

证券代码：600299

证券简称：安迪苏

公告编号：2022-013

蓝星安迪苏股份有限公司

2022 年一季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个别及连带责任。

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《关于做好上市公司 2022 年一季度报告披露工作的通知》的要求，现将公司 2022 年一季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

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	2,525,511,963	1,795,908,475	29%	21%	32%	减少 6 个百分点
特种产品	730,973,260	380,744,096	48%	-3%	7%	减少 5 个百分点
其他产品	200,899,891	173,333,456	14%	31%	14%	增加 12 个百分点
合计	3,457,385,114	2,349,986,027	32%	15%	26%	减少 6 个百分点

2022 年一季度与 2021 年一季度成本、毛利根据可比口径列示如下：

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	2,525,511,963	1,795,908,475	29%	21%	24%	减少 2 个百分点
特种产品	730,973,260	380,744,096	48%	-3%	1%	减少 2 个百分点
其他产品	200,899,891	173,333,456	14%	31%	8%	增加 18 个百分点
合计	3,457,385,114	2,349,986,027	32%	15%	18%	减少 2 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 年一季度相比	销量因素	价格因素	外币折算因素
功能性产品	(114,309,548)	759,024,930	(204,929,291)
特种产品	(65,651,751)	88,774,408	(46,337,278)

2022 年一季度，安迪苏的营业收入（人民币 34.6 亿元，同比增长+15%）和毛利（人民币 11.1 亿元，同比增长+10%）均较 2021 年一季度（按照同比口径）取得双位数的同比增长，主要归功于功能性产品的销售取得双位数增长，液体蛋氨酸副产品做出特别贡献，消化性能产品和水产品实现双位数的销售增长，以及反刍动物产品销售持续增长。这些积极因素帮助安迪苏抵消了原材料、能源和运输成本大幅上涨带来的不利影响。

功能性产品-第一季度业务表现

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，其中液体蛋氨酸销售更是大幅增长+24%。

为了更好的服务于客户，同时帮助公司保持稳定的盈利水平，安迪苏积极稳妥地开展产品价格管理。

尽管面对原材料和能源供应采购的巨大挑战，欧洲工厂各项经营活动仍然保持业务连续性。

南京液体蛋氨酸工厂二期项目（BANC2）按照计划的预算和时间表顺利推进，安全表现卓越，已实现超过 690 万小时无事故。

南京工厂成功完成 45 天的大修维护，并已顺利重启运行，进入南京工厂 36 万吨新一体化生产平台 2022 年下半年试运行的准备阶段。

随着 BANC2 即将启动试运行，安迪苏的蛋氨酸产能将得到进一步的扩充，给予安迪苏更多的灵活度，在欧洲和中国两个生产平台之间战略性地调配资源，以实现最高效的产品生产和交付方案，从而进一步提升供应稳定性和业务盈利水平。

关于维生素业务，维生素 A 的销售价格近期虽略有下滑，但仍然保持坚挺，维生素 E 的销售价格反弹至高位。尽管乌克兰危机为原材料的供应带来挑战，但是安迪苏确保了主要原材料的供应，欧洲工厂得以保持维生素 A 生产的连续性。贸易维生素品类销售价格上涨，为公司业绩做出积极贡献。由于新冠疫情限制了中国的生产和物流，贸易维生素品类和维生素 E 的供应面临挑战，但是预计其不会对公司盈利水平带来重大影响。

特种产品-第一季度业务表现

2022 年一季度，公司特种产品业务的收入较 2021 年一季度有所下滑，但是重点产品系列仍然取得持续销售增长：

- 消化性能产品业务（+14%）和水产业务（+24%）实现双位数的强劲销售增长；
- 面临美国奶业市场出现的短暂疲软，反刍动物产品业务销售仍然实现持续增长，主要源于中国和拉美市场的双位数增长以及新产品：RumenSmart 和斯特敏 ML 市场渗透率的持续提升；

- 受到新产品安泰来和喜利硒市场渗透率提升的拉动，营养促健康业务实现稳定增长；
- 部分抵消了饲料保鲜类产品由于实行按销售区域精简产品组合导致销售减少的不利影响；
- 2022 年一季度，特种产品毛利率为 48%，体现了公司为弥补原材料成本的大幅上涨而提升产品价格做出的持续努力。

安迪苏已在欧洲和中国启动特种产品产能扩充及优化项目以支持业务增长、优化生产布局并提升客户服务水平。

FRAmelco 收购的有效整合正在商业、采购和生产等方面释放协同效益。

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	344,228,555	10%	增加经营成本
甲醇	长期合约	61,837,734	3%	增加经营成本
硫磺	长期合约	106,411,804	22%	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4月28日