

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

2025 年度董事会工作报告

2025 年度，云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司（以下简称“公司”或“贝泰妮”）董事会严格按照《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（以下简称“《上市规则》”）、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等相关法律、法规和规范性文件和《公司章程》《董事会议事规则》等公司制度的规定，本着对全体股东负责的态度，恪尽职守，勤勉尽责，认真履行相关法律、法规及规范性文件赋予的各项职责，严格执行股东大会的各项决议，积极有效地开展董事会的各项工作、推进董事会各项决议的实施，规范运作，科学决策，持续强化内部控制，完善公司治理，积极推动公司各项业务的良性发展，推动战略落地和经营目标达成，保障公司的高质量可持续发展，维护公司和全体股东的利益。

报告期内，公司董事会相关工作得到有关监管部门及社会各界的认可。2025 年，贝泰妮获得中国上市公司协会“2025 上市公司董事会办公室最佳实践”、“2025 年度上市公司董事会最佳实践案例”、“上市公司投资者关系管理最佳实践”、“2025 年中国上市公司内部控制最佳实践案例”及“2025 年上市公司可持续发展最佳实践案例”。同时，公司还获得 Wind“2025 年度中国上市公司 ESG 最佳实践 100 强”和“2025 年度中国上市公司 ESG 最佳实践 100 强及 AA 评级”、中国基金报 2025 中国上市公司英华奖 A 股 ESG 示范案例、上海证券报 2025 年上证鹰·金质量 ESG 奖等多项荣誉。

公司董事会 2025 年度具体工作开展情况如下：

一、2025 年度董事会运作情况

（一）董事会及各专门委员会履职情况

2025 年度，公司第二届董事会任期届满，进行了换届选举，由 2024 年度股东大会选举产生了第三届董事会，在保证公司各项工作有序开展的同时，确保了相关工作的平稳过渡。公司第三届董事会由 9 名董事组成，其中非独立董事 6 名、独立董事 3 名，独立董事由具备财务、法律、管理等专业知识的专业人士担任。公司董

事会严格按照《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》等规定运作，充分发挥其在公司治理中的核心作用，秉持对全体股东负责的原则，依法行使职权，进一步加强内部控制管理，优化组织结构，科学决策重大事项，高效执行股东大会决议，有效提高公司统筹管理和风险防范的能力，持续提升公司治理水平和治理能力，确保公司规范运作，维护全体股东的合法权益。公司全体董事以认真负责的态度出席董事会和股东大会，积极参加有关培训，熟悉有关法律、法规，诚信、勤勉、尽责地履行职责。公司为专门委员会和独立董事履职提供了充分保障，专门委员会对公司定期报告的编制过程、董事和高级管理人员提名、薪酬考核实施过程等进行有效监督，提高了董事会的运行效率；独立董事在公司决策方面能够发挥独立作用，对公司重大事项享有足够的知情权，能够独立、客观地履行职责。

1、2025 年度董事会会议召开情况

报告期内，董事会共召开 5 次会议，董事会会议均严格按照《公司章程》《董事会议事规则》召集和召开，按规定事先通知所有董事，并提供充分的会议材料。全体董事均出席了董事会会议，无缺席的情况，董事会按程序审议了定期报告、临时公告及其相关议案。董事在审议过程中，从公司实际情况出发，结合自己的专业特长和管理经验，积极建言献策，就公司发展战略、财务管理、经营计划、风险控制等方面提供了科学和专业的意见参考。会议记录真实、准确、完整，充分反映与会董事对所审议事项提出的意见。董事会会议召开的具体情况如下：

序号	届次	召开日期	出席情况	议案审议情况
1	第二届董事会第十七次会议	2025.2.28	应出席董事 9 人，实际出席董事 9 人	1.《关于聘请公司副总经理的议案》； 2.《关于制定公司<市值管理制度>的议案》。
2	第二届董事会第十八次会议	2025.4.23	应出席董事 9 人，实际出席董事 9 人	1.《关于公司<2024 年度董事会工作报告>的议案》； 2.《关于公司<2024 年度总经理工作报告>的议案》； 3.《关于公司<2024 年度财务决算报告>的议案》； 4.《关于公司<2024 年年度报告>全文及其摘要的议案》； 5.《关于公司 2024 年度利润分配预案的议案》； 6.《关于公司<2024 年度内部控制评价报告>的议案》； 7.《关于公司<2024 年度可持续发展报告暨环境、社会及管治(ESG)报告>的议案》；

				<p>8.《关于公司<2024 年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》；</p> <p>9.《关于提名第三届董事会非独立董事候选人的议案》；</p> <p>10.《关于提名第三届董事会独立董事候选人的议案》；</p> <p>11.《关于第三届董事会独立董事津贴的议案》；</p> <p>12.《关于第三届董事会非独立董事薪酬的议案》；</p> <p>13.《关于公司 2025 年度高级管理人员薪酬方案的议案》；</p> <p>14.《关于公司使用部分闲置募集资金及自有资金进行现金管理的议案》；</p> <p>15.《关于作废 2023 年限制性股票激励计划部分已授予但尚未归属的限制性股票的议案》；</p> <p>16.《关于公司 2025 年度向银行申请综合授信额度的议案》；</p> <p>17.《关于公司续聘 2025 年度会计师事务所的议案》；</p> <p>18.《关于公司<2025 年第一季度报告>的议案》；</p> <p>19.《关于修订<公司章程>的议案》；</p> <p>20.《关于修订部分公司制度的议案》；</p> <p>21.《关于变更会计政策的议案》；</p> <p>22.《关于 2024 年度计提资产减值准备及核销资产的议案》；</p> <p>23.《关于提议召开公司 2024 年年度股东大会的议案》。</p>
3	第三届董事会第一次会议	2025.5.15	应出席董事 9 人，实际出席董事 9 人	<p>1.《关于选举公司第三届董事会董事长的议案》；</p> <p>2.《关于聘任公司高级管理人员的议案》；</p> <p>3.《关于聘任公司证券事务代表的议案》；</p> <p>4.《关于聘任公司内部审计负责人的议案》；</p> <p>5.《关于选举公司第三届董事会各专门委员会委员及召集人的议案》。</p>
4	第三届董事会第二次会议	2025.8.26	应出席董事 9 人，实际出席董事 9 人	<p>1.《关于公司<2025 年半年度报告>及其摘要的议案》；</p> <p>2.《关于公司<2025 年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》；</p> <p>3.《关于使用自有资金支付募投项目人员费用并以募集资金等额置换的议案》；</p> <p>4.《关于使用部分超募资金暂时补充流动资金的议案》。</p>

5	第三届董事会第三次会议	2025.10.24	应出席董事9人,实际出席董事9人	1.《关于公司<2025年第三季度报告>的议案》;
---	-------------	------------	------------------	---------------------------

2、2025年度董事会对股东会决议的执行情况

报告期内，公司召开了1次股东会，会议由董事会召集，采用现场投票与网络投票相结合的方式，依法对公司相关事项作出决策，决议合法有效。股东会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均严格按照《公司法》《公司章程》《股东会议事规则》等要求规范运作。公司董事会严格执行股东大会决议，合规实施股东大会批准议案，维护公司全体股东的利益，推动公司长期、稳健、高质量可持续发展。股东大会会议召开的具体情况如下表：

序号	届次	召开日期	投资者参与比例	议案审议情况
1	2024年年度股东大会	2025.5.15	65.9097%	1.《关于公司<2024年度董事会工作报告>的议案》 2.《关于公司<2024年度监事会工作报告>的议案》 3.《关于公司<2024年度财务决算报告>的议案》 4.《关于公司<2024年年度报告>全文及其摘要的议案》 5.《关于公司2024年度利润分配预案的议案》 6.《关于公司<2024年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》 7.《关于第三届董事会独立董事津贴的议案》 8.《关于第三届董事会非独立董事薪酬的议案》 9.《关于公司使用部分闲置募集资金及自有资金进行现金管理的议案》 10.《关于公司续聘2025年度会计师事务所的议案》 11.《关于公司2025年度向银行申请综合授信额度的议案》 12.《关于修订<公司章程>的议案》 13.《关于修订部分公司制度的议案》 14.《关于选举第三届董事会非独立董事的议案》 15.《关于选举第三届董事会独立董事的议案》

3、董事会专门委员会运行情况

公司董事会下设董事会战略委员会、董事会审计委员会、董事会提名委员会、董事会薪酬与考核委员会四个专门委员会。2025年度，董事会各专门委员会根据政

策要求与制度规范，认真履职，充分发挥了专业优势和职能作用，为董事会的决策提供了科学和专业的意见和参考。

（1）董事会战略委员会

董事会战略委员会设委员 5 名，报告期内召开 1 次会议，研究行业发展趋势和公司未来发展战略，对公司经营状况和发展前景进行了深入的分析，为公司战略发展的实施提出了宝贵的建议，会议审议了公司《2024 年度董事会工作报告》《2024 年度可持续发展报告暨环境、社会及管治（ESG）报告》《2024 年度董事会战略委员会工作报告》等，并提交公司董事会审议。

（2）董事会提名委员会

董事会提名委员会设委员 3 名，报告期内召开 2 次会议，严格执行上市公司董事、高管的选聘标准和程序，对《关于提名公司副总经理的议案》《关于提名第三届董事会非独立董事候选人的议案》《关于提名第三届董事会独立董事候选人的议案》《关于提名高级管理人员候选人的议案》《关于〈2024 年度董事会提名委员会工作报告〉的议案》等议案进行认真审议，并按照相关法规及规范性文件要求，对被提名人的教育背景、工作经历、兼职情况、与提名人的关系、任职资格等进行认真审核后，提交公司董事会审议。

（3）董事会审计委员会

董事会审计委员会设委员 3 名，报告期内召开 5 次会议，围绕公司治理、内部控制、风险管理等，对公司 2024 年年度、2025 年第一季度、2025 年半年度、2025 年第三季度财务报告及 2024 年度内部控制评价报告、续聘会计师事务所、利润分配预案、使用部分超募资金暂时补充流动资金、募集资金存放与使用情况的专项报告等议案进行专项讨论，并提交公司董事会审议。

（4）董事会薪酬与考核委员会

董事会薪酬与考核委员会设委员 3 名，报告期内召开 1 次会议，对公司非独立董事、高级管理人员 2025 年度的薪酬方案情况进行了专项讨论，审议通过了《关于公司 2025 年度非独立董事薪酬的议案》《关于公司 2025 年度高级管理人员薪酬方案的议案》《关于作废 2023 年限制性股票激励计划部分已授予但尚未归属的限制性股票的议案》《关于〈2024 年度董事会薪酬与考核委员会工作报告〉的议案》等议案，并提交公司董事会审议。

4、独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事严格按照有关法律法规和规章制度的规定和要求，秉承勤勉和尽职的态度，审慎行使公司和股东所赋予的权利，积极出席公司召开的相关会议，认真审议公司董事会各项议案。同时，独立董事通过召开独立董事专门会议对报告期内需要提交专门委员会审议的事项进行专门审议，对公司的重大决策提供了专业的建议和意见，提高了公司决策的科学性和准确性；对公司信息披露情况等进行监督和核查，积极有效地履行了独立董事的职责，维护了公司和中小股东的合法权益。

2025年，独立董事专门会议的召开情况如下：

会议日期	会议届次	会议审议议案的情况
2025年 4月21日	第二届董事会 独立董事专门 会议第三次会 议	1.《关于公司<2024年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》 2.《关于公司使用部分闲置募集资金及自有资金进行现金管理的议案》 3.《关于作废2023年限制性股票激励计划部分已授予但尚未归属的限制性股票的议案》
2025年 8月23日	第三届董事会 独立董事专门 会议第一次会 议	1.《关于公司<2025年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》 2.《关于使用自有资金支付募投项目人员费用并以募集资金等额置换的议案》 3.《关于使用部分超募资金暂时补充流动资金的议案》

5、董事绩效评价结果及其薪酬情况

公司第二届董事会第十八次会议和2024年度股东大会审议通过了《关于第三届董事会独立董事津贴的议案》《关于第三届董事会非独立董事薪酬的议案》，公司严格执行相关董事薪酬，方案执行情况良好，未出现变更。公司2025年度董事薪酬方案如下：

1、独立董事

公司第三届董事会独立董事津贴为200,000元/年（税前），按月发放。

2、非独立董事

(1)在公司兼任其他职务的非独立董事均按各自所任岗位职务的薪酬制度领取报酬，公司不再另行支付其担任董事的津贴。

(2)未在公司担任职务的非独立董事，公司无需支付任何薪酬或津贴。

2025年度董事领薪情况详见公司同日披露于巨潮资讯网的《2025年年度报告》（公告编号：2026-013）之【第四节 公司治理、环境和社会】之【六、董事和高级管理人员情况】之【3、董事、高级管理人员薪酬情况】。

（二）信息披露情况

报告期内，公司严格按照《上市规则》等法律、法规及公司《信息披露管理办法》的要求，及时依法履行信息披露义务，披露的信息真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。公司持续提升信息披露工作质量，按照中国证监会和深圳证券交易所信息披露格式指引及其他信息披露的相关规定，结合公司实际情况，真实、准确、完整、及时地发布会议决议、重大事项等临时公告，全年共披露了公告文件共97个（其中含编号公告42个），涉及披露及报备文件284份，合计约131.13万字，确保了全体股东平等、及时地获取公司信息，最大程度地保护投资者利益。公司信息披露工作已连续三年在深圳证券交易所信息披露工作评价中获得A级评价。

（三）投资者关系管理情况

公司董事会高度重视投资者关系管理工作，设有专门的投资者关系负责部门，公平对待所有股东及潜在投资者。通过多种方式不断增进与投资者的沟通交流，积极听取投资者的意见建议，与资本市场建立双向沟通、良性互动。报告期内，公司组织了2024年度业绩说明会，参加了云南辖区上市公司2024年度投资者网上集体接待日活动，认真接待投资者来访、来电。此外，公司充分利用电话、网络及现场接待等方式，加强与投资者的日常沟通和交流，及时解答投资者关心的公司业绩、公司治理、发展战略、经营状况、发展前景等问题，不断提升公司治理的透明度，增进投资者对公司的了解和认同，促进公司与投资者之间长期、稳定的良好互动关系，有效传递公司价值，提升公司的资本市场品牌形象。公司重视对投资者的回报，在不影响公司正常经营和持续发展的前提下，合理平衡股东投资回报和公司长远发展的关系，报告期内，公司董事会按照年度股东大会审议通过的《关于公司2024年度利润分配预案的议案》，向股东派发现金红利252,775,729.20元，与全体投资

者共享公司发展成果。

二、公司主营业务发展情况

（一）2025 年度经营业绩情况

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幅改善。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。

（二）2025 年度主要工作回顾

行稳致远，进而有为。在充满不确定性的 2025 年度，公司以稳健的步伐深耕皮肤健康生态，于科研领域向新而行，于品牌征程勇敢突围。报告期内，公司多品牌稳健发展，医学资产实现体系化沉淀，数字化中台效能全面释放，供应链自产比例持续稳步提升，公司高质量发展底座愈发坚实。

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 原则¹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，“瑗科缦（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，“瑗科缦（AOXMED）”品牌以“械妆联合，全程抗衰”为核

¹ 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。

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、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 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。

7、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 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 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 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 1367.8 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“薇笑阳光计划”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。

（三）2026 年度工作计划

2026 年度，公司将紧扣“因为健康，所以美丽”品牌初心，坚守“一个中心两个基本点”核心指引，以品牌归核、价盘修复、产品聚焦、渠道协同、数智赋能、组织提效为核心抓手，实现从规模增长向价值增长跨越，持续为消费者、行业、社会和股东创造长期价值。具体工作计划如下：

1、“薇诺娜（Winona）”品牌回归医学本质，筑牢敏感肌领导地位

2026 年度，“薇诺娜（Winona）”品牌将围绕“敏感肌就用薇诺娜”的核心心智，聚焦医院、医美、医疗器械三大医学阵地。借助世界冠军代言，深度绑定“中国敏感肌销量第一”的信任状，通过覆盖全国核心城市的高频梯媒投放强化大单品认知。同时构建“敏肌 CORE、敏肌 MORE、敏肌 PLUS”产品布局。重点打造“妆械联合”产品矩阵，围绕医美术后 0-28 天分期管理，推出针对性的械字号与妆字号组合产品，建立医用级护肤更高标准。2026 年度，公司将持续提升特护霜与清透防晒乳两大超级单品的全方位运营能力，全力打造“特护系列”与“敏感肌阳光方案”第二增长曲线。

2、新品牌差异化突围，打造第二条增长曲线

2026 年度，“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌以“宝宝肌肤敏感，就用薇

诺娜宝贝”为核心，实施“3+3”品类策略，深耕润肤乳、防晒、面霜三大核心品类，力争成为中国 NO.1 皮肤学专家推荐的婴童护肤品牌。“瑗科缦（AOXMED）”品牌将以医美术后修护与抗老增效为核心场景，通过项目化产品体系与机构深度绑定，实现快速增长，持续巩固高端抗衰品牌定位。“贝芙汀（Beforteen）”品牌致力打造痤疮患者全病程管理体系，以“AI+药+妆+服务”体系持续提升终端布局与用户复购。“初普（Tripollar）”品牌将完成射频产品第三类医疗器械注册，聚焦双核心爆品，打造“能量仪器+光电专属护肤”的妆械协同解决方案，重回中国高端家用美容仪市场 TOP 行列。“姬芮（Za）”及“泊美（PURE&MILD）”品牌将坚持深化大单品战略，大力拓展海外市场，强化年轻化与温和抗老心智，实现品牌焕新与业绩增长。

3、全渠道协同与即时零售深化，抢占全域增长先机

2026 年度，公司将深化“三盘货”差异化运营策略，有效解决护肤品行业线上线下价差痛点，同时全面布局即时零售渠道，力争构建即时零售美妆类目 TOP1 品牌矩阵护城河。同时，公司将积极依托腾讯生态搭建全域增长模型，以微信视频号小店驱动分销业务快速拓展；线下持续拓展 KA/CS 渠道网点布局，加大核心品市场渗透，积极探索向私立皮肤科诊所赋能的新业务模式。

4、全球研发网络持续赋能，以硬核科技定义行业标准

2026 年度，公司预计新增备案 5 至 7 款云南特色植物新原料，上市 5 至 10 款自研化妆品原料并实现对外销售，推动云南特色植物从资源优势向产业优势转化。重点攻克自主知识产权的 PDRN 开发、基于 AI 的美白功效植物单体化合物备案、青刺果植物活性小 RNA 发现等核心技术。完成香格里拉青刺果种植基地建设及植物 IP 打造，新增野生菌、珍稀植物、芳香类特色原料开发，持续丰富云南特色植物原料库。2026 年度，公司预计围绕“防脱”、“辅助改善白癜风”等需求开展机理级基础研究；启动“体重管理”与“改善痤疮”等项目开发探索；基本完成黄褐斑治疗创新药的临床前的研究工作。

2026 年度，公司将持续深化与法国、英国、瑞士、日本以及以色列高校的科研合作，深入开展全球化敏感性皮肤研究，进一步强化学术壁垒与国际话语权。

5、供应链提质增效，构建柔性韧性体系

2026 年度，公司将持续深化产销存 S&OP 精细化管理，制定差异化供应方案，

聚焦大单品资源倾斜，压缩交付周期，进一步提升自产比例，优化供应商分级管控，推进核心物料二元化，保障供应安全。深化绿色供应链投资，扩大光伏应用，提升包装回收利用率，助力核心供应商 ESG 能力提升。2026 年度，公司将尝试推进 AI 智能物流波次规划项目，实现供应链精益运营，进一步降低物流成本、提升时效。

6、数智化 AI 全面赋能，提升会员生命周期价值

2026 年度，公司将一如既往全面拥抱 AI 新技术。深化 ChatBTN 及智能问数（ChatBI）场景应用，助力每位贝泰妮人通过使用自然语言成为“数据分析师”。计划完成“产供销数字化协同平台”全面升级，在进一步提升自产比例的同时巩固柔性高效供应能力。会员中台将深化会员分层运营，丰富生态权益，优化会员积分体系，提升会员留存与复购，实现会员价值长效增长。

7、组织变革与合规保障，夯实发展根基

2026 年，公司推进组织架构优化，授权前台业务单元，激发组织活力，完善人才培养与激励体系。人力资源以“管理人才的能力”作为核心组织能力建设的主要目标，通过考核、激励、晋升、人才盘点、培养、淘汰等核心管理机制的建设，形成自我进化和闭环管理手段，不断提升管理人才的能力，驱动业务加速增长。组织遵循“大公司，小组织，精总部，强一线”策略，同时将文化价值观植入公司的核心考核激励机制中。2026 年度，公司将全面落地合规管理体系，强化风险防控，开展合规培训，营造合规文化，保障公司稳健经营。

（四）结语

为者常成，行者常至。2025 年度，公司在挑战中夯实了“皮肤健康生态”的底层架构，在品牌力、产品力、研发力、渠道力、数智力全方面实现全面跃升。2026 年度，全体贝泰妮人将坚守“因为健康，所以美丽”的初心，以研发创新为内核、产品聚焦为抓手、价盘修复为保障、全域协同为支撑，在皮肤大健康赛道持续领跑，为股东、消费者和社会创造长期价值，助力“健康中国 2030”战略落地，推动中国皮肤健康事业走向全球。

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司董事会

2026 年 4 月 24 日