证券代码：300741　　证券简称：华宝股份　　公告编号：2022-017

华宝香精股份有限公司 2021 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
林嘉宇	董事	因被执行指定居所监视居住无法亲自出席会议并审阅 2021 年年度报告，基于谨慎考虑投弃权票

董事、监事、高级管理人员异议声明的风险提示：

董事林嘉宇先生因被执行指定居所监视居住无法亲自出席会议并审阅 2021 年年度报告，基于谨慎考虑委托袁肖琴女士投弃权票，请投资者特别关注。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
林嘉宇	董事	被执行指定居所监视居住	袁肖琴

普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所未发生变更。

非标准审计意见提示

☐ 适用 √ 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

☐ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 ☐ 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 615,880,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 13.20 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	华宝股份	股票代码	300741
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	侯晓勤	黄星星	
办公地址	上海市嘉定区叶城路 1299 号	上海市嘉定区叶城路 1299 号	
传真	021-67083202	021-67083202	
电话	021-67083333	021-67083333	
电子信箱	ir@hbflavor.com	ir@hbflavor.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主要业务及产品

1、公司主营业务情况

公司主要从事香精与食品配料的研发、生产、销售及服务。公司设立以来，以“美味生活引领者”为发展愿景，坚持“绿色、营养、健康”的企业使命，以国际化视野整合国内外科研资源，为客户提供产品风格系统解决方案和综合技术服务。

（1）食用香精板块

公司的食品用香精“孔雀”品牌诞生于1947年，依托自身实力和技术优势，通过兼并收购及自身发展，公司相继进军甜味香精、咸味香精领域，产品广泛应用于乳品、饮料、冷饮、糖果、坚果炒货、槟榔、膨化食品、烘焙、肉制品、休闲小食品等领域。公司的烟草用香精经过长期高投入的持续研发，形成了公司独有的技术优势，有效巩固公司在行业内的领先地位。

（2）食品配料板块

公司食品配料板块积极拓展包括甜味风格、咸味风格及功能性的食品配料，持续扩大健康天然产品的品种，主要应用于膨化食品、面制食品、方便食品、肉制品、休闲小食品等领域。公司关注天然提取物在食品与饮料、保健与营养品、个人护理品等行业的综合解决方案，产品线包含天然色素、功能性原料、天然甜味剂、天然抗氧化剂等。

（3）日用香精板块

公司旗下厦门琥珀成立于1998年，是一家新三板挂牌的高新技术企业（琥珀股份，NEEQ：833164），专业研发、生产和销售日用香精，在基础香原料的开发、燃香评价试验、加香技术研究、微胶囊技术应用、产品稳定性测试等方面具有技术优势，产品广泛应用于洗涤、护肤品、香水、个人护理、熏香、工艺品等领域。厦门琥珀在日用香精细分市场的熏香及消杀领域处于国内领先地位，目前正以天然、健康、安全的理念在巩固熏香消杀市场的同时，大力发展桉叶二醇LTB以及大日化洗护类香精、微胶囊香精的市场推广。

2、公司主要产品、品牌及应用领域

（1）香精产品

名称	应用领域		产品品牌	产品系列	主要客户（品牌）
食用香精	食品用领域	乳品饮料类、坚果炒货类、冷饮类、糖果类、膨化食品类、烘焙类、肉制品类、休闲小食品类	华宝、孔雀	果蔬类香精、奶味香精、花香类香精、五谷杂粮类香精、茶类香精、口感类香精、异域风情类香精、猪肉风味香精、香辛料类香精	亿滋、光明、中粮、百事食品、达利、天喔、盼盼、上好佳、洽洽、曼可顿、雪菲力、天狮、维维、安井、申美、益海嘉里、不二制油、杨协成、冰峰、大窑、斯伯特、中街、汇源、三全、皓月、金锣等
	烟草用领域	烟丝用（表香、加料）、滤棒用、卷烟纸用、内衬纸用	喜登、天宏、华芳、澳华达	清香型、辛香型、果香型、花香型、甜香型、焦香型、可可香型、膏香型、烘焙香型、奶香型、豆香型	云南、上海、湖南、浙江、广东、贵州等19个省的省级中烟工业公司
日用香精	日化领域	熏香消杀类、洗涤皂用类、个人护理化妆品类、芳香剂类、工业制品类	琥珀	花香类香精、果香类香精、复合花果类香精、木香类香精	榄菊、李字、青蛙王子、金鹿、上海白猫、恒安、立白、ABC、亚朵酒店、安安金纯、丽臣、润本、武夷白鹭等

（2）食品配料

应用领域	产品品牌	产品系列	主要客户（品牌）
膨化食品类、炒货类、烘焙类、肉制品类、面制食品类、方便食品类、	华宝、嘉萃	配料粉、配料酱、配料汁、配料油、调味包	米多奇、亲亲、达利、回头客、思念、盐津铺子、甘源、圣农、三全、旺旺、金锣、皓月、盼盼、小王子

休闲小食品类、火锅调味料等			等

（二）行业基本情况

1、行业发展概况

香精工业是为加香产品配套的重要原料工业，香精是与人类社会生活密切相关的特殊产品，其产品广泛应用于食品行业、日用化工业、制药业、烟业、纺织业、皮革业等各个行业。

近年来，随着我国经济的快速发展，日化行业、食品工业等下游产业的规模不断扩大，我国香精行业作为配套产业也呈现了持续稳定的发展态势。与此同时，居民生活水平的提高、消费结构升级也为行业的发展提供了广阔的市场空间。目前，国内呈现出食品用香精、日用香精、烟用香精等多个细分发展方向，香料香精行业预期将持续增长，属于成长性行业。

2、行业经营模式

香精是由多种香原料、溶剂或载体以及其他辅料调配而成的芳香类混合物，通常直接用于增加各类终端产品的香气和香味，其调配包含精湛的科学技术，又具有高超的艺术性和创造性，对终端产品的品质起着重要作用。在单个终端产品上，香精的使用有一定比例，因此下游企业每一批次采购香精的数量有限，而且由于下游终端产品品种繁多，香精产品的种类也较多，为满足各类企业不同的需求，香精生产企业通常通过多批次、小批量的方式组织生产。

香精生产企业一般“以销定产”，通过计划部门衔接销售、生产和采购，按计划组织生产和原材料采购。为保证能及时的保质保量完成销售订单，香精企业通常保持一定量的原材料存货以及产成品存货。由于香精产品需满足客户个性化需求，香精生产企业提供定制化整体解决方案的能力至关重要。

3、抗周期性特点

香精行业具备一定的精细化学品周期性的特征。由于其应用领域渗透在生活中的方方面面，且与国民经济发展和居民生活保障密切相关，其涉及下游行业的广泛，使得单一行业需求的周期性被冲抵，而消费者的整体消费能力和意愿难以发生较大波动，因此香精行业整体抗周期性较强。

（三）公司所处的行业地位情况

公司自1996年成立以来，一直以“绿色、营养、健康”为使命从事香精的研发、生产和销售，在研发创新、技术专利、产品服务、营销网络以及客户资源方面取得了领先优势，成长为中国香精行业的领先企业，树立起良好的品牌形象。公司旗下拥有“华宝”、“孔雀”、“喜登”、“天宏”、“华芳”、“澳华达”、“琥珀”等一系列知名品牌，在中国香精市场占据重要地位。

公司拥有核心一体化的产业链，在广东、云南及非洲南部博茨瓦纳等地拥有上游原材料的提取中心，在云南、广东、江西、福建及香港等地设有生产基地，在德国霍尔茨明登、新加坡等设有海外研发中心，并于上海拥有一所国家级企业技术中心，另在广东、云南、福建等地设有研发分支机构。

公司在中国香精行业的多个组织担任领导职位，包括中国香料香精化妆品工业协会副理事长、中国食品添加剂和配料行业协会副理事长以及上海市食品添加剂和配料行业协会会长等。

（四）最新法律法规及政策对行业的重大影响

香料香精行业是国民经济中食品、日化、烟草、医药、饲料等行业的重要原料配套产业，与居民生活水平提高、食品饮料行业发展、促进内需和消费密切相关。《高新技术企业认定管理办法》（国科发文[2016]32号）将“天然产物有效成份的分离提取技术”列入国家重点支持的高新技术领域，为天然香料的精加工提供了政策支持。同时，国家发改委《产业结构调整指导目录（2019年本）》将“香料、野生花卉等林下资源人工培育与开发”、“天然食品添加剂、天然香料新技术开发与生产”列为国家鼓励类的产品目录。

近年来，国家陆续出台《香料香精行业“十四五”发展规划》、《“十三五”国家食品安全规划》、《食品安全标准与检测评估“十三五”规划》、《促进食品工业健康发展的指导意见》等各项政策法规进行宏观调控，支持香料香精行业的发展。顶层政策的推出，有利于大型龙头进一步拓展市场、扩大规模，获得规模效益。

2022年3月11日，国家烟草专卖局发布《电子烟管理办法》，并公开征求对《电子烟》国家标准（二次征求意见稿）的意见。随着监管政策的出台和实施，国内电子烟行业即将进入到严格和规范监管的新阶段。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

√是 □ 否

单位：元

	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增减	2019 年末
总资产	8,392,050,769	8,349,999,362	0.50%	8,379,346,156
归属于上市公司股东的净资产	7,707,268,109	7,722,651,979	-0.20%	7,772,066,861
	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入	1,941,375,258	2,094,459,854	-7.31%	2,185,338,829
归属于上市公司股东的净利润	1,004,351,986	1,180,204,657	-14.90%	1,235,214,129
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	849,887,990	1,056,761,980	-19.58%	1,117,586,633
经营活动产生的现金流量净额	1,248,836,725	1,088,595,232	14.72%	1,297,541,773
基本每股收益（元/股）	1.63	1.92	-15.10%	2.01
稀释每股收益（元/股）	1.63	1.92	-15.10%	2.01
加权平均净资产收益率	13.30%	15.64%	-2.34%	15.50%

针对发生在商品控制权转移给客户之前，且为履行销售合同而发生的运输成本，本集团及本公司将其自销售费用全部重分类至营业成本。不影响主要会计数据和财务指标。

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	467,110,062	449,568,333	446,968,275	577,728,588
归属于上市公司股东的净利润	273,838,242	255,934,326	223,793,407	250,786,011
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	232,776,482	191,870,937	201,029,702	224,210,869
经营活动产生的现金流量净额	192,359,183	317,743,725	304,015,809	434,718,008

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	22,431	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	21,642	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0

前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
华烽国际投资控股(中国)有限公司	境内非国有法人	81.10%	499,500,000			
上海君和立成投资管理中心（有限合伙）－共青城田鑫投资管理合伙企业（有限合伙）	其他	3.41%	20,971,800			
共青城南土投资管理合伙企	境内非国有法	1.52%	9,380,000			

业（有限合伙）	人					
梁觉森	境内自然人	1.24%	7,615,700			
香港中央结算有限公司	境外法人	0.43%	2,630,538			
中国工商银行股份有限公司—东方红启元三年持有期混合型证券投资基金	其他	0.29%	1,794,112			
阳光财产保险股份有限公司－传统－普通保险产品	其他	0.28%	1,743,900			
于俊峰	境内自然人	0.23%	1,420,427			
中国农业银行股份有限公司－中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.17%	1,016,924			
广州市玄元投资管理有限公司－玄元科新 7 号私募证券投资基金	其他	0.16%	997,600			
上述股东关联关系或一致行动的说明		未知前 10 名股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。				

公司是否具有表决权差异安排

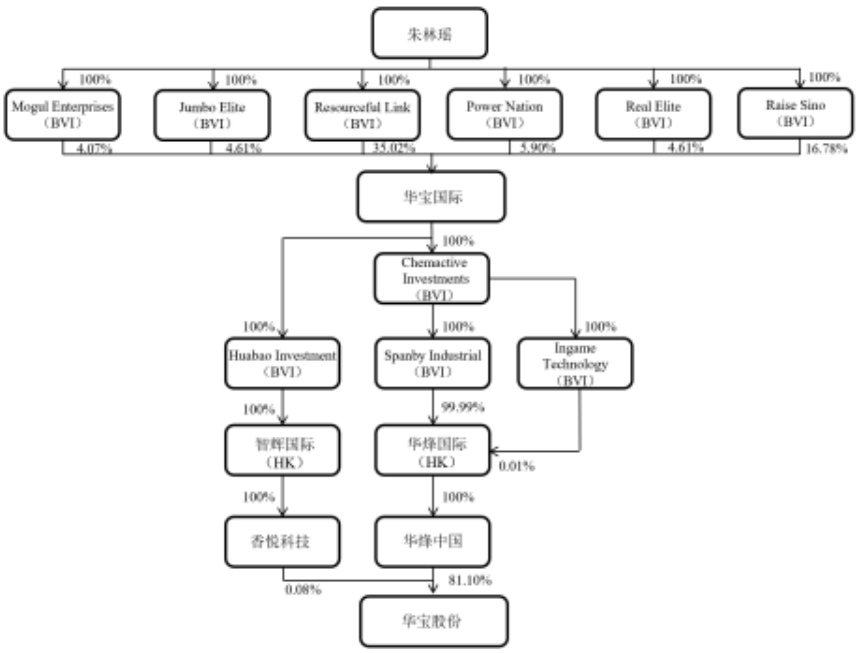
□ 适用 √ 不适用

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□ 适用 √ 不适用

三、重要事项

2021年，面对疫情常态化、原材料价格上涨等外部环境的变化，公司坚定推进战略规划落地，坚持做好疫情防控工作，以战略采购主动应对原材料价格波动，通过加强技术研发与产品创新，优化产品结构，并以消费者价值和客户价值为导向，积极探索从“销售香精产品”到“提供解决方案”的商业模式转型。在产业生态的搭建上，公司采用投资与并购并举，稳健布局产业链下游，并积极拓展海外的研发、生产与销售网络。同时，不断完善管理体系，优化组织架构，推进信息化建设和数字化转型，进一步提升精细化管理水平和经营效率，为公司的可持续发展和扩张夯实基础。

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%。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。报告期内，公司开展的重点工作如下：

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标的企业，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。