

证券代码：002539

证券简称：云图控股

成都云图控股股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-011

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
活动参与人员	中信证券、中泰证券、国金证券、兴全基金、申万菱信基金、海创基金、富国基金、天弘基金、大成基金、国寿安保基金、银华基金、德邦基金、工银瑞信基金、华泰资管等机构人员
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 陈银
时间	2025 年 7 月 17 日上午 10:00—11:30 2025 年 7 月 17 日下午 14:00—15:00
地点	云图控股会议室
形式	现场调研
交流内容及具体问答记录	1、简要介绍公司产业链一体化情况以及未来的战略方向。 答：多年来，公司秉承“资源+产业链”的发展战略，重点围绕复合肥上游氮、磷进行布局，打造产业链一体化建设，构筑可持续竞争壁垒。 （1）氮肥产业链：依托盐矿资源，打造“盐—碱—肥”完整产业链，布局合成氨、氯化铵、硝酸铵等氮肥原料，并延伸了工业盐、纯碱、硝酸钠等产品。未来随着湖北应城、广西贵港合成氨项目建成投产，公司将补齐尿素原料缺口，基本实现氮资源自给自足，筑牢低成本护城河。 （2）磷肥产业链：依托磷矿资源，建成湿法磷酸和热法磷酸产业链，其中湿法端的磷酸分级利用，覆盖湿法磷酸、精制磷酸、工业级磷酸一铵、水溶性磷酸一铵、农用磷酸一铵、复合肥等产品，并拓展至新能源材料磷酸铁产品；热法端重点延伸了黄磷等磷化工产品。未来依托

磷矿的建设和开采，加快推动磷产业链向精细化、高附加值领域延伸，持续打开增长空间。

综上，公司将继续夯实氮、磷产业链，赋能成本优势和市场扩张，做大做强复合肥主业。

2、公司全国基地布局情况及其竞争优势。

答：公司秉持“靠近资源、靠近市场”的原则，目前已在长江沿线布局了湖北应城、荆州、宜城和四川雷波基地，在东北的辽宁铁岭、黑龙江佳木斯和肇东，中部的河南宁陵、山东平原，西部的四川眉山、新疆昌吉均建有生产基地，基本实现全国产能布局。目前，公司在广西贵港、新疆阿克苏基地正在筹建中，重点辐射华南地区、东南亚地区以及南疆市场。此外，公司还在马来西亚设有基地，保障东南亚市场的稳定供应。综上，公司依托基地的区位优势和资源禀赋，既能保障原料稳定供应与成本优势，又能快速响应市场需求，支撑公司业务稳步发展。

3、公司应城合成氨项目的建设内容和最新进展，投产后会给公司带来的综合影响？

答：公司应城基地 70 万吨合成氨项目，配套建设 60 万吨水溶性复合肥、40 万吨缓控释复合肥、150 万吨精制盐等产线。目前，本项目已进入加速落地阶段，主体结构已经完工，设备采购全部到位，正在有序开展设备安装及配套设施建设。

本项目采用业内先进的工艺技术，升级打造“盐一碱一肥”全产业链。降本增效方面，不仅解决了氮肥原料缺口问题，还能够实现资源的高效利用和循环回收，降低各项能耗和综合成本，提升公司产品的盈利水平和市场竞争力。产业链方面，可扩大公司产业规模，优化产能结构，增强公司产业链之间的协同效应，为公司注入持续增长动能。

4、雷波磷矿开采规模有多少？何时能投产？公司对磷矿石未来走势的看法？

答：公司在四川省雷波县拥有三宗磷矿，目前阿居洛呷磷矿和牛牛寨东段磷矿已取得采矿权，其中阿居洛呷磷矿在建 290 万吨/年采选工程，巷道掘进及配套工程正按计划推进中；牛牛寨东段磷矿正在开展 400 万吨/年采选方案的优化设计，以期进一步提高磷资源利用率及项目效益；牛牛寨西段矿区“探转采”手续尚在推进中。

磷矿属于稀缺性的矿产资源，近年下游磷肥、磷化工以及新能源等

	领域对磷矿石的需求持续增长，而市场供应受到环保限采、资源整合和开采成本等因素制约，磷矿石长期供需格局趋紧。未来，公司雷波磷矿顺利开采后，将优先保障自用需求，就近满足黄磷生产所需，并通过水路运到湖北荆州、宜城和广西贵港基地，为磷复肥、磷酸铁等产品提供稳定原料供应，从而实现磷资源高效转化，降低公司的生产成本，打开增长空间。此外，公司将结合市场情况和自身经营计划，审慎考虑自用和外售的比例，力求效益最大化。 5、国家粮食安全政策下，复合肥刚性需求稳固，公司复合肥的销售情况如何？未来复合肥的增量有多大？在激烈的市场竞争中如何实现？ 答：2025 年一季度，公司依托全产业链优势以及渠道整合、市场营销与产品升级等多方布局，复合肥主业保持稳健增长，二季度销售情况请以公司后续披露的半年度报告为准。 当前，在国家深入推进粮食安全、农业规模化加速的背景下，复合肥作为粮食的“粮食”，我们坚定看好行业未来的发展，并重点从夯实产业链优势、产品升级提效、渠道服务赋能等方面布局，为公司复合肥未来增量奠定基础。一是强化产业链优势，依托合成氨、磷矿开采等在建项目，完善氮、磷产业链布局，提升原料自给能力，强化产业协同、成本优势和规模效应，增强复合肥的盈利韧性；二是推进产品结构升级，紧跟农业发展与控量增效政策，通过增效技术研发和新型肥料布局，提升产品差异化竞争力；三是深化渠道与服务体系，依托国内近 6,000 家经销商、10 万家终端网点的营销网络以及自建的东南亚营销团队，加快推进渠道下沉，帮扶经销商做大做强，并通过测土配肥、种植方案等农服赋能，增强客户粘性，强化品牌溢价能力，带动公司复合肥市场份额稳步提升。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无