

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：IR2025-005

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，根据平台提供的信息整理）	Rin Seart Researcher: 黄**; TRIVEST ADVISORS LIMITED Vice President: Y**; 北京经研数据分析技术研究院：高级工程师温**; 北京君联同道私募基金管理合伙企业(有限合伙): VP: A**; 财通证券股份有限公司：研究员赵**，固定收益研究员郑**; 第一创业证券股份有限公司：经理徐**; 东北证券股份有限公司：资深分析师阚**; 东方财富证券股份有限公司：王**、李**、薛**; 东吴证券股份有限公司：研究员李**、研究员郝**; 东兴证券股份有限公司：行业首席分析师孟**、研究员程**、总监郑**; 东亚前海证券有限责任公司：行业研究员：胡**; 方正证券股份有限公司：研究员王**、邱**; 高盛(亚洲)有限责任公司：执行董事周**; 高盛国际分析师：Lily**; 光大证券股份有限公司：研究员于**、苏**、董**; 广州创钰投资管理有限公司：投资总监唐**; 国海证券股份有限公司：高级分析师熊**、高级分析师尹**、农业研究员王**、研究助理孙**; 国联民生证券股份有限公司：农林牧渔分析师马**; 国盛证券有限责任公司：行业分析师沈**；行业首席分析师张**; 国泰基金管理有限公司：业务经理何**; 国彤创丰私募基金管理有限公司：董事总经卢**; 国信证券股份有限公司：分析师贺**; 果行育德管理咨询(上海)有限公司：首席咨询师宋**; 海南和谕私募基金管理有限公司：执行董事笪**; 海南睿富私募基金管理有限公司：总经理刘**; 海通国际研究有限公司 Assistant Analyst-Equity Research: 吴**; 杭州附加值投资管理有限公司：高级投资经理杨**; 颀科私募基金管理(上海)有限责任公司：投资研究分析师辛**; 和谐健康保险股份有限公司：行业组长李**; 荷荷(北京)私募基金管理有限公司：基金经理唐**; 宏利金融有限公司：Fixed Income Research Department Assistant Analyst 谢**; 湖南长心私募基金管理有限公司：投资经理徐**;

	华安证券股份有限公司：证券分析师万**、农业组研究员张**、高级分析师陈**； 华福证券有限责任公司：研究员贺**、首席分析师赵**； 华泰证券股份有限公司：分析师季**、Chief Analyst, Director 熊**； 华西证券股份有限公司：行业分析师吴**、分析师侯**、研究助理魏**； 华曦资本：合伙人潘**； 华鑫证券有限责任公司：行业首席分析师娄**； 华源证券股份有限公司：分析师冯**、李**； 汇丰晋信基金管理有限公司：研究员李**； 汇丰前海证券有限责任公司：分析师沙**； 建信养老金管理有限责任公司：消费行业研究员徐**； 开源证券股份有限公司：助理研究员朱**、邢**； 联储证券股份有限公司：研究员易**； 麦高证券有限责任公司：高级研究员梁**； 麦格理资本股份有限公司：分析师宜**； 民生证券股份有限公司：研究员李**、分析师胡**； 鹏扬基金管理有限公司：研究专员杨**； 启承资本管理有限公司：投资高级经理顾**； 瑞银证券有限责任公司：董事江**； 厦门市融开资产管理有限公司：副总经理郝**； 山西证券股份有限公司：行业分析师张**； 上海瀚伦私募基金管理有限公司：CFA 汪**； 上海和谐汇一资产管理有限公司：董事陈**； 上海嘉世私募基金管理有限公司：副总经理、基金经理李**； 上海玖歌投资管理有限公司：副总裁孙**； 上海瞰道资产管理有限公司：投资总监陈**； 上海蓝墨投资管理有限公司：研究员吴**； 上海雷钧资产管理有限公司：General Manager 李**； 上海联视投资管理有限公司：合伙人周**； 上海睿郡资产管理有限公司：研究员谭**； 上海三商资产管理有限公司：投资总监白**； 上海申银万国证券研究所有限公司：高级分析师盛*、分析师胡**、Convertible Bonds Group Manager 王**； 上海彤源投资发展有限公司：研究员杨**； 上海万纳私募基金管理有限公司：研究部副总经理杨**； 上海甬兴证券资产管理有限公司：研究员秦**； 上海原泽私募基金管理有限公司：研究员蔡**； 上海昭云投资管理有限公司：董事长程**； 上海珠熙私募基金管理有限公司：基金经理助理马**； 申万宏源证券有限公司交易员：屈**； 深圳大喆文化传播咨询有限公司：创始人许**； 深圳进门财经科技股份有限公司：孙**、运营赵**； 深圳前海精至资产管理有限公司：基金经理黄**； 深圳市国晖投资有限公司：董事长马**；
--	--

	深圳市华皓汇金私募股权投资基金管理有限公司：总经理刘**； 深圳市凯玄投资有限公司：投资并购经理周**； 深圳市前海禾丰正则资产管理有限公司：基金经理汪**； 深圳市尚诚资产管理有限责任公司：研究员黄**； 深圳市四海圆通投资有限公司：投资副总裁吴**； 深圳市兴亿投资管理有限公司：研究员梁**； 深圳市裕晋投资有限公司：高级分析师邵**； 深圳证券时报社有限公司：区域总监张**； 深圳中天汇富基金管理有限公司：高级投资经理古**； 世纪金源投资集团有限公司：投资总监张**； 太平洋证券股份有限公司：首席分析师程**、行业研究员李**； 天风证券股份有限公司：助理分析师周**、研究员王**； 万和证券股份有限公司：研究员许**； 西部证券股份有限公司：高级分析师熊**、研究员高**； 西藏东财基金管理有限公司：基金经理唐**； 西京投资管理有限公司：分析员陆**； 信达证券股份有限公司：分析师骆**、研究员张**； 星泰投资管理有限公司：投资分析师贾**； 兴业证券股份有限公司：首席分析师代**、Agriculture Industry Analyst: 潘**； 宜康投资投资总监：黄**； 易米基金管理有限公司：投资助理赵**； 甬兴证券有限公司：行业分析师江**； 云富投资集团有限公司：研究主管施**； 浙商证券股份有限公司：大消费研究员陈**； 中国国际金融股份有限公司：分析员陈**、高级经理王**、研究助理赖**； 中国银河证券股份有限公司：副所长何**、首席分析师谢**； 中信建投证券股份有限公司：经理吕**； 中信里昂证券有限公司：Research Analyst 张**； 中信期货有限公司：投资经理魏**； 中信证券股份有限公司：副总裁王**、联席首席分析师彭**； 中庸资本有限公司：Analyst: Z**； 中邮证券有限责任公司：首席分析师蔡**、分析师杨**； 中债信用增进投资股份有限公司：经理江**
时间	2025 年 8 月 26 日（星期二）上午 10:00-11:10
地点及活动方式	通过进门财经 IRM 平台（ https://irm.comein.cn ）线上方式举行
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、财务总监：唐照波 品牌总监：李胤
投资者关系活动主要内容	一、公司董事会秘书、财务总监唐照波发言要点如下： 1. 2025 年上半年，营业收入虽然受到关税以及国内业务调

容介绍	整的影响与去年同期略有下降，但毛利率有明显提升，经营质量相对更好。毛利率提升主要得益于东南亚工厂的生产成本、出厂价格优势以及产能释放带来的规模效应。 2. 费用方面，管理费用上升 24.70%，主要是新西兰主粮工厂在市场拓展和运营方面的投入同比增加，自主品牌投入导致销售费用中的广告宣传费用同比增长较多，财务费用的汇兑收益同比有所降低。 3. 经营性现金流与去年同比下降，主要是当前和客户的合作模式导致的，到年底的时候现金流基本都会回正，且金额比较大。 4. 净利润方面，出口订单主要由东南亚工厂交付，存在成本优势，叠加规模效应。东南亚工厂贡献利润的情况非常好，公司也计划扩大东南亚工厂的产能，预计今明两年共增加约 5000 吨宠物零食产能。 5. 从 2025 年第二季度的经营情况来看，关税对 OMD 业务盈利的影响比较有限。 6. 关于下半年的工作任务，主要有三个方面，一是借助东南亚工厂的优势，巩固优势业务，加大欧洲、南美等一些商超客户的开拓，打造更具韧性的市场渠道；二是国内自主品牌业务将有持续的投入，特别是在主粮产品方面的投入将是重点方向；三是做好新西兰主粮产线的市场拓展、产能爬坡和品牌建设。 二、品牌总监李胤发言要点如下： 1. 爵宴是目前是所有自有品牌里面的主力品牌，目前的定位是天然的宠物食品标准建设者，致力于为中高端用户的宠物提供全天候、全场景、高标准的饮食生活方式。后面主要扩张主粮产品，甚至可能会搭配一些宠物用品，形成一整套完整的宠物生活解决方案。 2. 好适嘉品牌定位在中端，更强调性价比和质价比，与爵宴形成中高端价格的搭配。
------------	---

3. 下半年爵宴会继续围绕着主粮、咀嚼食品、主食罐和保健动干等四个高速增长的品线推出更多的新品。温州工厂的烘焙粮产线已经具备正式生产条件，将全力推进烘焙粮产品的渠道建设工作。
4. 在渠道方面，自主品牌业务更加关注增长质量，强调产品的高品质和售价的稳定性。自主品牌业务以线上为重点和先发渠道，在新品上市的过程中，强化一级渠道，先通过线上直销系统做出影响力，然后再实施线上和线下分销，实现整个产品的市场扩张。线下分销更加强调经销体系的扁平化和周转率，突出经销商的服务功能。

二、问答交流环节

问题 1：爵宴品牌推出烘焙粮副牌源力碗的考虑是什么，新西兰工厂后续的产能爬坡规划有哪些变化？

答：通过大量的用户调研数据，结合爵宴品牌后续的成长计划 and 公司产线的实际情况，高品质的烘焙粮产品非常符合爵宴的品牌定位和品牌粉丝，所以爵宴率先推出了烘焙粮产品。

公司计划将新西兰工厂的主粮产品打造成一个新的偏高端品牌，不止面向国内，还会面向澳洲、北美等市场，品牌设计等准备工作已经基本完成。今年，产品进入到国内市场的节奏受到政策的一些影响，产线将释放一部分产能，2026-2027 年将实现大规模放量。

问题 2：二季度，毛利率有一个明显的增长，请问是什么因素驱动的？

答：毛利率提升主要得益于东南亚工厂的生产成本、出厂价格优势以及产能释放带来的规模效应。现阶段原材料价格保持稳定，预计全年毛利率将保持稳定向好的水平。

问题 3：请问目前公司国内业务线上线下的渠道占比情况是怎样的？公司对国内市场犬粮的消费趋势是怎么看的？

答：在营收端，线上渠道占比明显更高，线上主要来自天猫、京

	东等主流电商平台；线下主要来自于国内的知名商超和一些新零售渠道。 犬粮消费呈现一个明显的分化，中高端和中低端都在增长，其他价格带的占比在下降，这和国内小型犬、迷你犬较多有关。 问题 4：公司如何考虑销售费用率的问题，Q1 和 Q2 投放费用差异的原因是什么 答：公司目前聚焦自主品牌，销售费用率总体保持稳定，受促销、推广活动影响，年内投放节奏受到促销、新品上市等影响较大，所以在某个时点会出现集中投放的情况。 问题 5：请问公司东南亚工厂的产能利用率在什么水平，未来还有扩产计划吗？ 答：目前，越南几个工厂基本处于满产状态，柬埔寨工厂略低，也处于较高水平。越南和柬埔寨都有扩产计划，到明年底两地合计增加约 5,000 吨宠物零食产能。
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。