

## 湛江国联水产开发股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2017-03

|               |  |
|---------------|--|
| 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<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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<br><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   | 天风证券：魏振亚；易方达基金：樊正伟；招商证券：周莎、雷轶；中新融创：赵欣冉；信达证券：杨兆鑫；中信证券：王晗；华泰柏瑞基金：谭笑；中邮基金：綦征；上海昊青资产：张昊；广东新价值投资：许文斌；坤易投资：郑婷。   |
| 时间            | 2017年3月23日   |
| 地点            | 公司总部、南三基地  |
| 上市公司接待人员姓名    | 董事长李忠、副总经理吴丽青、常务副总经理兼董事会秘书鲁承诚及其他高管人员。  |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>就公司经营情况进行了交流，主要内容如下：</p> <p><b>1、本次工厂化养殖项目目前进展情况如何？</b></p> <p>回答：该项目第一期第一阶段的种苗标粗车间于2016年10月投入使用并完成投苗，该车间目前正在放养第二批虾苗。第二阶段养成车间共四个车间56口塘，每口塘投苗量从十几万尾到三十几万尾不等，目前可陆续进行出虾。本次投资者观看了2口塘的出虾过程，平均1口塘出虾3800斤，其他虾塘拟在清明节前后出虾完毕。</p> <p><b>2、本次出虾的平均成本及收益情况如何？</b></p> <p>回答：从本次出虾2口塘来看，平均成本在15元/斤左右。初步计算，平均1口塘收益在7.5万元左右。</p> <p><b>3、本次工厂化养殖项目可优化空间？</b></p> |

回答：本次是公司工厂化养殖项目第一期，公司在实践中不断总结和完善，在技术、管理和设计上有多处可改进和优化之处。第一是技术优化，公司会根据本次养殖效果，持续调整和优化饲料配方和设备。其次是管理优化，包括建立标准化设备操作和生产操作规程、人才储备和员工培训计划、调整优化绩效考核方案、科学调整投苗密度以及生产数据库建立等。第三是设计优化，包括排污系统的优化、整体结构优化、电路的设计优化以及温控设施优化等。总之，公司拟通过本次养殖经验的总结，逐步充实完善可复制推广的养殖技术体系。

#### **4、公司工厂化养殖建设发展规划？**

回答：公司预计4月份将在湛江开建二期工程，新增水面100多亩，随后在基地旁边建设第三期工程，公司湛江基地最终将建成工厂化养殖水面650亩左右。目前还在规划揭阳、秦皇岛和钦州的养殖基地项目，2017年拟建成工厂化养殖水面1,000亩。

#### **5、公司内销拓展情况？**

回答：公司2017年内销预计做到10个亿，从一季度的情况来看，内销业务发展速度较快，同比增速在115-120%左右，内销预计今年有望超预期，内销超预期主要来源于下游客户拓展。

#### **6、对虾工厂化养殖项目具备什么优势？**

回答：主要有如下五个方面，

(1)分段养殖：分为种苗标粗和成虾养殖两个阶段进行，可以缩短养殖周期、控制养殖过程风险。(2)全封闭：全年均可养殖，反季节养殖可进一步提升养殖收益。(3)循环水：循环水处理可适当灭杀细菌并进行生物调节再培养，并可支持高密度养殖，提高效益。(4)生态养殖：养殖过程中采用菌相养殖、生物絮团等培水技术，保持对虾茁壮成长，全过程无药物投放，符合食品安全的要求。(5)可复制：工厂化降低了养殖对地理环境和气候环境的依赖，养殖基地可灵活布局在大中城市周

边，具备可复制的优势。

### **7、保障养成和高产量的稳定性措施主要有哪些？**

回答：主要措施有：

1、使用自己种苗公司培育的优质种苗，亲虾来自 SIS 公司迈阿密基地，投喂优质饵料，不使用抗生素，确保种苗质量和稳定性。

2、使用自己饲料公司专用工厂化养殖项目的饲料（虾多好），为项目提供更优质饲料。

3、养殖技术总监具有 20 多年丰富的养殖经验，公司多年的养殖技术研究积累以及养殖技术团队打造为项目实施提供强大的技术及人才支持，包括生物絮团技术、菌相养殖技术、循环水系统、物联网系统等。

4、加强过程监控，动态掌控养殖过程情况。包括对虾生长情况，吃食情况，水质监测，病原监测等。

### **8、公司的战略转型布局如何？**

回答：橄榄型向哑铃型的战略转型。公司原来是橄榄型的业务结构，即在前端养殖资源方面和后端的销售渠道布局相对较弱，而中间的加工环节布局较重。未来，公司将加大两端的布局，同时优化中间加工环节：在上游一方面大力发展工厂化养殖，另一方面在全球获取优质的水产资源；在下游加强国内外 B 端的订单型渠道和商超等 KA 渠道拓展；中间加工环节强化产品研发，为餐饮企业提供工厂化的食材加工。

基于此，公司将致力于全球水产供应链的布局：上游提供优质的种苗、饲料和动物保健服务，在中国和东南亚布局优质的水产资源，在中国和美国布局销售渠道，实现国内外两个市场的全产业链运作。

### **9、下游渠道布局如何？**

回答：国内方面，重点开发餐饮（含团餐）、工厂化消费等 B 端订单型的渠道和商超等 KA 渠道。目前已经拥有了百胜、外婆家、海底捞、望湘园等餐饮大客户，三全食品、思念食品等

|  |   |
|--|---|
|  | <p>工业化消费的渠道，麦德龙、山姆和沃尔玛等商超渠道，2016年下半年公司开始开拓团餐市场。</p> <p>国外方面，主要是美国，公司收购的 SSC，2016 年预计有 1.7 亿美元的收入。SSC 之前的渠道主要是亚裔和墨西哥裔市场，较难进入主流的白人渠道。2016 年，SSC 引入了 12 人的对虾销售团队，强化了公司在全美连锁餐厅和超市领域的优势，使公司北美业务向美国主流白人市场延伸。同时，大型连锁餐厅及超市一般是提供全年订单，且对服务及产品质量要求高，利润空间更大，有利于公司更好的安排原料采购和生产计划，提高公司整体盈利能力。目前该团队已成功开拓多个北美大型食品分销商及超市客户，业务发展势头良好。</p> <p><b>10、公司内销面临的主要机遇？</b></p> <p>回答：内销目前由“劣币驱逐良币”向“良币驱逐劣币”发展的过程，未来大企业、正规企业将迎来机遇。一是国内消费升级将进一步推动食品消费需求结构的改变，海鲜食材在川菜等主流菜系中的创新应用、终端消费者及餐饮企业对食材便捷性需求的提升都将带来大量新的市场机会。对虾产业有千亿级市场规模，公司 80%以上的产品是对虾类产品，未来发展前景广阔。二是新《食品安全法》的出台导致必胜客、沃尔玛、海底捞等大型餐饮企业对食品质量的要求进一步提高，有利于公司发挥产品研发、质量控制及供应链管理方面的优势。三是营改增政策使餐饮业纳税人可通过增值进项税额抵扣销项税额，餐饮企业在购买食材时会优先考虑正规渠道，有利于公司进一步深入开发餐饮渠道。</p> |
|--|---|