

瑞普生物股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-005

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☒ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☒ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 电话会议 ☐ 其他：（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称 (46 家)	中信证券、长江证券、高盛香港、中金公司、国泰海通证券、华创证券、浙商证券、天风证券、广发证券、华泰证券、国海证券、申万宏源证券、东方证券、中国银河证券、东兴证券、开源证券、西部证券、东方财富证券、财通证券、方正证券、国都证券、国投证券、华安证券、华鑫证券、光大证券、兴业证券、中邮证券、中原证券 招商基金、摩根士丹利基金、南方基金、大湾区基金、平安理财、新疆前海联合基金、中国人保资产管理、厦门建发新兴产业股权投资、淡水泉（北京）投资、青榕资产管理、北京兴源投资管理、上海泾溪投资管理、西藏云尚股权投资基金、玄卜投资（上海）、浙江伟星资产管理、广东惠正私募基金、荷荷(北京)私募基金、上海清禾私募基金
时间	2026年8月25日 20:00-21:00
地点	电话会议
公司接待人员姓名	董事会秘书：谢刚 财务负责人：李改变 证券事务代表：赵文宇
投资者关系活动主要内容介绍	2026年上半年，国内动保行业进入结构升级、新旧动能转换的关键阶段。传统养殖动保稳步提质，合成生物、宠物健康、全球化市场等新赛道迎来高速发展。公司坚守战略升级路径，持续从传统动保龙

头加速向生物制造、宠物健康综合生态平台迭代，形成“传统主业夯实基本盘、新兴业务高速增量、全新赛道打开成长天花板”的三维增长格局，中长期发展潜力持续释放。

从上半年经营数据来看，公司整体经营韧性凸显，业绩短期波动主要系政策扰动所致，主业增长动能亮眼。报告期内，公司实现营收17.20亿元，同比微增0.75%；归母净利润短期有所波动，主要受生物制品增值税税率调整、非经常性损益同比回落影响。但若剔除增值税新政的影响、还原去年可比口径，公司营收同比增长4.51%，扣非归母净利润同比增幅突破27%，核心主营业务盈利实现快速增长，充分印证了公司主业经营的稳健性和盈利能力的持续提升。

今年上半年，公司核心亮点在于未来第二增长曲线落地在即、多维新业务全面高增，成长逻辑已从“布局培育”正式迈入“价值兑现”阶段。具体来看：

第一，合成生物（微生物蛋白）赛道迎来历史性突破。作为公司战略级核心新赛道，万吨级微生物蛋白生物制造基地正稳步建设，预计年底顺利投产。依托国内稀缺的新食品原料资质与全链条技术研发体系，公司将正式切入高景气生物制造领域，构筑起区别于传统动保企业的核心竞争壁垒，打开中长期成长空间。

第二，多元新兴业务持续放量，夯实短期增长动能。宠物业务高质量成长，收入、毛利率双提升，自有宠物新药即将上市，持续抢占高端细分市场；国际化业务延续爆发式增长态势，凭借产品注册落地与海外渠道深耕实现大幅增长，国产替代空间广阔；兽医社会化服务保持翻倍高增，服务网络与商业化模型持续成熟，成为公司稳定的业绩增量来源。

同时，公司研发实力持续领跑行业，多款禽流感、口蹄疫疫苗重磅新品落地，宠物创新药实现技术突破，公司已形成“传统主业稳底盘、新兴业务提增速、生物制造定未来”的清晰成长逻辑。

投资者交流主要情况如下：

1. 目前合成生物工厂建设进展？

答：感谢投资者对微生物蛋白和合成生物业务的关注。我们始终认为，微生物蛋白不是公司的短期题材，而是公司基于国家粮食安全、全球蛋白供需结构和合成生物学技术革命做出的长期战略选择。

从市场空间看，我国大豆年进口约1.1亿吨，自产仅2100万吨，“人畜争粮”矛盾突出；国家提出树立大食物观，倡导“向植物、动物、微生物要热量、要蛋白”。微生物蛋白是拓宽蛋白供给来源的重要技术路径，行业具备中长期发展空间。

从行业竞争情况看，微生物蛋白万吨级产业化对菌种开发、发酵工艺、生产制造及下游应用验证均存在较高技术门槛，国内实现万吨级产业化落地的企业较少。公司围绕微生物蛋白业务开展系统性布局，通过自主研发与联合开发等方式，覆盖菌种选育、工艺开发、中试验证、产线建设及下游应用开发等环节，已积累一定的技术与项目实践基础。

项目建设方面，公司百吨级中试线从去年下半年已实现稳定运行，关键工艺环节已通过工业化模拟验证；产业化项目正在按计划稳步推进，天津基地规划总产能为6万吨（湿基），这是国内率先建设的万吨级菌丝蛋白生产基地，项目计划于今年年底竣工。后续开展设备调试、产品验证等工作，随着正式投产，将进入产能爬坡期。

2. 下游需求及客户反馈情况？

答：投资者您好，受乳清蛋白价格波动、国内饲用蛋白对外依存度较高等行业因素影响，市场对新型替代蛋白原料的关注度大幅提升。

公司围绕菌丝蛋白下游应用开展研发布局，目前已完成80多款应用型产品配方定型。公司与华中农业大学共建了蛋白联合应用研发中心，正在联合天津科技大学等高校和科研机构开展乳清蛋白与菌丝蛋白复配应用研究。

客户合作方面，公司已与多家蛋白营养、健康食品、运动营养领域的头部企业建立联合开发关系，部分客户已进入试用阶段，取得了

积极的试用反馈。

从应用场景看，我们重点聚焦四个方向：

- **蛋白粉添加和运动营养：**为现阶段相对成熟的应用方向之一，可探索与乳清蛋白复配，形成“快蛋白+慢蛋白”复配组合；
- **健康代餐/体重管理：**依托菌丝蛋白饱腹感强、血糖友好的特性，适配代餐、体重管理类产品开发；
- **功能食品/营养强化：**菌丝蛋白天然富含β-葡聚糖、几丁质、B族维生素等活性成分，可用于开发具备差异化特点的营养强化类功能食品；
- **仿肉产品和烘焙应用：**属于长期重点拓展方向，菌丝蛋白天然呈丝状纤维结构，口感接近肉类，可作为未来健康混合肉的核心原料。

现阶段公司相关生产产线尚未正式投产，业务以战略客户联合开发、样品试用为主，暂未开展大规模对外销售；已积累一定的下游潜在需求储备。敬请投资者注意投资风险，公司相关重大进展请以正式公告为准。

3. 公司海外业务进展情况，未来的战略规划？

答：投资者您好，公司已建立渠道深耕-本地化运营-海外建厂的“三步走”国际化拓展策略，目前已实现“渠道深耕+本土化运营”的阶段性的布局，依托境外优质经销商和成熟贸易模式，在产品完成当地注册后快速覆盖目标市场，并在核心重点国家逐步布局本土化团队，持续完善海外销售网络。

报告期内，国际业务收入同比增长45.19%，产品已出口至50多个国家和地区，业务模式从单一产品出口逐步升级为多品类供给、综合疫病防控方案输出与本地化运营协同发展。

未来，公司将在重点国家盈利、渠道及产品拓展基本成熟并快速放量后，适时启动海外建厂布局，同时继续深耕中亚、东南亚等优势市场，加快拓展南亚、中东、非洲、南美等增量市场，随着海外产品矩阵持续完善和本地化运营体系日趋成熟，出口收入有望加速增长，

进一步夯实全球化发展根基。

4. 请问公司新获批的南非1型口蹄疫疫苗的市场预期如何？

答：投资者您好，公司新获批的南非1型口蹄疫疫苗是公司与中国农业科学院兰州兽医研究所、中国动物疫病预防控制中心战略合作研发的口蹄疫多价疫苗，包含“牛羊口蹄疫O型、A型、南非1型三价灭活疫苗”（瑞菲净）和“猪口蹄疫O型、南非1型二价灭活疫苗”（瑞菲泰）两款产品。该系列疫苗针对国内口蹄疫最新流行毒株南非1型，填补了国内对该型毒株的疫苗防控空白，具有“一针多防、减频增效”优势，且采用五级纯化工艺，抗原纯度达90%以上，免疫应激低、抗体产生均匀持久。

从市场预期来看，南非1型口蹄疫疫苗的推出将直接受益于国内对该新毒株的紧急防疫需求，政采价格较传统口蹄疫疫苗有显著提升，产品上市后有望快速切入政府采购及市场化销售渠道。增长动力主要来自市场化销售拓展、新产品单价提升、政采总量稳健增长等方面，若市场化大客户拓展顺利，收入弹性有望进一步放大。

整体而言，本次获批产品进一步丰富了公司口蹄疫疫苗产品管线，有助于释放必威安泰的悬浮培养产能优势，增强公司在重大动物疫病防控领域的市场竞争力，并为后续业绩增长贡献新的增量。公司将抓住秋防和明年春防两个关键窗口期，加快推动产品商业化生产与市场供应落地。

5. 未来中瑞供应链如何提升利润率水平？

答：投资者您好，报告期内，公司供应链业务实现收入4.31亿元，同比增长14.43%；毛利率19.23%，同比提升5个百分点。未来，公司提升中瑞供应链利润率的核心逻辑为“调结构、提效率、做品牌”，并加速向宠物诊疗综合服务商转型。

业务结构方面，公司将主动收缩粮食类等低毛利产品，聚焦医院端药品、疫苗等高毛利品类，推动资源向高价值医院渠道集中。上半年该策略已初步见效，活跃医院数量同比增长18.5%，医院客户占比提升至70%。品牌建设方面，公司已组建独立电商团队和品牌团队，通

	过核心爆品打造和终端市场教育，提升自有品牌溢价与客户复购率，并积极拓展高毛利耗材。运营效率方面，华东中心仓模式预计年降低仓储物流成本50%~60%；B2B商城计划年内正式上线，通过数字化手段进一步降低交易成本、提升履约效率。渠道拓展方面，公司已新进入新疆、陕西、四川市场，业务覆盖全国24个省级行政区，活跃医疗终端达1.4万家，为产品放量提供支撑。 未来，公司将继续推动中瑞供应链由贸易型公司向集生产、研发、销售于一体的实业公司转型，在功能性治疗产品、处方粮等领域构建高壁垒、高毛利的自有产品体系，持续提升盈利能力和核心竞争力。 6. 面对行业养殖景气度下行，公司如何维持传统主业毛利率稳定？ 回复：投资者您好，面对行业养殖景气度处于底部、增值税率调整等压力，公司通过降本增效、产品结构优化与客户结构升级等举措，有效维持传统主业毛利率稳定。 成本端，持续推进降本增效，通过精益管理、强化供应链协同、严控各项费用支出，将降本增效贯穿于研发、生产、销售及管理全价值链，累计降本占当期成本费用总额的6.07%，有效增厚盈利韧性。产品端，聚焦多联多价疫苗、长效缓释化药等高壁垒品类，已培育6个亿级爆品，大单品矩阵持续扩容，提升整体盈利水平。客户端，公司依托全品类产品与疫病防控一体化综合服务优势，与多个TOP客户达成战略合作，直销占比提升至74%，TOP养殖客户基本全覆盖，订单稳定性显著增强。 剔除增值税影响后，公司整体毛利率波动较小，展现出较强的经营韧性。
附件清单	无
日期	2026年8月26日