

股票代码：603668

股票简称：天马科技

福建天马科技集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-016

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☒ 机构策略会 ☐ 业绩说明会 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）		
参与单位名称及人员姓名	序号	公司	姓名
	1	中信证券	王聪、魏喆
	2	盛宇投资	胡继中
	3	诺昌投资	董亮亮
	4	宝盈基金	张若伦
	5	鹏华基金管理有限公司	王治璇
	6	上海臻宜投资管理有限公司	徐蕾
	7	厦门坤易投资管理有限公司	陈彦羽
	8	禾升投资	陈鹏宇
	9	上海智尔投资有限公司	赵凌翔
	10	大象资产	邬丹妮
	11	北京诺昌投资管理有限公司	许耀文
	12	上海瞰道资产管理有限公司	杨云兰
	13	上海领久私募基金管理有限公司	张帅
	14	上海名禹资产管理有限公司	王益聪
	15	上海尚雅投资	韩红成
	16	东吴基金	梁辰希
	17	深圳市明达资产管理有限公司	肖铎
	18	东方证券股份有限公司	陈波
时间	2022 年 6 月 28 日 15:30-16:30。		
会议方式	电话会议		
上市公司接待人员姓名	董事会秘书戴文增先生，证券事务代表李佳君女士。		

投资者关系活动主要内容介绍	一、公司基本情况介绍 福建天马科技集团股份有限公司是一家集特种水产、畜牧、食品为一体，融合一二三产业的大型现代渔牧集团化企业，被认定为农业产业化国家重点龙头企业、国家技术创新示范企业、国家企业技术中心，为中国渔业协会鳗业工作委员会会长单位、中国农业产业化龙头企业协会副会长单位和中国饲料工业协会副会长单位。多年来，公司秉承“引领现代渔牧产业，提升人类生活品质”的使命，坚守坚持“科技引领创新，创新促进发展”的科技理念，持续实施“人才战略、科技战略、品牌战略”，大力发展海洋经济和优势产业，以特种饲料、食品供应链平台双主业，打造特种水产饲料行业全球最大的供应商、行业领先的现代畜牧集团化企业和健康、美味、便捷食品的全球知名供应商，公司拥有分、子、孙公司八十多家，遍布福建、广东、浙江、四川、江苏、香港等地区及马来西亚等东南亚国家，致力于铸就世界领先的现代渔牧集团化企业和人类健康食品供应商。 2022 年一季度，得益于饲料业务稳步增长和鳗鲡全产业链业务的拉动，公司营收和利润较上年同期均取得大幅增长，实现了企业持续、稳定和较快发展。 饲料销售方面，公司特种水产饲料和畜禽饲料业务均保持稳健增长，市场占有率得到进一步稳步提升，产品销量创历史新高，核心产品量价齐升。2022 年一季度，公司饲料总销量达到 32.96 万吨，同比增长 56.07%，其中畜禽饲料实现同比增长 60.04%，特种水产饲料销量实现同比增长 27.41%。饲料业务实现销售收入 12.89 亿元，同比增长 54.69%。 鳗鲡全产业链业务方面，报告期内，公司持续加大水产养殖端战略布局力度，在福建、江西、广东等多个省份加快万亩产业基地规划落地，在公司产能逐步释放的同时，适度控制出鱼节奏，2022 年一季度，公司商品鳗出塘量为 1,136.49 吨，其中对外销售商品鳗 890.34 吨，实现营业收入 8,669.70 万元，取得毛利润 3,644.94 万元，毛利率为 42.04%。 基于全产业链管控、中央厨房、线上线下销售渠道等优势，公司积极推进全管控、多品类的餐饮预制菜、精深加工水产品为主的食品供应链建设。公司“鳗鲡堂”蒲烧烤鳗畅销海内外 60 多个国家和地区。随着国际市场鳗鲡消费逐渐回升以及国内消费的崛起，鳗鲡产业发展前景良好。
---------------	---

二、投资者问题解答

1、公司一季度水产料同比有多少增长？哪个品种饲料是我们的重点目标？

答：2022 年一季度，公司特种水产饲料销量约 3.27 万吨，实现同比增长 27.41%。天马科技立足特种水产业核心板块，以“打造特种水产饲料行业全球最大的供应商”为特种水产饲料板块中短期发展规划，是特种水产饲料行业龙头企业，公司将聚焦海洋优势产业，持续推进“十条鱼”战略。公司将以强大技术优势、资本优势、人才优势、品牌优势，持续推进“十条鱼”战略，争取做到特种水产饲料细分产品十个品种（鳗鱼、石斑鱼、大黄鱼、加州鲈鱼、龟鳖、种苗、河豚、鳜鱼、鲍鱼、海参）的产销量全国前列，同时形成对其他特种水产饲料细分品种的市场占有率的有效提升，加快创新，持续做精、做大、做强特种水产饲料行业，实现新的跨越发展。

2、目前养殖业务迈入产销两旺季节，请问公司哪些基地出鱼了？请介绍公司当前对鳗鱼养殖板块的业务布局情况。

答：（1）截止目前，公司广东海晏、漳州诏安、三明建宁、龙岩漳平、福清等养殖基地均已实现投苗出鱼。

（2）根据公司全产业链发展规划及公司非公开发行股票募集资金投向计划，公司将构建完整的鳗鲡全产业链，公司以自动化、数字化、智能化、智慧化鳗鲡生态养殖基地建设项目的顺利实施，将有效带动区域养殖模式革新，引领鳗鲡养殖行业规范化发展。目前，公司正在福建、广东、江西、广西和湖北等五省有序、有力地推进万亩产业基地项目建设，示范绿色持续发展模式，带动区域养殖模式革新，加速推进一二三产业融合发展，打造传承中华文化价值的全产业链食品供应链平台。

3、目前国内鳗鱼养殖每年产能大概多少吨？未来国内鳗鱼产业发展趋势如何？

答：当前，鳗鲡产业已发展成为全球性产业，面向全球消费市场；同时，鳗鲡产业也属于国家政策支持产业，市场和产业发展前景良好。目前国内活鳗养殖年生产能力在 15 万吨左右。消费端，国际市场方面，日本市场逐渐回升，同时新兴的国际市场如美国、俄罗斯、东南亚等正在崛起，中国鳗鲡

已出口全球 60 多个国家和地区；国内市场方面，随着人民生活水平的提高，鳗鲡食品研发的不断推进和鳗鲡文化的不断普及，鳗鲡销售渠道在电商、新零售、商超、中央厨房及餐饮等线上线下全面铺开，越来越多的国人能够享受到鳗鲡的美味；需求端，国内消费持续升温，我国鳗鱼需求从 2005 年前不到 2,000 吨，现增加到约 6 万吨。整体来看，鳗鲡消费正逐渐从外销为主转向内外销共同驱动的消费增长新态势。

4、公司在鳗鱼苗收购方面有什么优势？如何保障未来鳗鱼苗的充足供应？

答：目前，公司鳗鲡养殖以美洲鳗鲡和日本鳗鲡为主。美洲鳗苗进口方面，美洲鳗苗进口需要农业部进口批文、经海关验收备案的隔离场等资质，公司建有目前国内最先进的鳗苗隔离场及足够规模的绿色环保养殖场，直接对接海外供应商，在进口鳗苗的质量、数量等方面都具有明显优势；日本鳗苗方面，公司与几大日本苗供应商形成长期合作伙伴关系，叠加上市公司资金、信用、养殖规模等方面，比一般个体养殖户更具议价优势。公司与产地供应商建立了长期战略合作关系，具体产地供应商包括如海地、多米尼加、加拿大等国美洲鳗苗产地供应商，及福建、江苏等主要捕捞区域的日本鳗苗供应商；公司同时采用现货采购+远期订单的模式，提前锁定优质鳗苗采购量，保障公司未来鳗鱼苗的充足供应。

5、请问贵公司相较于其他散户和中小型企业，在鳗鱼养殖方面的核心竞争力有哪些？

答：公司在鳗鲡养殖方面的核心竞争力主要体现在以下几方面：

（1）种苗供应优势。鳗鲡是水产养殖品种中完全依赖捕捞天然苗种进行养殖的种类。鳗鲡天然苗种的渔获量受多种因素影响，如资源量、气候因素、自然灾害等影响。公司建有目前国内最先进的鳗苗隔离场及足够规模的绿色环保养殖场，直接对接海外供应商，在鳗苗进口相关软、硬件方面具有明显优势；与国内种苗供应商也形成长期合作伙伴关系，叠加上市公司资金、信用、养殖规模等方面，比一般个体养殖户和小型企业更具议价和种苗供应保障优势。

（2）养殖发展资源优势。养殖鳊鱼需要良好的水域生态环境与交通便利、水源充足、电源通达等可供建场养殖的土地资源，在耕地和生态环保严控的现状下，只有具备良好、规范、绿色、智慧现代养殖企业才能获得发展的政策支持。公司天马养殖模式与政府倡导的绿色环养殖理念契合，公司自动化、数字化、智能化、智慧化绿色养殖模式（天马模式），能够带动区域养殖模式革新，引领鳊鱼养殖行业规范化发展，符合政府环保及绿色养殖要求，能够获得养殖场地政策支持即规模化发展。

（3）养殖模式先进优势。公司的工厂化循环水生态养殖模式，采用创新型生态内、外双循环养殖水净化和处理系统、低耗能附属配套设施、清洁可再生能源和新型环保建筑材料等方式，“养殖尾水种养殖一体化”鱼菜共生系统，实现尾水里氮磷等营养物质资源化利用，维持产业可持续高质量发展。

（4）养殖技术优势。养殖技术与养殖成活率、生长速率、饵料效率和产品质量密切相关，直接关乎养殖效率和可持续发展，公司有强大的养殖技术及服务团队，能够提供行业规模化发展所需的人才及技术支撑，公司养殖效率在行业稳居前列。

（5）规模和成本优势。公司养殖基地已初具规模，在人工、成本方面比个体养殖户和小型养殖企业更具优势，平均用工人数是个体养殖户的一半左右；天马模式利用清洁能源，成本是传统煤加热模式的三分之一左右。

（6）全产业链优势。公司具备鳊鱼全产业链优势。在饲料端，公司高品质鳊鱼饲料产销量多年来稳居全球首位；在食品端，公司拥有天马福荣和江西西龙两个烤鳊厂，同时定增项目也将新建两条食品生产线，在有效消化鳊鱼养殖产能的同时，可以在行业价格波动时，平滑行业波动风险，能够享受行业平稳增长红利。

6、请简单介绍下公司目前预制菜布局和渠道覆盖情况。

答：公司致力于打造世界领先的现代渔牧集团化企业和人类健康食品供应商。在食品产业方面，公司已布局预制菜品市场多年，以天马食品及其控股子公司江西西龙、天马福荣为运营平台，推进全管控、多品类的餐饮预制菜、精深加工水产品为主的食物供应链建设。食品板块依托公司全产业链优

	势，建立可溯源安全食品体系，实现原料采购、养殖生产、食品加工、冷链物流、终端销售等全环节可视化管理及全链条全周期可溯源管理。 目前，公司食品业务继续推进线上化与地域化战略，在稳固出口渠道的同时积极拓展国内线上及线下渠道。通过打造全渠道运营团队，从电商、新零售、商超、中央厨房及餐饮等线上线下主流销售渠道切入布局。线上端，与头部主播进行深度合作，打通京东、天马优选、天猫、有赞等线上平台，借助抖音、小红书、下厨房、快手等新兴媒体进行品牌宣传升级；线下端，与益海嘉里、鳗匠等形成了稳定的长期合作伙伴关系，未来将在水产预制菜品开发与市场推广、联合品牌合作及消费动态共享等方面开展合作。 公司预制菜品的发展已具备一定规模，基于全产业链管控、中央厨房、线上线下销售渠道等优势，公司构建了以“鳗鲡堂”、“鑫昌龙”等系列品牌的产品体系，公司预制菜品主要包括高端蒲烧烤鳗、高端白烧烤鳗、鳗鱼饭便当、姜母鸭、烤鲭鱼等系列产品。目前，“鳗鲡堂”蒲烧烤鳗畅销海内外 60 多个国家和地区，姜母鸭产品也成为福建地区的畅销产品。 随着新建食品产业基地建设项目落地及其产能释放，预制菜业务布局的不断深入，未来公司将继续用研发寻求突破，用匠心拥抱市场，采用全新产品设计理念，实现产品及服务升级，提高公司的核心竞争力和市场地位，打造传承中华文化价值的全产业链食品供应链平台。
提 供 资 料 清 单 (如 有)	无。
日期	2022 年 6 月 28 日