**佩蒂动物营养科技股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

|  |  |
| --- | --- |
| 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 |
| □投资者现场参观、交流 |
| □其他 |
| 投资者单位及姓名（排名不分先后） | 开源证券研究所大组总监/中小盘首席：任浪；  开源证券研究所农林牧渔首席分析师：陈雪丽；  开源证券研究所研究员：丁旺；  湖南轻盐创业投资管理有限公司投资经理：刘泽雨；  华富基金管理有限公司行业研究员：卞美莹；  上海博观投资：张世栋 |
| 时间 | 2020年06月05日 |
| 地点 | 浙江省杭州市萧山区宁围镇诺德财富中心A座； |
| 上市公司参加人员 | 唐照波（董秘）、杨欣(记录) |
| 投资者关系活动主要内容 | **一、董事会秘书唐照波向客人介绍公司年度报告、再融资募投项目的实施进度、产能布局及其他近期完成的主要工作，并介绍了国内市场开拓情况。**  **二、现场交流环节主要内容**   1. 问：各基地公司目前的产能利用率情况：   答：目前公司越南基地，订单负荷在120%以上，还有部分的订单不能按交期完成，公司正在优化各生产环节提升效益，满足客户订单的交期，国内各生产基地产能利用率也基本接近饱和的状况。新西兰基地由于新客户的开拓，目前产能也在持续的增长。   1. 问：国内外基地采购的鸡肉原材料，目前价格都是同向变化吗？   答：现阶段公司采购的主要原材料鸡肉价格有明显的下降，包括中国各工厂采购的鸡肉原材料和越南工厂采购的鸡肉价格都在下降，有利于今年生产成本的下降。   1. 公司再融资募投项目柬埔寨基地和新西兰基地建设的进度情况？   答：公司再融资（非公开发行）已经完成，公司一直用自有资金进行项目的建设，现正在募集资金的置换。两个主要的产能扩充项目“新西兰年产4万吨高品质宠物干粮新建项目”和“柬埔寨年产9,200吨宠物休闲食品新建项目”都按计划的进行中，现正在建设，预计今年Q4进入调试和试生产的阶段，2021年开始陆续释放产能。   1. 公司的收入的增速远高于行业增速的主要原因是什么？   答：主要以下几个方面的原因：越南产能的增长，主要客户集中订单到公司越南工厂采购；公司新开发的客户的采购；新西兰基地增加了纯天然新西兰零食的供应；国内市场的开拓，增加了收入。   1. 问：介绍一下公司自主品牌线上销售情况？   答：公司线上已经布局了10多家的线上销售渠道，包括天猫旗舰店、专营店、京东专营、京东自营等。线上零售目前都由公司自营，由两个团队负责线上各店铺的营运，公司正在策划分销体系的建设，持续扩大线上销售渠道的建设。公司也大力开展与各垂直电商平台的合作，销售公司的产品。   1. 相比海外产品，自有品牌产品在产品端、渠道端是否有差异化竞争的优势？   答：多年来，公司在咀嚼类零食产品方面有丰富的积累，在产品线管理、品控管理和供应链管理等方面都建立了较大优势。渠道端上公司线上和线下同步展开，渠道共建，优势互补。公司持续在开发满足中国宠物需求的产品，开展在中国自主品牌的销售。  7、问：公司与宠物医院的合作，主要目标是什么？  答：公司与众多宠物医院都有合作，与医院合作的产品大多专业化的产品，在消费者教育和专业品牌的塑造能起到很好的作用。  8、问：公司向美国市场提供的产品，是国内生产还是国外生产？  答：公司供应美国客户的ODM产品有中国工厂生产的、也有越南工厂生产，在目前环境下，优先选择在国外基地生产。目前，越南基地产能尚无法完全满足海外市场需要，仍有部分产能缺口。  9、问：今年国内市场的具体计划有哪些？  答：公司将继续在产品研发、品牌和渠道方面进行投入。目前，公司已在线上有10多家自营店铺，多为品牌旗舰店或专营店，在天猫、京东、拼多多等主要电商平台都有布局，并在不断丰富营销方式，比如直播方式。线下部分，经销商数量也在明显的增加，在线下店铺的铺货速度也在提速。产品有咀嚼零食、干粮、湿粮等多品类产品类别的销售。  10、问：线下销售团队情况？  答：公司目前在各大区都配有专业人员进行市场拓展和维护,并根据大区业务量配备人员。  11、问：线下渠道的销售模式有哪些？  答：目前主要采用经销/代理商模式、连锁渠道供货模式、直接供应优质宠物店模式。  12、问：今年团队有扩充计划吗？  答：根据产品上市规模和进度，将进行合理的人才补充。  13、问：美国关税对公司影响如何？  答：2019年越南基地有部分新产能建成，今年还有部分新产能投放，随着产能释放，满足美国市场订单的能力将越来越强，关税影响将越来越小。国内也进行新产品的开发，逐步更新换代原有的产品，提升产品的售价，减少关税的影响。  14、问：咬胶产品在国内的市场教育方式？  答：从发达市场的经验看，咬胶等咀嚼类食品宠物必需品，消费量较大，消费频次高。国内消费者也在逐步重视宠物的口腔健康问题。为此，我们专门为国内市场打造了齿能产品，并形成独立的齿能品牌系列产品，主打产品的功能性，提升宠物口腔健康水平。 |
| **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。 |
| 附件清单（如有） | 无 |