



证券代码：002170

证券简称：芭田股份

## 深圳市芭田生态工程股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-001

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 _____</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>前海年丰基金管理（深圳）有限公司、高盛汇金（深圳）投资有限公司、深圳狄道投资基金管理有限公司、深圳市前海安星资产管理有限公司、深圳能敬投资控股有限公司、深圳前海华杉投资管理有限公司、北京水木梧桐投资、广发证券研究所、上海国鸣投资管理有限公司、深圳前海创享赢投资管理有限公司、北京同德金信投资有限公司</p>
<p>时间</p>	<p>2021年01月29日上午10:00-12:30</p>
<p>地点</p>	<p>深圳市芭田生态工程股份有限公司总部会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>黄培钊、吴益辉、郑宇</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>介绍公司基本情况：</b>  第一部分是公司的基本情况，第二部分是公司所处的一个行业的情况，第三部分是公司的一些竞争优势和最后的一个未来的发展计划。芭田股份成立于1989年，是以磷矿资源为基础、农业大数据为支撑，致力于植物的营养研究的新型肥料的研究、生产和销售的公司，是国家级的高新技术企业及广东省的重点农业龙头企业，也是国内第一家上市的复合肥企业。公司于2007年在中小板上市，公司代码是002170，总部是在深圳，一共有6个生产基地，最早是深圳宝安的松岗，深圳的西丽，现在这两个基地主要是进行一些研发中试水溶肥液体的研究等等。北京有一个生物有机肥的生产基地，这个是通过发行股</p>

份购买资产，收购了北京阿姆斯公司专门进行生物有机肥。徐州跟贵港这两个生产基地，大概是在 2003 年到 2005 年之间设立的，是我们比较重要的两个生产基地，主要是进行新型肥料的生产。贵州生产基地是我们从 2013 年左右开始筹划，2016 年建成，是我们新建的一个磷化工循环经济的产业园，总投资大概在 24 亿左右。我们销售区域是面向全国，以华南为主的一个结构，我们最主要的销售省份是广东，其次是广西、云南、海南，然后再往后是湖北、福建、江苏、山东。总体上来讲的话是华南为主，华北会略少一点，这跟我们整个的产品结构也有一些关系，因为我们主要的 85% 以上的产品是经济作物用肥。芭田是一个比较注重研发的科技型企业，我们硕士以上研发人员就超过 120 人，专家顾问团队超过 50 人。我们申请的发明专利师数量有 1043 项，是行业内近 5 年新增发明专利第一，授权专利已经超过了 400 项。截止 2020 年，我们申请的发明专利有 1043 项，存量的举世瞩目。我们是第一家生产蓝肥的企业。在 1955 年，然后第一家建立了博士后工作站企业，第一家上市的国内复合肥企业。这几年主要的一个经营情况，因为我们昨天刚刚发布了 2020 年的预告，大概近三年我们营业收入大概在 20 亿到 22 亿之间。我们投入了最大的一个贵州基地，是在 2016 年开始从建成，现在贵州生产基地产业链打通。我们昨天发布了公告，全年的利润大概在 6000 万到 9000 万之间。从产业规模上来讲，我们整个化肥大概是在 6000 亿到 8000 亿的第一个产业规模。2015 年 7 月份，工信部发布了一个关于转型的指导意见，对几类肥料提出了一个鼓励的政策，向好环保新型肥料，然后硝基复合肥，缓释水溶肥、液体肥。2019 年的时候，发改委发布了一个产业结构调整目录，在这个目录里面他专门提到了各种的专用肥料、水溶肥料、液体肥料，中微量元素肥料，然后硝基肥料等等，然后这几类属于鼓励类的肥料。我们主要生产的是比较高端的经济作物用肥，整个行

业里面单价目前在 2000 元左右，整个销售额在 22 亿左右，销量在 85 万吨左右，整个产品单价在 2800 元左右。这是在整个行业里面是属于高端的一个品类，甚至单价会比一些进口肥的单价还要贵一些。竞争优势这块，我们竞争优势分几部分，第一部分是技术，我们的研发投入基本上是全行业第一的，产品跟品牌也是全行业第一的，我们也会有自己的整个的大数据系统，通过大数据来推动农业的数字化发展。然后我们是一个高端的产业布局。整个技术是从最源头的矿山开采开始，因为我们整个的贵州基地投入大概 24 亿里面包括两部分，第一部分是我們用 5 亿左右通过招拍挂获得了贵州省磷矿，所以我們有自己的上游资源。然后第二部分就是我們设置的整个贵州省的磷化工产业园，我们大概 19 亿建设了贵州芭田的磷化工产业园，整个产业园的产能有 125 万吨，从最开始的磷矿开采，然后到选矿，我们通过一个自有的干法选矿技术，通过选矿把磷矿石的原矿选成磷精矿。硝酸磷肥技术我們用的是硝酸法来分解，有两个优点，第一点，采用硝酸法来分解磷矿，镁、硅的话会把所有的微量元素全部保存到硝酸磷肥里面。第二点用硝酸分解的话，整个技术是不产生磷石膏的，四川大学教授钟本和教授评价贵州芭田使用的冷冻硝酸分解技术，是整个全国唯一一个能把磷矿中的营养价值完全保留下来的技术。从形式上来讲，像芭田通过整个的硝酸法的一些情况，保留所有的物料元素。我们在下游对农户来讲的话，推广像果树、瓜果、蔬菜等等这 20 多类的经济作物。根据我们的数据，然后使用这种发行的高端的精度肥料的话，产能产量平均对下游的经济作物可能会提升大概 15%左右，然后农产品的售价也会提升大概 20%左右，也会提早让农产品提早上市。在服务体系上，到 2020 年我们通过这套体系建档的门户数超过了 5 万以后，服务了大概 6.7 万个批次的植物，通过我们按每次记载的信息的话，包括 2 亿条信息。通过对上游布局，以及一些全国供销社

系统，通过互联网供销社加盟户的这种模式，产业链的布局，实现种植到销售，进一步实现让农民种好，让农民卖好，让消费者吃上高品质的健康农产品，以及为农户提供个性化的解决方案及全系列的服务。

**问：具体介绍一下整体肥料的毛利？**

答：新型复合肥的概念 2015 年提出来的，对范围规定也算比较明确，掺混肥，硝基复合肥，增效肥液体肥等这些。从工艺上来说，复合肥的主要原材料分为 NPK 三种，而我们的所有磷肥大部分是由贵州芭田生产的，硝酸法分解的硝基肥的装置，所以我们基本上全部的复合肥，从硝基肥的角度来讲都符合新型肥料的范围，其他的缓释-水溶-液体也基本上都符合，特别是水溶性的指标，毛利率接近 20%左右。北京的生产基地是做生物有机肥，贵州做硝酸磷肥，广西贵港水溶肥和复合肥，徐州主要是采购贵州的硝基肥，再采购一些尿素做复合肥，这四个生产基地生产的基本上都算新型肥料的范畴。

**问：矿的开采情况？开采年限？有没有地震区？是否通路？**

答：探矿权拿的比较早，但是有点波折，因为整个水的超标，国家把贵州的采矿停了，到 2020 年 5 月份拿到的采矿权，12 月份左右完成了征地工作，开始土地平整等初期的工作，现在是马上开始打井了。前期的批文工作都已经完成。预计 7 月份矿井到矿层，现在采矿权证开采年限 20 年。贵州基本没有地震区，路也已经通了。

**问：公司的核心竞争优势对比行业有什么样的领先性？**

答：最近可能大家有个概念认为化肥是零增长，这里说的是化肥，不是肥料，这不是一个概念，化肥加入有机质就变成有机肥，国家现在鼓励使用有机肥和有机无机肥，我们可以明确说高端肥料-有机肥-有机无机肥是一个大发展，未来的发展空间很大，第二个数字是从化肥，一类是单质的化肥，一类是复合肥，单质化肥比如尿素-氯化钾，复合肥是具备 NPK 和其他营

养元素，我们国家的复合肥的占比是 40%，而发达国家是 80%，我们还有一半要转化，芭田是生产复合肥，高端的复合肥，还有有机肥，不是生产单质肥，从行业来说，高端肥，有机肥发展空间还有一半的发展，过去中国 30 年，我们复合率也就增了 10%，也就是未来的空间还很大。

**问：高端肥料什么时候开始比较大量的去卖？**

答：我们一直是比较高的，但是和农产品的价格有关系，第二个是和我们现在的服务有关系，农业大数据的服务，我们提出农业数据化，芭田在这方面应该是经营了 5-6 年了，如果从开始计算是有 10 年了，我们通过对终端，具体说我们首先要了解这个地区现在种什么作物，这个地区处于什么阶段，这个产品的问题点在哪里，我们对接，具体说就像是医院的营养师，20 年全方位开展这样的工作，使得我们高端产品的销售比例逐步扩大，毛利率也增加，这应该说是 20 年非常大的突破。过去产品的品质，芭田的整个产品，同样的 NPK 比例，我们的售价是最贵的，这个也就是品质在终端得到的验证，现在通过农业大数据的对接，使得推广的高价值产品越来越大。农产品的价格，农民也是看菜吃饭，农产品价格好了就自然选择高端了，价格低了就选择低些的，从 20 年整个农产品的价格是上升很大的，2021 年会更大。

**问：渠道还是很重要，包括我们的技术人员在推广比较好的肥料的时候，这个渠道布局，您觉得能不能支撑 2021 年的大增长？**

答：芭田的产品主要是经济作物，蔬菜-水果-茶叶是不断攀升的，所以蔬菜需求量很大，芭田的发展从深圳开始，我们当时肥料是供港蔬菜的用肥，我（董事长）83 年到深圳就是碰到供给深圳市民和香港的蔬菜，所以需要好的植物营养，其实我们农产品的品质，种子是一个方面，但是种子的选育周期很长，一个荔枝的品种更换周期 15 年，要改变品质快和有效就是肥料，农产品要质量好就是植物营养，就是肥料，植物营养做好

了，我们的植物就长好了，每天吃的就好了，是食品的源头，我们抓供港蔬菜的时候就是猛供我们的施肥，开始的肥料是靠香港的来料种植，是把种子和肥料带过来，但是很贵，成本高，后来就发展我们自己的肥料，所以芭田的肥料从那个时候开始耕耘，芭田的肥料在经济作物方面可以说是沉淀了很多技术，典型就是潍坊供给北京的蔬菜大部分就是用芭田肥，蔬菜用肥用好肥，还有一年四季都供应，粮食用肥我们也是抓，抓优质的卖价高。

**问：芭田我看到产品很好，但是市场占有率的提高我没有看到，另外公司手上的资金也不是太多，在渠道的布局和下沉人员是影响好产品推广的很重要的。**

**答：**这个问题问的很好，这有战略上的不一样。芭田可以说这几年出现这个情况是因为我们把精力投入在贵州。肥料发展到一定程度关键是品质，品质的关键磷矿，磷矿的关键是源头加工。肥料的品质和服务之外还有物流的布局，现在贵州的铁路影响很大，贵州一吨发到西北一吨价格是 300-400 元，加上时间，这对我们是很大的影响。中国现在大部分的磷肥企业全部是硫酸分解磷矿。这就有两大问题，第一个是磷矿里只拿磷，其他统统是废品，而我们的硝酸分解磷矿，我们不单是把磷拿出来，还把伴随的矿物质全部变成水溶肥，这是最大的营养。用硫酸分解磷矿的时间比较短，比较快能见效，这是这些企业发展比较快的原因。未来不是这样的，下一步农产品要提高品质必须矿物质营养，比如刚才说的钙差额 900 万吨，这是我们下一步的优势，而他们没有，同样的加工我们具备这个优势就比较突出的了。另外一个磷石膏，现在面临的问题，现在对方的成本比较低，但是每生产一吨磷酸会产生 4-6 吨磷石膏。那我们 21 年开始，我们自己挖矿和技术成立，成本就非常突出了，也可以说我们的后发优势是显然的，可能丢失了过去几年的发展，但是后面可以护航芭田，芭田 50 年发展没有

问题，单纯矿山开采的成本也非常具备优势。21 年可以说开始是芭田收获的开始，按照这个数来说未来的这两个的利润还是蛮丰富的，加上硝酸磷肥这个技术是我们的专利，下一步国家知识产权很重视了，还要得到我们的专利授权，这是很客观的，很多专家也讲了，磷石膏的问题不解决关系到中国的磷化工企业能不能生存的问题。

**问：出口业务有吗？**

答：我们现在不多，肥料是以产代进，生产代替进口，现在有出口是一些单质肥，复合肥出口的税比较高，下一步我们的钙肥是会考虑出的。

**问：公司在市场的角度未来有什么思考和考虑，把产品技术转化为市场优势，转化为营收增长？**

答：我们生产基地布局还会再走，我们一直在广东找最佳的地方布局发展基地，我们现在初步定在韶关乐昌，会辐射广东-湖南-江西，整个销售量提升是第一。第二个是刚才说贵州的铁路通完以后，四川-贵州等地也是有很大的发展。再就是现在准备到西北拓展生产基地，现在也还是在找。中国现在土壤唯一没有受到污染的就是西北，是具备发展经济作物最好的条件，大家都会觉得新疆的水果特别好吃，但是运到这边很远，两个很重要的条件，一个是阳光，一个是昼夜温差，未来西北应该是中国整个经济作物发展最好的，现在广州有些蔬菜种植商已经跑到宁夏去，这比在广州种植品质好、成本优势。其他还在拓展，我们的和原模式，母粒就地配，这个路还是会继续走。

**问：渠道市场的布局和接下来的拓展思路？**

答：市场拓展布局三方面同步进行，一个是传统渠道，增加零售店和经销商的开发数，今年经销商的开发可能会增加 50-100%，零售店也是不停再开发，我们现在专家有一个品牌是冠肥，独一无二的外观，主要是防止零售店和经销商串货斗价，

而我们完全把不一样的外观，这个推出去后对整个渠道开发会带来很重要的。第二个是拓展大户，全国现在有 350 万户，队伍很庞大，种植者相对文化程度高，我们这个月和上个月在河南-云南专门有针对大户的活动，效果非常好。第三方面是我们在不停的推网络销售，过去的方法不一定合适，但是我们现在基于大户的这个作为配送点，肥料的问题没有服务，网络销售不一定放心，我们就是网络配送，大户作为服务的定点辐射，以大户为示范建立大户的粉丝群，农民的会跟着老农，他种的好也就会跟着。

**问：智慧农业的版块在同行业有什么比较大的优势？智慧农业和我们未来再这个版块里是否有结合，比如我们线下要招经销商，每个镇要设点，这种布局有没有一个联动？**

答：农民的问题是解决种好和卖好的问题，既然我们有好的肥料好的营养，植物就长得好，要连接农民卖好，要做的事儿很多，我们已经在做对接大的农批市场，他们也在找我们，其实现在水果的采购和蔬菜采购是有果托的，而我们试图打开这样的情况去了解，我们和农村报成立的农财大数据就是做这个工作，在广西对接了柑橘和火龙果，这些产品是有一定效果，但是下一步还要再去分析，对我们来说目前带来的正面利润还没有产生，但是下一步我们相信一定是会很好。好的水果一定是很多人盯住，从种的时候就开始跟，说到底就是和我们对接，肥料每个水果的生长期都要施几次肥，果的修剪和肥水管理对接起来就非常关键。农业的种植方法是非常有效的，只不过现在没有人管，我们是具备这样的功能，建立大数据降低终端的成本，让我们每个人都能做服务。

**问：怎么看室内种植？这个我觉得会是趋势，公司化肥有没有做这个布局？**

答：室内种植要做概念可以，实际不现实。另外如果是这些保护地种植，用的就是水溶肥，用肥量更大，我们水溶肥是有的，





	供给是没有问题，从供给我们是具备优势的，而且是必须有矿物质营养，恰恰是我们的优势。
附件清单(如有)	
日期	2021 年 01 月 29 日