

# 农心作物科技股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2023-004

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员	中银基金管理有限公司      刘文祥
时间	2023年7月17日
地点	公司会议室
形式	现场交流
上市公司接待人员	董事、副总经理、董事会秘书    袁江 董事、财务总监                    刘永孝 证券事务代表                        白喜富
交流内容及具体问答记录	<p><b>1、请简要介绍一下贵公司的发展历程和主要业务。</b></p> <p>公司前身为陕西上格之路农资商贸有限公司，成立于2006年6月，主营农药制剂产品经销业务，后更名为陕西农心作物科技股份有限公司，2019年8月整体变更为农心作物科技股份有限公司，2022年8月，公司成功于深圳证券交易所主板上市。</p> <p>现阶段公司主营业务为农药制剂产品的研发、生产与销售，主要产品有杀虫剂、杀菌剂和除草剂。</p> <p><b>2、贵公司目前的市场占有率大概是多少，公司未来的发展规划是什么？</b></p> <p>目前农药制剂行业较为准确的市场规模数据难以获得，公司无法对产品市场占有率作出精确统计和评估。</p> <p>未来两至三年内，公司将进一步拓展国内与国际制剂业务，同时布局上游特色原药业务，以农药制剂与原药业务双轮驱动，助力公司实现跨越式发展。以下为公司未来发展战略的实施重点：</p> <p>（1）制剂产品研发计划</p> <p>公司将以农作物的防治需求为产品研发、生产的根本出发点，持续加大制剂产品的研发投入，打造更多具有市场影响力的爆款产品。</p> <p>（2）制剂产品营销计划</p> <p>加强技术服务团队建设，帮助经销商、零售商提升技术服务能力，围绕核心终端做好农户服务推广工作，完善终端用户服务体系。</p>

### (3) 制剂品牌建设计划

持续保持高标准的产品质量要求，强化品牌宣传力度，加大资源投入，提升“上格”品牌在农户心中的影响力。

### (4) 国外制剂业务发展计划

探索海外经营模式，在东南亚、南亚和中亚区域开设分支机构并登记、销售核心产品，由单一出口型贸易向多元模式发展。

### (5) 农药原药发展计划

以一简一至为农药原药产线建设主体，聚焦于具有极大市场潜力的原药，争取尽快建成农药原药产线，为公司带来新的业绩增长点，同时为制剂产品打造稳定的供应链优势。

## 3、公司与竞争对手相比有什么差异性？

公司历来重视新产品和新技术的研发工作，近年也逐步增加研发投入预算，争取未来能够有更好更优的产品上市销售。与竞争对手相比，公司的差异性主要体现在产品研发立项侧重点的不同。

公司基于终端种植户及终端作物的需求开展产品研发工作。首先，我们会开展终端调研工作，确定不同地区种植者的痛点及作物需求，并将这些痛点和需求转化为产品初步概念模型，之后立项决定拟开发的产品种类及其先后顺序；其次，我们会根据病虫草害、作物及耕作方式的差异开发不同类别的产品方案以满足不同种植者的需求，我们在向种植者推荐解决方案时，会考虑当地的病虫害/杂草压力，同时也考虑包括产品的应用技术、制剂的储存条件、作物和制剂类型等因素。产品研发前期的立项控制为我们利用有限资源开发出贴近终端需求的产品提供了保障。

## 4、公司的产品从开发到推向市场大概需要多久？公司每年新增产品登记证的数量是多少？

粗略统计，公司产品从立项论证、开发到推向市场的周期大概是四年左右。现在农药产品登记政策收紧，对农药制剂行业的产品登记周期有一定的影响，每年获批的产品登记证书数量具有不确定性。

## 5、公司的产品和服务如何向终端农户推广？

公司设置有销售中心、市场部、农艺部等部门，负责产品销售渠道的搭建和维护、市场调研及技术服务等工作，公司一般采取和经销商合作开展产品推广会、农民会等各种形式，向终端农户推广公司产品，使公司产品、技术、服务和品牌价值在终端市场获得较好的知名度。

## 6、终端用户是对公司形成整体认知还是对公司的某个产品形成认知？

终端用户对公司及公司产品的认知具有地域差异性，

一般来看，北方地区会侧重于对公司品牌形成整体认知度，而南方地区则会倾向于对公司某些产品形成认知度。

### 7、公司制剂业务的优势有哪些？

公司深耕制剂行业多年，对制剂行业有一定的认识和积累，相比之下，我们的优势主要体现在以下方面：

(1) 在技术研发和产品研发方面，我们深耕制剂行业，积累了丰富的产品经验和研发经验，凭借对农业病虫害防治领域的深刻理解和对市场需求的把握，围绕农药制剂研发与生产的各个核心环节形成了一系列技术创新成果。公司成功将创新化合物啮烯醇率先应用于农药制剂领域，同时探索并创新了多种专利配方农药制剂，创新优化多种剂型制备工艺，开发出多种高效、绿色的农药制剂产品。

(2) 在市场调查和研究方面，坚持以客户需求为导向，针对性地设计产品。近年来随着消费者及种植户安全环保意识的增强及监管要求的不断提高，市场对于高效、低毒、环保新品种农药的需求不断增加，气候因素所带来病虫害种类的变化也会使消费者对防治用药产生新的需求。作为研发活动开展的第一步，公司安排专门人员负责深入田间地头了解农户的最新用药需求，并结合当地农作物种植情况预测病虫害的发展趋势，针对性提前研发布局相关产品。

(3) 在产品质量控制方面，坚持以完善的品控体系确保提供给用户保质保量的产品。农药的产品质量对农作物的病虫害防治具有关键的作用，产品质量可靠性与稳定性直接影响农作物的健康生长，进而影响当年农户的收入。此外，国家对农药制剂产品品质亦采取强监管态势。在不断提升工艺技术水平之余，公司建立了严格而完善的QA/QC检验体系，从原材料、半成品到最终成品的每一个关键环节均实现全程检验控制，同时辅以气相色谱、高效液相色谱、原子吸收分光光度计等一系列先进检测仪器提升检测精度，确保了公司所供应的产品优质可靠，所生产的产品品质受到市场的广泛认可。承担产品生产任务的子公司上格之路通过了 ISO 9001 质量管理体系、ISO 14001 环境管理体系和 OHSAS 18001 职业健康安全管理体系认证，以全面细致的质量管理体系确保产品品质的稳定性。

(4) 在销售网络布局方面，坚持以良好的产品品质与成熟稳定的经销网络打造品牌优势，实现互利共赢。农药制剂行业的终端客户具有地域分布广阔、需求分散、技术指导要求高等特点，产品主要通过经销商进行销售。公司多年来高度重视经销渠道的建设与维护，产品经销网络横向覆盖除港澳台之外的 31 个省、自治区、直辖市，纵向覆盖省、市、区、县乃至乡镇等各级经销商。公司的产品

以品质优良、质量稳定等优点在广大农户中树立了良好的品牌形象,并通过与经销商的深度合作为农户提供最新的产品及全面的用药技术指导,进而实现与经销商、农户三方之间的互利共赢。公司成熟稳定的经销网络和良好的品牌优势是公司持续发展的巨大推动力,是公司核心竞争力的重要体现。

(5) 在品牌价值建设方面,坚持专注打造“上格”品牌高品质形象,为全系列产品带来良好协同效应。成立十余年来,公司坚持使用“上格”单一品牌进行产品推广销售,通过高质量的产品、深入田间地头的技术服务,在广大农户中打造出良好的品牌形象,增加了“上格”品牌的无形价值。每年公司均会根据市场需求持续研发并推出新的农药制剂产品,借助“上格”的良好品牌效应,公司杀虫剂、杀菌剂、除草剂等多品类的新产品得以快速推向市场。

未来公司也将重点聚焦于新产品、新技术、新工艺的研发工作,从产品较高的技术水准、较优的质量控制、良好的市场口碑及强有力的品牌竞争力等各方面进一步提高公司的核心竞争力。

#### **8、制剂行业未来有什么样的竞争态势?**

农药制剂行业的企业具有“小而散”的特点,随着近几年监管态势趋严、市场竞争加剧等因素制约,促使业内企业不断向集约化方向发展,同时也带动了行业的并购行为,未来制剂行业将会随着业内企业的发展需要形成纵向延伸或者横向扩张的竞争态势。

#### **9、公司 2022 年第三季度业绩亏损及 2023 年第一季度业绩下滑分别是什么原因?**

农药制剂行业顺应农作物的生长特点,一般以当年 10 月份至次年 9 月份作为业务年度,每年度的第一季度和第二季度农作物用药量会达到全年峰值水平,这也导致业内制剂企业每年度的第一季度和第二季度经营状况普遍处于全年较高水平,而第三季度的经营状况一般处于全年较低水平。

公司今年第一季度营业收入与去年同期相比略有下滑,归属于上市公司股东的净利润同比下滑 43.94%,主要原因是公司研发费用增加、子公司筹建费用增加所致。

#### **10、未来公司是否会推出股权激励措施?**

股权激励计划是很多上市公司常见的激励措施,对于稳定公司的核心管理人员、技术团队、业务团队及吸纳人才具有重要意义,同时也有利于公司的稳定健康发展。我们会综合考虑公司、股东和员工利益及诉求,深入学习有关股权激励计划的规定和要求,同时参考市场上的优秀案例,在合适的时机推出股权激励计划,并严格遵照有关规定履行信息披露义务

	<p><b>11、公司制剂产品产能利用率大概多少？</b></p> <p>公司在 2022 年年度报告里披露了主要制剂产品的产能利用率，其中杀虫剂产品的产能利用率为 90.83%，杀菌剂产品的产能利用率为 143.09%，除草剂产品的产能利用率为 93.41%。</p> <p><b>12、公司如何看待原药价格走势，未来会是什么趋势？</b></p> <p>随着国家有关农业和土地政策的推出和执行，长期来看，农业种植面积不会大幅减少，而农业的发展受种植技术等各种因素影响，在一定阶段内，对农药的需求是刚性的，因此我们对未来原药价格包括制剂产品的价格走势保持乐观态度。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否。</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无。</p>