

佩蒂动物营养科技股份有限公司 2019 年度非公开发 行 A 股股票募集资金使用可行性分析报告

为了推动佩蒂动物营养科技股份有限公司（以下简称“公司”）业务的快速发展，提升公司持续盈利能力，满足公司未来业务发展的需要，公司拟向特定对象非公开发行股票，募集资金总额不超过 54,500.00 万元，发行股份数量不超过 20,000,000 股。

公司董事会对本次非公开发行股票募集资金使用可行性分析如下：

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行股票募集资金总额预计不超过 54,500.00 万元，扣除发行费用后的募集资金净额拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目	项目投资总额	募集资金拟投入金额
1	新西兰年产 4 万吨高品质宠物干粮新建项目	18,722.48	16,100.00
2	柬埔寨年产 9,200 吨宠物休闲食品新建项目	14,946.28	13,850.00
3	城市宠物综合服务中心建设项目	10,603.80	8,250.00
4	补充流动资金	16,300.00	16,300.00
合计		60,572.56	54,500.00

公司前述募集资金投资项目的实施不以本次非公开发行获得中国证监会核准为前提。鉴于募集资金到位时间与项目实际进度时间不一致，公司拟通过自筹资金先行投入，待募集资金到位后再进行置换。实际募集资金不足项目需求部分将由公司自筹资金予以解决。

二、本次募集资金投资项目的背景

1、发达国家宠物食品市场发展成熟，市场容量巨大

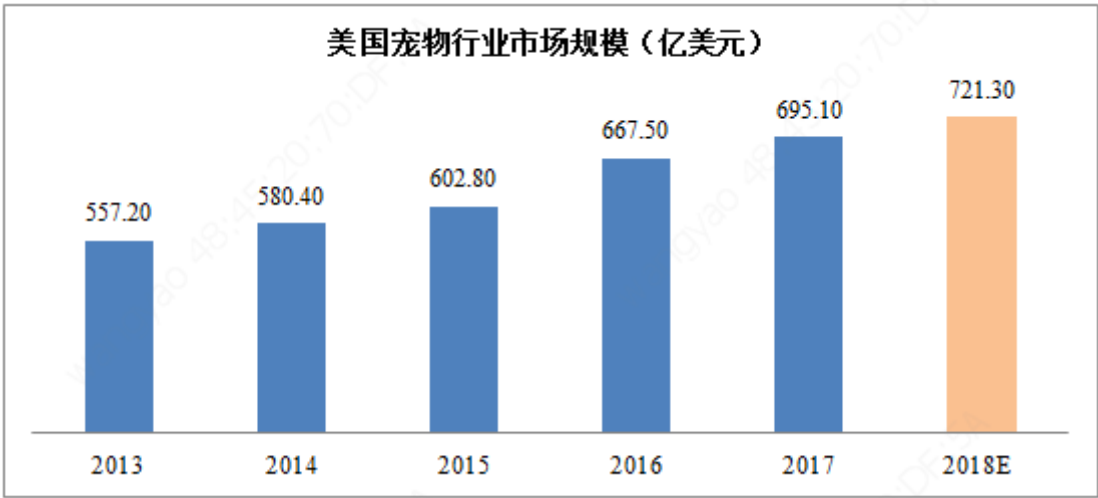
宠物行业在发达国家已有百余年的历史，目前已成为一个相对成熟的市场。宠物行业包括繁育、训练、食品、用品、医疗、美容、保健、保险、趣味活动等系列产品与服务，产业链条完整，相关标准和监管法规健全、规范，宠物的数

量、市场规模经过不断增长累积已达到了较高水平，宠物行业对国民经济、人民生活的影响日益加深。

(1) 美国市场

美国是全球最大的宠物饲养和消费国家，据美国宠物协会（APPA）的调查数据，自 2004 年至 2016 年间，美国饲养宠物的家庭比例始终保持在 60%以上（2016 年末达 68%），形成了庞大的宠物数量和稳定的市场需求。另外在美国饲养犬类和猫类宠物的家庭数量和占比均较高。至 2016 年末，饲养犬类宠物的家庭数量为 6,020 万户，占美国全部家庭比例的 48%；饲养猫类宠物的家庭数量为 4,710 万户，占美国全部家庭比例的 38%。

受益于庞大的宠物需求，美国宠物行业的市场规模持续增长，从 2013 年的 557.2 亿美元增长至 2017 年的 695.1 亿美元，年均复合增长率为 5.68%，预计 2018 年宠物市场规模将达到 721.30 亿美元。其中，2017 年宠物食品的市场规模约为 290.7 亿美元。



数据来源：APPA 《Pet Industry Market Size & Ownership Statistics》

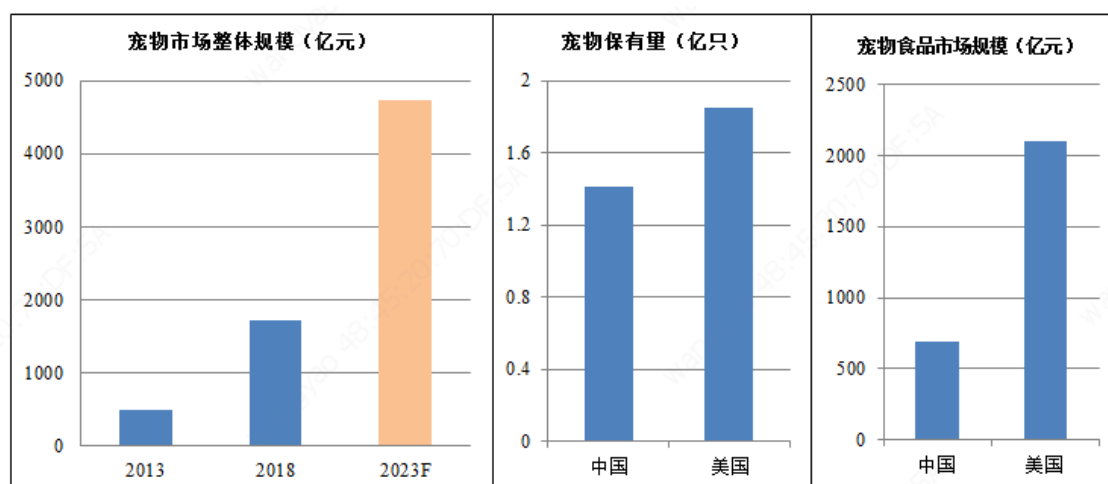
(2) 欧洲市场

欧洲是全球另一大宠物消费市场，与美国的市场环境类似，在经历了多年的发展之后宠物的数量与消费规模均处在较高的水平。2010 年-2017 年，欧盟地区的宠物市场规模年均增长率约为 2.66%，至 2017 年末，欧盟国家的宠物食品销售额达到 132.43 亿欧元，其中，以犬粮和猫粮为主。

2、中国宠物食品渗透率仍不高，市场增长空间巨大

中国宠物食品行业兴起于 20 世纪 90 年代，当前行业处于蓬勃发展期。根据沙利文咨询（Frost & Sullivan）的《2018 年中国宠物行业报告》，2013 年至 2018 年我国宠物市场的整体规模由 494 亿元增长至 1,722 亿元；预计到 2023 年，该规模将以年均 22.4% 的增速保持增长，呈现出强劲的增长势头。作为宠物行业的主要细分市场，宠物食品的市场空间巨大。

沙利文咨询（Frost & Sullivan）统计的我国宠物猫、狗的保有数量，截至 2018 年已分别达 7,400 万只和 6,700 万只，合计规模 1.41 亿只，已接近美国约 1.85 亿只的规模；但我国宠物食品的消费规模仅为 689.7 亿元，尚不及美国的 1/3。因此，我国宠物食品板块仍有巨大增长空间，有望保持快速增长，驱动因素为养宠渗透率和消费水平的双双提升。根据预测，我国宠物食品市场规模 2023 年将超过 1,200 亿元。



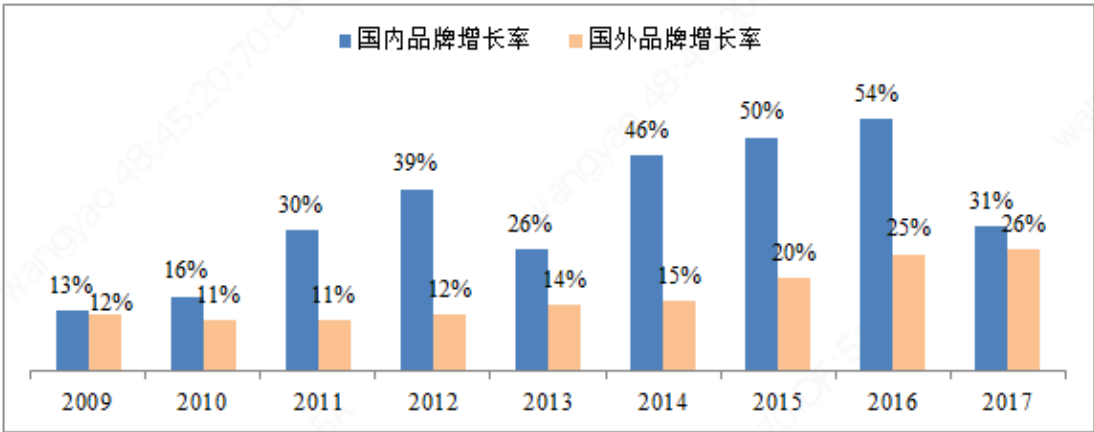
数据来源：Frost & Sullivan，信达证券

3、行业呈现快速增长态势，国内品牌发力迅猛

根据 Euromonitor 统计，2005 年-2013 年我国宠物食品行业保持 10% 左右的稳定增长；2014 年以来，国内宠物食品行业进入发展快车道，近 5 年复合增速高达 36.7%，远超美国、欧洲及日本等地区。2013 年之前，宠物食品行业规模平稳增长，动力主要来自海外品牌 1993 年进入中国市场后深耕市场，普及“科学养宠”观念，但因渠道下沉受限导致行业增速长期较缓；2014-2017 年，宠物食品规模呈现爆发式增长，主要源于 2014 年电商宠食经济爆发，线上渠道全面铺开，同时宠物食品借助互联网迅速进入消费者视野，进而带动线下规模于 2015 年之后大幅增长。

国际品牌在进入中国后深耕线下渠道，在线下宠物食品市场占据绝对优势；但随着线上渠道的占比持续提升以及总体规模高速增长，宠物食品行业迎来洗牌机会，国产品牌迅速崛起。2013 年-2017 年中国宠物食品市场国外品牌占比逐渐下降，国内品牌占比稳步上升。

国内品牌增速高于国外品牌



资料来源： Euromonitor

4、宠物食品监管政策不断完善，利好龙头企业做大做强

此前，宠物食品均归入饲料进行管理，缺乏有效的监管法规。2018 年 4 月，农业农村部出台《宠物饲料管理办法》，系国内首个宠物食品管理规范，标志着中国宠物食品业正式进入规范化发展期；监管趋严将逐步清退中小落后产能，有利于龙头企业做大做强。

近年来宠物食品相关政策

日期	法律法规名称	颁发单位	内容概要
2018年 4月	《宠物饲料管理办法》等六项规定	农业农村部	规范了宠物饲料的定义和分类，扩大了进口需要登记的产品范围；加强了对宠物饲料销售环节的监管管理。
2016年 10月	《全国饲料工业十三五发展规划》	农业部	规划确定了工业饲料总产量达到 2.2 亿吨，其中，宠物饲料 120 万吨
2015年 7月	《宠物饲料（宠物食品）标签》（征求意见稿）	全国饲料工业标准化技术委员会	本标准规定了宠物饲料（宠物食品）标签标示的基本原则、基本内容、基本要求和对声称的要求。
2015年 7月	《宠物饲料（宠物食品）卫生标准》（征求意见稿）	全国饲料工业标准化技术委员会	本标准规定了宠物饲料（宠物食品）中有毒有害物质及有害微生物的限量及试验方法。
2015年 3月	《中华人民共和国国家标准：全价宠物食品 犬粮》	国家质检总局、国家标准化管理委员会	规定了全价宠物食品犬粮的术语和定义、要求、试验方法、检验规则、标签以及包装、运输、贮存和保质期。适用于经工业化加工、制作的全价宠物食品犬粮，

			但处方犬粮除外。
2015年 3月	《中华人民共和国国家标准：全价宠物食品 猫粮》	国家质检总局、 国家标准化管 理委员会	规定了全价宠物食品猫粮的术语和定义、要求、试验方法、检验规则、标签以及包装、运输、贮存和保质期。适用于经工业化加工、制作的全价宠物食品猫粮，但处方猫粮除外。

5、科学育宠理念从无到有，宠物食品产品品质不断提高

专业宠物食品营养更加均衡，也更符合宠物体质需求，但宠物食品的推广需要“科学育宠”理念的普及与消费者培养。上世纪 90 年代初，玛氏、雀巢等世界巨头逐步进入中国开拓市场，不仅将国外发展已相对成熟的各类宠物食品带入国内，而且致力于消费者教育，从零开始普及科学育宠等相关知识。经过国外品牌多年深耕，目前中国卡路里转换率（宠物一生所摄入的能量中，由专业宠物食品提供的能量所占的比重）平均水平为 22%，相比之下，该指标在美国、英国已超过 90%，泰国也已达到 50-60%的水平。目前国内宠物食品分类已十分细化，同时，宠物食品加工技术日趋成熟，产品品质不断提高，使用专业宠物食品在发达城市人群中已形成共识。

目前，宠物食品工艺不仅满足于宠物营养性、适口性和消化吸收性等需求，同时在原料上日益健康化。例如，主粮由传统加工粮向天然粮、无谷粮转变。天然粮由天然食材制作，不含化学合成产品及各种添加剂，其高蛋白、低脂肪的特性更符合宠物需求；无谷粮使用肉类和果蔬替代谷物提供宠物所需能量，避免了宠物因食用谷物引起的过敏、肠胃不适等健康问题。

三、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）新西兰年产 4 万吨高品质宠物干粮新建项目

1、项目基本情况

本项目主要建设内容为在新西兰陶马鲁努依地区购买土地并建造年产 4 万吨高品质宠物干粮项目。项目具体选址位于 12 Racecourse Road, Manunui, Taumarunui, 3992 ,New Zealand(新西兰陶马鲁努依马努努伊跑马场大街 12 号)。本项目建成后，公司每年将新增 4 万吨宠物干粮产能，项目的实施将完善和优化公司产品结构，为公司生产高品质天然宠物干粮，从而进一步巩固并加强公司在宠物食品行业地位，提升产品供应能力，扩大销售规模 and 市场份额，提高公司在

该领域市场竞争力，推动公司持续、快速发展。

2、项目建设必要性

(1) 宠物食品行业潜力巨大，公司需抓住发展机遇

宠物行业在发达国家已有百余年的历史，目前已成为一个相对成熟的市场，如美国、欧洲、日本等发达市场宠物饲养数量保持在较高水平，并由此派生出巨大的宠物食品市场需求，宠物食品市场规模逐年增长。与发达国家相比，国内宠物行业的发展时间较短，但随着国内经济的快速发展，宠物食品行业在短期内得到了快速增长。目前，我国人均宠物数量仍处于较低水平，增长潜力较大。2017年我国养宠家庭总共 5,912 万户，占比 17%，日本、澳大利亚和美国养宠家庭比例分别为 38%、57%和 68%。2017 年，我国宠物市场规模达到 1,340 亿元，但若国内家庭养宠数量达到日本水平，则养宠家庭数量能够增至 1.32 亿户，用现在的户均消费水平计算，行业规模或达到 2,995 亿元，宠物食品作为宠物市场消费最大的细分领域，市场增长空间巨大。国际及国内宠物食品市场良好的发展趋势为公司提供了巨大的市场空间，本项目建设符合行业未来发展预期，有利于公司抓住行业发展机遇。

(2) 扩大全球区域布局，打造国际化的综合性宠物产业集团

习近平总书记在党的十九大报告中提出“推动形成全面开放新格局”、“创新对外投资方式、促进国际产能合作、形成面向全球的贸易、投融资、生产、服务网络，加快培育国际经济合作和竞争新优势”，为公司实施走出去发展指明了方向。公司坚持创新、协调、绿色、开放的对外投资理念，以“一带一路”国家战略为引领，坚定走出去发展战略，做大做强。

公司发展的远景目标为积极参与国内外市场竞争，面向全球市场，领先国内市场，致力于打造创新型和国际化的综合性宠物产业集团。公司现已在越南设立两家全资子公司开展宠物食品业务，并通过收购 BOP Industries Limited 实现了在新西兰的初步布局，本项目拟在新西兰投资建设宠物干粮产品，有利于扩大和优化公司全球布局，助力公司实现国际化战略。

(3) 凭借新西兰高品质原材料进军高端宠物干粮市场

新西兰以农牧业立国，拥有发达的畜牧业，原材料丰富；同时新西兰政府对动植物商品实施非常严格的检疫制度，有效地保障了当地的食品安全。伴随着人

类对食品安全和环境的日益关注，新西兰完善的检疫制度为其在国际上赢得了良好声誉，尤其在当前国内食品安全问题日益频发之际，产品的安全性已成为消费者选择购买的重要因素。本项目将充分利用新西兰天然丰富和安全的原材料资源生产宠物干粮，打造高端优质的产品定位，从而和现有市场宠物干粮产品形成差异化竞争。本项目建成后将有效提升公司品牌形象，增强公司核心竞争力。

3、项目建设可行性

（1）良好的品牌影响力和稳定的营销渠道为项目产能消化奠定基础

公司根植于宠物食品行业多年，与全球范围内多家宠物行业巨头建立了长期合作关系，产品畅销全球多个国家和地区，是国内领先的宠物食品供应商。除经营 ODM 出口业务外，公司还积极推动自主品牌的市场拓展，公司已拥有“佩蒂”、“CPET”、“MEATYWAY”、“PEIDI”、“禾仕嘉”、“贝家”等国内外品牌，较高的行业影响力和知名度为本项目的实施垫定了市场开发基础，是项目顺利实施的重要保障。

公司目前在国际、国内两个市场进行产品销售。目前，宠物食品的消费市场主要集中在美国、欧洲等发达国家和地区，这些地区的主粮市场被玛氏公司、雀巢、Spectrum Brands 等知名宠物产品品牌商所垄断。经过多年发展，公司已与 Spectrum Brands 建立了良好的合作关系，签有长期供货协议，并形成优势互补。在与宠物产品品牌商保持良好合作关系的同时，公司与沃尔玛、PetSmart 等零售终端建立了良好的合作关系，供货量逐年上升。在和原有客户深度合作的同时，公司积极拓展新客户，公司不断将新产品推向市场，进一步巩固与客户的合作关系，进一步增加公司的收入和业绩。另外，公司非常重视自主品牌的开拓，目前公司的自主品牌产品已在加拿大沃尔玛、英国等地的零售超市销售，主要使用“PEIDI”、“MEATYWAY”等品牌。

在国内市场，公司产品销售主要通过专业宠物店、电商平台开展，销售自主品牌产品及经授权的外国品牌产品。公司已与天猫、京东、E 宠商城等电商签订合作协议，在其平台设立直营网络店面或直接供货；公司在省市设立区域代理或批发商，通过区域网络辐射各终端门店。目前，公司旗下“Health Guard/禾仕嘉”、“MEATYWAY”等品牌在国内初步建立了较完善销售渠道，品牌影响力进一步增强。

（2）强大的产品技术研发及质量控制能力为项目实施提供保障

公司建有省级宠物健康营养产品研究院、高新技术企业研发中心和院士工作站等，负责公司新技术、新产品、新工艺的研发、推广、改进及技术创新管理，为企业当前的经营及未来发展服务，为各部门及公司的发展提供战略指导及技术支持。公司还通过完善和优化科技创新制度、提供适宜的制度安排和创新环境、积极引进人才等途径，成功建立了企业技术研发创新体系。

经过多年的积累和发展，公司已建立完善的质量控制体系，严格按照ISO9001、ISO14001、ISO22000、OHSAS18001、BRC等管理体系的要求，以及相关国家标准、进口国标准或客户的特定要求组织生产，熟悉美国、加拿大、欧洲、日本等主要国家和地区的宠物食品的法律法规和标准。公司建有独立的实验室，配备专业的技术人员和完备的检测设备。公司的产品经过公司内部检测合格后，再委托第三方的实验室进行检测，经检验合格后方可发货。通过持续的软硬件建设，公司产品质量控制水平稳步提升，市场竞争力不断提高。

（3）完善的运营管理体系为项目运行提供有效支撑

公司拥有完善的宠物食品行业管理团队，该团队对宠物食品行业的发展趋势具有良好的专业判断能力，对行业内的各种机会有敏锐的捕捉能力。凭借自身丰富的经验，公司可以有效地把握行业方向，抓住市场机会，取得优良的经营业绩。

得益于公司的正确战略决策和稳定高效的管理，经过多年的摸索，公司已逐步建立起涵盖新产品开发、原材料采购、生产运营、质量控制、成本管理、财务管理、市场营销和品牌建设等方面的现代科学管理体系，各职能均有经验丰富的人员支撑。

4、项目投资概算

本项目总投资金额为 18,722.48 万元，投资明细主要包括土地及建筑物购置费用、建筑工程费、设备购置与安装调试费等，具体投资金额如下：

序号	项目名称	金额（万元）	占比（%）
一	建设投资	16,820.45	89.84
1	土地及建筑物购置费用	2,697.92	14.41
2	建筑工程费	5,605.73	29.94
3	设备购置与安装调试费	7,844.30	41.90
4	预备费	672.50	3.59

二	铺底流动资金	1,902.03	10.16
三	项目总投资	18,722.48	100.00

5、项目实施主体及实施计划

(1) 项目实施主体

本项目拟由上市公司全资子公司新西兰北岛小镇宠物食品有限公司新设子公司实施。

(2) 项目实施计划

本项目建设期 24 个月，将根据项目实施过程的具体情况合理安排建设的进度，具体实施进度如下：

序号	建设内容	第一年				第二年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	土地、厂房购置								
2	现有建筑改造装修及新建筑建造装修								
3	设备安装调试，新员工培训、生产准备								
4	项目试生产								

6、项目经济效益评价

本项目预计投资金额 18,722.48 万元，税后内部收益率为 20.72%，税后投资回收期（含建设期）为 6.26 年，经济效益良好。

上述测算不构成公司的盈利预测，测算结果不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任，请投资者予以关注。

7、项目报批事项及进展情况

截至本报告出具日，本项目的项目备案等审批程序尚在办理中。

(二) 柬埔寨年产 9,200 吨宠物休闲食品新建项目

1、项目基本情况

本项目计划通过向柬埔寨跨客置业有限公司租赁土地的方式进行基础设施及生产线建设，用于生产和销售宠物休闲食品。本项目建成后，公司每年将新增 3,000 吨宠物咀嚼食品、6,000 吨宠物湿粮及 200 吨宠物营养保健品产能，项目的实施将进一步完善和优化公司产品结构，进一步巩固并加强公司在宠物食品行业

地位，提升产品供应能力，扩大销售规模 and 市场份额，提高公司在该领域市场竞争力，推动公司持续、快速发展。

2、项目建设必要性

(1) 宠物食品行业潜力巨大，公司需抓住发展机遇

宠物行业在发达国家已有百余年的历史，目前已成为一个相对成熟的市场，如美国、欧洲、日本等发达市场宠物饲养数量保持在较高水平，并由此派生出巨大的宠物食品市场需求，宠物食品市场规模逐年增长。与发达国家相比，国内宠物行业的发展时间较短，但随着国内经济的快速发展，宠物食品行业在短期内得到了快速增长。目前，我国人均宠物数量仍处于较低水平，增长潜力较大。2017 年我国养宠家庭总共 5,912 万户，占比 17%，日本、澳大利亚和美国养宠家庭比例分别为 38%、57% 和 68%。2017 年，我国宠物市场规模达到 1,340 亿元，但若国内家庭养宠数量达到日本水平，则养宠家庭数量能够增至 1.32 亿户，用现在的户均消费水平计算，行业规模或达到 2,995 亿元，宠物食品作为宠物市场消费最大的细分领域，市场增长空间巨大。国际及国内宠物食品市场良好的发展趋势为公司提供了巨大的市场空间，本项目建设符合行业未来发展预期，有利于公司抓住行业发展机遇。

(2) 扩大全球区域布局，打造国际化的综合性宠物产业集团

习近平总书记在党的十九大报告中提出“推动形成全面开放新格局”、“创新对外投资方式、促进国际产能合作、形成面向全球的贸易、投融资、生产、服务网络，加快培育国际经济合作和竞争新优势”，为公司实施走出去发展指明了方向。公司坚持创新、协调、绿色、开放的对外投资理念，以“一带一路”国家战略为引领，坚定走出去发展战略，做大做强。

公司发展的远景目标为积极参与国内外市场竞争，面向全球市场，领先国内市场，致力于打造创新型和国际化的综合性宠物产业集团。公司现已在越南设立两家全资子公司开展宠物食品业务，并通过收购 BOP Industries Limited 实现了在新西兰的初步布局，本项目拟在柬埔寨投资布局宠物休闲食品，有利于扩大和优化公司全球布局，助力公司实现国际化战略。

(3) 柬埔寨劳动力成本优势明显，有效降低产品生产成本

公司产品制造环节对劳动力的依赖程度较高，人工因素对产量和质量的影响

明显。随着近年来人力成本的不断攀升，公司在人力成本方面的支出占比不断升高，面临一定的劳动力成本风险。而柬埔寨具有丰富的人力资源和年轻力壮的劳动力，10-35岁的人口超过总人口的一半，总劳动力人口750万，且年增长率2.7%。从劳动力价格来说，柬埔寨相较国内具有更低的成本优势。据世界银行相关报告显示，金边市薪资水平如下：高级经理1000-1500美元、中级经理500-1000美元、初级经理300-450美元、会计人员300-450美元、办公室职员150-250美元。因此，本项目的实施将进一步降低公司生产成本，提升公司的盈利能力。

（4）依托柬埔寨优惠的关税政策，提升公司盈利水平

柬埔寨于1999年加入东盟，在共同有效优惠关税体制下，东盟成员国将按步骤实现关税减让目标。2002年11月，中国和东盟签署《中国—东盟全面经济合作框架协议》，2010年初全面建成中国—东盟自由贸易区，并给予柬埔寨、老挝、缅甸三国的“早期收获”减免税计划，其中，给予柬埔寨418种商品（主要是农、林、牧、渔产品）进口零关税的优惠待遇。此外，东盟与印度、韩国、日本、澳新的自贸区建设也在进行中。东盟经济一体化进程和自由贸易区建设，将在很大程度上推动柬埔寨经济和对外贸易的发展。美国、欧盟、日本等28个国家/地区均给予柬埔寨普惠制待遇（GSP），符合条件的产品可以免除配额和关税进入欧盟和美国市场，柬埔寨商品享有欧盟无限制零关税优惠政策，加拿大给予免征进口关税等优惠措施。本项目建成后用于生产和销售宠物休闲食品，主要目标市场为欧美等发达国家，鉴于美国给予柬埔寨产品普惠制待遇（GSP），欧盟不设限，预计将有效提升公司盈利水平。

3、项目建设可行性

（1）本项目建设属于柬埔寨鼓励投资领域

柬埔寨政府重视发展经济，迫切希望加强与中方在农产品深加工、仓储、物流等方面的合作；发展轻工业、高新技术产业，实现产业多元化等。柬埔寨政府对外资持欢迎和鼓励态度，为鼓励外商投资，柬埔寨政府出台了一系列政策措施，不断改善投资环境。柬埔寨无专门的外商投资法，对外资与内资基本给予同等待遇，吸引了大量的外国投资者。

2013年9月新成立的柬埔寨第五届王国政府发布了《四角战略第三阶段政策》，提出继续发展农业和提高农业附加值，推动畜牧业和水产养殖发展，鼓励

企业投资农产品加工业，提高农业的现代化和商业化水平。柬埔寨《2015-2025 工业发展计划》提出，重点发展高附加值新型工业、制造业，医药、建材、包装、家具制造等领域中小企业，农业加工业，农业、旅游业、纺织上下游配套产业，以及信息、通信、能源、重工业、文化历史、传统手工业及环保产业。

本项目为宠物食品的生产及销售，属于农副产品加工业，符合柬埔寨《投资法》十二条规定的政府鼓励投资的重点领域——农工业及加工业。

（2）柬埔寨具有丰富的农副产品和劳动力资源

柬埔寨实行开放的自由市场经济政策，经济活动高度自由化。据美国传统基金会“2019 年度经济自由度指数”排名，柬埔寨在亚太区 43 个国家地区排名中列第 22 位。根据目前的经济发展水平，柬埔寨尚处于农业国阶段，未完成工业化，存在基础设施和技术落后、资金和人才匮乏等因素，但柬埔寨农业资源丰富、自然条件优越、劳动力丰富、市场潜力较大。公司生产宠物食品使用的原材料主要为生牛皮、淀粉、鸡肉、牛羊肉及其屠宰副产品等，生产宠物食品还需要大量的劳动力。柬埔寨丰富的劳动力和农副产品资源能够满足公司的宠物食品业务。

（3）良好的品牌影响力和稳定的营销渠道为项目产能消化奠定基础

公司根植于宠物食品行业多年，与全球范围内多家宠物行业巨头建立了长期合作关系，产品畅销全球多个国家和地区，是国内领先的宠物食品供应商。除经营 ODM 出口业务外，公司还积极推动自主品牌的市场拓展，公司已拥有“佩蒂”、“CPET”、“MEATYWAY”、“PEIDI”、“禾仕嘉”、“贝家”等国内外品牌，较高的行业影响力和知名度为本项目的实施垫定了市场开发基础，是项目顺利实施的重要保障。

公司目前在国际、国内两个市场进行产品销售。目前，宠物食品的消费市场主要集中在美国、欧洲等发达国家和地区，这些地区的主粮市场被玛氏公司、雀巢、Spectrum Brands 等知名宠物产品品牌商所垄断。经过多年发展，公司已与 Spectrum Brands 建立了良好的合作关系，签有长期供货协议，并形成优势互补。在与宠物产品品牌商保持良好合作关系的同时，公司与沃尔玛、PetSmart 等零售终端建立了良好的合作关系，供货量逐年上升。在和原有客户深度合作的同时，公司积极拓展新客户，公司不断将新产品推向市场，进一步巩固与客户的关系，进一步增加公司的收入和业绩。另外，公司非常重视自主品牌的开拓，目前

公司的自主品牌产品已在加拿大沃尔玛、英国等地的零售超市销售，主要使用“PEIDI”、“MEATYWAY”等品牌。

在国内市场，公司产品销售主要通过专业宠物店、电商平台开展，销售自主品牌产品及经授权的外国品牌产品。公司已与天猫、京东、E 宠商城等电商签订合作协议，在其平台设立直营网络店面或直接供货；公司在省市设立区域代理或批发商，通过区域网络辐射各终端门店。目前，公司旗下“Health Guard/禾仕嘉”、“MEATYWAY”等品牌在国内初步建立了较完善销售渠道，品牌影响力进一步增强。

（4）强大的产品技术研发及质量控制能力为项目实施提供保障

公司建有省级宠物健康营养产品研究院、高新技术企业研发中心和院士工作站等，负责公司新技术、新产品、新工艺的研发、推广、改进及技术创新管理，为企业当前的经营及未来发展服务，为各部门及公司的发展提供战略指导及技术支持。公司还通过完善和优化科技创新制度、提供适宜的制度安排和创新环境、积极引进人才等途径，成功建立了企业技术研发创新体系。

经过多年的积累和发展，公司已建立完善的质量控制体系，严格按照 ISO9001、ISO14001、ISO22000、OHSAS18001、BRC 等管理体系的要求，按照相关国家标准、进口国标准或客户的特定要求组织生产，熟悉美国、加拿大、欧洲、日本等主要国家和地区的宠物食品的法律法规和标准。公司建有独立的实验室，配备专业的技术人员和完备的检测设备。公司的产品经过公司内部检测合格后，再委托第三方的实验室进行检测，经检验合格后方可发货。通过对持续的软硬件建设，公司产品质量控制水平持续提升，提高了市场竞争力。

（5）完善的运营管理体系为项目运行提供有效支撑

公司拥有完善的宠物食品行业管理团队，该团队对宠物食品行业的发展趋势具有良好的专业判断能力，对行业内的各种机会有敏锐的捕捉能力。凭借自身丰富的经验，公司可以有效地把握行业方向，抓住市场机会，取得优良的经营业绩。

得益于公司的正确战略决策和稳定高效的管理，经过多年的摸索，公司已逐步建立起涵盖新产品开发、原材料采购、生产运营、质量控制、成本管理、财务管理、市场营销和品牌建设等方面的现代科学管理体系，各职能均有经验丰富的人员支撑。

4、项目投资概算

本项目总投资金额为 14,946.28 万元，投资明细主要包括建筑工程费、设备购置与安装调试费等，具体投资金额如下：

序号	项目名称	投资金额（万元）	占比（%）
一	建设投资	14,295.28	95.64
1	建筑工程费	8,864.40	59.31
2	设备购置与安装调试费	5,014.52	33.55
3	预备费	416.37	2.79
二	铺底流动资金	651.00	4.36
三	项目总投资	14,946.28	100.00

5、项目实施主体及实施计划

（1）项目实施主体

本项目实施主体为公司全资子公司柬埔寨爵味食品有限公司。

（2）项目实施计划

本项目建设期预计为 24 个月，具体项目实施计划如下：

序号	建设内容	第一年				第二年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	土地租赁、基建、装修								
2	设备安装调试，新员工培训、生产准备								
3	项目试生产								

6、项目经济效益评价

本项目预计投资金额 14,946.28 万元，税后内部收益率为 16.90%，税后投资回收期（含建设期）为 6.79 年，经济效益良好。

上述测算不构成公司的盈利预测，测算结果不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任，请投资者予以关注。

7、项目报批事项及进展情况

截至本报告出具日，本项目的项目备案等审批程序尚在办理中。

（三）城市宠物综合服务中心项目

1、项目基本情况

本项目计划在上海、北京、深圳、杭州四个城市投资建设城市宠物综合服务中心，打造城市宠物服务综合体，提供宠物鲜粮定制配送、人宠共享餐厅、宠物寄养服务、宠物行为训练服务、宠物美容、宠物食品/用品零售等一体化服务功能，为现代养宠人士提供新的休闲、娱乐、消费、交流场所，项目的实施将有效增强用户粘性，全面提升公司核心竞争力，推动公司持续、健康、快速发展。

2、项目建设必要性

（1）宠物鲜粮市场前景可期，项目建设有助于公司抢占市场先机

宠物鲜粮是为宠物提供人用级别食材，通过接近日常烹饪的加工工艺，更好保存食材营养成分，采取冷藏或冷冻手段保存，保质期较短，一般在 15 天左右。和宠物干粮相比，宠物鲜粮近几年才起步，份额在宠物食品中也仅占到 1%。未来的宠物食品趋势将朝着专业化、功能化、精细化发展。基于健康数据的检测配比、制定个性化食物的方案越来越可行，这也为鲜粮市场的品牌化提供了机会。

上一个十年，以国际头部品牌为代表的膨化主粮，引导中国宠物从“剩饭喂养”走向了“专食喂养”，但下一个十年，宠物喂养在全世界范围内将发生变化。这个趋势将从膨化主粮、湿粮主食进化到冷冻鲜食、冷藏鲜食。目前宠物鲜粮品类市场参与主体较少，主要有两大类，一类是传统宠物食品企业，一类是国内的新生企业。现阶段各品牌正处于起步阶段，宠物鲜粮细分市场目前处于品牌真空期，公司此时进入宠物鲜粮市场将有助于率先建立品类品牌，形成先发优势。

宠物鲜粮市场主要参与者

品牌	地区	简介
Freshpet	美国	2004 年成立，宠物鲜粮市场的领跑者，于 2014 年完成上市。公司旗下品牌包括 Freshpet、Dognition、Dog Joy 等。
The Farmer's Dog	美国	2015 年成立，目标是为所有的宠物狗提供专门定制的狗粮。公司已获 810 万美元 A 轮融资，领投方为 Shasta Ventures。
NomNomNow	美国	2015 年成立，定位于为宠物狗提供新鲜定制、兽医配方的食品，公司已获 1,300 万美元的融资，投资方包括 Bullish、Tandem Capital 和 Greycroft 等。
Ollie	美国	2016 年 4 月成立，致力于在美国全国范围内为宠物狗量身定制健康营养餐，10 月获得 440 万美元融资，由 Primary Ventures 和 Lerer Hippeau Ventures 领投，此后又获得了 Canaan Partners 等投资方 1,260 万美元的 A 轮融资。
黑记	中国台湾	选用三种以上新鲜动物性肉骨及多种草本蔬果泥为主要食材，模拟国外兽医及动物学专家推行的三十多年生鲜饮食配方为宠物定制主粮。
小鲜粮	中国广州	2014 年成立，通过粉丝参与方式建立新鲜宠物食品中央厨房，以预订方式销售套餐，目前已经进入 A 轮融资进程。

超能小黑	中国大陆	小黑鲜粮于 2015 年 10 月正式上线，原名训犬师鲜粮。小黑鲜粮主要为宠物提供鲜肉鲜蔬、零添加剂、保质期 15 天的宠物鲜粮。2019 年 2 月，公司完成 2,000 万人民币的 A 轮融资。
小佩（PETKIT）	中国上海	是一家设计、制造宠物智能产品的公司；团队于 2013 年 8 月在上海组建。2019 年 3 月在春季新品发布会上宣布开始布局宠物鲜粮产业，推出品牌“食物链 FOODCHAIN”。

（2）打造城市宠物服务综合体，有效提升公司用户粘性

宠物产业在发达国家已有 100 多年的历史，形成了食品、用品、繁育、美容、训练、医疗等产品与服务组成的全面产业体系，目前国内宠物行业正处于快速发展期，宠物食品、用品、服务市场面临巨大的发展空间。宠物市场未来的机会是给宠物买更多的周边，不仅是粮食，还有项圈、笼子、坐垫、营养品等等，需要为不同品种和不同年龄层的宠物提供合适的个性化产品，不可标准化。

本项目将建设成为城市宠物服务综合体，拥有宠物鲜粮定制配送、人宠共享餐厅、宠物寄养服务、宠物行为训练服务、宠物美容、宠物食品/用品零售等一体化服务功能，为养宠人士提供一个休闲、娱乐、消费、交流的新场所。项目建设将有助于公司形成产业链闭环，有效提升公司用户粘性，增强公司市场竞争力。

（3）搭建终端消费平台，有利于提升公司品牌效应

宠物鲜粮作为本项目建设的重点，公司将自主把控供应链，建立销售网络并管控销售渠道，本项目建成后将为公司搭建起零售终端消费平台，并形成协同效应，有助于提升公司盈利来源和盈利水平；同时，本项目定位为高品质宠物鲜粮供应，零售终端消费平台的搭建和运营将提升公司品牌形象，增强公司品牌影响力，从而巩固和深化公司在行业中的领先地位和竞争优势。

3、项目建设可行性

（1）公司拥有多年的宠物食品行业从业经验

公司在宠物食品行业已拥有十余年从业经验，对宠物食品的市场需求及品质要求拥有深入的了解，对市场渠道的开发具有丰富的运作经验。在国内市场，公司产品销售主要通过专业宠物店、电商平台开展；线上销售方面，公司已与天猫、京东、E 宠商城等电商签订合作协议，在其平台设立直营网络店面或直接供货；公司在省市设立区域代理或批发商，通过区域网络辐射各终端门店。

在产品研发上，公司建有省级宠物健康营养产品研究院、高新技术企业研发中心和院士工作站等，负责公司新技术、新产品、新工艺的研发、推广、改进及

技术创新管理，为企业当前的经营及未来发展服务，为各部门及公司的发展提供战略指导及技术支撑。公司还通过完善和优化科技创新制度、提供适宜的制度安排和创新环境、积极引进人才等途径，成功建立了企业技术研发创新体系。

公司多年的从业经验和强大的研发能力为公司进入宠物鲜粮市场提供了基础保障。

(2) 公司已建立了良好的品牌影响力

公司根植于宠物食品行业多年，与全球范围内多家宠物行业巨头建立了长期合作关系，产品畅销全球多个国家和地区，是国内领先的宠物食品供应商。除经营 ODM 出口业务外，公司积极推动自主品牌的市场拓展，公司已拥有“佩蒂”、“CPET”、“MEATYWAY”、“PEIDI”、“禾仕嘉”、“贝家”等国内外品牌，其中“CPET”商标于 2013 年 1 月被国家工商行政管理总局认定为中国驰名商标，产品深受客户好评和宠物及其家庭的青睐。极具影响力的行业知名度为本项目的实施奠定了市场开发基础，是项目顺利实施的重要保障。

(3) 公司具备完善的运营管理体系和制度

公司拥有完善的宠物食品行业管理团队，该团队对宠物食品行业的发展趋势具有良好的专业判断能力，对行业内的各种机会有敏锐的捕捉能力。凭借自身丰富的经验，公司可以有效地把握行业方向，抓住市场机会，取得优良的经营业绩。

得益于公司的正确战略决策和稳定高效的管理，经过多年的摸索，公司已逐步建立起涵盖新产品开发、原材料采购、生产运营、质量控制、成本管理、财务管理、市场营销和品牌建设等方面的现代科学管理体系，各职能均有经验丰富的人员支撑。

4、项目投资概算

本项目总投资 10,603.80 万元，投资明细主要包括初始场地租赁费、装修支出、设备购置费、零售信息系统建设等，具体投资金额如下：

序号	项目名称	投资金额（万元）	占比（%）
1	场地租赁费	911.40	8.60
2	装修费用	1,004.40	9.47
3	设备购置费	6,750.00	63.66
4	零售信息系统建设	500.00	4.72
5	宣传推广费用	500.00	4.72

6	铺底流动资金	938.00	8.85
7	项目总投资	10,603.80	100.00

5、项目实施主体及实施计划

(1) 项目实施主体

本项目实施主体为佩蒂动物营养科技股份有限公司。

(2) 项目实施计划

本项目建设期预计为 36 个月，项目将逐年分步实施，具体实施计划如下：

序号	项目	第一年				第二年				第三年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	上海一店前期评估洽谈												
2	立项、装修、购置设备设施、软件系统建设、人员招聘及培训、开业												
3	上海一店正式运营												
4	北京店、上海二店前期评估洽谈												
5	立项、装修、购置设备设施、软件系统建设、人员招聘及培训、开业												
6	北京店、上海二店正式运营												
7	深圳店、杭州店前期评估洽谈												
8	立项、装修、购置设备设施、软件系统建设、人员招聘及培训、开业												
9	深圳店、杭州店正式运营												

6、项目经济效益评价

本项目预计投资金额 10,603.80 万元，税后内部收益率为 16.50%，税后投资回收期（含建设期）为 6.46 年，经济效益良好。

上述测算不构成公司的盈利预测，测算结果不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任，请投资者予以关注。

7、项目报批事项及进展情况

截至本报告出具日，本项目的项目备案等审批程序尚在办理中。

(四) 补充流动资金

1、项目基本情况

根据公司业务发展对流动资金的需求，为缓解公司快速增长过程中的资金压力，以保证公司业务的健康持续发展，公司拟使用募集资金 16,300.00 万元用于补充流动资金，提升公司抗风险能力和持续盈利能力。

2、项目必要性

公司专业从事营养保健型、功能型宠物食品研发、生产和销售，随着近年来国内宠物行业的快速发展，公司业务发展亦驶上快车道，2016 年度、2017 年度和 2018 年度的营业收入分别为 55,057.24 万元、63,199.79 万元及 86,932.18 万元。根据宠物行业的快速发展趋势，结合公司不断扩大的业务规模，预计未来几年内公司仍将处于业务快速发展阶段，市场开拓、研发投入、日常经营等环节对流动资金的需求也将进一步扩大。本次非公开发行募集资金补充公司流动资金，能有效缓解公司未来快速发展面临的资金压力，有利于增强公司竞争能力，降低经营风险，为公司的健康、稳定发展夯实基础。

3、项目可行性

本次非公开发行的募集资金用于补充流动资金符合目前的行业现状和行业发展，符合相关的产业政策，符合公司当前的实际发展情况，有利于公司经济效益持续提升和健康可持续发展，有利于增强公司的资本实力，满足公司经营的资金需求，实现公司跨越式发展。本次非公开发行的募集资金用于补充流动资金符合《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》第十一条关于募集资金运用的相关规定，方案切实可行。

（五）报批事项

本次非公开发行的相关事项已经公司第二届董事会第十三次会议审议通过。本次非公开发行股票尚需获得公司股东大会批准和中国证监会的核准。

四、本次发行募集资金投资项目对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行募集资金投资项目对公司经营管理的影响

本次发行募集资金投资的项目系公司对主营业务的拓展和完善，本次募集资金投资项目的实施是公司完善产业布局、进一步夯实核心竞争力及拓展行业市场的重要举措，符合行业发展趋势以及未来公司整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，有利于增强公司在宠物产业的核心竞争力，对公司巩固行业地位、丰富公司产品结构、寻求新的利润增长点、提升持续盈利能力具有重要意义。

（二）对公司财务状况的影响

本次发行后公司总股本将有所增加，而募集资金投资项目的经济效益需要一定的时间才能体现，因此公司净资产收益率、每股收益等指标短期内可能出现一定程度的下降。但随着募集资金投资项目的逐步建成达产，公司产品结构更加合理，盈利能力进一步提升，有利于公司未来各项业务的发展。长期而言，将有利于提高公司的持续经营能力和盈利能力。

本次发行完成后，公司的总资产和净资产金额将有所增长，整体资产负债率水平将进一步降低；同时公司流动比率和速动比率将提高，短期偿债能力进一步增强。

五、募集资金投资项目可行性分析结论

综上所述，本次发行募集资金的用途合理、可行，符合国家产业政策以及公司的战略发展规划，投资项目具有良好的市场前景和经济效益。本次募集资金投资项目的实施，将进一步扩大公司的业务规模，完善公司产品结构，增强公司竞争力，有利于公司可持续发展，符合公司及公司全体股东的利益。

佩蒂动物营养科技股份有限公司

董 事 会

2019 年 4 月 8 日