

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（投资者交流会）
参与单位名称及人员姓名	前海人寿、国泰海通、民生证券、东北证券、国盛证券、招商基金、华西基金、长城基金、新华基金、华西证券、华泰证券、申万宏源、天风证券、方正证券、中信证券、方正证券、兴业证券、华安证券、蓝焱资本、鑫鼎基金、金信基金、万联证券、玄元私募、中国证券报、证券时报、证券日报、上海证券报、汇智源林、上海银行、深圳润远私募、凯丰投资、银河证券、华创农业、信见投资、国信证券、博闻投资、郭超等70位投资者
时间	2025年5月16日 16:00-17:00
地点	公司8楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事长 卢柏强先生 副董事长 王时豪先生 财务总监 袁庆鸿先生 董事会秘书 莫谋钧先生
投资者关系活动主要内容介绍	1、蓝莓业务的品牌化与渠道建设在未来会有怎样的规划？ 公司在品牌渠道方面做了较好布局，第一点是“卖好”，货损率大幅下降，渠道满意度大幅提升。渠道端如京东、山姆等商超、三四线城市的LKA等获得超预期发展，海外出口渠道逐步打开，预计明年出口覆盖的国家会更多，品牌溢价也逐渐显现。目前管理水平大踏步向前，仍有很多管理的潜力亟待挖掘。

2、在蓝莓种植端还有哪些方面可以实现突破？海外业务开展有什么新方向？

蓝莓，一个非常充满魅力的未来，一切也才刚刚开始。第一，蓝莓作为小浆果之一，在技术突破上仍有非常大的空间，单项技术突破可能会带来较大利润增长。其次，在教育训练上如何培养出200亩顶500亩的优秀场长，做出更大的投入产出比，有很大提升空间。第三，在保鲜方面极具挑战，这点公司可以形成较大的竞争差异，促进渠道端与品牌端的信赖。

东南亚、日本、俄罗斯等地区蓝莓市场有较大空白，公司目前已逐渐布局海外市场，未来会有很大的发展机会。

3、蓝莓在未来的价格走势如何，产品结构如何？

最初蓝莓多为秘鲁进口且价格较高，蓝莓的口感、健康属性逐步符合现代人的消费特征。蓝莓价格行情是一个较长周期，中国以及全球的蓝莓市场逐步普及，形成较好市场局面。未来价格水平长周期内缓慢逐步整体下行，促发释放更大的消费需求机会，市场更加良性。蓝莓存在品种、品质、季节、空间上的差异化，会出现较多相对空白的市场空间。

4、目前反季节种植也有其他地区逐步尝试，蓝莓价格在未来是否会有下跌趋势，如果价格下跌，公司有什么样的应对措施？

目前蓝莓营销策略主要体现在四个方面，第一是“卖好”，第二是品牌，第三是渠道，第四是计划。蓝莓种植存在“优生区”问题，在最合适的地方种，品质和成本更优，劳动密集型产业到后期也会逐步装备化、规模化，成本也会逐步降低。

5、未来蓝莓品牌战略考量是怎样的，是否会形成单一品牌，单一突破？

	<p>品牌实际上是销售的结果，需要有合理布局，将蓝莓卖好，才能做出品牌，目前公司最高端的品牌是“爱莓庄”，主攻品牌，品质更好，溢价较高。</p> <p>6. 目前云南拿地情况如何，是否有瓶颈？</p> <p>目前拿地有难度，去年拿地进度未达预期，通过政府支持来拿地是相对最快的方式和路径。政府对我们提供了较大支持，在行业中公司拿地也有很大的优势。</p> <p>7、公司近两年产量一直有较大提升，但是成本为什么还在不断上涨？</p> <p>随着蓝莓投产规模逐步扩大，为了保证更好的种植质量，储备人才等后备培养工作会带来一定成本提升。在科技研发创新和品种方面公司还有巨大的价值和增值空间，后续将最大程度提升经营管理效率，从科学种植到规模经营都将会有大幅度优化，整体呈现有计划、稳健的发展趋势。</p> <p>8、相对竞争对手而言，在公司快速扩张下，核心优势在哪几个方面可以体现出来？</p> <p>主要是在科学技术创新，公司去年提出“双减半”，在病虫害防治方面，农药量大幅下降，甚至是用生物防治的方式。公司也顺利通过了日本的海关检测，是对公司蓝莓品质极大的认可。</p> <p>同时，公司在巩固自己的结构化优势，通过公司的合伙事业体系和系统化、规模化的一些工具应用，发挥出个体的巨大潜能。</p>
附件清单	无
日期	2025年5月16日