

安道麦股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-03

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☐媒体采访 ☐新闻发布会 ☐现场参观 ☐其他（投行会议） ☐分析师会议 ☒业绩说明会 ☐路演活动
---------------	---

样的公司需要灵活的供应链体系。公司也正是这样做的，增强供应链灵活度，以便公司就亚太及拉美市场做决策的时间能够尽可能延后，更贴近当时的市场需求。

当我们评估全球市场规模时，会发现上半年全球市场同比持平或略有下降，但这一变化不是因为销量受厄尔尼诺影响下降，而是来自于价格。我们预计下半年市场情况不会发生大的变化，下半年是巴西、阿根廷等南半球市场的销售旺季，虽然厄尔尼诺会产生一定影响，但我们预计 2026 年市场销量与 2025 年基本持平。

3. 上半年列报净利润从去年亏损 1,100 万美元转为盈利 6,200 万美元，但调整后 EBITDA 同比下降 3%。剔除以色列物流中心出售的资本利得以及汇率影响后，上半年经营性盈利的真实同比趋势是怎样的？管理层内部更看重哪个口径？另外，公司二季度调整后净利润同比下滑，从同比及环比数据来看，是哪些因素影响了公司 Q2 的业绩？

回复：我们建议投资者关注调整后的财务指标，包括调整后 EIBTDA 和净利润，调整后数据剔除了非经营性费用/收益对公司的影响。如果剔除出售以色列物流中心以及其它一次性因素，上半年调整后净利润同比增长 28%。安道麦在面对多重挑战叠加的行业环境，坚持选择性增长，专注执行，改善盈利和现金流水平。这也体现在公司销量增加，毛利润和毛利率实现双提升，财务费用减少以及现金流保持正向所发挥的积极作用。

目前，公司的焦点在提高业绩，守护盈利水平。净利润是重要的衡量指标。为此，公司抓住机会改善债务结构，并得益于正向的现金流入，减少财务费用；此外，公司刚刚完成了以色列实体合并以备进一步提升经营效率。

4. 中国区上半年收入同比下滑 23%，即便剔除主动削减的基础化工品仍下滑 8%，主要因素是哪些？

回复：中国区上半年销售额同比下滑 23% 主要是公司决定停止生产和销售部分基础化工产品。剔除这一因素，中国销售额同比减少 8% 主要是来自于原药业务，而非制剂业务。中国区的品牌制剂业务同期同比增长。大约在中东局势升级之后的一个月到六周时间里，市场都在观望局势对价格走势的影响，因此原药市场交易放缓，交易规模有所缩小。

5. 上半年公司推出 23 款新品、54 张登记证。差异化/品牌制剂产品目前占收入比重多少、毛利率相对基础品高多少？未来 2-3 年这个占比的目标是什么？

回复：公司上半年没有对外披露差异化产品占销售额的比重。新产品上市是安道麦的一大重点，不仅是关注产品上市，还包括新产品在上市后两到三年中实现加速增长，这牵涉到之前介绍的在重点市场增强商务能力。公司不仅着力于推出新产品，更关注如何推动新产品快速增长。产品结构改善对公司半年度业绩的积极贡献也印证了这一点。在安道麦迈向战略实施新阶段之际，这一维度尤为关键。我们的目标是在销售额增长的同时，通过产品组合改善支撑盈利增长。

6. 上半年经营性现金流从 2.42 亿美元下滑至 1 亿美元、自由现金流从 9,000 万降到 5,400 万美元。公司解释为回款节奏与备货因素——这是纯时点性扰动，还是营运资金结构性走高？

	回复：截至二季度末，安道麦营运资金同比不存在结构性增长。导致现金流变化的主要原因是回款节奏，回款周期较短的基础化工品销售额同比减少；另一个原因是公司在以色列的实体合并，公司为保障业务连贯性需要增加存货采购和生产。 7. 公司原预计于 2026H2 重新启动在土耳其的销售，目前最新的进展如何？ 回复：在之前的业绩路演中我们提到在 2026 年下半年有望重新启动土耳其业务，相关工作在按照计划正常推进。根据公司计划，对 2026 年的业绩影响很小，主要影响预计在 2027 年体现。 8. 如果假设全球农药需求保持温和增长、原药价格不出现大幅上涨，管理层认为安道麦在 2026 年实现利润同比明显改善，最关键的驱动因素是什么？是平均销售价格、销量、毛利率、费用率还是创新新产品的占比？ 回复：公司在 2026 年下半年的战略重点和上半年基本一致。首先，继续加强产品线的差异化建设，在竞争激烈的市场中以合适的价格销售差异化产品。产品结构指标是增长战略是否成功实施的重要衡量维度。第二个关注点是成本，公司在 26 年下半年会继续执行成本管控措施。 9. 4-5 月启动的产品涨价，在上半年是否有效对冲了原材料成本上涨？全球化工品价格自 3 月大幅上涨后，对公司成本的全面影响何时在报表中体现？ 回复：中东局势升级之后原材料价格上涨，不过这些上涨对安道麦上半年的业绩没有影响或者说影响微不足道，因为有滞后效应。公司在二季度购买的原材料可能要到三至四季度售出。所以原材料价格上涨对公司报表的影响预计在下半年显现。 是否能够通过销售价格对冲既取决于公司自己，也受市场影响。如果市场形成有利的价格上行动能，公司能够顺势提价，这也是我们的策略。但上调价格需要谨慎，市场在上半年还没有形成这样的上行动能。公司会竭尽所能抓住机会，但在市场供过于求的情况下并不容易。 10. 公司重申 2026 年目标为“恢复销售额增长”与“毛利率继续改善”的平衡，上半年是否如期实现了这一平衡？ 回复：上半年公司实现了这一平衡，毛利同比增长。EBITDA 的确遭受挤压，当前市场环境下定价所承受的压力超出公司原先的预计。 11. 3 月末以色列工厂仓库受损事件的最新进展如何？以色列工厂事件中，已计提的 570 万美元库存损失及后续维修费用，政府赔偿的进展如何？ 回复：公司在较短时间内恢复了全部受影响厂房的正常运营。关于财务影响，公司已经启动了索赔程序，根据相关规定和条款获得赔偿。 12. “奋进”转型计划进入新阶段后，费用控制效果如何？ 回复：公司费控举措非常有效。上半年营业费用同比增长，主要因素是美元兑多国货币走弱，因此以美元计算的营业费用增加。如果剔除汇率的影响，公司在销量同比增加、物流和营销开支增加的同时减少了营业费用。
附件清单	《2026 年第二季度和半年度经营业绩介绍幻灯片》（请参见公司官网 (www.adamalt.com.cn) 投资者关系板块)

日期	2026 年 8 月 25 日
----	-----------------