

福建天马科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-003

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 机构策略会 ☐ 业绩说明会 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（2025年半年度报告交流会）
参与单位名称及人员姓名等	招商证券、中信证券、中金公司、广发证券、华泰资管、光大证券、西部证券、华创证券、安邦资产管理有限责任公司等。
时 间	2025 年 8 月 27 日 15 点至 16 点。
投关活动方式	☐ 路演活动 ☐ 网上 ☒ 电话会议 ☐ 现场调研
上市公司接待人员姓名	董事郑昕先生、董事会秘书戴文增先生、财务总监陈晓华女士、中国渔业协会鳗业工作委员会专家组成员张蕉霖先生、子公司总经理孔卫东先生等。
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司基本情况介绍 天马科技是以科技为主导的全球渔牧集团化农业龙头企业，经营涵盖智慧养殖、食品加工、渔业种业、动物营养及饲料等现代农业渔牧全产业链。2025 年以来，公司紧紧围绕主业，持续巩固“以鳗业为核心、以食品为新蓝海、以饲料为主基石”的产业发展格局，产业规模不断壮大，产业链布局持续深化。 2025 年上半年，公司实现营业收入约 297,372.15 万元，同比下降 1.18%；实现归属于上市公司股东的净利润 6,021.70 万元，同比增加 7.40%；实现归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润 5,803.86 万元，同比增加 5.71%。报告期内，公司日本鳗与美洲鳗的投苗量与存池量均位居全国第一，公司智慧养殖业务鳗鱼出池量和烤鳗食品销量均创历史同期新高，为公司高质量发展注入强劲动能。 智慧养殖与健康食品构建的全产业链协同一直是天马科技的核心竞争优势。报告期内，公司“养殖+食品”业务营收占比提升至 27.58%，较上年同期上升 7.64

个百分点。

在智慧养殖业务方面，上半年公司智慧养殖业务实现收入约 41,873.66 万元，同比增长 14.02%。公司八大渔业产业集群及福建、广东两大万亩产业基地产能加速释放，公司智慧养殖业务延续较快增长态势，出鱼量持续攀升，报告期内公司鳊鱼出池量约 9,502.51 吨，刷新历史同期峰值，且养殖端毛利率持续保持较高水平。报告期内，公司紧抓日本鳊苗丰产机遇，改变往年以美洲鳊苗投放为主的投苗策略，转为以日本鳊苗投放为主、美洲鳊苗投放为辅的策略，充分发挥已有养殖基地的产能，公司日本鳊与美洲鳊的投苗量与存池量均位居国内首位，为后续产量提升奠定基础。

在食品端，受成鳊及烤鳊存量减少、国内外消费需求回升、新兴市场拓展及产品多样化推动，2025 年上半年，公司健康食品业务实现收入约 40,132.51 万元，同比增长 72.40%。其中，公司烤鳊销量约 3,661.36 吨，同比增长 71.98%，公司烤鳊产销量均刷新历史同期纪录。目前，公司已形成“以鳊业为中心”的研发、生产、加工、销售和服务的产业生态，天马食品、海德食品、天马福荣食品、江西西龙食品等食品基地全面建成投产，公司建立全程可溯源烤鳊食品安全系统发展模式，鳊鱼全产业链完整有效闭环，构建“鳊鲈堂”“鳊小堂”等知名品牌矩阵，产品覆盖活鳊、烤鳊、鳊鱼肠、鳊鱼饭团等多元品类，远销全球 70 多个国家和地区。最近公司在日本东京设有子公司并推出“犒赏鳊鱼”新品牌，进一步贴近国际主流消费市场。公司持续致力于打造世界级全产业链食品供应链平台。

报告期内，天马科技动物营养与饲料业务整体保持稳健经营态势，公司通过优化业务结构、强化营销体系与成本管控、加速产业链布局及产品升级等系列措施，持续提升公司治理水平与经营效率，夯实核心竞争力。随着下游需求逐步恢复、公司降本增效和规模效应将凸显，后续盈利能力也有望随之改善。

2025 年是公司“第一个五年计划”的“决胜年”，公司将持续聚焦鳊鱼养殖主业，联动上下游，做精做优产业链，加快世界级全产业链食品供应链平台建设，走渔牧产业经济“专精特”之路，助力乡村振兴，争当国家现代农业（渔业）产业的引领者、示范者。

二、投资者交流及问题解答

1、请介绍公司 2025 年上半年各业务板块具体收入及销量情况。

答：当前，公司战略发展布局的建设已基本到位，公司以鳊业为核心的全产

业链平台优势正逐步显现，养殖、食品、饲料协同发展积极向好。分板块来看，2025 年上半年，公司智慧养殖业务实现营业收入约 41,873.66 万元，同比增长 14.02%。公司智慧养殖业务延续较快增长态势，鳗鱼出池量达 9,502.51 吨，刷新历史同期峰值。报告期内，公司健康食品业务实现收入约 40,132.51 万元，同比增长 72.40%。其中，烤鳗销量约 3,661.36 吨，同比增长 71.98%，产销量均刷新历史同期纪录。公司饲料业务销量约 60.27 万吨，实现销售收入约 19.84 亿元。公司“以鳗鱼为中心”，实现了鳗鱼全产业链的完整有效闭环，形成了产品核心竞争力。

2、请问公司今年和明年的鳗鱼出池量目标。

答：2025 年度，由于日本鳗鱼苗出现了近年少有的丰产，天马科技紧紧抓住日本鳗苗价格优势，采取以日本鳗苗投放为主、美洲鳗苗投放为辅的策略，充分发挥已有养殖基地的产能，巩固行业领先地位，公司的日本鳗苗和美洲鳗苗投放数量均居国内首位，存池数量也是国内首位。

随着小额快速定增募投项目建成投产，公司养殖产能进一步提升，今年以来，公司福建、广东、江西、湖北、广西等养殖基地正按计划持续放量出鱼，全年出鱼目标 2 万吨以上。根据公司 2024 年股票期权激励计划业绩考核目标，公司 2026 年鳗鱼出池量目标值设置为不低于 3 万吨。

3、公司 2025 年投苗季投苗情况。

答：根据中国渔业协会鳗业工作委员会近期会议统计数据显示，2025 年度全国总投放日本鳗苗 79 吨，其中中国大陆共投放 72 吨，中国台湾省投放 7 吨。

2025 年度，公司及时把控日本鳗苗价格机遇，改变往年以美洲鳗苗投放为主的投苗策略，转为以日本鳗苗投放为主、美洲鳗苗投放为辅的策略，充分发挥已有养殖基地的产能，公司日本鳗苗和美洲鳗苗投放数量及存池数量均居国内首位。随着小额快速定增募投项目均已有序投入生产，公司养殖产能进一步提升，“日本鳗+美洲鳗”的双鳗协同战略和“活鳗+烤鳗”的出口全球化布局已经形成，国内和国外两大市场协同共进，为公司构建更强盈利能力和抗风险能力提供坚实支撑。

公司鳗鱼产业经过多年的战略深度布局，已进入高质量发展新阶段，形成以“鳗业为核心，食品为新蓝海”的产业发展定位，公司经营将更加聚焦鳗鱼主业，狠抓落实、降本增效、高效运营，向 2025 年度鳗鱼产业目标发起冲锋。

4、公司是否具备本地鳗养殖优势？公司如何应对本地鳗苗获量大年情况？

答：天马科技自 2020 年全面布局鳗鲡养殖业务，公司投苗品种包括本地鳗（日本鳗）和美洲鳗。由于美洲鳗苗种进口数量相对较稳定，苗价相对较低，价格波动相对较小，养殖成本更可控，从公司养殖规模及养殖效益预期角度考虑，公司前几年的投苗以美洲鳗为主。

公司具备本地鳗和美洲鳗养殖技术、人才、基地和市场等优势，从目前情况看，今年本地鳗苗获量较前几年同期大幅增加，本地鳗苗价格同比也大幅回落，本地鳗苗具备价格优势，公司抓住这一难得历史机遇加大本地鳗苗投苗力度，将有利于公司加快消耗性生物资产的周转，从而实现本地鳗和美洲鳗的规模化生产，确保 2025 年全年出鱼目标更好实现，并为明后年产能打下坚实基础；同时，公司具备全产业链优势，可以发挥公司烤鳗食品产能优势，有效消化鳗鲡养殖产能，在行业价格波动时，平滑行业波动风险，从而享受行业平稳增长红利。

5、公司鳗鱼养殖与小养殖户相比，在苗价、技术、饲料、成本上有何优势？

答：在苗种与采购方面，公司投苗规模大，苗种采购成本更低，质量更有保障，且相比于小规模养殖户议价能力更强。在人工成本方面，公司规模化养殖的人均管理效率更高，人工成本更低，且规模化养殖分摊折旧、电费固定成本后，单位成本更低。在技术与管理优势方面，公司坚持技术积累，多基地运营形成养殖大数据，收集各基地水质记录、病害预防方案，按程序标准化养殖，而小养殖户无该条件。公司养殖团队多为行业资深人员，实施“产量+存活率+成本”考核，同时提供股权激励计划，员工积极性远高于小养殖户。公司具有全产业链优势，拥有自有烤鳗厂与海外品牌，可按订单需求匹配鳗鱼规格，如专供日本、韩国市场的基地，接单能力更强，且货源稳定，客户粘性更高。

6、目前鳗鱼消费市场和鳗鱼价格如何？

答：鳗鱼是全世界规模化养殖品种中，至今完全依赖捕捞天然苗种进行养殖的种类，因其悠久的食用历史和极具经济及药用价值而成为资源稀缺的“鳗矿”。历经 50 多年的发展，鳗鱼已成为我国传统淡水养殖名特优珍贵物种和出口产品优势品种。鳗鱼具有全球性千年传承的消费食品产业文化，在全球长期深受消费者欢迎，国内外消费场景积极向好。

当前，国外鳗鱼产品销售市场呈现稳步增长态势，订单充足，消费市场积极

向好，日本鳗活鳗出口市场价格高位运行，在国内市场方面，随着人们生活水平与消费需求的不断提高，叠加鳗鱼消费产品形态多样，销售形式多元，消费方式便捷，国内鳗鱼消费市场前景广阔，鳗鱼价格具体变动情况可关注中国鳗鱼网（www.chinaeel.cn）。

7、日本鳗苗人工繁殖技术进展如何？是否会影响未来供给？

答：与世界上的其他养殖鱼类品种相比，鳗鱼是目前唯一完全依赖捕捞野生苗种进行养殖的品种。虽然目前报道鳗鱼实验性人工繁育技术取得一些新进展，人工繁育在极好的人工可控条件下实验性繁育成本有所下降，但仍不能稳定繁育出可供养殖的小批量玻璃鳗。

日本在鳗鱼人工繁育技术研究领域起步较早，据报道也取得了有效的进展，但目前来看，鳗鱼人工繁育技术的成熟度和产业化应用仍存在诸多不确定性。2025年6月，中日韩三国在日本静冈联合召开“第四届日本鳗鲡及其他鳗鲡科学会议”，会上日本鳗苗人工繁殖中的自然成熟亲本培养、苗种培育环境条件控制、变态期开口饵料和稳定的繁育工艺流程等仍是研讨热点。

虽然日本媒体近期报道了部分技术取得专利，繁育成本有所下降，但截至目前业内尚未见相关国际顶尖学术期刊发表任何与该技术突破相关的重要学术成果，也说明了全球鳗鱼人工繁育技术仍停留在实验性阶段，并未实质性解决鳗鱼人工繁育的核心难点和规模化生产工艺，想实现鳗鲡苗种的规模化人工繁殖，还有一系列的技术瓶颈需要突破，仍然需要持续的投入和相当长的时间去攻克关键技术难题和生产工艺。鳗苗人工繁殖技术最快需在 2050 年才可能实现商业化推广，短期内不会影响未来供给。公司参与国家鳗苗攻关项目，承担“鳗鱼亲鱼培育”“柳叶鳗饲料研发”两大课题，目前已能培育出亲鱼并产出幼苗，正突破幼苗存活瓶颈，若能突破该技术，将解决鳗鱼人工繁育这一世界难题。

8、公司在日本成立子公司并推出自主品牌，行业内其他企业是否易跟风？该模式的竞争壁垒是什么？

答：在食品端，公司近年来稳步推进全管控、多品类的精深加工水产品为主的食物供应链建设，深度布局国内国外“双轨制”经营，打造线上线下全渠道运营模式，打通从源头到餐桌的全产业链条，产品远销欧洲、美洲、亚洲等七十多个国家和地区，且国内销售稳步增长。在国际市场，公司充分发挥全产业链优势，

	强化水产贸易和国际贸易业务运营，在巩固原有日本、韩国等传统市场的基础上，积极开拓俄罗斯、加拿大、东欧、欧盟等新兴市场，力促烤鳗贸易更加多元化。 中国鳗鱼对日出口历经近 50 年发展，长期以来采用的传统贸易模式均为将鳗鱼产品直接销售给日本进口商，品牌宣传与市场运营完全由日方主导，而中国企业长期处于“仅输出产品、未输出品牌”的被动局面。天马科技在日本东京设有子公司“天马科技株式会社”并推出全新品牌“犒赏鳗鱼”，成为首个在日本本土注册公司并拥有自主鳗鱼品牌的中国鳗鱼企业。 天马科技以“鳗业全产业链”为核心构建竞争优势，现已形成“以鳗业为中心”的研发、生产、加工、销售和服务的产业生态，具备了生产烤鳗产品的丰富经验和稳定供应日本市场需求的能力。天马科技株式会社和日本食品批发巨头旭食品株式会社达成战略合作，双方将共同推动“犒赏鳗鱼”品牌的市场推广与销售布局。从 2025 年 8 月起将在日本全国的超市、便利店、百货公司等主流零售渠道上架销售，计划在将来通过“品牌+服务+本土化运营”抢占日本市场，最终掌握定价权。未来，公司将继续加大在产品研发、供应链建设、品牌推广等方面的投入，深化与日本合作伙伴的协同效应，推动“犒赏鳗鱼”成为日本市场烤鳗品类中的标杆品牌。同时，也将探索更多品类的食品出口与本地化生产，进一步拓展亚洲乃至全球市场。
提供资料清单 (如有)	无。
日期	2025 年 8 月 27 日 15 点至 16 点。