

# 温州源飞宠物玩具制品股份有限公司

## 投资者关系活动

### 记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议）
活动参与人员	1、 南方基金 鲍宇晨 2、 上海开思 姜闻页 3、 中金资管/基金 王凯 4、 长安基金 肖洁 5、 前海开源基金 毕建强 6、 创金合信基金 张小郭 7、 华夏基金 李柄桦 8、 华夏基金 方艺璇 9、 远信投资 黄垲锐 10、 浙商证券 曾伟 11、 华福证券 李含稚 12、 长江证券 尹姜子 13、 天风证券 张彤 14、 中信证券 彭家乐 15、 广发证券 熊思嘉 16、 国海证券 孙馨竹 17、 信达证券 骆峥 18、 长江证券 米雁翔 19、 兴业证券 储天舒

	20、 华泰证券 季珂 21、 建信基金 张富强 22、 国金证券 赵中平 23、 申万宏源 张海涛 24、 建信养老 徐瑞 25、 方正证券 邱星皓 26、 中金公司 邹煜莹 27、 国金证券 唐执敬 28、 东方财富 张一逸 29、 中金公司 黄浩轩 30、 东方财富 王越
时间	2026 年 4 月 27 日 21:00
地点	浙江省平阳县水头镇标准园区宠乐路 1 号
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：张璇 证券事务代表：黄依
形式	线上会议
交流内容及具体问答记录	<p><b>1、对公司 2025 年年度报告及 2026 年第一季度报告的解读</b></p> <p>2025 年度，公司实现营业收入 17.3 亿元，同比增长 32.35%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.16 亿元，同比下降 29.47%。从收入端来看，公司整体业务仍保持了较快增长，主要得益于海外客户订单需求稳定、公司全球化产能布局逐步发挥作用，以及国内业务收入规模持续扩大。</p> <p>从利润端来看，2025 年公司净利润出现阶段性下滑，主要受以下几方面因素影响：一是公司在国内自主品牌业务拓展过程中加大了品牌推广、渠道建设和市场投放力度，销售费用同比增加较多；二是公司个别投资项目出现亏损，对当期利润造成一定拖累，该部分影响属于阶段性因素，公司后</p>

续将持续加强投资项目管理和投后跟踪，提升资源配置效率；三是随着公司前期新增产能陆续转固，相关折旧费用增加；四是受汇率波动影响，公司产生一定汇兑损失，公司海外业务收入占比较高，汇率波动对财务费用及利润表现会产生一定影响，公司也将继续通过加强外汇管理、优化结算安排等方式降低汇率波动风险；五是当期股权激励产生的股份支付费用对利润形成影响。

2026 年第一季度，公司实现营业收入 4.5 亿元，同比增长 34%；实现归属于上市公司股东的净利润 2,200 万元，同比下降 10.5%。一季度收入端延续了较快增长趋势，公司海外订单基础和客户需求仍较为稳定。利润端同比仍有一定压力，主要与费用投入、折旧摊销、汇率有关。

从环比角度看，2026 年一季度海外业务增长较快，随着海外产能规模效应逐步体现，整体制造成本有所优化，毛利率较 2025 年四季度有所提升。

总体来看，2025 年及 2026 年一季度，公司呈现出“收入保持较快增长、利润短期承压、产能和品牌投入进入消化期”的经营特征。公司后续将继续围绕海外业务稳健增长、国内业务结构优化、费用效率提升等方向，推动经营质量持续提升。

## **2、公司目前海外业务的发展情况如何？业务需求是否有所增长？**

公司海外业务是公司长期稳定发展的核心基础。目前，公司海外客户结构较为稳定，主要客户包括国际知名的专业

宠物产品连锁店、大型连锁零售商以及海外品牌客户，前五大客户合计收入占比超过 50%。经过多年发展，公司已经形成了较为完整的海外客户服务体系和供应链协同能力，在宠物用品和宠物食品两个方向均持续进行产品研发和品类拓展。在宠物食品方面，公司积极开发新的产品形态和配方方向，持续提升产品创新能力，满足客户多样化的产品需求；在宠物用品方面，公司在原有优势品类基础上，继续拓展新的产品品类和应用场景，更注重围绕客户需求提供一体化解决方案。

根据目前海外订单情况及产能布局，公司海外业务保持较好的发展趋势。未来，公司将继续围绕核心客户需求，强化研发创新、品质控制、成本管理和交付效率，进一步巩固公司在海外宠物供应链中的竞争地位。

### **3、公司目前的海外产能规划情况如何？**

公司持续推进全球化产能布局，将海外生产基地建设作为提升国际竞争力的重要举措。近年来，国际贸易环境、关税政策、客户供应链安全诉求以及全球制造成本结构均在发生变化，海外客户对于供应商的多区域生产能力、交付稳定性和供应链弹性提出了更高要求。

基于上述趋势，公司对海外生产基地进行了较为长远的规划。目前，公司已在柬埔寨、孟加拉等地建设大规模生产基地，同时也在探索海外其他地区新的产能规划。

预计 2026 年，公司部分新建产能将陆续释放，海外生产能力将进一步提升。公司将按照客户需求和订单节奏稳步

推进产能释放，努力提升产能利用率和经营效率。

**4、公司目前自主品牌发展如何？怎么看待国内宠物市场的竞争格局？公司如何展望国内业务未来的发展？**

公司国内业务主要包括自有品牌及代理品牌的运营销售，目前主要在抖音、天猫等线上电商平台开展运营。2025年度，公司国内业务较去年同期增长 90.75%，收入规模实现较快提升，说明公司在国内市场渠道运营、产品供给和用户触达方面取得了一定进展。

从市场空间看，国内宠物消费市场仍具备较大成长潜力。随着宠物数量增加、宠物家庭渗透率提升、年轻消费群体崛起以及科学养宠理念普及，宠物食品和用品消费具备长期增长基础。但与此同时，近年来国内宠物行业正从流量驱动转向产品力、品牌力和运营效率驱动，线上高成本增长模式难以为继，消费者对品质、理念、内容和服务的要求持续提升。

基于这一判断，公司未来国内自有品牌策略将进行结构性调整，从过去相对偏“激进投放、快速拉升规模”的阶段，逐步转向“修炼内功、稳健经营、品牌沉淀”的阶段。公司将更加注重以下几个方面：一是强化产品力，通过提升品质、供应链效率与用户体验，推动产品实现复购、口碑和品牌记忆点；二是优化投放效率，减少低效流量，精细化运营；三是重视品牌心智，顺应消费升级趋势，通过内容、体验与服务建立信任，坚持品牌长期价值；四是发挥制造端优势，将公司多年积累的海外研发、品控与服务能力赋能国内品牌，

	<p>构建“供应链+产品创新+线上运营”的综合竞争力。</p> <p>总体来看，公司对国内宠物消费市场的长期发展保持信心，但也会更加理性看待行业竞争和品牌建设周期。未来，公司国内业务将从高速投入阶段转向高质量经营阶段，通过产品优化、费用控制、品牌沉淀和运营效率提升，推动自有品牌实现更加稳健、可持续的发展。</p> <p><b>注：以上所有交流内容均未涉及公司未公开披露的信息。</b></p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及。</p>
<p>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）</p>	<p>无。</p>