

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：IR2025-004

投资者关系 活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他
参与单位名称及人员姓名（无排名先后）	Goldman Sachs Michelle Cheng Goldman Sachs Cathy Chen Goldman Sachs Valerie Zhou Goldman Sachs Xinyu Ruan Goldman Sachs Xinru Xu Goldman Sachs 3W Fund Mgmt Ltd - Hong Kong Cathy Chen 3W Fund Mgmt Ltd - Hong Kong Zoe LIU Allianz Global Investors Asia Pacific Ltd Shirley Ng Balyasny Asset Mgmt Lucas Li Dymon Asia Capital HK Ltd Ciara WEN Dymon Asia Capital HK Ltd Jianing Lin Dymon Asia Capital HK Ltd Jing WANG Eastspring Invs (Singapore) Ltd Michelle Qi Foresight Fund Mgmt Co Ltd Du Liu Greenwoods Asset Mgmt HK Ltd Chen YU Millennium Partners LP Becky Lu Millennium Partners LP George Zhao Millennium Partners LP Karen Liu Millennium Partners LP Yejun QIAN North Rock Capital Mgmt (HK) Ltd Jia LIU Pinpoint Asset Mgmt Ltd Fengtao ZHANG Pinpoint Asset Mgmt Ltd Tom ZHANG Pinpoint Asset Mgmt Ltd Weishen SHI Point72 Hong Kong Ltd Lance Shen Polymer Capital Mgmt (HK) Ltd Xiaoyan Liu Schonfeld Strategic Advisors - Hong Kong Connie Wu Springs Capital (Hong Kong) Ltd Joyce Jia Stillpoint Invs LP Sophia Zhang Stoneylake Asset Mgmt (Hong Kong) Ltd Haimeng (Heather) SUN Symmetry Invs (Hong Kong) Ltd Carey Shi WT Asset Mgmt Ray Fang
时间	2025 年 05 月 07 日（星期三）14:00-15:00
地点及活动	浙江省杭州市萧山区宁围街道诺德财富中心 2001 室

方式	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、财务总监：唐照波 会议记录人：廖新玲
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司董事会秘书、财务总监唐照波先生简单介绍公司的基本情况及主营业务，要点如下： 公司于 2002 年成立，当前主营业务已经从咬胶逐步拓展到宠物肉质零食、主粮等产品，形成了集研发、制造、销售和宠物产品品牌的运营于一体。自主品牌形成了“爵宴、好适嘉、齿能”的品牌矩阵，主粮业务的营收规模持续增长，特别是风干粮类主粮产品已成为爵宴品牌增长较快的品类。 近几年，公司积极实施全球化运营，在“一带一路”布局了多个产能项目，其中越南和柬埔寨工厂主要从事宠物零食的 ODM 业务，出口至欧美等市场；新西兰工厂以高品质宠物主粮为主要产品，在优先提供给自主品牌使用的同时，也可以向全球高端主粮品牌客户提供一整套的供应链服务。 从当前的市场结构看，美国市场主要由东南亚工厂的产能供应，东南亚的产能可以满足绝大部分订单的需求。目前，关税对公司出口业务的影响较小，主要是因为公司与海外客户的合作程度较深，大部分产品为定制化产品，双方通过产品深度绑定，合作关系较为稳固。当前，公司接收订单正常，东南亚各工厂的生产经营和订单交付处于正常状态。 近几年，公司也一直在积极拓展美国之外的市场，特别是在欧洲和加拿大的拓展效果比较明显，积累了较多的优质客户，这也有助于公司 ODM 业务的稳定发展，降低经营风险。 二、问答交流环节 问题 1：目前关税对公司有多大影响？ 答：公司在东南亚的产能足够满足美国客户的需求，目前订单和出货均处于正常状态，在手订单充足。公司不断在优化市场结构，增加自主品牌产品的收入；同时不断开发欧洲、加拿大、东南亚市场，满足不同客户对差异化产品的需求。现阶段关税的

影响有限。

问题 2：公司对于爵宴品牌有怎样的规划和期许？

答：2018 年公司正式开启自主品牌之路，对于爵宴品牌，公司将其定位于中高端市场。经过多年的努力和沉淀，爵宴积累了大量的忠诚客户，基础牢固，其营收规模保持了高速增长态势，在国内宠物犬零食领域处于前列位置。爵宴当前正不断地拓展品类，实现快速增长的目标。未来，在努力做好国内市场的同时，品牌出海也在中长期规划之内，东南亚和欧洲将是考虑的首选。

问题 3：对于即将到来的 618 活动，公司的销售策略及渠道合作有什么变化？

答：线上渠道，公司已在天猫、京东、抖音等主流电商平台开设了线上品牌旗舰店或产品专营店，618 电商活动期间我们会更加积极推动和头部主播以及达人的合作，以 KOL 的带动效应实现产品和品牌更大面积的曝光。此外，公司也在密切关注线下渠道，将不断加强与线下渠道的合作。618 期间，自主品牌也将有大量的新品推出。

问题 4：公司对于目前国内市场的趋势有什么看法？

答：首先，国产替代趋势较为明显。其次，在品类上，零食主粮化趋势明显，主粮市场更加细分，风干、冻干、烘焙等新工艺主粮呈现了较快的发展势头，更加符合国内消费者对宠物食品消费升级的意愿。第三，近年来国内头部品牌增长较快，线上渠道以及大量费用的投入带动了电商渠道快速增长，加速了品牌的集中。

问题 5：新西兰工厂是重要增量业务，产能的爬坡以及市场拓展是怎么规划的？

答：新西兰工厂是公司在高端膨化粮市场的重要抓手，现已经进入商业化运营阶段。现阶段通过代工方式消化产能的占比较高，后续随着自主品牌收入规模的扩大，其占用的产能也将更大，且可以满足自主品牌未来在各细分领域发力的需求。利润也将随着产能利用率的提升逐步释放。

	问题 6：公司如何展望海外市场 ODM 业务的毛利率，汇率是否有重大风险？ 答：在公司当前的主要产品中，鸡鸭肉、生皮和淀粉等为产品的主要原材料。目前来看，上述原材料价格比较稳定，公司主要通过持续优化供应链管理降低成本，提升效益，努力实现毛利率的稳定性。 公司出口业务以美元结算为主，海外工厂的运营以美元或者当地货币为主。在应对汇率波动方面，公司建立了完善的汇率风险管理机制，通过实时监控汇率走势、灵活调整外汇资产，同时也在应用系列的外汇管理工具，持续提升汇率风险的预判能力和管控水平。此外，汇率波动剧烈时，也会触发与客户协商调整产品价格的机制。
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。