

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：IR2026-003

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名（无排名先后）	招商基金：曾子潇、马思瑶、王奇玮、王奇超、廖俊源、虞秀兰、杨鹏、岳昊江、郑若慈 光大证券：董博文 申万宏源：胡静航 国君海通：张彦博 财通证券：肖佩菁 长江证券：刘文一 招商证券：朱彦霖 财信证券：刘敏
时间	2026年05月21日（星期四）上午09:30-11:00、下午15:35-17:10
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 浙江省温州市平阳县水头镇工业园区宠乐路2号
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、财务总监：唐照波 财务副总监：杨杰 证券事务代表：王海涛 会议记录：廖新玲、赵佳慧、陈丁桦
投资者关系活动主要内容介绍	问题1：进入到2026年以来，公司主营业务进展情况怎么样？ 答：海外市场，从一季度的情况看，公司认为已经恢复到增长轨道上来，预计全年实现稳健增长，如果剔除汇率波动因素，增速会更明显。 自有品牌业务方面，国内市场竞争激烈，这部分业务在线上 and 线下均在快速增长的轨道上，总体上线下快于线上，各月之间存在一定的波动。自主品牌业务的营收主要来自国内，线上渠道占比较高，公司正积极拓展新的线上增长点，如闪购等。线下渠道，当前的重点是会员制商超渠道。

问题2：新西兰品牌最新进展如何，对进入盈利期有什么规划？

答：新西兰工厂是公司历经多年打磨的重点项目，目前已经完成多款产品的进口备案，并在天猫国际设立了两家品牌旗舰店，目前有少量几款狗食品在售，定位在中端到高端的产品线。公司正积极推进更多品类进入到国内市场，自主品牌和代工产品均有。根据目前的经营数据，工厂端产能利用率进入30%-40%区间即可实现盈利。随着产能利用率的提升，工厂的利润水平将得到有效改善，中期内即可贡献利润。

问题3：公司自2025年以来研发投入快速增长，可以简单介绍一下吗？

答：公司在原材料深加工、产品工艺、外观设计、宠物营养、适口性等方面进行大量的研发投入，目标是品类不断丰富，原材料利用率不断提高，成本得到有效控制。根据公司当前发展战略，研发费用的主要投向，一是原有零食产品的完善与迭代，集中在咬胶类产品；二是集中在主粮配方的开发，由于周期长、壁垒高，研发费用也相对更高。例如，公司当前研发的重点产品和技术有风干猫粮、烘焙猫粮、多源蛋白定向酶解技术、新型全价原切狗罐头等，其中部分产品进入小试阶段。

问题4：海外市场开拓情况如何？新的品类是否有帮助？

答：从全球宠物市场的消费情况来看，美国市场的优势是非常明显的，体系非常完善。公司近几年在非美市场的拓展力度较大，以降低对单一市场的依赖程度，比如在欧洲市场的拓展重点是连锁商超等渠道，目前已经与部分知名的品牌商建立了合作关系。

问题5：公司主要客户的补货需求情况如何？以及大客户的退税情况，公司会和客户进行沟通？

答：目前客户的库存处于正常年份的水平。客户按市场需求和库存管理要求向公司发送订单。客户也正在申请原来增加的关税的退税，后续公司将积极和客户沟通，争取公司利益最大化。

问题6：公司正积极拓展主粮市场，可否介绍一下目前的主粮业务

	<p>情况？</p> <p>答：目前主粮收入规模较大的是风干和烘焙粮，爵宴做的比较多，都是犬主粮。爵宴的风干粮产品的市占率较高，但市场规模受限于其高单价。烘焙粮于2025年下半年推出，启用了“爵宴——源力碗”这个品牌，目前看效果比预期要好。烘焙粮进入市场的时间较短，公司会根据市场反馈进行进一步的升级。新西兰主粮由于尚未大规模进入国内市场，未来将投入较大的销售费用。</p> <p>问题7：自主品牌在猫类产品的布局是如何规划的？</p> <p>答：公司已经储备了各个大类的猫食品，爵宴品牌目前没有猫粮产品，源力碗今年计划推出烘焙猫粮。</p> <p>好适嘉品牌现有98K主食罐和零食罐等湿粮，这一块产品2026年销售收入预计将突破1,000万元。此外，好适嘉今年的新品计划主要有温州烘焙粮产线生产的功能性减肥猫粮、猫餐盒、主食猫条、猫主食餐包以及几款冻干食品。预计冻干猫食品同比增速超过100%。</p> <p>问题8：原材料成本波动情况？</p> <p>答：公司主要原材料为生皮、鸡肉、淀粉等。目前主要的原材料价格比较稳定，未大幅上涨。公司建立了多国采购策略，利用多国采购的优势，根据客户订单的节奏和原材料价格加强库存管理，平滑原材料价格波动对成本的影响。</p> <p>问题9：未来三年，公司在零食ODM、国内主粮和新西兰主粮等几块业务的资源优先级是什么？</p> <p>答：这三个板块的业务具有协同和互补的关系，零食ODM提供稳定的现金流支持，并且可以充分利用公司在东南亚的产能优势，提供差异化的产品。国内主粮逐步建立工艺和品类的差异化优势，研发、生产满足中国和东南亚市场需求的主粮产品；新西兰主粮走ODM和品牌的双驱动路线，借助产地、设备和工艺优势，生产高端膨化粮。</p>
附件清单（如有）	无

重要提示	本记录表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。
------	--