

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"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中信证券、民生证券、天风证券、申万宏源、中邮证券、东北证券、华创证券、国投农业、华泰柏瑞、民生加银、人保资产、工银安盛、新华基金、博时基金、粒子基金、金石投资、睿胜投资、庐雍资产、昆明华辰投资、景泰利丰、天治基金、江苏瑞华投资、汇智源林、华能贵诚信托、创富兆业、博闻投资、观火咨询、庐雍资产、进门财经、上海于翼资产、北京泓澄投资、信达澳亚基金、上海趣时资产、郭超、宋文光、崔传杰、江雷雷、陈文彤	
时间	2024年10月29日16:00-17:00、20:30-21:30	
地点	电话会议	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 莫谋钧先生 财务总监 袁庆鸿先生	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>基本经营情况：</p> <p>公司第三季度亏损6,400万左右，三季度销售蓝莓约300吨。</p> <p>第三季度里，公司在蓝莓业务种植、采摘、产后等方面进行组织调整，构建六大链路，以提高效率和确保蓝莓业务新产季的准备。</p> <p>在营销方面，进行品牌战略调整，将品牌数量大幅缩减，进行了南北销售中心的划分，形成了三个大的架构调整，以更好地完成新产季销售任务。</p> <p>在内部经营方面，公司注重费用控制和淡季经营。通过建章立制、流程建设、数据化和内控方面，推动成本和费用PK优化。</p> <p>1、公司在2024/25产季投产面积和种植面积是多少？目前土地大致什么</p>	

情况？

蓝莓业务在2024/25产季，投产面积接近3万亩，预计2025/26年产季蓝莓投产面积将达到4万亩。目前获取土地难度加大且土地流转成本也不断上涨。从产能增长的角度来看，除了规模外延扩张，亩产量也从首年1吨，增长到次年的1.5吨左右。内生增长和外延扩张共同构成了公司整体产能的持续增长。

公司非常重视土地流转，设立了三个小组，结合本地资源和政府支持，推动土地获取工作。

2、公司在促早技术方面的进展和效果如何？

公司从去年开始推广促早技术，今年已全面推广；技术是公司未来发展的核心之一，力求更早实现目标。促早技术使得采摘时间提前，大果率提升，公司将继续优化促早技术。

3、目前管理费用和销售费用仍增长，现在销售团队和种植团队的规模还是处于一个扩张阶段吗？

配称规模的增长，第一，深圳那边核心的高管、骨干向蓝莓业务转移。第二，云南同事持续招聘增加。三季度对人员进行精简，淡季设置轮休。

4、短债的规模有所增长且规模相对较大，公司短债主要的用途，以及目前账面上较多的货币资金，将会如何使用？

公司债务规模相比去年有所增长，主要原因是新增土地以及淡季原因，银行贷款有所增加。随着蓝莓开始销售，负债会得到明显改善。

存款较多的原因是公司有十亿左右的大额存单，预计明年上半年到期且不再续存，贷款会相应下降。

5、在新增土地比较困难的基础上，有没有考虑过学习借鉴其他品牌跟农户、大农户去合作的方式？

目前公司战略坚定，打造单一作物全链路的产业链。当下的战略目标是集中全部力量深耕此模式，未来会探索与农户合作的模式。

6、种植端基地管理人员管理效率有没有提升？是否采取相关措施去提升人效？

基地种植上，公司提出分场长的新命题，把一个农场切分为几个分场，一个分场场长管理300亩左右，一个分场再切分给技术落地工，一个人负责35亩。从计划、预算到结果输出都形成数字化模型，方便进行横向对比。落实人效PK机制，构建以最小的基本单元为中心的经营思路。

7、在平稳销售价格、建立渠道、物流运输等方面今年有做哪些改进呢？

首先，在渠道、物流运输方面，公司构建了6大链路，每一个链路链长，负责从园区的采摘到终端客户到货，呈数据化、可追溯；提高协同性的同时也实现了产品的质量跟踪；其次，今年重点扩展了KA方面，预计在11月份，在全国的主流商超可以陆续且稳定地看到公司蓝莓产品；另外，公司更加重视、帮助渠道商，与经销商打造区域品牌、与经销商进行深度合作。在品牌方面，公司收缩品牌数量，使品牌化更为凸显；定价层面，密切跟进市场终端价格，隔日定价机制。

8、公司对未来几个季度的产量展望如何？

2024年四季度、2025年一、二季度产量将继续提升，基于经验对蓝莓产量进行了预测。今年四季度预计产量在6,000吨左右，相比去年有显著增长。明年一季度是产季最密集的周期，2025年3月预计为产季峰值。一季度产量预计2万多吨，4月略低于3月，5月逐渐减少。整个产季预计总产量达到4.5万吨。

9、公司对国产苗的替换的情况如何？在专利品种苗方面的现状和未来目标是什么？

种苗品种对蓝莓的价值至关重要，公司高度重视品种的选择。公司正积极将其替换为专利苗，以提高蓝莓的品质和价值，专利苗在品质和产出时间上具有显著优势。

10、公司在稳产增产方面采取了哪些措施来应对自然灾害？

公司在防范寒潮方面配备了标准化设备，如热风机、烧炭、双层膜等。

	<p>此外，公司在园区设计时优先解决水资源问题，在农场内外建立了完善的蓄水和灌溉系统以及全天候监测系统，包括气象方面的管理队伍，以确保稳产保产。</p> <p>11、公司在蓝莓种植的采摘工人安排和加工场所建设上有哪些进展？</p> <p>公司在采摘工人方面，与多个地区合作，以确保足够的劳动力。加工场方面，新建十余个自有加工中心，提升了日处理能力和冷库设施水平。前置仓从去年的三个增加到五个，覆盖西南、华东、华北等地区，以提高发货和市场衔接效率。</p> <p>12、今年进口蓝莓上量是否会对国内价格产生明显冲击？</p> <p>目前价格没有明显波动。云南出产量份额较大，公司以促早的技术优势领先，在春节前3个月是黄金周期，参考往年，量和价格都比较稳定。</p> <p>13、其他的一些业务，包括火龙果、燕窝果，NFC 果汁，今年以来运营情况如何？</p> <p>火龙果在年底有部分产出，产量不算理想，今年在温度、水肥管控等方面做了调整，果汁现在处于淡季，重新调整了战略，产品已经在京东上有销售。</p>
附件清单	无
日期	2024年10月29日