

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	广发证券 曹敦鑫
时间	2025 年 10 月 16 日 13:30-15:30
地点	深圳市农产品集团股份有限公司海吉星会议室
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 刘小丹
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余个大中城市投资建设了35家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。近三年，公司旗下农产品批发市场年均交易量超过3,300万吨，年均交易额超过2,500亿元。 公司业务范围涵盖农产品标准化基地种植及冷链加工集配服务、农产品批发市场建设及运营、城市食材配送、单品品牌打造及销售、进出口贸易及服务农产品流通全产业链各个关键节点。

	公司依托“全国一张网”先发优势，布局优质种植基地，基于市场需求指导农产品生产，打造规模化、标准化、数字化、订单化种植基地；推动市场与产业链相互联结，积极开展优质单品培育工作；制定安全、品质、风味等多轮产品检测标准，精选优质农产品，积极参与“福市集”等推广活动，塑造深农品牌价值；深入探索进出口业务，成功引入马来西亚鲜猫山王榴莲、委内瑞拉冷冻带鱼、阿曼野生冷冻带鱼等优质农产品；持续拓展城市食材配送业务，打造辐射全国的网络布局，业务覆盖医院、学校、大型企事业单位等优质客户；继续大力推广深农聚合支付交易系统，提高市场运营效率、商户交易效率，加快数字化转型步伐。 公司聚焦农产品流通领域，以“致力美好生活”为使命，以“现代农产品流通全产业链资源提供商和服务商”为战略定位，锚定“数字菜篮子”战略目标，推动全产业链高效协同与价值重构，构建贯穿基地端至消费端全链条、具备全面服务能力的现代农产品流通生态平台。 二、问答交流 1.公司的核心竞争优势 经过36年的发展，公司在全国20余个大中城市投资了35家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，具有丰富的农产品批发市场经营经验和资深的农批市场管理人才积累。公司深耕农产品流通领域，从农批市场出发延伸至农产品流通全产业链，整合全球伙伴商户资源，深度挖掘产业链价值，围绕农产品流通全产业链提供批发交易场地、基地认证、食品安全检测、品牌培育、集约化加工配送、优质特色农产品推介、产销对接、农产品进出口等供应链“一站式”服务，构建了以国内批发市场为主体，国内国际业务和资源相互联动、相互分享、相互促进的新发展格局。 2.线上连锁新零售业态的发展对公司业务的影响 线上连锁新零售业态的发展与农批市场之间主要呈现互补共存、协同联动的特点。作为农产品流通体系的下游环节，新零售业态与上游的农批市场形成了高效的供应链联动。由于生鲜农产品具有显著的非标准化特性，且易腐难储，农产品批发市场凭借
--	---

	其高效的集散能力与灵活的供需调配机制，在流通体系中持续发挥着主渠道作用。公司正积极推动全产业链布局和数字化转型，通过数字化、智能化工具赋能商户，深度挖掘市场数据价值，从而强化对整个流通链条的服务能力，进一步提升农批市场作为供应链核心枢纽的支撑作用。 3.农批市场主要的下游客户群体 农产品批发市场的下游客户类型多样，其中比较具有代表性的渠道包括二级批发市场以及加工配送企业。二级批发市场主要服务于采购规模有限的中小型超市、菜店及餐饮终端，承担着区域集散和再分销的功能，是连接一级批发市场与终端零售的重要环节。与此同时，随着生鲜电商、社区团购等新业态兴起，专业的加工配送企业作用日益凸显，它们通过对农产品进行分级、包装、预处理等增值服务，再配送至各类新兴零售终端，已成为农批市场中不可或缺的重要客户群体。除此之外，农批市场下游还包括大型连锁商超、团体食堂、生鲜供应链平台等多种渠道类型。公司将持续关注下游渠道结构的变化趋势，不断优化服务能力，深化与各类客户的协同合作。 4.公司旗下农产品批发市场管理业务的收入结构及租金定价模式 公司旗下农产品批发市场管理业务的收入结构主要为租金、佣金、管理费、停车费等。相关费用的定价主要采用“市场化”模式，与市场所在地区的经济发展、消费能力和市场的经营状况相关联，并受当地市场竞争状况影响。租金的调整将综合考量档位租期、市场的经营状况、所在地区的经济发展水平等因素。 5.公司聚合支付运用情况 公司利用大数据、物联网、云计算等科技手段，努力提升数字化运营能力，加快推动“数字菜篮子”建设。深入推广深农聚合支付交易系统，提高市场运营效率、商户交易效率。目前，深农聚合支付交易系统已覆盖20余家旗下批发市场，开通商户万余家，年度交易金额大幅提升。
--	--

	6.公司未来的农产品批发市场布局规划 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35个实体农产品物流园项目，形成“全国一张网”的网络化布局。公司旗下绝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。同时，公司根据战略规划，在重点区域进行拓展投资，如上海惠南项目、成都新津项目、广州南沙项目等。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。 7.公司未来提升收入的举措 公司始终致力于提升农产品流通环节交易效率，一方面是加快新项目和市场滚动开发区域的建设进度，加大亏损市场的减亏处亏力度，同时优化场内空间布局，开拓增量交易品种，加强档位品类的规划与管理；另一方面是围绕农产品批发市场主业拓展产业链业务，如产销对接、食材配送、进出口贸易、品牌打造等业务，为商户和消费者提供更有价值的服务。 8.公司针对亏损市场采取的减亏措施 公司根据旗下各批发市场的区位条件和经营阶段，制定差异化的运营提升方案，重点推进减亏增效。如南方物流项目，依托其毗邻成熟运营的平湖海吉星市场的区位优势，明确其差异化品类定位，公司计划将其打造为华南地区的海鲜、水产品集散枢纽。经董事会审议通过，公司将以公开招标方式委托经营管理海吉星水产品物流园A标段，引入专业运营资源，加速市场培育与规模提升。对于其他亏损市场，公司正积极推动对外合作与资源整合。通过引入战略合作伙伴、扩大招商、整合周边资源等方式，逐步优化业态组合，提升运营效率，增强市场活力。
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10月16日