

国光股份董事长何颉：

调节剂出海打头阵 把握市场渗透机遇

出海是趋势，但策略不一。近日，国内植物生长调节剂行业龙头国光股份发布公告称，公司与关联方颜亚奇签署《代为培育协议》，委托其代为培育海外农药项目。

颜亚奇是国光股份控股股东、实控人颜昌绪之子，曾任公司董事长、总经理职务，现为上市公司旗下四川国光农资有限公司执行董事、鹤壁全丰生物科技有限公司董事。这一安排顾及了海外农药业务前期投资较大且周期较长、不确定性较多等因素。

寻找新的成长曲线，国光股份管理团队上下求索。“近些年，公司高管出国考察发现，海外市场很大。”国光股份董事长、总裁何颉接受中国证券报记者时表示，一方面，海外总体对调节剂认知不足，潜在市场空间大；另一方面，虽然海外农药产品登记证费用逐年递增，但相比国内仍偏低，农药企业正加大海外登记力度。

●本报记者 吴科任



国光股份办公及生产园区

公司供图

抢占先机 海外市场空间大

过去10年，国光股份的外销收入占比均不及1%。如今发力出海，公司洞察到了什么机遇？

何颉直言，“近年来，国内农药出口受到一定阻碍，加之国内竞争激烈，公司增长压力上升。虽然中国农药企业持续减少，但市场规模未见预期增长。”国家统计局数据显示，2024年，中国农药行业规模以上企业累计营业收入同比增长3.2%，但利润总额同比下降3.4%，行业利润率仅为5.7%，处于历史低位。

放眼海外，不缺市场。“在东南亚、非洲及中亚地区，很多国家种植水平偏低，调节剂拓展空间很大，因为这些国家的种植户主要用杀虫、杀菌、除草、水溶肥

等农药产品。”何颉说，“调节剂使用难度较高，当地没有技术支撑，而且也没有完善的产业链。”

公开信息显示，按用途划分，农药可分为除草剂、杀虫剂、杀菌剂、植物生长调节剂和其他，广泛用于农业、林业、卫生等领域控制有害生物。其中，植物生长调节剂是由人工合成或从微生物中提取的，具有与植物内源激素相同或相似功能的一类物质，能够通过调控植物内源激素的合成、运输或信号传导，影响作物的生长发育进程，在克服环境和遗传局限、改善品质和储藏条件等方面发挥积极作用。

何颉介绍，植物生长调节剂具有低

成本、效益高、环境友好的优点，近年来市场需求逐年增加。但作为新兴农药品种，与农药的其他细分行业相比，植物生长调节剂行业的生产企业相对较少，国内登记的植物生长调节剂制剂登记产品和其他传统农药相比，所占比例较小，行业发展潜力较大。据测算，如果实现100%的渗透率，国内植物生长调节剂总市场容量可达630亿元，可见植物生长调节剂未来发展空间巨大。另据海外相关数据，海外调节剂的市场规模年平均增长率为7%~8%。

抢占市场先机很重要。“世界各国对农药的管理都比较严格，要完成农药产品登记后才能销售。目前，亚非拉地区

的登记费用相对较低，很多国家完成一个登记的费用是1~2万美元，便宜的只要几千美元。但这些地区的登记费用逐年上升，很多中国农药企业正在海外加大登记力度。我们看到了这个趋势。”何颉说。

在何颉看来，此时加码海外市场，也与公司销售方案升级有关。他说：“这两年，公司把杀虫、杀菌、除草、调节剂等农药，以及肥料组合在一起，形成一个解决方案去销售。这方面，国外农药企业走在国内企业之前，因为产品少，一开始就专注于提供全程方案。我们已经积累了一定的解决方案经验，把这套打法复制到海外，还是有机会的。”

牌照为先 代培育降低风险

风险与机会并存。何颉表示：“海外有些国家允许外商独资持有农药产品证件，但不太多，大多数国家要求外商和当地公民成立公司，有些国家要求当地公民必须当董事，甚至做大股东。所以，上市公司直接去做，确实会面临管理风险，以及审计风险。”

登记本身也面临不确定性。“登记是第一道关，也是最难的事。东南亚、非洲、中亚这些地区，有的国家完成登记需要2~3年时间。南美地区的巴西、阿根廷，可能要8年。虽然流程长，但市场也大。”何颉说，“登记后还要去推广销售，同样需要时间。”

经过综合研判，加上与相关部门沟通，国光股份采取了代培育出海方式。根据协议，如代培育标的在条件成熟，即具备相关农药产品登记资质、满足上市公司治理要求，达到注入上市公司的条件后，上市公司与颜亚奇或其指定主体另行签署相关协议。培育标的的相关代为培育业务或资产所发生的费用、支出和风险由颜亚奇承担，上市公司不就相关培育事项向颜亚奇支付报酬或费用，也不承担培育风险。

国光股份曾考虑过以收购方式出海，但未能如愿。何颉解释说：“公司历来对海外并购非常谨慎，好的海外资产一

般价格都比较贵。”

敢于以调节剂产品出海，突显了国光股份的硬实力。“调节剂活性高，应用不好容易出问题，对公司品牌及声誉将是不小打击。而且，拿不到登记，也无法销售。我们了解到，目前国内做调节剂的企业，主要以原药出口到欧美地区，包括我们公司。”何颉说。

虽然是代培育，但国光股份未雨绸缪。何颉表示：“公司开始有针对性地招聘国际化人才。比如，未来要往东南亚派人，就在云南、海南、广西这些地方先练兵，打牢技术基础。一旦东南亚市场培育成熟了，公司收过来，马上就可以派这些

人出去。”

如何落地，备受关注。“总体方向还是轻资产方式运营，海外投资建厂的可能性不大。除了海外供应链成熟度和完整性不及国内外，环保、劳工这些问题很棘手。所以，还是先登记，再建一些渠道，让项目运转起来。等项目有了收益，公司才会考虑收。”何颉表示。

具体到目标市场，何颉认为：“会重点关注和中国作物比较相似的地区。比如，中亚主要种棉花，但中亚的种植水平不及新疆，我们就把新疆棉花的全程方案移植到中亚。东南亚盛产热带水果，我们就拿海南、广西、云南的水果方案去培植。”

成本冲击 跨国车企遭遇业绩压力

● 龚梦泽 熊永红

截至8月14日，10余家国际主流车企披露了2025年第二季度及上半年财报或预告。上半年，在市场竞争加剧等因素影响下，仅丰田汽车、大众集团和现代汽车3家车企上半年净利润有望突破50亿美元。同时，大众集团、梅赛德斯-奔驰、宝马、现代汽车、起亚、通用汽车等主流车企的净利润出现了20%至60%的不同程度下滑。另外，Stellantis集团、日产、雷诺、福特、沃尔沃汽车等企业，遭遇了第二季度或半年度的业绩亏损。

遭遇业绩下行

以德国车企为例，大众集团2025年上半年营收达1584亿欧元，同比基本持平；营业利润为67亿欧元，较去年同期的100亿欧元大幅下滑约33%，税后利润更是同比下降超过38%，至44.77亿欧元。

大众集团还下调了2025年全年业绩展望。大众集团表示，仅美国上调进口关税

一项，就导致公司面临13亿欧元损失。此外，软件等部门的重组费用支出以及与二氧化碳排放法规相关的支出等也影响了公司业绩。

梅赛德斯-奔驰公布的2025年第二季度财报显示，报告期内该集团营收为331.53亿欧元，上年同期为367.43亿欧元，同比下滑9.8%；净利润为9.57亿欧元，较上年同期的30.62亿欧元下滑68.7%。受第二季度业绩影响，梅赛德斯-奔驰上半年营收同比下降8.6%至663.77亿欧元；净利润同比下跌55.8%至26.88亿欧元。

梅赛德斯-奔驰方面认为，在汽车交付量下降、定价疲软、汇率影响、合资企业贡献减少等因素共同作用下，公司业绩掉头向下。同时，由于关税因素影响汽车销售，预计2025年全年营收将大幅低于去年。

宝马集团同样未能幸免。财报数据显示，宝马集团上半年营收同比下降8%至676.85亿欧元；净利润为40.15亿欧元，同比下跌29%。不过，宝马集团仍维持其2025全年财务预期不变。但公司坦言，下一步，关税因素会对公司财务表现产生较

大影响。

日本车企情况亦不容乐观。8月7日，丰田公布的最新财报数据显示，受美国关税政策及日元升值等因素影响，公司2025财年（2025年4月1日至2026年3月31日）净利润预计将同比大幅下降约44%至2.66万亿日元。

本田汽车8月6日发布财报称，受美国关税政策影响，公司今年第一财季（2025年4月1日至2025年6月30日）净利润为1966亿日元，同比下滑50.2%；今年7月底，日产汽车也公布了2025年第一财季财报（2025年4月1日至2025年6月30日），当季营收27069亿日元，同比下滑9.72%；净亏损1157亿日元，已连续4个季度出现亏损。

韩国车企普遍存在“增收不增利”情况。现代汽车第二季度营收同比增长，但净利润同比下跌22%至3.25万亿韩元。

关注成本上升

记者注意到，上述全球主流车企解释下滑原因时普遍提到了成本上升。

大众集团方面表示，导致利润大幅下滑的核心因素之一正是美国政府对电动汽车及零部件加征的新一轮进口关税。大众旗下的保时捷也表示，上半年因关税额外支出约4亿欧元。

美国大型车企也已报告巨额关税成本。福特汽车表示，该公司二季度为关税支付了8亿美元。通用汽车称关税支出为11亿美元。福特汽车方面也更新了全年业绩指引，全年调整后息前利润将介于65亿美元至75亿美元之间，调整后的自由现金流预计为35亿美元至45亿美元（含资本支出约90亿美元），包含净关税因素造成的20亿美元不利影响。

特斯拉声称，在美国销售的所有汽车都在本土生产，大部分零部件在北美采购，关税使汽车部门付出了2亿美元的成本。

“除了汽车关税，钢铝等很多汽车生产的原材料都被征收了高额关税，这导致美国汽车企业的成本大涨，许多企业不得不提价。”对外经济贸易大学国际经贸学院教授崔凡表示。

政策精准发力 赋能新能源汽车产业

● 熊永红 张妍倾 龚梦泽

随着新能源汽车产业发展逐步完善，相应的补贴政策也在逐步深化调整，新能源车企对补贴的依赖正在逐步减小。在此背景下，工信部官网日前公示了2016~2020年度新能源汽车推广应用补助资金清算审核终审和2021~2022年度补助资金预拨情况。

清算审核结果显示，此次2016~2020年度新能源汽车推广应用补贴核算总额达到16.54亿元；2021~2022年度将预拨补贴1.68亿元，较高峰时期即2017年度、2018年度的新能源汽车推广应用补贴核算金额（扣回相应预拨资金后）的9.17亿元、4.05亿元有了大幅的回撤。

五年累计发放补贴16.54亿元

最新公布的2021~2022年度补助资金预拨情况涉及10个省市的19家企业，从地区来看，陕西省的新能源汽车推广应用补助资金额度最高，为3791万元。紧随其后的是深圳市，额度为3556万元。上海市的补助资金额度为3518万元，排在第三位。上述三个省市也是2021~2022年度我国新能源汽车产量较高的省市。

从企业端来看，比亚迪成为获得补贴最多的企业，比亚迪汽车有限公司（陕西）和比亚迪汽车工业有限公司（深圳）分别获得3791万元和3556万元。特斯拉（上海）有限公司获得3015万元，紧随其后。零跑汽车有限公司成为此次补贴中的唯一一家新能源汽车新势力厂商，其获得276万元。

可以看出，2021~2022年度，新能源汽车的市场推广仍以传统车企为主，一汽-大众、上汽大众、上汽大通等合资车企获得了百万元级别的补贴，造车新势力所占补贴份额仍较少。

从公示的情况看，相关凭证不符合清算申报要求、车辆注册登记信息有误、车辆投入使用时间不符合要求等是车辆未能通过补贴清算的主要原因。其中，奇瑞汽车核减率远高于行业平均核减率。对此，奇瑞方面表示，申报过程中，奇瑞汽车已就这一情况向政府部门提出过咨询，收到的建议是先按照通知应报尽报。在初审公示前，已如实上报了未收集到销售终端收款凭证的车辆清单，没有欺瞒行为。因“销售终端收款凭证不符合要求”被核减，属于申报中的正常流程，没有违规行为。值得一提的是，奇瑞汽车“消失”在2021~2022年度补助资金预拨情况的公司名单中。

行业已具备“自我造血”能力

据中国证券报记者统计，2016年至2020年期间，国内车企整体申报新能源汽车的推广数合计为75814辆，核定推广数为54089辆，累计核减21725辆；各家车企申请清算资金合计约29.3亿元，应清算补助资金约为20.7亿元，核减差额达到8.6亿元。

从数据上来看，2016年之后，因车企补贴被核减扣回预拨资金的情况较为显著。2016年，扣回预拨资金108万元，2017~2020年，扣回预拨资金的金额分别为7920万元、3654万元、7979万元及2046万元。

专家表示，当前中国新能源汽车行业对补贴依赖已大幅降低。中国汽车工业协会数据显示，2025年上半年，新能源汽车产销分别完成696.8万辆和693.7万辆，同比分别增长41.4%和40.3%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的44.3%。亮眼的数据也进一步证明，即便在补贴退坡后，行业已具备“自我造血”能力，中国新能源汽车产业正从补贴扶持走向市场主导的成熟阶段。

在政策端，从2016年底财政部、科技部、工业和信息化部、国家发展改革委联合发布的《关于调整新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》率先建立技术指标与补贴额度挂钩机制；到2020年财政部、工业和信息化部、科技部、国家发展改革委联合发布的《关于调整完善新能源汽车补贴政策的通知》进一步细化退坡路径，明确梯度退补方案；再到2025年，财政部将购置补贴退坡幅度扩大至30%，15万元以下车型补贴比例降至7%……政策工具箱已从单一购车补贴，升级为“技术标准+基建配套+规则输出”的组合拳，逐步实现从消费端输血到全产业链赋能的战略转型。通过动态调整机制，补贴政策不断引导车企向技术攻坚与全球化布局纵深推进。中国新能源汽车产业正依托这套日趋精准的政策体系，加速构建覆盖技术研发、市场生态和国际竞争的新赛道。



视觉中国图片