

证券代码：002588

证券简称：史丹利

史丹利上市公司投资者关系活动记录表

编号：2024-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：____（请文字说明其他活动内容）	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	德邦证券 潘云鹤；大成基金 邹建；长江证券自营 魏邈；浙商证券 李佳骏 刘梓晔；开源证券 徐正凤；东海证券 张晶磊；国联证券 赵嘉卉；中信证券 周光裕	
时间	2024年7月31日	
地点	松滋史丹利宜化新材料科技有限公司	
公司接待人员姓名	副总裁、董事会秘书、松滋新材料公司董事长 胡照顺 证券事务代表 陈钊	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、参观厂区</p> <p>二、沟通交流</p> <p>1、介绍公司近期经营情况。</p> <p>公司2023年度实现营业收入99.9亿元，同比增长10.54%，归属净利润7.01亿元，同比增长58.94%，2024年一季度实现营业收入26.29亿元，同比下降13.86%，归属净利润2.38亿元，同比增长11.27%。一季度营业收入下降主要是公司产品价格随着原料价格下降而下调导致的，一季度盈利上升主要是公司产品利润空间上升。今年第二季度公司生产经营情况较好，呈现了量利齐增的态势。</p> <p>2、介绍松滋史丹利宜化新材料科技有限公司的情况。</p>	

松滋史丹利宜化新材料科技有限公司是公司和湖北宜化松滋肥业有限公司共同投资设立的控股子公司，公司直接持股 65%，松滋宜化持股 35%，因为公司还持有湖北宜化松滋肥业有限公司 49%股权，所以股权穿透来看，公司持有松滋新材料公司 82%的股权。松滋新材料公司注册资本金是 20 亿元。目前松滋新材料公司厂区总体投资在 37 亿元左右。

松滋新材料公司新项目包括肥料项目和磷酸铁项目，目前资本支出在 25 亿元左右，今年年底预计达到 30 亿元左右，明年预计还有 6 亿-7 亿元的资本支出。目前，新项目生产装置已根据投入使用的进度开始逐批转固。

另一个是磷石膏资源库项目，项目实施主体是湖北金贮环保科技有限公司，金贮环保是由松滋新材料公司和松滋宜化共同设立的合资公司，其中松滋新材料公司股权占比 51%，松滋宜化股权占比 49%，金贮环保主要业务为磷石膏的处理和再利用。

3、公司对下半年原材料价格走势如何判断？

从原料端来看，目前秋季肥行情下，我们判断磷肥价格仍相对坚挺，氮肥预计会呈现稳中有降的趋势，钾肥大合同谈判价格已经下来了，但流通渠道的货物量还没有增加，钾肥价格没有出现明显下降，预计也会稳中有降。

从销售端来看，今年 7 月份气温较高，同时今年钾肥大合同谈判价格出台得相对较晚，下游经销商有一定的观望等待情绪，导致 7 月下旬需求才逐渐启动。行情虽稍有滞后，但我们预计今年秋季肥旺季需求依然持续向好。

4、公司向产业链上游磷化工布局的战略意义是什么？

行业在经历了供给侧改革之后，很多中小企业淘汰出局，行业格局发生很大变化，目前行业竞争已上升到一个新阶段，新阶段特征表现除了行业龙头抢夺中型企业的市场份额之外，行业龙头也在不断提升和比拼综合竞争力。龙头企业之间的竞争更多体现在品牌、产品、渠道、服务、成本、产业链、资源等多方面，未来肯定是强者恒强，

弱者加速淘汰。公司在不断强化下游营销端竞争优势的同时，积极向上游磷化工方向布局以实现产业链一体化，以此能够补齐短板，提升公司综合实力，以求在下一个阶段的行业竞争中保持领先地位。

5、公司在磷矿资源方面的布局是如何考虑的？

松滋新材料公司投产后，生产所用磷矿采取市场化采购形式，新材料公司建有选矿装置，具备选矿能力，可以采购湖北、四川、云贵等不同地区磷矿石以满足生产需要。

公司的控股股东已控股了一个磷矿，该磷矿位于湖北宜昌，磷矿储量和品位相对较好。目前磷矿行情处于高位，该磷矿的经营和盈利水平表现较好，磷矿价值和估值水平也相对也较高。

6、公司的营销渠道布局和结构是怎样的？

从布局方面来讲，渠道布局主要体现在公司生产基地的布局。公司上一个十年的战略规划为布局全国，公司分别在东北地区、华东地区、华中地区、华南地区、西北地区和西南地区建设了生产基地，公司由区域性肥料企业成长为全国性肥料企业，公司的经营市场由山东河南等局部市场拓展为全国市场，公司的营销渠道也随着生产基地的全国布局而不断扩张。

从渠道建设方面来讲，公司主要营销模式为两级经销商分销模式，分别是以县为单位的一级经销商和以村镇为单位的二级经销商。一级经销商是公司的客户，二级经销商是一级经销商的客户。公司通过制定执行销售政策，辅之以各种营销策略，不断提升一级经销商经营能力和区域掌控力，促进其成长壮大，同时公司与一级经销商共同培育辅助二级经销商发展。近几年随着种植大户、合作社等新型模式的出现，公司在部分市场实行了一级半经销商或者直发直供模式，不断提高渠道分销效率。

7、土地流转面积增加以及退林还耕等现象的增加，是否会提升肥料的需求？

近几年，粮食价格表现较为稳定，种植户的种植积极性和用肥意愿也表现稳定，这是支撑肥料需求提升的前提。退林还耕等政策措施

	<p>的实施，增加了耕种面积，也会提升肥料的施用量。土地流转面积的不断增长会增加肥料，尤其是复合肥料等优质肥料的需求。种植大户因其规模化种植，总体种植价值较高，因此更加注重种植效率、亩产、作物品质等方面的提升，对肥料的要求也相对较高。另外，现阶段单个种植大户土地流转规模大多在几百亩，其自产复合肥料的成本和效率不高的，所以绝大多数种植大户仍选择直接采购使用。</p> <p>8、硫基肥和氯基肥在施用范围上有差异吗？</p> <p>硫基肥和氯基肥的区别在于肥料中是否含有氯离子。氯基肥可以用在大多数作物上，但像烟草、茶叶等忌氯作物需要施用硫基肥。另外，蔬菜、水果、马铃薯等作物，施用硫基肥能更好地提升品质、口感、甜度、淀粉含量等，对改善作物品质帮助很大。</p> <p>三、参观湖北宜化松滋肥业有限公司、松滋港口。</p>
附件清单	无
日期	2024年8月1日