

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. 国盛证券、正圆投资、途灵资管、农银汇理、东北自营、华富基金、中国国际金融有限公司、煜德投资、中航基金、pinpoint、平安资产、益恒投资、希瓦、南方基金管理有限公司、东方红、蜂巢基金、工银瑞信、西部利得、富安达基金、新华基金、富舜资产、华宝基金、甬兴自营、浙商资管、广发基金等基金经理、分析师、研究员共计26名 2. 广发证券 曹敦鑫，人保资产 余力、解骄阳、龙硕、文洁、吴瑞祥 3. 平安养老 邹译萱、周光远
时间	1. 2025 年 11 月 11 日 14:00-14:45 2. 2025 年 11 月 12 日 10:30-11:30 3. 2025 年 11 月 13 日 10:00-11:00
地点	1. 深圳市农产品集团股份有限公司董事会秘书办公室（电话连线） 2. 深圳市农产品集团股份有限公司董事会秘书办公室（腾讯会议） 3. 深圳市农产品集团股份有限公司董事会秘书办公室（现场）
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、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；制定涵盖安全、品质、风味等维度的多轮产品检测标准，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，构建辐射全国的配送网络，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、公司2025年前三季度经营情况 2025年前三季度，公司实现营业收入51.97亿元，同比增长36.11%，主要系下属深农厨房、深圳海吉星进出口公司、天津海
--	---

	吉星以及振兴乡村产业公司等企业积极拓展业务、挖掘新品类和拓宽渠道，商品销售收入同比增加所致。归属于上市公司股东的净利润、归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润和基本每股收益同比下降，主要系：（1）下属南昌公司应对市场竞争采取招商优惠政策；（2）上年下属国际食品公司收到租赁合同终止补偿款，本期非经常性损益同比大幅减少所致。 3、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，新零售业态与上游农批市场形成高效供应链联动。由于生鲜农产品具有显著非标准化特性，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、智能化工具赋能伙伴商户，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。 4、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，根据战略规划，在上海、广州、成都等重点区域进行拓展投资，例如上海惠南项目、成都新津项目、广州南沙项目。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。 5、公司针对南方物流项目采取的减亏措施 依托南方物流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。 6、城市食材配送业务的主要客户群体 公司旗下深农厨房、海吉星·长沙和海吉星·成都等市场主体以“市场化运营”“高效供应链管理”为切入点，整合上游供应链资源，协同推进市场食材配送业务，加快市场扩张步伐。客户群体基本覆盖军队、医院、高校、大型企事业单位等。 7、公司品牌建设 with 单品打造情况 公司积极拓宽“深农甄选”产品矩阵，通过精选产品，从安全、品质、风味等维度对产品进行精选及多轮检测把控，选定优质产品，塑造品牌形象，通过“福市集”等系列活动扩大影响力。公司在现有单品基础上，继续挖掘、培育优质特色单品，目前已成功培育四川耙耙柑、儋州贝贝南瓜、儋州红薯、樟树港辣椒、怀集大米、猫山王冰皮榴莲月饼、库尔勒香梨等数十种优质单品。 8、公司数字化建设情况 公司依托大数据、物联网、云计算等科技手段，持续提升数字化运营能力，加快数字化转型步伐。一是加大力度推进深农聚合交易（支付）系统在批发市场的应用。二是有序推进来货报备管理系统、门禁无人化管理系统、档位管理系统等信息化项目的升级改造，提高市场运营效率。三是上线“农产品批发市场价格采集与发布平台”，推出“深农价格”微信小程序，提供价格查询、对比分析、趋势回溯等功能，助力商户掌握价格动态，提升行业信息透明度。四是下属企业全面应用标准转运载具，推进农产品流通标准化、规范化，加快构建农产品供应全流程追溯体系。 9、公司未来在资本开支、分红策略的安排 公司在资本投入上坚持“稳健有序”的原则，根据项目进展和招商情况动态投入资源。在股东回报方面，公司重视长期稳定的现金分红，在综合公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资
--	---

	金成本等因素的基础上，充分考虑公司当前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、融资环境等情况，制定合理的分红策略。
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11月13日