

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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中信证券、嘉实基金、易方达基金、南方基金、东方资管、博时基金、农银汇理基金、华泰柏瑞基金、银河基金、建信基金、汇华理财、中信股衍、人保资产、信复创值投资、华夏财富创新、长信基金、中信保诚基金、圆信永丰、红土创新、中金资管、创金合信、源乘投资、混沌道然资产、太平洋人寿、百川投资、北京龙翔达、北京洲通投资技术研究所、鄂尔多斯投资、工银安盛人寿、冠达菁华私募、广东天创、广东天创、海港人寿、海南星火私募、弘康人寿、鸿涵投资、华能贵诚信托、华融证券、华西基金、华夏久盈、汇泉基金、昆明华辰投资、七曜投资、前海联合基金、前海人寿、乾惕投资、青骊投资、上海磐厚、上海泽茂投资、申九资产、深圳旦恩资本、首华国银、唐融投资、天津国有资本投资、万和证券、兴业基金、玄卜投资、玄甲基金、扬子江基金、伊洛投资、涌容资产、长城财富、长沙浩源投资、招商资产管理、中银资管、中邮证券、纵贯投资
时间	2023年12月18日 20:00-21:00
地点	中信证券电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：莫谋钧先生 蓝莓旗舰子公司总经理：伍大利
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、基本经营情况</p> <p>12月10日，公司在云南省文山州砚山县召开了年度蓝莓合作伙伴大会，市场端布局已趋于完善，产销计划也在按预定规划推进。</p>

1. 生产情况：2023/24 年产季截止目前已经收获约 900 吨，其中 10 月约 100 吨，11 月约 400 吨，12 月采摘正在进行，日采摘量从月初 30 吨/天提升至当前约 40 吨/天；

2. 销售端出货平稳，随着促早技术的应用，今年公司蓝莓产品整体上市时间提早，且创新推出带梗蓝莓产品。目前销售价格近 11 万元/吨。

3. 2024 年度公司多方面进行提升：

1) 推进全面质量管理：无论何种品牌、品种、果径大小，公司提出要求零瑕疵；力争吃不到一颗酸果。

2) 采摘水平决定了 80-90%的蓝莓品质，公司推出采摘“学练考赛、比学赶帮”等举措，全方位提升采摘质量；

3) 渠道端布局提升：公司当前主营迷迭蓝和怡蓝美两个品牌，在经销商大会上与经销商伙伴达成共识，正如火如荼推进 2023/24 产季的相关销售工作。

二、近期寒潮来临对公司的蓝莓种植的影响及应对举措

1. 公司在选择种植区域的时候已进行严格把关：在建园流转土地的时候，会调取近几十年历史天气数据，综合分析并排除低于-4℃区域，排除海拔在 1,700 米以上区域。而且，公司蓝莓产区基本在云南南边，靠近热带地区，云南北部和东部有乌蒙山、梁王山等山脉阻挡北方寒流。

2. 公司蓝莓种植采取棚内种植，寒潮来临之前已经搭建和应用系统性防冻设施和措施：

1) 防冻门：已经完成所有园区的防冻门建设，会在傍晚关闭防冻门；

2) 热风机：在 5℃以下的天气，值班技工会开启柴

油热风机，能提高棚内温度 3-4℃。

3) 每个大棚设置双层膜设施，可以达到保温、减少散热的作用，并可提高热风机使用效果，使得温度快速上升；

4) 燃炭升温：如果出现持续极端低温情况，例如达到 2 天以上-5℃，再增加棚内烧炭措施。

投资者问答：

1、从整体层面上来看，公司各个蓝莓基地如何应对寒潮天气？

除了文山区域基地外：

1) 澜沧地区：接近热带，气温偏暖，出现冻害风险极低；

2) 红河州（建水、弥勒地区一带）：处于亚热带气候区，比文山片区温度稍高，在特殊年份可能出现低温风险，均配备有防冻门、热风机和燃炭等设施 and 预备措施，部分农场也配备双层膜；

3) 楚雄：比文山温暖，防冻压力比文山小，配备了防冻门和双层膜，稍高海拔的基地也配备有热风机，也会预备燃炭措施；

此外，公司每日也会收集各个旗舰公司未来 40 天温度预测。持续关注每天气温状况及时启动应对措施。

从今年促早技术的应用成果来看，公司已基本上克服了低温区域的劣势，能够应对可能存在的风险。蓝莓基地基本上都在滇南地区，根据近期天气预报，未来 20 多天滇南地区气温都在 0℃ 以上，最高达到 20 多度，也是比较适合蓝莓生长的昼夜温差。

2、从中小种植户角度来看，寒潮是否造成行业减产？

2023年初低温寒潮令全国多数地区的露天地栽蓝莓，包括云南、贵州、江苏等区域都受到不同程度的影响。但今年寒潮对露天蓝莓种植的整体影响还需后续持续观察和评估。

3、寒潮天气是否影响公司促早效果？

云南寒潮主要是夜间低温，白天温度依然能达到 20 多度。只要棚内温度没有降到零下并持续 1-2 小时以上，对于公司蓝莓促早技术不会有影响。

如果出现持续低温和光照偏弱，可能会使得果实成熟时间程度延长，例如从 8 天左右延长到 12 天，但从整个产季角度来看影响不大。

4、寒潮是否会对公司采后环节造成影响？公司应对措施如何？

公司蓝莓产区分布于云南省南部，长时间持续低温的时间较少。

1) 采摘角度来看，夜间低温已经得到良好控制，白天 20 多度对采摘无影响。

2) 运输角度来看，向北方运输的路途和批发市场现场可能会受到一定雨雪天气影响。但近几日情况了解，目前寒潮天气对于公司采摘、加工、物流和终端销售几乎没有影响。

5、海外蓝莓产区如秘鲁和智利本季减产的情况？

根据市场反馈信息，一方面，南美蓝莓产区受厄尔尼诺影响，本季减产幅度达 30-40%，海外蓝莓供应量整体减少；另一方面，南美蓝莓主要供应欧美等成熟市场。上述两个因素叠加，本季南美蓝莓向中国供应的量同比减少预计 30%-50%。

6、云南基质蓝莓在种植过程中，除寒潮外还有哪些潜在风

险？

1) **高温热害：**除寒潮影响外，在夏季也可能遇到高温影响。平时会把防冻门卷起，增加通风，大棚主要是起到防雨等保护作用。此外，在通风条件较差的区域，公司也有安装喷淋降温系统来辅助降温，基本没有发现夏天高温对于蓝莓植株生长产生较大影响的情况。而其他气象灾害，例如狂风暴雨等在云南发生概率较小。

2) **病害：**冬季在合适温度湿度情况下，可能发生灰霉病等病害，但公司通过促早技术提早花期，避开易感病时间段，大大降低感染病害风险。此外，公司也有大量植保方面专家，积累了多年的病虫害防治经验，能够减少病害威胁的风险。

7、未来新拓展的种植园是否会按照高标准的防灾减灾措施配备？

是的，并且会随着未来种植园区的建设拓展，防灾减灾标准会不断迭代优化和提升。

8、公司近期蓝莓出厂价情况？本产季蓝莓销售价格展望？

截止目前，公司 2023/24 产季销售量累计约 900 多吨，销售均价约 10.5 万元/吨，2023 年 12 月和 11 月价格水平基本持平，最近一周均价接近 11 万元/吨。

不好预算未来价格，但可以从几个方面来看待：

1) 国内供应方面，预计 12 月下旬到明年 1 月份，国内优质基质蓝莓品种供应才逐渐增加；

2) 进口端：智利、秘鲁蓝莓进口期也接近尾声。

3) 需求端来看，年末元旦和春节临近，蓝莓需求提高；

9、公司 2023/24 产季具体产量节奏？

本产季预计约 2 万吨产量。目前公司每个蓝莓园区采摘都已经实现规模标准化，公司经过不断测试发现，合理的采摘间隔能够一定程度提升蓝莓产量。

2024 年一季度产量预期实现同比大幅提升的原因：

- 1) 投产面积规模提升，达到 2 万亩水平；
- 2) 促早技术应用，产量重心提前，产量高峰前置；
- 3) 专利品种的比例增加，前置产量达峰时间。

10、公司与经销商签约的情况？其中直销占比多少？

12 月 10 日经销商大会参与的经销商伙伴超 200 家，涉及国内主要农产品生鲜渠道参与者共有 9 位客户上台签约。目前有约 7 成产季产量确定了销售量意向，最终需以具体订单协议为准。

本次组织经销商大会收获颇丰：

1) 经销商客户进一步在基地实地了解公司生产、品控和管理队伍状态；

2) 探讨双方合作模式，推动国内蓝莓营销渠道建设。

公司的客户主要分两大类：

- 1) 传统批发商、批发档口，采取直接铺货、直接结算的模式；
- 2) KA 客户（终端商超）：①例如以上海煜谦为代表的大型经销商，能对接供应盒马等商超；②终端超市客户。

KA 客户优势在于需求比较稳定，有利于公司供应输出能力的提升。此外，公司也在东莞和嘉兴建立前置仓，能够呼应终端 KA 客户的快速响应。

11、KA 客户渠道账期情况？

客户会缴纳一定保证金，周度下单，订单中一定比例金额可以从保证金中抵扣，另外部分需当周结算。

12、北京、上海、深圳终端销售渠道？

当前主要是：上海地区盒马鲜生、七鲜超市，深圳地区 OLE 超市，北京地区果蔬好超市均有售卖。随着客户不断拓展，终端销售继续扩多。

13、公司在采摘环节用工需求比较大，如何应对？

2024 年产季公司由下属六大旗舰公司各自组建采摘队伍，劳务公司提供居间服务，公司直接与采摘工签订合同，对采摘工的采摘技术进行标准管控，建立长期稳定采摘队伍，并给采摘工相对有吸引力的收入和工作条件。

截至目前，六大旗舰公司的 70-80%采摘工已经确定，距离 3-4 月的采摘高峰期还有一定距离时间。预期本产季采摘效率会有较大幅度改善。

14、公司未来将如何完善资本结构，优化负债端？

过去 2-3 年，公司在云南投资蓝莓基地建设接近 20 亿元，资金来源以自有资金为主，也有部分财务融资。蓝莓种植回报周期较短，公司 2021 年开始蓝莓基地建设，2023 年上半年实现 3 亿多元现金回流，四季度实现销售回款过亿元。2024 年产季若按照去年平均价格来看，也有 10 多亿元的现金流回流。公司财务结构能得到快速解决和优化。

15、蓝莓有哪些营养？能够应用于哪些终端消费场景？

蓝莓具备丰富的花青素，迎合了市场对于健康消费的追求。此外，蓝莓也已成为走亲访友场景的重要产品。公司在包装上也进行创新，除了 125g 标准包装规格外，也推出了 200g 的 24+mm 和 28+mm 的包装规格。公司也尝试推出纸杯装，丰富蓝莓消费渠

	<p>道。</p> <p>随着公司蓝莓供应进一步稳定，公司继续推进向多线城市渗透，市场对蓝莓的需求规模还会进一步扩容。</p> <p>16、近期国内草莓价格跌幅较大，公司如何看待？公司是否有研究冬季草莓对冬春季蓝莓供应的替代影响。</p> <p>公司没有草莓业务，农产品市场价格波动是供需的博弈，草莓价格涨跌需要具体判断。对蓝莓来看，由于整体市场容量比较大，公司核心要提升产品品质，好产品、好质量能表现出较好的价格。</p> <p>17、对于蓝莓行业供需缺口的预测？</p> <p>目前国内鲜食蓝莓供应主要有三个方面：</p> <p>1) 云南冬春季鲜食蓝莓，约有 10 万亩规模，能够供应 10 多万吨；</p> <p>2) 进口蓝莓：据不完全统计，2023 年我国进口蓝莓 10 万多吨；</p> <p>3) 部分可以鲜食的地栽蓝莓：集中于下半年上市，品质相对较差，预计能有 10 多万吨的供应。</p> <p>当前鲜食蓝莓需求一定程度上取决于供给量，需求规模会随着供给端的扩大，并随着消费者蓝莓消费习惯的培养，未来鲜食蓝莓的需求量进一步提升。</p>
日期	2023 年 12 月 18 日