

证券代码：600057

证券简称：厦门象屿

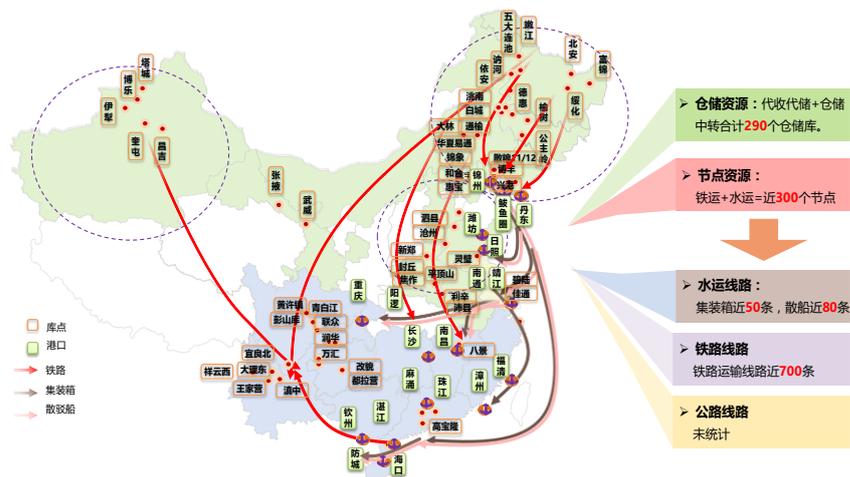
厦门象屿股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 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"/> 其他
时间	2023年03月02日（周四）15:00-18:00 2023年03月03日（周五）08:00-16:30
地点	03月02日 黑龙江省哈尔滨市道里区第五大道2816号汇智金融企业总部c座16层（黑龙江象屿农业物产有限公司） 03月03日 黑龙江省绥化市北林区四方台镇兴胜村（合作示范村） 黑龙江省绥化市北林区张维镇（绥化象屿金谷农产有限责任公司）
形式	现场交流及实地调研参观
上市公司接待人员	党委委员、副总经理, 黑龙江象屿农业物产有限公司总经理陈代臻先生 董事会秘书廖杰先生 绥化象屿金谷农产有限责任公司副总经理马也先生 绥化象屿金谷农产有限责任公司总经理助理蔡畅先生 北京象屿数字科技产业有限公司总经理助理许宗宝先生
参与活动机构人员	此次农业产业链上下游实地调研活动，聚焦“延链补链强链”，共有18家机构参与，明细情况如下： 嘉实基金管理有限公司、诺安基金管理有限公司、朱雀基金管理有限公司、荷宝投资管理集团、上海理成资产管理有限公司、南华资产管理（新加坡）有限公司、浙江旌安投资管理有限公司、长江证券股份有限公司、申银万国股份有限公司、兴业证券股份有限公司、华创证券有限责任公司、海通证券股份有限公司、华泰证券股份有限公司、东吴证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司、国信证券股份有限公司、首创证券股份有限公司、西部证券股份有限公司。

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、陈代臻先生介绍农业行业及公司农产品板块业务情况</p> <p>2004年至2023年，中央连续20年发布以“三农”为主题的中央一号文件，显示出“三农”问题在我国“重中之重”的地位。其中，今年中央一号文件明确提出“建设供给保障强、科技装备强、经营体系强、产业韧性强、竞争能力强的农业强国，这是“农业强国”首次出现在中央一号文件中。</p> <p>农业强国建设的质量决定了全面建设社会主义现代化国家的成色。参考欧美国家的农业发展历程，提高农业综合生产能力，除了培育高素质农民外，必须实现土地规模化经营，这是现代农业发展的重要支撑点。而我国当前农业生产方式存在两大矛盾，分别为小农户的生产方式与市场化、社会化生产要求的矛盾，以及土地的细碎化、分散化与实现农业规模化、集约化经营要求的矛盾，这是目前行业遇到的痛点。需要建立全新的粮食流通和经营体系帮助种植户将粮食种好、收好、储好、运输好、加工好、销售好，才能从根本上解决行业痛点。因此，公司着力打造全产业链模式，帮助解决种植户卖粮难、下游企业用粮难的问题，并以一体化供应链为企业、产业升级提供高质量发展新范式，服务国家战略落地。</p> <p>市占率方面，国内粮食产业服务市场空间巨大，但目前仍存在供需双方信息不对称，交易环节频现中间商、贸易商、经销商等状况，阻碍了粮食流通效率，助推了粮食收购成本。公司农业板块主要核心品种市占率不足3%，市场占有率仍然较低，未来存在极大的发展空间。</p> <p>公司当前已建立起4大竞争壁垒，即：①一手粮，公司收购网点围绕原粮主要产区进行布局，以及基于公司多年来建立起的标准化服务体系和品牌声望，粮食收割后，农民会第一时间寻求到公司收购网点进行原粮的销售，由于贸易环节的减少，使得公司可以获得比竞争对手更具品质和价格优势的粮源；②多元粮，能否为客户提供一体化供应链服务取决于公司是否具备多元的经营品类结构和粮源结构，公司当前在黑龙江地区的收储规模已跃居全省第一，且商业触角已延伸到辽吉蒙、新疆等地区，此外在华北等粮食主产区也有着广泛的网络</p>
----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

布局，具备多元化的粮食经营品类和粮源结构；③**全产业链**，公司业务涵盖前端种植、中端存储、下游加工、销售等各个环节，业务触角丰富，可在供应链服务的各个环节与制造业企业客户展开合作，能有效满足客户不同阶段的服务需求以及抵御农业周期性波动风险；④**运输高速网络**，公司当前的物流能力能有效串联起各粮食收购网点，形成粮食高速流通的贸易网络，可以快速将下游客户需求的原粮安全、高效的配送到相应的生产节点。

公司农业板块的发展目标是成为国内领先的全球性一体化粮商。未来会通过不断加码的科技投入，提高农业全产业链信息化水平，从而对农业全产业链各环节实现有效地运营和管理，赚取集约化、专业化、规模化的收益。



二、许宗宝先生介绍数字农业发展背景及公司后续农业数字化业务规划情况

国家政策大力支持和引导数字农业的发展，已连续多年出台政策引领性文件。其中，去年发布的《2022年数字乡村发展工作要点》，明确提出加速农业数字化转型，加快推动农业农村大数据建设应用，重点建设国家农业农村大数据平台，建立健全农业农村数据资源体系，构建全国农业农村大数据“一张图”。

放眼海外，根据罗兰·贝格国际管理咨询公司精准农业报告的节选，传统农业巨头如拜耳、巴斯夫、约翰迪尔、先正达、久保田等已经认识到精准农业的重要性，通过收购、合作、内部孵化等方式完成

布局，试图建立数字农业的生态系统。与此同时，行业外的科技公司，也在以挑战者的身份进入该领域，微软、亚马逊、IBM 等大型科技公司是典型代表。

着眼国内，当前我国农业仍存在产业落后、信息不对称、耕地分布散、规模小、农业数字化渗透率低等特点，亟待将数字化技术融入种植、农产品加工、农产品销售等环节。

未来，公司将始终致力于打造贯通产业链的农业数字化平台，创造共生共赢的农业生态，夯实农业全产业链运营的服务底座。种植端，服务于粮食种植产业，以黑吉辽蒙豫五省数千万种植户为核心，围绕订单、种植、金融、农资等提供数字化解决方案，实现农民增收、农业增效、乡村振兴，并在未来拓展和服务更多的区域；仓储端，以黑吉辽蒙豫五省总仓容量规模上亿的第三方仓点为合作对象，数字化赋能仓储物流高效安全运营，实现代收、代储、代加工、代金融、代物流等五“代”服务；生态端，服务于全国范围的制造业企业客户，以北粮南运的多式联运方式为主轴，实现亿吨级别的粮食供应链运营优化目标，构建以数智化为核心的千亿级供应链金融生态。

三、马也、蔡畅先生介绍绥化粮食收储基地“智慧粮企”模式

绥化粮食收储基地作为公司七大粮食收储基地之一，粮食从入库登记到扦、检、称一体化（从扦样、称重到在线杂质、容重、水分、不完善粒等各项指标检验，全程仅需 5 分钟），再到卸粮结算，均可实现司机自助操作。

收粮季以来，绥化基地平均每日进厂粮车 400 余辆、收购玉米 1.5 万多吨。

四、互动交流环节

问题 1：公司在农产品物流方面的布局情况？

回答：农产品板块，公司围绕原粮运输建立起铁路、港口、公路的物流网络（国内+国外的大物流体系），保证原粮运输的安全通畅，从而构建起公司的核心竞争壁垒。目前，公司正在积极推进与招商港的港口数据直连，以及推进公司自身物流体系与核心下游企业（如温

氏) 采购体系的有效直连。智慧物流作为行业未来的重要发展方向, 公司将在科技投入上不断加码。

问题 2: 公司在粮食收购和仓储库规划建设情况如何?

回答: 目前, 公司仓容量最大的仓库, 设计仓容量达 500 万吨, 高峰时日收粮规模可达 8 万吨。目前市场绝大多数同行的仓容水平维持在 10-20 万吨。此外, 基于合理收储半径 100 公里的规划设计, 公司的仓储布局可最大限度满足种植户的售粮诉求。

问题 3: 公司既往在农业板块, 累计投入建设仓库的资金规模以及是否存在政府补贴?

回答: 在承担国家储备任务期间, 公司曾获得过国家部分补贴。截止 2021 年年末, 公司累计在黑龙江省投入资金近 80 亿元人民币, 建成后仓容量达 1,750 万吨。未来根据业务发展需要, 将主要通过轻资产方式, 整合其他区域的第三方仓容, 并进行数字化改造。

问题 4: 公司收储对象主要为哪类人群? 种植户为什么会选择将粮食出售给象屿?

回答: 公司的收储对象覆盖种植大户和家庭户。农民在售粮时会看重收粮价格、专业化的服务能力以及收粮效率。公司采用“一村一顾问, 一镇一经理”的运营策略, 在产前环节, 通过高质量农资、农具等的销售与种植户建立联系, 并提供后续农技咨询等全流程增值服务, 与种植户产生较强的粘性, 收粮工作在田间地头就可以完成。

问题 5: 公司农产品板块未来市占率预计将达到什么水平?

回答: 由于国内对玉米、大豆等实施进口配额管理, 进口端的市场规模存在一定的天花板, 市场空间的大小取决于国家给予合作客户配额的多少。因此, 公司主要为国内有配额的制造业企业客户在海外采购原粮, 提供供应链服务; 对于国内市场而言, 竞争则完全市场化, 原粮收储的规模取决于企业的物流网络布局和运营能力, 当前行业竞争格局较为分散, 行业集中度较低, 未来公司在农业全产业链发展方面还有很大的提升空间。

问题 6: 公司目前哪些区域实现了农业全产业链运营模式, 是否

存在可复制性？

回答：公司目前在黑龙江的 7 大粮食收储基地均已实现全产业链运营模式，模式可复制性强，未来将把黑龙江地区全产业链模式的成功经验推广到西北、华北等地区。

问题 7：公司在提供农产品供应链上的优势有哪些？

回答：（1）**经营品类：**除玉米、大豆、水稻、小麦外，公司还经营蛋白类的商品，比如豆粕、菜粕、葵花粕等。经营品类的多元化，可以为客户提供一体化供应链服务；

（2）**企业性质：**公司作为国有控股企业，在资信状况、融资成本和经营合规性等方面都具备一定的优势；

（3）**收储网络：**公司粮食收储网络，除黑龙江外，在西北、华北地区也有布局，公司合理的网点分布能很好地满足不同制造业企业客户的发运需求，例如，以下游某饲料类制造业企业客户为例，公司在新疆地区的布局能够直接发运到客户西北片区的四大厂区，公司在华北地区的布局也能很好满足其华北片区的生产需求；

（4）**团队素质：**公司服务团队专业日渐广泛、梯队结构日趋完善，数量庞大的人才团队为公司的发展扩张奠定了坚实的基础，客户合作体验感极佳。此外，公司专业的市场研究团队，还可以为客户提供及时的行情分析和采购建议，能够提高客户的采购效益和降低库存成本；

（5）**品质把控：**农产品品质会受到不同产地、品种等各种因素的影响，而制造业企业客户生产过程中对不同原料的要求也有所不同，客户会把不同品质的原粮搭配使用从而降低制造成本，公司业务网络发达，有着丰富的粮源结构，能更好地满足客户对粮源多样性的需求。

（6）**物流配送：**公司近年来积极构建智慧供应链物流体系，能够满足不同制造业企业客户在全国 20 多个省市原材料配送的需求。

问题 8：下游客户在制定采购决策时会优先考虑哪些因素？

回答：价格因素是客户重要的考虑因素，其次为原粮品质和供货量。以玉米为例，玉米价格不同地区价格相差不大，单吨价差一般为 5~10 元，但品质方面可能存在一定的差异，辽宁、吉林出产的玉米品

质略低，黑龙江地区出产的玉米品质则相对较高。对于不同品质的玉米，客户会在配方里面分级搭配使用。

问题 9：驻村顾问一般会选择何种人群？

回答：一般会选择村支书、村主任、村会计等村内核心骨干，这一类人群有意愿、有动力为村民提供有价值的服务，另外，在驻村顾问人选方面，也会考虑村里具有一定号召力的意见领袖。

问题 10：地推人员薪酬体系的构成要素情况？

回答：由基本工资+绩效工资+佣金构成。

问题 11：预计未来地推人员扩张的速度和规模？

回答：按照“一镇一经理，一村一顾问”的运营策略，公司目前一个客户经理（即地推人员）管理半径为 10 个村落，未来通过管理模式的优化以及管理方法论的沉淀，预计单客户经理的管理半径可提升至 25 个村落。因此，未来随着区域拓展规模的不断扩大，地推人员的扩张速度并不会成比例的扩大。

其他（收
粮现场
照片）





注：公司严格遵守信息披露相关规则与投资者进行交流，如涉及公司战略规划等意向性目标，不能视为公司或管理层对公司业绩的保证或承诺，敬请广大投资者注意投资风险。