

证券代码：002891

证券简称：中宠股份

烟台中宠食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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	2025 年年度业绩说明会参与者
时间	2026 年 04 月 24 日
地点	“中证路演中心” (https://www.cs.com.cn/roadshow/)
形式	网络远程方式
交流内容及具体问答记录	<p>1、请简单介绍下公司在 2025 年全年、2026 年 Q1 及 2025 年分产品、地区、销售模式的业绩情况。</p> <p>您好，感谢对公司的关注。</p> <p>2025 全年营收 55.21 亿元，同比增长 16.95%；归属于上市公司股东的净利润为 3.65 亿元，同比下降 7.28%。</p> <p>2026 年一季度营收 15.33 亿元，同比增长 39.23%；归属于上市公司股东的净利润 0.73 亿元，同比下降 19.80%。</p> <p>分产品来看，2025 全年宠物零食营收 33.81 亿元，同比增长 7.94%；宠物主粮营收 15.53 亿元，同比增长 40.39%；</p> <p>分地区来看，2025 全年公司境外营收 33.49 亿元，同比增长 9.77%；境内营收 18.72 亿元，同比增长 32.44%。</p> <p>分销售模式来看，2025 全年 OEM 业务营收 28.75 亿元，同比增长 9.90%；经销模式营收 12.65 亿元，同比增长 5.92%；直销模式营收 10.81 亿元，同比增长 65.27%。</p>

2、公司境内的自主品牌分别有什么，发展情况怎么样？

您好，感谢对公司的关注。

公司以“WANPY 顽皮®”、“TOPTREES 领先®”、“新西兰 ZEAL 真致®”三大核心自主品牌为依托，精准切入国内中高端宠物食品市场，凭借差异化品牌矩阵覆盖多元化消费需求，持续积累消费者认可与品牌信任。

“WANPY 顽皮®”始于 1998 年，是中宠股份旗下创立时间最长、受众人群最广的核心自主品牌，也是中国宠物行业首个获得“中国驰名商标”的宠物食品品牌。WANPY 顽皮®品牌销往全球五大洲、77 个国家。“世界品质，中国顽皮”随着品牌策略的逐步落地，顽皮品牌在国际市场的知名度与声誉也得到了进一步加强，品牌壁垒初显。

TOPTREES 领先®是中宠股份旗下的高端宠物食品品牌，核心聚焦科学预防赛道，拥有从原料溯源、科学配方到尖端生产的全链路研发实力，真正实现了科学预防的产品理念。TOPTREES 领先®猫粮连续三年复购第一、猫粮增速第一，是千万养宠家庭安心喂养首选，更印证了品牌理念在真实养宠场景中的有效落地。

“新西兰 ZEAL 真致®”品牌源于 1999 年，是新西兰天然宠物食品公司 The Natural Pet Treat Company (NPTC) 旗下品牌。新西兰 ZEAL 真致®选择新西兰纯净产地的天然食材，以极简工艺留存食物完整营养，致力于为爱宠提供一系列新西兰原厂原装进口宠物食品，包括犬猫湿粮罐头、风干粮、零食、专用牛奶、鱼油等，产品销往全球 30 多个国家和地区。

未来，公司将持续通过技术创新和品牌建设，进一步提升在中高端宠物食品市场的竞争力，打造具有国际影响力的中国宠物食品品牌。

3、请简单介绍下公司美国第二工厂的投产进度？

您好，感谢对公司的关注。

公司美国第二工厂现阶段正有序推进资质认证及属地审批流程，因当地合规审批环节流程较慢，审核办理时效存在客观限制，项目整体建设及投产进度较原计划有所延后，具体投产时间及正式订单释放节奏，需结合后续产线调试进度综合确定，预计将在今年 Q2 至 Q3 逐步落地，后续公司将加快推进各项收尾与调试工作，保障项目稳步投产，进一步完善北美本土化产能布局，支撑海外业务稳定发展。

4、公司如何看待汇率波动对公司业务的影响，是否会进行汇率衍生品业务？

您好，感谢对公司的关注。

汇率波动会对公司盈利水平造成阶段性影响。公司业务全球化布局广泛，也会常态化开展稳健的外汇风险管理举措，平滑汇率波动带来的不确定性。

公司今年也披露了《关于公司及子公司开展金融衍生品交易业务的公告》，若后续经营发展及外汇风险管理存在实际需要，公司将合理开展以套期保值为目的规模不超过 5,000 万美元的金融衍生品交易业务，该额度在审批期限内可循环滚动使用，但期限内任一时点的累计金额不超过 5,000 万美元或其他等值外币，具体金额以公司实际开展的业务为准。该事项尚需经公司 2025 年年度股东会审议通过。

长远来看，汇率波动属于外部周期性因素，不会改变公司主业经营逻辑与长期发展战略，公司将持续做好精细化运营与风险管控，保障经营平稳有序开展。

5、公司如何看待自主品牌出海业务的未来发展？

您好，感谢对公司的关注。

公司长期看好自主品牌出海业务的发展空间，宠物食品具备刚性属性，欧美等海外成熟市场规模体量庞大，消费基础稳固，宠物精细化、品质化喂养需求稳定，市场存量空间充足；东南亚、拉美等新兴市场养宠人群不断扩大，消费观念持续升

级，具备高成长性的增量潜力。

中宠股份作为中国宠物食品行业的头部企业，经过多年沉淀，已形成完备的产业配套、成熟的制造体系与高效协同的供应链优势，在品质管控、产品迭代、配方研发及柔性生产等方面积累了深厚实力，能够快速适配不同区域的消费习惯、宠物食品偏好及市场需求，具备较强的全球化竞争适配性。

中宠股份始终以创新为发展内核，依托前沿研发实力与严苛品控标准，为全球爱宠提供高品质的营养健康解决方案，目前，我们有 wanpy®、ZEAL®、Truly®、Great Jack's®等多个海外自主品牌，以丰富多元的产品矩阵，直观传递“全球研发、全球生产、全球销售”的战略硬实力并成功出口全球 77 个国家。

未来，公司将持续依托全球化布局、核心研发与全产业链优势，深耕海内外多元市场，稳步推进海外品牌建设与渠道拓展，持续提升自主品牌的全球影响力与市场份额，推动出海业务实现稳健、高质量发展。

6、公司对境内业务是如何定位的，如何展望境内业务未来的发展？

您好，感谢对公司的关注。

公司在 2023 年就制定了清晰的五年战略规划：“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，巩固传统代工业务规模”，自主品牌的发展是公司发展的重中之重，国内宠物消费市场空间广阔、长期增长逻辑稳固，是公司战略布局中高度重视的核心板块。

近年来，公司持续加大国内市场资源投入，不断优化自主品牌产品矩阵、完善全渠道布局、强化品牌营销推广，境内业务增长动能持续释放，国内营收增速显著提升，境内业务收入占比也呈现稳步提升的良好态势。

公司对国内市场后续发展具备充足信心，目前，公司全球研发创新服务中心顺利投入使用，这座六层建筑坐拥超 12800

平方米的广阔空间，将成为驱动企业未来发展的“超级大脑”，不仅规划了全球领先的宠物行为研究、营养健康、精密理化检测等核心实验室，更构建起涵盖原材料研究、新品孵化、宠物营养与健康、动物行为学及联合实验室的多维度尖端科研矩阵。

公司将聚焦产品创新、品质升级与品牌力提升，持续夯实渠道建设与消费者运营，紧抓国民科学养宠、国货品牌崛起的行业机遇，稳步推动境内业务高质量稳健发展，进一步提升公司在国内宠物食品市场的占有率与综合竞争力。

7、全年费用投放主要集中在哪些方向，未来是否会根据经营情况做进一步优化？

公司全年费用投放整体主要围绕自主品牌建设、技术研发创新及人才体系建设三大核心方向。

销售费用方面，重点支持于国内自主品牌发展，持续加大品牌宣传、市场推广、渠道拓展及终端动销投入，不断强化品牌心智，丰富营销矩阵，助力产品力与品牌力同步提升，夯实国内市场增长基础。研发费用方面，公司持续保持稳定投入，聚焦宠物营养研究、配方升级、工艺迭代及新品创新，依托系统化研发体系，持续打造差异化、高品质产品，以技术创新构筑长期竞争壁垒。管理费用方面，主要用于核心团队及全体员工薪酬体系优化、组织架构完善与内部运营管理升级，持续完善人才培养与激励机制，保障企业高效稳定运转。

近两年，公司自主品牌业务实现高速增长，品牌竞争力持续加强，研发创新实力稳步增强，今年公司已正式启用全球研发创新服务中心，人才队伍与组织体系持续扩充完善。当前行业发展中，品牌建设的深度、研发创新的实力以及核心人才的储备，是企业构筑核心竞争力、实现差异化发展的关键，自有品牌深耕渗透、价值提升仍处在关键发展时期，持续且合理的费用投入，是巩固品牌影响力、强化产品核心优势、深化渠道布局的重要支撑。

立足长期战略发展考量，为进一步放大竞争优势、抢抓市场发展机遇，公司将保持战略定力，合理加大各板块资源投放力度，以前瞻性布局赋能品牌成长，保障自有品牌业务持续稳健增长，为企业中长期高质量发展积蓄动能。公司会结合市场环境变化、业务推进节奏和实际经营情况，灵活调整费用投放节奏，持续优化费用结构，平衡长期发展投入与经营效益，稳步提升整体运营效率。

8、公司是否有新一轮的员工持股计划或股权激励？

公司始终高度重视人才建设与核心团队激励，持续完善长效激励与约束机制，充分绑定核心员工与公司的共同发展，不断激发团队活力与内生动力。后续如有相关规划，公司将严格按照监管要求及时履行信息披露义务，请以公司发布的公告为准。

9、当前宠物食品行业的发展现状和竞争格局是什么？

近年来，中国宠物经济规模已突破 3000 亿元（数据来源：2026 年《中国宠物行业白皮书》）。宠物从“功能性陪伴”逐渐转变为“情感型家庭成员”，消费需求也从基础饲养向科学营养与品质生活跃迁。在此背景下，宠物食品作为宠物经济的核心细分赛道，需求结构持续优化，精准营养、功能细分、原料升级等消费诉求不断提升，行业正加速进入以标准完善、品质管控、合规发展为核心的高质量发展阶段。

结合国内宠物食品的竞争格局来看，宠物食品行业整体仍保持稳步发展态势，品牌集中度虽依旧较为分散，但头部集中化趋势逐步显现。伴随消费需求不断升级，行业竞争逻辑也在迭代，宠物经济正从规模驱动转向质量驱动，从供给侧满足走向价值侧创造，客户资源持续向具备自有供应链、自主研发体系及完善品控能力的品牌倾斜，行业竞争逐步由传统价格导向，转向配方研发、原料升级、合规管理与全渠道布局的综合实力竞争，行业整体规范化、集约化发展特征持续凸显。

	<p>10、公司每季度的营收或者利润是否会出现季节性波动？</p> <p>公司业务涵盖境内、境外两大板块，受不同区域经营特点与市场环境影响，各季度营收及利润会存在一定阶段性波动。</p> <p>国内业务板块中线上渠道占比较多，消费行业整体存在常态化节点促销特征，在特定电商营销周期内，市场需求会阶段性释放，进而带来短期经营数据的合理波动。</p> <p>海外业务当前占比较多的还是 OEM 代工业务，整体需求节奏相对平稳，无明显的周期性起伏，但有时会受境外客户自身库存管理与采购规划影响，阶段性采购节奏会有所调整，从而造成短期订单的波动。</p> <p>整体而言，上述波动均为行业及业务经营过程中的正常现象，可能会对短期经营情况有所扰动，不会对公司经营的稳定性、可持续发展能力及长期盈利能力构成重大不利影响。</p> <p>11、对于当前的行业现状，公司对今年的期望以及未来的愿景？</p> <p>2026 年，中宠股份将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，巩固传统代工业务规模。深化全球化运营，加大全球研发投入，规范研发体系建设，稳步推进全球产业链布局，构建更具韧性的全球供应链体系。继续聚焦自主品牌建设，激活全球增长动能，持续强化三大核心自主品牌优势，深耕细分赛道，提升品牌影响力，强化团队建设与人才赋能，凝聚发展合力，把人才建设上升融入到集团发展战略高度，优化人才引进标准，搭建全球化人才梯队，制定更具激励性的分配方案，实现“事业共进、价值共创、成果共享”。</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	不涉及

大信息的说明	
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无