

## 乖宝宠物食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-005

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研      <input type="checkbox"/> 分析师会议</p> <p><input type="checkbox"/> 媒体采访                      <input type="checkbox"/> 业绩说明会</p> <p><input type="checkbox"/> 新闻发布会                      <input type="checkbox"/> 路演活动</p> <p><input type="checkbox"/> 现场参观</p> <p><input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>安信证券股份有限公司    夏心怡</p> <p>易方达基金管理有限公司    王俊杰</p> <p>长江养老保险股份有限公司    李泽</p> <p>招银理财有限责任公司    杨鉉毅</p> <p>开源证券股份有限公司    郑小凡</p> <p>上海运舟私募基金管理有限公司    王建礼</p> <p>上海申九资产管理有限公司    张宁</p> <p>汇丰前海证券有限责任公司    沙弋惠</p> <p>亘曦资产管理有限公司    孙炜</p>
<p>时间</p>	<p>2023年9月11日</p>
<p>地点</p>	<p>公司研发中心3楼310会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事会秘书：王鹏</p> <p>证券事务代表：袁伟中</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>1、公司2023年上半年业绩情况？</b></p> <p>答：公司具体的业绩在《上市公告书》中披露，公司2023年上半年营业收入20.66亿元，同比增长22.44%，合并归母净利润2.06亿元，同比增长49.69%。2023年1-9月业绩预计情况：营业收入预计30.27亿元-31.07亿元，同比增长21.68%-24.89%；净利润2.9亿元-3.1亿元，同比增长34.60%-43.88%，业绩变动的主要原因：随着公司自有品牌认可度持续提升，公司自有品牌销售额快速增长，带动公司收入和利润增加。</p> <p><b>2、公司未来3-5年发展规划？</b></p> <p>答：公司将会以自有品牌作为未来发展的重心，继续扩大麦富迪的</p>

	<p>市场规模，提升市场占有率，同时做好麦富迪本身品牌中高端化转型，提高产品力，提升高端系列占比；持续培育以弗列加特为代表的高端品牌，提升高端品牌的市场影响力和销售规模，引领行业的国产替代。另外，计划把自有品牌 Waggin' Train 在国外的销售规模也做大。</p> <p><b>3、如何看待网红品牌对行业的冲击？</b></p> <p>答：近几年宠物食品行业蓬勃发展，涌现出许多优秀的网红品牌，其运营人员多是由其他快消品行业的人转型而来，电商销售能力较强，善于利用线上资源快速扩大品牌影响力，丰富了宠物行业。但他们也有一些短板，如供应链能力和研发能力不足，往往不能保持持续稳定的发展。我们认为成熟、稳定、可控的供应链和研发能力对宠物食品行业发展很重要。我们愿意与众多网红品牌取长补短，共同促进行业发展。</p> <p><b>4、未来利润提升的增长点？</b></p> <p>答：提升自有品牌在公司收入中的占比；提升高端品牌在自有品牌收入中的占比；提升高端产品在麦富迪品牌收入中的占比；提升供应链效率、优化内部流程。</p> <p><b>5、行业增长的潜力在哪里？</b></p> <p>答：经济水平与宠物食品市场的发展紧密相关，人均收入水平提升促使居民消费不断升级，宠物食品市场规模也随之增长。我国宠物食品行业起步较晚，目前正处于快速发展阶段，市场规模年复合增长率显著高于美国、日本等发达国家。据《2022 年中国宠物行业趋势洞察白皮书》，2022 年我国宠物渗透率为 20%，2021 年美国、日本及欧洲宠物渗透率分别为 70%、57%和 46%，国内养宠渗透率相较于成熟市场有待提升。我国宠物食品行业发展，随着科学养宠的普及，宠物主对宠物食品的营养、质量、安全要求都会提高。质量稳定、有口碑的产品将获得更大市场，行业集中度也将进一步得到提升。公司发展重点聚焦国内市场自有品牌，麦富迪品牌已形成了头部企业的竞争优势，随着行业集中度的提升，优势将被进一步扩大。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 9 月 11 日