证券代码：300741　　证券简称：华宝股份　　公告编号：2025-012

华宝香精股份有限公司 2024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。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）。

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615880000为基数，向全体股东每10股派发现金红利0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

公司主要从事香精与食品配料的研发、生产、销售及服务。公司自设立以来，以“美味生活引领者”为发展愿景，坚持“绿色、营养、健康”的企业使命，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，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、槟榔、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，能够精准满足烟草企业对不同风格、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

公司近年来大力发展食品配料业务，深度拓展甜味风格、咸味风格及功能性的食品配料，持续扩大健康天然产品的品种，主要应用于膨化食品、面制食品、方便食品、肉制品、休闲小食品等领域。同时公司关注天然提取物在食品与饮料、保健与营养品等行业的综合解决方案，产品线包含天然色素、功能性原料、天然甜味剂、天然抗氧化剂等。

公司旗下上海奕方的主要产品包括爆爆珠、晶球冻冻、果酱、果粒、果脯、罐头等六大系列300多个品种的产品，为饮料、乳品、休闲餐饮与烘焙等快速消费品厂商提供果蔬产品的研发、设计、应用和精加工的综合解决方案。从原料甄选到成品交付，全程严格把控质量，致力于推动行业创新发展。

③日用香精板块

公司旗下厦门珑珀成立于1998年，是一家新三板挂牌的高新技术企业（珑珀股份，NEEQ：833164），专业研发、生产和销售日用香精，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、产品稳定性测试等方面具有技术优势，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、口腔护理等领域。厦门珑珀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，目前正以天然、健康、安全的理念在巩固熏香消杀市场的同时，大力推动桉叶二醇LTB以及大日化洗护类香精、微胶囊香精的市场推广。

（2）公司主要产品、品牌及应用领域

①香精产品

名称	应用领域		产品品牌	产品系列	主要客户（品牌）
食用香精	食用品领域	乳品饮料类、坚果炒货类、冷饮类、糖果类、膨化食品类、烘焙类、肉制品类、休闲小食品类	华宝、孔雀	果蔬类香精、奶味香精、花香类香精、五谷杂粮类香精、茶类香精、口感类香精、异域风情类香精、猪肉风味香精、香辛料类香精	亿滋、光明、达利、斯伯特、大窑、中粮、AAK、益海嘉里、不二制油、洽洽、喜之郎、桃李、好丽友、天喔、上好佳、雀可颂、维维、安井、申美、杨协成、冰峰、中街、汇源、小王子、嘉友、亲亲、乡乡嘴、米多奇、三全、皓月、金锣、思念、劲仔、雀巢、百胜、盼盼等
	烟草用领域	烟丝用（表香、加料）、滤棒用、卷烟纸用、内衬纸用	华芳、天宏、喜登、澳华达	清香型、辛香型、果香型、花香型、甜香型、焦香型、可可香型、膏香型、烘焙香型、奶香型、豆香型	云南、上海、湖南、浙江、广东、贵州等19个省、市的中烟工业公司
日用香精	日化领域		珑珀	花香类香精、果香类香精、复合花果类香精、木香类香精	李子、榄菊、青蛙王子、武夷白鹭、上海白猫、恒安、立白、ABC、亚朵酒店、香百年、御美净、丽臣、润本、金鹿等

②食品配料

应用领域	产品品牌	产品系列	主要客户（品牌）
膨化食品类、炒货类、烘焙类、肉制品类、面制食品类、方便食品类、休闲小食品类、火锅调味料、饮料等	华宝、孔雀、奕方、嘉萃	配料粉、配料酱、配料汁、配料油、调味包、果酱、果脯、爆爆珠、果泥、固体饮料	伊利、蒙牛、桃李、斯伯特、新盟、八喜、光明、新希望、瑞幸、百胜、益禾堂、COSTA、贤哥、小王子、金锣、百味香、亲亲、达利、思念、盐津铺子、好丽友、三全、旺旺、皓月、盼盼、橙天禄宝、新中奥、富诺等

（3）行业基本情况

①行业发展概况

香精香料工业是为加香产品配套的重要原料工业，主要服务于食品饮料、日化用品、制药、烟草、纺织及皮革等多个领域。20世纪以来，工业化生产和技术创新推动香精香料行业快速发展，天然提取技术与合成技术齐头并进。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行业焦点，各企业加速研发绿色原料与低碳工艺。

市场研究表明，2024年全球香料香精市场规模突破380亿美元（Technavio数据），其中，奇华顿、芬美意、IFF和德之馨四家企业占据60%以上的份额。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的增长引擎。

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，承接超60%的跨国企业的产能转移，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。据中国香料香精化妆品工业协会统计，2023年行业营收达486亿元，2024年上半年同比增长8.3%，预计全年规模将突破520亿元，2019-2024年复合增长率提升至4.5%，增速领跑全球主要经济体。

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，未来香料香精行业预计将继续保持增长态势。同时，随着环保意识的增强和可持续发展理念的普及，天然、绿色和健康将成为行业未来发展的重点方向；人工智能和大数据技术的推广应用，也将推动香料香精的研发和生产过程逐步走向智能化和高效化。总体而言，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、溶剂或载体以及其他辅料经科学配比、加工而成的芳香类混合物，核心功能是为产品赋予特定香气、风味或修饰感官特性，其调配过程包含精湛的科学技术，又具有高超的艺术性，对终端产品的品质起着重要作用。

香精行业高度依赖技术创新、定制化服务与产业链协同，由于香精产品需满足客户个性化需求，香精生产企业通常采用直销以及经销的模式向下游客户销售。

在单个终端产品上，香精的使用有严格的比例限制，因此下游企业每一批次采购香精的数量有限，且由于下游终端产品品种繁多，为满足各类企业的不同需求，香精生产企业普遍采用多批次、小批量的“以销定产”方式，通过计划部门衔接销售、生产和采购环节，按计划组织生产和原材料采购。为保证能及时且保质保量完成销售订单，香精企业通常保持一定量的原材料存货，并留存少量产成品存货。

③行业周期性

香精行业具备一定的精细化学品周期性的特征。由于其应用领域渗透在生活中的各个方面，且与国民经济发展和居民生活保障紧密相连，需求端的充分多元化赋予香精产品较强的消费属性，其涉及下游行业的广泛，使得单一行业需求的周期性被冲抵，而消费者的整体消费能力和意愿难以发生较大波动，因此香精行业整体抗周期性较强。

（4）公司所处的行业地位情况

公司自1996年成立以来，始终秉持“绿色、营养、健康”的使命，专注于香精的研发、生产和销售，凭借在科技创新、技术专利、产品服务、营销网络以及客户资源等方面所取得的领先优势，成长为中国香精行业的领先企业，树立起良好的品牌形象。公司旗下拥有“华宝”“孔雀”“奕方”“嘉萃”“华芳”“天宏”“喜登”“澳华达”“珑珀”等一系列知名品牌，在市场占据重要地位。截至2024年12月31日，公司在国内外共拥有46家下属企业，是一家国际化、现代化大型实业企业集团。

公司构建了核心一体化的产业链，在广东及非洲博茨瓦纳等地拥有上游原材料的提取中心，在广东、江西、福建及香港等地设有生产基地，在德国霍尔茨明登、新加坡等地设有海外研发中心，并拥有一所国家认定企业技术中心，另在广东、福建等地设有研发分支机构，全方位打造具有全球竞争力的科技创新与产业链平台。

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二百强企业、中国轻工业科技百强企业，并多次荣登中国香精行业十强企业榜首，2024年被评为“香妆行业·香料香精领军企业”，彰显了公司在行业中的领先地位与卓越实力。

（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、内需拉动和消费促进密切相关。《高新技术企业认定管理办法》将“天然产物有效成份的分离提取技术”列入国家重点支持的高新技术领域，为天然香料的精加工提供了政策支持。同时，国家发改委《产业结构调整指导目录（2024年本）》将“香料、野生花卉等林下资源人工培育与开发”“天然食品添加剂、天然香料新技术开发与生产”列为国家鼓励类的产品目录。

近年来，国家陆续出台《香料香精行业“十四五”发展规划》《食品安全标准与检测评估“十四五”规划》《促进食品工业健康发展的指导意见》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，有利于大型龙头进一步拓展市场、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《香精香料行业“十四五”发展规划》，规划中指出：“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500亿元以上，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11日，国家烟草专卖局发布《电子烟管理办法》，并于2022年10月1日起实施《电子烟》国家标准。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和规范监管的新阶段。2022年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，上海市食品添加剂和配料行业协会起草《香料香精团体标准 香料香精天然度检测与判定》标准，主要适用于对天然香料、香精和加香产品的天然度认证与审核，定义了检测天然香料香精的术语，进一步推动了香精行业的产品创新和产业发展。

2023年11月，国家卫生健康委正式颁布新版《食品安全标准管理办法》，自2023年12月1日起施行，将对规范食品安全标准管理、保障食品安全、强化食品安全监管、推动产业健康发展发挥重要作用。

2024年3月12日，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4月3日，市场监管总局就《食品添加剂生产许可审查细则》公开征求意见，进一步规范了食品添加剂的分类要求，明确了食品添加剂标签和说明书内容，强调配方研发管理、质量安全控制以及生产工艺等。该细则将引导并推动行业向更安全、规范的方向发展。

2024年10月19日，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）。在此基础上，2025年1月上海华宝孔雀香精有限公司又参加共同制订并发布了《天然加工食品》（T/SFABA 8-2025）的团体标准。

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。

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

	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
总资产	7,437,113,270	8,235,526,420	-9.69%	9,010,360,198
归属于上市公司股东的净资产	6,785,881,777	7,187,556,312	-5.59%	7,540,478,830
	2024年	2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	1,356,793,620	1,484,627,926	-8.61%	1,893,883,167
归属于上市公司股东的净利润	-296,335,413	378,987,468	-178.19%	724,925,228
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-386,181,625	265,487,736	-245.46%	529,182,850
经营活动产生的现金流量净额	350,966,490	683,800,725	-48.67%	690,082,541
基本每股收益（元/股）	-0.48	0.62	-177.42%	1.18
稀释每股收益（元/股）	-0.48	0.62	-177.42%	1.18
加权平均净资产收益率	-4.30%	5.19%	-9.49%	9.70%

（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	332,365,337	329,300,604	411,581,405	283,546,274
归属于上市公司股东的净利润	76,777,132	34,591,124	67,761,431	-475,465,100
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	45,698,000	14,365,524	38,345,592	-484,590,741
经营活动产生的现金流量净额	6,892,915	98,651,869	176,031,219	69,390,487

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	17,247	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	17,264	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	
					股份状态	数量
华锋国际投资控股（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）	其他	3.41%	20,971,800	0	不适用	0
梁觉森	境内自然人	1.13%	6,934,359	0	不适用	0
张盛兴	境内自然人	0.36%	2,218,800	0	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	0.29%	1,798,768	0	不适用	0
韩丰岭	境内自然人	0.25%	1,530,475	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
招商银行股份有限公司-南方中证1000交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.17%	1,023,400	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

单位：股

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								
股东名称（全称）	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
招商银行股份有限公司-南方中证1000交易型开放式指数证券投资基金	162,300	0.03%	31,000	0.01%	1,023,400	0.17%	0	0.00%

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

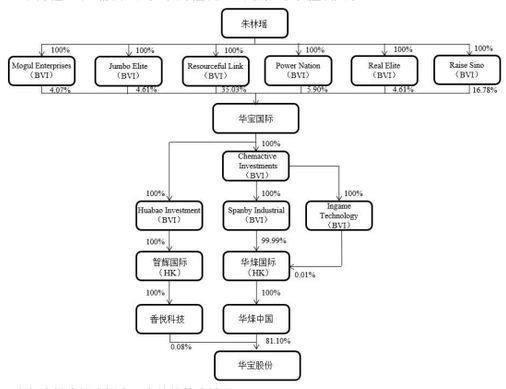
公司是否具有表决权差异安排

□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

报告期内，全球经济面临通胀压力持续、汇率大幅震荡、贸易保护主义抬头、地缘政治冲突频发、国际贸易疲软和气候灾害增多等多重考验，国际政治经济格局在复杂博弈中加速演变，全球性挑战依旧存在。尽管如此，中国作为全球产业链“稳定器”的作用持续凸显，国内经济表现出延续恢复向好的态势，展现出强大韧性。国家坚持深化改革和扩大开放，持续优化营商环境，不断激发市场活力和创新潜力，为各行业的发展提供了更加坚实的基础和更广阔的空间。面对新的挑战和机遇，公司积极调整战略布局，强化创新驱动，以适应不断变化的经济形势，推动公司业务持续健康、稳定、高质量发展。

在创新研发方面，公司施行“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。公司依托与外部高等院校、科研机构、上下游企业的合作，快速推动科研项目的技术攻关和应用转化，加速创新成果产业化；在产业及市场布局方面，稳健规划产业链下游布局，积极推进东南亚区域的研发与产能规划，布局欧洲、中东、东南亚等区域的销售网络，为公司的全球化战略落地提供有力支撑；在生产制造能力提升方面，报告期内公司以“为客户提供极致产品”为目标，通过全面统筹推进精益生产管理工作，积极践行绿色生产、资源循环利用和节能减排等理念，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；在数智化转型方面，公司对标国际化公司数字化建设的成功实践，围绕SAP ERP和PLM系统及其配套系统，进行功能延展和体验优化，纵向挖掘两大主系统在风险管控、效率提升、数据资产等方面的潜在价值，进一步扩大数智化成果的覆盖范围，以数智化赋能公司实现高质量发展。

报告期内，公司实现营业收入135,679.36万元，较上年同期下降8.61%。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10.60%，食品配料业务本期销售收入下降12.53%，日用香精业务本期销售收入增长25.08%。报告期内，公司实现归属于上市公司股东的净利润-29,633.54万元，较上年同期下降178.19%；基本每股收益为-0.48元，较上年同期下降177.42%，加权平均净资产收益率-4.30%，较上年同期下降9.49个百分点。报告期内，公司开展的重点工作如下：

（一）食用香精业务

报告期内，公司凭借雄厚的科研实力和深厚的行业积淀，始终走在创新研发的前沿，在天然酶解技术、天然植提技术、热反应技术、低温带式干燥技术、爆珠无缝包埋技术、立体调味技术、热熔挤出技术等方面取得了突破性的技术成果；在风味创新方面，深度洞察风味趋势的动态变化，通过充分调研并深入解读消费者口味需求，精研出一系列符合市场潮流的新型鲜味香精、黑松露香精、香菜粉末香精、熟制麻辣火锅香精、红烧牛肉膏体香精等产品，在市场引起积极反响，进一步稳固了公司在行业内的创新引领地位。

在烟用香精方面，公司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向取得了显著成就，构建了公司烟用香精领域的独特优势。公司持续关注新型烟草的发展态势及市场机会，依托多年积累的技术积淀与配方储备，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；针对全球不同区域的新型烟草市场，公司凭借敏锐的市场洞察力和高效的响应机制，积极开展一系列富含不同风格香韵的香精产品研发，并与国际头部客户保持良好合作关系。

（二）食品配料业务

报告期内，公司高度重视健康食品配料相关技术研发、产品创新与工艺优化，充分发挥在风味（香精、天然植物提取物、酶解物等）与配料（糖浆、浓浆、果汁、牛乳、油脂等）两大领域的专业优势，通过多个技术中心的联合协同研发，打造适用于现制茶饮、咖啡等餐饮客户，以及饮料、乳品、烘焙等食品工业客户的风味食品配料解决方案。同时，依托公司科技创新能力和客户服务能力打造的黑松露系列产品，在市场上得到了消费者的积极认可，引领行业新风尚。凭借黑松露产品的成功经验，公司进一步深耕“天然原料、高端食材、营养健康”领域，推出了黑蒜系列风味产品，让更多营养美味的高端食材走进大众消费者的生活，为消费者带来全新的美味体验，助力健康饮食生活方式的普及。

报告期内，公司科技创新食品配料产业化中试基地项目已竣工完成，该项目依托于公司科技创新中心自主研发的创新工艺技术，已顺利取得相关SC食品生产许可并正式投产，标志着公司在食品配料领域探索产业转型新路径迈出了坚实而关键一步。在市场开拓进程中，公司持续加大对重点客户的产品配套服务力度，推进与客户做深度的产品技术交流，通过精准研判市场趋势，为客户提供定制化研发的全套解决方案，深度满足客户多样化需求。

上海奕方以自主研发为核心，以市场需求为导向，精准把握乳制品、烘焙、餐饮等市场潮流，专注为食品制造等企业提供综合解决方案。报告期内，上海奕方成功将自主研发的第四代爆爆珠冰火魔球推广应用于冰淇淋领域，八喜、光明等公司推出了一系列独具特色的爆爆珠冰淇淋产品，凭借其独特的爆破感和丰富的口味层次，满足了消费者对新奇口感的追求，在冰淇淋市场引发热烈反响，有效推动了行业产品创新。

（三）日用香精业务

报告期内，公司挖掘日化业务板块，在个人护理、口腔护理、宠物护理等趋势板块持续发力，进一步加大相关产品研发投入与技术创新力度，扩大国内业务的辐射范围；同时持续探索新模式和新赛道，大力拓展新型跨界客户，积极迎合线上电商品牌的产品需求，为国内业务增长注入新动能；在海外市场拓展方面，与多个国际客户成功建立业务联系，为未来业务的可持续发展打造新的增长点；在技术创新方面，公司持续对日化粉末香精、液体微胶囊新香型、特色空间香氛等进行技术升级与产品创新，进一步提升日化香精的一体化解决方案能力。

（四）坚定业务全球化战略，海外市场加速拓展进程

2024年，公司积极响应“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。通过PLM系统协同上海、广州、新加坡等地技术团队，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600+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，亚太华宝、印尼华宝食品在2024印尼食品配料展（FIA）首次亮相，吸引了业内的广泛关注与高度评价；印尼华宝食品迅速推进产品在东南亚市场的商业转化，快速打通食品香精、食品配料等多个品类端到端的供应链，业务范围覆盖新加坡、印尼、马来西亚、越南、泰国等国家，实现市场的快速渗透。同时，为进一步提升客户服务质量，印尼华宝食品的新办公楼正式揭牌投入使用，位于Jababeka工业园区的土地也正式进入生产基地建设阶段。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。

（五）数智化赋能研发创新，数治提效助推行业转型

公司以数智化为引擎，为研发体系注入了澎湃动力。报告期内，公司对标国际香精香料公司的研发体系，对产品生命周期管理系统（PLM）进行全面升级改造，推进系统功能拓展及优化，升级改造了能够有效适配食品配料业务的功能模块，同步构建并成功上线了烟用香精板块、日化板块PLM系统，实现了全业务板块研发流程的数字化贯通与高效管理；AI技术的应用方面，公司已完成谱图基础数据库的搭建，为智能创香、智能仿香等关键领域的智能化夯实基础，同时依托海量数据训练模型，精准捕捉天然香料的特征模式，实现了对香精成分的高精度识别与分析。这一突破不仅提升了产品的安全性与质量的稳定性，更为产品创新开辟了新路径。

为了进一步规范公司的风险控制体系，实现资源的科学、高效配置，报告期内，公司全面部署了采购管理系统和合同管理系统。采购管理系统实现了从供应商评估到采购订单执行的全流程自动化，通过精细化的数据分析提供深度的市场洞察，优化库存管理、降低采购成本；合同管理系统实现了合同的智能审批和风险评估，确保合同管理全程合规，有力防范潜在法律风险。各项信息化项目的有序实施，持续深化公司集成化、平台化、透明化、高效化的系统运营管控模式，构建了公司一体化数智管理平台的总体架构，为公司的高质量发展提供坚实的数智化支撑。

报告期内，华宝股份凭借在数字化转型领域的卓越成就，成功入选2024年中国轻工业数字化转型急需解决技术“揭榜挂帅”方案名单，并荣膺2024年中国轻工业数字化转型“领跑者”案例，彰显了公司在科技创新与数字化转型方面的领先地位，也为行业发展树立了标杆和典范。

（六）ESG战略引领治理变革，评级跃升树立行业标杆

在全球经济格局深刻调整、可持续发展成为时代强音的大背景下，公司将ESG理念全面融入战略发展框架，以系统化的顶层设计优化治理结构。报告期内，公司公司将ESG专业管理工作纳入董事会战略委员会，并将其升级为“董事会战略与ESG委员会”，构建“决策-执行-监督”三位一体、紧密联动的的管理机制，将ESG职责深度嵌入经营管理体系，确保ESG战略得以高效、有序实施。同时，公司积极响应国家“双碳”战略，成立ESG气候项目专项小组，启动气候风险评估与应对计划，通过制度创新强化环境责任意识，加快绿色低碳转型步伐，为可持续发展注入新动能。

2024年，公司在ESG领域实现了跨越式突破：首次发布ESG报告，凭借卓越实践成功入选中国上市公司协会2024年上市公司可持续发展优秀实践案例及2024中国香妆行业可持续发展（ESG）实践案例，充分展现了公司在可持续发展领域的引领地位。公司的Wind ESG评级升至A级，并成为国内香精香料领域唯一获此评级的企业，凸显了公司在环境、社会与治理等多维度的综合竞争优势。报告期内公司正式加入联合国全球契约组织（UNGC），标志着可持续发展实践获得国际权威认可，彰显了公司积极投身全球可持续发展议程的责任担当与坚定承诺。

（七）精益管理驱动高效生产，智造升级保障战略落地

公司以“为客户提供极致产品”为目标，全方位践行精益管理理念，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，有序推广至其他下属企业。通过5S管理、目视化、降低库存、提案改善和工艺改革提升等措施，多管齐下推进精益化变革，显著提升了产线的生产效能。同时，公司积极推动精益生产与数字化转型升级深度融合引入自动化设备与智能控制系统，实现生产过程的智能化、自动化。利用数据分析和人工智能等技术，保障生产流程智能化，促进全价值链各环节高效协同，持续优化产品质量与交付效率，逐步实现公司精益生产管理目标。

股票代码：301282　　股票简称：金禄电子　　公告编号：2025-017

金禄电子科技股份有限公司 关于调整2023年限制性股票激励计划授予价格及作废部分已授予尚未归属的限制性股票的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

金禄电子科技股份有限公司（以下简称“公司”）于2023年2月8日召开的第二届董事会第三次会议、第二届监事会第三次会议及于2023年2月27日召开的2023年第一次临时股东大会审议通过了《关于＜2023年限制性股票激励计划（草案）＞及其摘要的议案》等相关议案，具体内容详见公司于2023年2月9日及2023年2月28日在巨潮资讯网上披露的相关公告。

根据《2023年限制性股票激励计划（草案）》和公司2023年第一次临时股东大会的授权，公司于2025年3月28日召开第二届董事会第十八次会议及第二届监事会第十八次会议，审议通过了《关于调整2023年限制性股票激励计划授予价格及作废部分已授予尚未归属的限制性股票的议案》，同意公司本次调整2023年限制性股票激励计划（以下简称“本激励计划”）授予价格并作废已授予但尚未归属的限制性股票共计777,500股，现将有关情况公告如下：

一、本激励计划已履行的相关审批程序

（一）2023年2月8日，公司召开第二届董事会第三次会议，审议通过了《关于＜2023年限制性股票激励计划（草案）＞及其摘要的议案》《关于＜2023年限制性股票激励计划考核管理办法＞的议案》《关于提请股东大会授权董事会办理2023年限制性股票激励计划有关事项的议案》，公司独立董事对相关事项发表了同意的独立意见。

（二）2023年2月8日，公司召开第二届监事会第三次会议，审议通过了《关于＜2023年限制性股票激励计划（草案）＞及其摘要的议案》《关于＜2023年限制性股票激励计划考核管理办法＞的议案》《关于提请股东大会授权董事会办理2023年限制性股票激励计划有关事项的议案》，公司独立董事对相关事项发表了同意的独立意见。

（三）2023年2月9日至2023年2月19日，公司及全资子公司湖北金禄科技有限公司（以下简称“湖北金禄”）通过内部宣传栏对本激励计划激励对象的姓名和职务进行了公示。在公示期内，未收到与本激励计划首次授予的激励对象有关的任何异议。2023年2月21日，公司披露《监事会关于2023年限制性股票激励计划激励对象名单的核查意见及公示情况说明》，监事会结合公示情况对本激励计划激励对象名单进行了核查，并对相关公示与核查情况进行了说明。

（四）2023年2月20日，公司披露《关于2023年限制性股票激励计划内幕信息知情人买卖公司股票的自查报告》，对本激励计划内幕信息知情人在本激励计划草案公告前6个月内买卖公司股票的情况进行了自查。经核查，在本激励计划草案公告前6个月内，未发现本激励计划的内幕信息知情人进行内幕交易或泄露内幕信息的情形。

（五）2023年2月27日，公司召开2023年第一次临时股东大会，审议通过了《关于＜2023年限制性股票激励计划（草案）＞及其摘要的议案》《关于＜2023年限制性股票激励计划考核管理办法＞的议案》《关于提请股东大会授权董事会办理2023年限制性股票激励计划有关事项的议案》。

（六）2023年4月14日，公司召开第二届董事会第五次会议及第二届监事会第五次会议，审议通过了《关于调整2023年限制性股票激励计划首次授予激励对象名单及授予数量的议案》《关于向2023年限制性股票激励计划激励对象首次授予限制性股票的议案》，公司独立董事对相关事项发表了同意的独立意见，公司监事会对激励对象名单（截至首次授予日）进行了核查并发表了核查意见。

（七）2023年6月5日，公司召开第二届董事会第七次会议及第二届监事会第七次会议，审议通过了《关于调整2023年限制性股票激励计划授予价格的议案》，公司独立董事对相关事项发表了同意的独立意见。

（八）2023年10月12日，公司召开第二届董事会第九次会议及第二届监事会第九次会议，审议通过了《关于向2023年限制性股票激励计划激励对象授予预留部分限制性股票的议案》，公司独立董事对相关事项发表了同意的独立意见，公司监事会对预留部分授予的激励对象名单进行