

华宝香精股份有限公司

2021 年度总裁工作报告

2021 年，全球新冠肺炎疫情依然严峻，外部环境更趋复杂，华宝香精股份有限公司（以下简称“公司”）管理层在董事会的带领下，以“美味生活引领者”为愿景，以“绿色、营养、健康”为使命，坚定推进战略规划落地，坚持做好疫情防控工作，推进组织架构调整，优化产品结构，加大产品创新力度，推动公司各项业务持续稳定发展。2021 年度公司经营管理情况及 2022 年度工作计划报告如下：

一、2021 年度经营管理情况

（一）2021 年度主要经营指标完成情况

报告期内，公司实现营业收入 194,137.53 万元，较上年同期下降 7.31%。其中，由于整体下游市场需求变化以及公司产品结构调整，食用香精业务本期销售收入下降 10.79%，食品配料业务本期销售收入增长 19.88%，日用香精业务本期销售收入增长 11.13%。公司实现利润总额 118,126.91 万元，较上年同期减少 14.96%；报告期内，公司实现归属于上市公司股东的净利润 100,435.20 万元，较上年同期下降 14.90%；基本每股收益为 1.63 元，较上年同期下降 15.10%；加权平均净资产收益率 13.30%，较上年同期下降 2.34 个百分点。

（二）2021 年度主要工作总结

1、食用香精业务

报告期内，公司将食品香精板块中的甜味业务和咸味业务进行了全方位的整合，并将组织架构调整为以销售为前台、技术为中台、供应链为后台的新架构。销售模块作为前台可在整合客户资源、优化渠道结构的同时，拓展香精产品应用领域，满足客户日趋多元化的产品需求，为客户提供更加全面的服务和解决方案；技术模块作为中台可为前台业务提供全方位的技术支持，促进两类业务的技术创新与延展应用；供应链模块作为后台可进一步强化成本控制，提升经营效率。同时，科创中心与职能平台的赋能也将更加聚焦，形成合力，为食品香精业务的快速发展提供保障。

在业务整合的同时，公司围绕消费场景和生活方式，持续优化产品结构，加大产品创新力度，并对老品进行优化升级，不断提升产品品质，同时精简长尾产

品，提升供应链的整体运营效率，黑蒜、藤椒、乳化五香等香精产品的创新，为消费者提供更优质的消费体验。

作为公司布局全球产业链的重要战略支点，位于新加坡的亚太华宝完成研发中心项目建设和团队组建，正式启动运营。亚太华宝未来将在建立全球化科创平台、引入国际先进技术与人才、优质产品的海外输出以及产业链的海外布局方面起到重要的作用。报告期内，亚太华宝已与东南亚多国的食品生产商建立商务往来。为了搭建产业生态，公司稳健布局“香精+”产业链，同时，借助亚太华宝向东南亚市场进行渠道渗透和产业布局，为未来辐射海外市场奠定基础。

公司持续关注新型烟草的发展态势及业务机会，积极开展用于新型烟草的香精研究，包括关键成分的分离纯化、香精的安全性研究、加热不燃烧烟草制品感官评价方法等，针对性选择、精制、开发了适用的香精产品，持续丰富相关样品库和数据库。

2、食品配料业务

随着客户对产品创新与升级的整体解决方案需求逐步增加，公司重视食品配料相关技术的研发和食品配料业务的产品创新，不断提升对市场趋势和客户诉求洞察能力，满足消费者对“绿色、营养、健康”的消费诉求，把握国内消费多元化的发展机遇。

公司加大对重点客户的产品配套服务力度，凭借自身技术优势，与好丽友、亿滋等多个头部客户在复合调味料解决方案上展开深入合作，应用领域覆盖膨化食品、烘焙、湿辣、餐饮等多个领域，同时，进一步加强符合客户需求的调味粉、调味料、酱包等产品研发，其中，极度酶解芝士粉、马斯卡布尼芝士粉、抹茶粉等多款新品广受客户好评，葱片、海苔片、芝麻酱、花生酱、酱香牛肉、酱香牛排等调味料也获得客户一致认可，并取得明显增长。公司期望通过加大食品配料业务相关投入，进一步提高公司业务收入，提升利润空间，为公司未来在细分市场布局获得增量机会。

同时，公司高度重视食品配料产业链的快速布局，积极推进业务转型，把握行业消费需求升级趋势，根据自身需求并结合市场情况，投资了国内具有协同效应的上海奕方农业科技股份有限公司、湖南省嘉品嘉味科技发展集团有限公司等企业，并与其在技术研发、产品创新与产业链纵深等方面形成优势互补、资源共享。公司通过快速推进外延并购，与内生增长形成合力，完善公司在食品配

料板块的产业链布局，加快优化产业结构，充分发挥协同优势，助推战略升级落地，保障公司健康长远可持续发展。

3、日用香精业务

报告期内，日用香精业务重点关注个人洗护、织物洗涤、家居清洁、空间香氛等领域，进一步丰富产品，获得更加广阔的市场空间。通过积极举办地区周年庆会销活动，推出超级柠檬、爆香薰衣草、爆品红石榴等新产品，并针对消费者对于环境空间感观的需求不断提升的情况，开发了多款空间香氛新产品，有效推进与国内外知名星级酒店的香氛合作。同时，牵手曾田香料、Europe Fragrance等日企及欧企互动合作，技术交流资源分享，实现互利共赢。

4、其他业务

植物提取物方面，公司积极开拓天然植物提取物制剂和应用开发业务，研发了β胡萝卜素、姜黄、接骨木莓等一系列产品，以及功能性珠形胶囊和微丸等新型食品制剂。公司持续关注雾化电子烟行业发展与法律法规的预研预判，并基于自身强大的技术研发实力和供应链保障，在天然提取、再精制、烟油技术、烟具技术等方面持续加大研发力度。

5、建设科技创新中心项目，优化组织架构，引进科研人才

报告期内，公司调整原募集资金投资项目“华宝孔雀食品用香精及食品技术研发项目”为“华宝股份科技创新中心及配套设施项目”，打造以科技创新中心为主体的现代化科研创新园区。

除上述募集资金投资项目变更，在组织架构方面，公司结合自身战略规划，将原有技术中心变更为科技创新中心。科技创新中心将进一步提升公司创新研发软实力、推进公司转型升级发展、增强公司国际化竞争力。同时，公司持续深化与科研院所、研究机构及高校的创新研发及应用研究合作，加强高端科研人才的引进、培育、储备，加大人才布局力度，吸纳更多优秀技术人才，不断赋能公司科技创新、技术研发升级软实力，提升公司产品和服务的核心竞争力，巩固公司在国内香精领域的领先地位。

6、推进信息化项目建设，构建一体化数字服务平台

报告期内，公司启动信息化募集资金投资项目“华宝股份数字化转型项目”，通过数字化改造构建以应用前台、能力中台、基础后台为一体的数字服务平台，以实现企业数字化转型以及提升运营效率。其中，应用前台通过业务协作、数据

共享机制促进协同能力提升，优化运营效率；能力中台，建设具备复用能力的通用引擎，包括业务能力中台、数据能力中台、技术能力中台；基础服务后台，建设香精企业智能制造系统，以及形成一体化的智能制造解决方案，提升公司产业服务效率。

项目的实施是公司以“绿色、营养、健康”为使命，驱动产业全面升级的重要组成部分，是公司围绕“科技创新”与“产融结合”的发展基石。该项目的实施，构建了公司一体化数字管理平台的总体架构，通过将业务和财务的一体化集成，实现了可适应不同业务场景的差异化管控模式，并将业务的“上下游”与职能的“前中后台”深度融合，全面提升了公司全产业链的竞争能力，进一步强化了公司对“内生增长”和“外延发展”的运营效率、分析能力和管控能力。

此外，2021年，公司再次位列“中国香精行业十强企业”之首（“中国香精行业十强企业”由中国轻工业联合与中国香料香精化妆品工业协会共同评选），并荣膺中国轻工业联合会“中国轻工业科技百强企业”。公司连续三届荣获中国上市公司百强高峰论坛“中国百强企业奖”，名列“第十五届中国上市公司价值评选”创业板上市公司价值50强。

二、2022年经营计划

2022年，公司将进一步把握消费趋势和机遇，依托科技创新中心和新加坡研发中心的技术优势，持续开展技术创新和产品创新，积极拓展新品类，布局趋势赛道，布局海外市场，满足客户的多样化需求。同时，继续加强顶层设计，抓好基础管理工作，深入开展精益化生产、公司数字化转型工作，从以下七个方面着手，推动公司科研能力和综合实力的不断提升，巩固公司在行业内的领先地位。

1、持续提升技术创新能力，构筑国际化智能科创平台。

全力推进科创中心建设，建立包括香精香料及天然提取物的基础研究、分析检测研究、工艺研究、应用研究、前瞻性研究等全面科研平台；充分发挥亚太研发中心的平台优势，积极引进国际化技术人才，优化改良公司现有技术与经典产品，以国际化的视野开展香精香料研究、新型烟草研究等。同时建立健全技术研发相关管理体系建设，强化各技术中心与平台的研发协同，在巩固技术领先优势的同时，培养和储备优秀的技术人才。

2、把握产品市场发展趋势，着力产品与服务创新。

把握消费多元化机遇，深入洞察消费需求与客户诉求，积极应对市场环境变

化。食品香精板块大力发展带工艺和生物技术制备的香精，加强研究具有乳化、微胶囊、植物提取、酶解发酵等核心技术的香精产品，按照应用细分领域专业化开发新产品；食品配料板块将重点开发高附加值的植物提取物（如全效利用花、果、茶、咖啡），联合大客户和高校院所攻关技术，持续关注新品及应用开发新口味，打造天然防腐方案、抗氧化方案及淀粉抗老化方案等，开发解决行业痛点的新型配料，加大“香精+”和代入原则的清洁标签类业务，发掘更多新颖搭配组合；日用香精板块持续关注香水、个人护理、织物洗涤等领域产品创新，重点拓展场景香氛、漱口水、宠物除味除臭、宠物洗护香精系列。

3、拓展趋势赛道，携手新锐品牌。

随着消费圈层和消费场景的进一步碎片化，新兴的趋势赛道将成为未来香精及食品配料行业增长的关键驱动力。公司依托强大的技术实力，积极探索并布局趋势赛道，同时挖掘符合消费趋势并具有发展潜力的新锐品牌，积极合作并提供整体解决方案，助力新锐品牌快速增长，共赢发展。

4、拓展海外市场，推进核心产业链的全球化布局。

随着中国国际地位的提升，中国文化在国际的影响力大幅提升，公司高度关注“中国味道”走向海外，借助亚太华宝的技术优势和辐射能力，通过经典产品本土化改良，积极拓展东南亚、东欧等海外市场，从而为公司业务的海外拓展积累经验，夯实基础。

5、投资与并购并举，逐步搭建“绿色、营养、健康”的产业生态。

公司以“美味生活引领者”的愿景，以“绿色、营养、健康”的使命，将继续围绕香精、食品配料及添加剂、植物提取等重点业务领域，在国内外积极寻找与公司生产、技术、市场、供应链等具有协同效应的优质标的，通过内生增长与兼并收购相结合的双轮驱动方式，完善自身产业链布局，优化公司产业结构，充分发挥协同效应，有针对性的开发符合消费者需求与消费潮流的产品，增加公司商业机会，提升公司产品竞争力，迅速实现企业扩张的战略目标和优秀资产的整合。

6、持续推进管理体系建设，推进公司数字化与数智化转型。

公司将管理数字化作为战略支撑的重要举措之一，通过打造信息一体化平台推动企业数字化转型和管理体系建设，实现对精细化管理、效能全面提升的强力支撑。2022 年，公司将继续推进各板块数字化系统的全面上线，助力公司实现

经营数据达到可视可控，提高管理与运营效率；对内提升供应链管理能力和精益生产体系，向智能制造转变；对外建立数据中台，连接供应商、客户与消费者，打造美味生活数字化平台。

7、优化人才队伍结构，赋能企业健康发展。

公司坚持“有道德、有境界、有能力、有办法”的企业人才观，将加大专家队伍建设，加快青年人才培养速度，构建起高端聚集、引领发展的人才新高地。另外，着眼于畅通员工成长成才通道，打破身份界限，全面推行动态岗位管理，持续规范员工管理，构建起能进能出、能力为先的用才大环境。同时，公司将聚焦全面提升人才创新活力，着力完善绩效考核和薪酬分配制度，调动全员积极性，根据公司各板块职能定位，建立差异化指标体系和考核机制，通过全员绩效考核，试行多元化分配机制，厚植有活力、有效率的人才强企沃土。

华宝香精股份有限公司

总裁：袁肖琴

2022年3月25日