

证券代码：301035

证券简称：润丰股份

编号：2026-002

## 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	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____	
参与单位名称及人员情况	交银施罗德 杨金金、张明晓；                                      中庚基金 陈涛、刘晟； 远信投资 黄垲锐、谢振东、周伟锋； 招商基金 陈海波、李毅、孙麓深、王婧、赵宗原； 巨杉资产 齐东超、王黛丝、王慧娟；                              天风证券 唐婕； 仁桥资产 唐博文、夏俊杰；    西南证券 高望集、钱伟伦； 东方证券 万里扬；    国海证券 杨丽蓉； 申万宏源 李彦宏、屈玲玉；    国泰海通 李智； 景顺长城基金 范顺鑫；    长城基金 李金鸿； 中信证券 孙臣兴；    汇丰前海证券 黄倩； 中金公司 李唐懿；    光大证券 朱成凯； 中金资管 陈琛；    国泰基金 曾彪、钱晓杰； 中邮基金 吴尚；    华能信托 李亚东、王浩宇； 上海承周资产 王正清；    长江证券 王明； 方正证券 张汪强；    东北证券 沈露瑶； 云南信托 王昊；    富国基金 胡靓、孙国铭； 华安证券 韩浩然、王强峰；    摩根基金 侯杰、刘振邦； 国金证券 陈屹、卢文彬、王明辉；                                      汇添富基金 刘高晓； 国信证券 王新航；    南方基金 李心宓； 太平洋证券 王海涛、王亮；    浦银安盛 吴頔； 华夏未来资本 荣景昱；    中国银河证券 王鹏； 博时基金 陈鹏扬；    武汉谷启资产 张冲； 深圳前海君安资产 卢晓冬；    兴业证券 李思桐； 财通资管 毛鼎、宋金洋；    国新证券 李彬； 嘉实基金 宋雪莹；    深圳润远私募基金 潘波； 渤海证券 陈云；    睿远基金 崔文琦； 华创证券 邹骏程；    盛宇投资 邬胜波； 建信保险资管 班培琪；    融通基金 李可； 华泰资产 杨林夕；    鑫巢资本 范承杰；	

	<p>世纪证券自营 陈峰； 璞桥资产 牛明俊； 北京富智阳光投资 李晓迪； 深绎基金 郝芯； 明亚基金 何明； 泰康保险 王卓夫； 中泰证券 刘梦岚； 森锦投资 黄裕金； 宏道投资 师成平； 中银国际证券资管 陈冠雄； 杭银理财 刘艾珠； 大家资产 李远哲； 北京沃虎基金 易千； 深圳尚道投资基金 陆伟； 华福证券 孙范彦卿、魏征宇； 橡果资产 魏鑫等机构和个人。</p> <p>双安资产 郭紫奇； 鹏扬基金 梁君岳； 和谐健康保险 徐晨迪； 三商资产 白福浓； 环球富盛理财 庄怀超； 人保养老 刘树德； 光大自营 刘勇； 弘毅远方 艾熊峰； 国源信达 王雨喆； 国都证券 王双； 淳厚基金 廖辰轩； 昆仑保险 周志鹏； 上海峰境基金 潘峰； 华泰自营 苏淼； 信达澳亚 孙鹏程、邹运；</p> <p>本次共有 80 多家券商和投资机构的研究员、基金经理参加在线交流会，参会人员共计 110 余人。</p>
时间	2026 年 4 月 28 日 9: 00-11: 00
地点	在线会议（腾讯视频会议）
上市公司接待 人员姓名	<p>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</p>
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p>会议主要交流内容：</p> <p>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。</p> <p>董事长王文才先生简要汇报了 2025 年度和 2026 年第一季度公司经营情况，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：</p> <p><b>一、请简单介绍下中国农化产品的出口状况？</b></p> <p>答：</p> <p>根据中国海关编码 3808 项下的统计数据，有如下信息分享：</p> <p>1、出口数量：</p> <p>2025 年 1-12 月 3808 项下总出口数量同比增加 15.37%；</p> <p>2026 年 1-3 月 3808 项下总出口数量同比增加 14.46%；</p> <p>查看过去三年中国海关编码 3808 项下的统计数据，2023 年出口数量</p>

同比增加 10.53%，2024 年同比增加 30.03%，2025 年同比增加 15.37%。可以感知到即便在大家均认为的 2022 年行业周期顶部之后，2023、2024、2025 这三年每年的中国海关编码 3808 项下的总出口数量依旧保持逐年强劲增长势头，这既说明了中国农化产业所具备的突出竞争优势，也说明了市场刚性需求稳固且偏旺。

2、出口金额：

2025 年 1-12 月 3808 项下总出口金额同比增加 13.14%；

2026 年 1-3 月 3808 项下总出口金额同比增加 14.36%；

3、出口平均单价(美金/Kg)：

2025 年 1-12 月 3808 项下月度平均出口单价从 1 月的 USD2.87/Kg 上行至 12 月份的 USD3.05/Kg，全年平均出口单价为 USD2.89/Kg (2024 年全年平均出口单价为 USD2.96/Kg)，同比全年出口平均单价仅下降 0.34%，基本持平。

2026 年 1-3 月 3808 项下月度平均出口单价从 1 月的 USD2.86/Kg 下降至 3 月份的 USD2.60/Kg，2026 年一季度平均出口单价为 USD2.74/Kg (2025 年一季度平均出口单价为 USD2.76/Kg)，基本持平。

4、出口平均单价的同比变化幅度已经不大，大部分产品价格已经底部企稳。

**二、请介绍下 2025 年行业整体概况？**

答：

1、供需格局改善，价格底部企稳：中农立华原药价格指数 2025 年底为 71.44 点，同比跌幅收窄至 2.03%；72%跟踪产品价格同比下跌，但跌幅有限，市场整体趋稳。

2、行业景气度修复，龙头率先复苏：行业多数企业尤其是头部企业，2025 年运营业绩较 2024 年有所恢复或明显改善。

3、海外需求偏旺，刚性需求稳固：中国海关编码 3808 项下出口数据，印证全球市场需求正常偏旺。

4、部分重要市场存挑战：巴西、阿根廷等重要作物保护品市场，债务

违约风险持续上升，成为区域市场主要不确定因素。

### 三、请就 2026 年行业市场予以展望？

答：

1、地缘冲突影响：2026 年 2 月底美伊冲突冲击全球能源及化工产业链，推动作物保护品原药涨价，后续局势仍带来市场不确定性。

2、行业复苏与龙头优势：行业景气度持续修复，渠道库存回归正常、下游采购需求复苏，具备核心技术、全球渠道的龙头企业市场地位将巩固。

3、供应链韧性关键：地缘政治与贸易保护加剧下，精准库存管理、敏捷市场策略及快速响应能力成为企业核心竞争力。

4、非专利产品成长：原药价格回落凸显非专利产品性价比，叠加农产品价格回落，种植者偏好提升，其市场份额将加速增长。

### 四、评点下公司 2025 年全年和 2026 年一季度的财务数据？

答：

1、2025 年：营收 146.88 亿元（同比+10.47%，超 2022 年历史峰值）；毛利率 22.80%（+3.01 个百分点）；EBITDA 同比+48.32%，EBITDA 利润率 13.23%（+3.38 个百分点）；归母净利同比+132.07%。

2、2026Q1：营收 31.91 亿元（同比+18.80%）；毛利率 23.79%（+4.52 个百分点）；EBITDA 同比+69.35%，EBITDA 利润率 14.72%（+4.39 个百分点）；归母净利同比-35.61%，主因汇率波动（2025Q1 增利 1.63 亿元，2026Q1 减利 1.18 亿元）。

3、营收增长：得益于 Model C 业务、北美及欧盟市场拓展超预期，市场深耕成效显著。

4、毛利率提升：受 Model C、杀虫杀菌剂及生物制剂、北美/欧盟市场业务占比上升驱动。

5、EBITDA 利润率提升：毛利率增长叠加费用管控得力，管理费用增幅低于营收增幅。

## 五、公司 2026 年的经营展望如何？

答：

- 1、业绩目标：营收、毛利率、EBITDA 及归母净利均预计同比上升。
- 2、毛利率支撑：T0 C、杀虫杀菌剂及生物制剂、北美/欧盟市场占比提升，叠加全球高价值产品登记落地，驱动毛利率持续上升。
- 3、先进制造赋能：原药产品技术升级及新增原药投产，助力提升全球市场份额、改善毛利率。
- 4、运营质量改善：依托全球化管理体系建设，全球化运营能力及运营质量持续提升。
- 5、不确定性因素：汇率大幅波动、美伊冲突引发的地缘政治风险、多国贸易保护主义加剧，均可能影响公司经营。

## 六、请就公司 2025 年的经营进行下分析？

答：

- 1、四大战略增长方向推进超预期，其中：
  - 1.1、Model C 占比从 37.65%升至 43.44%，T0 C 业务毛利率从 28.99%提升至 31.68%。
  - 1.2、欧盟、北美业务营收占比从 9.75%升至 12.42%，高价值市场渗透增强。
  - 1.3、杀虫杀菌剂业务营收占比从 25.71%升至 30.15%，产品结构优化均衡。
  - 1.4、生物制剂拓展新市场，已在非、亚、美洲多国启动 Rainbow Bio 业务。
- 2、聚焦提质增效，优化全球营销网络：
  - 2.1、市场前线聚焦“重要差异化产品的成功商业化”与“品牌业务的建设”核心能力，强化战略执行。
  - 2.2、调整绩效导向，提升毛利率、税后净利、逾期账款及长期库存等运营质量指标考核权重。
  - 2.3、优化人才梯队，推行中方骨干驻外、海外关键岗位动态优化，Model

C 子公司采用“政委+团长”管理模式，公司全球化运营的文化自信显著提升。

2.4、Model C 子公司运营向好，持续贡献业绩。

2.5、2025 年新获登记约 1200 项，累计境内外农药登记证约 8900 项。

3、在研发创新支撑的先进制造工作方面正按照公司战略规划高质量快速推进：

3.1、原药合成：完成烯草酮、敌稗技术革新与产能提升，罗克杀草砒、氟吡草酮新原药项目投产。

3.2、制剂产能：投产杀虫杀菌剂固体制剂、SC 悬浮剂两个新车间，提升产线自动化、智能化水平。

3.3、制剂技术：推进 OD、SE、CS，ZC 等新型制剂产业化，攻克技术瓶颈，赋能精益生产。

3.4、选品规划：对 2035 年底前专利到期的所有重要活性组分进行了逐一评估，并从中筛选出约 30 个具有重要市场潜力的偏新活性组分，启动全球登记、研发及市场规划，抢占先机。

### **七、看到一季度 Model C 业务占比提升很高，主因是？**

答：

1、一季度 Model C 业务占比的提升主要得益于北美和欧盟市场的积极拓展与成长。

2、美国市场因本地化工厂的投资建设极大地助力了渠道伙伴关系的建立，渠道伙伴纷纷打开与我司的合作之门，业务成长速度较快。

3、欧盟市场登记高投入的特点导致市场竞争并不充分，渠道也多元化，登记获得之后寻找合适的渠道伙伴及业务拓展相对难度反而不大，伴随欧盟市场登记在更多国家的获得，业务成长速度较快。

**八、请问北美，欧盟市场的成长空间如何？公司在该两市场的成长处于啥阶段？对于公司毛利率改善如何？**

答：

1、这两个市场对于公司来说尚属于业务拓展成长的初期，未来成长可期。

2、美国市场于 2023 年末开始通过购买的少数大吨位产品登记而开始的业务，我司自己提交的大量产品的登记要到 2026 年三季度开始批量获得，正因此，美国业务目前虽营收增长快速，但因营收主要依赖于所购买的那几个大吨位产品的登记，故而美国业务现阶段毛利率并不高，伴随提交的更多登记申请的获批，未来业务规模和毛利率都将会稳定上行。

3、加拿大市场于 2024 年开始有序提交大量产品登记申请，预计 2026 年四季度将开始批量获得，至今加拿大市场我司尚未启动运营，伴随登记的获批，公司计划 2027 年启动加拿大市场的运营，未来加拿大市场的业务拓展会给公司业绩带来积极影响。

4、欧盟市场我司是自 2023 年构建登记团队，2025 年开始在不同国家有不同产品登记的获得，大量产品的登记在 2026-2027 年期间才开始获得，未来业务规模和毛利率也将会稳定上行。

5、北美、欧盟市场的特点是门槛高，基于丰富产品组合下的业务毛利率高，收款及汇率风险低，伴随北美、欧盟市场业务占比的上升，将会较好的改善公司现金流、毛利率等运营质量性指标。

**九、公司 Model C 业务占比未来提升的比例目标有吗？目标是朝着会业务占比 100%方向发展吗？**

答：

1、这个不会的，我司的市场策略的核心是构建全球性的最具吸引力的 Business Solution Platform 并坚持平台开放，大家也可以看到公司的使命是助力成长的最佳合作伙伴。但是很多人总是对于我司的市场策略有误读，总理解我司的目标是成为目前行业排名领先于我司的另一个某某公司，这不是我司的目标。

2、我司的 Model C 仅仅是该平台的伙伴之一，而不是唯一；正是基于该策略，我司会基于该平台的丰富而优秀的产品组合与更多优秀的市场伙伴展开 Model A/B 的合作，所以未来 Model A/B 尤其是 Model B 将持续成

为公司重要的业务组成，并且伴随该平台的概念被越来越多的市场伙伴所接受而乐意基于该平台展开合作的话，Model B 的业务占比在未来反而会再次上升。

3、我司 2025-2029 年战略规划中将提升 Model C 的占比做为四大战略成长目标之一，是因为平台的吸引力以及平台的概念都需要时间被更多的市场伙伴去接受，故而在目前战略规划期内我们将 Model C 业务占比的提升做为四大战略目标之一；但是伴随该平台越来越有吸引力，可能下个五年战略规划中我们会调整而将 Model B 的业务占比提升做为战略成长目标之一。

**十、公司报告说明中展示的 Model A/B 业务毛利率显著低于 Model C 业务毛利率，如果 Model C 业务的目标占比不是持续提高的话，那公司未来毛利率成长是否会受限？**

答：

1、Model C 业务毛利率高，费用也高，且运营中的类似应收账款、存货、当地币汇率波动等各种风险也高，毛利率高并不一定净利率就高。

2、目前 Model A/B 业务毛利率低，主要系 Model A/B 目前与市场伙伴所合作的产品主要还是偏同质化产品居多，伴随公司前瞻性的登记规划，未来会有更多差异化制剂产品，以及重要偏新产品的首访获证，丰富而优秀的产品组合会较好的改善 Model B 业务的毛利率。

3、伴随公司研发创新支撑的先进制造方面的持续进步，会有更多重要偏新原药产品的自产以及对现有原药产品的技术革新，这将不仅助力提升全球市场份额，还将助于 Model A 业务改善毛利率。

**十一、汇率波动对于公司业绩影响较大，请问公司对于降低汇率波动对于公司业绩影响方面采取了哪些措施？**

答：

1、公司海外业务收入占比一直在 95%以上，且业务分布全球 100 多个国家，汇率波动将持续对于公司业绩存在影响。

2、公司也一直在寻求采取各种有效的措施来降低汇率波动对于公司业绩带来的重大波动，但是至今也没有太有效的方式。

3、公司巴西子公司目前是采取近乎 100%的锁汇，本部今年也选择合适时机积极进行了美金兑人民币的远期锁汇，今年已安排锁汇 3.5 亿美金。

4、需要说明的是：远期锁汇等操作并不能降低汇率波动对于业绩的影响，是将公司的业务毛利率予以锁定。

## **十二、注意到公司一季度末存货金额上升较快，请问主因？**

答：

1、公司已经实施全面预算管理，在 2025 年 11 月完成了 2026 年的预算。

2、2025 年 12 月的时候我们认为大部分农药原药产品价格已经谷底，故而我们基于 2026 年度预算在 12 月到今年 1 月期间和供应伙伴签订了大量的采购合同。

3、美伊战争在 2 月底爆发，导致原油价格及中下游的化工原材料均上涨，为防止供应端的违约风险，我们将所签订的采购合同均予以积极提前进仓，并又基于市场行情安排新采购了不少产品。这导致了 3 月底存货金额较高，也导致一季度经营活动产生的现金流量净额下降较多。

## **十三、注意到公司一季度巴西业务占比同比下降很多，请问主因？**

**巴西业务会大幅度下滑吗？巴西市场的库存水平咋样？**

答：

1、目前巴西市场库存水平偏低。

2、公司一季度巴西业务占比下降较多，主要是巴西采购季推迟所致。美伊战争 2 月底突然爆发致各原药产品价格快速上涨，与巴西当地市场价格倒挂，导致巴西客户为下个季节的采购备货普遍犹豫并选择推迟采购，这是我司一季度巴西业务占比下降较多的主因。

3、查看了截至目前巴西在手订单，与去年同期比，TO C 业务同比金额增幅较大，TO B 业务同比金额也是增长。预计二、三季度会看到巴西业

务占比的回升。

**十四、美伊战争导致对于农化行业产品定价以及未来的经营业绩有何影响？**

答：

1、美伊战争突然在 2 月底爆发，而 3 月正是中国国内以及东南亚市场的备货旺季，成本的上涨叠加不能推迟的旺季需求，大多数原药产品生产商以明显高于成本的涨幅而上调售价并得以积极成交，这会有利于改善大部分原药生产商第二季度的业绩。

2、伴随中国国内及东南亚市场的备货旺季结束，加上美伊暂停战争，谈判持续，从 4 月中旬开始，可以感知采购端普遍开始犹豫，原药生产商也调低了利润期待，根据成本涨跌幅度来及时灵活调整售价，而不再采取大幅度高于成本涨幅的方式上调售价。

3、鉴于大部分原药产品的产能并未降低，大部分原药产品并不存在供应短缺，未来大部分产品的售价将很大程度上取决于成本，预计生产商对于每个原药产品定价的利润率基准也将回归到美伊战争前。

4、美伊战争至今，原油价格持续高位，大部分中下游化工品成本也因此都上涨，这当然会导致大部分原药产品的售价同比上涨，相信大部分原药生产商的营收和利润都将有所改善。

**十五、公司 2026 年毛利率各季度环比的趋势会如何？**

答：

预计 2026 年各季度毛利率将呈现环比上升趋势。

**十六、看公司的战略规划以及介绍，是不是意味着公司进入到了收获期？**

答：

我们先前介绍过，我们对于 2024 年的内部定义是在泥泞中前进，2025 年的内部定义为走出泥泞，基于前期的各项规划的落地，2026 年也应该开

始进入到正常的收获期了。

**十七、公司这次公告的分红比例比较高且十送三，是出于啥考虑？**

答：

我们对于未来几年公司的良好发展有信心，为积极回报广大投资者，公司将基于实际运营情况，持续加大分红比例，践行公司共享共赢的价值观。

**十八、中国制造的优势还能保持多久？中国农化行业的趋势如何？**

答：

1、实际上查看过去三年中国海关编码 3808 项下的统计数据，2023 年出口数量同比增加 10.53%，2024 年同比增加 30.03%，2025 年同比增加 15.37%。可以感知到即便在大家均认为的 2022 年行业周期顶部之后，2023、2024、2025 这三年每年的中国海关编码 3808 项下的总出口数量依旧保持逐年强劲增长势头。

2、我们也查看了过去三年印度农药出口的统计数据，印度过去三年农药出口金额则是下降的，中印之间的出口金额差距在过去三年是扩大了，而不是缩小了，这说明了中国农化产业所具备的突出竞争优势。

3、此外中国制剂的出口增速远超原药，说明国货精品正在被越来越多的全球客户所认可。我们认为中国农化产业制造的优势将持续被更加牢固，难以撼动。

4、关于中国农化行业的趋势，必然是朝着迈向产业价值链高地的方向发展：

4.1、研发创新端：未来研发创新不仅体现在对过专利期化合物的技术进步方面，还会类似于中国医药行业的创新药的成长路径，未来势必会有越来越多的创新化合物原创于中国。

4.2、渠道品牌端：未来必然会有越来越多的国货精品出海深耕，成长为区域，全球品牌。

**十九、请介绍下公司生物制剂的成长状况？**

答：

公司生物制剂目前在已有业务的国家成长的还不错，诸如在土耳其、北非、中美洲各国的成长都不错，目前存在的难题是如何提炼出适用的方法论以及构建优秀的团队以在更多的国家复制，应该说目前在全球大面积的推广复制的基础和能力还不具备，还需要时间探索与积累。

**二十、公司将提升北美、欧盟业务占比做为公司战略成长方向之一，但是欧盟禁限用了很多的活性组分且在持续禁限用更多的活性组分，公司在欧盟的业务发展是否会受此影响？**

答：

欧盟的禁限用政策确实对于农化品在欧盟区域的业务成长带来较大的影响，目前公司在欧盟的业务尚属发展初期，规模小，对于我司现阶段尚无影响，对于区域的跨国公司或运营较久已拥有较多产品登记的当地公司影响会大些。

**二十一、公司几次报告中都提到了文化自信，这块我觉得是不是对咱们来讲也是比较重要的一点，能不能再稍微展开分析一下？**

答：

1、公司的年报中将专业、专注、国际化的团队列为公司的核心竞争力之一，对于我们来讲，认为这可能是最重要的核心竞争力。

2、公司对于团队的文化自信这个词是这几年伴随团队成长才开始提的，我们总结下我们的海外市场拓展过程中，市场前线团队成员的成长变化经历了几个阶段：

2.1、2009 年最开始出海：出海之初为深入市场，就开始实施市场前线团队成员的严格驻外政策，要求成员每年驻外 9 个月，在这个阶段公司在阿根廷等国获得了登记，但是那个时候团队成员压根都不敢尝试在当地构建团队开展 Model C 业务。

2.2、2014-2015 年：伴随在不少登记门槛低的国家获得登记后无法找

到合适的 Model B 合作伙伴,开始有团队成员提出来既然无法开展 Model B,那咱们就开始 Model C!于是我们开始了在大约 10 多个国家启动了 Model C 业务。从不敢尝试到敢提出,是团队成员在目标国驻扎那么多年之后,少了陌生、无助、恐惧、多了对于目标国的本土认知和融入。

2.3、2015-2019 年:这期间这 10 多个 Model C 子公司开始运营期间可谓跌跌撞撞,这也是为何我们一直到 2020 年都没在新的国家启动 Model C 业务的原因。

2.4、2020-2024 年:在 2019 年我们研讨 2020-2024 战略规划期间,回顾上述 10 多个 Model C 子公司,发现大多数都经过初期的跌跌撞撞居然都已经发展良好,有的已经成长为了当地头部公司,团队成员信心大增,才开始将更多国家启动 Model C 业务纳入到 2020-2024 战略规划。

2.5、伴随更多 Model C 子公司的运营,因为公司全球化运营管理体系薄弱,子公司运营良好与否很大程度上取决于聘用的本土化总经理,有的子公司运营不佳,从 2023 年下半年开始,更多外派的中方团队成员主动请缨积极承担,我们也更换了多个运营表现不佳的子公司总经理为外派的中方团队成员,更换之后的子公司业绩都得到很大的改观,这极大增强了团队的自信。在干中学、学中干,公司成为了拥有共同价值观的优秀人才的最佳职业舞台。

2.6、从看到,知道到做到,中间有很长的一段路,这段路还可能耗时很长,可能还很有挑战,团队的文化自信不是靠培训出来的,是靠实战摔打磨出来的,也正是因此我们将专业、专注、国际化的团队列为公司的核心竞争力之一。

**二十二、最近中国农药同行自己研发的新化合物交给国外巨头销售的案例越来越多,贵司觉得自己何时能充当类似这种案例里国外巨头的这种角色?就是如何正确认知贵司的渠道价值,感觉国内投资者就是觉得渠道建设很容易没壁垒给不了估值?**

答:

1、我司团队目前能力还存在较大的差距,这也是为何我们在

	<p>2025-2029 战略规划期中将差异化产品的成功商业化能力列为期间需要打造的五项关键能力之一的原因。我们期待在 2029 年底之前团队能具备此能力，只有在具备该能力之后，我们才可能进一步去打造具备新化合物成功商业化的能力。</p> <p>2、关于国内投资者觉得渠道建设很容易，我还真不知道投资者是如何看待渠道建设的难易的，从我们自己的实践来看，海外渠道建设的壁垒真的不低，难度不小，这可能是国货精品出海最难也最耗时的一个壁垒。</p> <p>本投资者关系活动记录表中涉及的业务发展规划、预测是公司基于目前的行业、市场环境、经营情况制定的发展规划及作出的判断，并不构成业绩承诺，敬请投资者对此保持足够的风险意识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。</p> <p>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。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2026 年 4 月 28 日</p>