



华熙生物

BLOOMAGE BIOTECH

2025 年度“提质增效重回报” 专项行动方案

华熙生物科技股份有限公司
证券代码:688363.SH



目录 CONTENTS



01

聚焦主业深耕提质
高质筑基行稳致远

02

优化运营提效赋能
管理升级质效并进

03

强化科技创新引领
培育新质动能引擎

04

践行低碳绿色发展
共筑可持续发展生态

05

完善治理筑牢根基
激发关键少数效能

06

畅通双向沟通桥梁
传递长期价值共识

07

坚持价值创造为本
多维回馈股东信任

08

连接管理层与股东
共谋长远发展蓝图



2025 年度“提质增效重回报”专项行动方案

华熙生物科技股份有限公司（以下简称“公司”“华熙生物”）积极践行以“投资者为本”的发展理念，把让客户满意和让投资者分享公司红利作为核心目标，于 2024 年 4 月 30 日，公司发布了《2024 年度“提质增效重回报”专项行动方案》，并于 2024 年 8 月 24 日发布了半年度评估报告。2024 年，公司围绕生命健康领域，持续科技创新，聚焦核心主业发展，提升运营管理效能，通过多层次信息披露与多元化投资者交流，有效回应投资者关切，提升企业透明度，有效提振资本市场信任度。

2025 年，面对生物经济新质生产力培育、健康消费持续升级、生物材料技术创新突破等重大机遇，公司深刻认识到自身肩负的责任与使命，积极响应“健康中国 2030”战略号召，以“提质增效重回报”为核心，制定本行动方案。

华熙生物工业旅游示范车间

博物馆
世界透明质酸

健康中国2030

公司概况

华熙生物（688363.SH）成立于 2000 年，是一家合成生物科技创新驱动的企业。作为一家基于生物活性物质的全产业链公司，公司致力于将全球前沿生命科学的科研突破，通过强大的研发、中试转化和产业化能力，最终落地为生命健康消费品品牌，以实现“**让每个生命都是鲜活的**”这一使命。

作为全球透明质酸产业的领军者，公司凭借强大的产业优势，持续驱动生命科学的进步。公司以透明质酸的产业化为起点，引领了三次产业革命，并创新性地结合合成生物发酵法和酶切法，精准生产出不同分子量的透明质酸及其他功能性糖类物质。如今，公司已将这些糖类物质广泛应用于眼科、骨科、医疗美容、个护等领域，并积极拓展至组织工程、肠道微生态、靶向药物等生命科学前沿方向。与此同时，公司还通过产学研合作，深入探索不同分子量糖类物质对细胞信号的调控机制，并依托强大的合成生物中试转化能力，开发并生产一系列细胞功能调控成分，致力于为以细胞衰老为核心的生命衰老难题提供前沿的科学解决方案。

作为一家生物科技全产业链平台公司，华熙生物具备三大核心能力：首先是研发创新能力，这是公司最核心、最底层的支撑；其次是成果转化能力，公司建立了全球最大的合成生物中试成果转化平台；第三是市场转化能力，公司打通了从物质发现到产品转化、产品发展的全过程，构建了“**实验室发现 → 中国转化 → 全球应用**”的高效闭环，并以 B-B、B-B-C、B-C 三大业务模式，服务于全球的企业和消费者。

公司的企业发展逻辑为**科学→技术→产品→品牌**。科学技术作为贯穿公司企业发展的基础研究和应用基础研究，是公司的底层支撑、核心驱动。目前，公司已拥有生物活性物原料、医疗终端、皮肤科学创新转化及营养科学创新转化四大业务板块，旗下诞生了润致、润百颜、夸迪、米蓓尔、BM 肌活等国内外知名消费品牌。未来，公司的品牌将持续与生命科学前沿领域协同发展，不断探索和应用最新的科研成果，以更具创新性和突破性的产品与服务引领行业发展趋势。

华熙生物董事长兼总裁赵燕女士强调，公司将秉持“长期主义”发展观驱动未来。依托中国强大的产业优势，持续发展先进生物制造，并通过强大的中试能力加速生命科学基础研究成果转化，构建科研产业互促的健康闭环，让全球生命科学前沿技术服务于生命健康，实现“**提高生命质量、延长生命长度**”的目标。华熙生物将以自信自豪的国民产品为基石，成为受世界尊敬与喜爱的民族企业。



01 聚焦主业深耕提质，高质筑基行稳致远

公司是全球知名的以合成生物科技创新驱动的生物科技公司、生物材料全产业链平台公司，凭借合成生物学研发平台、功能糖研发平台、细胞生物学研究平台、再生医学研究平台、中试转化平台、应用机理研发平台、材料功能化技术平台、配方制剂平台在内的八大研发平台，建立了生物活性材料从原料到医疗终端产品、皮肤科学创新转化产品及营养科学创新转化产品的全产业链业务体系，服务于全球的医药、化妆品、食品等领域的制造企业、医疗机构及终端用户。



2024 年，公司进行第三次战略升级，秉承“让每个生命都是鲜活的”企业使命，从基础生物学前沿研究出发，聚焦糖生物学和细胞生物学两大方向，依靠合成生物领域的产业转化优势，为生命健康提供科学解决方案。2024 年，公司正式进入“变革元年”，启动了包括业务流程重塑、组织与人才变革、指标与绩效体系变革、推动企业数智化等多个变革项目，并着力推进变革项目的落地，以期实现业务的长期稳健增长。

公司 2024 年实现营业收入



53.71 亿元

归属于上市公司股东的净利润为



1.74 亿元

深耕生物活性物，拓展全球市场布局

2024 年，公司原料业务实现收入 **12.36** 亿元，同比增长 **9.47%**，占公司主营业务收入的 **23.06%**。毛利率方面，原料业务（不含弗思特）整体毛利率为 **65.57%**，同比上升 **0.86%**，医药级透明质酸原料毛利率为 **87.56%**，仍保持稳定且居于行业较高水平。

2024 年，公司生物活性物事业线持续强化全球生物材料解决方案供应商的战略定位，重点关注海外市场和新业务领域的拓展，拓宽已有生物活性物的应用领域。受益于公司在国际化战略中推进的本土化运营，国际市场原料实现收入 **6.08** 亿元，同比增长 **17.65%**，占公司原料业务销售收入的 **49.19%**；其中，在美洲、欧洲、东南亚等地销售收入实现持续增长，同比增长均超过 **20%**；在客户方面，公司秉持大客户深度运营战略，2024 年销售过千万的大客户数量持续增加，并通过定制化服务方案实现与中小客户合作广度与深度的双向提升；在产品方面，推动多领域产品和应用研究自主创新，构建 ESG 理念原料产品矩阵，追求产品差异化、物质多元化、原料绿色化，以提升生产制造、质量控制和全球合规性能力，为国内外客户提供优质产品和服务；在运营管理方面，2024 年生物活性物事业线建立了商机管理运营体系，用商机流程与线索的传递和销售项目推进等串联起来，大幅提升客户需求的响应速度和工作效率。

2024 年，公司多款原料产品荣获国际国内原料创新奖等权威奖项，技术实力获得全球行业认可，荣获部分奖项如下：

2024 年 3 月

Hybloom™ 微真荣获

PCHi2024 “芳典奖”

2024 年 9 月

Bloomsurfact™ EncapCare RP
视黄醇丙酸酯脂肽纳米乳荣获

CIBE SUPER 十佳原料

2024 年 6 月

公司在世界制药原料中国展
(CPHI China 2024) 荣获

“原料药产业高质量发展及创新奖”

2024 年 8 月

MitoPQQ™ 吡咯并喹啉酮二钠盐荣获

“食品伙伴网第七届食品科技创新论坛
—产品创新奖”

“2024 食品饮料工业—荣格技术创新奖”



2024 年 11 月

以 Hybloom™ 透明质酸锌（HA-Zn）为核心成分、
结合专利 Bloomcolla™ 重组 III 型胶原蛋白和
Hymagic™ -AcHA Young 等生物活性物的
“透明质酸锌 & 胶原舒缓控油冰沙啫喱”配方荣获

In-cosmetics 泰国 Spotlight On
Formulation Awards 银奖

2024 年 11 月

MitoPQQ™ 吡咯并喹啉酮二钠盐和
ACTIVENAG™—乙酰氨基葡萄糖荣获

食研汇年度非常“大脑健康”奖
年度非常“运动营养”奖

医药材料原料

聚焦医美、眼科、骨科、皮肤科及再生医学等核心领域，深化与全球头部医疗企业 KA 客户的战略合作，加速构建覆盖小分子透明质酸、无菌级透明质酸钠等产品的创新矩阵，重点布局细胞疗法、组织工程等前沿赛道。基于对细分市场差异化需求的深度洞察，公司推动从单一原料供应向“物质组合 + 技术服务”双轮驱动的方案模式转型，以医疗器械主文档登记、药品研发技术支持包及临床功效数据为依托，为标杆客户提供技术赋能、价值导向的一站式服务。2024 年，毛利率较高且稳定的医药级透明质酸原料收入实现稳步增长。公司凭借对临床需求痛点的深度洞察能力与快速研发响应体系实现业务突破，以无菌级透明质酸钠为例，通过定制化技术方案成功帮助客户缩短医疗器械注册周期。

护理品原料

紧密围绕生物科技核心能力，持续拓展护肤、洗护、彩妆、口腔护理、防晒、香氛及家居护理等领域的生物活性物质解决方案。基于 ESG 可持续发展战略，公司已构建涵盖绿色原料开发、全生命周期管理的产品矩阵。国内市场方面，公司通过强化基础研究与应用研究的协同创新，推动解决方案产品线扩容及市场渗透率提升。2024 年，护理品原料解决方案业务收入实现稳步增长。国际市场方面，依托本土化运营体系与 KA 客户服务机制优化，业务发展持续向好。

营养与健康原料

秉持全球化发展战略，积极推动核心营养与健康原料在全球市场的合规化注册进程。通过自主研发与战略横向合作的双重策略，公司不断优化和丰富营养与健康原料矩阵。公司营养与健康原料聚焦口服美容、情绪睡眠、关节健康、运动能量、认知健康、成长发育、眼健康七大核心功能领域，持续迭代解决方案储备库，确保从功能食品核心配方、创新概念到终端产品的高效转化，打造全球领先的定制化解决方案服务平台。市场推广方面，国内市场通过“头部客户深度绑定 + 腰部客户梯度培育”策略，形成优质客户梯队；国际市场通过优化区域布局，依托双品牌战略，2024 年营养与健康原料业务收入实现同比增长。

创新原料

2024 年，聚焦纺织和宠物市场，重点服务国内外头部品牌商和生产商，通过合作拓展新市场，以创新产品赋能客户，实现持续盈利的共赢模式。2024 年，纺织和宠物市场原料业务收入实现同比增长。



2025 年，公司将加速生物活性物业务国际化进程，加大海外资源投入，提升市场份额，提高海外市场华熙生物生物活性物原料产品的品牌知名度和影响力；持续完善客户分层管理体系，通过数字化工具赋能销售目标落地；重点拓展生物活性物在医疗健康、绿色消费等领域的创新应用，巩固全球市场竞争力。

医药材料原料

2025 年，公司将充分发挥海外子公司本地化洞察优势，深化全球协同，与生殖健康、再生医学领域国际领军企业开展跨界共创，整合上游技术资源与下游渠道优势，试点推广新型生物材料，开拓无菌级透明质酸钠、重组胶原蛋白等创新原料新赛道；依托合成生物技术平台及全产业链运营能力，加速无菌级透明质酸钠在介入医疗、组织修复等场景的商业化落地；强化临床背书，完善原料—器械—药品联动的数据体系，构建覆盖功效验证、合规申报的全周期技术服务体系。

护理品原料

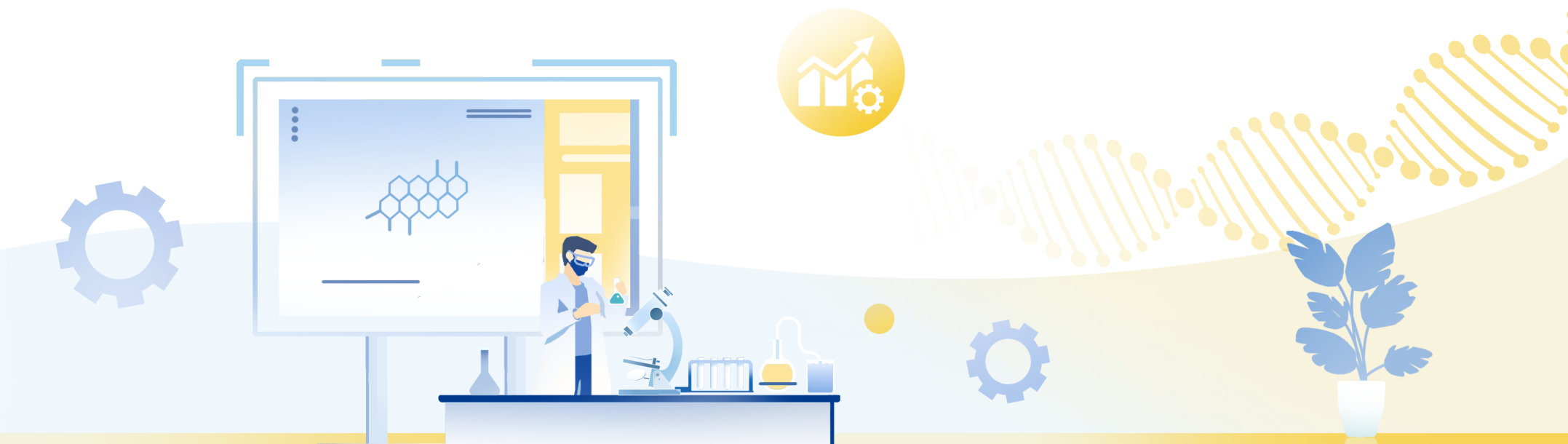
2025 年，公司将进一步深化核心物质在细分赛道的应用创新，巩固产品竞争力；重点推进东南亚、南美等新兴市场的区域技术服务中心建设，提升终端覆盖效率。同时，公司将强化与海内外顶尖高校、行业协会及战略客户的产学研合作，构建覆盖原料研发、应用测试及市场教育的生态网络，持续扩大全球品牌影响力。

营养与健康原料

2025 年，公司将根据市场表现和需求调整七大核心功能领域，进一步优化并扩大原料产能，持续拓展海外优质市场和提高品牌影响力，加快客户定制化方案落地，建设营养与健康板块高质量发展生态。

创新原料

2025 年，公司继续深耕纺织、纸品、宠物赛道，与国内外头部品牌客户在成长赛道和未触达的赛道携手推动行业内的创新应用，成为生物活性物创新应用的解决方案提供者。



创新医疗终端产品，释放产品应用价值

2024 年，公司医疗终端业务实现收入 **14.40** 亿元，同比增长 **32.03%**，占公司主营业务收入的 **26.85%**。

2024 年，公司医美业务的变革效果显著凸显，运营能力稳步提升。医美业务销售收入继续保持高速增长，费用率实现稳步下降，经营质地逐渐扎实。2024 年，皮肤类医疗产品实现收入 **10.73** 亿元，同比增长 **43.57%**。其中公司差异化优势品类微交联润致娃娃针收入同比增长超过 **100%**，覆盖机构数量超过 **5,000** 家；公司坚持产品家族化组合应用，润致填充剂收入同比增长超过 **30%**，覆盖机构数量超过 **3,000** 家。



医美业务

» 2024 年，在产品层面，公司通过聚焦和深挖自身产品的差异化优势，构建了以微交联润致娃娃针、润致格格针、润致填充剂 2 号、3 号、5 号等多款产品为核心的完整产品矩阵。2024 年 10 月，公司发布“润致·格格”与“润致·斐然”两款新品，“润致·格格”专注于颈部抗衰老市场，“润致·斐然”致力于满足消费者对唇部美容的多样化需求。截至 2024 年，“润致·格格”销售收入突破千万元，有望为公司医美业务带来新增量。



“润致·格格”



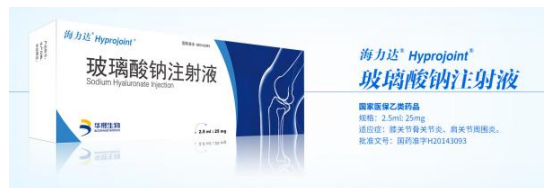
“润致·斐然”



- » 在渠道策略层面，公司聚焦产品核心竞争力的打造，主力核心产品如娃娃针凭借其独特的产品特性和显著的功效，成为水光类产品市场中受消费者信赖的明星大单品；同时，公司通过家族化布局的填充剂系列产品，满足了不同层次消费者的多样化需求。
- » 在运营策略层面，公司针对不同规模的医疗机构和消费群体，制定了差异化的销售策略：对于大型医美连锁机构，提供定制化的产品组合方案和优惠政策，帮助其提升服务能力和客户满意度；对于中小型机构，注重产品的性价比和服务的及时性，助力其快速提升业务能力。
- » 在国际市场拓展方面，公司将持续强化“生物制造 + 全球市场”的战略协同，积极推进“品牌出海 + 技术出海”策略，逐步完善国际认证布局，深化本土化运营能力以及组织专家互访交流，稳步推进公司医美品牌的国际化进程。

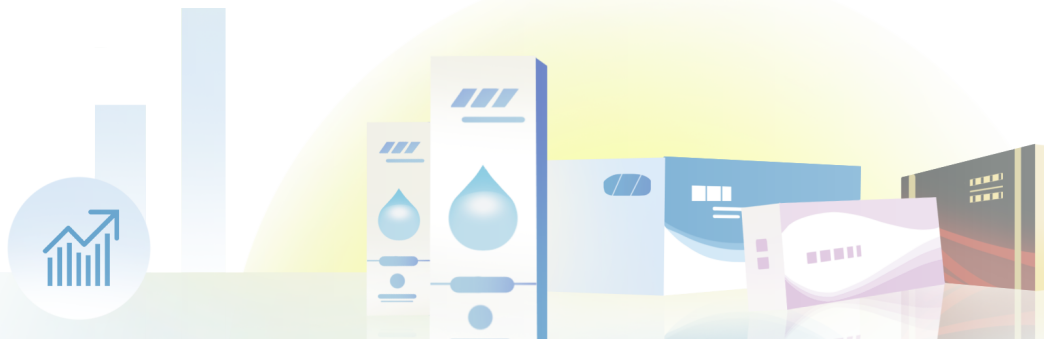
医药业务

- 骨科：**2024 年，继八省二区、安徽省、广东联盟、福建省带量采购的落地执行，公司骨科注射液产品“海力达”实现收入超过 2 亿元，较上年同期实现稳定增长。骨科注射液产品“海力达”继续积极参与各省际联盟集中带量采购及各省挂网销售资格申请，目前在全国范围内覆盖超过 10,000 家医院，市场占有率进一步提升。
- PRP：**公司积极推进“富血小板血浆制备用套装”（PRP）产品在国内骨科、运动医学科、整形外科及疼痛科等多个临床科室的推广与销售工作，大力开展针对 PRP 产品多领域应用的学术推广活动。2024 年，PRP 产品销售收入实现显著增长。
- 眼科：**公司眼科产品“海视健”积极参与国家组织医用耗材带量采购及在重点省份的挂网销售，2024 年供货医院数量超过 1,000 家，新增供货医院数量较集采前实现翻倍增长，同时得益于战略客户的深入开发与合作，眼科产品销售收入持续向好。



2025 年，公司医美业务将坚持产品家族化组合应用，通过面部年轻化分层抗衰方案，满足消费者对不同效果的需求；坚持专业医学高度，投入更多资源进行医学研究和临床应用研究，利用已搭建好的新媒体平台，持续传播专业知识，加强相关从业人员对产品的认知；坚持以客户为中心，通过优质产品及方案设计满足消费者的求美需求，为合作机构提供医学培训及营销运营赋能，从而形成多方共赢的产业生态。

公司医药业务将继续深耕骨科市场，积极研发引入三类医疗器械及药品，丰富产品管线，积极市场推广，提升市场覆盖率。PRP 产品除继续在骨科和运动医学领域拓展外，公司将进一步加强其在公立医院皮肤科和整形外科的市场推广，联合透明质酸产品，以产品组合拳方式扩大销售收入；同时推进新产品和现有产品新规格的注册申请工作。在眼科领域，公司将抓住国家集中采购政策机遇，拓展医院覆盖范围，提高公司产品在白内障手术中的应用比例。



转化皮肤科学成果，升级品牌产品体系

2024 年，公司皮肤科学创新转化业务实现收入 **25.69** 亿元，占公司主营业务收入的 **47.92%**。自 2023 年以来，公司主动对消费品相关业务开展变革。目前公司已将“个人健康消费品事业线”更名为“皮肤科学创新转化事业线”。公司作为一家生物科技企业，有着基于人类科研成果进行业务规划的底层思维，旗下所有消费品品牌和产品的开发逻辑都需要基于生命科学的研究在皮肤领域的运用，沿着大组学的演进基础迭代品牌。皮肤科学创新转化事业线将从基础生物学前沿研究出发，聚焦糖生物学和细胞生物学，将科研创新转化为消费级别的解决方案。基于此，公司对团队能力和组织结构进行调整，公司总经理聚焦皮肤科学创新转化事业线，深入业务细节；对部分品牌重新梳理品牌定位和科研基础，明确品牌发展方向；基于大组学发展迭代品牌核心技术，基于严密的科学论证夯实品牌传播；持续对各大品牌升级产品体系，深化以大单品为核心的品类体系；持续发展和迭代团队能力，培养符合公司价值观和科技信仰的创业型团队。

BIOHYALUX 润百颜

产品策略层面，聚焦修护赛道，推动屏障修护系列（“白纱布”系列）的销售，包括精华、水、乳和洁面成套护肤步骤的产品，屏障修护系列销售收入占比已超过润百颜整体销售收入 50%；同时，润百颜积极推出紧致充盈次抛（“元气弹”）及紧塑霜，强化产品组合的市场竞争力。

品牌建设层面，润百颜坚持“修护好底子，成就好面子”的品牌定位，与公司医美品牌“润致”联合发布颈部淡纹紧致系列，率先探索高端定制化护肤，借此深化“日常功效护肤 + 术养结合械妆一体 + 定制化护肤”心智框架，提升高价值用户认知与忠诚度。



QUADHA® 夸迪

产品策略层面，夸迪聚焦抗老赛道，推出 CT50 超弹霜、CT50 精华水乳等产品，构成夸迪 CT50 超弹系列，多方面打造细胞级精准抗衰品牌。

品牌建设层面，夸迪坚持以“冻龄·抗初老”的品牌定位，依托于细胞生物学及再生医学研究平台，基于肌肤衰老在细胞层面的机理及细胞精准调控技术，聚焦细胞内源，焕活肌肤能量，同时通过优化组织结构，提升组织能力和效率，为品牌长期健康发展筑牢基础。



Bio-MESO 肌活

产品策略层面，BM 肌活聚焦油皮人群的多场景需求，在糙米系列 2.0 版的基础上推出油敏精华和祛痘乳，构建“油皮代谢平衡的全方位解决方案”。

品牌建设层面，BM 肌活重新梳理品牌定位，升级品牌为“专注细胞代谢及调控的护肤品牌”。同时，联合权威机构发布《Bio-MESO 肌活 2024 油性皮肤科学护肤指南》。



MedRepair 米蓓尔

产品策略层面，米蓓尔基于皮肤神经免疫学前沿成果，围绕“蓝绷带”面膜，推出“蓝绷带”精华、“蓝绷带”面霜 PRO 等产品，完善“蓝绷带”产品系列，构建“受损肌肤的根源性护理解决方案”。

品牌建设层面，米蓓尔重新梳理品牌定位，升级品牌为“专注皮肤神经免疫学的受损肌肤护理品牌”，基于前沿神经免疫学科技成果夯实受损肌肤解决方案的品牌心智。



2025 年，皮肤科学创新转化业务四大品牌下一步工作规划：

润百颜

产品层面，继续扎根修护赛道，夯实“修护好底子”的基础功能。同时，优化升级白纱布、紧致充盈和水润三大核心功效护肤系列，通过糖生物学技术靶向激活皮肤自我修护因子，运用功能性糖链精准调控细胞间通讯网络，实现从细胞维度到皮肤维度的多维修护，以此推动创新研发与品质提升，为用户带来更卓越、更安全的护肤体验，满足多样化需求。

渠道层面，进一步完善品牌自营渠道运营能力，并结合消费者购物路径迁移，实现消费者全域购物链路的体验与效率提升。

品牌层面，通过独特 INFIHA 技术，致力于打造国货细胞修护首选品牌；树立“细胞修护，无惧细看”的品牌心智，进一步巩固作为好底子皮肤品牌的市场地位，提升品牌知名度与美誉度。

BM 肌活

产品层面，通过代谢组学深入研究细胞代谢失衡背后的核心信号通路，并基于公司合成生物定向发酵能力开发细胞代谢调控成分组，推出解决细胞代谢失衡导致的脂溢、痤疮、色素沉着、皮肤早衰等一系列问题的产品。

组织层面，进行内部结构调整，打造有科学专业基础、年轻化、符合公司价值观、有创业精神的团队。

夸迪

产品层面，深耕抗衰赛道，夯实“精准抗衰”的科技力。以 CT50 能量液为核心技术推动新产品的成分应用并且进行抗衰产品线矩阵布局，开发多品类产品打造 CT50 超弹系列，CT50 淡纹系列及 CT50 抗光老系列。依托于细胞生物学及再生医学研究平台，基于肌肤衰老在细胞层面深度探究能量因子与抗衰因子的协同作用，聚焦细胞内源，致力于让广大消费者感受到从细胞开始的年轻能量。

渠道层面，稳固在传统渠道的竞争优势，持续深耕内容、兴趣及社交电商，通过自营渠道精细化运营提升消费者的服务体验。同时全力开展线下渠道渗透，向 OTC 和化妆品百强连锁店全面迈进。

品牌层面，围绕“冻龄·抗初老”定位，增加科学内容创作权重，持续夯实品牌力，以细胞生物学为基石，依托再生医学，持续夯实细胞级精准抗衰地位，提升品牌市场影响力。

米蓓尔

产品层面，基于研发体系的升级，结合皮肤神经免疫学的前沿成果和公司在糖生物学的最新成果，深入解码神经免疫交互机制，打造精准调控神经递质和免疫因子的科学解决方案，致力于帮助敏感肌、痤疮、医美术后等受损型皮肤得到快速修护。

组织层面，进行内部结构调整，打造有科学专业基础、年轻化、符合公司价值观、有创业精神的团队。

布局营养科学赛道，引领健康消费趋势

2024 年，公司营养科学创新转化业务实现收入 **0.82 亿元**，同比增长 **40.97%**。公司对营养科学创新转化业务的战略目标、产品规划等进行了重新梳理，战略层面，明确以“延长健康寿命，治未病”为使命，聚焦“营养与免疫、营养与代谢、营养与抗衰、营养与情绪”四大核心方向；产品规划层面，聚焦四大核心方向以及公司的核心原料（如透明质酸、麦角硫因、红景天苷等）制定产品规划与产品矩阵。公司旗下拥有营养与健康品牌“华熙当康（Bloomage Health）”、营养与代谢品牌“当康未来（Little Bloom）”、透明质酸饮用水品牌“水肌泉”，形成多元化品牌矩阵。



2025 年，公司营养科学创新转化业务将聚焦“营养与免疫、营养与代谢、营养与抗衰、营养与情绪”四大核心方向。产品规划方面，基于上述四大方向和公司的核心原料构建产品矩阵；市场拓展方面，境外市场通过跨境电商形式拓展，国内市场以产品为基础拓展；团队建设方面，构建线上和线下两个团队，线下团队面向特定人群开展科学传播内容为主的精准推广活动，线上团队通过自播形式沉淀运营能力。

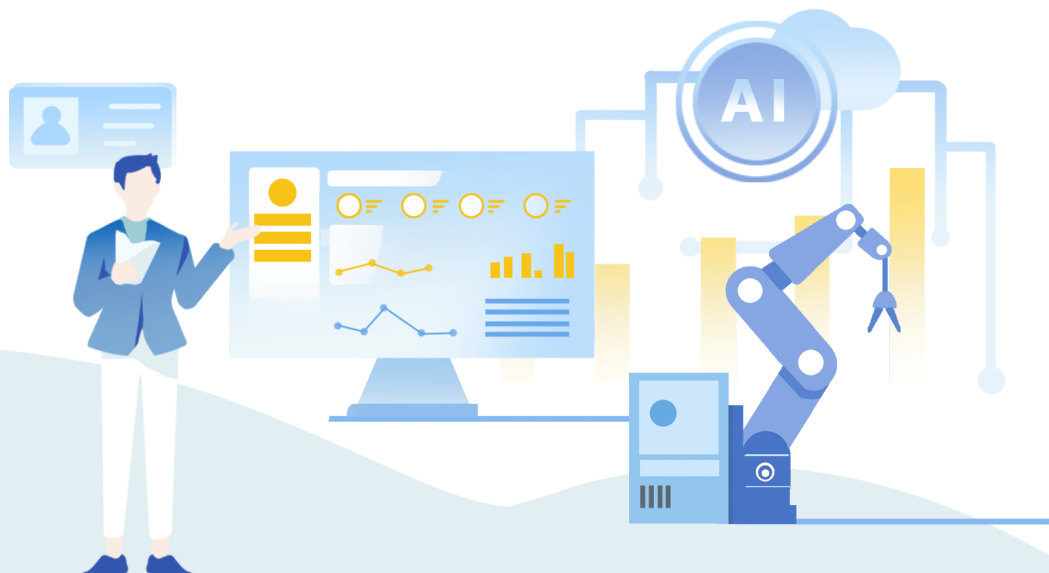


02 优化运营提效赋能，管理升级质效并进

2024 年，公司进入“变革元年”，着力推进变革项目落地，包括业务流程重塑、组织与人才变革、指标与绩效体系变革、企业数智化等多个变革项目。

构建数智化大运营体系，赋能业务高效协同

业务流程体系逐步完善。2024 年，公司成立了专门的流程管理部门，正式发布了《企业流程管理体系》和《企业级流程框架》文件并进行迭代，构建公司治理层—流程管理部门—流程责任部门多级流程管理体系。明确企业流程体系的建设目标，规范了流程识别和分析、流程设计和优化、流程实施和推广，通过持续性流程监控和流程核查、流程改进的闭环工作模式，确保流程体系建设工作的稳步推进。



业务流程承载管理变革重点项目落地

研发体系改进，全面贯彻 IPD 管理要求

- 完善市场到产品、到研发、到上市持续跟踪和评估的端到端研发管理体系
- 规范工作流程，建立研发财务评估模型
- 聚焦研发资源、改善研发效率、提升研发成果收益

供应链提升，推进产销协同机制落地

- 建立销售预测与生产计划的动态调整机制，打造响应市场需求的柔性供应链
- 实施库存分类管理策略，区分战略物资与常规物资
- 完善供应商质量评估体系，建立质量问题追溯流程

职能体系优化，开展业务流程标准化建设

- 启动战略管理、人力资源、信息技术等全业务域流程显化梳理工作
- 流程规范化、标准化过程中，同步建立和优化运营体系和组织能力

健全数据驱动的经营分析体系。2024 年，公司完成经营分析体系的设计和成果迭代优化，强化数据资产沉淀能力，依托企业数字化系统建设及工具应用推广实现数据线上化、自动化和智能化，逐步提升“业财一体化”运营效率和管理能力。

数据驱动战略决策。公司通过主数据优化治理、全业务数据入湖，有效消除数据孤岛；开发供应链库存看板、梳理经营分析指标线上自动取数，打造集团级数据看板；引入 AI 决策工具，业务数据训练释放数据效能，监控战略执行中的异常指标，及时纠偏。

2025 年，公司将重点加强 AI 赋能创新和数据平台赋能，在数智化转型中实现质量和效率的双重提升。

AI 赋能创新 - 释放人工智能的 变革力量

AI 工具全员普及：推广 AI 工具应用，开展专项培训，提升员工 AI 应用能力，激发创新活力。

AI 与业务深度融合：探索并实现 AI 技术在各业务领域的应用场景。

跟踪 AI 技术趋势：做好储备技术，关注 AI 数据安全。

数据平台赋能 - 构建企业级数据 资产中心

构建企业级数据平台：整合数据资源，消除数据孤岛，建立数据共享机制。

提升数据服务能力：构建数据指标看板体系，提供便捷的数据分析工具，助力业务部门数据驱动决策。

深度挖掘数据价值：支持基于数据平台的创新应用，推动业务创新和运营优化。

信息系统更新 - 固化变革流程提 升运营效率

优化关键信息系统业务流程：提升系统易用性和操作效率，增强整体运营效率。

业务系统互联互通：加强业务系统集成和数据互通，打破信息壁垒，实现端到端业务流程贯通，提升协同效率。

加强信息安全防护，提升网络安全，确保系统安全稳定。



夯实供应链韧性根基，驱动产能精益升级

构建协同共赢的集成 计划体系

2024 年，S&OP 销售与运营计划体系发挥核心作用，实现供应链各环节间信息共享，提升协同作业效率，加快供应链对市场需求的响应速度。



建立以战略为导向的 KPI 体系

2024 年，公司深入挖掘和分析供应链各环节的数据，能够敏锐地察觉到潜在风险，迅速采取针对性地调整优化措施。增强供应链的透明度，提升了各环节的运营效率，为高效运营提供了坚实的数据支持。

引入先进的智能设备和 物联网技术，强化自动 化与智能化建设

推进数字化转型，实现数据共享，优化资源配置，减少资源浪费；借助精益管理体系的全面导入，培养了一批优秀的精益管理人才；广泛使用精益管理工具，使生产流程更加高效、流畅且规范，提升运营效率。

合理调配生产资源， 提高交付能力

公司深入分析市场需求，评估现有产能，明确各基地产能定位，合理分配资源，避免浪费。实施定期精准预测性维护，建立完善的备件管理机制，确保设备最佳状态，降低故障风险。制定详尽的转移投产计划，明确目标任务，配备资源支持，保障生产进度顺利。

获评“天津市 2024 年度两业融合十佳应 用场景”

2024 年，公司天津医药级中试成果转化车间顺利竣工并投入生产。该平台以“柔性化”和“平台化”创新特点，获得“天津市 2024 年度两业融合十佳应用场景”荣誉，有效推动内部项目实施，并积极拓展外部服务合作。

2025 年，公司将构建全球韧性供应链网络，整合全球供应商资源，促进科研成果的高效产业化，成为全球用户信赖的生命健康科学解决方案的领导者。具体如下：

构筑全球韧性供应链网络

分析市场需求，预测趋势，评估并调配国内外产能。引入先进技术和设备，提高生产效率，加强部门协作，缩短产品上市周期。管理新建产能爬坡，确保项目快速高效运营，满足市场。

构建数字化计划体系

提升数字化与智能决策能力，持续推行滚动计划体系，优化产销协同机制，通过增强数据驱动决策能力，实现供应链的高效协同、精准决策、成本优化和客户满意度提升。

优化质量管控提升产品质量

建立自我负责的质量团队，专注于问题解决和实战演练；构建质量标准洞察机制，分析客户需求和行业趋势，升级生产基地质量体系，强化客户投诉闭环管理，确保满足客户的质量期望。

共享中试平台资源促进产学研合作

公司积极引进先进技术，深化产学研合作，推动中试技术创新升级。公司对外开放共享平台资源，拓展中试技术的应用领域，提升中试成果转化平台的品牌影响力，吸引更多合作伙伴，实现经济效益与社会效益双赢。

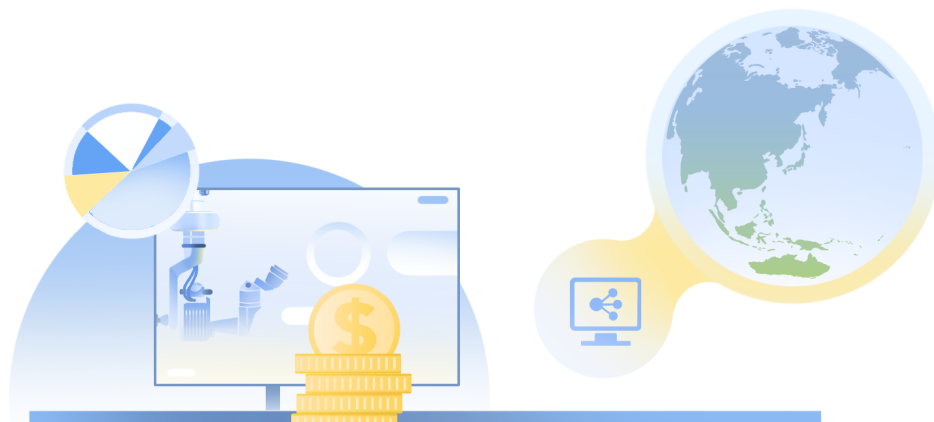
深化业财融合战略，赋能业务价值创造

2024 年，公司基于战略发展需求实施财务中心组织架构升级，细化架构设置及职责。构建财务共享中心体系，优化财务流程，更加有效控制财务风险和经营风险，提高财务运营效率。组建财务 BP 管理团队，融入业务价值链实施全面管控，助力业务发展并更好地控制经营与业务风险，推动业财一体化管理落地。

公司建立并优化面向业务的财务分析体系，依托大数据建模与多维度分析，实现业财联动，支撑战略资源配置决策，评估费用投放效率，有效管控营销投入。2024 年，销售费用率同比下降 0.9 个百分点。

公司财务管理与供应链日常运营结合，重点推进横跨各生产基地（尤其是新建基地）的产品成本预测、标准成本建立及产品成本分析等业财融合工作，助力产销协同，优化产品成本与库存结构。

2025 年，公司继续推动业财一体化落地。在管理赋能维度，着力锻造财务 BP 的战略伙伴能力；深化全面预算管理，提高预算执行管控强度，确保业务运营达成公司经营目标。在供应链精益管理领域，公司将在 2024 年成本管理成果基础上，将制造费用预算的精细化管控作为供应链降本增效的重要抓手，提升支出产出效率，推动单位生产成本的合理控制。同步强化销售、供应链与财务的产销联动机制，优化库存结构，提高库存周转率，为公司整体运营效率的提升提供有力支持。



03 强化科技创新引领，培育新质动能引擎

2024 年，公司科技创新能力持续获得认可，合成生物学国际研发中心的企业主体先后被认定为中关村高新技术企业、国家级科技型中小企业、国家高新技术企业等；北京市博士后科研工作站正式揭牌。2024 年，公司作为项目牵头单位新承担 1 项山东省重点研发计划（重大科技创新工程）“肿瘤放疗隔离防护生物医用材料研发及产业化”，构建性能可控的凝胶体系，满足临床多场景需求；作为参与单位新承担 1 项国家重点研发计划项目“功能性多糖绿色制造与生物合成关键技术研究”，开展高黏度多糖发酵制造关键技术研究。



2024 年，公司技术成果转化卓有成效：



2024 年，公司通过知识产权合规管理体系监督审查，升级体系文件，并与公司 ISO 37301: 2021 合规管理体系、ISO37001 反贿赂管理体系相融合。2025 年，公司计划按照 GB/T29490-2023 标准全面升级知识产权合规管理体系。

加强研发项目管理，推动产品迭代升级



原料研发

2024 年，公司原料研发依托高通量自动化筛选、酶改造进化、AI 数据化、发酵优化及微生物育种体系，通过精细化管理推进六大类生物活性物质优化研究。

拥抱 AI 协同增效：

利用 AI 设计基因序列、预测分子结构及作用靶点，筛选原料应用场景，加速研发周期，提高精准度并降低成本。

强化物质机理研究：

深度挖掘物质作用机理，借助体外、体内研究模型与平台，解析物质作用的信号通路和靶点，提升物质开发的应用解决方案综合能力。

升级技术平台能力：

完善应用研究平台，加强活性物质应用探索，建立平台化体系，细化应用场景，提升开发效率及产品质量。

推行项目制精细管理：

明确工作标准与验收标准，组建多元技术专家团队进行咨询评审，促进产品全链条合作，加速执行周期，降低研发成本。

2024 年，公司 10 款生物活性物原料新产品完成上市：

- **1 款医药 / 医疗器械级原料：**BloomseaN™ PDRN 多聚脱氧核糖核苷酸
- **5 款护理品原料：**新型乙酰化透明质酸钠 Hymagic™ -AcHA Young、Bioyouth™ -NANA N- 乙酰神经氨酸、Bloomsurface™ 枯草菌脂肽钠、Bloomcolla™ Col III -Y05 重组 III 型胶原蛋白和 Biomeet™ -SQA 角鲨烷；
- **4 款营养与健康食品级原料：**UltraHA®J 进阶型关节修复透明质酸钠、BLOOMNEST®N- 乙酰神经氨酸、MitoPQQ™ 吡咯并喹啉酮二钠盐和 ACTIVENAG™ N- 乙酰氨基葡萄糖。



药械研发

基于六大类生物活性物质，公司药械研发致力于研究开发高价值部位的填充产品、新一代微交联产品、透明质酸和胶原蛋白水光产品、新型再生材料等。

2024 年，公司在国内国际上取得 20 项注册证：

国内

- 取得 **2** 项三类医疗器械注册证：产品一为“注射用透明质酸钠复合溶液”，为国内同类产品第二张注册证书，用于皮内真皮层注射填充，以纠正颈部中重度横纹；产品二为“透明质酸钠眼用黏弹剂”，用于眼科手术。
- 取得 **2** 项药品注册证书：产品均为玻璃酸钠滴眼液，用于缓解干眼症相关症状。
- 取得 **7** 项二类医疗器械注册证：涵盖了医用妇科凝胶敷料、医用重组胶原蛋白透明质酸敷贴、重组胶原蛋白创面敷料、疤痕修复硅凝胶等多个医疗器械产品。

国际

- 取得 **9** 个国际医疗器械注册证：1 个欧盟 II b 类和 1 个 III 类医疗器械注册证、3 个俄罗斯 III 类医疗器械注册证、1 个秘鲁 III 类医疗器械注册证、1 个泰国 II 类医疗器械注册证以及 2 个哈萨克斯坦 III 类医疗器械注册证。

2024 年 5 月，公司药械研发中心开展的 PHA 微球复合透明质酸钠皮肤填充凝胶的研究与开发项目获得海口市科工信局授予的“揭榜挂帅”项目立项。



皮肤科学创新研发

2024 年，公司皮肤科学创新研发持续推出原料组合物、配方技术、过程工艺与包装材料的创新成果，为产品技术升级和市场竞争能力提升注入新动力。同时，通过原料、医疗器械技术与护肤品领域的紧密合作与融合，不断巩固和提升在行业中的领先地位。

- 在配方技术创新方面，积极运用纳米技术、微胶囊技术等前沿科技，开发新型递送系统，提高活性成分的稳定性、透皮吸收率和靶向性。
- 通过利用 AI 进行活性物筛选和新靶点筛选，设计功能性活性物组合物，实现科学配伍和协同增效的作用，进一步提升产品的整体功效和用户体验。
- 建立了完善的功效评价体系，基于细胞实验、3D 皮肤模型、人体临床试验等多维度的测试，科学验证产品功效。基于此，公司成功推出“润百颜胶原紧塑霜”与“夸迪 CT50 抗垮系列新品”。
- 2024 年，公司取得 11 项国产特殊化妆品行政许可证。



营养科学创新研发

2024 年，公司营养科学创新研发围绕公司自有原料透明质酸、唾液酸、GABA、麦角硫因、红景天苷、益生菌等原料，开展消化吸收、机制机理、剂型应用等研究工作。重点布局综合抗衰、体重与代谢、情绪管理、肠道免疫四大领域。2024 年，公司开发并上市了多款功能性产品，包括缓解疲劳产品“动能丸”、膳食纤维代餐固体饮料、儿童固体饮料等。



2025 年，公司将从以下方面提升科技创新能力：



原料研发

2025 年，公司原料研发继续依托高通量自动化筛选体系、发酵优化平台及微生物育种体系、AI 大模型 + 数据库体系、包裹技术体系、蛋白质设计体系、靶向递送体系等技术支撑作用，持续性推进原料物质的开发研究工作。

强化重点生物活性物质联合攻关

强化重点生物活性物质联合攻关。引入最新的设备和算法，革新平台设计逻辑与应用结构，提高筛选和优化效率。建立跨平台协作机制，促进不同平台间的数据共享和技术融合。围绕糖生物学和细胞生物学底层基础，重点开展功能聚糖、多糖、寡糖、功能蛋白及多肽、核苷酸等生物活性物质的研究，组织各平台联合攻关，实现研究成果的快速突破。

洞察消费市场需求

研发项目立项阶段系统性评估技术成果的商业转化潜力与市场需求适配性，形成研发到应用的转化路径。



皮肤科学创新研发

2025 年度，公司皮肤科学创新研发将围绕糖生物学与细胞生物学的战略方向，协同终端产品策略，共同推进产品研发。在产品创新方面，依托人工智能技术开展原料筛选及功效验证等关键环节的智能化改造，同步构建模块化配方数据库与标准化开发体系，旨在系统性压缩研发周期；持续培养研发团队在配方开发、应用机理研究、科学内容洞察与科学传播方面的能力，为持续产出具有市场差异化的爆品提供核心支撑。



药械研发

2025 年，公司药械研发将基于六大类生物活性物质，合成生物学和再生医学新材料，引入外部行业新材料，依托新型交联技术、材料功能活化及智能传递管控等核心技术，持续研究开发高价值高质量医疗终端产品，实现核心优势材料药械终端产品市场占有率、生物材料在终端产品的覆盖以及创新材料转化应用领先。此外，加强前沿科技洞察和技术规划，推动创新生物材料医疗产品转化，解决医疗终端用户需求。



营养科学创新研发

2025 年，公司营养科学创新研发将持续深化基础研究体系，强化原料创新与剂型技术突破，重点聚焦“营养与免疫、营养与代谢、营养与抗衰、营养与情绪”四大核心领域，推动科研创新与产品转化。秉承“延长健康寿命，治未病”的理念，公司营养科学创新研发通过跨学科科研创新，整合多组学、单细胞测序、细胞生物学、免疫学、微生物学、糖生物学及 AI 等前沿技术，开发更具科学依据的营养解决方案，加速产品转化落地。以精准营养为方向，帮助人们实现更健康、更具活力的生活方式。

加强研发项目管理，推动产品迭代升级

2024 年，公司积极推行项目绩效制度，链接产品、研发、工艺、生产和质量等环节。以客户为中心，紧跟市场，结合公司创新技术储备，进行全生命周期产品开发项目管理。构建全面客观的项目绩效评价体系，促进团队协作，鼓励研发人员创新担当，激发团队潜力，推动公司向更高目标迈进。2024 年，公司举办多场培训，营造创新氛围，提升团队能力，培养专业技能与创新精神并存的研发团队。初步建立了基于产品开发流程（IPD）的绩效管理制度，培养一批项目经理，缩短研发周期，提高项目转化率。

2025 年，公司构建覆盖“技术前瞻性—产业适配性—商业价值性”的多维评价模型，建立动态化、差异化的科研绩效管理机制，确保资源精准配置与创新效能提升。推进研发项目全生命周期数字化管理，强化关键节点目标管控与跨部门协同效率，通过智能化工具赋能研发效率提升，保障重点项目高质量交付。通过全球研发平台能力共享、AI 工具搭建及应用等方法，赋能研发团队，提升新技术研发及产品开发的效率。建立多元立体的研发团队人才发展体系，通过短期激励与长期人才发展相结合的方式，完善科研成果转化收益共享机制，探索创新型人才绑定方案，充分激发科研团队内生动力，强化高价值技术壁垒的同时加速科技成果向商业化价值的转化效率。



04 践行低碳绿色发展，共筑可持续发展生态

2024 年，公司坚持绿色发展理念，将绿色科技融入生产与经营的各个环节，推动绿色制造理念的实践，不断优化产品设计与生产工艺，并积极应对气候变化，探索绿色制造的发展之路，通过建设分布式光伏、污水甲烷发电、外购生物质热能、外购可再生能源电力（风电）项目等方式优化能源结构，以降低对化石基材料的依赖。目前，公司已正式确立至 2030 年的组织边界内碳减排战略规划与目标，并详细规划了减排路径。

公司已成为联合国全球契约组织（UNGC）成员企业，也是联合国妇女署《赋权予妇女原则》(WEPS) 的全球签署企业。公司正加速将可持续发展理念加速融入公司经营管理当中，系统化开展 ESG 各项管理工作，通过优化 ESG 管理体系、制定 ESG 战略规划、开展相关方沟通与合作，强化重要性议题管理的方式稳步提升 ESG 管理质量。目前，公司已经建立了自上而下的 ESG 管治架构和行之有效的 ESG 管理机制，使公司具备多线程、多形式、多部门协同落地各类 ESG 管理实践的能力。公司重视与监管机构、资本市场、客户、国内外主要 ESG 评级机构、行业协会以及媒体的沟通，显著改善了 ESG 评级表现，MSCI 评级连续 2 年上升，荣获 EcoVadis 铜牌，位列全球获评企业前 28%；CDP 取得气候 B 级、水 A- 级的成绩，并获得多项荣誉。

2025 年，公司将进一步强化和优化可持续发展管理工作，确保可持续发展项目的高效和精准执行。具体如下：

推动公司 ESG 战略规划落地。公司将实施 ESG 战略规划，设定管理指标和目标，并明确关键举措和 KPI，系统科学地推动 ESG 战略。

开展全价值链碳排放盘查与三方核查。公司计划开展全价值链碳排放的盘查与三方核查，涵盖采购、运输、资产购置、差旅和产品报废等环节，并完成三方核查，为低碳转型夯实管理基础。

持续开展产品全生命周期环境影响（LCA）评估。公司强化产品可持续性管理，开展全生命周期环境影响评估，包括碳足迹、资源消耗等指标。聘请权威机构审验，以优化产品决策，降低环境影响，提升产品环保性能。



升级环境数据管理系统。基于现有系统，升级环境数据管理系统，实现 ESG 数据在线填报、归档、计算和分析等功能。更新并增加环境定量指标，支持信息披露、碳盘查、核查和减排进度跟踪。

开展绿色可持续发展企业文化建设。公司将持续性开展绿色办公、生活与出行低碳文化宣传工作，提高员工对绿色可持续发展的认识和理解，激励员工积极参与公司的可持续发展项目。

优化供应链 ESG 管理机制。基于 2024 年的工作成果进一步改善供应链 ESG 管理，确保供应链稳定与可持续发展，共同推动绿色供应链建设。



05 完善治理筑牢根基，激发关键少数效能

完善公司治理架构，筑牢合规经营根基

2024 年，公司积极遵循中国证券监督管理委员会及上海证券交易所发布的关于上市公司独立董事制度建设的治理规则，对公司《公司章程》《董事会议事规则》《提名委员会工作细则》《利润分配管理制度》《会计师事务所选聘制度》《投资者关系管理制度》等共计 18 项三会制度进行了补充和完善。

2025 年，公司持续深化治理体系改革，严格遵循新修订的《公司法》及《上市公司章程指引》等监管要求，系统开展内部规章制度的全面检视与修订工作，研究制定《上市公司市值管理制度》，科学设定市值管理指标体系，通过构建长效管理机制与量化评估，提升市值管理工作的系统化、专业化程度。2025 年，公司第二届董事会、监事会将届满，公司严格履行法定程序，有序推进换届选举工作，进一步优化法人治理架构，完善董事会专门委员会运作机制。

建设大风控管理体系，筑牢风险防范屏障

引入大风控理念

2024 年，公司提出将“风险管理 + 内部控制 + 合规管理”融合，建立“大风控体系”的目标，并通过融合工作规划、管理方法、设置专项任务、联合跟踪和解决问题等多项举措，推动合规经营、内部控制、风险管理及审计监督核查的一体化有机运行，提高公司风险应对能力、增强投资者信心。

董事会下设风险管理委员会

2024 年，公司董事会新成立了风险管理委员会指导风险管理策略的制定和推进，该委员会由五名委员组成，其中，三位独立董事均担任委员职务，并且一名独立董事被任命为风险管理委员会主任；新设一级部门“风险管理中心”全面统筹风险管理工作落实；在各业务部门设立“风险及合规管理员”负责日常监控潜在风险，并确保业务合规。

取得合规管理体系认证

2024 年 3 月，公司取得 ISO37301 合规管理体系和 ISO37001 反贿赂管理体系认证，标志合规管理达国际认可标准。同时，公司在风险导向的管理思路下，将风险识别、评估及管控与流程设计、日常运行及监控结合，并对不同领域的风险点实施了分层管控，增加风险评估环节、专项实施内控审核等管理措施，提升风险预警及时性的同时加强了控制力度。

培育员工合规意识和风险管理能力

公司结合风险管理、合规经营及审计监察要求，推出了联合培训并设置考试，有效提高员工合规意识和风险管理能力，营造良好文化氛围。



2025 年，公司持续强化将风险管理要求嵌入日常业务内控管理，筑牢业务稳健发展的长效屏障。

从重点领域入手强化内控管理。

2025 年，推动公司风险管理目标与战略规划结合，将重点领域关注事项纳入年度各部门重点任务中；实施年度风险评级，对重点关注领域实施内部控制评价，并关注问题整改情况；针对内外部合规要求、经营效率和效果要求，发起专项风险评估项目，优化现有流程及分工。

风险管理举措嵌入业务系统。

基于风险管理评估结果，启动“风险管控系统”建设工作，在重点领域具体操作流程层面，嵌入风险提示和管理要求，补充不同岗位和层级的流程参与者的思考维度并提前预计风险发生的可能，实现风险信息分级判断和决策。

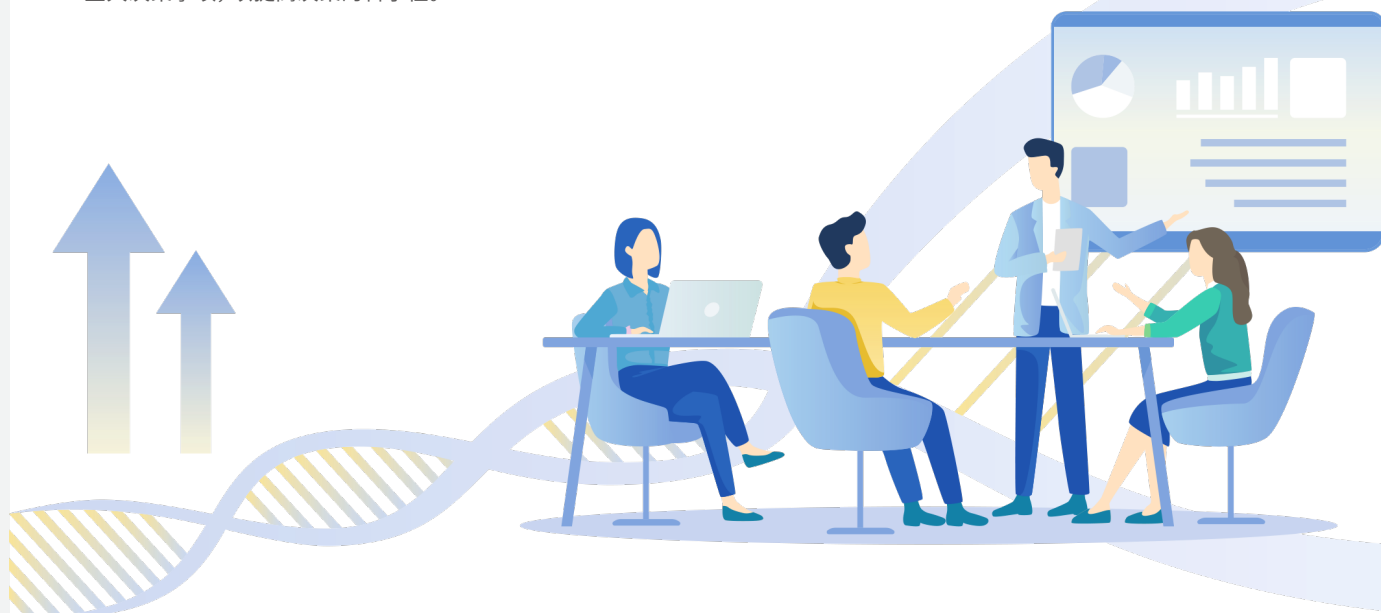
加强风险管理人才队伍建设。

基于 2024 年，继续优化管理制度，明确风险管理工作与各部门绩效的关系；扩大风险及合规管理人员队伍覆盖面，并建立风险管理培训课程体系；实施跨部门联合项目，提高风险管控措施落地能力，并增加各业务领域人员参与度。

发挥独立董事职能，提升决策科学水平

2024 年，公司充分利用中国证券监督管理委员会、上海证券交易所、中国上市公司协会及其培训平台资源，组织董事、监事、高级管理人员参加培训活动 5 次。2024 年，公司充分发挥独立董事在参与决策、监督制衡和专业咨询方面的作用。在监督制衡方面，安排变革项目团队向独立董事汇报公司管理变革的进展情况，涵盖运营变革、供应链、人力资源等多个领域，要求管理变革以结果为导向。在参与决策方面，通过组织独立董事的事前沟通会议，使其充分了解议案内容和事项背景，从而深度参与并有效影响决策过程，确保所有议案的通过率达到 **100%**。在专业咨询方面，充分利用独立董事在企业管理、风险控制、法务合规、ESG、财务审计及风险管理等领域的专业背景和管理经验，为公司把握发展方向、提升竞争力提供有力支持。公司为独立董事创造良好的工作环境，保证独立董事开展每年不少于 15 日的现场工作。

2025 年，公司将更进一步加强独立董事工作支持，确保独立董事履职获得更为全面的保障。公司将组织董事、监事及高级管理人员参与培训，内容包括最新的法律法规以及行业发展趋势。通过定期举办独立董事专题会议，深入讨论公司的战略规划与重大决策事项，以提高决策的科学性。



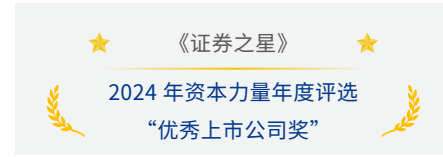
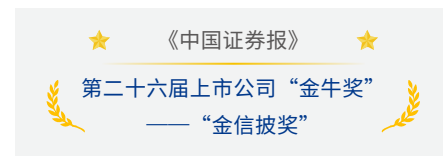
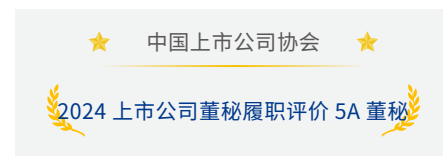
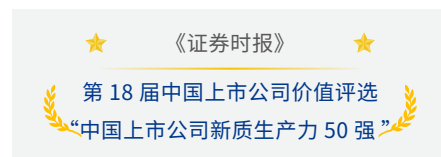
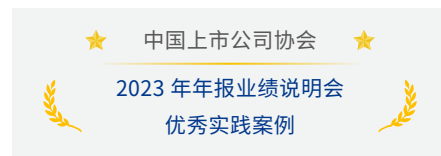
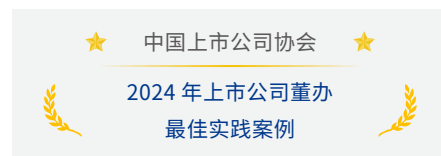
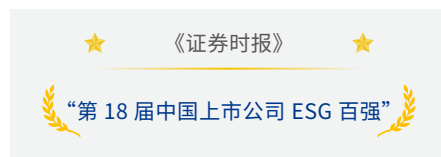
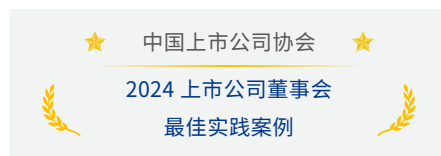
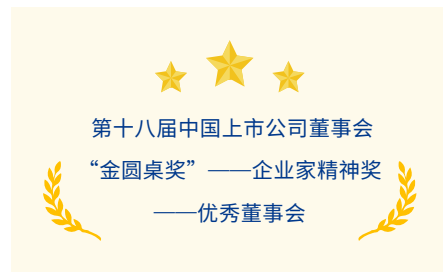
06 畅通双向沟通桥梁，传递长期价值共识

高质量信息披露，连续两年信披评级 A

2024 年，公司严格按照《公司法》《证券法》等法律法规和公司《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》等相关规定履行信息披露义务，共披露公告 93 份，信息披露真实、准确、完整、及时、公平，零差错、零更正。公司在上海证券交易所 2023—2024 年度信息披露工作评价中获得 A 级评价，成为科创板为数不多的连续两年获评 A 级的民企上市公司之一，并荣获中国证券报第二十六届上市公司“金牛奖”——“金信披奖”。

2025 年，公司继续秉承真实、准确、完整、及时、公平的信息披露原则，使用简明清晰、通俗易懂的语言进行定期报告、临时公告的披露，力争全面规范、逻辑清晰地披露事项内容，充分揭示事项风险因素，提升信息披露的透明度，便利投资者信息获取和投资决策。

2024 年，公司所获部分奖项：



显化固化信披流程 促进内部透明高效

2024 年，结合管理变革与流程管理体系建设，公司制定并发布了定期报告编制流程及临时公告披露流程。通过流程的“显化、固化、量化、优化”，实现公司由组织驱动向流程驱动的转变，以持续提升管理效率与透明度。同时，将董事会办公室审批节点嵌入到办公自动化（OA）系统中，促进信息披露内部管理的全面透明化。

2025 年，深化流程优化工作，确保信息披露流程的高效和规范。探索和应用新技术，如人工智能、大数据分析等，提高信息披露的智能化水平，进一步提升工作效率和决策质量。加强跨部门之间的沟通与协作，确保信息披露流程的顺畅执行。



拓宽多元沟通渠道，塑造资本市场品牌

公司以投资者需求为导向，积极通过信息披露、业绩说明会、股东大会、上证 E 互动平台、投资者服务热线、调研交流、券商策略会等方式，建立多元化的投资者沟通渠道。

高频互动回应投资者关切。2024 年，公司共回答上证 E 互动问题 126 次，并积极参与境内外卖方机构组织的策略会，与各类投资者进行多次面对面交流。同时，根据投资者需求，安排多次公司现场调研、反路演、券商策略会等沟通会。

开放参观强化科技形象。2024 年，公司首次将年度股东大会暨投资者交流会与华熙生物生物制造 5.0 科学馆及医药级中试转化平台对外开放结合在一起，邀请与会者参观。此举措施现场 120 名股东、投资者及媒体代表更为深入地了解公司作为合成生物创新驱动的生物科技公司和生物材料公司的定位与核心价值。公司高层，包括董事长兼总经理在内的管理层团队，出席并详尽阐述了公司的战略愿景与工作计划，从而进一步塑造了华熙生物作为合成生物科技创新引领者及生物材料全产业链平台企业的立体、鲜明形象。本次投资者交流会反响热烈，首次公开展示的生物制造 5.0 科学馆与医药级中试转化平台作为创新亮点，不仅激发了二级市场与财经媒体的浓厚兴趣，还持续引发了社会各界的广泛关注与深入探讨。



视频栏目传播创新实力。2024 年，公司与中信建投合作拍摄《名企面对面》走进华熙生物视频栏目，通过 1 小时视频展示公司生物科技全产业链布局的创新实力，讲述公司资本市场故事，让更多线上投资者理解华熙生物投资价值。该栏目以公司董事长兼总经理，以及多位高管的深度访谈为核心，结合实地拍摄，全方位展现了华熙生物合成生物科学馆、中试成果转化平台、生物制造 5.0 科技馆以及公司产品品牌。此外，该栏目于 2024 年 12 月 10 日播出，与双十二促销活动紧密相连，展示了公司在医美医药、功能性护肤品、功能性食品领域面向终端消费者的品牌产品，促进了消费者与投资者之间的相互转化。该栏目在中信建投支付宝财富号平台获得超过 25 万次播放量，提升了投资者对公司科技实力及底层研发重视程度的认知，传达了公司坚持长期主义、科技创新、引领行业发展的决心。



2025 年,公司将继续严谨、合规地开展信息披露工作,在此基础上,进一步提高信息披露内容的可读性和有效性,尝试更多地采用图文、动画短片、短视频、视频等可视化形式对定期报告、临时公告进行解读,向广大投资者展示公司经营情况、研发情况、产品情况等;并继续做好内幕信息管理工作,切实维护好投资者获取信息的平等性。

2025 年,公司将开展至少 4 次业绩说明会 / 投资者接待日,根据实际情况由公司董事长带队参加;并根据投资者需求,继续开展公司现场调研、反路演等沟通会。

维护双向沟通机制，消除信息沟通壁垒

公司通过多元化渠道向投资者传递公司长期价值,定期收集投资者反馈和意见,形成公司与资本市场的双向沟通机制,将市场热点和建议定期呈报管理层,实现资本市场助力上市公司的质量提升。例如,公司定期举办的线上业绩说明会,从战略和战术的角度多方位解读公司业绩的边际变动,管理层也实时解答投资者关注的主要问题,实现了即时的双向沟通。

2025 年,公司将进一步加强投资者沟通交流,积极建立与资本市场的有效沟通机制,持续打造健康、透明的投资者关系体系,不断完善沟通渠道,丰富交流方式,通过多元化渠道加强与投资者的交流频次,积极响应股东合理诉求,充分回应市场关切,消除信息壁垒,使投资者能够更全面、清晰地了解公司价值,增强投资者对公司的认同感和信心。在合规的基础上,让投资者全面及时地了解公司的经营状况、发展战略等情况,加强与投资者的交流与沟通,增进投资者对公司的信任与支持。



07 坚持价值创造为本，多维回馈股东信任

实现股份回购落地，夯实股东权益保障

2023 年 8 月至 2024 年 8 月，公司实施了股份回购计划，已完成回购股份 **3,315,538** 股，已回购资金总额约 **2.20** 亿元。

已完成回购股份

3,315,538 股

已回购资金总额约

2.20 亿元

实施稳定现金分红，共享企业发展红利

践行以价值创造为本的理念，公司高度重视投资者回报，通过实施稳健、可持续的分红策略，结合业务现状、未来发展规划及行业发展趋势，为投资者提供连续、稳定的现金分红。2019 年至 2023 年期间，每年现金分红金额占归属于上市公司普通股股东的净利润的比率超过 **30%**，五年累计现金分红合计约 10.86 亿元，占公司首次公开发行募集资金金额 23.69 亿元的 **46%**。

2019 年至 2023 年期间，

现金分红金额占归属于上市公司
普通股股东的净利润的比率超过

30%

五年累计现金分红合计约

10.86 亿元

占公司首次公开发行募集资金
金额 23.69 亿元的

46%

2025 年 4 月 9 日，公司第二届董事会第十七次会议审议通过《关于公司 2024 年度利润分配预案的议案》，公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用证券账户中股份数为基数，每 10 股派发现金红利 1.10 元（含税）。按照截至 2025 年 3 月 31 日的公司总股本扣除公司回购专用证券账户中股份数后的基数 **478,362,704** 股计算的合计拟派发现金红利为 **52,619,897.44** 元（含税），占公司 2024 年度合并报表归属上市公司股东净利润的 **30.19%**。

2025 年，公司继续坚持高质量可持续发展，根据公司实际经营业绩、盈利水平、资金支出安排等，优先采用现金分红的利润分配方式，保持利润分配政策的连续性和稳定性，以回馈投资者的信任与支持。

08 连接管理层与股东，共谋长远发展蓝图

为强化管理层对公司业务发展情况和公司目标实现的持续关注和投入，公司对高级管理人员的考评与公司的经营目标完成情况、盈利情况、管理人员分管工作的成效等多方面挂钩，发放的薪酬最终根据考评结果由董事会决定。公司将有效整合股东利益、公司利益以及员工利益，促使各方共同关注公司长期健康发展。

华熙生物 2025 年度“提质增效重回报”专项行动方案是基于目前公司的实际情况而作出的计划，未来可能会受到国内外市场环境、政策调整等因素影响，具有一定的不确定性，敬请广大投资者谨慎投资，注意投资风险。

公司将持续评估“提质增效重回报”专项行动方案的相关举措，履行信息披露义务，努力通过良好的业绩表现、规范的公司治理、积极的投资者回报，切实履行上市公司的责任和义务，回馈投资者的信任。

华熙生物科技股份有限公司

2025 年 4 月 9 日





华熙生物科技股份有限公司

地址:北京市朝阳区建国门外大街甲6号华熙国际中心D座33层

邮箱:ir@bloomagebiotech.com

网址:<https://www.bloomagebiotech.com/>