

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：IR2024-006

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 checked="" type="checkbox"/> 投研机构策略会
参与单位名称及人员姓名（无排名先后）	<p>线下现场调研人员：</p> <p>广发证券：钱浩、周舒玥</p> <p>朱雀基金：王一昊</p> <p>华兴自营：邢长贾</p> <p>杭银理财：钱子莹</p> <p>金投资产：詹倩</p> <p>国海证券：王思言</p> <p>国投证券：冯永坤</p> <hr/> <p>Goldman Sachs/高盛：Michelle Wen</p> <p>LCRICH CAPITAL MANAGEMENT：闫慧辰</p> <p>New Silk Road Investment Pte Ltd 新思路投资：庞如冰</p> <p>Point72：王佩</p> <p>宝盈基金管理有限公司：米俊伟</p> <p>北京润晖资产管理有限公司：李勇</p> <p>博时基金管理有限公司：廖常青/万丽</p> <p>财信证券股份有限公司：张伟</p> <p>财信证券股份有限公司：张伟</p> <p>东方阿尔法基金管理有限公司：朱黎斌</p> <p>东海证券自营部：万静</p> <p>敦和资产管理有限公司：江源</p> <p>广东璟诚私募基金管理有限公司：张立烽</p> <p>广东天贝合私募基金管理有限公司：黄鹏</p>

<p>国华兴益保险资产管理有限公司：刘旭明</p> <p>国泰君安资产管理：张骥</p> <p>海港人寿保险股份有限公司：许晓光</p> <p>湖南源乘私募基金管理有限公司：唐亚丹</p> <p>华宝基金管理有限公司：宋亚振</p> <p>华商基金管理有限公司：陈凯</p> <p>华泰证券（上海）资产管理有限公司：逯海燕</p> <p>华泰证券（上海）资产管理有限公司：冯瑞齐</p> <p>汇正资产管理有限公司：王哲</p> <p>江海证券有限公司：蔡晨浠</p> <p>江海证券有限公司：梅话雨</p> <p>江苏瑞华投资控股集团有限公司：章礼英</p> <p>晋江和铭资产管理有限公司：胡慧娟</p> <p>景顺长城基金管理有限公司：王勇</p> <p>民生加银基金管理有限公司：汤思懿</p> <p>民生加银基金管理有限公司：汤思懿</p> <p>青岛幂加和私募基金管理有限责任公司：李嘉豪</p> <p>泉果基金管理有限公司：姜荷泽</p> <p>上海海宸投资管理有限公司：王鹏程</p> <p>上海合远私募基金管理有限公司：史彬</p> <p>上海混沌投资（集团）有限公司：黎晓楠</p> <p>上海泉汐投资有限公司：顾芸芝</p> <p>上海晓煜商务信息咨询有限公司：程裕</p> <p>上海原泽私募基金管理有限公司：姚珊</p> <p>深圳市裕晋私募证券投资基金管理有限公司：邵仕威</p> <p>深圳市中欧瑞博投资管理股份有限公司：季文宣</p> <p>太平洋证券资产管理总部：吴德天</p> <p>天风证券股份有限公司：林逸丹</p> <p>西部利得基金管理有限公司：张昭君</p>
--

	<p>玄卜投资（上海）有限公司：夏一</p> <p>循远资产管理（上海）有限公司：田超平</p> <p>颐和久富投资管理有限公司：米永峰</p> <p>永赢基金管理有限公司：陆凯琳</p> <p>长城财富保险资产管理股份有限公司：霍锴</p> <p>中庚基金管理有限公司：殷乐</p> <p>中国人保资产管理有限公司：叶一非</p> <p>中信建投证券股份有限公司：刘岚</p>
时间	<p>线下：2024年06月27日（星期四）上午 10:00-11:25</p> <p>线上：2024年06月27日（星期四）下午 16:00-16:50</p>
地点及活动方式	<p>线下：浙江省杭州市萧山区宁围街道诺德财富中心 2001</p> <p>线上：天风证券-长沙消费策略会（进门财经电话会议系统）</p>
上市公司接待人员姓名	<p>董事会秘书、财务总监：唐照波</p> <p>证券事务代表：王海涛</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、董事会秘书唐照波介绍公司目前经营情况以及 618 期间自主品牌销售情况，主要内容如下：</p> <p>（一）当前生产经营总体情况</p> <p>2024 年公司经营总体稳健良好，一季度实现净利润 4,171.21 万元，在客户去库存到补库存的转变中，公司积极把握市场机会，发挥研发、多国制造的优势，优化产品结构，与核心客户的合作不断加深。</p> <p>产能及目标市场方面，越南、柬埔寨的产能以美国市场为主，中国产能主要销售市场为欧洲，公司将继续拓展加拿大、美国、欧洲的终端客户。</p> <p>越南工厂目前处于满产水平，柬埔寨工厂产能将持续爬坡，新西兰工厂已在今年 3 月份进入商业化运营阶段，各项工作稳步推进。</p> <p>（二）参与 618 活动情况</p> <p>今年 618 期间，公司旗下高端宠物食品品牌爵宴全网成交总额</p>

超 2500 万元，全平台累计支付金额同比去年提升 67%，登上天猫狗零食品牌榜单、京东狗食品自营竞速榜前两名。爵宴多款产品成为爆品，爵宴鸭肉干摘得抖音幼犬零食爆款榜、天猫狗零食累计交易榜、京东狗零食累计成交榜单桂冠，黑马爵宴美食家狗罐头位居天猫狗零食罐头交易量榜单头名，新品爵宴原生风干粮登上抖音鸭肉味犬主粮、京东风干狗干粮榜单第一名。

公司采取“一体两翼”发展战略，着力提升国内市场营销和品牌打造能力，打通线上线下全渠道布局，塑造佩蒂宠物食品知名品牌。在线上渠道，公司已在天猫、京东、抖音等主流电商平台开设线上品牌旗舰店或专营店，并积极拥抱营销新模式，通过直播、建立私域流量等新型营销方式适配中国市场，提高流量转化效率。公司在线上采取多渠道销售策略。其中，一级渠道依托天猫、京东等传统电商平台进行布局，各品牌旗舰店配合自有专营店及线上分销完成销售目标；二级渠道，围绕抖音、小红书、公众号、微博等平台进行布局，核心是构建品牌用户流量池，完善用户运营体系，完成品牌用户的直接高效转化。

近年来，公司自主品牌规模不断增长。在线上，天猫渠道收入占比超 50%，接下来是京东、抖音；近两年销售增长率依次是抖音、京东、天猫。线下，山姆会员店、线下分销等渠道也稳步增长。下半年的品牌布局计划，公司将延续资源侧重投入的品牌策略，在品牌上主推品牌爵宴、好适嘉。

二、问答交流环节

问题 1: 自主品牌线上线下收入情况? 各渠道的产品类别是否趋同?

答: 公司目前线上和线下销售的产品品类相同, 终端市场价格是一致的, 分销渠道不同, 给到分销商的价格会有一些差异。

问题 2: 未来是否有做单品店铺的打算?

答: 无论是企业旗舰店还是品牌旗舰店的商业模式优劣性还处于验证阶段, 平台规则和政策引导也是公司考虑的重要因素之一, 我们会根据平台生态变化和是市场趋势不断调整策略。如到一定的销售规模, 不排除开品牌旗舰店店铺的可能性。

问题 3: 公司内部管理及团队情况?

答: 公司有独立的品牌事业部, 事业部总经理负责统筹业务, 分前台, 中台和后台, 销售按不同平台分渠道和店铺。前台具有较大的自主权, 目前按各自渠道或业务线配备团队, 团队有销售目标和利润考核。事业部按小团队的目标客户量分解目标, 根据费用预算投入各渠道, 提升团队快速的对市场的反应能力。随着品牌规模的增长, 未来会考虑品牌独立运营。

问题 4: 公司自主品牌定位及规划?

答: 目前, 公司主要在爵宴、好适嘉这两个品牌进行重点投入。公司近年来坚持大单品策略, 在爆款产品打造出来并形成一定的销售规模后, 进行适当的品类扩张, 通过爆款产品矩阵实现爆款品牌的目标, 以新品类进行老用户转化。

爵宴定位在中高端层次的肉质宠物食品, 主打高肉、纯天然的产品系列。在品类打造上, 爵宴现阶段以狗粮为主, 形成了高品质肉干、湿粮罐头、风干粮等单个比较大的品类。

好适嘉品牌定位在精准营养主义的中端宠物食品品牌, 产品品类主要为湿粮、新型主粮以及部分零食。在主粮品类上, 主要以猫食用的主食罐、冻干等产品。

问题 5: 爵宴新推的风干粮产地是在哪里, 体量规模是怎么样?

	<p>冻干品类的上市预期是怎么样的？</p> <p>答：爵宴风干粮由泰州江苏康贝工厂生产，是公司 2021 年公开发行人可转债募投项目“年产 5 万吨新型主粮项目”其中的一条产线。这个项目目前由温州工厂和泰州工厂同时承建，涵盖了烘焙粮、风干粮、冻干粮等多个新型品类的产品，产线分布也较多。我们采用边建边投产的模式，未来会有更多的主粮品类上市。</p> <p>问题 6：随着自有品牌体量的提升，2-3 年内有怎样的考虑？</p> <p>答：近几年，公司主要以内生式增长为主，大力开展全球化布局，主要建设了柬埔寨基地、新西兰主粮工厂、国内新型主粮工厂等大规模的产能。</p> <p>公司当前有 30-40 亿元的产能储备，除了优势业务 ODM 零食出口外，还可以向全球市场提供高品质的主粮产品，同时为自主品牌提供全品类产品的供应。</p>
附件清单	无
重要提示	<p>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。</p>