

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

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>投资者关系活动类别</b>     | <input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 |
| <b>参与单位名称及人员姓名</b>   | 中信证券、汇添富基金、易方达基金、国泰海通、民生证券、长盛基金、上海庐雍资产、上海华汰资产、兴业银行、磐厚动量、民生加银基金、中信保诚资产、浙江伟星资产、宏利资产、国投证券、上海观火投研、申万宏源、天风农业、大正投资、睿胜投资、雷钧资产、东北证券、崇山资本、汇智源林私募基金、天弘基金、人保资产、上海卓恒私募基金、新华基金、农银人寿保险、工银安盛、凯丰投资、华能贵诚信托、深圳蓝焱资本、深圳宏鼎财富、昆仑健康保险、西部利得基金、中原证券、华夏财富、开源证券、长江证券、博闻投资、姜雷、范世强。                 |
| <b>时间</b>            | 2025年4月24日 20:45-21:45   |
| <b>地点</b>            | 线上电话会议   |
| <b>上市公司接待人员姓名</b>    | 董事会秘书 莫谋钧先生<br>财务总监 袁庆鸿先生  |
| <b>投资者关系活动主要内容介绍</b> | <p><b>基本经营情况：</b></p> <p>2024年整体宏观环境很有挑战。云南蓝莓的规模增速较快，管理层在价格及成本管控方面做了大量工作，内部经营水平大幅优化，实现年度利润大幅增长达5.8亿，经营性现金流13亿，2025年一季度利润6.27亿，贡献接近3亿正经营性现金流。</p> <p>受云南冷凉天气及光照不足因素影响，2024年12月下旬到1月蓝莓成熟节奏推后，预计产季整体采摘产量超4万吨。</p> <p>在蓝莓销售端划分为三大链路，推动全链路质量经营和精准</p>                       |

供应保障。第二，在品牌方面坚定主打“爱莓庄”、“迷迭蓝”两大品牌。第三，KA 端更加聚焦核心大客户，目前销售量最大 KA 端客户为“京东”，盒马、OLE 等渠道全线铺开。另外在出口方面也作了一些探索和实践，主要为东南亚、日本等区域。

### **投资者问答：**

#### **1、2024/2025 产季，国内蓝莓市场行情如何？**

本产季蓝莓行情基本在预期内，2024 年 10 月开始，市场呈现的进口蓝莓和国产云南蓝莓，国产蓝莓更多份额都是公司供应，一直至春节前价格约 9 万/吨，供不应求。春节前后蓝莓甜度风味极佳，需求端持续旺盛，价格平稳。清明假期前后，蓝莓上量明显，价格平滑波动。

目前云南蓝莓规模扩张比较受限，消费渗透继续下沉。展望未来三至五年，云南基质蓝莓非常值得期待。

#### **2、2025 年产季亩产情况如何，未来怎么预期公司亩产水平？**

亩产逐步增长，2023/2024 产季约 1.3 吨/亩，2024/2025 产季超 1.4 吨/亩，增长原因：第一树龄增长；第二植保水肥技术和密植的技术水平的提高。

#### **3、目前产季大果率及各果径比例如何？**

将蓝莓果径 18+ 以上归类为大果，2024 年四季度和春节前，品种和促早技术加持，整体大果率较高，估计果径 18+ 及以上占比接近 70%。

#### **4、产季过程中促早表现情况如何？**

促早很有价值，公司在植保、种植、水肥等方面发挥了自身农业技术本有的优势，从修剪到园艺、水肥配方等，保障促早这个综合命题有效落地。

2025/2026 产季，公司将围绕几个点去做促早思考：（1）产

季清园分 4 月底、5 月上旬、5 月中旬三个节奏，分批次从暖区到凉区进行清园，（2）根据品种、作物生长状态来分阶段和动态调整。

**5、2024/2025 产季，公司在品牌建设方面有什么新进展，各渠道的毛利率如何？下一产季各渠道的占比会有什么样的变化？**

（1）在整体规模增长的同时，营销人员减少近 20%，工作模型进一步清晰，人效提升。

（2）KA 渠道占比不断增长，目前 KA 渠道出货量占总体出货量 30%多，渠道经销商占比接近 50%，另约 20%为原果销售等模式。下一产季公司将继续加大往 KA 客户方向拓展。

（3）公司有更好的 KA 平台对蓝莓产品及品牌露出，包括京东、Ole、盒马、胖东来等。

（4）公司将产销端划分为“爱莓庄”、“迷迭蓝”等三大链路，每一条链路锁定不同农场产区及品种，客户供应也更具针对性，产品质量有保证，市场口碑逐步强化。

（5）线上渠道开拓小红书、抖音、天猫、微信小店等官方营销窗口。

**6、可否帮我们展望下本产季 4-5 月尾声还有多少产量，能给公司利润带来多少正向贡献？**

4 月份过万吨产量，5 月份还有几千吨，预计本产季最终产量超 4 万吨。从价格来看，根据产季不同节点，出货价格机制进行动态调整，按商品果、原果和普鲜果进行市场对接。

**7、当前在手的土地面积是多少？在建面积是多少？2025/2026 产季投产面积是多少？中长期拿地计划是怎样的？**

找地难度不断增加，找质量好的土地更是越来越难。公司明

确提高土地质量标准。目前已流转土地大约 5.6 万亩，预计 2025/2026 产季投产面积约 3.5 万-4 万亩。拿地计划取决于公司自身能力，包括技术把控、新型农业的系统建设能力、成本管控能力以及产品的品牌营销能力、资金投入配套能力等。

**8、2025/2026 产季单产情况如何，国内蓝莓市场行情展望如何？**

明年亩均产量目标 1.5 吨以上。一是争取在四季度至春节前的上量上市，明年春节在二月份，相较今年，节前市场更加充分。二是大果率，随着促早的技术发展和积累，公司对大果率把控更为精准。三是蓝莓品牌逐步受到市场客户认可，品牌效应更成熟。

蓝莓是一种进口替代水果，又处于冬春供给稀缺的周期中，除了健康生鲜维度外，蓝莓还提供很好情绪价值与社交功能等，继续下沉到二三线城市，整体需求扩张大于生产增长。

**9、蓝莓业务在下一个产季成本情况如何，未来成本变化趋势是什么样？**

今年成本较预计略高。一是采摘质量与加工质量提升导致人力成本增加，在采摘人工保障做了充足准备，过熟果及损耗率等较去年同比大幅下降。二是去年新建 14 个大型加工中心，对采摘加工、冷链物流等链路的运营提供强力保障。

当前公司对于成本管控达到前所未有的力度，对成本的严抓严控是工作主要方向，未来目标成本有望进一步下降。

**10、农药制剂业务 2025 年一季度整体表现如何，全年农药制剂业绩展望如何？**

过往两年农药行业整体处于低位，2024 年度公司农药制剂业务发货量增长，毛利率提升。2025 年一季度原材料价格逐步

|    |   |
|----|---|
|    | <p>回暖，有助于公司营销。</p> <p>目前公司在农药制剂的主要策略：一是提升产品力，提供全程作物解决方案和技术服务。二是深度挖掘持续增长性的渠道客户合作关系，打通经销商到达大农户的产业链条。</p> <p><b>11、关于产业园业务与海南区域业务在 2025 年一季度整体表现情况以及未来展望？</b></p> <p>产业园在加大业务量之后，亏损收窄。</p> <p>海南区域火龙果一季度价格较去年有所上涨，略有盈利。燕窝果一季度价格较为平稳，成本管控也较为有效，目前收支平衡。今年整体基调是加强成本管控，力争该模块业务 2025 年度不亏损。</p> <p><b>12、2025 年田田圈业务减值风险情况如何，以及 2024 年度蓝莓业务出现减值的原因？</b></p> <p>田田圈业务整体风险化解已完成大部分，公司目前已有专项团队通过起诉、经侦协助等多种方式，对这些不良资产进行追缴，整体减值风险仍可降低。</p> <p>蓝莓业务减值主要是公司对少量长势不好的蓝莓木苗进行淘汰置换，属于正常业务处理。</p> <p><b>13、2025 年一季度现金流为何有较大幅度下降？</b></p> <p>主要因为蓝莓业务收款结算方式较之前不同，去年公司直接收取客户预付款，改为银行监管账户收取预收款的模式，之后按发货情况再结转到公司账户。</p> |
| 日期 | 2025 年 4 月 24 日   |