股票代码：603395

股票简称：红四方

中盐安徽红四方肥业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2025-001

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司 2024 年度暨 2025 年第一季度业绩说明会的全体投资者
时间	2025 年 5 月 27 日（星期二）15:30-17:00
地点	上海证券交易所上证路演中心（网址： https://roadshow.sseinfo.com/ ）、 价值在线平台（网址： https://eseb.cn/1o8vCL7iH1m ）
公司接待人员姓名	董事长：陈勇 独立董事：魏朱宝 财务负责人：陈庆年 董事会秘书、总法律顾问：邹斌
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 问：高管您好，能否请您介绍一下本期行业整体和行业内其他主要企业的业绩表现？谢谢。</p> <p>答：2024年，国内尿素市场价格波动较大，特别是2024年四季度以来，尿素产品市场价格受行业产能的增长、出口政策、市场环境等多重因素影响持续低迷。受原料价格、供需关系等因素影响，复合肥行业产品价格出现波动，全年呈现出稳中有降趋势。</p> <p>2. 问：高管您好，请问您如何看待行业未来的发展前景？谢谢。</p> <p>答：（1）产能集中化、行业整合大势所趋</p> <p>随着农业现代化进程的推进，规模化种植对化肥产品质量、应用效果、</p>

供应能力和配套的农化服务提出了更高的要求，质量好、效果佳、品牌卓越、规模较大的优势诚信企业有望进一步提升其市场份额，产能集中度会越来越高。竞争的白热化将推动行业走向整合，并购、合作将成为行业新常态。

（2）产品差异化、新型肥料是产品升级的方向

大力发展新型功能性肥料，是复合肥行业转型升级和结构优化的重中之重，也是国家政策和市场需求的发展方向。随着农产品消费升级、农业种植结构改变、农业产业化和规模化、机械化施肥、土地流转加快、土壤环境恶化，我国复合肥产品结构正在快速转变，从常规复合肥为主向高效化、专用化、功能化、精准化的新型肥料延伸，尤其是聚焦土壤改良、控量增效、全面营养、环保友好方面的新型功能性肥料，认可度和使用量逐年增加，化肥利用率也随之提升。随着国家持续加大政策支持和农户理性用肥的意识提高，未来功能性新型肥料将迎来强劲的发展势头，也将成为复合肥企业产品研发和持续优化的主要方向。

（3）环保政策收紧推动行业绿色发展

2020年中央持续开展环境保护督察“回头看”和大气污染问题专项督察，全国各地持续深入“三磷”整治并陆续启动非法违法“小化工”专项整治，加之“双碳”战略和2021年复合肥料新国标的实施，行业准入条件及环保标准将不断提升，很大程度上改善了环境污染、肥料造假、高耗能、高排放等突出问题，引导化肥行业加快提质增效和转型升级，促进高质量发展和良性竞争。未来绿色低碳发展将是化肥化工行业的主旋律，拥有环保优势、资源优势的化肥企业更具竞争力。

3. 问：请简述一下公司的行业地位。

答：经过多年发展，公司目前已在安徽合肥、湖南醴陵、湖北随州、吉林扶余建设有生产基地，具有尿素30万吨/年、各类复合肥250万吨/年、水溶肥5万吨/年、硫酸钾5万吨/年的生产能力，根据中国磷复肥工业协会统计数据，2024年公司复合肥产销量行业排名第10位，位列全国复合肥行业前列。

4. 问：公司2025年要落实的业绩是什么，又用何种策略去推动？

答：公司在2025年计划销售各类复合肥146万吨，销售各类氮肥13万吨，实现营业收入39亿元。公司将持续加强日常管理，提升安全环保管理水平，增强科技创新，提升价值创造新动能；坚持精益求精，打造智能制造新高地，提高经营质量；同时，开展降本增效，推进深化改革，激发企业活力。

5. 问：高管您好，请问贵公司未来盈利增长的主要驱动因素有哪些？谢谢。

答：2025年，公司将持续加强日常管理，提升安全环保管理水平，增强科技创新，提升价值创造新动能；坚持精益求精，打造智能制造新高地，提高经营质量；同时，开展降本增效，推进深化改革，激发企业活力。

6. 问：请介绍公司专利情况及科技创新成果？

答：2024年有效专利102件，其中发明专利19件，实用新型专利78件，外观专利5件。2024年申请专利42件，其中发明专利8件（包含国外PCT发明专利1件），实用新型专利14件，外观专利20件。2024年授权专利8件，其中发明专利2件，实用新型专利6件。2024年获安徽省科技进步一等奖、二等奖，获2项安徽省科技成果评价，2项安徽省新产品。

7. 问：目前公司的化肥产品具备哪些优势？

答：公司目前已形成常规复合肥、作物配方肥、新型特种肥料（包括缓控释肥、控失复合肥、各种功能性增效肥料、水溶性肥料等）、氮肥（尿素、脲铵氮肥和农用硫酸铵）等多个系列500多个规格，产品总养分从25%到57%，可以满足全国主要种植区不同环境、不同土壤条件下不同作物的施肥需求。

8. 问：高管您好。请问贵公司本期财务报告中，盈利表现如何？谢谢。

答：2024年，实现营业收入3,485,468,401.19元，同比下降10.62%。实现归属于上市公司股东的净利润93,166,849.61元，同比下降41.16%。2025年第一季度营业收入完成918,944,729.33元，同比增长了20.10%；归属于上市公司股东的净利润21,132,304.84元，与去年同期基本持平。

9. 问：品牌效应对于产品推广作用巨大，公司目前具备哪些品牌优势？

答：“红四方”商标是中国驰名商标。公司积极部署“1+2+N”多品牌战略，加快细分产品品牌建设，目前“美福”“红色劲典”已与“红四方”

形成良性互补发展格局。公司各品牌稳步发展，客户群体稳定，客户满意度和品牌知名度不断提升。公司较好的品牌美誉度和农化服务，有助于产品推广与市场开拓，进而提升自有品牌产品的市场占有率。公司品牌建设案例《红色根脉“三农”情怀》入选国务院国资委2020年度中央企业品牌建设“社会责任”类典型案例名单。公司连续多年冠名中华合作时报社、中国农资传媒联合中国农资流通协会共同开展的“红四方杯”全国百佳(优秀)农资经销商推选活动，长期与《农资导报》联合主办“红四方杯”中国好肥料评选活动，积极为农民推荐优秀的农资产品，弘扬农资行业正能量。

10. 问：公司募投资金中有关提升产能的项目目前有何进展？

答：公司募投项目“扩建20万吨/年新型增效专用肥料项目”已于2024年底投产，“扩建5万吨/年经济作物用专用优质钾肥及配套工程项目”于2025年3月投产。

11. 问：请对公司2024年主营产品的销量产量进行说明。

答：2024年，公司尿素生产345,227.09吨，销量176,425.90吨；复合肥(含脲铵氮肥、水溶肥、硫酸铵)生产1,257,188.08吨，销量1,289,246.23吨。

12. 问：公司在新产品和新技术研究方面有什么新进展？

答：2024年，公司新开发改性聚天门冬氨酸复合肥料、褐藻寡糖复合肥料、海藻多糖复合肥料、新型稳定性肥料等产品。开展肥料抑制剂应用关键技术研究、改性聚天门冬氨酸在不同肥料生产工艺上应用技术研究、国家盐碱地综合利用技术研究。

13. 问：请详细介绍公司目前的产能布局及其特点？

答：公司具有尿素30万吨/年、各类复合肥250万吨/年、水溶肥5万吨/年、硫酸钾5万吨/年的生产能力，在安徽合肥、湖北随州、湖南醴陵、吉林扶余建有生产基地，辐射区域市场覆盖华东、华中、华南、华北、东北等主要产粮区。

14. 问：今年一季度公司业绩如何？变化原因是什么？

答：公司今年第一季度营业收入完成918,944,729.33元，同比增长了20.10%；归属于上市公司股东的净利润21,132,304.84元，与去年同期基本

持平。主要系本期复合肥产品销量较上年同期增加所致。

15. 问：介绍下公司2024年业绩下滑原因？以及整体运行情况？

答：2024年，实现营业收入3,485,468,401.19元，同比下降10.62%。实现归属于上市公司股东的净利润93,166,849.61元，同比下降41.16%，主要原因系公司氮肥产品受市场价格下调影响，公司产品单位毛利下滑导致。2024年，聚焦主责主业，抓住粮食安全、乡村振兴等市场机会，推进战略新兴产业发展，加快产品结构调整，深化企业改革，公司整体生产经营稳定。

16. 问：2024年全年及2025年Q1营收、净利润是否受化肥/化工行业周期影响？

答：2024年度，公司营收及归母净利润下滑，主要原因系公司氮肥产品受市场价格下调影响，公司产品单位毛利下滑导致。2025年第一季度营业收入完成918,944,729.33元，同比增长了20.10%；归属于上市公司股东的净利润21,132,304.84元，与去年同期基本持平，主要系本期复合肥产品销量较上年同期增加所致。

17. 问：长期股东回报计划是否会调整分红比例？

答：公司高度重视股东回报，将通过持续优化经营业绩、强化竞争优势，实现企业可持续发展，为投资者创造长期价值。如后续涉及分红计划，公司将严格遵循监管要求，并及时履行信息披露义务。

18. 问：行业集中度提升趋势下，公司并购重组计划是否明确？

答：公司将聚焦主责主业，结合国内农业发展方向和化肥行业发展趋势，通过内延发展、外延扩张等方式积极推进并购重组等资本运作事项，强化主业和完善产业链，提升公司高质量发展水平。关于并购重组计划事项，请以公司在指定信息披露媒体披露的相关公告为准。

19. 问：2024年市场波动还是挺大，公司在市场营销方面做出了哪些准备？

答：公司坚持市场导向，加强产销的各基地协同。2024年，针对市场持续波动，公司充分发挥多基地协同作用，进一步强化产销一体化协同；持续推进营销创新，通过会销和试验示范量化考核机制，并利用“线上+

	<p>线下”方式举办销售促进会、开展客户会销活动等方式，有效拓宽渠道和市场需求；针对不同的区域市场和市场需求，积极开展“三帮助，三提升”及其他有针对性的营销活动，进一步激发市场活力。坚持品牌引领，持续推进“1+2+N”的品牌战略落地，坚持“会销+直播+短视频”的品牌推广方式，持续提升品牌形象和影响力。创新农化服务模式，提升服务现代农业能力，与全国农技推广中心深化合作，促进农化服务、技术推广和产品销售高度融合，构建“服务+技术+营销”一体化营销组织体系。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及未公开披露的重大信息。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>