

证券代码：002626

证券简称：金达威

20260129 投资者关系活动记录表

编号：20260129

投资者关系活动类别	<div><input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/> 分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/> 媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/> 业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/> 新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/> 路演活动</div> <div><input type="checkbox"/> 现场参观</div> <div><input type="checkbox"/> 其他（）</div>
参与单位名称或人员姓名	华夏基金 胡慧婷，平安基金 张健维，长城基金 覃晓露，睿郡资产 谭一苇，国盛证券 李梓语、陈熠，国海证券 秦一方、黄诗汶，光大证券 李嘉祺，财通证券 马咏怡，嘉实基金 张浩嵩，鑫巢资本 刘力铜，国泰基金 施钰，广发证券 符蓉、谌保罗，中银基金 雷泽成，安信基金 郑婉玲，财通资管 赵雯，东北证券 吴兆峰，西南证券 李茂怡
时间	2026 年 1 月 27 日-1 月 29 日
地点	公司会议室或线上
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 李晓芳、证券事务代表 林洁、证券事务专员 张燕婷
投资者关系活动主要内容介绍	<div>1、辅酶 Q10 的市场前景怎样？公司对辅酶 Q10 的产能布局情况如何？</div> <div>答：辅酶 Q10 市场前景广阔，应用场景与目标人群持续拓展，从最初的 65 岁以上人群、心脏病患者，延伸至他汀类药物服用者、职场人群、运动人群等，美国等海外市场需求稳固，国内及新兴市场需求逐步释放。公司产能扩张基于市场需求研判与自身优势，具有一定的前瞻性。公司改扩建项目完成后将根据市场需求和产能爬坡情况逐步释放产能，保障公司的行业领先地位及市场占有率。</div> <div>2、公司万吨油脂项目主要产品为藻油 Omega-3、DHA、</div>

ARA 等，藻油 Omega-3 为什么能部分替代鱼油？

答：公司万吨油脂项目将利用微生物发酵工艺生产 Omega-3（含 DHA、EPA）、DHA、ARA 并进行提取、精炼。

相较于传统鱼油，微生物制造可实现 Omega-3、DHA 等目标成分的定向、高效、规模化生产且具备产物纯度高、组分可控（可特定生产高纯度 EPA、DHA 或特定比例组合）、质量稳定、生产过程环境友好、可追溯等优势，以满足制药级、食品级产品对安全性与一致性的较高要求。同时，在全球应对气候变化与发展循环经济的背景下，生物发酵碳足迹显著低于传统鱼油，是符合环境、社会与治理（ESG）原则的解决方案。另外，纯素需求及植物基消费也为微生物制造开辟了广阔的市场空间。

随着合成生物制造的不断发展，利用微生物发酵法生产 Omega-3、DHA、ARA 等产品的工艺不断成熟，成本逐步降低，其商业前景日益广阔。

3、公司目前在原料端的布局？

答：公司一方面保持对辅酶 Q10 等领先单品的研发投入，不断改进技术、优化工艺、降低成本，确保规模领先、技术领先；另一方面不断挖掘新的市场机会，丰富公司产品品类，培育新的业绩增长点。例如：藻油 Omega-3、酵母蛋白、生物代糖等。

4、公司酵母蛋白业务目前处于什么阶段？

答：公司认为作为一种从酵母菌中提取的高质量蛋白，酵母蛋白因其出色的营养价值和可持续性特征，正在全球食品和生物科技领域获得越来越多的关注。这种蛋白不仅含有丰富的必需氨基酸，生物利用度高，还具有低过敏性的特点，饲料行业利用其作为鱼粉和豆粕的替代品，帮助降低生产成本，市场前景广阔。公司已完成前期市场调研、技术论证，将进一步开展酵母蛋白的研发、生产和销售业务。

5、公司营养保健品成品工厂业务有何规划？

答：公司营养保健品成品工厂业务目前主要在美国 Vitabest 工厂进行，Vitabest 工厂主要从事片剂和硬胶囊的生产，经过对供应链、生产流程、生产工艺、订单跟进等方面的持续优化，已走出亏损的阴霾，且具备一定生产规模与客户基础。后续公司将继续加大在美国的营养保健品成品生产的投入，快速拓展产能与产品品类，增加软胶囊等新品类生产线，在满足自有品牌需求的同时，扩大品牌代工规模，持续提升盈利能力。

6、市场监管对跨境保健品有何影响？

答：各大电商平台监管力度加大，将有效遏制行业乱象，淘汰缺乏品质保障的劣质产品，为合规企业创造公平竞争的市场环境。长期来看，行业规范化发展将有利于具备全产业链优势、产品可靠合规的公司。

7、公司当前的品牌现状如何？2026 年的品牌战略规划有哪些重点？

答：公司品牌体系呈现海外成熟、国内成长的格局。公司下属品牌 Doctor's Best 80% 销售额集中于北美市场，主要供应亚马逊、iHerb 等大型电商平台，具备较高知名度与稳定消费群体；国内市场也成立专业的电商团队。Doctor's Best 背靠公司全产业链优势，凭借科学的配方、可靠的原料，打造高品质的产品矩阵，其主要产品辅酶 Q10、鱼油、氨糖、维生素等广受消费者的认可。

2026 年公司品牌战略将围绕扩大市场份额、提升品牌影响力推进，一方面公司将给予品牌更多的关注和支持，调整品牌目标考核、加大营销投入力度、优化产品渠道建设，大力提升运营水平，通过产品和渠道共同推进品牌影响力，扩大品牌的销售规模，提升市场占有率；另一方面依托原料生产与全产业链硬实力，借行业监管规范化契机，突出产品品质优势，在

	市场上形成差异化竞争；同时加强内容电商布局，在主流平台开展宣传推广，扩大品牌触达与国内市场认知度。
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 1 月 29 日