

## 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：2026-004

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	现场及线上参与乖宝宠物 2025 年度业绩说明会的投资者
时间	2026 年 5 月 13 日 16:30-17:00
地点	深交所八楼上市大厅 及 互动易线上直播
上市公司接待人员姓名	董事长秦华先生，财务总监袁雪女士，董事会秘书王鹏先生，独立董事翟月玲女士，保荐代表人孙喜运先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、公司 2025 年内销和外销收入增速如何拆分？</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，主要因公司为应对国际贸易环境变化而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带来的。</p> <p><b>2、近期公司为了践行第一品牌战略在世界各地投入了多个新建产能项目，包括中国、泰国、新西兰的布局。公司布局众多产能项目的目的是什么？这些项目未来的固定资产折旧预计会对利润产生怎样的影响？</b></p> <p>答：业务的高速增长需要相应的产能增加，但在当前阶段社会上新增产能很多的情况下，为什么乖宝还要自建，而不是轻资产运营，委托别人代工？这就要回到技术层面。产品力需要相应的技术能力支撑，乖宝一直深耕犬猫天性基础研究，搭建了 WarmData 犬猫天</p>

	<p>性研究大数据中心和犬猫数字生命库，拥有数亿级核心数据，形成了一个产品创新平台。麦富迪的产品创新都是依托这个数据平台，围绕不同生命阶段、不同品种、不同环境犬猫，满足其天性需求进行开发，所以原料、配方、工艺和生物技术的选择要做到适配。总的来说，代工模式难以保障核心技术的落地与迭代，无法实现数据驱动下的精准研发闭环。自建产能不仅确保了工艺参数的严格复现，更支撑了从实验室到产线的全链条技术验证，使 WarmData 平台的算法模型能持续反哺生产优化。因此，当前投入是构建长期产品护城河的必要选择，而非单纯的规模扩张。新产能投产后的固定资产折旧在短期内会对利润产生一定影响，但从长期来看，此举符合公司自有品牌业务的持续增长战略。</p> <p><b>3、行业后续的差异化和集中化公司是怎么看待的？</b></p> <p>答：当前行业中不同品牌距离还没有充分拉开，差异化还没有完全体现，乖宝的技术优势还没有充分的展现出来。基于 WarmData，我们可以在产品创新、品牌传播、内容产出上体现出很大优势，因此公司在产品和品牌竞争优势上不需要焦虑。过去 10 年中国宠物赛道快速发展，主要来自养宠人人群众体爆发式增长，但是当前国内消费者都还是第一代养宠人群，对宠物食品产品的科学认知度还有不足，具体表现就是很容易被短期概念影响而转换品牌。随着市场和消费者的成熟，和科学认知的提升，公司的差异化优势会逐步体现。从全球成熟市场的规律来看，集中度会越来越高，这对乖宝来讲是一个重大战略机遇。</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>