

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：2024-009

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 type="checkbox"/> 其他
活动参与人员	高盛（中国）证券有限责任公司 周洋 财通基金管理有限公司 吴谦 前海开源基金管理有限公司 林汉耀 浙商证券股份有限公司 王明路 谢艺菲 国信证券资产管理有限公司 周雅童 华龙证券股份有限公司 赵志强 牟治阳 太平洋证券股份有限公司 程晓东
时间	2024年9月25日
地点	烟台中宠食品股份有限公司
形式	线下调研
交流内容及具体问答记录	<p>1、公司今年的新品推出计划是什么？</p> <p>依托公司强大的产品创新实力，三个自主品牌 wanpy 顽皮®、新西兰 ZEAL 真致®、Toptrees 领先®在今年均有全新产品推出，同时依托公司领先的研发技术和前瞻性的产品思维也对过去的单品进行了升级替换。</p> <p>wanpy 顽皮®品牌经过产品调整之后，毛利率有显著改善，主粮业务的占比和毛利率均有提升，今年不光对热门大单品</p>

顽皮鱼油猫条、顽皮大满罐、顽皮冻干羊奶棒等进行了升级，同时在下半年也重磅推出了主粮产品——“100%真鲜肉，黄金蛋白好吸收”100%鲜肉全价成猫粮，后续也有多款主粮产品推新或迭代推出，wanky 顽皮®品牌也将以焕新的面貌迎接市场。

新西兰 ZEAL 真致®对经典产品 0 号主食罐进行了产品升级，同时也推出了新西兰首款天然风干粮等多款热门产品，作为目前市场新西兰首款天然风干粮，该产品选用新西兰珍稀肉源，96%高肉配方搭配天然果蔬，以风干工艺制作而成，从牧场到毛孩子的餐桌，所有原料 100%可追溯，该产品也是新西兰 ZEAL 真致®重磅产品。

Toptrees 领先®品牌在低温烘焙粮领域推出了多种更新迭代的新口味，如低温烘焙鲜肉猫粮蛋黄兔等，在主食罐领域也推出了 99 主食罐系列的舔舔罐等，口味更加多元的虎斑墨鱼、伊拉兔肉、南极磷虾等。另外 Toptrees 领先®还推出了幼猫系列、生骨肉主食冻干、mini 小餐盒等全新产品。下半年品牌同“甄嬛传”IP 联名，呈现了“领先甄安心”概念，并推出限定口味，如华妃小厨房限定口味-丹阳湖蟹肉罐，领先甄心话系列趣味冻干等，以上产品都备受用户青睐。

2、公司如何看待国内市场宠物食品的消费潜力？

国内的宠物食品行业发展目前仍旧处于初期阶段，但国内的宠物食品市场正经历蓬勃的发展期，消费潜力较大。

随着社会经济的快速发展和居民生活水平的不断提高，宠物逐渐成为许多家庭的重要成员，驱动了宠物食品市场的消费变化。一方面，消费者不再满足于基础的宠物饱腹需求，转而寻求更加科学、营养均衡、且能针对性解决宠物健康问题的功能性食品，反映出市场细分和专业化发展的新方向。另一方面，随着互联网技术的渗透和电商平台的崛起，宠物食品购买渠道更加多元便捷，加之社交媒体上宠物生活方式的分享，激发了消费者的购买欲望，推动了市场扩张。同时，年轻一代成

为宠物消费主力军，他们对新鲜事物接受度高，乐于尝试新颖、高端的宠物食品品牌，为市场注入了活力。

未来，随着消费者偏好的不断演变、技术创新的持续推动以及行业生态的日益成熟，宠物食品市场有望迎来更多元化、个性化和高质量的发展机遇。

3、公司目前在国内市场的盈利情况如何？

公司国内业务在上半年已经实现盈利，随着高毛利产品占比提高、产品结构不断优化、直营渠道占比增加、工厂稼动率提升等多措并举，公司整体的毛利率将持续改善，国内市场的盈利能力将得到进一步提升。

此外，公司在 2024 年 9 月 6 日也发布了 2024 年员工持股计划，其中对未来三年的利润水平也进行了考核。

4、公司各销售渠道分布有哪些以及增速情况如何？

公司目前的主要销售渠道有线上渠道和线下渠道。

线上渠道占比最高的是淘系平台，但增速最快的是抖音、拼多多为主的新媒体平台，未来新媒体平台也是公司将重点布局、重点发力的渠道之一；线下渠道有宠物门店、宠物医院、商超等。宠物门店为线下渠道中占比较高的部分，宠物医院及商超也是线下销售的重要渠道，但也更能体现品牌的专业度和安全性。

5、请问公司如何考虑未来销售费用的投放？

公司的销售费用主要是用在自主品牌的发展和建设。

公司自主品牌在境内、境外均有销售，其中境内业务的占比更高一些，所以销售费用更多的是为国内自主品牌建设服务，但是自主品牌出海业务也是公司重要战略布局之一，公司也会进行费用的倾斜。当前我国的宠物市场正处于蓬勃兴起且规模持续扩大的初期阶段，品牌集中度较低，品牌建设及消费者忠诚度培养存在较大机遇，公司在考虑未来销售费用的投放

	<p>时，也会综合考虑多个方面来确保资源的有效利用，并促进自主品牌在国内和国际市场的健康发展。</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>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不涉及
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）	无