证券代码：002891 证券简称：中宠股份

**烟台中宠食品股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

编号：2019-003

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 | □一对一沟通 |
| □其他（请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 东方嘉富资产：杨红波、杨龑混沌道然：马静辉中隐基金：王进 |
| 时间 | 2019年11月26日 |
| 地点 | 烟台中宠食品股份有限公司 |
| 上市公司接待人员 | 公司董事会秘书：史宇 公司证券事务代表：侯煜玮公司证券事务专员：逄建毅、温晴 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **一、参观公司企业展厅并简要介绍公司情况****二、调研活动问答内容****1、公司未来在国内市场的战略规划是什么？**基于对宠物行业市场形势的判断，公司认为国内市场空间广阔，公司希望依托多年在品牌、渠道以及客户资源方面的积累，未来在国内市场上取得良好的发展。目前公司海外销售收入占比较高，根据公司的发展规划的调整，未来业务重心将聚焦于国内市场，且国内市场中干粮的市场份额较大，干粮将作为公司发展的重点之一。**2、公司目前对自主品牌的宣传方式是什么？**由于国内宠物行业是近些年兴起的新兴行业，公司将更多精力着眼于国内市场，持续进行渠道深耕耘，在专业展会、专业宠物媒体、专业宠物赛事等渠道持续进行品牌塑造。与此同时，公司注重品牌的塑造，持续开拓各类新媒体等广告渠道，针对不同年龄段群体进行宣传，更加贴近消费者。同时，公司通过举办“走近中宠、品质鉴证”的公众开放日活动，让消费者、经销商等相关人员到工厂实地参观考察，使其对公司产品和品质拥有更直观的感受，此举取得了良好的反响。**3、公司在多品牌矩阵的布局中，目前核心品牌是哪个？**公司的品牌策略是打造自主品牌为核心，代理品牌并行，高中低端共存的品牌矩阵，用以满足不消费者的差异化的需求。其中，自主品牌“Wanpy顽皮”定位于中端市场，自主品牌“ZEAL®”定位于高端市场。**4、对国内的经销商体系的情况，未来有什么规划？**公司目前线下渠道覆盖全国100多个城市，每个城市设置1至2家经销商，根据不同人群的消费习惯，重点城市会适当调整设置的经销商数量。未来在国内市场现有布局的基础上，将持续对经销商体系进行优化与整合，通过对经销商规模、销售能力以及创新思维等要素进行对比分析，将优质的资源向优秀的经销商进行倾斜，实现体系的持续完善与迭代。**5、公司海外市场增速较快，未来将如何在保持优势的基础上继续开拓海外市场？**公司的产品目前销往全球50个国家和地区，公司与客户多年合作，维护了良好的客情关系，并且持续保持优质及稳定的长期供应。未来公司在维护原有市场和客户的前提下，将不断开发新产品、拓展新市场、新客户，延伸产品链，维持良好的发展态势，进一步巩固公司在行业中的优势地位。**6、公司未来是否考虑进行股权激励？**公司一直坚信最大的财富就是我们的员工，公司会考虑在适当的时机进行股权激励，实现员工与公司共同成长。**7、公司收购的新西兰" ZEAL®"品牌，目前增速情况如何？**ZEAL®品牌作为公司满足高端消费人群的核心品牌，目前在国内高端市场取得不错的进展，2019年销售情况良好，并且被越来越多的消费人群所认可。**8、公司主要原材料是什么？原材料价格的波动对公司是否有影响？**公司产品生产过程中所需的主要原材料为鸡胸肉为主的肉类成分。其中，公司主要原材料之一鸡胸肉价格自2016年处于持续上升趋势，目前鸡胸肉原材料的价格趋势处于历史高位。短期内，原材料的波动对公司业绩会有部分影响。公司为了规避原材料价格波动的风险，公司年初会与客户签订框架协议时约定调价机制，公司目前已经与各个客户启动调价，但是调价过程具有一定的滞后性。**9、国内市场上宠物食品的质量有区别吗？公司产品的质量是否有保障？**宠物食品的质量在原料的选材、产品生产过程再到成品出厂均需进行严格的筛选和检验。公司以“质量就是生命”为宗旨，自始至终严把质量关，公司主要产品所用的鸡肉原料都是按国家出入境检验检疫局要求在相关政府部门备案的企业名单中选择供应商进行供应，要求其鸡肉原料的微生物含量、药物残留、重金属残留等指标均符合国家标准要求。公司先后通过HACCP危害分析及关键控制点体系验证、GMP良好操作规范体系验证、BRC食品安全全球标准认证等认证和美国FDA注册、欧盟宠物食品官方注册、加拿大宠物食品官方注册等多个国家的注册，是目前行业中获得权威认证较多的企业之一。**10、公司参股瑞鹏股份的目的是什么？**近年来，宠物医疗领域发展迅速，客户需求量逐渐增大，瑞鹏股份在此领域具有较强的技术优势和品牌优势，发展前景良好，与公司在产业协同方面可以优势互补，同时满足公司在产品销售渠道方面的拓展与积累，有利于提升公司的整体竞争力。**11、公司在出口转内销过程中遇到的阻力有哪些？**公司并非为出口转内销，自公司成立以来，公司便设立“双轮驱动”的战略目标，坚持国内市场以及国外市场同步推进，自主品牌及代工品牌同步推进。因此，公司在国内市场已有20余年的积累。宠物行业在国内尚属于新兴的行业，行业发展尚属初期阶段，规范程度有待于提升。公司依托多年的积累，与友商共同培育市场，争取早日将行业与公司共同做大做强。**注：以上所有交流内容均未涉及公司未公开披露的信息。** |
| 附件清单 | 无 |
| 日期 | 2019年11月26日 |