

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：2025-004

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 ☒电话会议 ☐其他：（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	申万宏源证券 马昕晔 李绍程；上海原泽私募 王家晨；上海度势投资 顾宝成；鹏华基金 范晶伟；工银瑞信基金 易帆；上海宽远资产 舒启航；长江证券 魏邈；交银施罗德基金 何雄；南方基金 王芝文；汇丰晋信 姬静远；宝盈基金 侯星宇；银河基金 陈凯茜；富国基金 张啸伟；泰康资管 王卓夫；人寿资产 赵文龙；太平基金 夏文奇；兴业资管 徐莹莹；中信证券 孙臣兴；华安基金 王晨；富国基金 黄彦东；太平洋人寿 王卫华；华商基金 黄露禾；长江证券 王明；西部证券 孙维容 李妍；平安资管 陶阳；递归私募 于良涛；中信资管 魏巍；东海基金 张元涛；银华基金 于蕾 唐泽辉；中信保诚基金 姚思洲；光大证券 刘勇；汇丰晋信基金 叶繁；常春藤 胡肖；碧云资本 钟强；诺安基金 周小琪；世纪证券 唐芳；海南盛熙私募 谢丙东；杭银理财 刘艾珠；国金证券 陈屹 杨翼荣 任建斌；国海证券 李永磊 董伯骏 李娟廷；建信基金 张湘龙；广东睿璞投资 郑劼；鹏华基金 王云鹏；环懿私募 杨伟；霄沣投资 尹霄羽；中原英石基金 赵梓峰；生命保险资管 李燕玲；博时基金 王冠桥；九泰基金 林柏川
时间	2025 年 8 月 21 日至 2025 年 8 月 22 日
地点	电话会议
公司接待人员姓名	董事会秘书胡照顾、财务总监陈桂芳、证券事务代表陈钊
投资者关系活动主要内容介绍	1.介绍公司 2025 年上半年整体经营情况。 公司上半年整体实现了稳健增长，营业收入达 63.91 亿元，同比增

长 12.66%，归母净利润 6.07 亿元，同比增长 18.9%，产品总销量 214.49 万吨，同比增长 12.4%，其中复合肥销量 200.41 万吨，同比增长 9.68%。从核心板块来看，复合肥业务一季度东北春季肥集中发货表现强劲，二季度虽销量略有下降，但通过在东北市场维持价格稳定、未实施保价政策，有效保障了毛利水平，同时渠道下沉至村级终端、高毛利核心产品占比提升，进一步夯实了盈利基础。磷化工板块呈现显著改善，松滋新材料公司 4 月起实现盈利，上半年大幅减亏，其磷酸产能利用率已达设计水平且可超产 20%；参股的松滋宜化在 6 月出口政策放开后业绩回升，二季度业绩贡献增加；承德黎河肥业虽受硫酸供应不足影响产能利用率约 60%，但通过优先生产高毛利的磷酸一铵维持运营，整体二季度磷化工板块对利润的贡献较一季度明显提升，与复合肥业务形成季节性互补。新兴业务中，园艺肥延续高增长态势，通过扩充种苗、阳台工具等套餐产品组合，叠加电商渠道直播运营发力，回购率大幅提高，品牌在城市园艺市场优势凸显。财务层面，去年同期的资产减值今年无此类支出，虽利息收入有所下降但整体实现对冲，公司还首次尝试中期分红，账面现金储备充足，现金达 41.89 亿元，为后续发展提供坚实支撑。总体而言，公司上半年通过主业深耕、板块协同及新兴业务拓展，夯实了增长基础，产业链竞争力持续增强。

2.二季度利润增长的具体来源是什么？复合肥、磷肥、磷化工三块业务的利润占比情况如何？

二季度公司利润增长主要来自松滋新材料公司同比减亏约 7000 万元、去年同期公司计提的 4000 万元资产减值今年无此类支出，以及磷化工板块在 6 月出口放开后盈利改善。利润占比呈现季节性差异，一季度复合肥业务贡献更大，二季度磷化工板块（如松滋宜化出口放量、松滋新材料盈利）贡献提升，公司整体保持“一季度复合肥强，二季度磷化工补位”的格局。

3.复合肥毛利持续提升的原因是什么？

公司复合肥毛利持续提升的核心原因包括三方面，一是产品结构优化，公司高毛利核心产品占比提升；二是原料把控能力增强，公司钾肥

直供量增加，氮磷原料价格波动周期把控精准，成本端同比降低；三是渠道与定价策略有效，公司在东北市场未降价、不保价，终端价格稳定，避免利润让渡，渠道下沉减少中间环节，资金周转率提升。

4.上半年复合肥销量是多少？同比是否增长？全年销量目标是多少？达成路径是什么？

上半年公司复合肥总销量 200.41 万吨，同比增长 9.68%，其中一季度因东北春季肥集中发货增速较高，二季度销量略降但毛利稳定。公司全年目标 360 万-370 万吨，达成路径是坚持“销量+利润”双考核，不盲目降价冲量，聚焦高毛利产品，通过渠道下沉和终端价格管控保障增量。

5.复合肥在哪些区域增速较快？通过什么方式实现这些区域的销量增长？

公司复合肥在东北、西北区域增速较快。东北市场上，公司通过稳定价格、未保价策略，在旺季末实现抢货周期，清库存同时保毛利；西北市场依托新增耕地和设施农业需求，公司通过推广高毛利水溶肥、液体肥，以及渠道下沉至村级终端实现增长。

6.常规复合肥与新型复合肥的销量占比分别是多少？核心产品（如高含量低氯产品）的销售增速如何？

按广义定义，公司新型肥料占比已超 50%；按公司产品口径定义，公司核心产品销量占比约 31%，增速与公司整体复合肥销量增长基本同步，略高于普通产品，因其在东北、西北高端市场需求稳定。

7.复合肥行业龙头企业市占率提升的趋势能否延续？未来 1~2 年市占率的展望是什么？

公司作为复合肥龙头企业，市占率提升趋势将延续。未来 1~2 年，公司市占率有望进一步提高，因中小企业受原材料波动应对能力弱、渠道下沉不足、环保成本上升等影响持续退出，而公司通过产能布局、渠道深耕和产品优势抢占份额。

8.这两年复合肥中小企业的盈利情况如何？退出市场的原因是什么？

复合肥中小企业盈利普遍较差，近年退出明显，主要原因包括原材

料价格剧烈波动时中小企业采购和库存管理能力不足、渠道下沉不足导致终端价格管控混乱、保价政策导致利润亏损，以及环保、安全合规成本上升挤压其生存空间。

9.公司渠道下沉的进展如何？如何通过渠道优化提升销售效率？

公司渠道下沉已推进至砍掉乡镇二级商，直供村级终端，东北市场渠道最成熟，西北市场部分地区布局较好。公司通过信息化系统、业务团队深耕终端，减少货物周转环节，提升资金周转率和运输效率，同时统一终端价格避免串货，保障经销商利润。

10.松滋新材料公司、承德黎河肥业等子公司的产能利用率是多少？目前开工情况如何？

松滋新材料公司磷酸已达设计产能，可超产 20%，精制磷酸、磷酸一铵保持较高负荷；黎河肥业受硫酸供应不足影响，产能利用率约 60%，优先生产高毛利的 58%/60%磷酸一铵，通过“以磷酸定产”保证运营。

11.松滋产的工业级磷酸一铵是否自用做水溶肥？上半年磷酸一铵销量同比净增加多少？

松滋产工业一铵部分自用生产水溶肥，尤其是西北市场需求大的五六月份。上半年公司磷酸一铵销量为净增长，去年同期松滋基地尚未规模化生产，今年新增量主要来自松滋新材料公司。

12.公司磷酸铁装置的运行情况如何？

公司 5 万吨磷酸铁生产线尚未投产，原因是当前磷酸铁下游企业普遍亏损，账期长达 3 个月以上，故公司优先保障高毛利产品生产，暂不启动磷酸铁产线。

13.年初采购的低价钾肥库存还有多少？钾肥的采购渠道及保供情况如何？

公司年初采购的低价钾肥库存已消耗完毕。公司采购渠道包括国内盐湖钾肥、老挝钾肥及部分贸易商，其中与亚钾国际建立了固定直供合作，保供能力优于多数同行，采购价格低于市场价，保障了钾肥稳定供应。

14.磷矿、硫磺、钾肥等原材料的价格未来走势如何？对公司成本的

影响是什么？

磷矿短期因新增产能少、价格偏紧，1~2年后随新矿投产，磷矿价格或回落；硫磺因炼油副产减少价格坚挺；钾肥9-10月进口到货增加后价格或小幅下降。整体来看，公司原材料成本压力将逐步缓解，尤其钾肥供应改善后，复合肥成本端更趋稳定。

15.园艺肥增速快的具体原因是什么？产品组合的销售情况如何？

公司园艺肥增速快因品类扩展至种苗、阳台工具等套餐产品，形成协同销售；依托电商渠道发力直播和多平台运营，回购率大幅提升。产品组合中，肥料与种苗、工具搭配销售效果显著，尤其在城市阳台园艺场景需求增长明显。

16.园艺肥未来的规模展望是什么？“史丹利严选IP”的整体规划是什么？

公司园艺肥未来将维持高增长，目标成为细分领域头部企业。“史丹利严选IP”聚焦创新型园艺场景，公司通过扩充品类、加大电商流量投入和售后服务优化，打造品牌知名度，暂无明确规模目标但增速领先行业。

17.公司中期分红及年度分红的规划是什么？未来分红比例是否会维持稳定？分红频次是否会增加？

公司中期分红为首次尝试，金额较低；年度分红比例预计稳定在30%左右，总额取决于全年业绩。未来公司或增加分红频次，若无重大并购项目，分红比例不会下降，保持稳定分红。

18.公司账面现金储备情况如何？这些资金的主要用途是什么？

公司账面现金储备合计41.89亿元，涵盖货币资金、交易性金融资产、一年内到期的非流动资产等科目。资金主要用途包括维持日常运营、支撑分红、储备并购资金，公司长期保持40亿元左右现金水位以保障稳健运营。

19.未来3年公司的核心增长点是什么？

公司未来3年核心增长点，一是复合肥市占率提升，通过挤压中小企业份额、渠道下沉至村级终端实现；二是磷化工板块延伸，扩大精制磷酸、磷酸一铵出口，提升松滋基地盈利水平；三是氮钾资源布局，争

	取钾肥直供配额，寻求氮肥头部企业产能合作，逐步补齐原料短板，增强产业链协同。
附件清单	无
日期	2025 年 8 月 25 日