

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：IR2025-007

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名(无排名先后)	上银基金：李星仪；银河基金：于嘉馨；中银基金：雷泽成； 甬兴证券：张洪乐；广发证券：高一岑；华泰证券：季珂； 华创证券：张皓月；中信证券：彭家乐
时间	2025年11月11日（星期二）上午 10:35-11:55
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； 品牌总监：李胤； 会议记录：廖新玲
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、唐照波介绍公司 ODM 业务情况，要点如下：</p> <p>1. 2025 年前三季度，由于受到关税等方面的影响，虽然收入端略有影响，但 ODM 业务毛利率实现持续增长，显示业务的盈利能力具备较强的韧性，工厂运营效率仍有可提升的空间。</p> <p>2. 海外客户拓展方面，公司终端客户和欧洲的客户数量有一定的增加，公司向其提供了大量的新产品，经过一段时间拓展市场后，预计明年可以带来一定的增量订单。</p> <p>二、李胤介绍公司自主品牌业务情况，要点如下：</p> <p>2025 年“双十一”购物节自主品牌收入维持较高的增速，主要增长的产品有新型主粮和鸭肉零食等。通过线上品牌/品类排名观察，爵宴在各平台的狗零食类目下巩固了头部位置，另外爵宴的风干粮、零食罐、冻干零食和饼干类零食表现突出，分别处于单品排名的头部位置。</p>

### 三、问答交流环节

#### 1、公司 Q4 海外市场 ODM 业务订单情况有什么变化吗？

答：2025 年第四季度 ODM 业务较上季度呈现明显回升势头，订单恢复节奏优于预期，表现为“环比回暖、同比改善”的双重趋势，宠物行业在海外的需求仍是稳定的，公司持续通过新产品开发和传统产品的升级稳固头部品牌客户，并不断开拓客户，使得公司终端客户及欧洲客户数量有一定增加。

#### 2、公司对自有品牌主粮的销售情况有什么展望？

答：目前公司在售的主粮主要有两款产品，爵宴品牌的风干粮以及其子品牌源力碗推出的烘焙粮，两款产品基本达成了阶段目标，未来公司将以“稳量提质、强化复购”为核心方向，通过 SKU 丰富化与配方差异化满足不同宠物主粮需求，完善自有品牌的产品矩阵，持续加大推广力度，提升品牌可见度与用户粘性。期间公司将根据市场价格体系和渠道反馈实行动态定价与产品组合优化，确保品牌在中高端细分市场保持竞争力；同时继续通过成本优化与规模效应巩固主粮业务盈利能力。

#### 3、公司在中国及东南亚均有产能布局，在 ODM 方面，公司如何通过产能与技术优势拓展新客户及定制化订单？

答：公司在中国、东南亚及新西兰均建设了具备规模化和高标准质量体系的核心产线，覆盖功能性咀嚼食品、湿粮与烘焙主粮等主要品类。凭借多国制造+国际化原料供应链，公司在成本控制与交付效率上形成显著优势。同时公司依托智能化与柔性生产线建设，具备小批量、多 SKU、快速响应的定制能力，能满足全球主要品牌商和零售商的差异化需求。公司通过与核心战略客户开展联合产品开发与品牌协作，持续提升客户粘性与 ODM 业务竞争力。

	<p><b>4、公司对明年海外市场的趋势有什么判断，公司 ODM 和 OBM 的规划是什么？</b></p> <p>答：公司预计海外市场 ODM 业务在收入端未来将保持稳健增长，增长的动力主要来自于新客户开发与产品线延伸、新西兰主粮工厂及东南亚产线的产能释放，这将会带动海外市场的快速增长。</p> <p>公司在 OBM 业务上将围绕爵宴、好适嘉等自有品牌以“品质+营养科学”为核心，拓展海外渠道布局，稳步提升自有品牌在国际市场的占比。公司在 ODM 业务上将继续依托多国制造体系与柔性生产能力，发挥东南亚本国制造的优势，利用公司的研发能力强化对全球品牌商的定制开发服务，同时，与核心客户深化联合创新与品牌协作，进一步增强长期合作粘性。</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。