

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	☐ 特定对象调研 ☒ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他
参与单位名称及人员姓名	长城证券、人保资产、鹏扬基金、程旭辉、靳晓婷、张杰等40位线上参会投资者。
时间	2026年8月26日 16:00-17:10
地点	线上腾讯会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书莫谋钧先生
投资者关系活动主要内容介绍	1. 蓝莓新产季节奏如何？蓝莓价格走势怎么看？ 新产季促早工作基本完成，新产季蓝莓产出节奏重心继续逐步前置，产季产果预计提前约2-3周开启。全产季价格趋势可分三个周期：通过促早策略赶在春节前高比例出货，抢占高价窗口期；春节后至3月底价格平滑下行；4月中旬后价格开始显著降低。 受厄尔尼诺影响，进口量预计受冲击较大，进口峰值推后，果品口感也受影响。预计9-11月国产蓝莓供应空间充分，外加KA端配额比例提高，同步加大出口投放，共同支撑蓝莓价格体系平稳运行。 2. 公司品牌矩阵和销售渠道结构如何？海外业务增速如何？ 公司实施以“爱莓庄”为主品牌、辅以“迷迭蓝”等副品牌的多层次品牌策略，销售渠道当前已形成KA直供、经销商批发及地头原果销售三大模式并行的格局，整体结构和公司品牌化战略与市场拓展节奏相匹配。

	出口方面，本产季公司预计加大投放力度，将重点布局东南亚、中东及中亚。公司已与泰国正大集团签约，核心覆盖5个国家和地区供应。老挝巴松基地首年投产也将直接供货境外，下一产季供应能力逐步加强。 3. 新产季成本管控有何具体举措？ 公司新产季将成本下降作为经营核心目标，主要抓手在于产后采摘、加工及货损控制。具体措施包括提高产销计划准确性、严控渠道销售货损折让、提升商品果率；与蓝莓亩产上涨带来的规模摊薄效应共同推动单位成本的下降。 4. 种苗和土地扩张有何规划？ 公司年初已与MBO签订框架协议，引进部分新品种，预计下个产季释放产能。土地扩张方面预计每年新增一定规模面积，叠加新技术与品种迭代，产能基数有望稳定增长。 5. 品牌建设和深加工业务有何进展？ 新产季品牌建设将依托机场、地铁广告及线上小红书、直播等方式继续扩大宣传范围。蓝莓主航道仍为生鲜鲜食，在深加工方面，果汁代工销售路径正尝试与蓝莓渠道并轨衔接。 6. 农药、火龙果、田田圈等业务情况如何？再融资为何终止？ 农药制剂业务受终端低迷及原药涨价影响，但制剂内生增长扎实。火龙果行情处于低位，公司将优化内部经营并探索与蓝莓渠道的协同。 田田圈将逐步出清并表亏损企业，加大诉讼催收力度，减值计提预计逐年减少，具体减值情况还需以年度审计结果为准。 再融资终止是综合考量后的审慎决策，目前经营性现金流健康，银行大额长期授信落地，以财务融资替代资本融资，原定增项目计划的新建园规模扩张与研发业务的战略发展逻辑没有发生变化。
附件清单	无
日期	2026年8月26日