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：2026-020

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、平安人寿保险、银华基金、长信基金、景林资产、太平基金、华泰保兴基金、国联安基金、中金证券、国泰海通、开源证券、国金证券、申万宏源证券、广发证券等 39 家机构投资者
时间	2026 年 10 月 28 日
地点	电话会议
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 投资者关系总监：严帅先生
投资者关系活动主要内容介绍	**公司经营和业绩情况更新** 华宝股份董事、总裁袁肖琴女士向与会人员介绍了公司 2026 年前三季度经营状况和业绩表现情况： 2026 年前三季度公司实现营业收入 11.50 亿元，同比增长 15.49%;实现归属于上市公司股东的净利润 1.84 亿元，同比增长 139.45%；扣除股份支付影响后，归母净利润 2.41 亿元，同比增长 56.09%。前三季度，公司以更名“华宝科技”为契机全面推动战略升级，三大业务板块协同效应持续释放，非香精业务营收比例提升至 44.1%；同时，国内国际双循环布局纵深发展，收入结构与增长质效实现同步升级。 从业务板块上看，风味板块产品结构优化带动盈利

	质量提升，为公司整体经营提供稳定的现金流支撑与坚实市场基本盘。其中，风味复合料业务延续双位数快速增长态势；此外，公司持续优化客户结构，深度服务国际头部企业及国内新锐消费品牌。 营养与健康板块“第二支柱”高速扩容。前三季度板块收入同比增长 59.10%，收入占比提升至 26.69%。其中，营养与功能产品延续指数级增长态势，成为增速最快的增长极；公司已构建功能原料 ODM/OEM 一体化解决方案业务能力，精准卡位功能食品等高增长赛道。 香氛与护理板块高增长与高盈利并进。前三季度板块收入保持 25%以上增长，口腔护理、个人护理、功能情绪香氛等方向全面提速，高质量发展势能持续向好。 另外，公司国际化业务效益增速显著，前三季度海外收入 1.53 亿元，同比增长 168.45%，尤其海外烟用业务收入突破 1 亿元。国际国内双循环效益加速兑现，成为收入增长的重要边际力量。 随着公司技术成果持续落地、新赛道逐步起量、全球布局纵深推进、产能释放通道稳步打通，公司正将多年积淀的技术与市场优势持续转化为增长动能，有望实现新的突破。 **主要交流问题** **1、公司实现长周期高质量多元化增长的确定性如何体现？** 答：公司依托科技创新与商业模式共同沉淀的核心能力，持续拓宽成长边界，加速渗透新兴高成长赛道，多板块增长动能强劲，主要体现在以下几方面： 从新型烟草业务上看，锚定烟草减害的转型趋势，紧密跟随国内合规进程，依托烟用香精领域的深厚技术积淀与产业积累，持续加码加热卷烟、尼古丁袋两大产业方向。稳步推进相关的技术储备与全球专利布局，为赛道长期发展筑牢技术与合规双重根基； 从营养与健康业务板块上看，以上海嘉萃为核心产业化载体，深度链接全球优质原料资源网络，搭建覆盖原料筛选、活性改性、配方开发至中试验证的全链条研

	发体系；国内布局山东、江西、广东三大生产基地，多极产能梯次释放，满足保健食品、功能食品、特膳食品等全品类从定制化研发到规模化量产的全阶需求； 从香氛与护理板块上看，深度契合下游功能化、情绪价值型消费升级浪潮，推动香气科学从基础嗅觉向神经感知、情绪调节等维度延伸，功能性情绪香氛等高附加值品类全线提速，平台化价值持续释放； 最后从国际化业务上看，公司依托海外研发中心、国际化运营团队及属地化生产基地三大核心支点，推动技术体系、供应链能力与客户服务能力系统性出海，海外业务多点突破、收入占比稳步提升；印尼华宝食品科技综合基地预计 2027 年上半年投产，标志着公司海外业务即将迈入本土化产能落地的全新阶段。 **2、公司长期积累的技术如何转化为商业化成果？** 答：技术能力是公司长期发展的核心支撑，同时正在向客户价值与商业增长快速转化。前三季度，公司持续推动技术成果向产品方案、可复制的深度合作模式协同，技术商业化落地成效显著。 一是深度服务高价值客户。以国际国内行业头部客户为核心，覆盖具备高成长潜力、强创新属性的成长型企业与新锐品牌，形成结构均衡、增长韧性充足的客群体系； 二是推行嵌入式、全周期客户共创模式。公司实行“大客户”项目制管理，深度嵌入客户产品定义、配方研发、工艺适配、合规申报至量产落地的完整产品生命周期，有效助力客户缩短研发周期、降低试错成本，强化终端产品的市场竞争力； 三是构建立体化多品牌矩阵，以专业协同为客户提供一站式综合解决方案。依托长期技术积淀形成的“华宝”母品牌势能，旗下华宝孔雀、奕方、嘉萃、琥珀、嘉品嘉味等品类品牌，已在各细分赛道形成清晰市场定位与差异化竞争优势，并通过内部协同，共同提供覆盖客户前端配方共创、风味与功能定制到后端生产协同、品质管控的全场景一体化解决方案，精准适配不同客群

	与应用场景的多元需求； 四是筑牢供应链服务保障，以全周期品质管控强化客户服务价值。公司组建具备国际视野的专业质量团队，构建贯穿原料甄选、生产制程管控、成品质量检测、终端售后追溯的全链路质量管理体系，管控范围覆盖自有工厂全流程及委外工厂的筛选、辅导与全程监督，精准契合国际头部客户的品质标准与合规要求。 **3、如何看待当前下游消费市场的变化对公司业绩的影响，终端消费景气度是否出现回暖迹象？** 答：当前消费者对食品饮料、日化及健康产品的需求已经发生结构性的变化，已从满足基础功能转向对天然来源、清洁标签、健康功能型的全方位追求。从公司前三季度经营情况看，下游需求呈现积极变化：2026 年前三季度公司实现营业收入约 11.5 亿元，同比增长 15.49%，三大核心板块收入均实现增长，其中营养与健康板块增长 59.1%、香氛与护理板块增长 26.1%、风味板块增长 2.01%，反映出消费端在天然化、健康化、功能化方向的升级需求正在逐步释放，市场信心有所修复。公司将继续把握健康消费扩容机遇，以科技创新驱动产品结构优化。 **4、请介绍公司最新的利润分配安排？** 答：公司已于 2026 年 10 月 27 日召开第四届董事会第七次会议，审议通过《关于 2026 年第三季度利润分配预案》，以截至 2026 年 9 月 30 日总股本 615,880,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 0.5 元（含税），合计派发现金股利 30,794,000 元（含税），现金分红金额占本次利润分配总额的比例为 100%，不送红股、不进行资本公积转增股本。 2026 年第三季度现金分红是在综合考虑公司经营状况、资金需求和长期发展安排的基础上制定的，有利于保持利润分配政策的连续性和稳定性，让投资者更好分享公司发展成果。未来，公司将继续在保证正常经营和持续发展的前提下，统筹业务发展投入与股东回报。

	5、请介绍公司在科技创新及国际化发展方面的情况？ 答：在科技创新方面，公司依托国家级企业技术中心和博士后科研工作站，构建了层级清晰的“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。2026年前三季度，公司研发投入11,307.26万元，同比增长7.8%，占营业收入约9.8%。 在国际化发展方面，公司继续深度践行“一带一路”高质量发展要求，已形成“全球统筹+区域深耕”的运营格局。2026年前三季度，海外业务实现营业收入1.53亿元，同比增长168.45%，占营业收入13.3%，尤其海外烟用业务收入突破1亿元。营养与健康板块积极布局澳新市场并实现订单落地，欧洲市场营养与健康、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。公司系统性构建以亚太华宝为战略支点、以印尼基地为区域中心，辐射东南亚、中东、非洲的供应链与销售网络；印尼华宝食品科技综合基地预计2027年上半年投产，海外业务将迈入本土化产能落地新阶段。 **6、公司如何看待整体毛利率与净利率变化水平？后续将有哪些提升举措？** 答：整体来看，公司毛利率处于相对较高的水平，并且随着产品结构的变化存在一定的波动，主要影响如下： 风味板块、香氛与护理两个板块毛利率水平较高，分别为52.79%与50.56%。随着近年来产品结构调整，板块收入规模稳步增长，毛利率已进入相对平稳状态，随着高附加值产品陆续推出，收入规模与毛利率水平有望进一步提升； 营养与健康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，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，毛利率有望得到改善； 从费用控制角度来看，前三季度销售费用与管理费用得到有效控制，净利率得到优化，未来公司将继续朝着提质增效的方向继续深耕，创造更多价值。 **7、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、营养功能、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。 **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。
附件清单（如有）	
日期	2026 年 10 月 28 日