

证券代码：002891

证券简称：中宠股份

债券代码：127076

债券简称：中宠转 2

烟台中宠食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-004

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
活动参与人员	华夏久盈资产管理有限责任公司 桑永亮 冯安铭 李孟海 张宇 信达证券股份有限公司 涂佳妮 王越 中泰证券股份有限公司 程心悦	
时间	2024 年 05 月 14 日	
地点	烟台中宠食品股份有限公司	
形式	现场调研	
交流内容及具体问答记录	<p>1、公司 2023 年毛利率上涨的原因是什么，如何展望 2024 年的毛利率水平？</p> <p>2023 年境内及境外业务的毛利率均有所上涨，除受原材料、汇率等外部因素的影响外，公司内部也同样在进行积极的调整。</p> <p>从境内业务来看，公司过去一年对产品 SKU 进行梳理，精简各个品牌的 SKU 数量，聚焦发展主粮业务，叠加推出高毛利新品，线上、线下产品的区隔，并对各个渠道对价格进行管控等多措并举，境内自主品牌的毛利率稳步提升。</p> <p>从境外业务来看，在公司出口业务稳健发展的前提下，公司美国工厂、新西兰工厂、加拿大工厂持续发力，整个供应链体系的抗风险能力较强，加之受到原材料、汇率的影响，境外</p>	

业务毛利率提升幅度明显。

未来，无论是境外业务还是境内业务，公司对毛利率增长均持有信心。境内业务中随着公司高毛利产品占比的提高、直营渠道占比的增加、自主品牌占比的提升、工厂产能利用率的提升、产品结构的不断优化，境内业务的毛利有望实现进一步上涨。

2、请问股权激励的进度如何？

公司目前股份回购已经实施完毕，累计回购公司股份共计4,463,858股，涉及成交总金额99,158,676.03元。公司实施股权激励的目的主要有两个方面，一方面是通过股权激励稳定核心管理层，另一方面是通过股权激励来提升核心人员的积极性，以推动公司战略更高效的落地。

3、线上、线下产品的区隔具体是指什么？

首先，线上与线下消费群体在产品偏好上存在差异，这些差异涵盖了产品卖点的偏好、可接受的价格区间乃至包装设计等多个层面。

公司基于对不同渠道销售者消费习惯的不同，全方位考量不同消费场景下顾客的具体需求，进行统筹规划与优化，以确保产品策略能够精准对接每一类消费者群体的独特期望，实现线上、线下的和谐共生与差异化发展，从而深度挖掘市场潜力，提升市场竞争力。

4、公司如何看待当下销售费用的投放？

面对我国宠物市场正处于蓬勃兴起且规模持续扩大的初期阶段，显著特点之一是市场虽快速增长，但品牌集中度较低，品牌建设与消费者忠诚度培养存在较大机遇。

公司围绕“以自主品牌建设为核心，聚焦国内市场，加速海外市场拓展；稳步推进全球产业链布局，巩固传统业务规模”的发展战略，密集开展多维度的营销推广活动，不断加大自主品牌的推广力度，包括线上、线下宣传活动，吸引更广泛的目

标消费群体，同时，不断拓宽销售网络，确保品牌在各类销售渠道中的可见度与可得性，无论是电商平台、实体店还是新兴零售渠道，均力求全面覆盖。

产品与服务的持续创新与优化也自主品牌建设的重要组成部分，宠物市场不断细分，公司营销费用的投放，不仅是提升品牌知名度的需要，也是为了在消费者心中建立鲜明的品牌形象和价值的需要，更是为了在消费者心中树立起可靠、高质量的品牌形象，增强用户粘性，培养长期的品牌忠诚度。

5、公司对于原材料是如何管控的？

公司对于原材料价格的管控大致可分为以下几个方面：

战略库存储备：在原材料价格较低时增加采购量并建立储备，可以有效控制原材料成本，避免未来价格上涨带来的成本压力，可以维持利润率及市场竞争力。

供应链稳定性：目前中国白羽鸡肉行业有4家上市企业集中在烟台地区，且公司所在地与其中一家仅相隔约10余公里，与地理位置邻近的优质供应商建立合作关心，不仅缩短了物流时间，减少了物流成本，还增强了供应链的响应速度和灵活性，确保在市场需求变化或供应链中断时能够迅速调整，维持生产的连续性。

信息优势：紧密的合作关系使企业能够及时获得市场动态和价格信息，有助于做出更加精准的采购决策。

长期发展视角：战略采购不仅仅是短期内的成本节约策略，更是支持企业长期发展战略的关键一环。通过稳定的原材料供应和成本控制，企业能够更好地规划投资、研发和市场扩张等长期活动，支撑可持续发展。。

6、公司自主品牌出海的进展情况如何？

随着海外市场规模的不断扩大和消费者对宠物产品和服务需求的持续增加，海外新兴市场同国内市场一样，都具有广阔的发展空间和更多的机会，公司已经积极布局自主品牌出海业

	<p>务。目前自主品牌"Wanpy 顽皮®"、"新西兰 ZEAL 真致®"、"GREAT JACK'S®"等销往全球 61 个国家和地区，而高端品牌"新西兰 ZEAL 真致®"在主要发达国家如美国、加拿大、新西兰、澳大利亚等均有强势的增长,中高端品牌"Wanpy 顽皮®"无论是在发达国家亦或是发展中国家均有着广泛的受众群体。</p> <p>7、公司目前的销售渠道现状是什么？</p> <p>公司的境内销售渠道包括线上渠道和线下渠道，目前公司线上渠道占比略高于线下，线上渠道是以各大电商平台为主，线下渠道是以宠物门店、宠物医院、大型连锁商超为主。</p> <p>注：以上所有交流内容均未涉及公司未公开披露的信息。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作附件）</p>	<p>无</p>