

股票代码：300741

股票简称：华宝股份

华宝科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-012

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☒路演活动 ☐现场参观 ☒其他（国金证券 2026 秋季策略会）
参与单位名称及人员姓名	国金证券、中信证券、中信资管、国泰基金、尚颀资本、安信基金、天治基金、德邦基金、华泰证券、汇利资产、润义投资、渊泓投资、中财招商、中财金融、六合投资、裘明资产、古木投资
时间	2026 年 9 月 10 日-9 月 11 日
地点	策略会现场、机构会议室
上市公司接待人员姓名	副总裁、董事会秘书：侯晓勤女士 投资者关系总监：严帅先生
投资者关系活动主要内容介绍	公司介绍环节 公司产品主要应用于风味、营养健康以及香氛护理领域。2026 年 6 月，公司正式更名为“华宝科技股份有限公司”，成为本轮战略升级的集中体现与标志性节点。公司以成立三十周年为契机，集中发布战略体系与系列化科技创新成果，充分彰显了深化战略升级、锚定科技驱动发展的坚定决心。2022 年公司启动战略转型，明确食品饮料行业为核心拓展市场，大力发展食品配料业务。目前，公司战略转型已取得阶段性成果：2026 年上半年，非香精业务营收占比已提升至 42.2%，多元化业务结构持续夯实，综合发展动能稳步增强。国际化布局同步提速，海外市场拓展与产能规划有序推进。2026 年公司开启战略升级，依托深厚的技术积淀、成熟的供应

	链体系与稳固的客户基础，进一步向营养与健康、香氛与护理、加热卷烟及尼古丁袋核心原料等高成长、高附加值赛道纵深布局。同时，公司国际化布局进入全面推进期，各业务板块海外市场拓展均取得实质性突破，海外产能建设按计划稳步落地，全球化运营体系加速成型。由此，公司结合战略转型方向及业务发展情况，以所服务的终端产品呈现的价值为导向，以今年公司更名“华宝科技”为契机，借鉴国际领先企业的业务分类方法，对主营业务进行系统性调整升级：在巩固风味业务纵深发展的基础上，将营养与健康、香氛与护理确立为战略增长极，形成“风味”“营养与健康”“香氛与护理”三大核心板块。 主要交流问题 1、公司在大健康和香氛与护理领域发力的同时，将如何平衡风味业务的发展？ 答：公司以所服务的终端产品呈现的价值为导向对业务板块进行战略转型与升级，形成风味、营养与健康、香氛与护理三大核心板块。风味板块在 2026 年上半年实现营业收入 42,861.23 万元、同比增长 6.68%，占公司营业收入约 58.79%，是公司现阶段营收规模最大的核心业务板块，也是支撑战略升级的“压舱石”。营养与健康板块是面向未来的战略增长极，香氛与护理板块聚焦个人护理、芳香疗愈、宠物护理及功能情绪香氛等高附加值前沿赛道。三大业务板块共用同一座“技术金字塔”，风味业务三十年积累的调香与风味调控能力，恰恰是营养与健康板块解决功能成分异味与风味流失、香氛与护理板块实现缓释控香的技术源头，技术衍伸能力得到了很好的体现。烟用香精自身正沿着减害化方向升级，加热卷烟、尼古丁袋等新型烟草品类保持较快增长，行业整体向风味精细化及减害化方向转型升级。公司持续加大加热卷烟和尼古丁袋核心香精原料的研究，成功
--	--

	跻身全球头部烟草客户供应链体系，技术能力与合规水平获得国际顶级客户认可，并加速全球专利布局、深化与国际烟草企业的战略合作。相较传统卷烟，新型烟草对香精的依赖度明显更高、对香气承载与缓释的要求也更严苛，本质上是公司烟用香精技术在更高附加值场景上的延伸，与传统烟用香精业务是传承与升级的关系。公司将继续通过优化产品结构、拓展高附加值品类、强化成本精益管控同步推进三大战略板块的价值提升。 2、近期糖价受气候影响有所上涨，公司是否有代糖相关的业务？ 答：公司目前并不直接从事代糖的规模化生产与销售，而是通过技术手段提升“以香替糖”、“减糖不减味”的解决方案能力。随着全民健康意识的提升，公司下游品牌产品推进减糖、清洁标签已成为明确趋势，但糖度下降往往带来甜感不足、口感单薄、异味显露等新问题。公司可依托风味修饰、甜感增强、异味掩蔽、口感补偿等风味调控技术，帮助客户在降低糖添加量的同时保持甚至优化风味体验，减糖趋势对公司而言更多的是风味技术的应用机会。 3、公司营养与健康板块的毛利率相对较低，后续将有哪些举措提升该板块毛利率？ 答：2026 年上半年，公司营养与健康板块实现营业收入 18,531.05 万元、同比增长 64.13%，毛利率为 25.87%，同比已提升 8.03 个百分点。该板块毛利率低于风味板块和香氛与护理板块，主要由业务属性决定，果蔬制品、营养与功能产品具有规模大、周转快的特点，单位附加值天然低于香精这类小批量、高定制、高技术密度的产品。同时，上半年该板块部分新建产能尚处于投产启动及爬坡阶段，部分产品阶段性采取委外加工模式生产，短期内对成本与盈利水平形成了一定压力。后续待自有产能替代委外、释放规模效应，单位制造成本与委外成
--	--

	本有望同步下降，毛利率有望得到进一步提升。 4、能否介绍一下公司三个板块的产品都应用在哪些熟知的终端品牌或商品中？ 答：公司的业务模式以 To B 为主，为客户提供风味与健康解决方案，而非直接面向消费者的终端成品，因此终端产品上不会出现公司品牌痕迹，但是大家日常生活中有很多消费品都用到了公司的产品。从三个板块分别介绍：风味板块涵盖食品用香精、烟用香精及风味复合料。食品用香精方面，公司深度服务于亿滋国际、好丽友、雀巢、大窑、柠季、茉莉奶白、霸王茶姬等国际性头部及国内新锐消费品牌，典型应用包括休闲烘焙与饼干、碳酸饮料与果汁、啤酒等，公司天然香精制备的气泡水、果汁、啤酒等系列产品已实现市场化应用。风味复合料方面，围绕餐饮工业化、休闲食品、新式茶饮等场景，推出了萨拉米味、白松露香煎牛排味、黑蒜牛肉味、金枪鱼黄油芥末味等中高端风味产品，以及以小分子肽呈味技术为核心的酱香卤味膏、宫保汁、藤椒酱等标准化复合风味产品，广泛应用于连锁餐饮、休闲零食与现制茶饮的调味环节。烟用香精方面，服务于国内外卷烟企业及新型烟草客户。营养与健康板块涵盖果蔬制品与营养与功能产品，已与百胜、伊利、新希望、八喜、斯伯特、WARMSANTA 等国内外头部客户建立深度合作关系。产品形态包括植提浓缩液、果酱果汁、爆爆珠、果干果脯，以及定制化剂型营养素、复合食品营养强化剂、功能性果粉等，终端场景覆盖乳品、饮料、新式茶饮的配料与果酱小料，以及运动营养、膳食补充剂、口服美容等健康消费领域。香氛与护理板块以厦门琥珀为运营主体，以日化香精的自主研发与规模化制造为核心，主要服务于个人护理、家居护理、织物护理、芳香疗愈、
--	--

	宠物护理等领域的品牌客户，并与欧洲等地区的国际头部客户保持稳定供应合作，相关香型亦应用于酒店、商业空间等环境香氛场景。 5、请公司介绍一下国际化的战略举措。 答：公司国际化布局已进入全面推进期，并逐步形成“全球统筹+区域深耕”的成熟运营格局。2026 年上半年，公司海外业务实现营业收入 9,601.68 万元，较上年同期增长 216.08%，占营业收入的比重提升至 13.2%。从研发端来看，公司在德国、新加坡、印尼及中国香港设立境外研发中心，贴近客户与原料产地开展属地化开发；运营端配置国际化运营团队，并通过境外研发中心与国内多基地联动实现跨时区协同；产能端，印尼华宝食品科技综合基地预计 2026 年下半年竣工，海外业务将正式迈入本地化产能落地新阶段。亚太区域以新加坡亚太华宝为“桥头堡”、以印尼基地为区域支点，联动本地研发实现全链路本地化响应，辐射东南亚、中东、非洲；印尼基地按综合型基地标准规划建设并申请高等级资质认证，形成准入端的先发优势，并为后续布局澳新市场预留空间。欧洲市场，公司食品配料业务保持连锁餐饮渠道稳健增长，香氛与护理板块与国际头部客户保持稳定供应合作，营养与健康、风味及香氛与护理业务持续突破并进入国际客户供应链体系。澳新市场，营养与健康板块已积极布局并实现订单落地。此外，公司也伴随国内日化、食品领域的民族品牌一同出海，拓展非洲、东南亚等品牌稀缺、需求旺盛的新兴市场。 6、社会大众通常会对香精存在不安全、不健康的刻板认知，天然香精是否会改变这一局面，公司如何看待这一问题？ 答：消费者对于香精安全性的关注，本质上是健康意识提升的体现，公司对此充分理解并视为行业进步的动力。目前公司朝着天然香精、清洁标签的趋势快速推进，
--	--

	并持有行业首项 CQC 食品配料天然度产品认证证书，天然原料的使用比例已超过 60%，通过先进的提取技术最大程度保留天然原料的独特风味，制成的天然香精在健康的基础上能够呈现更为丰富的口感体验。从科学和产业角度看，香精是现代食品工业不可或缺的基础配料，香精属于国家食品添加剂标准框架内管理的使用物质，在国家标准规定的使用范围与使用量内应用，安全性是有保障的。从消费体验角度来看，消费者对低糖、低盐、低脂的追求，往往会导致风味流失、口感变差，正是依靠香精的修饰补偿作用，才使“减糖减盐不减味”成为可能。因此，香精技术与健康化方向是同向的，未来公司将继续以透明、可验证的产品标准与开放沟通，与行业、监管和消费者一道推动对香精的科学认知。 7、AI 调香能给公司新品开发带来多大的效率提升？ 答：公司已成立 AI+专项工作领导小组，全面负责 AI 技术在研发、市场洞察与运营效率提升等方面的应用，AI 辅助调香是其中的核心场景。公司的 AI 调香系统以自建的天然香原料与合成香原料数字化谱图数据库为基础，自主研发香精成分解析专用 AI 模型，在色谱重叠峰解析与天然香料辨识上形成了技术优势，并已形成三大功能：一是智能解析，将客户样品经气相质谱得到谱图后输入系统即可直接输出配方；二是配香器智能配样，机器根据配方自动抓取香原料、配成香精；三是智能创香，输入需求描述即可由系统直接给出配方。公司同时系统性建立“化学成分—感官属性—应用表现”关联数据库，开发多模态机器学习模型。从实践效果看，以往人工分析一个样品或配方通常需要数天时间，现在通过 AI 可在当天或更短时间内输出结果，效率提升以倍数计；国际客户通常需要三个月左右的仿制与开发周期，公司可压缩至约一个月，大大提升了公司研发和客
--	---

	户服务效率。 8、公司研发体系是如何同时兼顾新产品开发和客户端应用服务的？ 答：公司通过“技术金字塔”体系和组织机制设计，将前沿研究与客户应用串联为同一条闭环。具体体现在四个层面：一是研发分层。金字塔顶层为前瞻性研究，围绕香气分段富集组装、香气分子与神经感知、加热卷烟与尼古丁袋核心材料、合成生物学、AI 辅助调香与风味趋势预测等前沿领域布局，储备未来技术；第二层为基础性研究，集中攻克精准提取、生物酶解与发酵、纳米乳化、缓释控释、多形态包埋等行业共性难题，打造全公司共享的“核心技术池”；第三层为创新性开发，打通核心技术到创新成果的转化链路，构建覆盖食用香精、日化香精、功能配料、果蔬制品等多品类的产品矩阵；塔基为应用性开发，直接面向终端消费场景和客户需求，开展终端适配、配方定制、应用场景开发和生产工艺协同，把技术优势精准转化为客户可感知的产品价值。2026 年上半年，公司研发投入 7,703.55 万元，同比增长 8.20%，占营业收入约 10.57%，近三年及一期研发投入占销售收入比重均在 10%以上，研发投入比例在行业内处于领先水平。 9、公司供应链采购体系是通过何种方式应对上游原材料涨价的？ 答：公司主要原材料品类多元、来源广泛，地缘冲突、供应链重构、大宗商品价格波动及极端气候等因素确实可能对成本管控形成考验，公司建立了一套“采购+技术+库存+产能+结构”五位一体的应对机制：在采购端，公司实行集中采购，搭建数字化集中采购平台和供应链管理体系，在全球范围甄选优质原料；深化与核心供应
--	--

	商的战略合作，拓展全球采购渠道，并灵活运用长短期合约组合，对关键原料的量与价进行分层锁定。在技术端，公司推进配方优化、工艺革新及原料替代，在不影响产品风味与功能表现的前提下调整原料组合，以技术手段直接对冲成本上涨，这是公司区别于普通贸易型供应商的核心能力。在库存端，公司加强价格趋势研判，通过精细化库存管理与产销协同动态调整采购节奏，对受国际环境影响存在价格波动的部分主要原料适当增加储备，以平滑短期价格波动、保障生产稳定有序。在产能端，公司加快自有基地建设，山东嘉萃一期项目正式投产、江西嘉萃大健康产业基地开工建设、广东嘉萃基地已取得生产许可证，印尼华宝食品科技综合基地预计 2026 年下半年竣工，通过提升自产比例降低对委外加工的依赖；同时对委外环节实施穿透式质量管控与全流程溯源管理，关键技术与核心原料自主掌控。在结构端，公司持续推动产品结构优化与高附加值品类占比提升，并通过与客户的常态化价格协商机制，合理传导部分成本压力。公司将继续通过精益生产、集中采购与供应链全链路管控，强化成本费用与存货、应收款项的精益管理，保障经营的稳定性与盈利质量。 10、当前国际市场加热卷烟、口含烟增长非常明显，请问公司在加热卷烟、口含烟领域做了哪些储备和布局？ 答：全球减害化趋势持续推进，加热卷烟、尼古丁袋等烟草品类保持较快增长，国际烟草集团加速布局；传统烟草在降焦减害及感官品质提升方面的需求日益迫切，行业整体向风味精细化及减害化方向转型升级。公司积极将自身在风味释放、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，一是在 HNB 业务方面，深入开发热
--	--

	稳定性高、具备缓释控释功效的专用香精，加速 HNB 专用香精在烟芯材料、立体载香等方面的应用和全球专利布局；二是在口含烟业务方面，围绕构建与其他核心原料互相协同的风味释放曲线，进行香精剂型创新及组合设计，并做好知识产权保护；三是构建国际化的研发与技术服务网络，深化与国际烟草巨头的战略合作，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，加速减害嗜好品时代的到来。
附件清单（如有）	
日期	2026 年 09 月 11 日