

证券代码：002539

证券简称：云图控股

## 成都云图控股股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-007

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	东北证券 陈俊杰 孙伟 瞿永忠 钱伟伦 陈希豪、华商基金 安迪、中银基金 刘高晓、海螺投资 樊生龙、国联安基金 王栋、星石投资 向仕杰
时间	2021年4月28日 上午 09:15-10:45
地点	云图控股会议室
上市公司接待人员姓名	董事、副总裁、董事会秘书 王生兵
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、公司概况介绍</b></p> <p>公司董事、副总裁、董事会秘书王生兵先生对公司 2020 年年度报告、2021 年第一季度报告进行解读、简要介绍公司的基本情况及对未来行业发展趋势的看法：</p> <p><b>(1) 2020 年年度报告解读</b></p> <p>公司 2020 年度营业总收入 91.54 亿元，同比增长 6.12%；归属于上市公司股东的净利润 4.99 亿元，同比增长 133.79%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 4.32 亿元，同比增长 172.53%；基本每股收益 0.49 元/股，同比增长 134.46%。公司经营业绩增长的主要原因系依托多年战略布局打下的坚实基础，产业链一体化、产能布局和渠道整合初显成效，报告期主营产品复合肥的销量和毛利同比增长。</p>

## **(2) 2021年第一季度报告解读**

公司 2021 年第一季度营业收入 29.50 亿元，同比增长 37.17%；归属于上市公司股东的净利润 1.81 亿元，同比增长 210.80%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.96 亿元，同比增长 320.86%；基本每股收益 0.18 元/股，同比增长 216.11%。公司经营业绩增长的主要原因系随着公司一体化产业链的完善和渠道的全面整合，报告期公司复合肥产品销量和毛利率同比增加所致。

## **(3) 公司产业情况介绍**

公司致力于持续打造化肥全产业链优势，做全球领先的高效种植综合解决方案提供者。多年来，公司先后向上游盐、磷等资源拓展，并向下游产业纵深发展，构建了矿业、化工、化肥上下游完整的产业链体系。通过多年来的资源整合、品牌塑造、市场渠道、研发及生产能力建设等举措，公司现已形成复合肥、联碱、磷化工及食用盐等协同发展的产业格局。

## **(4) 公司的核心竞争优势**

1) 产业链优势。公司已建立一体化产业链，拥有除尿素以外的氮肥完整产业链、从磷矿资源开始的磷肥完整产业链，上游原料、包材基本实现自给自足，具有较强的成本优势和定价权。2) 营销渠道优势。近年来公司打造了懂营销、懂市场、懂消费者的营销团队，按照类消费品模式对复合肥进行了产品、营销、渠道改造，同时完成了对经销商渠道的调整，全面深化渠道布局。3) 管理层优势。公司目前的管理层经过十几年的磨合，现已形成了一支年轻化、执行力强、团队稳定的队伍，能够对竞争市场和经营环境的变化作出快速的反应，在复合肥这个完全竞争的行业中，将对公司未来的发展发挥关键性的作用。

## **(5) 公司对未来复合肥行业发展趋势的看法**

受供给侧改革、安全环保趋严、“碳达峰”等政策的影响，加上复合肥上游原材料价格波动，复合肥行业中小落后企业产能逐步退出市场，行业产能将逐步向大型企业集中。随着国家日益重视粮食安全问题，对粮食数量、安全提出了更高的要求，为提升农民种植积极性，粮食、蔬菜、水果及肉类奶制品的价格不会

出现大幅度的回跌，而肥料作为粮食中的“粮食”，农户投入意愿有望进一步提升。因此，在上游供给减少，下游需求增加的情况下，未来整个复合肥行业有望持续向好。

未来，公司将继续围绕复合肥产业链进行填平补齐，不断完善产能布局，并持续对环保节能项目进行建设改造。

## **2、问答环节**

### **(1) 公司复合肥的品牌介绍**

答：公司实施多品牌战略，从品牌定位、受众群体、市场需求及销售渠道上形成互补，塑造高品质、高科技、高性价比、高附加值的差异化品牌矩阵。公司立足国家农业发展战略，倾力打造了核心品牌——聚焦养土的“桂湖”品牌、聚焦增效的“嘉施利”品牌、聚焦品质的“SOUPRO（施朴乐）”品牌。公司汇聚全球特肥资源，推出“Cropup（棵诺）”特肥品牌；携手中邮物流，打造土博士“惠农安心”的品牌形象，同时为精耕市场推出了“德沃尔”“洋洋”“凯利丰”等品牌，全方位满足终端市场需求，致力打造各品牌在细分市场的领导地位。公司“桂湖”“嘉施利”“土博士”获评“中国驰名商标”，深受广大经销商和种植户的喜爱。

### **(2) 公司磷酸一铵的产能？**

答：截至目前，公司磷酸一铵年产能 43 万吨，主要生产基地位于湖北荆州和宜城，公司主要采用硫铁矿制酸。

### **(3) 公司预计今年上半年业绩如何？**

答：公司预计 2021 年 1-6 月归属于上市公司股东的净利润 3.26 亿元-3.83 亿元，较上年同期增长 70%-100%，公司预计业绩增长的主要原因系：1) 随着公司一体化产业链的完善和渠道的全面整合，报告期公司复合肥产品销量同比增加；2) 联碱产品价格同比上涨，毛利率同比增加。

### **(4) 针对功能性肥料市场，公司有何发展计划？**

答：针对功能性肥料，公司主推以施朴乐（SOUPRO）为核心的进口增效剂添加、以棵诺（Cropup）为核心的原装进口产品和两大特肥品牌，并将陆续推出桂湖、嘉施利品牌下的增效系列产品。2021 年将依托公司强大的渠道资源，在全国市场持续发

	力，推动品牌建设和渠道布局。  ☆ 本次调研中未涉及未公开重大信息泄密的情况 ☆ 本次调研机构已签署承诺书、对相关事项进行相应承诺
附件清单	无
日期	2021年4月28日