

公司代码：603102

公司简称：百合股份

威海百合生物技术股份有限公司
2025年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1、 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，投资者应当到上海证券交易所（www.sse.com.cn）网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3、 公司全体董事出席董事会会议。
- 4、 容诚会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经容诚会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至 2025 年 12 月 31 日，母公司可供分配利润为 887,078,233.89 元。经公司第五届董事会第二次会议决议，公司 2025 年度拟以权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润，本次利润分配预案如下：

公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 7.5 元（含税）。截至 2025 年 12 月 31 日，公司总股本 64,000,000 股扣减累计已回购的库存股 1,726,100 股，即 62,273,900 股，以此计算合计拟派发现金红利 46,705,425.00 元（含税），最终实际分配总额以实施权益分派股权登记日时有权参与本次权益分派的总股数为准计算。

根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 7 号—回购股份》的有关规定，“上市公司以现金为对价，采用集中竞价方式、要约方式回购股份的，当年已实施的股份回购金额视同现金分红，纳入该年度现金分红的相关比例计算。”公司 2025 年度以集中竞价方式回购股份累计支付金额为 30,015,388.00 元，视同现金红利，加上该等金额后，公司 2025 年度现金分红金额共计 76,720,813.00 元（含税），占合并报表归属于上市公司股东的净利润比例为 59.74%。

如在利润分配预案公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

本次利润分配预案尚需提交公司股东会审议。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	百合股份	603102	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孙同波	夏鑫鑫、吕旭蕾
联系地址	荣成市天鹅湖经济技术开发区成大路2899号	荣成市天鹅湖经济技术开发区成大路2899号
电话	0631-7833031	0631-7833031
传真	0631-7830130	0631-7830130
电子信箱	suntongbo@sohu.com	suntongbo@sohu.com

2、报告期公司主要业务简介

2025年，我国营养保健食品行业在人口老龄化加速与全民健康意识向“主动健康”深化的双重驱动下，延续了强劲发展势头，全年呈现“稳中有进、质效齐升”的态势。行业规模持续扩容，结构升级从“量”的增长转向“质”的突破，高端化、精准化、场景化成为贯穿全年的核心发展主线。

（一）行业持续扩容与结构升级

2025年全年，行业在经历了上半年增长后，下半年消费韧性进一步显现。老年群体对慢性病管理与功能养护的需求持续增强；中年群体健康管理前置化趋势显著，带动防病型、抗衰型产品渗透率稳步提升；年轻消费群体则继续引领便捷化、零食化、趣味化的产品创新方向。全年来看，高端功能性产品市场表现优于行业平均水平，消费升级趋势在消费分层背景下愈发清晰，行业正加速从“泛功能化”供给向“精准化、个性化”服务转型。

（二）政策环境优化与监管体系完善

2025年是行业政策创新从“试点探索”走向“全面深化”的关键之年，全年监管框架持续优化，形成“规范发展、鼓励创新、强化保护”的良性互动格局。

1.政策红利持续释放与深化

全年食药物质管理政策进入实质性落地阶段。当归、黄芪等传统物质标注健康益处的细则进一步明确，为企业开发合规、有效的药食同源产品提供了清晰路径；天麻、黄精等特色物质纳入管理目录后，其应用范围和市场认知度快速提升。复方配伍备案试点稳步扩围，推动了更多经典名方向现代营养保健食品转化。功能声称管理方面，全年完成了对部分证据不足声称的清理，统一规范了表述方式，并强化了对少年儿童群体的特殊保护，行业整体合规水平显著提升。

2.监管效能与市场秩序双提升

全年监管体系实现了从“事后惩处”向“全链条风险防控”的转变。覆盖“评价监测、风险防控、监督检验、不良反应追踪”的监管网络运行更加成熟。针对涉老领域的虚假宣传专项整治贯穿全年，对非法添加等违法行为保持高压态势，有效净化了市场环境，为合规经营、注重研发与品质的企业创造了更公平的竞争空间。

（三）产品创新与消费场景深度融合

2025年，产品创新与消费场景的匹配度从“初步结合”迈向“深度融合”，行业已构建起以消费者健康需求为中心的立体化产品生态。

1.产品形态创新常态化，精准触达多元场景

全年来看，凝胶糖果、功能性软糖、便捷条包等“零食化”剂型已从创新尝试发展为成熟品类，成为年轻消费群体“碎片化养生”的主流选择。透皮贴剂、口腔膜剂等新型载体在睡眠管理、运动恢复、情绪调节等即时性健康干预场景中的应用进一步拓展，标志着产品形态创新正从“便捷化”向“功能高效化”升级。

2.技术升级赋能场景解决方案深度

全年行业研发投入持续，技术升级成为提升场景解决方案能力的关键。药食同源原料在标准化、安全性评价方面取得长足进步，其在慢病调理、四季养生等成熟场景的应用更加深入和规范；复配技术与复方配伍研究的突破，使得产品能够更有效地针对综合抗衰、代谢综合征等多靶点健康问题提供协同解决方案，满足了中高净值人群对深度健康管理的专业化需求。

3.需求分层驱动产品矩阵立体化

经过全年的市场检验与迭代，行业已形成覆盖全生命周期、适配不同健康目标的立体化产品矩阵：面向老年群体的高安全性功能制剂，强调成分明确、效果可靠；面向中年群体的高效复合配方，聚焦防病抗衰、多靶点调节；面向年轻消费群体的功能性便捷产品，注重体验感、分享性与消费场景的即时适配。三者共同构成了层次清晰、互补协同的行业供给新生态。

（四）跨境监管步入“强合规”时代，行业加速洗牌，合规能力成核心竞争力


2025年，跨境营养保健食品监管迎来历史性转折。10月14日，《中华人民共和国进口食品境外生产企业注册管理规定》（海关总署令第280号，以下简称“新规”）正式发布，标志着跨境监管逻辑从“鼓励发展”全面转向“规范发展”，合规要求被提升至史无前例的高度，深刻重塑行业竞争格局。

新规的出台，使跨境营养保健食品的合规门槛从“产品端”延伸至“工厂端”，从“事后抽检”延伸至“源头注册”。合规周期显著拉长，合规投入大幅增加。大量不具备源头合规能力的中小品牌、贴牌商及灰色渠道运营者被迫退出市场。行业竞争逻辑彻底转向“合规驱动、品质竞争”。

（一）公司主营业务及主要产品

1、主营业务情况

公司是一家专业从事营养保健食品的研发、生产和销售的国家高新技术企业。历经多年的研发与积累，公司已形成软胶囊、硬胶囊、片剂、粉剂、口服液、滴剂、瓶装饮品及袋装饮品等多剂型、规模化的生产能力，同时建立了高效的研发管理及供应链管理体系，能为国内外客户提供涵盖产品定位、配方研究、生产审批及成品生产等全流程服务。

公司始终坚持自主品牌发展战略，在持续为国内外营养保健食品品牌运营商提供高品质合同生产服务的同时，积极拓展自主品牌业务。目前，公司旗下拥有“百合康”、“福仔”、“鸿洋神”、“足力行”及报告期内新设立的“膳宝特”等多个自主品牌，精准覆盖家庭、婴幼儿、高端人士、中老年人等多元化消费群体。其中，“”品牌系经国家知识产权局（原国家工商行政管理总局）认定的中国驰名商标。未来，公司将进一步加大研发投入，重点加强婴幼儿辅助食品、运动营养食品、特殊医学用途配方食品等系列新产品的开发力度，致力于构建品类齐全、满足不同消费者多层次健康需求的产品结构体系。

2、主要产品情况

报告期内，公司持续强化产品矩阵建设，生产的营养保健食品覆盖软胶囊、硬胶囊、片剂、软糖、粉剂、口服液、滴剂、袋装饮品（果冻、瓶饮）等多种剂型，能够充分满足不同类型消费者的多样化需求与偏好。公司主要产品的剂型形态及规格示例如下：





全面的功能覆盖：从产品功能看，公司产品主要涵盖增强免疫力、增加骨密度、通便、祛黄褐斑、辅助降血糖、减肥、缓解体力疲劳、缓解视疲劳、改善生长发育等 18 项保健功能。

精准的品类布局：从产品类别看，公司产品体系主要划分为骨骼健康、基础营养（维生素、矿物质、蛋白质）、男性健康、女性健康、心脑血管健康、婴幼/儿童/青少年健康、中老年健康等核心类别。

满足全生命周期健康需求：凭借上述丰富、全面且不断创新的产品结构与剂型组合，公司能够有效满足家庭、婴幼/儿童/青少年、中老年人、高端人士等多元化消费群体的差异化健康需求。

（二）公司经营模式

1、采购模式

公司采购的主要原材料有 200 多种，主要包括明胶、鱼油、硫酸软骨素、磷虾油、大豆分离蛋白、DHA 藻油、蜂胶等。

公司制定了完善的原辅材料采购制度，从源头开始严格控制产品质量。对于生产经营所需的原材料，公司一般择优选择 2 家或以上的合格供应商，以保证供应的稳定性。对于大宗原材料，公司一般会预留一定的安全库存，以确保生产经营的稳定性。

（1）合格供应商制度

公司建立了完善的供应商甄选制度，在成为公司合格供应商前，公司采购部、质量部、研发部、检测中心一般会综合考虑其产品质量稳定性、采购价格、交货期、质量管理水平等因素，采

用现场考评和产品质量检测相结合的方式对供应商进行考察评价，并持续跟踪，所有物料一般会择优选择 2 家或以上合格供应商。

(2) 原辅材料存储控制

公司拥有完善的原辅材料储存管理制度。原辅材料由仓储部按照技术标准和要求储存，储存过程中保管员会定期对物料储存条件进行巡查，保证物料储存条件始终符合标准和要求。

(3) 原辅材料质量控制

营养保健食品所需原料对生产环境、工艺流程、生产技术水平及产品质量的要求极高，公司对采购流程各个环节、供应商选择、原辅材料进出库始终进行严格把关，对主要原料严格执行批次检测制度，检验合格后才可进入下一环节的生产。

2、生产模式

公司采用“备货生产+以销定产”相结合的模式开展生产经营。公司设有生产部负责产品生产，对历史销量较大，且自主配方的产品，公司采用“备货生产”的生产方式，以便有效利用产能，保证销售旺季订单的按时完成；对于客户定制或销量较小的产品，公司采用“以销定产”的生产方式，即由销售部门根据客户订单将月度生产计划下达至生产部门，实行接单生产。

生产部根据需求计划统筹安排生产。公司在各生产环节均设置了标准化的作业流程；鉴于部分客户存在多品种、多批次、小批量的采购特点，公司在生产过程中注重柔性化的资源配置，确保能根据实际需求及时换产。公司对每批产品必须经过严格的质量检验，质量检验合格、批生产记录审核合格和批检验审核合格后方可入库。

3、销售模式

公司的销售模式主要分为合同生产和自主品牌两种。合同生产模式下，公司向品牌运营商提供产品开发、生产和技术服务；自主品牌模式下，公司产品通过经销商、药店等线下渠道，以及天猫、京东等线上平台进行销售。报告期内，公司对大部分客户采用款到发货的结算模式，但对部分合作稳定或具有良好信誉的优质客户，公司会给予其一定的信用期（一般不超过 3 个月）。

公司销售模式具体如下：

(1) 合同生产模式

合同生产是公司主要的销售模式，主要服务对象为国内外的品牌运营商。公司设置合同生产业务部，负责合同生产业务市场运作及销售管理工作，包括市场信息的收集分析、市场开拓、客户服务、销售计划等。

合同生产模式下，公司根据客户需求特点，通过系统的市场调研与研发，向客户提供产品定位、配方研究、生产审批及成品生产等全流程服务。报告期内，公司合同生产客户的获取方式主要为行业展会推介、业务团队市场开发以及客户主动联系公司开展合作等，个别情况下公司也通过经销商推广合同生产业务。

(2) 自主品牌模式

公司自主品牌包括“百合康”、“鸿洋神”、“福仔”和“膳宝特”等，自主品牌模式主要分为经销模式和直营模式两种，具体介绍如下：

①经销模式

经销模式是以城市或地区为单位，选择一个或多个有资金实力、网络覆盖能力强、有较强市场推广能力、认可公司经营理念的团队为公司的经销商。经销模式将公司研发、生产、品牌、营销等方面的优势与各经销商的渠道优势结合起来，是公司目前自主品牌运营的主要销售模式。

公司的经销模式按渠道可以分为线上经销和线下经销。在线下经销模式下，公司的下游销售渠道一般为药店、商超等；在线上经销模式下，公司下游销售渠道主要为经销商在京东、天猫及拼多多等第三方电商平台开设的店铺。

②直营模式

公司的直营模式按渠道可分为线下直营和线上直营两类，具体如下：

A.线下直营

线下直营模式下，公司主要与国内大、中型连锁药店合作。公司负责提供产品、市场营销方案、销售支持、人员培训和售后服务等；零售终端则负责执行营销方案，实行全店全员推广。

B.线上直营

线上直营模式下，公司主要通过京东、天猫、苏宁等大型电商平台设立官方旗舰店或专营店的形式销售“百合康”、“鸿洋神”品牌营养保健食品。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	1,955,523,389.13	1,815,740,918.83	7.70	1,736,159,386.58
归属于上市公司股东的净资产	1,655,435,277.13	1,605,932,193.78	3.08	1,514,464,171.80
营业收入	910,926,738.19	801,399,192.56	13.67	871,251,536.54
利润总额	152,464,104.84	160,883,432.32	-5.23	193,421,064.99
归属于上市公司股东的净利润	128,434,924.35	139,309,114.98	-7.81	169,065,646.64
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	122,560,764.72	131,257,991.11	-6.63	162,561,061.68
经营活动产生的现金流量净额	186,024,462.31	127,647,807.89	45.73	193,851,041.12
加权平均净资产收益率(%)	7.72	8.95	减少1.23个百分点	11.39
基本每股收益(元/股)	2.05	2.18	-5.96	2.64
稀释每股收益(元/股)	2.05	2.18	-5.96	2.64

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	207,021,839.55	213,327,198.24	225,000,613.13	265,577,087.27
归属于上市公司股东的净利润	35,205,793.15	36,672,487.68	27,111,412.59	29,445,230.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	35,008,720.74	34,630,966.07	22,618,013.83	30,303,064.08
经营活动产生的现金流量净额	52,023,678.44	22,206,184.58	69,224,444.38	42,570,154.91

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4、股东情况

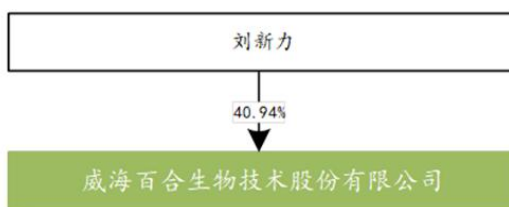
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					6,427		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					6,957		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 （%）	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
刘新力	-	26,198,803	40.94	-	无	-	境内自然人
刘兆民	-	1,936,742	3.03	-	无	-	境内自然人
刘禄增	-	1,710,730	2.67	-	无	-	境内自然人
王文通	-424,000	1,273,518	1.99	-	无	-	境内自然人
刘新志	-380,000	995,005	1.55	-	无	-	境内自然人
郑志海		910,029	1.42	-	无	-	境内自然人
田树宁	-264,259	721,879	1.13	-	无	-	境内自然人
中信保诚资管—中信银行—中信保诚资管诚益联盈1号资产管理产品	673,000	673,000	1.05	-	无	-	其他
岳德杭	-40,000	594,223	0.93	-	无	-	境内自然人
荣成市永利投资管理有限公司	-6,100	572,853	0.90	-	无	-	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	刘兆民系公司实际控制人、董事长、总经理刘新力配偶的兄长。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

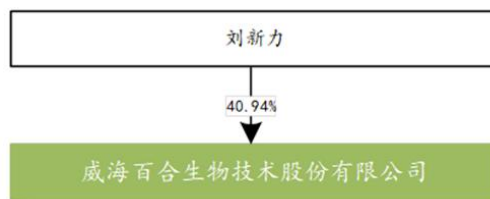
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5、公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2025 年度，公司运营状况总体呈现良好态势，全年实现营业收入 91,092.67 万元，同比增长 13.67%，实现归属于上市公司股东的净利润 12,843.49 万元，同比下降 7.81%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 12,256.08 万元，同比下降 6.63%。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用