

佩蒂动物营养科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：IR2023-004

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名（无排名先后）	德邦证券：谢丽媛 贺虹萍 国海证券：熊子兴 王思言 国联证券：陈安宇 纳轩基金：练闽琦 四叶草资管：苏海曼
时间	2023年03月09日（星期四）
地点及活动方式	浙江省平阳县水头镇工业园区宠乐路2号公司四楼会议室
上市公司接待人员姓名	证券事务代表：王海涛 会议记录：何建军
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、问答交流</p> <p>问题 1：能否介绍下公司自有品牌的规划情况，品牌资源如何分布？</p> <p>答：在国内市场，公司聚焦宠物食品、聚焦自有品牌，目前延续了已有的品牌框架，其中对爵宴、好适嘉、齿能等品牌投入的资源相对较多，主要通过打造畅销大单品以达到引爆品牌的目的。今年将对主要品牌进行升级，在原有的鸭肉干、宠物罐头等爆品要实现高增长的基础上，适当进行品类的扩张，以实现自有品牌业务整体快速增长目标。</p> <p>爵宴主要定位在中高端营养肉质零食这个细分市场，鸭肉干产品的销量要再上一个等级，力争鸡肉干、鲭鱼干等产品实现较大规模的放量。策略上，通过兴趣渗透、决策渗透、品牌渗透，实现超头部爆量的目标。</p>

好适嘉品牌定位在精准营养主义的中高端宠物食品品牌，产品品类主要为湿粮、新型主粮以及部分零食。上半年新推的湿粮产品较多，主要有黄金罐、成长罐、鲭鱼罐等多个湿粮品类，预计下半年还会有更多新品推出，同时公司还对品牌的 VI 系统进行了大幅度的升级。

齿能品牌主要定位在宠物口腔健康和保健领域，将分渠道推出更专业化、保健型的咀嚼食品。

问题 2：公司产品的用户画像？

答：购买公司产品的主要是生活在高线城市的中青年养宠人群，Z 世代、新锐白领的比例较高，属于中高消费层次。

问题 3：国内市场业务是盈利的吗，2023 年能盈利吗？公司如何保持国内市场投入的可持续性？

答：国内市场业务目前还处在亏损状态，预计 2023 年的亏损额将有一定幅度的收窄。海外市场的 ODM 业务的稳健增长能够为这部分业务提供稳健的支持，也让公司财务指标保持健康。

问题 4：当前鸡肉价格较高，对毛利率的影响大吗，公司原材料库存水平如何？

答：鸡肉是公司产品重要的原材料之一，公司一般采用战略储备、调节库存水平、多元化采购等方式平抑价格波动。原材料价格波动也会反应在产品的出厂价格上，公司今年上涨了部分产品的出厂价格。预计今年毛利率将保持稳定，力争有所上升。当前鸡肉的库存能够满足 4 个月左右的使用，生皮的库存量更高一些。

问题 5：公司对国内、国外市场未来占比做了规划吗？

答：未来几年，公司将把国内市场、自有品牌作为一项战略性业务，努力提升这块业务在营业收入中的比例。在海外市场，公司在研发、多国制造和渠道方面具备较强的优势，不仅能够为公司的业绩提供支撑，还可以为国内市场、自有品牌提供更多的协同和支持。所以，国内、国外市场不存在冲突，二者是相互协同、互相促进的关系，公司也没有强制划分这两个市场的业务量比

	<p>例。</p> <p>问题 6：在国内市场，线上线下渠道的比例是多少，未来有哪些趋势？</p> <p>答：目前线上渠道的占比更高，我们预计线上渠道未来占比会更高一些。在新媒体渠道拉新的效果更好，天猫、京东等平台的复购率更高，量也会更高一些。线下渠道的品牌、产品宣传推广效果更好。公司会针对各个渠道特有的优势制订更具针对性的策略。</p> <p>问题 7：在收入和成本端，公司都用哪些货币结算？</p> <p>答：在收入端，公司出口产品使用美元结算较多，内销使用人民币结算。在支出端，主要涉及原材料采购、人工工资以及产生的其他一些费用，除柬埔寨工厂使用美元外，其他工厂均使用当地货币，主要有人民币、越南盾、新西兰元。</p> <p>二、参观公司产品展览室。</p>
附件清单(如有)	无
重要提示	<p>本记录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。</p>