

证券代码：301035

证券简称：润丰股份

编号：2026-004

山东潍坊润丰化工股份有限公司

投资者关系活动记录表

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情况	远信投资 周伟锋、黄培锐、赵巍华、谢振东； 交银施罗德 杨金金、张明晓； 招商基金 汪彦初； 巨杉资产 齐东超、王黛丝； 仁桥资产 唐博文、夏俊杰； 中庚基金 刘晟、徐佳音、陈涛； 嘉实基金 梁铭超； 天风证券 唐婕、丁文字； 西南证券 钱伟伦、郑明川； 国海证券 杨丽蓉； 国泰海通证券 李智、刘睿涵； 申万宏源 屈玲玉、李彦宏； 景顺长城基金 范顺鑫； 中信证券 孙臣兴； 中金资管 金宾斌； 上海承周资产 王正清； 方正证券 张汪强、刘旭升； 云南信托 王昊； 华安证券 韩浩然、王强峰； 国信证券股份 王新航； 太平洋证券 王亮； 华夏未来资本 荣景昱； 前海君安资产 卢晓冬； 长城基金 李金鸿； 光大证券 朱成凯、周家诺； 华能信托 李亚东、喻文昊天； 长江证券 王明； 富国基金 胡怀瑾、沙炜； 摩根基金 侯杰、刘振邦； 汇添富 刘高晓、何彪； 南方基金 范佳璞； 浦银基金 吴頔、陈晨； 中国银河证券 王鹏； 兴业证券 李思桐； 国新证券 李彬； 润远私募基金 潘波； 途灵资管 赵梓峰； 数金私募证券投资 周航； 鑫融长弘投资 戴溪； 上海衍复投资 王亦然； 高毅资产 喻磊； 宝盈基金 侯星宇、李巍宇、王灏； 华宝基金 郭祝同； 国联民生 刘天其； 华泰证券 杨泽鹏、张雄； 中泰证券 刘梦岚； 湖北正涵投资 刘有志； 光大保德信 王艺伟； 海富通基金 踪敬珍； 华源证券 沈露瑶； 鹏扬基金 周弋惟； 中大君悦 祝凯伦； 双安资产 郭紫奇； 泓德基金 余乐； 长盛基金 赵启超；

	华富基金 邓贤波； 华泰自营 苏淼； 彤心雕珑私募 刘蒙； 上海荣晟私募基金 蔡昀庭； 上海利幄投资 向遥； 中信集团 李博； 中邮证券 李家豪； 信达澳亚 孙鹏程； 启泰基金 王超； 上海润义投资 陆懿晨； 理臻投资 张伟； 朱雀基金 刘丛丛； 西部利得基金 陈雨； 农银人寿 王莫申； 北大方正人寿资管 崔一扬； 碧云资本 聂乐； 创金合信基金 陆迪； 华西证券 王丽丽； 乘是资产 顾华昊； 东吴证券 陈淑娴； 东证融汇资管 王笑宇； 德邦基金 赵梧凡； 华夏基金 罗绍武； 致君资产 贾仁栋； 中金公司 裘孝锋、李熹凌、贾雄伟、李唐懿； 国泰基金 钱晓杰、曾彪、谢泓材、智健； 个人投资者 何东梅、宋俊华、樊利安、张华、张冲、王胜等； 本次共有 100 多家券商和投资机构的研究员、基金经理参加在线交流会， 参会人员共计 140 余人。	秋收基金 李永磊； 中银基金 杨成； 国联基金 郑玲、杨大志； 聚鸣投资 胡炜； 尚道投资基金 陆伟； 青岛赛维投资 吕政和； 果实资本 蔡红辉； 中财招商 应如； 汇丰晋信 王家怡； 人保养老 刘树德； 上海渊泓投资 管亚； 上海森锦投资 黄裕金； 泰康基金 邓天泽； 平安基金 吴尚； 世纪证券自营 陈峰； 和谐健康保险 徐晨迪； 天弘基金 常江； 中信建投证券 申起昊； 旌安私募 李泽恺； 华安基金 安迪； 惠晨基金 高丰臣； 新华资产 罗立炜； 上海环懿私募 杨伟； 浙江丰道投资 夏甘霖；
时间	2026 年 8 月 24 日 9: 00-11: 00	
地点	在线会议（腾讯视频会议）	
上市公司接待 人员姓名	董事长王文才先生 财务总监兼董事会秘书邢秉鹏先生 证券事务代表胡东菊女士	
投资者关系活 动主要内容介 绍	会议主要交流内容： 公司董事长王文才先生欢迎各位机构和投资者参加本次交流会。 董事长王文才先生简要汇报了 2026 年上半年公司经营情况，并对行业情况和公司战略规划进行了介绍。最后对投资者提问进行了详细的解答，具体内容如下：	

一、请简单介绍下中国农化产品的出口状况？

答：

根据中国海关编码 3808 项下的统计数据，有如下信息分享：

1、2026 年 1-6 月 3808 项下总出口数量同比增加 15.66%；总出口金额同比增加 18.75%；月度平均出口单价从 1 月的 USD2.86/kg 上行到 6 月份的 USD3.25/kg。

2、2026 年上半年出口平均单价增长 13.64%，大部分产品价格已经底部企稳。

查看过去几年中国海关编码 3808 项下的统计数据，2023 年出口数量同比增加 12.32%，2024 年同比增加 30.03%，2025 年同比增加 15.37%，2026 年 1-6 月同比增加 15.66%，可以感知到中国海关编码 3808 项下作物保护行业制剂产品的总出口数量依旧保持逐年强劲增长势头，这既说明了中国农化产业所具备的突出竞争优势，也说明了市场刚性需求稳固且偏旺。

二、请介绍下 2026 年上半年行业整体概况？

答：

1、作物保护品原药价格经历阶段性短期波动

2 月底美伊冲突推升原油价格阶段性上行，带动部分作物保护品原药产品价格短期上涨；4 月局势缓和后，前期集中释放的需求回归常态，多数产品价格自 5 月起逐步回落，至年中已基本恢复至冲突前水平。产业链各环节更加注重库存与定价管理。

2、供给端竞争加剧致利润承压，跨国巨头渠道端毛利率修复

行业供给能力持续增长，主要产品竞争进一步加剧。2026 年 6 月 28 日，中农立华原药价格指数报 74.32 点，同比去年下跌 1.03%，价格处于历史相对低位区间，产业链供给侧的公司盈利水平阶段性承压。而受益于成本改善红利，行业头部跨国巨头（如 Bayer、Corteva、BASF、UPL、ADAMA、Nufarm 等）渠道端毛利率普遍持续得以修复与提升。

3、出口保持韧性，政策环境持续优化，加速制剂产品出海

全球市场对作物保护品的需求正常且表现偏旺。根据中国海关 2026 年

1-6 月统计数据，农药（海关编码 3808 项下）出口数量与金额分别同比上升 15.66%和 18.75%，印证了全球市场需求的正常偏旺态势。2026 年 4 月 1 日起实施的出口退税政策调整，以及 5 月农业农村部发布的《仅供境外使用农药登记管理新规》，均进一步鼓励了制剂产品的出口，推动中国作物保护品产业向高质量发展迈进。

4、渠道“低库存、晚采购”倾向更趋明显

上半年市场价格波动较大，渠道商及终端用户普遍采取“低库存、随用随购”的采购策略，这对作物保护品企业的供应链组织与定价决策提出了更高要求。

5、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

在全球农业投入品成本上行、种植者收益下降的背景下，终端市场更加注重投入产出效益。高性价比的非专利作物保护品获得更多青睐，市场份额稳步提升，为中国企业出海提供了明确的结构性的机遇。

6、终端种植收益下滑，产业链信用风险传导

报告期内，巴西、阿根廷等全球作物保护品核心市场正面临复杂的宏观经济挑战。受农产品价格低迷、融资成本攀升及极端气候等多重因素叠加影响，上述市场终端农户的种植收益缩水甚至面临亏损，导致其采购能力与支付意愿显著下降。这种终端的财务困境正沿着产业链向上游传导，使得当地进口商、经销商及分销商的流动性压力加剧，部分渠道信用风险与违约率上升。这不仅对区域市场经营活动的稳定性带来了不确定性，也成为制约当前业务积极拓展的主要风险因素。

三、请就 2026 年行业市场予以展望？

答：

1、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。

2、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。

3、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。

4、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。

5、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。

6、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。

四、评点下公司 2026 年上半年的财务数据？

答：

1、归母净利润短期承压，汇率相关影响为同比变动主因：2026 年上半年受汇率波动导致的减利金额高达 2.34 亿元，而 2025 年同期汇率波动导致的增利是 2.22 亿元，这一正一反导致 2026 年上半年归母净利润同比

反而下降 9.67%。但如果剔除汇率波动影响后的经营性净利润同比+120.36%，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。

2、营收稳健增长：得益于持续全球市场拓展与深耕见实效，北美、欧盟市场增长较快。2026 年上半年营收 74.42 亿元，同比+13.95%。

3、毛利率稳步提升：毛利率 24.29%，同比+2.87 个百分点，主要得益于 Model C 业务及高价值市场占比均较快提升，以及重要较新活性组分率先进入重要市场。

4、EBITDA 率提升明显：EBITDA 率 15.76%，同比+3.27 个百分点，主要得益于毛利率提升及费用管控优化，共同推动 EBITDA 利润率上升。

5、EBITDA 显著增长：EBITDA 达 11.73 亿元，同比+43.82%。

五、公司 2026 年的经营展望如何？

答：

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。

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：一是完成 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；二是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 workflow；三是统筹引入高性价比 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。

六、为何公司上半年库存和应收账款金额均同比上升不少，经营活动产生的现金流量净额同比下降不少？

答：

1、在半年报发布后，我也收到有的投资者问到，实际上我们对于应收账款和库存的质量持续改善非常有信心，主要得益于公司 2024 年研讨 2025-2029 年中期战略规划时确定了该战略规划期的主基调“提质、增效”，公司对于市场前线团队成员在应收账款和库存质量方面的考核权重很高，自 2025 年以来，我们自己对于此方面的改善感受还是较为明显的，大家不用过虑。

2、但是应收账款和库存金额未来还会伴随公司营收增长以及 Model C 占比的提升而持续上升的，相对于 Model A/B，只要货物离开港口库存就不再是我司的库存，而 Model C 中，比如从本部货物发出到巴西子公司仓库，这个途中就得至少 2 个月，加上 Model C 子公司为保障当地的供应，至少也得留有大约 2-3 个月的合理库存周转，而这些货物在子公司销售出去之前都是报表上的库存，所以伴随公司营收增长尤其是 Model C 占比的快速提升，公司的库存金额势必会明显上升的。

3、需要关注的是应收账款、库存金额同比增幅与营收尤其是 Model C 增幅的对应关系是否合适。

4、今年上半年库存金额明显高于去年同期主要与巴西市场当地销售季推迟较为明显有关，大部分货物也是在 4-6 月期间发出，目前巴西 Model C 子公司在手订单金额不小，但是大部分货物还在路途或刚到巴西子公司仓库，尚未到当地交付季；此外也与美伊冲突期为保障稳定供应而适量偏高备货有关，应该说这些库存基本都系价格谷底期的成本，存货减值风险极小。

七、公司上半年营收中巴西营收占比同比下降了不少，发生了什么？

答：

1、公司微信公众号前一周结合巴西的两个展会发过一个报道，在这个报道中对于巴西目前的市场感知有个相对完整的表述。

2、整体来说，巴西市场依旧是全球最重要的作物保护品市场之一，市场体量和需求都在，我们自己对如下几点体会深刻：

2.1. 巴西当地登记进程变快，同质化产品竞争快速加剧，红海化的速度比多数供应商预期得更快；

2.2. “低库存、晚采购”的采购习惯将继续延续，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，本土化运营的重要性更加凸显；

2.3. 市场终端农户的种植收益缩水甚至面临亏损，导致其采购能力与支付意愿显著下降。这种终端的财务困境正沿着产业链向上游传导，使得当

地进口商、经销商及分销商的流动性压力加剧，部分渠道信用风险与违约率上升，管理好信用风险成了巴西运营的头等重要之关切。

3、正因为巴西市场当地销售季同比推迟较为明显，巴西子公司当地销售旺季推迟，导致巴西营收占比同比下降，从目前巴西 Model C 子公司的数据来看，巴西子公司已开票和在手合同金额之和同比是上升不少的，但是大部分在手合同尚未到交付旺季。

八、公司针对巴西市场现状的主要应对策略是什么？

答：

1、针对同质化产品竞争加剧，新获证产品的红利期缩短的趋势，我们强化前瞻性的产品规划和研发制造规划，明确了将重要较新活性组分成为当地成功首仿者的目标，并为此构建了贯穿规划、研发、登记、制造及供应、市场的端到端流程，全面统筹调度确保此目标达成。

2、结合当地市场所需，加大并持续领跑差异化产品的率先布局。并持续整体来说，巴西市场依旧是全球最重要的作物保护品市场之一，市场体量和需求都很大。

3、强化品牌建设并坚持 Business Solution Platform 平台下多业务模式并举，尤其是加速 Model C 子公司的成长。

4、采取更为审慎的信用风险管理，拓展各种金融方案与信用工具降低信用风险的同时促进业务成长。

九、公司上半年营收中北美营收占比上升明显，请介绍下北美业务？

答：

1、北美业务的增长目前来自于美国，因为加拿大尚未启动运营。美国业务的快速成长主要得益于更多产品登记的陆续获得以及基于 Business Solution Platform 和当地工厂制造所带来的更多合作伙伴深度合作，预计美国业务还将快速成长，尤其是伴随更多产品登记的获得，会较好的助力公司毛利率提升。

2、加拿大今年开始获得了一些产品的登记，预计今年下半年到明年会

有更多产品登记的获得，基于更多产品登记的获得，公司刚聘任了加拿大总经理，明确了加拿大五年战略规划，目前正在进行加拿大子公司运营前各事项的筹备，预计今年年底加拿大子公司正式开始运营。基于加拿大的战略规划，我们对于未来加拿大业务对于公司未来成长的助力较为乐观。

十、请问北美业务未来几年能持续保持目前的快速成长势头吗？

答：

1、加拿大业务将于明年初启动运营，根据加拿大五年战略规划，预计加拿大业务在五年内能实现快速增长；

2、美国业务 2025 年以及 2026 年的营收快速成长主要是因为 Business Partner 业务顺利拓展以及主要产品草甘膦、草铵膦、百草枯这种大吨位容易上量的产品，故而营收会成长很快，未来营收方面是不太可能继续保持这种快速成长势头的，但是伴随更多新产品登记的获得，预计美国业务利润将快速提升，会较好的助力公司毛利率的提升。

十一、请分享下公司战略规划今年复盘更新的主要内容？

答：

1、今年战略规划的复盘更新在 7 月份举行的，更新的内容还是不少的，大家可以比对下我们刚发布的半年报说明和去年年报说明中关于公司战略规划的部分就可以知晓。

2、我在这里也给大家就重要的更新点进行下汇报：

2.1. 更新了关键任务：由原先的七项关键任务调整为六项关键任务。

2.2. 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（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。

2.3. 将“重要较新产品首仿实施能力”确定为公司需要打造的五项关键能力之一，将“重要较新活性组分成为其重要市场成功首仿者”作为四大成长支柱之一，纳入到公司战略规划中的六项关键任务，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确保目标达成。

2.4. 将原先提升 Model C 业务占比的提法改成：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）。强调了 Business Solution Platform 平台模式下的多业务模式并举，再次明确 Business Solution Platform 平台模式为公司在全球的核心市场策略。

2.5. 将原先的生物制品业务调入到种子业务：认为生物制品业务在 2029 年底之前的体量还不足以成为公司的四大成长支柱，还只能被视为种子业务去成长。

2.6. 将 Non Crop 业务以及创新活性组分的探索明确为种子业务。

十二、看到 6 月份中国对巴西的除草剂出口量出现大幅增长？这是否与前面提到的把一部分货先运到巴西有关？这些货是否还没有形成实际销售？其中是不是主要也是我们公司贡献的？

答：

1、6 月份单月大幅度增长的主要是因为巴西进口商往年一般在 3-4 月确定订单，但是今年三月正好因为美伊冲突爆发带来国内价格和巴西当地价格倒挂，巴西进口商普遍不敢决策而推迟采购，据我们了解大部分巴西进口商是在 4 月下旬到 5 月才开始恢复确定订单，正因为确定订单的时间推迟导致了 6 月份单月出口量大幅增长，但是看 1-6 月的中国出口巴西的数据同比还是下降的。

2、6 月份单月的大幅增长当然有我们出口巴西的贡献，但主因还是上面提到的巴西进口商今年确定订单的时间较往年推迟导致的。

3、整体来说，巴西市场依旧是全球最重要的作物保护品市场之一，市场体量和需求都在。

十三、因为现在 Model C 业务占比已经比较大了，Model C 业务的区域结构和产品的大致结构，能不能跟大家也分享一下？未来能不能在定期报告中予以拆解开进行披露？

答：

我们没计划披露这么详细的数据，主因是公司在全球的核心市场策略是 Business Solution Platform 平台模式下的多业务模式并举，我们并不想误导大家以为我们的成长方向就是 Model C 这一单一方向成长，可能在下一个五年战略规划期，伴随 Business Solution Platform 的吸引力和价值提升我们反而要强调 Model B 业务的成长。

十四、请问二季度毛利率较高是否是得益于美伊冲突低成本备货或涨价带来的额外收益，未来毛利率是否会持续逐季提升？

答：

1、实际上今年美伊冲突导致的价格波动周期持续时间很短，约三周左右，我觉得公司二季度毛利率与美伊冲突带来的可能的短期收益关系不大。据我了解，因为这次价格来回波动太快，有的同行反而因为踩错行情导致损失的。

2、毛利率逐季上升不太可能，毕竟每个季度主要的市场、产品都不一样，我们设定的目标是毛利率逐年提升，而不是逐季。

十五、半年报反映的是美国业务成长最快，想请教一下：公司在美国当地跨国公司是怎样的一个关系？然后美国市场上的经营思路和巴西市场有什么样的区别？包括未来几年的话，展望一下，后面的增速会更快，还是呈现一个稳定的状态？

答：

1、公司在全球的核心市场策略都是 Business Solution Platform 平台模式下的多业务模式并举，美国和巴西都一样。

2、伴随 Business Solution Platform 平台上越来越多丰富而优秀产品组合，和跨国公司，大型经销商都能展开不同内容不同形式的合作。我们视任何同行为可能的合作伙伴。

十六、请分享下大单品草甘膦、草铵膦全球市场这几年实际使用量的

情况，是增长的吗？公司在巴西和北美的草铵膦登记布局如何？市场拓展得怎么样？

答：

1、草甘膦全球市场这几年实际使用量是相对平稳的，并未见较大的变化。

2、草铵膦这几年在全球的实际使用量确实在快速成长，并且成长的势头还未减。

3、我们在巴西和北美都已经获得草铵膦的原药和各种制剂登记，我司草铵膦的目前业务体量已经成为了行业内一个比较重要的 Player，也是我司一个重要的大单品。

十七、今年的厄尔尼诺天气可能会成为一个比较突出的气候事件，这可能对今年的短期农药需求（主要下半年）以及明年上半年春耕的农药需求会有什么样的影响？您做什么样的判断？

答：

坦率地说，公司全球层面并不太关注这个，但是国家层面部分经理十分关注，比如最近在拉美区域出差，这个区域的经理们都比较关心其对业务的影响，也都在积极应对。对于公司全球层面来说，一方面公司业务全球分布日趋均衡，另一方面公司业务体量在全球市场份额还很小，对于公司全球业务影响不会大。

十八、今年美伊冲突导致原药价格快速上涨，但之后两三个月其实一直在回落。从整个原料的供需来说，您觉得后面会是怎样的一个走势？这里面有没有一些结构性机会？

答：

1、原药制造端供应过剩是行业内大家的共识。

2、过去两年不同的产品也都有的波动的行情，但是行情持续的时间越来越短，并且这种行情带来的违约率屡屡伤及合作伙伴，现在明显感觉到原药制造端各主要厂商对于炒作行情十分谨慎，担心炒作不成功还破坏了

合作伙伴关系；而从采购商来说，因为这种炒作的行情持续时间越来越短，采购商越来越不受这种短期炒作所左右，采购越来越沉得住气。

3、整体来说，基于原药制造端供应过剩的大背景以及终端种植户收益偏差的弱需求，后面出现短期成功炒作的产品个数和次数都将明显下降，更多呈现的是原药价格成本线附近底部摩擦。

十九、我们看到经历过 2022 年价格高峰，2023、2024 年去库存之后，跨国公司诸如 ADAMA、Nufarm、UPL 毛利率都已恢复甚至超过 2022 年高点，请问是市场端显著回暖了吗？

答：

1、我们正好做了全球营收排名前十的公司中的九家今年 1-6 月作物保护品的营收和 EBITDA 同比数据的收集整理（均按同期平均汇率换算成美金金额计，先正达的上半年数据尚未披露，故而未纳入整理范围），这九家公司营收平均同比增幅为 2.7%，EBITDA 平均同比增幅为 2.1%，应该说整体在往好的方向复苏，要说显著回暖还谈不上。

2、我们也看到诸如 ADAMA、Nufarm、UPL 等公司的毛利率都已经恢复到 2022 年高点，我认为主因一方面是每家公司持续的提质增效，另一方面也得益于原药成本端的降幅大于市场端价格的降幅。

二十、国内这两年不少农药创制品种频出，请分享下公司如何看待国内农药创制，公司对于创制新活性组分有战略规划吗？

答：

1、这两年国内不少公司确实有不少创制新品种推出，我也坚信中国农药行业在未来十年内必然也会像中国医药创制一样，成为全球农药创制的重要来源国。

2、我司 2025-2029 年战略规划仅将创新活性组分的探索纳入到种子业务，只会在本战略规划期内就如何开展创新活性组分的工作进行探索，寻求方法论。可能会将创新活性组分的研发纳入到下个五年战略规划。

3、在 2025-2029 年战略规划内，我们将选择合作伙伴的创新活性组分

在全球进行登记工作积累登记经验，为下个五年战略规划期在全球登记更多创新活性组分打好基础。

4、同时在 2025-2029 年战略规划内，我们将构建差异化产品的成功商业化能力以及完成全球营销网络的建设，为未来能对于创新活性组分的全球市场成功商业化做好能力铺垫。

二十一、看到公司这几年资本开支较大，并且伴随 Model C 业务的成长还会导致应收账款，存货金额的上升，这必然会导致这个投入期财务数据不会很好看，请问公司是否能基于财务数据来调整和设计业务规划？

答：

1、这几年公司的资本开支确实比较大，对于现金流影响也会较大，主因是一方面公司持续在高门槛市场较高金额的投资登记，另一方面公司还在围绕重要较新活性组分首仿成功实施加大研发和制造端的投资，预计这种较高的资本开支还将持续几年。

2、关于年度资本开支和分红也有个基本的框框，公司章程确定的年度分红比例为 30%，资本开支则以上一年度净利润的 50%与上年度的折旧摊销金额之和作为该年度资本开支的上限。公司每年的年度预算也是按照这个基本框架来设计的。

3、分析外部环境，我们认为目前融资环境宽松，利率低，这些有利的外部环境能较好的来支撑这种规模的资本开支。

4、分析内部运营，我们认为公司未来的持续业绩向好，公司盈利能力能够支撑这种资本开支。

5、坦率的讲，短期财务数据的好看不好看对于我们设计业务规划影响并不大。我们是基于公司的愿景和解码的五年战略规划以及年度复盘更新的年度工作计划在开展工作的，我们希望通过投资者交流会，定期报告说明尽可能将我们想做的事情，我们可能会遇到的阶段性的挑战等都坦诚，透明的给大家沟通清楚，尽可能获得更多投资人对于我们战略规划，年度工作计划的认可和支撑，助于我们更快更好的实现公司的愿景。

二十二、前面提到农药行业仅仅是在缓慢复苏，为何中国海关数据呈现的则是制剂产品出口数量每年都是大幅度增长？

答：

1、中国海关数据确实体现的是制剂产品自 2022 年以来每年的出口数据都在快速增长，但是这主要是得益于中国农药行业的结构性机遇。

2、这种结构性机遇一方面是非专利作物保护品市场份额在持续上升，而中国是非专利作物保护品的主要来源地，也就是属于中国的蛋糕在变大；

3、终端种植者收益差倒逼寻找性价比更好的方案，而中国制剂产品的高性价比越来越多的得到终端种植者的认可，中国制剂出口的增速快于原药出口的增速。

二十三、既然国内这么卷，而海外貌似还没有很卷，是否大家都会积极出海而竞争加剧？

答：

1、我们很早就说过，国内卷到卷全球是必然的趋势，卷也能卷出更优秀的更有竞争力的公司，这也带来了各行各业的中国制造在全球快速成长。

2、目前大家讨论的不是出不出海，而是如何出海，如何构建本土化运营能力，这个能力的构建需要时间、耐心、投入，不坚持长期主义行不通。

3、实际上过去几年出海巴西、阿根廷的企业不少，但是正好过去几年是巴西、阿根廷市场最为复杂最为挑战的几年，不少公司包括我们自己也是伤痕累累，这几年下来，反而大家都不太敢碰巴西、阿根廷市场的本土运营了，我们在巴西、阿根廷市场的本土运营现在反而获得了更多国内合作伙伴的大力支持了。

4、我司的使命是助力成长的最佳合作伙伴，这里面有三层意思：一是成为助力客户成长的最佳合作伙伴；二是助力供应商成长的最佳合作伙伴；三是助力员工成长的最佳合作伙伴。正是我们坚持 Business Solution Platform 的核心市场策略，我们视任何同行为可能的合作伙伴。

二十四、请问公司是否有个大的展望，就是说从 global 的角度，和跨

	国公司巨头对比的一个展望，比如说三年、五年，或者多久的时间。 答： 1、这个我们有很清晰的目标和展望，公司的愿景就是成为全球领先的作物保护公司，并且基于该愿景，我们也有非常明确的数字化目标：全球市场份额 10%，全球营收 70 亿美金以上；这个目标确定以后，我们会分解为 N 个五年中期战略规划，期待通过 N 个五年最终实现公司的愿景。目前实施的就是 2025-2029 年中期战略规划， 2、前面也给大家汇报了我们统计的 Top 10 中九家公司 2026 年上半年营收平均同比增幅为 2.7%，EBITDA 平均同比增幅为 2.1%（均按同期平均汇率换算成美金金额计），我们的数据同比还是要好出九家公司平均值不少的。 本投资者关系活动记录表中涉及的业务发展规划、预测是公司基于目前的行业、市场环境、经营情况制定的发展规划及作出的判断，并不构成业绩承诺，敬请投资者对此保持足够的风险意识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。 同时，为便于各投资者及社会公众更及时准确全面了解我司，公司微信公众号正式上线，您可以在微信公众号中搜索“润丰股份”并加关注，公司微信公众号中“润-股东”栏目中设有“有问必答”板块，各位投资人及公众如有任何问题也可通过公司微信公众号予以提出并会得到及时准确回答。我们将通过巨潮网、公司网站和公司微信公众号，传递给广大投资者及时、准确、完整、公平的信息披露。
附件清单 (如有)	无
日期	2026 年 8 月 24 日