

乖宝宠物食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-006

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input checked="" 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><input type="checkbox"/> 现场参观</p> <p><input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>长江证券股份有限公司 顾焜乾、卜凡星</p> <p>太平洋证券股份有限公司 刘洁冰、李鑫鑫</p> <p>易方达基金管理有限公司 姜桢耀</p> <p>朱雀基金管理有限公司 王一昊</p> <p>青桐资本管理有限公司 黄昱菡</p> <p>东海证券股份有限公司 姚星辰</p> <p>中银国际证券股份有限公司 刘航</p> <p>中银资产管理有限公司 卫辛</p> <p>Leader Asset 周晓通</p>
<p>时间</p>	<p>2023年9月12日</p>
<p>地点</p>	<p>公司研发中心3楼310会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事会秘书：王鹏</p> <p>证券事务代表：袁伟中</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1、公司 2023 年上半年业绩情况？</p> <p>答：公司具体的业绩在《上市公告书》中披露，公司 2023 年上半年营业收入 20.66 亿元，同比增长 22.44%，合并归母净利润 2.06 亿元，同比增长 49.69%。2023 年 1-9 月业绩预计情况：营业收入预计 30.27 亿元-31.07 亿元，同比增长 21.68%-24.89%；净利润 2.9 亿元-3.1 亿元，同比增长 34.60%-43.88%，业绩变动的主要原因：随着公司自有品牌认可度持续提升，公司自有品牌销售额快速增长，带动公司收入和利润增加。</p> <p>2、公司未来策略会偏向零食还是偏向主粮？</p> <p>答：主粮在提升品牌企业的市场占有率和提升消费者品牌心智方面</p>

	<p>的优势明显。主粮的研发周期和研发投入都高于零食，这也决定了主粮的技术门槛更高，主粮产品也更容易拉开与竞品的差距，品牌粘性更强。公司自有品牌中主粮占比逐年提升，是公司重要的利润增长点，主粮产品也是未来重点发展的产品系列。</p> <p>3、公司对未来线下渠道怎么看？身边很多人并不了解宠物食品，都是宠物在宠物店的时候吃什么他们就买什么，未来公司会不会把拓展线下渠道作为未来的战略方向？</p> <p>答：公司目前线上占比高于线下渠道，未来公司会加大线下铺货力度，也会继续开拓新的线下渠道，比如商超、潮流店、犬舍猫舍等。但公司战略方向仍然是线上，我们认为当前市场环境下，线下市场更多起到的是宣传品牌、提升品牌曝光、建立品牌形象的作用。公司的目标人群是年轻消费者，线上渠道更符合年轻消费者的购物习惯。</p> <p>4、公司未来能通过哪些方式提升利润？</p> <p>答：主要靠品牌高端化和产品结构优化，提升高端产品的占比；另外就是提升自有品牌的占比；最后就是优化供应链，提升效率。</p> <p>5、公司自营渠道销售哪个平台占比高？</p> <p>答：公司自营渠道里天猫店的人群和销售目前是最大的，但是从粉丝量到销量，抖音近几年的增幅都非常快。公司在抖音的运营不仅靠大V推广，还有很大比例的员工自播，其中包含自有主播在线探厂、研发人员教大家如何正确养宠、公司专业化兽医团队在线解答消费者问题等等。我们在抖音平台更多的是通过内容的输出来吸引和引导新养宠人群，让大家认识到科学正确的养宠观念和养宠方式，通过我们的专业性来让消费者种草我们的产品。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023年9月12日