

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"/> 路演调研活动 <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	诺安基金，华西证券，博时基金，华西基金，民生证券，交银，冲击资产，嘉实资产，浦银安盛，珠海明富，东北证券，德邦证券，海通证券，申万宏源，上海新传奇，精至资产，中财招商，涵松基金，赛硕基金，小忠资本，融脉资产，健华医药，上海证券报。
时间	2023年2月7日：15:30-17:00 2023年2月8日：20:00-21:00 2023年2月9日：10:00-12:00
地点	公司七楼会议室、线上会议
上市公司接待人员姓名	董秘、董办主任：莫谋钧先生 光筑农业总裁：李海姣先生 证券事务代表：何彤彤女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、诺普信概括介绍</p> <p>制剂业务：发挥技术产品和渠道品牌优势，继续保持农药制剂业务的行业领先地位，保持稳中增长。</p> <p>单一特色作物产业链：创国内一流特色作物产业链运营商，战略布局基质蓝莓、火龙果、燕窝果等，今年蓝莓首年投产、火龙果进入稳产年度。</p> <p>二、光筑农业简介</p> <p>光筑农业是诺普信全资子公司，承载单一特色作物产业链的运营平台，构建已有5年时间。未来的产业机会，极具核心影响力和想象空间的应该在农业板块。农业产业板块它所蕴含的巨大机会，有几个前提条件：</p> <p>首先，中国城镇化处于一定阶段，乡村振兴是一个永恒的主题，而乡村振兴最核心的就是农业产业结构调整的带动，国家在这方面每年的投入</p>

是相当大的，乡村振兴的产业政策位于第一。

第二，从国际农业发展趋势来讲，未来中国农业既要有欧美规模化的模式，又要有日本精细化的管理。过去我们比较粗放，各家各户自我种植，存在很多缺陷，生产效率也低。第一，没有科研力量；第二，没有核心的销售力量；第三，没办法大面积的产业规模化。如果中国农业有一个点能够跟国际农业接轨，甚至在某一领域领先世界水平，单一作物产业化是个大机会。正如把基质蓝莓当成一个产业来经营。

关于蓝莓，目前从经济价值以及它的稀缺都具有独特性。其次，从蓝莓产季来讲，布局蓝莓的位置放在云南，可实现反季节上市的优势。第三，云南蓝莓有比较明显的地域性特征，随着这几年国家对整个土地政策的收紧，找地比较困难。过去三年时间，在当地政府的协同下，我们加大投资力度、拿到好些地块资源，形成卡位优势。

当前光筑农业经营特色作物的三个核心点：第一个最核心的是科研力量，过去的农业科研，很少看到有中国自己孵化的农业品种和技术力量，本质上还是我们农业科研结构单一。我们用了几年的时间，引进国外的专利种苗，跟院士在做种苗科研孵化，构建农业作物科学研园，与高校深度合作共同开发科研专题等。未来可能形成的产业效率是几何式的增长。科研能力以及种苗的品种孵化能力，这是最核心的能力。

第二个农业本质上比较缺乏人才，很多农业大学生毕业了之后，可能70%是选择不做农业的，农业人才基本上是比较耗散性的，比较难培养。公司从海南以及云南，每年坚持招收大概几百名大学生，从基础的岗位训练，慢慢成长为队长/场长/管理岗位/专业岗位，所以有很多技术型人才才跟得上。过去几年的时间里面，我们也花了很大的力量来打造这样一个团队。

第三个是在大农业方面，本质是管理的成功，是人的成功。我们构建了光筑农业的循序渐进的事业合伙机制。光筑事业，不仅是诺普信的事业，更是各个经营主体责任人、相关合作伙伴的共同事业。采取公司+农户+伙伴的合伙体系，各个主体与基地经营产出息息相关，深度调动各层级的积极性，多劳多得。

三、投资者探讨交流与分享

1、通过什么样的方式能够确保蓝莓抢占市场优势？

农业的价值就是在于它的时间性和稀缺性。这是过去两年我们狠抓的核心突破点，如果通过科研技术的力量，蓝莓11月份上量上市，就算产季

尾部月份价格降低，对我们来说都是较高回报。

农业价值是有巨大空间，它可以把利润做到 5%，也可以把利润做到 50%、80%及更高，完全取决于企业的经营能力。核心的两个点，第一个是科研力量，公司每个农场都建立了科研实验站，核心的科研有促早和水肥等，争取在年末 12 月 11 月试投产，行业里面最早的一批蓝莓。如果今年我们再把科研的力量推广好，到 2024 年的产季，我们投产时间又往前一步，早产产量更提一步。

第二个是品种，优秀的品种在品质、产量以及上市时长都有明显优势，在同样的生产成本、管理效率下，价格差异是很大的。现在我们已经种植多个品种，包括专利品种。这也形成了我们比较独特的能力，所以从整体来讲，产业的效率通过这三年的发展应该相对提高很多，产量也有很大的突破，第一年 1 吨的亩产量左右，第二年可以 1.5 吨、2 吨或以上，这个与水肥管控水平等有很大关系。

2、营业收入在 2023 年、2024 年大概能做到什么样的一个规模？

2021 年公司报表 40 多个亿的规模，几乎都是农药模块，农药里面又包括两部分，一部分是我们的自营农资产品，一部分是田田圈流通渠道的合并报表带来的收入。概括来讲，农药模块相对稳定的每年增长。

产业链的营收规模 2022 年主要来自于火龙果，2023 年火龙果进入稳定投产状态，亩产量预计增长 20%。2023 年蓝莓投产面积由 2022 年六七百亩到六七千亩。

3、火龙果的全年采收是平均的吗？采果集中在哪个季度？

火龙果主要在海南三亚的乐东和陵水，温区最合适生长，每年 11 月到次年 6 月作为主要投产周期，也就是反季节供应优势。内地火龙果主要分布在广西等地上市时间在 7 月份到年底左右，与我们是一个错开的周期。第二，如果让火龙果自然生长，理论上它一年到头都开花结果。我们通过技术管理，可以实现分批上市，从开花时间到投产时间，最快可以掌控到准确天数的开花、结果、采摘。每年 7-10 月份，我们会作为生长期，11 月份开始投产，每年基本都保持着这样的节奏。

4、蓝莓成本模型是什么？

蓝莓成本模型大致由三部分构成。第一部分是基地园区的建设成本，比如大棚等一次性固定投入，按照生物性资产和固定资产摊销，平均每亩每年 1 万左右的摊销成本；第二个是生长期的生长成本，包含水肥、用药、

人工等，约为不到1万元每亩一年，我们30多个园区标准化，同一个体系统一管控，基本保持着同种水平；第三个成本是产后成本，包括采摘成本和加工成本、销售费用等，估计每吨2万左右。现在首年，随着产量的释放，整体单位成本将逐步下降。

5、研产销一体化，公司最大的风险是什么？

第一，品类的选择，我们不会去选择传统的作物。我们会站在未来几年的需求端，选择有足够的门槛、具有市场稀缺性、高附加值的作物。当然还加上其他技术参数，比如地理地域的优势，地标性作物，上市时间错配等等。

第二个，回归到运营，最核心是技术之下果品品质如何把控。植物是一个生命体，有周期性，种植过程中的技术管控是最核心，从而解决提供最优质产品的问题。

6、蓝莓应该是不易保存的，对于采摘的期限你们是怎么去把控的？是不是挑选分级后再分流到不同的商超和渠道？

我们运营四大体系最后一项是国际一流的产后体系，它很大程度影响我们的盈利水平。现在的做法是从前端的预测着手管控，这确实很有技术性，首先，每个基地有月度预测、周度预测，每三天滚动预测。第二，要场长，技术骨干和采摘负责人，每天巡园，评估果子状态、预测产量。采摘过程进行第一轮的分拣分级。每一个基地周边都有匹配的加工中心，采摘完之后，最短时间内从基地进入加工中心冷库。在冷库实现二次分拣，同时按品种、规格、品牌进行包装。物流调度也同步匹配，当天摘的果当天包装成成品果，次日全部冷链物流出货。

7、公司种植这块的信息化系统建设推进的怎么样？对公司的经营效益都有哪些影响？

关于信息化，公司在构建一种标准种植运营管理体系，目标是希望可以应用到每一个最小经营单位的经营状态。包括投入产出、技术沉淀、市场状况、乃至园区自然气候等形成一个综合的数据库管理体系。

首先在园区建设和生长园管理，公司上线了具有农业种植特色的供应链管理系统，包括气象信息管理、生产环境数据可视化系统、智能滴灌系统等；第二个，也上线了基于生产技术方案种植预算管理，以此匹配种植的工作场景；第三个，智能采收管理系统持续上线，从采收到入库，冷链加工，再到后面的销售系统，公司正在分模块推进。

归根到底就是在信息化经营上围绕着切分经营、独立核算，真真正正的应用阿米巴经营来管控种植及产业效率。

8、公司有没有使用一些有机认证类的肥料？

因为是无土基质种植，整个蓝莓的水肥管理由滴灌系统管理，我们充分发挥了自身的农资和技术优势，自配肥、自配基质，结合基地气象站检测到的温度、湿度等进行科学配比。

9、在我们整体的规划过程中，我们是否有足够的资金，让公司在中国这样一个非常好的时代去完成我们上市公司的梦想？我们是不是也有这种需求去寻找这种产业级别的投资人，跟我们共同成长？

在战略规划的时候，充分研究资本资金配套情况。首先它是一个逐步的过程，投资总额在公司可承载范围内。第二，整个过程滚动分批实施，2021年投第一批，2022年投第二批，2023年建园投第三批和第四批。第三，产出快，现金回流非常快。

公司参与了两期的产业基金，长期的资本资金，整个的资金平衡是都在掌控之内。这几年我们也在物色有缘投资人，包括相应的产业基金，发挥其本身在农业的一些优势。我们不仅是资本合作，更是对农业产业有理解的资源匹配。

9、蓝莓的整个行业的情况，价值空间有多大？增长性如何？

蓝莓单品市场，应该还没有达到一个成熟的市场容量。这个市场需求的培育才刚刚开始，这个增量的市场空间供给跟需求端的差异很大，冬春蓝莓的供应更是少，所以未来3-5年，市场预计会供不应求。

我们未来的增长有四个点：一是来自投产面积的增长，亩产量增长。第二，随着科研技术落地，特别在促早等方面，抢占早熟市场的价格优势。第三，品种迭代也能更新的做好衔接。第四，我们也做了一些产业链的延展，即使未来5-10年这个产品的价格趋势是会下来，我们的成本等已提前做好布局，利润增长有足够空间。

利润率会受品种影响，弹性较大。

10、蓝莓销售如何管理？出货是否有统一的出货价，营销人员是否有调节出货价的权限？

目前全国统一销售价，先款后货。大致把客户分成两大类：一类主要是发往集散地，一些主流的渠道商。客户来基地考察后下单预付款，我们发运到指定的位置交割。第二类是具备线下门店体系的商超，直接预定，

	<p>发货到指定的接收地。后期随着产量的增加，整个流通体系也会不断优化。</p> <p>营销人员可以在全国统一售价基础上具备一定的市场调价权限，更符合市场弹性变动。</p>
附件清单	无
日期	2023年2月7日---2月9日