

证券代码:301035

证券简称:润丰股份

编号:2025-001

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 <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员情况	交银施罗德 杨金金、张明晓； 易方达 刘沛显； 巨杉资产 齐东超； 中庚基金 刘晟、陈涛、骆志远； 远信投资 周伟锋、黄培锐、杨大志、谢振东、赵巍华； 国泰基金 徐治彪、曾彪、陈屹、钱晓杰、王明辉； 宝盈基金 侯星宇、王灏； 民生证券 李家豪； 光大资管 饶于晨； 鹏华基金 王曦炜、张宏钧； 承周资管 王正清； 天风证券 唐婕； 大成基金 刘芳琳； 南方基金 范佳臻、张磊； 大家资产 李远哲； 平安养老 袁帅； 东北证券 冯先涛、孙鹏程、朱少威； 诺安基金 黄友文； 德邦证券 许蕾； 路博迈基金 赵志铭； 东方证券 万里扬； 宁波彩霞湾投资 侯成成； 度势投资 顾宝成； 浦银安盛 戴晨阳； 方正证券 刘旭升； 青榕资产 唐明； 峰境基金 陈启明、潘峰； 融通基金 姚垚； 睿远基金 崔文琦、朱璘； 福泽源基金 吴亚平； 复星资产 范溪荷； 润远基金 潘波； 富智投资 李晓迪； 森锦投资 黄裕金； 光大基金 苏淼； 山岭投资 张勇； 山西证券 胡德军、李旋坤、王金源； 光大证券 朱成凯； 博时基金 王凌霄； 上海国有资本投资 巢前； 光帆基金 王健超； 上海证券 周峰春； 申万证券 李彦宏、王腾霄、周超； 广发资管 孙国萌、郑亦童； 国海证券 杨丽蓉； 拾贝投资 张剑； 国盛证券 杜鹏； 世纪证券 陈峰； 国寿资产 刘卓炜； 首创证券 甄理； 国泰海通 李智、钱伟伦； 双安资产 郭紫奇； 国新证券 李彬、张舒媛； 太平基金 夏文奇、赵新裕；

	国信证券 康睿强、王新航； 海富通基金 踪敬珍； 杭银理财 刘艾珠； 和邦生物 秦吉利、邱汝平； 和邦投资 李骁博； 弘尚资产 沙正江； 宏道投资 季巍； 泓澄投资 陈骞； 泓德基金 李映祯； 华安基金 王晨； 华安证券 王强峰； 华宝信托 王鹏飞； 华创证券 华创证券； 华福证券 孙范彦卿、魏征宇； 华富基金 邓贤波； 华商基金 黄露禾； 华泰资产 杨林夕； 华西证券 王丽丽、印磊； 华夏资管 庄佳伟； 汇丰证券 茹艺、黄倩； 安徽海华 郑燕； 中邮基金 吴尚、许灿杰、张泽亮； 中信证券 孙臣兴、田显城、周舟； 九方智投 王德慧； 华能信托 陈卫轩、李亚东、孙宇、王浩宇、王宁、喻文昊天； 君安资管 卢晓冬等机构和个人。 本次共有 100 多家券商和投资机构的研究员、基金经理参加线上交流会，参会人员共计 150 余人。	太平洋证券 王亮； 联合动力 郭悦； 鑫巢资本 范承杰； 信达证券 尹柳； 兴全基金 夏斯亭； 兴证基金 李楠竹； 姚泾河基金 孙伟； 昆仑资管 周志鹏； 浙商基金 景徽； 长安基金 江博文； 长城基金 范顺鑫； 长江证券 王明； 长盛基金 赵启超； 长信基金 黄振华； 招商基金 阳宜洋、于凡真； 真滢投资 李莹； 金元顺安 侯斌； 中和资本 徐轩； 中金公司 吴頔； 中农立华 张剑飞； 中泰资管 王鹏、张君； 松熙资产 葛新宇； 朱雀基金 刘丛丛； 中银资管 陈冠雄；
时间	2025 年 4 月 25 日 9: 00-11: 00	
地点	线上会议（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公司 2024 年度和 2025 年第一季度经营情况，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、请简单介绍下农化产品的出口状况？	

	答： 根据中国海关 3808 项下的统计数据，有如下信息分享： 1. 1. 出口数量： 2024 年 1-12 月 3808 项下总出口数量同比增加 30.03%，出口数量增幅显著；2025 年 1-3 月 3808 项下总出口数量同比增加 12.39%。 1. 2. 出口金额： 2024 年 1-12 月 3808 项下总出口金额同比增加 11.66%；2025 年 1-3 月 3808 项下总出口金额同比增加 8.47%。 1. 3. 出口平均单价(美金/Kg)： 2024 年全年 3808 项下月度平均出口单价从 1 月的 USD2.98/Kg 起伏变化到 12 月份的 USD2.86/Kg； 2025 年 3808 项下月度平均出口单价从 1 月的 USD2.87/Kg 下降到 4 月份的 USD2.69/Kg。 1. 4. 出口数量和金额的同比增长，说明行业需求依旧旺盛。 1. 5. 出口单价的变化幅度已经不大，大部分产品价格底部盘整。 二、请问公司一季度营收和毛利率均呈现同比下降的原因？是否增长遇到瓶颈成长乏力？ 答： 2. 1. 一季度一向是公司的小淡季，查看公司的历史数据，可以看到公司每年都是一季度到三季度呈现持续逐季上升的趋势； 2. 2. 目前渠道端和终端用户采购习惯呈现尽量少采购、晚采购、随用随购、碎片化采购的特点，公司订单的交付较去年同期有明显的推迟； 2. 3. 从公司在手待交付订单的受理动态及各目标国市场动态信息反馈来看，公司预计 2025 年全年营收将增长明显，毛利率也将同比提升，2025 年二季度和三季度将对公司全年的运营数据产生重要影响； 2. 4. 我司目前在全球大多数市场的份额很低，在全球大多数市场的本土化运营也都尚处于投资期，筹备期，蹒跚学步期，起步期，发展期，均还有足够的成长空间； 2. 5. 基于坚定且明确实施的战略规划，种瓜得瓜种豆得豆，我们坚信
--	--

付出终有回报，但回报总是滞后于付出的。

三、很多的国内同行也都在积极拓展海外市场，也在投资海外登记，构建团队进行本土化运营，是否会伴随国内卷到卷全球而对公司的未来业绩成长带来较大的影响？

答：

3.1. 更多的国内同行走出国门积极拓展全球市场是必然，从国内卷到卷全球也是必然，任何专注且积极进行拓展探索的行为都是应被鼓励称道的；

3.2. 从我们的观察来看，国内同行拓展海外市场因为各自的愿景、市场策略、短期及中长期目标不一而各有不同，主要有如下几类：

3.2.1. 国内原药制造为主的同行，拓展海外市场时往往是围绕其自产的活性组分在重要目标市场投资登记，并在登记获得后围绕这几个产品积极成长市场份额，主要目标也是获取自产活性组分足够数量的订单来保障国内产线的满负荷运行，少有针对目标市场构建完整产品组合的，也少有构建本土化运营团队进行 T0 C 端的渠道品牌建设的；

3.2.2. 国内制剂品牌商为主的同行，拓展海外市场实际上是最容易获得成功的，因为能在国内激烈竞争而脱颖而出的渠道品牌商往往都很优秀，只要他们能将国内优秀的成功方法论因地制宜的嫁接到海外目标市场，成功概率是最高的。但是我们观察到的是，国内制剂品牌商往往因为缺少国际化运营团队成员，或对于异国运营的陌生与畏惧，或因运营安全审慎的考量等等原因，国内制剂品牌商走出海外的并不多，而在重要大体量市场运营的就更少了（主因是重要大体量市场需要的团队规模大、初期投入大、登记耗时长、账期长和运营风险高等），山东科赛是其中一个优秀的代表，目前主要集中在非洲和东南亚的部分国家；

3.2.3. 国内贸易商为主的同行，拓展海外市场往往是侧重贸易获利，而少有构建本土化运营团队进行 T0 C 端的渠道品牌建设的，也是少有在重要体量市场，宁波捷力克是其中一个优秀的代表，目前其主要还是 Model A/B，仅在少数国家开展了 Model C；

3.2.4. 我司的全球市场策略是 Business Solution Platform 并坚持平

台开放，在全球几乎所有有一定市场规模的市场，我们都正筹划或已进行我司品牌 Model C 业务的拓展，同时坚持平台开放，基于我们在各国拥有的丰富而优秀的产品组合与优秀的 Marketing Partner 展开 Model A/B 的合作，坦率的讲，我司和国内以及国际同行在全球市场策略上差异显著，我司积极前瞻的在重要市场构建丰富及优秀的产品组合，以及坚持 Business Solution Platform 平台开发的核心市场策略使得我司能够有足够的成长空间，我们乐见国内优秀的同行积极拓展全球市场，也将积极地与这些优秀的同行结伴出行闯世界，实现全球中国造到中国优秀品牌全球化。

四、公司今年的年报并未就原药研发与制造方面进行相关介绍，是公司不再进行原药项目的研发与制造方面的关注与投入了吗？能介绍下这个方向上公司的规划吗？

答：

公司在原药项目研发与制造方面的规划非常清晰，且均在有序坚定的在实施。公司在原药项目上的规划为：

4.1. 对于公司已有的诸多原药合成产品持续技术改善革新，确保各原药项目的先进制造。我司现有的各原药合成装置在异常激烈的市场竞争中 2024 年均满负荷运行，并未败下阵来，各自产原药成本按照竞争的市场价格均未出现亏损，公司自 2019 年将研发创新的聚焦积极调整到活性组分单品的先进制造得到了阶段性的成果验证；

4.2. 对于新的原药研发与制造项目，公司侧重前瞻性的产品规划，强调就未来重要的即将过专利期的那些活性组分，公司要成为首个过专利期的市场参与者。这个侧重前瞻性的产品规划的考量主要是：一方面过专利期的活性组分大部分产能已经过剩，我司大部分产品也已经有了不错的合作伙伴，我司如果继续去新投资上马这些活性组分，不利于现有合作伙伴关系的构建；一方面这些过专利期的活性组分往往都有同行实现了高水平的先进制造，我司新投资上马就能做到比同行更优秀的难度很大；

4.3. 正是如此，公司将新的原药研发与制造项目的聚焦在那些即将过专利期的重要活性组分，为此公司构建了科学的打分模型，已经将 2035

年前专利到期的所有重要的活性组分逐一按照打分模型进行了打分，并基于打分结果确定了公司原药的研发与制造的规划；

4.4. 根据该规划，公司未来基本上是平均每年有一个新的原药品种合成装置投建的节奏；

4.5. 我们始终认为，研发创新与先进制造才是企业的硬实力。在未来的五年我们可能在构建全球化营销网络方面跑的更快更突出些，但是研发创新和先进制造才是支撑公司持久健康成长的最坚实的基础。也正是因此我们会更执着坚定的实施公司研发创新和先进制造的规划。

五、公司原先定增项目中还有烯草酮合成装置的投建，目前烯草酮是市场关注的热点，请问公司烯草酮项目的进展？

答：

公司烯草酮项目在过去一年已经完成了扩建，目前装置满负荷稳定运行。我们理解市场对于热点的关切，烯草酮目前因供应短缺而市场价格上涨会对于公司业绩有一定的积极影响，但是烯草酮业务额占公司总营收比重并不大。

六、公司在美国现在有了两个制造基地，请介绍下公司美国业务的现状，以及美国频繁变化的关税所带来的影响？

答：

6.1. 公司在 2024 年 3 月完成了休斯顿工厂的并购，该工厂在 2024 年完成了生产区的扩建以及产能的提升项目，自并购以来，该厂区一直持续满负荷运行；

6.2. 考虑到休斯顿厂区已无扩建的空间，以及美国主要农业主产区面积广阔，休斯顿厂区仅能辐射部分农业主产区，公司在 2025 年又新购置了位于美国中西部重要农业产区香槟市的地块和建筑物，进行香槟工厂的投资建设，目前尚在产线建设阶段，预计 2025 年 7 月开始有不同产线的分批投产；

6.3. 公司在北美的投入是自 2024 年开始的，初期通过购买获得了少量产品登记，大部分产品的自主登记是从 2024 年下半年开始提交的，预计 2026 年下半年才会开始有自主登记的产品陆续获证；

	6.4. 目前尚处于依靠这几个通过购买的现有产品登记在开展业务阶段, 2024 年公司北美(美国、加拿大)营收规模同比 2023 年增长 121%, 预计 2025 年公司北美营收规模同比将依旧会有较大幅度的增长。但是由于购买过来的现有几个产品登记都是属于市场竞争激烈的大吨位产品, 故而北美业务在 2026 年底更多自主登记的产品获证之前, 基于这些大吨位产品的毛利率并不会高, 甚至可能会因为北美这些低毛利率的大吨位产品业务额快速增长而拉低公司的整体平均毛利率; 6.5. 美国频繁变化的关税政策, 对当地子公司稳定运营带来了一定程度的扰乱, 但是子公司与美国所有其他当地同行所面临的局面都是一样的, 相信北美子公司会坚持快速响应、准确决策、积极应对各种变化带来的扰乱。 七、公司年报中提到北美和欧盟占公司营收比重上升明显, 从 2023 年的 5.69% 上升到 2024 年的 9.75%, 请介绍下欧盟业务的现状? 答: 7.1. 公司在 2025-2029 中期战略规划中, 将提升北美和欧盟业务占比作为公司四个重要增长方向之一, 主要的考量是: 让公司业务在全球的地理分布更为均衡, 不过度依赖于现在的拉美区域; 北美和欧盟进入门槛高, 商业秩序相对较好, 商业风险低, 也是全球重要体量市场。而公司在这两个市场的份额尚极低, 拓展该市场能够给公司成长带来足够的增量和成长空间; 7.2. 公司对于欧盟市场的积极拓展是伴随对西班牙公司 SARABIA 的收购进行的, 在全资收购 SARABIA 之后, 公司快速构建了欧盟登记和市场团队, 并积极进行自主登记的申请提交。截至 2025 年 3 月底已经陆续在意大利、罗马尼亚、法国、英国、德国、葡萄牙、匈牙利、爱尔兰、斯洛伐克、爱沙尼亚、立陶宛等国获得制剂登记总计 60 余项, 预计到 2025 年底欧盟各国制剂产品总登记能超过 100 项; 7.3. 2024 年公司欧盟营收规模同比 2023 年增长 73%, 预计 2025 年公司欧盟营收规模同比将依旧会有较大幅度的增长。欧盟市场毛利率明显高于其他市场, 欧盟营收规模的增长对于公司毛利率的提升有积极影响, 但
--	---

鉴于欧盟市场尚处于业务构建初期，业务体量不大，目前阶段对于公司毛利率的提升助力有限；

7.4. 欧盟市场投入大，登记获证周期长，在重要国家较多产品获证前，营收规模虽较快增长，但因营收规模体量不大，所衍生的毛利并无法覆盖期间的费用，预计欧盟市场的这种净投入期得持续到 2027 年底。

八、公司年报和一季报中销售费用增幅均超过营收规模的增幅，请分析下原因？

答：

8.1. 公司 2025-2029 中期战略规划明确了公司的四个重要增长方向，其中提升在更多国家 TO C 业务的占比，提升欧盟和北美业务的占比，强化生物制剂板块的业务拓展，这几个方向大部分都处于发展的初期，在发展初期均会有较多与业务成长速度相比而偏高的人员费用、产品登记相关的费用和市场活动费用；

8.2. 公司还同时加大了对于新市场的调研和拓展，这些新市场的拓展与构建初期都是典型的净投入期；

8.3. 为构建以 IT&流程为基础的全球化运营管理体系，公司较大幅度增加了 IT 与财务驻外团队规模，并显著增加了在 IT&流程建设方面的投入。

九、公司是否能将全球业务进行下按重要市场或区域分布的解读？

答：

好的，感谢您的建议，这个我们将会在后续的定期公告中予以补上。

十、巴西市场伴随几个重要的经销商经营陷入困境，销售渠道端出现了较大的变化，这是否有利于公司加速抢占市场份额？

答：

10.1. 巴西子公司在制定 2025 年 Business Plan 时的研讨，认为 2025 年巴西市场风险相较 2024 年虽有所下降，但是经销商、农户经营陷入困境的比例依旧不会低，故而巴西子公司对于 2025 年确定的指引是：TO C 业务将业务风险防范放在首位，提高毛利率，不宜高歌猛进；TO B 业务因为业务风险低，可以重点发力；

10. 2. 从截至 4 月 20 号巴西的运营结果来看，T0 C 实现的销售收入与在手订单之和，毛利率均明显高于去年同期；T0 B 业务的销售收入与在手订单之和显著高于去年同期。当然目前还为时尚早，到三季度末才能更为清楚巴西全年的格局。

十一、上面提到巴西 T0 B 业务的销售收入与在手订单之和显著高于去年同期？我们的理解 T0 B 业务可能受国内同行积极拓展巴西市场而较容易受冲击，能分析下吗？

答：

11. 1. 去年下半年及今年巴西子公司新获证产品不少，其中好几个获证产品均是市场上的重要产品，且持有相同产品登记的公司个数不多，团队成员基于这些新获证的重要产品积极拓展获得成效；

11. 2. 客户伙伴关系改善与提升：伴随巴西子公司 T0 C 业务在 2023 年开始的拓展，个别 T0 B 客户对于业务合作心有不快导致 T0 B 业务的拓展阶段性遇到了一定的难度。巴西 T0 B 团队成员发挥当地驻扎的优势，积极拜访客户，解读公司市场策略和宣扬公司价值主张，到 2024 年下半年我们就注意到，先前合作关系淡下来了的个别 T0 B 客户关系又恢复起来了，尤其是公司持续不断的优秀重要产品的获证更是催化剂，使得今年截至 4 月 20 号巴西 T0 B 业务的销售收入与在手订单之和显著高于去年同期；

11. 3. 我们坚信 BUSINESS SOLUTION PLATFORM 和坚持平台开放的策略，以及 TOGETHER WE WORK, TOGETHER WE WIN 的公司价值观能够让我们与诸多合作伙伴实现共赢同成长。

十二、请问美国市场目前库存水平咋样？终端市场价格是否已经上升？

答：

12. 1. 实际上从 2024 年 12 月和 2025 年 1 月的中国出口数据就能看到美国客户较大幅度的增加了采购量，以应对可能的关税提高，目前美国市场上库存实际上不低；

12. 2. 但是因为美国针对中国商品不断加征关税且未来关税变化不明朗，目前美国各级 PLAYER 均有惜售心态，并不是很积极就在手货物进行销

售，更愿意等待市场价格上涨到一定程度后再销售，以实现更好的利润，目前美国终端市场价格已经上升。

十三、请问公司今年国内和海外员工大约增长多少？

答：

13.1. 根据公司预算，2025 年后方总人数不增加，市场前线及强关联部门全球增加人数不超过 150 人；

13.2. 根据公司规模，2025-2027 年期间，以 2024 年交付产品数量为基数，在公司交付产品数量增加不超过一倍的前提下，后方总人数不增加，以此目标倒逼后方提高人效，提高全公司自动化、智能化的管理水平。

十四、公司年报披露现在全球登记 7700+，请问公司 2024 年全球新增登记都分布在哪些国家或区域？

答：

关于公司新增登记的分布信息，我们将会在未来的公告中予以整理并在公告中发布。各位也可以持续关注公司官网，我们会对各国新增登记进行及时更新。

十五、公司年报中进行了较大金额的减值计提，其中应收账款减值计提约 1.6 亿，请问这些减值计提是不是主要是巴西的？

答：

公司应收账款减值计提是按照《企业会计准则》进行的计提，其中包括了巴西应收账款的减值计提。

十六、请公司介绍一下全球市场包括跨国公司在内的去库存情况怎么样？

答：

应该说目前市场库存水平处于正常水平，但是不同公司的库存水平不一。整体来说 R&D 跨国公司的库存水平要高于 Generic 公司的库存水平，R&D 公司的库存水平消降进度慢于这些公司的预期。Generic 公司在大体量市场的市场份额成长比较明显。

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	2025 年 4 月 27 日