



亚宝药业

2025 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 2025 年度企业社会责任报告。本报告详细记录了亚宝药业 2025 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

2025 年 1 月 1 日至 2025 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。

数据来源及可靠性保证

本报告数据来源于企业 2025 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	04
二、年度大事记	07
三、关于亚宝	11
(一) 公司简介	11
(二) 公司组织机构	12
(三) 公司发展战略	13
(四) 公司文化	13
(五) 荣誉奖项	24
四、公司治理	25
(一) 规范运作	25
(二) 信息披露	26
(三) 投资者关系	26
(四) 内部审计	27
(五) 法律风险防控	28
(六) 股东回报	29
五、经营篇：诚信经营，稳步发展	30
(一) 严控质量，生产放心产品	31
(二) 专注研发，提升创新能力	34
(三) 终端引领，畅通销售渠道	37
六、环境篇：环保优先，绿色发展	38
(一) 职业健康	39
(二) 环保管理	39

(三)安全管理	39
(四)能源管理	41
(五)设备技改	41
(六)园区绿化	41
七、社会篇：承担责任，回馈社会	42
(一)践行公益慈善	42
(二)保障员工权益	43
(三)实现合作共赢	47
八、展望 2026	52



回首 2025，面对市场环境“乱云飞渡”的复杂变幻，亚宝这艘航船既有“潮平两岸阔”的从容定力，也有“百舸争流、奋楫者先”的进取锐气，更凝聚了“人心齐、泰山移”的磅礴力量。大舸中流下，青山两岸移。全体亚宝人血脉相连、同心协力，在全面创新转型的征程上锚定目标、破浪前行，用实干书写了稳中有进、质效双升的年度答卷。

2025 年，是信念如磐、笃行实干的一年，我们的脚步走得坚毅有力。我们深入学习贯彻党的二十大、二十届四中全会精神，变革创新、做大做强。在庆祝建党 104 周年的荣光中汲取奋进力量。集中组织员工观看九三阅兵，铭记历史初心、勇担时代使命。

2025 年，是创新破局、动能澎湃的一年，我们昂扬奋进兼具果敢。这一年，研发捷报频传，交出了一份更具“含金量”和韧性的创新答卷。

创新药研发斩获新突破：1 个生物 1 类创新药获新适应症临床批件；近 10 年首个中药 1.1 类新药及 2.2 类改良型新药，获准进入 III 期临床试验，填补领域空白。我们喜获盐酸普萘洛尔片、西格列汀二甲双胍缓释片等 3 个药品生产批件，丰富产品矩阵。特医食品领域，亚宝首个儿童特殊医学用途全营养配方食品“小唯源素”和公司唯一一款短肽配方的水解乳清和水解酪蛋白粉“唯源金泰”双双获批，为健康赋能。儿童清咽解热口服液获国家中药二级保护，创新动能全面迸发。

2025 年，是守正提质、勇立潮头的一年，我们聚焦质量与效率双核心，全面升级质量管理体系，以技术赋能生产、品质筑牢根基，精耕细作生产全流程，实现生产效率与产品质量同步跃升。全体营销将士在变局中寻新机、开新局，敏锐洞察市场、捕捉商机。丁桂儿童药-丁桂儿脐贴稳居儿童外用止泻品类第一品牌，是千万家庭的信赖之选。亚宝成人药-甲钴胺片销量大幅增长，夯实慢病板块核心竞争力。原料药核心产品硫酸双胍屈嗪、普罗雌烯等产品实现国内客户全覆盖，彰显竞争优势。我们以“杭州速度”布局兴趣电商，精准有效的投放实现用户规模与销售额双向增长。深耕 B2C/O2O 领域，联动头部平台打造儿童健康科普新场景，以高用户黏性赋能业务增长，以高粘性服务激活增长潜力。

2025 年，是扬帆出海、步履铿锵的一年，我们跋山涉水一往无前。乘国际化浪潮而上，加速开拓海外市场。原料药国际业务蒸蒸日上，销售额和贸易额再攀新高。抗肿瘤药物甲苯磺酸索拉非尼片成功获得埃及上市批准，此举不仅是开拓中东、非洲市场的里程碑，加速了亚

宝国际化进程，更标志着集团国际化进程迈入新阶段。

大道如砥，行而不辍。我们向中国光彩事业基金会捐赠 50 万余元物资，驰援西藏抗震救灾。向芮城县“亚宝·龙腾未来”奖学金捐款 50 万元，助力教育事业的发展。荣誉与肯定亦接踵而至：公司获评“全国工业和信息化系统先进集体”，“亚宝”品牌入选首批山西消费名品，荣登 2024 中国医药市场药企排行百强榜单，丁桂儿脐贴入选“2025 年中国非处方药儿科大单品中成药”榜单。我本人也获得“工业擎炬手”荣誉……所有成绩的取得离不开每一个亚宝人的坚守与拼搏、智慧与汗水，是你们的日夜奋战，让企业发展的梦想照进现实；是你们的同心聚力，让亚宝的未来更具底气。

大盘取厚势，落子开新局。2026 年，是亚宝“十五五”战略开局之年。我们将持续拥抱创新、深化 AI 赋能，让智能技术贯穿研发、生产、营销、服务全链条，打造数字化、智能化医药健康生态。胸怀凌云志，关山更峥嵘。面向新征程，我们要聚焦做精儿童药产品，做大成人药产品双主线，以专科领先、全周期服务、数字化驱动为核心抓手，构建差异化竞争优势，在更大的舞台展现中国制药企业的崛起与力量！

年度大事记



1月9日，亚宝药业向中国光彩事业基金会捐赠价值50余万元物资，驰援西藏日喀则抗震救灾。

1月10日，亚宝药业在芮城工业园举办2024年退休职工座谈会。

1月14日，亚宝药业在芮城工业园举办2024年度困难职工春节慰问活动，为21名困难职工发放2.1万元慰问金。

1月17日，唯源金泰®特殊医学用途蛋白质组件配方食品获得特殊医学用途配方食品注册证书。

1月19日，亚宝药业2024年总结暨2025年工作部署大会在芮城县会展中心举行。

1月24日，亚宝药业原料药中心三分公司原料药甲苯磺酸索拉非尼以零缺陷通过FDA现场检查。

2月18日，时任芮城县委副书记、县长余敏一行到亚宝药业北京药物研究院调研。

3月28日，亚宝药业荣登2024中国医药市场药企排行榜（中药）百强榜单，位列第90名。

4月24日，唯源素®特殊医学用途全营养配方食品延续注册成功获批。

4月26日，“亚宝”、“丁桂”品牌荣获“我喜爱的山西商标品牌”银

奖。

4月27日，亚宝药业股份有限公司荣获重磅荣誉“全国工业和信息化系统先进集体”称号。

4月28日，儿童清咽解热口服液获得国家中药二级保护。

5月10日，亚宝药业以31.84亿元的品牌价值上榜“2025中国品牌价值评价信息”医药健康领域第24位。

6月，丁桂品牌的微博官方账号@丁桂儿童药，连续四个月荣获微博平台“品牌大咖”称号。

6月20日，亚宝药业第五届四次职工代表大会在风陵渡召开。

6月24日，共青团运城市委副书记、市少工委主任李增乐一行深入亚宝药业芮城工业园调研。

6月30日，山西医科大学药学院20余名师生在副院长梁泰刚、副书记童玲的带领下，走进亚宝药业风陵渡工业园和芮城工业园参观交流。

7月1日，亚宝药业党委组织召开“庆祝中国共产党成立104周年”主题党日活动。

7月3日，运城学院组织40余名大学生到亚宝药业芮城工业园开展暑期“三下乡”社会实践活动。

7月12日，亚宝药业2025年校招大学生“启航计划”集训营开班。

7月17日，中宣部“活力中国调研行”记者走进亚宝药业，深入探访亚宝药业科技创新成果，全方位报道亚宝高质量发展活力。

7月12日，举办了为期四天三晚的“2025 桂宝总动员”亲子奇遇之旅活动。

7月22日，运城市副市长张锐一行到亚宝药业一分公司调研食品安全、安全生产情况。

7月，由芮城县委组织部、县委社会工作部主办的党建品牌现场观摩会在亚宝药业芮城工业园举办。

8月4日，亚宝药业与山西省中医药研究院签署柴苓宁神颗粒临床批件转让协议。

8月14日，亚宝药业与县教育体育局共同举办2025年“亚宝·龙腾未来”奖学金颁奖仪式。

8月18日，亚宝药业“丁桂”品牌荣登“2025 健康中国·品牌榜”。

8月22日，亚宝药业2025年“金秋助学”活动在芮城工业园举办，为2025年考上大学的17名家庭困难的亚宝员工子弟发放3.4万元助学金，为51名考入本科的亚宝子弟每人发放一套行李箱。

8月28日，亚宝药业党委书记许振江荣获“山西省助残先进个人”。

9月，亚宝药业抗肿瘤药物甲苯磺酸索拉非尼片埃及获批上市，加速“出海”布局。

9月，由亚宝药业赞助支持的《青春似火——八路军学兵队历史回顾展》入选国家级推介名单，被中央宣传部、国家网信办、国家文物局联合评为“纪念抗日战争胜利优秀展览”。

9月26日，亚宝药业荣膺“2025 新时代讲好医药故事优秀案例”奖项。

10月9日，亚宝药业营销中心第七届运动会在芮城体育场举行。

10月24日，亚宝药业“丁桂”儿童药品牌蝉联“媒企合作案例·2025 年度整合营销金案”、“广告主案例·2025 年度数字营销金案”两大奖项。

11月9日-11日，亚宝药业荣获 2024-2025 年度医药行业信息统计“医药工业营业收入百家企业”、“医药行业自主创新前五十家企业”、“健康产业创新驱动企业”、“医药行业守法诚信企业”奖项。山西亚宝医药经销有限公司荣获“民营医药商业百家企业”奖项。亚宝药业新疆红花发展有限公司荣获“优秀道地中药材种植（养殖）示范基地”。

11月13日，亚宝药业首个儿科特殊医学用途全营养配方食品小唯源素®获批。

11月23日，亚宝药业董事长任武贤在第19届成长型医药企业发展大会中被授予“工业擎炬手”称号。

11月24日，亚宝药业荣登“2025 年度中国非处方药生产企业综合统计排名”榜单第58位，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 3 名，丁桂儿脐贴入选“2025 年度中国非处方药儿科大单品中成药”榜单。

12 月 1 日，“亚宝”品牌入选首批山西消费名品名单。

12 月 25 日，北京亚宝与科兴制药合作的索拉非尼片首批产品正式启运，发往埃及和秘鲁。

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）。

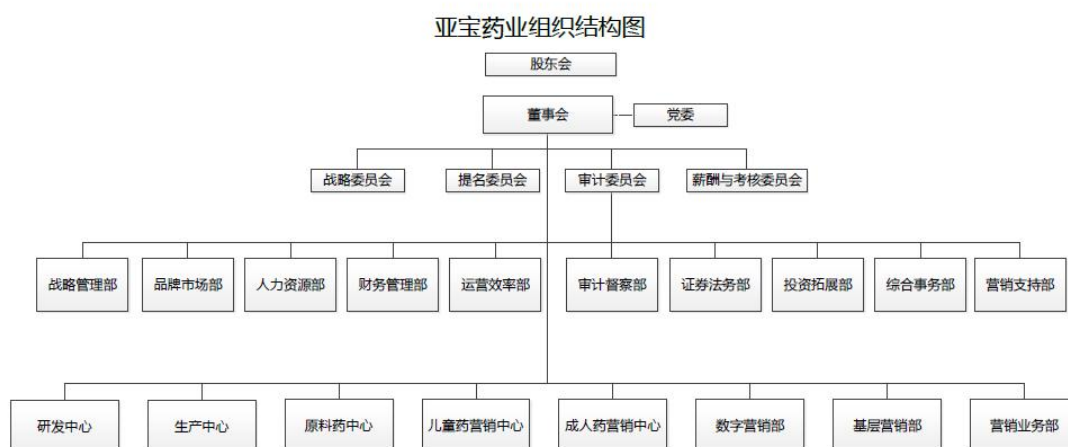
亚宝药业坚持“儿科第一，成人药补充，投资&创新”战略，以临床需求为导向，以国际化为引领，以人才和技术为驱动力，聚焦儿科，在创新药、高技术仿制药、中药以及大健康产品等领域全面布局，搭建了国家级企业技术中心、博士后科研工作站、院士工作站。拥有授权专利、注册商标、著作权等知识产权 1000 余项。

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 8 大生产基地、3 大研究基地。其中，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，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。以丁桂品牌为统领的丁桂儿童药，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。丁桂品牌以公司三大儿科战略产品丁桂儿脐贴、薏芽健脾凝胶、儿童清咽解热口服液为核心，并将丁桂品牌从儿童腹泻品类，拓展到儿童消化、呼吸、补益等多个品类，构筑起强大的儿科产品阵营，守护儿童健康，护佑儿童未来。

亚宝药业连续 11 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”等奖项。

（二）公司组织机构



备注：GMP、GSP、EHS、GVP体系相关职能部门设置在相关中心。

（三）公司发展战略

2025年，公司战略方针为“儿科第一、成人药补充、投资&创新”。

（四）公司文化

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。

【经营价值观】 以消费者为中心，以奋斗者为本，
以数据为核心，长期坚持艰苦奋斗

企业的经营价值观，是指导各项研发、生产、营销、后勤等经营工作的指导原则，决定了企业战略落地的质量和效率。在经营层面，集团各部门、各公司要从营造文化氛围、强化认同、弥补漏洞入手，在制定政策的过程中，结合企业经营价值观分配优势资源，建立利益协同机制，聚焦重点业务进行快速突破，助推公司经营目标实现。

具体而言，以消费者为中心是公司战略目标的出发点和落脚点；以数据为核心是服务消费者的载体；以奋斗者为本是为消费者创造价值的活力源泉，是保持以消费者为中心的内在动力；长期坚持艰苦奋斗是企业文化生生不息的内在机制。

【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】“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。

文化建设方面，2025年立足集团现有文化宣传官队伍体系（规模60—70人），持续强化赋能建设，不断激发队伍活力，夯实文化传播根基。全年组织开展文化宣传官会议1次，评选出多位优秀稿件文化宣传官和优秀视频文化宣传官，并进行表彰，分享优秀创作经验，更好地传递亚宝声音。全年召开文化宣传官系统培训2次，着力提升业务技能，激励团队讲好亚宝故事。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”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，由企业发展的各时期重要事件的“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。全年完成10期百人访谈系列视频播出和展示。通过一系列举措，切实提升队伍的文化传播能力与传播效能，推动企业文化在基层落地生根。

为宣贯企业战略方针，打造学习型组织，公司开设亚宝讲堂直

播栏目，公司董事长、总裁率先垂范，携集团高层领导组建起一支亚宝讲师团队，集团管理者带头响应，每周通过企业微信向全体员工直播授课，分享宝贵管理经验，传播企业文化。作为公司文化建设的核心平台，2025年，亚宝讲堂共举办了43期直播课程，内容涵盖项目管理、营销、生产、研发等领域，推广多个优秀战术，助力员工专业技能提升。值得一提的是，公司在亚宝讲堂上还开设百人访谈月播剧栏目，组织集团和各分子公司员工进行观看，汲取奋斗精神，激励一代代亚宝人担当作为，更加积极地投身企业发展。

同时，为更好地鼓励学员创先争优，公司制定了《亚宝讲堂积分运行方案》，从讲课、听课、互动等多个维度进行激励，讲师和学员根据制度进行积分PK。2025年全年共计开展2次学分统计，分别评比出最佳讲师奖、最佳主播、学员一等奖、二等奖、三等奖和好学奖。通过创新学习形式，在企业内部营造爱学习、善学习的浓厚氛围。目前亚宝讲堂已成为公司思想交流和观点碰撞的平台，是亚宝人萃取优秀经验、提升专业作战能力，迎接新变化、新挑战的学习园地。

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，公司逐渐搭建并完善了官方网站、“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 92 期。内刊开设“亚宝创新进行时”、“丁桂儿童药”、“魅力亚宝人”、“龙腾未来”等多个特色专栏，构建起亚宝内部文化平台的立体化矩阵，既服务于战略落地与业务赋能，又充分体现了企业在社会责任履行方面的主动作为，成为推动企业文化走深走实、内外兼修的重要抓手。其中，“亚宝创新进行时”专栏，精准锚定管理创新、研发创新、生产创新、营销模式创新和资本模式创新五大核心领域，设立专项激励基金和多元化激励举措，营造创新的浓厚氛围。“丁桂儿童药”专栏，结合企业“儿科第一”战略主题进行深入报道，传递品牌温度与专业实力，强化企业“护佑儿童健康”的社会责任形象。“魅力亚宝人”专栏，聚焦企业发展过程中涌现出的先进人物与感人事迹，涵盖从基层一线到管理骨干的多元群体，通过真实记录员工在岗位上的拼搏故事、成长经历及对企业文化的践行，打造有温度、有深度的“身边榜样”。“龙腾未来”专栏，以“履行社会责任，助力教育事业”为宗旨，设立专项奖学金表彰优秀学子，并刊登学生及家长的获奖感悟，真实记录教育帮扶的温暖瞬间。刊物印刷后赠送给获奖学生及其家庭，使企业关怀直达人心。这一做法不仅激励学子成长成才，也向社会传递出亚宝“取之于社会、用之于社会”的责任理念。“绿动亚宝”专栏，聚焦绿色发展理念，生动报道了企业在节能减排、绿色生产、资源循环利用等方面的具体举措与成效，生动呈现绿色发展与企业经营深度融合的实践路径。

（2）亚宝官方网站：作为一家深耕健康领域、以消费者需求为中心的医药健康企业，亚宝药业始终秉承“儿科第一，成人药补充，

投资&创新”的战略，致力于为每一个家庭提供全生命周期的健康服务。围绕这一战略，公司将旗下 300 余种产品科学划分为儿童药、成人药、大健康、特医食品、原料药等多元矩阵，精准覆盖从预防、治疗到康复的每个环节。公司官网以产品与服务为核心，系统呈现企业战略、文化内涵及品牌形象，打造一个透明、及时、有温度的信息窗口。无论是内外部伙伴，还是广大的消费者，都能在这里清晰获取准确、有价值的健康资讯。

(3) “两微”、“抖快”新媒体平台：为保障信息传递的及时性与服务温度，公司在“两微”（微信、微博）及“抖快”（抖音、快手）等主流新媒体平台建立了专业运营机制。通过专人负责与精细化管理，第一时间响应公众关切，打造便捷、高效的线上资讯服务体系。在微信公众平台，公司围绕用户个性化需求，精心设置了“亚宝官网”、“走进亚宝”、“加入亚宝”等多元栏目，让消费者能够按需探索，深入了解企业动态与文化内涵。在抖音、快手及微信视频号等短视频阵地，以受众喜闻乐见的创意短片形式，生动记录企业故事，传递积极向上的社会正能量。其中《亚宝药业：聚焦研发与转化，提升生产和商业化能力》短视频，在视频号上点击量达 7 万，不仅展现了企业在科技创新上的深厚积淀，也让更多用户感受到了亚宝不断突破、服务健康的品牌力量。

（五）荣誉奖项

全国工业和信息化先进集体 国家工业和信息化部	国家人力资源和社会保障部
农业产业化国家重点龙头企业	农业农村部 国家发展改革委
2024 中国医药市场药企排行百强榜单	MDS 医药营销大数据峰会
2025 中国品牌价值评价信息医药健康领域第 24 位 促进会	中国品牌建设促进会
2025 新时代讲好医药故事优秀案例	中国医药新闻信息协会
2024-2025 年度医药工业营业收入百家企业	全国工商联医药业商会
2024-2025 年度医药行业自主创新前五十家企业	全国工商联医药业商会
2024-2025 年度健康产业创新驱动企业	全国工商联医药业商会
2024-2025 年度医药行业守法诚信企业	全国工商联医药业商会
2025 中国非处方药生产企业综合统计排名榜单第 58 位	中国非处方药物协会

公司治理



（一）规范运作

公司严格按照《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》《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、规章制度以及《公司章程》的要求，持续规范公司治理结构，不断完善内部控制体系，提升规范运作水平，切实维护公司及全体股东的合法权益。

2025年5月，根据新修订的《公司法》及《上市公司章程指引》的规定，公司不再设置监事会，其法定职权由董事会审计委员会行使。结合取消监事会及报告期内回购股份注销导致注册资本减少的实际情况，公司对《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事管理办法》《内部审计制度》等核心治理制度进行了全面修订/制定，明确了股东会、董事会、审计委员会等机构的职责边界，系统性推进现代化上市公司治理体系建设。

目前，公司已形成由股东会、董事会及经理层组成的公司治理结构。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，分别在风险防控体系建设、人才梯队培养、绩效考核及战略规划实施等方面充分发挥专业效能。2025年，公司共召开股东会1次，董事会5次，监事会1次，审计委员会6次，薪酬与考核委员会1次，会议的

召集、召开及表决程序均严格遵循公司相关制度规定。报告期内，公司董事、监事（任期内）及高级管理人员恪尽职守，以专业素养保障公司治理体系规范高效运行。

（二）信息披露

2025年，公司严格遵照《上市公司信息披露管理办法》及《上海证券交易所股票上市规则》等相关要求，持续强化信息披露管理体系建设。报告期内，公司结合监管新规及业务实际，对《信息披露制度》进行了修订，进一步优化了从信息搜集、传递、审核到发布的全流程管理机制，明确了各部门及关键岗位在信息披露中的职责边界，确保公司信息披露工作高质量完成。

公司始终恪守“公开、公平、公正”的核心原则，以提升企业信息透明度为导向，确保定期报告及重大事项临时公告的披露真实、准确、完整、及时，简明清晰、通俗易懂，坚决杜绝虚假记载、误导性陈述及重大信息遗漏现象。报告期内，公司高质量编制并披露了《2024年年度报告》《2025年第一季度报告》《2025年半年度报告》《2025年第三季度报告》4份定期报告，以及84份其他各类临时公告及公告文件，有效维护了投资者的合法权益。

（三）投资者关系

公司始终将投资者关系管理作为提升治理水平、实现价值传递的重要基石，致力于构建多层次、全方位的投资者互动体系。公司

不断健全投资者交流平台，切实保障各类投资者的合法权益，着力提升投资者对企业的认知度与认同度，实现公司信息与价值在资本市场的有效传播，持续巩固公开透明、合规运作的上市公司形象。

公司着力打造立体化投资者关系管理体系。日常工作中，公司持续拓展多元化沟通渠道，依托上海证券交易所E互动平台、投资者热线、电子邮件及官方网站投资者关系专栏等，搭建起覆盖全面、响应及时的互动平台，确保所有投资者、分析师及媒体记者能够在同等条件下公平获取信息，实现与投资者的零距离沟通。定期报告披露后，公司借助上交所权威平台，以业绩解读视频结合线上问答的形式高质量召开业绩说明会，为中小投资者搭建与管理层直接对话的桥梁。同时，在定期报告发布或重大事项发生时，公司及时组织现场及网络股东会，积极引导中小投资者参与表决，提升其治理参与度。

2025年，公司共举办4次网上业绩说明会，组织或参与机构投资者调研、投资者交流会30余场，开展中小投资者交流78次，累计交流人数超200人次。通过多元化的互动场景与透明高效的信息披露机制，公司与投资者保持紧密沟通，及时收集反馈中小投资者的诉求，有效传递公司经营动态与长期价值。

（四）内部审计

2025年，公司坚持以风险为导向，深化内部审计监督，在保障资产安全、提升运营效率、强化合规治理方面取得了显著成效。

在内部控制优化方面，依据《企业内部控制基本规范》及集团内控手册，开展全面的穿行测试与控制测试，覆盖财务报告、运营流程及信息系统等核心领域，并推动业务部门落实一般缺陷整改，强化了全员内控责任意识。完成对 43 个评价单位的年度内控评价，确认集团内部控制体系在所有重大方面保持有效，为财务报告可靠性及合规披露提供坚实保障。

运营合规监督与风险防范方面，通过中期审计对研发、生产、营销等核心业务单元进行深度核查，发现并推动整改 6 类典型问题，当期整改率达 70%，显著提升了财务与运营合规水平。

项目效益审计方面，创新性建议建立“质量合规前置评审机制”，确保战略项目的可持续性与长期价值。对 12 个已结项的重点项目进行效益与质量复盘审计，助力集团确认项目实现节约收益超百万元，并推动了项目管理的制度化与规范化。

监督机制完善方面，建立并执行季度向审计委员会汇报机制及半年度关联交易审计机制，增强了治理透明度，关联交易审计结果“零异常”有力维护了投资者信心。

（五）法律风险防控

公司努力维护自身合法权益不受侵害，充分尊重他人知识产权。

2025 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，增强品牌的知名度，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，对公司的著作权进行梳理、登记，加以使用。

专利方面，围绕公司重点产品、项目进行专利布局，主要涉及创新药、改良型新药及儿童药，全年申请发明专利 9 件，报告期内获得新授权专利 9 件。为提高相关人员专利检索的准确度和检索效率，成立了《专利检索技巧高手课：视频全攻略》项目，项目组按时完成多个视频制作，从查专利到看专利全过程，从药品专利保护主题到国际专利多角度讲解，内容详实，信息完善，视频课已在亚宝学院上线。2025 年，公司顺利通过 ISO56005 国际标准年度确认。

公司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。

2025 年，公司进一步强化了合同管理的实施和检查，全年全集团签订合同数量共计 6751 份，合同履约率达到 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。

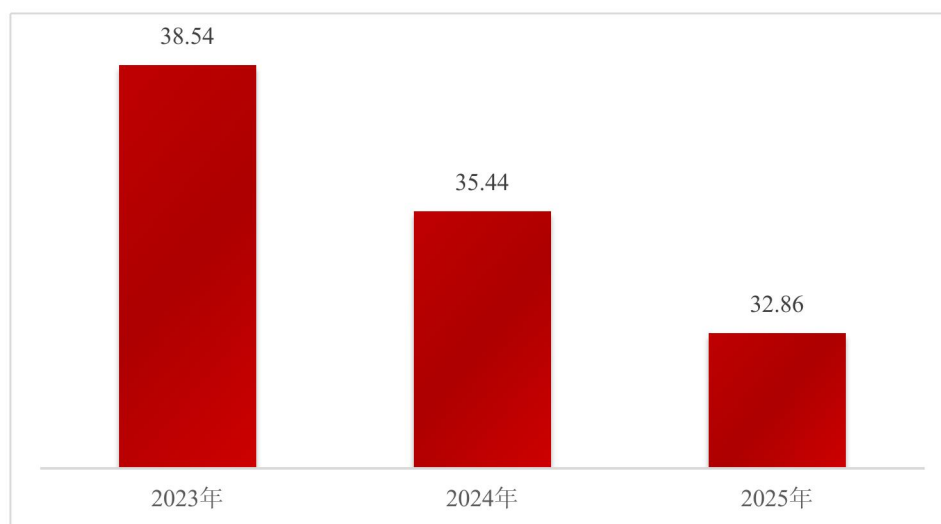
（六） 股东回报

为践行“以投资者为本”的核心理念，公司高度重视股东回报，致力于以良好的经营业绩为股东创造持续稳定的投资回报，积极采取以现金分红为主的利润分配方式，与股东分享经营发展成果。公司从 2012 年至今坚持每年进行现金分红，2025 年度公司现金分红（包括

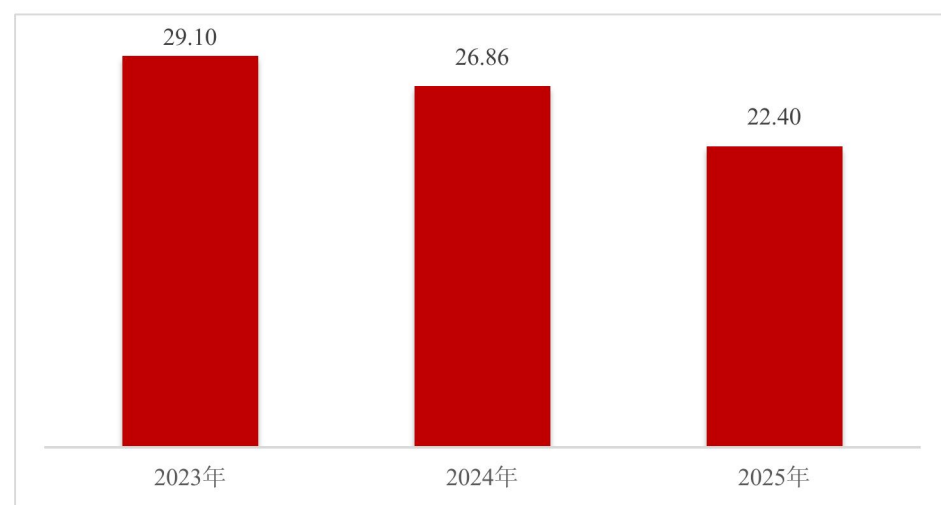
中期已分配的现金红利) 总额 2.42 亿元; 本年度以现金为对价, 采用集中竞价方式已实施的股份回购金额 1.10 亿元, 现金分红和回购金额合计 3.52 亿元, 占本年度归属于上市公司股东净利润的比例 109.95%, 其中采用集中竞价方式回购的股份均已注销。

经营篇：诚信经营，稳步发展

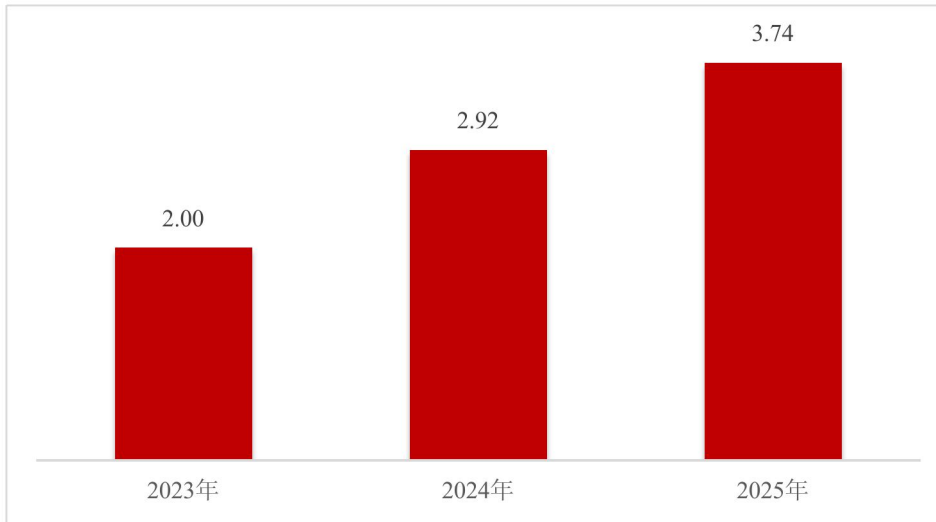
2023-2025 年资产总额（亿元）



2023-2025 年营业收入（亿元）



2023-2025 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，2025 年实现营业收入 22.40 亿元，实现利润总额 3.74 亿元，同比增长 28.19%，实现归属于上市公司股东的净利润 3.20 亿元，全年上缴税金 2.45 亿元，全年实现社会贡献 12.33 亿元，合每股 1.78 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、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

2025 年是公司质量体系升级之年，也是公司《药品生产许可证》换发及大多数产品再注册之年。2025 年公司主要从以下几方面开展质量管理工作：

（1）开展质量体系 2.0 升级工作，持续完善公司质量管理体系

2025 年，公司以全面性、先进性和全员质量管理为主要目标，开展质量体系 2.0 升级工作，完成了 PICS 法规和行业内相关法规的解读，对质量体系进行了全面评审，进行了差距分析，不断提升全员的质量意识，逐步实现“同一个集团，同一个质量”的质量目标。公司完成了部分关键指导原则的修订及业务模型的建立，通过查漏补缺等方式持续提升质量体系的全面性。同时各公司按照年度计划完成相关文件的评审、自查、修订和培训工作。相关文件修订时严格把控文件的横向一致性，从管理文件到操作规程，各岗位操作人员、车间管理人员、质量人员、技术人员等均全程参与，明确各自工作职责，减少重复沟通工作，优化岗位操作流程，进一步提升人员的工作效率，同时及时进行经验分享交流，举一反三，稳步推进全员质量管理。

（2）积极配合外审检查，确保现场检查顺利通过

2025 年，公司接受了十余次省级监管部门的现场检查，包括中药注射剂的恢复生产检查，颗粒剂的 GMP 符合性检查，普通原料药和抗肿瘤原料药的 GMP 符合性检查，集采中选中药注射剂药品、执行

部颁标准中成药药品、涉及医疗用毒性药品、儿童用中成药重点品种的跟踪检查，受托生产的片剂、小容量注射剂的生产许可检查，冻干粉针剂委托生产的生产许可及 GMP 符合性检查，药品生产许可证换发的现场检查，原料药生产场地变更的现场检查，滴丸剂恢复生产的生产许可、GMP 符合性及生产场地变更检查等。每次现场检查时各公司人员都积极配合迎检工作，出现问题及时进行沟通整改，齐心协力确保检查的顺利通过。

(3) 做好许可证换发及再注册工作，确保产品正常生产销售

2025 年，公司《药品生产许可证》即将到期，为了做好许可证到期前的换发工作，公司接到换证通告后，及时通知各分公司确认符合通告要求的生产范围并按要求准备换证申请资料，对于需要进行现场检查的生产范围，要求各分公司提前做好换证前的现场检查准备工作。通过换证现场检查后，公司及时与监管部门沟通核对确认符合换证要求的生产范围，确保《药品生产许可证》换发时生产范围齐全无遗漏。2025 年，公司还完成了 198 个品规产品的再注册工作，确保了产品批准文号的有效延续，保障了产品的正常生产与上市销售。

(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，聚焦儿科领域，搭建中长期产品梯队，在创新药、仿制药、中药以及大健康产品等领域全面布局。

1.研发平台

公司分别在北京、山西、苏州等地建有药物研究院，开展化学创新药、高技术壁垒仿制药、中药新药及特医产品研发。公司拥有国家认定的企业技术中心、国家博士后科研工作站、院士工作站、药物制剂国家工程研究院亚宝分中心，与美国礼来制药、英国国家医学院、南澳大学联合实验室、北京中医药大学、山西中医药大学等多家国内外知名制药公司和科研机构建立长期合作关系，通过共同开发和联合技术攻关不断提高企业的技术创新能力和新药研发水平。

公司始终坚持“投资+创新”双轮驱动战略，积极汇聚各领域高层次专业人才，打造多元化自主创新研发团队。通过自主研发与开放创新合作相结合，持续挖掘并引进国内外优质创新产品与前沿项目，投资布局多家高潜力创新医药企业及专项基金，与企业创始人、核心研发专家建立常态化沟通协作机制，为深化产业合作、加速创新成果落地奠定坚实基础。

公司通过股权投资，分别与实体肿瘤免疫治疗、自身免疫性疾病领域的资深专家建立长期稳定的合作关系，持续跟踪前沿技术研发进展。

2.创新成果

仿制药研发方面，报告期内，公司共获得 3 个仿制药批件：2025 年 3 月，公司收到国家药品监督管理局签发的间苯三酚注射液《药品注册证书》；5 月，盐酸普萘洛尔片通过仿制药一致性评价；10 月，

公司全资子公司亚宝生物收到西格列汀二甲双胍缓释片《药品注册证书》。此外，公司 1 个原料药（间苯三酚）通过 CDE（国家药品监督管理局药品审评中心）审评获得批准，2 个仿制药完成注册申报。

创新药研发方面，重点项目临床推进顺利，治疗脓毒症的 SY005 项目正处于 II 期临床阶段，并于 2025 年 8 月成功获批新增“脑胶质瘤术后神经功能缺损”适应症的临床试验。

改良型新药方面，2025 年 12 月，治疗肺动脉高压的 GLX002 项目顺利获得《药物临床试验批准通知书》。目前，管线内 9 个改良型新药项目正按计划高效推进。

中药研发方面，儿科在研项目包括中药创新药、中药改良型新药、古代经典名方中药复方制剂等。此外还有成人创新药、同名同方药及保健用品项目在研，适应症涉及呼吸系统疾病、皮肤用药、心脑血管疾病、失眠症等领域。2025 年中药项目顺利推进，针对儿童急性上呼吸道感染的 ZY-A001 及治疗儿童咳嗽变异性哮喘的 ZY-A002 获得《药物临床试验批准通知书》；1 个保健用品项目取得生产批件。除此之外，还有多个中药新药项目正在立项评审中。

特医产品研发方面，报告期内，特殊医学用途蛋白质组件配方食品唯源金泰®（TY005）和特殊医学用途全营养配方食品小唯源素®（TY006）成功取得《特殊医学用途配方食品注册证书》，其余特医产品亦稳步推进中。

公司深耕国际化战略布局，持续深化海外注册与区域准入，以差

异化市场策略推动国际化布局取得突破性进展。甲苯磺酸索拉非尼片成功获得埃及与秘鲁两个国家批准上市，标志着公司抗肿瘤制剂首次进入北非与南美市场，提升了优质仿制药全球可及性。丁桂儿脐贴成功完成在澳门的申报注册工作并进入公示阶段，并成功获得越南的注册批件，标志着公司核心中药品种再次实现中国大陆以外区域注册突破，为中医药国际化积累了宝贵经验，给后续进军东南亚及葡语系国家市场奠定坚实基础。

技术创新成果方面，截至 2025 年 12 月 31 日，公司已获得授权发明专利 116 件，外观设计专利 56 件，实用新型专利 94 件。其中国内发明专利 73 件，国际发明专利 43 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，以实现终端引领和经营目标达成。

1. 营销网络

目前，公司已搭建起覆盖全国 32 个省市的完善营销网络，与超 3500 家医药经销商深度合作。通过专业的商务分销与终端管理，儿童药产品覆盖全国超 3500 家连锁药店企业及 36 万余家零售终端；成人处方药已覆盖公立与民营医疗机构超 8000 家，下沉覆盖基层医疗终端超 11 万家；普药累计实现终端覆盖达 45 万余家（零售+医疗）。

2.营销模式

面对激烈的市场竞争，儿童药营销中心精准客户分级，稳价的同时优化市场秩序，建立全链条价格治理长效机制，将厂商关系升华为命运共同体。

成人药营销中心积极拥抱国家集采政策，以“让患者用上质优价宜的药品，切实减轻用药负担”为己任，系统推进集采全周期管理，精耕中选区域实现医疗机构快速覆盖，确保集采中选药品在基层“用得上、用得顺”，同时坚守质量红线与底线；成人药营销中心零售市场多种营销模式并存，优化渠道、聚焦并提高资源的利用率，通过渠道渗透提升终端覆盖，让消费者享受更便捷的服务。

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

2025 年，公司对生产场所进行每年一次职业危害因素监测，对全体员工开展每年一次的职业病体检，保质保量配备了各项劳动保护用品，并监督员工规范佩戴，保证员工职业健康安全及合法权益。

（二）环保管理

2025 年，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》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

2025 年，公司以安全标准化为主线，通过实施全员安全隐患排查、全员安全教育培训、高危风险作业管控、安全意识和文化提升等策略，使生产现场安全隐患大幅减少。全年较大以上安全事故为零，全员安全意识明显提高，逐步形成企业安全文化，实现安全管理系统化、标准化管理。

全员安全隐患排查方面，实施各公司自查，中心安全环保部督查的安全检查机制，生产中心安全环保部对芮城区域公司每月至少一次

安全督查，对外阜公司每季度开展一次安全督查。创新性推行全员安全隐患“随手拍”上报机制和智慧 AI 安全防护项目试点，确保现场管理更加安全合规，提高安全生产效率。

全员安全教育培训方面，通过外部集训+内部培训相结合的方式，中心级组织开展培训 5 次，各公司内部培训 191 次，参训人员累计 11815 人次，培训合格率 100%，提高了员工的安全技能和安全意识。安全管理人员和特种作业人员持证率 100%。

风险作业管控方面，创新搭建安全管理智能化管控平台，实现特殊作业办理电子化审批，安全教育培训和双预防管理信息化。在重大节假日期间开展高风险作业检查与安全措施管控，防范安全事故发生。各公司积极开展安全应急演练活动 50 余次，参与人员 1423 人。

安全意识和文化方面，积极开展各种安全文化活动，“安全月”组织开展演讲比赛，利用安全歌曲、标语、签名进行宣传，开展安全微视频大赛，制作安全员袖章，悬挂安全运行电子标识牌，进行安全先进集体和个人评选等一系列活动，让安全管理看得见，提升安全文化和影响力建设，安全意识形态文化逐步形成，安全文化软实力不断加强。

安全日常管理方面，公司编制《安全奖惩管理办法》，使安全管理泾渭分明。每月坚持召开安全标准化项目暨安全工作例会，跟踪重点工作。同时，指导组织各公司编写完成安全操作规程并进行培训考核。

（四）能源管理

2025 年，公司能源水电汽较预算节约 156 万元，尤其是风陵渡工业园电量节约 137 万度、芮城工业园煤炭用量节约 900 吨。风陵渡工业园制剂四车间高效节能机房项目试点成功并进行推广。

2025 年 10 月份，芮城区域公司开展能源管理体系认证，取得能源管理体系认证证书。

（五）设备技改

2025 年，公司完成设备设施升级改造及厂房净化改造 33 项，全年进行设备共享调拨使用 35 台次，盘活固定资产。主要实施修旧利废、设备技改、节能降耗小改小革 89 项，节约金额 103 万余元，从一定程度上改善了设备性能，提高设备自动化或智能化水平，消除了设备安全隐患，降低了工作人员的劳动强度，使设备稳定运行，提高了生产效能和产品质量。

（六）园区绿化

高品质生态环境，助推高质量发展。2025 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 50%，生产车间及设施点缀在绿草坪中，宁静而幽雅。

“绿水青山就是金山银山。”各个园区周边道路宽畅，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高洁形象。

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. 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。亚宝药业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。2025年，公司携手战略合作伙伴，在全国多地举办多场“丁桂薏起成长”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。

2.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，报告期内为17名家庭困难的员工子女发放助学金共计3.4万元，活动举办20年来，累计为501名困难学子发放64万余元助学金。同时，组织开展困难职工春节慰问活动，为21名困难职工发放了2.1万元慰问金，为员工送上企业的关怀和温暖。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，向北京药盾公益基金会捐赠19.38万元，支持儿童用药需求访谈调研。2025年向山西省善缘慈善基金会捐助52万元设立专项基金，用于资助芮城县教育体育局主办的芮城县“亚宝·龙腾未来”奖学金活动，表彰和奖励芮城县初中和高中阶段品学兼优的优秀学生。向西藏日喀则捐赠价值50余万元的唯源系列产品，支援抗震救灾。

（二）保障员工权益

亚宝药业坚持“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。

1. 员工基本状况

截至 2025 年 12 月 31 日，公司在岗员工 3415 人，平均年龄 39 岁，公司积极保障女性员工权益，女性员工占比达 55%，经理级以上管理人员中女性占比达 37%，充分发挥了女性在企业管理与业务发展中的重要作用。

在学历结构中，研究生及以上占比 4.5%，本科占比 24.5%，大专占比 33%。同时，公司吸纳了占比 38% 的高中及以下学历员工投入生产一线，在稳定地方就业、促进区域经济发展方面发挥了积极的社会效益。

从年龄结构上看，平均年龄 39 岁。其中 30 岁以下员工占比 17%，31-40 岁员工占比 40%，中青年员工成为公司的核心中坚力量。

从关键业务链岗位结构来看，研发人员占比 9%，生产人员占比 48%，销售人员占比 23%。

2. 员工权益保障

报告期内，公司认真做好维护职工合法权益的各项工作，组织召开了亚宝药业集团工会第五届四次职工代表大会。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。

公司依法为员工足额缴纳各项社会保险及住房公积金（五险一金），提供法定节假日、带薪年假等假期、补充医疗保险、年度体检、节日慰问金、礼品等。

3.持续完善薪酬福利体系

2025年，公司秉承“内部公平性、业绩导向性、外部竞争性”三大核心原则，持续优化员工薪酬福利体系。

为全面激发企业创新潜能，鼓励突破性与颠覆性创新，推动关键业务难题攻坚及创新成果高效转化，公司制定发布《创新激励方案》，专项设立创新激励机制，充分释放薪酬的激励潜能，提升人力资本的投入产出效能。

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，2025年深入推进员工职业发展“双通道”（管理通道与专业通道）建设，结合内外部薪酬对标调研，完成薪资与职级体系的系统对接，为核心人才的引进、留用与激励提供了坚实的制度保障。

（1）员工培训

公司高度重视员工的职业能力建设，依托“亚宝学院”这一核心平

台，构建了覆盖全员、分层分类的培训体系，助力员工实现自我价值与职业飞跃。

2025年，公司持续优化“亚宝学院”线上学习平台，实现全员培训覆盖率达100%。同时，强化内部培训师队伍建设，赋能内部专业经验沉淀，打造“造血型”人才发展生态圈。

基于战略发展需求，公司持续完善管理线 with 专业线双轨并进的人才发展路径。“卓管计划”针对核心管理人员，全面提升其全局经营思维与综合管理能力，打造企业领军人才。“新晋指挥官”项目聚焦新晋管理干部，着重强化其管理意识、经营理念与实战技能，加速角色转变。“潜航计划”持续加大对高潜力人才的挖掘与深度培养，夯实后备梯队力量。“启航计划”体系化开展2025届校园招聘管培生的年度培训任务，帮助新生代快速融入团队并成长。

（2）人才引进

集团加强科技创新型人才队伍建设，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。

2025年，集团引进1名博士、17名硕士高学历人才。不断创新人才引进形式，加强人才引进激励措施。

(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。

2025年，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》的有关规定，对供应商的寻源、筛选、过程监控工作进行统一、规范化管理，建立了一套科学的、适合公司运行的供应商管理模式，在工作中起到了行之有效的作用。

在寻源策略方面：通过多种渠道，如行业展会、专业论坛、网络平台、行业协会等，广泛收集潜在供应商信息，深入了解市场动态和供应商分布情况，为寻源工作提供了丰富的数据支持，扩大了供应商资源池，增加了采购选择的多样性。现已覆盖了广泛的供应商基础，并确保了足够的市场竞争力。同时积极与现有供应商沟通，了解其上下游合作伙伴或推荐潜在优质供应商，与潜在供应商进行初步接触和

洽谈，介绍公司需求和合作模式，吸引了多家有意向的供应商参与合作，为后续筛选工作奠定了基础。

为了评估潜在供应商的多样性和可行性，公司建立《供应商准入评估管理制度》，制度中明确新供应商的引入标准，包括注册、员工、质量管理、销售、产品、生产、财务指标等，全面了解潜在供应商的优势和风险。根据公司采购需求，对收集到的供应商信息进行初步筛选、匹配和评估，筛选出符合基本要求的供应商进入下一步的详细考察阶段，提高了寻源效率，减少了无效沟通。

2025年，公司重新完善了《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。由专门的审计监察合规岗位，加强对业务活动的监督和审查，确保经营活动符合法律法规要求。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，与供应商建立了互利共赢的良好合作关系。全年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与

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，筛选出优质供应商。

公司制定《供应商绩效评价管理制度》，建立了全面的供应商绩效评价体系，根据监控数据和实际表现，每季度对供应商的成本、质量、交货与服务四个维度进行量化评分，并将评估结果反馈给供应商，与其共同分析问题，提出改进措施，促进供应商不断提升自身管理水平和服务质量。

为了确保供应商持续满足我公司的标准，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。公司还实施监控措施，包括定期的现场审计、实施数据追踪等，并根据问题严重程度采取相应的处罚措施，如扣除、暂停或降低订单分配、终止合作等。2025年，A级供应商由62%提升至98.9%，B级供应商减少至1%，C级供应商仅有1家。

采取多层次的风险管理策略，提前识别潜在风险：如供应商资金链断裂、原材料供应中断、生产事故等，并制定相应的风险应对预案；如寻找备用供应商、调整采购计划、增加安全库存等，降低风险对供应链的影响，确保公司生产的连续性。2025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。2025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400余个品种。全年组织现场学术交流7次，深入车间、农户种植地进行业务指导10余次。公司实行当地收购以来，既拓宽农户销路，又为他们创造更多的经济收入。

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。

2025年，公司围绕“儿科第一”战略，以市场需求为导向，以消费者满意为宗旨，致力于消费者健康教育和社区健康体系的建设。

通过开展健脾节、30天健脾社区行等渠道活动，向广大连锁客户及消费者科普“儿童健脾”重要性，现场用户不仅可以参与寓教于乐的亲子互动活动，还能获得专业的健康科普教育，帮助家长掌握正确的育儿理念，促进儿童健康成长。同时开展“薏起成长”品牌路演活动，走进15个省份、25个城市，开展200余场。开展了20场“丁桂成长课堂”专家直播，传播儿童健康成长理念和健康教育，吸引超3000万人次观看。通过健康知识普及等多措并举，为消费者带去了实实在在

的健康与关怀。

3.创新品牌营销

2025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，通过一系列创新且高效的营销举措，成功巩固并提升了在儿童止泻市场的领先地位。

针对核心人群，聚焦核心省份及城市，增加品牌曝光，同时提升产品口碑及专业背书。

线上借助网络大剧、梯媒及OTT智能大屏等形式，持续提升品牌曝光量。针对精准人群，在母婴垂直类媒体开展专家直播，全年累计曝光4.3亿次+，平均单场曝光2000W+，同比增长43%。累计观看量3600W+人次，平均单场观看170W+人次，同比增长47%。深耕小红书平台深度种草，提高品牌站内搜索占位及声量，持续打造品牌良好口碑。

线下聚焦核心25城市，与头部连锁共建，共计开展200余场品牌路演活动，累计曝光约160万人。

2025年，丁桂儿童药-丁桂儿脐贴稳居儿童外用止泻品类第一品牌，是万千家庭的信赖之选。凭借多年来积累的口碑与质量，“亚宝”品牌荣获“我喜爱的山西商标品牌”银奖，入选首批山西消费名品名单。“丁桂”品牌荣获“我喜爱的山西商标品牌”银奖，荣登“2025健康中国·品牌榜”，蝉联“媒企合作案例·2025年度整合营销金案”、“广告主案例·2025年度数字营销金案”两大奖项。丁桂品牌的微博官方账号@丁

桂儿童药，连续四个月荣获微博平台“品牌大咖”称号。丁桂儿脐贴获得 2025 健康中国品牌榜上榜产品，荣获妈妈网颁发的“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”。

展望 2026

2026 年是“十五五”战略开局之年。新的一年，亚宝药业将乘势而上，持续拥抱创新、深化 AI 赋能，让智能技术贯穿研发、生产、营销、服务全链条，打造数字化、智能化医药健康生态。

研发中心将持续做好儿药立项储备，聚焦儿科中药和化药改良新药，提升研发进度，实现重点项目突破。

生产中心将坚持质量第一，以效率优先，提升各业务环节效能，建立系统性成本竞争优势。

儿童药营销中心将聚焦儿科产品战术突破，强化渠道掌控力，推动核心儿科业绩增长。

成人药营销中心将夯实集采业务，依托企业品牌扩大终端覆盖率。

管理和文化将汇聚力，坚持效率提升，加强赋能业务，实施精准激励，全员普及药学专业知识。

云帆挂沧海，直济万重山。面对激烈的行业竞争，亚宝药业将坚持“儿科第一、成人药补充、投资&创新”的战略目标，以“儿科引领，

向新跨越”为年度经营主旨，聚焦做精儿童药产品，做大成人药产品双主线，以专科领先、全周期服务、数字化驱动为核心抓手，构建差异化竞争优势，在更广阔的时代舞台上，彰显中国药企的责任担当与奋进力量！



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