

证券代码：301220

证券简称：亚香股份

公告编号：2025-022

昆山亚香香料股份有限公司

2024 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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

容诚会计师事务所（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由变更为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）。

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利润分配预案为：以 79,927,100 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2 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 4 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	亚香股份	股票代码	301220
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	盛军		
办公地址	玉山镇晨丰路 201 号		
传真	0512-57801582		
电话	0512-82620630		
电子信箱	shengjun@asiaaroma.com		

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主要业务、产品及其用途

公司主营业务为香料的研发、生产和销售。香料是一种能够依靠嗅觉或味觉感受到香味的有机化合物，也称香原料，主要用于调配成香精用于加香产品，或直接作为食品添加剂使用。香料香精并不是人们生活中的直接消费品，而是作为配套的原料添加在其他产品中，其被广泛应用于食品、烟草、日化、医药、饲料、化妆品、纺织和皮革等各行各业，用

量虽微，但其对产品品质至关重要。

公司主要产品可分为天然香料、合成香料、凉味剂等，前述产品主要作为配制香精的原料或直接作为食品添加剂，终端产品主要应用于食品饮料、日化等行业，公司产品具有广泛的下游应用领域和发展空间。2024 年，公司实现营业收入为 796,682,291.89 元，同比增长 26.42%，公司实现归属于上市公司股东的净利润 55,702,989.79 元，较上年同期下降 30.51%，主要系产品价格竞争日趋激烈，利润空间进一步缩小导致。

（二）主要经营模式

公司通过销售、生产两端发力，研发、采购等提供支持，形成了以多品种、中小规模批量的香料产品生产、销售为主的盈利模式。

1、采购模式

公司采购部负责生产香料用原材料、中间体及粗成品的采购以及外协加工商的选择。公司生产中心的物控部和制造部按月及时提供库存、生产计划等经营管理数据，采购部编制采购计划，并根据市场行情和供需情况制定采购策略并按计划采购。公司实施安全库存制度，根据订单情况、生产计划、原材料价格受季节及市场影响程度等因素，对各项原材料分别建立适当的安全库存。公司主要采购环节遵循内部相关规章制度，采取多方比对、协商报价原则，履行内部审批程序后确定供应商，并与其签订采购合同，通过财务部门统一对外结算。公司制定了《采购管理制度》、《委托加工管理制度》等相关配套管理文件，详细规定了采购分类管理、供应商的选择、委托加工、质量管控等流程，通过规范采购过程管理，对采购与生产过程匹配进行制度化管理，以保证生产效率、成本控制和产品质量。

2、生产模式

公司采取自产与委外加工相结合的生产模式，公司生产部门根据销售计划、客户年度订单和生产情况制定季度、月度生产计划，并结合订单、库存成品、原材料库存情况和车间生产能力等适时更新生产指令至车间组织生产。各车间接到生产指令后，准备所需物料进行生产。

公司分步骤进行香料产品生产，结合公司产能情况，以及内外部环境多变、产品多样化的特点，公司会直接采购原材料、中间体等进行自主生产，或者委托外协加工商进行单一或多种工序的生产。生产完成后，公司质控部门在规定时间内按公司质量检验标准进行检验，出具检验报告，对于不合格产品，及时反馈给车间，并与生产及研发部门沟通，分析原因并妥善处理。产品验收合格后，车间按产品办理入库手续，并填写入库单，仓库根据入库单和合格检验报告进行验收入库。

3、销售模式

公司采用向终端客户销售和向贸易商销售相结合的销售模式。公司主要终端客户包括国际香料香精、奇华顿、芬美意等香精香料企业和玛氏箭牌、亿滋国际等快速消费品行业的知名公司；公司向贸易商销售全部为卖断式销售，主要贸易商包括 ABT 以及其他中小规模贸易商。

通常情况下，公司与主要客户签订框架合同，约定产品的质量标准、交货方式、结算方式等，在合同有效期内按照客户具体订单安排交货，公司严格遵循客户指定的产品标准向客户交付产品。公司积极参与国际香精香料协会年会、中国香精香料大会等专业会议与现有客户持续保持紧密联系，同时接触新客户或潜在客户。公司主要通过前述会议接触、客户推介等多种方式进行业务拓展，在建立一定联系后通过商业谈判获取订单。公司境外销售占比较高，公司针对境外直销和贸易商销售采取相类似销售模式，根据订单要求组织生产、发货并负责办理报关、制单等手续。公司出口产品主要以 CIF、CFR 等贸易方式进行。公司主要采取电汇结算方式，报关离岸后按照约定期限收取货款。

4、研发模式

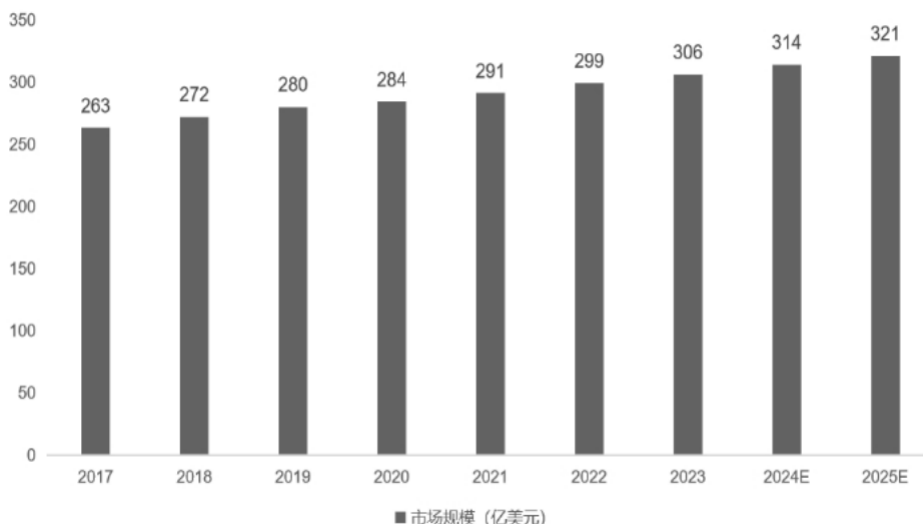
公司坚持进行工艺改进、原料筛选相关香料技术的创新，为客户提供高品质的各类香料产品，致力于提升公司产品产出率，并减少生产中能耗以及环境影响。公司建立以市场前景性发展以及客户需求为基础的研究开发理念，满足多层次的客户需求。公司业务部门对国内外市场进行广泛的调研，深入了解行业动向及客户需求状况形成调研意见，公司研发部根据业务部门的调研意见制定立项报告并完成产品的研发。公司产品研发主要依靠自身技术力量，同时还积极整合外部研发资源，委托外部研发机构进行技术开发，通过相关行业技术开发与交流加速技术研发速度，把握最新前沿技术。

（三）行业总体供求趋势

1、全球香料香精行业市场规模

据艾媒数据显示，近年来全球香料香精行业市场规模稳步增长，2023 年市场规模约为 306 亿美元，同比增长 2.3%，预计 2025 年将增至 321 亿美元。目前，北美、欧洲等发达国家的市场已趋近饱和，需求增速较低，香料香精产业逐渐向发展中国家转移。随着发展中国家消费水平的提高，香料香精行业作为配套产业将进一步发展。

2017-2025年全球香料香精行业市场规模及预测

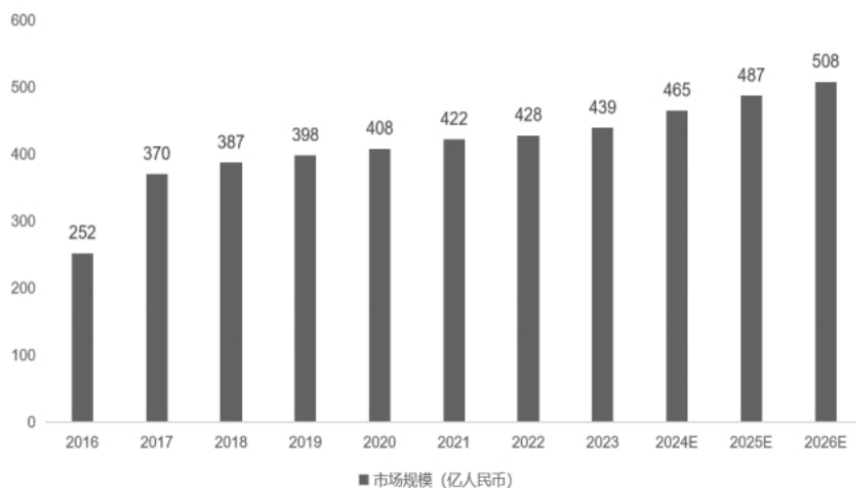


数据来源：艾媒数据中心

2、中国香料香精行业市场规模

香精、香料是生活中常用的调味品，他们能够为食品、饮料、化妆品等产品提供独特的香气和味道。目前随着消费结构不断优化升级，消费者口味偏好日益多元化，以及消费者对“绿色健康”、“纯天然”的认可度不断提升，香精香料行业将不断整合并快速发展。近年来，居民生活水平提高、消费结构升级，为我国香料香精行业的发展提供了广阔的市场空间。据艾媒数据中心、《香精香料行业“十四五发展规划”》数据显示，2023 年中国香料香精行业市场规模约为 439 亿元，同比增长 2.6%，预计 2026 年有望突破 500 亿元。

2016-2026年中国香精香料市场规模预测



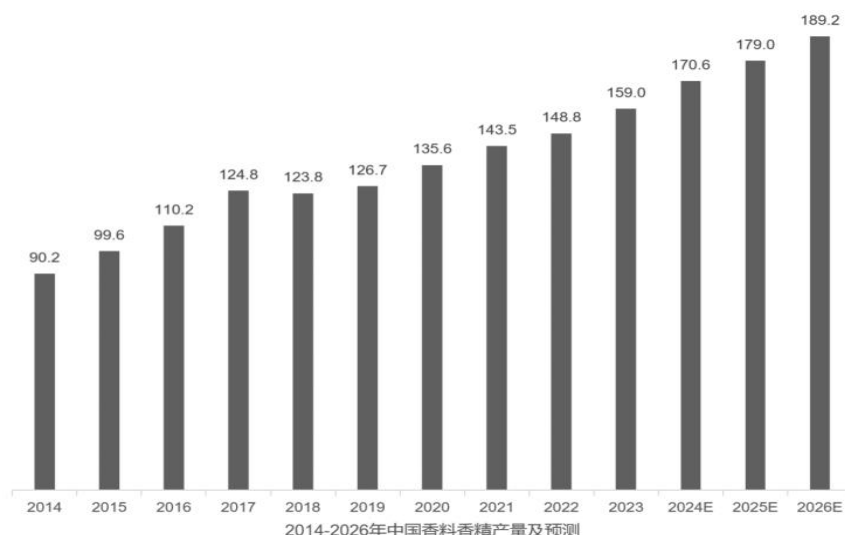
数据来源：艾媒数据中心、《香精香料行业“十四五发展规划”》

3、行业总体供给趋势

中国香料香精相关企业数量持续上升，行业竞争加剧。艾媒咨询数据显示，2017—2019 年间，企业数量增长迅猛，增长率达 20%以上。截至 2024 年 9 月，中国香料香精行业企业累计注册量为 38,005 家，其中，2024 年新增 108 家，企业数量增速放缓。



随着中国香精香料行业企业数量的增加，中国香精香料产量也逐年上升。数据显示，2014-2023 年中国香料香精产量整体呈上升趋势，2023 年产量约为 159.0 万吨，同比增长 6.9%，预计 2026 年将增至 189.2 万吨。目前全球香兰素总产量为 2 万吨，中国的香兰素产量占全球份额的 70%，中国已成为香兰素生产和供应大国。中国是目前天然香料最大的生产国，随着政府对林业资源的保护逐步加强及人工种植、养殖规模的不断扩大十大品牌排行榜，原材料的产量不断增加，未来香料香精的产量规模将持续扩大。



（四）香精香料市场发展驱动力

1、收入增长

2024 年全国居民人均可支配收入 41,314 元，比上年增长 5.3%。可支配收入的增长提升了居民的购买能力和对生活质量的追求，为香料香精下游食品饮料、日化等行业的发展提供了良机，而下游行业的快速发展又给中国香料香精行业带来日益增长的市场空间。

2、嗅觉经济

相较于其他品类的化妆品，香水香氛等产品具有独特的气味属性，这一属性为商品赋予了更多的价值。除了提升个人形象外，香水作为“社交名片”，实现了自我展示与悦己需求的统一。随着中国消费者对香氛制品的需求不断增加，香料香精行业的发展将在嗅觉经济的带动下实现稳步增长。

3、年轻消费群体成为消费主力

以 80 后、90 后、00 后为首的年轻消费群体逐渐成为我国消费主力人群。数据显示，中国年轻消费群体数量约为 5.5 亿，约占中国总人口的三分之一。中国年轻消费群体勇于尝试新鲜事物，追求与众不同，注重生活品质的提高，乐

于悦己。艾媒咨询分析师认为，中国年轻消费群体追求个性与品质的消费心理，将助推中国香料香精行业下游产品的细分及多样化的发展。

4、科技创新

科技的不断进步使得香精香料企业能够研发出更多新型香料和更高效的提取、合成技术。通过生物技术、基因工程等手段，可以从天然原料中提取出更多具有独特香气的成分，或者合成出具有新颖香味的化合物。这些新技术不仅提高了香精香料的品质和纯度，还降低了生产成本，为行业的发展提供了技术支持。例如，通过微生物发酵技术生产天然香料，具有环保、可持续的优点。

（五）市场竞争格局

1、企业规模与市场份额

国际巨头主导：在全球市场上，奇华顿、芬美意、IFF（国际香精香料公司）等国际大型香精香料企业占据着主导地位。这些企业历史悠久，具有广泛的产品线和强大的研发能力，在全球市场份额中占据较大比例。以奇华顿为例，它是全球最大的香精香料公司之一，业务遍布全球，为食品饮料、日化、烟草等多个行业提供产品和服务。

国内企业崛起：近年来，中国等新兴市场国家的香精香料企业发展迅速。国内一些企业通过不断提升技术水平、扩大生产规模和加强品牌建设，逐渐在国内市场占据一定份额，并开始向国际市场拓展。

2、地域竞争

欧美市场成熟：欧美地区是香精香料行业的传统市场，市场成熟度高，竞争激烈。这些地区的消费者对香精香料的品质 and 安全性要求较高，市场竞争主要集中在高端产品和技术创新方面。国际大型香精香料企业在欧美市场具有较强的竞争力，它们通过不断推出新产品、加强品牌建设和拓展销售渠道，巩固其市场地位。

亚太市场增长迅速：亚太地区是全球香精香料市场增长最快的地区之一，尤其是中国、印度等新兴经济体。随着经济的快速发展和消费者生活水平的提高，亚太地区对香精香料的需求不断增加。同时，该地区劳动力成本相对较低，原材料资源丰富，吸引了众多国际和国内企业的投资。国内企业在亚太市场具有一定的地缘优势和成本优势，通过不断提升产品质量和服务水平，逐渐扩大市场份额。

（六）公司的行业地位

公司是国内中高端香料主要生产企业之一，公司自成立以来一直从事香料的研发、生产和销售。经过多年的发展，公司已成功开发天然香料、合成香料和凉味剂三大系列共计逾 310 多种产品。凭借规模化的生产优势、丰富的产品品类、严格的质量控制和较强的研发能力，公司积累了优质、稳定的客户渠道和资源，与国际香料香精、奇华顿、芬美意、ABT 等香精香料行业国际知名公司以及玛氏箭牌、亿滋国际、高露洁等快速消费品行业的知名公司建立了长期稳定的合作关系。

公司多项产品在其细分市场具有领先地位。其中，公司天然香料主要产品为丁香酚香兰素和阿魏酸香兰素等，即采用丁香酚、阿魏酸等可再生物质为原料生产的香兰素，公司目前已成为全球该类产品主要生产企业之一。公司凉味剂产品主要为 WS-23 等 WS 系列凉味剂产品，公司已成为全球该类产品主要生产企业之一。该产品主要客户为玛氏箭牌、国际香料香精等公司。

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

元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
--	---------	---------	-----------	---------

总资产	2,104,809,521.16	1,839,185,281.42	14.44%	1,726,912,578.25
归属于上市公司股东的净资产	1,629,325,478.07	1,578,606,869.96	3.21%	1,545,184,614.90
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	796,682,291.89	630,177,917.19	26.42%	705,396,007.21
归属于上市公司股东的净利润	55,702,989.79	80,158,022.75	-30.51%	131,792,271.23
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	55,222,462.55	73,341,030.91	-24.70%	122,492,084.77
经营活动产生的现金流量净额	31,323,296.98	75,931,894.12	-58.75%	89,123,839.06
基本每股收益（元/股）	0.69	1.00	-31.00%	1.86
稀释每股收益（元/股）	0.69	1.00	-31.00%	1.86
加权平均净资产收益率	3.47%	5.11%	-1.64%	11.55%

（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	174,061,189.54	187,064,092.83	214,593,526.72	220,963,482.80
归属于上市公司股东的净利润	17,796,689.08	17,552,358.58	9,791,033.60	10,562,908.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	17,301,162.95	17,215,014.32	9,225,812.53	11,480,472.75
经营活动产生的现金流量净额	7,788,178.44	-636,307.52	4,606,240.94	19,565,185.12

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	4,693	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	7,266	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月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（不含通过转融通出借股份）									
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			
周军学	境内自	39.93%	32,261,951.00	32,261,951.00	不适用		0.00		

	然人					
昆山鼎龙博晖投资管理企业（有限合伙）	境内非国有法人	6.85%	5,538,300.00	0.00	不适用	0.00
蒋越新	境内自然人	3.09%	2,493,800.00	0.00	不适用	0.00
郁慧芬	境内自然人	1.69%	1,361,535.00	0.00	不适用	0.00
苏州永鸿宝投资管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.49%	1,200,093.00	0.00	不适用	0.00
上海涌铎投资管理有限公司—上海涌耀私募投资基金合伙企业（有限合伙）	其他	1.28%	1,036,704.00	0.00	不适用	0.00
马英	境内自然人	1.22%	984,900.00	0.00	不适用	0.00
方益民	境内自然人	0.99%	803,100.00	0.00	不适用	0.00
周军芳	境内自然人	0.76%	615,300.00	615,300.00	不适用	0.00
中国工商银行股份有限公司—鹏华优质治理混合型证券投资基金（LOF）	其他	0.63%	513,000.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、昆山鼎龙博晖投资管理企业（有限合伙）为员工及部分外部投资者持股平台，其执行事务合伙人为公司离任董事；2、苏州永鸿宝投资管理中心（有限合伙）为员工及部分外部投资者持股平台，其执行事务合伙人为公司董事；3、周军芳女士为公司控股股东、实际控制人周军学先生的妹妹。除上述情况外，未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☒适用 ☐不适用

单位：股

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况								
股东名称 （全称）	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例

昆山鼎龙博晖投资管理企业（有限合伙）	5,241,800	6.49%	300,000	0.37%	5,538,300	6.85%	0	0.00%
--------------------	-----------	-------	---------	-------	-----------	-------	---	-------

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

☐适用 ☒不适用

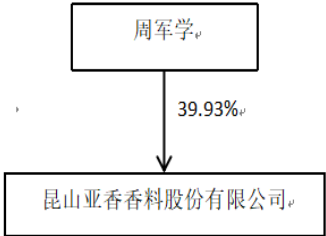
公司是否具有表决权差异安排

☐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

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

1、2024 年限制性股票激励计划

- （1）2024 年 2 月 21 日，公司召开第三届董事会第十五次会议和第三届监事会第十三次会议，审议通过了《关于〈昆山亚香香料股份有限公司 2024 年限制性股票激励计划（草案）〉及其摘要的议案》《关于〈昆山亚香香料股份有限公司 2024 年限制性股票激励计划实施考核管理办法〉的议案》等议案，公司独立董事就本次股权激励计划发表了独立意见，律师出具相应报告。
- （2）2024 年 2 月 22 日至 2024 年 3 月 2 日，公司对 2024 年限制性股票激励计划首次授予部分激励对象名单与职务在公司内部进行了公示，在公示期内，没有任何组织或个人提出异议或不良反映，无反馈记录。公司于 2024 年 3 月 7 日披露了《监事会关于公司 2024 年限制性股票激励计划首次授予部分激励对象名单的审核意见及公示情况说明》。
- （3）2024 年 3 月 12 日，公司 2024 年第二次临时股东大会审议并通过了《关于〈昆山亚香香料股份有限公司 2024 年限制性股票激励计划（草案）〉及其摘要的议案》《关于〈昆山亚香香料股份有限公司 2024 年限制性股票激励计划实施考核管理办法〉的议案》《关于提请股东大会授权董事会办理公司限制性股票激励计划相关事宜的议案》，并对外披露了《关于公司 2024 年限制性股票激励计划内幕信息知情人及激励对象买卖公司股票情况的自查报告》。
- （4）2024 年 4 月 18 日，公司召开第三届董事会第十六次会议和第三届监事会第十四次会议，审议通过了《关于向激励对象首次授予限制性股票的议案》，同意公司以 2024 年 4 月 18 日作为首次授予日，向 34 名激励对象授予 756,900 股第二类限制性股票。公司独立董事对此发表了同意的独立意见，公司监事会对本次授予限制性股票的激励对象名单进行了核实，律师出具相应报告。
- （5）2024 年 8 月 27 日，公司召开第三届董事会第十八次会议、第三届监事会第十六次会议，审议通过了《关于向

激励对象授予预留部分限制性股票的议案》《关于调整 2024 年限制性股票激励计划授予价格的议案》。董事会认为公司 2024 年限制性股票激励计划规定的预留授予条件已经成就，同意公司以 2024 年 8 月 27 日作为预留授予日，向 9 名激励对象授予预留的 116,000 股第二类限制性股票，同意 2024 年限制性股票激励计划授予价格由 13.92 元/股调整为 13.72 元/股。公司独立董事召开 2024 年第三次独立董事专门会议审议预留部分第二类限制性股票授予事项，认为预留授予部分限制性股票的激励对象主体资格合法有效，确定的授予日符合相关规定。监事会对预留部分限制性股票的授予激励对象名单进行审核并发表了核查意见。律师出具了相应报告。

2、新增关联方、追认 2024 年日常关联交易及预计 2025 年日常关联交易

根据公司长远战略规划和业务拓展需求，亚香股份于 2025 年 4 月 21 日召开第三届董事会第二十三次会议、第三届监事会第十九次会议，同意公司通过在美国设立的全资子公司 Asia Aroma Investment LLC 以 3,000 万美元购买 Centrome Inc. (以下简称“标的公司”、“ABT”)110%的股权。根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》和《公司章程》的相关规定，本次交易事项无需股东会审议批准，亦不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组。上述交易完成后，亚香股份拟委派公司实际控制人的近亲属周泳含女士任标的公司的董事，根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》的相关规定，标的公司成为公司新增关联方。除前述法定关联方外，公司客户 Advanced Biotech Europe GmbH、Bruell Aromatics, Inc、昆山阿巴泰贸易有限公司与 ABT 均属于同一控制下企业，不属于《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》等相关法律法规界定的关联方。基于谨慎性原则，公司将前述与公司长期合作的企业认定为其他潜在利益相关方，其未来与公司及其子公司之间的交易比照关联交易进行披露，并追认确定 2024 年度的交易为关联交易。同日召开的董事会、监事会，同意追认 2024 年向 ABT 销售金额 20,280.36 万元、采购金额 446.32 万元，预计 2025 年日常关联销售金额 28,600.00 万元、采购金额 700.00 万元。该议案尚需提交股东会审议。