证券代码：300791 证券简称：仙乐健康 公告编码：2026-056

证券代码：123113 证券简称：仙乐转债

仙乐健康科技股份有限公司
2025年年度报告摘要

一、重要提示

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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

德勤华永会计师事务所(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上已回购股份后的股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.3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。

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	仙乐健康	股票代码	300791
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	刘若阳	陈安妮	
办公地址	广东省汕头市泰山路83号	广东省汕头市泰山路83号	
传真	0754-88810300	0754-88810300	
电话	0754-89983800	0754-89983800	
电子信箱	xljk@siriopharma.com	xljk@siriopharma.com	

2、报告期主要业务或产品简介

1、业务模式

公司是成熟的营养健康食品解决方案提供商，按2025年的收入计，公司于全球营养健康食品解决方案市场占据第三大市场份额，而在中国营养健康食品解决方案市场则排名第一。此外，根据灼识咨询数据按2025年的收入计，公司是全球第二大的软糖及软胶囊营养健康食品解决方案提供商。公司在潜力巨大的营养健康食品解决方案市场经营，业务表现实现稳步增长并保持可持续发展。公司主要通过OEM及ODM向企业客户提供营养产品解决方案。

本公司成立于1993年，随着对健康需求的深入理解，公司的战略重心逐步由制药转向营养健康食品领域，并在过去33年的蓬勃发展中，公司已建立全面的解决方案组合，覆盖全人群的全品类多剂型产品体系，并得到跨多种业务模式的多元化客群的支持。

公司是营养健康食品解决方案市场中建立全球业务布局的领跑者，拥有全球整合且本地响应的生产基地、研发中心及供应链体系网络。凭借公司强大的研发及生产能力，加上在全球资源支持下的卓越营运效率，使公司能够持续为全球客户提供端到端解决方案，涵盖市场洞察、定制化解决方案、差异化研发、全球生产能力、全行业协作及营销赋能。

我们提供涵盖主要剂型的全面营养健康食品组合，包括软胶囊、软糖、片剂、粉剂、硬胶囊及饮品。此外，我们已开发并将多种新颖先进的交付形式商业化，例如植物基软胶囊、爆珠、包衣软糖及凝胶条，以迎合消费者对便利性、口味及功效不断变化的偏好。

下表载列我们截至2025年12月31日的剂型。

凭借对市场的洞察，我们亦已建立全面的解决方案组合，可为各行各业不同类型客户精准提供量身定制的综合解决方案。

● 全人群：覆盖孕妇、乳母、婴幼儿、儿童、青少年、中老年及特殊垂类人群全年龄段健康营养需求。

● 全品类：围绕市场的核心健康需求，包括基础维矿、健康老龄化、肠道健康、心脑代谢、运动骨关、女性美丽健康、免疫支持等领域，从而精准契合该行业不同消费者场景产生的健康目标，同时建立宠物营养领域相关业务。

● 多剂型：实现软胶囊、软糖、饮品、片剂、粉剂及硬胶囊六大经典剂型全面覆盖，同时率先开发更能符合市场多元化偏好的创新剂型。

2、公司的产品

(1)产品概览

凭借公司对行业价值链的洞察，公司利用自身的研发能力建立一个跨越产品类别及销售渠道的一体化产品矩阵，服务消费者的全生命周期。该系统化方法使公司能够开发出精准满足不断变化的市场需求、推动多领域增长的针对性创新解决方案。

在消费者特定生命阶段方面，公司细化了产品规划，以应对关键人口群体的差异化需求。针对儿童及青少年，公司专注于其在视力及认知发育、成长、免疫力及肠道健康等领域的特定发育需求，并已自主研发涵盖孕期、儿童的解决方案组合。针对中老年产品类别，公司持续升级产品，同时在具前瞻性的洞察基础上推进科学研究计划。公司亦开发将科学远见与强大商业潜力相结合的抗衰老产品。除上述领域外，公司亦通过持续推出具有更精准针对性健康领域的新产品，继续加强公司在核心健康领域的布局，例如基础维矿、健康老龄化、肠道健康、心脑代谢、女性美丽健康、免疫支持、运动骨关。

为应对消费者对多元化产品形态不断演变的预期，公司同样追求全面的产品规划。随着消费者对专业化的需求持续上升，循证机制、配方纯度及成分选择等因素对购买决策的影响日益增加。因此，通过WELMAX?及公司科学团队的专业知识，公司对所有自主研发的新产品进行严谨的理论及循证评估。同时，公司利用强大的剂型研发能力，开发更方便、便携且符合日常习惯的剂型，从而提升日常补充的趣味性、口感及情绪满足度。

销售渠道多元化进一步塑造了公司的产品策略，加速了产品迭代，并重塑了公司与消费者互动的方式。为确保适应性，公司的自研产品在设计时已考虑到跨渠道的灵活性。

(2)经典剂型

①软胶囊

公司于1993年推出软胶囊产品线，将其确立为旗舰剂型。通过数十年的持续研发投入，公司已构建全面且技术先进的软胶囊产品组合，凭借多种专业递送技术满足全球膳食补充剂市场不断变化的需求。公司的软胶囊系列包括传统的明胶基剂型，该等剂型适用于广泛的活性成分，并因其可靠性而广受认可。公司提供植物基软胶囊，利用卡拉胶、结兰胶及淀粉基外壳，以满足素食者、纯素食者及清真消费者的需求。针对儿童及追求更佳便利性的人士，公司的咀嚼型软胶囊具有优化的质地及口感，有助于便捷服用并提高消费者的接受度。肠溶软胶囊专为定向释放成分而设计，能有效保护对酸敏感的活性物质，并改善胃肠道耐受性。最后，公司的益生菌软胶囊采用专门配方，旨在支持肠道健康及免疫功能，并利用先进的封装技术以提高益生菌的活性。

公司的软胶囊配方旨在维持多个关键健康领域，包括心血管及代谢健康、运动营养，以及儿童认知发展和女性健康等专门应用。公司的软胶囊凭借其高载荷能力(可在较少单位内提供有效剂量)、卓越的稳定性(可在整个保质期内保持营养成分的完整性)及优越的感官吸引力(包括平滑的质地及易于吞咽)的特点，已成为营养补充剂的首选。

公司通过先进技术不断提升公司的软胶囊产品。公司的Plantegrity?植物基软胶囊迎合了素食及纯素消费者日益增长的需求。EnteriClear?植物基肠溶软胶囊通过卓越的耐酸性实现针对性的肠道释放，消除与鱼类相关的异味并保护敏感活性成分。公司行业领先的一步法工艺无需二次涂层即可实现此目标，从而产生清晰、纯净标签且符合纯素标准的产品，有别于传统的明胶替代品。此外，公司独特的爆珠软胶囊以一种新颖且感官增强的方式传递活性成分。

截至2025年12月31日，公司已成功推出约340种软胶囊剂型SKU。下文载列公司的代表性软胶囊产品：

代表性产品	产品亮点
Puremega?鱼油软胶囊	含96%高纯度二十碳五烯酸(EPA)，有效调节血脂平衡、迷你小颗粒、EPA含量达传统鱼油的五倍*，容吸断搭轻松。*对比天然?鱼油软胶囊每100g中含EPA18g。
维妥立?辅酶Q10软胶囊	辅酶Q10有助于增强心肌能量，呵护心脏，45mg科学含量，符合亚洲人体质
DHA藻油软胶囊	欧美双许可专利藻油，天然高纯度DHA，眼脑双营养。植物纯净配方，低腥更好吃。

②软糖

自2007年推出以来，公司的软糖产品线已成为公司的核心产品之一，以持续改进、多功能和消费者喜爱而闻名。公司的软糖采用明胶和果胶或混合基底调配而成，使公司能够满足广泛的饮食偏好，包括传统、素食及植物基选项。公司的产品组合亦包括创新的软糖形式，包括凝胶软片，为消费者提供新颖的感官体验和更佳的便利性。

公司的软糖为整体健康提供针对性的营养益处，包括基础维他命和矿物质补充、眼睛健康、通过益生菌支持消化以及增强免疫力。公司亦提供美丽健康、抗衰、认知功能、心血管健康和运动营养的针对性解决方案，确保全面涵盖高需求类别。不同配方会利用双层、充气和封装软糖等先进递送技术，以最大限度地提高成分功效。公司的软糖有多种形状、颜色和口味可供选择，为客户提供广泛的定制选项，以在市场中凸显其优势。

公司的软糖具有高载量、卓越稳定性及优越风味等主要优势。高载量可确保以更少份量提供有效剂量；卓越稳定性可确保在整个保质期内保持营养活性；而优越风味则由公司专有的风味框架驱动，以提供符合消费者趋势的愉悦口味。例如，公司的软糖产品每粒可提供250毫克DHA，或两粒软糖含14毫克铁。公司亦通过NuPaletteTM营养包等创新产品提升消费者体验—这些营养包是鲜艳夺目的多种营养软糖组合，结合了健康、乐趣和便携性，将补充品转变为一种生活方式的选择，并创造了新的增长机会。

截至2025年12月31日，公司已为客户成功推出逾640种软糖剂型SKU。下文载列公司的代表性软糖产品：

代表性产品	产品亮点
PuraColla?胶原蛋白软糖	采用无糖且不含凝胶剂的配方，以纯胶原蛋白为基底，每粒富含1,500毫克胶原蛋白，满足洁净标签偏好并维持日常皮肤弹性。
SlimBoom?AKKOne软糖	双效体重管理软糖，融合仙乐专有AKKONE菌株与专利食欲控制复合物，促进GLP-1分泌，每粒含100亿先活益生菌。
NuPalette?软糖营养包	采用高稳定性技术与儿童专属配方，每日新鲜锁鲜营养包，以趣味咀嚼形式提供10种必需营养素全面守护视力、脑力、成长与免疫力。
初唯?多种维生素软糖	高稳定性软糖配方，每粒含16种必需维生素与矿物质，专为4-17岁青少年研发，支持日常成长与整体健康。
视酷维?蓝莓花色苷叶黄素酯软糖	软糖融合5毫克专利叶黄素酯与天然蓝莓花青素，配方旨在以轻盈无负担的口感，增强眼部健康。

③饮品

公司于2012年推出饮品产品，专为快速吸收及提升易用体验而设计。公司的饮品产品组合提供多种便利及创新的包装形式，包括条袋乳态饮、立式袋装口服液、玻璃瓶和精华瓶口服液、滴剂饮品和双舱营养口服液，其丰富的质地和口感体验，多种风味调味，使其在各种剂型中脱颖而出，极大提升消费者日常服用的频次和接受度。饮品剂型能避免吞咽带来的不适感，因而被广泛开发了适用于不同人群的健康产品，包括美容健康、运动骨关、免疫力提升等。

公司的饮品拥有独有的Miumusion?超溶乳化技术，具有以下主要优势：高矿物质含量，每份含高达650毫克钙，同时可根据不同年龄需求进行精准调配；微米级乳液，具有卓越的生物利用度，经细胞、动物和临床研究证实，钙吸收率比柠檬酸钙高1.8倍，比碳酸钙高5.8倍；及牛奶般的顺滑质地和细腻口感，在确保功效的同时也提升消费者的口感体验。这些创新确保了整个保质期内其最佳系统稳定性和微量元素的保留，为该类别的产品树立了质量和功效的黄金标准。

截至2025年12月31日，公司已成功推出逾200种饮品产品的SKU。下文载列公司的代表性饮品产品：

代表性产品	产品亮点
虾青素胶原小分子活性肽饮品	双效美肌配方，融合超微水溶性虾青素与两款专利胶原蛋白肽，提供抗氧化与抗皱功效，令肌肤焕发光彩，弹性十足。
双源复合铁肽饮	精选微囊化焦磷酸铁与葡萄糖酸亚铁，辅以双肽复合配方，添加维生素A与B群，在美味蔬果基底中实现温和铁质吸收与血红蛋白支持。
PQQ益当归黄芪乌鸡肽饮品	蕴含Femgrace?专利女性健康抗衰复合物(黑得鸡肽、海参肽、亚麻籽油及葛根)，搭配含98%纯PQQ盐与麦角硫因的EnginQ?，协同促进线粒体更新，焕活女性生命力。
NATUFUL®N-乙酰葡萄糖胺钙饮品	新一代关节健康配方，吸收效率较传统葡萄糖胺盐提升三倍，每份含500毫克N-乙酰葡萄糖胺、740毫克硫酸软骨素及180毫克钙质，助力维持骨密度与关节灵活性。

④片剂

自2007年以来，片剂一直是公司核心产品，为消费者日常营养补充剂和整体健康提供更便携、方便和可靠的补充方式。公司的片剂产品包含吞服片剂、咀嚼片、泡腾片、微泡腾片、双层片剂和缓释片剂等形式。不同的片剂形式一方面适用于广泛的使用场景，另一方面持续突破高活性成分的浓度，并维持其稳定性。尤其是公司推出的微泡腾和双层片等创新剂型，同时满足好溶解、成分稳定、新奇有趣的特点，深受市场和消费者的好评。

公司的片剂剂型，拥有多重功能的产品供消费者选择，覆盖整体健康、运动营养、益生菌肠道健康、口腔健康、心脑代谢、体重管理、美容健康等多种健康类别，广泛适合不同年龄段的消费者需求。

截至2025年12月31日，公司已成功推出160个片剂产品SKU。下文载列公司的代表性片剂产品：

代表性产品	产品亮点
SlimBoom®益生菌运动营养双层气泡片	采用双层分级释放配方，融合55亿CFU活性益生菌与必需维生素，提供体重管理支持，带来独特的微泡咀嚼体验。
Freshmega®奇异果益生菌气泡片	口腔护理创新产品，含100亿CFU双重益生菌(唾液乳杆菌LS-G60与副干酪乳杆菌LPc-G110)及天然植物萃取物，通过泡腾咀嚼剂型维护口腔微生物群健康，持久清新口气。

⑤粉剂

自2009年以来，粉剂产品线已成为公司解决方案组合的主要部分之一，为消费者提供方便、便携和多功能的解决方案，以满足日常营养和针对性健康支持的需求。公司的粉剂广泛应用于功能性食品和营养健康食品领域，满足所有年龄层和生活方式的消费者需求。精选配方提供高蛋白质含量，并添加必需维生素、矿物质和功能性成分，以实现特定的健康成果。公司推出了创新形式的产品，例如Quickfizz®速溶粉剂，其入口即溶，为随时随地补充营养提供了便捷愉悦的解决方案。

公司的粉剂配方专为满足广泛的功能性健康需求而设计，特别专注于益生菌在消化健康、免疫增强、能量代谢以及美容和保健方面的应用。配方专为多样化的应用而设，例如快速摄取蛋白质、代餐、饱足感，以及方便快捷的速溶粉剂。公司亦提供较大颗粒形式的产品，特别吸引寻求肠道健康和健康抗衰益处的年长人士。公司的粉剂产品采用先进加工技术开发，以支持活性成分的最佳溶解度、稳定性和生物利用度。

截至2025年12月31日，公司已成功推出超过130款粉剂SKU。下文载列公司的代表性粉剂产品：

代表性产品	产品亮点
舒尔敏?益生菌固体饮料	快速溶解配方，含150亿CFU三重益生菌及柑橘提取物，专为维护鼻腔舒适度与呼吸系统健康而设计。
PQQ盐萎黄多莓苓固体饮料	含Yspan?细胞抗衰复合物(橄榄、石榴及姜黄素)及5毫克PQQ盐，三重通路协同支持自噬作用，线粒体功能与抗氧化防御。
生命益加?益生菌粉	适用于1岁以上人群的双效配方，融合全球公认菌株(含乳双歧杆菌BB-12及嗜酸乳杆菌LA-5)，每袋含10亿CFU，助力调节肠道菌群并支持免疫健康。

⑥硬胶囊

自2009年以来，公司已将硬胶囊产品线纳入公司的解决方案组合中，其稳定性、便携性及易用性备受重视，使其非常适合日常营养补充及针对性健康应用。公司的硬胶囊有动物明胶和植物基材料两种选择，旨在提供高效能，同时满足不同消费者的偏好。公司的产品组合包括标准硬胶囊和先进剂型，例如肠溶硬胶囊，可为对酸敏感的成分提供加强保护，并在消化道中实现针对性释放。

公司的硬胶囊配方能支援身体机能的多重层面，包括运动营养、免疫提升、能量代谢，心血管和认知健康，以及通过益生菌促进消化健康。精准的封装技术支持活性成分的剂量一致性及最佳生物利用度。公司提供多种包装选择，包括吸塑包装和瓶装，以满足不同的市场需求，并确保产品稳定性。

截至2025年12月31日，公司已成功推出超过40款硬胶囊产品SKU。下文载列公司的代表性硬胶囊产品：

代表性产品	产品亮点
SlimBoom?AKKOnePlus硬胶囊	融合专有AKK菌株(含300亿失活益生菌)与深海褐藻提取物，促进GLP-1分泌，有效抑制脂肪堆积，加速体重管理进程。

公司的创新能力建基于公司在经典剂型和创新剂型突破方面的专长，重点在于提升功效、用户体验和精准营养。通过结合先进的递送技术、高载量配方及以消费者为中心的设计，公司已创造出多元化的创新产品组合，以满足不断发展的营养健康食品市场需求。

3、公司所处的行业地位

(1)全球营养健康食品解决方案行业竞争格局

按收入计，2025年全球营养健康食品解决方案行业前五大参与者的合计市场份额约为11%。本公司为全球营养健康食品解决方案行业的第三大营养健康食品解决方案提供商，以收入计于2025年市场份额为2.0%。下表展示全球营养健康食品解决方案行业主要参与者的排名情况：

全球营养健康食品解决方案行业竞争格局，按收入计，2025年

排名	公司名	注册国家	收入，百万美元	市场份额，%
1	公司A(1)	中国大陆	~1,050	3.5%
2	公司B(2)	美国	~650	2.1%
3	本公司	中国大陆	593	2.0%
4	公司C(3)	意大利	~500	1.6%
5	公司D(4)	美国	~460	1.5%

资料来源：与行业专家的访谈、灼识咨询

附注：

(1) 公司A是一家于1998年在中国成立的营养健康食品及OTC产品研发与制造企业，主要为全球客户提供营养健康食品领域的研发及制造服务。该公司未上市。

(2) 公司B是一家于1968年在美国成立的营养产品及非处方药开发商及制造商，主要为营养产品及非处方药提供研发及制造服务。该公司未上市。

(3) 公司C是一家于1939年在意大利成立的营养产品、医疗器械、化妆品及益生菌开发商及制造商，主要为营养及健康产品提供研发及制造服务。该公司未上市。

(4) 公司D是一家于1989年在美国成立的营养产品开发商及制造商，主要为软胶囊、片剂及粉剂等剂型的营养产品提供制造服务。该公司未上市。

同时，按2025年收入计，本公司为全球软糖类营养健康食品解决方案行业的第二大解决方案提供商，市场份额为3.7%。下表展示全球软糖类营养健康食品解决方案行业主要参与者的排名情况：

软糖类营养健康食品解决方案行业竞争格局，按收入计，2025年

排名	公司名	注册国家	收入，百万美元	市场份额，%
1	公司B	美国	~460	11.6%
2	本公司	中国大陆	147	3.7%
3	公司E(1)	德国	~130	3.4%
4	公司F(2)	中国大陆	~110	2.8%
5	公司G(3)	美国	~80	2.0%

资料来源：与行业专家的访谈、灼识咨询

附注：

(1) 公司E是一家于1977年在德国成立的营养产品开发商及制造商，主要为软糖及咀嚼片等剂型的营养产品提供研发及制造服务。该公司未上市。

(2) 公司F是一家于2005年在中国成立的营养产品原设计制造商，主要为软糖、液体饮料及粉剂等剂型的营养产品提供研发及制造服务。该公司未上市。

(3) 公司G是一家于2007年在美国成立的制药、生物技术及营养产品制造商及研究开发商，主要为药物、蛋白质生物制剂、细胞及基因疗法、疫苗及营养产品提供研发及制造服务。该公司未上市

按2025年收入计，本公司亦为全球软胶囊类营养健康食品解决方案行业的第二大解决方案提供商，市场份额为5.9%。下表展示全球软胶囊类营养健康食品解决方案行业主要参与者的排名情况：

软胶囊类营养健康食品解决方案行业竞争格局，按收入计，2025年

排名	公司名	注册国家	收入，百万美元	市场份额，%
1	公司G	美国	~350	7.2%
2	本公司	中国大陆	282	5.9%
3	公司A	中国大陆	~215	4.5%
4	公司H(1)	美国	~190	4.0%
5	公司D	美国	~120	2.5%

资料来源：与行业专家的访谈、灼识咨询

附注：

(1) 公司H是一家于1996年在美国成立的营养产品制造商，主要为软胶囊、硬胶囊、片剂及软糖等形式的营养产品提供制造服务。该公司未上市。

(2)中国营养健康食品解决方案行业竞争格局

中国营养健康食品解决方案行业呈现长尾型分布，按收入计，2025年市场前五大参与者的合计市场份额约为15%。按2025年收入计，本公司为中国营养健康食品解决方案行业第一大解决方案提供商，市场份额为4.9%。下表展示2025年中国营养健康食品解决方案行业主要参与者的排名情况：

中国营养健康食品解决方案行业竞争格局，按收入计，2025年

排名	公司名	收入，百万美元	市场份额，%
1	本公司	238	4.9%
2	公司A	~210	4.4%
3	公司I(1)	~130	2.6%
4	公司J(2)	~90	1.9%
5	公司K(3)	~70-90	1.7%

资料来源：上市公司年报、与行业专家的访谈、灼识咨询

附注：

(1) 公司I是一家于2012年在中国成立的营养产品开发商及制造商，主要为粉剂、液体饮料、咀嚼片及烘焙食品等剂型的营养产品提供研发及制造服务。该公司未上市。

(2) 公司J是一家于2005年在中国成立的营养产品开发商及制造商，主要为软胶囊、片剂及硬胶囊等剂型的营养产品提供研发及制造服务。该公司为上海证券交易所上市公司。

(3) 公司K于2020年在中国成立的营养健康食品解决方案提供商，主要为片剂、粉剂、胶囊及软糖等剂型的营养健康食品提供研发及制造服务。该公司未上市。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 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	5,590,719,576.11	5,486,023,079.85	1.91%	5,195,727,810.16
归属于上市公司股东的净资产	2,942,332,266.57	2,505,833,682.05	17.42%	2,390,032,228.67
	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入	4,262,906,991.45	4,211,063,837.44	1.23%	3,582,022,297.17
归属于上市公司股东的净利润	136,531,324.73	325,061,746.98	-58.00%	281,038,527.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	74,239,832.30	327,731,789.61	-77.35%	280,827,314.10
经营活动产生的现金流量净额	570,179,515.85	566,971,724.79	0.57%	386,082,407.78
基本每股收益(元/股)	0.4468	1.0705	-58.26%	1.1988
稀释每股收益(元/股)	0.4468	1.0705	-58.26%	1.1988
加权平均净资产收益率	5.43%	13.27%	-7.84%	12.08%

(2) 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	954,215,143.94	1,087,403,751.98	1,249,554,970.73	971,733,124.80
归属于上市公司股东的净利润	68,640,679.60	92,476,630.75	99,150,153.03	-123,736,138.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	65,065,152.27	94,422,993.83	84,957,690.14	-170,206,003.94
经营活动产生的现金流量净额	63,522,487.01	96,027,167.52	251,547,098.80	159,082,762.52

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

(1)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	10,566	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,719	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	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	0	持有特别表决权股份的股东总数(如有)	0

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
广东光辉有限公司	境内非国有法人	42.72%	131,414,400.00	0.00	不适用	0.00
林培青	境内自然人	9.11%	28,035,072.00	21,026,304.00	不适用	0.00
陈琼	境内自然人	5.55%	17,083,872.00	12,812,904.00	不适用	0.00
杨睿	境内自然人	3.23%	9,925,961.00	7,444,470.00	不适用	0.00
高锋	境内自然人	2.97%	9,152,000.00	0.00	不适用	0.00
姚壮民	境外法人	2.56%	7,866,893.00	6,058,464.00	质押	715,000.00
玄元基资(广东)有限公司-玄元私募投资基金	其他	1.98%	6,100,809.00	0.00	不适用	0.00
珠海马基资有限公司-巴享96号私募证券投资基金	其他	1.85%	5,694,624.00	0.00	不适用	0.00
招商银行股份有限公司-广东光辉灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.30%	4,000,073.00	0.00	不适用	0.00
上海投资有限公司-长水11号私募证券投资基金	其他	1.07%	3,300,000.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	林培青和陈琼是夫妻关系，为公司实际控制人；广东光辉投资有限公司为公司实际控制人控制的公司；珠海阿巴马私募基金投资管理有限公司-阿巴马悦享红利96号私募证券投资基金是陈琼的一致行动人；姚壮民与林培青是夫妻关系，玄元私募基金投资管理(广东)有限公司-玄元科爵273号私募证券投资基金是林培青的一致行动人；林培娜和郑毅是夫妻关系，上海迎水投资管理有限公司-迎水长阳11号私募证券投资基金是郑毅控制的一致行动人。除以上外，公司不知前10名股东之间是否存在其他关联关系或一致行动人情况。					

注：林培青先生名下持有公司股份28,035,072股，其中，21,902,400股(占公司总股本比例7.12%)为其自有的公司股份，6,132,672股(占公司总股本比例1.99%)系其作为信托受托人持有的公司股份，其作为信托受托人持有的公司股份登记在其名下，由其行使表决权，该等股份及其派生股份(若有)的全部经济利益由信托合同项下的受益人享有。

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

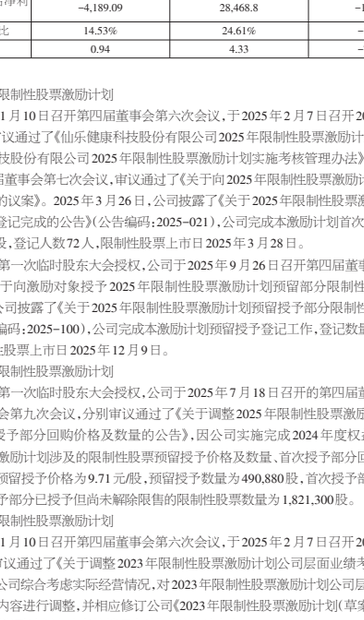
公司是否具有表决权差异安排

□适用 ☑ 不适用

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)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



注：林培青先生名下持有公司股份28,035,072股，其中，21,902,400股(占公司总股本比例7.12%)为其自有的公司股份，6,132,672股(占公司总股本比例1.99%)系其作为信托受托人持有的公司股份，其作为信托受托人持有的公司股份登记在其名下，由其行使表决权，该等股份及其派生股份(若有)的全部经济利益由信托合同项下的受益人享有。

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

☑适用 □不适用

(1)债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额(万元)	利率
2021年仙乐健康科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券	仙乐转债	123113	2021年04月19日	2027年04月19日	102,481.93	
报告期内公司债券的付息兑付情况	2025年4月21日，公司支付“仙乐转债”第四年利息，票面利率为1.50%，每10张仙乐转债(面值1,000.00元)派发利息为15.00元。					

(2)公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

中证鹏元对公司2025年跟踪评级结果为：本期债券信用等级维持为AA-，发行主体信用等级维持为AA-，评级展望维持为稳定。

(3)截至报告期末公司近2年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2025年	2024年	本年比上年增减
资产负债率	47.07%	51.86%	-4.79%
扣除非经常性损益后净利润	-4,189.09	28,468.8	-114.71%
EBITDA全部债务比	14.53%	24.61%	-10.08%
利息保障倍数	0.94	4.33	-78.29%

三、重要事项

1、实施2025年限制性股票激励计划

公司于2025年1月10日召开第四届董事会第六次会议，于2025年2月7日召开2025年第一次临时股东大会，分别审议通过了《仙乐健康科技股份有限公司2025年限制性股票激励计划(草案)》及其摘要、《仙乐健康科技股份有限公司2025年限制性股票激励计划实施考核管理办法》，并于2025年2月24日，召开第四届董事会第七次会议，审议通过了《关于向2025年限制性股票激励计划激励对象首次授予限制性股票的议案》。2025年3月26日，公司披露了《关于2025年限制性股票激励计划首次授予限制性股票授予登记完成的公告》(公告编码：2025-021)，公司完成本激励计划首次授予登记工作，登记数量140.10万股，登记人数72人，限制性股票上市日2025年3月28日。

经公司2025年第一次临时股东大会授权，公司于2025年9月26日召开第四届董事会第十四次会议，审议通过了《关于向激励对象授予2025年限制性股票激励计划预留部分限制性股票的议案》，2025年12月4日，公司披露了《关于2025年限制性股票激励计划预留授予部分限制性股票授予登记完成的公告》(公告编码：2025-100)，公司完成本激励计划预留授予登记工作，登记数量31.57万股，登记人数20人，限制性股票上市日2025年12月9日。

2、调整2025年限制性股票激励计划

经公司2025年第一次临时股东大会授权，公司于2025年7月18日召开的第四届董事会第十一次会议和第四届监事会第九次会议，分别审议通过了《关于调整2025年限制性股票激励计划预留授予价格及数量、首次授予部分回购价格及数量的公告》，因公司实施完成2024年度权益分派，公司对2025年限制性股票激励计划涉及的限制性股票预留授予价格及数量、首次授予部分回购价格及数量进行调整，调整后，预留授予价格为9.71元/股，预留授予数量为490,880股，首次授予部分回购价格为10.21元/股，首次授予部分已授予但尚未解除限售的限制性股票数量为1,821,300股。

3、调整2023年限制性股票激励计划

公司于2025年1月10日召开第四届董事会第六次会议，于2025年2月7日召开2025年第一次临时股东大会，分别审议通过了《关于调整2023年限制性股票激励计划公司层面业绩考核目标并修订相关文件的议案》，公司综合考虑实际经营情况，对2023年限制性股票激励计划公司层面2025年度和2026年度业绩考核内容进行调整，并相应修订公司《2023年限制性股票激励计划(草案)》及其摘要和《2023年限制性股票激励计划实施考核管理办法》中的相关内容。

经公司2023年第三次临时股东大会授权，公司于2025年7月18日召开的第四届董事会第十一次会议和第四届监事会第九次会议，分别审议通过了《关于调整2023年限制性股票激励计划回购价格及数量的议案》，因公司实施完成2024年度权益分派，公司对2023年限制性股票激励计划涉及的限制性股票回购价格及数量进行调整，调整后，回购价格为7.52元/股，已授予但尚未解除限售的限制性股票数量为1,343,888股。

4、调整、终止中长期员工持股计划

公司于2025年1月10日召开第四届董事会第六次会议，于2025年2月7日召开2025年第一次临时股东大会，分别审议通过了《关于调整中长期员工持股计划及其他相关文件的议案》，为更好地保障公司中长期员工持股计划的顺利推进和有效落实，公司将第二期员工持股计划和第三期员工持股计划方案(包含奖励金的触发条件、计提方式等)提交股东大会审批的期限调整为2025年三季度结束前和2026年三季度结束前，同时根据法律法规的最新规定，对《中长期员工持股计划》进行修订。

经公司2023年第三次临时股东大会授权，公司于2025年9月26日召开第四届董事会第十四次会议，审议通过了《关于终止(中长期员工持股计划)的议案》，董事会认为公司中长期员工持股计划不再符合当前实际情况，继续实施中长期员工持股计划将难以达到预期激励目的和效果，同意终止《中长期员工持股计划》。

5、不向下修正“仙乐转债”转股价格

公司于2025年1月10日召开了第四届董事会第六次会议，审议通过了《关于不向下修正“仙乐转债”转股价格的议案》，公司董事会决定本次不行使“仙乐转债”的转股价格向下修正的权利，且在未来六个月内(即2025年1月10日至2025年7月9日)，如再次触发“仙乐转债”转股价格向下修正条款，亦不提出向下修正方案。

公司于2025年7月30日召开了第四届董事会第十二次会议，审议通过了《关于不向下修正“仙乐转债”转股价格的议案》，公司董事会决定本次不行使“仙乐转债”的转股价格向下修正的权利，且在未来六个月内(即2025年7月31日至2026年1月30日)，如再次触发“仙乐转债”转股价格向下修正条款，亦不提出向下修正方案。

6、回购注销2023年限制性股票激励计划部分已授予但尚未解除限售的限制性股票

公司于2025年4月16日召开第四届董事会第八次会议，于2025年5月8日召开2024年年度股东大会，分别审议通过了《关于回购注销2023年限制性股票激励计划部分已授予但尚未解除限售的限制性股票的议案》，2023年限制性股票激励计划首次及预留授予的限制性股票第一个解除限售期解除限售条件未达成，所有激励对象(不含离职人员)当期拟解除限售的限制性股票(即授予数量的30%)由公司回购注销，同时，6名原激励对象因主动辞职已不再具备激励对象资格，其已获授但尚未解除限售的限制性