

Sinocare三诺

• 每测一次都是爱

Sinocare Social Responsibility Report 2022

三诺生物 2022 年度 企业社会责任报告



目录

CONTENTS

- 报告说明
- 数说2022
- 董事长致辞

● 走进三诺

- 公司简介
- 公司大事记
- 公司价值观体系
- 公司品牌传播
- 可持续发展战略
- 企业荣誉

● 恪守对用户的承诺

- 科技创新与发展
- 零售渠道
- 医院渠道
- 基层医疗
- 深耕线上平台
- 国际市场
- 智能制造与绿色生产
- 产品质量与体系质量文化
- 数智化未来
- 三诺全球

● 恪守对员工的承诺

- 员工规模与结构
- 企业文化
- 人才引进
- 人才发展
- 薪酬福利
- 员工健康与安全

● 恪守对股东、合作伙伴和社会的承诺

- 业绩与回报
- 公司治理结构
- 合作伙伴
- 社会公益

● 2023年社会责任承诺

报告说明

《三诺生物传感股份有限公司2022年度社会责任报告》（以下简称“本报告”）是三诺生物传感股份有限公司及控股子公司2022年度履行社会责任的整体报告，展现了公司在经营、环境、社会等责任领域的实践和绩效，反映了公司在回馈股东、赋能产业、科研创新、绿色生产等方面所做出的努力。希望通过本报告起到与利益相关者沟通的作用，促进公司可持续发展。

🕒 时间范围

本报告为年度报告，报告周期为2022年1月1日到2022年12月31日，并包含部分历史信息。

📄 发布情况

第三次对外发布。

📖 编制标准

本报告参照中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》，同时遵循深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》、《创业板上市公司规范运作指引》和GRI的重要性、完整性、可比性和利益相关方参与的原则。结合实际情况，展示公司对股东、员工、客户、行业、环境和社会等利益相关者履行的责任。

📊 数据来源

本报告披露的2022年数据，均来自三诺生物传感股份有限公司的正式文件和统计报告，并经过相关部门审核。

📍 获取渠道

本报告以网络电子版形式发布，可在深圳证券交易所网站（www.szse.cn）及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）查阅获取。

📞 联系方式

三诺生物传感股份有限公司

官网：www.sinocare.com

地址：湖南省长沙市国家高新技术产业开发区谷苑路265号

电话：0731-8993 5528

数说2022

2022年实现营业收入 **28.14** 亿元；

公司参股子公司THI实现收入 **11.41** 亿元

公司总资产达 **46.17** 亿元；

公司参股子公司心诺健康总资产达 **19.29** 亿元

截至2022年底，公司在全球拥有员工4333名（含THI577人）。



董事长致辞



“i” 成长，2023效率 ——数智驱动“用户至上”的糖尿病数字管理专家

2002年三诺创立，2022年三诺20年。这20年来，我们一直坚持的是用户至上，去帮助糖尿病人提高生活质量。但这二十年的路，它并不是一直平坦的。

三诺创业到上市，我们努力成为中国血糖仪普及的推动者，让每一个中国糖尿病人能买得上，愿意买、用得上好的血糖仪。上市以后三诺发挥中国的成长的经验去植根中国，走向全球。在发展中国家，通过公司的本土化建设。在发达国家通过并购、整合，三诺已经成长为全球的血糖监测专家。我们不仅仅是在血糖技术上提升，围绕着糖尿病的诸指标检测，我们已经构建一套点线面的全方位结构。

在这个过程中，三诺已经成长为全球第四大血糖仪企业，在全球血糖监测专家的这条路上，我们还需要继续努力。接下来的十年，三诺通过CGM的上市，朝着全球领先的糖尿病数字管理专家去努力，帮助糖尿病人提高生活质量。这就像远方的光，是三诺存在的目的，是三诺的使命，这道光一直在指引我们。

全球领先的糖尿病数字管理专家是公司的愿景

过去的20年，环境一直是在改变的。人们的习惯的改变和技术的进步，甚至是医疗保险制度的一些变化，让这个竞争的环境充满着不确定性。但在未来的20年，很多方面是非常确定的：一是老龄化，二是人的寿命的变长，三是生活方式的改变，伴以糖尿病为主的慢性疾病的增加是确定的局势。数字化基础设施建设，数字的云，数字的传输，数字的算力，数字的安全，这些基础设施建设的能力是确定的趋势。那么怎么样在这些确定的趋势上去把握？全球领先的糖尿病数字管理专家是我们的战略愿景，是我们远方的一缕光。我们怎么样去实现呢？就需要去靠组织能力，一个企业的成功是战略乘以组织。

在全球领先的糖尿病数字管理专家战略确定以后，我们依靠着一些确定的趋势数智能力的建设，去做好组织匹配，是我们接

下来最大的一个挑战。

在这个过程中，我们怎么样去真正地理解用户至上，在产品方面要通过软件去定义产品，服务方面我们怎么样借助人工智能AI或互联网的能力去构建数字的连接和数字的服务。

在这方面最重要的是我们要有敢于推动自主变革的能力，我们怎么样去推动整合能力提升呢？我们提出了核心组织能力的三要素：专业化、数智化、全球化。我们借助杨国安教授的“杨三角”理论，构建我们的组织能力框架，在核心组织能力三化方面，专业化是用户至上的创新，一次把事情做对。这个交付是高质量、高效率，工作是标准化、系统化。在数智化方面，对内是要提高运营的效率，要提高用户的体验。在全球化方面，主要是全球主要市场的本土化。下面会围绕着专业化、数智化和全球化去看看我们2022年的工作，2022年我们提出要创新成长。

专业化是推动公司实现愿景的基础

在专业化方面，我们把研发分成PPL、PDL和PWS以及Digital Health Solution，我们去推动iPOCT的优化和iCGM的上市。在数智化方面，我们构建基于三诺核心的物联网，三诺的IoT，以及我们数智运营的iSee和BGM的BT以及三诺的糖尿病互联网医院。

在专业化方面，产品创新是我们的基础，我们是制造业企业，没有产品的竞争力，一切都是空的，那我们在PPL方面，我们要推动HPALC探寻它的全球竞争，以创新达到全球的领先水平。

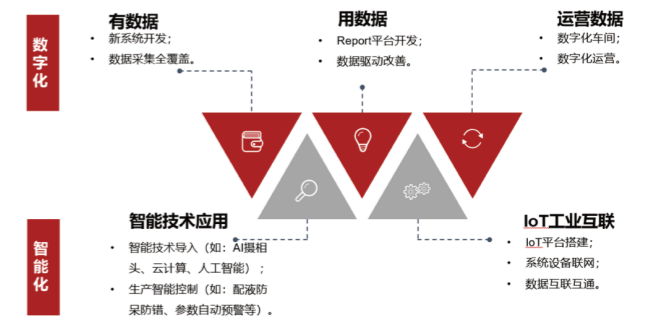
在PDL方面，我们是在想象一个基层医疗的未来，我们怎么样帮基层医疗去赋能。在PWS方面我们将植入传感器的CGM创新，与Eoflow的深度合作推动贴敷式胰岛素泵的上市，然后去构建根据感知和干预的人工胰腺闭环。

产品创新，要连接的是服务，怎么样创新呢？

在Digital Health Solution方面，我们围绕着高血糖、高血压、高血脂、高尿酸和高体重去进行管理，糖尿病服务最终的竞争力没有那么大，这是一个高质量的和负担成本的，这些需要我们的流程的标准化，包括对人的标准化，能获取更多的用户获益。

在糖尿病服务方面，我们一并聚焦探索的是糖尿病的逆转服务，能怎么样通过升级版的五驾马车加上智能化的评估系统和糖尿病的管理平台，去实现患者真正的逆转。中国已经进入一个从规模化增长到高质量增长的阶段，高质量增长的核心驱动力创新。我们去建立参与省级平台和国家级平台。在2022年我们参与了三个国家级平台的建设，从过去的计划诊疗到人工一线的解绑创新，到整个国家的知识产权的示范。

通过参与湖南省的芙蓉实验室建设，提高公司在营养与代谢方面的学术能力。产品的创新需要高效的制造，去实现可控成本、可高交付的制造。我们通过智能制造去实现的，在收集系统数据后通过六西格玛和精益去用好数据、运营数据，然后在这个基础上去实现产业互联网的进步。



数智化是推动公司实现愿景的工具

在数智化上面，三诺IoT，通过数字、通过仪器连接人，通过人的测试产生的数字，通过这些数字去连接服务。因此IoT是我们数智化的基础，那我们不管是PPL还是PDL还是PWS，我们都要去实现无感的互联和无线的互联以及互联的互通。

在运营方面，我们已经在推动Isee的建设，能从体系去产生的数据到运营各个方面对数智化，让业务数智化在线化，最后通过这个数据的挖掘和分析去提高数字的运营能力。利用最新的AI的技术进展，在这些技术进展方面，一定要去把它融入到我们国家的医疗保险的发展中来。

三诺在北京有健恒糖尿病互联网医院，在长沙有三诺健康糖尿病互联网门诊部。通过流程的建设，让我们探索在怎么样从一到N。三诺已经是初步全球化能力的公司，产品创新一直是我们竞争力能源的基础。在全球的研发协同，从HPALC在美国的上市，以及A1C的成本优化，实现从产品到体系到工艺到技术的提升，2022年，我们全球的协同得到了很好的推动，比如HPALC是低成本和高性能，我们最新的碳平台跟性能已经达到全球的新水平，我们正在推动FDA的认证。

全球化是推动公司实现愿景的目标

在全球供应链方面，因为全球趋势的变化，供应链的柔性，供应链的可控稳定性成了每一个制造业企业最大的一个挑战。那我们从东莞一测到Trividia到PTS来结合在Sinocare这个平台上去构建全球化的采购协同。

在全球化方面，我们做到FDA的符合性，让真睿一代国产化，HPALC推动全球上市，来引发全球协同，供应链去实现全球化。在这中间最核心的，我们是数字驱动质量，全球储备，质量第一，但是质量第一上面，我们做的是什么呢？我们要从体系到执行到整个的质量风险管控，不但是要从纸上到书上，我们还要从眼里到手上，从手上到心上，也就是说我们要按照写的去做，让做的成为一个习惯。

在全球化方面，我们在销售方面，从2016年我们建立越南子公司，到2020年建立印度尼西亚子公司。通过并购，我们2016年在美国两家子公司等在本土化方面已经有很好的进展。主要市场的本土化。2022年我们通过全球主要市场的划分，PTS和Trividia主要是在欧美市场，Sinocare负责东南亚市场和非洲以及中东这些市场，我们采取的策略是国家经理会派所有的团队，当地的团队都要实现本土化，我们让这个区域是定期交，

对市场的理解跟政策能够及时地反映，然后去建立Sinocare的品牌。

在长期投资方面，三诺经过两年多的建设，三诺的新园区青山园区已经投入使用。11月5日CGM入驻新园区，我们的宿舍楼也在2023年1月11号封顶的。那在这一年中间，我们也涌现出了很多优秀的团队，还有优秀的研发项目，从降本先锋队到阿尔及利亚项目团队实施等等，正因为有优秀的团队去推动项目的按计划按质量的去高效的完成，才让我们就不断地去取得很好的经营成果。

三诺的企业文化，为爱而诺。诺体现在六大行为典范——用户至上，需要认真来支撑；拥抱变化，需要协作去推动；卓越结果，需要依靠创新提升。

2022年是公司专业化、数智化、全球化实施的起步之年。在这艰难的一年，我们是坚韧前行，从短期指标来说，不管是sinocare还是Trividia、PTS、还是一测科技，我们都取得了销售收入的增长，同时实现了净利润增长率超过销售收入的增长率。

德鲁克曾说过，对企业和个人无论环境是否变化，成长都是必须进行的。持续和健康成长是企业和个人最本质的追求，而健康的成长需要的是长肌肉，而不是脂肪。需要有利润的增长，而不仅仅是规模的增长，就要进入个人能力和成就感的成长。因此在短期内看，三诺的经营效率是在提高的，那怎么样去持续地提高？因此2023年我们把它定义为效率，那我们怎么样去增长？

“i” 成长，2023效率

“i” 成长是什么？“i” 成长首先是我的成长，员工的成长是我们专业化、数智化和全球化组织能力提升的基础。“i” 成长在三诺是员工和组织成长的过程，按照领导力的3i模型，我们需要最优先发展的，一是insight洞察业务，二是influence协同团队，三是inspire，要去激发自我。“i” 成长其次是innovation，是创新的成长。创新是过去与未来在全球有竞争力企业的基础。创新不仅仅是基于我们想象的创新，而是基于价值，用户获益的创新。“i” 成长第三是increase，是经营质量和效率的increase，是增长肌肉，而不是长脂肪。

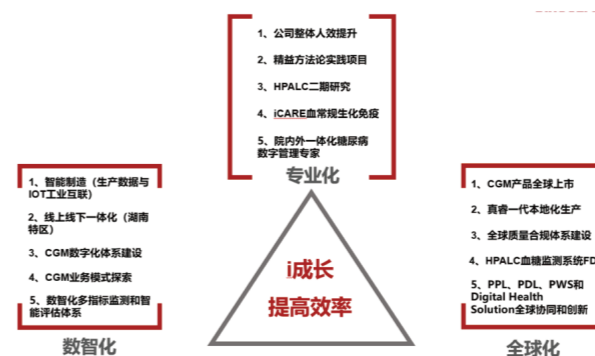
效率上我们最重要的是要做到什么？要剔除无效的事，有一些事情是根本不需要去做的，它不产生任何成效，纯粹是浪费时间，同时我们一定要把无效的事情剔除出来。

做好有效的东西。在个人工作的交付内容、交付时间和交付标准，我们都需要高标准；在人际关系上，我们怎么样去应对上

级、下级、同级，我们最核心的是什么？要用人所长，而不是纠结在关系和抱怨中；在管理工作上，我们怎么样去借助数智化能力去把会议、流程不断地去优化；对个人来说，我仍然建议德鲁克《卓有成效的管理者》和个人成长的各方面的要求：

第一是要管理好时间。只有时间是最宝贵的，时间不会回来，除非我们找到奇点。当然将来一定找到比光更快的物质，让穿越不再是梦想。但现在我们很难去真正的把握，因此我们怎么样管理好自己的时间，管理好组织的时间是第一要务。

第二是做贡献。我们做事的目的是要有贡献，就是要产出成果，要推动整个组织价值观和个人价值观。在人际关系方面，我们最重要的是用人所长，每个人都有优点和缺点，但是我们并不需要去过分地关注缺点和劣势。我们怎么样把优势发挥出来，用到我们自己擅长的事情上面，安排在合适的岗位上，是我们管理最核心的。要事优先，就是保持专注，要学会放弃，最后要做出有效的决策。决策要懂得决策的边界，根据问题找出根因，然后激发不同的见解，才能够做出正确的决策。



行，这样就能够按照时间进度去实现，而不仅仅是一个梦想。个人的能力怎么样跟组织能力去适配，我们要靠培养和激励，要提升组织能力，能让公司降低负担，继续开展认真工匠学习，投身3i领导力的培养，建立项目型的矩阵组织，然后我们要会推广精益方法论，去进行决策评审的优化，来继续梳理行为产品，赋予参与感和使命感。我们通过生产的精益到服务的精益，到整个研发的精益，去提高公司的效率，最终目的是要降低成本，改善质量和提高效率。

在试条和HPALC碳试条和iPOCT仪器的改善上进行价值流分析，我们一定要去找出爆炸点，要打开这个点，然后去提高效率。通过这些改善，我们的制造效率是可以得到提高。这些目标我们都是做关键任务去实现的，也是三诺定义的硬仗项目。

2023年公司在专业化、数智化、全球化的关键任务落实在三个方面，首先在专业化方面，我们要做好公司整体的人效提

升。然后通过精益方法论去推广运营。第三要去做好在HPALC上实现从BGM到BXM的进化，实现iCARE平台化，在iCGM上实现CGM到CXM的探索。

在糖尿病管理服务专家方面，我们要在0到1的基础上去扩展，实现从1到N。在数智化方面，继续做好智能制造。在销售上实现线上线下一体化的湖南特区的建设。在CGM上从硬件拓展到“硬件+软件+服务”的模式创新。在iCARE上落实数智化的基层疾病诊断和慢病管理目标。在临床上利用从院内到院外的体系建设。

在全球化方面，要实现CGM在中国的销售，在欧洲的上市和美国注册临床，在血脂试条和A1CNow的本地化生产上落地长沙。HPALC真正实现美国的规模化销售，在全球质量合规，再就是one sinocare family的文化建设，去推动全球的协同创新。

公司研发中心、CGM事业部、福诺、一测，最核心的指标是做出有竞争力的产品，这个产品是高质量的新产品，要能够按计划上市，就是要用更少的设计差错，更高的设计效率和更低的设计成本。公司供应链、生产中心、职能中心以及PTS和Trividia，最核心的指标是人均贡献，是人效。对于三诺健康、零售事业部、临床事业部，iPOCT事业部、国际销售部最核心指标是营销投入的回报率。

人们对生命质量的追求，对提高健康医疗产品和服务的质量的需求是无止境的，需要医疗、工业、商业持续的协同创新来满足。公司基于持续葡萄糖监测（CGM）的实时感知，结合临床精准分型和管理，建立感知—评估—干预的闭环已从学术研究走进现实，糖尿病等相关慢性疾病的管理进入精准医学时代。公司作为全球糖尿病监测行业的领先企业，基于全球领先三代CGM创新生物传感技术，“I CAN”持续葡萄糖监测（CGM）产品的上市，将推动糖尿病精准管理在中国的普及。

2023年，三诺将保持乐观、惟精惟一，坚持长期主义、提高效率、i成长。以专业化、数智化、全球化的核心组织能力，投入更多的资源聚焦在糖尿病等慢性疾病精准监测技术创新和管理系统的数智化，成就“全球领先的糖尿病数字管理专家”长期价值。恪守对用户、员工和股东的三个承诺，践行帮助糖尿病等慢性病人提高生活质量的使命。

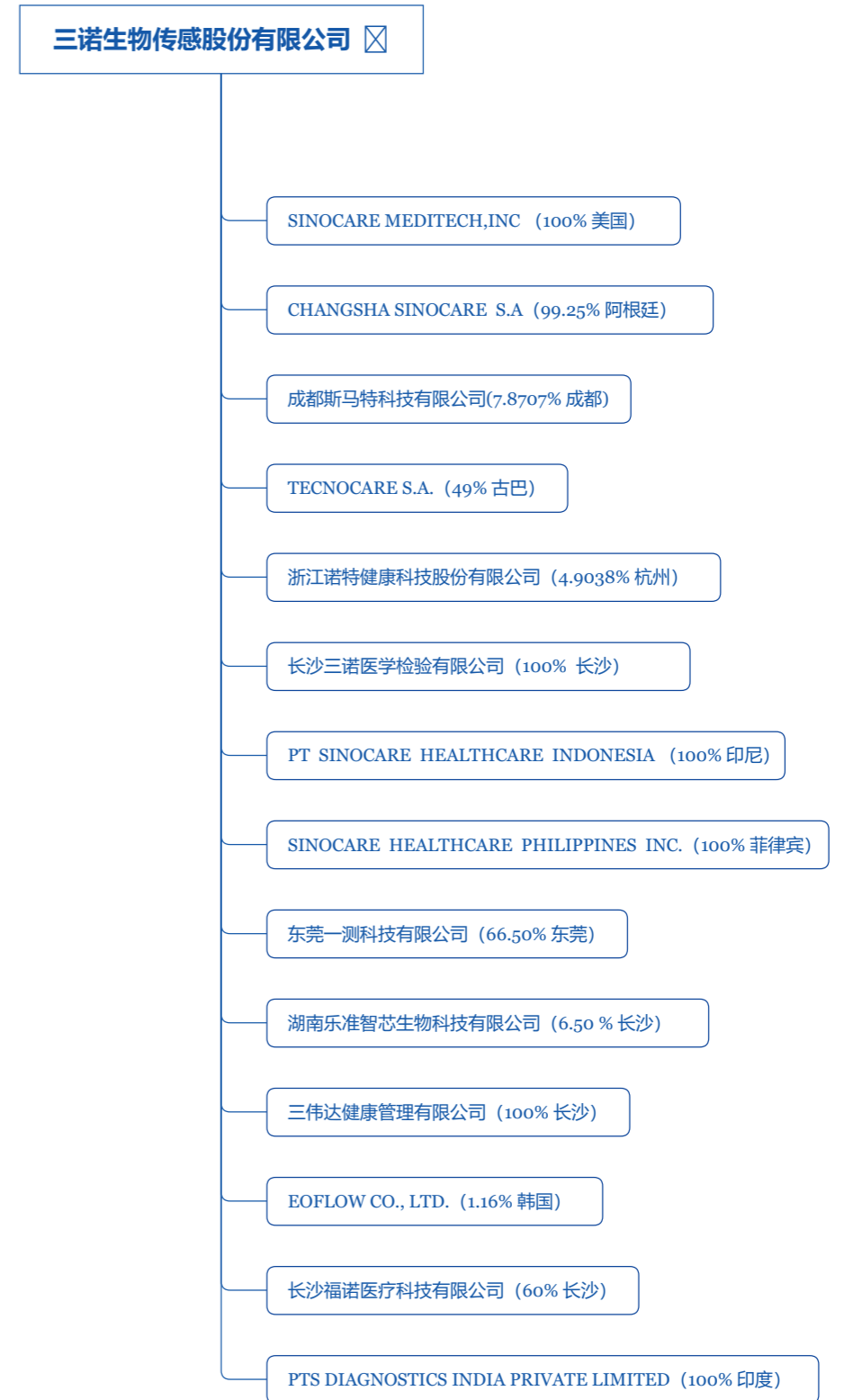
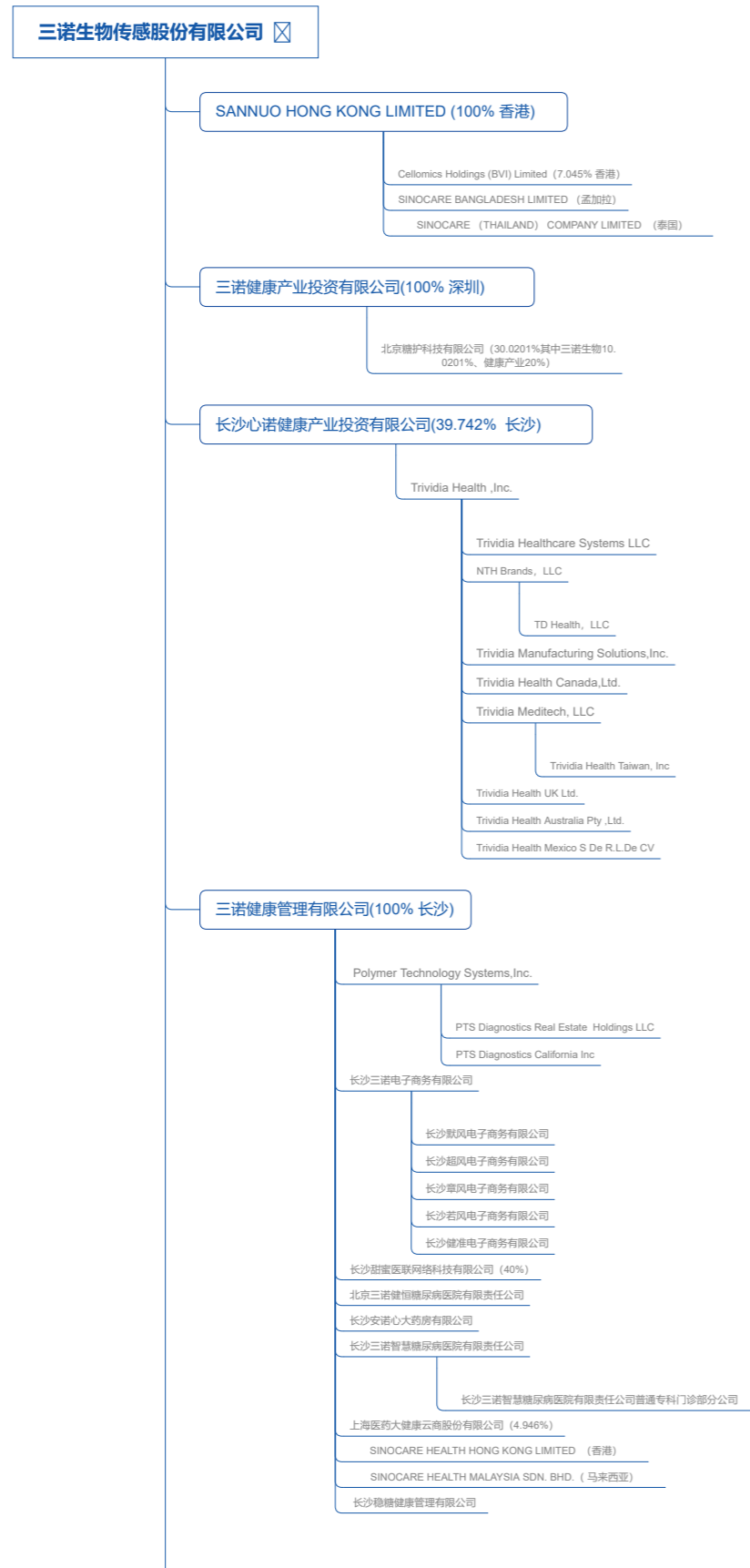
01 走进三诺生物



- 公司简介
- 公司大事记
- 公司价值观体系
- 公司品牌传播
- 可持续发展战略
- 企业荣誉



三诺生物传感股份有限公司成立于2002年，公司致力于利用生物传感技术研发、生产、销售快速检测慢性疾病产品的高新技术企业。秉承“恪守承诺、奉献健康”的企业宗旨，专注于推动糖尿病及慢病健康事业的发展。公司始终遵循“为爱而诺”的核心价值观，通过持续创新，从“中国血糖仪普及推动者”起步，成为“全球领先的代谢病监测专家”，最终实现“全球领先的糖尿病数字管理专家”的战略愿景。公司未来将聚焦糖尿病及相关慢病的监测，积极拓展IPOCT检测业务，努力打造“生物传感+互联网+医疗+服务”的以患者为中心的全程糖尿病及相关慢病管理模式，为慢性疾病的防治提供更多创新性、系统性的智慧医疗解决方案，提高糖尿病等慢性疾病患者的生活质量，成为全球领先的糖尿病数字管理专家。



Sinocare三诺

数智ai 全球诺

惟 精 惟 一

三诺20周年，感谢用户、员工和合作伙伴、股东与我们保持乐观，同行在这个不确定的时代！我们言物行恒，恪守“为爱而诺”的核心价值观，坚守对用户、员工和股东的三个承诺，践行“帮助糖尿

病等慢性病人提高生活质量”的使命。惟精惟一，平衡短期和长期，成就“全球领先的糖尿病数字管理专家”的长期价值。Winning Now, Winning Later.



三诺生物传感股份有限公司成立于2002年，公司致力于利用生物传感技术研发、生产、销售快速检测慢性疾病产品的高新技术企业。秉承“恪守承诺、奉献健康”的企业宗旨，专注于推动糖尿病及慢病健康事业的发展。公司始终遵循“为爱而诺”的核心价值观，通过持续创新，从“中国血糖仪普及推动者”起步，成为“全球领先的代谢病监测专家”，最终实现“全球领先的糖尿病数字管理专家”的战略愿景。公司未来将聚焦糖尿病及相关慢病的监测，积极拓展iPOCT检测业务，努力打造“生物传感+互联网+医疗+服务”的以患者为中心的全程糖尿病及相关慢病管理模式，为慢性疾病的防治提供更多创新性、系统性的智慧医疗解决方案，提高糖尿病等慢性疾病患者的生活质量，成为全球领先的糖尿病数字管理专家。



Our mission 我们的使命

- 提供创新、优质的POCT解决方案，弥补包括糖尿病、心血管疾病和其他相关并发症等慢性病患者的护理空白；
- 成为可靠、值得信赖的合作伙伴；
- 珍视员工，营造奖励成就、推动个人满足和成长的企业氛围；
- 提供买得到、用得起的护理服务，帮助患者过上更加幸福健康的生活；
- 增长盈利，为股东创造价值；
- 以道德和诚信约束公司和个人

PTS Diagnostics, Inc. 致力于通过POCT（即时检测）、客户导向、技术创新、严控标准来不断改善慢性疾病管理。PTS成立于1992年。PTS诊断作为一家创新的即时诊断解决方案提供商，与患者和医疗保健专业人员合作，在正确的时间提供正确的信息，以做出正确的决定。公司名称代表了其长期成功的三大支柱：人才、技术和服务（PTS Diagnostics is innovating point-of-care with people, technology and service.）。

PTS诊断的标志性产品包括CardioChek®脂质分析仪和A1CNow®系列产品。CardioChek®系列产品已在全球筛查了超过1.2亿患者，而A1CNow®系列产品致力于通过持续的糖尿病管理使人们过上更健康的生活。这些产品一起帮助识别患有心脏代谢综合征的个体，这是一组会增加患心血管疾病或糖尿病风险的疾病。

公司还提供了新的技术，通过其PTS Collect™毛细管创新了血液收集。此外，PTS Diagnostics还提供PTS Connect™解决方案，这是一个面向健康和保健公司、零售诊所和紧急护理中心的交包式人口健康管理(PHM)平台，使连接更加灵活，信息管理更加简单。

总部位于印第安纳州印第安纳波利斯市，PTS Diagnostics设计、制造和销售产品，并在全球数百个国家销售。该公司在印第安纳波利斯和加州森尼维尔设有制造工厂，并在北美、欧洲、拉丁美洲和环太平洋地区设有销售办事处。



TRI 代表着我们对顾客、患者、员工的承诺
VI 代表着克服糖尿病的胜利
DIA 代表着我们对于糖尿病的奉献精神
HEALTH 代表着我们的业务范围不止于糖尿病领域使命



Trividia Health Inc. 主营业务为血糖监测系统和其他糖尿病辅助产品（葡萄糖补充剂、糖尿病皮肤护理产品、糖尿病管理软件、尿酮测试条、膳食纤维和综合维他命等糖尿病人用营养补充剂）的研发、生产和销售。Trividia的真睿 TRUE METRIX血糖监测系统试条和仪器已在中国境内取得医疗器械产品注册证并实现销售。在新兴市场的销售协同方面，公司借助Trividia全球销售渠道资源、供应链资源、品牌资源以及30多年累积的丰富国际经营及销售经验，建立起较为完善的全球化销售渠道，未来将致力于开拓中东、非洲、印度以及拉丁美洲等国家和地区市场。公司将继续致力于为全球更多客户，尤其是亚洲、拉丁美洲等新兴市场提供可靠的产品和优质的服务。公司通过引入Trividia营养膳食补充剂及日常护理相关产品，将加速公司在糖尿病监测和日常护理方面的产品延伸，实现糖尿病管理专家的战略愿景。

1 糖尿病监测领域的引领者

三诺生物作为中国糖尿病监测领域的技术创新型企业，成立以来始终坚持内部创新和外部并购相结合，作为国家生物医学工程高技术产业化示范项目基地，多次获得国家创新基金支持，并率先通过了ISO13485质量管理体系认证及欧盟CE认证。公司生产的“三诺”系列血糖仪及配套试条，以其“准确、简单、经济”的特点，获得广大消费者的认可。并购美国PTS公司后，公司实现了从血糖监测系统提供商向慢性疾病即时检测（POCT）产品的提供商和服务商的转变。通过多年的努力发展，在产品上，公司实现了从单一血糖指标向血糖、血脂、糖化血红蛋白、尿酸、尿微量白蛋白等围绕糖尿病及相关慢病的多指标检测系统的转变。

2 糖尿病数字管理领域的开拓者

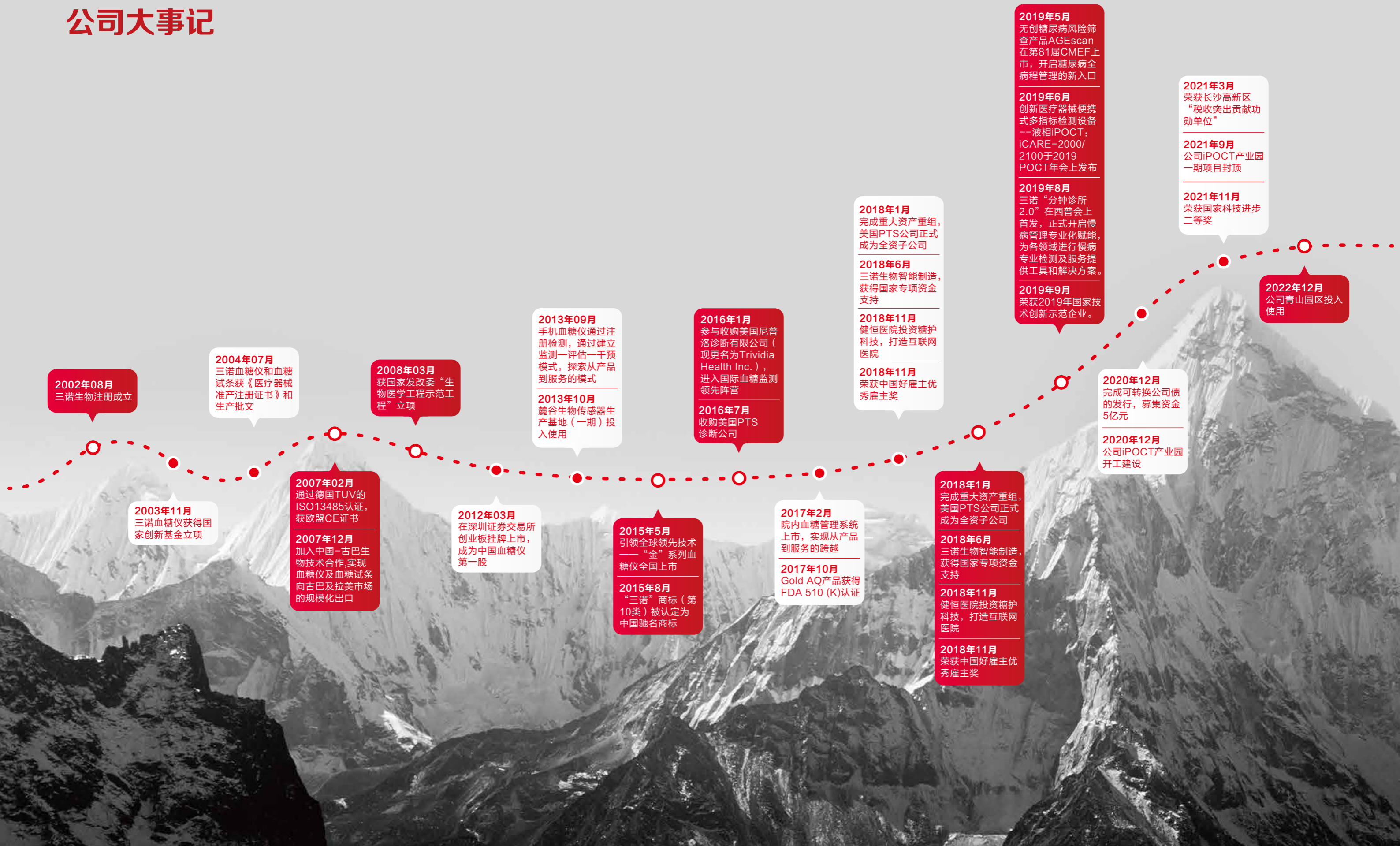
成为“以患者为中心”的全程管理专家，围绕糖尿病患者、即将进入糖尿病的患者、糖尿病前期人群提供管理解决方案和服务，以血糖仪为核心，带动糖尿病预防的AGEscan，糖尿病治疗并有效管理的CGM，以及基层医疗使用的iCARE，在这个基础上联合分钟诊所，去迈向下一个驱动阶段。公司的院内外一体化全程管理解决方案，将住院患者血糖管理和出院患者自我监测智能结合，并实现了医患交流、线上复诊、跟踪随访。同时，公司将加强智能糖尿病管理系统的完善和推广，强化以客户为中心，不断拓展经营品项目，为慢病解决方案以及未来的健康管理提供有价值的硬件产品，打造“硬件+软件+服务”的综合慢病管理模式，通过甜蜜互助全面助力用户直连，为慢性疾病的防治提供更多创新性、系统性的智慧医疗解决方案，提高糖尿病等慢性疾病患者的生活质量。

3 慢病检测领域的奋进者

针对行业发展趋势，公司积极做好新产品的研发和技术储备工作，打造了具备数据传输功能的血糖、血脂、血压和适用于基层或临床科室的iPOCT检测产品，推动院内外患者血糖管理系统和“云医院”糖尿病管理信息系统升级。公司现有电化学技术平台、液相生化技术平台、凝血技术平台、免疫荧光技术平台、胶体金技术平台、化学发光技术平台，以及配套的仪器技术平台和基于互联网大数据的智慧医疗平台，依托上述平台公司不断推出满足客户需求多功能、多系列的产品，同时积极拓展基层iPOCT检测业务，为糖尿病等疾病防治提供更全面的解决方案。公司已形成丰富的产品线，目前拥有5个产品线及20余个子品牌，产品检测指标涵盖血糖、血脂、糖化血红蛋白、尿酸、尿微量白蛋白、糖化血清白蛋白、炎症、凝血功能、肝功能、肾功能等70多项指标。

371 MILLION PEOPLE ARE LIVING WITH DIABETES
187 MILLION PEOPLE UNDIAGNOSED
642 MILLION PEOPLE BY 2040 WILL BE LIVING WITH DIABETES

公司大事记



2002年08月
三诺生物注册成立

2004年07月
三诺血糖仪和血糖试条获《医疗器械准产注册证书》和生产批文

2008年03月
获国家发改委“生物医学工程示范工程”立项

2013年09月
手机血糖仪通过注册检测，通过建立监测—评估—干预模式，探索从产品到服务的模式

2013年10月
麓谷生物传感器生产基地（一期）投入使用

2016年1月
参与收购美国尼普洛诊断有限公司（现更名为Trividia Health Inc.），进入国际血糖监测领先阵营

2016年7月
收购美国PTS诊断公司

2018年1月
完成重大资产重组，美国PTS公司正式成为全资子公司

2018年6月
三诺生物智能制造，获得国家专项资金支持

2018年11月
健恒医院投资糖护科技，打造互联网医院

2018年11月
荣获中国好雇主优秀雇主奖

2019年5月
无创糖尿病风险筛查产品AGEscan在第81届CMEF上市，开启糖尿病全病程管理的新入口

2019年6月
创新医疗器械便携式多指标检测设备——液相iPOCT：iCARE-2000/2100于2019 POCT年会上发布

2019年8月
三诺“分钟诊所2.0”在西普会上首发，正式开启慢病管理专业化赋能，为各领域进行慢病专业检测及服务提供工具和解决方案。

2019年9月
荣获2019年国家技术创新示范企业。

2021年3月
荣获长沙高新区“税收突出贡献单位”

2021年9月
公司iPOCT产业园一期项目封顶

2021年11月
荣获国家科技进步二等奖

2022年12月
公司青山园区投入使用

2003年11月
三诺血糖仪获得国家创新基金立项

2007年02月
通过德国TUV的ISO13485认证，获欧盟CE证书

2007年12月
加入中国-古巴生物技术合作，实现血糖仪及血糖试条向古巴及拉美市场的规模化出口

2012年03月
在深圳证券交易所创业板挂牌上市，成为中国血糖仪第一股

2015年5月
引领全球领先技术——“金”系列血糖仪全国上市

2015年8月
“三诺”商标（第10类）被认定为中国驰名商标

2017年2月
院内血糖管理系统上市，实现从产品到服务的跨越

2017年10月
Gold AQ产品获得FDA 510 (K)认证

2018年1月
完成重大资产重组，美国PTS公司正式成为全资子公司

2018年6月
三诺生物智能制造，获得国家专项资金支持

2018年11月
健恒医院投资糖护科技，打造互联网医院

2018年11月
荣获中国好雇主优秀雇主奖

2020年12月
完成可转换公司债的发行，募集资金5亿元

2020年12月
公司iPOCT产业园开工建设

公司价值观体系

三诺价值观体系



公司品牌与传播

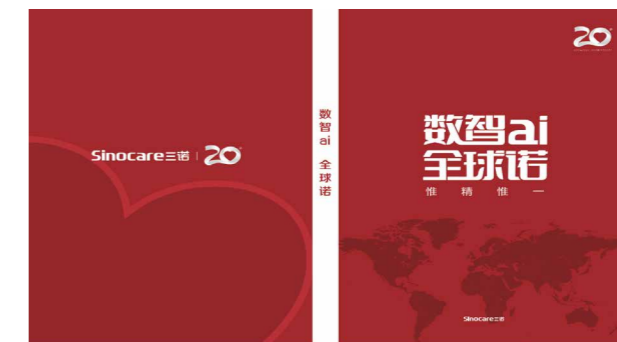
“数智ai 全球诺” 三诺生物20周年

20周年主视觉的更新

在三诺生物小程序、APP、公众号联盟等进行20周年元素植入，公众号头像、公众号封面、视频封面、直播氛围图等自媒体平台同步更新20周年视觉，三诺健康小程序推进换肤及20周年健康账单活动，将20年品牌概念传递给广大用户。



20周年司庆日&20周年书籍



聚焦“对用户，对员工，对合作伙伴、社会 and 股东”的三个承诺，三诺生物以《数智ai 全球诺》为主题，面向各中心部门征集稿件，由《诺》刊编辑部主导编写、约稿、整理、校对、排版设计等，最终出版多达16万字的20周年书籍。





三诺生物20周年司庆以“爱的列车”为主线，贯穿企业20年发展历程。结合“数智ai 全球诺”主题，通过道旗、栅栏、积木、时光相册、时光小卖部、时光列车等，让员工沉浸式感受20周年氛围。

开展一系列全球化、多元化的高势能传播

为全方位展现品牌面貌，多维度输出品牌价值，三诺生物于20周年之际推出20周年专题页。该专题页汇聚三诺生物20年发展历程和品牌故事，涵盖国内、国际版本，通过多元化传播形式和传播内容，兼顾多平台传播，将20周年传播内容整体化、立体化、生动化，加强了国内外员工和用户对品牌的情感共鸣和价值认同。



人民网深度合作

以权威媒体人民网为20周年媒体传播主阵地，开展深度合作。推出“人民会客厅”、“对话企业家”等深度访谈，呈现三诺生物“全球领先的糖尿病数字管理专家”企业形象；聚焦1型糖尿病群体、以三诺糖尿病公益基金会为切入点，刊发社会责任主题报道；在人民网湖南频道上线20周年专题页硬广，优质内容+优质媒体，覆盖1亿+人次，传播品牌价值，深化品牌影响力。



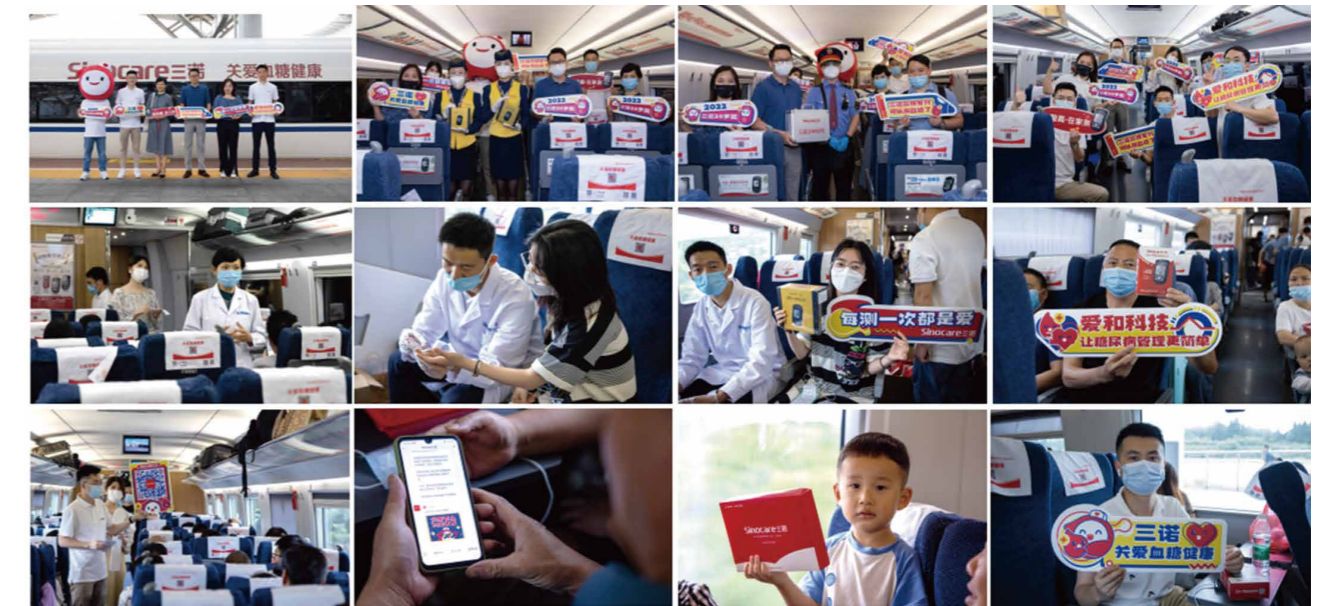
硬广投放——对话城市 健康同行|三诺点亮长沙地铁

2022年8月1日三诺血糖仪正式点亮长沙地铁6号线。作为长沙市轨道交通线的“城市窗口型”骨干线路6号线同时覆盖湘雅系3大医院与湖南省医疗器械产业园，更是与中南大学湘雅三医院双向转诊业务指导单位——三诺健康糖尿病门诊，一同串联起长沙的“健康守护之路”。三诺超级灯箱以其独特醒目的设计，向社会递出了属于三诺的品牌新名片。亦在出行、就医等场景下助力大众不断提升慢病健康管理意识。



健康患教 高铁免测活动

2022年6月，三诺在高铁上推出了血糖免费检测服务，旨在提高公众对慢性病的认知，提升三诺品牌知名度和美誉度。



品牌营销活动

420世界痛风日

高尿酸血症已经成为继三高后的“第四高”，且患者知晓率极低。目前中国高尿酸血症患病人群高达1.8亿，其中痛风患者近1500万且年轻化趋势明显，男女发病比例为15:1。针对这一现状，一直专注于全球慢病管理的三诺生物洞察到“每个男人心中都有个武侠梦”，瞄准这一目标人群，生动还原当代年轻人易诱发痛风的生活场景，进行寓教于乐的患教，让“不痛未必不痛风”的创意和“尿酸高 在家测”的主张根植人心。对三诺生物来说，帮助年轻群体重视自身健康、提高生活质量，是社会责任使然，更是品牌价值所在。



父亲节

“让中国的每一位糖尿病患者都拥有自己的血糖仪”这是三诺生物创立20年以来，始终没有改变过的初心。2022年父亲节，在长沙扎根成长的三诺生物联合长沙王府井百货打造了一场对父亲的浪漫表白，一把象征着父亲为孩子遮风挡雨的“父爱大伞”于父亲节为爱上线；同时，三诺生物还打造了一场限时快闪行动，为众多市民送上父亲节的浪漫好礼，科普血糖知识，关爱父亲血糖健康，提升大众对于糖尿病的关注和预防，此项目荣获《现代广告MODERN ADVERTISING互动创意奖&媒介营销奖铜奖》。三诺生物坚守初心，积极创新，潜心布局未来的发展道路，朝着更广大的人群进发，未来三诺生物希望能与更多人走在一起，迈向更健康的未来。



联合国糖尿病日

每年的11月14日是联合国糖尿病日，在第16个“联合国糖尿病日”来临之际，三诺生物携手《勇气》的词作者瑞业老师，倾情打造了一首献给1.4亿糖友的公益歌曲《天生有爱》。这首歌歌词治愈，旋律轻快，围绕着爱与陪伴，娓娓道来又给予人力量。让糖友在因为没有控制好血糖而内疚的时候听一听，感受到爱意从而不焦虑；在受到不公正待遇的时候听一听，感受到鼓舞从而振作再出发；在情绪不稳定的时候听一听，感受到能量从而不彷徨。同时，也传递出三诺生物一直以来的品牌理念：爱自己、爱家人、爱他人。

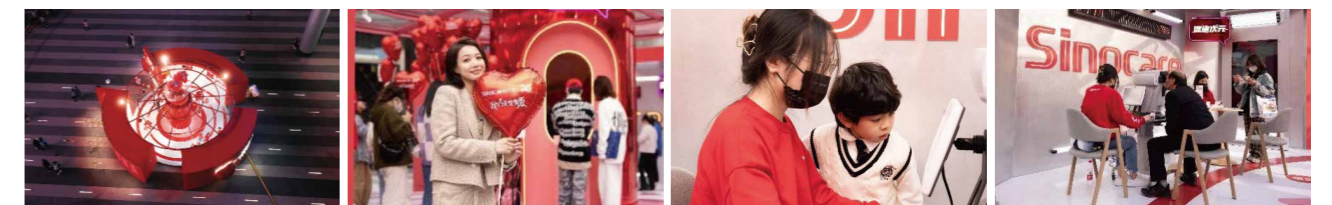
歌曲上线引发众多糖友共鸣，全网曝光超3.2亿，《天生有爱》歌曲MV播放量超5280万次，引发政务机构、地方蓝V等媒体自发报道，号召大家一起关注血糖健康，一起关爱糖尿病人。



20周年快闪店

2022年是三诺生物20周年，11月24日感恩节当天，三诺生物在长沙地标IFS国金中心西南广场，打造城市“心地标”「我们天生有爱·漫游局」。集合了有爱打卡；浪漫置顶；小小糖友的画和故事；血糖、尿酸公益免测和AGEscan预见未来糖尿病患病风险的无创筛查等，吸引了不少市民前来打卡、体验、分享社会化媒体；线上引发了众多关注和讨论，全网总曝光超2.6亿，总互动超31万，获得湖南经视、长沙新闻、湖南都市、湖南广播电视台共4家地方电视/电台媒体进行相关报导。

从“中国血糖仪普及者”到“全球领先的糖尿病数字管理专家”，「爱」贯穿了三诺生物的初心和成长。曾经怀揣梦想出发的三诺，正是内心倚仗这种坚持，得以赢得更多用户和合作伙伴的支持和信赖，得以一再攀上新的高度。所以，三诺也更希望这份「爱」的信念能感染更多人，传递更多人，触动更多爱与美好的发生，因这世界天生有爱，有我陪你天生有爱。



中国航天文创IP联名合作

2022年是中国航天科技最受世界瞩目的一年，也是三诺生物在血糖科技领域深耕的第二十年。三诺生物和中国航天始终坚持科技引领发展，以满足亿万中国用户的美好生活需求为核心动力，在各自的专业领域呈现给国民更好的产品和服务。

双方在“爱和科技”理念层面达成了航天科技与血糖领域的首次官方合作，三诺生物成为“中国航天文创ACCC血糖仪官方合作伙伴”，为亿万用户带来了科技化、智能化新健康生活体验。无论是探索宇宙深空，还是探测人类微观健康，航天器与三诺生物血糖仪都是为国家及千万家庭精细筑造的“大国之器”，既守护着人民当下的幸福，也守护着人类健康未来。



春节营销活动-新年好礼 天生有爱

2022年12月三诺生物策划了以“新年好礼，天生有爱”为主题的春节整合营销活动。全渠道上线新年贺岁TVC，借助轻松幽默的形式，让“送礼送健康”的观念成为CNY春节营销赛场上最不一样的风景，并以“新年迎财神”的民俗文化作为新年与大众互动的创意为切入点，发起了#全民打call迎财神#的抖音合拍互动挑战赛，在财神与用户的合拍互动中传递“送礼送健康，有爱有三诺”的品牌主张。最终揽下1.3亿曝光！掀起大众关注血糖等慢病健康的热潮，传递关爱健康的理念，实现三诺品牌的有效破圈。春节营销期间，三诺生物还聚合了老韩头儿、王队长、最佳李芊芊三位抖音百万级别的高热达人势能，通过KOL花式种草，进一步传递“送礼送健康”的理念，借势KOL背后高质高量的粉丝与一呼百应的号召力，将更多外围的潜在消费者“卷”入这场心智种草中。在优质内容与达人的流量放大器效应下，品牌关注度和影响力不断提升，最终揽获视频总播放量超2,358万次，总互动量超32万次。

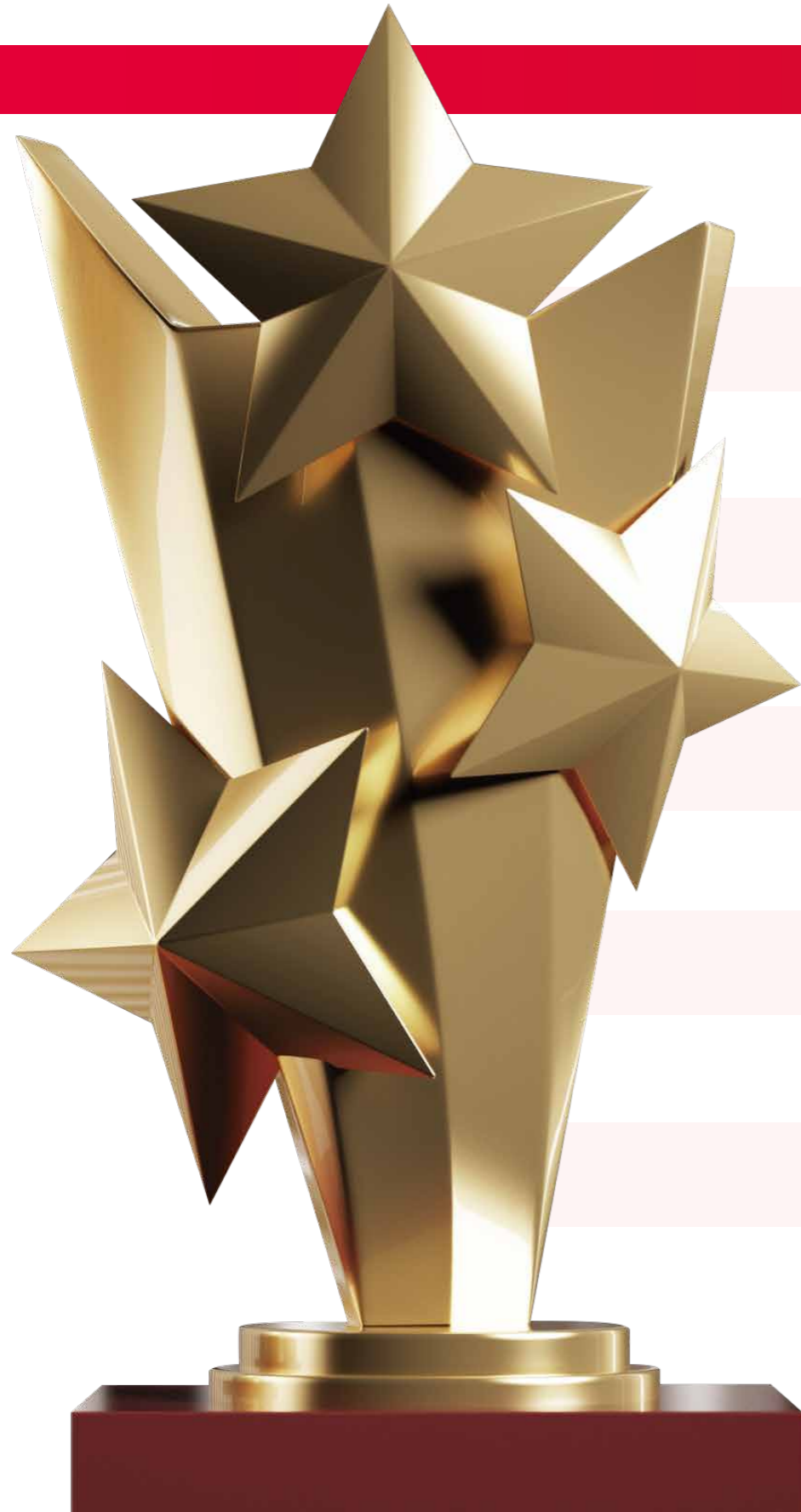


可持续发展战略

三诺生物与联合国可持续发展目标 (SDGS)

SDGS	三诺的行动
SDG3: 良好的健康与福祉	推动慢病检测专家建设，培养行业优秀人才，保障员工职业健康，实现安全生产，提供医疗援助服务，应对重大公共卫生事件
SDG4: 优质教育	开展针对员工的培训，保障员工及其子女享有良好的学习条件和机会
SDG5: 性别平等	在招聘及就业过程中确保男女平等，工作场所配置母婴室及其他设施
SDG6: 清洁饮水和卫生设施	控制污水、危险化学品排放。确保清洁饮水及卫生设施齐备
SDG8: 体面工作和经济增长	保障员工权益，注重员工关怀。建立员工子女托管所，健身房，保障员工身心健康，薪酬福利待遇良好
SDG9: 产业、创新和基础设施	保障产品质量，提升服务水平，引领医疗器械行业发展
SDG10: 减少不平等	打造平等、尊重、包容的工作环境，开放多元沟通渠道，建立多平台交流，尊重不同地域、不同文化背景的员工
SDG11: 可持续城市和社区	工业固废分类收集，回收再利用；废气、废水满足国家及地方环保标准限值要求；构建绿色园区，推动家庭医疗和基层医疗的改革，开展志愿者和公益服务
SDG12: 负责任消费和生产	建立了质量管理体系，通过了ISO19001和ISO13485体系认证，符合现行GMP规范要求；防治污染，绿色生产
SDG13: 气候行动	绿色办公/生产、环保出行
SDG16: 和平、正义与强大机构	注意权利保障在公司内部和合作伙伴中的开展
SDG17: 促进目标实现的伙伴关系	开展利益方相关沟通，发布年度社会责任报告

企业荣誉



国家创新基金支持项目

智慧健康养老应用试点示范单位

国家生物工程高技术产业化示范项目

2015最具成长性的上市公司

中国家庭健康监测创新贡献奖

医疗大数据应用技术国家工程实验室共建单位

国内店员推荐率最高品牌血糖仪

最具价值医药上市企业金牛奖长沙市儿童友好型企业

福布斯“2013年最具潜力上市公司榜”第三名

全国工会爱心托管班

2014医疗仪器创新奇璞奖

国家企业技术中心

健康中国金葵公益奖

国家科技进步二等奖

中国驰名商标

国家工程研究中心

第十二届、十三届中国上市公司价值评选中国创业板上市公司价值五十强

国家知识产权优势企业

证券时报第九届天马奖·中国上市公司投资者关系评选最佳董事会

人工智能医疗器械创新任务揭榜单位


中国好雇主优秀雇主奖

个体化诊疗技术国家工程研究中心


02 恪守对用户的承诺



- 科技创新与发展
- 零售渠道
- 医院渠道
- 基层医疗
- 深耕线上平台
- 国际市场
- 智能制造与绿色生产
- 产品质量与体系质量文化
- 数智化未来
- 三诺全球

 **中国血糖仪普及的推动者**
让中国每一位糖尿病患者
都拥有自己的血糖仪

 **血糖监测专家**
全球有影响力的
血糖仪专家型企业

 **中国糖尿病数智管理专家**
让每一位糖尿病患者都能
科学管理好血糖

科技创新与发展



三诺作为国家生物医学工程高新技术产业化示范企业，非常重视研发投入和产品开发，多次获得国家创新基金支持，并率先通过了ISO9001，ISO13485质量管理体系认证及欧盟CE认证。公司被认定为“国家企业技术中心”，建有“医疗大数据应用技术国家工程实验室”，“个性化诊疗技术国家工程研究中心”。公司生产的“三诺”系统血糖仪和慢病检测仪器及配套试纸和试剂，以其“准确、简单、经济”的特点，获得广大消费者的认可。

公司自成立以来，始终将科研创新视为第一生产力，推动高质量的发展。经过近十多年的技术沉淀，公司建立起了涵盖应用研发、技术和平台研发的全流程体系，并与中南大学、湖南农业大学、香港大学、湘雅附二医院等数十家一线医疗、化学和生物科研机构建立了开放性合作。

研发投入



2022年，公司持续加大研发投入，研发费用共计25981.41万元，研发投入占营业收入比例的9.24%。截止2022年12月底研发技术人员数量777人，占比20.69%；研发团队拥有硕士及以上学历员工占比19%，40岁及以下占比97%；

公司近五年研发人员及研发投入情况表

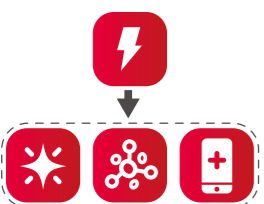
项目	2022年	2021年	2020年	2019年	2018年
研发人员数量(人)	777	758	591	529	444
占总人数的比	20.69%	21.45%	18.83%	18.73%	19.06%
研发投入金额(万元)	25,981.41	18,243.43	18,248.98	18,957.75	16,051.64
占营业收入比例	9.24%	7.73%	9.06%	10.66%	10.35%

研发成果



2022年，公司技术水平和创新能力不断提升，公司专利申请38个，获得授权60个。截止目前，公司共申请专利464个，其中发明155个，共计获得授权368个，均应用在已上市产品和在研产品中。

研发平台



公司实现了从电化学平台向光化学平台、荧光免疫平台、化学发光平台及移动医疗平台多平台协同研发的进步。研发产品线分成PPL、PDL和PWS以及Digital Health Solution。公司未来将聚焦糖尿病及相关慢病的监测，积极拓展iCGM和iPOCT检测业务，努力打造“生物传感+互联网+医疗+服务”的以患者为中心的全程糖尿病及相关慢病管理模式，为慢性疾病的防治提供更多创新性、系统性的智慧医疗解决方案，提高糖尿病等慢性疾病患者的生活质量。

零售渠道



三个季度计划

- 一季度
30余场进社区免测活动
- 二季度
420痛风日&万人公益免测
- 三季度
夏凉节&400余场餐后免测活动

秉承着为糖尿病等慢性疾病患者提供优质的产品和服务帮助他们提高生活质量的企业使命，公司零售终端一直肩负着贴近用户、发现用户的责任，2022年每个季度都重点关注一个病种，一季度重点关注佳节控糖与降压，开展了30余场进社区免测活动，为超过5000余人科普控糖降压小技巧，二季度重点服务帮助他们提高生活质量，结合420痛风日，开展万人公益免测，大面积启动尿酸免费检测计划，为2万多家终端门店免费投放尿酸检测仪器，并投放80多万支尿酸试条。第三季度结合夏凉节餐后乘凉的生活习惯，全面科普餐后血糖测血糖预防并发症，开展了400余场餐后免费测血糖活动，发现高糖用户5万余人，零售终端投放620万支血糖试条用于新用户发现，与此同时开展了54场公益活动在重要的商圈、药房开展四高等相关方面的免费检测，通过知识竞赛、公益讲座、糖友沙龙、社区四高免测等形式呼吁重视四高指标检测。结合传统佳节，开展慢病患者饮食教育活动，通过食材展开健康饮食教育，控制四高的科普活动。



深入到基层市场，通过耐心细致的慢病患者教育以及公益患教，帮助在经济、教育、医疗远不如一二线城市集中的广大的县城、乡镇市场的用户接受和感知慢病教育。为了更深入地帮助广大消费者，公司通过分钟诊所、药企联合、赋能连锁及终端来赋能行业，通过提升服务能力，行业共情引导关注慢性病患者人群。联合药企通过数字连接产品和分钟诊所，软件+硬件的综合解决方案的深入合作，在更好地为患者提供精准的用药方案方面做出了尝

试。并通过慢病四高类检测产品进行了多病种药企合作拓展。与政府基层公共卫生项目、医养，保险，健康管理，运营商和医疗大数据平台等多渠道的新业务模式合作，为糖尿病数字管理专家奠定了基础。北京健恒糖尿病医院通过与北京养老机构医养项目的医疗合作，为机构老人提供线上远程问诊，开药处方，药品配送，为老人提供精细化慢病管理服务，同时为养老机构提升效能增强医疗能力。通过S.IOT设备，解决人与仪器，仪器与数据，数据与健康管理的连接，同运营商，医疗大数据平台探索数字化慢病管理整合解决方案。



赋能连锁药房

- **分钟诊所**
检测数据2627万条，建档用户406万人，签约用户18070户
- **GM501全新上市**
维护丰富高端血糖产品线

赋能连锁药房，分钟运营客户成功部持续发力，专门负责慢病运营，通过分钟诊所，提高行业的服务效率，帮助连锁进行慢病管理。在476家不同规模连锁，3万多家网点铺设分钟诊所合作开展慢病项目，为连锁提供检测产品及慢病管理培训服务，其中分钟诊所检测数据2627万条，建档用户406万人，签约用户18070户，通过数智化数据抓取，居家数据回传，定向用户签约帮助连锁更好地进行慢病管理，服务患者。GM501系列产品全新上市与高端血糖金系列进一步拓展重点市场与门店，维护丰富高端血糖产品线。同时基于糖尿病患者全病程管理周期中其他需求，丰富周边品类，新增胰岛素针头、酒精棉片等产品。针对尿酸市场进行快速布局，旨在打造下一个百亿级检测市场。



赋能终端

- **“慢病公益行”品牌活动**
全年开展活动80场，覆盖70余家连锁。活动期间免费赠送血压计10.8万台，血糖仪6.2万台，尿酸仪1.9万台

赋能终端，积极开展各类推广活动，促进全民控糖知识以及餐后血糖知识教育普及。开展第四届“慢病公益行”品牌活动，全年开展活动80场，覆盖70余家连锁。联合伊利开展50余场异业合作，免费为中老年人进行血糖检测，为终端定向引流，公司携手各大地区连锁如海王星成、山东漱玉、河北神威、四川太极等连锁开展三高产品免费送活动，活动期间我们免费赠送血压计10.8万台，血糖仪6.2万台，尿酸仪1.9万台，为慢病居家自测添砖加瓦。

医院渠道



产品覆盖

- 国内3200多家等级医院
- 其中：
二级医院2400多家
三级医院800多家

慢性非传染性疾病已成为我国居民健康的头号威胁，对我国造成巨大的医疗负担，三诺致力于为患者提供更便捷、更科学、更精准的健康管理服务，为医疗机构输送更加科学、合理和准确的慢病检测产品，经过不断的努力，现产品已覆盖国内3200多家等级医院，其中二级医院2400多家，三级医院800多家。上海长海医院、北京清华长庚医院、中南大学湘雅医院、南方医科大学珠江医院、中国人民解放军广州军区总医院、中国人民解放军海军特色医学中心、四川大学华西医院等众多全国知名三甲医院已与公司保持长期合作关系。



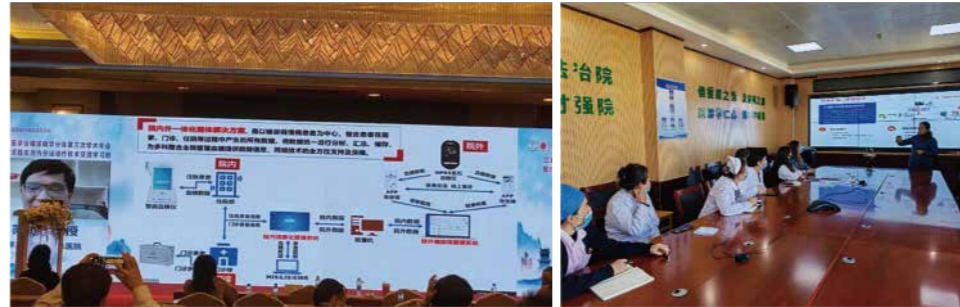
糖尿病数字管理系统

- 985家等级医院已安装三诺糖尿病数字管理系统

我国住院病人血糖水平异常的现象十分普遍，包括入住内分泌科的成人糖尿病患者，其他内科、外科、急诊、重症监护科室的糖尿病或高血糖患者以及妊娠糖尿病或糖尿病妊娠患者等，非内分泌科住院患者糖代谢异常率高达40.63%。住院病人的高血糖和低血糖均与住院时间延长、院内死亡率增加相关。尤其在外科系统，不良血糖控制会导致术后伤口感染、死亡、以及增加住院天数和住院费用等。医院需要一套血糖管理信息化系统对广大高血糖及低血糖等血糖异常的各科室住院患者进行专业规范的血糖管理，提供多一层的健康保障。三诺血糖管理主动会诊系统(糖尿病管理主动会诊系统)通过信息化、数字化方式帮助医务人员提升血糖测试效率，减轻数据录入工作量；提供方便的数据查询和统计分析功能，提升管理效率；对危急值进行提示，开展主动会诊，便于下医嘱，及时处置全院各科室住院患者血糖异常情况；以数字化为驱动助力医院专业化能力的建设。三诺在985家等级医院安装医院血糖管理主动会诊系统。

糖尿病个体化综合管理

● 该业务模式已覆盖全国300+家医院



科技水平不断发展，人民对健康的需求也日益提升。糖尿病虽然是一个慢性终身性疾病，但它也是一个可控制的疾病。出院病人通过糖尿病的个体化综合管理：居家监测方案、饮食指导、运动指导、用药指导、科普教育等，可获得健康状况改善，降低糖尿病并发症风险，缓解患者经济压力。三诺秉承用户至上，拥抱变化的理念，通过互联网技术及配套物联网设备，打通院内医疗服务与院外健康管理壁垒，实现医患之间的互联互通，对糖尿病慢病进行全病程管理，快速提升医生对患者的管理便利度和精准度，进而改善患者健康状况，同时提供数据平台助力临床医生开展相关科学研究。现该业务模式已覆盖全国300+医院，从院内延展到院外，全病程呵护患者健康。

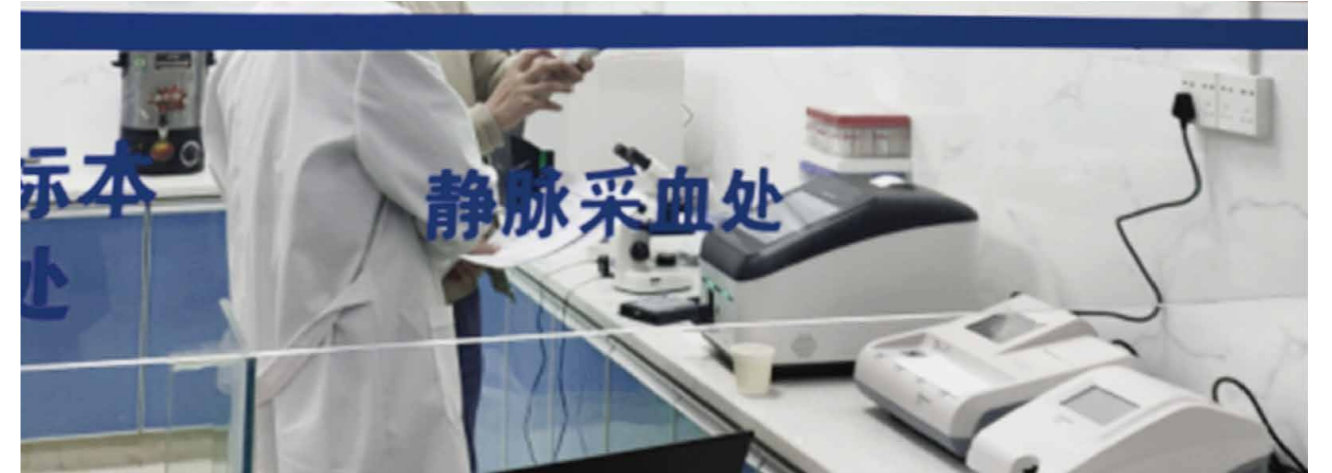


同时在《健康中国》国家政策的大背景下，三诺深度结合自身优势，不断加大信息化投入，拓展与等级医院、基层医院等的合作，推进医联体发展，缓解就医痛点，提出了通过多级医疗机构的信息互联互通，搭建区域医联体慢病健康管理平台，建立县、乡、村三级“医防融合、上下协同、分级管理”的医联体慢病健康管理模式，以提高区域慢性病综合防治水平。同时借助信息化技术实现各医疗机构之间、医院与居家场景下的互联互通，打造一个慢病分级诊疗、院内外一体化慢性病的整体解决方案。目前已有成效，区域慢病一体化管

医联体慢病健康管理平台

● 覆盖人群均以县域为单位，总人数达到几百万人次。

基层医疗



iPOCT业务

- 目前已为8000家医疗机构提供了相关产品和服务。
- 打造60个高质量百台市
通过聚焦重点区域打造保县级代理商数量累计超过2000家，通过代理商渠道对基层终端网点进行快速覆盖，确保终端装机快速达到10万台，突出产品在各细分市场的应用场景价值。

为医生提供合适的检验设备和服务，帮助他们提高疾病诊断效率，是公司对于基层医疗机构的使命。公司不断向基层医疗机构拓展iPOCT业务，目前已为近8000家医疗机构提供了相关产品和服务；作为液相生化iPOCT开创者，秉承着液相iPOCT更准确的理念，以检测项目更全面、检测操作更简单、检测结果更精准的特点，致力于实现“中国领先的快速诊断数字化检验专家”这一战略目标和愿景！

聚焦县域开发，不断下沉业务场景。为加快布局县级代理商渠道，扶持县市级代理商做强，引导药品经销商成功转型，iPOCT业务基于高密度开发打造60个高质量百台市，通过聚焦重点区域打造保县级代理商数量累计超过2000家，通过代理商渠道对基层终端网点进行快速覆盖，确保终端装机快速达到10万台，突出产品在各细分市场的应用场景价值。同时，通过战略合作，形成以省区为中心的三级物流冷链配送网络，及时满足客户交付需求。并通过通过数字化工具和手段，及时为客户提供库存预警，业务实现高度数智化。



远程直联用户，是公司

DPCC项目

- DPCC项目增速覆盖，你的健康我的责任
湖南省已经覆盖2000多家基层医疗机构，且已为60万名患者提供糖尿病接诊服务



iPOCT业务在基层糖尿病数字化管理上持续发力，依托国家糖尿病标准化防控中心（Diabetes Prevention and Control Center, DPCC）信息化管理平台，实现“全人群覆盖、全流程管理、全因素分析”的区域糖尿病标准化防控，为基层糖尿病诊治提供帮助，共同实现糖尿病标准化防控工作的长期可持续发展。经过这一年的耕耘，DPCC项目在湖南省已经覆盖2000多家基层医疗机构，已将近8万名辖区内常住居民纳入DPCC管理，且已为60万名患者提供

糖尿病接诊服务，其中不乏糖尿病前期及高危人群，约9000名糖尿病前期及糖尿病患者完成糖化血红蛋白、肾功能、ACR项目检测。通过DPCC一站式标准化诊疗流程及医疗机构优质的服务让辖区内外的糖尿病患者及高危人群得到更规范、更有效的诊疗、进一步提高糖尿病的知晓率、控制率和达标率，实现早发现，早治疗，延缓并发症，提高糖尿病患者生活质量才显得尤为重要。除此之外，为进一步促进糖尿病精准分级诊疗、提

升基层医疗机构糖尿病诊治水平、使糖尿病管理端口前移、形成长效稳定的诊疗服务和健康管理融合互补模式，DPCC项目已组织开展100余场基层赋能培训，其中参加学习培训的基层医师表示，“糖尿病专题培训的内容丰富，临床带教实用有效，解答了很多在临床上经常遇到的问题，收获满满，为做好糖尿病防控工作提供了重要的帮助。”DPCC项目努力为基层医生提升专业能力、为糖尿病患者节省时间和精力、提高就医体验。



“诺e检”智能管理系统

- 萌发诊所孵化概念，创新诊所新型营销模式
“诺e检”智能管理系统，将智能覆盖1000家终端诊所、卫生服务站



我国诊所、村卫生室、卫生服务站等民营基层医疗机构高达97万家。国家分级诊疗的推动加速了基层医疗机构的变革，仅基层医疗，就是一个数千亿规模的“贫瘠市场”。下沉基层，服务好基层医生与患者，需要融合互联网技术，IVD技术，医药销售团队三大要素；需要破解产品、市场和营销模式三道难关；唯有尊重科学规律、市场规律和人性规律，才有可能在沙漠中找到绿洲，挖掘出水源。

2022年，iPOCT销售事

业部成立诊所营销团队，通过“诺e检”智能管理系统，将智能覆盖1000家终端诊所、卫生服务站；通过专业化、数智化的产品聚焦于基层常见的慢性病与急性病，再基于循证医学角度，形成问诊--检验--开药--信息化管理的看病闭环，改变医生传统的望闻问切看病方式；最终将实现终端看病流程的标准化，让看病更精准！

2022年新模式激发了基层医生对于检验的需求、对于产品准确度的渴望，给基

层医疗机构带来了真赋能。新模式通过与业务合作伙伴携手共创，已实现患者端的随到随检、随检随出；实现让基层医生零压力使用专业医疗检测产品、提升自身专业医疗服务水平，帮助医生更好的管理患者数据、更精准的给药治疗。接下来，我们将基于新型营销模式与更多新型专业化产品，牵手百万基层医生，共同守卫最广泛的农村乡镇基层百姓的健康。

深耕线上平台

用户直达，累计服务用户 1800万



公司于2015年成立了用户直连部门，先后与天猫、京东、拼多多等平台合作，将公司产品上架到第三方平台销售，截至2022年底累计服务 1800万用户。互联网是

一个发展趋势，越来越多的用户习惯在网络平台消费、购买产品，为了切合电商的发展趋势，公司成立了用户直连部门，解决了用户网上购买的需求，通过第三方物

流及时将产品送达给用户，为用户的健康保驾护航。

慢病管理：帮助糖尿病等慢病患者做好健康管理，帮助他们提高生活质量。

2017年1月，国务院通过了《中国防治慢性病中长期规划（2017—2025年）》，该规划所称慢性病主要包括心脑血管疾病、癌症、慢性呼吸系统疾病、糖尿病和口腔疾病，以及内分泌、肾脏、骨骼、神经等疾病。慢性病是严重威胁我国居民健康的一类疾病，已成为影响国家经济社会发展的重大公共卫生问题。慢性病的发生和流行与经济、社会、人口、行为、环境等因素密切相关。随着我国工业化、城镇化、人口老龄化进程不断加快，居民生活方式、生态环境、食品安全状况等对健康的影响逐步显

现，慢性病发病、患病和死亡人数不断增多，群众慢性病疾病负担日益沉重。慢性病影响因素的综合性、复杂性决定了防治任务的长期性和艰巨性。

近年来，各地区、各有关部门认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，深化医药卫生体制改革，着力推进环境整治、烟草控制、体育健身、营养改善等工作，初步形成了慢性病综合防治工作机制和防治服务网络。慢性病防治工作已引起社会各界高度关注，健康支持性环境持续改善，群众健康素养逐步提升，为制定实施慢性病防治中长期规划奠定了

重要基础。在《中国防治慢性病中长期规划（2017—2025年）》中慢病管理原则“以预防为主”的思想指导下，公司向社会培养了一批针对糖尿病的慢病管理专家，为预防糖尿病并发症做出贡献。向31个省市自治区、277个市、1108个区县提供“分钟诊所”等快速诊断设备，建立了慢病健康管理站，帮助慢病患者管理他们的身体健康，提高他们的生活质量。

用户中心：进一步对用户提供帮助和服务。

为了更好的服务“三诺”的用户，用户中心推出了微信小程序，为用户提供在线问诊、专属客服、礼品兑换等服务，进一步帮助我们的用户提升生活质量。2022年累计服务超200万用户。

“三诺健康”微信小程序管理系统，是三诺依托三诺血糖仪庞大的用户基础，集中资源打造的院内外一体化糖尿病全程管理服务平

台，分为记录、服务、发现、权益四大版块：用户注册即可成为“三诺健康”会员，会员可通过记录健康数据、互动社交等行为任务，赚取积分，升级会员等级，获取会员专属权益。现阶段会员专属权益包括：会员日、扫码抽奖、积分兑好礼、在线问诊、专属客服等，会员权益持续丰富中。



AGEscan 早期筛查



帮助病人识别患糖尿病的风险，提前预防，降低患糖尿病的风险。

三诺生物AGEscan晚期糖基化终末产物荧光检测仪通过检测人体眼睛晶状体中晚期糖基化终末产物（简称AGEs）积聚水平，实现糖尿病风险无创筛查。并通过统计海量临床大数据，建立糖尿病风险评估模型，精准预测未来糖尿病患病风险，促进早期发现、早期干预、早期治疗。

从基础保障到个性满足，从临床治疗到健康预防，实现基于全生命周期健康管理全过程的患者价值，是现代医学发展趋势的要求。作为一家致力于利用生物传感技术研发、生产、销售即时检测产品的高新技术企业，20年以来，三诺生物始终专注于中国血糖仪的普及及推动及血糖健康管理事业的发展，并成功推进了中国的血糖仪普及和中国糖尿病患者的自我血糖管理成效。

2022年，公司为30多家医院和体检部门提供AGEscan设备，帮助体检人进行了患糖尿病的风险筛查。

24小时客服
服务：

公司有24小时客服团队，全天候为用户解决问题，为用户的健康保驾护航。

 客服热线 400 887 0036 (热线接听时间：0:00-21:00)	 客服邮箱 mail@sinocare.com	 供应商邮箱 scm@sinocare.com	 联系电话 0731-88918123	 公司地址 湖南省长沙市高新技术开发区谷园路265号	 邮政编码 410205
--	--	--	--	---	---

天生有爱：
守护千万家庭
健康生活

2022年双十一，公司以“我们天生有爱”为主题，线上全渠道销售额破2亿，行业市场份额稳居第一，荣膺血糖类目9连冠，稳夺天猫品牌/店铺/单品第一；人气单品GA-3血糖仪、EA-11尿酸仪全网销售第一，人气新星优智SC301 AIR血糖仪全网热销超10000台。用爱守护千万家庭健康生活，用实力赢取众多消费者信赖。

 Sinocare 双十一 2022 血糖类目第一 品牌/店铺/单品 9 连冠 傲智ai 全球后	 Sinocare 双十一 2022 线上全渠道销售额 2 亿 傲智ai 全球后	 Sinocare 双十一 2022 行业市场份额 1 第 傲智ai 全球后
 Sinocare 双十一 2022 血糖仪全网第一 GA-3血糖仪 傲智ai 全球后	 Sinocare 双十一 2022 尿酸仪全网第一 EA-11尿酸仪 傲智ai 全球后	 Sinocare 双十一 2022 人气新星全网热销 超10000台 优智SC301 AIR血糖仪 傲智ai 全球后

国际市场



精耕东南亚市场

在泰国和孟加拉成立子公司，建立了线上和线下协同、跨境和本地电商协同的销售体系

公司持续开拓全球新兴市场、深化精耕模式。在东南亚和南亚市场，先后在泰国和孟加拉成立子公司，组建本地销售团队，深耕零售市场，开拓专业市场，为客户提供更快更好的售前售后服务，目前在孟加拉已进入20家医院，为当地医护人员和糖尿病患者提供精准、稳定和性价比高的血糖仪和试纸。东南亚六个子公司初步建立了线上和线下协同、跨境和本地电商协同的销售体系，为市场的进一步规范管理打下良好基础。同时，积极履行社会责任，累积招募并培养当地员工100余人，帮助当地解决就业问题。在业务发展的同时，进一步加强子公司的合法合规性，维护公司品牌的声誉和可持续发展。



本地化生产项目

非洲阿尔及利亚本地化生产项目进入实质化阶段

非洲阿尔及利亚本地化生产项目进入实质化阶段，组织代理商的设备、生产和质量团队来公司进行了一个多月的学习和实践，为项目的有序推进和落地打下了坚实的基础。项目落成后将为非洲糖尿病患者提供更好地产品和服务，也为当地创造新的就业岗位和培养专业化人才，同时也为公司的其它本地化生产项目积累经验，实现公司在国际市场上从单一的产品销售升级到技术和标准的输出。



国际销售事业部团队积极参加印度国际医院及医疗设备展，巴西圣保罗国际医疗展，德国杜塞尔多夫国际医院及医疗设备展等全球和区域性重要展会，凭借一系列行业领先的产品，受到展会现场国际客户的高度关注，获得了很多意向订单，同时也进一步提升了中国企业在全球糖尿病监测行业的影响力。



公司根据国际市场的发展和战略，深化了公司和美国子公司海外销售的协同工作，通过整合双方的优势销售渠道和资源，在各自的成熟市场共同推广SINOCARE, PTS和TRIVIDIA产品线，使得在各个区域都有丰富的产品线可以满足客户的需求，把多品牌和多产品线的优势最大化，从而实现渠道的突破和销售的增长，让公司一系列的领先产品走进海外各个市场，服务于全世界的糖尿病和慢性病患者。基于HPALC平台推出了血糖新品Safe AQ Max和Safe AQ Pro系列，以及尿酸新品Safe AQ UA II。通过从产品端的型号区隔来实现全渠道的覆盖，通过高性能新品打进海外中高端医院和大型连锁药店市场，实现高性能血糖仪的普及和换代。同时对原有产品进行了迭代升级，推出了小巧便携的血糖尿酸二合一新品SPUG，在原有产品的基础上进行了性能的优化和功能的升级，旨在为全球市场提供更多高性价比的优质产品和服务。

东莞一测作为公司深耕血糖仪领域外的又一个检测人体健康参数指标的医疗器械领域，主要致力于人体血压参数临床数据研究及传感技术研发、生产、销售的快速检测产品，产品主要包括电子血压计、体温计、等无线传输医疗产品，公司已获得60多项专利和软著，产品主要销往中国、美国、欧洲、巴西、非洲、东南亚等全球市场。



智能制造与绿色生产



智能化生产线

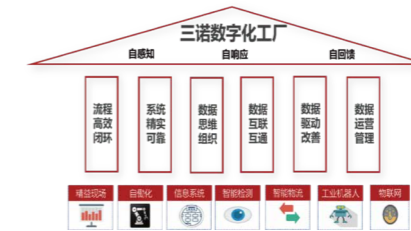
- 集研、产、供、销、质一体化协同的智能集成应用平台。

通过不断推进智能装备的开发与导入，自动化率超过90%。建立了围绕装备集成化、产品检测智能化以及生产过程追溯自动化为一体的试剂产品自动灌装生产线和血糖单支条自动内包生产线等智能化生产线，大幅提高了生产效率及智能化管理水平。通过人工智能技术的开发与应用，不断的优化产品工艺及设备参数，提升产品良品率，进而提高产品在全球市场的竞争力。

数字化工厂

- 生产线自动化率达到90%。

三诺数智化在生产制造方面重点以打造数字化工厂为核心。通过设备与设备、设备与系统之间数据互联互通，实现生产全流程闭环管理。通过AI人工智能、大数据等智能技术实现生产制造防呆防错，提升质量、改善效率及能源消耗。运用BI看板+智能APP等对各项指标进行可视化、预警和预控管理，及时响应、快速改善，打造高效率的生产制造管理体系。通过信息系统全覆盖、数据自动采集实现生产制造数据实时、透明、在线管理，数据驱动管理、驱动改善，为精准决策奠定基础。通过建立数字化运营车间以运营管理。



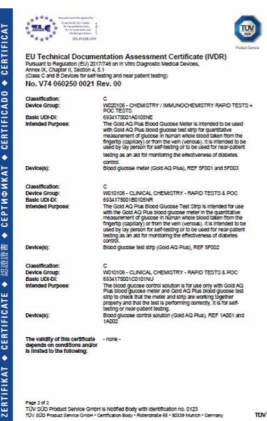
智能化物流

- 全过程控制并跟踪仓库物料业务。

在智能物流方面，通过AGV小车集成WMS、WCS软件实现自动物流运输，从半成品立体仓库到自动生产线再到成品仓库，实现无缝对接，提升物料和成品配送能力。提升了产品出入库的效率，降低人员劳动强度。



产品质量与体系质量文化



质量是公司稳步发展的基础，多年来公司一直秉承“质量第一”的宗旨。将“持之以恒，提升产品和服务品质”、“追求工匠精神，注重细节，严把质量关”等作为员工行为典范进行推广。我们建立了符合ISO 13485《医疗器械质量管理体系用于法规的要求》、ISO 9001《质量管理体系要求》、中国《医疗器械生产质量管理规范》及其附录、美国21CFR820《质量体系法规》、欧盟IVDD和MDR/IVDR、巴西RDC16 2013等相关法律法规和标准要求的质量体系。

公司将质量管理扩展到了产品的全生命周期中，使用PFMEA、TMV、QCC等一系列质量管理的方法和工具，在数字技术的加持下，持续改进质量管理的过程和产品质量，推动公司的全球化、数智化、专业化建设。



公司不断深化质量体系的建设，细化和落实法律法规的具体要求。差异对比了FDA21CFR820的全条款要求，改进了找出来的差异点，同时通过数次全公司、全体系的查漏补缺，做到体系和流程的合法、合规且高效；公司与美国子公司也密切沟通，相互学习，提高了质量管理体系运营的质量和效率。

在生产运营过程中，通过在公司内推行PFMEA（过程潜在失效模式及影响分析）和TMV（测试方法验证）等质量管理的方法和工具，实现产品质量的卓越；通过对生产和检验过程的潜在失效模式和影响分析，最大限度地保证各种潜在的失效模式及其相关的起因得到充分的考虑和论述，确保全生命周期的产品质量安全和有效。TMV的工具是首次引入到公司，通过这个工具的使用，可以确保公司的测试方法是可重复，可重现和有效的，在工艺的设计和输出能有更好的决策；在量测系统中更好地了解不确定度和可变性以提高产品质量。

在公司数智化建设的背景下，QMS系统的建设开始有了突破性的发展，公司开始上线了一系列的质量信息管理相关的系统，将数字技术用于企业的质量管理中，使得公司的制造执行过程透明化、缩短了产品制造周期、提高产品质量和降低生产成本。公司可以一键获取到想要的质量报表，可以更加快捷和准确的进行质量决策，最终提升质量管理的有效性。

在公司数智化建设的背景下，QMS系统的建设开始有了突破性的发展，公司开始上线了一系列的质量信息管理相关的系统，将数字技术用于企业的质量管理中，使得公司的制造执行过程透明化、缩短了产品制造周期、提高产品质量和降低生产成本。公司可以一键获取到想要的质量报表，可以更加快捷和准确的进行质量决策，最终提升质量管理的有效性。



数智化未来

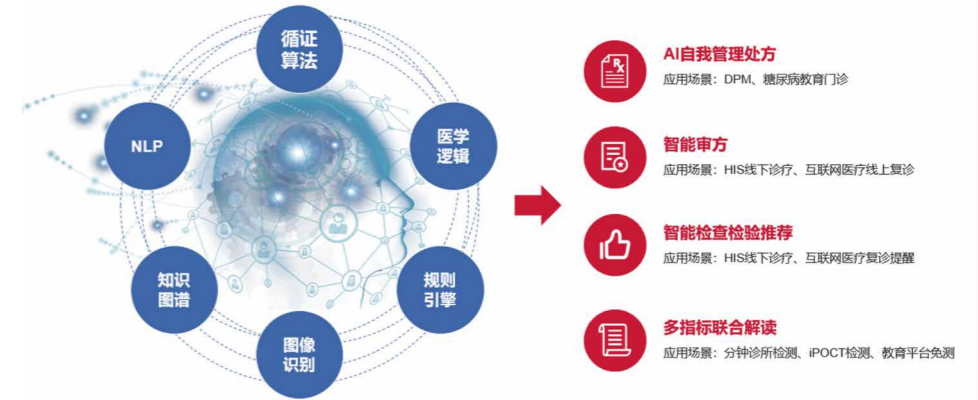
公司数智化转型稳步推进，三诺物联网云平台（S.IoT）平台通过定义标准化软硬件通信协议、标准化的传输模式，标准化的设备物模型、实现了标准连接SDK对新老产品的兼容，各慢病管理系统平台的集成更便捷、高效。三诺糖尿病管理系统通过构建开放平台，支持第三方厂商仪器的连接能力，系统接入并管理第三方血糖设备及设备产生的检测数据。依托北京健恒糖尿病互联网医院、三诺健康门诊互联网医院，持续为糖尿病慢病患者提供在线问诊、在线开方、送药上门等全面诊疗服务，基于互联网医院实现线上线下一体化、院内院外一体化的糖尿病慢病服务管理体系。

分钟诊所基于慢病多指标检测能力，整合S.IoT自动传输能力、BI系统数据分析能力、AI智能服务能力、互联网医院专业服务能力，通过基于异常检测数据的主动关怀，为连锁等B端客户提供专业、全面、智能的慢病管理解决方案。

依托循证医学和人工智能算法，开启糖尿病全程的智慧管理布局。构建人工智能基础能力，将NLP、图像识别、机器学习、知识图谱等技术引入糖尿病“防筛管治”的全闭环，实现自动生成自我管理处方、智能审方、智能检查检验推荐、多指标联合解读等智能服务，开启第二曲线的效率提升和价值创造。

数智化转型

推动糖尿病慢病全程的“硬件+软件+服务+医疗”的商业模式。



未来公司继续围绕“数字连接、数据运营、智能服务”三个关键词推动数智化转型。“数字连接”——持续推进仪器与用户的连接，用户与数据的连接、数据与健康服务提供者的连接。“数据运营”——基于iSee数据平台收集、分析和利用数据，对内提高公司整体运营效率、对外提升客户满意度。“智能服务”——基于“人工智能+大数据+循证医学+云计算”，开启数字疗法的新基建，推动AI技术、信息技术与底层医学能力的深度结合与应用，基于医学理论进行算法建构，实

现患者的智能筛查、风险预测、精准治疗和个性化健康管理指导。三诺互联网医院不断完善平台能力，围绕CGM实时数据，结合人工智能算法，为患者提供专业化、智能化的报告解读与个体化的健康管理方案，同时推动互联网医院在线问诊、在线处方在零售药房、院外管理场景的应用。三诺分钟诊所将从融合到聚能，基于实时连续的检测数据与完善的用户健康档案，嫁接AI智能服务能力，专注慢病服务核心业务场景，实现用户个性化服务和精准营销，

提升产品价值感知，致力打造慢病管理全面赋能的综合性服务平台。三诺CGM持续血糖监测设备新产品上市，意味着连续生理数据的检测，传输、云计算发育成型，医疗数据在深度和广度上迎来跨越式的发展。依托CGM实时、连续数据进行运营持续优化。基于用户连续血糖数据、多指标检测数据、个人健康档案（PHR），通过循证医学和算法模型，架构糖尿病的“数字疗法”，成为糖尿病数字管理专家。

糖尿病健康管理中心

——科学精准管理，助力糖尿病逆转



2型糖尿病逆转



5+1+2 糖尿病管理



近200人 健康管理团队



7x24小时 在线服务



三诺糖尿病健康管理中心持续深耕以糖尿病为核心的慢病管理服务，坚持学习和引进国内外先进的慢病管理经验、方法和技术，并通过明确慢病管理人才培养定位、落实过程支撑、完善评价机制等，培养了大量的、优质的慢病管理人才，现已成为一个成熟的可为不同类型的慢性疾病患者提供定制化、个性化服务的慢病管理平台。

在糖尿病的研究上，各国专家不断地进行探索与研究，并涌现出了许多重大突破，最大的突破就是2型糖尿病的逆转已经成为国内外专家的共识。特别是糖尿病前期及早期糖尿患者，又称为逆转黄

金期，大多数都能成功逆转。中国近5亿人处于糖尿病前期，通过逆转可避免进展为糖尿病。逆转糖尿病不管对个人还是社会，都可以实现获益最大化。

三诺糖尿病健康管理中心以糖尿病逆转为目标，为糖尿病患者提供智能、高效、精准的医疗健康管理服务，通过糖尿病精准评估系统和糖尿病数智管理平台，开展全方位、全流程的健康评估、制定健康干预计划、检测健康状况变化、提供健康咨询、进行就诊提醒等慢病管理服务，帮助患者更科学、更有效地实现逆转。

2022年，三诺糖尿病健

康管理中心持续提升服务效能、创新服务模式，升级“三诺MIT强化干预法”，运用“125逆糖”模型，为超过60万糖尿病患者提供糖尿病管理咨询服务，累积糖尿病逆转付费用户超过1.5万人；糖尿病逆转服务用户糖化达标率达到95%，平均糖化下降2.33%，减药停药率达到89%。通过不断精进的“五师”团队，不断创新的慢病管理生态系统，三诺糖尿病健康管理中心将帮助更多的糖尿病患者实现逆转，帮助更多慢性疾病避免并发症的产生、延缓发展，减少致残致死，减轻疾病负担，提高患者的生活质量。



三诺健恒糖尿病医院



始建于1991年 至今已有30余年



2021年6月 获互联网医院牌照资质
2022年4月 再获得北京市互联网医保资格



北京三诺健恒糖尿病医院秉承“糖尿病可防、可控、可治”的医疗理念，提供糖尿病及各种慢性并发症、合并症的早期筛查，系统评估，规范治疗，全病程院内外系统管理，定期糖尿病知识教育，运动饮食指导等服务，为北京医保定点专科医院。医院设有中医科、内科、检验科、功能检查科、彩超检查科、住院部等。



继2021年6月三诺健恒糖尿病医院获得互联网医院牌照资质后，2022年4月再获得北京市互联网医保资格。基于北京三诺健恒医院，运用互联网技术为患者提供安全适宜的医疗服务，在线开展部分常见病、慢性病的回访与复诊，实

现患者线上续方购药医保全链条一体化闭环管理，为患者提供全病程、个性化、贴心的医疗服务，为慢性疾病的防治提供创新性、系统性的智慧医疗解决方案，提高患者生活质量。三诺健恒医院秉承着便利病患、回报社会的服务理念，

积极开展送药上门服务，解决居家不便的老人日常用药需求；同时发挥中医药的独特优势，多次为周边居民熬制防疫中药汤剂，保障周边居民健康。



基于三诺健恒糖尿病医院互联网医院资质，建设三诺医疗健康管理平台，依托公司现有的医院客户资源，吸引全国范围内的医院或医生入驻平台，帮助医院建立互联网慢病管理中心、帮助医生建立自己的线上私域工作室。医生可以在线上对自己的患者进行院外管理、患教管

理、在线咨询与问诊服务。平台为医生提供医助服务，包括医师、药师、健康管理师等，实现糖尿病患者的多师共管。

持续深化智能血糖监测设备的使用，完善用户与设备的连接，结合三诺BGM血糖仪、CGM动态血糖仪等设备，持续实时监测患者血糖数据，加强医生对患者血糖情况的动态管理。结合人工智能、大数据技术，为糖尿病患者提供包括自我监测血糖、控糖目标、饮食、运动、健康教育等自我管理方案，倡导患者自我居家管理糖尿病。



糖尿病患者有着长期的复诊、药物需求，患者在手机上选择医生挂号，在家中在线复诊，医生通过线上的问诊，结合智能终端自动采集的多指标检测数据，为患者开具处方，患者进行线上的结算，线下药品即可配送至患者家中。

三诺医疗健康管理平台的线上的复诊、处方开立、配药、智能检测终端自动采集监测数据等能够有效减少患者就诊成本、优化患者的就医流程、提高医疗机构服务效率、增强医患管理粘度，目标成为一家基于北京医保和互联网医疗支撑的高质量、高效率、有温度的糖尿病专科医院。

为实现公司成为中国领先的糖尿病管理专家的愿景，公司开设了三诺健康糖尿病门诊部，门诊部秉承“糖尿病可防，可控，可逆转”的医疗理念，提供糖尿病的早期筛查，系统评估，规范治疗，全病程

院内外管理，糖尿病知识教育，心理咨询辅导等服务。门诊部集合国内内分泌领域顶级专家、教授及多名湘雅背景的主任医师，定期参与门诊临床工作与项目研究，其中包括国家糖尿病标准化防控项目

(DPCC)及糖尿病逆转项目。门诊引入国际先进检测设备，充分满足糖尿病及慢病人群深度全面的检验检查需求，检测过程高效快捷，临床结果准确可靠。



2022年三诺健康糖尿病门诊共接诊4300余人次，以糖尿病为主的慢病患者加入全病程管理体系，通过线上、线下，院内、院外相结合的方式管理慢性指标，有效率80%以上；参与义诊及知识讲座40余次，与中南大学湘雅三医院签署了双向转诊协议，世界肥胖日与中南大学湘雅医

院教授联合开展肥胖症防治患教讲座，与中南大学湘雅三医院教授就糖尿病精准治疗开展了患教讲座。三诺健康糖尿病门诊已开通省市医保POS机刷卡及NFC医保支付，三诺健康糖尿病门诊药房已开通慢病特门医保。

据、AI等技术手段，实现基于智慧门诊的就医档案、电子病历等健康数据互联互通，为患者长期诊疗及健康管理提供科学、详实的数据基础。专科/慢病管理模式覆盖诊前-诊中-诊后，为专科/慢病患者提供院内院外一体化、多元化、全流程、全生命周期的医疗健康管理。

三诺健康糖尿病门诊

@+ 互联网+医疗健康

国际先进检测设备与系统

顶级专家、教授及多名湘雅背景的主任医师

随着“互联网+医疗健康”的深度融合，三诺健康聚焦于打造以糖尿病为核心的慢病院内+院外、线上+线下、硬件+软件三位一体的全程管理闭环，为用户和患者提供慢病精细化治疗和管理，不断助力医院内分泌科，引入了国际先进检测设备与系统，确保检验检测结果快速准确。在专业的基础上，更是打造了“五星级”的医疗服务体验。门诊配备内分泌科、专家门诊、医学

病”，门诊实现了糖尿病数字化管理打通诊疗全流程，以患者为中心，以健康大数据为基础，以“互联网+”为手段，满足患者精准、连续、个性化的健康需求。门诊部对标三甲医院内分泌科，引入了国际先进检测设备与系统，确保检验检测结果快速准确。在专业的基础上，更是打造了“五星级”的医疗服务体验。门诊配备内分泌科、专家门诊、医学

检验室、检查室、营养配餐室、运动室、药房、胰岛素注射室、心理咨询室等，为患者提供便捷、畅通的全流程服务及温馨舒适、安全私密的就诊环境。



2022年，门诊联合中南大学湘雅医院、湖南省预防医学会以及多个社区卫生服务中心和社区等，对公众开展线上科普直播、线下科普讲座和义诊等多种形式的健康教育活动，对高危人群和重点慢性病

定期筛查，掌握慢性病的患病情况，协助基层公卫建立电子档案库，对已确诊的慢性病患者进行院内治疗、连续随访、病情监测和院外管理。通过全流程、全闭环的管理，更好地促进患者恢复健康，预防并发

症的发生和发展，减轻疾病负担。



三诺全球



CardioChek在秘鲁贫困社区的应用

在秘鲁，OUGH与儿童全面发展中心（CEDEINFA）以及当地教堂和社区组织合作，为贫困社区提供免费的社区诊所服务。在诊所，学生们为社区居民提供医疗保健服务，同时开展科学研究工作，并在利马附近的村庄提供预防性健康教育。在秘鲁，心血管疾病是仅次于呼吸道疾病的第二大疾病死亡原因。为了帮助了解社区中心心脏病的流行情况，德罗泽克博士在每年的秘鲁之旅中都会收集数据，并通过发表的研究报告、会议报告、海报等方式分享他们的发现。在一项研究中，项目参与者使用CardioChek分析仪和血脂试条进行了测试，以更好地量化秘鲁资源贫乏社区的心血管风险水平。

德罗泽克博士选择CardioChek的原因包括它的便携性、电池供电、试条可在常温下储存、以及可快速出测试结果的特点，这可以让研究项目参与者们即时分享、分析数据。收集的数据显示，57%的参与者有血脂异常情况，7.6%的人总胆固醇过高，16.6%的人甘油三酯过高，另有16.6%的人低密度脂蛋白(LDL)过高，51%的人高密度脂蛋白(HDL)过低，47%的人符合美国疾病控制与预防中心（CDC）发布的糖尿病或糖尿病前期标准。

APhA美国药剂师协会会议——2022年3月18日 德克萨斯州圣安东尼奥市



药剂师利用PTS的产品为他们的药店带来了更多业务收入，与此同时，也帮助了不少患者。他们在传统的医疗环境之外为患者们提供了宝贵的健康服务，例如胆固醇和糖化血红蛋白检测，这也拉近了与患者之间的距离。PTS的国内市场及销售团队能够与客户进行现场、面对面的沟通会议。

美国心脏病学会会议——2022年4月2日-4月4日 华盛顿



● PTS 产品非常适合病人在寻求包括但不限于家庭医生、全科医生、儿科医生和心脏病专科医生在内的就诊期间进行现场检测。

● 心脏病专科医生对 Cardio-Chek（卡迪克）产品表现出浓厚的兴趣，因为他们可以快速为可能有一段时间没有去看常规医生并进行年度

检查的患者获得基线。另外还包括一些忘记带他们的预约号去看病，以及不清楚如何在线查看他们的检查结果的病人。



2022 年度西部兽医大会



2022年3月6-9日，Trividia Health市场营销团队在拉斯维加斯参加了年度西部兽医大会，宣传推广我们的Healthy Tracks for Pets及Test Buddy宠物血糖系列产品。西部兽医大会（WVC）提供兽医医学的最新相关信息。本次活动向兽医们展示了新产品、新药物，以及继续性教育。展方提供为期4天的教育机会，这其中包括了25个可进行实际操作的实验室，以及提供产品演示的行业研讨会。Healthy Tracks for Pets及Test Buddy宠物血糖系列产品收到不少好评，我们也为兽医们提供了了解产品的机会。

SFMA+ 南佛罗里达制造业协会



Trividia的总结感言视频出现在#WhySFMA

流程工艺研发执行总监Luis Gonzalez-Mendez先生近期出现在#WhySFMA的推荐视频之中。在视频中他总结了Trividia Health作为SFMA的会员之一获得了哪些帮助和益处，以及Trividia所获得的这些机会如何帮助我们在糖尿病行业中不断成长。

制造业女性系列演讲

4月26日，Trividia Health 很荣幸地参加了 SFMA 的制造业女性系列演讲。该活动为在制造业从业的女性们提供了社交和了解身在制造业内不同领域的彼此的机会。SFMA是南佛罗里达地区制造商的第一大资源，通过各渠道宣传、建立交流网络、培训以及其他方式来惠及协会会员。



MEDICA贸易展及经销商大会 – 德国杜塞尔多夫 – 2022年11月14-17日



MEDICA一直以来被视为是世界领先的医疗贸易展览会，同时也是在医疗技术领域展示产品的第一大国际展会。超过81000名来自全球医疗保健行业各个领域的观众们来到德国杜塞尔多夫参加2022年MEDICA展会。

PTS和Trividia的国际销售团队成员们在三诺的展位上向参展观众们展示了Trividia Health的真睿系列血糖仪，以及PTS的A1CNow糖化血红蛋白仪和CardioChek分析仪等产品。



此外，PTS和Trividia举办了一场客户/经销商会面，我们一起在会上交流分享了2022年的回顾总结以及2023年的计划，以期继续与他们每一位携手并进，共创辉煌。

FIP（国际药学联合会）大会/贸易展 – 西班牙塞维利亚 – 2022年9月16-23日



国际药学联合会(FIP)是一个代表着全世界四百多万药师、药学科学家的全球性组织，从1948年开始一直与世界卫生组织保持着正式合作关系。

FIP大会对于PTS和Trividia来说都是绝佳的曝光机会，不仅因为我们共享着同一个展位，更重要的是，我们得以与100多名药剂师们交流，以鼓励他们使用我们的产品。此外，我们还在展位上提供快速血脂检测（使用CardioChek血脂分析仪）以及糖化血红蛋白检测服务，这也为我们聚集了许多参展观众的注意和兴趣。

零售药房贸易展

全国连锁药店协会Total Store展（NACDS TSE） 马萨诸塞州波士顿 2022年8月27-29日



全国连锁药店协会Total Store展（NACDS TSE）是PTS和Trividia能够共享一个展位空间和充分利用超过40个大客户资源的好机会。本次展会得以让制造商们向超过197000家门店、300多家领先的国内外全渠道零售商（包括药品、食品、大众、特产、自然产品、电商以及大客户价值渠道）展示他们的产品。

H-E-B年度药房大会 2022年9月13-15日



这是在德克萨斯州以外唯一的H-E-B药房活动，让Trividia Health有机会：
· 分享信息并展示Trividia Health最新的产品和服务；
· 与1000多名H-E-B药剂师、H-E-B药房领导及高级领导层进行一对一的拜访交流。

经销商贸易展

McKesson药业IdeaShare贸易展 华盛顿 2022年7月7-10日

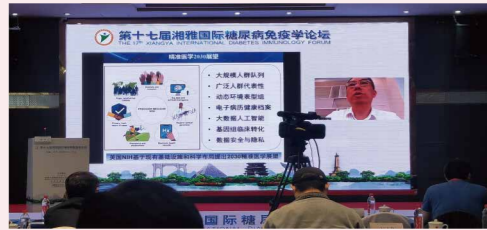


McKesson药业的IdeaShare贸易展为我们提供了与超过1500家独立药房联络交流的机会。Trividia Health本次的展位地理位置优越，位于展会大厅的入口处，靠近McKesson的主礼宾台，可以说是黄金展位之一。Trividia还在展会现场的另外两处进行了产品展示，包括我们与McKesson的联合品牌——HealthMart和Sunmark。

聚焦点：推动销售，重新与独立药房、销售代表以及经销商领导层建立紧密联系，一同分享想法、经验和进行产品教育。

Sinocare三诺

第十七届湘雅国际糖尿病免疫学论坛



2022年4月22日-24日，由国家代谢性疾病临床医学研究中心、中国民族卫生协会、《糖尿病天地》杂志社联合主办的第十七届湘雅国际糖尿病免疫学论坛以线上线下结合的方式在湖南长沙隆重举办。

2022西鼎会

2022年5月28日-31日，由中康科技主办，以“向标外市场要增长”为主题的2022年西鼎会（健康商品交易会）在海南海花岛盛大召开。致力成为“中国领先的糖尿病数字管理专家”的三诺生物传感股份有限公司（简称三诺生物）携慢病多指标检测产品，以及备受瞩目的年度战略新品血糖仪——三诺优适、三诺智惠出席大会。



五湖健康大会



6月18日上午，“2022五湖健康大会”在长沙盛大举行。本届大会由中国慢病健康管理与大健康产业组委会、健康管理研究与培训中心举办，中南大学湘雅三医院承办，以“聚焦慢病健康管理、关注全生命周期健康”为主题，吸引全国各地千余名医疗与健康管理的专家和医务工作者与会，现场气氛热烈，学术氛围浓厚。

三诺生物作为大会授予的“健康精英企业”，应邀以特装展台、企业参访及晚宴等形式进行品牌推广和企业形象的展示。

第二届郴州市内分泌代谢疾病论坛

2022年6月25日至27日，由郴州市医学会、郴州市第一人民医院主办的郴州市医学会骨质疏松和骨矿盐疾病专业委员会2022年年会暨第二届郴州市内分泌代谢疾病论坛盛大召开。本次大会邀请了湖南省内外知名专家开展学术讲座以及答疑，内容涵盖糖尿病、代谢性骨病等热点专题，旨在提高郴州市相关领域临床医生的诊疗水平，加强医院之间的学术交流与合作，推动糖尿病等慢性病全病程管理。

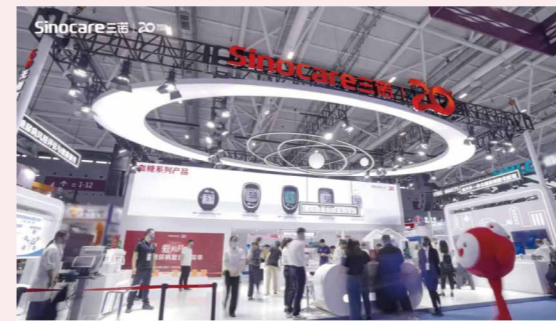


德国杜塞尔多夫展会（MEDICA 2022）



2022年11月14日，第54届德国杜塞尔多夫国际医院及医疗设备用品展览会（MEDICA 2022）在莱茵河畔如期揭幕，作为公认的全球最大也是最专业的医院及医疗设备展览会，MEDICA再次吸引了全球数万名医疗行业人士到场。

第86届CMEF



11月23日，中国国际医疗器械博览会（CMEF）在深圳盛大开幕。三诺生物传感股份有限公司（简称三诺生物）以“爱和科技让糖尿病管理更简单”为展位主题，携糖尿病风险无创筛查产品、iPOCT标准化实验室、院内外一体化糖尿病管理方案以及慢病监测系列产品亮相展会现场。

迪拜展（Medlab Middle East）

2023年2月6日-9日，中东国际医疗实验室仪器及设备展（Medlab Middle East）在阿联酋迪拜，迪拜世界贸易中心盛大召开，为期4天，4000多名代表参加13个分会，参观人数超过20,000人。



03 恪守对员工的承诺



- 员工规模与结构
- 企业文化
- 人才引进
- 人才发展
- 薪酬福利
- 员工健康与安全



对员工的承诺
为员工提供快乐工作健康成长的平台

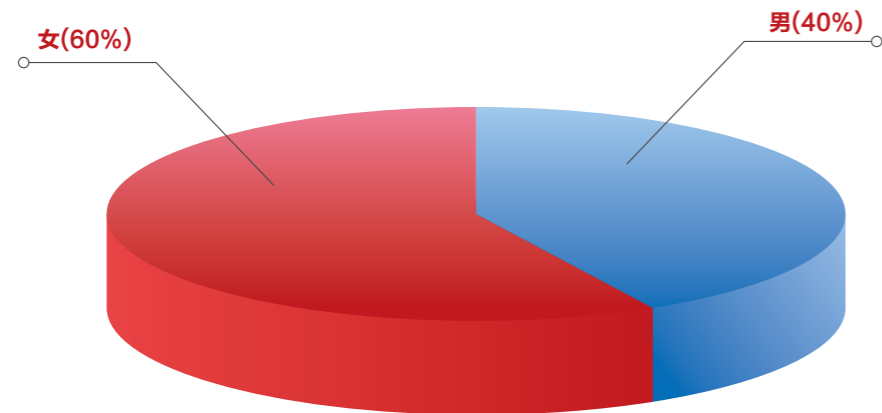


全方位福利体系
从入职到融合，大到人生的每一个关键节点，小到每一个节日，从自身健康到家属关怀，每一步公司都与员工同在。

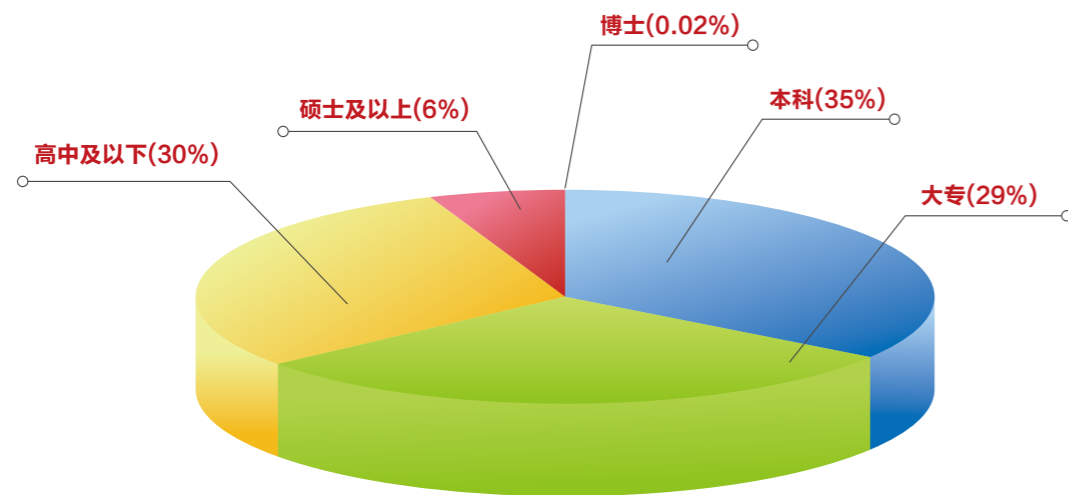
员工规模和结构

截止2022年底公司共有员工4333人（含Trividia577人）。其中三诺男性就业者为1733人，女性就业者为2600人，2022年净增就业201人，净增比例4.86%。公司坚守自己的社会责任，持续提供就业机会。

性别分布：



学历分布：



企业文化

价值观文化项目

- 3521名员工参与，共342支分享案例上传。
- 评选月度行为典范标杆86名，产生36名年度行为典范楷模。
- 收录37余篇故事至：《为爱而诺·以行践言三诺价值观行为典范选集》

基于“为爱而诺”的核心价值观，三诺与4000余名员工创新成长。

在文化理念方面，聚焦全员同心共创的“用户至上·认真·拥抱变化·协作·卓越结果·创新”六大行为典范，展开价值观有质量的学习-有目的的践行-有影响的分享三部曲文化项目，鼓励员工将理

念转化成行动，将墙面上的口号搬到实际工作中去，从身边一点一滴践行行为典范，收获自身成长。

在这段受益匪浅的价值观之旅中，全年共3521名员工参与学习，共342支分享案例上传至学习平台，评选出月度行为典范标杆86名，并通过年底攻擂赛产生36名年度

行为典范楷模，以榜样激发力量，以文化鼓舞人心。为了让优秀的事迹更为广泛传播、长久留存，在大家用心分享的行为典范案例中，共收录 37余篇故事至《为爱而诺·以行践言 三诺价值观行为典范选集》（2022版）。



攻擂赛



价值观三部曲



价值观行为典范选集

创新成长全员项目

- 96.8%的三诺人完成三化挑战，共提交了14235条案例，其中，专业化4165条，数智化5236条，全球化4829条。

在文化践行方面，三诺着力创新成长，全体三诺员工聚焦“专业化、数智化、全球化”三项重要组织能力，不断改善手上的工作，让自己成为岗位专家；不断培养自己的能

力，让数智化体现在工作的每时每刻；不断开拓自己的视野，用连接和协同为自己和团队创造价值。通过【创新成长】全员项目，96.8%的三诺人完成三化挑战，共提交了

14235条案例，其中，专业化4165条，数智化5236条，全球化4829条，这是每一位三诺员工创新成长的见证与成果，亦是收获与成长。



群策群力

- 提问题571条，传经验1489条。评选出3名问题专家，6名经验高手。

在文化氛围方面，三诺提倡平等与尊重的相处之道，使员工在通畅、融洽的工作环境中快乐并有温度地奋斗，充分发挥自身价值；通过群策群力平台，鼓励员工时刻保持好奇心与活跃度，激发更多的基层员工发声，提高其参与工作改善的积极性，助力其逐步发

展成为岗位专家，并结合效益性、独创性、影响力三个维度，推动优秀经验沉淀。2022年，群策群力平台中，员工提问题571条，传经验1489条。评选出3名问题专家，6名经验高手。



文化关怀

- “人生每一步幸福都在三诺实现”福利体系
- “爱的列车”为主线，贯穿公司二十年发展历程。
- 发行《数智ai·全球诺》20周年书籍（16万字）

在文化关怀方面，三诺不忘履行对员工的承诺，以完整贴心的“人生每一步幸福都在三诺实现”福利体系为其提供安心的需求保障；以爱自己、爱家人、爱他人为初心，鼓励员工心怀感恩，关注家属身心健康，共同投身公益事业。为拉近驻外与总部的距离，发放夏日清凉包和冬日暖

心包，通过驻外摄影社团收集差旅照片1500余张；为感谢员工家属的支持和陪伴，精心准备感恩节礼物，将爱传递到更多人手中。

2022年，“数智ai 全球诺”——三诺二十年司庆日圆满举办，以“爱的列车”为主线，贯穿公司二十年发展历程。邀请用户、股东、供应

商、老员工代表现场参与，通过《赴爱之约》短片和员工倾情演出，点燃全场气氛，线上线下共庆这一重要时刻。同时，面向各中心部门征集稿件，发行《数智ai·全球诺》20周年书籍（16万字）。



人才引进



2022年，三诺继续扩大社会招聘，全年引进社会招聘人才934人，其中关键管理岗与核心技术岗达42人（含省外引进的高端人才2人），一线工人474人。

在2022年，三诺校园招聘依旧持续进行，已经招聘来自全国各大高校应届生100人左右，从2016年-2022年6年时间累计已有800余应届毕业生加入三诺。公司也为他们

制定了全方位的校招生培养方案，帮助他们完成从学生到职场人的身份蜕变。

持续加强与高校合作的深度及广度，积极探索成为学生的实习基地和就业首选。2022年累计为300多名学生提供实习机会，通过生产/质量中心与高职大专院校的一线生产岗位校招合作，共录用了100多名学生；与长沙卫生职业学院合作建立“健康顾问订单

班”、与江西中医药大学合作建立实训基地，为40多名健康管理专业的学生提供对口实习机会。企业强化与对口院校的合作深度，逐渐建立相对稳定的校企合作平台，深化产教融合，使职业教育更加贴近市场需求；在全年开放诸多实习生岗位，辐射长沙乃至周边县市学校，为学生提供大量实习机会。



雇主品牌打造

2022年持续加强与重点高校的交流互动，从2021年中南大学建立三诺&高校交流互动桥梁，到2022年华中科技大学暑期师生交流活动的开展，鼓励在司校友加深交流互

动，同时每年在高校开展校园宣讲会，带来更多的优质岗位也帮助学子在求学求职路上有温度，有目标地成长。积极打造三诺的校招雇主品牌，吸引更多人才进企业。

由于在雇主品牌及人力资源管理方面的出色表现，2021-2023年连续3年荣获由前程无忧专业服务机构颁发的“人力资源管理杰出奖”。



人才发展



人才发展体系完善

- 进一步优化了各岗位的专业能力模型、重塑了领导力3i模型，并清晰了员工在三诺的发展通道。

专业能力平台建设

- 开展“认真工匠”活动，提升员工专业履职能力。
- 平台已积累2433多门课程，累计学习次数为13000+。

三诺恪守对员工的承诺，努力为员工提供快乐工作、健康成长的平台。2022年，公司持续推动人才发展体系的不断健全，进一步优化了各岗位的专业能力模型、重塑了领导力3i模型，并清晰了员工在三诺的发展通道。

在专业能力培养方面，公司持续探索专业能力数字化平台建设，通过萃取岗位专家的优秀实践经验，构建了各岗位的专业知识体系，并通过认真工匠项目的持续开展，提升员工的专业履职能力。同时，

为了进一步激发三诺人才内部活力，公司系统梳理轮岗需求并建立轮岗机制，2022年共推动59位同事完成

2022年下半年搭建了三诺数字化学习管理平台——诺学堂，帮助员工更清晰职业发展路径，更便捷获取“干货”学习内容；目前平台已沉淀2433门课程，累计学习次数为13000+。

在领导力培养方面，基于内外环境的变化，通过35场研讨会，公司全员共创、重塑了领导力3i模型，希望每一位三诺员工都能激发“我”的内驱力，协同“我们”的力量，洞察每一次机会，创造更大的价值。同时，持续开展组

轮岗，有效地促进跨部门业务的协同及人员能力的提升；同时为了进一步推动全球协同业务的高效开展，公司持续外派

组织&人才盘点工作，进一步识别关键岗位梯队人才，通过PDP工具予以针对性培养（如轮岗、工作职责扩充、重要项目历练等）、关注。另外，针对在岗人员和高潜人员公司持续开展“航系列”和“翔系列”的领导力培养项目，其中通过打通校招、年轻高潜人才3年的培养体系，给予挑战性项目/工作经历机会，帮助优秀年轻人才在内部快速获得了发展、认可。

同事前往美国PTS、Trividia工作，为员工提供内部发展的平台和机会。

薪酬福利

薪酬体系

- 3P+1M薪酬体系

福利体系

- 全方位福利体系

坚持以人才战略为核心，并具备公平性、竞争性和激励性的3P+1M薪酬体系，以激发员工动力、支持业务成功。通过2年一次的整体市场薪酬对标以保持体系的外部竞争性；再依据岗位价值、人员能力和绩效的“3P”原则进行薪酬支付，以保证薪酬体系的内部公平性。

公司在十九周年司庆日发布了“人生的每一步都在三诺实现”的福利体系。从入职到融合，大到人生的每一个关键节点，小到每一个节日，从自身健康到家属关怀，每一步公司都与员工同在。



入职关怀

- 从员工入职三诺开始，我们就为员工吃、住、行保驾护航。



融合与业务生活关怀

- 工作之余，公司有书吧、咖啡吧、健身房、瑜伽室、室内篮球场等齐全的健身休闲场所供员工锻炼休憩。



同时，公司还设有瑜伽班、舞蹈队、篮球队、足球队、诺跑团等各种类型的俱乐部，不仅各种丰富多彩的节日活动贯穿全年，且在不同时间段会开设瑜伽班、插花课、烘焙课等各种类别的兴趣班，让员工工作之余，可以运动挥洒汗水，也可以在兴趣班舒缓身心。

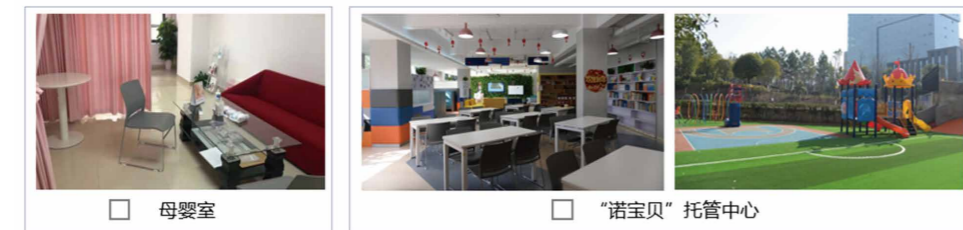


人生每一步关键节点的关爱

根据每个群体在不同阶段的需求，结合员工在人生每一步的关键节点，提供针对性的福利。针对单身的员工，公司会联合高新区组织联谊会，2021年，针对孕产期员工，公司增设专家答疑保障、孕期知识讲座、孕期体验式活动，同时给员工设立了合作医院生产优惠福利，并提前为员工准备产期所需的“幸孕”礼包。



对于正处于哺乳期的妈妈们，公司设立了专门的母婴室。为了让员工安心在公司上班的同时，同步解决部分孩子的接送和托管问题，让孩子们也可以在公司开心快乐地学习和玩耍，设立专门的诺宝贝托管中心。



员工健康与安全

健康守护与家属关照

公司通过五险一金、商业保险、健康体检等方式为员工的健康保驾护航，公司设有心理咨询室关注员工的身心健康，且通过提供营养减脂餐和组织减重训练营活动等方式为员工缔造健康生活方式。



2021年三诺对于员工健康的关注延伸到员工的家人，员工及员工直系亲属享有终身免费领取公司血糖仪及试条的福利、慢病体检服务福利。在关注健康这条路上，我们一直在前行。

搭建公开便捷的沟通渠道

开放、顺畅的沟通渠道是建立真诚、和谐劳动关系的基础，也是提升企业人力资源管理的重要渠道，能为公司的员工队伍带来稳定性和凝聚力。

为及时便捷的解答员工日常关于HR政策、薪酬福利、社保公积金以及财务、行政、IT、厂务等方面的问题，公司不仅设有固定的公开日，面对面与员工沟通解惑，同时搭建了线上“职能服务平台”，平台通过自助机器人了解外，还设立了企业微信“诺诺”随时随地对员工所提

公众号线上沟通渠道，全方位收集员工所反馈的建议与意见，并及时跟进解决。

问题进行及时解答，且在“诺诺”解答未满足员工需求的情况下可一键直达负责相关业务线的同事，提升的员工体验感。

开办专属内刊《诺》刊和《Sinocare Family》季刊，从世界三诺、企业文化、大事件、他山之石、三诺副刊等几个角度向员工全面诠释公司的信息及员工的建议落实情况。



全面构建安全 工作环境

针对外来人员公司实行严格的电子登记系统，并与公安联网实时传送信息，防止不安全人员进入并符合公司的各项要求，为公司员工安全保驾护航。



公司各部门安全委员会成员随时对公司安保及消防工作、生物安全进行抽查，确保各项安保、消防管理、生物安全制度及措施落实到位，同时公司还定期组织消防、生物安全应急演练，培养员工的安全意识，锻炼人员的应急处置能力。

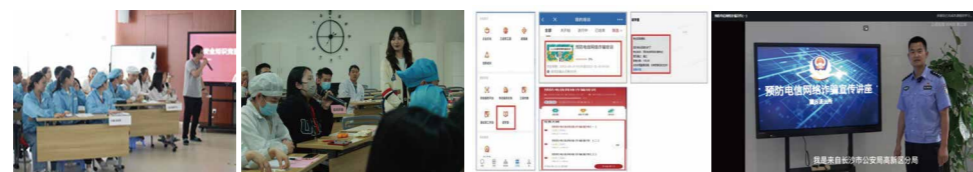


提供安全、有 品质的后勤保障

公司自主经营食堂，严格把关食材验收工作，食堂内部卫生每日进行清洁，联合公司安全管理人员进行点检，每日食品留存样品以供检验，保证在食物供应链内不出任何安全问题质量稳定、安全、卫生、健康，让员工吃的安心。公司提供干净整洁、安全的宿舍环境并配备专职宿舍管理员，定期对宿舍进行卫生、安全检查，及时发现问题并解决问题，并做安全知识宣贯，保证员工住得安全、舒适。公司为员工提供上下班班车，所有营运车辆均采用使用年限在5年内的准新车，并对班车驾驶员进行资格验证及安全培训，同时请全员针对班车卫生、秩序以及服务进行共同监督。

定期组织员工健 康安全主题活动

安全教育形式和内容上丰富多彩，让安全意识进入每个人的心中。向全体员工宣传法律法规及政策、交通安全知识、公共安全，提高全体员工安全意识和反诈骗防范知识。在全体员工的共同努力及坚守下，2022年全司安全事故为0，职业病为0，劳动关系的纠纷、上访或群体性事件为0，“黄赌毒”等治安案件为0。



全面构建安全 工作环境

2022年每季度开展猜灯谜、开门红、新年抽抽乐、包饺子、石燕湖拓展等员工活动，每月举办员工生日会，关心员工身体健康、家庭幸福，增进员工间的交流，增强团队凝聚力。



关注员工工作成果，肯定员工工作努力与付出。通过季度、年度优秀员工与团队表彰、劳模评选，2022年累计表彰优秀个人104人，优秀团队10个，优秀劳模12人。



多渠道沟通

为方便员工快速反映问题，公司专门在车间、食堂、茶水间等公共区域设置了员工意见箱和工会信箱，定期召开员工沟通会，及时了解员工的真实想法，并安排专人跟进管理，做到“天天有开启，件件有研究，件件有答复”。通过企业微信公众号、HR公开日等渠道，形成多渠道反馈机制，全方位收集员工所反馈的建议与意见，并及时跟进解决。开办专属内刊《诺》刊，从世界三诺、企业文化、大事件、他山之石、三诺副刊等几个角度向员工全面诠释公司的信息及员工的建议落实情况。



04 恪守对股东、合作伙伴和社会的承诺



良好的业绩回报
与合作伙伴共同成长，
为股东创造合理利润。



融洽的投资者关系
定期举行线上、线下投资者交流会，
帮助投资者全面、深入了解公司。



勇于承担社会责任
公司成立以来，公司及主要股东和员工一直
持续组织和参与各类社会公益事业。

- 业绩与回报
- 公司治理结构
- 合作伙伴
- 社会公益

业绩与回报

2022年，基于公司持续、稳健的盈利能力和良好的财务状况，以及对未来发展的良好预期，为积极合理回报投资者、共享企业价值。

向全体股东每10股派发现金红利2元（含税）。

合计派发现金股利11,145.32万元，

分红比例为2022年度公司合并报表归属于母公司所有者净利润的25.87%。

未来，公司将继续传承稳健经营的作风，做大做强主业，不辜负广大投资者的信任和期望，成为具有长期投资价值的行业龙头。

公司上市以来的现金分红情况表

单位：万元

分红年度	现金分红金额 (含税)	归属于上市公司 普通股股东的净利润	分红金额占 净利润的比率	以其他方式 (回购股份) 现金分红金额	以其他方式分红金 额占净利润的比例	现金分红总额 (含其他方式)	分红总额 (含其他方式) 占净利润的比率
2022年	11,145.32	43,088.32	25.87%	7,657.09	17.77%	18,802.42	43.64%
2021年	11,225.24	10,746.93	104.45%	9,201.42	85.62%	20,426.66	190.07%
2020年	11,306.29	18,896.03	59.83%	0.00		11,306.29	59.83%
2019年	16,782.39	25,068.34	66.95%	7,605.17	30.34%	24,387.57	97.28%
2018年	16,959.44	31,044.84	54.63%	0.00		16,959.44	54.63%
2017年	14,132.87	25,797.19	54.78%	0.00		14,132.87	54.78%
2016年	12,180.80	11,519.83	105.74%	0.00		12,180.80	105.74%
2015年	9,397.43	14,366.30	65.41%	0.00		9,397.43	65.41%
2014年	7,202.16	19,733.92	36.50%	0.00		7,202.16	36.50%
2013年	6,648.80	16,530.63	40.22%	0.00		6,648.80	40.22%
2012年	6,600.00	12,882.61	51.23%	0.00		6,600.00	51.23%
合计	123,580.74	229,674.94	53.81%	24,463.69	9.01%	148,044.43	64.46%

公司治理结构



公司治理

公司始终坚持以《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规为标准，严格落实上市公司治理的各项要求，形成了科学有效、权责明确、相互制衡、相互协调的治理结构。公司按照现代企业管理要求，遵循现代企业治理规范，实行董事会、监事会和经营班子的管控体制。2022年公司完成了董事会、监事会的换届选举。公司第五届董事会成员7名，其中3名独立董事，董事会下设战略、提名、审计、薪酬与考核等专业委员会，以保证重大决策的专业化、科学化水平。公司在进行投资项目决策过程中，充分考虑投资项目的经济、环境和社会影响，从经济、环境和社会三个方面对项目进行可行性研究，追求企业与环境、社会的和谐可持续发展。

关于控股股东与上市公司的关系

公司控股股东行为规范，依法行使其权利并承担相应义务，没有直接或间接干预公司的决策和经营活动。公司具有独立的经营能力和完备的产供销系统，公司董事会、监事会和内部机构能够独立运作。

关于董事和董事会

公司严格按照《公司法》、《公司章程》规定的董事选聘程序选举董事。董事会人数和人员构成符合法律法规要求。董事会基本形成了集体决策、民主决策的决策机制，全体董事能够按照《董事会议事规则》、《独立董事制度》等规定和《公司章程》及相关工作规程开展工作和履行职责，认真出席董事会和股东大会，参加相关知识的培训，熟悉有关法律法规。

关于监事和监事会

公司监事会严格按照《公司章程》规定的监事选举程序选举监事，监事会组成人数和人员符合法律、法规的要求，监事会严格按照《公司法》、《监事会议事规则》召开会议，公司监事认真履行诚信、勤勉职责，对公司财务以及董事、经理和其他高级管理人员履行职责的合法、合规性进行监督。

独立董事制度及其执行情况

公司制定了《独立董事工作制度》，报告期内，公司独立董事严格按照《公司法》、《公司章程》、《独立董事工作制度》的规定和要求认真履行职责，对重大事情基于独立客观的立场发表独立意见，切实保护公司和投资者利益。

内幕信息知情人 登记管理制度的 制定、实施情况

公司已经建立并完善了《内幕信息知情人登记管理制度》和《外部信息使用人管理制度》。公司能够按照《内幕信息知情人登记管理制度》和《外部信息使用人管理制度》的要求，做好内幕信息管理以及内幕信息知情人登记工作，如实、完整记录内幕信息在公开披露前的报告、传递、编制、审核、披露等各环节所有内幕信息知情人名单。在向外递送财务相关报告时，公司对相关内幕信息知情人进行提示。

维护股东权益

规范召开股东大会，行使股东权利公司严格按照《上市公司股东大会规则（2022年修订）》的要求制定了《股东大会议事规则》，规范股东大会召集、召开、表决程序，公司能够平等对待所有股东，确保股东特别是中小股东能充分行使其权利。2022年共召集召开7次董事会，审议议案64项。监事会共召开7次会议，审议议案21项，召开股东大会4次，审议议案29项。

信息披露与透明度

公司制定了《信息披露和上市公司的利益。公司治理的实际状况与中国证监会有关上市公司治理的规范性文件的要求基本无差异。公司未收到被监管部门采取行政监管措施的有关文件、无需限期整改。

2022公司共发布信息披露文件179份，信息披露文件未出现错误，未出现更正情形。公司连续两年信息披露考核结果为A。公司严格按照有关法律法规和公司《信息披露管理制度》的规定，加强信息披露事务管理，履行

信息披露义务，公司董事会秘书负责信息披露工作，协调公司与投资者的关系，接待股东来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司已披露的资料，并指定《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》和巨潮网（www.cninfo.com.cn）为公司信息披露的指定报纸和网站，确保所有股东能够以平等的机会获得信息。

投资者关系管理

公司上市后，为增进与投资者的关系，定期举行线上、线下投资者交流会，接待投资者。公司管理层出席，就公司产品研发、市场拓展、销售渠道、品牌规划以及未来的发展战略等话题同投资者进行了面对面的深入交流，帮助投资者全面、深入了解公司。公司制定了《投资者来访接待管理制度》，指定董事会秘书为投

资者关系管理负责人，负责协调投资者关系，接待股东来访，回答投资者问询，向投资者提供公司已披露信息等工作。此外，公司提供了便捷、多样化的沟通渠道，通过电话、电子邮箱、投资者关系互动平台、媒体采访等渠道积极与投资者进行沟通交流，建立和维护良好的投资者关系，提升公司信息披露真实、透明水平。公司

内部审计

董事会下设审计委员会，主要负责公司内部、外部审计的沟通、监督、会议组织和核查工作。审计委员会下设审计部为日常办事机构，审计部积极运作，按照上市公司的要求完善了部门职能和人员安排，审计部对公司内部控制制度的建立和实施、公司财务信息的真实性和完整性等情况进行检查监督。

信息安全

公司高度重视信息安全问题，为保障公司信息设备、系统、数据安全可靠的运行，信息安全部门制定了《信息系统运维管理办法》及《信息化项目运维管理办法》，内容涵盖了网络、系统、数据、运维、机房等层面，用来规范设备及信息化系统的安全运作。信息安全部门不定期进行制度的检查、审定，对发现存在不足或需要改进的地方及时修订，以适应实际环境和情况变化。



合作伙伴

保障供应商权利

公司秉承适价、适时、适地、适质、适量的采购原则，采用合格供应商目录管理，原材料及关键设备必须在合格供应商目录中选择，从源头上杜绝不良品的流入，保证了公司的产品质量。针对采购金额超过100万元的项目采用招标方式，由审计部现场监督开、评标。确保供应商之间的良性竞争。公司与合格供应商签署框架协议采购合同，供应商能在第一时间处理相关问题。我司也严格按照采购合同履行义务，充分尊重供应商知识产权，按照约定及时准确的付款，维护供应商合法权益。良好的供应商关系，确保了供应链的稳定性，为公司市场开拓保驾护航。

数智化供应链

公司通过搭建 SRM 系统、WMS 系统，实现与 ERP、APS、PLM、MDM、OA 等系统深度融合，实现供应链与物联网、移动互联网、物联网的深度融合，努力打造大数据支撑、网络化共享、智能化协作的智慧供应链体系。

业务合规	降本增效	高效服务
<p>合规: 供应商及采购管理的流程及规范，符合GMP / GSP的管理要求</p> <p>透明: 需求-寻源-订单-付款的全过程可追溯</p> <p>授权: 公司内部、企业之间业务的授权明确，责任清晰，全过程监管</p>	<p>集中集约: 推动采购品类、采购需求、采购策略全球协同，降本增效</p> <p>电子化采购: 从需求到付款的全过程数字化，透明高效</p> <p>供应商全生命周期管理: 推动更加透明的供应商开发、绩效管理以及淘汰机制，实现供应商全生命周期有效管理</p>	<p>极致体验: 统一系统平台、实现系统无缝对接，保证数据规范一致，支持企业征信、电子签章、电子发票、物流信息等对接</p> <p>高效服务: 实现业务主动推送、提醒预警、过程透明可视，考核标准统一，内外数据公正客观</p> <p>高效协同: 内部跨部门、外部跨公司、应用跨系统，高效协同</p>

可持续发展供应链

与供应商签署采购合同，要求供应商承诺并严格遵守企业的社会环境责任，要求供应商供应的产品必须符合 ROHS、Reach、CP65、冲突矿产等等环保法规的要求，同时与供应商签署知识产权保护协议。定期根据供应商的绩效及社会责任风险进行评估、监督及促进改善。

阳光采购

2022年在湖南招标网、中国采购与招标网、中国招标投标公共服务平台等公开招标平台上共发布了 8 次公开招标，合计 1980 万元标的物，为供应商营造良好公平竞争环境。

社会公益

公司成立以来，公司及主要股东和员工一直持续参加各类社会公益事业，公司创始人及主要股东2008年发起设立了湖南湖南弘慧教育发展基金会（简称“弘慧教育基金会”），2019年发起设立了湖南省三诺糖尿病公益基金会（简称“三诺糖尿病基金会”）。

弘慧教育基金会

湖南弘慧教育发展基金会（Wispring Education Development Foundation，以下简称“弘慧基金会”）起源于2001年设立的“湖南省沅陵县第一中学赢帆奖学金”，正式成立于2008年8月29日，由张帆、黄飞燕、李少波等人发起，其前身是2001年在湖南省沅陵县第一中学设立的“赢帆奖学金”，是湖南省第一家5A级非公募基金会。自2013年以来，已连续9年保持中国基金会透明指数（FTI）满分评级，被民政部授予“全国先进慈善机构”。

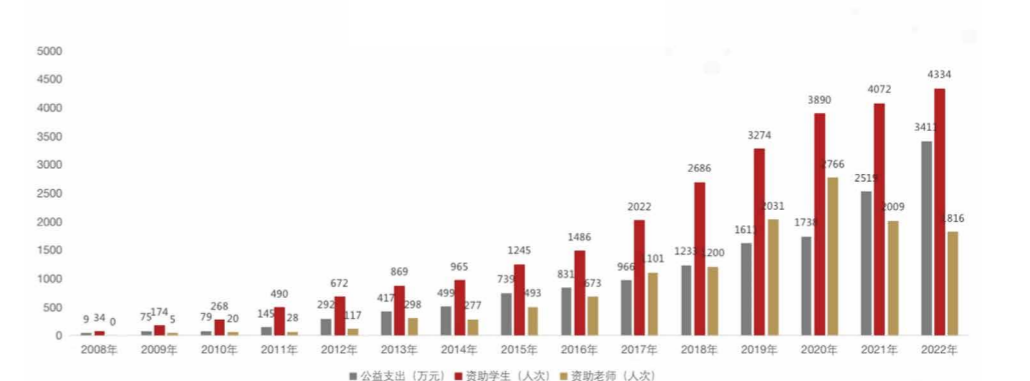
弘慧基金会以“弘道致远，慧育人”为使命，以“让每一个乡村孩子有尊严地融入社会”为愿景，致力于弘扬“以人为本”的教育观和“授人以渔”的公益观，十余年来长期扎根于县域，坚持“以乡村孩子为中心”的原则，倡导乡村学校办适合乡村孩子的教育，让乡村孩子在属于自己的环境中成长为具有独立生活能力、具备人际交往能力、具有独立思考能力、具备自主学习能力和创新能力、具备创新能力和公共服务精神的人。同时，弘慧基金会选择了县域发展模式，通过感召和赋能，陪伴一批优秀的乡村校长和老师共同生长，从而提升本地教育生态的活力，推动乡村教育的可持续发展。

弘慧基金会坚持现代公益的基本理念，注重组织本身的生命力和可持续发展能力，以长期有效地、系统性地解决社会问题为目标来把握机构的发展方向，并不断地进行组织的自我迭代和自我超越。弘慧主张的公益是立足于连接人和成就人，通过感召和赋能，让更多的人参与公益，成为现代公益理念的践行者。受助者自助并助人，成人达己，让所有的公益参与者都在实践中获得收获和成长，实现人人公益、共同进步的目标。

截止2022年12月，弘慧基金会累计公益支出超过1.45亿元，合作县域/区34个，项目合作学校389所。长期陪伴6040名乡村学子，陪伴和赋能乡村教师与校长9964人次。累计有超过29667人次志愿者参与弘慧公益，贡献了约68.92万小时志愿服务。

弘慧基金会以“弘道致远，慧育人”为使命，以“让每一个乡村孩子有尊严地融入社会”为愿景，致力于弘扬“以人为本”的教育观和“授人以渔”的公益观，十余年来长期扎根于县域，坚持“以乡村孩子为中心”的原则，倡导乡村学校办适合乡村孩子的教育，让乡村孩子在属于自己的环境中成长为具有独立生活能力、具备人际交往能力、具有独立思考能力、具备自主学习能力和创新能力、具备创新能力和公共服务精神的人。同时，弘慧基金会选择了县域发展模式，通过感召和赋能，陪伴一批优秀的乡村校长和老师共同生长，从而提升本地教育生态的活力，推动乡村教育的可持续发展。

*弘慧基金会15年公益数据



弘慧项目



弘慧乡村教育项目体系

筑梦计划

做乡村孩子的陪伴者。通过做乡村孩子的陪伴者，培养愿意努力读书改变命运的孩子成为有担当的社会人。

筑梦计划于2022中国公益慈善项目大赛中获评四星优质项目。



2022年三诺员工参与乡村公益走访

营地计划

通过为乡村孩子在四个关键成长阶段提供不同类型的暑期活动，提升乡村孩子的综合素质和全面发展能力，逐步拓展思维和视野，增强乡土意识和社会责任感，助力其未来更好地融入多元社会，以实现从自我提升到公益传承的转变。



2022年弘慧城市实践营开营

星火计划

由弘慧大学生自主发起，旨在通过朋辈大学生志愿者陪伴乡村初高中学生，在寒假期间开展回母校座谈及走访活动并与初中生一对一的结对等活动，长期陪伴家乡学弟学妹成长。星火计划帮助乡村孩子顺利度过青春期以及过程中遇到的困境与挑战，提升自我效能，助力其更有期待、有能力实现人生目标。

青苗计划

面向乡村公费师范生开展，项目执行周期为项目对象就读大一至入职后第三年，通过社群支持、多元实践、岗前培训、暑期研学等多种方式帮助乡村公费师范生提高职业认同感、树立教育理想信念，使其更有自信成为未来乡村教育家，更具有乡村教育振兴的使命感，并带动乡村教师群体做适合乡村孩子的教育。

乡村好校长计划



面向湖南省寻找有教育情怀、有突出素质教育实践成果的乡村好校长，对乡村好校长进行持续赋能成长，并传播推广乡村好校长案例故事，鼓励“乡村好校长”带动乡村校长群体共同成长，引领更广泛的乡村教育工作者探索做适合乡村孩子的教育。

同时通过县域好校长计划支持乡村学校校长带领骨干教师，开展做适合乡村孩子的教育创新实践。

1月 星火计划 见字如面，与乡村孩子们用书信畅谈。	2月 寻找爱心商家 绑定支付宝消费码，让每一笔支付都有温度。	3月 慧行走访 与家人、朋友、同事一起，用脚步丈量乡村教育。 支付宝公益 上支付宝蚂蚁庄园捐爱心蛋，为乡村孩子筑梦。
4月 慧行走访 与家人、朋友、同事一起，用脚步丈量乡村教育。 乡村好校长论坛 将乡村校长的论坛办到乡村去。	5月 520慧表白 读乡村孩子的诗，发现大山里的才华。 寻找爱心商家 绑定支付宝消费码，让每一笔支付都有温度。	6月 公益成长营 高三弘慧学子勇闯北京，欢迎您提供宝贵的企业参访、社会实践机会。 高三弘慧学子毕业典礼 毕业啦，欢迎来县城见证我们的成人礼！
7月 乡村训练营/校友夏令营 不一样的夏天属于不一样的你，来湖南乡村做夏令营的助教/志愿者吧！ 弘毅亲子营 邀您和家人朋友一起深度参与乡村公益。	8月 城市实践营 高二弘慧学子初次体验星城长沙，邀您一起来逛“益福市集”。 弘慧十五周年主题活动 第十五年，邀您来长沙一起见证时间的力量！	9月 腾讯99公益日 9月7-9日三天，我们一起为乡村孩子筑梦，助力乡村教育者成长。 阿里95慈善周 9月第一周，和我们一起关注乡村振兴中的孩子与教育者。
10月 慧行走访 与家人、朋友、同事一起，用脚步丈量乡村教育。 弘慧学子联合会秋季迎新活动 从山里走出去的大一新生，期待与您在高校相见。	11月 弘慧慈善之夜 一期一会，2023我们相聚北京！ 第四届乡村好校长奖评审走访 走进乡村好校长，走进乡村教育者。	12月 陪伴者年会 相聚长沙，一同关注乡村教育者与陪伴者。
全年可参与“云端茶话会” 云端相见，随心畅谈。		

2023年弘慧公益日历

三诺糖尿病公益基金会

为了帮助糖尿病人快乐健康生活，由三诺生物传感股份有限公司创始人、董事长李少波，首席科学家蔡晓华，董事长助理李心一以及三诺生物传感股份有限公司共同发起，经湖南省民政厅批准，于2019年1月11日成立了湖南省三诺糖尿病公益基金会（简称三诺基金会），为湖南省4A级非公募基金会，连续两年在中国基金会透明指数评价中获得满分，是中国大陆第一家专门面向糖尿病患者成立的基金会，聚焦于“通过教育和创新，帮助糖尿病人快乐健康生活”的使命，面向1型糖尿病孩子及家庭持续开展公益项目。

主要公益项目

解决新确诊1型糖尿病家庭的迷茫

甜蜜生活包

- 面向全国新确诊的1型糖尿病家庭发放了1400多个



面向全国新确诊的1型糖尿病家庭发放了1400多个“甜蜜生活包”、组织了超过36场线上直播课程，分别是糖尿病知识课程、产品使用课程、心理疏导课程、同伴支持课程等，帮助新确诊的糖友科学认知1型糖尿病，掌握控糖知识，延缓和避免并发症。

甜蜜心咨询

- 帮助100多个家庭，培养了22个心理指导师志愿者，产出了一套父母心理辅导课程

针对1型糖尿病家庭迷茫、恐慌、无助的问题，2022年6月9日，“甜蜜心咨询”公益项目上线，面向所有1型糖友及父母开展甜蜜读书会、甜蜜心理热线培训、特定人群的心理团辅、定向心理咨询等，帮助100多个家庭，培养了22个心理指导师志愿者，产出了一套父母心理辅导课程。

改善1型糖尿病家庭经济情况

甜蜜生活支持计划

- 资助了118个经济困难的1型糖尿病家庭



2022年资助了118个经济困难的1型糖尿病家庭，提供胰岛素费用、血糖试条和胰岛素针头支持，同时，引导他们学习控糖知识、反馈血糖数据，帮助他们提升血糖达标率。

帮助1型糖尿病家庭找到同伴力量

甜蜜康乐营

- 覆盖1000多个1型糖尿病家庭，服务人数超过3000人



2022年，联合中国1型糖尿病联盟、全国各地医院和志愿者，分别在北京、石家庄、唐山、滨州、济南、洛阳、平顶山、淮南、杭州、厦门、成都、重庆、武汉、长沙、衡阳、昆明、贵阳、大理、德宏留下了足迹，覆盖1000多个1型糖尿病家庭，服务人数超过3000人。

帮助1型糖尿病青少年儿童更好的进入、融入学校

甜蜜校园行

- 面向湖南省内超过300位校长和老师科普了1型糖尿病知识


2022年参与了两场湖南省教育基金会组织的“园丁之家”活动，面向湖南省内超过300位校长和老师科普了1型糖尿病知识；



甜蜜奖学金

- 面向湖南省内超过300位校长和老师科普了1型糖尿病知识

2022年组织1型大学生糖友编写了《甜蜜大学生手册》，为之后考上大学的1型学子带去大学里的学习、生活和控糖经验。2022年，共有19位1型学子获得“三诺奖学金”，其中不乏考上清华、复旦、中国科技大学等国内顶尖学府的学生，双一流高校占比近50%。



拓展及链接更多服务志愿者

- 2022累计志愿服务时长超3000小时
- 22个城市有核心志愿者
- 开展了13场线上程培训（超过1000人次参加）

(1) 2022年度累计志愿服务时长超过3000小时。

(2) 吸引457名1型糖友或家属注册成为志愿者，22个城市有核心志愿者，可以提供志愿服务，如一起举办1型糖友康乐营、走访家庭困难糖友、以及其他同伴支持服务。




(3) 2022年，新拓展了“甜蜜志愿者”的赋能计划，开展了13场线上程培训（超过1000人次参加），并在中国1型糖尿病联盟的指导下，组织志愿者线下赋能培训会，让医护团队和志愿者团队有机结合起来，打造本地照护模式，更好地为各地的1型糖尿病家庭服务。

助力提升临床诊疗能力、科研能力

- 2022年资助11个“甜蜜医生培育项目”
- 捐赠2000万元支持组建“中南大学三诺营养与健康代谢研究中心”
- 公益力量覆盖到更多患者

(1) 甜蜜医生培育项目：2022年新立项资助了10家三甲医院的11个“甜蜜医生培育项目”，支持提升内分泌基层医生诊疗能力。




(2) 捐赠2000万元支持组建“中南大学三诺营养与健康代谢研究中心”，聚焦营养与代谢健康学科领域，利用5-10年使研究中心成为全球领先的营养与代谢健康研究中心。作为湖南“芙蓉实验室”的共建单位，三诺生物和三诺基金会将持续为营养与代谢健康领域的重大科研项目和前沿研究提供支持。

(3) 在国家代谢性疾病临床医学研究中心、中国1型糖尿病联盟的指导下，链接了全国13个联盟分中心医院，让公益力量覆盖到更多患者。



公益倡导

- 呼吁更多社会大众一起关爱1型糖尿病群体
- “诺跑Let's Walk”：共有170多组家庭、超过500人参与

(1) 联合北京止于至善研究院，共同发起“中国1型糖尿病社会权利与社会支持现状研究报告”，旨在呼吁更多社会大众一起关爱1型糖尿病群体。

(2) 2022年六一儿童节前夕，三诺基金会在长沙西湖文化公园组织了一场户外跑步+亲子健步走活动——“诺跑Let's Walk”，共有170多组家庭、超过500人参与，期望通过社会大众参与运动的方式，呼吁大家重视及正确对待糖尿病，关爱1型糖尿病儿童。



行业认可/荣誉

- 获评湖南省4A级基金会
- 凤凰网国际大健康峰会“年度健康公益项目”
- 成功入选第十二届“中华慈善奖”湖南省候选名单
- 2021年度“中国健康公益星”——十大公益组织
- 荣获“湖南省科普作家协会第六届优秀科普作品奖”科普影视动画作品二等奖
- FTI2022中基透明指数满分

1、2022年，三诺基金会成立以来首次参加湖南省民政厅组织的全省性社会组织评估，获评湖南省4A级基金会。

2、2022年12月，三诺基金会“甜蜜小孩”项目荣获凤凰网国际大健康峰会“年度健康公益项目”；并成功入选第十二届“中华慈善奖”湖南省候选名单。



3、2022年，三诺基金会被第七届医学界年会组委会、医师报社评为2021年度“中国健康公益星”——十大公益组织；《甜蜜日记》荣获“湖南省科普作家协会第六届优秀科普作品奖”科普影视动画作品二等奖。



4、2022年12月，三诺基金会在中国基金会透明指数FTI2022评定中，再次获得满分，领跑中小型非公募基金会。



公益支出

三诺基金会2022年公益支出1425万元，自2019年成立以来累计公益支出超过3000万元。

1425万
2022年
公益支出

3000万
自2019年成立以来
累计公益支出

社会责任承诺

致以衷心的感谢。
感谢股东、员工、政府、客户、合作伙伴及社会各界人士对三诺生物的支持。欢迎大家就本报告提出宝贵意见，公司将认真听取并期待价值。

化、数字化、全球化的核心组织能力。保持乐观向上，坚持惟精惟一，秉持长期主义，成就「全球领先的糖尿病数字管理专家」长期价值。
2023年，公司言物行恒，恪守「为爱而诺」的核心价值观，坚守对用户、员工、合作伙伴、社会与股东的三个承诺。建设专业场资源，实现互利共赢。

将坚持「合作共赢」的理念，为有潜力的合作伙伴提供深层次合作路径，并优化代理商、经销商管理与服务，整合学术、品牌、市场资源；同时
公司将以创新为企业核心竞争力，不断加强研发创新力度，提高生产经营水平，为客户、社会提供更多有价值的产品和服务；同时
社会财富的同时，争取赢得了社会各界的更多认可。

积极履行企业社会责任。在员工关系、公司治理、企业管理、产业发展、社会进步、环境保护和社会公益等方面，将继续努力创造
三诺生物秉承「为糖尿病等慢性病患者提供优质的产品和服务，帮助他们提高生活质量！」的企业使命，充分发挥企业社会价值，