公司代码:600750　　公司简称:华润江中

华润江中药业股份有限公司

2025 年度报告摘要

第一节 重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

3、公司全体董事出席董事会会议。

4、毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司2025年度利润分配预案为:

以本次分红派息的股权登记日公司总股本为基数,向分红派息股权登记日登记在册的股东,每10股分配现金红利8.8元(含税)。若以本报告披露日公司635,613,289股为基数计算,每10股派发8.8元(含税),共计派发55,933.97万元,本次现金分红金额占2025年年度合并报表中归属于母公司所有者的净利润的61.69%。本次利润分配派发现金红利的实际总额将以实际有权参与股数为准计算。

同时,公司于2025年10月完成2025年半年度利润分派,分派金额共计31,749.80万元;若按此计算,则2025年年度现金红利总额合计为87,683.77万元,占2025年度合并口径归属于母公司所有者的净利润的96.71%。

实施权益分派的股权登记日前,因股份回购注销等致使公司总股本发生变动的,公司拟维持每股分配金额不变,相应调整分配总额。

公司2025年度利润分配预案已经公司第十届董事会第十三次会议审议通过,尚需公司股东会审议。

截至报告期末,母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用 √不适用

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	华润江中	600750	江中药业

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	田永静	汤泽
联系地址	江西省南昌市高新区火炬大道788号	江西省南昌市高新区火炬大道788号
电话	0791-88169323	0791-88169323
传真	0791-88164004	0791-88164004
电子信箱	jzyy@crjz.com	jzyy@crjz.com

2、报告期公司主要业务简介

一、报告期内公司从事的业务情况

(一)主营业务

公司在中国上市公司协会行业分类中属于医药制造业。报告期内,公司主营业务未发生重大变化。公司产品分类为非处方药、处方药、健康消费品及其他,覆盖脾胃、肠道、咽喉、补益、康复营养、滋补、心脑血管、妇科、泌尿系统等多个领域。

1、非处方药

主要产品有健胃消食片、乳酸菌素片、双歧杆菌三联活菌肠溶胶囊(贝飞达)、多维元素片(21)、复方草珊瑚含片、复方鲜竹沥液、川贝枇杷胶囊、牛黄蛇胆川贝液、复方瓜子金颗粒、氨咖黄敏口服溶液等。

2、健康消费品及其他

主要包括滋补、康复营养、胃肠健康及肝健康等类别的产品。滋补类以“参灵草”系列为代表,该产品主要成分为西洋参、灵芝、冬虫夏草(或虫草菌粉);康复营养类以“初元”系列为代表,主要包含肽类、蛋白粉类产品;胃肠健康类主要为益生菌系列产品;肝健康主要为肝纯片。

3、处方药

主要产品有中药类产品黄芪生脉饮、排石颗粒、肾宝胶囊、舒胸颗粒、八珍益母胶囊等,化药类产品蚓激酶肠溶胶囊、雷贝拉唑钠肠溶片、盐酸氯普鲁卡因等,及中药饮片。

(二)经营模式

1、采购模式

公司生产所需原材料由采购部门向国内外厂商或经销商采购,根据各生产基地的需求量,结合原材料采购策略、采购周期下达采购订单。对于关键物料适时适价启动战略储备。采购方式主要包括招标采购、竞价采购、询比采购、谈判采购、直接采购等。

2、生产模式

公司秉承质量、安全、环保第一的理念,以精益生产为核心构建高效稳定的制造体系。公司推行安全生产、节能环保、柔性生产和智能制造。以市场需求为导向,结合产品特性和安全库存策略,科学制定年度、月度及日生产计划。公司持续完善EHSO管理体系和精益生产系统,建立健全涵盖产品全生命周期、质量管控、安全环保和职业健康的管理模式。严格执行国家法规要求,从原料采购、人员管理、设备运维到生产制造、质量检验、包装储运等各环节实施标准化管控,对原材料、辅料、包装材料、中间品及成品实施全过程质量监控与检测,确保产品质量安全。通过系统化、数字化、智能化、标准化、精细化管理手段,推动生产质量、安全、环保与效率提升。

3、销售模式

业务模式方面,非处方药业务、健康消费品业务主要采取经、分销商覆盖方式进行销售,公司主要负责产品的广告及宣传投入,并参与终端推广及经销商维护;处方药主要采取代理销售模式,饮片业务主要采用直销模式。销售渠道方面,公司非处方药业务分为传统渠道及线上渠道,传统渠道方面主要包括药店及基层医疗终端等,线上渠道方面依托天猫、京东、美团等平台发展B2C、O2O模式业务,并积极布局抖音、快手等兴趣电商新赛道;健康消费品业务主要分为线下及线上渠道,线下渠道以大型商超及连锁便利店为主,线上渠道全面布局天猫、京东、拼多多、抖音、快手等电商平台,积极拓展美团、饿了么等本地生活平台,实现多渠道多模式覆盖;处方药业务主要布局于等级医院、基层医疗及零售药店终端。

(三)主要业绩驱动因素

本报告期内,公司实现归属于母公司所有者净利润9.07亿元,较上年同期增长11,849万元,同比增长15.03%。详见本节“三、经营情况讨论与分析”。

二、报告期内公司所处行业情况

(一)行业发展现状

生物医药产业是关系国计民生和国家安全的战略性新兴产业,承担着守护国民健康的使命,促进医药产业高质量发展事关人民健康、经济发展、社会稳定。公司主营业务属于医药制造业——中药细分行业。

2025年,面对多重压力,国民经济保持稳中有进发展态势。当前,中国医药行业正处在人口结构深刻变化与医药卫生体制改革持续深化的关键期,在政策引导和渠道结构调整的背景下,行业格局持续优化,行业发展更趋规范理性,但新旧动能转换阵痛仍然存在,行业面临阶段性增长压力。根据国家统计局数据,2025年医药制造业PPI同比下降2.4%,规模以上医药制造业营业收入2,49万亿元,同比下降1.2%(2024年为持平);利润总额3,490亿元,同比增长2.7%(2024年为同比下降1.1%)。

中医药是中华民族的瑰宝,党中央高度重视中医药发展。近年来,中成药及饮片集采持续扩围,促进企业优化业务模式及成本管控,行业发展进入深度调整期。与此同时,在国家战略的引领下,多项政策密集落地,推进中医药产业进一步向质量为本、数智赋能、食药融合等方向转型升级。

1、质量为本,加快构建中药现代化产业体系

2025年3月,国务院办公厅印发《关于提升中药质量促进中医药产业高质量发展的意见》,要求以提升中药质量为基础,以科技创新为支撑,以体制机制改革为保障,推动常用中药材规范种植和稳定供给,加快构建现代化产业体系,形成传承创新并重、布局结构合理、装备制造先进、质量安全可靠、竞争能力强的中医药产业发展格局,引导产业资源向提升产品疗效、质量安全与供给稳定等关键环节聚集。

2、数智驱动,打造中医药产业新质生产力

2025年4月,工信部等七部门联合发布《医药工业数智化转型实施方案(2025-2030)》,系统性推动医药工业的研发、生产、流通、监管等各环节实现数字化、智能化升级;2025年11月,国家卫健委发布《关于促进和规范“人工智能+医疗卫生”应用发展的实施意见》,在“人工智能+中医药”方面加强覆盖中药种植、加工、使用的全周期智能管理,并推进中医药装备智能升级,促进中药产业向高端化、智能化、绿色化发展。

3、供需引导,培育“中药+”大健康新生态

国家支持中医药融入人民健康全过程,近年来,国家稳步扩大药食同源原料目录,积极开展“健康中国中医药健康促进”专项活动,并出台《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》,推广中医药保健理念,以政策引导企业发挥中医药在疾病预防、养生康复、健康管理等领域的特色优势,将中医药有机嵌入健康消费、老龄康护、慢病管理等场景,稳步拓展中医药在大健康市场的增量机遇。

(二)行业周期性特点

长期来看,行业周期性特征并不突出,但具体的药品品种受适应症的高发季节等特殊情况的影响,相应的药品市场需求存在一定的季节性特征。

(三)公司所处行业地位

公司拥有“江中”“初元”两个中国驰名商标,其中“江中”品牌入选工业和信息化部首批中国消费名品名单,被评为江西老字号。江中牌健胃消食片连续22年获“中国非处方药产品榜”中成药-消化类第一名。江中牌健胃消食片、初元牌复合肽营养饮品、江中牌多维元素片(21)等产品获“2025年江西名牌产品”称号。

三、经营情况讨论与分析

2025年是公司实施“十四五”规划的收官之年,也是研究制定“十五五”规划、谋划未来五年发展蓝图的关键之年。公司以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的二十届四中全会精神、中央经济工作会议精神和习近平总书记对中央企业工作的重要指示精神,坚持战略引领,围绕“做强OTC、发展健康消费品、布局处方药”三大业务战略主题,将内生发展和外延拓展相结合,以品牌驱动和创新驱动引领高质量发展,不断巩固核心竞争力,着力培育新质生产力,推进公司治理能力现代化,推动“十四五”战略良好落地。

“十四五”期间,公司深耕主责主业,经营质量稳步提升。OTC产品梯队和品类集群不断发展,健康消费品转型重塑孕育新机,院内业务巩固延伸抵御风险。公司营业收入、归母净利润年复合增长率均达双位数,过亿级产品数量实现倍增,肠道品类成长为新的十亿级品类,品牌影响力与资本市场形象持续提升,业务规模和市值站上新台阶。

“十四五”期间,公司聚焦科技创新,创新动能持续增强。研发投入强度突破5%,成功获批经典名方现代中药全国重点实验室,累计授权专利300余项,参与2项国家标准、20余项中药饮片炮制规范的制定,荣获国家科学技术进步奖二等奖1项,省级科技进步奖4项,连续三年在国务院国资委“科改示范企业”专项考核中获评“优秀”,积累形成引领高质量发展的新支撑。

“十四五”期间,公司强化数智转型,生产质效扎实提升。中药生产数控化和自动化率超95%,制造产能提升60%;先后获评“中华环境优秀奖”“三星级零碳工厂”“卓越级智能工厂”“数字领航企业”,被工信部授予“智能制造试点示范”基地称号,获得制药行业全国首家数字化转型三星级认证,两个主要生产基地均获智能制造能力成熟度(CMMM)四级认证,数字化、智能化、绿色化发展水平迈上新高度。

“十四五”期间,公司推动管理提升,改革深化有序推进。深入推进提高上市公司质量、国企改革、科改示范等工作,推动改革任务落地见效,党建与业务深度融合,治理果构优化完善,股东回报稳定持续,连续六年获信息披露A级评价,市值稳步增长并实现翻番,不断构筑企业竞争力的新基石。

“十四五”期间,公司坚持人才至上,组织活力有效激发。持续夯实人才基础,公司科技人才数量增长超300%,经营管理人才有序更新,产业工人队伍建设深化,推进青年创新创效专项行动,涌现出“全国劳动模范”“全国优秀共青团员”和一批卓越工匠;落地实施两次股权激励,优化完善激励约束机制,着力营造干事创业的组织氛围,打造江西医药行业人才新高地。

2025年,公司围绕“十四五”战略规划,持续优化业务发展路径,积蓄创新势能,加速数字化、智能化转型升级,深化精益制造与高质量运营,努力为后续发展夯实基础。报告期内,公司实现营业收入42.2亿元,同比下降4.87%;实现归属于母公司所有者净利润9.07亿元,同比增长15.03%。

(一)稳中求进,持续提升经营韧性

1、做强OTC:深耕优势大单品,强化品牌市场认知

OTC业务坚持走“大单品、强品类”的发展之路,巩固“脾胃、肠道”品类优势,持续向“咽喉咳喘、补益维矿”拓宽赛道,深化“有家的地方就有江中”的消费者认知。公司坚持“以消费者为中心”,升级数字化消费者洞察创新体系,搭建可持续追踪的消费者行为数据库,为品牌资产的长效管理提供支撑。报告期内,受终端需求变化、行业渠道结构调整等因素影响,本业务板块营业收入29.92亿元,同比下降8.39%。

脾胃品类,推进“江中”品牌年轻化,巩固健胃消食片全民认知;构建品牌和内容传播矩阵,通过央视及热播剧广告投放、新媒体达人种草、美食文旅IP联动等举措强化品牌声量,推动核心大单品健胃消食片保持稳健发展。肠道品类,推动乳酸菌素片形成日常化、疗程化的自发复购,围绕“肠道日常调理”定位及“养菌”特性,瞄准出差出行、辛辣刺激、久坐熬夜等核心场景,优化媒介组合投放和新媒体传播策略,持续提升乳酸菌素片的心智认知;巩固双歧杆菌三联活菌肠溶胶囊(贝飞达)院内渠道专业地位,实现广东联盟接续集采中标,持续优化工艺提升产能,协同拓展院外市场,与乳酸菌素片建立肠道健康“治养”组合。咽喉咳喘品类,围绕草珊瑚含片推进高频用嗓的场景化营销,协同复方鲜竹沥液等特色单品共同构建品类集群。补益维矿品类,围绕多维元素片等单品,专品运营强化市场渗透,通过营养驿站、马拉松赛事等场景探索新渠道、新人群,促进品类协同发展。报告期内,公司完成精致微药的开拍,补充了六味地黄口服液、脑力静糖浆等优势品种,进一步丰富产品矩阵。

2、发展健康消费品:强化自营能力,夯实业务发展基础

健康消费品业务重点围绕滋补品类参灵草、康复品类初元系列、胃肠品类益生菌系列、肝健康品类肝纯片,构建品类集群。公司持续强化自营能力建设,围绕抖音、小红书等流量入口,搭建兴趣电商团队,实现传统电商与兴趣电商的全面布局,推动业务增长。报告期内,本业务板块营业收入4.94亿元,同比增长43.19%。

滋补类“参灵草”系列产品,进一步明晰差异化定位及渠道区隔,强化大众市场渗透,加强专业背书,提升品牌形象,提高营销触达与转化效率。“初元”系列产品,巩固“康复营养”专业品牌,推动“日常营养”产品拓展,丰富业务布局。益生菌系列,基于品牌认知优势,围绕“P9益生菌”等自研菌株,构建高品质产品矩阵,并探索推动体重管理、助眠等差异化需求新品拓展,持续打造国民肠道健康品牌。肝健康类的肝纯片以“国民日常护肝第一品牌”为定位,聚焦学术传播与专业认证,推动业务模式转型优化,拓展多渠道布局。

3、布局处方药:积极融入新格局,强化合规运营水平

公司积极适应行业政策的新变化,持续夯实合规体系建设,强化合规运营能力。制剂类业务围绕“一老一妇一儿”用药人群,深耕呼吸、心脑血管、泌尿、妇科、胃肠等领域,挖掘特色品种的市场潜力,积极拓展基层医疗和院外市场增长机会。中药饮片业务持续强化专业和服务属性,巩固区域市场优势,拓展中药智慧代煎业务,挖掘空白市场的潜力。报告期内,受业务结构调整及潜力品种拓展不及预期等因素影响,本业务板块营业收入7.2亿元,同比下降9.15%。

(二)守正创新,聚力锻造核心竞争优势

1、品牌驱动,构筑价值护城河

公司始终将品牌视为核心战略资产,构建起以“江中”母品牌为核心,覆盖“企业一商业一产品”的多层次协同化品牌矩阵,努力将品牌势能转化为经营动能,为公司跨周期高质量发展注入动力。围绕公司“大单品、强品类”发展战略,公司将品牌建设与业务发展深度融合,通过“母品牌统领+子品牌多元联动”的方式,巩固母品牌专业优势,释放子品牌创新活力,稳步打造定位清晰、覆盖广泛的优质品牌生态。围绕胃肠等优势赛道,通过场景化营销、年轻化传播等方式,提升产品对各年龄群体的触达与渗透,筑牢“江中”品牌在脾胃领域的领导地位,夯实“利活”品牌在肠道健康领域的差异化优势。围绕滋补与康复营养的细分需求,通过学术赋能与品质升级,持续打造“参灵草”“初元”等品牌在细分领域的专业形象。报告期内,“江中”品牌获评工信部首批中国消费名品。

2、创新驱动,稳步积蓄内生动能

公司围绕研发创新战略方向,持续优化组织结构,稳步推进全国重点实验室建设,系统布局各类研发管线。一是加大研发资源投入,加强人才建设。2025年公司研发投入强度5.19%,同比增加0.37ppt;人才队伍稳步壮大,引进一名国家级人才,夯实研发人才支撑。二是加强产学研合作,完善创新机制。公司牵头的全国重点实验室与产业界、学术界合作,建立创新中药转化研究中心、经典名方创新联合体等,强化研发创新协同。三是加快技术攻关和产品创新,推进成果转化。2个经典名方产品获得上市受理通知书,十余个自研健康消费品上市;参与的“芳香中药挥发油产业化关键技术体系构建及应用”项目获江西省科技进步一等奖。

报告期内,公司新增国家知识产权局专利专项研究项目1项、省部级项目3项;参与2项国家标准、6项中药饮片国家炮制规范的制定工作;获得中医药行业首张基于ISO56005的《创新与知识产权管理能力》等级证书(4级);围绕核心产品进行学术赋能,发表SCI论文10篇;加强知识产权布局,提交92件专利申请,获授权专利61件;连续第三年在国务院国资委“科改示范企业”专项考核中获评“优秀”。

3、数智赋能,提升生产运营质效

2025年,公司以“智慧江中”战略为引领,全面推进经营业务数字化、智能化升级,赋能生产运营能效与质量管理水平双提升。

数字化建设方面,公司积极构建全流程数字化协同生态,探索AI技术场景化应用,上线财务共享、销售运营、研发管理等数据平台,推动公司向数据驱动、智能协同模式转型。智能制造方面,以智数赋能提升生产效率、工艺稳定性与质量保障能力。公司上线MES系统,实现健胃消食片生产过程全流程、自动化系统管理;完成近红外在线监测等技术改造,对关键生产环节实时监控;完成济生公司提取车间大品种智能控制系统上线,提升核心工艺的稳定性。

报告期内,公司获江西省省长质量奖;“AI智能问数”应用入选2025年央国企AI+创新应用优秀案例;济生公司通过国家智能制造能力成熟度(CMMM)四级认证,为全国医药行业第五家获此认证的企业。

4、产业贯通,提高供应链协同价值

公司积极加强产业链建设工作,在规范种植、种源筛选等方面取得成效。一是强化中药材基地规范化建设,太子参、草珊瑚基地顺利通过GAP延伸检查,GAP基地建设实现“零的突破”;二是强化技术攻关,探索航天育种技术在中药材领域的应用,为种源筛选和优良品种供应提供路径;三是供应链韧性持续提升,形成千吨级库容的战略储备能力,完善战略品种的储备机制,进一步提高供应链风险抵御能力。

(三)强基固本,夯实长效发展基础

1、筑牢人才根基,激发组织内生动力

公司秉持企业与人才共同发展的基本理念,以“战略-组织-文化”的一致性为指引,持续强化人才体系建设,深化组织重塑。一是完善“选、用、育、留、活”全周期管理机制,推动《华润江中人才发展纲要2.0》落地实施,夯实人才成略根基。二是建设核心人才队伍,加强核心骨干的专业培训,加大管理与科技人才的引进力度,柔性引进1名国家级科技领军人才及数十名经营管理人才。三是完善激励约束机制,落地实施第二期限制性股票激励计划,其中科研人才占比过半,激励机制进一步向科研人才倾斜,激发组织创新转型活力;优化薪酬结构,建立董事、高管绩效薪酬递延支付机制,实现短期激励与长期发展的深度绑定,巩固组织可持续发展动力。

2、精进市值管理,推动价值增长

公司持续完善市值管理体系,通过优化治理结构、提升信披质量、深化资本市场沟通、稳定股东回报等核心举措,提升市值管理能力。一是落实治理要求,夯实价值根基。贯彻落实党中央重大决策部署,严格遵守公司章程、“三重一大”制度及内控流程规范,持续完善现代企业制度。二是持续优化价值传递,强化价值认同。通过细化披露口径、丰富呈现形式,进一步提高信息披露透明度和有效性;推动投资者关系管理精细化升级,健全舆情监测及响应机制,传递企业价值,促进不同投资主体形成价值认同。三是重视股东回报,共享发展红利。“十四五”期间,公司提高了分红比率和频次,每年实施两次现金分红,现金分红合计38亿元;年度及各期合计现金分红比例均位居中药行业前列,与广大投资者共享公司发展成果。2025年内,公司控股股东江中制药集团顺利完成增持计划,彰显了对公司长期发展的信心。

报告期内,公司的市场价值与内在价值保持协同增长趋势,连续第六年获上海证券交易所年度信息披露A级评价;获中国上市公司协会“董事会最佳实践案例”“董办最佳实践案例”“投资者关系管理最佳实践”“业绩说明会优秀实践”等荣誉。

3、强化风险防控,提升合规效能

筑牢风险防范意识,统筹推进内部审计、内部控制、合规管理与风险防控等工作,持续完善“大监督”工作机制,构建权责清晰、协同高效的监督治理格局。一是探索监督信息化建设,实现“大监督”数据平台对经营活动关键信息的及时抓取、及时监督。二是聚焦防范经营风险,定期开展风险识别、分析与评估,持续提升风险防控效效。三是强化内部审计闭环监督,推动审计成果转化运用与跟踪问效。四是加强全员合规教育,完善覆盖164项职责的合规管理职责清单和实施细则,筑牢合规管理“三道防线”,为公司稳健运营提供坚实保障。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元　币种:人民币

	2025年	2024年	本年比上年增减(%)	2023年	
				调整后	调整前
总资产	6,880,863,149.41	6,507,939,655.60	5.73	6,401,409,296.94	6,128,543,353.58
归属于上市公司股东的净资产	4,022,814,419.53	3,862,808,649.61	4.14	3,909,765,794.74	3,831,520,111.84
营业收入	4,219,503,334.92	4,435,450,590.73	-4.87	4,553,211,857.57	4,390,101,978.99
利润总额	1,212,717,936.78	1,025,612,793.80	18.24	916,117,766.09	897,133,645.04
归属于上市公司股东的净利润	906,685,963.56	788,192,557.44	15.03	718,666,447.99	708,291,520.66
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	833,261,416.65	749,175,142.75	11.22	703,915,535.50	703,915,535.50
经营活动产生的现金流量净额	970,867,419.63	786,252,548.91	23.48	1,039,462,470.66	1,035,899,563.95
加权平均净资产收益率(%)	22.75	19.58	增加3.17个百分点	17.68	17.75
基本每股收益(元/股)	1.43	1.25	14.40	1.14	1.12
稀释每股收益(元/股)	1.43	1.25	14.40	1.14	1.12

公司于2024年12月以自有资金取得华润江中制药集团有限责任公司所持有的江西江中中药饮片有限公司51%股权,江中饮片与本公司受同一企业控制,公司对2023年度同期财务数据进行了追溯调整。

3.2报告期分季度的主要会计数据

单位:元　币种:人民币

	第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)	第三季度(7-9月份)	第四季度(10-12月份)
营业收入	1,184,099,207.93	957,018,934.58	792,054,082.68	1,286,331,109.73
归属于上市公司股东的净利润	284,914,263.90	237,423,239.38	161,112,539.61	223,235,920.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	261,176,098.02	220,926,988.74	157,964,046.19	193,194,283.70
经营活动产生的现金流量净额	176,743,360.23	475,044,315.04	321,986,626.81	-2,906,882.45

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4、股东情况

4.1报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

单位:股

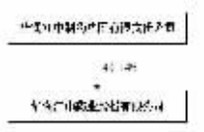
截至报告期末普通股股东总数(户)	32,743
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	30,360

前十名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
华润江中制药集团有限责任公司	2,833,150	273,916,036	43.14	0	无	0	国有法人
中国建设银行股份有限公司-华泰柏瑞中证红利低波动交易型开放式指数证券投资基金	26,328,367	26,328,367	4.15	0	无	0	其他
东方证券股份有限公司	-316,800	17,644,615	2.78	0	冻结	17,609,515	国有法人
中央汇金资产管理有限责任公司	0	15,551,120	2.45	0	无	0	国有法人
刘少奇	0	12,057,000	1.90	0	无	0	境内自然人
阳光人寿保险股份有限公司-传统保险产品	11,624,540	11,624,540	1.83	0	无	0	其他
中国工商银行-广发稳健增长证券投资基金	-6,085,620	9,514,380	1.50	0	无	0	其他
东吴证券股份有限公司	7,742,300	7,742,400	1.22	0	无	0	国有法人
香港中央结算有限公司	-8,347,489	6,481,960	1.02	0	无	0	其他
招商银行股份有限公司-易方达中证红利低波动交易型开放式指数证券投资基金	4,986,100	4,986,100	0.79	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	控股股东江中制药集团与上述其他九名股东不存在关联关系或一致行动情形。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

4.2公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不用法



4.3公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不用法

4.4报告期末公司优先股股东总数及前10名股东情况

□适用 √不适用

5、公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

公司2025年实现营业总收入42.20亿元,同比下降4.87%;归属于上市公司股东的净利润为9.07亿元,同比增长15.03%

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

□适用 √不适用

证券代码:600750　　证券简称:华润江中

华润江中药业股份有限公司 2025年度环境、社会和公司治理报告摘要

第一节重要提示

1、本摘要来自于2025年度环境、社会和公司治理报告全文,为全面了解本公司环境、社会和公司治理议题的相关影响、风险和机遇,以及公司可持续发展战略等相关事项,投资者应当到www.sse.com.cn网站仔细阅读2025年度环境、社会和公司治理报告全文。

2、本2025年度环境、社会和公司治理报告经公司董事会审议通过。

第二节报告基本情况

1、基本信息

股票代码	600750
公司简称	华润江中
公司名称	华润江中药业股份有限公司
报告范围	除另作说明外,本报告范围与公司年报合并报表范围保持一致。
时间范围	2025年1月1日至2025年12月31日
编制依据	本报告依据上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》《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)》《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》编制,同时参考国务院国有资产监督管理委员会《关于新时代中央企业高标准履行社会责任的指导意见》《央企控股上市公司ESG专项报告参考指标体系》和全球报告倡议组织发布的《可持续发展报告标准》等相关规则与标准。

2、可持续发展治理体系

(1)是否设置负责管理、监督可持续发展相关影响、风险和机遇的治理机构:

√是,该治理机构名称为董事会战略发展与ESG委员会。华润江中已建立上下贯通、职责清晰的ESG治理架构,在决策层,董事会负责整体决策部署,其下设的战略发展与ESG委员会主要研究ESG相关规划与重大事项,监督执行情况并识别ESG风险;在管理层,办公室作为ESG牵头负责部门,统筹跨部门协作、编制发布ESG报告并组织培训评估,ESG工作小组则由各部门负责人组成,推动ESG要求融入日常经营;在执行层,各职能部门及分子公司负责本领域ESG任务落地。2025年12月,公司修订了董事会战略发展与ESG委员会实施细则,进一步推动ESG治理架构的细化与适应性升级。

□否

(2)是否建立可持续发展信息内部报告机制:√是,报告方式及频率为月度　□否

(3)是否建立可持续发展监督机制,如内部控制制度、监督程序、监督措施及考核情况等:

√是,相关制度或措施为《董事会战略发展与ESG委员会实施细则(2025年修订)》《环境、社会和治理(ESG)行动规划(2025—2027年)》

□否

3、利益相关方沟通

公司是否通过访谈、座谈、问卷调查等方式开展利益相关方沟通并披露:√是　□否

利益相关方	关注内容	沟通方式
政府及监管机构	合规经营 依法纳税 促进经济发展 引领行业发展	1.遵守法律法规,建立合规管理体系 2.不定期拜访与联络,主动维系政府与监管机构关系 3.参与政府发监管机构组织的会议,明确其对公司发展的要求与工作指示 4.按环保主管部门要求办理排污许可证,接入政府环境监测平台保证排放达标 5.参与政府项目、开展政企合作 6.定期发布年度报告及ESG报告;公司官网、公众号等平台信息公开
投资者及股东	业绩增长 合规管理 信息披露 公司治理	1.持续完善公司治理体系 2.制定或修订市值管理、投资者关系管理等制度 召开股东会、业绩说明会等会议 3.参加2025年江西辖区上市公司投资者网上集体接待日活动 4.通过交易所平台、投资者热线、邮件、路演、反路演等多渠道开展投资者沟通 5.发布定期报告、ESG报告及临时公告 6.公司官网、公众号等平台信息公开
员工	员工合法权益 知情权与参与权 职业健康与安全 职业发展与培训 平衡工作与生活	1.完善员工管理体系及制度建设 2.签订劳动合同,按规定缴纳社保 3.召开职工代表大会,完善工会建设与沟通机制 4.组织开展员工文体活动、技能培训、思政培训等多元化培训及活动 5.定期、不定期开展安全检查,保障员工生产工作安全 6.开展员工体检、员工走访帮扶等加强员工关怀
客户	产品质量与安全 客户权益与隐私保护 售后服务	1.强化生产、质量、安全管理,保障产品质量与安全 2.客户回访及满意度调查 3.提供包括客服热线在内的多种沟通与投诉渠道 4.定期开展排放物监测、检测等指标测试 5.定期发布年度报告及ESG报告;公司官网、公众号等平台信息公开
供应商及合作伙伴	公平竞争 供应链风险管理 管理和技术进步	1.严格按照监管部门要求进行责任采购 2.加强供应商选择与管理 3.积极组织参与行业峰会、交流研讨活动等 4.加强技术研发与创新 5.开展产学研项目合作,加强行业间的合作及产业链帮扶 6.通过定期报告、公司官网、公众号等信息公开
行业协会	行业发展 交流合作	1.积极组织/参与行业峰会、交流研讨活动等 2.参与国家/地方/行业相关标准制定 3.关注行业转型与绿色发展 4.加强技术研发与创新;开展产学研用项目合作,加强行业间的合作及产业链建设
公益及社区组织	社区发展 公益慈善 环境保护	1.环境共建,推动绿色生态社区建设 2.关注弱势群体和公益慈善事业,组织开展志愿者活动等各类社会活动 3.以产业项目援助、现金捐赠、消费帮扶、技术与教育支持、基础设施等多渠道助力乡村振兴 4.定期发布年度报告及ESG报告;公司官网、公众号等平台信息公开;舆情监测与公开回复
媒体	信息披露 采访 交流	1.积极参与相关交流活动 2.合作组织开展各类环保宣传主题活动、建设环保教育基地 3.舆情监测与及时回复 4.通过官网、公众号及时发布公司动态

4、双重重要性评估结果

序号	公司ESG报告议题名称	重要性分析	对应上交所可持续发展报告指引议题名称
1	应对气候变化	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	应对气候变化
2	能源利用	√财务重要性 □影响重要性 □双重重要性	能源利用
3	环境合规管理	√财务重要性 □影响重要性 □双重重要性	环境合规管理
4	污染物排放	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	污染物排放
5	废弃物处理	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	废弃物处理
6	水资源利用	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	水资源利用
7	生态系统和生物多样性保护	非重要性议题	生态系统和生物多样性保护
8	循环经济	非重要性议题	循环经济
9	员工	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	员工
10	产品和服务安全与质量	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	产品和服务安全与质量
11	创新驱动	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	创新驱动
12	科技伦理	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	科技伦理
13	数据安全与客户隐私保护	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	数据安全与客户隐私保护
14	供应链安全	√财务重要性 □影响重要性 □双重重要性	供应链安全
15	社会贡献	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	社会贡献
16	乡村振兴	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	乡村振兴
17	平等对待中小企业	非重要性议题	平等对待中小企业
18	普惠医疗	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	
19	反商业贿赂及反贪污	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	反商业贿赂及反贪污
20	透明信息披露	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	
21	合规经营	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	
22	风险防控	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	
23	反不正当竞争	√财务重要性 □影响重要性 □双重重要性	反不正当竞争
24	投资者关系	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	投资者关系

备注:

1、生态系统和生物多样性保护为非重要性议题,因公司生产基地远离生态保护红线核心区,公司生产经营管理中严格落实生物多样性保护和环境合规管理,对生态系统和生物多样性的直接影响有限,无显著财务影响。

2、循环经济为非重要性议题,主要因为公司已在生产中推行资源节约与回收利用,相对于主营收入和利润的贡献度小,无重大环境或财务影响。

3、平等对待中小企业为非重要性议题,因公司建立了完善的供应商公平管理制度,该议题对公司整体财务或社会