证券代码：000553（200553）　　证券简称：安道麦 A/安道麦 B

安道麦股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-04

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 □其他
参与单位名称及人员姓名	本次业绩说明会为面向所有投资者的网上公开直播
时间	2026 年 10 月 30 日下午
地点	中国北京，以色列特拉维夫
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁兼首席执行官 Gaël Hili；候任总裁兼首席执行官郝志刚；首席财务官 Sammy Leibowitz；董事会秘书郭治；投资者关系兼财务治理经理 Rivka Neufeld
投资者关系活动主要内容介绍	本次业绩说明会采用网上直播的形式。 管理层首先介绍了 2026 年第三季度和前九个月的业绩情况和业务进展，随后回答了投资者关心的主要问题： 1. 今年 9 月以来，公司董事长、CEO、CFO 相继调整。郝志刚先生是安道麦与沙隆达合并以来首位中国籍 CEO。他此前担任安迪苏总经理，并非来自植保业务条线。请问董事会选择郝志刚先生出任 CEO 的主要考量是什么？ 回复：郝志刚先生具备深厚的全球管理经验和能力。他一直以来领导着规模与安道麦相当的跨国企业，也曾作为首席执行官推动企业转型。此外，郝志刚先生对中国中化有着深入了解，曾担任中国中化下属公司的高级管理人员。我相信他能够胜任并成功引领公司发展。 郝志刚先生加入后，首要关注点是全面了解安道麦的业务、人员以及企业文化，与管理层成员深入交流、互相配合以提高业绩表现。近期我与他共事交接，确保他成功顺畅地接棒。我确信这将为公司创造价值，郝志刚先生将积极支持公司近年来发展的战略方向，为公司业绩发展做出相应决策，他是接任领导职责的不二人选。 2. 公司为期三年的“奋进”转型计划将于今年收官。管理层如何评价“奋进”计划的成效？“奋进”计划收官后，公司 2027 年起下一阶段战略的核心目标是什么？ 回复：“奋进”计划经过 2024 年与 2025 年两个整年推进执行，帮助我们稳固了公司业务发展的根基，为未来增长筑基。它的成效包括重组以精简规模，转变运营体系，优化区域市场，聚焦重点市场创造价值，优化调整产品线等等。通过“奋进”计划，我们提升了公司的运营质量和效率。 面向 2027 年及以后的下一战略阶段，我们的目标是在已稳固的基础上推

	动增长，通过合理的产品线构成推动盈利性增长。目前我们的产品线构成中大宗型产品与差异化产品的比例相对平衡，我们需要增长同时来自两类产品，而不是仅来自于大宗型产品。在前九个月的业绩结果中，我们看到了产品线构成改善的成果。虽然今年的市场条件，特别是第三季度的情况挑战很大，但公司在欧洲、加拿大、澳大利亚、墨西哥、阿根廷等重点市场展现了“奋进”计划奠定基础之后的成果。 3. 从目前各主要农业区的实际天气和用药情况来看，厄尔尼诺在哪些区域已经对公司的销售产生实际影响，影响是正面还是负面？展望 2027 年，哪些区域更有望率先实现量价修复？ 回复：以 2026 年的实际天气情况而言，一是欧洲干旱，我不能确定这是厄尔尼诺的影响，但今年夏天欧洲的热浪是历史性的。考虑到欧洲占公司业务的比重，这对安道麦来说不是好消息。二是就 2026 年厄尔尼诺的影响而言，有积极的也有消极的。比如，印度旱情严重，缺水，季风季降雨不足，对安道麦的当地业务带来负面影响。但在阿根廷，厄尔尼诺带来远多于以往的雨水，当地因此需要应用更多的杀菌剂，给业务带来积极的影响。 我们目前无法对 2027 年厄尔尼诺的影响做出预测。 4. 公司此前提到，26Q2 价格表现不及此前预期的涨价效果，并计划在 Q3、Q4 进一步推动提价。Q3 的提价是否已达到此前预期？拉美、亚太、欧非中东、北美四大区域的价格表现分别如何？ 回复：公司尝试在三季度提价，但最终也要跟随市场趋势。我们在第三季度尝试提高了产品报价，但未能持续保持，三季度的业绩显示价格同比下滑，说明市场未接受我们的提价。原因之一是行业内整体没有提价，在市场供应充足的情况下，供应商不愿意冒险提价。市场供过于求的情况没有改变，经销商、农户有很多的供应选择，我们最终要在销量和价格之间做权衡，以保证持续产生现金流。安道麦一直持续产生现金流，也是因为公司为了保护销量在价格上做出一定牺牲。这是目前较为明显的行业趋势。 说到区域价格趋势，刚才提到的价格趋势在所有地区都有显现，但程度不同。竞争最为激烈、非专利植保产品价格下行压力最大的区域是巴西，去年如此，今年亦如此。美国虽然价格也有下降，但幅度远小于巴西。 5. 第三季度，拉美其他国家实现销售增长，但巴西受市场竞争加剧、农户盈利能力下降等因素影响，整体表现承压。请问：公司将采取哪些具体措施应对巴西市场面临的问题？ 回复：巴西市场在非专利领域的竞争非常激烈。来自中国和印度的很多新公司进入巴西市场，当地的竞争远比其他地区激烈。我们如何应对呢？首先是严控成本，提升经营效率。其次我们持续投资于巴西的产品线，我们坚信在这样的市场里与新对手一决高下要依靠差异化。另一重点举措是不断加强商务能力，这是 2026 年重点推进的措施，也是未来的重点方向。此外，我们要确保供应链的灵活度，以满足巴西市场渠道客户与农民日益延后的即时采购需求。在巴西，客户的采购决策时间越来越晚，这一趋势自 2024 年延续至今。因为客户普遍认为产品供应充足，拖到最后一刻可能获得更优惠的价格。因此我们因地制宜地调整供应链的弹性，同时注意避免出现库存积压和现金风险。

	6. 公司股价长期低于每股净资产，公司在估值提升方面有何计划举措? 回复：安道麦的董事会在 2025 年 3 月批准了估值提升计划，目标是提升业务质量与盈利，维护和改善投资者关系，加强资本市场管理。我们一直遵循这一轨道努力前进，以期对股价提供支撑。过去这段时间公司股价走低，但管理层认为，坚持既定战略，在能够实现增长的市场中改善盈利能力，并借鉴市场的成功经验是恢复净利润、提升市值并为投资者创造价值的最佳途径。 7. 主要市场客户的现金流情况怎么样? 回复：具体看是哪个市场。总体而言，农民普遍承受着盈利压力，但不同地区的现金流压力不一样。比如巴西农民的现金流压力相对更大。我们在巴西必须谨慎甄别买家，小心管理信用账期。其他市场更多地表现为损益压力。过去几年，渠道客户都非常谨慎地管理现金流，这也是 2024 年与 2025 年销量受到影响的原因之一。而如今，按需即时采购模式在全球市场都很普遍。但从三季度及前九个月的情况来看，我们未发现合作客户存在重大信用风险的迹象，我们非常谨慎地挑选客户。 8. 安道麦第三季度销售费用大幅下降的主要原因是什么? 回复：这得益于公司严格管控营业费用。管理层在上半年观察到市场挑战后做出了严格控费的决定，并将第三季度营业费用降至两亿美元以下，公司自 2018 年起单季度营业费用基本在这一水平以上。我们限制差旅，基本停止新员工招聘，对于资金的投入方向和使用方式都严格控制。当然，销量下降也是造成费用下降的原因之一，因为运输成本相应减少。此外，公司压降营业费用是在应对约 2,500 万美元汇率不利影响的基础上实现的。
附件清单	《2026 年第三季度和前九个月经营业绩介绍幻灯片》（请参见公司官网(www.adamaltd.com.cn) 投资者关系板块）
日期	2026 年 11 月 1 日