

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：IR2025-006

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）	长江证券：卜凡星 中信证券：彭家乐 国金证券：张敏敏 中信保诚：郭雨涵 朱雀基金：王一昊
时间	2025 年 11 月 06 日（星期四）上午 10:00-11:10
地点及活动 方式	浙江省杭州市萧山区宁围街道诺德财富中心 20 楼
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：廖新玲
投资者关系 活动主要内 容介绍	一、唐照波介绍公司截至第三季度末的经营情况，要点如下： 1. 2025 年前三季度，公司各项生产经营按照年度既定计划正常有序开展，现有业务基本符合预期。出口业务受美国关税影响呈现一定的压力，公司通过产品结构优化、成本管控和管理改善等措施，业务毛利率还高于 2024 年同期水平，业务呈现较强的韧性。自主品牌业务特别是爵宴品牌在中高端市场持续发力，原有产品线持续稳健，从线上往线下不断延伸，主粮拓展效果明显，预计风干粮较去年同期可以实现翻番的增长，今年新上市的烘焙粮产品呈现的效果也非常好。 2. 公司第三季度完成了一个重要的节点项目，温州工厂烘焙粮产线实现投产，使得公司具备了冻干、风干和烘焙等新型主粮产线，为自主品牌在明年发力打下较好的基础。叠加新西兰主粮将进入国内，将有利于自主品牌在主粮市场形成综合竞争力。 二、问答交流环节

1. 目前在“双十一”购物节正在进行，公司在品牌、产品和营销投入上的策略有什么变化？相较同行业的表现情况如何？

答：今年的“双十一”行业整体向头部化集中，线上销售仍需要一定的流量费用的投入，公司也加大“双十一”的营销力度，以天猫旗舰店为核心，配合抖音、小红书、达人直播形成引流闭环，重点强化旗舰店页面与会员运营，首页及分类转化率同比提升1-1.5倍。

同时公司重点推出了风干粮、烘焙粮和肉质零食等品类新品，其中主粮方面包括“小颗粒风干粮”“鳕鱼风干粮”“源力碗烘焙粮”等创新产品；零食板块则推出“狗饼干”“兔脊骨”等新品，进一步丰富了爵宴品牌的高端天然产品矩阵。这些新品的推出延续了“高端市场深耕与品类扩张”的战略方向。

截止目前，公司“双十一”整体GMV同比增长30%以上，其中爵宴品牌在狗零食类目保持行业前列，主粮销量增速明显。得益于精准投放与产品结构优化，公司毛利率与费用率水平均维持稳定，综合盈利质量与去年同期持平。

2. 如何看待“烘焙粮”作为新的主粮工艺在未来的行业竞争格局？

答：公司认为烘焙粮将是主粮品类创新的下一个竞争焦点，烘焙粮更适合国内主流犬猫品类与饲养生态，尤其是中高端宠物家庭用户，是主粮板块的重要增量方向，公司重点聚焦“新型主粮导入”，其中包括自产新型主粮与新西兰高品质主粮共同纳入自主品牌体系，公司将持续加大主粮领域研发投入与产品创新，通过“自建产能+全球供应链协同”来确保烘焙粮等新型主粮的稳定产出和品质领先。

3. 国内业务线下渠道的扩张进展如何？与线上相比回报率有何差异？

答：线下渠道已成为公司重点推进方向之一。公司已与全国主要省市的区域代理商、新零售商超（山姆、Costco、沃尔玛）

	及专业宠物渠道建立紧密合作，采取“分渠道、结构扁平化的经销策略”，覆盖大型连锁商超及宠物专卖体系。自主品牌在线上的规模更大一些，投入也更多一些，由于线下渠道的费用摊薄效应与品牌协同效应逐步显现，其综合回报率正在接近线上业务水平。 4. 公司对于明年的成本情况有什么预测？ 答：今年总体原材料价格比较稳定，禽类及肉副产品价格较去年同期下降，直接带动主粮与零食成本端改善。公司也和重要的供应商建立了长期的合作关系，部分原材料签订年度框架协议，锁定供应与价格区间，从目前市场获取的信息和供应商提供的价格来看，预计明年原材料价格比较稳定。公司也在从产品结构、客户结构、目标市场、采购地和战略储备等多个维度优化成本，尽最大努力实现成本可控，甚至能对冲部分关税的影响，也将密切关注汇率波动与国际物流等外部变量。
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。