

证券代码：300741

证券简称：华宝股份

公告编号：2026-005

华宝香精股份有限公司 2025 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 615,880,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.3 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	华宝股份	股票代码	300741
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	侯晓勤	文梦影	
办公地址	上海市嘉定区叶城路 1299 号	上海市嘉定区叶城路 1299 号	
传真	021-67083202	021-67083202	
电话	021-67083333	021-67083333	
电子信箱	ir@hbflavor.com	ir@hbflavor.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（1）公司主营业务情况

华宝股份成立于 1996 年，主要从事香精与食品配料的研发、生产、销售及服务，致力于为食品、饮料、烟草、日化等下游行业提供风味解决方案，是国内香精香料及食品配料行业的龙头企业之一。公司自设立以来，以“美味生活引领者”为发展愿景，以“绿色、营养、健康”为企业使命，以国际化视野整合国内外科研资源，构建起

强大的研发创新体系，不断推出符合市场需求、引领行业潮流的新产品，持续为客户提供产品风格系统解决方案和综合技术服务。

①食用香精板块

公司的食品用香精“孔雀”品牌诞生于 1947 年，依托自身实力和技术优势，通过兼并收购及自身发展，相继进军甜味香精、咸味香精领域，产品广泛应用于乳品、饮料、冷饮、糖果、坚果炒货、膨化食品、烘焙、肉制品、休闲小食品等领域。

公司的烟草用香精经过长期高投入的持续研发，形成了公司独有的技术优势，在香气调配、品质把控以及与烟草特性的融合等方面达到了行业领先水平，能够精准满足客户对不同风格、不同层次烟草香气的需求，有效巩固了公司在行业内的领先地位。

②食品配料板块

公司近年来将食品配料业务作为重要战略发展方向，通过深化研发投入与技术整合，构建了从风味调配、天然提取到应用方案的全链条竞争力。在甜味、咸味及功能性配料领域，持续丰富健康天然的产品组合，广泛服务于膨化、面制、肉制品及休闲零食等多元场景；同时积极布局天然提取物板块，覆盖天然色素、甜味剂、抗氧化剂等品类，精准响应市场对清洁标签与营养强化的需求。同时，公司依托成熟的果蔬深加工体系，提供涵盖爆珠、晶球、果酱等六大系列 300 余种产品的综合解决方案，全面赋能饮料、乳品及烘焙行业的快速创新。此外，公司补充对天然肉源提取领域关键力量的整合，以小分子肽呈味技术为核心，深耕骨素、骨料及动植物提取物研发，升级强化公司在基础与复合风味产品上的创新能力。

③日用香精板块

公司旗下厦门琥珀成立于 1998 年，是一家新三板挂牌的高新技术企业（简称：琥珀股份，NEEQ：833164），专注于日用香精的研发、生产与销售，在基础香原料的开发、燃香评价试验、加香技术研究、微胶囊技术应用、产品稳定性测试等多个技术领域具备核心优势。厦门琥珀的产品广泛应用于织物洗涤、个人护理、香水及化妆品、空间香氛、家居清洁、熏香及消杀、宠物护理、口腔护理及创新应用等全场景日化领域，在日用香精细分市场的熏香及消杀领域处于国内领先地位。厦门琥珀秉持“天然、健康、安全”的理念在巩固熏香消杀市场的同时，重点推进桉叶二醇 LTB、大日化洗护香精、微胶囊香精的市场拓展，持续提升技术壁垒与行业竞争力。

报告期内，公司主营业务结构未发生重大变化。未来公司将继续聚焦主业，巩固并提升在香精香料及食品配料领域的综合竞争力。

（2）公司主要产品及应用领域

公司的主要产品为食用香精、食品配料及日化香精，可广泛应用于食品饮料、烟草、保健品、餐饮、日化及家居等多个领域。

食用香精分为食品用香精和烟草用香精。食品用香精涵盖果蔬类、奶味、花香、五谷杂粮、茶类、口感类及肉等众多系列，主要应用于乳制品、饮料、糖果、烘焙、肉制品、休闲食品及新式茶饮等领域，服务于亿滋、光明、达利、雀巢、百胜、洽洽、喜之郎、三全、金锣等国内外知名食品品牌。烟草用香精包括用于烟丝的表香、加料，以及滤棒、卷烟纸等配套产品的加香，拥有清香型、辛香型、果香型、烘焙香型等多种风格，为中烟工业公司及海外知名客户提供稳定供应。

食品配料产品形态丰富，包括天然提取物、果蔬粉末、风味酱汁、果酱、爆爆珠、晶球、天然色素、功能原料、创新剂型及其他特色风味产品等，产品广泛应用于乳制品、饮料、冰淇淋、烘焙、休闲食品、新式茶饮、功能食品火锅调味料、餐饮炒菜酱及卤水酱等领域。公司通过旗下孔雀、奕方、嘉萃、嘉品嘉味多个品牌，为亿滋、伊利、新希望、新盟、柠季、旺旺、盐津铺子、沪上阿姨、益禾堂、树夏、斯伯特、西子健康、WARMSANTA、翻天娃等客户提供创新配料和综合解决方案。

日化香精主要涵盖熏香消杀类、洗涤皂用类、个人护理、家居清洁、香水化妆品、空间香氛及宠物护理等领域。公司提供琥珀花香、果香、复合花果香、木香等多种风格的香精产品，已与李字、榄菊、郁美净、青蛙王子、恒安、立白、ABC、亚朵酒店、润本等知名品牌及企业建立了长期稳定的合作关系。

（3）行业发展情况

①行业发展概况

香精香料工业作为现代消费品价值链的核心基础性产业，为食品饮料、日化用品、制药、烟草及纺织皮革等终端领域提供关键嗅觉解决方案。自 20 世纪以来，工业化生产与持续技术创新共同驱动行业高速发展，天然提取与化学合成技术协同并进。近年来，消费者对天然、有机产品的需求呈现出显著增长态势，环保和可持续发展成为产业核心战略锚点，推动企业加速布局绿色原料研发与低碳工艺革新。

市场研究表明，2025 年全球香精香料市场规模预计突破 399 亿美元（Mordor Intelligence 数据），全球香精香料市场集中度高，其中，四大巨头（帝斯曼-芬美意、IFF、奇华顿、德之馨）占据 60% 以上的市场份额。从区域分布来看，欧洲和北美仍是传统主导市场，但亚太地区增速最快，中国、东南亚国家等新兴经济体因人口红利、消费升级及本土品牌崛起成为全球香料香精市场新的增长引擎。据中国香料香精化妆品工业协会（以下简称“香妆协会”）统计，2024 年中国香料香精产量 63.3 万吨，市场规模达 465 亿元。

近年来，随着我国经济的稳定发展，香料香精市场呈现出需求和供给双向增长的良好局面。国内依托完整的供应链体系与成本优势，已成为全球香精香料产业的重要制造基地和创新中心，长三角、珠三角形成超千亿级产业集群，呈现出食品用香精、日用香精、烟用香精等多个细分发展方向，整体属于成长性行业。当前我国香料香精行业正处于结构调整的换档期，由追求速度增长变换到质量增长，转型升级、转变发展方式成为行业的重要转折点，未来香料香精行业将继续深化转型升级，以技术创新为驱动，全面提升行业发展质量。

②行业经营模式

香精是由多种香原料、溶剂或载体及其他辅料经科学配比与工艺加工而成的感官导向型混合物，核心功能是赋予下游产品特定香气、风味或修饰感官特性；食品配料主要通过风味与功能的协同设计，为下游产品提供特色风味表达、感官体验升级及清洁标签解决方案。二者的研发与生产均深度融合科学技术与工艺创新，对终端产品的感官体验、功能属性及市场竞争力具有决定性作用。

香精与食品配料行业高度依赖技术创新、定制化服务及产业链协同。由于产品需精准匹配下游客户对风味、功能、成本的个性化需求，生产企业普遍采用“直销为主、经销为辅”的销售模式，并依托专业技术团队提供配方设计、应用测试等增值服务。

在终端产品中，香精的添加量有严格的比例限制，食品配料则需符合法规安全标准及工艺配比要求，导致下游客户单批次采购量有限。同时，面对食品饮料、日化、保健品等多领域下游应用的碎片化需求，生产企业普遍采用“以销定产”模式，实施多品种、小批量的柔性生产；通过计划管理体系动态衔接订单、生产与供应链，按需组织原料采购与排产。为保障订单交付时效与品质稳定性，企业通常维持原材料安全库存以应对采购周期波动，并设置合理规模的产成品周转库存。

③行业周期性

香精与食品配料行业具备一定的精细化工行业周期性特征。由于其产品应用领域极其广泛，深度渗透于食品、饮料、日化等日常生活的各个方面，且与国民经济发展水平及居民基本生活消费紧密关联，下游应用的高度多元化与必需性赋予了该行业较强的消费属性与民生保障特征，也使得单一终端行业需求的周期性波动得以相互抵消；同时，居民整体的基本生活消费需求与购买力通常保持相对稳定，因此香精与食品配料行业整体呈现较强的抗周期性特征。

（4）公司所处的行业地位情况

公司自 1996 年成立以来，始终坚持“绿色、营养、健康”的发展使命，专注香精与食品配料的研发、生产与销售全价值链建设。凭借科技创新壁垒、专利技术储备、定制化服务能力及全球化渠道网络构建的综合性优势，公司已成长为中国香精行业的领军企业，品牌价值与行业公信力持续提升。公司旗下拥有“华宝”“孔雀”“奕方”“嘉萃”“嘉品嘉味”“华芳”“喜登”“澳华达”“琥珀”等一系列知名品牌，在市场占据重要地位。截至 2025 年 12 月 31 日，公司在国内外共拥有 57 家下属企业，是一家国际化、现代化大型实业企业集团。

近年来，公司深度参与多项重要标准的制定工作，包括《天然食品用香精》《天然加工食品》《食品用香料保质期管理指南》《日用香料保质期管理指南》等。作为核心主编单位，公司积极响应香妆协会号召，参与制定了行业首部《香料香精化妆品企业可持续发展信息披露指南》团体标准。同时公司作为主要推动者，与上海市食品添加剂和配料行业协会共建“上海天然食品中心”，推动天然食品标准体系建设与成果转化。报告期内，公司以上海市食品添加剂和配料行业协会发布的天然度团体标准为依据，优化香精配方，采用符合天然标准的原料与工艺调配样品，经过权威机构的多轮检测与审核，成功获得了中国质量认证中心（CQC）颁发的《食品配料天然度产品认证证书》，向客户与消费者传递“天然、安全、高品质”的承诺。

公司及下属子公司在中国香精行业的多个组织担任领导职位，包括中国香料香精化妆品工业协会副理事长单位、中国食品添加剂和配料行业协会副理事长单位以及上海市食品添加剂和配料行业协会副会长单位等。公司的发展和科技创新能力沉淀得到了社会及行业的广泛的认可，连续多年入选中国轻工业科技百强企业，并多次位列中国香精行业十强企业。

（5）最新法律法规及政策对行业的重大影响

香料香精行业是国民经济中食品、日化、烟草、医药、饲料等行业的重要原料配套产业，与居民生活水平提高、食品饮料行业发展、促进内需和消费密切相关。近年来，国家及各相关单位陆续出台《香料香精行业“十四五”发展规划》《电子烟管理办法》《食品安全标准与检测评估“十四五”规划》《食品添加剂生产许可审查细则》等各项政策法规进行宏观调控，支持香料香精行业的发展。顶层政策的推出，有利于龙头企业进一步拓展市场、扩大规模，获得规模效益。

2021 年 12 月，中国香料香精化妆品工业协会发布的《香精香料行业“十四五”发展规划》指出：“十四五”时期香料香精行业发展要以贯彻落实我国生态文明建设总体布局和绿色发展为基本原则，到 2025 年，我国香料香精行业主营业务收入达到 500 亿元，年均增长 2% 以上。以下游市场变化为导向，在稳定传统产品产量的基础上，扩大新产品的增量，继续加大香精产品比例。香精产量达到 40 万吨；香料产量达到 25 万吨。

2022 年 3 月，国家烟草专卖局发布《电子烟管理办法》，并公开征求对《电子烟》国家标准（二次征求意见稿）的意见。《电子烟》（GB41700-2022）于 10 月 1 日实施，界定了电子烟的术语和定义，规定了电子烟设计与原材料要求、技术要求，描述了试验方法等。随着监管政策的出台和实施，国内电子烟行业逐步进入到严格且规范监管的新阶段。10 月 25 日，财政部、海关总署、税务总局联合发布《关于对电子烟征收消费税的公告》，将电子烟纳入消费税征收范围，在烟税目下增设电子烟子目。自 2022 年 11 月 1 日起，电子烟实行从价定率的办法计算纳税，有利于国内电子烟的合法合规及行业长期发展。

2023 年 12 月，国家卫生健康委颁布的新版《食品安全标准管理办法》正式施行，系统性规范了标准的立项、起草、审查、发布等全流程管理，强化标准制定的科学性、严谨性与公开性。它的实施将全面提升食品安全标准的权威性和执行力，为强化全程监管、防范风险、推动食品产业的规范化与高质量发展提供坚实的制度支撑。

2024 年 3 月，国家卫生健康委与市场监管总局联合发布了《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760-2024），并于 2025 年 2 月 8 日正式实施。该标准主要完善了食品添加剂的定义，调整了部分食品添加剂的使用规定，修订食品用香料、香精的使用原则，并明确食品用香料、食品用香精的标签应符合《食品安全国家标准 食品添加剂标识通则》的规定，凡添加了食品用香料、香精的预包装食品应按照《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》进行标示；明确食品用香料质量规格应符合《食品安全国家标准 食品用香料通则》及相关

香料产品标准的规定等。这些修订有助于进一步规范香精在食品中的使用，提升食品安全水平，同时也为香精生产企业提供了更明确的法规依据，推动行业高质量发展。

2024 年 10 月，中国香料香精化妆品工业协会发布了《香料香精化妆品企业可持续发展（环境、社会、治理）指南》团体标准，为香料香精化妆品企业提供了 ESG 管理的指导性意见，有助于企业将可持续发展理念融入发展战略和经营管理中，提升企业的治理能力、抗风险能力和经济效益，推动行业健康、协调、高质量发展。

2024 年，上海市食品添加剂和配料行业协会修订并发布了《团体标准 天然食品用香精》（T/SFABA 1-2024），制定并发布了《团体标准 食品配料天然度检测》（T/SFABA 5-2024）、《食品用香料天然性溯源》（T/SFABA 6 2024）和《天然食品添加剂天然性溯源》（T/SFABA 7-2024）等团体标准，中国检验认证集团（简称中国中检 CCIC）编制了《食品配料天然度技术规范》（CTS CQC/GF TRD 2001-2024）和《食品配料天然度认证实施规则》（CQC/SSGZ TRD 2001-2024）。

2025 年 3 月，中共中央办公厅、国务院办公厅就实施提振消费专项行动制定了《提振消费专项行动方案》，目的是为了大力提振消费，全方位扩大国内需求，以增收减负提升消费能力，以高质量供给创造有效需求，以优化消费环境增强消费意愿，针对性解决制约消费的突出矛盾问题，并提出了多项具体举措，有助于进一步推动消费潜力的释放。

2025 年 3 月，国家市场监督管理总局公布了《食品标识监督管理办法》（2027 年 3 月实施），明确规范了香精在终端产品中的宣称方式，促使下游食品企业必须更清晰、真实地标注风味来源，从而保护消费者知情权，并引导整个产业链向更规范、诚信的方向发展。

2025 年 8 月，国家卫生健康委员会发布新版《食品安全国家标准 食品添加剂标识通则》（征求意见稿），向社会公开征求意见。这是自 2013 年版（GB 29924—2013）发布以来的首次系统修订，旨在与《预包装食品标签通则》（GB 7718）、《食品添加剂使用标准》（GB 2760）等法规衔接，形成更完整的食品标签法规体系。修订稿首次明确将食品营养强化剂纳入食品添加剂管理范围，实现监管口径统一。

2025 年 12 月，国家市场监督管理总局发布的《食品添加剂生产许可审查细则（2025 版）》正式施行，标志着香精香料及食品配料行业进入监管全面收紧与精细化管理的新阶段：大幅提高行业准入门槛，首次将“食品用香精”单列为独立许可类别，并针对香精及复配产品设置了严格的附加审查要求；同时全方位强化过程管控，对生产场所、设备、人员及管理制度等制定了详尽规范。这将对技术薄弱、管理不规范的小微企业形成强大压力，加速行业洗牌，同时推动整个产业向更安全、专业、规范、高附加值的方向转型升级。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	7,345,123,680	7,437,113,270	-1.24%	8,235,526,420
归属于上市公司股东的净资产	6,787,861,524	6,785,881,777	0.03%	7,187,556,312
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	1,337,834,196	1,356,793,620	-1.40%	1,484,627,926
归属于上市公司股东的净利润	83,803,516	-296,335,413	128.28%	378,987,468

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	75,299,717	-386,181,625	119.50%	265,487,736
经营活动产生的现金流量净额	172,956,268	350,966,490	-50.72%	683,800,725
基本每股收益（元/股）	0.14	-0.48	129.17%	0.62
稀释每股收益（元/股）	0.14	-0.48	129.17%	0.62
加权平均净资产收益率	1.23%	-4.30%	5.53%	0.05%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	319,600,818	286,450,172	389,818,805	341,964,401
归属于上市公司股东的净利润	48,783,787	-35,364,896	63,609,745	6,774,880
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	36,448,438	10,776,882	54,654,075	-26,579,678
经营活动产生的现金流量净额	-6,691,622	86,688,788	80,071,758	12,887,344

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	15,639	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	16,253	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		数量		
					股份状态	数量			
华烽国际投资控股（中国）有限公司	境内非国有法人	81.10%	499,500,000	0	不适用				0
上海君	其他	3.41%	20,971,800	0	不适用				0

和立成 投资管理 中心 (有限 合伙) —共青 城田鑫 投资管 理合伙 企业 (有限 合伙)						
梁觉森	境内自 然人	1.13%	6,934,359	0	不适用	0
香港中 央结算 有限公 司	境外法 人	0.34%	2,069,707	0	不适用	0
中国银 行股份 有限公 司—华 商甄选 回报混 合型证 券投资 基金	其他	0.22%	1,355,500	0	不适用	0
张玲娟	境内自 然人	0.22%	1,340,300	0	不适用	0
上海翼 品资产 管理有 限公司 —翼品 博扬成 长价值 2号私 募证券 投资基 金	其他	0.21%	1,307,500	0	不适用	0
冯肇卫	境内自 然人	0.20%	1,224,800	0	不适用	0
郑永安	境内自 然人	0.20%	1,219,400	0	不适用	0
玄元私 募基金 投资管 理(广 东)有 限公司 —玄元 科新7 号私募 证券投 资基金	其他	0.16%	997,600	0	不适用	0
上述股东关联关系 或一致行动的说明	未知前 10 名股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

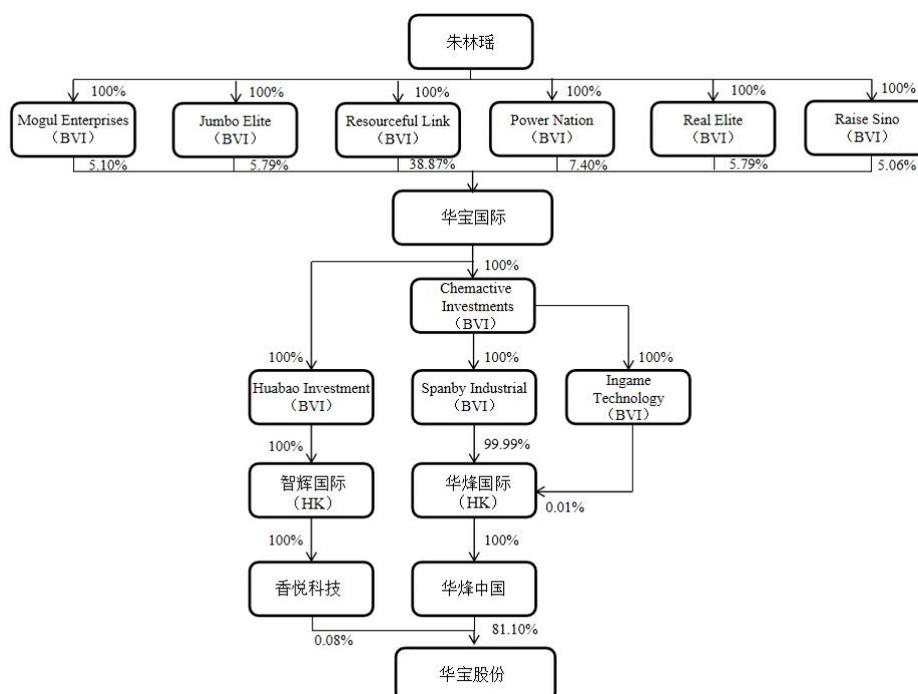
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2025 年以来，国际环境复杂多变，国际经贸秩序不稳定性、不确定性增加。面对新的机遇和挑战，公司坚定推进“绿色、营养、健康”的战略方向，以科技创新为驱动、国际化布局为支撑、ESG 理念为引领，在食用香精、食品配料及日化香精等核心业务板块实现稳健发展，为中长期价值释放持续积蓄动能。

在科技创新方面，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，依托全球的研发网络，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。

在产业布局方面，公司精准锚定大健康产业历史性机遇，作为战略升级的重要方向，在山东和江西同步布局大健康产业基地项目，致力于打造行业标杆，探索大健康食品领域的多元化合作路径。

在数智化提升方面，公司将人工智能技术融入研发体系，通过高精度谱图数据库与智能算法，提升香精成分识别与创香效率，并在各业务板块部署上线产品生命周期管理系统（PLM），大幅缩短了新品开发周期。

在生产制造能力提升方面，公司以“为客户提供极致产品”为目标，系统推进精益生产，并将绿色生产、资源循环与节能减排理念深度融入制造全流程，通过持续优化工艺、强化过程管控，打造高品质、高性价比的产品，持续提升产品竞争力与客户满意度。

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。报告期内，公司开展的重点工作如下：

1、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，通过联合主导成立“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深厚的行业积淀，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，聚焦美拉德反应制备天然风味基质、风味成分与营养物质的胶囊化包埋及应用、以及酶解乳制品浓缩物开发与应用等核心课题深度探索；在风味创新方面，深度融合市场需求洞察与技术攻关，精研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，获得市场高度认可，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。高浓度香精方面，结合国际市场趋势，研发多款不同风格的高香型香精，以满足国际市场需求。公司持续关注新型烟草的发展态势及市场机会，通过自主研发的新型现代提取及精制技术，成功制备了烟草精油、烟草香气浓缩物和烟草干馏物等产品。在面对全球消费品市场多元化、减害化的发展趋势，公司正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，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。

2、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，为消费者带来全新的美味体验，引领健康饮食生活理念。在爆珠领域，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，并凭借鱼腥草、黑芝麻粒等特色产品切入健康与地域风味赛道。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，同时拓展特色风味（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”。

在核心技术平台建设方面，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，旨在构建覆盖研发、中试与规模化生产的完整产业闭环，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。

3、日用香精业务

报告期内，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，并布局相关专利，构建了“技术+功效”的完整价值叙事。同时，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。

市场拓展上，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；海外则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。研发体系持续投入于绿色原料、释香技术及全球合规建设，并通过深化产学研合作，保持在香气前沿科学的探索能力，实现了从产品供应到价值共创的积极转型，为公司在全球日化香精市场的持续发展奠定了坚实基础。

4、全球化布局

报告期内，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；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。

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。该项目建成投产后，产品与服务将辐射东盟及海外消费群体，为东南亚等新兴市场提供稳定可靠的产品保障与技术支持。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。

5、数智化转型

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（PLM）系统的全面上线与持续优化，完成了研发流程的数字化贯通。在此基础上大力推进人工智能技术的深化应用，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；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。

公司在运营与管理端的数智化建设取得关键进展，报告期内，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。通过多系统协同，华宝股份实现了研发、生产、仓储、物流全环节数字化管理，降低资源浪费，提升效率与绿色化水平，落地“数智赋能”核心价值。

6、践行 ESG

在全球可持续发展浪潮加速演进的背景下，公司将 ESG 理念深度融入公司战略发展框架，通过优化“决策-执行-监督”三位一体的治理结构，建立了系统化的长效管理机制，确保 ESG 战略高效实施。在环境层面，公司积极响应国家“双碳”目标，将绿色低碳理念贯穿生产经营，报告期内年首次启动对范围三碳排放的统计工作，并着手制定全产业链的碳减排目标。在社会责任领域，公司的核心公益品牌“花儿成长计划”持续深化，从安徽金寨扩展至西藏尼木，融合了资助、奖教金/奖学金及组织研学等多种形式；同时响应国家全面推进乡村振兴与共同富裕的时代号召，重磅推出“华宝乡伴计划”，全面赋能乡村教育公平与乡村振兴。

2025 年公司在 ESG 领域取得了一系列标志性成果，行业引领地位显著提升。凭借在科技创新、数智化与社会责任领域的突出实践，公司成功入选《2025 中国香料香精化妆品行业可持续发展（ESG）实践案例集》《2025 年上市公司可持续发展优秀实践案例》。同时，公司 Wind ESG 评级达到 AA 级，为国内香精行业唯一获此评级的企业。在国际舞台上，公司作为首批中国企业加入《IFRA-IOFI 联合可持续章程》，积极提升中国香精行业在全球可持续治理中的话语权，彰显了公司以责任实践驱动长期可持续发展的坚定承诺。

7、精益管理

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。通过倡导和践行“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。