

证券代码：002215

证券简称：诺普信

深圳诺普信作物科学股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中信证券、工银安盛、安信资管、中航基金、伊洛投资、长城财富保险资产、招银国际资本、中国太平洋人寿保险、华创证券、人保资产、大家资产、申万宏源、国投农业、天风证券、东北证券、中邮化工、中信农业、北京柏治投资、北京遵道资产、重庆诺鼎资产、珠海德瑞恒泰投资、博闻投资、枫岚投资、福建豪山、福建泽源资产、广州金控资产、广州睿融私募、灏浚投资、鸿盛资产、鸿远私募基金、华能贵诚信托、汇智源林私募基金、君康人寿、乐盈(珠海)私募、农银人寿保险、平安资产管理、前海扬子江基金、睿胜投资、上海榜样投资、上海贵源投资、上海慧琛私募、上海庐雍资产、架桥资本、上海秋阳予梁投资、深圳前海精至资产、深圳市佳银基金、深圳市坤厚私募、深圳盈舞私募、中信建投基金、西安清善、西部利得基金、相聚资本、昆明华辰投资、李优良、崔传杰
时间	2024年4月29日 16:00-17:10
地点	线上电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书莫谋钧先生、财务总监袁庆鸿先生
投资者关系活动主要内容介绍	基本经营情况： 2023年农药制剂处于行业寒冬，原药价格下行、渠道高成本库存压力持续，公司坚定地贯彻聚焦作物的大品套餐/方案技术服务、焦核心大客户的差异化策略，增强营销队伍建设，为未来发展积蓄能量。

2023年是蓝莓首年量产，公司边上学边打仗，积累了经营模式和策略方面的经验。2024年Q1蓝莓产量占当前产季约50%产量：

1) 24产季产出面积约2万亩，约有1/3面积实施促早，果品上市时间及产量、品质得到较大提升。

2) 公司主抓果品质量，调整采摘间隔期，加大对采摘工、包装工的培训考核，对应提高的成本也换来良好品质口碑。

3) 加强营销队伍及“三龙出海”渠道的建设，爱莓庄俱乐部、迷迭蓝俱乐部以及联合销售部，快速打通二三线城市的渠道铺设。在大ka渠道的开拓方面，京东、沃尔玛、Ole等大商超也实现较为稳定供应。

4) 对蓝莓产后全链路整合运营，大幅提升人与组织的经营力量。包括质量采摘、快速入冷库、包装加工、品控和物流等环节，以确保将最优质产品送到市场端。

投资者问答：

1、2023/24产季以来，能否拆分蓝莓产销情况？

蓝莓一季度1、2、3月产出分别为约2000吨、3000吨和5000吨，销售均价约8.5万/吨。4月价格处于下行，公司优化销售模式，商品果+原果并存出货，有不同的定价原则。

4月产量预计7,000吨，5月份预计3,000吨，5月结束产季。当前策略是如何利用好时间和空间迅速切换到下一个产季，做好产季衔接。

2、2024/25产季，展望一下土地流转情况？

2024年投产面积为2万亩，公司累计土地资源约为4万亩，当前仍积极寻找土地并快速建园。下半年目标新增4,000-5,000亩，预计2024/25产季约有3万亩的投产面积。接下来土地扩张规模的影响因素除了是否能够取得土地、合适的成本外，还思考公司的组织经营能力支持。

3、品种方面，目前公司品种苗比例占比为多少？品种苗未来使用的规划和策略？以及品种苗的优势主要体现？

2021年公司主要以公开苗为主，随后专利苗增量为主。当前约70%为专利苗，未来会继续优化该结构，一是新建园区使用的是专利苗，二是尽量用专利苗替换原有公开苗。专利苗优势主要为：

1) 早熟，产季相对集中在一季度，相较于公开苗产季集中于4-5月有先天优势。

2) 产量高和品质好。专利苗具备大、甜、脆、香等优势，市场认可度高。

整体来看，专利苗的经济效益优于公开苗。

4、公司在未来销售渠道优化上会采取哪些进一步的措施？

2023-24年产季公司销售方面最大的着力点在于尽快将蓝莓投入市场上架：

1) 争取时间，作为生鲜产品，蓝莓天生最大对手是时间和温度，多渠道销售就比较好缩短投入市场时间。

2) 大力拓展和赋能渠道服务商，如积极开拓二级KA客户。

3) 重点拓展主流KA客户，如沃尔玛、ole、京东生鲜等。

下一产季公司投产面积增加，产量增长比例更高，公司将对市场客群进行划分，不同结构面向不同客户，构建符合光筑快速扩张的销售模式。

5、2023-24产季中蓝莓使用促早技术，未来会提升到什么比例？

公司5月中下旬开始修剪蓝莓枝条，后根据蓝莓芽条的具体植株状态来实施促早管理。为了保证促早技术整体推进和实施的有效和可控，具体应用面积仍需届时根据蓝莓植株状态情况来决定。

另外，从企业经营的角度来看，随着促早技术迭代进化，25年产季对促早的期望较24年有较强增长。

6、目前公司控股经销商数量逐期减少，2023 年从 27 家下降至 17 家，田田圈项目减值风险预期？公司未来对田田圈业务的规划？

参股经销商退出，对公司未造成重大影响，反而获得一些本金回收和资金收益。控股经销商还保留 17 家，视情况未来可能会减少至 8-10 家用以保障渠道经营探索发展的稳定。

减值准备压力主要来自并表控股田田圈公司资产的减值。未来可能会有一定程度的减值，这种减值带来的风险仍然是可控的。

7、产品草甘膦、草胺膦、氯虫苯甲酰胺价格从年初跌价至年尾，最近草胺膦、啞菌酯价格略有反弹，对于未来价格以及经营稳定性的展望以及如何看待海外市场需求？

公司海外出口营收占比很小，暂无影响。行业整体低迷，上游原料厂家及化工龙头企业下滑幅度都很大，公司也较大程度受到行业去库存的压力影响，但公司农药制剂的毛利率会有所提升。期待后续上游原料价格触底反弹，客户增加库存量会带来公司销量增长。

8、公司其他生鲜业务及果汁加工业务现状以及业绩展望？

今年火龙果及燕窝果价格达历年来最低，下半年价格有望回暖，澳洲坚果目前还未量产，盈利能力依市场价格情况而定。公司也会在销售端和品牌端发力，逐步推动果汁业务销售。

9、截至 2023 年 12 月 31 日，公司短期和长期借款均有较大增幅，如何看待资本增长率和实现最优资本结构的目标？

主要受蓝莓业务投入增加，资产负债率的分子分母同步增加，负债率有所升高，未来随着蓝莓产出增加，资产负债率会逐步下降。随着蓝莓产出，经营性现金流持续高流入，公司资金流动性很健康。

10、2023 年公司现金分红比例达 64%，如何展望公司中长期分红政策？

	<p>公司上市以来一直保持较高分红比例，为投资者提供较为务实回报。蓝莓销售为公司在 2023 年和 2024 年第一季度提供非常充裕经营性现金流，在综合考虑未来投资和经营的资金需求，确定 23 年分红预案。展望未来，在平衡企业经营和投资回报上，公司会积极践行上市公司分红社会责任。</p>
日期	2024 年 4 月 29 日