

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：2021-001

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"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <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"/> 一对一沟通
参与单位名称及人员姓名	星石投资 陈启腾 中欧基金 胡万程 开源证券 丁旺 开源证券 高兴 置旺投资 徐超 长城财富 药晓东
时间	2021年5月27日
地点	烟台中宠食品股份有限公司
上市公司接待人员姓名	公司证券事务助理：逢建毅
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、参观公司企业展厅及工厂车间并简要介绍公司情况</p> <p>二、调研活动问答内容</p> <p>1、公司未来几年的发展战略？</p> <p>公司将继续聚焦国内市场，着力发展自主品牌业务，集中资源培育核心品牌“Wanpy 顽皮”和“Zeal 真致”，在重点塑造品牌形象的同时，持续优化销售渠道布局，不断推出符合市场需求的新产品，提升品牌影响力，带动销售规模良性增长。</p>

## **2、鸡肉价格波动对公司业绩的影响？**

鸡肉是公司出口宠物零食产品的主要原材料，鸡肉价格的波动会对公司业绩产生一定的影响。公司目前主要采取在鸡肉价格低位期间进行采购，建立战略库存的方式，平抑原材料价格波动，稳定生产成本。随着公司大力开拓国内市场战略的不断推进，国内市场的收入比重将不断提高，境内自主品牌销售收入占比将持续上升；宠物主粮作为重点发力品类，零食品类的占比将随之下降，肉类原材料对整体生产成本的影响程度也将不断弱化。

## **3、公司预计什么时间在国内市场开始收获利润？**

目前国内宠物行业正处在快速发展阶段，消费者的品牌意识开始提高，养宠人群持续扩大，未来市场空间广阔。根据当下的市场发展特征，公司并不将利润作为现阶段国内市场的首要考核目标。公司将着力以过硬的产品品质为基础，持续进行营销推广，提升品牌形象，树立消费者认知，不断提高国内市场的销售规模。

## **4、公司的产能情况？**

目前公司的产能布局全面，规划合理。在宠物零食的产能上，随着 IPO 零食项目与柬埔寨工厂的建成，可满足零食产品的订单需求；在宠物湿粮的产能上，随着可转债 3 万吨湿粮项目的投产及新西兰 Petfoodnz International Limited 的股权收购完成，可进一步支撑公司在国内市场湿粮产品销售业务的持续拓展；2020 年公司宠物干粮销售收入同比增长 126.62%，目前非公开发行 6 万吨干粮项目正在紧锣密鼓的建设当中，公司还参股了国内大型宠物主粮生产商山东帅克宠物用品有限公司，可以保障干粮产品的生产供应。同时，公司非公开 2 万吨新西兰湿粮项目正在建设中，未来其产品将主要服务公司自主品牌并供应国内市场。公司的产能布局可以支撑未来业务的持续发展。

## **5、公司对海外业务的规划？**

创业 20 年来，公司凭借稳定的产品质量和良好的商业信誉，在全球 50 多个国家和地区积累了一批优质的品牌客户，并形成

	<p>了长期、良好的合作关系。未来公司将在维持海外业务稳定的同时，重点发力国内市场，不断开发新产品、拓展新市场、延伸产品链，打造品牌形象，持续推广营销，进一步巩固公司在行业中的优势地位。</p> <p><b>6、人民币升值对公司业绩的影响程度及应对策略？</b></p> <p>近期以来人民币兑美元呈现升值趋势，汇率波动会对公司的收入、利润等造成一定的影响。公司密切关注汇率的变动及对公司出口业务的影响情况，将合理运用远期结售汇等金融衍生工具进行汇率管理，降低汇率波动的风险。同时，当汇率波动至一定程度时公司将启动调价机制，但该流程具有一定滞后性。公司也将通过对国内市场的大力开拓，推动自主品牌建设，带动国内销售规模提升，减小汇率因素对整体业绩的影响。</p> <p><b>7、公司营销费用的主要投向？</b></p> <p>为了抓住国内宠物行业高速发展的契机，公司在境内加大自主品牌运作力度。现阶段公司的营销费用主要投向国内市场的品牌建设。在持续深耕渠道的同时，公司积极开拓新型营销方式，通过各类新媒体平台进行宣传推广，并通过专业展会、专业宠物赛事、专业宠物媒体进行精准营销，同时积极采取综艺节目植入，直播带货等方式进行推广，在消费者心中树立起良好的品牌形象，增强品牌的认知度，在扩大市场份额的同时兼顾长期核心竞争力的培养。</p> <p><b>注：以上所有交流内容均未涉及公司未公开披露的信息。</b></p>
附件清单	无。
日期	2021年5月27日