

2023 年度董事会工作报告

2023 年，公司董事会严格遵守《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等法律法规以及《公司章程》《董事会议事规则》等规章制度的规定，认真贯彻执行股东大会通过的决议，积极推进董事会决议的实施，完善公司的治理结构及规范运作能力，全体董事认真履职，积极应对各种挑战，保证公司持续稳定地发展。

一、经营情况分析

报告期内，受医保控费、国家集采等行业政策影响，公司部分产品销量和价格下滑，导致公司营业收入下滑；在此背景下，公司继续加大对达霏欣米诺地尔搽剂等产品的品牌建设投入，达霏欣米诺地尔搽剂销售收入快速增长，盈利能力稳步提升。2023 年，公司实现营业收入 36.26 亿元，同比下降 2.75%；实现归属于上市公司股东的净利润为-4,398.41 万元，同比减亏 14.24%。

1、科研赋能保质保量 创新引领成果凸显

报告期内，公司在创新药、原料药、仿制药等领域，匹配产品管线、加快研发效率，中药持续推进深度研究和二次开发。创新药领域，推进与国内外科科研机构合作，引进 1 类新药乳酸杆菌胶囊；完成中药创新药 ZD16 的药学研究；与中国医学科学院协和药物所合作开发的抗胃癌 1.1 类新药安喹利司，推进临床 I 期研究；拉洛他赛脂质微球注射液 I 期临床研究顺利完成。2023 年开展原料药项目 15 项，制剂项目 22 项，完成肾上腺素、米诺地尔、醋酸阿比特龙、阿帕他胺 4 个原料药备案，米诺地尔泡沫剂、肾上腺素注射液、恩扎卢胺软胶囊、米诺环素泡沫剂完成申报。中药方面，舒血宁注射液不良

反应监测及增规研究有序推进，芪蛭通络胶囊完成 3000 例不良反应监测。

2、深推数据科学管控 精益生产优质高效

2023 年，公司以“数字化、精细化、专业化”为指导，发挥集采优势、深耕技改扩能、推进剂型整合，在物料采购、技术改造、产品引进、质量管理四个方面均实现提质增效。物管中心分析历史与市场动态数据，完成物料采购品类 3951 种，解决 5 个限购原料，集采 11 种共用辅料，优化 7 家供应商；统一研发与生产物料标准，从科研开始建立成本意识，优化采购流程，原辅料竞价降本 1749 万，包材招标降本 373.8 万，累计降本 2122.8 万；启动仓储管理系统，应用数智化管理，出入库效率提升 20%；高效协同物流，3 天可达终端。

3、数据驱动精准营销 优化布局创新升级

2023 年，公司以客户数据平台为中心，坚持创新营销，完善 B2B、分销平台等数字营销工具，实现流向实时管控。深挖客户数据，开展精细化学术、远程医生客服、多品类多渠道联合动销，全面提升市场竞争力。临床端坚持学术品牌营销，通过国教省、省教地、地教县的层层教育，实现了学术共享模式，累计开展学术活动 1519 场；OTC 端以大山楂丸为抓手，带动脾肾两助丸、维 D2 乳酸钙等群品进店，连锁开发 674 家、活动开展 2216 场、新增铺货门店 34551 家；终端市场发力于基层，实现终端覆盖 28237 家；皮科中心临床与毛发专病医联体合作，制定首个毛发专诊标准，建立毛发专诊 603 家。达霏欣荣获“2023 中国连锁药店最具合作价值单品”“2023 年度中国药店店员推荐率最高品牌”。

4、多维并举赋能渠道 全域联动巧塑品牌

公司充分利用“品牌塑造五定位”模式，线上线下一体化曝光，注重权威，聚焦学术，集中爆破，让“中国振东，创新中药，让世界爱上中医药！”深入

人心。2023 年，达霏欣着重塑造品牌专业性，强学术、种达人，413 位医生、1723 位网红分享、多位明星自发站台，累计曝光 130 亿次。抖音头条定制《健康周刊-发量自救指南》曝光 35 亿次，256 位网红医生同期发布，综合指数排名第一。小红书“宝藏成分在中国”推动 2.5 万篇自发笔记，稳占生发、米诺两赛道第一。自制创意视频引流电商，效果广告转化 3539 万元；唤发服务视频 303 条，助力 OTC 九大重点城市销量翻两番。

二、董事会日常工作情况

第五届董事会现有董事 9 名，其中独立董事 3 名；董事会能够严格按照相关法律法规开展工作，公司全体董事熟悉有关法律法规，认真出席董事会会议和股东大会。

1、董事会召开情况

2023 年度，董事会共召开 5 次会议，会议召开符合《公司法》及公司章程的有关规定，会议决议均合法有效，具体情况如下表：

序	时间	届次	议案审议情况
1	3/28	第五届董事会第九次会议	1、《关于补选公司第五届董事会独立董事的议案》 2、《关于补选公司第五届董事会非独立董事的议案》 3、《关于补选公司第五届董事会专门委员会委员的议案》 4、《关于召开 2023 年第一次临时股东大会的议案》
2	4/23	第五届董事会第十次会议	1、《2022 年度董事会工作报告》 2、《<2022 年年度报告>及其摘要》 3、《经审计的 2022 年度财务报告》 4、《公司 2022 年度决算报告》 5、《公司 2022 年度利润分配预案》 6、《2022 年度内部控制自我评价报告》 7、《关于续聘公司 2023 年度审计机构的议案》 8、《关于 2023 年度预计日常关联交易的议案》 9、《关于会计政策变更的议案》 10、《关于 2022 年计提、转回减值损失及处置资产的议案》

			11、《关于修订<公司章程>的议案》 12、《2023 年第一季度报告》 13、《关于召开 2022 年年度股东大会的议案》
3	5/29	第五届董事会第十一次会议	1、《关于补选公司第五届董事会独立董事的议案》 2、《关于聘任公司副总裁、董事会秘书的议案》 3、《关于<山西振东制药股份有限公司第三期员工持股计划（草案）>及其摘要的议案》 4、《关于<山西振东制药股份有限公司第三期员工持股计划管理办法>的议案》 5、《关于提请股东大会授权董事会办理公司第三期员工持股计划有关事项的议案》 6、《关于召开 2023 年第二次临时股东大会的议案》
4	8/30	第五届董事会第十二次会议	1、《<2023 年半年度报告>及其摘要》 2、《关于公司及其子公司使用自有资金进行现金管理的议案》 3、《关于 2023 年半年度计提信用减值损失及资产减值损失的议案》
5	10/20	第五届董事会第十三次会议	1、《2023 年第三季度报告》

2、董事会召集股东大会及执行股东大会决议的情况

2023 年度，董事会召集召开了 3 次股东大会，具体情况如下：

序	时间	届次	股东参会情况	议案审议情况
1	4/14	2023 年第一次临时股东大会	参加本次股东大会的股东及股东代表共计 37 人，代表股份 314,739,030 股，占上市公司总股份的 30.6317%。	1、《关于补选公司第五届董事会独立董事的议案》 2、《关于补选公司第五届董事会非独立董事的议案》
2	5/16	2022 年年度股东大会	参加本次股东大会的股东及股东代表共计 48 人，代表股份 351,373,673 股，占上市	1、《2022 年董事会工作报告》 2、《2022 年监事会工作报告》 3、《<2022 年年度报告>及其摘要》 4、《公司 2022 年度决算报告》 5、《公司 2022 年度利润分配预案》

			公司总股份的 34.1971%。	6、《关于续聘 2023 年度审计机构的议案》 7、《关于 2022 年计提、转回减值损失及处置资产的议案》 8、《关于修订<公司章程>的议案》
3	6/15	2023 年第二次临时股东大会	参加本次股东大会的股东及股东代表共计 30 人，代表股份 347,999,633 股，占上市公司总股份的 33.8688%。	1、《关于补选公司第五届董事会独立董事的议案》 2、《关于<山西振东制药股份有限公司第三期员工持股计划（草案）>及其摘要的议案》 3、《关于<山西振东制药股份有限公司第三期员工持股计划管理办法>的议案》 4、《关于提请股东大会授权董事会办理公司第三期员工持股计划有关事项的议案》

3、独立董事履职情况

2023 年，公司董事会独立董事本着对公司、股东负责的态度，勤勉尽责，忠实履行职责，积极对公司进行现场调研，认真审议各项议案，客观地发表独立意见，积极了解公司经营情况和内部控制的建设及董事会决议、股东大会决议的执行情况，并利用自己的专业知识做出独立、公正地判断，切实维护公司整体利益、维护全体股东尤其是中小股东的合法权益。

4、董事会下设专门委员会在报告期内履行职责情况

公司董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会和战略与发展委员会。各委员会依据公司董事会制定的职权范围，就专业性事项进行研究，提出意见及建议，为董事会科学、高效决策提供了参考依据。独立董事对财务报告、关联交易等事项作出了客观、公正的判断，发表了独立董事意见，对公司的良性发展起到了积极的作用，切实维护了公司及投资者的利益。

三、2024 年度经营计划

2024 年是公司“新十年”的开局之年，是公司的“新品年”。公司将紧紧围绕“新品年”为主题，以“强化数据、坚推新品、深拓渠道、全员品牌”为经营理念，以数据为基础，以产品为核心，智能化提升效能，系统化提升效率，多维度提升公司价值。

1、科研引领创新转型 技术助力产品升级

2024 年，科研系将继续推进研发创新转型，匹配现有产品管线，加强国际国内顶尖研发机构、专家深度交流，对外瞄准临床最优、开发最快的小分子、抗体、核酸等创新药物，引进国内外顶级研发机构产品；对内加强自身中药复方新药、天然药化研发能力，开发二类新药，夯实自研创新团队基础。化药开展改良型新药的研发和生产转化，为公司自研由仿制药研发向仿、创结合打好基础；中药 ZD16 启动 II 期临床；苦黄凝胶完成药效及毒理研究，提交临床前专家交流申报沟通（pre-IND）。推进公司二硫化硒、无水硫酸镁、阿瑞匹坦等 20 个原料药，米诺环素泡沫剂、屈他维林注射剂、卤米松三氯生乳膏等 20 个制剂的项目强仿，加快仿制药开发质量与速度，快速推动肿瘤、皮肤、泌尿、消化管线品种的补充上市；力推米诺地尔搽剂、肾上腺素预充针的国外注册申报，科研质量对标全球，提高国际化注册能力。

2、降本扩能质量稳进 国际认证实现突破

2024 年，公司继续实施精益管理，优化物料集采流程，全面推进技术改造，降低生产成本。公司合并物料种类，实现全过程程序化管控、数字化追溯；统一质量标准，引用“3824”质量改进法（3 阶段、8 大步、24 小步），加强供应商绩效管理；采购新品物料，打造从科研到生产全链条管理，提升全周期质量成本管理能力；持续优化流程，采购时效提高 20%；通过深研数据、反季采购、联合集采，实现物料降本 1200 万。完善仓储管理，提高库

存周转率 15%；强化数字化物流管控，提高运输时效 25%，实现物料零损耗。建立统一质量管理规范，以 FDA 注册、欧盟认证为牵引，通过逐级外部认证，提升全公司质量管理体系，达到全球药品管理质量规范等级。

3、立体营销持续开拓 立足国内放眼海外

2024 年，营销系迎来近十年最大变革，总部取消事业部，以渠道为中心，建立面向下沉医疗市场的新组织形态，临床中心负责二级及以上医院，OTC 中心聚焦全国药店连锁，基层中心深耕基层医疗机构、单体药店。临床中心以新品为增，熟品为稳，岩舒过 10 亿，打造院内市场西黄丸、达霏欣、果胶铋胶囊、瑞健四个过亿单品，生白、脑震宁、果胶铋等颗粒新品突破六千万。OTC 中心以达霏欣、大山楂丸、脾肾两助丸、小丸药等金品为引领，带动 OTC 群品进店，以焕发服务打造 500 家连锁合作标杆。基层中心广铺终端市场，以芪蛭通络胶囊、脾肾两助丸、龙菊清肝胶囊、小儿参术健脾丸等金品带动，推进处方药、OTC 产品走向市场。国际部放开胆量、精准布网，招募销售精英搭档属地员工，健全东南亚、中东、中亚销售网络，开发欧美市场。与国际咨询合作开展制剂全球注册，以欧美注册树品牌，发展中国家争利润。

4、数据深研学术聚焦 精准定位全员品牌

围绕“新品年”，巩固“五定位”。全员推广打造中药创新企业品牌，聚焦专业缔造口碑领袖品牌，创意内容谱写振东文化品牌。央视做背书、平台聚人群、专家齐证言、达人广种草、线下强动员，全面喊响振东品牌。央视《大国品牌》巩固权威，卫视高频、高铁广铺、大屏轮播、梯媒近邻、广播走心强塑品牌认知。组织万名专家进振东，提振行业地位；“太行论道”走出去，传播药材道地形象。合作抖音、快手、小红书千名达人矩阵影响数亿粉丝，拉动消费者走进振东深度体验。引入社会培训，建立全员口碑品牌传播标准；

高频定投精准消费者，激活区域新增长；多渠道联合创意内容，实现品牌营销效能最大化，开创品牌宣传新局面。

经历一年的辛勤耕耘，公司取得了令人满意的成果。2024 年，公司将继续秉持着敢为、敢闯、敢新、敢干的发展氛围，不断提升核心竞争力，提升品牌价值，为社会做出贡献。公司全员也将以龙腾虎跃的精气神，铆足干劲，迸发激情，燃烧智慧，为实现“与民同富、与家同兴、与国同强”的初心使命，努力拼搏、奋斗加油！

山西振东制药股份有限公司董事会

2024 年 4 月 23 日