

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：2026-019

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
参与单位名称及人员姓名	中信证券、中信资管、平安人寿、汇添富基金、交银施罗德基金、华创证券、招商证券
时间	2026 年 10 月 19 日-10 月 22 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、总裁：袁肖琴 副总裁、董事会秘书：侯晓勤女士 财务总监：任玉津女士 科技创新中心副总裁：王红强先生 投资者关系总监：严帅先生 (均参加部分调研或交流活动)
投资者关系活动主要内容介绍	参观介绍环节 华宝股份董事、总裁袁肖琴女士、副总裁、董事会秘书侯晓勤女士等向与会人员介绍了公司发展历程、业务布局、产品结构、转型升级及战略发展等情况；部分与会人员参观华宝（上海）科技创新谷，华宝股份科技创新中心副总裁王红强先生向部分与会人员介绍了公司科技创新的研究方向、技术应用内容及研发成果等情况。 主要交流问题 1、公司的核心竞争优势体现在哪些方面？ 答：公司历经三十年的发展积淀，已构建起覆盖科技创新、专利储备、定制服务及全球化渠道的综合性竞争优

	势。 产品和技术方面，公司建立了层级清晰的“技术金字塔”体系，形成由技术研究到市场落地的全链路闭环，并将技术成果沉淀为可复用、可迭代、可跨场景商业化的关键模块，打造各品类产品独有“芯片”。截至 2026 年 6 月 30 日，公司拥有专利 332 项，其中发明专利 183 项；在纳米微乳、微胶囊包埋、脂质体、天然提取、AI 辅助调香等核心技术领域形成了差异化竞争优势。 客户方面，公司以客户共创与一体化解决能力为核心商业模式，组建由市场研究、产品开发、技术服务、供应保障构成的跨职能服务团队，搭建覆盖需求洞察、方案设计、产品验证、稳定交付、持续迭代的全流程服务体系，助力客户缩短开发周期、降低试错成本、提升终端产品市场竞争力。同时，公司通过供应链全链路管控和穿透式质量管理，持续强化稳定交付能力。 公司依托海外研发中心、国际化运营团队与属地化产能三大支点，全面嵌入全球产业分工与竞争，形成技术体系、供应链体系与客户服务能力系统性“出海”。公司已建成国际化、高水平的数字系统矩阵，并向 AI 智能化纵深推进；同时将 ESG 工作全面提升至战略高度，持续夯实可持续发展的根基。公司将继续推进产品结构优化、技术成果转化和产能建设，提升经营质量。 2、公司如何看待业绩增长的持续性，后续经营重点是什么？ 答：公司将继续立足“风味”“营养与健康”和“香氛与护理”三大核心板块推进战略落地。风味板块是公司现阶段营收规模最大的核心业务板块，是支撑公司战略升级的“压舱石”；烟用香精方向，持续加大加热卷烟和尼古丁袋核心香精配方开发研究，加速全球专利布局，持续深化与国际烟草巨头战略合作；营养与健康板块是公司面向未来的战略增长极，公司长期目标是将该板块打造为业务规模大、盈利能力强的综合性营养健康产业平台；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前沿赛道，并持续深化海外
--	---

	市场布局。 从能力基础看，公司依托“技术金字塔”体系持续推动科技成果转化，依托海外研发中心、国际化运营团队与属地化产能推进全球化布局，并以供应链全链路管控、穿透式质量管理和数智化升级夯实经营基础。随着境内外新建产能达产与规模效应释放，公司提质增效的成果将进一步巩固，持续增长的动能有望得到强化。 3、请介绍 HNB（加热不燃烧）和口含尼古丁烟袋产品的全球市场规模，以及公司在新型烟草核心原料方面的竞争优势？ 答：据 Intel Market Research 以及《2025 年世界烟草发展报告》数据显示，HNB（加热不燃烧）预计 2030 年全球规模约 880 亿美元，2025—2030 年 CAGR 约 15%（菲莫、英美、日烟三大巨头占超 90%份额）；尼古丁袋 2025 年全球销售额 147.6 亿美元，同比增长 31.4%，为增速最快的烟草品类，2026—2035 年 CAGR 预计超 19%。 国内监管方面，加热卷烟强制性国标已于 9 月 26 日截止公开征求意见，尼古丁袋强制性国标已立项起草；中国及东南亚、中东等新兴市场尚处于商业化萌芽期，标准落地有望打开国内成长空间。 公司依托国家企业技术中心、博士后工作站及三十年烟用香精积淀，已成功跻身全球头部烟草客户供应链、获得国际顶级客户认可并加速全球专利布局（截至 2026 年 6 月 30 日拥有专利 332 项、其中发明专利 183 项）。技术上，针对 HNB 低温加热香气释放不足的痛点，研发高热稳定性、分段缓释与精准控释专用香精，并适配再造烟叶、烟丝及立体载香结构；尼古丁袋方面，统筹口腔基质、pH 调控与尼古丁载体制剂，融合食品级爆珠、微丸、微胶囊、脂质体及缓释技术，构筑差异化制剂与风味技术壁垒。 4、公司拥有脂质体、微囊包埋、纳米乳化、共晶等众多技术壁垒，这些核心技术壁垒如何支撑公司打造第二增长极？ 答：公司将脂质体、微囊包埋、纳米乳化、共晶等核心
--	---

	技术体系视为支撑第二增长极的核心能力。一方面，这些技术构筑了较高的行业壁垒，在脂质体、微囊包埋、纳米乳化、共晶等核心技术领域形成差异化优势；另一方面，技术成果快速向营养与健康、香氛与护理、新型烟草等高成长、高附加值赛道转化，推动高附加值产品占比提升与产品结构优化。随着山东嘉萃、江西嘉萃等新建产能投产达产、自产替代委外，技术壁垒向规模化盈利的转化将进一步提速，成为公司长期价值增长的重要支撑。 5、公司客户结构有哪些变化，深化存量客户合作和拓展新客户的进展如何？ 答：公司业务模式以面向企业客户群体为主，为客户提供风味与健康解决方案。随着公司战略转型与升级，客户覆盖食品饮料、烟草、营养健康、个人护理及家居护理等多个领域，国内外客户均有触达。 公司风味板块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。营养与健康板块已与百胜、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，持续拓展定制化剂型营养素、复合食品营养强化剂、功能性果粉等高附加值产品线，与运动营养品、膳食补充剂、功能性食品等领域多家重点客户的合作规模同比大幅增长。香氛与护理板块与欧洲等地区的国际头部客户保持稳定供应合作，在非洲、欧洲、东南亚等地区均有业务覆盖和本土化团队建设。 公司组建跨职能服务团队，搭建全流程服务体系。针对存量客户，公司通过提升客户定制化服务能力与快速响应能力，加速客户的产品迭代与升级，深化与存量客户的合作来进一步提升收入的增长；针对新增客户，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，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
--	---

	客户的风味解决方案，同时，加速大健康、国际化等战略的落地，进一步开拓增量市场，收入贡献持续提升。 6、公司国内外产能布局、重点项目建设及委外加工情况如何？ 答：在产业化布局方面，作为营养与健康板块北方基地的山东嘉萃建设项目正式投产，作为南方营养与健康板块南方基地的江西嘉萃大健康产业基地已开工建设，广东嘉萃大健康产业基地已取得生产许可证。上海奕方原有果酱产线改造升级为冷冻果酱产线；香氛与护理板块方面，厦门日化香精新工厂项目正按既定规划加快推进；海外方面，印尼华宝食品科技综合基地预计 2026 年下半年竣工。 公司部分新建产能尚处于投产启动及爬坡阶段，公司将根据订单需求和产能爬坡情况合理安排产能投放节奏，对于已不适合当前市场的产能进行改造升级，持续推进产能建设与经营需求的动态匹配。后续公司将结合市场拓展及业务发展需要，强化新增产能规划管理及原有产线的升级优化方案。 7、在新建产能爬坡及部分产品委外加工的情况下，公司如何保障产品质量和食品安全？ 答：公司围绕全球化采购、规模化生产、质量管理与协同交付，打通从原料保障、生产制造到客户交付的全链路供应链闭环，并将产品质量与食品安全作为经营底线。 在自主生产体系内，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，并通过国内多基地联动和海外战略支点布局提升稳定供应能力。 在委外加工体系中，公司对委外环节实施穿透式质量管控与全流程溯源管理，关键技术及核心原料自主掌控；在供应商和代工企业准入环节，从资质条件、产线
--	---

	评估、质量体系对标等维度进行前置审核，并在合作过程中推行质量派驻、常态化质量抽查及工艺和质量提升辅导。 在食品安全管理方面，公司以国家标准及国际先进管理体系为基准，对原料准入、生产过程、成品检验、仓储物流实施全程标准化管控与数字化追溯，严格执行 HACCP 关键控制点管理，强化供应商分级审核，并建立常态化内审、应急演练与全员培训机制；公司主要下属企业持有并保持 ISO9001、FSSC22000、HACCP 及 ISO22000 等多项认证。 8、公司人才队伍如何支撑战略升级和业务转型？ 答：公司围绕战略升级已形成由核心管理团队、专业研发团队、国际化运营团队和质量供应链团队共同支撑的人才体系。 研发方面，公司依托国家认定企业技术中心、博士后科研工作站及境外研发中心，推动前瞻研究、基础研究、创新开发和应用开发协同；国际化方面，公司在德国、新加坡、印尼及中国香港设立境外研发中心，并配置国际化运营团队；质量管理方面，公司打造具备国际视野的专业质量团队，核心成员熟悉中国、欧盟、东南亚等多地法规标准与审核体系。 公司持续加强员工能力建设，围绕数智化转型和业务发展的需要开展 AI 专题培训，系统推进员工人工智能应用能力提升，并通过专项培训、实践应用等方式，推动新技术与日常办公及业务场景融合。公司将继续通过人才引进、培养、激励和职业发展机制，为战略升级和业务转型提供人才保障。 9、公司如何应对汇率、地缘政治及贸易政策变化等海外经营风险？ 答：随着公司海外销售规模扩大、国际化运营主体增加，公司已关注汇率波动、国际经贸环境变化、地缘政治及
--	---

	供应链重构等因素，并持续完善相应的风险管理措施。 在经营体系方面，公司依托海外研发中心、国际化运营团队与属地化产能三大支点，进一步完善海外法规体系、原料体系和供应链体系，通过区域化布局和本地化响应增强经营韧性；在供应链方面，公司深化与核心供应商合作，拓展全球采购渠道，灵活运用长短期合约组合，并通过配方优化、工艺革新、原料替代和精细化库存管理提升成本韧性； 在汇率波动应对方面，公司密切关注主要结算货币汇率走势，强化风险预警与研判，通过优化外币收支时点管理、合理配置境内外资产负债结构，并根据市场变化适时调整经营策略，提升经营抗风险能力。
附件清单（如有）	
日期	2026 年 10 月 22 日