

证券代码：301156

证券简称：美农生物

上海美农生物科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-08

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 电话会议 <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	国金证券 陈屹 国诚投资 魏岗 戚琳
时间	2024年11月26日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：张维娓
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次活动主要交流内容如下：</p> <p>1、公司近期投资约3.9亿在山东乐陵建设10万吨玉米蛋白精加工项目，该项目的未来发展前景如何？</p> <p>答：</p> <p>我国是饲料蛋白资源严重短缺的国家，且主要的饲料蛋白原料高度依赖进口（如大豆和鱼粉80%以上都依赖进口），提升现有蛋白资源的利用效率对缓解饲料蛋白资源短缺具有战略意义。2023年，农业农村部办公厅制定了《饲用豆粕减量替代三年行动方案》，方案提出“技术路径上从供需两端发力，推进提效、开源、调结构等措施的应用，多措并举促节粮”。</p> <p>公司玉米蛋白精加工系列产品是以玉米生产淀粉后的副</p>

产物为原料，经过酶水解、浓缩、干燥后获得的产品，是生物酶解技术对蛋白资源进行高效转化利用的合成生物学技术的产业化成果，是对饲料领域蛋白产品的品类补充。本次投资项目依托公司酶解技术平台，充分利用当地供应商优质的玉米副产品的供应优势，进行玉米蛋白精加工产品的规模化生产。较常规玉米蛋白饲料，玉米酶解蛋白产品可提升玉米蛋白中蛋白质和能量的可利用率，实现营养和功能的双提升，对缓解国内饲料蛋白资源紧缺的现状具有重要意义，符合国家产业政策。

项目分两期建设，经初步测算，一期二期完全达产后预计形成年产 10 万吨玉米酶解蛋白的生产能力。本项目的实施将拓宽公司的产品线，优化公司的产品结构，能够进一步落实猪、水产、家禽、反刍等并重的产品战略，避免下游应用饲料种类单一所带来的市场波动风险。同时，通过实现玉米蛋白精加工相关产品的产业化，形成覆盖面较广、相关性较强、技术及功能相辅相成的产品组合，提升市场占有率，拓展新的收入利润增长点，巩固公司在国内饲料酶解蛋白领域的竞争优势，增强盈利能力，创造更大的商业价值。

2、公司海外市场发展势头很好，对于未来进一步拓展海外市场，公司是否有收购兼并或者其他拓展计划？

答：

公司“出海”早、基础好，通过 20 余年的国际市场开发探索沉淀，奠定了较好的市场竞争优势，已在越南、俄罗斯、泰国、缅甸、菲律宾、日本、韩国、巴基斯坦、孟加拉、埃及、约旦、土耳其、巴西等四十来个国家及地区建立了销售网络，助力公司更好地拓展市场、促进销售。

未来，公司将继续重点沿着“一带一路”加大国际市场开发力度，采取“综合服务伙伴”的合作模式和理念，向海

外经销商和客户提供包括全过程、全方面、全顾客个性化服务，公司不仅提供产品，还整合全球资源更好助力经销商伙伴和客户的事业发展。同时，公司大力投入开展客户参访/拜访、全球展会、论坛/研讨会等“走出去，请进来”活动，不断在国际市场树立了良好的美农品牌形象和声誉，进一步扩大国际市场版图，提升公司在国际市场的影响力和市场地位。

3、公司产品相对行业其他竞争对手，其竞争优势或者竞争差异点是什么？

答：

推动企业持续发展的核心竞争优势不是某一方面的绝对优势，而是整个企业的系统优势。公司聚焦关注客户需求，以帮助客户解决问题为导向，以为客户提供价值为根本。公司竞争优势主要体现在产品、市场与客户、人才等多个层面系统优势。

在产品层面：公司产品研发瞄准全球前三位，努力对标全球前三位的优秀企业，按照“基础研究支持产品研发，产品研发支持问题解决，问题解决支持客户服务”的技术逻辑进行产品开发，针对不同客户的需求，以自主核心技术为支撑、以丰富的产品线为要素，并结合“全程营养”理论，针对动物的不同生长阶段，分别对采食、消化和吸收的各个环节提供相应的产品及产品应用方案。

在市场与客户层面，公司采取“分层分级、立体服务”的思想，对不同类型的对象提供差异化服务，针对大型企业，公司以提供质量稳定的产品和管理服务为主，针对中型企业，公司除了提供管理服务外还提供技术服务。公司跟客户不是追求一次买卖交易，而是谋求长远的共同发展。

在人才方面：公司坚持“价值共创、价值共享”的人才发展理念，持续推进人才强企战略，让人力资源管理成为企

业发展的引擎。在人员引进、培训赋能、全面激励和人员晋升等方面建立了规范化制度。通过多年组织建设和人才发展，公司打造了一支稳定、专业化的人才队伍。

4、公司如何实现有竞争性的定价？

答：

定价的方式有很多种，比如：成本定价、竞争定价、价值定价等。公司主要结合市场行情、市场竞争情况、产品成本及用途等综合要素确定产品价格区间，并根据产品结构、竞争情况、客户资信情况、订单采购规模、双方合作情况、汇率波动、物流和运输方式等多种因素，经与客户协商或通过招投标方式确定销售价格。

5、公司未来持续成长的支撑是什么？产品策略是什么？市场策略是什么？

答：

公司当前聚焦深耕主营业务，主要依靠内生式发展。

在产品策略方面：公司始终坚持“分种分品 全程营养”的产品战略，根据动物生理及营养需求，结合行业发展趋势不断研发新产品、新方案，逐渐形成涵盖功能性饲料添加剂、营养性饲料添加剂和酶解蛋白饲料原料等丰富的产品体系，公司产品广泛运用于猪、反刍、家禽、水产、宠物等动物养殖领域，并在这些领域逐步建立起竞争优势和市场地位，有序成为公司新的增长曲线。目前，公司猪用产品已形成规模优势，未来，随着公司“10万吨玉米蛋白精加工项目”建成，将会成为公司在酶解蛋白业务领域的新突破、新增长点，将推动实现公司客户主体从猪品类向水产和家禽拓展，进一步落实公司猪、水产、家禽、反刍等并重的产品战略。

在市场策略方面：公司秉承“深耕国内 突破海外”的市

场策略，组建了专业的国内、国际营销团队和价值服务团队，通过多年的累积，国内市场与国际市场协同发展。海外具备很大的市场成长空间，公司作为中国的饲料添加剂企业具有全产业链优势，在资源优势上具备规模优势，同时，公司在前期的发展过程中奠定了良好的国际市场开拓的基础。未来，公司将进一步加大对国际市场的开发力度，尤其是“一带一路”沿线的市场。

6、公司的销售模式是以经销为主还是以直销为主？

答：

公司采用“直销为主，经销为辅”的销售模式，以客户为中心，为客户创造价值。境内销售主要通过直销模式覆盖大中型客户，通过经销模式覆盖区域小型客户；境外销售主要通过经销模式开展。

（1）直销模式

针对境内主要的集团类客户及区域性大中型客户，公司主要采用直销模式进行销售。公司以“顾客为本”，建立了完整的客户开发与价值服务流程体系。在客户触及、需求调研分析、信任建立、产品应用方案的提供和交付等环节实施对客户的需求管理，以客户为中心、为客户创造价值。

（2）经销模式

公司通过经销模式覆盖境内分散的区域型小客户和境外市场。运用经销模式有利于公司借助经销商在当地的资源和能力开拓市场，提高市场渗透率和占有率，降低销售成本，提升服务效率等。

7、公司如何看待所处行业未来的发展趋势？

答：

从行业发展大趋势来看，行业长期向好逻辑不变。我国畜牧养殖业经过多年的发展，从家庭散养到集约化、规模化

	<p>养殖模式的转变，从粗放养殖到精细化养殖的转变，从传统畜牧养殖业向“高效、资源节约、环境友好、绿色安全”的现代畜牧养殖业转变。公司生产的产品，能够强化基础饲料营养价值，提高动物生产性能，保障动物健康，节省饲料成本，改善畜产品品质，提高养殖效益，实现环境友好，完全符合“高效、绿色、安全、资源节约”的行业发展趋势。</p> <p>风险提示：本次调研信息中如涉及对外部环境判断、公司发展战略、未来计划等描述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年11月26日