

# 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：IR2022-005

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名（排名无先后）	安信证券：王朔、夏心怡 申万宏源研究：胡靖航、庞盈盈、张海涛 东北证券：阚磊 诺安基金：王晴 中欧基金：陈欣宜 西南证券：李根林 合远基金：王晓璇 天倚道投资：王一成 瀚亚投资：黄海晨 领久基金：胡星芸
时间	2022年9月28日（星期三）
地点及活动方式	浙江省平阳县水头镇工业园区宠乐路2号公司三楼接待室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书兼财务总监：唐照波； 会议记录：何建军
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、唐照波欢迎各位投资者，介绍了公司的基本情况，在参观公司及产品展厅的过程中介绍了公司的产品和自有品牌。</p> <p>二、问答交流环节：</p> <p><b>问题 1：上半年，越南产能同比改善，后续产能爬坡进度如何？包括柬埔寨工厂产能情况。</b></p> <p>答：目前越南产能处于满产状态，预计柬埔寨工厂今年释放约30%的产能。</p> <p><b>问题 2：海关数据显示，8月份外贸出口增速下滑，您怎么看待该情况？</b></p>

答：从海外市场宠物零食销售终端的数据来看，海外市场需求正常，我们一直在关注和跟踪海外市场需求。

**问题 3：越南基地享受的税收优惠情况怎样？另外，自产主粮投放市场的进度是怎样安排的？**

答：越南巴啦啦从开始取得收入起前 4 年免征企业所得税，后 9 年减半征收企业所得税，目前处于减半征收优惠期。新西兰主粮产线使用了国际顶级设备，能够满足高端产品的品质需求。新西兰主粮现阶段计划主要通过 ODM 和国内自有品牌销售。

**问题 4：影响公司产品毛利率的主要因素有哪些？皮革成本方面本地企业具有哪些优势？**

答：影响毛利率水平的最主要因素是原材料成本。公司产品线之间成本结构、产品附加值有一些差异，因此，产品结构变化也会影响综合毛利率。

公司所在地是我国主要的皮革产业聚集地，产业配套完整，我们在成本上具备了一定的优势。

**问题 4：植物咬胶产品快速增长的原因是什么，国内市场接受度与价格怎样？**

答：咬胶在欧美等发达市场的渗透率和消费频次都非常高，是饲养宠物狗非常重要的日常宠物食品。植物咬胶是新型的宠物咀嚼类食品，更容易消化，是海外零食主粮化的主要代表性产品。宠物咀嚼食品在国内市场尚处于市场培育期，未来具有较大的市场增长空间。

**问题 5：公司营业收入在历史上个别年份有一定的波动，其原因是什么？与产品出厂价有关吗？**

答：按照产品重量，公司销售的产品的逐年增长的，由于单价差异，产品结构的变化也会对收入水平产生一定影响。最近几年，贸易战关税问题、疫情问题也造成了较大的扰动。

**问题 6：新西兰主粮产品的毛利率是多少，进入国内的方式是怎样的？**

答：在工厂端，综合毛利率 30%左右。新西兰主粮在国内市场通过自主品牌销售，以一般贸易的方式进口为主。

**问题 7：请简单介绍一下公司当前的产能情况？**

答：目前，公司在温州和泰州的工厂主要为宠物零食产能，合计约 15,400 吨，另外温州工厂还有一条小型的宠物湿粮产线于 2021 年 7 月建成，主要用于应对目前自有品牌湿粮产品的快速增长。在越南，公司有三家工厂，合计产能约 15,000 吨，全部为宠物零食产线，主要以 ODM 模式面向海外市场；柬埔寨工厂和越南的工厂的运营模式基本相同，于 2021 年下半年开始投入使用，采取边建边投产的模式，目前处于产能爬坡阶段，预计 2022 年释放 30%左右的产能。在新西兰，年产 4 万吨的高品质干粮产线已经建成，目前处于产品验证阶段，我们也在积极准备下一步的工作。此外，Alpine 工厂约 1,500-2,000 吨的宠物零食产能，主要生产供小型宠物食用的高端、精致的肉质零食类产品。此外，公司当前重要的在建产能项目主要有三个：

**（1）新西兰湿粮产线：**

在新西兰建设的年产 3 万吨高皮质湿粮产线于 2021 年下半年开始建设，目前正处于建设期。

**（2）江苏康贝新型主粮工厂：**

公司全资子公司江苏康贝正在实施“年产 5 万吨新型宠物食品项目”采取边建边投产的模式，预计明年上半年会有部分产品投放市场。

**（3）柬埔寨工厂**

今年，公司对柬埔寨工厂追加了一期“年产 2,000 吨宠物休闲食品扩建项目”，全部完工后，柬埔寨工厂的总产能将达到 11,200 吨。

**问题 8：宠物行业的准入门槛高吗？**

答：在宠物食品行业，特别是规模制造，需要丰富的技术积累。比如，我们把咬胶从第一代迭代升级到第五代，品类达数百种，

	<p>这需要研发、供应链、订单和品控等方面强有力的支撑。另外，高端产品还需要高品质原材料资源的加持。</p> <p><b>问题 9：人民币贬值超预期，客户会不会因此要求降价？</b></p> <p>答：可能性极小，今年产品的原材料成本也在增加。</p> <p><b>问题 10：请问公司如何策划新型主粮产品？</b></p> <p>答：该类产品在工艺方面已经成熟，我们将在合理毛利率的基础上提升市占率，自有品牌优先于其他模式。</p> <p><b>问题 11：上半年，公司内销/自有品牌的策略有哪些调整？</b></p> <p>答：公司自有品牌业务当前主要集中在国内市场，采取的是多品牌模式，每一个品牌切入不同的细分市场，以产品特色定位品牌，以高品质、差异化的产品带动品牌，以畅销单品引爆品牌。自有品牌均定位在中端及以上层次。</p> <p>去年以来，公司对上述业务的重点进行了调整，压缩了部分次要的代理业务，主要精力放在自有品牌上来。同时，加大了线上部分特别是新媒体平台的营销力度。</p> <p><b>问题 12：公司在国内市场销售的定价原则是什么？现阶段是否有价格战情况？未来会收购其它品牌吗？</b></p> <p>答：自有品牌产品的销售定价考虑了成本费用、产品/品牌定位、市场竞争格局和短期目标等因素。</p> <p>公司一直关注产品的品质，为市场提供差异化的产品，满足不同消费者和消费场景的需求。</p> <p>品牌收购要根据具体情况分析，公司一直关注在产业链上的布局。</p> <p><b>问题 13：佩蒂拓展国内市场会影响海外市场代工吗？</b></p> <p>答：公司针对国内自主品牌和海外 ODM 研发不同配方和类别的产品。现阶段针对海外市场，公司以提供独家供应产品为主。目前自主品牌和海外销售的产品没有冲突。</p>
附件清单(如有)	无
重要提示	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。
--	----------------------