

华宝香精股份有限公司

2025 年度总裁工作报告

2025年是华宝香精股份有限公司（以下简称“华宝股份”或“公司”）发展历程中承压前行、砥砺奋进的一年，面对全球宏观经济的不确定性、行业竞争格局的深刻变革以及消费者需求的持续升级，公司在董事会领导下，始终践行“绿色、营养、健康”的发展使命，坚持“产融结合、技术创新”的双轮驱动，以“企业理念化、管理智能化、资产证券化、业务全球化”为战略举措，努力实现“美味生活引领者”的企业愿景。

一、2025 年度经营管理情况

（一）2025 年度主要经营指标完成情况

2025年，公司整体营业收入保持稳定，业务结构持续优化。在宏观经济下行压力加大、下游需求分化加剧的背景下，公司通过深化技术创新、拓展高增长赛道、加快全球化布局，有效对冲了部分市场风险，实现了经营基本盘的稳固，为未来快速、高质量发展打下了坚实的基础。

报告期内，公司实现营业收入 133,783.42 万元，较上年同期下降 1.40%。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 20.67%，食品配料业务本期销售收入增长 30.36%，日用香精业务本期销售收入增长 25.62%。报告期内，公司实现归属于上市公司股东的净利润 8,380.35 万元，较上年同期扭亏为盈；基本每股收益为 0.14 元，加权平均净资产收益率 1.23%，较上年同期上升 5.53 个百分点。

二、2025 年度主要工作总结

（一）食用香精业务

报告期内，公司以引领行业的“天然化”与“功能化”转型为核心战略，与上海市食品添加剂和配料行业协会联合成立“上海天然食品中心”，并率先获得权威天然度产品认证，从传统的风味供应商升级为健康饮食潮流的定义者与标准倡导者。

凭借雄厚的科研实力和行业积淀，坚持“产融结合、技术创新”的双轮驱动，深耕天然香原料、创新制剂等核心技术，聚焦天然风味基质、风味成分与营养物质、以及酶解乳制品等方向深度探索。在风味创新方面，精研推出一系列符合市

场潮流的黑松露微胶囊液体香精、新型鲜味香精、多重包埋造粒香精、麻辣鲜香膏体香精等产品，创新研发凯里红酸汤发酵型香精、芥菜风味香精等产品，持续强化了公司在风味创新领域的技术壁垒与先发优势。

在烟用香精方面，公司依托多年积累的技术积淀与配方储备，在特色香味物质研究、烟草降焦减害技术及增香保润技术等方面取得了丰富成果，构建了烟用香精领域的独特优势。通过持续推进国际头部客户战略，核心市场实现收入指数增长，为国际化拓展奠定了坚实基础。面对全球消费品市场多元化、减害化的发展趋势，公司积极将在风味释放、功能材料、缓释技术等方面的核心优势，应用于具有高增长潜力的加热不燃烧（HNB）、口含烟等新兴赛道，致力于为全球合作伙伴提供更具竞争力的原料及技术解决方案。

（二）食品配料业务

报告期内，公司通过深度整合内部在风味、酱料、爆珠、天然提取物等多方面的技术优势，构建了覆盖“餐+饮”全场景的一站式应用解决能力，直接为客户输出接近终端的成熟产品方案，极大加速了客户的新品上市进程。产品创新方面聚焦营养、健康等技术方向，重点突破天然植物高纯度提取、非肉源热反应风味制备及功能性配料技术，打造适用于现制新茶饮、咖啡等餐饮客户，以及饮料、乳品、烘焙、休闲食品等工业客户的风味食品配料解决方案，深化与头部客户的合作并开拓增量市场。

产品创新方面，公司凭借黑松露产品的成功经验，进一步深耕“天然原料、高端食材、营养健康”领域，推出了黑蒜、白松露等系列风味产品，推动高端食材大众化应用，引领健康饮食生活理念。在爆爆珠领域，成功开发出抗冻、流心、耐高温及食药同源等技术方向，实现了在冰淇淋、烘焙等严苛场景下的稳定应用。果酱产品线持续升级，围绕健康理念推出多款复合果蔬及功能性果酱，同时拓展多重风味（如黑松露巧克力、玫瑰红曲）与特殊用途果酱（适配饮料、啤酒等新场景）。特色风味产品领域，成功开发木姜子风味系列产品，并在2025年度江南大学创新创意食品展中荣获“最佳创意产品奖”。

公司以平台化技术体系引领业务发展，通过纳米晶、功能性乳液及微囊粉等核心技术平台的持续深化，完成了从前沿研发向高价值产品矩阵的转化。公司成功将纳米钙、鱼油纳米乳液等创新原料实现规模化应用交付，并围绕大健康消费趋势，拓展了风味果粉、功能性果粉、定制化营养解决方案等新兴产品线，为行

业提供了兼具生物功效与消费体验的系统性支持。同时，公司前瞻性布局的国内南北双生产基地进入实质性建设阶段，形成了技术驱动与制造能力相互支撑的战略格局，实现了从技术创新到产业化落地的一体化进阶。

（三）日用香精业务

2025年，公司在日化用香精领域实现了战略性深化与系统性突破，业务经营呈现全方位、高质量的发展态势。产品研发方面，聚焦功能型与情绪疗愈型专利香精的开发，将香气科学从嗅觉体验延伸至神经感知与情绪调节领域，深入研究香气对嗅觉神经、 α -脑波及微表情的影响，成功开发了具备舒缓、提神、抗疲劳等功效的香精产品并布局相关专利，构建了“技术+功效”的完整价值叙事。

在技术平台建设方面，依托AI解谱技术平台的建设与原料库的完善，显著提升了研发效率与定制化能力，为口腔护理、粉末产品等细分市场提供了扎实的产品储备。在绿色原料、释香技术及全球合规建设方面，研发体系持续投入，并通过深化产学研合作，保持在香气前沿科学的探索能力。

在市场拓展方面，国内深耕与海外突破并举。在国内，通过聚焦高增长赛道、强化客户服务与品牌活动，巩固专业形象；在海外，敏锐把握市场窗口期，成功切入欧洲等地区国际头部客户的供应链，实现订单落地与份额提升，形成了海外业务拓展的“琥珀模式”。

（四）科技创新

公司坚持施行“开放创新+自主研发”双轮驱动策略，将“绿色、营养、健康”的战略使命与市场需求深度结合，依托高能级的全球研发协同网络，构建开放式、协同化的创新研发体系，与上下游企业紧密合作，快速推动技术攻关和应用转化。

2025年，公司紧扣国家“健康中国”战略与高质量发展主线，成功实现了从传统制造向“新质生产力”驱动的战略跃迁；通过技术迭代与工艺优化，公司在制剂、包埋、爆珠、功能成分提取等领域保持行业领先；同时，加速在合成生物学、益生菌、感官与神经科学、AI智能解谱技术等前沿技术布局，构建层次分明、动能充沛的技术研发矩阵，推动了产业链与创新链的深度融合。这种以技术底蕴重塑产业动能的举措，彰显了行业龙头在复杂宏观环境下穿越周期的坚韧实力，为中长期价值释放奠定了坚实基础。

（五）全球化布局

2025年，公司继续深度践行“一带一路”高质量发展要求，加快海外市场的布局。在巩固现有欧洲市场的基础上，大力拓展东南亚和非洲市场，充分发挥海外公司亚太华宝、印尼华宝食品作为东南亚区域中心的重要作用，彰显其补强国内、辐射海外的区位价值。

在体系建设方面，公司进一步完善了海外研发体系、法规体系、原料体系，并建立起高效的海外供应链体系，为公司国际化业务的转型升级与加速发展提供坚实支撑。印尼华宝食品通过PLM系统协同海内外技术团队，搭建本土化产品体系，已完成海外原料库1000+常规原料储备及印尼700+产品清真认证，满足区域法规需求，提升产品市场准入竞争力。

在产业化布局方面，报告期内，公司在印尼雅加达Jababeka工业园区举行了印尼食品科技综合基地奠基仪式，标志着海外食品业务发展迈入了产业化实施的新阶段，是“原料-研发-生产-销售”全链路全球化布局的关键节点。同时，公司在东南亚市场初步搭建起“风味-食品配料-大宗原料”的产品金字塔结构，构建了覆盖东南亚主要国家的销售网络，形成积极的市场反响，厚植了在东南亚发展根基。此外，在欧洲市场，公司依托国内良好的行业口碑，以及产品创新、技术服务、品质保证和供应保障能力，持续保持在欧洲连锁餐饮渠道的食品配料业务的稳健增长。

（六）数智化转型

2025年，公司以数智化为核心引擎，为研发与运营体系注入了持续革新的动力。在研发端，对标国际先进体系，已实现食用香精、食品配料及日化香精全业务板块产品生命周期管理系统（PLM）的全面上线与持续优化，完成了研发流程的数字化贯通。

在人工智能技术应用方面，公司大力推进AI技术的深化应用。一方面，基于已搭建的谱图基础数据库，智能算法实现了对香精成分的高精度识别与分析，在重叠峰解析与天然香料辨识上已具备行业领先技术能力；另一方面，公司自主研发的AI调香大师“Arobot”已正式投入使用，快速推进AI技术在智能辅助调香、创香、市场趋势研判及消费者洞察等全价值链的深度融合，为产品创新与质量安全开辟了新路径。

在运营管理端，公司整合各业务板块财务、销售等全域数据的商务智能（BI）系统已完成部署，为经营管理决策提供了实时数据洞察与预测支持。BI系统与费

用控制系统的规划相结合，共同构建起覆盖预算、申请、控制与分析的全流程闭环管理，增强了费用合规性与运营透明度。此外，公司的数智化能力获得了外部权威认可，子公司江西孔雀于2025年荣获“江西省制造业数字化发展水平L6级认证”，标志着江西孔雀成功跻身江西省制造业数字化建设的第一梯队。

（七）ESG 实践与品牌建设

2025年，公司将ESG理念全面融入战略框架，以责任实践与文化聚力驱动可持续发展与企业文化建设的协同共进。治理层面，公司优化“决策-执行-监督”三位一体结构，确保ESG战略高效落地。环境层面，积极响应“双碳”目标，首次启动范围三碳排放统计，着手制定全产业链碳减排目标。社会责任领域，在深化“花儿成长计划”基础上，重磅推出“华宝乡伴计划”，以资助、奖教金及研学等形式，从安徽金寨拓展至青海西宁、西藏尼木，全面赋能乡村振兴。

公司以“创新+温度”双核驱动，系统构建品牌叙事矩阵，全面提升品牌价值与文化内涵。品牌建设层面，完成视觉形象焕新，发布宣传片《自然的奇迹》，策划中国香妆年会、举办“华宝杯”科普大赛并上线亚太官网，持续强化品牌传播效能与数字化运营基础。企业文化层面，通过实施健康减重、家庭日、团建培训等多元举措，切实增强员工归属感与凝聚力，营造积极向上的组织氛围，为企业高质量发展注入持久内生动力。

凭借在科技创新与社会责任领域的突出实践，公司成功入选行业及上市公司可持续发展优秀案例，Wind ESG评级达AA级，为国内香精行业唯一，并作为首批中国企业加入《IFRA-IOFI联合可持续章程》，显著提升国际话语权。这一年，公司以责任实践驱动长远发展，以文化建设凝聚前行力量，彰显行业引领者的时代担当。

（八）精益管理

2025年，公司以“为客户提供极致产品”为核心目标，持续深化精益生产管理体系。报告期内，公司将江西孔雀作为试点先行单位的先进经验，有序推广至鹰潭华宝、厦门琥珀、江西奕方、嘉品生物等下属企业，着力推动精益管理的全面落地与专项深化。通过系统化实施5S现场管理、目视化标准建立、库存优化及全员提案改善等举措，有效促进了生产工艺效率的提升与生产效能的优化。在成本管控方面，2025年通过全链路成本对标分析、精准寻源、集采平台竞标等有效举措，全年实现生产类采购成本节约千余万元，下降比例超过4%。

公司全力倡导和践行“工匠精神”，将精益理念从生产环节延伸至质量文化与全员持续改进的意识层面，通过组织专项活动激发各业务单元的改善活力，确保精益化变革融入日常运营，为实现极致产品与卓越运营的年度目标提供了坚实保障。

三、2026年度工作计划

2026年正值华宝股份成立三十周年。站在这一历史性节点，公司将以“归零心态”再出发，以“冲刺姿态”谋跨越，锚定战略目标，聚力攻坚突破，奋力实现经营韧性、成长确定性与市场价值的协同提升。2026年，公司将从以下几个方面开展工作：

（一）抢占大健康产业新高地，打造公司核心增长极

大健康产业具有广阔的发展空间，是公司未来发展的核心增长极。2026年，公司将加速相关技术研究及成果转化，丰富果汁粉产品矩阵并强化行业爆品效应；持续深化“大客户、大单品”策略，同步构建功能配料B2B与功能食品ODM的核心能力，重点突破脂质体技术的产业化落地，实现商业化销售；同时，积极推进位于山东、广东、江西及海外等多地的大健康产业基地建设，全力保障项目早日投产运行。

（二）强化科技创新，加速新质生产力转化

2026年，公司将继续推进“销售一代、研发一代、敏捷转化”的创新策略，系统推进三大战略方向：在香精领域，重点突破天然香原料库与国际香原料库建设、香精模块及创新制剂开发，大力发展天然与功能性香精；在食品配料领域，着力开发药食同源系列产品、东南亚特色香辛料与水果精深加工产品，并通过制剂创新与合成生物学技术合作，丰富营养健康功能原料矩阵。同时全面推进AI技术与研发深度融合，重点构建AI辅助调香、创香、药食同源开发及市场趋势洞察四大智能系统，以智能化手段赋能全链条创新。加快AI辅助调香系统投入使用，系统性建立“化学成分-感官属性-应用表现”的关联数据库，开发多模态机器学习模型，为抢占大健康、现制饮品等战略赛道提供核心科技支撑。

（三）深化全球化布局，构建国内国际双循环发展新格局

2026年，公司的国际化战略将进入深化实施阶段，系统性构建以亚太华宝为“桥头堡”，以印尼基地为区域支点，辐射东南亚、中东、非洲的供应链与销售网络，提升全球资源整合与市场响应能力。

2026年核心任务是高效推进印尼食品科技综合基地的建设与投产，加速落地成为服务东盟市场的生产、研发与运营中心。在欧洲及中亚市场，日化板块将深化本地化策略，针对性调整产品与服务。在供应链建设方面，着力构建国际国内双循环模式：国内重点打造OEM/ODM的体系化质量管理与成本控制能力，海外重点打通优势原辅料内输外送的通道。推进马来西亚及印尼可可、泰国糖及国内高性价比原料等具有价值的资源在中国与东南亚之间形成良性循环，强化全球资源整合与市场竞争力。

（四）多维推进市值管理，提升资本市场价值认同

2026年，公司将系统性开展市值管理工作，切实提升市值管理能力，通过多维度的市值管理举措，推动公司内在价值与市场价值的协同提升。

一是大力开展投资者关系工作。建立常态化、专业化的投资者沟通机制，用投资者听得懂的语言，讲好公司战略规划、差异化优势及发展前景，提振投资者信心。二是综合运用资本工具实现价值提升。合理利用可预期的现金分红回报投资者，增强股东获得感；围绕公司战略方向审慎推进兼并收购，通过外延式发展补强核心能力、拓展业务边界；适时研究并推动股权激励等机制，充分释放核心骨干的积极性和创造力。三是加强品牌建设。策划一系列有影响力的品牌活动，立体展示科技、活力、健康的华宝形象。整合内外传播资源，提升公司在行业、市场及社会公众中的品牌美誉度与影响力。

（五）聚焦管理提效，精益管理全价值链纵深拓展

2026年，公司将以“为客户提供极致产品与最优成本”为核心目标，将精益管理从生产制造向研发、供应链、质量管控等全价值链纵深拓展。

一是加强经营预算管理，通过科学的资源配置与动态监控，检查并督促各业务板块经营目标达成；二是进一步开展采购降本工作，强化源头管控与战略协同，全面优化关键环节，持续挖掘运营增效潜力；三是盘活闲置资产，深挖沉睡资源价值，切实提高资产回报率，让存量资产产出“真金白银”；四是聚焦人效提升，通过优化人才结构、完善激励机制，激发组织活力；五是精益生产方面，持续深化5S现场管理、目视化、库存优化及全员提案改善机制，构建精细化成本管理体系与质量追溯防错体系，力求在能耗管控、工艺环保与质量攻坚等关键项目上实现突破；六是推动精益管理与PLM、ERP、BI等数智化体系深度融合，构建数据驱动的管理闭环，以精准决策持续消除浪费、优化工艺。

通过健全长效改善机制与深化理念传导，引导全员从“被动执行”向“主动优化”转变，系统性地提升整体运营效能、韧性与成本竞争力。

（六）深化业务协同，构筑稳健增长基本盘

2026年，公司将深耕与国内外头部客户的合作，提供从风味设计到产品制造的一站式解决方案。在稳固现有业务的同时，重点挖掘以东南亚为代表的高潜力海外市场，依托已奠基的印尼食品科技综合基地，强化本土化运营与服务能力，辐射东盟消费群体。

同时，持续促进内部食用香精、食品配料及日用香精三大板块的协同，整合研发与供应链资源，精准布局健康食品、现制饮品及个护美妆等高增长赛道，培育多元化增长动能。食品板块将重点发力新式茶饮、大健康等领域，日化板块将聚焦功能型香精与海外市场拓展，烟草板块将深化国际头部客户战略，推动烟用香精国际化进程。

（七）深化 ESG 实践引领，夯实可持续发展根基

展望2026年，公司将持续提升ESG管理水平和势能，夯实ESG管理基础，重点推进ESG管理实践进入“深水区”，将ESG议题与公司战略经营目标有机结合，以负责任运营驱动长期价值增长。

在环境层面，将绿色低碳理念贯穿于研发与生产全流程，持续推进能源结构优化与资源效率提升，深化生产工艺绿色化改造，在物流环节探索低碳运输方式，系统推进能耗管控与减排突破。在社会层面，持续深化“花儿成长计划”“华宝乡伴计划”等品牌公益项目，拓展帮扶范围与受益群体，以教育公平与乡村振兴为重点，践行企业社会责任；同时将员工健康与安全、供应链责任管理纳入体系化建设范畴，构建覆盖全链条的责任管理体。在治理层面，进一步完善由董事会领导的ESG管治架构，强化ESG议题的决策与执行机制，提升ESG信息披露质量与透明度。公司将持续巩固并提升公司在资本市场的ESG领先评级，以负责任的运营驱动长期价值增长。

华宝香精股份有限公司

总裁：袁肖琴

2026年3月20日