

华熙生物科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

(2026年6月16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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ ）
参与单位名称	广发基金、中信资管、鑫元基金、申万宏源、中信证券、国泰海通证券、东方证券、方正证券、财通证券、光大证券、国海证券、天风证券、中泰证券、银河证券、国联民生、中信建投、中小股东等共计约60人
时间	2026年6月16日15:30
地点	山东省济南市历城区 世界透明质酸博物馆
公司接待人员姓名	董事长兼总经理 赵燕女士；董事、副总经理、财务总监 汪卉先生；副总经理、全球供应链平台管理委员会主任 相茂功先生；首席科学家、皮肤与营养科学创新与转化研发中心总经理 石海宁教授；业务副总裁兼战略生态发展事业线负责人 邹松岩先生；中试成果转化中心总经理 王恩旭先生；董事、副总经理、董事会秘书 李亦争先生
投资者关系活动内容介绍	公司于2026年6月16日召开2025年年度股东会，并与投资者进行了现场交流，主要交流问题及答复如下： Q：公司使命是“让每个生命都是鲜活的”，这一使命如何落实到具体的业务布局中？如何理解华熙生物的战略升级？

A: 理解华熙生物的战略升级，就要从生命最本源的作用机理出发。近两年以来，华熙生物遵循第一性原理，围绕“让每个生命都是鲜活的”这一使命，对产品逻辑和业务体系进行了系统性的深度布局。不是简单地让人活得更久，而是让人在更长的寿命中，依然保持年轻、健康、有活力的状态。公司实现这一目标的具体路径，是以合成生物学为根基，用“细胞工厂”生产人体所需的生命活性物质；基础研究聚焦糖生物学（解决用什么物质）和细胞生物学（解决物质如何作用于细胞）；应用场景则锁定衰老干预与组织再生，原料、医药医美、营养科学和皮肤科学作为落地的解决方案，这是华熙生物作为一家生物科技企业的底层逻辑。

公司的研发体系围绕三大支柱展开——细胞外基质、细胞间通讯、细胞内部健康，覆盖了从微环境到细胞器、从结构到信号的完整链条。公司聚焦六大类生命活性物质：功能糖类、蛋白类、核酸类、天然产物类、氨基酸类、多肽类，用合成生物学技术平台生产这些物质。

公司的竞争力来源于三个核心能力：第一，研发创新能力——来自持续的基础研究和应用基础研究投入；第二，成果转化能力——公司建成了全球最大的中试转化平台，获工信部首批“五星级”认证；第三，市场转化能力——公司拥有骨科、眼科、医美、皮肤科学、营养科学等多场景直接触达 C 端的能力。

因此，华熙生物不是单纯的原料公司，也不是单纯的消费品公司。我们是一家以合成生物学创新驱动的生物科技公司 and 生物材料全产业链平台公司。公司构建了涵盖菌株改造、发酵工程、中试放大与规模化生产的完整技术体系，并搭建起全球领先的合成生物研发与中试转化平台。

Q: 从生命科学的角度，衰老的本质是什么？华熙生物如何从底层逻辑上理解和干预衰老？

A: 衰老的本质从来不是单一物质的流失，而是细胞生存环境从细胞外基质到细胞间通讯，再到细胞内能量失衡的综合因素造成的系统性退行过程。

2025 年,《Cell》杂志将细胞外基质 (ECM) 列为第 13 大衰老标志物。ECM 是细胞赖以生存的“土壤”,决定了细胞能否健康生长。科学家做过实验:将一个癌细胞的细胞核放到健康的 ECM 环境中,癌细胞会变成正常细胞;反过来,将一个正常细胞放到信号混乱、成分失调的 ECM 中,最后会变成癌细胞——这说明细胞生长的环境对衰老是决定性因素。

华熙生物的干预逻辑不是“缺什么补什么”,而是系统性解决三个层面:第一,修复细胞外基质 (ECM),让细胞生长的“土壤”恢复健康;第二,畅通细胞间通讯,解决信号传递问题;第三,调控细胞内部能量,尤其是线粒体功能,例如麦角硫因、PQQ 等活性物质正是靶向线粒体的物质。

公司坚持“让每个生命都是鲜活的”,在科学上要有科学的态度和支撑,要有可验证的实验数据,最终实现科技平权、科技普惠。

Q: 公司中试平台建设以来,取得了哪些成果? 中试平台除了华熙生物自身使用外,外部公司有没有建立合作,未来如何展望中试平台在华熙生物体系内的作用?

A: 中试平台是生物制造时代最重要的基础设施之一。中试平台不是简单意义上的成本中心,也不是传统意义上的利润中心,而是“赋能中心”,是华熙生物未来发展的核心基础设施。

在生命科学领域,科研成果从实验室走向产业化存在明显的“死亡之谷”。很多科研成果能够完成论文发表和实验室验证,但无法完成工业化放大和产业化转化。中试平台承担的核心作用,就是解决从实验室到产业化之间的工程化问题。

公司经过二十多年的产业积累,已经形成覆盖菌种构建、发酵放大、分离纯化、质量控制和规模化生产的完整工程化能力。2025 年,公司中试平台获评工信部首批五星级生物制造中试能力建设平台,全国仅有五家单位获得该等级认定。

公司建设中试平台的核心目的，是解决成果转化问题。截至目前，中试平台已累计完成多个产业化项目，2025 年共完成 35 个项目，其中超过一半来自外部客户。平台不仅服务于华熙生物内部研发体系，也开始向高校、科研院所及产业合作伙伴开放。公司已经完成多个外部项目的中试验证和成果转化，包括重组蛋白、生物酶制剂、微生物培养等多个方向。

未来，中试平台将逐步形成三层价值：

第一层是技术服务价值，为科研成果提供工艺开发及产业化验证服务；

第二层是产业赋能价值，华熙生物作为龙头企业，助力地方产业集群建设，推动生物制造行业发展，通过中试验证后的项目推动产业落地，并与地方政府、生物制造园区形成协同；

第三层是生态价值，通过项目孵化、资本合作及产业资源整合，构建生物制造产业生态体系。

Q：公司在皮肤科学和营养科学板块的研发链路做了哪些调整？各护肤品牌的科学定位是什么？

A：2025 年，皮肤科学和营养科学板块完成了体系化技术梳理、品牌技术重构、产学研高端体系搭建三大关键工作。

在护肤研发端，公司对四大护肤品牌完成了技术路线与品牌定位重塑，告别同质化配方思路，确立精准高效、机制驱动的核心研发准则。公司联动哈佛、中科院、山东大学、浙江工商大学等顶尖科研平台，构建全链条创新体系。每一种成分的添加或复配均有完整科学数据支撑。

围绕皮肤微环境稳态、基质修护、精准抗衰的前沿科研逻辑，让每个品牌形成专属技术标签与差异化功效体系，实现科学技术与品牌定位的深度绑定，为高端化、高溢价产品迭代筑牢基础。

各品牌定位清晰：润百颜聚焦 ECM 稳态修护，通过冠名《种地吧》将“土壤修复”理念传递消费者；夸迪聚焦线粒体抗衰，熬夜后脸发黄、光老化导致干

纹、细纹等本质是线粒体稳态失衡；BM肌活专注细胞代谢平衡，解决出油、长痘等代谢失衡问题；米蓓尔深耕神经免疫修护，通过利用发酵产物调节神经免疫细胞信号传递问题。

在营养研发端，公司完成了营养与代谢、营养与免疫、营养与抗衰、营养与情绪四大核心战略聚焦与体系定型，坚守极简配方、高效产品的研发准则，深度挖掘肠皮轴、肠脑轴等作用机制。持续构筑差异化技术优势。大幅提升产品的科学性与功效壁垒。

Q：公司医美业务未来的产品管线布局和增长预期如何？

A：2026年三季度是医美业务新品获批的起点，2027年有望成为业绩集中释放的“爆发元年”。

产品管线方面，二代微交联娃娃针预计2026年第三季度获批，计划10月召开新品发布会。公司代理的其他产品预计年底在中国上市，其产品与公司现有产品可形成天然搭配，渠道完全复用。

自研管线方面，PDRN三类医疗器械、重组胶原蛋白填充剂等多款产品处于临床或注册阶段。公司在研三类医疗器械医美产品覆盖蛋白材料类、再生材料类、透明质酸衍生物类及核酸类。未来2-3年新品将密集落地。

公司医美业务的核心优势在于拥有11张医美注射类三类医疗器械证书（行业最多），产品覆盖水光、动能素、填充、再生全层次，形成了“科学底层+产品矩阵+合规壁垒”的系统能力。公司60%-70%为直销模式，覆盖全国8000家医美机构。公司正从单一产品售卖提升为“ECM土壤疗法”整体解决方案。

Q：公司如何看待护肤品业务未来的发展？过去两年调整取得了哪些进展？

A：过去两年护肤品业务的调整并非简单的产品调整或渠道调整，而是一次围绕科学体系、品牌定位和研发逻辑展开的系统性重构。

过去行业更多围绕单一成分和流量逻辑展开竞争，而未来竞争将更多回归科学研究、技术创新和消费者长期价值。因此，公司围绕生命科学底层规律，对护肤品业务进行了重新梳理，并逐步建立起以细胞外基质（ECM）、细胞间通讯和细胞内部健康为核心的科学研究体系。

在此基础上，公司进一步明确了各品牌的研发方向和科学定位：

- 润百颜聚焦细胞外基质（ECM）方向，定位为“ECM 科技护肤领导者”，围绕细胞生存土壤环境构建产品体系；
- 夸迪聚焦细胞内部健康方向，重点研究线粒体功能与细胞级抗衰；
- BM 肌活聚焦细胞代谢与微生态平衡；
- 米蓓尔聚焦神经免疫方向，重点研究敏感肌肤相关机制。

上述品牌定位并非营销概念，而是建立在公司长期基础研究和应用基础研究成果之上，希望形成从科学发现到产品开发再到消费者认知的完整链路。护肤品业务未来的发展重点将不再是简单追求流量增长，而是持续强化科学传播能力和品牌认知建设，将复杂的生命科学研究成果转化为消费者能够理解的价值表达。例如润百颜围绕 ECM 科学体系开展品牌建设，将“细胞外基质”这一专业概念转化为消费者更容易理解的“土壤养护”逻辑，通过品牌活动和内容传播建立差异化认知。

经过两年的调整，目前护肤品业务已完成研发体系梳理、品牌定位重塑以及产品体系优化，未来将持续围绕科学研究和产品创新推动业务发展，并逐步验证调整成果。

Q：供应链平台在支撑公司战略转型方面取得了哪些关键进展？

A：供应链平台围绕“立标准、建流程、搭体系”三条主线，全面推进基于价值流的一贯责任制，通过 AI 赋能提高交付效率，满足客户需求，在五个维度取得突破。

第一，中试平台成为国家级基础设施——获工信部首批“五星级”认证，2026年再获制造业中试平台首批生物制造领域认证（全国仅8家单位获此认定）。全年完成142批中试、62批外部项目、215批商业化生产，计划完成率100%。

第二，AI与数字化从试点走向系统落地——中试智慧大脑，EHS问答小助手、小益（一线知识沉淀）、合规专家AI助手、自动化报告生成系统、跨语言质量协同系统，供应链控制塔可视化看板已上线运行。5个Agent（齐套分析、质量、设备预测性维护、工艺助手、技术转移）集中落地。

第三，集成供应链计划体系落地——基于各条线的产品及市场战略，供应链平台制定不同产品产线的产能策略，制造策略，采购策略，库存策略及交付策略，建立订单风险识别模型及库存预警机制，进一步提升交付效率，降低库存水位，提高周转效率。

第四，智能化精益制造体系成型——以中试平台和济南基地为试点，通过华熙生物标准化体系及华熙生物精益生产体系夯实中试及生产制造数字化能力，中试智慧大脑，质量预测模型，AI质检模型，设备维护模型等智能体的上线，使得华熙生物精益制造体系从数字化向智能化跃升。基于华熙生物智能化精益制造体系的无菌HA车间取得生产许可，胶原蛋白，红景天苷，合成生物学PDRN，等产线也投入使用。

第五，质量管理水平全面提升。公司在2025年先后以“零缺陷”通过了韩国MFDS及美国FDA的GMP现场检查，公司以高标准严要求持续为客户提供高质量的产品。AI质量智能体“华熙门神”项目已完成105个案例调优，进一步赋能质量管理体系的提升。

未来供应链平台将继续做强中试平台，建设成更大的赋能中心；持续推进AI智能体对流程的重构和优化，完善设备预测性维护模型搭建和中试智慧大脑等智能体的持续迭代。

Q：战略生态发展事业线有哪些值得期待的亮点？

A: 品牌增值事业部探索出“合资运营”新模式，即依托华熙生物的科技力、产品力和品牌力，与具备强渠道运营和内容能力的合作伙伴共同孵化新品牌，已落地三森万物、润熙禾、海宝诗等品牌。方案转化事业部已签约多家国际头部客户并达成深度战略合作。海外业务从“产品出口”向“本地化运营”转型，深耕东南亚、南美、独联体等核心市场，建立本土化运营团队。材料创新业务方面，与玛氏、中宠合作的宠物营养项目已商业化落地；纸品领域 Babycare、恒安新项目预计今年相继落地。

未来将探索银发经济和线下渠道协同。2026年7月公司将在青海西宁开业首家“华熙荟减龄抗衰中心”，融合功能性护肤品、功能性食品与生活美容、医疗美容服务。选择西宁是因为红景天苷已在当地实现跨境电商线下突破，可在市中心设店展示售卖，解决高原反应人群即时需求。

Q: 公司当前的财务健康状况如何？战略转型在财务数据上已体现哪些积极变化？

A: 截至2026年一季度末，公司账面货币资金及交易性金融资产合计超10亿元，资产负债率约18%，处于行业较低水平。经营性现金流净额一季度转正至1.31亿元，相比去年同期净增加1.54亿元。

战略转型成效已在多个财务指标上体现：销售费用率降至31.76%，为近五年最低水平，代表公司从流量驱动转向科技驱动、从规模扩张转向高质量发展的结构性变化。管理费用也在持续优化，剔除一次性调整因素后同比下降。研发投入强度维持在10.34%高位，公司没有因为短期利润压力而减少对未来技术的投入。存货周转效率同比提升，去库存策略成效显著。

未来财务管理重点将坚持“精准配置、效率优先、底线思维”原则，聚焦主业，资源优先投向合成生物平台、中试能力建设、核心活性物质研发等能构建长期壁垒的领域。

Q: 请总结华熙生物未来几年最核心的投资逻辑。

A: 华熙生物的本质是一家以合成生物学为根基、聚焦衰老干预与组织再生的科技公司，而不是传统的原料供应商或消费品企业。理解华熙生物的投资价值，需要从三个维度来看：

短期看，经营质量的改善已经明确发生。经营性现金流转正、销售费用率降至近五年最低、研发强度持续保持高位。

中期看，原料业务国际化叠加 PDRN、无菌 HA、胶原蛋白等新品放量；医美业务从 2026 年下半年起进入新品密集获批期，管线厚度行业领先；皮肤科学业务润百颜已率先调整，科学驱动的增长路径已经跑通。

长期看，华熙生物最核心的壁垒是“从科学发现到产业应用”的全链条能力，包括二十五年糖生物学和细胞生物学积累、全球最大的中试转化平台和 AI 与 BT 的深度融合。

衰老干预和组织再生是公司的核心场景，合成生物加中试平台加 AI 是公司的底层能力，物质研发是源头，医美是面部抗衰，骨科是关节抗衰，皮肤科学是日常养护，营养科学是内源性抗衰，公司系统化布局关于生命健康的各业务板块，每一块业务都指向同一个使命：让每个生命都是鲜活的。

华熙生物的价值不在某个季度的利润数字里，而在二十五年积累的、别人拿不走的能力里。短期经营质量在改善，中期产品管线密集落地，长期赋能能力在加强。公司已度过主动调整的最困难阶段，各项先行指标与业务管线进展均指向新一轮高质量增长周期的开启。

面向未来，华熙生物将持续锚定衰老干预与组织再生两大核心主线，坚持合成生物学与人工智能双轮驱动，打通基础研究、中试放大、产业落地、终端应用的全链条闭环。以硬核科技持续输出高价值产品与解决方案，为大众传递健康、美丽、持久鲜活的生命体验。让每一个生命体，都长久保有原生活力与生命质感，这既是华熙生物立足行业的初心，更是企业以生命科技奔赴长远的终极使命。