

证券代码：300957

证券简称：贝泰妮

公告编号：2026-011

# 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

## 2025 年年度报告摘要

### 一、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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

(2) 所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

(3) 天衡会计师事务所（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。

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：以公司现有总股本 423,600,000 股扣减不参与利润分配的回购专户中的股份 2,307,118 股，即以 421,292,882 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.50 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    | 贝泰妮     | 股票代码 | 300957 |
| 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       | 王龙                | 徐懋婧               |
| 办公地址     | 云南省昆明市高新区科医路 53 号 | 云南省昆明市高新区科医路 53 号 |
| 传真       | 021-6232 1125     | 021-6232 1125     |
| 电话       | 021-6232 1125     | 021-6232 1125     |
| 电子信箱     | ir@botanee.com    | ir@botanee.com    |

## 2、报告期主要业务或产品简介

### （一）公司主要业务及产品

公司是以“薇诺娜（Winona）”品牌为核心，“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”“瑗科缦（AOXMED）”“贝芙汀（Beforteen）”“姬芮（Za）”“泊美（PURE&MILD）”以及“初普（TriPollar）”<sup>1</sup>等多品牌共同发展。公司专注于应用纯天然的植物活性成分提供专业、有效的皮肤护理产品，重点针对敏感性肌肤，是在产品销售渠道上与互联网深度融合的专业化妆品生产企业。公司以“打造中国皮肤健康生态”为使命，深入洞察消费者需求，以皮肤学理论为基础，结合生物学、植物学等多学科技术，持续进行产品研发和技术创新，不断向消费者提供符合不同皮肤特性需求的专业型护肤品、医疗器械以及彩妆产品等。

公司通过线下医药渠道打基础、线上全网覆盖的渠道策略，借助互联网和人工智能新技术，打造了新零售全触点系统，成功实现“OMO”跨界营销，实现了线下与线上的相互渗透、对消费群体的深度覆盖，成为中国大健康产业互联网+的领先企业。同时公司充分利用了互联网的高效性、主流电商平台汇集的巨大用户流量、灵活的新媒体营销手段，发挥公司在线上运营上的优势，凭借良好的产品质量，在国货热潮的带动下，成功把握住化妆品行业快速增长的发展机遇。

公司的产品主要包括面霜、护肤水、面膜、精华以及乳液等护肤品类产品和隔离霜、粉饼、BB霜以及卸妆水等彩妆类产品。除护肤品和彩妆外，公司还从事皮肤护理相关医疗器械产品和电子美容仪器产品的研发、生产以及销售业务，主要包括透明质酸修护生物膜、透明质酸修护贴敷料等专业用于微创术后屏障受损皮肤的保护和护理的医疗器械以及家用电子射频美容仪产品等。

### （二）公司的主要品牌矩阵

#### 薇诺娜（Winona）

<sup>1</sup>“初普（TriPollar）”品牌限于中国大陆地区，本报告下同。



以专业实力守护敏感肌肤，立足专业皮肤学，研究云南特色植物，科技赋能实证加持，提供专业、精准、安全的功效护肤解决方案的皮肤学级护肤品牌

**薇诺娜宝贝（Winona Baby）**



继承母品牌“薇诺娜”基因，携手儿童皮肤科专家联合研制，专研婴童功效性护肤，聚焦婴童湿疹赛道。基于皮肤学专业、临床经验，提供成分精简、拥有独家专利植萃配方的专业婴幼儿肌肤护理品牌

**瑗科缦（AOXMED）**



为专业美容而生，专注皮肤年轻化，串联医美与家美，提供高效安全的院内械妆联合护理与居家医美级序贯护肤，同时颂扬正念年轻，倡导以正确理念抵御皮肤老化，实现身心内外年轻的全程抗衰品牌

### 贝美汀（Beforteen）



联合皮肤学级专家团队，对超过百万份病例进行案例研究，结合 AI 问诊环节，根据用户不同痘痘类型，为用户提供个性化的“食+药+妆”一整套独创整合性的精准祛痘解决方案的专业祛痘品牌

### 姬芮（Za）



聚焦亚洲女性肌肤特质，为消费者提供多效合一且轻松使用的高性价比彩妆解决方案，定位为让用户轻松享受美丽日常的国际多效轻妆品牌。“姬芮（Zea）”品牌的核心产品为四色隔离霜、有色面霜、粉饼以及卸妆油等产品，其明星单品隔离霜畅销国际超 22 年

### 泊美（PURE & MILD）



作为专为中国女性设计的品牌，严选全球珍稀植物，并结合尖端护肤科技及功效成分，为消费者提供温和且能长效获益的植萃护肤方案，给肌肤带来年轻鲜活的改变。品牌核心专研水乳、面霜等护肤产品，迄今已有 25 年运营历史。

### 初普（TriPollar）



专注院线抗衰家用化，立足科医人 50+ 年院线医美科技，深度融合贝泰妮皮肤科学优势基因，以专业能量医学技术为核心，打造「院线能量 + 光电专属护肤」协同增效式家用修护抗衰解决方案，为用户提供安全、高效的居家抗衰体验的皮肤学级院线抗衰家用化品牌

### （三）2025 年度主要工作回顾

报告期内，面对消费市场恢复缓慢、行业竞争加剧、线上流量成本攀升、渠道结构深度调整等多重挑战，公司坚守“构建皮肤健康生态”核心战略，以“一个中心两个基本点”（以品牌建设为中心，以会员运营及全域协同增长为基本点）为指引，在品牌升级、产品创新、渠道深耕、研发攻坚、数字化转型、供应链提质、组织变革等领域实现全面突破，整体经营保持稳健，多品牌矩阵协同发力，核心业务高质量发展态势持续巩固。

#### （1）品牌及学术建设持续深化，筑牢皮肤医学领导地位

报告期内，公司构建了完整的营销矩阵，从追求“声量曝光”全面转向深耕“品牌资产沉淀”，通过统一品牌人格与语言，确保用户体验的一致性。报告期内，“薇诺娜（Winona）”品牌正式确立“专业的皮肤学专家+明媚的生活家”的品牌人格形象，明确了回归“因为健康，所以美丽”的初心。报告期内，“薇诺娜（Winona）”品牌核心大单品强势依旧：“薇诺娜舒敏保湿特护霜”系列产品蝉联敏感肌面霜赛道销售榜首；“薇诺娜清透防晒乳”系列产品市场份额进一步提升，构建了覆盖日常通勤到户外活动的精细化场景矩阵；“薇诺娜修白瓶”系列产品稳步成长，其中“修白水乳”成为抖音水乳新品 TOP1。此外，报告期内“薇诺娜（Winona）”品牌成功开辟敏感肌抗老新赛道，重磅推出“银核系列”抗老解决方案，上市即引发市场高度关注；全新升级的“屏障修护精华液（311 次抛精华）”系列产品迅速跻身天猫次抛精华品类 TOP10。

报告期内，公司持续强化“医学赋能品牌”的核心战略，在“第六届敏感性皮肤高峰论坛”重磅发布的《遵循 NUTE<sup>2</sup>原

<sup>2</sup> NUTE 科学原则作为功效性护肤品高质量发展的科学原则主要包括四个方面：

临床需求（Need）：从解决痛点难点需求入手；

独特机制（Unique）：新机制·新靶点·新成果；

科技赋能（Technology）：成分·配方·技术创新；

证据可信（Evidence）：以临床观察，真实效果见证。

则推进中国功效性护肤品高质量发展》白皮书，系统性构建和阐述了公司品牌和产品的科学理论体系，并完成两大核心知识库建设。报告期内，公司积极参与“中国医师协会皮肤科医师年会暨全国美容皮肤科学大会”，持续加大“5·25 科学护肤周”和“9·19 痤疮周”等公益项目投入，以专业站台、皮肤健康科普、专业义诊等形式发挥、传递公司品牌医学赋能能力。在国际舞台上，公司作为唯一受邀的中国品牌出席“第四届世界皮肤峰会”，积极参与全球首个可见光防护共识撰写，标志着公司在国际皮肤医学决策层面发出了响亮的“中国声音”。

## (2) 品牌矩阵羽翼渐丰，差异化赛道实现协同增长

报告期内，“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌实现高质量增长，通过聚焦婴童湿疹解决方案，实现销售收入人民币 23,472.53 万元，同比增长约 17.02%，其中线上抖音平台渠道大幅增长约 109.56%。“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌成功进驻线下山姆、屈臣氏等优质 KA 渠道，核心大单品“宝贝舒润霜”、“宝贝防晒乳”均实现稳健增长，新品“小冰吨”、“暖绒绒”面霜上市即成为爆款，稳居婴童功效护肤第一梯队。

报告期内，“瑗科缙（AOXMED）”品牌实现里程碑突破，销售收入同比增长超 100.00%，线上渠道销售收入同比大幅增长约 140.90%，成功实现“从零到亿”突破。报告期内，“瑗科缙（AOXMED）”品牌以“械妆联合，全程抗衰”为核心打法，覆盖全国超 600 家专业院线机构，高端抗老品牌形象深入人心。

报告期内，“贝芙汀（Beforteen）”品牌持续以“AI 精准、祛痘有效”为核心，加大小红书等平台种草力度，曝光量超 3.2 亿次，已初步建立“贝芙汀=分级祛痘”的用户心智。报告期内，“贝芙汀（Beforteen）”品牌通过“药+妆”方案与互联网医疗服务成功实现了复购率的提升。

报告期内，公司成功收购取得了“初普（Tripollar）”品牌，为公司在医疗器械及家用美容仪领域的布局奠定坚实基础。报告期内，“初普（Tripollar）”品牌实现了在高端家用射频美容仪市场排名从 TOP15 至 TOP5 的跃升。未来，“初普（Tripollar）”品牌将重新构建“面部抗衰+眼部抗老”产品矩阵，凭借公司全链路质量管控体系和全域营销闭环的运营能力，重拾“院线抗衰家用化引领者”的用户心智。

报告期内，“姬芮（Za）”和“泊美（PURE&MILD）”品牌在公司赋能下实现稳健运营。“姬芮（Za）”已在中国大陆、中国台湾、中国香港、新加坡等地发布高质量产品，涵盖彩妆妆前、底妆、眼唇、妆后等多元美妆产品。品牌核心单品隔离霜通过官宣品牌挚友及 IP 联名等实现全域曝光，获得天猫平台控油妆前隔离热销榜 TOP1。“泊美（PURE&MILD）”联合云南特色植物提取实验室对 BotanSTB 研稳因 Plus 抗光老化的研究在国际学术期刊上成功发表。2025 年，“泊美（PURE&MILD）”依托清华长三角研究院应用酶学重点实验室，集结 AI 计算生物科技与联邦生物制药级产线技术，首次将“专利重组 21 型胶原蛋白”科研成果注入产品胶原绿钻霜 2.0，实现全链路抗老。绿钻霜 2.0 更是上市不久便进入抖音商城抗老面霜人气榜 TOP10。

## (3) 渠道建设精耕细作，全渠道布局协同发力

报告期内，面对线上流量分化与线下客流挑战，公司积极推进渠道变革与精细化运营。在稳固线上渠道地位的同时，新兴即时零售的渠道表现尤为亮眼。“薇诺娜（Winona）”品牌在 OTC 零售药店渠道稳居功效性护肤品行业第一，新增覆盖零售药店连锁超 3,500 家。报告期内，公司全面投入即时零售渠道布局，借助 KA 渠道客户成熟的分销网络与公司自营专柜网点强势进驻 O2O 平台，取得了美团平台即时零售业务护肤品牌类目 TOP1 的领先地位，成功抢占了夜间经济与突发敏感场景的流量红利。

报告期内，公司不断优化线上渠道结构，货架电商在销售额承压背景下凭借“达播”的亮眼表现实现毛利率显著提升，销售毛利率同比大幅提升约 2.70 个百分点；内容电商得益于商城定制化运营及达播体系搭建，实现销售收入同比增长约

17.25%，报告期内公司针对不同平台和城市做了更精细化的运营，拼多多、私域、分销等下沉渠道增速亮眼，京东、唯品会稳居行业前列。

报告期内，公司海外市场稳步拓展，通过自营、经销、代理等多模式进驻中国香港、中国澳门、中国台湾、东南亚及北美多个国家和地区，品牌国际化步伐持续加码、加快。

#### **(4) 持续加码研发创新，硬核科技构筑深厚护城河**

报告期内，公司持续秉持“小切口、深研究、真管用”的研发方针，在基础研究、原料创新、医疗器械及全球化布局上实现了里程碑式的跨越。

报告期内，公司持续深耕化妆品新原料创新研发，年度新增化妆品新原料备案 5 项，累计备案数量达 17 项，备案规模稳居全国第一，引领行业原料创新赛道。公司依托云南植物资源禀赋，自主完成 43 项化妆品原料及 8 项食品原料研发，其中基于 YKMB-002 及 AI 生成式设计开发的美白原料 BTN-737 成功入选中检院创新服务目录。自研原料斩获“2025 美耀年度原料奖”、“中国创新原料奖”两项殊荣。在国际化布局方面，公司成功登上 In-Cosmetics Global 全球顶级化妆品原料专业展会，实现自研原料国际首秀，集中展示 11 款自主知识产权原料产品，向全球业界传递了中国美妆原料的创新实力。

报告期内，公司新增完成普通化妆品备案 31 项，特殊化妆品注册 10 项；为支撑海外销售布局，新增完成出口备案 13 项，覆盖北美、欧洲、中东及东南亚地区，为品牌全球化奠定合规基础。报告期内，公司新获第二类医疗器械注册证 7 张，以透明质酸钠及重组胶原蛋白为核心组分，涵盖水剂、凝胶、乳液、膏霜以及贴敷料等多种剂型，进一步完善了“械+妆”协同产品生态。同时，公司第三类器械实现突破，三类植入医疗器械迎来里程碑，“BTN001”“BTN002”均通过注册检验、临床、体系审查，进入国家药监局评审阶段；第三款填充类医疗器械已启动注册检验。

全球科研合作方面，报告期内，公司与法国圣路易斯医院建立长期合作联合培养博士，与巴黎萨克雷大学深入合作研究神经美容学分子机制，与法国 Labskin Creations 联合构建的两款独家 3D 皮肤模型并在欧洲皮肤研究协会年会展示，与背靠麻省理工学院的器官芯片企业达成战略合作，共同探索类器官与器官芯片在化妆品评价中的应用方向。

报告期内，公司新增获授权发明专利 50 项，实用新型专利 16 项，外观设计专利 3 项；参与制定、发布国家标准 4 项，团体标准 10 项；立项研发国家标准样品 1 个。报告期内，公司发表学术论文 160 篇，其中 SCI 收录 115 篇、中文核心期刊 45 篇。报告期内，“国产功效护肤品研发及产业化”项目入围 2025 年度云南省科学技术奖特等奖公示名单，“薇诺娜敏感性皮肤功效护肤品研发及产业化应用”荣获中国轻工业联合会科技进步一等奖，公司核心“薇诺娜（Winona）”品牌入选国家工信部首批“中国消费名品”。

#### **(5) 供应链提质增效，绿色低碳纵深发展**

报告期内，公司供应链体系聚焦“数智赋能、供需平衡、提质增效”，成效显著。公司自主生产比例持续稳步提升，有效保障了自营工厂产能释放与产品毛利率稳定。通过深化 S&OP 机制与精益管理，存货周转效率同比大幅优化约 16.97%。此外，公司推行产品全生命周期管理，报告期末，公司长尾、低效库存产品数量缩减近 50%，运营效率大幅提升。

#### **(6) 数字化与 AI 全面赋能，运营效率大幅提升**

报告期内，公司数字技术中心从“建平台”向“创价值”转型。公司内部 AI 平台 ChatBTN 成功上线，覆盖多部门核心

业务场景。消费者数据平台（CDP）全面上线，数据提取效率由“天”级提升至“分钟”级。业财一体化平台全面建成，实现了业财数据同源与流程贯通。报告期内，会员中台成果斐然，公司累计全域注册会员突破 4,600 万户，同比增长约 10%。依托消费者数据平台，老会员留存率提升约 8%，新会员转化率提升约 5%。报告期内，公司首次发布《会员积分白皮书》，推动会员积分体系从粗放运营迈向智能风控与精准营销。报告期内，公司自研供应链计划管理平台上线，初步实现 AI 智能巡检、自动补货等 20+ 智能场景落地。

#### （七）坚定 ESG 长期战略，践行绿色低碳与商业向善

报告期内，公司以“人与自然健康和美”为理念，将 ESG 深度融入战略，依托云南植物资源构建生态保护与绿色产业化闭环，树立美妆行业可持续标杆。环境（E）端：公司深耕生物多样性保护，新增虎跳峡约 10.42 亩生态样地，开展高原珍稀植物野外回归，筑牢山地生态屏障。清洁能源方面，中央工厂光伏年发电自用约 159.01 万度；绿色包装减量化成效显著，全年减少中盒 354.84 万个、纸质说明书 210.6 万张，空瓶回收 317 万个。公司 RSPO 认证原料采购占比约 58%，原料替换率 96%；优化仓网物流，推广新能源运输、节能仓储，持续开展产品全生命周期碳足迹核查，全链条减排降碳。社会（S）端：公司坚守公益初心，报告期内公益投入人民币 1,367.80 万元（现金和实物捐赠价值），覆盖 31 个项目；公司连续第十年开展“微笑阳光计划”项目，深入香格里拉等高紫外线地区进行义诊科普；“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌持续推进“AD（特应性皮炎）患儿帮扶”公益项目，科普触达超 1.8 亿人次。同时完善多元职场，女性管理层占比 56%，重视人才培育，员工人均年培训超 108 小时。治理（G）端：公司信息披露连续三年深交所 A 级，报告期内，入选 Wind 万得中国上市公司 ESG 最佳实践 100 强及“AA”评级，获评华证指数 A 股上市公司 ESG 卓越表现 TOP100 及“AAA”最高评级。未来集团将持续以科技赋能生态、践行长期主义，推动山地可持续模式向外拓展，输出东方绿色美妆方案。

#### （四）2025 年度总体业绩概述

报告期内，公司积极应对复杂多变的市场环境，努力克服各种不利因素，在经营业绩方面取得了一定成绩。报告期内，公司实现营业收入人民币 535,863.88 万元，同比下降约 6.58%；实现归属于上市公司股东的净利润人民币 50,571.97 万元，同比微增约 0.53%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币 35,614.66 万元，同比大幅回升约 48.22%；实现销售毛利率约 74.46%，同比提升约 0.72 个百分点；实现归属于上市公司股东的股东销售净利率约 9.44%，同比上升约 0.67 个百分点。报告期内，尽管公司销售规模略有下降，但利润端（毛利和净利）已呈现企稳态势，盈利能力有所回升，其中经常性利润更是取得较大改善。报告期内，公司收入、利润波动主要受以下因素综合影响：一是为巩固市场地位，孵化新品牌、新产品，持续加大品牌建设、渠道搭建与营销投入；二是为顺应对市场变化及渠道变革，积极布局即时零售与内容电商等新增长点而开展的战略性投入；三是为提升供应链自主可控能力、强化产品创新而发生的必要开支；此外，并购标的业绩未达预期所计提资产减值亦对业绩产生一定影响，等等。与此同时，报告期内公司现金流状况持续保持健康，经营现金流质量和使用效率进一步提升，整体经营基本盘稳固。未来，公司将坚持长期主义，聚焦优势赛道，强化全渠道协同，持续推进降本增效、组织变革与精细化运营，实现品牌健康发展与利润质量双提升，推动公司从规模增长向价值增长跨越。

### 3、主要会计数据和财务指标

#### （一）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

|               | 2025 年末          | 2024 年末          | 本年末比上年末增减 | 2023 年末          |
|---------------|------------------|------------------|-----------|------------------|
| 总资产           | 8,341,346,880.58 | 8,303,551,892.22 | 0.46%     | 7,506,930,342.79 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 6,157,265,024.87 | 6,049,901,389.45 | 1.77%     | 5,860,994,371.02 |

|                        | 2025 年度          | 2024 年度          | 本年比上年增减      | 2023 年度          |
|------------------------|------------------|------------------|--------------|------------------|
| 营业收入                   | 5,358,638,784.56 | 5,735,865,254.21 | -6.58%       | 5,522,168,263.00 |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 505,719,663.85   | 503,053,586.13   | 0.53%        | 756,795,007.56   |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 356,146,562.10   | 240,289,033.33   | 48.22%       | 618,058,791.53   |
| 经营活动产生的现金流量净额          | 976,595,739.84   | 694,865,456.23   | 40.54%       | 610,438,763.71   |
| 基本每股收益（元/股）            | 1.20             | 1.20             | 无变动          | 1.79             |
| 稀释每股收益（元/股）            | 1.20             | 1.20             | 无变动          | 1.79             |
| 加权平均净资产收益率             | 8.20%            | 8.53%            | 下降 0.33 个百分点 | 13.21%           |

## （二）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                   | 948,763,070.82 | 1,423,079,513.94 | 1,092,432,006.28 | 1,894,364,193.52 |
| 归属于上市公司股东的净利润          | 28,340,519.25  | 218,320,285.14   | 25,217,931.45    | 233,840,928.01   |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 20,924,775.03  | 161,692,314.46   | 1,148,777.26     | 172,380,695.35   |
| 经营活动产生的现金流量净额          | -68,652,234.98 | 415,580,994.65   | 94,950,854.20    | 534,716,125.97   |

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

### （一）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                       | 40,048  | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 35,462         | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 |            | 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 |  | 持有特别表决权股份的股东总数（如有） |  |
|-----------------------------------|---------|---------------------|----------------|-------------------|------------|---------------------------|--|--------------------|--|
| 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                        |  |                    |  |
| 昆明诺娜科技有限公司                        | 境内非国有法人 | 45.97%              | 194,743,411.00 |                   | 不适用        |                           |  |                    |  |
| 天津红杉聚业股权投资合伙企业（有限合伙）              | 境内非国有法人 | 7.62%               | 32,272,757.00  |                   | 不适用        |                           |  |                    |  |
| 云南哈祈生企业管理有限公司                     | 境内非国有法人 | 2.60%               | 10,993,678.00  |                   | 不适用        |                           |  |                    |  |
| 厦门臻丽咨询有限公司                        | 境内非国有法人 | 2.47%               | 10,467,669.00  |                   | 不适用        |                           |  |                    |  |
| 香港中央结算有限公司                        | 境外法人    | 1.29%               | 5,445,491.00   |                   | 不适用        |                           |  |                    |  |
| 科威特政府投资局                          | 境外法人    | 1.04%               | 4,390,658.00   |                   | 不适用        |                           |  |                    |  |
| 中国工商银行股份有限公司—易方达创业板交易型开放式指数证券投资基金 | 其他      | 0.86%               | 3,663,991.00   |                   | 不适用        |                           |  |                    |  |
| 全国社保基金一一八组合                       | 其他      | 0.81%               | 3,417,711.00   |                   | 不适用        |                           |  |                    |  |
| 中国工商银行股份有限公司—中证主要消费交易型开放式指数证      | 其他      | 0.73%               | 3,084,657.00   |                   | 不适用        |                           |  |                    |  |

|                                    |   |       |              |  |     |  |
|------------------------------------|---|-------|--------------|--|-----|--|
| 券投资基金                              |   |       |              |  |     |  |
| 中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金 | 其他  | 0.71% | 3,021,200.00 |  | 不适用 |  |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明                   | 昆明诺娜科技有限公司和云南哈祈生企业管理有限公司均系公司实际控制人 GUO ZHENYU (郭振宇) 控制的企业。除此之外，公司未知其他股东是否存在关联关系或一致行动关系 |       |              |  |     |  |

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

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

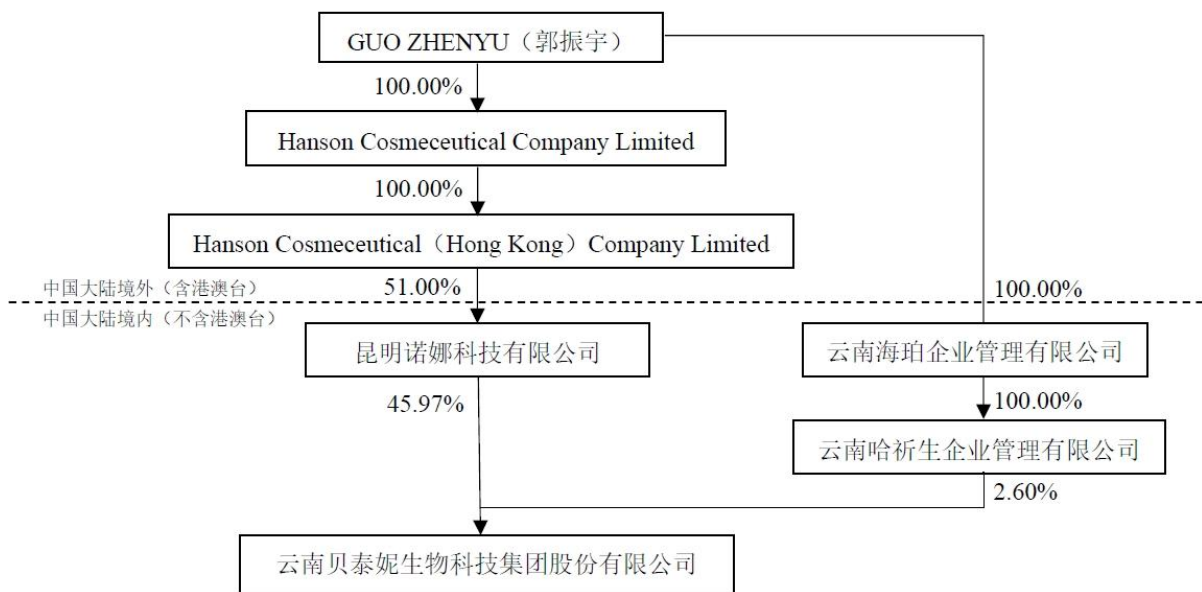
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

(二) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

(三) 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

具体可参见巨潮资讯网 (<http://www.cninfo.com.cn>) 披露的《云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司 2025 年年度报告》(2026-013)。