

## 蓝星安迪苏股份有限公司

### 2024 年年度线上投资者沟通会及业绩说明会会议记录

#### 一、会议时间

公司于 2025 年 3 月 6 日分别组织召开了 2024 年年度线上投资者沟通会、业绩说明会。

#### 二、参与单位名称及人员姓名

部分参会机构名单详见附件清单。

重要提示：参会机构名单由组织机构提供并经整理后展示。公司无法保证参会机构单位名称的完整性、准确性，敬请投资者注意。

#### 三、公司接待人员

董事长兼总经理（CEO）：郝志刚先生

独立董事：刘昕先生

首席运营官兼副总经理：Frederic Jacquin 先生

首席财务官：Virginie Cayatte 女士

董事会秘书：蔡昀女士

#### 四、会议地点

Teams 线上会议。

#### 五、主要内容

公司就投资者普遍关注的问题进行回答。沟通内容如下：

##### 1. 公司中国和欧洲的生产产能分配情况以及每个生产平台对收入的贡献比例？

作为国际化企业，安迪苏向全球逾 110 多个国家或地区约 4200 名客户提供产品和服务。我们主要依托中国与欧洲的两大平台，灵活调配资源，为全球客户提供高效稳定的产品供应。我们的核心原则是最大化实现本地化生产：南京工厂作为安迪苏的重要生产基地之一，专注于服务中国市场及亚太地区；欧洲平台则主要为欧洲、中东及北美市场提供产品。对于拉丁美洲市场，我们根据生产实际情况和成本效益灵活选择供货来源。同时，得益于南京工厂生产运营高度的可靠性，我们在需要时也能够满足中东和欧洲市场的额外需求，或者随时灵活根据供应链整体端到端的成本优化全球供应链网络以达到最优成本。总体而言，公司以最大化本地化生产为核心原则，产品出口覆盖的地理范围和比例则根据全球市场价格和准入情况，供应链网络布局情况等诸多因素进行考量，以为安迪苏客户提供最优质、可靠和高效的服务为原则，从公司利益最大化角度来统一规划和调整。

##### 2. 根据行业研报等信息，国内仍需进口部分蛋氨酸，其进口缺口主要来源于

### 哪些方面？

国内进口部分蛋氨酸，这主要体现了该行业的市场行为和全球贸易的动态性。安迪苏作为全球领先的动物营养添加剂生产商，目前国内生产平台生产的液体蛋氨酸不仅满足国内市场的需求，也出口至海外市场，体现了公司在全球市场的广泛布局和影响力。中国作为一个庞大的消费市场，对各类营养添加剂包括蛋氨酸的需求持续增长。因此，国内市场需求需要部分通过进口来满足，这可以视为市场机制下供需双方在全球需求和供给之间的自然调节和资源配置的反映。

### 3. 国内蛋氨酸生产商是否以区域覆盖市场？

各个生产厂商都有其独特的市场定位和销售策略。在多元化的市场环境中，厂商们根据自身的优势、资源以及客户需求来制定相应的市场覆盖计划。同时，客户也拥有自主的采购策略，他们会根据产品的质量、价格、服务以及供应商的综合能力来选择合适的合作伙伴。

在市场布局上，安迪苏更注重与客户建立长期稳定的合作关系，作为动物营养添加剂领域的领先企业，安迪苏在国内市场，不仅为客户提供高质量的液体蛋氨酸产品，还注重为客户提供全方位的解决方案，包括但不限于精准营养分析、喷涂加料技术服务等，这种一体化的服务模式确保了产品的高效应用和客户体验的优化。对于客户来讲，产品供应的稳定和便捷以及客户服务的周到和专业都是其选择供应商的考虑因素，安迪苏凭借其80余年的动物营养专业的行业经验已经成为众多客户的首选供应商。

### 4. 蛋氨酸未来价格预期？

蛋氨酸作为大宗商品，其价格受市场供需情况的影响。从需求端来看，即便面临畜禽流行疾病和贸易壁垒等潜在风险，根据最新的数据表明，全球禽类与蛋类消费将继续稳定增长，预计2025年蛋氨酸需求增速仍保持在4%，同时预计液体蛋氨酸的增速将超过蛋氨酸行业的平均增速。从供应端来看，根据最近行业发展情况，部分企业产能开工率不足，新增产能或将延迟投放市场，以上可能导致蛋氨酸在短期内，尤其是2025年上半年供应端增量相对有限。因此，预计2025年供需关系相对稳定，蛋氨酸整体价格预计不会出现大幅波动，竞争格局预计将保持总体健康、基本平衡的状态。

### 5. 前面提到蛋氨酸市场增长大约为4%，从需求角度看，液体增长是否仍会高于这个水平？

在当前的市场环境下，液态蛋氨酸的增长势头相较于固态蛋氨酸更为强劲，这主要得益于两大驱动因素。首先，从应用领域看，液态蛋氨酸主要应用于禽类且是中、大型家禽一体化企业的首选，而固态蛋氨酸则覆盖家禽和猪两大类别。基于禽类动物蛋白的需求增长速度上高于猪类蛋白，液态蛋氨酸在增长潜力上展现出了更为坚实的市场基础。其次，养殖行业工业化进程的加速推动了液体蛋氨酸的渗透率，这也促使客户群体逐渐从使用固体蛋氨酸转向液体蛋氨酸，因此，通常养殖工业化程度较高的地区对液体蛋氨酸的接受度更高。尽管液体蛋氨酸的市场渗透率预计将更快提升，但固态与液体产品的市场需求将同时存在，比如严寒地区更容易使用

固体产品，不同种类动物对固体、液体产品的偏好不同，以及全球不同地区养殖工业化水平的差异将长期存在等。

6. 动物疫病对于蛋氨酸的需求是否有影响？

当前，禽流感在北美和南美地区确实产生了较大的影响。然而，随着疫病控制技术手段的不断提升，禽流感已得到了有效的遏制。同时，由于禽类的生产周期相对较短，且目前情况盈利水平较其他动物品种更高。因此，整体而言，由于动物养殖的增加量并未发现比疫情期间的减少量更少，因此当前禽流感对蛋氨酸需求的影响相对有限。

7. 公司如何看待 DSM 出售动物营养板块的计划？

首先需要强调的是，正如前面提到的，动物营养行业由于宏观数据的支持仍呈现蓬勃发展的态势。帝斯曼此次出售其动物营养板块主要基于其整体战略转型，将重点关注食品行业。安迪苏也在积极关注市场动态和行业发展趋势，以抓住新的潜在发展机遇，通过外部并购、风险基金投资等方式拓展产业布局。近几年，安迪苏先后并购了纽蔼迪、FRAmelco 和 NorFeed，助力安迪苏打造一体化解决方案，为客户创造更多价值。借助现有产品线的内生有机增长、新产品的不断推出和外部并购，安迪苏旨在巩固全球动物营养与健康特种产品的主要领导者地位。我们始终对具有潜力的新兴市场和技术领域保持关注，希望可以抓住并购机遇，加快在公司的发展，扩大创新产品和服务组合，创造协同效应和规模效应。

8. 公司认为潜在的贸易战和关税对公司业务的影响？

中美贸易战对于全球国际贸易均带来了一定的不确定性和挑战。但需要强调的是，安迪苏的业务覆盖全球布局广泛，我们在欧洲、亚洲等多个地区均有深入的业务拓展和市场份额。在诺伟司于 2020 年 7 月 29 日在美国提交了关于自法国、日本和西班牙进口蛋氨酸反倾销税的申请的情况下，安迪苏成功应对并获得非常有利的裁定，同时安迪苏一如既往地保持着我们在美国市场作为可靠稳定的液体蛋氨酸供应商的市场地位。

面对宏观经济形势，得益于安迪苏横跨中国和欧洲的双生产平台、国际化团队以及覆盖全球的市场销售网络，公司通过灵活调整市场策略，帮助公司持续优化全球供应网络，确保原材料和产品的稳定供应，成功抵消了由于贸易战带来的影响并成功“转危为机”。同时，公司将以研发创新为驱动，不断优化生产工艺，降低生产成本，从而提升产品竞争力，并加强与客户的沟通和合作，共同应对市场变化。

在蛋氨酸方面，安迪苏公司加大产能布局，持续增强成本优势。泉州固体蛋氨酸工厂将应用新的技术，以确保其卓越的生产能力，加之毗邻中化泉州石化有限公司，该项目将充分利用中国中化内部协同资源，进一步提升成本竞争能力。预计该项目将于 2027 年投产。同时，公司将根据市场情况实施脱瓶颈项目，以提高现有工厂的产能，并进一步降低产品成本。此外，为了更好的满足日益增长的客户需求并巩固安迪苏在蛋氨酸的领导地位，公司正在研究分析在美元区建设一个全新蛋氨酸生产平台的可行性。

同时，在特种产品业务，安迪苏在原先全球布局（欧洲，美国以及亚

洲均有工厂）的基础上，通过南京特种产品工厂和西班牙特种产品产能扩充、优化项目进一步夯实全球产业布局，未来将尽可能按照就地供应的原则，丰富并扩大特种产品的产能和供应，提升全球竞争力水平。

综上，面对中美贸易战等外部挑战，安迪苏将凭借强大的全球布局、灵活的市场策略和高效的风险管理能力，继续保持业务的稳健发展。同时，我们也将不断推进全球范围内的产能释放和项目投产，为公司的未来发展注入新的动力。感谢各位投资者的关注和支持，我们将继续努力，创造更加优异的业绩。

9. 公司后续对于蛋氨酸的定价策略，以及如何在价格和市场占有率之间进行平衡？

公司认为蛋氨酸行业整体呈现健康的竞争态势。液体蛋氨酸方面，虽然新的液态蛋氨酸产能的进入或将对市场产生一些影响，但由于老产能的退出，预计不会改变基本的定价动态。安迪苏对蛋氨酸产品采取积极主动的价格管理战略。2025 年年初，蛋氨酸产品已呈现积极的价格表现迹象。固体蛋氨酸方面，由于目前安迪苏拥有的固体蛋氨酸产能较少，因此根据目前情况确定其具体的定价策略尚早，公司计划在泉州固体蛋氨酸工厂启动后，通过提升客户服务、专注特定客户群体以及提供高质量的产品来提升公司的竞争力。在价格和市场占有率之间，公司更侧重于利用其市场领先地位、定价权力以及产品和服务的竞争力来平衡两者，以应对潜在的市场变化和挑战。

10. 公司特种产品营业收入增长主要来源新产品还是老产品？未来，公司有哪些值得关注的明星产品？

加速特种产品业务的发展是公司发展的第二大业务支柱。借助现有产品线的内生有机增长、新产品的不断推出和外部并购，安迪苏旨在巩固其全球动物营养与健康特种产品的主要领导者地位。2024 年，特种产品业务收入中新产品的贡献已达到 19%。

特种产品中，以下几种产品是公司主打的明星产品：

过瘤胃包被氨基酸，如斯特敏®、美斯特®以及斯特敏®ML，这些产品旨在为提高牛奶质量和产量的同时改善奶牛整体健康状况而提供有针对性的解决方案。通过减少氮排放和优化氨基酸平衡使牛奶的生产更具可持续性。安迪苏在细分市场具有较高的市场占有率，未来将持续投入进一步扩大增长。

酶制剂（罗酶宝®系列）罗酶宝®产品组合用于家禽、猪饲料及水产品中以提高饲料原料消化率，从而提升养殖效率和可持续性，因此深受市场的认可。罗酶宝®产品组合包括非淀粉多糖酶和最新一代植酸酶产品，确保营养物质的最佳释放并减少排放。安迪苏是世界领先并深受客户认可的非淀粉多糖酶供应商之一，拥有超过 25 年的发展历史。

营养促健康，通过益生菌、短链和中链脂肪酸以及植物源性解决方案为抗生素替代提供解决方案。FRAmelco 和 Nor-feed 的收购进一步完善了对现有产品组合的补充，巩固了安迪苏在颇具发展前景并快速增长的“营养促健康”领域中的领导地位，为改善动物肠道健康、免疫力和整体健康水

平提供了创新的解决方案。

安迪苏将继续通过建立战略联盟、研发创新型产品和外部并购来进一步巩固自身核心业务并丰富其高增长板块的产品组合。

11. 公司成功将先进技术引入中国并取得不错的成绩，未来公司将继续强化“中国一体化战略”，还是继续保持欧洲平台的生产以面对地缘政治问题带来的潜在威胁或风险？

作为一家全球化动物营养添加剂生产企业，安迪苏的销售和分销网络、产能以及研发和创新能力分布在世界各地，向全球逾 110 多个国家约 4200 名客户提供服务。

自加入中国蓝星后，安迪苏成功引进先进技术，并顺利完成了国内蛋氨酸工厂（南京液体蛋氨酸工厂）的建设与生产，构建起安迪苏中、欧双平台的生产布局，实现资源的灵活调配，确保为全球客户提供高效稳定的产品供应。近年来，公司也密切关注市场情况结合安迪苏的战略布局，分别在泉州投建了固体蛋氨酸工厂、在南京建立了特种品工厂，作为央企控股上市公司，更好地服务国内的产业发展，也将助力安迪苏提升在中国的销售占比。

面对未来由于地缘政治引发的更多的不确定性，以及大部分国家和地区对于食品链供应更强调本地化的要求，安迪苏将继续巩固其全球化的产业布局和销售网络，即除了目前的中、欧生产平台，为了满足日益增长的客户需求，安迪苏正在积极研究分析在美元区建设另一个蛋氨酸生产平台的可行性，同时加大在各个快速增长的国家和地区建立或加强当地销售网络和组织的建立。我们相信全球化的布局一定是安迪苏拥有的强大竞争优势之一。

12. 作为央企控股上市公司，公司将采取哪些市值管理的措施提升股东回报？

安迪苏一直在努力开展各项市场管理措施，积极推动提升投资者回报，如定向增发计划、提升长期分红比例、积极探索股权激励可行性等。

定向增发项目，一方面是为了支持公司战略的发展，有效提升公司的核心竞争力和发展潜力；另一方面，公司希望通过此次定增优化股权机构，吸引多元化的战略机构投资者，提升公司股票的流通性进而提升公司价值在资本市场的表现。

提升分红比例，增加现金分红频次，共享公司发展成果。为提升公司的投资价值，让广大投资者能够充分分享公司经营发展的成果，增强投资者的获得感，公司在确保自身持续稳健经营及长远发展的前提下，已将最低分红比例提升至 40%，同时已计划于 2025 年实施中期分红和年度分红政策。

积极探索股权激励在国际化公司的可行性，同时也契合国资委对上市公司深化市场化改革、健全激励机制的要求，有助于推动企业高质量发展。

作为一家拥有全球领先工艺生产技术的企业，安迪苏积极将尖端技术和理念引入中国并实现本地创新，坚定不移地推进“双支柱战略”与“中国一体化战略”，加快全球战略投资的步伐和研发投入，提升现有产品的竞争力并不断丰富产品品类，巩固行业领先地位，为高质量发展注入了更多

动力。公司将继续全力以赴，为投资者创造更好的回报。

13. 近年来奶业市场低迷，部分下游客户考虑不使用高价值的反刍动物特种产品，这对公司特种产品的业务将产生怎样的影响？

中国市场的乳制品行业面临困境，但与世界其他地区不同，其他地区，尤其是北美地区情况从 2024 年第四季度开始逐步改善，拉丁美洲市场表现良好，而中国市场仍处在从底部爬升的过渡阶段。在这一过程中，整个行业正在经历行业进一步集中化和工业化的阶段，大农场得以生存，小农场则面临破产。整体来看，尽管存在挑战，但中国市场仍有巨大的潜力和改进空间。伴随奶业市场的逐步向好，以及反刍行业工业化水平的提高，奶牛养殖对于科学化、精细化、可持续性的要求更高，因此能够提供高附加价值的反刍动物特种添加剂市场需求亦将更多、更广，这为未来安迪苏特种产品的发展奠定了坚实的市场基础。

14. 2023 年农产品、饲料价格上涨导致许多饲料厂面临严重的偏好问题，从而广泛实施低蛋白应用。那么，如果之后农产品价格下降，蛋氨酸的需求会如何变化？

蛋氨酸是禽类第一类限制性氨基酸，即必须添加类产品。豆粕价格的波动有可能导致添加量的变化，但影响程度非常有限。同时，目前豆粕、玉米等主要谷物价格走低，养殖厂商因而获得了更佳的利润空间。随着饲料成本的下降，肉类价格保持稳定，下游养殖厂商的利润颇为可观。这一良好的利润状况促使农民增加了动物养殖数量，特别是家禽和生猪的养殖量有所上升。这也意味着饲料添加剂的需求在增长。我们认为，在可预见的未来，市场状况将持续向好。

15. 近年来，随时 AI 在生物合成领域的进展，公司认为 AI 将对公司哪些方面产生重大影响？

随着 AI 技术的迅猛发展，安迪苏正积极探索其在业务中的深度融合与创新应用。我们认识到，安迪苏应该借此东风，加速推动技术创新升级，助力农业科技力量协同攻关、拓展人工智能等技术应用场景。AI 应用不仅能优化现有生产流程，更能解锁新的增长潜力，通过提高产品质量和生产效率，开发出更符合市场需求的特种动物营养产品，助力公司在动物营养特种产品领域保持领先地位。

**研发创新方面：**安迪苏一直致力于在动物营养及健康领域不断的创新与研究，寻求可持续高价值的方案。从法国实验农场开始，安迪苏全面致力于开发新的数字管理技术来运行其实验农场。另外，通过数字化手段的应用，2024 年安迪苏使用了更少的动物进行了更多的试验，并保持甚至提高了试验结果（数据）的质量。

**生产技术创新方面：**通过 AI 科技赋能，提供硬核技术支撑。作为全球动物营养行业的领导者，安迪苏积极拥抱数字化转型趋势，持续加大数字化投入。南京工厂“AI 赋能设备预测性维护”项目，入选工信部人工智能赋能新型工业化典型案例。公司将继续拥抱数字化转型趋势，数字化改造转型项目将在欧洲、南京工厂加速开展，助力提升生产安全性、成本竞争力与运营效率，并有助于精准预判未来生产工艺发展趋势。

**供应链方面：**数字化平台为安迪苏有效响应市场及客户需求发挥了重要作用。通过电商平台为客户提供更精准、及时、优质、创新的高价值服务，安迪苏巩固了客户关系，并将通过不断提升电商运营水平，努力保持行业内领跑位置。未来，希望通过通过 AI 人工智能的结合，进一步帮助我们实现更加智能化、透明化的供应链体系。

**客户服务方面：**安迪苏提供的 PNE (精准营养分析系统)、Adilab (在线实验分析服务)、Nestor (饲料配方优化建议系统) 等具体应用相关服务，帮助客户提高生产效率、控制生产成本，也提升了客户粘性。2024 年，我们进一步深化服务创新，特别是推出了针对反刍动物领域的数据科学与人工智能服务，助力用户优化其生产效能。该服务及其他新增服务计划于 2025 年及以后全面推向市场。我们也将不断探索利用 AI 技术，提供定制化的产品解决方案和营养咨询，增强客户粘性，拓展市场份额。

**协同工作方面：**我们正在引入 AI 技术，通过自动化和智能化手段处理日常办公任务。我们也在探索利用 AI 技术进行智能办公协同，实现团队成员之间的高效沟通和协作。

综上，安迪苏正以开放的心态拥抱 AI 技术，将其视为推动企业转型升级、实现可持续发展的重要驱动力。我们相信，通过不断探索与实践，AI 将在安迪苏的未来发展中发挥越来越重要的作用，共同开创动物营养领域的新篇章。

#### 16. 公司目前在净资产收益率方面的目标？

安迪苏始终致力于提升盈利能力，以实现可持续增长。在管理净资产回报率水平时，审慎管理资本结构为重要影响因素之一，公司将力求实现资本的最优配置，密切关注现金流状况以及债务水平。在公司整体融资安排方面，安迪苏将股权融资与债券融资有机结合，更高效地利用资金，进而提升公司的股权收益率。另外，对于每一个投资项目，公司不仅注重盈利能力，对于预期的净资产回报率同样予以重视，并进行严格管理。

#### 17. 公司对于定增的定价如何考量？

安迪苏定向增发的融资计划，持续加大对主营业务的投入，一方面旨在支持公司战略的发展，有效提升主营业务的核心竞争力和发展潜力，更快的把握市场发展机遇，从而实现公司业务健康可持续的发展；另一方面，公司希望通过此次定增优化股权机构，吸引多元化的战略机构投资者，提升公司股票的流通性进而提升公司价值在资本市场的表现。

目前该项目已获得国资委审批，并经公司股东大会审议通过，未来在经上交所、证监会审核后，公司将选择合适的发行窗口，并力争通过广泛和高效的路演等投资者活动，提升投资者对安迪苏未来发展的长期认可，从而尽可能提高发行价格，积极保障全体投资者的利益。

#### 18. 印度作为人口大国，未来是否也会出现本土蛋氨酸生产商？

从供应的角度来看，目前全球蛋氨酸生产规模和效率都达到了较高水平，足以覆盖印度市场未来几年的增长需求；从需求的角度来看，印度的人均食肉量目前在很低的水平，而动物品类中，对鱼类的人均需求水平更

高，禽类居第二位。综合考虑供需情况，估计在未来数年内，印度出现本土蛋氨酸生产厂家的可能性相对较低。

19. 1) 请问定增预计什么时候能落地? 2) 根据公告，定增共募集资金 30 亿人民币，如果到 2025 年底，公司两年净利润在 25 亿左右，是否还有定增必要? 3) 根据现行规则，定增发行价格为定价基准日前 20 个交易日股价均价的 80%，公司有何措施提高中小投资者利益，公司是否认为定增价格偏低? 4) 如果战略投资者看好是企业的前景，是否有可能促进发行价格提升? 5) 公司是否面向全体股东增发。

安迪苏定向增发的融资计划，募集资金将用于泉州 15 万吨/年固体蛋氨酸项目，南京年产 3.7 万吨特种产品饲料添加剂项目，布尔戈斯特特种产品饲料添加剂项目，南京工厂的丙烯酸废水处理和中水回用项目以及补充流动资产，旨在持续加大对主营业务的投入，有效提升主营业务的核心竞争力和发展潜力，更快的把握市场发展机遇，从而实现公司业务健康可持续的发展。目前该项目已获得国资委审批，并经公司股东大会审议通过，计划在 2025 年底或 2026 年初完成募资。

本次公司开展定向增发的另一个重要目的是优化股权结构。目前，公司控股股东持股比例高达 85.77%，流动性溢价难以体现。公司此次定向增发旨在吸引多元化的战略机构投资者，提升公司股票的流通性，从而更好地释放公司价值在资本市场上的体现。

本次发行的定价基准日为发行期首日。发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易均价的 80%，即为发行底价。在前述发行底价的基础上，本次发行的最终发行价格将在公司获得上海证券交易所审核通过并经中国证监会作出同意注册决定后，由公司董事会及/或其授权人士在股东大会授权范围内与保荐人（主承销商）按照法律法规的规定和监管部门的要求，公司将选择最合适的发行窗口期，以竞价方式，根据发行对象申购报价的情况，遵照价格优先等原则确定。公司将力争通过高效的多地路演等投资者活动的开展，提升投资者对安迪苏未来发展的长期认可，从而尽可能提高发行价格，积极保障全体投资者的利益。

20. 请谈谈行业竞争情况及公司的行业地位?

近些年，全球经济面临挑战：地缘政治紧张局势和冲突以及全球经济放缓。饲料市场需求在经历了 2023 年二十年来首次需求下降之后，自 2023 年下半年开始逐步恢复并延续至今，而其中禽类及蛋类的消费增长最为稳健，这为安迪苏业务的恢复和增长奠定了坚实的市场基础。作为全球领先的动物营养及健康领域的公司，安迪苏为客户带来了全方位的产品和服务，在所有动物品种的饲料及动物养殖关键环节都为客户提供支持。安迪苏的销售和分销网络、产能以及研发和创新能力分布在世界各地，向全球逾 110 多个国家约 4200 名客户提供服务。

展望 2025 年，市场需求预计将保持稳定，尤其是禽类。安迪苏将全力以赴支持业务增长，提升盈利水平，并为未来增长持续投入。公司业务预计将继续保持良好的经营势头。

功能性产品方面，蛋氨酸是安迪苏的第一支柱。安迪苏已发展成为全

球液体蛋氨酸的领导者，正努力迈向成为全球第一大蛋氨酸生产商。安迪苏是全球少数几家能够同时生产液体和固体蛋氨酸的蛋氨酸生产商之一，并在中国和欧洲均拥有一体化生产平台。由于化学合成蛋氨酸生产工艺复杂，需要大量专业知识与前期大额资本投入，整个生产环节又受到环境保护及安全生产方面的严格监管，因此在全球范围内仅有少数几个厂商有能力安全、持续稳定地规模化生产蛋氨酸。除通过加大产能布局、根据市场情况适时实施脱瓶颈项目以提高现有工厂的产能等举措以进一步降低产品成本外，为了满足日益增长的客户需求，应对日益增长的地缘政治风险，安迪苏正在积极研究分析在美元区建设一个新的液体蛋氨酸生产平台的可行性。同时，安迪苏也正在加速利用研发创新不断优化提升生产效率，进一步提升液体及固体蛋氨酸成本竞争力。通过以上举措，安迪苏有信心保持并加强在蛋氨酸业务上源于国际化工业布局，全球化销售网络和先进安全的生产工艺等方面拥有的强大领先优势。

特种产品方面，加速特种产品业务的发展是公司发展的第二大业务支柱。安迪苏是全球领先的提供高度专业化、高附加值产品和服务的特种饲料添加剂供应商，提供的产品适用于所有动物品类。同时，公司还提供各类优质的技术服务不断提升客户粘性。安迪苏是目前市场上唯一能够为客户提供高质量喷涂装置安装和维护的液体蛋氨酸供应商，并将持续推进优质的客户服务。基于公司 85 年以上的动物营养领域的经验，除喷涂装置外，我们还向客户提供 PNE（精准营养分析系统）、Adilab（在线实验分析服务）、Nestor（饲料配方优化建议系统）、低蛋白日粮技术的具体应用等服务。公司一直致力于开发并向客户提供专业解决方案，以帮助客户提高生产效率、控制生产成本，提供支持客户在饲料原料评估和质量提升、饲料配方和生产、饲料摄入和动物健康与表现等方面的所有关键环节等全方位服务，使其成为客户的关键解决方案的首选供应商，也是价值链中所有参与者的关键合作伙伴。

综上，作为全球动物营养行业的领导者之一，安迪苏一直致力于通过不断地为饲料和食品行业提供创新产品和服务，同时持续提升公司可持续发展能力，为实现以经济安全且可持续的方式为人类提供高品质食品的愿景而努力。

21. 公司 2025 年以来蛋氨酸产品市场如何？和 2023 年 1、2 月相比，是涨还是跌？

展望 2025 年，尽管市场面临波动性和不确定性，但市场需求预计将保持稳定，从需求角度来看，全球禽类和蛋类消费的持续增加继续推动了蛋氨酸需求的上升，预计 2025 年蛋氨酸的增长率约为 4%。尽管存在禽流感和贸易壁垒等风险因素，但总体需求呈现积极增长态势。从供应角度来看，部分企业产能受限，新增产能或将延迟投放市场，以上可能导致蛋氨酸供应相对有限。整体来看，在市场需求稳步增长的基本面下，供需关系预计将达到新的动态平衡，竞争格局预计将保持总体健康、基本平衡的状态。

22. 公司净利润同比增长的核心驱动因素是什么？

围绕安全和可持续发展，公司一直积极实施“双支柱”战略，即成为

蛋氨酸行业全球领导者，加快特种业务在全世界范围内的快速、有盈利的发展。得益于不断增加的竞争力水平和整个团队的快速敏捷和高效反应能力，安迪苏在 2024 年抓住宏观环境改善的市场机遇，2024 年营业收入实现双位数增长 (+18%) 至人民币 155.3 亿元，毛利润增长+67%至人民币 46.9 亿元，毛利率增长+9 个百分点至 30%，主要源于：蛋氨酸强劲的销售增长 (+24%)；维生素价格于 2024 年年底回弹；尽管中国和美国奶业市场面临挑战，特种产品业务仍然取得稳定增长 (+4%)。

蛋氨酸方面：2024 年蛋氨酸业务表现优异，屡创佳绩。安迪苏凭借创纪录的生产绩效，销量也获得大幅提升。此外，安迪苏还发挥了其在蛋氨酸市场的领导者作用，利用价格管理帮助公司不断优化盈利水平。液体蛋氨酸和固体蛋氨酸销量双双创下历史新高，蛋氨酸产品业务的营业收入取得双位数增长 (+24%)。2024 年 1 月，为了提高蛋氨酸业务的整体成本竞争力，安迪苏决定永久关停 Commentry 固体蛋氨酸生产线并于 2024 年第三季度顺利完成以加速开展实施欧洲平台竞争力提升计划，进而集中力量提升法国另外一个固体蛋氨酸生产线的竞争能力。

维生素方面：行业主要竞争对手发生的安全事故后，2024 年维生素业务表现出较大韧性。维生素 A 和维生素 E 在 2024 年年末价格回弹，对提升公司盈利水平有积极影响。从目前来看，维生素行业未来供需格局未根本变化。目前的市场情况为公司提供了更大的优化空间，对公司业务的积极影响将持续一段时间。公司维生素 A 的战略在短期内将保持不变，同时将积极探索与潜在战略联盟的开放合作，以提高整体盈利稳定性和供应可靠性。同时，欧洲竞争力提升计划的有效开展将助力维生素 A 生产成本的进一步下降。

特种产品方面：2024 年特种产品保持稳定的销售增长 (+4%)，盈利水平得到提升，毛利润实现增长 (+9%)。销售贡献主要来自：禽类和猪类产品保持稳定的增长势头；喜利硒销售增长强劲；适口性和霉菌毒素管理产品持续良好的销售表现。安迪苏的明星产品喜利硒，一种极其创新的有机硒类产品，以及包括罗酶宝 AdvPhy 和 PhyPlus 在内的新一代酶制剂产品继续保持优异的销售表现。2024 年上半年乳品及反刍市场需求非常低迷，自第三季度开始，专供奶牛使用的包被氨基酸的市场需求增加，尤其是一些可以提升牛奶中脂肪含量的相关产品需求旺盛。在抗球虫（球虫是禽类最常见的寄生虫之一）解决方案专家 Norponin 产品系列强劲销售的带动下，Nor-Feed 业务增长突出。随着中国南京年产 3.7 万吨特种产品饲料添加剂工厂项目和欧洲特种产品产能扩充和优化项目的顺利开展，以及今年下半年晚些时候关键反刍动物产品酯化生产过程从委外转为内部生产的项目试车的开展，特种产品的成本竞争力将继续提升。

此外，公司的国际化优势，包括横跨中国和欧洲的双生产平台、国际化团队以及覆盖全球的市场销售网络，将帮助公司持续优化全球供应网络，积极应对全球供应链中断和挑战，满足全球客户需求的同时把握本土市场机会；同时，公司继续高效开展卓越运营项目和成本节约举措，确保降本增效项目实现预期目标，2024 年降本增效成果优于预期，全年经常性成本开支缩减总额为人民币 1.79 亿元。安迪苏过去六年的时间里，总计缩减成本超过人民币 10 亿元，对于公司持续提升成本竞争力起到重要作用。2025

年将继续高效开展卓越运营项目和成本节约举措，确保降本增效项目实现预期目标。公司持续加速研发投入与创新，优化产品与服务。公司将持续加大对研发的投入力度，积极推动创新工作，不断丰富公司的产品组合。

综上，公司将全力以赴支持业务增长，提升盈利水平，并为未来增长持续投入。

### 23. 公司近几年销售毛利率波动明显，未来如何稳定盈利能力并应对成本压力？

2023 年宏观市场环境格局振荡（包括市场环境的波动和不确定性、市场需求恢复慢于预期甚至负增长以及行业竞争加剧），公司的业绩主要受到功能性产品的销售价格下滑以及原材料、能源成本上升的双重挤压，导致利润率受到了影响。得益于不断增加的竞争力水平和整个团队的快速敏捷和高效反应能力，安迪苏在 2024 年抓住宏观环境改善的市场机遇，2024 年安迪苏营业收入实现双位数增长（+18%）至人民币 155.3 亿元，毛利润增长+67%至人民币 46.9 亿元，毛利率增长+9 个百分点至 30%，主要源于：蛋氨酸强劲的销售增长（+24%）；维生素价格于 2024 年年底回弹；尽管中国和美国奶业市场面临挑战，特种产品业务仍然取得稳定增长（+4%）。

围绕安全和可持续发展，公司一直积极实施“双支柱”战略，即成为蛋氨酸行业全球领导者，加快特种业务在全世界范围内的快速、有盈利的发展。

蛋氨酸方面：2024 年蛋氨酸业务表现优异，屡创佳绩。安迪苏凭借创纪录的生产绩效，销量也获得大幅提升。此外，安迪苏还发挥了其在蛋氨酸市场的领导者作用，利用价格管理帮助公司不断优化盈利水平。液体蛋氨酸和固体蛋氨酸销量双双创下历史新高，蛋氨酸产品业务的营业收入取得双位数增长（+24%）。展望 2025 年，公司将继续通过积极主动的价格管理，加速生产流程的革新研发以及持续开展的竞争力提升计划，同时根据市场情况适时实施脱瓶颈项目以进一步提高现有工厂的产能和成本竞争力。除此之外，为了满足日益增长的客户需求，应对日益增长的地缘政治风险，安迪苏正在研究分析在美元区建设另一个蛋氨酸生产平台的可行性。

维生素方面：行业主要竞争对手发生的安全事故后，2024 年维生素业务表现出较大韧性。维生素 A 和维生素 E 在 2024 年年末价格回弹，对提升公司盈利水平有积极影响。从目前来看，维生素行业未来供需格局未根本变化。目前的市场情况为公司提供了更大的优化空间，对公司业务的积极影响将持续一段时间。公司维生素 A 的战略在短期内将保持不变，同时将积极探索与潜在战略联盟的开放合作，以提高整体盈利稳定性和供应可靠性。同时，欧洲竞争力提升计划的有效开展将助力维生素 A 生产成本的进一步下降。

特种产品方面：2024 年特种产品保持稳定的销售增长（+4%），盈利水平得到提升，毛利润实现增长（+9%）。销售贡献主要来自：禽类和猪类产品保持稳定的增长势头；喜利硒销售增长强劲；适口性和霉菌毒素管理产品持续良好的销售表现。安迪苏的明星产品喜利硒，一种极其创新的有机硒类产品，以及包括罗酶宝 AdvPhy 和 PhyPlus 在内的新一代酶制剂产品继续保持优异的销售表现。2024 年上半年乳品及反刍市场需求非常低迷，自第三季度开始，专供奶牛使用的包被氨基酸的市场需求增加，尤其是一些

可以提升牛奶中脂肪含量的相关产品需求旺盛。在抗球虫（球虫是禽类最常见的寄生虫之一）解决方案专家 Norponin 产品系列强劲销售的带动下，Nor-Feed 业务增长突出。2024 年，特种产品业务开启了一项长期转型计划，旨在未来实现销售额翻番，并大幅扩展公司在动物营养与健康市场领域的市场渗透率。因此，2024 年，公司对特种产品的运营模式进行了重大调整，围绕家禽、猪、反刍动物和水产这四大物种，以及提升动物健康水平、提升消化性能、提升饲料品质、提升产品质量和价值这四大关键产品类别来构建其组织架构。这一全新的运营模式旨在更有效地满足客户需求，推动业务全方位发展，而非局限于单一产品领域。预计 2025 年特种产品业务表现将强于 2024 年，公司将充分利用全系列产品组合和服务能力以及美国乳业市场的逐步复苏，加速特种产品业务发展。借助现有产品线的内生有机发展，新产品及新服务的不断推出，生物技术领域的不断探索带来的生产效率的提高、新市场的出现以及外部并购都将促进公司特种品业务的蓬勃发展，安迪苏旨在成为全球动物营养特种产品的领导者之一。

综上，功能性产品将通过有效的价格管理，不断创新的生产工艺以及充分利用中、欧两地生产平台来最大化其盈利水平；特种产品将加速新产品开发和商务拓展的速度，通过提供高价值的服务和解决方案，并持续优化产品组成，积极探索外部增长的机会等综合方式，通过有盈利的快速增长来进一步促进公司盈利能力的整体提升。

蓝星安迪苏股份有限公司

2025 年 3 月 10 日

附件清单（排名不分先后）：

序号	机构名称
1	东兴证券
2	国金证券
3	民生证券
4	国泰君安证券
5	长城证券
6	国信证券
7	汇丰前海证券
8	华安证券
9	中银国际证券
10	山西证券
11	中国电子投资控股有限公司
12	瑞银
13	高盛
14	Jefferies
15	金山湖投资
16	宁泉资产
17	朱雀基金
18	个人投资者 (1)