

公司代码：603020

公司简称：爱普股份



爱普香料集团股份有限公司

2024 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 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读年度报告全文。

2、 本公司董事会、监事会及董事、监事、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、 上会会计师事务所（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

经上会会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至2024年12月31日公司期末可供分配利润为人民币1,079,146,642.74元。经董事会决议，公司2024年年度以实施权益分派股权登记日登记的总股本（扣除公司回购专用证券账户中的股份数量）为基数分配利润。本次利润分配方案如下：

1、 公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 1.80 元（含税）。截至 2024 年 12 月 31 日公司总股本 383,237,774 股，扣除公司回购专用证券账户中的股份数量 7,600,000 股为计算基数进行测算，本次利润分配可享受现金红利的股数为 375,637,774 股。合计拟派发现金红利为 67,614,799.32 元（含税）。最终实际分配总额以实际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。公司通过回购专用账户所持有的本公司股份，不参与本次利润分配。

公司 2024 年度现金分红占本年度合并报表中归属于上市公司股东净利润的 42.50%。剩余未分配利润结转下一年度。

2、 公司不进行资本公积金转增股本，不送红股。

3、 如在利润分配方案公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，因可转债转股/回购股份/股权激励授予股份回购注销/重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的，公司维持每股分配比例不变，相应调整分配总额，并将另行公告具体调整情况。

本次利润分配方案尚需提交公司2024年年度股东大会审议。

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	爱普股份	603020	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	秦汉清	叶兵
联系地址	上海市静安区高平路 733 号	上海市静安区高平路 733 号
电话	86-21-66523100	86-21-66523100
传真	86-21-66523212	86-21-66523212
电子信箱	hanqing.qin@cnaff.com	jye@cnaff.com

2、 报告期公司主要业务简介

（一）所处行业概况

公司主要产品为香精、香料以及食品配料，下游应用领域主要包括乳品、饮料、休闲零食、烘焙、日化、烟草等。根据中国上市公司协会发布的《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，公司的门类代码为：C（制造业），次类代码为：CA（食品、饮料、烟草），大类代码为：14，大类简称为：食品制造业。

1、香料香精和食品配料简介

（1）香料香精

香料是一种能被嗅觉嗅出香气或被味觉尝出香味的物质。绝大多数香料在组成上是单一的，但也有一部分香料是组分不很复杂的混合物。香料的分子量一般不大于 400，具有相当大的挥发性，由于香料的香气和（或）香味比较单调、或者较弱、或者持久性差，需经过调和配制成香精用于加香产品后间接消费。香料按来源分为天然香料和合成香料。前者是指以植物、动物（或微生物）为原料，经物理方法、生物技术法或传统的食品工艺法加工所得的香料。后者是指天然动植物原料或煤炭石油原料经化学方法加工所得的香料。

香精是由香料和相应辅料构成的具有特定香气和（或）香味的复杂混合物，一般不直接消费，而是用于加香产品后被消费。香精按用途分为食用香精、日用香精和其他香精，在食品、

饮料、日化、烟草、制药、纺织、饲料、皮革等众多行业中都有着广泛的应用，用于增加终端产品的香气和香味，且对终端产品的品质具有独特和不可替代的作用。

(2) 食品配料

1) 食品配料的定义和分类

食品配料是指公认安全的可食用物质，用于生产制备某种食品并在成品中出现。按照《中华人民共和国食品安全法》的定义，食品是指各种供人食用或者饮用的成品和原料以及按照传统既是食品又是药品的物品，但是不包括以治疗为目的的物品。因此，国家将食品配料纳入食品，对其生产经营实施许可管理，从事食品配料的生产和流通应当依法分别取得食品生产许可和食品流通许可。

食品配料一般不包括食品添加剂，食品添加剂在食品工业中的应用一般都有严格的范围和用量要求，食品生产者应当依照食品安全标准关于食品添加剂的品种、使用范围、用量的规定使用食品添加剂；食品配料则没有用量的要求，可以按照终端产品需要自由选择添加，只要食品配料对终端产品有好处，就可以根据产品的性能和要求使用。

按照 2021 年 6 月中国食品添加剂和配料协会关于发布《食品配料分类》团体标准的公告，食品配料包括碳水化合物、蛋白类、油脂类、提取物、果蔬制品、可可及咖啡制品、乳制品等共 18 类。

2) 工业巧克力的定义和分类

公司生产的食品配料产品主要为工业巧克力。工业巧克力是指可由下游食品生产企业用于生产巧克力糖果、冰淇淋、焙烤食品和乳制品等食品的巧克力，亦可直接食用。

根据国家标准《巧克力及巧克力制品、代可可脂巧克力及代可可脂巧克力制品》（GB/T19343-2016），巧克力的主要分类如下：

项目	分类依据	分类		含义
巧克力	按原料分	(纯可可脂)巧克力	黑巧克力	是以可可制品（可可脂、可可块或可可液块、可可油饼、可可粉）为主要原料，添加或不添加非可可植物脂肪、食糖、乳制品、食品添加剂及食品营养强化剂，经特定工艺制成的在常温下保持固体或半固体状态的食品（非可可植物脂肪添加量占总质量分数≤5%）
			牛奶巧克力	
			白巧克力	
			其他巧克力	
		代可可脂巧克力	代可可脂黑巧克力	以代可可脂为主要原料，添加或不添加可可制品（可可脂、可可液块或可可粉）、食糖、乳制品、食品添加剂及食品营养强
			代可可脂牛奶巧克力	

			代可可脂白（风味）巧克力	化剂，经特定工艺制成的在常温下保持固体或半固体状态，并具有巧克力风味和性状的食品
--	--	--	--------------	--

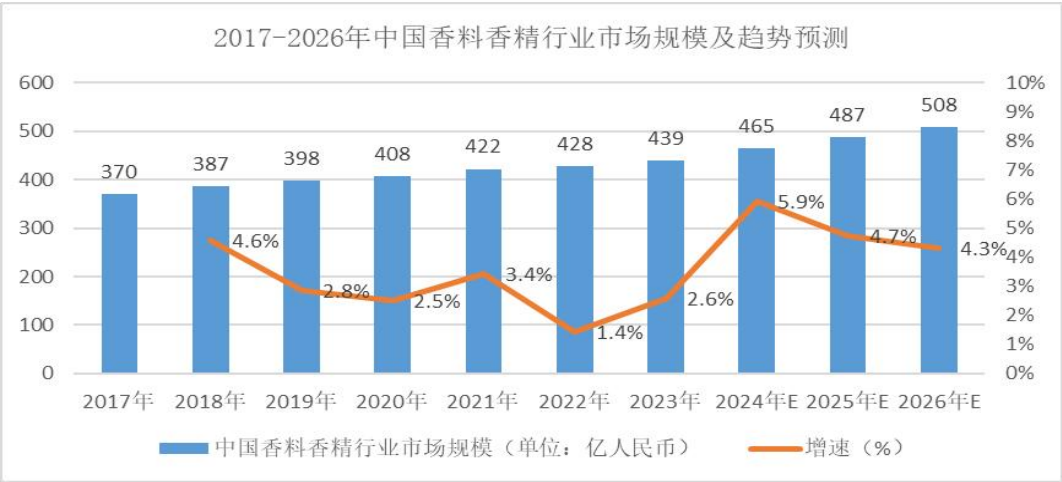
2、行业发展概况

（1）香料香精

随着世界各国尤其是发达国家经济的发展，生活水平不断提高，人们对食品、日用品的品质要求越来越高，促进了香料香精行业增长。根据公开统计数据，全球香料香精市场 2015 年的销售额为 241 亿美元，2023 年达到 306 亿美元，较 2022 年同比增长 2.3%，预计 2025 年将增至 321 亿美元。



近年来，我国香料香精行业进入了稳定快速发展的时期。2017 年至 2023 年，国内香料香精行业市场销售额持续增长，至 2023 年已达到 439 亿元，较 2022 年同比上升 2.6%，预计 2026 年有望突破 500 亿元。未来，在中国经济持续增长、内部需求不断扩大的环境下，国内香料香精行业在企业规模、产品质量和销售额等各方面均将保持稳定提升。



（2）食品配料

现代化食品制造业及连锁食品经营业需要现代化食品配料工业的配合，国内外大中型食品饮料制造企业及连锁经营食品企业对中高端工业巧克力的需求也在逐年扩大。但由于国内食品配料制造业水平与国际领先企业在产能、品质及自动化制造等方面尚存在一定差距，中高端、高品质工业巧克力产业仍然落后于下游食品制造企业的需求，需要大量进口。首先，国内现代化食品工业近年来发展迅速，一批企业已迅速成长为国际或国内领先食品饮料企业；其次，国外知名食品企业在中国的工厂以及连锁巨头中国门店的工业巧克力需求目前主要依靠进口满足，为优化产品成本、节省物流时间、实现就地供应，正在积极寻求中国工业巧克力的合格供应商。

中国是一个潜力巨大而未开发的巧克力市场，但面对国外品牌已经占优的局面，国内巧克力厂商需要不断提高产品的品质，进行原料精选和设备升级，在技术上与国际接轨，注重市场创新，扩建营销网络，加强品牌经营，才能突破巧克力行业的寡头垄断状况。然而，近期可可豆期货价格快速波动，导致国内工业巧克力行业发展受阻。国内工业巧克力企业正在与上游供应商、下游客户积极协商合作应对原材料波动带来的风险与影响。

3、行业周期性

公司所处行业是食品饮料、日化等消费行业上游产业，下游应用渗透在生活中的各个方面，下游应用领域的多元化使得单一应用领域的周期性对行业的影响被冲抵；公司所处行业与国民经济发展和居民消费紧密相连，下游消费领域尤其是食品饮料有较强的刚性需求。

因此，公司所处行业具有较强的抗周期性。

4、公司所处的行业地位

公司自成立以来，始终坚持“企业发展、社会责任、员工幸福、客户满意”的企业宗旨，“管理科学、技术先进、产品优质、诚信高效”的质量方针及“安全和环保、创意和创新”的产品开发主题，注重人才、研发和设备投入。经过近三十年的发展，公司已成为国内香料香精行业知名企业之一，树立了“爱普”品牌在国内香料香精行业的重要地位。公司是国内最大的食品用香精生产企业之一和名列前茅的香料香精生产企业，是香精香料行业中为数不多的能与外资同台竞争的民族品牌之一。2024 年度，公司获得中国香料香精化妆品工业协会“美妆行业领军企业”称号，魏中浩董事长获“美妆行业 40 年功勋人物”称号。

公司同时致力于向下游食品饮料企业提供“香精+食品配料”的一体化服务，供应下游食品饮料企业生产所需的乳制品、工业巧克力等，公司在国内食品配料领域具有一定的竞争优势和影响力。

（二）最新法律法规及政策对行业的重大影响

香精香料、食品配料行业是食品饮料、日化等行业的重要原料配套产业，与居民生活水平提高、促进内需和消费密切相关。

2024 年 3 月 12 日，国家卫生健康委与市场监管总局联合发布了《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》（GB 2760-2024），并于 2025 年 2 月 8 日正式实施。该标准主要完善了食品添加剂的定义，调整了部分食品添加剂的使用规定，修订食品用香料、香精的使用原则，并明确食品用香料、食品用香精的标签应符合《食品安全国家标准食品添加剂标识通则》的规定，凡添加了食品用香料、香精的预包装食品应按照《食品安全国家标准预包装食品标签通则》进行标示；明确食品用香料质量规格应符合《食品安全国家标准 食品用香料通则》及相关香料产品标准的规定等。这些修订有助于进一步规范香精在食品中的使用，提升食品安全水平，同时也为香精生产企业提供了更明确的法规依据，推动行业高质量发展。

2025 年 3 月，中共中央办公厅、国务院办公厅就实施提振消费专项行动制定了《提振消费专项行动方案》，目的是为了大力提振消费，全方位扩大国内需求，以增收减负提升消费能力，以高质量供给创造有效需求，以优化消费环境增强消费意愿，针对性解决制约消费的突出矛盾问题，并提出了多项具体举措，有助于进一步推动消费潜力的释放。

（三）公司主营业务情况



报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

公司主营业务为香精、香料和食品配料的研发、制造及销售及食品配料贸易。

主要产品包括：香精（含食用香精和日用香精）、香料（含合成香料和天然香料）、食品配料（主要包括工业巧克力），同时经营国际知名品牌的乳制品（主要包括奶粉、黄油、奶酪、稀奶油等）等食品配料进口贸易业务。

公司主要销售的香精、香料以及食品配料产品，最终被广泛应用于乳品、饮料、休闲零食、烘焙、烟草等消费领域以及香水、牙膏、香皂、洗衣粉、膏霜、彩妆、香波沐浴露、香薰、空气清新剂等多种日化消费领域。

公司的巧克力产品为工业巧克力，即供应下游食品生产企业用于生产冷冻饮品、烘焙食品、巧克力糖果和乳制品等食品的巧克力。按产品用途分，主要包括冷冻饮品用巧克力、烘焙用巧

克力和成品巧克力。

公司主要巧克力产品明细及用途如下表所示：

品名	细分产品名称	产品用途
纯脂巧克力币	巧芝意 72%黑巧克力易融币	适用于浇注、涂层、淋面、慕斯等    
	巧芝意 65%黑巧克力易融币	
	巧芝意 58%黑巧克力易融币	
	巧芝意 54%黑巧克力易融币	
	巧芝意牛奶巧克力易融币	
	巧芝意白巧克力易融币	
代脂巧克力币	巧芝意代可可脂黑巧克力币	适用于铲花、涂层、淋面、刨屑等  
	巧芝意代可可脂白巧克力币	
耐烤巧克力豆	巧芝意代可可脂黑巧克力耐烤豆 巧芝意黑巧克力耐烤豆	主要用于拌馅、装饰等  
代可可脂巧克力酱	榛子风味代可可脂黑巧克力制品 代可可脂黑巧克力酱	主要用于烘焙产品夹心  
冷冻饮品巧克力	巧芝意黑巧克力 巧芝意牛奶巧克力	主要用于冰淇淋涂层 

（四）公司经营模式

1、采购模式

（1）生产业务

对于需求规模较大的常用原材料，计划部根据历史数据估算年需求量，由采购部根据库存情况和市场行情，分批次采购；对于新研发产品和生产规模较小产品所需的原材料，销售部门订单到达计划部后，计划部核查库存材料，如发现无相应库存材料，则向采购部门下达采购计划。采购部门收到计划后，与相应的研发、生产工程师联系，了解采购原料的特殊要求，取得其对原材料样品的确认后，发出订单购买。

（2）贸易业务

公司食品配料贸易以进口货物为主，需要根据对上下游厂商的调查及对市场的判断，提前3-6个月制定采购计划，向供应商下达采购订单并锁定采购价格；而国内采购的少量配料则根据客户需求向供应商即时采购。

2、生产模式

公司生产采用“以销定产”和部分备货相结合的模式来制定日常生产作业计划。销售部门对客户合同或订单审核后，结合库存情况制订销售计划，并发至计划部。计划部结合库存成品、原辅料库存情况和车间生产能力，编制生产计划至相关部门和车间组织生产。生产部门按照相应生产计划准备所需物料、工具等，并开始按照要求进行生产。在生产完成后，品管部在规定时间内按公司质量检验标准进行检验，出具检验报告，对于不合格之产品，及时与生产、技术等部门取得联系，分析原因，妥善处理。产品经验收合格后，车间接产品类别分类办理入库手续，仓库依据入库单和合格之检验报告进行验收，并办理入库。

3、销售模式

公司通过直销模式进行产品销售，在全国重要省市设立销售子公司，自有销售团队可以针对重要客户进行产品开发和业务渗透，在现有产品的基础上通过导入产品组合、香精和食品配料的一体化服务，提升客户对公司产品和服务的全方位认知，建立战略伙伴关系；同时，与地方性贸易批发商合作，由其对接当地或周边地区的小规模客户，从而提升公司产品的辐射度和影响力，扩大公司产品的市场占有率。

通常情况下，公司与主要客户签订年度《供货合同》或《购销合同》等，约定产品的质量、交货方式、结算方式等，在合同有效期内由客户按需向公司发出具体订单，并约定具体包装规格、数量、交货日期等。

为提高公司经营效率，改善服务水平，2024年第三季度，公司积极推动销售体系优化，以直销模式与客户合作。销售模式由“直销为主、经销为辅”转变为“直销”，公司直销模式

和原有经销模式下，与客户均采用买断式交易的方式。取消经销模式，客户拥有更多的自主经营权，能够激发其经营积极性，便于公司产品下沉，扩大市场影响力和占有率，对公司业务经营不存在重大不利影响。

（五）主要的业绩驱动因素

香料香精及食品配料行业是食品饮料、日化等消费行业的重要原料配套产业，公司业绩与下游消费产业景气度及公司自身的业务开展息息相关。

1、消费需求结构升级

公司产品广泛应用于乳品、饮料、休闲零食、烘焙、日化、烟草等下游消费领域，下游消费产业景气度与居民生活水平提高、消费提振密切相关。政策推动、居民收入提升、居民消费理念转变、物流基础设施完善以及销售渠道下沉等因素形成合力，释放了低线城市的消费潜力，推动国内消费需求结构性升级，为公司发展提供了有利条件。

近年来，内需已成为国家经济发展的重中之重，政府持续出台一系列扩大内需的经济政策，推动国内消费需求提升。2023 年全国居民人均可支配收入达 3.69 万元，较上年增长 6.3%，尤其是三四线城市及农村地区增速更快，同时健康消费、可持续消费、理性消费理念兴起，我国居民消费能力和消费意愿双双提升。随着国家持续的物流基础设施建设投入，“快递进村”工程已覆盖 98%行政村，2023 年国内农村快递业务量突破 200 亿件（五年内增长 10 倍），冷链物流与仓储覆盖下沉，同时，传统电商、社区团购、即时零售、商超等销售渠道不断发展，物流平台配送模式不断创新，为提振居民消费提供物流基础，重构消费时空维度，推动国内消费需求结构性升级。

2、多元业务产业协同

公司始终秉持“以香精香料为引领，食品配料融合发展”的理念，以稳健发展为基础保障，聚焦香精香料、食品配料核心业务，深入推进构建香精、香料、食品配料三大板块的业务架构体系，激发产业协同效应，多渠道深入触达客户需求与行业动态，保障信息在不同业务板块间流畅及时传递，高效、敏捷地组织资源为下游消费领域客户提供整体解决方案，提升综合竞争力，带动公司业务发展。

3、以研发为核心驱动力

“创意与创新”是公司的永恒追求，公司始终坚持聚焦行业前沿趋势和客户需求，持续推进研发体系建设和技术突破，以香精香料、食品配料研发为核心，以国内外优秀的专业调香师、工程师为基础，专注于提取、合成、调配、应用、工艺改良等方面的研究。持续不断的研发创

新是公司业绩发展的核心驱动力：引领创新型研发帮助公司不断推出新产品，优化产品结构，丰富产品类别，提升公司客户定制需求响应能力，帮助客户开拓市场的同时扩大公司自身营收效益；优化改良型研发帮助公司优化配方、工艺流程，提高产品质量稳定性与生产效率的同时降低生产成本，助力公司实现提质降本增效。

4、引入数字化、智能化新质生产力

江西生产基地全面引入自动化生产线对公司的影响是多维且深远的，尤其在提质降本增效及柔性化生产能力方面，能够显著推动公司向新质生产力的转型升级。自动化生产降低对生产人员的依赖；智能控制系统实现配方的精准控制提高原料利用率；标准化生产投料、反应温度、混合时间等参数；实时反映产品质量并快速定位问题；自动化管道确保封闭生产环境。公司自动化产线有效确保产品品质的稳定性与一致性，极大地提高了公司生产效率，缩短生产周期，提升公司订单响应速度，模块化切换进一步提高公司柔性化生产能力，降低材料、人工、能源消耗成本，驱动全要素生产率提升和边际效益提增。

5、客户发展驱动业务发展

公司深知为客户创造价值是公司综合竞争力的核心体现，始终坚持“以客户为中心”的理念，深入洞察客户需求，持续聚焦客户价值，不断改进客户服务模式，利用公司的研发、创新、生产能力，为客户提供一站式整体解决方案，围绕为客户创造价值开展业务，帮助客户在消费需求结构性升级的当下抓住市场机遇，加深与客户的合作关系，助力客户的同时驱动公司自身业务发展。

6、内培外引构建人才基础

人才是第一生产力，是研发、采购、生产、销售等业务发展的基础。公司持续采用内培外引相结合的方式，多渠道引进和培养优秀人才，优化公司内部的多层次培训体系，完善人才队伍“传、帮、带”机制，提高公司员工管理、技术、营销等方面的专业水平，推动员工队伍梯次化、年轻化，为公司持续发展夯实人才基础。

3、 公司主要会计数据和财务指标

（1）近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币				
	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	3,646,890,333.32	3,820,461,507.90	-4.54	3,870,460,661.92

归属于上市公司股东的净资产	3, 261, 815, 914. 99	3, 139, 761, 885. 51	3. 89	3, 069, 048, 595. 03
营业收入	2, 683, 635, 414. 21	2, 783, 170, 095. 26	-3. 58	3, 202, 241, 477. 58
归属于上市公司股东的净利润	159, 076, 320. 76	90, 769, 294. 27	75. 25	110, 023, 003. 81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	77, 512, 673. 60	57, 639, 680. 65	34. 48	87, 228, 939. 58
经营活动产生的现金流量净额	219, 137, 942. 56	225, 430, 797. 95	-2. 79	82, 416, 476. 23
加权平均净资产收益率（%）	4. 97	2. 92	增加2. 05个百分点	3. 59
基本每股收益（元 / 股）	0. 4235	0. 2416	75. 29	0. 2893
稀释每股收益（元 / 股）	0. 4235	0. 2416	75. 29	0. 2893

（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	747, 265, 503. 10	704, 842, 316. 96	612, 834, 878. 55	618, 692, 715. 60
归属于上市公司股东的净利润	34, 635, 394. 95	27, 450, 795. 15	26, 858, 586. 37	70, 131, 544. 29
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	31, 854, 585. 03	23, 039, 529. 19	16, 854, 898. 62	5, 763, 660. 76
经营活动产生的现金流量净额	118, 752, 137. 72	85, 955, 201. 27	34, 511, 518. 64	-20, 080, 915. 07

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

（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

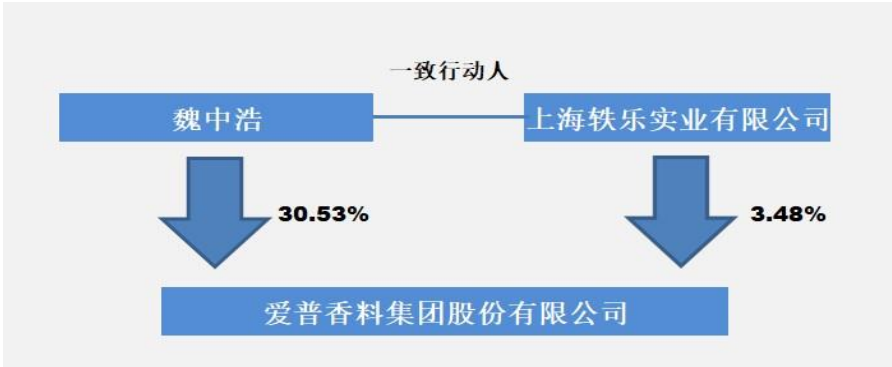
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）	20, 187
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	19, 941
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	
魏中浩		117,014,266	30.53	0	无	0	境内自然人
上海轶乐实业有限公司		13,320,000	3.48	0	无	0	境内非国有法人
上海馨宇投资管理有限公司		9,750,000	2.54	0	无	0	境内非国有法人
肖峻	890,489	1,134,489	1.57	0	无	0	境内自然人
胡树宏	5,708,600	5,708,600	1.49	0	无	0	境内自然人
中国国际金融股份有限公司	-2,734,934	3,875,731	1.01	0	无	0	国有法人
上海新行建设投资有限公司		3,600,000	0.94	0	无	0	境内非国有法人
王瑾		2,949,510	0.77	0	无	0	境内自然人
唐小燕	2,885,300	2,885,300	0.75	0	无	0	境内自然人
胡勇成		2,250,000	0.59	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明		魏中浩先生与上海轶乐实业有限公司为一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用					

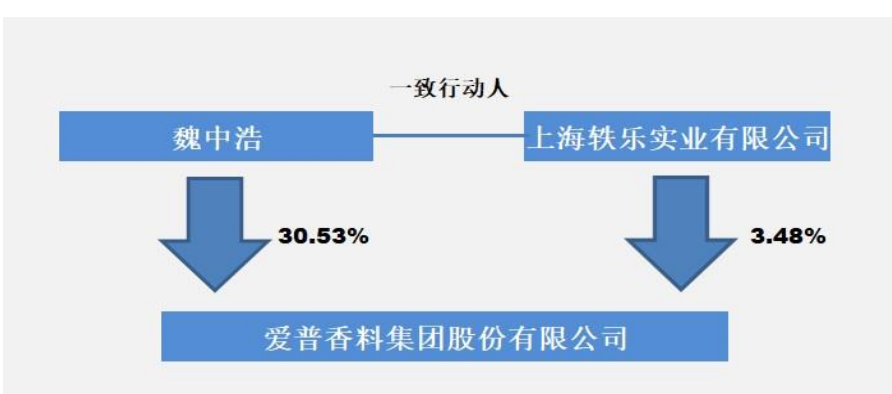
(2) 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



(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) 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

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。

2024 年度，公司实现营业收入 26.84 亿元，同比下降 3.58%；公司实现扣非后归属于上市公司股东的净利润 0.78 亿元，较上年同期上升 34.48%。

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

爱普香料集团股份有限公司

董事长：魏中浩