

润丰股份2026年 半年度报告说明



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

- 制造基地
- 海外子公司/办事处
- 研发中心



10

工厂

100+

业务覆盖国家

140+

海外子公司

380+

自主专利

5000+

全球员工

9400+

全球已有登记

2026年市场环境



作物保护品原药价格经历阶段性短期波动



供给端竞争加剧致利润承压，跨国巨头渠道端毛利率修复



出口保持韧性，政策环境持续优化，加速制剂产品出海



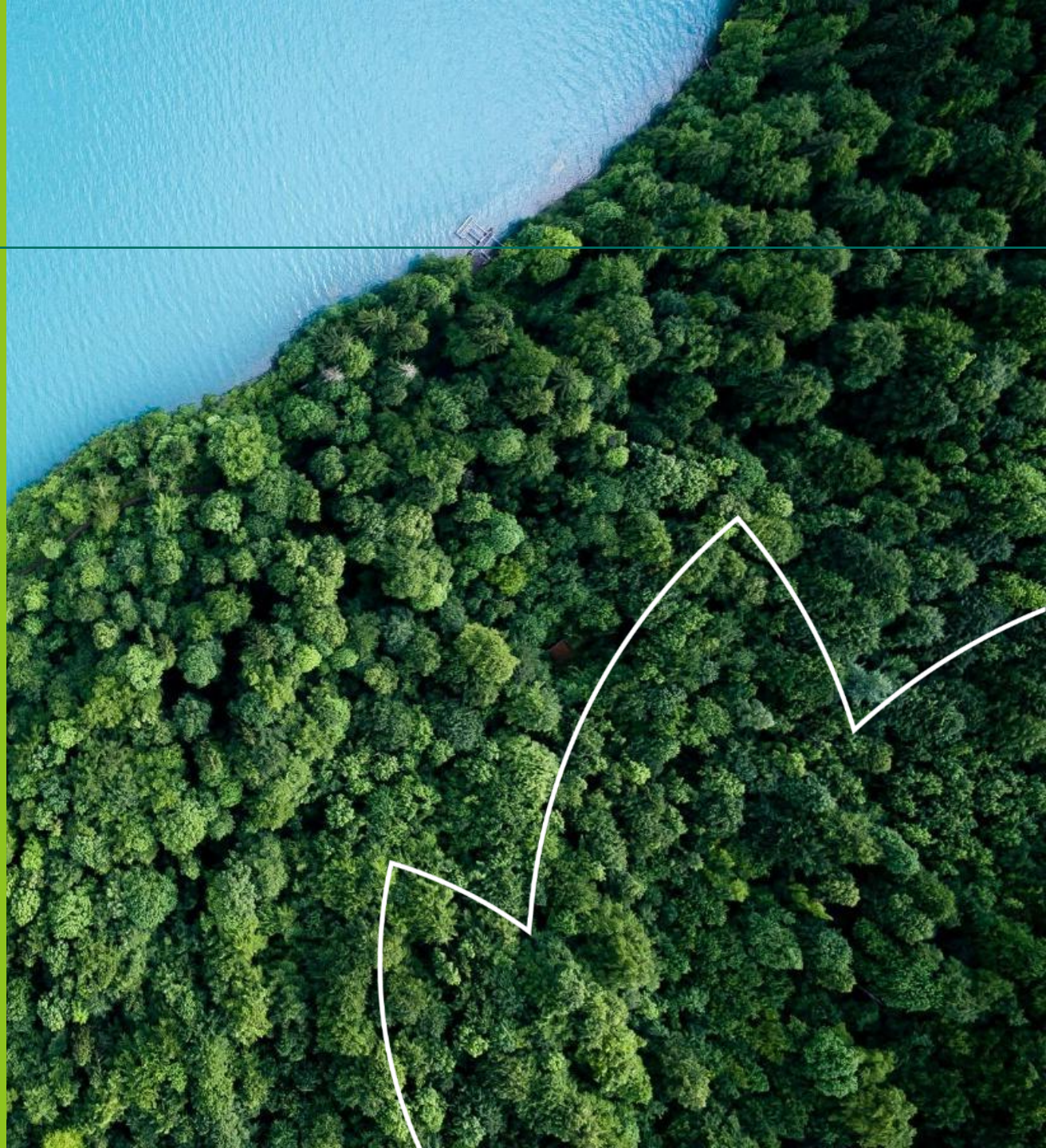
渠道"低库存、晚采购"倾向更趋明显



非专利作物保护品市场份额稳步提升，为中国企业出海提供结构性机遇

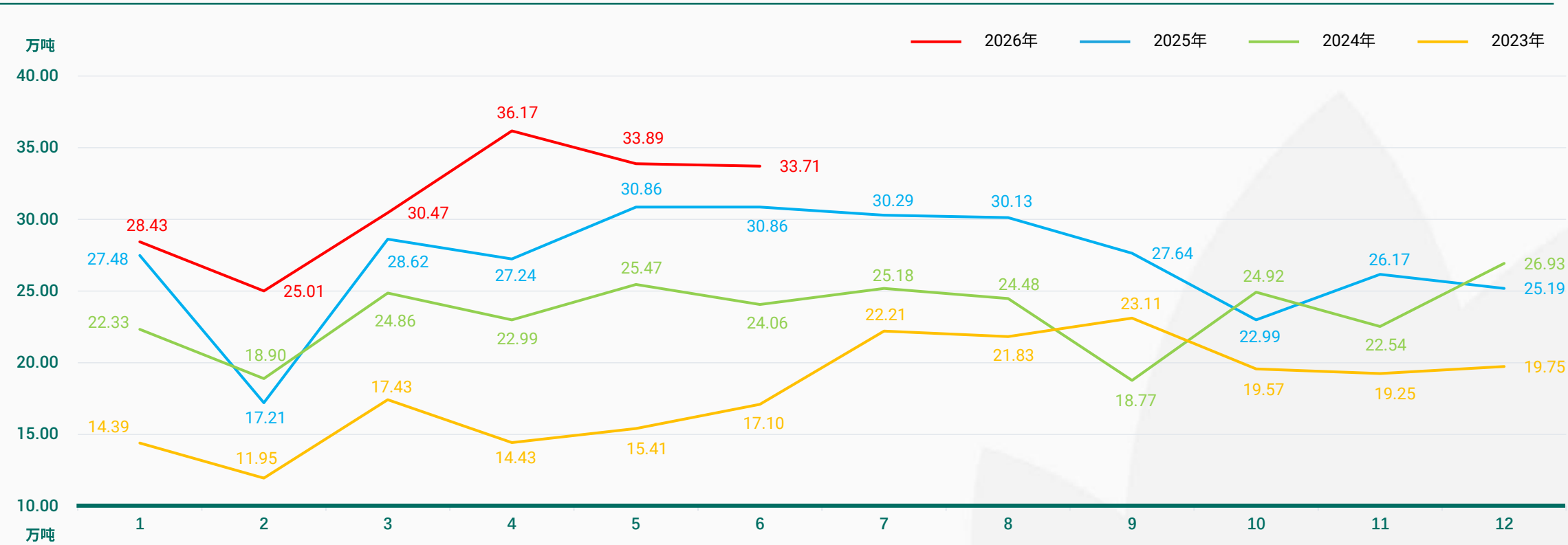


终端种植收益下滑，产业链信用风险传导



行业概况

中国海关编码3808项下产品出口数量变化趋势

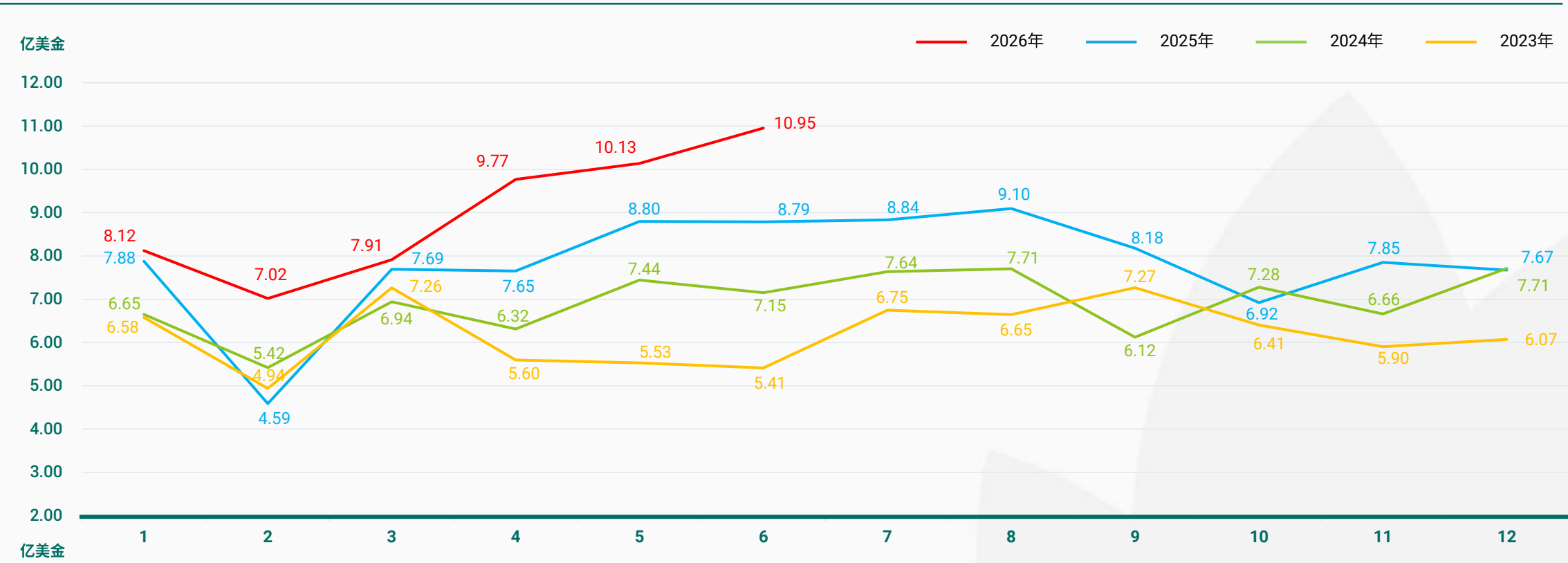


2026年半年度3808项下总出口数量同比增加15.66%

2026年第二季度3808项下总出口数量同比增加16.65%

行业概况

中国海关编码3808项下产品出口金额变化趋势

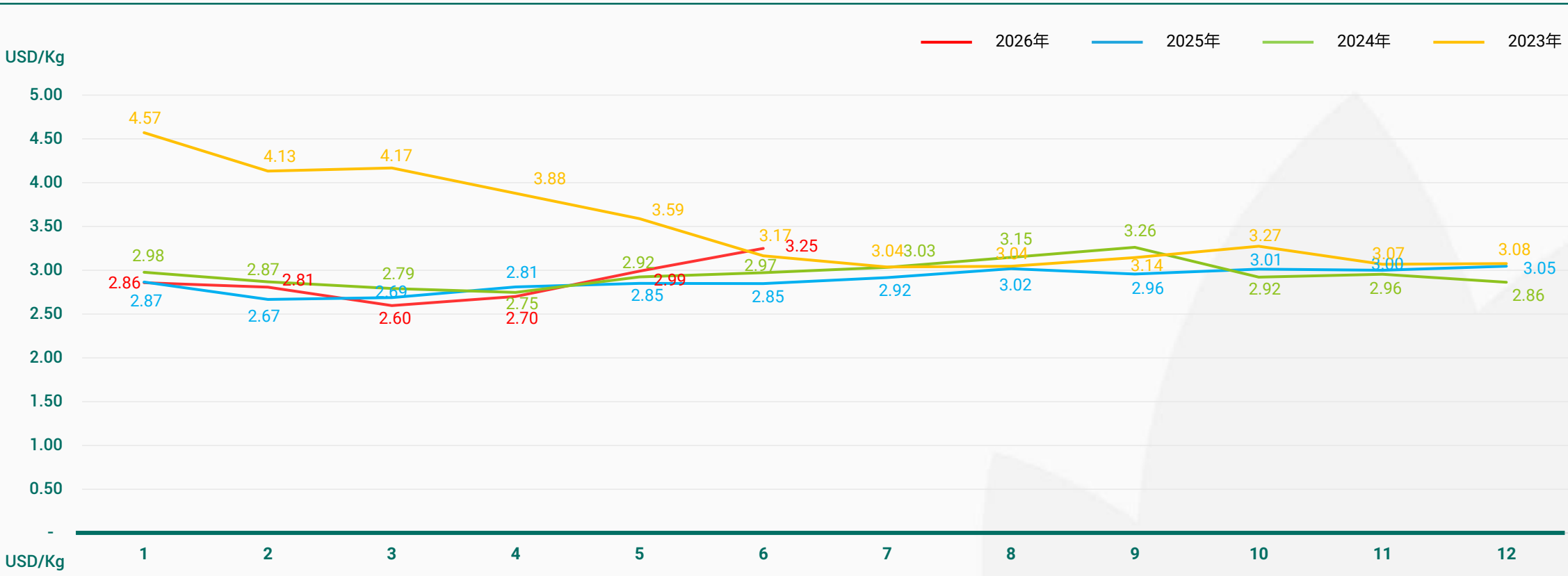


2026年半年度3808项下总出口金额同比增加18.75%

2026年第二季度3808项下总出口金额同比增加22.26%

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



2026年半年度3808项下月度平均出口单价从1月的USD2.86/kg上行到6月的USD3.25/kg

业绩概览

营收 稳健增长

上半年营收74.42亿元，同比增长13.95%；

增长动能来自全球市场布局纵深推进(北美、欧盟等区域业务快速增长)，叠加存量业务韧性支撑，经营底盘进一步筑牢。



毛利率 稳步提升

上半年毛利率提升至24.29%(同比增长2.87个百分点)。

核心驱动是Model C业务占比持续提升，叠加各产品线盈利水平协同改善，盈利结构优化的阶段性成果逐步落地。



EBITDA 显著增长

上半年EBITDA达11.73亿元，同比增长43.82%，增速快于营收增幅，印证公司“高质量增长”的内生动力持续强化。



主业盈利 明显改善

受汇率波动及外汇衍生品公允价值变动扰动，上半年归母净利润为5.02亿元，同比下滑9.67%；但剔除汇率因素后，主营业务实际盈利较去年同期显著提升，核心竞争力稳步增强的趋势未变。

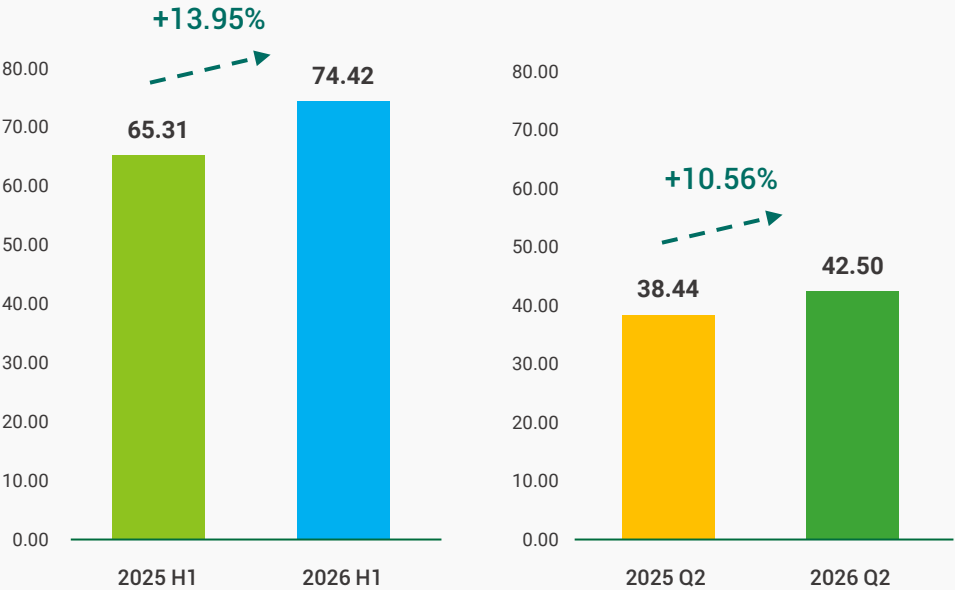


业绩概览

营业收入同比增长 持续市场拓展与深耕成效显现

营收规模对比

单位：亿元



北美、欧盟市场

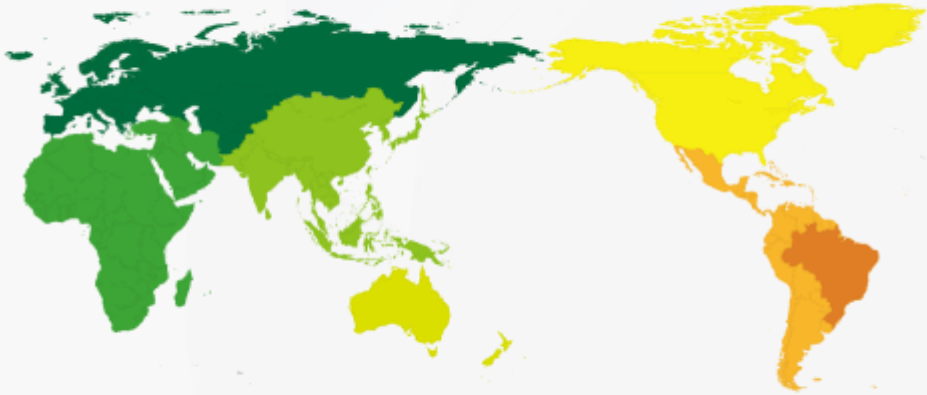
拓展处于初期阶段，收入规模稳步扩大

亚洲、大洋洲、中东/非洲等市场

业务深耕促进业务稳健成长

巴西、拉美市场

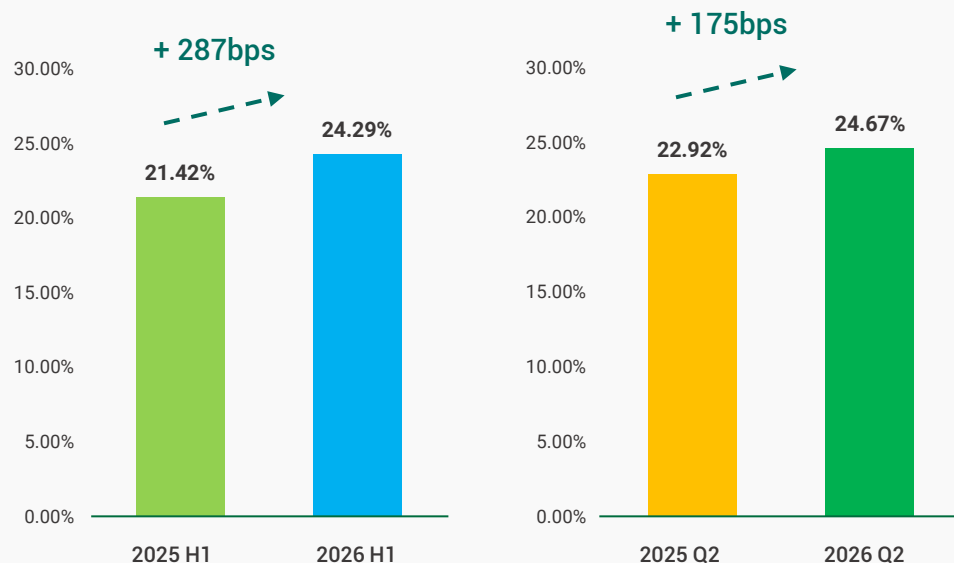
受采购季节推迟影响营收同比小幅回落



业绩概览

毛利率同比提升 盈利质量持续改善

毛利率对比



1. Model C收入占比提升7.63pct

占比由40.14%升至47.77%，结构优化贡献明显。

2. 非除草剂品类占比提升0.91pct

由27.95%升至28.86%，增长更均衡。

3. 北美/欧盟高价值市场稳步放量

处于扩张初期，增长动能持续增强。

4. 自产原药项目落地+智造降本成效显著

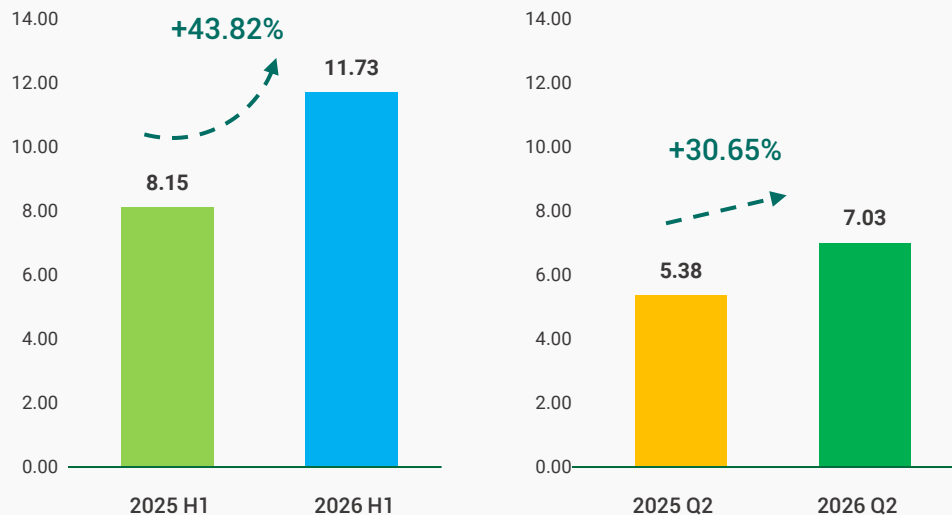
自产原药技术革新与更多原药自产项目落地、制剂项目精益智造双轮驱动，降本增效成效呈现，各业务模式、各产品品类毛利率普遍改善。

业绩概览

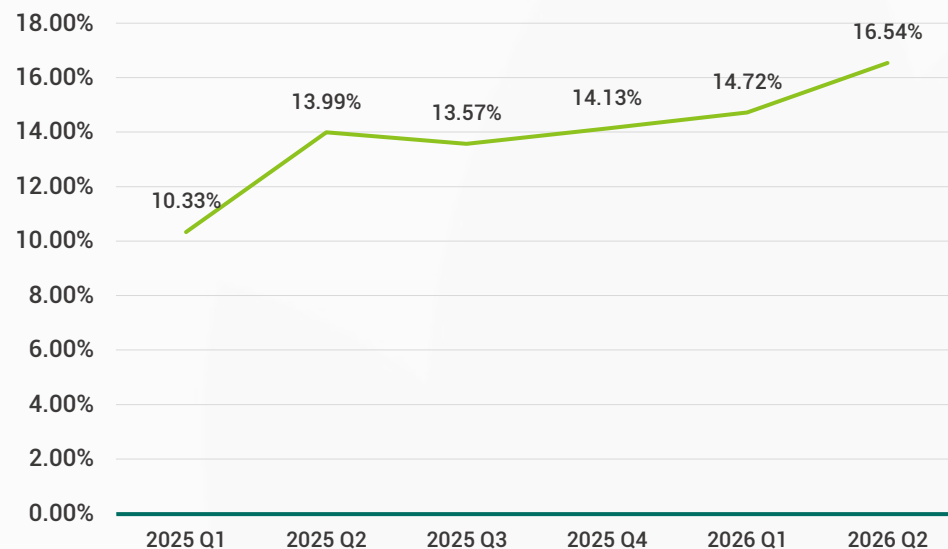
EBITDA及EBITDA%同比提升 主业经营效率持续增强

EBITDA 对比

单位：亿元



EBITDA 利润率变化

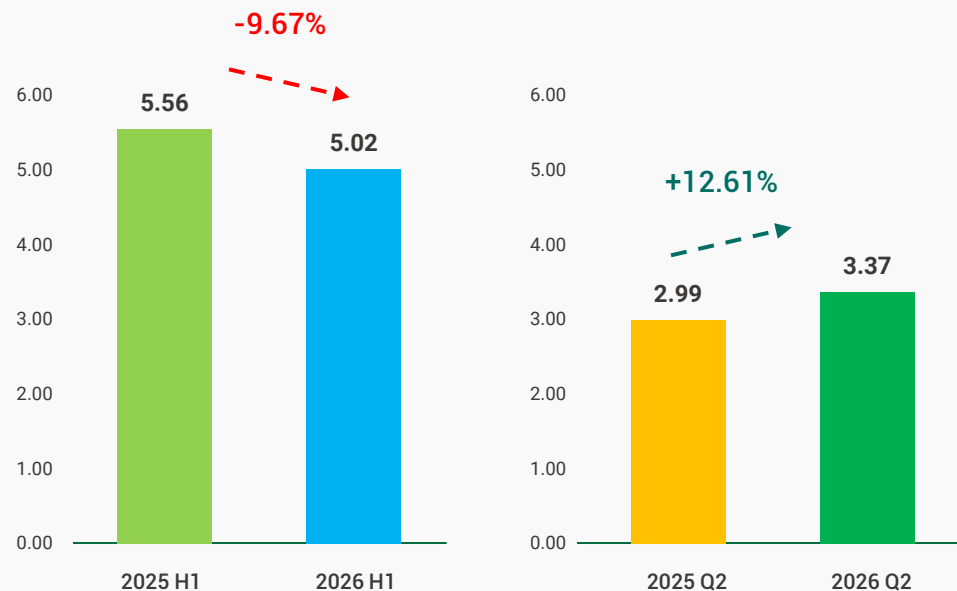


业绩概览

归母净利润短期承压 汇率相关影响为同比变动主因

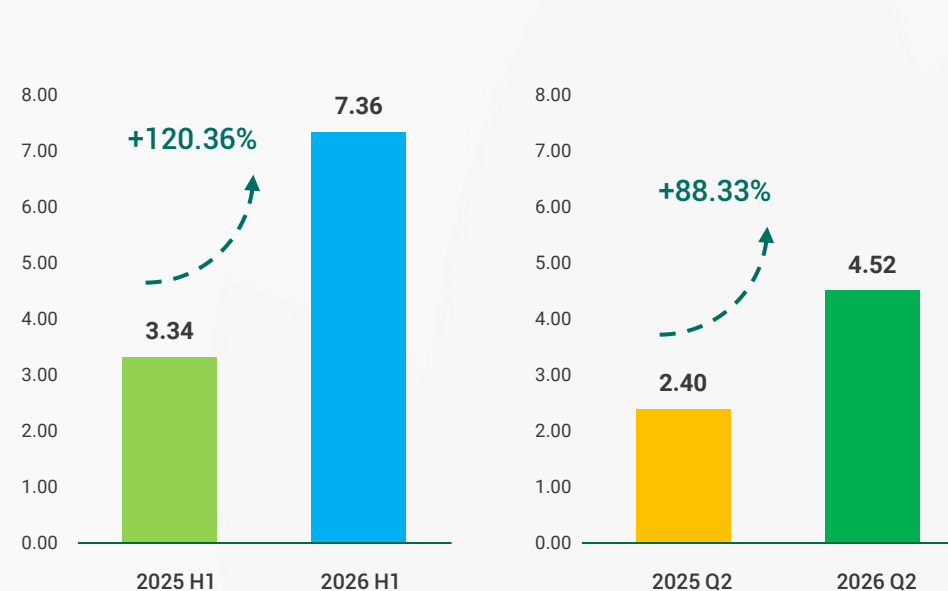
归母净利润对比

单位：亿元



剔除汇率波动影响后的归母净利润对比

单位：亿元



业绩总览

2026年半年度财务数据分析(同比)

单位：人民币(元)

项目	2026年半年度	2025年半年度	同比增减率	说明
营业收入	7,441,632,955.92	6,530,775,333.21	13.95%	持续全球市场拓展与深耕见实效，北美、欧盟市场增长较快。
毛利率	24.29%	21.42%	287bps	Model C业务占比提升及主要产品线毛利率改善，推动总体毛利率上升2.87个百分点。
EBITDA	1,172,692,803.76	815,410,474.59	43.82%	营收与毛利率同步增长导致EBITDA同比显著提升。
EBITDA利润率	15.76%	12.49%	327bps	毛利率提升及费用管控优化，共同推动EBITDA利润率上升。
归属于母公司股东的净利润	501,857,209.50	555,603,360.29	-9.67%	汇兑损失导致归母净利润下降。
经营活动产生的现金流量净额	125,085,693.78	893,182,242.16	-86.00%	原材料采购增加导致经营活动现金流量净额下降。

2026年半年度归母净利润约为5.02亿元，汇兑损失减少利润约2.34亿元，如扣除汇兑损失影响后，归母净利润约为7.36亿元；
2025年半年度归母净利润约为5.56亿元，汇兑收益增加利润约2.22亿元，如扣除汇兑收益影响后，归母净利润约为3.34亿元。

业绩总览

2026年半年度财务数据分析(同比)

单位：人民币(元)

项目	2026年半年度	2025年半年度	同比增减率	说明
销售费用	391,376,318.20	340,844,593.06	14.83%	主要是报告期内职工薪酬、样品费、出口信用保险、差旅费增加所致。
管理费用	276,698,496.35	253,142,837.69	9.31%	主要是报告期内职工薪酬、IT费、差旅费增加所致。
研发费用	100,152,805.72	83,428,312.99	20.05%	主要是报告期内研发人员薪酬增加所致。

业绩总览

2026年第二季度财务数据分析(同比)

单位：人民币(元)

项目	2026年 第二季度	2025年 第二季度	同比增减率	说明
营业收入	4,250,442,039.33	3,844,489,498.82	10.56%	持续全球市场拓展与深耕见实效，北美、欧盟市场增长较快。
毛利率	24.67%	22.92%	175bps	Model C业务占比提升及主要产品线毛利率改善，推动总体毛利率上升1.75个百分点。
EBITDA	702,832,188.61	537,959,601.08	30.65%	营收与毛利率同步增长导致EBITDA同比提升。
EBITDA利润率	16.54%	13.99%	255bps	毛利率提升及费用管控优化，共同推动EBITDA利润率上升。
归属于母公司 股东的净利润	336,551,087.03	298,860,730.79	12.61%	销售收入增长及毛利率的提升导致归母净利润增加。
经营活动产生的 现金流量净额	767,237,442.94	959,942,509.21	-20.07%	原材料采购增加导致经营活动现金流量净额下降。

2026年第二季度归母净利润约为3.37亿元，汇兑损失减少利润约1.15亿元，如扣除汇兑损失影响后，归母净利润约为4.52亿元；
2025年第二季度归母净利润约为2.99亿元，汇兑收益增加利润约0.59亿元，如扣除汇兑收益影响后，归母净利润约为2.40亿元。

业绩总览

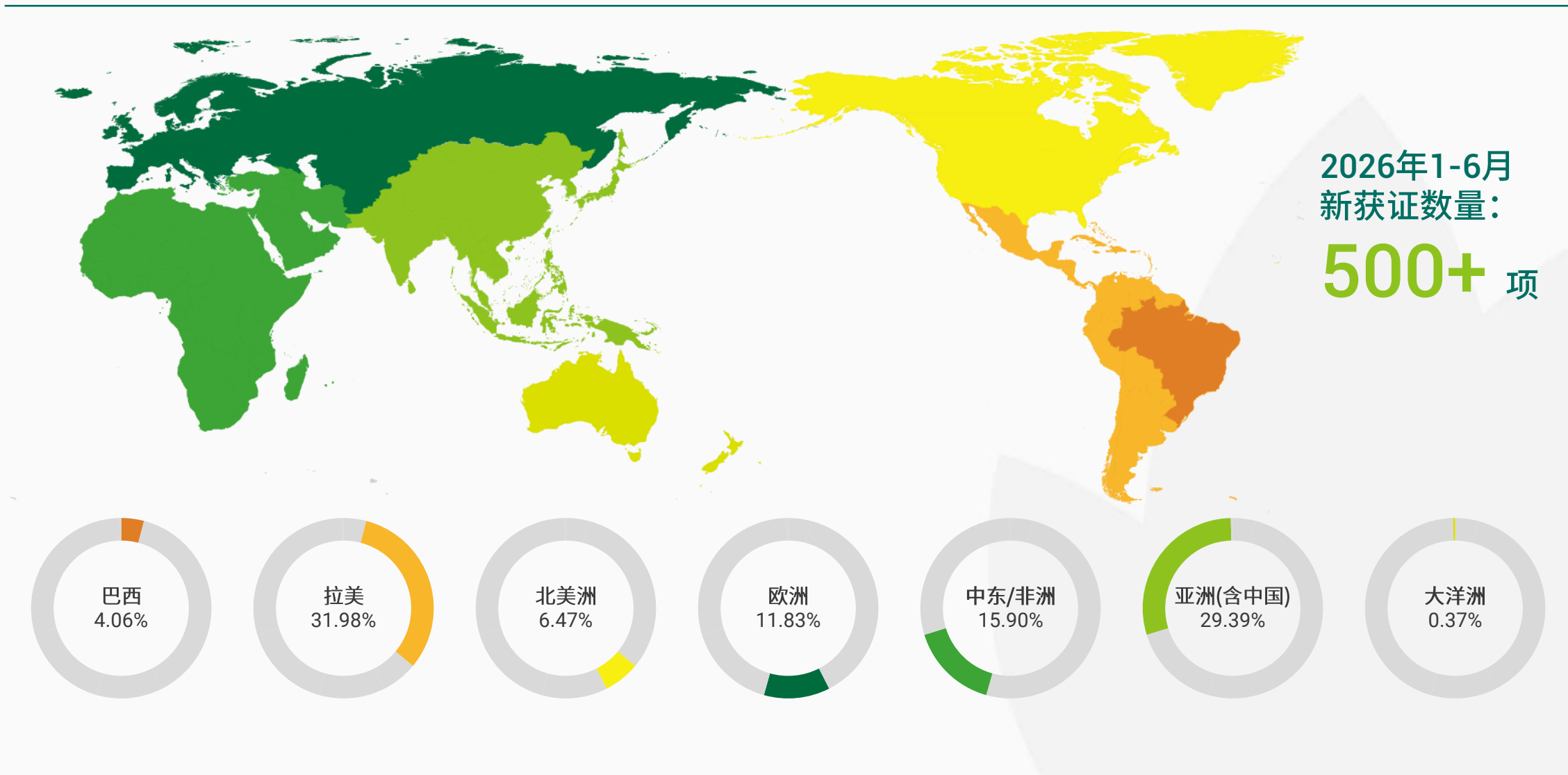
2026年第二季度财务数据分析(同比)

单位：人民币(元)

项目	2026年 第二季度	2025年 第二季度	同比增减率	说明
销售费用	207,716,703.41	179,977,396.99	15.41%	主要是报告期内职工薪酬、样品费、登记费增加所致。
管理费用	145,413,759.03	126,886,423.26	14.60%	主要是报告期内职工薪酬、差旅费增加所致。
研发费用	53,763,886.57	41,949,748.20	28.16%	主要是报告期内研发人员职工薪酬增加所致。

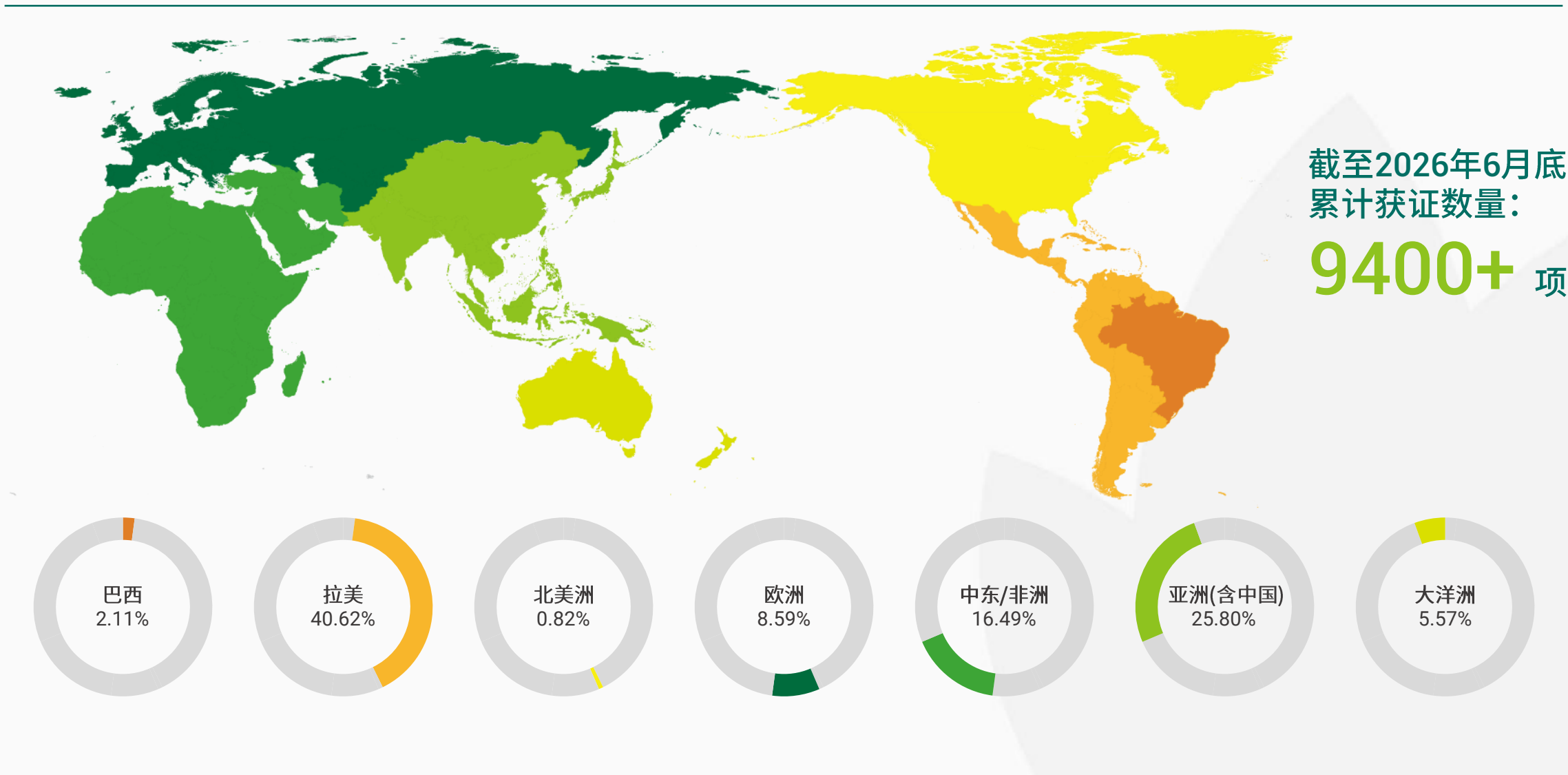
业绩总览

2026年半年度全球登记新获证区域分布



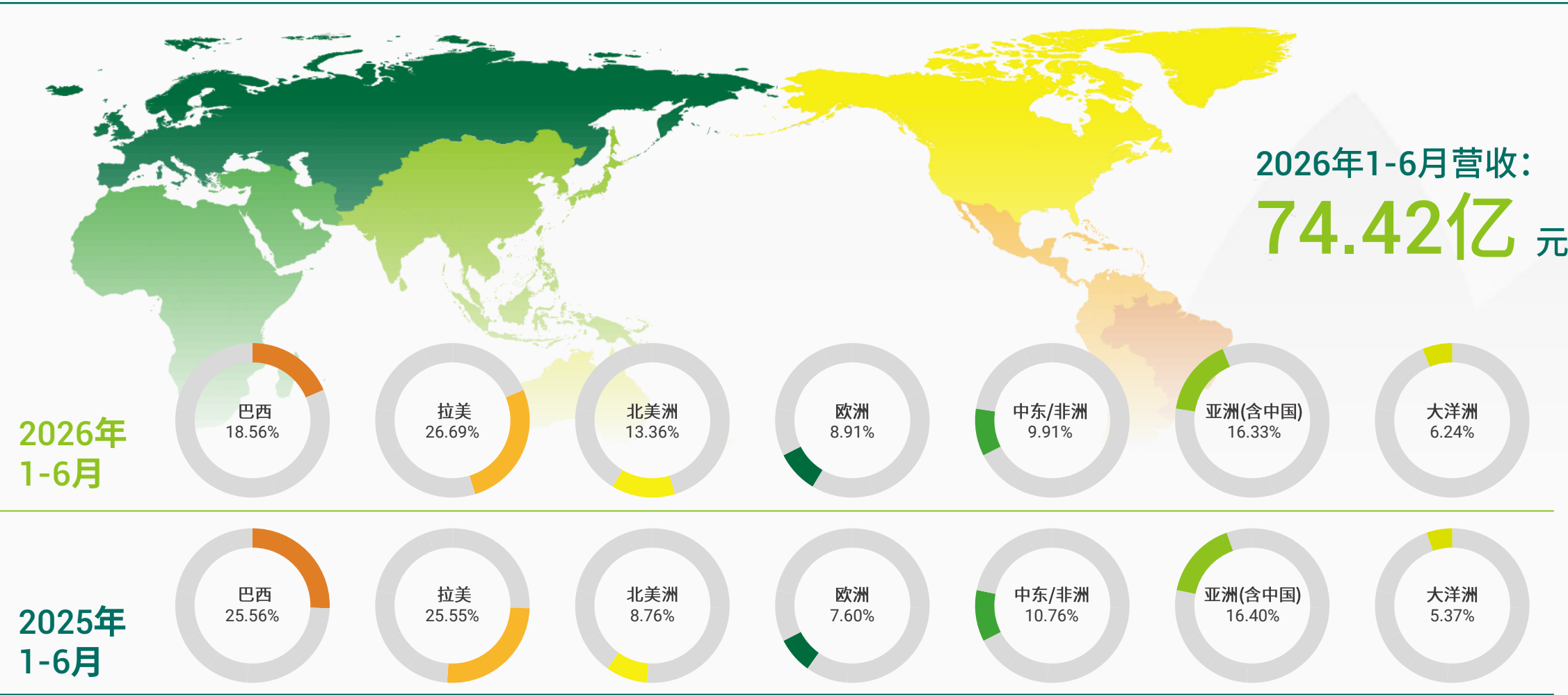
业绩总览

截至2026年6月底全球登记数量区域分布



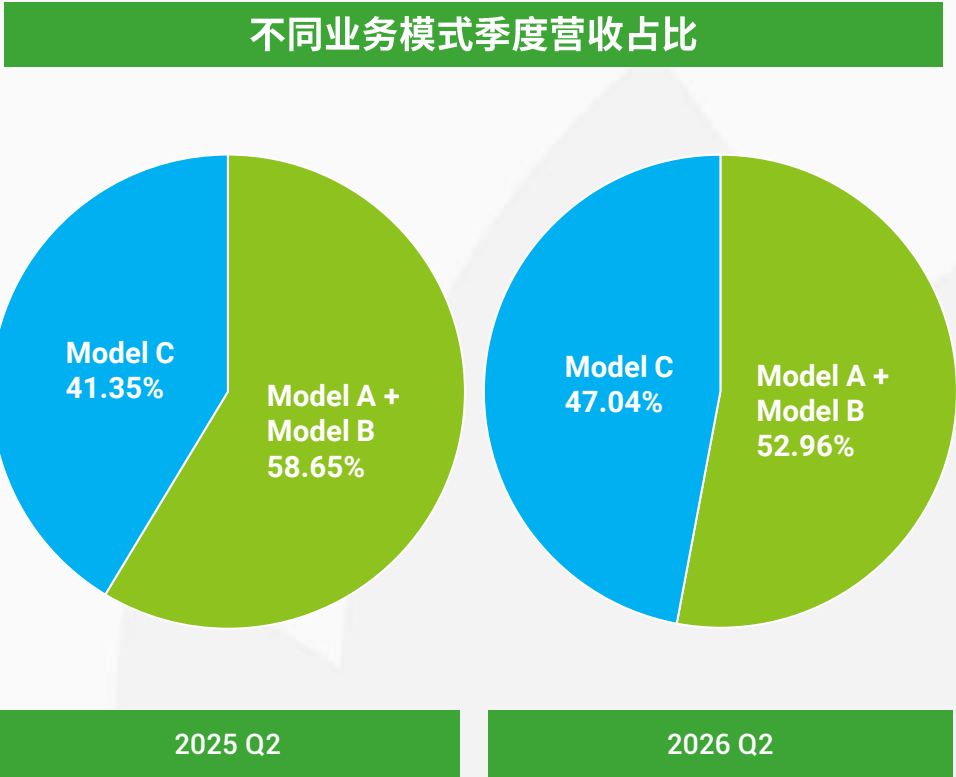
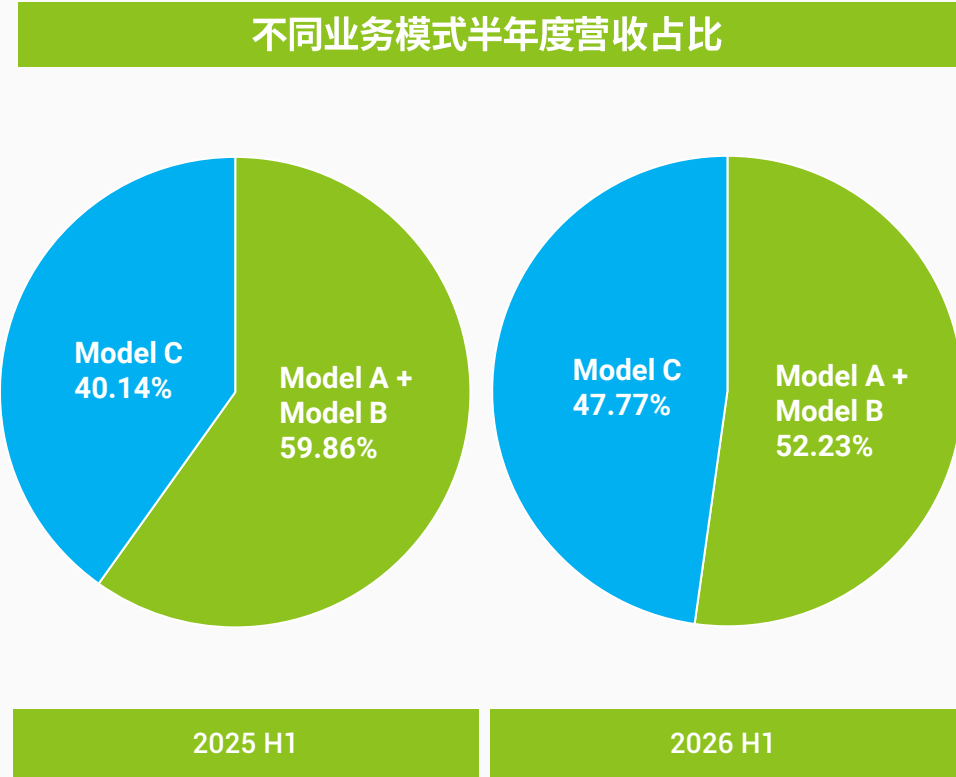
业绩总览

2026年半年度营收区域分布



业绩总览

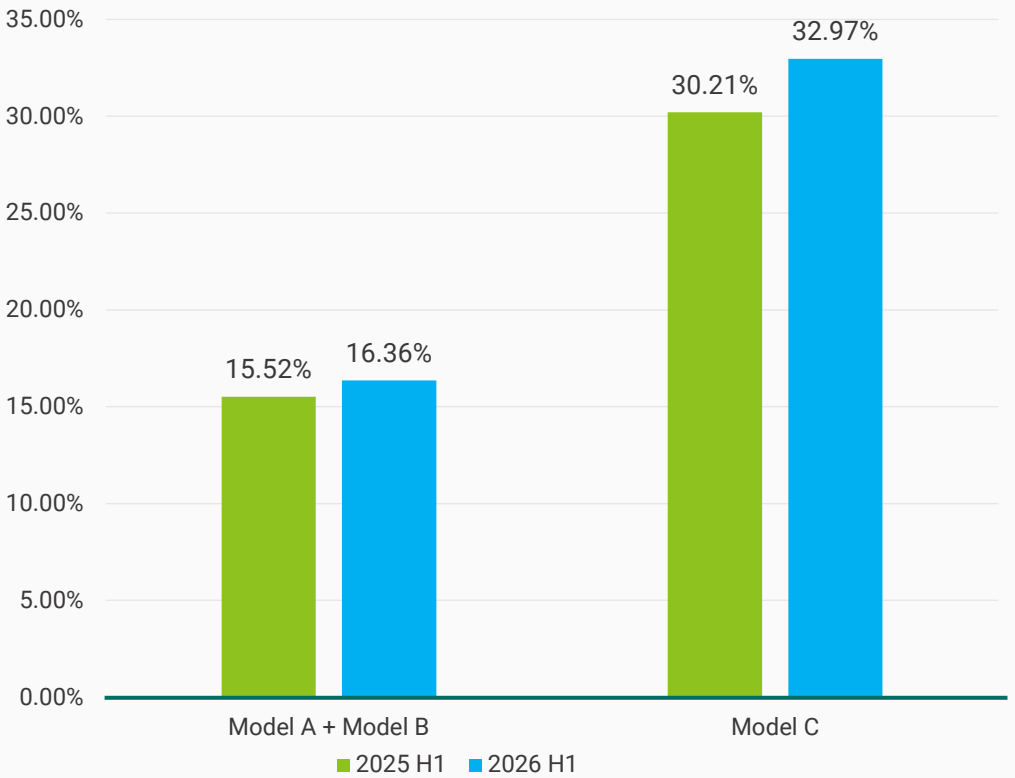
不同业务模式营收占比对比(同比)



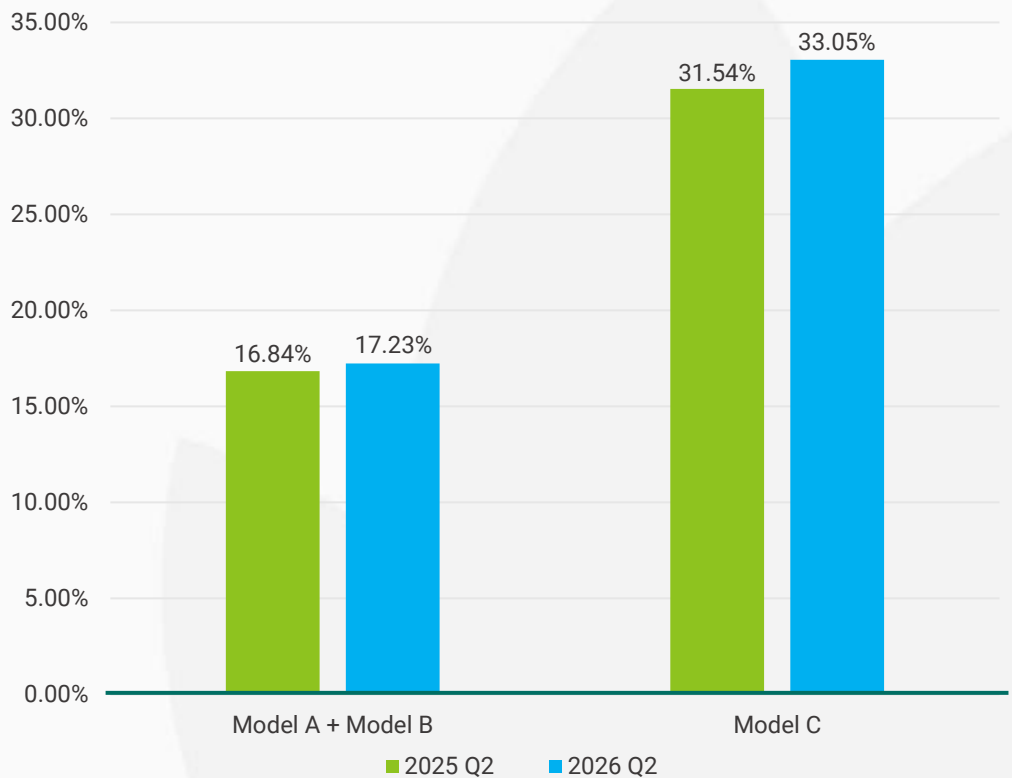
业绩总览

不同业务模式毛利率对比

不同业务模式半年度毛利率对比



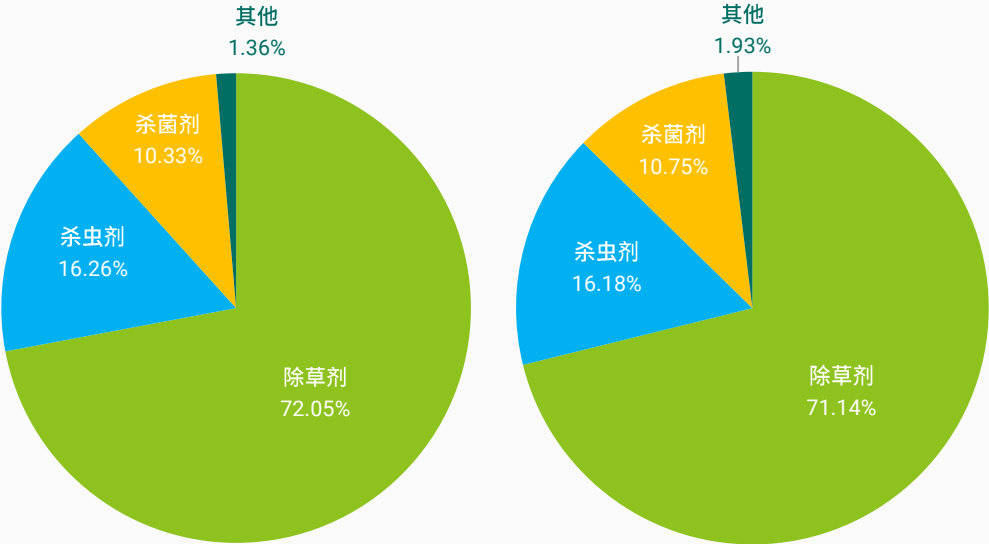
不同业务模式季度毛利率对比



业绩总览

不同类别产品营收占比对比

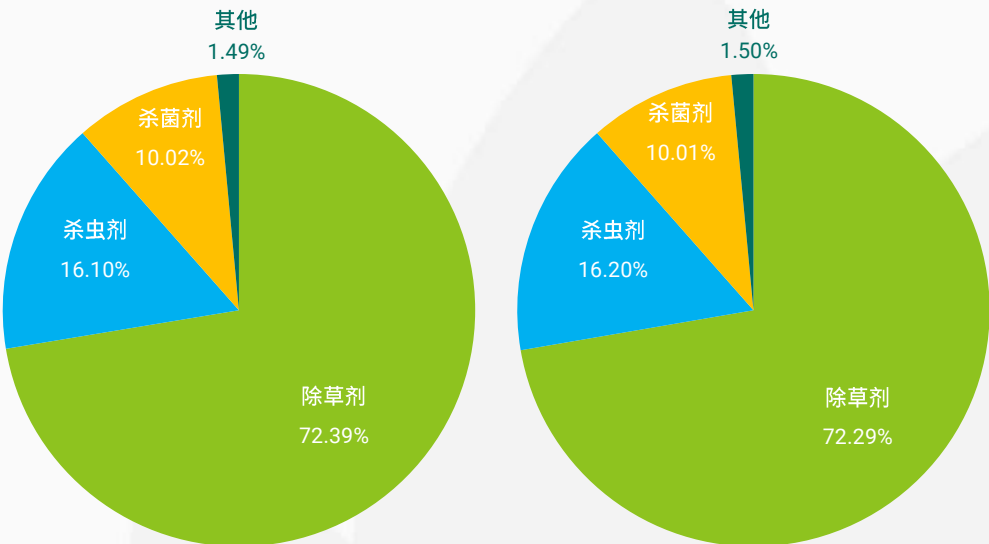
不同类别产品半年度营收占比



2025 H1

2026 H1

不同类别产品季度营收占比



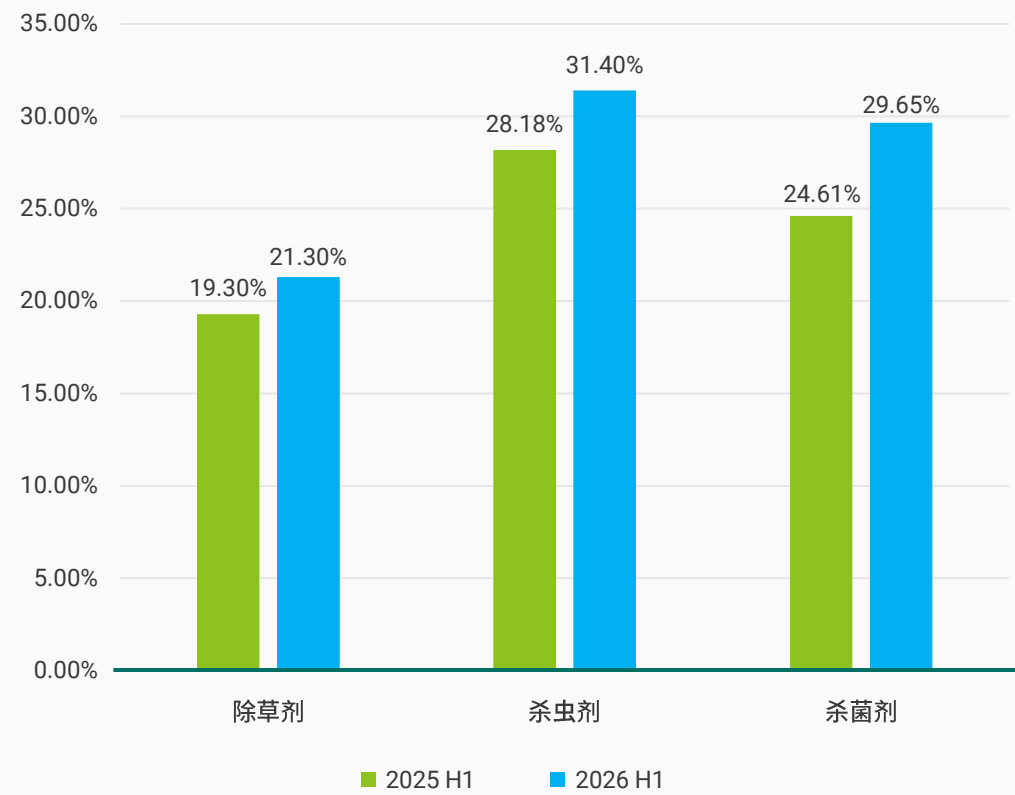
2025 Q2

2026 Q2

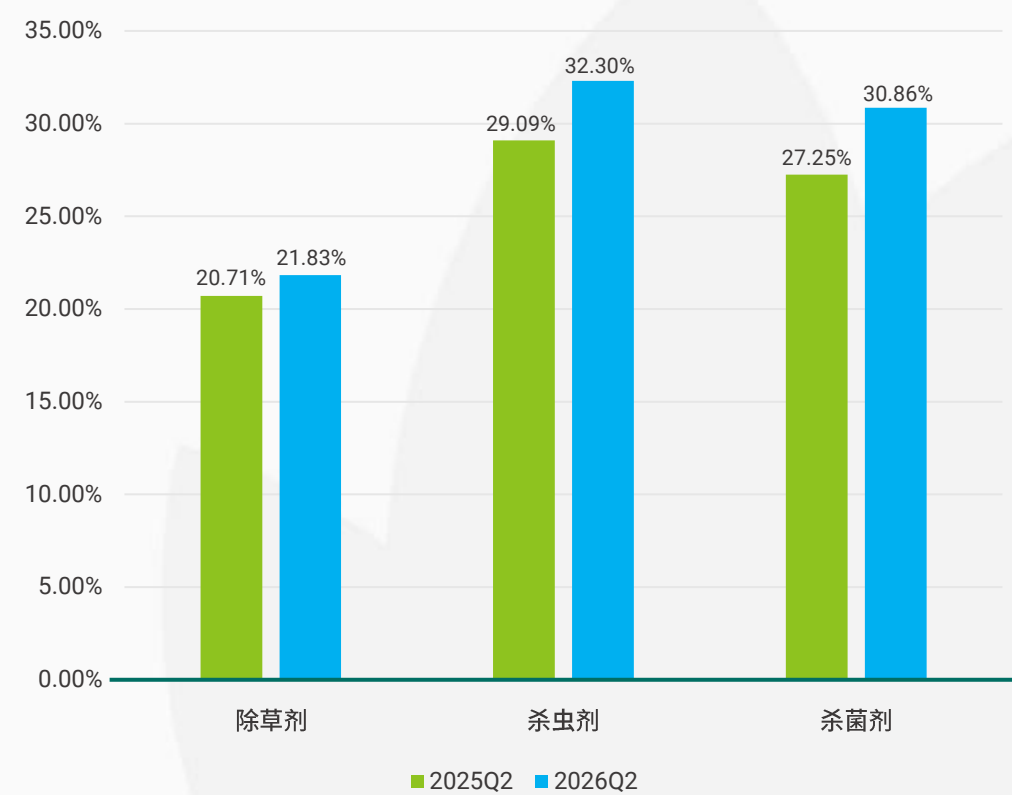
业绩总览

不同类别产品毛利率对比

不同类别产品半年度毛利率对比



不同类别产品季度毛利率对比



半年度运营分析



明确全球品牌战略目标， 全面提升品牌建设与传播能力

公司明确了2025-2029年全球品牌宣传的战略目标：

我们是中国本土诞生的具有全球业务分布的跨国作物保护公司。

围绕此目标：

- 公司全面丰富了各社交媒体矩阵的内容质量，并大幅提升了社交媒体的投流预算；
- 推进"工厂营销"，改善厂容厂貌与全球访客接待，全面提升全球化品牌形象。



半年度运营分析

2

更新成长四支柱及种子业务， 各核心方向推进顺利

2.1. 更新成长四支柱及种子业务

2026年战略复盘进一步明确了成长"四支柱"与"种子业务"。

成长四支柱：

- 强化品牌建设并坚持平台下多业务模式并举(尤其是加速Model C业务成长)；
- 加快欧盟及北美高价值市场拓展；
- 提升杀虫剂与杀菌剂业务占比；
- 重要较新活性组分的前瞻布局与及时成功商业化。

种子业务：

- 生物制品(Rainbow Bio)；
- 非农用(NON CROP)产品；
- 创新活性组分的探索。



半年度运营分析



更新成长四支柱及种子业务， 各核心方向推进顺利



2.2. 强化品牌建设，Model C业务加速成长

全球品牌宣传战略初见成效，领英(LinkedIn)粉丝数成功突破12万。

Model C业务营收占比由2025年上半年的40.14%提升至本报告期的47.77%，毛利率由30.21%提升至32.97%，高毛利业务模式优势持续凸显。

半年度运营分析



更新成长四支柱及种子业务，
各核心方向推进顺利



2.3. 加快成长欧盟北美业务

欧盟及北美业务营收占比由2025年上半年的14.08%大幅提升至本报告期的19.48%，公司在高门槛、高价值市场的渗透力持续增强。



2.4. 提升杀虫杀菌剂业务占比

杀虫剂与杀菌剂业务营收占比由2025年上半年的26.59%提升至本报告期的26.93%，产品结构持续优化并更趋均衡。

半年度运营分析



更新成长四支柱及种子业务， 各核心方向推进顺利

2.5. 种子业务稳步推进

Rainbow Bio业务：

采取"轻架构Model B先行、后推Model C"的路径，优先在条件成熟的目标市场开展试点运营并实现自我造血，持续沉淀本土化运营方法论。

NON CROP业务：

正处于全球规划阶段，正积极调研并明确目标国、细分领域及产品组合。

创新活性组分：

探索与研究也在持续深入中。



半年度运营分析

3

聚焦"提质、增效", 持续完善并优化全球营销网络

3.1. 强化以商业成功为目标的绩效导向

报告期内, 公司秉持"聚焦提质、增效"的主基调, 全面优化组织绩效。通过大幅提升毛利率、税后净利、逾期账款及长期库存等运营质量指标的考核权重, 并相应调低销售收入权重, 有效引导了市场前线经营行为。

此外, 公司持续深化海外组织效能建设, 对海外子公司总经理等关键岗位进行动态优化, 组织活力与经营成效得到有效激发。



半年度运营分析

3

聚焦"提质、增效", 持续完善并优化全球营销网络



3.2. 优化人才梯队, 强化价值观引领与文化融合

公司坚定实施人才战略, 以核心价值观统领"选、育、用、留"全周期。在市场前线, 坚持外派中方骨干"向上看", 切实担当战略、文化与品牌的桥梁大使, 确保全球战略与文化的深度传导。

针对海外Model C子公司, 推行"政委(本部资深骨干)+团长(本土负责人)"协同作战模式, 有效促进了跨文化融合与管理落地, 全球化运营的文化自信显著提升。

在人才培养方面, 依托"智造营"及"Rainbow Leadership Program"等系统化机制, 通过实战牵引加速涌现优秀"Rainbow Ambassador", 推动团队向"专业与可信、担当与协作"的标准靠拢, 持续夯实全球化运营的价值观共识。

半年度运营分析

3

聚焦"提质、增效"，持续完善并优化全球营销网络

3.3. Model C子公司运营渐入佳境

伴随全球化运营管理体系的持续建设，过去五年新启动的海外Model C子公司运营状况日益向好，开始持续贡献业绩，展现出强劲的增长后劲。

3.4. 前瞻产品规划确保重要价值登记如期率先获得

公司通过前瞻性筛选重要较新活性组分、重要较新制剂和重要差异化制剂，率先在全球范围内进行商业化筹划。

2026年上半年，公司新获得登记500余项(其中欧盟35项、美国17项、加拿大18项、巴西22项)。截至2026年6月30日，共拥有境内外农药登记证9400余项，为未来在核心市场率先实现商业化奠定了坚实基础。



半年度运营分析

4

重要较新活性组分首仿与先进制造布局按战略规划高质量推进

4.1 确立“重要较新产品首仿实施能力”为关键能力

公司一致认为，重要较新活性组分在核心市场的“首仿”具备高商业价值与高竞争壁垒。

作为全球少数具备该能力匹配度的企业，公司已将其确立为打造核心竞争力的关键抓手，并建立了涵盖“前瞻性筛选、登记、研发、制造、供应、市场”全流程的端到端商业化调度机制。

目前，筛选出的约30个重要较新活性组分已按上述流程全面、如期、快速推进。



半年度运营分析

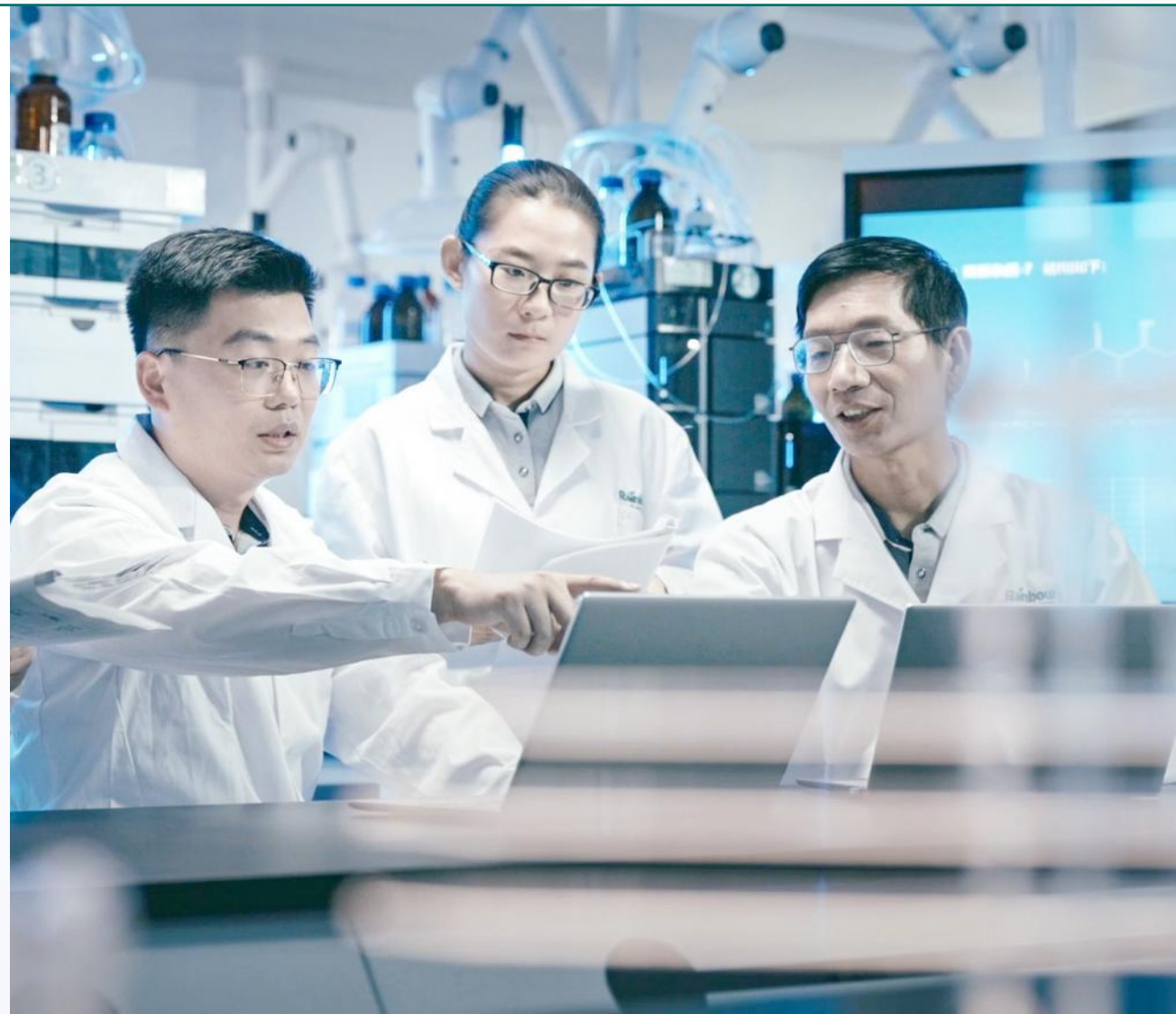
4

重要较新活性组分首仿与先进制造布局按战略规划高质量推进

4.2 原药合成项目按规划有序实施

公司坚定执行原药制造规划，确立了在2025-2029年中期战略规划期内，平均每年完成不少于两个原药合成项目投建的明确目标。

2026及2027年计划投建的原药合成项目均已确定，并按规划进度稳步推进。



半年度运营分析

4

重要较新活性组分首仿与先进制造布局按战略规划高质量推进

4.3 前瞻性布局制剂产能，保障高品质快速交付

为确保全球订单高品质、低成本、如期交付，公司前瞻性推进制剂产能建设。

- 潍坊北厂区除草剂固体制剂车间已于2026年上半年投产；
- 平度厂区杀虫剂液体制剂车间预计2026年下半年投产。

新投用车间在产线柔性生产、连续化、自动化和智能化方面均实现了高水平提升，大幅提高了生产效率与产品一致性，为全球市场的高品质快交付提供了强有力的产能保障。



半年度运营分析

5

汇率波动及部分市场信用风险 上升拖累整体业绩

报告期内，人民币持续升值及巴西、阿根廷、澳大利亚、土耳其、俄罗斯、印度等国货币汇率波动较大，上半年公司因汇率波动减少利润约2.34亿元(2025年同期为增加利润约2.22亿元)。

叠加农产品价格低迷、融资成本攀升及极端气候等多重因素影响，巴西、阿根廷等全球作物保护品市场终端农户种植收益缩水甚至面临亏损，渠道信用风险与违约率居高不下，拖累整体业绩。



2026年市场展望

行业供给持续增长，原药价格预计维持底部震荡

行业供给能力持续增长，市场竞争仍将保持活跃，预计供给端产品价格将持续在底部区间内运行，行业整体处于去产能与利润重塑的周期底部。

1

主要农产品价格低位运行，终端需求凸显刚性且采购趋于碎片化

全球主要农产品价格预计维持低位运行，种植端更加注重投入产出效益。

"低库存、晚采购"的采购习惯或将继续延续，市场需求节奏更趋碎片化，这对行业供应链的敏捷响应能力与库存精细化管理提出了更高要求。

2

地缘局势与汇率波动扰动加剧，考验企业供应链敏捷度

地缘局势、原油价格及主要货币汇率波动仍将是影响市场运行的重要变量。相关变化可能阶段性扰动产业链成本与供需，放大市场价格波动，行业整体定价与库存管理难度随之上升，企业的全球化资源配置与快速响应能力愈发关键。

3

2026年市场展望

非专利作物保护品份额有望继续提升，结构性机遇显现

在全球农业投入品成本上行、种植者更加注重投入产出效益的背景下，高性价比的非专利作物保护品预计将获得更多青睐，市场份额有望进一步提升，全球市场格局将继续向非专利产品倾斜，为中国优秀出海企业提供明确的结构性的机遇。

行业竞争升级为综合能力较量，头部企业集中度有望加速提升

随着更多中国企业加快国际化布局，全球份额将进一步向具备完整产业链、强大登记能力与全球营销网络的优秀企业集中。行业竞争正由单一的价格比拼，全面升级为全产业链协同、品牌建设与全球化运营能力的综合较量。

政策与贸易环境复杂多变，全球化运营能力愈发关键

多国贸易政策、关税与准入规则变化及出口退税政策调整等因素，可能对国际贸易格局与市场供需产生阶段性影响。在行业经营环境不确定性增加的背景下，企业的全球化的本土化运营能力，将成为抵御外部风险、实现稳健增长的核心护城河。

4

5

6

2026年经营展望

1. 坚定实施战略规划，核心经营指标稳健向好

按照2025-2029年中期战略规划与2026年战略目标，公司将继续聚焦“提质、增效”。在运营质量持续改善的轨道上，预计全年归母净利润、毛利率、EBITDA及营业收入等核心经营指标将实现稳健向好。

2. 坚持运营质量为先，不盲目追求规模扩张

面对行业供给能力持续增长、市场竞争保持活跃，以及终端种植收益下滑、产业链信用风险上升等复杂环境，公司将继续坚持“提质、增效”的主基调。以商业成功为目标，将运营质量提升置于核心位置，不盲目追求简单的营收规模扩张，持续巩固并扩大公司的核心竞争优势。

3. 业务结构优化驱动毛利率持续提升

随着公司Business Solution Platform平台下多业务模式并举(尤其是Model C业务营收占比的持续增长)，以及北美、欧盟等高价值市场业务占比的提升，叠加全球重要市场高价值产品登记的陆续获批，公司盈利结构将进一步优化，毛利率的上行趋势有望延续。

2026年经营展望

4. 重要较新活性组分首仿与先进制造布局赋能增长新动力

公司已明确将“重要较新活性组分成为其重要市场成功首仿者”作为新的增长支柱，今年已有数个重要较新活性组分在其重要市场成功实现首仿落地。

同时，研发创新支撑的先进制造能力不断进步，将有效助力公司提升全球市场份额与行业影响力，并进一步改善整体毛利率水平。

5. 加速推进AI应用落地，全面赋能组织效能提升

公司将AI应用作为驱动组织效率提升的重要抓手：

完成AI应用能力与场景梳理，将AI工具高阶使用能力纳入未来岗位任职资格标准，引导全员理解并积极应用；

加大优秀案例宣贯与推广，围绕登记资料整理、市场信息研究、供应链分析、财务数据处理及各类数据看板等场景，推动AI深度嵌入工作流；

统筹引入高性价比AI大模型并规范使用管理，为全员提供统一便捷的应用入口。

目前，AI应用已逐步嵌入多个核心业务环节，全员应用意识与组织效能显著提升。

6. 地缘局势、汇率波动与贸易政策复杂多变，持续强化风险管控能力

地缘局势、原油价格及主要汇率波动仍将是影响市场运行的重要变量，相关变化可能阶段性扰动产业链成本与供需，放大市场价格波动，增加行业整体定价与库存管理难度。

同时，多国关税与准入规则变化及出口退税政策调整等因素，可能对国际贸易格局产生阶段性影响。面对行业经营环境的不确定性，公司将持续强化全球化运营与风险管控能力，确保业务稳健发展。

中期战略规划(2025-2029年)

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。



中期战略规划(2025-2029年)-2026年更新

四大成长支柱

强化品牌建设并坚持平
台下多业务模式并举

加速Model C业务成长

1

加快欧盟及北美高价值
市场拓展

2

提升杀虫剂与杀菌剂业
务占比

3

重要较新活性组分的前
瞻布局与及时成功商业
化

4

中期战略规划(2025-2029年)-2026年更新

六大关键任务

1. 通过前瞻性的产品规划，识别重要产品尤其是重要较新产品及重要差异化制剂，率先做好重要产品全球登记布局、规划统筹及商业化准备调度，推动重要产品在选定核心和重要国家率先获证和成功商业化。
2. 通过研发规划和研发管道管控，推进重要较新活性组分的研发、制造及供应实施，支撑重要较新活性组分在其重要市场成为首个首仿实施者，同时做好其他拟自产活性组分的研发落地和已有自产原药产品的持续深耕。
3. 通过运行并不断完善基于场景和四位一体的制剂开发体系，提升高适配性、高效协同的制剂技术能力，支撑产品登记、交付和成功商业化。
4. 坚持平台下多业务模式并举，持续强化品牌建设，聚焦市场运营质量的持续改善、起步期核心国家的快速增长及重要尤其是较新产品的及时成功商业化，确保公司业务健康均衡成长。
5. 以供应链产品经理为业务发动机，通过深度调研通透理解全产业链信息，实现协同下的快速响应、果断准确决策；对重要较新、重要常规、重要Niche三类活性组分实施差异化供应保障，构建起安全、持续、有竞争力的全球供应链。
6. 通过前瞻性的产能布局与精益运营体系，科学排程订单计划、严格管控全过程质量与成本，以高效敏捷的交付能力确保全球订单高品质、低成本、准时交付。

中期战略规划(2025-2029年)-2026年更新

打造五项关键能力

1

全球化运营管理能力

2

差异化产品成功商业化能力

3

重要较新产品首仿实施能力

4

品牌业务建设能力

5

产品经理驱动的全球供应链能力



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 致力于成为全球领先的作物保护公司

谢 谢