

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	<div><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/>分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/>媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/>业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/>路演活动</div> <div><input type="checkbox"/>现场参观</div> <div><input type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容）</div>
形式	<div><input type="checkbox"/>现场</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>网上</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>电话会议</div>
参与单位名称及人员姓名	1.腾讯会议：财通基金潜宣瑜、东方证券陈笑 2.电话会议：兴业证券、人寿资产、西部利得基金、磐厚投资、同泰基金、北大方正人寿、统一证券、大成基金、长城基金、泰信基金、信诚人寿等基金经理、分析师、研究员共12名
时间	2025年12月16日14:30-15:30 2025年12月18日10:00-11:20
地点	深圳市农产品集团股份有限公司董事会秘书办公室
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 谢智恒
投资者关系活动主要内容介绍	<div>一、公司基本情况介绍</div> <div>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。</div> <div>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。</div> <div>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</div>

	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>二、问答交流</p> <p>1、公司旗下农产品批发市场主要收入来源和定价情况</p> <p>公司旗下农产品批发市场管理业务的主要收入来源包括租金、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，与项目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。</p> <p>2、公司旗下农批市场建设期、培育期一般需要多久？</p> <p>农产品批发市场为重资产投入行业，发展周期通常分为建设期、培育期、成长期、成熟期四个发展阶段。根据行业普遍规律，农批市场建设期通常为1至3年，培育期为3至5年，具体视项目规模、建设复杂度等因素而有所不同。</p> <p>3、公司投资方式的考虑</p> <p>公司成立36年来，始终围绕核心主业，坚持通过新设、并购等直接投资和设立产业基金等间接投资的方式，不断拓展全国市场及业务布局。未来，公司将持续聚焦农批市场及全产业链相关的投资机会，精准筛选优质项目，持续提升公司核心竞争力与盈利能力。</p>
--	--

	<p>4、公司旗下天津海吉星二期招商培育情况</p> <p>天津海吉星位于天津市静海区，主要定位为中转型+销地型一级批发市场，辐射范围涵盖北京、河北、山东、辽宁等周边地区。该项目二期已于2024年12月开业，当前正积极推进肉类、海鲜水产、高端食材、副食品、干调等品类的招商与培育工作，推动市场实现全品类运营。</p> <p>5、公司的单品打造情况</p> <p>公司积极拓宽“深农甄选”产品矩阵，通过精选产品，基于深农标准从安全、品质、风味等核心维度开展多轮检测与全流程把控，精选优质产品资源，塑造高品质品牌形象，并通过“福市集”等系列活动扩大影响力。目前，公司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90余种优质单品。未来，公司将以现有优质单品为基础，持续打造深农集团拳头产品矩阵，不断提升业务毛利率水平，助力公司实现高质量增长与可持续发展。</p> <p>6、公司城市食材配送业务的开展情况</p> <p>公司旗下市场和深农厨房以“市场化运营”“高效供应链管理”为切入点，通过整合上游供应链资源，加快市场扩张步伐。目前，公司旗下深农厨房已在北京、上海、天津、成都、南昌等全国大中城市成立21家分公司开展食材配送业务，初步形成“以深圳为中心，向全国辐射”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。</p> <p>7.公司数字化建设情况</p> <p>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。一是全面推进应用标准转运载具，助力农产品流通标准化、规范化，构建农产品供应全流程追溯体系。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。三是加大力度推进深农聚合交易（支付）系统在批发市场的应用，提高农批市场商户交易效率和资金安全。四是推出“农产品批发市场价格采集与发布平台”，发布“深农价格”微信小程序</p>
--	---

	<p>序，助力商户掌握价格动态，提升行业信息透明度。</p> <p>8、公司分红策略</p> <p>公司重视利润分配政策的连续性和稳定性，在综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平、重大资金支出安排和股东回报等因素的基础上，制定科学合理、可持续的利润分配策略，切实维护股东的长远利益。</p>
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12月18日