

证券代码：002891

证券简称：中宠股份

债券代码：127076

债券简称：中宠转 2

烟台中宠食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
活动参与人员	2023 年年度业绩说明会参与者	
时间	2024 年 04 月 26 日	
地点	烟台中宠食品股份有限公司	
形式	网络远程方式	
交流内容及具体问答记录	<p>1、公司 2023 年营业收入 37.47 亿元，归属于上市公司股东净利润 2.33 亿元，利润增幅 120.12%，2024 年一季度公司营业收入 8.78 亿元，归属于上市公司股东的净利润 5600 万，利润增幅 259%，公司取得上述优异成绩的原因是什么？</p> <p>您好，感谢对公司的关注。</p> <p>中宠股份创立于 1998 年，专注宠物食品领域 26 年，是中国宠物食品的开创者，更是中国宠物行业的头部企业。</p> <p>公司于 2017 年成功上市，也是中国宠物行业第一家在深交所主板上市的企业，目前，公司在全球拥有 22 间现代化高端宠物食品生产基地以及 1 所国家级研发中心，开创了中国宠物行业第一家到海外发达国家建厂以及收购企业和品牌的先河。旗下拥有"Wanpy 顽皮®"、"新西兰 ZEAL 真致®"、"TOPTREES 领</p>	

先®"等自主品牌，产品涵盖犬用、猫用两大类，涉及宠物干粮、湿粮、零食、冻干、饼干、洁齿骨、皮卷等全线产品 1000 余个品种，产品已销往全球五大洲、73 个国家和地区，自主品牌出口至全球 61 个国家和地区，致力于成为全球宠物食品行业领跑者。

公司在 2023 年度取得了亮眼成绩，可概述为以下原因：

①品牌优势

公司一直秉承着“为家人做饭”的理念制作宠物食品，致力于经营和维护良好的宠物食品品牌形象。通过多年对宠物市场的深耕，公司形成了以"Wanpy 顽皮®"、"新西兰 ZEAL 真致®"、"TOPTREES 领先®"为核心的三大自主品牌，打造了差异化的品牌矩阵，满足了不同爱好、不同层次消费者的需求。通过持续的业务开拓，公司在中高端宠物食品赛道上逐步建立了扎实的消费者认知与信赖。

②全球化的品牌视野与战略布局

公司产能遍及中国、美国、加拿大、新西兰、柬埔寨 5 个国家，产品出口全球五大洲 73 个国家和地区，自主品牌"Wanpy 顽皮®"、"新西兰 ZEAL 真致®"、"GREAT JACK'S®"等销往全球 61 个国家和地区，而高端品牌"新西兰 ZEAL 真致®"在主要发达国家如美国、加拿大、新西兰、澳大利亚等均有强势的增长，中高端品牌"Wanpy 顽皮®"无论是在发达国家亦或是发展中国家均有着广泛的受众群体，现如今公司已然成为一家拥有着全球化视野与战略布局的国际化企业。

③产品品质优势

公司秉承质量就是生命的产品品质方针，自始至终严把质量关，从原料进厂到产品生产过程再到成品出厂均需进行严格的检验，公司产品所用的鸡肉原料都是按国家海关要求在相关政府部门备案的企业名单中选择供应商进行供应，要求其鸡肉原料的微生物含量、药物残留、重金属残留等指标均符合

国家标准要求。

公司及旗下子公司均已先后通过 IS09001 质量管理体系认证、IS022000 食品安全管理体系认证、IS014001 环境管理体系认证、HACCP 危害分析及关键控制点体系验证、GMP 良好操作规范体系验证、BRC 食品安全全球标准认证等 17 项全球权威认证和美国 FDA 注册、欧盟宠物食品官方注册、加拿大宠物食品官方注册等多个发达国家官方注册，是目前国内取得国内外权威认证最多的宠物食品企业之一。取得诸多权威产品质量认证不仅是对公司质量控制能力和产品质量稳定性的高度认可，更为公司顺利开拓国内外市场奠定了坚实的质量基础和认证基础。

④技术研发优势

公司始终将研发创新、宠物营养与健康研究及品质安全放在首位。公司于 1998 年设立研发中心，经过了多年的发展和积累，现如今已是中国宠物行业最先进的研发中心之一，总建筑面积已超 12000 平方米，包括新产品研发中心、宠物营养与健康研究中心、宠物营养健康研究院以及中国宠物行业最高标准的检测中心。

26 年来，公司研发中心以市场需求为创新方向，从营养、健康、科学的角度出发，不断研发新产品，引领新趋势。公司拥有一支涵盖食品、兽医、动医、营养等 80 余位专业人才的研发团队，聘请美国、德国、加拿大、新西兰以及中国国家级专家作为研发顾问，并同中国农业大学在北京签署战略合作协议，围绕提升宠物食品的营养与健康为核心目标，发挥在各自领域的优势积累，展开深度的产学研合作，其中包括加强宠物食品营养的基础研究，宠物食品的配方改良与标准化生产、宠物食品行业的人才培养等多方面。

公司近三年自立科技项目 20 余项，省级技术项目获批 3 项，主导开发的十余项科技研发成果，填补了行业空白，有力推动

了中国宠物食品行业可持续发展。

⑤扎实的抗风险能力

公司全球化的产能布局大大提升了公司的抗风险能力，从生产全球化的产能布局来看，除在国内设有大型生产基地外，公司在美国、新西兰、加拿大、柬埔寨等地区均设有工厂，通过全球化的工厂布局，提升了对抗突发事件及局部风险的能力，满足各地区客户的需求，并保证公司产品对全球各个国家和地区的稳定供应。

从全球化的业务布局来看，公司的产品销售远达美洲、欧洲、亚洲、大洋洲及非洲等全球各地的同时，国内业务规模也实现了快速发展，尤其是以自主品牌业务为代表的自主可控的生意规模大幅提升，对于单一客户或者单一业务的依赖性显著低于行业平均水平，公司业务的稳定性与抗风险能力也在持续提升。

2、作为中国宠物食品行业的头部企业，肩负的责任是什么，未来的发展目标是什么？

您好，感谢对公司的关注。

公司将稳步推进境外业务的发展，积极拓展国际市场，针对不同地域的市场需求进行产品定制与优化，力求在全球范围内提升产品影响力和市场占有率，不断将公司的优质宠物食品推向更广阔的舞台，实现全球化布局的深层突破。

同时，公司将继续深耕国内市场，深挖消费者需求，精准把握市场脉搏，坚定不移地发展自主品牌，将持续投入产品研发与创新，注重品质提升，丰富产品线，以满足国内宠物主人日益增长且多元化的消费需求，进一步巩固和提升在国内宠物食品行业的领先地位，进而推动中国宠物行业健康、规范、高质量发展。

另外，面对全球经济的变化，公司将积极响应并大力推进在新兴国家的发展策略，瞄准具有潜力的新兴市场，结合当地

实际情况制定适应性的市场策略，发掘新商机，实现市场份额的快速拓展，力求在新兴经济体中占据有利地位。

公司将坚持“以自主品牌建设为核心，聚焦国内市场，加速海外市场拓展；稳步推进全球产业链布局，巩固传统代工业务规模”的发展战略。

立足主业，聚集产品力、渠道力和品牌力的打造以及运营能力的持续提升。

秉承“宠物既是人类的朋友，更是我们的家人”的经营理念与“客户、品质、创新、担当”的核心价值观，肩负“推动中国宠物行业健康、规范、高质量发展”的使命，努力实现成为全球宠物食品行业领跑者的愿景。

3、公司 2023 年年报中宠物主粮产品增速为 60.23%，请问公司在 2024 年一季度的主粮增速情况如何，为什么公司能够有如此强劲的主粮增长？

您好，感谢对公司的关注。

公司近几年主粮业务增幅强劲，同公司的战略发展方向联系紧密。在主粮产能方面，2022 年 4 月，以“智慧智造 引领宠业新时代”为主题的中宠股份 5.0 智慧干粮工厂正式投产。

智慧智造，是公司对于干粮工厂的全新定位，该工厂是目前国内宠物行业首家实现动物源性原料肉浆加工、预处理、鲜肉添加比例高达 86% 的智慧工厂，也是中国宠物行业唯一一家实现了动物蛋白原料、动物油脂原料、动物天然调味原料一键控制，不同产线同步稼动、同时产出的智能工厂，全方位打造更新鲜、更安全、更健康、更美味、更具成本优势的高端宠粮。

得益于公司 5.0 智慧干粮工厂正式投产，加之公司在市场品牌端、创新研发端的持续发力，不断完善品类布局，强化销售渠道的拓展和优化，主粮业务的增速显著提升。

公司目前的主粮产品类型涵盖高鲜肉、高营养等全系列宠物主食干粮、主食罐头等多品类、多价格带的产品，可以满足

不同消费者的个性化的需求。

未来，随着公司战略目标的逐步落地，公司的主粮业务板块的毛利率、营收占比也将会有进一步的提升。

4、公司近几年的毛利率改善效果如何，如何评价这一改善结果，对未来毛利率的展望是什么？

您好，感谢对公司的关注。

2023年公司主营业务的整体毛利率较上年提升了6.77%，其中分产品结构来看，宠物零食毛利提升6.82%、宠物罐头毛利提升6.21%、宠物主粮毛利提升8.61%，而分地区来看，境内和境外业务的毛利率也均有大幅上涨。

从境内业务来看，公司经过过去一年对产品SKU的梳理，精简各个品牌的SKU数量，在各个渠道对价格进行的管控，高毛利新品叠加推出等等，境内自主品牌的毛利率稳步提升，

从境外业务来看，在公司出口业务稳健发展的前提下，公司美国工厂、新西兰工厂、加拿大工厂持续发力，整个供应链体系的抗风险能力较强，加之受到原材料、汇率的影响，境外业务毛利率提升幅度明显。

未来，无论是境外业务还是境内业务，公司对毛利率增长均持有信心。境内业务中随着公司高毛利产品占比的提高、直营渠道占比的增加、自主品牌占比的提升、工厂稼动率的提升、产品结构的不断优化，境内业务的毛利有望实现进一步上涨。

对于境外业务，公司在全球进行供应链布局的优势明显，加之稳定、可靠、安全、安心的产品质量、精益求精的客户服务品质，境外业务的毛利率也有望稳定增加。

5、公司目前的线上、线下业务的占比是什么？如何看待线上业务中的新媒体渠道？线下业务中的高端商超渠道是否有进行产品的布局？

您好，感谢对公司的关注。

公司目前线上业务和线下业务的占比在6:4左右，公司一贯

重视市场的开拓与维护。

对于线下业务来讲，线下的一些宠物门店、宠物专业繁育基地、宠物医院、包括大型连锁商超等，都是有着庞大获客量的销售渠道，并且线下渠道更能增进品牌和消费者之间的黏性。同时因为线下渠道的进入门槛比较高，尤其是一些大型连锁高端商超（在进入销售体系前，可能要经过多轮的验厂和访厂），线下的布局陈列也能更体现品牌的专业度和安全性，更容易获得消费者的信赖，公司经过多年的积累与发展，线下渠道的优势较为明显，一方面得益于公司的产品质量安全、稳定，广大宠物门店、经销商、商超可以为公司产品背书，另一方面也得益于公司长久以来的线下渠道布局，经过多年的发展，公司线下渠道覆盖了专业渠道（指面向各地宠物专门店、宠物医院的销售渠道）、商超渠道（胖东来、山姆、沃尔玛、大润发、盒马、永辉、麦德龙、永旺、华润 Ole、华润万家、苏果、杭州联华、贵州合力、家家悦、天虹、物美、卜蜂莲花等大型连锁超市）、特殊渠道（犬、猫繁育场、CKU、工作犬）等，其中连锁商超渠道山姆超市、胖东来、麦德龙等公司的自主品牌均有销售。

对于线上业务来讲，公司近几年加大了在线上新媒体渠道的发力，比如抖音、小红书等，尤其在抖音渠道，公司的自主品牌多次登上销售热门榜，另外，抖音渠道也是公司在线上渠道中增速最高的渠道之一，除了新媒体渠道外，公司在线上的布局还有天猫、淘宝、京东、拼多多等综合平台，同时覆盖金多乐、波奇网、华元、易宠等知名宠物产品销售平台等。

未来，公司在大力发展新媒体渠道，稳步推动传统渠道发展的同时，也将加大自主品牌直营渠道的占比，不断提升线上平台的毛利率水平，以过硬的产品品质，加持不断创新的产品，结合营销的输出，推动业务的整体发展。

6、公司的自主品牌出海业务的进展情况如何？

您好，感谢对公司的关注。

去年6月，公司旗下自主品牌新西兰 ZEAL 真致®和 GREAT JACK'S®正式进驻加拿大 156 家 PetSmart 门店，标志着公司自主品牌在北美市场的销售拓展取得新突破。在加拿大市场，已实现专渠、宠物连锁、大型商超、电商等全渠道覆盖，成功进驻 Petsmart, Petvalu、Costco、Amazon 等多个大型销售渠道。过去几年里，公司旗下产品多次被北美宠物媒体评为“年度最佳”，加拿大分公司也在政府举办的企业评选活动中突出层层重围，成功当选 2021 年度“发展最快的本地企业”。

目前，公司自主品牌 Wanpy 顽皮®”、新西兰 ZEAL 真致®、GREAT JACK'S®等销往全球 61 个国家和地区,并以优质的质量和产品的创新力深受当地消费者的青睐。

未来公司也将加快“走出去”的步伐，让世界更多看到中国宠物食品的身影，以使命担当推动中国宠物食品行业健康、规范、高质量发展！

7、汇率对公司利润的是否有影响，公司如何平抑汇率对利润的影响，是否有计划进行套期保值业务？

您好，感谢对公司的关注。

公司的境外业务受到汇率变动的的影响，2023 年汇率对公司利润影响均处于正收益当中。为了应对汇率对利润的影响，公司采取了多种措施，比如，加大国内业务的占比、不断提升境内、境外业务的毛利率水平、提高海外子公司的营收水平及营收能力。同时，公司密切关注汇率的波动和变化，并建立了应急预案措施，以应对可能出现的极端汇率波动情况，确保企业的稳健经营。

公司暂时没有进行套期保值业务的打算，不进行套期保值使公司在面临汇率变动时具有更高的灵活性，在未锁定汇率的情况下，公司能够更快捷地根据市场实际情况，尤其是汇率的实际波动情况，即时调整策略或市场拓展方向，从而在国际市

场环境下更加敏捷地应对竞争挑战和市场变化。

8、公司对于 2024 年国内销售费用投放是如何展望的？

您好，感谢对公司的关注。

守正笃实，久久为功，对于国内业务的费用投入是基于公司的战略方向确定的，公司将坚定发展自主品牌，并坚持长期主义，做正确的事，不断提升投入回报率，打造可持续、可复制的盈利增长模式。

9、公司自主品牌业务的热门产品都有什么？有什么可以跟大家分享的新品推出计划？

您好，感谢对公司的关注。

首先，我们看 wanpy 顽皮®品牌，品牌经过去年的 SKU 调整，产品品类的占比发生了变化，近几年 wanpy 顽皮®推出了多款热门主粮产品：口味丰富的冻干四拼粮、真鲜肉高营养的鲜肉无谷粮、添加主食级生骨肉冻干的冻干双拼粮、生骨肉配方的原生力犬主食罐、98%高肉高消化率的顽皮大满罐、浓郁汤汁的顽皮主食鲜封包、口碑与销量双丰收的欧一吸系列多肉芝士主食猫条等，另外，wanpy 顽皮®品牌在宠物食品主粮赛道持续发力，今年推出了 wanpy 顽皮®欧一吸鱼油猫条，此款产品特别甄选了来自冰岛的高品质鱼油，一支即可满足猫咪每日 Ω-3 营养需求；无谷护肠胃、一口两种肉的 wanpy 顽皮®双鲜 4.0 系列干粮迭代推出，以焕新的面貌再度面向市场。

新西兰 ZEAL 真致®品牌明星产品诸多，如添加新西兰四大超级食材的 0 号主食罐、磨牙健齿的风干小牛肋骨、醇香营养的宠物牛奶、稀有蛋白美毛育脑的帝王鲑三文鱼原切冻干，每一款产品的背后，都凝聚着新西兰 ZEAL 真致®对品质与创新的执着追求，今年，新西兰 ZEAL 真致®的风干粮也将重磅推出，作为目前市场新西兰首款天然风干粮，该产品选用新西兰珍稀肉源，96%高肉配方搭配天然果蔬，以风干工艺制作而成，从牧场到毛孩子的餐桌，所有原料 100%可追溯，在前期的预热期间，

	<p>消费者就对此款新品展现出了极高的关注度。</p> <p>Toptrees 领先®品牌坚持以“鲜美食材、科学配方、尖端科技”去打造革新性宠物粮，满足犬猫健康成长的营养需求，以给用户带去“极致安心”的产品体验，获得旗下拥有烘焙粮、主食罐、主食猫条三大核心单品，99 主食罐系列-全家成猫主食罐、全家低温鲜肉烘焙猫粮多次获奖，并多次荣登各大电商销售平台榜首，今年，Toptrees 领先®品牌也推出了低温烘焙鲜肉猫粮蛋黄兔口味、99 主食罐系列舔舔罐、幼猫系列、生骨肉主食冻干、mini 小餐盒等全新产品。</p> <p>10、请问公司的股东人数的数量是多少？</p> <p>您好，感谢对公司的关注。</p> <p>截止 2024 年 3 月 31 日，公司的股东人数为 24,744 人。</p> <p>11、公司未来业务的发展方向是什么？</p> <p>您好，感谢对公司的关注。</p> <p>公司目前的战略目标是：</p> <p>公司将坚持“以自主品牌建设为核心，聚焦国内市场，加速海外市场拓展；稳步推进全球产业链布局，巩固传统代工业务规模”的发展战略，立足主业，聚集产品力、渠道力和品牌力的打造以及运营能力的持续提升，秉承“宠物既是人类的朋友，更是我们的家人”的经营理念与“客户、品质、创新、担当”的核心价值观，肩负“推动中国宠物行业健康、规范、高质量发展”的使命，努力实现成为全球宠物食品行业领跑者的愿景。</p> <p>注：以上所有交流内容均未涉及公司未公开披露的信息。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、</p>	<p>无</p>

提供的文档等附件（如有，可作为附件）	
--------------------	--