

佩蒂动物营养科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议</p> <p><input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会</p> <p><input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动</p> <p>√ 投资者现场参观、交流</p> <p><input type="checkbox"/>其他</p>
<p>投资者单位及姓名（排名不分先后）</p>	<p>西南证券：邹亮亮 陈娴 邵凯迪 王茜</p> <p>投资者： 唐维克 李敏捷 陈达明 叶彩霞 陈胜华 余爱春 王茜 郑忠华 范春林 何为 吴灿峰 郑雷 王舒婷 黄婷 沈群达 陈武平 厉进春 唐孟林 陈旭萍 张放 王燕 冯银月</p>
<p>时间</p>	<p>2019年11月16日</p>
<p>地点</p>	<p>浙江省平阳县水头镇工业园区宠乐路2号</p>
<p>上市公司参加人员</p>	<p>董事会秘书：唐照波 法务专员：黄传盛（记录）</p>
<p>投资者关系活动主要内容</p>	<p>一、董事会秘书唐照波在会议室介绍了宠物行业以及公司基本情况，并带领投资者参观了产品展览室和部分生产车间</p> <p>二、现场交流环节主要内容：</p> <p>问：注意到公司与去年前三季度相比，营收差不多，但利润有一定程度降低，请问是何原因？</p> <p>答：利润下滑主要是受到以下三个因素影响，一是中美贸易战导致国内工厂出口美国产品要承担一部分关税；二是鸡肉等原材料价格的上涨，这两个原因导致我们的成本大幅度增加；三是今年要摊销较大额度的股权激励费用。</p> <p>今年整体来说我们的营业收入还是有一定幅度的增长，主要得益于第三季度订单量的增加、越南基地产能的释放和国内市场业务的拓展。未来，我们还要逐步地调整和完善各个基地的产能布局。</p> <p>问：佩蒂宠物食品以外的其他宠物产业板块，是否有布局？</p>

答：以前我们专注于宠物食品板块下的零食板块，接下来我们要做主粮产品，包括干粮和湿粮，还会有一部分宠物营养品。

在宠物食品板块以外，我们一直在积极地关注和研究，会在合适的时机进行布局。

问：请问佩蒂对国内市场的重视程度如何？

答：国内市场有特殊的特点，例如渠道分散，用户接受度低等，市场的培育和发展需要一个较长时间积累和沉淀的过程，短期内利会受到一定影响。

2018年下半年，我们提出了“双轮驱动”战略，力求让海外市场的ODM业务和国内自主品牌业务共同发力。我们在杭州设立了国内市场团队，贯彻了用差异化的产品来推动国内市场培育发展的理念。

在销售上，我们提出了线上电商平台和线下销售渠道共同发展的策略。

2019年，我们的国内市场销售有明显的上升。

问：公司对于知识产权保护如何理解？

答：在美国等发达市场，客户和消费者都非常重视知识产权，并形成了完善的制度和文化的，这对我们做海外业务提出了更好的要求。我们把知识产权的保护是放在战略地位的，佩蒂有很多的自主专利产品，制订了比较完善的知识产权管理制度，而且在我们主要的目标市场所在地都有相关保护措施。

问：一直以来佩蒂对大客户的依赖度比较大，仍处于2B模式，未来是否考虑2C模式的转型？

答：这个特点是由于美国市场的特点和我们的销售模式导致的。在美国市场，品牌、业务和企业的并购非常频繁，也促使一些中小企业快速成长壮大为大型企业，并且在某一细分市场形成快速垄断的局面。由于海外宠物产业历史悠久，其品牌影响力大，产品品质高，导致消费者粘性高。由于上述原因，在美国市场新进品牌特别是外来品牌的发展比较困难，成长空间也比较小，总体风险较高。所以目前我们海外市场仍以ODM业务为主，2B的模式目前还没有发生变化，但如果有合适的机会，我们愿意尝试。

国内市场，公司会以自主品牌为主，完善线上和线下两个销售渠道，走2C模式。

问：新西兰工厂的建设情况如何，新西兰的主粮何时上市？

答：我们新西兰的工厂仍然在建设当中，作为公司产品战略的重要组成部分，项目前期会有少量产品上市，公司上下均非常重视，已在努力将产品及早上市。公司在新西兰的主粮业产品走的是高品质、差异

	化的发展路线，原料、配方和制作工艺具备世界先进水准，请大家持续关注。
重要提示	本记录中所涉及的外部环境判断、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，敬请投资者注意投资风险，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。
附件清单(如有)	无