

## 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：2026-002

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	<p>本次交流会有中金公司王思洋、陈泰屹、中欧基金周蔚文、国泰基金邓时锋、富国基金朱少醒、平安资管童飞、东方红资管李竞、汇添富基金胡昕炜、淡水泉贾婷婷、Hillhouse Capital Sirius Luo、Invesco Chao Sun、Temasek Carol Chen、Schroders Candice Chen、Point72 Xingqi Song、UBS AM Matilda、Aberdeen Aijing Yan 等 408 名投资者参与</p>
时间	2026 年 4 月 23 日-2026 年 4 月 24 日
地点	上海汇亚大厦 32 层 中金公司会议室
上市公司接待人员姓名	<p>董事长：秦华；</p> <p>董事、总裁：杜士芳；</p> <p>董事会秘书：王鹏；证券事务代表：袁伟中</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、2025 年及 2026 年第一季度公司内外销和主要品牌的收入增速如何拆分？背后原因是什么？</b></p> <p>答：2025 年公司营收总额 67.7 亿，增速接近 30%；自有品牌收入近 50 亿，同比增速超 40%，收入占比提升接近六个百分点至 73%以上；主粮增速超过 53%，收入占比提升接近十个百分点至 61%以上；高端品牌弗列加特和 BARF 霸弗增速大幅跑赢行业及自有品牌整体平均增速。代工业务营收接近 18 亿元，同比增长 6%以上，主要因公司将部分国内出口产品调整至泰国，同时优化客户及产品结构应对美国关税政策调整。2026 年 Q1 公司整体营收 16.4 亿元，增速 11%；代工业务承压，原因包括 2025 年 Q1 客户提前备货导致高基数、人民币持续升值影响，以及公司优化代工业务客户及产品结构带来的短期调整。</p>

**2、公司净利率波动及销售费用率抬升的原因是什么？如何理解背后的业务逻辑？**

答：利润率波动受内外部多重因素影响：内部因素包括自有品牌推广节奏、固定资产投资周期等；外部因素包括汇率、关税、原材料价格等。2025 年美元兑人民币汇率从年初约 7.2 降至年末 7 左右，叠加关税影响，代工业务毛利率略微下降至 32%，但公司整体毛利率却获得小幅提升，得益于内销自有品牌增速及占比提升、线上直销占比提升、主粮占比提升。销售费用率抬升因自有品牌及直销业务高投入特点，公司处于抢占市场份额阶段，行业内企业销售费率均呈上升趋势；公司作为头部企业，在品类创新、品牌营销等方面持续投入以扩大市场份额，形成品牌增长正向飞轮。

**3、公司产品力领先的战略是如何规划的？**

答：公司通过 WarmData 天性犬猫研究大数据中心支撑产品力领先战略，标志着公司品类创新从经验驱动向数据驱动升级。WarmData 是累积十年的犬猫数字生命库，涵盖基因图谱、行为模态、环境交互的三维数字解读体系，可读取犬猫需求，实现基于生命数据反向定义天性营养模型的研发逻辑重构。例如，基于 WarmData 的天性研究，公司研发人员发现野外犬猫肠道菌种的丰富程度大幅超过家养犬猫，这直接导致了家养犬猫对环境变化过于敏感、抗应激能力差。由此公司推出 BARF 霸弗丛林食谱还原犬猫野外饮食结构，从而优化家养犬猫的肠道环境，增强其抵抗环境变化的能力。

**4、泰国新工厂投产之后的产能爬坡、品类拓展规划，未来产能和资本开支情况如何？**

答：泰国工厂 2025 年产能利用率已达 90%（不含年底投的三期产能），因国际贸易摩擦承接美国订单转移，2025 年启动三期扩建，增加近 8000 吨产能，泰国产能达 2.4 万吨，品类从零食拓展至冻干，计划 2026 年启动四期，重点投烘焙、冻干、湿粮等高附加值产线，预计年产能增加 5 万吨，承接海外市场增长及美国 Waggin' Train 品牌增长，完善全球化产能布局对冲关税影响。

**5、国内及新西兰高端产能基地的投产、爬坡节奏，以及每年的资本开支预期？**

答：国内高端主粮项目投资 5 亿元，建设周期两年，预计 2027 年

	<p>初步建成达产，可增加产量 30 万吨；2026 年资本开支 4 亿元，2027 年 1 亿元。新西兰项目计划投资 9.5 亿元，建设周期五年，总目标产能 5 万吨，聚焦冻干、湿粮和保健品等高端品类；一期投资 3.5 亿人民币，预计 2027 年达产，二期投入将根据市场需求推进。</p> <p><b>6、公司自 2023 年 8 月上市以来股价经历了波动，管理层如何看待二级市场股价波动，以及未来在市值管理方面有哪些规划与举措？</b></p> <p>答：公司关注股价波动，认为股价大起大落不代表真实价值，经营层面沿战略稳步向上，基本面越来越好、竞争力越来越强。股价受宏观经济、情绪、资金、行业、短期财报等多因素影响，作为成长期新兴赛道，波动可理解。公司坚持战略定力，更看重经营质量，认为决定公司价值的是竞争优势、盈利能力、成长确定性，不希望经营被股价波动牵着走，聚焦长坡厚雪的宠物赛道，提升自有品牌市占率。未来市值管理将通过多渠道与投资者高效坦诚沟通，让市场全面了解公司战略、经营现状；同时采取回购、高管增持、稳定分红的方式传递信心。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否</p>
<p>附件清单(如有)</p>	<p>无</p>