



# 2024年度“提质增效重回报” 专项行动方案

华熙生物科技股份有限公司  
证券代码:688363.SH





# 目录 CONTENTS

01

聚焦主业稳健发展  
高质量铸就价值基础

02

优化运营管理流程  
提高经营质量与效率

03

提升科技创新能力  
加快发展新质生产力

04

践行绿色环保举措  
促进可持续发展

05

持续完善公司治理  
发挥“关键少数”作用

06

加强投资者沟通  
积极传递公司价值

07

秉持价值创造为本  
高度重视股东回报

08

联接管理层与股东  
责任利益共担共享



# 前言



为践行以“投资者为本”的上市公司发展理念，响应上海证券交易所号召，华熙生物科技股份有限公司（以下简称“公司”、“华熙生物”）结合企业发展阶段和行业特点，从聚焦主业、运营管理、科技创新、公司治理、投资者回报等方面，制定本方案，着力提高上市公司质量，力求为投资者创造更多价值，强化投资者回报。

华熙生物 2024 年度“提质增效重回报”主要工作举措如下：



# 01 聚焦主业稳健发展，高质量铸就价值基础

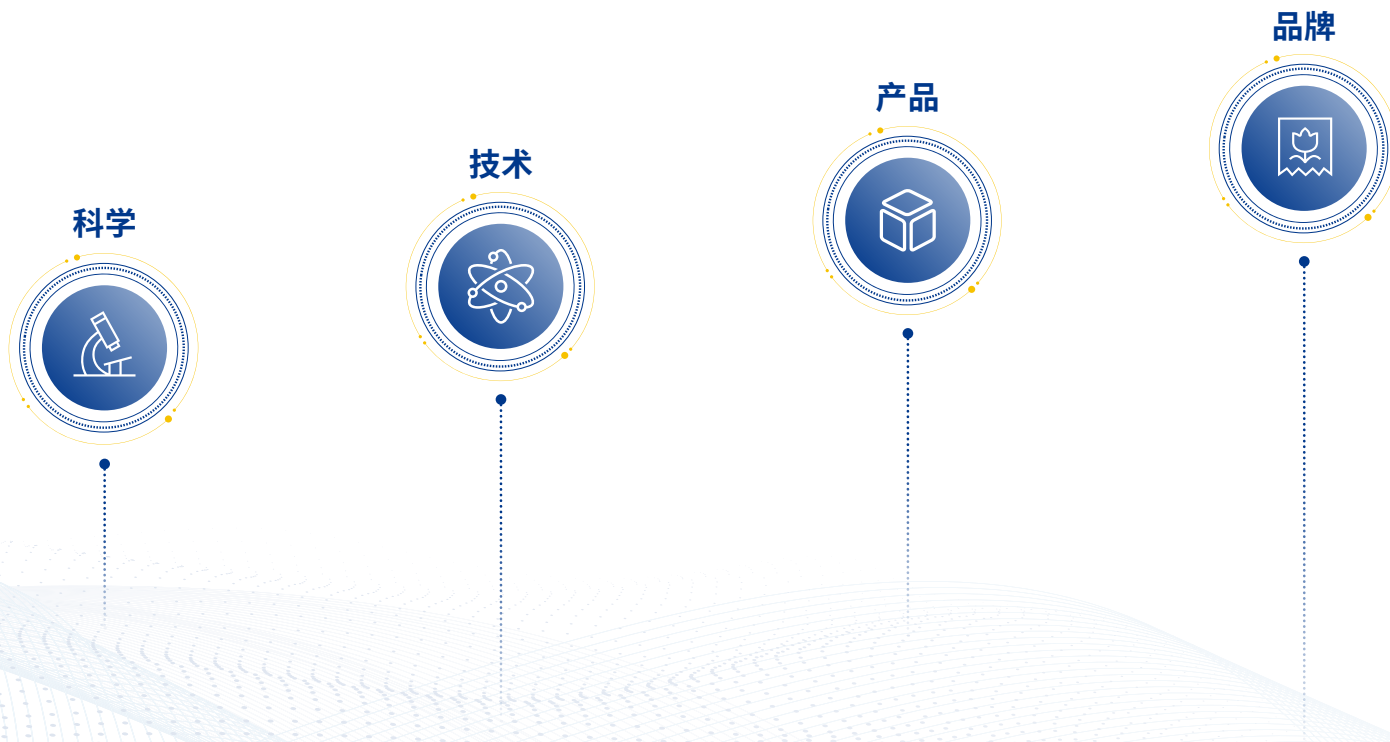


华熙生物成立于2000年，2019年11月在A股科创板成功挂牌上市（688363.SH），是以合成生物科技创新驱动的生物科技公司、生物材料全产业链平台公司，致力于不断提高生命质量、延长生命长度。公司从行业需求出发，以基础研究和应用基础研究为核心，已经建成合成生物学研发平台、微生物发酵平台、应用机理研发平台、中试转化平台、交联技术平台、配方工艺研发平台六大研发平台，能力覆盖从细胞构建到商业应用的产品全生命周期。





公司坚持“科学→技术→产品→品牌”的企业发展逻辑，坚信科技创新是发展的原动力，坚持人才是发展的基石和保障，秉承“让每个生命都是鲜活的”企业使命，聚焦在功能糖、蛋白质、多肽、氨基酸、核苷酸、天然活性化合物六大类有助于生命健康的生物活性物开发和产业化应用，稳步推进“四轮驱动”（生物活性物原料、医药终端、功能性护肤品、功能性食品）的业务模式。公司在国内外持续扩大市场份额，构建竞争优势，产业化规模位居国际前列。公司的原料产品、医疗终端产品和功能性护肤品销往国内及海外 70 余个国家和地区。同时，公司是全球最大的透明质酸研发、生产及销售企业。



2023 年，公司积极落地“数字化转型、组织能力提升、合规经营、安全运营和降本增效”五大战略任务，全面推动管理变革的落地，推动公司战略的升级，以期实现业务的长期稳健增长。公司 2023 年实现营业收入 60.76 亿元，实现归属于母公司所有者的净利润 5.93 亿元。



2024 年，公司将继续坚持长期主义原则，持续聚焦合成生物学，用科技力打造产品力，塑造品牌力，进一步加大降本增效力度，推动公司业务持续稳定健康增长。具体措施如下：

# 生物活性物

公司生物活性物业务致力成为全球领先的生物材料领域的解决方案供应商。2024 年，公司生物活性物业务将重点关注新业务领域和海外市场的拓展，以拓宽已有生物活性物的应用领域。公司秉持大客户深度运营的全球化战略，不断推动多领域产品和应用研究的自主创新，积极构建符合 ESG 理念的原料产品矩阵。公司追求产品差异化、物质多元化、原料绿色化，全面提升生产制造、质量控制和全球合规性等方面的能力，以更好地为国内外客户提供优质的产品和服务。其中：

## 医药级原料

医药级原料将持续深耕眼科、骨科、医美、再生医学等领域大客户，并规划构建组织工程、材料工程领域的产品矩阵，重点布局欧洲、美洲、亚太区市场，提前完成注册布局。针对细分市场的机会差异，公司从单一物质产品销售模式向基于客户需求、市场趋势的物质组合、服务组合的销售模式转型；基于标杆客户的核心需求和痛点，为客户提供价值驱动、技术驱动的行业领先解决方案。

## 化妆品级原料

化妆品级原料将专注于提供护肤、洗护、彩妆、口腔、防晒、香水香氛、家居护理等多领域解决方案，注重品牌客户深度经营及国际市场品牌塑造。国内市场基于基础研究和应用基础研究平台提高产品力，扩充解决方案产品的数量和加大推广力度，提升销售占比；国际市场通过深耕本土化运营，扩大客户覆盖率，建立当地高校、专家、协会、客户等关系网络，提升品牌知名度和客户黏性。

## 食品级原料

食品级原料将专注七大领域：口服美容、情绪 & 睡眠、关节健康、能量提升、认知健康、眼健康、胃肠保护。通过精细分类管理，提高头部客户覆盖率，构建稳定客户矩阵。联合专家、媒体、平台推广产品，提升品牌影响力，加快全球食品原料应用的合规化进程，打造领先的功能性营养与健康领域解决方案。

## 创新原料

创新原料聚焦纺织和宠物市场，重点服务国内外头部品牌商和生产商，通过合作拓展新市场，以创新产品赋能客户，实现持续盈利的共赢模式，成为生物活性物创新应用的解决方案提供者。



功能糖



蛋白质



多肽



氨基酸



核苷酸



天然活性化合物

六大类生物活性物布局



## 医疗终端

2024年，公司医疗终端业务将继续依托强大的技术实力，通过不断迭代和创新产品线、优化营销策略、赋能合作机构，不断提升医美和医药业务的市场占有率，推动医疗终端品牌的国际化进程。其中：

### 医美业务

医美业务方面，公司将通过迭代微交联透明质酸产品、开发差异化的透明质酸填充剂、开发非交联透明质酸及复合溶液领域的新产品、探索胶原及再生领域的新产品等方式，满足市场对多样化医美产品的需求。市场推广层面，一方面，公司将持续发力差异化优势品类微交联润致娃娃针，力求在透明质酸微交联赛道中开创并引领行业潮流；另一方面，公司的润致填充系列产品将持续推广家族式差异化分层抗衰体系，通过医美机构专业培训、案例发布等方式进行推广。公司将积极整合优化营销策略，强化品牌建设，通过行业活动和新媒体平台提升品牌影响力，最终提升市场占有率。

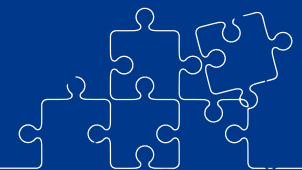


### 医药业务

医药业务方面，公司将依托明星产品“海力达”和“海视健”，持续深化骨科和眼科领域的研究。针对人口老龄化趋势带来的骨关节炎、白内障等疾病治疗需求的增长，公司将加大研发创新力度，致力于提升产品性能和安全性，旨在为患者提供更稳定、更安全的医药产品。在市场推广方面，公司将通过深入的市场调研与分析来明确目标市场和客户群体，制定精准的市场定位策略，并采用多元化的推广渠道。



公司凭借“润致”和“润百颜”双品牌透明质酸产品以及“海力达”玻璃酸钠注射液，在国内外市场取得了显著成绩，产品销往欧洲、俄罗斯、中东、南美和亚太多个国家和地区。2024年，公司将积极推进医疗终端品牌的国际化进程。通过参与国际展览、专业研讨会、临床交流会等活动，加强与国际同行的交流合作；通过与国际多地合作伙伴建立稳固的合作关系，共同开拓国际市场，建立并培育公司的国际形象，提升品牌价值，实现互利共赢。

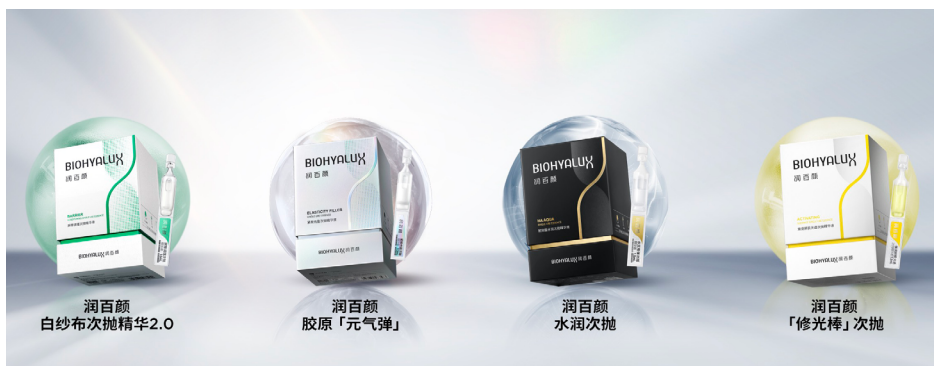


## 功能性护肤品

2024年，公司功能性护肤品业务将优化以大单品为核心的品类体系、深化品牌价值，提高对多品牌资源的统筹管理，提升资源使用效率，为各大品牌差异化经营和有序成长赋能。具体如下：

### BIOHYALUX 润百颜

- **第一，产品层面**，规划特色产品体系，扎根修护赛道，作为养成好底子的基础；叠加三大核心功效护肤体系，为用户打造更安全更出色的功能护肤体验。
- **第二，渠道层面**，持续夯实渠道力，进一步完善品牌自营渠道运营能力，并结合消费者购物路径迁移，实现消费者全域购物链路的体验与效率。
- **第三，品牌层面**，升级品牌定位为“以生物科技修护健康美肌”，致力于成为亚健康肌肤的首选护肤品牌。



### QUADHA® 夸迪

- **第一，产品层面**，突出科技力和新的产品成分，打造抗老爆品，依托公司强大科技力背书，在抗老赛道上打造国货精品。
- **第二，渠道层面**，通过持续推进精细化运营管理，以提升品牌整体效率。通过持续坚持以满足消费者需求为核心，致力于在吸引新客户的同时，进一步增强用户体验。
- **第三，品牌层面**，加重自创内容权重，传递品牌和企业的价值观。





## Bb-MESO肌活

- **第一，产品层面**，聚焦油皮人群的需求，基于糙米系列打造油皮基础控油系列。同时，积极拓展油皮进阶功效需求，包括油皮肤色改善需求、油痘肌需求、油皮敏感需求等，打造围绕油皮消费者的完整产品体系。
- **第二，渠道层面**，提高自营渠道精细化运营能力，关注消费者的消费周期管理，关注消费者资产的管理及消费者满意度的提高。
- **第三，品牌层面**，持续强化“专注油皮、专研发酵”的定位，强化肌活的油皮消费者心智，打造竞争壁垒。

Bb-MESO肌活

专注油皮 · 专研发酵

「酵」醒肌肤活力



MEDREPAIR®  
米蓓尔®

- **第一，产品层面**，持续深耕敏感肌赛道，通过对大单品“米蓓尔蓝绷带涂抹面膜”的打造来塑造米蓓尔敏感肌功效护肤专家的心智，同时，进一步开发敏肌进阶功效产品，完善品牌敏肌分级修护产品体系。
- **第二，渠道层面**，通过持续推进精细化运营管理，以提升品牌整体效率。通过持续坚持以满足消费者需求为核心，致力于在吸引新客户的同时，进一步增强用户体验。
- **第三，深入洞悉敏肌护肤需求**，围绕品牌核心 Z 世代敏肌人群，加强品牌敏肌领域的内容输出，打造米蓓尔独有消费者心智，与用户建立强情感链接。

MedRepair 米蓓尔  
敏感肌功效护肤专家



## 功能性食品

目前,公司旗下拥有透明质酸饮用水品牌“水肌泉”,口服液品牌“美丽肌因”等,并于2024年初推出了专注于科技赋能儿童健康成长的品牌“当康未来(little bloom)”,后续公司计划推出高端年轻态保健食品品牌“华熙当康(Bloomage Health)”。公司致力于为消费者提供全方位的健康管理解决方案。

### 2024年,公司功能性食品业务具体规划如下:



第一,品牌层面,完成品牌发声和核心产品种草,科学传播彰显品牌力。



第二,研发层面,建立品类产品信息平台,与知名高校等机构成立联合实验室,开发更多核心配方实现独有原料、独特卖点。



第三,组织层面,明确研发团队分工,提高研发效率,建设质量中心、生产中心和物流中心组织,建立市场中台和数据中台,保障业务发展。





## 02 优化运营管理流程，提高经营质量与效率



2024年，为进一步优化运营管理，提升公司经营质量与效率，公司将通过强化大运营体系建设，夯实供应链稳定安全，提高产能利用率，推进数字化变革，提升财务管理效能等具体策略，实现核心业务流程的体系化和精细化管理，推动公司高效运营，为公司的长期发展打下坚实的基础。具体如下：

### 构建闭环运营管理机制，强化大运营体系建设

建立以业务条线和职能流程为核心的企业级运营流程管理体系和治理机制；推广流程文化，实现核心业务流程的体系化和精细化；在分子公司间分享最佳实践，实现协同管理和持续优化；注重各专业领域流程管理，确保核心流程转移和落实，为业务发展提供支撑。



推进流程体系的优化工作和经营分析体系的搭建工作。其中，流程体系优化项目将全面升级流程管理体系，在推进战略、市场等多个领域的流程显化、固化和量化的基础上，进一步推进流程的优化，推行核心业务流程的精细化管理；建立经营分析体系，通过“财务-运营-业务”的联动机制，实现从战略、计划、执行的闭环管理。



## 夯实供应链的稳定性，提高产能利用率



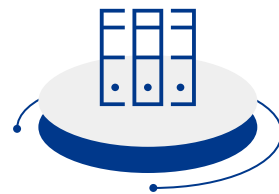
### 搭建协同共赢的集成计划体系

建立 S&OP 销售与运营计划体系，实现供应链各环节之间的信息共享和协同作业，提高供应链的响应速度和准确性。



### 以战略为导向建立有效的 KPI 体系

通过建立以战略为导向的供应链运营指标库，涵盖销售、生产、采购、质量、物流五大模块，从安全、质量、成本、效率等多个方面，对供应链各环节数据进行挖掘和分析，提高供应链的透明度，发现潜在的风险和问题，并及时采取相应措施进行调整和优化。



### 强化智能供应链和精益制造

引入智能设备和物联网技术加强自动化和智能化建设；推进数字化转型，实现数据共享和协同，优化资源配置；构建华熙生物卓越制造体系 BPS，运用精益管理工具，提升运营效率。



### 提高产能利用率，加快新建产能爬坡

平衡市场需求与现有产能，明确各基地产能定位，合理调配生产资源，消除资源分配不均或浪费现象，减少因产品多样化导致的生产连续性中断带来的效率损耗。同时，对生产设备进行定期预测性维护，实施备品备件管理，确保生产环境与设备处于最佳状态，降低设备故障风险，提高产能利用率。制定详尽的转移及投产计划，明确各阶段目标和任务，配备相应资源支持，减少不必要延误，保障生产进度。加强与新供应商合作，确保原材料和零部件稳定供应。



## 推进数字化建设，提升数字时代的企业竞争力



全面审查并优化现有自动化流程，提升工厂生产效率；升级信息化系统，适应市场与业务模式变化；利用数据分析与 AI 技术，增强生产预测精确性和市场响应能力。



完善数据指标看板，实时监控关键业务指标；数字化中心与业务部门协同，确保数据分析能够为决策与改进提供支持。



筑牢数据安全防线，保障公司信息安全；定期开展安全审计与员工培训，提升组织数据安全意识与保护能力。

## 提高财务管理效能，提升运营效益



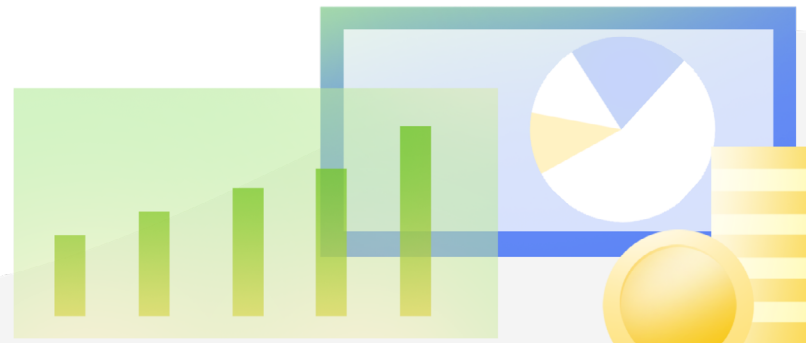
### 组织架构优化

优化财务管理中心的组织架构，建立共享中心，实施集中化、标准化的财务核算流程，集中处理公司的财务、业务，为公司运营提供高质量、标准化的数据信息。



### 推进多项变革项目，提升运营效益

全面推进“数电发票”变革，提升发票处理时效性，增强客户满意度，降低纸质发票成本，实现降本增效；积极推动供应链体系变革，统筹生产计划，优化库存结构，提高库存周转率。



## 03 提升科技创新能力，加快发展新质生产力



公司拥有国家企业技术中心、山东省生物活性物合成生物学重点实验室、海南省再生医学技术与材料转化重点实验室、山东省院士工作站等科研人才创新平台。



2023 年，公司及子公司新产品、新技术及核心技术的成果转化卓有成效：

### 2023 公司共新增



### 截至 2023 年底



公司通过知识产权管理体系 GB/T29490 再认证，将认证范围由原料扩大到原料、化妆品、医疗器械、药品、食品、保健品等领域，实现了公司经营范围的全覆盖。

## 加强研发项目管理与投入，推进产品组合的优化升级

2024年，公司将继续以技术创新为核心发展动力，以市场需求为导向，加强研发项目管理与投入，推进产品组合的优化升级，不断提高研发投入的产出效益。具体如下：

### 原料领域

将依托高通量自动化筛选平台、酶改造与进化平台、AI数据化平台、发酵优化平台及微生物育种平台的支撑作用，继续推进公司透明质酸、依克多因、麦角硫因等物质的进一步优化研究。

### 医疗终端领域

基于公司六大类生物活性物质，致力于研究开发高价值部位的填充产品、新一代微交联产品、透明质酸和胶原蛋白水光产品、新型再生材料等。

### 功能性护肤品领域

持续推出原料组合物、配方技术、过程工艺与包装材料的创新成果，以提升产品的技术壁垒与市场竞争力，继续采用内部开发和对外开放的研发模式，在不同板块间实现高效协同，促进原料与医疗器械领域的技术在护肤品领域的应用。

### 功能性食品领域

重点围绕透明质酸、GABA等在功能性食品开展研发工作，做好食品板块的技术储备和产品开发。





## 提升研发产出效益，优化人才激励与绩效管理体系

2024年，公司将进一步强化科研成果评价体系与创新激励机制的构建和完善，通过建立对科研成果客观评价的体系和与之匹配的激励机制，更好地对在技术研发、产品创新、专利申请等方面做出突出贡献的研发人员给予奖励，激发研发团队积极性和创造力。

### 研发产出方面

公司注重提高研发投入的效益，通过绩效管理体系的完善，确保研发人员的绩效与贡献直接挂钩，从而激励员工提升工作效率和质量。目前公司正在建立项目绩效制度，关注创新效果和技术能力，促进研发人员的工作绩效提升，确保研发项目的按期、高效、高质完成。此外，公司还重视科研团队的人才培养，通过专业技能培训和团队协作能力培养，营造鼓励创新的组织氛围，帮助科研团队不断提升自身能力。



## 04 践行绿色环保举措，促进可持续发展



公司坚持绿色发展理念，将其视为推动高质量发展的基础，并深刻理解其作为新质生产力核心要素的重要性。公司将绿色科技融入生产与经营的各个环节，推动绿色制造理念的实践，不断优化产品设计与生产工艺，探索资源与能源的综合利用新路径。同时，公司积极应对气候变化，努力构建具备韧性的绿色环保产业结构，推动公司向着高质量、绿色、可持续的方向发展，为实现双碳目标贡献力量，为建设美丽中国注入新的活力与动力。

2023年，公司在董事会下设 ESG 委员会，强化了董事会及下设 ESG 委员会在研究和制定公司的 ESG 战略、重要性议题识别、ESG 风险和机遇管理、ESG 绩效管理、资本市场评级表现等方面的角色和作用，进一步提升公司治理和可持续发展管理水平。同时，公司新设 ESG 战略管理中心，负责公司 ESG 管理工作。

2024年，公司将进一步强化和优化可持续发展管理架构，继续落实相关工作细节，确保可持续发展项目的高效和精准执行。具体如下：

### 完善公司 ESG 战略规划

公司将在原有基础上进一步完善 ESG 战略规划，明确绿色可持续发展的方向和领域，设定具体目标和实施方法，为公司 2025-2030 年的可持续发展工作提供指引。

### 搭建环境数据数智化管理系统

公司计划建立环境数据数智化管理系统，通过数字化手段提高环境数据管理的效率，为温室气体核算及审验提供保障，并为数据分析打下基础。



### 开展绿色低碳环保生产运营

公司计划制定中期低碳环保绩效目标及行动方案，为应对全球气候变化，实现减排目标、推进绿色低碳发展贡献力量。

### 建立供应链 ESG 管理机制

公司积极进行可持续发展的供应链转型，计划建立供应链 ESG 相关管理机制，保障供应链的稳定性和可持续发展，携手价值链共同推动绿色供应链建设。

### 开展绿色可持续发展企业文化建设

公司将持续性开展绿色办公、生活与出行低碳文化宣传工作，提高员工对绿色可持续发展的认识和理解，激励员工积极参与公司的可持续发展项目。

## 05 持续完善公司治理，发挥“关键少数”作用



### 紧跟政策步伐，持续优化治理制度

2023年，中国证券监督管理委员会及上海证券交易所公布了有关上市公司独立董事制度建设的一系列治理规则。公司积极响应并持续对内部控制制度进行同步修订，以确保其符合最新监管要求，并持续优化以提高治理效率，旨在加强公司治理，提升透明度，保护投资者利益，并促进公司的长期稳定发展。2023年12月29日公司召开第二届董事会第十次会议，对《公司章程》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《独立董事专门会议工作细则》《审计委员会工作细则》5项治理制度进行了补充及修订。2024年4月26日，公司召开第二届董事会第十二次会议，对《薪酬与考核委员会工作细则》《提名委员会工作细则》《风险管理委员会议事规则》等3项治理制度进行了补充及修订。前述制度将提交公司2023年度股东大会审议。

### 建设大风控管理体系，提高管理韧性

公司遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，ISO37301及ISO37001合规管理体系标准要求，并于2023年度修订并颁布包括《合规（反贿赂）管理办法》在内的12项合规管理制度，不仅覆盖公司全体员工及外部商业伙伴，亦涵盖合规管理各环节内容。从前期的尽职调查、合规咨询，到中期的合规义务识别与风险评估、绩效管理，再到后期的合规审查、不符合及纠正预防措施等全流程，公司均制定了专项管理办法，做到合规管理全过程有规可依、有章可循。

公司明确合规管理的方针、组织架构、合规控制及运行机制、绩效考核及文化建设、合规内审及改进等一系列具体流程，通过建立有效的合规管理体系，防范合规风险，已于2024年3月取得ISO37301合规管理体系和ISO37001反贿赂管理体系认证证书。

2024年，公司着眼于长期健康可持续发展，提出将“风险管理+内部控制+合规管理”融合，建立“大风控体系”的目标，并通过多项具体工作，推动合规经营、内部控制、风险管理及审计监督核查的一体化有机运行，提高公司风险应对能力、增强投资者信心。

### 强化“关键少数”的责任

公司将充分利用证监会、上交所及浦江大讲堂、中上协及其培训平台、资本市场学院等监管平台资源，组织“关键少数”及公司经营管理层的线上、线下培训活动，确保“关键少数”能够全面掌握最新的法律法规，切实提升其履职能力和合规知识储备，从而推动公司整体治理水平的全面提升。

为独立董事创造良好的工作环境，强化其监督机制。为便于独立董事开展每年不少于15日的现场工作，指定董事会办公室作为沟通服务部门，专门负责会议议案材料汇总编制、信息反馈等工作。公司为确保独立董事的履职效能，设立了独立董事专门会议机制；在董事会架构下，专门设立了董事会专门委员会，委以独立董事重要职务。

2024年，公司董事会新成立了风险管理委员会，该委员会由五名委员组成，其中，三位独立董事均担任委员职务，并且一名独立董事被任命为风险管理委员会主任。此外，公司将继续为独立董事的工作提供必要的便利条件，确保独立董事能够及时获取准确信息，从而切实保障独立董事的知情权。这些举措将进一步强化独立董事对公司的监督体系，促进公司治理结构的完善和优化。





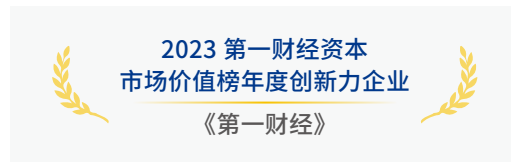
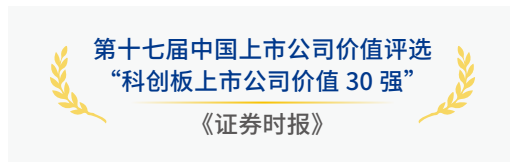
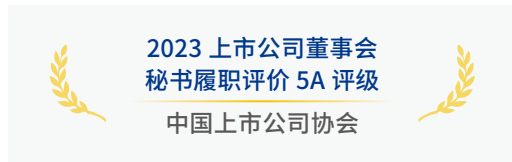
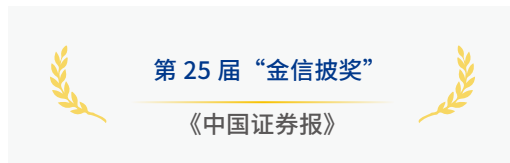
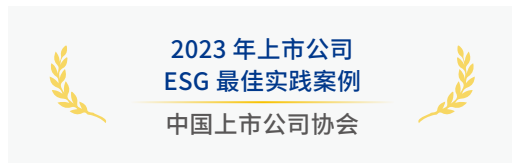
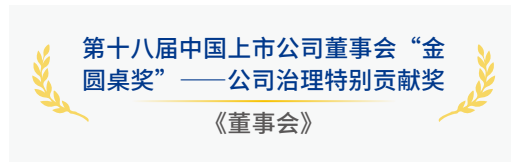
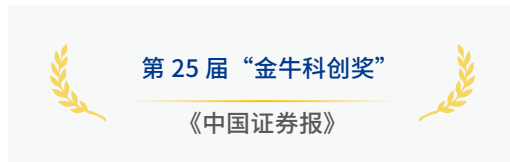
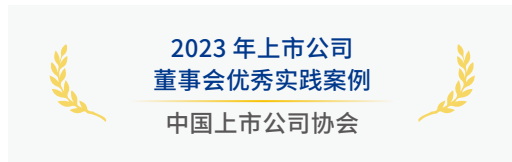
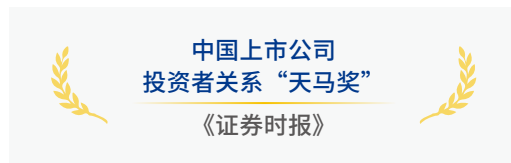
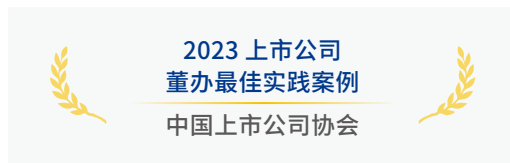
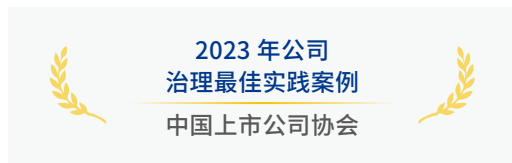
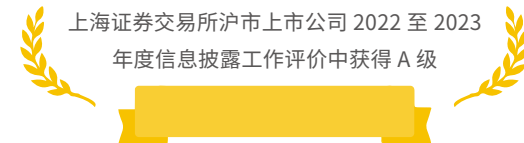
## 06 加强投资者沟通，积极传递公司价值



### 高质量信息披露

公司高度重视信息披露工作，严格按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等法律法规和公司《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》等相关规定，坚持真实、准确、完整、及时、公平的信息披露原则，充分地披露公司定期报告、临时公告等重大信息。公司的信息披露在上海证券交易所沪市上市公司 2022 至 2023 年度信息披露工作评价中获得 A 级。

A



## 建立多元化沟通渠道

公司以投资者需求为导向，积极通过信息披露、业绩说明会、股东大会、上证E互动平台、投资者服务热线、调研交流、券商策略会等方式，建立多元化的投资者沟通渠道。

2023年，公司共发布公告**81**份，通过新媒体平台制作并传播公司2022年年度业绩解读视频、2022年年度业绩长图，共举办**6**次业绩说明会，并积极参加境内外卖方机构组织的策略会，与各类投资者进行多次面对面交流，同时，根据投资者需求安排多次公司现场调研、反路演等沟通会。

2024年，公司将继续严谨、合规地开展信息披露工作，在此基础上，进一步提高信息披露内容的可读性和有效性，尝试更多地采用图文、动画短片、视频等可视化形式对定期报告、临时公告进行解读，向广大投资者展示公司经营情况、研发情况、产品情况等；并继续做好内幕信息管理工作，切实维护好投资者获取信息的平等性。



2024年，公司将开展至少

**4**

次业绩说明会 / 投资者接待日  
根据实际情况由公司董事长带队参加；并根据投资者需求，继续开展公司现场调研、反路演等沟通会。

## 维护信息双向沟通机制

公司通过多元化渠道向投资者传递公司长期价值，定期收集投资者反馈和意见，形成公司与资本市场双向沟通机制，将市场热点和建议定期呈报管理层，实现资本市场助力上市公司的质量提升。例如，公司定期举办的线上业绩说明会，从战略和战术的角度多方位解读公司业绩的边际变动，管理层也实时解答投资者关注的主要问题，实现了即时的双向沟通。

2024年，公司将继续加强投资者沟通交流，积极建立与资本市场的有效沟通机制，持续打造健康、透明的投资者关系体系，不断完善沟通渠道，丰富交流方式，通过多元化渠道加强与投资者的交流频次，积极响应股东合理诉求，充分回应市场关切，消除信息壁垒，使投资者能够更全面、清晰地了解公司价值，增强投资者对公司的认同感和信心。在合规的基础上，让投资者全面及时地了解公司的经营状况、发展战略等情况，加强与投资者的交流与沟通，增进投资者对公司的信任与支持。



# 07 秉持价值创造为本，高度重视股东回报



## 积极实施股份回购

2023年8月至今，公司正在实施股份回购计划，回购资金总额预计在2亿元至3亿元之间。截至2024年4月26日，公司已完成回购股份3,040,219股，已回购资金总额约2.04亿元。

截至2024年4月26日，  
已完成回购股份

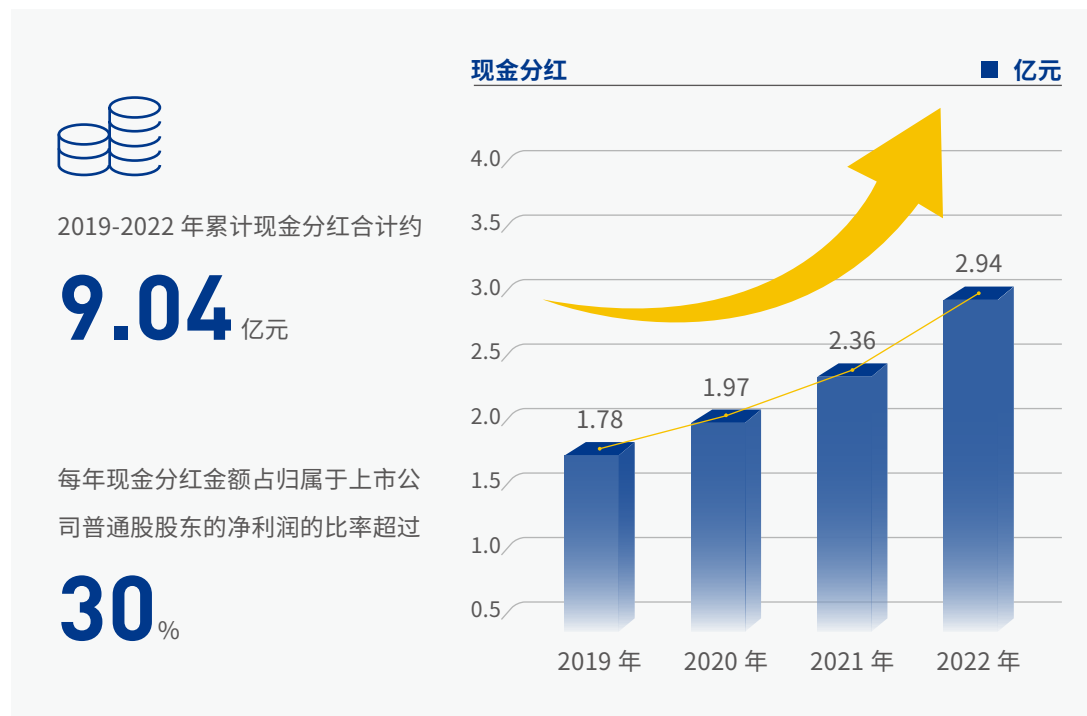
**3,040,219** 股

已回购资金总额约

**2.04** 亿元

## 持续稳定现金分红

践行以价值创造为本的理念，公司高度重视投资者回报，通过实施稳健、可持续的分红策略，结合业务现状、未来发展规划及行业发展趋势，为投资者提供连续、稳定的现金分红。



## 高度重视投资者回报

2024年4月26日，公司第二届董事会第十二次会议审议通过《关于公司2023年度利润分配预案的议案》，初步计划2023年度利润分配方案为每10股派发现金红利人民币**3.80**元（含税），拟现金分红约**1.82**亿元，占2023年度归属于上市公司普通股股东的净利润的**30.69%**。

公司2019年11月首次公开发行募集资金金额约为**23.69**亿元，预计公司上市以来现金分红与回购金额累计占上市募集资金金额的**54.45%**。

2024年，公司坚持高质量可持续发展，将密切关注资本市场动向，结合业务现状、未来发展规划及行业发展趋势，继续为投资者提供连续、稳定的现金分红，以回馈投资者的信任与支持。

## 08 联接管理层与股东，责任利益共担共享



为强化管理层对公司业务发展情况和公司目标实现的持续关注和投入，公司对高级管理人员的考评与公司的经营目标完成情况、盈利情况、管理人员分管工作的成效等多方面挂钩，发放的薪酬最终根据考评结果由董事会决定。2024年，公司将进一步完善公司管理层与公司经营情况相挂钩的薪酬政策。

为有效整合股东利益、公司利益以及员工利益，促使各方共同关注公司长期健康发展，公司于2021年1月正式推出员工限制性股票激励计划，针对公司董事、高级管理人员及核心骨干实施长效激励措施，合计向300余名激励对象授予第二类限制性股票进行激励，覆盖面超过15%。激励计划的实施以达到公司层面业绩考

核目标作为激励对象的归属条件，根据激励对象在个人业绩考核中的表现，决定其实际可获取的股份数量。这一举措有助于将关键岗位人员的个人利益与公司的长远发展紧密相连，以促进公司稳定而持续的经营增长，最终实现业绩增长与股东回报之间的动态平衡。

华熙生物2024年度“提质增效重回报”行动方案是基于目前公司的实际情况而作出的计划，未来可能会受到国内外市场环境、政策调整等因素影响，具有一定的不确定性，敬请广大投资者谨慎投资，注意投资风险。

公司将持续评估“提质增效重回报”行动方案的相关举措，履行信息披露义务，努力通过良好的业绩表现、规范的公司治理、积极的投资者回报，切实履行上市公司的责任和义务，回馈投资者的信任。







让每个生命都是鲜活的

华熙生物科技股份有限公司

地址:北京市朝阳区建国门外大街甲6号华熙国际中心D座33层

邮箱:ir@bloomagebiotech.com

网址:<https://www.bloomagebiotech.com/>