

厦门金达威集团股份有限公司

2025 年度总经理工作报告

一、2025 年公司总体经营情况

2025 年，面对复杂多变的全球发展环境，公司以完善的治理体系为保障，在董事会创新战略的科学指引与管理层高效执行的有力推动下，坚守主业赛道，彰显出深厚的发展韧性。公司将科技创新贯穿发展全程，持续推动老产品技术升级与成本优化，加快新产品研发上市步伐，以源源不断的创新成果激活发展内生动力，为企业可持续发展夯实基础，巩固行业竞争优势。

综合各板块业务，公司 2025 年实现营业收入 33.65 亿元，同比增长 3.87%；归属于上市公司股东净利润 3.40 亿元，同比下降 0.61%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 3.27 亿元，同比下降 3.55%。

二、2025 年主要工作

过去一年，面对波谲云诡的国内外市场环境和白热化的行业竞争挑战，公司锚定“向内挖潜、固本强基；向外拓联、互利共赢”的发展策略。对内，立足自身核心优势，聚焦产品创新、技术升级、生产优化；对外，围绕全产业链的协同与升级，寻找多元合作机遇，深化资源整合。内外并举，公司着力构建并贯通“原料-生产-品牌-渠道”一体化的产业生态，不断增强产业链的系统合力与抗风险能力，为公司在激烈竞争中夯实可持续发展根基。

营养原料研发方面，公司紧密跟踪国内外大健康与生物合成领域研究开发及产业技术的发展动态，结合市场前景积极推进研发投入及技术进步。报告期，公司新产品试车数量再创新高，全年开展了甜菊糖苷 RM、虾青素、单细胞蛋白（酵母提取物）、甜蛋白等新产品的试车或量产工作，全年累计开展研发的新产品项目及已有产品工艺改进项目数十个，多个储备项目处于参数优化、小试、中试等阶段。公司着力前瞻性布局具备广阔市场潜力的新产品赛道，全力培育新的利润增长点。

营养原料生产方面，报告期辅酶 Q10 依旧是公司的重要产品之一，公司以创新为内核驱动力，在牢牢守住辅酶 Q10 全球市场占有率领先、利润领跑的核心优势基础上，持续加大对研发创新的投入力度，不断迭代发酵技术与生产体系，让核心产品竞争力始终保持国际领先优势。2025 年公司一方面顺利完成辅酶 Q10 年产 920 吨改扩建项目，进一步提升辅酶 Q10 的生产能力和市场竞争力，实现产销量继续增长，成本明显下降；另一方面通过持续研发，推进辅酶 Q10 产品迭代升级，顺利完成高纯度产品的产业化落地，精准匹配客户多元化需求。同时，积极对接副产品综合利用开发，提升附加值，提高辅酶 Q10 系列产品的市场竞争力；得益于配方改进与工艺优化，报告期公司的 DHA 与 ARA 等产品品质、生产效率明显提高，生产成本同步下降，产品竞争力增强推动整体产销势头提升。报告期公司重点推进了万吨油脂项目，为公司布局藻油 Omega-3 筑牢根基。维生素方面，公司面对复杂多变的市场环境，展现出较强的经营韧性并在报告期取得较好的经营业绩，全年营业收入、毛利、销量较上年度均有增长。

保健食品生产方面，依托供应链、生产流程、工艺技术及订单管理体系等关键环节的全方位优化，主营保健食品成品生产的子公司 VitaBest 顺利走出亏损困境，实现经营基本面企稳向好。后续，公司将加大在营养保健品成品生产上的投入力度，以产能扩张与品类创新为抓手，新增软胶囊、水剂、粉剂、条包等多种剂型生产线，既兼顾公司自有品牌供应保障与代工业务规模拓展，又赋能公司营养原料业务，为客户提供多元化增值服务，多措并举提升公司整体盈利能力。

保健食品品牌方面，公司持续推动旗下品牌体系的构建，Doctor's Best 多特倍斯为实现其在亚马逊平台开展自主运营投入了大量的准备工作，此举将使其获得更强的自主定价权，有助于提升产品盈利空间；Zipfizz 旗下新产品 YOU 系列功能性饮料已基本完成前期准备工作，将适时推向市场；在国内，Doctor's Best 多特倍斯依托精准的产品定位与营销策略，增长潜力加速释放，品牌影响力与渗透率稳步攀升。

三、2026 年经营计划

1、巩固存量优势并寻求增量突破

面对复杂的国内外市场环境和白热化的行业竞争挑战，公司一方面持续加大

对辅酶 Q10 等优势单品的研发投入，通过技术迭代、工艺优化等措施，不断突破现有生产水平，有效降低生产成本，稳固产品全球规模优势与技术领先地位；另一方面积极挖掘市场新需求、捕捉行业新机遇，优化现有产品升级，推进高价值新产品的研发及生产。2026 年公司将大力推进募投项目“万吨油脂项目”、“营养保健品智慧工厂建设项目”的建设，以及金达威药业 9# 厂区发酵车间、美国保健食品成品工厂等的投资建设，持续丰富产品品类矩阵，着力培育新的业绩增长点，实现存量优势巩固与增量突破双向发力。

2、努力提高品牌市场渗透率，完善品牌矩阵布局

公司将继续推进旗下各品牌的建设，通过全面整合资源、提高营运水平、打造拳头产品、孵化新产品线、依托全产业链降本增效等措施，努力提高各品牌盈利能力。公司十分重视国内保健品市场，将持续加强 Doctor's Best 多特倍斯在国内市场的营销，依托品牌的国际化基因与集团的全产业链优势，全力巩固、提升辅酶 Q10、镁片、抗衰系列等优势产品的市场渗透率，同时加大潜力产品的推广力度，通过加强团队建设、调整考核目标、增加营销投放、开发适销产品等途径，全面提升品牌在国内市场的认知度与影响力；同时，公司将稳步推进国内保健品“金乐心”等品牌的建设与价值塑造工作，进一步完善品牌矩阵布局。

3、紧密跟踪行业发展动态，紧抓生物合成研究开发和产业技术落地

公司将紧密跟踪国内外大健康与生物合成领域研究开发及产业技术的发展动态，洞察国内优秀同类企业的产业水平，结合市场前景，进行研发项目的规划及储备；注重新研发方法如 AI 在研发中的应用，提高研发效率；强化现有技术队伍的建设，继续寻求核心技术人员的引进，重视与外部技术力量开展联合技术开发及联合产业化的实现，不断完善公司合成生物研发平台建设。

4、推进数智化建设进程，提升生产效率和智能化水平

公司将以实施募投项目“信息化系统建设项目”为契机，大力推进数智化建设，聚焦生产与管理环节构建数智化协同体系。通过搭建集成化、数智化平台，整合生产、库存、财务等核心数据，实现信息共享与动态监控，运用 AI 算法优化资源配置、提升决策效率，同时加强员工数智化技能培训，夯实人才基础。生产与管理双端联动，将形成数据驱动的闭环管理体系，全面提升公司生产效率与管理效能，为公司高质量发展注入动能。

5、进一步筑牢安全、环保、质量“三条红线”生产

安全、环保、质量无小事，关系到公司的稳定发展、品牌形象，更涉及人民的生命健康安全。在不断提升企业创新能力和适应市场快速变化的同时，以保证“三条红线”生产指标为前提，继续强化安全生产意识，落实安全责任，强化环境保护意识，落实环保责任，实现杜绝重特大事故、减少一般事故、确保安全生产的平稳态势、通过各项质量体系认证及各类排污控制目标。

上述计划并不代表公司对 2026 年度的盈利预测，能否实现取决于市场状况变化、经营团队的努力程度等多种因素，存在不确定性，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意投资风险。

厦门金达威集团股份有限公司

总 经 理

2026 年 4 月 20 日