

## 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：2025-001

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 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	中金公司                      王思洋 中金公司                      陈泰屹 Hillhouse                      Yingzi YU Pinpoint                      Mingfan YANG Value Partner                Boyi LI Dymon Asia                    Jianing LIN Cephei Capital                Yong LI Brilliance                      Yiwei WEI GreenWoods                  Chen YU UBS AM                        Matilda CAO 汉和资本                      张婷婷 盘京投资                      蔡建军 清和泉资本                  柯嘉雯 信璞投资                      闫敏章 国金基金                      代林玲 富国基金                      徐哲琪
时间	2025年3月3日
地点	乖宝宠物研发中心3楼310会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：秦华 董事会秘书：王鹏 证券事务代表：袁伟中

投资者关系活动  
主要内容介绍

### 1、近期公司境内境外业务的经营情况如何？

当前公司整体经营态势稳健向好，自有品牌业务增长稳定，消费者的国产品牌心智向好，“麦富迪”“弗列加特”在双十一阶段取得较好销售成绩；市场高端化的趋势明显，公司品牌和产品都能紧抓消费趋势，顺应市场发展趋势，竞争优势持续巩固，国内的年轻消费群体扩大和多宠家庭增长也带动了品牌业务持续增长。

境外业务现在订单稳定，新客户也在不断开发，供应链优势和研发优势明显，泰国工厂新产能也在建设扩产，未来我们也会继续发挥中、泰工厂的供应链协同优势和整合能力，系统化提升客户服务能力和服务质量，用创新产品和创新技术聚焦大品类优势发挥，以自己优势去应对不确定的国际环境。

公司加大创新管理，推动数字化转型升级，扎实推进数字化转型和智能化升级，围绕企业数据资产化、数据管理体系标准化、数据工具智能化构建“数智乖宝”数据管理整体框架，实现数据驱动的全价值链数字化运营。

### 2、公司持续推出重磅产品升级，主要产品创新点是什么？

以弗列加特 2.0 和 BARF 2.0 升级为例：

弗列加特 2.0 升级主要体现在鲜肉精准营养这个理念上，既包括鲜肉标准化的科研工艺升级，也包括 0 压乳的科学配方升级。鲜肉标准化工艺是为了解决传统工艺中同等鲜肉含量下营养结构无法精准控制的工艺痛点，从而实现不同年龄阶段猫咪的鲜肉精准营养适配；0 压乳配方是为了针对猫咪对牛奶不耐受的痛点，通过添加更亲和猫咪肠胃、更贴近母乳蛋白结构的 A2 $\beta$ -酪蛋白 0 乳糖牛乳，解决了牛乳的消化吸收友好性的问题，实现鲜肉+鲜奶的双重精准营养补充方案。

BARF 霸弗 2.0 升级也是包含一个气爆营养释放的工艺升级和一个天然草本的配方升级。气爆营养释放工艺提升了产品的消化吸收率，天然草本组方结合整体丛林食谱显著改善犬猫的肠道健康状态。

### 3、公司产品理念持续引领行业，在研发上有哪些积淀？

公司较早就建立了研发中心，专注于犬猫基础研究以及新技术、新产品的开发。公司严格遵循以消费者需求为导向的产品设计

	<p>研发机制，注重消费者体验，不断提升研发水平，保持公司的技术创新能力。同时，公司与国内外十余家高校、科研院所和行业专家携手开展科技开发与成果转化。</p> <p>公司研发团队始终把握行业新技术、新工艺的发展趋势与方向，并不断进行设备和技术的改进和创新。公司不仅牢牢掌握多项核心技术，而且随着研究的不断深入，各项技术也在持续迭代升级。</p> <p><b>4、公司作为国货头部宠物食品品牌，如何强化品牌势能？</b></p> <p>公司结合宠物行业变化的趋势洞察，较早即确定品牌战略，持续做大做强“麦富迪”核心品牌，发力“弗列加特”高端品牌，当前已进一步验证公司高端化品牌塑造能力。</p> <p>展望未来，在产品基础上，公司将继续以品质领先战略为核心，以技术创新为基础，进一步聚焦研发，强化产品全链路设计的严谨性与科学性，以用户思维来进行产品全生命周期视角下的场景化表达；在品牌塑造上，公司将继续以满足中国市场消费需求为目标，推动“弗列加特”和“麦富迪”的品牌力和品牌体验升级，公司还将进一步优化公司品牌架构，聚焦细分市场扩大品牌份额；在运营策略上，以打造超级大单品为主，线上线下协同推广，数据牵引优化运营效率。</p> <p><b>5、公司在人才组织战略上有何布局？</b></p> <p>公司视人才为最核心的增长驱动。就组织能力建设的进一步提升，公司推进了一系列措施比如全国范围内的人才招聘、股权激励和现金激励、人才梯队建设、团队结构优化等等。公司上海研发中心的建立，也大大提升了公司对高端研发人才的吸引力。</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>