

# 卖狗绳年营收超10亿，“它经济”太赚了

## 宠物赛道“吸金力”强劲，资本不断涌入跑马圈地

记者 黄寿康

### 品牌公司业绩普增

8月15日，中宠股份(002891.SZ)披露2022半年报，数据显示，报告期内，公司实现营收15.90亿元，同比增长26.42%，对应归属净利润6834.53万元，同比增长12.62%，扣非归属净利润为6688.74万元，同比增长20.38%。

作为一家以宠物产品的研发、生产和销售为主要业务的公司，中宠股份产品覆盖犬用及猫用宠物食品干粮、湿粮、零食、保健品等品类。分产品来看，公司上半年宠物主粮收入增长58.41%，宠物罐头收入增长31.57%，宠物用品及保健品收入增长104.10%。

在业内，上半年实现业绩增长的不仅中宠股份一家。佩蒂股份(300673.SZ)主营业务与中宠股份类似，其主要产品有畜皮咬胶和植物咬胶等宠物咀嚼食品、宠物营养肉质零食、宠物干粮、宠物湿粮及其他宠物食品。

该公司于8月16日披露了上半年业绩预告，数据显示，公司预计盈利8500万元—9300万元，同比增长30.85%—43.17%，扣非后，公司盈利在8759.99万元—9559.99万元之间，同比增长40.87%—53.73%。

佩蒂股份表示，在国内市场，公司重点发力自有品牌业务，适时调整市场营销策略，通过加大在线上平台的营销力度、持续推出新产品和原产品升级、打造爆款产品等方式，品牌影响力得以进一步扩大，第二季度收入增长明显。在海外市场，公司充分发挥研发、多国制造、国际化原材料供应链等竞争优势，不断向客户提供具有市场竞争力



的产品，满足海外消费者和客户的需求。

除了宠物食品行业，“它经济”的高景气度下，宠物用品等行业同样受益。

天津上市公司依依股份(001206.SZ)是国内知名的卫生护理用品生产商之一，在宠物卫生护理用品及个人卫生护理用品的生产、销售方面具备丰富经验，其宠物卫生护理用品包括宠物垫、宠物尿裤、宠物清洁袋、宠物湿巾、宠物垃圾袋等。

上半年，依依股份宠物卫生护理用品达到7.01亿元，同比增长32.01%，占主营业务收入比重为95.83%，比例进一步提高。公司表示，近年来，受益于国民经济发展和消费转型升级，人们的宠物消费观念也发生改变，国内

宠物市场规模增长快速。

主要从事宠物产品的研发、生产和销售业务的温州公司源飞宠物(001222.SZ)8月18日敲钟。该公司主要产品包括宠物零食、宠物牵引用具、宠物注塑玩具等系列产品，其登陆资本市场也被外界称为“狗绳第一股”。

根据公司披露的数据，公司2019年至2021年分别实现营业收入5.15亿元、6.08亿元和10.69亿元，年均复合增长率达44.09%。2022年1月—6月，源飞宠物实现营业收入5.48亿元，同比增长14.45%；实现净利润1.11亿元，同比增长71.85%；实现归属于母公司股东的净利润1.02亿元，同比增长79.62%。

上市首日，源飞宠物大涨43.98%封板，报19.74元/股。

### A股隆起宠食山东“板块”

据中国宠物行业白皮书，目前我国宠物食品行业的市场规模从2012年的157亿元，增长到2021年的1282亿元。除2020年疫情影响外，2012年至今，市场规模年增长率大部分都维持在20%以上，年均复合增长率达26.28%，远超世界平均水平6.17%。随着国民经济不断增长，宠物主科学养宠意识的增强，国内宠物食品市场规模预计将持续增长，国内宠物食品品牌将迎来重大的发展机遇。

面对广阔的“它经济”蓝海，相关资本不断涌入跑马圈地。宠业家统计数据显示，今年上半年国内宠物行业融资事件共计15

起。从细分领域来看，宠物食品获投4起，宠物用品获投5起，宠物医疗获投3起，宠物殡葬获投1起，宠物保险获投1起，宠物服务线下门店获投1起。其中，山东帅克宠物在5月获得的Pre-IPO轮融资，金额达到了5亿元。

与此同时，相关企业的IPO亦开始提速。据统计，除了刚刚在8月18日敲钟的源飞宠物，目前国内公司进入IPO进程的还有天元宠物、福贝宠物、中恒宠物、悠派宠物等。此外，瑞派宠物、新瑞鹏宠物也均有上市传闻传出。

值得关注的是，在IPO大军中还有一家来自山东聊城的公司，主营宠物食品的乖宝宠物已于今年7月27日在创业板首发过会。

公开信息显示，乖宝宠物成立于2006年，实际控制人为秦华，该公司起初主要从事宠物食品出口代加工，为多个国际品牌供货；2013年，为扩大市场，公司启动转型，创立自有品牌“麦富迪”，目前，公司境内业务收入已经反超境外收入。

2019年—2021年，乖宝宠物的营业收入分别为14.03亿元、20.13亿元和25.75亿元，对应归母净利润为416万元、1.11亿元、1.4亿元。

本次IPO，乖宝宠物计划募资6亿元，从拟募集资金投向来看，其中3.67亿元用于宠物食品生产基地扩产建设项目，7191.05万元用于智能仓储升级项目，3060.48万元用于研发中心升级项目，2511.26万元用于信息化升级建设项目，1.05亿元用于补充流动资金。

随着乖宝宠物过会，再加上此前上市的烟台企业中宠股份与潍坊企业路斯股份(832419.BJ)，未来山东在A股的宠物食品公司数量将达到3家，三者将成为该领域重要一极。

闲话财经

记者 王赟

俗话说“秋高鸭肥”，此秋，鸭脖江湖暗潮涌动。

号称“鸭脖贵族”的周黑鸭2022年上半年预计净利同比降95%，鸭脖子不香了？

10年前的2012年，煌上煌成为“鸭脖第一股”，周黑鸭和绝味食品分别于2016年和2017年上市，至此，一根鸭脖催生了3家上市公司，并在此后很长的一段时间里形成“三脖鼎立”。如今，资本市场上的鸭脖子却没那么硬气了。

在中国的传统美食图谱中，卤味食品的范围很广，其中毛利率较高的禽类卤味尤其是鸭脖子最具代表性，这也是一根鸭脖能带出几家上市公司的原因之一。

我们来看下客单价，煌上煌和绝味食品的客单价在25元至35元，而周黑鸭的客单价达到了40元至60元。这也提高了周黑鸭的毛利率。以近三年为例，2019年至2021年，周黑鸭的毛利率分别为56.54%、55.47%、57.78%，绝味食品的毛利率分别为33.95%、33.48%、31.68%，煌上煌的毛利率分别为37.59%、37.80%、33%。

但现在，它们赖以起家的“鸭脖子”，却没有以前那么好卖了。绝味、周黑鸭近日陆续对外发布的上半年财报预告“相当惨烈”。绝味食品预计今年上半年实现归属于上市公司股东的净利润为9000万元—1.1亿元，较去年同期下降78.08%—82.07%；周

黑鸭则净利及营收双下滑，其中净利润预计上半年仅实现1000万元—2000万元，同比大幅下滑91.3%—95.65%。截至记者发稿，暂未公布半年报的煌上煌，在今年一季度的净利润表现也不尽如人意，同比下滑了45.57%。

鸭脖之外，卤味江湖早已放大N倍，这个江湖的资本局也不再那么容易搅动了。

绝味

煌上煌

周黑鸭

德州扒鸡

紫燕百味鸡

菊花开

卤味江湖

去年的时候，卤味赛道几乎每月都有一起融资。据天眼查不完全统计，在2021年，有21家卤制品企业发生25起融资事件，包括主打线上零售的王小卤、馋匪，新式热卤品牌的盛香亭、卤大妈、研卤堂，预制卤味品牌菊花开等。

2022年已过去将近8个月，国内仅有2家卤味品牌对外宣布获得融资，分别是“有我们鸭脖”和“麻爪爪”，和去年的融资规模相差较大。对于2022年上半年卤味融资消息甚少，和整体新式餐饮赛道中小吃、点心等非正餐降温有关。据近期陀螺新消费发布的《2022H1新消费产业投融资趋势报告》，光是预制菜、兰州拉面、快餐和火锅这四大细分的传统餐饮品类的融资金额，就占据了整个餐饮赛道的50%以上。

比如风干辣卤连锁品牌“菊花开”，也是卤味赛道中的预制菜玩家。资料显示，目前，菊花开在河南新建的4万平方米智能化工厂，日产能达10吨，可以辐射到江苏、山东，足够满足3000家门店的需求量，还拥有一定的半成品预制菜产能，并通过社区生鲜门店销售。

值得一提的是，以凤爪卤味为引领的“麻爪爪”获得了番茄资本、金鼎资本、佳沃资本等投资的近亿元A+轮融资。

这让人想起《吕氏春秋》中提到的“齐王之食鸡也，必食用其跖，数千继而足”，“跖”指的就是脚掌。

在今年，A股卤制品行业也迎来新选手——以“鸡产品”为主的紫燕百味鸡和德州扒鸡。从整体市场来看，资本更加谨慎，但从长期来看，卤味市场依然有很大的增长空间。艾媒咨询发布的《2021年中国卤制品行业研究报告》显示，有53.5%的消费者购买卤味食品频次在每月2次及以上，有96.6%的消费者购买过卤制品。

随着物流、冷链、科技、互联网不断发展进步，人们消费水平和习惯升级，现如今，充满市井烟火气的“卤味”从餐桌消费逐渐拓展到休闲场景。

据前瞻产业研究院预计，未来五年佐餐及休闲卤制品行业仍能分别维持7%和10%的复合增速，休闲卤制品的增速更高。至2026年，佐餐卤制食品行业零售额有望达2449亿元，休闲卤制食品市场零售额有望达1608亿元，卤制食品总规模约达4057亿元。

扫码下载齐鲁壹点找记者 上壹点

编辑:魏银科 美编:马秀霞 组版:侯波