

证券代码：300387

证券简称：富邦股份

湖北富邦科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-002

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中集集团产业基金陈旭、晨燕资产杨光、领星资本高志超、天安人寿王明存、华能贵诚信托张秦铭、瑞华控股汤胜华、瑞泰资产侯丽科、博奥资本刘云锋、国邦资产周权庆、华夏基金刘洋、博时基金王鹤锟、五牛基金刘佳、启迪控股潘琦琦、华泰柏瑞基金吴建江、天风证券吴立、天风证券戴飞、九泰基金方向、平安基金李十、清科创投秦占光、华安基金王仁增、光大证券资管薛超、天弘基金李晨、招商仁和人寿王康健、中国人寿养老保险谭照伟、温莎资本简毅、长江投资高黎汉、燎原资产袁绍祖、华融国际信托袁颖等
时间	2020年2月11日20点
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事长王仁宗、董事会秘书罗亮
投资者关系活动主要内容介绍	本次投资者关系活动的主要内容如下： Q1：公司目前数字农业业务发展如何？ A1： 公司业务发展有三条曲线。第一条曲线是基于肥料助剂的，从国内向全球开拓市场，与全球化肥助剂服务服务商竞争，扩大公司市场占有率；第二条曲线是基于植物营养助剂、增值肥料进行的定制化服务，一方面公司投资了土壤改良剂、悬浮肥等产能，另一方面利用公司平台技术包裹+向客户定制新型肥料，向农资流通商、农技服务商提供爆品肥料；第

三条曲线是基于数据化的转型升级，一方面基于土壤检测的智能配肥落地，另一方面水肥一体化的落地。

自 2019 年开始，把公司的核心竞争力抽出来去分型创新，找到第二条增长曲线，来自化肥助剂下游化肥零增长的僵局被打破以后，公司新增业务不仅来自长期的肥料助剂服务，也来自通过长期的技术积累、知识产权转让、以及知识产权工艺的改造、设备定制的服务和生产承包的服务，这些已经形成了公司发展的第二曲线：

长期以来，公司在数字农业方面做了很多探索，近年在数字化方面进行了全球化布局，目前已经储备了一批“卡脖子”技术，一是加拿大的土壤快速检测技术；二是以色列水肥一体化的智能灌溉系统。现在公司已经实现了土壤、天气、肥料的数据化，肥料可以打上 N 个数字化标签。

农业的发展趋势是通过数据提质增产，公司掌握了农业诸多数据接口，为公司拉出了第三条曲线打下充分的基础，使企业业务的发展空间扩大。公司在探索把数字化定制与业务相结合，在新型肥料业务方面，公司通过两年探索，现已把肥料销售变成一个定制化的销售，根据不同对象建立了对应的服务落地模式：

①面向服务型大 B 的服务模式，包括向中化、中农等大型化肥生产公司。过去与客户相处的模式仅是供应商与客户关系；现在处于农业数据化过程中，公司的客户是分布式的合作伙伴，既可以是公司下游的客户，也可以是上游的供应商。首先通过帮助客户做数字化转型，再依托公司已有产品和流通渠道作为载体，双方共同落地服务；

②面对小 B 的服务模式，通过公司近年与国内大型合作商（以流通商为主的，或者是农化服务商）建立的合作关系，把产品持续推广给下游客户；

③面对大 C 的服务模式，包括百果园、盒马鲜生等目标客户，在山东、陕西推广种植服务，发现当地市场对水肥一体化的服务还是存在很多需求的。大 C 一般对农技有较高需求，对公司的数字化概念接受程度高。

目前，公司的新型肥料产品包括高端悬浮肥、中间元素的特种肥料，例如土壤改良剂的肥料等，都会通过上述渠道得到释放。

自 2018 年开始，公司的海外业务从收入规模、成长性等各方面开始超过了国内。目前，公司与 OCP 的深入合作、加拿大 SoilOptix 与孟山都等客户的合作，构成海外数字农业营收的主要来源。与摩洛哥 OCP 的全方位合作顺利推进，目前在现场有十余人的工程师团队在现场服务。部分合同原计划 2020 年 1 月签署，由于疫情影响，现计划到第三方国家签署。

未来海外业务的成长点主要来自分型创新这个概念。公司通过对 OCP 需求的细致开发，从 1.0 的化肥助剂，2.0 的新型肥料，到 3.0 的数字农业关键技术，都能提供相关产品与服务。该业务模式不仅可用于与 OCP 的合作，公司在全球有 200 多家核心客户，包括荷兰诺唯凯和法国 PST 的客户，都有数字化转型的需求。在 2020 年，公司会逐一对这些大型客户进行拜访、沟通和交流。公司的全球大客户资源是公司的一个核心竞争力，客户的数字化转型升级和发展会给公司带来很多商业机会。未来几年中，公司会沿着在 OCP 破局的案例，发挥大客户资源优势，寻找到新的收入与利润增长点。

国内数字农业商业化进展。国内的数字农业或者数字化的收入部分，有以下不同维度的利润来源：①公司基于水肥一体化新型定制化肥料，也叫数字化肥料，提供一些新型的销售或者服务形式；②在传感器的服务和模式方面，比如公司传感器在水肥一体化方面，在后端参与分成，去年公司看到后端增产，对苹果直径大小的影响比较大，公司就采取了分成的模式来做一个示范。

公司客户发展战略。总体来说，公司客户分为 ABCD 四象限，A 象限就是公司现有的，B 象限是公司的海外市场，C 象限就是新的客户、新的需求，D 象限是公司现有的客户中对公司知识产权、对服务有需求且可带来利润的。公司在每个象限中都会有收入，预计 C 象限的新客户、新服务方面在 2020 年产生 5% 的利润；像 OCP 这样有较成熟合作模式的大客户是公司的成熟客户，预计在 2020 年贡献的利润较大，收入来源于新客户新需求和这些老客户数字化需求。

Q2：本次疫情背景下，公司将如何应对？

A2: 疫情发生以后, 公司在大年初一就成立了应急小组, 对情况做了预案。目前来看, 疫情对国内的生产和销售前期影响不大, 但随时间推移可能会有一些影响; 若 2 月份尚不能有所缓解, 3 月份可能会采取非常措施。现在公司员工约 300 人没有出现确诊或疑似案例, 也没有一个员工家属出现问题, 至今为止, 员工健康保持不错的成绩。

今年北方地区, 包括山东和东北地区, 整个复合肥的开工比往年会晚一点, 对公司影响不大; 西南地区, 包括云贵川、湖北, 从这两天的信息来看, 对公司竞争对手的影响更大, 相当多的客户寻求支援、应急, 为公司增加市场份额取得先机。海外业务没有受到影响: 包括荷兰诺唯凯、法国 PST、摩洛哥项目。

Q3: 2020 年中央一号文件与公司发展间的关系?

A3: 中央一号文件的出台为公司新业务创造了良好的条件, 对土壤修复、数字化农业、肥料减量化、高标准基本农田提出了明确的要求。公司的高标准农田建设不仅是农田的平整, 还包括各种传感器和数字化的使用, 地方政府对公司的数字化技术非常感兴趣。一号文件和很多关于数字农业的政策出台不断引导相关领域发展。

此次新型肺炎, 也促使公司加大在生物方面的投资和整合的意愿。摩洛哥 OCP 与公司合作计划在武汉成立合资研发中心, 就涉及到利用微生物修复土壤, 病虫害防治项目, 还有一些微生物对杀菌有很好的作用, 能够成为出 84 消毒液之外的新消毒工具。

Q4: 公司最近引进了荷兰的机器人检测技术, 如何将技术与现有的数字农业技术结合在一起进行商业化?

A4: 公司跟踪荷兰 Alsys 机器人项目已有较长时间, 是来自公司大客户 ICL 布局的一个技术, 可以机器人替代很多人工; 公司有很多客户, 比如摩洛哥 OCP, 其整个化学检测分析是交给第三方服务的, 有很好的商机。本项目刚刚合作, 国内一些大型客户已经开始来定制这个设备, 他们也希望利用这个设备获得更多的数据, 帮助企业做生产管理、数据分析, 希望

能够基于数据找到服务的发展曲线。

检测机器人在土壤检测方面，可以 24 小时工作，数据处理比较快、比较准，因此应用场景很多，比如说每个农业局、土肥站都配置了土壤检测设备，但受限于人员专业度、人员编制等，该机器人能够激活全国的土壤检测体系。

该技术投入商用时，公司瞄准的客户第一是现有的肥料企业客户，帮助其获得数据，或成为向其提供售后服务中的一项；第二是土壤检测客户，以数字为基础，进行数据二次开发和利用，帮助客户提供农技服务等。

Q5:加拿大土壤检测公司及相关合作情况？

A5:土壤检测的传感器及其平台化服务在最近一年取得不错成绩，2019 年亏损迅速收窄，预计 2020 年实现盈利，主要客户有孟山都、约翰迪尔等，有农业数据服务商、农机设备提供商，市场已经拓展到英国、澳大利亚、阿根廷。未来什么土壤种什么植物、怎么修复、用什么肥料、用化学肥料还是生物肥料等等，都是取决于土壤数据的获得，因此公司将该技术视为未来发展的关键节点，土壤检测是公司数字农业服务的入口。

Q6: 根据股权激励的目标和 2019 年业绩预计的 30%-60%大幅增长，2020 年还会延续 2019 年增长势头吗？毕竟疫情对公司的第一季度业绩多少会有一些影响。

A6: 2019 年业绩的取得是由于公司新业务的落地，2020 年开端虽然受到疫情一定程度的影响，但由于合作模式已经走出来，部分合同已经签署，2020 年公司管理层提出了一个更高的增长目标，本次股权激励的对象也是给公司直接贡献业绩的人员，希望通过努力使增长更快一些。

Q7: 2020 年公司也一直在布局跟农业相关的智能设备，这块会否会因为较大的投入而影响到公司的利润情况？

A7: 2020 年，公司与以色列 Soli 公司合作，是分阶段合作的，希望将先进的农业大棚与公司的数字技术相结合，打造数字农业生态示范园；与

	<p>荷兰 Alsys 合作，投资不大，主要是发现客户已经明确需求。数字农业的关键在于传感器，公司在未来将继续对一些“卡脖子”技术进行布局。</p> <p>接待过程中，公司接待人员严格按照有关制度规定，不存在未公开重大信息泄露的情形。</p>
附件清单	无
日期	2020年2月11日