率	%	0.15
	员工工伤事故伤害严重率	%	0.02
	员工因伤损失的工作日数	天	73
安全隐患排查与整治数	件	546	
新增职业病人数	人	0	

维度	指标名称	单位	2025 年
	员工工伤保险覆盖率	%	100
	员工安全生产责任险投入金额	万元	40.71
	员工工伤保险投入金额	万元	30.05
	员工体检覆盖率	%	100
	客户投诉解决率	%	100
	客户投诉回应率	%	100
	客户满意度	%	100
	客户信息泄露事件	件	0
	数据泄漏安全事故	件	0
	客户信息泄露事件造成的损失	万元	0
	数据安全客户隐私相关培训次数	次	1
	数据安全与客户隐私保护相关培训人均培训时长	小时	2
	数据安全客户隐私保护相关培训覆盖率	%	60
	会员小程序累计建档	人	110,000+
	商标数量	件	50
	实用新型专利授权数	件	0
	外观设计类专利授权数	件	1
	著作权数量	件	1
	供应商数量	家	598
	年度审查供应商数量	家	598
	本地供应商数量	家	270
加盟商总数	家	50	
开展社区活动	场	1,706	

维度	指标名称	单位	2025 年
治理绩效	股东会召开次数	次	3
	股东会讨论审议事项数	项	17
	董事会召开次数	次	11
	董事会讨论审议事项数	项	51
	监事会（取消前）召开次数	次	4
	监事会（取消前）审议议题数	项	10
	三会审议议题未通过次数	次	0
	规范治理、合规培训总次数	次	4
	规范治理、合规培训总人数	人	453
	披露定期报告数量	份	4
	披露临时公告	份	52
	因信息披露遭受的处罚数量	次	0
	完成年度分红	万元	4,907.9
	互动提问	次	18
	业绩说明会次数	次	3
	接听投资者热线电话次数	次	约 300
	全年审计项目数	项	8
	年度纳税金额	万元	5,481.88
	员工参与反商业贿赂及反贪污培训总比例	%	17
	董事参与反商业贿赂及反贪污培训比例	%	100
	管理层参与反商业贿赂及反贪污培训比例	%	100
	报告期内因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元	0
	未决或已完成的关于不正当竞争行为且已被确定为参与者的法律诉讼数	件	0

对标索引表

目录	《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告》
关于本报告	第六条
董事长致辞	\
走进第一医药	\
议题重要性评估	第五条
公司 ESG 治理安排	第十一条、第十二条
应对气候变化	第二十一条、第二十二条、第二十三条、第二十四条、第二十五条、第二十六条、第二十七条、第二十八条
环境合规管理	第三十三条
污染物及废弃物排放	第三十条、第三十一条
能源资源利用	第三十四条、第三十五条、第三十六条
绿色运营与循环经济	第三十七条
生态系统与生物多样性	第三十二条
员工权益	第四十九条、第五十条
产品和服务安全与质量	第四十七条
信息安全与隐私保护	第四十八条
创新驱动	第四十一条、第四十二条
科技伦理	第四十三条
合作共赢	第四十五条、第四十六条
社会贡献	第三十八条、第三十九条、第四十条
公司治理	第五十一条
税务管理	\
党建引领	\
反商业贿赂及反贪腐	第五十五条
反不正当竞争	第五十六条
关键绩效表	\
对标索引表	\

