

## 负责任营销审计

为确保营销活动的合规性，本集团执行多维度的负责任营销监督审计手段。

内部审计部作为公司风险管理的第三道防线，根据《科伦药业股份有限公司内部审计制度》要求，结合公司业务发展状况和审计工作重点对集团内的营销类活动进行内部审计，对于存在问题的单位，内审部定期跟踪改善结果，直至该单位完成整改。

内控合规部作为风险管理第二道防线的重要部门，根据公司《内控管理工作实施方案》内控合规部每年组织各子（分）公司对销售相关流程进行内控自查，并由内控合规部对自查结果进行复核。结合国家对医药行业合规管理的要求，公司制定了《四川科伦药业股份有限公司合规体系文件》《推广行为准则》等文件，要求所有员工与经书面授权的第三方在代表公司开展任何活动时，均应遵守，并应遵守公司对到的和专业行为作出的承诺。该制度会根据国家监管要求和公司业务的发展每年更新，以确保合规要求设计的有效性。

内控合规部与内审部紧密配合，整理日常检查、审计的发现，归纳出需要改进的工作要点，通过多种渠道安排营销团队开展自查自纠，并对自查自纠结果进行审核。

公司法务、财务、质管中心等各直属部门结合本专业领域的

合规要求，分别对公司的营销业务执行合规指导、培训、监督和处置职能。运营管理部作为设置在业务前端的合规管理部门，在公司内控合规部的指导和支持下对营销团队的业务合规执行常态化的管控和督查。设置在各业务一线的合规专员执行全覆盖的合规初审和常态化的贴身合规文化宣传；运营管理部制定年度监管计划，抽取营销团队样本，对团队架构、人员配置、合规经营等重点工作进行现场检查并指导规范。

上述公司风险管理三道防线各部门各司其职、紧密配合，对于发现的问题及时通过完善规则、强化培训、实施问责等方式共同推动营销合规工作的有效提升。