

证券代码：002626

证券简称：金达威

## 20250909 投资者关系活动记录表

编号：20250909

<b>投资者关系活动类别</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
<b>参与单位名称</b>	泓德基金 长城基金 工银安盛 华安合鑫 长江证券 信达基金 长城证券 平安基金 宝盈基金
<b>时间</b>	2025年9月9日
<b>地点</b>	公司会议室
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书 李晓芳女士 证券事务代表 林洁女士
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p>公司与上述投资者就公司 2025 年半年度业绩展开了交流，对投资者关心的问题进行了回复。主要内容如下：</p> <p>一、公司 2025 年上半年整体经营情况</p> <p>2025 年上半年公司营业收入 17.28 亿元，比上年同期增长 13.46%。其中，辅酶 Q10 系列营业收入为 3.81 亿元，比上年同期增长 0.33%，毛利率为 55.95%，比上年同期增长 9.54%；营养保健食品营业收入 9.43 亿元，比上年同期下降 2.35%，毛利率为 34.35%，比上年同期下降 0.22%；维生素 A 系列营业收入 1.97 亿元，比上年同期上涨 213.06%，毛利率为 35.23%，比上年同期增长 27.83%。2025 年半年度，公司实现归属于上市公司股东的净利润 2.47 亿元，比上年同期增长 90.12%。</p> <p>二、公司营养原料业务的主要情况</p>

原料业务方面，公司主要从事辅酶 Q10、DHA、ARA、NMN、维生素 K2、纳豆激酶、PQQ、维生素 A、维生素 D3 等产品的规模化生产。此外，公司亦生产吡喹酮、丙氨酰谷氨酰胺、奥拉西坦等医药原料，化妆品原料抗坏血酸葡萄苷 (L-VCG) 等。公司的辅酶 Q10 市占率全球第一，具备较为明显的成本优势和规模优势。2025 年上半年，公司辅酶 Q10 毛利率明显上升，主要来自于产量提升的规模效应及技术改进。同时，公司利用合成生物学技术及微生物发酵技术在研布局新产品，包括生物代糖系列，藻油 Omega-3 (EPA+DHA) 等。公司注重研发投入，努力开发具有前瞻性、可产业化的新产品，丰富公司产品品类，优化产品结构，提升公司竞争力和盈利水平。

### 三、辅酶 Q10 业务的主要情况

随着辅酶 Q10 在心血管健康、抗衰老等方面保健功能的验证，辅酶 Q10 被广泛应用于营养保健食品、食品添加剂、药物、化妆品等领域，其市场需求呈现出不断增长的趋势。以我国为例，受人口老龄化、保健观念升级等因素影响，未来我国辅酶 Q10 的市场规模增长速度将明显加快。公司是全球辅酶 Q10 最大的生产商，其产品远销全球数十个国家和地区，是全球知名的营养保健食品原料生产企业。随着辅酶 Q10 市场需求的不断增长以及生产工艺的逐步提高，辅酶 Q10 产业竞争格局将迎来更大的变革。公司扩产可顺应行业发展趋势，将有助于公司充分满足持续上涨的市场需求，巩固公司行业龙头地位。

### 四、公司营养保健品业务的主要情况

在保健食品终端领域，公司主要拥有 Doctor's Best 多特倍斯、Zipfizz、Viactiv 等美国品牌及中国品牌金乐心。美国子公司 VitaBest 工厂提供营养保健品硬胶囊、片剂和粉剂的生产加工服务。受下游客户控制库存、调整采购节奏的影响，2025

	<p>年上半年 Doctor's Best 多特倍斯、Zipfizz 的销售有所下降。同时，为拓展销售渠道，Zipfizz 战略性加大营销资源投入，导致利润承压。VitaBest 进一步理顺生产流程，提升经营效率，已实现业绩增长。接下来，公司仍以品牌建设为重点，保持核心产品在 Amazon、iHerb 等线上平台及 Costco、Sam's Club 等会员制商超的销售优势的同时，加强终端产品的品牌建设、营销力度和产品渠道建设，持续开发新媒体渠道的多方面价值，通过产品和渠道共同推动品牌影响力。</p> <p>五、公司国内保健品业务的主要情况</p> <p>公司国内保健品主要通过天猫、京东等线上渠道销售，随着国内保健品市场尤其是跨境电商的日益增长，公司相关业务亦持续增长。接下来公司将进一步打通上下游、境内外，提升运营水平，以扩大保健食品自有品牌在国内的市场占有率。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 9 月 9 日