

股票代码：002215

股票简称：诺普信

深圳诺普信农化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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	深圳市架桥资本管理股份有限公司 徐波 博时基金管理有限公司 程沅 深圳前海精至资产管理有限公司 陈鸿、张立成 深圳悟空投资管理有限公司 蔡晓生 深圳君择投资控股有限公司 黄登峰 广州智品隆私募证券投资基金管理有限公司 桂习铭、吴伟民 深圳羿拓榕杨资产管理有限公司 王强 湾区8号酋长会 吴晟瑜 海通证券股份有限公司 刘威、乔一飞 中信证券股份有限公司 卢平 申万宏源证券有限公司 武夏、孙德河、唐明江 华西证券股份有限公司 周莎、魏心欣 招商证券资管管理有限公司 黄超 天风证券股份有限公司 黄建霖 安信证券股份有限公司 刘聪
时间	2022年5月27日 15:45-18:00
地点	公司七楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：卢柏强先生 总经理：高焕森先生 副董事长：王时豪先生 董秘、董事长办公室主任：莫谋钧先生

	<p>财务总监：袁庆鸿先生</p> <p>光筑农业副总经理：李海姣先生</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、企业经营状况、光筑农业介绍</p> <p>公司主体业务农药制剂这块相对稳健经营，每年比较稳当增长，起因我们新的战略突破和坚持：大品套餐-技术服务品牌战略，以及产品服务一体化。以前是从卖产品到卖产品，现在是以农业技术为基础，推广到产品服务一体化的新型战略模式，这个点未来空间非常大。</p> <p>公司正在把单一特色作物产业链作为战略孵化项目在推进，主要思考：</p> <p>第一，中国农业目前面临大机会，接下来十几二十年我们农业是大有机会达到世界一流水平，部分作物的产业效率效能达到世界领先水平。单一作物产业链模式可能是比较合适的通道和法门。几十年来我们一直把农业作为一个产业，现在需更精准细分产业，一个作物可以衍生一个产业，中央一号文件已提出干产业链。站在国家级的层面来理解，它需要、也必然出现一个世界级竞争力的农业公司。</p> <p>第二，从社会需要看，一些农产品非常符合社会需求，常常出现供不应求。比如春天的蓝莓，这是一种生鲜的消费品、健康产品，花青素非常高。眼下它的市场供需逻辑在发生变化。能不能通过几年功夫，大幅提升蓝莓产业的效率效能，让 50%甚至更多的国人都吃得上高性价比的蓝莓。技术突破、品种突破，更容易满足社会需要，它给我们哺育了一个产业机会。</p> <p>第三是，中国需要一个样板级的农业公司来改变人们对农业的思考和认知，什么东西都有过剩的时候，但目前供不应求的东西不多，紧盯蓝莓，发挥云南独到地理条件优势，盆栽和滴灌的技术突破，令得从定植到初产仅需不足一年时间，通过种苗培养优化和水肥精准管控，争取提早个月成熟上市等等，市场机会也就出来了，新农业形态也随之出来了。</p>

公司做单一特色作物产业链，构建三大支撑运营体系：

第一是 2-3 倍效率效能的科研体系。博士团队扎根田间地头，从施肥机装置、现场植保技术、品种权新型合作方式等深做科研，在综合科研效率上比传统模式高好几倍，是真正能产生生产效率的科学研究。从根本上改变、重构农业的科研逻辑，整个农业发展逻辑都在变化。

第二是 2-3 倍效率效能的农业教育训练体系。各行各业都长足发展，农业工业化，打造新型农业现代化。如果没有智能化、数据化，也就没有新一代的农业产业。在这些大背景下，农业的教育训练必然被重视。农业院校的学生，他要成为农业专家，成为农场主，他必须具备这个能力。农业前景非常美好，但很辛苦，所以我们要的是强烈意愿的人，毕业生直接到各个基地报到，他熬得住，我们培训他掌握东西，他很快就成为专家和厂长、队长，将来也全是技术工的农民，新农业、新农人。

第三是合伙事业体系，所有参与进来的人都是自己的老板，通过各维度的合伙体系机制，培养大家做老板，收益共享。顺应农业的本质生产特征，以市场为导向，产品供不应求。其次自己做自己的老板，讲求自发经营，例如盆栽的基质，从全进口到几乎全自配制，成本大幅下降。

所以，公司立足制剂业务的基础上，往单一特色作物产业链的拓展，本质在构建一种新型农业，跟过去的农业不一样，它产业化、规模化、标准化，非常精准数据化，它是一种新农业、新的业态，新的产业，社会在呼唤这个东西，机会巨大。

二、投资者探讨与分享

发言人一：

现在地方政府很重视农业，乡村振兴的核心抓手就是农业。可以研究新西兰的奇异果模式，他们国家农业局以行政手段把上千家的农户农业公司整合，平抑无序的竞争，把资源拢起来，定了果品标准，脱离农业的低水平竞争，运作成一个消费品品牌，我们认为

这个是一个非常成功的案例。一定要跟地方政府合力，共同做一个区域的资源整合，把某一种品类把它运作起来，脱离无序的市场化波动。

第二，公司传统主业有一个很好的积累，包括对农业的理解，产品渠道，销售服务体系，是一个很好的壁垒。产业链这个事情，它跟地方政府、乡村振兴和国家战略是天然契合的，只要把商业逻辑理顺，后续资金追上，可以把这个故事讲得更好，能够成为第二增长点，可以坚定的把这条路走下去。

发言人二：

跟诺普信打交道差不多 20 年，卢总他不是学化工，是学农的。现在做产业链，回到了出发点。农药业务交给现团队，运行 20 多年了，底盘在那里，稳当。卢总轻装上阵，老人带新人做新事，是个全新打法。

第一个大的角度来看，中国现在主要矛盾是人民日益增长的对美好生活的需求与发展不平衡不充分的矛盾。产业链，是可以满足人民对美好生活的追求，紧扣主旋律，这个大方向是对的，我觉得没跑偏。

第二个中国的农业，一方水土养一方人，只要在中国的土地上的种植才真正把中国人养活，中国人才习惯吃这个东西。乡村振兴靠的是农业，农业靠专业性实干出来。估计任何国家的任何模式都不适合我们，土地有限，要养活 14 亿人口必须靠效率、靠科技化、整个体系工业化，这就是对的方向。把产业链每一个经营地方我们用心做，把它做到精细化、标准化、品牌化，形成护城河。

第三说到具体这个行业的投入产出的问题。关于价格和产量的关系问题，这是个结构性的问题。高端水果或者是品质好的水果要进入到中国普通家庭千家万户，这才是人民的美好生活。估计它价格应该往下走，胜在千家万户的餐桌上茶几上吃得起，这可能是诺普信未来努力方向。关键是普通老百姓如何吃，按照一个合理价格吃得起，也就是我们持续的降低整个产业链成本，把好品质产品卖

给千家万户。

三、提问交流互动

问：蓝莓的种植和产出是怎么情况？现在规模进度如何？

答：全年都可以种植，全大棚基质无土种植，使用滴灌系统进行水肥管控，赶在上半年四五月份完成定植，次年可以产出，下半年种植就需隔年才投产。一般从1月份开始采收，到5月份结束，花果同株，一边开花一边结果一边成熟。现在以建园为主，预计明年产出面积大约七千亩；

问：我们的成本，跟现在我们看到的种植企业，我们能比平均水平能低多少，我们的价格能比平均高吗？我们的利润情况怎么样？是卖给经销商还是商超？

答：我们销售价格会高一些，综合成本更有优势。我们种的是专利品种为多，果体果品会有优势一些，早成熟，价格相对高的，销售是面向全渠道大的批发商和渠道商，集中往一线城市为市场区域。

问：火龙果这个是什么时候出来的？

答：海南红心火龙果今年正常产出了。燕窝果下半年也逐步小有试产，真正产出在明年，预计两千亩产出面积。

问：一些小的种植企业他们成本会有优势吗，国内有哪些竞争对手？。

答：我们蓝莓在云南的价格跟规模优势有影响。规模体现在这里，从土地流转、过程成本管控，水肥精准度等，系统化运行、摊薄。果品经销商比较难给其他的小农户出很高的价格。可能有些品种不同、果体大小导致价格差异，市场价格大多数趋同，我们属于第一梯队。

问：农药制剂当前怎么定位的？农药管理条例实施以后，我们农药增长没有预期那么快，或其他农药企业增长明显，您觉得是什么原因？

答：有一些企业增长比较快是包含原药业务，它增长主要来自原药，近几年的化工产品价格变动有点大，带来了这种周期性变化。还有些企业可能跟我们之前经营逻辑差不多，多品牌战略，它是渠道型。

我们长期持续增长机会，在于技术推广这条道路，我们叫大品套餐-技术服务的品牌战略，这几年坚定走下来，验证了它的正确性，再过个一两年，结果会焕然一新。

问：诺普信做制剂做了很长时间，我不担心咱们在生产端会出现太大的问题。我比较担心的是产业链怎么赚钱，能不能把这东西卖的好？我想知道咱们在高端品牌就是自营品牌这一块，咱们储备了哪些力量和人才？

答：产业链现在销售板块的负责人，深耕销售很多年，在美国也做了几年。蓝莓走的是大渠道和批发，基本上是联营品牌，因为中国今天蓝莓的快速消费能力，市场需要的是速度，蓝莓是个生鲜品，它需要快速的分销能力。生鲜的快速消费能力决定选什么样的供应商和建什么样的品牌逻辑。现在我们蓝莓统一使用“芸莓”品牌。

问：请问公司种植这块的信息化系统建设是怎么样？在传统就是做农药这个板块，目前信息化系统建设有没有做一些升级改造？

答：过去这些年头，数据信息化给公司经营生产创造了不小生产力，我们的信息化是短期有价值，短期有效益，中长期有布局价值的。产业链正在开发运营管理系统，开发团队核心人员都是从华为等过来的，助力推动数字化阿米巴经营，最小单元核算，数据化

	<p>到每个生产队、每个农户。信息系统在沉淀系列数据，预测预报、生产技术方案、财务预算、环境数据等。</p> <p>农药制剂这两年做的叫“数字化诺普信”。当前公司积极利用各种社交网络平台进行数字化推广，开发数字化软件，以求对数字化农业进行革命性变革。公司 IT 团队积极研发各类系统，包括防窜货的产品流向追溯系统，能够链接工厂生产到终端销售，同时能够链接田田云零售店管理系统等。</p> <p>公司也积极寻求与外部专业的信息系统运营商的战略合作，以求强强联合，共同打造高效、专业、全面点农业数据化系统。</p> <p>问：我再问一下我们田田圈的情况，就是看这两年一直是没有扩张，一直在减值吗？这块能不能讲讲？</p> <p>答：田田圈当前主要推动样板公司积极发展，控股经销商强化由我们主导经营，也优化和退出部分参股公司，一些对主业帮助不大的业务在做减法，整合资源，聚焦主业，在保证优质资源健康发展的前提下，摒弃冗余资产，轻装上阵。</p>
附件清单	无
日期	2022 年 5 月 27 日