

证券代码：600299

证券简称：安迪苏

公告编号：2022-020

蓝星安迪苏股份有限公司

2022 年半年度主要经营数据公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

蓝星安迪苏股份有限公司（以下简称“安迪苏”或“公司”）根据上海证券交易所发布的《上市公司行业信息披露指引第十三号——化工》（2022 年修订）和《关于做好主板上市公司 2022 年半年度报告披露工作的通知》的要求，现将公司 2022 年半年度主要经营数据披露如下：

一、主要产品销售情况

营业收入分产品情况（按照同比口径）

单位：元 币种：人民币

分产品	主营业务分产品情况					
	营业收入	营业成本*	毛利率	营业收入比上年增减	营业成本比上年增减	毛利率比上年增减（%）
功能性产品	5,220,497,601	3,768,436,254	28%	26%	33%	减少 4 个百分点
特种产品	1,537,631,013	794,533,516	48%	0%	2%	减少 1 个百分点
其他产品	437,276,006	364,486,116	17%	48%	41%	增加 4 个百分点
合计	7,195,404,620	4,927,455,886	32%	20%	27%	减少 4 个百分点

各类产品销售收入影响因素分析：

单位：元 币种：人民币

与 2021 年半年度相比	销量因素	价格因素	外币折算因素
功能性产品	8,066,583	1,409,322,286	(337,493,316)
特种产品	(109,635,060)	165,572,205	(61,314,599)

2022 年上半年，安迪苏的营业收入（人民币 72 亿元，同比增长+20%）较上年同期取得强劲的双位数增长，毛利（人民币 22.7 亿元，按照同比口径，同比增长+8%）取得稳定增长，毛利率稳定在 32%的水平，主要归功于：

- 受蛋氨酸销售大幅增长的拉动，功能性产品销售取得强劲增长（+26%）；
- 对全线产品持续开展积极主动的价格管理；
- 特种产品方面：

- 单胃动物产品实现双位数的销售增长；
- 水产品实现双位数的销售增长；
- 中国反刍动物产品表现优异；
- 拉美、亚洲和中东区域的业务取得突出增长。

这些积极因素帮助安迪苏部分抵消了原材料、能源和运输成本大幅上涨带来的不利影响。

功能性产品

在蛋氨酸业务方面，液体和固体蛋氨酸均实现双位数的销售增长，帮助公司的蛋氨酸业务取得大幅销售增长（+44%）。

尽管面对原材料和能源采购的巨大挑战，欧洲工厂持续提升优化其生产运营的连续性，主要得益于公司与供应商签订的长期合约。此外，长期合约中的定价模式及其部分套期对冲机制使安迪苏能够部分消除原材料和能源成本大幅上涨对生产成本的不利影响。

南京工厂完成为期 45 天的大修完成后实现生产的高度稳定性，并迅速进入满产状态。南京工厂成本增长相对较低，利好整体业务表现。待南京液体蛋氨酸工厂二期项目（BANC2）投产后，进一步扩充的产能将为公司带来更加显著的成本竞争优势。

BANC2 按照计划的时间表和预算顺利推进，安全表现卓越（已实现超过 725 万小时无事故）。正式调试已全速开展，预计将在下月启动试运行。届时，公司在全球范围内扩充的产能将使安迪苏有更大的空间和灵活度优化产能分配，更好地管理原材料和能源的价格波动。

关于维生素业务，维生素 A 市场竞争加剧，销售价格大幅下跌；维生素 E 的销售价格仍然保持坚挺。大多数贸易维生素品类的销售价格虽然处于历史低位，但其对公司整体盈利水平的影响有限。

特种产品

2022 年上半年，特种产品业务市场需求疲软，主要由于：

- 1) 农产品原料成本上涨使下游客户的盈利水平承压；
- 2) 全球经济环境面临不确定性；
- 3) 某些区域受到疾病和经济活动中断的影响，例如美国疲软的市场需求以及欧洲爆发的禽流感疫情。

尽管如此，安迪苏的特种产品业务仍然在二季度重回增长轨道，毛利率呈上升趋势，主要归功于：

- 消化性能产品保持双位数的销售增长；
- 虽然美国奶业市场需求有所放缓，反刍动物新产品在北美市场的渗透率仍然继续提升，在中国和拉美市场的销售则实现强劲的双位数增长；
- 受到新产品罗酶宝 Phyplus、安泰来、喜利硒和健肠宝市场渗透率持续提升的拉动，营养促健康业务实现稳定增长；
- 水产品销售保持强劲增长，归功于主要产品线在各主要市场(例如：欧洲、亚太区、印度次大陆和拉美市场)销售均表现出色，取得强劲增长；
- 针对全线产品实行积极主动的价格调整。

安迪苏继续推行根据市场区域精简产品组合优化计划。饲料保鲜类及霉菌毒素管理类产品组合得到有效精简，使该业务尽量避免受市场波动和同质化的影响，并将精力专注于推广拥有更高价值的特种产品添加剂上。

安迪苏在欧洲和中国开展特种产品产能扩充及优化项目以支持业务增长、优化生产布局、增强成本竞争力和可持续性、并提升客户服务水平。

二、主要产品及原材料价格变动情况

1. 主要产品定价策略及价格变动情况

安迪苏的定价策略在全球、区域及国家三个层面上实施。全球定价策略由全球业务总监制定，而各区域业务经理的职责就是根据该区域具体市场情况及区域内各国的竞争环境调整并应用全球定价策略。

通过对于价格策略的适时评估和调整可以有效保障安迪苏与关键客户以最合适的价格签订合同，从而抓住实现利益最大化的机遇。安迪苏各项业务中很大一部分的合同是按季度定价的。

历史上蛋氨酸的价格波动一般受外因如自然灾害或动物疾病爆发以及行业竞争等因素影响。

行业内部竞争行为、扩张产能消息的公布以及新竞争者的加入等因素也会影响供需平衡。

维生素的定价环境主要受供求关系变化的影响。维生素 A 与维生素 E 产品主要应用领域是动物饲料。然而，维生素 E 也会受到人类食品、药品及化妆品市场波动的影响。

安迪苏产品的定价基本与市场价格情况一致，各地区可能会有所不同。在可能的情况下，安迪苏的定价中也会包含一定的溢价，以反映安迪苏向客户提供增值服务的价值。

2. 主要原材料的基本情况

单位:元 币种:人民币

原材料	采购模式	采购金额	价格变动情况	采购价格波动对公司经营成本的影响
丙烯 95%	长期合约	651,427,936	41%	增加经营成本
甲醇	长期合约	135,029,356	16%	增加经营成本
硫磺	长期合约	293,133,082	114%	增加经营成本

三、其它对公司生产经营产生重大影响的事件

无。

特此公告。

蓝星安迪苏股份有限公司董事会
2022年7月28日