

深圳市农产品集团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（请文字说明其他活动内容）
形式	☒现场 ☐网上 ☒电话会议
参与单位名称及人员姓名	1. 兴证基金 邓荃文、张晓峰、谢长雁（电话会议） 2. 南方基金 赵舜（现场调研）
时间	1. 2025 年 2 月 18 日 15:00-16:00； 2. 2025 年 2 月 20 日 10:00-11:00。
地点	深圳市农产品集团股份有限公司海吉星会议室、董事会秘书办公室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 江疆 董事会办公室专员 谢智恒
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司基本情况介绍 公司成立于1989年，于1997年在深交所主板上市，在全国20余个大中城市投资了34个实体农产品物流园项目，形成国内最具规模的农产品批发市场网络体系之一。近三年，公司旗下农产品批发市场的年均交易量超过3,300万吨，年均交易额超过2,500亿元，保障覆盖超过2亿人，持续保持全国亿元以上农产品批发市场10%以上的市场份额。 依托农产品批发市场“全国一张网”平台优势，公司不断优化拓展业务领域，向农产品流通产业链的上下游持续延伸，向上游种植端延伸拓展农产品种植基地，与全国超40万亩基地建立协议合作关系，打造“一基地一园一中心”产业模式，形成优势品种和产品，实现规模化种植；向下游继续搭建食材配送体系，深圳、成都、长沙等重点城市和市场食材配送业务规模逐年提升；

	积极推进农产品食品进出口业务，拓展东南亚生鲜水果渠道。公司逐步建立自有产品品牌，选择全国应季特色品质产品，推出“应时而食”等节气盒子品牌；“深农农场”“深农基地”“深农甄选”等系列“深农+”品牌甄选基地，推出马来西亚榴莲“猫山王D197”、四川耙耙柑等一批名优特产，持续强化“新鲜美好”品牌特质。 2024年前三季度，实现营业收入37.30亿元，同比下降7.93%；实现净利润4.53亿元，同比增长9.86%，其中，归属于母公司股东的净利润3.13亿元，同比增长7.31%。 二、问答交流 1.公司旗下农产品批发市场的收入结构及租金调整情况 公司旗下农产品批发市场以租金、管理费、佣金及停车费构成主要收入来源。上述费用采用市场化定价机制，其标准与所在区域的经济发展水平、消费能力及市场自身运营情况直接关联，同时受属地市场竞争格局影响。具体租金调整将综合考量租期约定、市场运营实况及区域经济环境等多维度因素。 2.公司未来的农批布局规划 目前，公司旗下农产品批发市场主要定位为销地市场，在全国20余个大中城市投资了34个实体农产品物流园项目，形成“全国一张网”的网络化布局。公司旗下大部分农产品批发市场一期开业状况良好，后续项目将结合公司战略和运营情况，滚动开发二、三期项目，拓展品种、丰富业态。此外，公司旗下部分老旧市场将面临搬迁或转型升级改造，公司后续也将持续关注新项目布局以及基地项目的拓展建设。 3.公司新项目的推进情况 公司正积极推进旗下各项目落地建设：（1）公司于2023年投资的西南海吉星智慧产业园项目已成功竞得一期、二期用地共计553.23亩，目前项目处于规划设计收尾阶段。该项目位于成都市新津区，拟建设为集大宗交付、进出口前置监管平台、生产加工基地、冷链仓储中心、供应链金融服务及观光体验等功能于一体的现代农业产业示范标杆项目；（2）公司于2024年投资的上海海吉星惠南项目已成功竞得用地437.99亩，目前项目处于规划设计前期阶段。该项目位于上海市浦东新区惠南镇，定位为浦东新区一级综合农产品物流交易中心，依托区位优势重点发展农产品进出口业务。 4.公司对亏损、利润贡献较低的子公司计划采取的措施 针对公司旗下利润贡献低和亏损企业，一方面提升企业经营能力，逐步实现减亏扭亏；另一方面，对投资条件变化等原因致亏损的部分企业，公司将通过股权转让、清算注销等方式，有序
--	--

	退出。 5.连锁新零售业态的发展对公司业务的影响 连锁新零售业态作为农产品流通体系的下游，与上游农批市场形成供应链联动。我国具有小生产、大流通的特点，农产品批发市场在流通环节中的主渠道定位未发生变化。公司旗下农产品批发市场以综合品类为主，能够在短时间内满足多样性的农产品供应需求，更能够满足我国城市市民生鲜农产品的多样性需求。 6.公司向特定对象发行股票相关事宜 公司向特定对象发行股票事项已获深圳证券交易所受理，目前尚需深圳证券交易所审核完成，并取得中国证监会同意注册的批复后方可实施。公司将根据上述事项的进展情况，严格按照相关法律法规及时履行信息披露义务。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
附件清单（如有）	无
日期	2025年2月20日