

润丰股份 2024年年度和2025年第一季度 报告说明

山东潍坊润丰化工股份有限公司

SHANDONG WEIFANG RAINBOW CHEMICAL CO.,LTD



股票简称：润丰股份
股票代码：301035



愿景: 成为全球领先的作物保护公司

润丰全球



行业概况

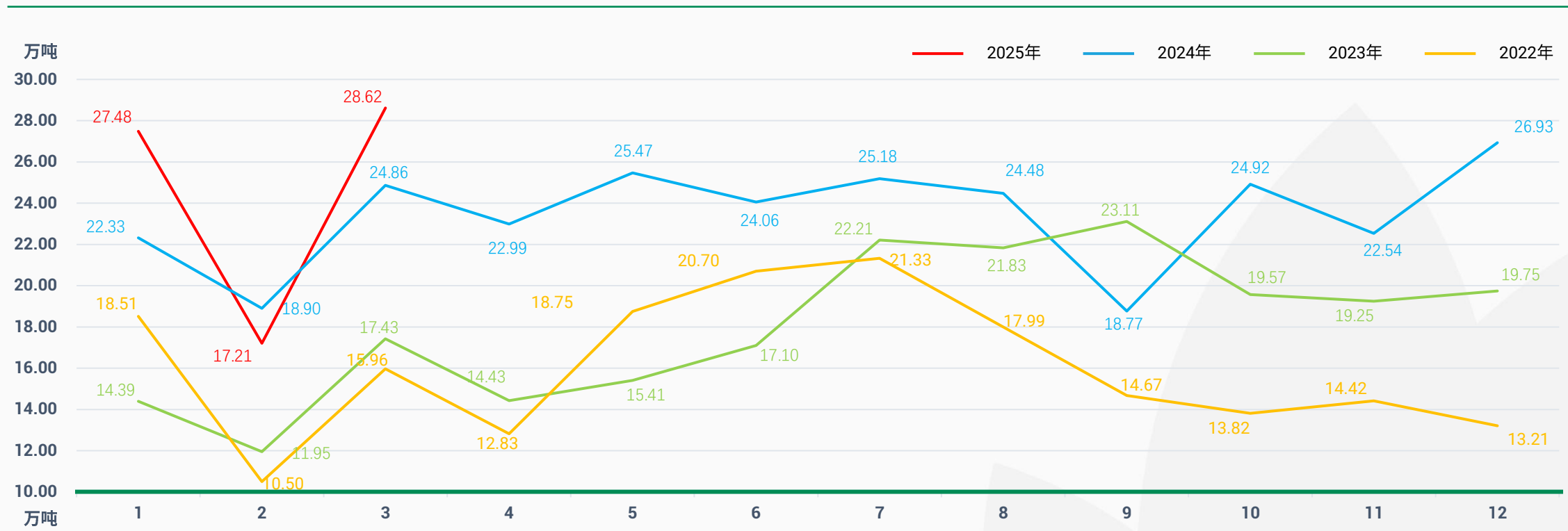
报告期内行业依旧是供大于需，市场竞争依然激烈，大多数作物保护品原药品种价格持续低迷但企稳。

部分作物保护品重要体量市场汇率波动幅度及债务违约风险上升，对当地市场的经营活动稳定性产生不利影响。

海外市场库存水平持续低位，全球市场对于作物保护品的需求恢复正常且偏旺。

行业概况

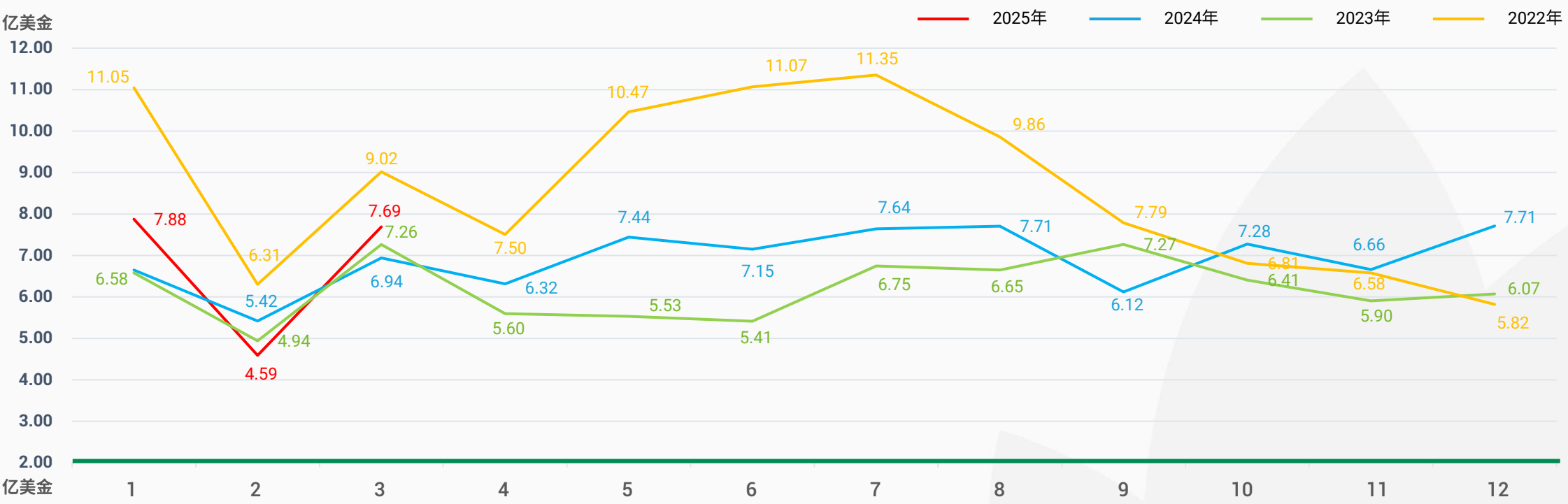
中国海关编码3808项下产品出口数量变化趋势



- 2024年度3808项下总出口数量同比增加30.03%
- 2025年第1季度3808项下总出口数量同比增加12.39%

行业概况

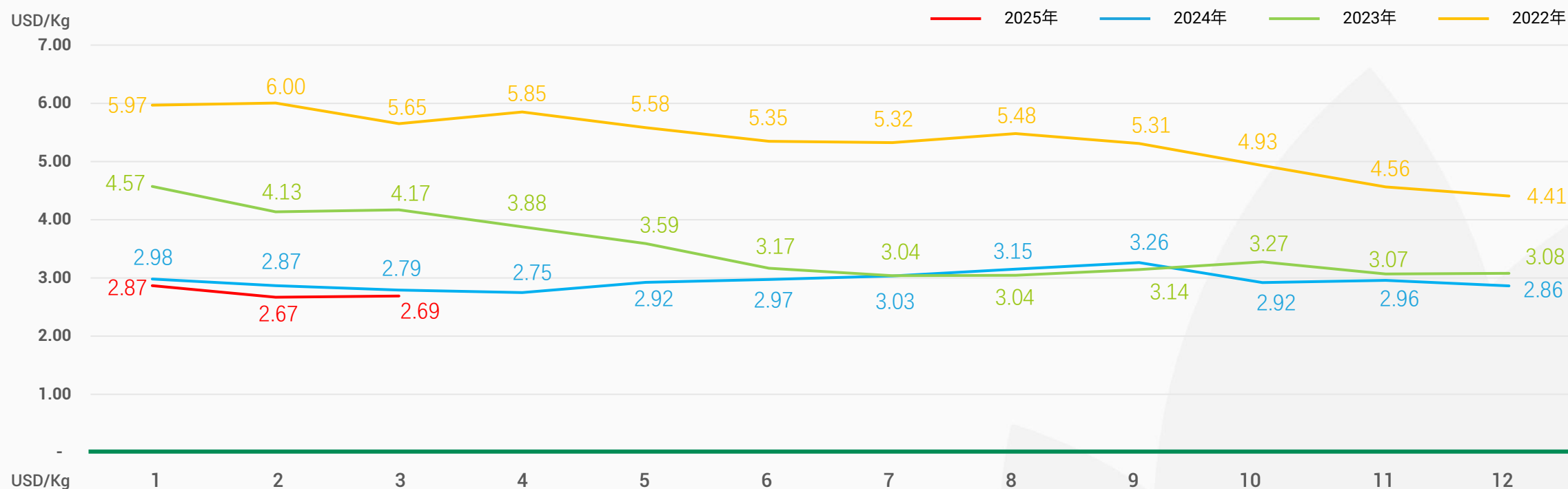
中国海关编码3808项下产品出口金额变化趋势



- 2024年度3808项下总出口金额同比增加11.66%
- 2025年第1季度3808项下总出口金额同比增加8.47%

行业概况

中国海关编码3808项下产品出口平均单价变化趋势



- 2024年3808项下月度平均出口单价从1月的USD2.98/Kg下行到12月的USD2.86/Kg
- 2025年第1季度3808项下月度平均出口单价从1月的USD2.87/Kg下行到3月的USD2.69/Kg

2024年全年运营分析

公司明确了以九大流程为基础构建全球化运营管理体系，持续改善与提升全球化运营能力

为支撑公司愿景的达成，确保公司全球化运营管的住，管得好，公司加大了流程和IT的建设与投入。在IT方面公司明确了将在2029年底前持续投入，实现SAP、CRM、BI、全面预算管理系统、全球协同工具的全球覆盖率95%以上；在流程方面明确了2029年底前完成四大主业务流程(DSTE, MTC, CTP, PTD)和五大支撑性流程的构建及全面运行。

持续完善全球营销网络的构建

- 在做好已有目标国市场的业务深耕的同时，新完成塞内加尔、塞拉利昂、利比里亚、利比亚、意大利、英国、克罗地亚、罗马尼亚等市场的深度调研。
- 新在墨西哥、澳大利亚、意大利、罗马尼亚、德国、斯洛伐克、摩尔多瓦、立陶宛、突尼斯、阿尔及利亚、白俄罗斯、阿塞拜疆、孟加拉、韩国、蒙古、博茨瓦纳、纳米比亚等国启动了在当地的Rainbow品牌销售。
- 新成立了全球生物制品团队，按照规划有序在相关国家启动生物制品业务。
- 本年度新获得登记1000余项，截止2024年12月31日公司共拥有境内外农药登记证7700余项。
- 首次在美国、加拿大、意大利、罗马尼亚、法国、德国、葡萄牙、爱尔兰、斯洛伐克、摩尔多瓦、爱沙尼亚、立陶宛、白俄罗斯、突尼斯、阿尔及利亚、特立尼达和多巴哥等国获得登记。

2024年全年运营分析

公司战略规划明确的四个增长方向 均推进顺利

- 提升TO C业务占比：报告期内全力推进TO C业务的成长，TO C业务营收占比持续上升，由2023年的33.82%上升到37.65%；报告期内TO C业务毛利率28.99%，同比上升0.09%；
- 提升欧盟、北美业务占比：欧盟、北美业务占比由2023年的5.69%上升到9.75%；
- 提升杀虫杀菌剂占比：杀虫、杀菌剂业务营收占比由2023年的25.41%上升到25.71%；
- 强化生物制剂版块的业务拓展：成立了全球生物制品团队，全球生物制品销售额首年营收即达成约1000万美金的目标。

部分市场汇率波动及债务违约风险 拖累了公司全年整体业绩

部分作物保护品重要体量市场汇率波动幅度及债务违约风险及上升，尤其是巴西、阿根廷等国受较大汇率贬值造成的与汇兑相关较大的损失金额、债务违约风险造成的损失以及先前高成本库存因素影响而拖累了公司全年整体业绩。

业绩总览

2024年财务数据分析（同比）

项目	2024年	2023年	同比增减率	说明
营业收入	13,296,203,422.72	11,484,792,643.38	15.77%	随着各个国家战略规划的实施，市场开拓力度不断加大，各大区收入稳步增长。
毛利率	19.79%	21.19%	-1.40%	市场竞争加剧，模式A/B业务毛利率同比下降，导致总体毛利率下降。
归属于母公司股东的净利润	450,082,509.47	771,120,761.85	-41.63%	毛利率下滑及费用的增长，尤其是财务费用和销售费用的增长，导致归母净利下滑。
经营活动产生的现金流量净额	751,338,988.37	-1,350,375,311.36	155.64%	销售回款的改善导致经营活动现金流量净额同比增加。

业绩总览

2024年财务数据分析（同比）

项目	2024年	2023年	同比增减率	说明
销售费用	654,095,305.31	432,967,568.95	51.07%	主要是报告期内境外员工薪酬、与登记相关的信息咨询费、广告费、出口信用保险、差旅费增加所致。
管理费用	547,396,454.50	515,227,243.83	6.24%	主要是报告期内咨询费、无形资产摊销、境外员工薪酬增加所致。
研发费用	169,415,449.97	298,481,326.30	-43.24%	与登记相关的实验费资本化，费用逐年摊销，而去年同期这部分实验费是直接费用化，造成了研发费用较去年同期有所下滑。

业绩总览

2024年财务数据分析（同比）

项目	2024年	2023年	同比增减率	说明
利息净额	83,051,699.44	19,332,521.19	329.60%	财务费用+锁汇产生的损益同比对利润的影响为减少利润，主要为汇兑及锁汇损失减少利润、利息净额增加减少利润、手续费增加减少利润。
手续费	41,749,918.62	22,326,965.58	86.99%	
汇兑损益 (净损失以“+”填列)	552,550,123.94	-78,666,068.98	-802.40%	
锁汇产生的损益 (净损失以“+”填列)	-112,127,909.61	175,410,040.39	163.92%	

业绩总览

2025年一季度财务数据分析（同比）

项目	2025年 一季度	2024年 一季度	同比增减率	说明
营业收入	2,686,285,834.39	2,693,191,598.95	-0.26%	
毛利率	19.27%	20.10%	-0.83%	模式A/B、模式C毛利率均有所下降，导致总体毛利率下降。
归属于母公司 股东的净利润	256,742,629.50	152,843,351.25	67.98%	财务费用+锁汇产生的损益同比对利润的影响为增加利润，导致归母净利润增加。
经营活动产生的 现金流量净额	-66,760,267.05	-297,983,503.10	77.60%	

业绩总览

2025年一季度财务数据分析（同比）

项目	2025年 一季度	2024年 一季度	同比增减率	说明
销售费用	160,867,196.07	136,012,126.19	18.27%	主要是报告期内薪酬、出口信用保险增加所致。
管理费用	126,256,414.43	95,232,946.97	32.58%	主要是报告期内薪酬增加、折旧摊销增加所致。
研发费用	41,478,564.79	36,086,891.09	14.94%	主要是报告期内薪酬增加所致。

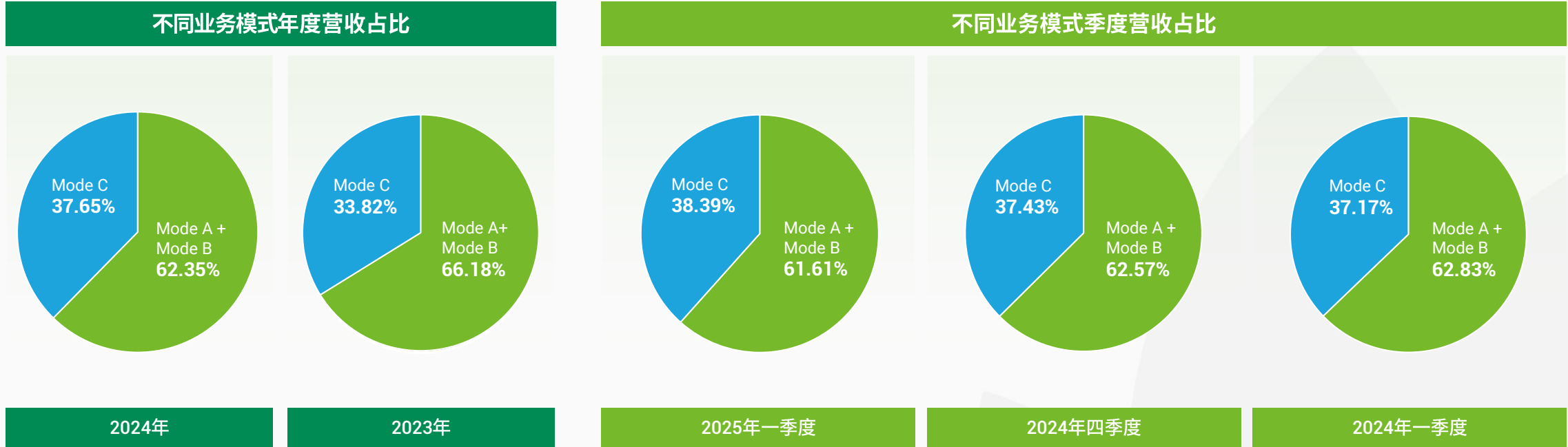
业绩总览

2025年一季度财务数据分析（同比）

项目	2025年一季度	2024年一季度	同比增减率	说明
利息净额	21,039,185.87	10,085,118.39	108.62%	财务费用+锁汇产生的损益同比对利润的影响为增加利润，主要为汇兑及锁汇收益增加利润。
手续费	10,752,087.30	7,856,597.51	36.85%	
汇兑损益 (净损失以“+”填列)	-190,107,477.77	55,606,835.61	441.88%	
锁汇产生的损益 (净损失以“+”填列)	27,246,355.68	-13,729,994.95	-298.44%	

业绩总览

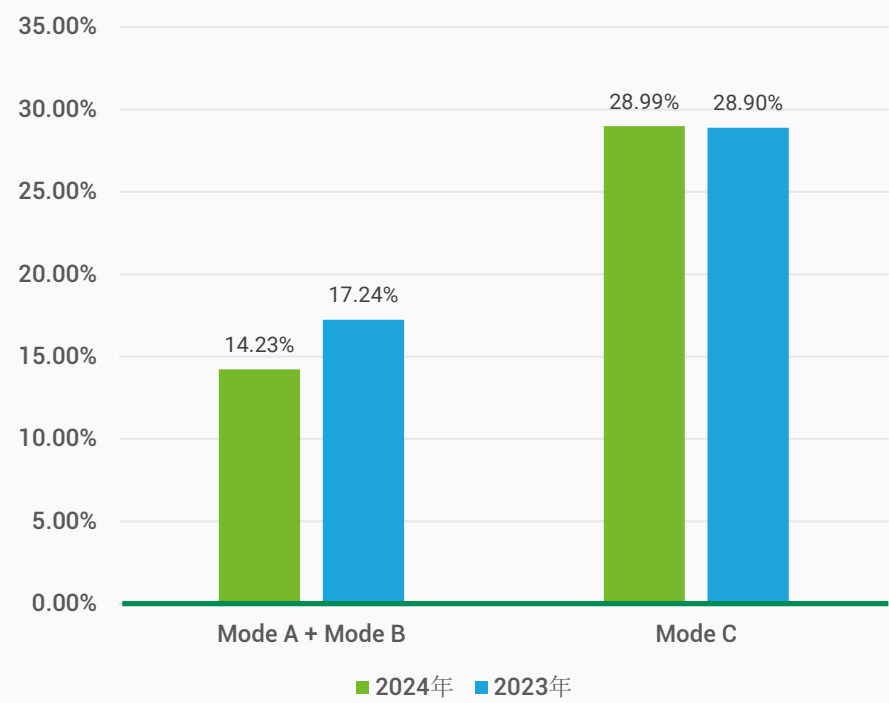
业务模式营收占比对比（同比）



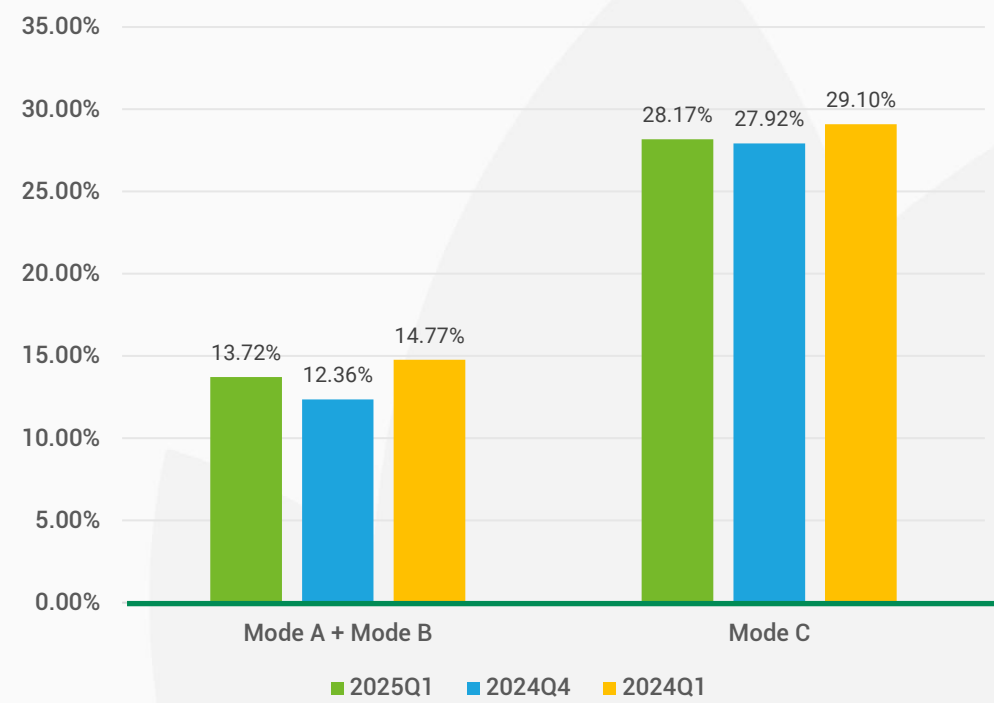
业绩总览

不同业务模式毛利率对比

不同业务模式年度毛利率对比

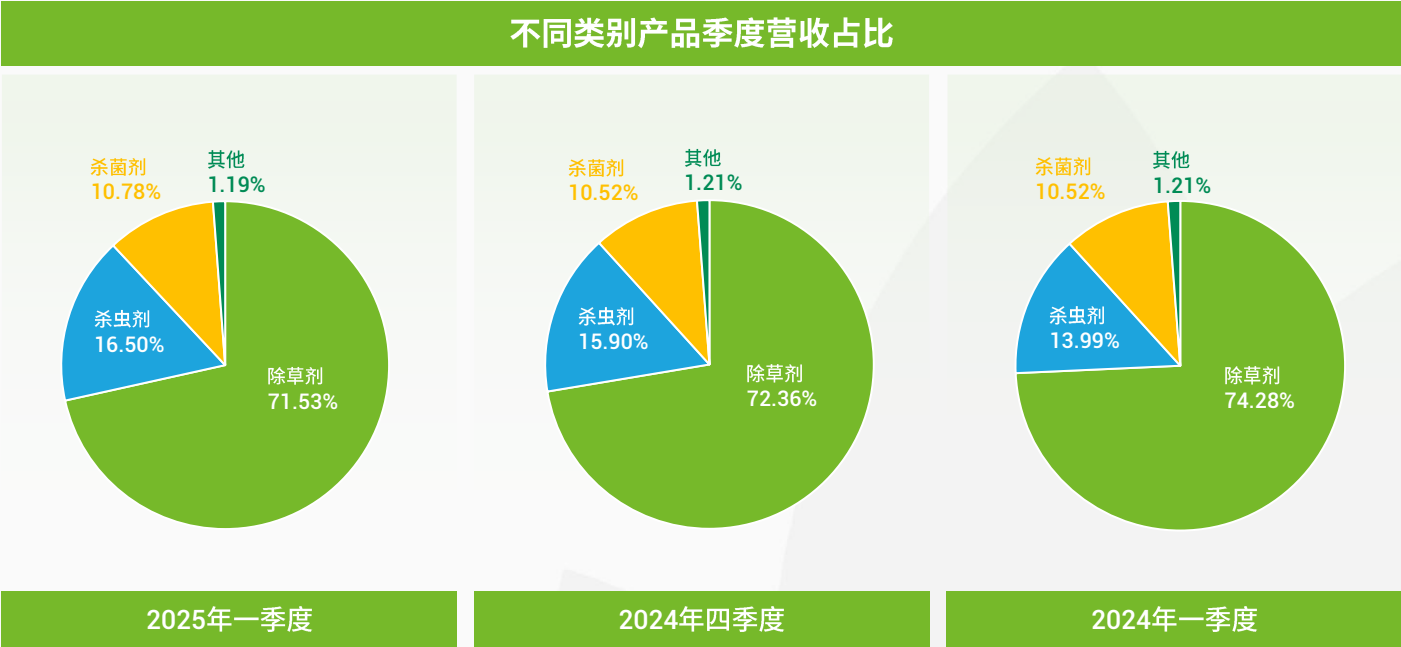
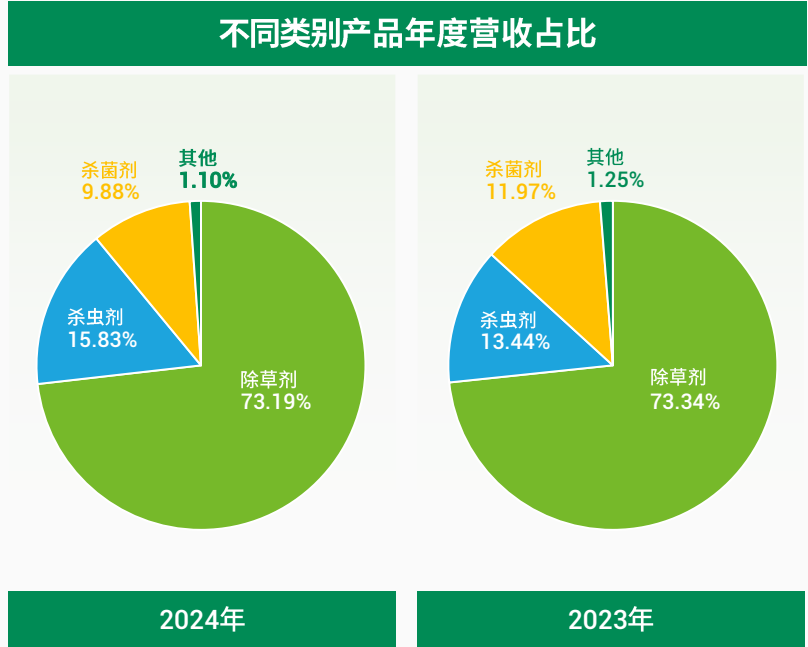


不同业务模式季度毛利率对比



业绩总览

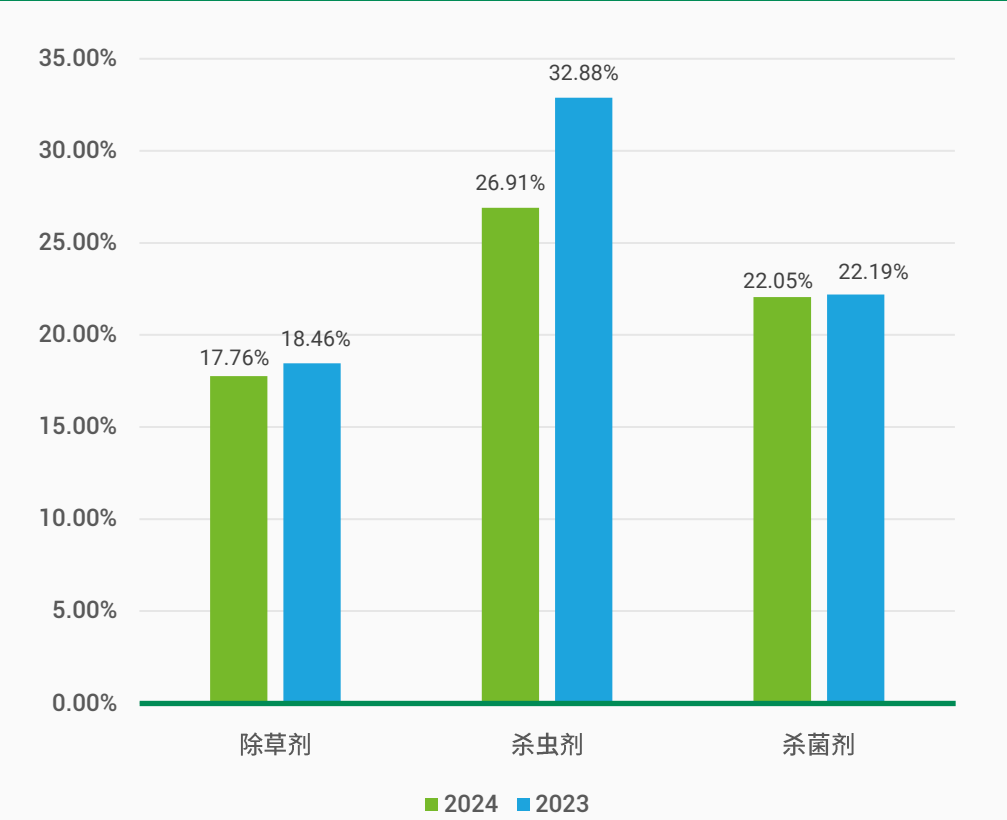
不同类别产品营收占比对比



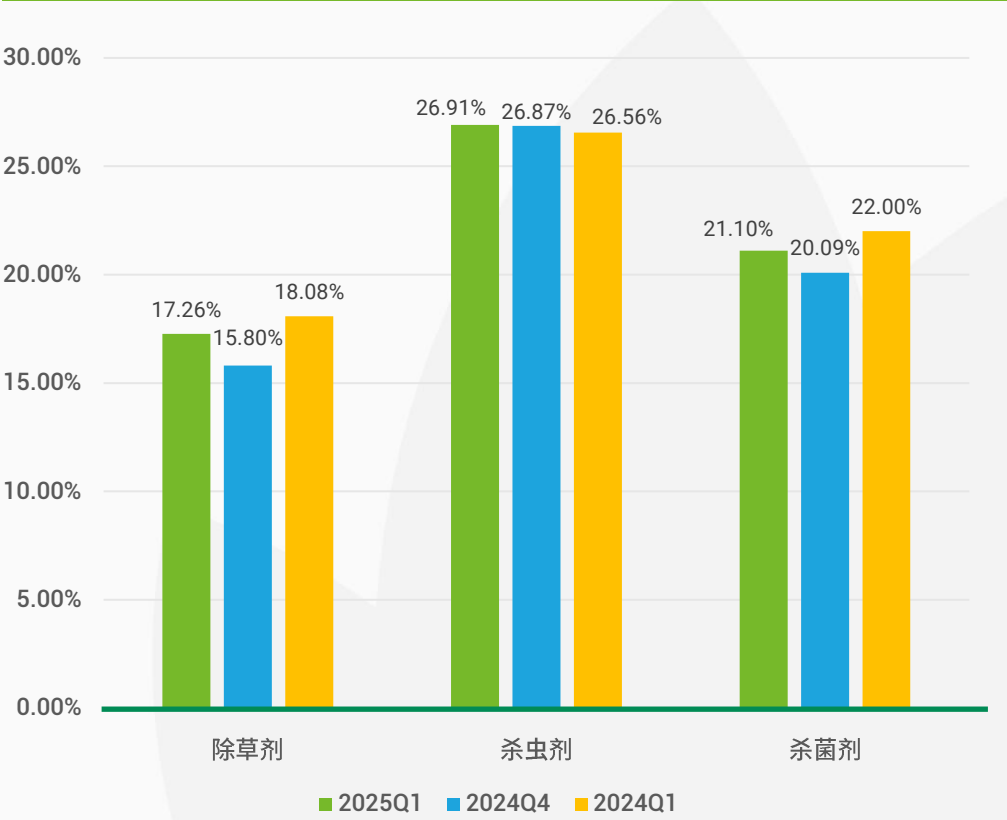
业绩总览

不同类别产品毛利率对比

不同类别产品年度毛利率对比



不同类别产品季度毛利率对比



2025年全球作物保护品市场展望

作物保护品行业仍将处于周期底部

国内及印度产能严重过剩，2025年市场将从“去库存”转入“去产能”阶段，竞争将更加白热化。预期未来，行业经历一定时期的产能优化、整合阵痛后，没有竞争优势的企业将逐步退出，行业集中度将进一步加强，具有竞争优势的龙头企业的发展空间将获得进一步的提升，未来全球作物保护品农药企业两级分化会非常严重，那些具有核心技术和创新能力，以及拥有市场渠道和品牌知名度等核心竞争力的行业主导者将会越来越强。

大多数作物保护品原药品种价格将持续底部盘整

大多数原药品种价格已处于历史低位甚至都已经跌破历史低位，处于跌无可跌的地步，但是基于过去三年中国和印度农药产能的扩增及释放，大部分原药品种将持续处于供大于求的状况，这也将使得大部分原药品种将持续底部盘整。

渠道商及终端用户采购习惯调整

渠道商及终端用户采购习惯呈现尽量少库存，晚采购，随用随购，碎片化采购的倾向。渠道商及终端用户都不愿意提前做采购计划或提前采购而宁可等到最后用药季节才会采购，给作物保护品公司的供应链组织带来较大的挑战。

2025年全球作物保护品市场展望

偶发事件会导致个别产品重大价格波动

处于价格历史底部的产品随时会伴随偶发事件而出现个别产品短期内重大价格波动，库存管理及市场策略的准确决策、快速响应尤为重要。

具有性价比优势的非专利作物保护品市场份额加速成长

大多数作物保护品原药品种在过去几年的持续回落使得非专利作物保护品的性价比优势更为凸显，与此同时伴随大宗农产品价格回落，种植者为改善自身收益会更加青睐性价比优势更为显著的非专利作物保护品，将促进非专利作物保护品市场份额的加速成长。

市场需求将持续回暖，终端市场价格逐步恢复正常理性

大多数终端市场伴随高成本库存的清理消减，先前不同公司对于不同产品清仓式的非理性低价抛售行为在大幅度减少，大多数终端市场伴随供应端成本的下降毛利率在逐步恢复上升，大多数终端市场毛利率回归合理水平。

2025年公司经营展望

1

多国贸易保护主义加剧给相关国家进口关税, 市场准入政策, 各国汇率, 大宗商品市场价格均带来较大扰动, 一定程度上会加大公司运营的不确定性。

3

伴随公司TO C业务营收占比的持续增长及全球重要市场高价值登记的获得, 公司整体运营毛利率会持续上升。

5

按照公司2025年运营目标, 公司营收及归母净利润均将会呈现同比上升向好趋势。

2

终端市场价格及毛利率逐步恢复正常理性, 大多数目标国子公司毛利率会持续上升。

4

伴随以流程和IT支撑的全球化管理体系的建设, 全球化运营能力得以持续提升, 运营质量会持续改善。

中期战略规划(2025-2029)

主基调

“提质、增效”，运营质量的改善提升优先于营收规模的增长。稳中求进，进中求优，确保健康，运营安全，风险可控前提下，做强做大，在实现公司愿景的道路上稳步前行。



中期战略规划（2025-2029）

四个重要增长方向

1

提升 TO C 业务占比

2

提升欧盟，北美业务占比

3

提升杀虫、杀菌剂占比

4

强化生物制剂版块的业务拓展



中期战略规划（2025-2029）

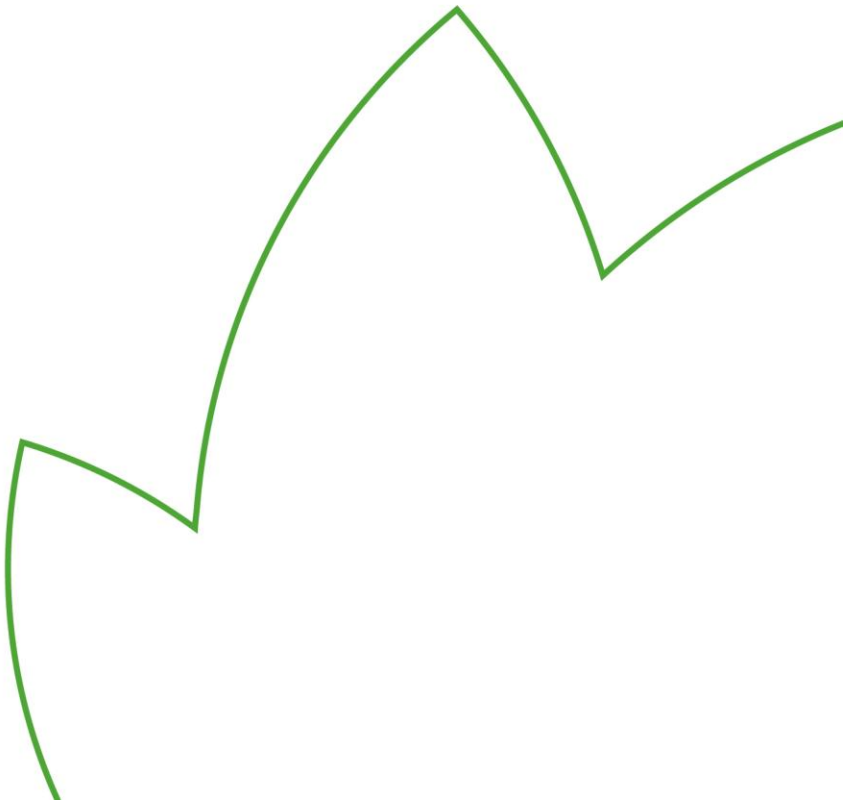
七大关键任务

1. 持续完善与优化九大流程为基础的全球化运营管理体系，确保全球化运营管的住，管得好。
2. 通过前瞻性的产品规划，率先做好重要产品全球登记布局及商业化筹划，确保重要产品在重要市场率先获证和成功商业化。
3. 推动现有原药产品的持续深耕和新增原药产品的高水平实施，提升自产活性组分的竞争力和强化对市场拓展的助力。
4. 不断完善制剂开发体系，助力产品登记、交付和成功商业化。
5. 持续全球业务拓展与深耕，强化品牌建设，确保业务均衡健康成长。
6. 通透理解全产业链信息以采购准确决策，拓展多种战略供方合作模式，建立安全、有竞争力的全球供应链。
7. 持续优化并高效运行交付体系，确保订单的高品质、低成本、快速如期交付。

中期战略规划（2025-2029）

打造五项关键能力

1	全球化运营能力
2	品牌渠道的建设能力
3	高效敏捷、准确决策的供应链能力
4	重要产品成功商业化能力
5	高性价比、高效协同的差异化制剂技术能力



成为全球领先的作物保护公司

公司长期专注作物保护领域 着眼全球市场 致力于成为全球一流的作物保护公司

谢 谢