

华熙生物科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

(2025年8月27日)

证券简称：华熙生物

证券代码：688363

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ ）
参与单位名称	大成基金、博时基金、鹏扬基金、安联基金、星泰资本、众盛投资、永安保险、华安资管、中泰资管、国海证券、东北证券、广发证券、申万宏源证券、光大证券、UBS 等约 20 名机构及个人投资者参会
时间	2025年8月27日 14:00
地点	上海
公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书李亦争，投资者关系管理团队
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要交流问题及答复</p> <p>Q：公司 2025 年第二季度业绩出现显著拐点，特别是盈利能力大幅改善，主要原因是什么？董事长重返一线后主要推动了哪些变革？</p> <p>A：公司二季度利润回升的根本原因是 2025 年 3 月起，公司董事长兼 CEO 重回业务一线、重返创业状态，系统性调整经营理念、业务方向及人才组织模式，目前仍处于系列调整的初期，具体核心举措包括：</p> <p>第一，探索适合华熙生物品牌的传播沟通模式。公司坚决推动品牌传播从“规模导向”转向“效益导向”，在适合公司品牌特点的市场沟通模型成熟前，</p>

大幅压缩以销售额为单一核心指标的无效投放和外包活动，削减缺乏内驱思路的外包活动，并调整了相应的考评体系。待优化后的沟通模式确立，公司将重启规模化市场动作，提升投放精准度与品牌传播价值。这使得第二季度销售费用率同比下降 12.46 个百分点，上半年累计下降 6.19 个百分点，利润空间得到有效释放。

第二，聚焦华熙生物具备长线技术壁垒和科技资产沉淀的消费品转化业务：

公司核心基础技术为精准分子量控制的透明质酸，公司依托与全球高校、研究机构及药企的合作，开展细胞生物学、糖生物学在衰老干预、组织再生领域的逆向研究。基于糖类物质在细胞分化与信号机制中的关键作用，特别是透明质酸作为细胞构建外基质结构的关键指挥中心，以及透明质酸独特的通过不同分子量组合模式来精密调控细胞行为的全新科研前沿认知，华熙生物的研究范围从透明质酸所在的细胞外基质（ECM），延伸至细胞间通讯和细胞本身形成了细胞外基质、细胞间通讯和细胞内三大核心板块。

公司未来将围绕这些生命科学的核心物质合理拓展产业生态，大幅削减无明确技术支撑的品牌孵化计划，强化华熙生物具备长线技术壁垒和科技资产在消费品业务中的转化。例如，将精准透明质酸在细胞外基质（ECM）中的引导及通讯技术应用于润百颜品牌，使其在医美及功效护肤领域共享同一技术底层逻辑，兼具医美三类械的认知深度与功效护肤品的认知广度；将不同分子量透明质酸免疫调控技术、第五代合成生物发酵技术、组织再生与细胞培养基核心技术，分别赋能米蓓尔、BM 肌活、夸迪等品牌，确保主要品牌解决关键问题的科研基础与公司活性物及基础研究优势高度匹配。

第三，革新组织与人才体系。公司彻底摒弃外聘“职业操盘手”模式，彻底摒弃外聘“职业操盘手”模式，重点选拔并培养具备科技情怀、契合公司价值观且有领导人格的创业型人才走向管理岗位；2025 年年内将持续聚焦组织与人才调整，优化团队结构、提升人效，为后续大规模市场动作筑牢组织与人才基础。报告期内因此产生约 2900 万元的一次性管理费用，但为长期发展夯实了基础。

第四、重塑企业科技形象，捍卫科学价值观，承担行业责任。重塑华熙生物企业形象，对罔顾科学的言论、报道、行业研究等影响和扰乱行业竞争秩序的不实内容坚决发声。通过系统输出透明质酸在糖生物学、细胞生物学领域的前沿研

究价值与产业应用成果，向市场传递正确的科学认知。全面打通各业务板块传播逻辑，构建基于严密科学论证的科学传播体系，打破行业“流量优先、科学滞后”的传播乱象，为生物科技及相关行业树立科学传播、合规发展的风气，承担公司作为头部企业的行业责任。

上述举措在二季度初步显效，单季度实现归属于上市公司股东的净利润 1.19 亿元，同比增长 20.89%，净利润率实现了自 2024 年一季度以来的首次同比和环比回升。

Q：能否具体介绍一下公司二季度盈利质量提升的具体表现？

A：二季度公司盈利质量的提升是**多维度、全方位的**，主要体现在以下几个方面：

净利润率显著回升：第二季度归母净利润同比增长 20.89%，净利润率实现同比和环比双重回升，标志着盈利拐点的显现。

费用管控成效显著：销售费用率的显著下降是关键因素。我们摒弃了单纯买流量的模式，通过对推广费用和人力成本的精细化配置，实现了降本增效。

现金流表现强劲：上半年经营活动产生的现金流量净额为 2.2 亿元，盈利现金比率高达 98.6%，与净利润基本持平。这主要得益于应收账款周转效率的改善和应付账款的合理统筹，表明盈利具有扎实现金流的支撑。

资产运营效率优化：通过产品迭代和库存精细化管理，存货周转天数从一季度的 391 天显著下降至二季度的 321 天，存货原值较期初减少 7572 万元，去库存策略成效初显。

需要说明的是，上半年净利润同比下降主要受一季度业务调整阵痛的影响。二季度起，随着各项调整措施落地，经营韧性已逐步释放。

Q：分业务板块介绍一下上半年，特别是二季度皮肤科学创新转化业务的经营情况。

A: 原料业务：高端化与国际化双轮驱动

原料业务实现收入 6.26 亿元，其中华熙生物品牌 HA 销售量超 150 吨（同比+9%），弗思特品牌收入 5,959 万元，同比大幅增长 87.86%并在第二季度基本实现盈亏平衡，成为重要增长驱动力。透明质酸创新产品及其他生物活性物收入占比超 23%。国际市场收入 3.31 亿元，占原料业务收入的 52.93%，其中日本市场增速超 20%，欧洲、东南亚等地增速近 10%，需求强劲。

医疗终端业务：聚焦高壁垒，巩固核心优势

医美板块 直销渠道占比超 80%，注射用透明质酸钠凝胶类产品毛利率保持在 89.90%的行业高位。获批三类医疗器械注册证的新产品“润百颜·玻玻”和“润致·缇透”丰富了矩阵。公司也积极推进“品牌+技术”出海。

皮肤科学创新转化业务：调整深化，成效初显

调整成效已在部分品牌显现：3月起已首先在 BM 肌活、米蓓尔品牌中实现了落地，通过组织结构优化，建立了扁平敏捷的创业团队架构，改善库存结构、降低销售费用率。以米蓓尔为例，第二季度库存件数下降约 41%，销售费用率从约 72%下降至约 32%，下降了 40 个百分点。

目前肌活、米蓓尔品牌调整已经取得了阶段性的显著成果，润百颜和夸迪品牌也已在二季度末开始了陆续调整。

营养科学创新转化业务 方面，旗下华熙当康实现收入 0.38 亿元，同比增长 32.40%。通过精细化运营，费用率稳步下降，经营质量持续提高。

Q: 公司在研发投入和聚焦方面有哪些新变化？未来的技术布局是怎样的？

A: 报告期内，公司对研发布局进行了战略性梳理和聚焦：

研发方向深度聚焦：将研发项目总数从 300 余个精简至 200 余个，合并优化超过 30%的项目。资源向细胞外基质（ECM）、细胞间通讯和细胞内三大核心板块

高度集中。

研发投入持续加大但更精准：2025年上半年研发费用投入2.31亿元，同比增长15.25%，占营业收入比重为10.22%。投入重点集中于高壁垒的原料与医疗终端业务。

成果转化显著：上半年新增授权知识产权340项（含发明专利29项）。上市了6款生物活性物原料，并发布了获批三类医疗器械注册证的“润百颜·玻玻”合规水光和“润致·缇透”合规动能素等新产品。

未来，公司将依托全球领先的合成生物制造平台，持续深耕三大核心板块，打通“基础研究-技术转化-产业应用”的全链路。