

乖宝宠物食品集团股份有限公司

关于募集资金具体运用情况的说明

一、募集资金运用计划

(一) 预计募集资金数额及拟投资项目

经公司 2020 年 12 月 14 日召开的第一届董事会第五次会议、2021 年 10 月 27 日召开的第一届董事会第九次会议、2021 年 3 月 12 日召开的 2021 年度第一次临时股东大会及 2021 年 11 月 11 日召开的 2021 年度第二次临时股东大会审议通过，本公司拟向社会公众公开发行不超过 4,000.45 万股人民币普通股（行使超额配售选择权之前），且发行数量占公司发行后股份总数的比例不低于 10%。具体发行数量由股东大会授权公司董事会依据发行时适用的中国证监会和深圳证券交易所相关规范性文件，视发行时市场情况，与主承销商协商确定。募集资金金额根据届时市场和询价情况确定。实际募集资金扣除发行费用后的净额计划投入于以下项目：

单位：万元

序号	募集资金使用项目	总投资金额	拟使用募集资金	比例	备案文号	环评文号
1	宠物食品生产基地扩产建设项目	36,737.41	36,737.41	61.23%	项目代码： 2017- 371592-13- 03-004307	聊开环报告 表[2017]4 号
2	智能仓储升级项目	7,191.05	7,191.05	11.99%		
3	研发中心升级项目	3,060.48	3,060.48	5.10%		
4	信息化升级建设项目	2,511.26	2,511.26	4.19%	不涉及	不涉及
5	补充流动资金	10,500.00	10,500.00	17.50%	不涉及	不涉及
合计		60,000.20	60,000.20	100.00%		

本次募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

公司将根据项目的轻重缓急及进展情况统筹安排投资建设。本次募集资金到位前，公司将根据上述项目实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序置换前期投入。

若本次募集资金超过项目资金的需要，公司将按照有关规定履行必要的程序后将超募资金用于公司主营业务；若本次实际募集资金（扣除发行费用后）不能满足募投项目的资金需求，资金缺口由公司自筹解决。

（二）募集资金专项管理制度

为了规范公司募集资金管理，切实保护广大投资者的利益，公司已根据相关法律法规的要求建立了《募集资金管理办法》，对募集资金的存放、使用情况监督与信息披露等进行了规定。公司将严格按照中国证监会和深圳证券交易所的相关规定进行募集资金的使用和管理本次募集资金。募集资金将存放于董事会决定的专户集中管理，该专项账户不得存放非募集资金或用作其他用途。公司将在募集资金到位后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，确保专款专用。

（三）本次募集资金对公司主营业务发展的贡献、对公司未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

公司本次募集资金所投资的“宠物食品生产基地扩产建设项目”围绕公司主营业务展开，通过新增产能和生产具有高附加值的高端宠物食品，满足不断增长的市场需求，增强公司盈利能力，为消费者提供更多元化、更高品质的宠物食品，与公司未来经营战略方向一致。

公司本次募集资金所投资的“智能仓储升级项目”有利于降低仓储成本，提升产品配送效率和整体运营、管理的信息化水平，从而提高公司的整体核心竞争力。

公司本次募集资金所投资的“研发中心升级项目”有助于增强公司研发实力，推动新产品开发和工艺改进，进一步提升公司创新、创造能力。

公司本次募集资金所投资的“信息化升级建设项目”符合公司未来发展战略规划以及行业信息化普及的发展趋势，有利于公司的数字化建设，进一步完善互联网销售管理体系，提升公司自有品牌业务运营、营销和服务的效率和效益。

（四）募集资金投资项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

公司集宠物食品的研发、生产和销售于一体，主营宠物犬用和猫用多品类宠

物食品。在境内外生产销售布局基础上，公司通过持续创新及不断拓展产业边界，打造了以“麦富迪”为代表的具有较大影响力的自有品牌，已发展成为我国宠物食品生产销售的领军企业之一。本次募集资金投资项目符合国家有关产业政策和公司未来发展战略，有助于进一步提高公司的产品生产能力和仓储吞吐能力，扩大公司主营业务规模；此外，募投项目的顺利实施将进一步增强公司的研发和销售实力，推动技术水平升级和新产品推广，丰富研发技术平台，更好地满足未来市场需求，巩固公司在宠物食品行业的核心竞争力和市场地位。

本次计划实施的募集资金投资项目均围绕公司主营业务展开。

1、“宠物食品生产基地扩产建设项目”是公司宠物食品生产的重要载体，该项目的主要建设内容为新建主粮、高端零食及保健品生产线，本项目实施将扩大公司产能规模，优化产品结构，增强主营业务竞争能力和市场影响力，服务于公司中高端宠物食品市场的拓展规划。

2、“智能仓储升级项目”是公司发展战略规划的重要组成部分。通过引进先进的智能仓储设备，提高公司的综合仓储物流能力，进而提升公司主营产品的周转率和配送效率，属于公司现有主营业务范畴；同时在公司现有信息化基础上通过进一步提升仓储环节的信息化能力，实现对大数据的采集、存储、挖掘与分析、应用与展现，释放大数据在精细管理、指挥生产等多方面的价值。

3、“研发中心升级项目”的建设内容为进一步完善现有研发体系，升级基础设施，扩充研发团队，新建定制化产品试制中心，将满足公司先进技术的研发需求和定制化创新产品量产的测试需求。该项目将不断提升公司核心技术水平，丰富公司的前沿技术储备，增强公司适应市场变化的能力，布局市场潜力产品，服务于公司业务创新、产品创新和技术创新的发展目标。

4、“信息化升级建设项目”根据公司基础条件、销售战略、发展目标进行综合评估，构建全渠道消费者资产运营平台、供应链一体化服务平台和大数据分析及预警平台，将推动公司的数字化建设，运用新技术改造业务流程，运用新技术驱动业务模式的持续创新。该项目的实施将增强公司对销售渠道和供应链体系的控制力，提升消费者对公司宠物食品的品牌忠诚度，提升公司的运营能力、服务能力和盈利能力，服务于公司以创新为推动，以客户体验为导向的发展规划。

5、“补充流动资金”符合公司所处重资产行业的行业特征与公司稳健发展的经营方针，满足公司产能扩张对流动资金的需求，有利于优化资本结构、降低财务杠杆、提高偿债能力，奠定公司长期稳定发展的财务基础。

本次募投项目的实施有利于公司产能升级、研发能力提升和运营能力的加强，将有效提升公司的核心竞争能力，促进公司主营业务的持续稳定发展。

（五）募集资金投资项目市场前景分析

由于我国居民人均收入水平提高等因素，宠物行业蓬勃发展，在此带动下，宠物食品行业也将保持旺盛的需求。

宠物食品行业市场规模随 2012 年的 157 亿元增长到 2022 年的 1,372 亿元。2012 年至今市场规模年均复合增长率达 24.21%，市场前景广阔。据国家统计局数据显示，我国人均可支配收入从 2015 年的 21,966 元增加至 2022 年 36,883 元，复合增长率达 7.68%。居民收入水平的持续增长及消费升级趋势推动宠物食品行业市场向高端、优质方向升级，产品品类日渐丰富。总体而言，公司产品具有广阔的市场前景。

（六）募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

1、对同业竞争的影响

截至本说明签署日，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争的情形。本次募集资金投资项目不会产生同业竞争的情形。

2、对独立性的影响

发行人募集资金投资项目，系结合公司现有宠物食品业务规模、财务状况、技术条件、管理能力及发展目标而确定，均为现有业务与技术的自然延伸。本次募集资金投资项目的实施，有利于提升公司未来持续盈利能力、财务状况，提升发行人在宠物食品行业的核心竞争力。

发行人本次募集资金投资项目，实施主体均为发行人，相关项目实施后不会新增同业竞争，不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目基本情况

（一）宠物食品生产基地扩产建设项目

1、项目概况

本项目以公司多年在宠物食品生产上积累的丰富经验为基础，通过引进国内外先进制造生产设备，新建高端主粮、高端零食及保健品生产线，改善公司现有宠物食品工艺技术和扩大现有产能。本项目的实施将进一步提高公司生产线的集成化和自动化，提高资源配置效率和生产周转速度，降低人工成本，有利于增加公司效益。同时通过生产工艺技术的升级，提高产品质量，扩大高端产品占比，丰富产品品类，优化产品结构。

本项目考虑到生产线规划建设、设备选型与订购、人员招聘与培训及投产前各项准备工作与试投产等实际需要，计划建设周期为 18 个月。项目建设完成后，将形成年产 58,500 吨主粮、3,133 吨零食以及 1,230 吨高端保健品的制造能力，项目达产后年销售收入预计可达 97,445.70 万元。

2、项目必要性

（1）扩大产品产能，把握行业发展的历史机遇

中国宠物食品市场的迅猛发展，为行业内企业的业务扩张提供了市场空间。加之近几年本土品牌崛起，中国消费者尤其是年轻消费者不再受“国产不如进口”的刻板印象的影响，更重视产品品质，对本土品牌的认同度大幅提升，国内宠物食品市场正处于本土企业有望赶超国际企业成为市场主导的历史节点。本项目扩大产能，丰富产品品类，有助于支持公司业务规模的扩张，把握行业发展的历史机遇。

鉴于国际市场的多变性和不可控性，公司在积极拓展出口业务的同时，重点开拓国内市场，加强自有品牌的投入，进一步提高自有品牌产品的销售收入，扩大市场份额，打造国内外一流品牌。本项目的实施符合公司未来发展战略，也可有效提高公司的抗风险能力。

（2）扩张业务规模，有效降低生产成本

欧美等发达市场宠物食品行业巨头已经实现较大规模化生产，为国内生产企业发挥规模优势提供了借鉴。国外巨头在原材料集中采购方面，具有较高的议价能力，在生产效率及生产成本方面也更具优势。国内企业如资金实力不够雄厚，很难在与国外品牌的竞争中立足。

公司相比于国内同行业企业，具有明显的先发优势和规模优势，但与国外巨头相比仍有差距。本募投项目通过新建生产线，将极大地发挥潜在产能；扩产后通过规模效益，有效提升生产效率、降低生产成本，促使产品毛利率的提高；对原材料可集中采购，提升自身的议价能力；此外，公司现有产品的销售渠道和管理资源可以最大化发挥优势，更好地消化新增产能，提高整体销售收入，降低单位销售费用和管理费用，提高公司整体运营效率，降低系统整体运营成本。

本项目将有利于公司发挥规模优势，加深加宽公司的“护城河”，巩固公司的行业领先地位，进而在与国内外厂商的竞争中脱颖而出。

（3）引进先进设备，提高公司制造水平

本募投项目以公司现有技术为依托，是对公司现有生产条件的全面改造，引入更多的先进制造设备融入到原有的生产能力当中，实现精益化生产，将直接促进企业的产品升级。本项目的实施有助于提高产品质量，提升公司制造水平，巩固公司核心竞争力。

（4）优化产品结构，打造差异化产品

随着宠物角色的转换，宠物主也随之改变其对待宠物食品的消费观念，更加关注宠物食品的营养价值和功能性。目前，宠物食品的种类已从主粮发展到满足各类不同需求的功能性宠物食品，如有针对性的宠物保健品、处方粮及鲜肉粮等。高端宠物食品营养性更强，可以大大提高宠物的免疫力和健康水平。

公司目前主营产品主要为宠物主粮、零食及宠物保健品的生产销售。本项目通过新增保健品生产线，将丰富公司的产品结构，扩充公司产品品类，为公司带来新的利润增长点。另外通过扩建宠物中高端主粮及零食生产线，将提高鲜肉粮、处方粮等高端产品占比，促进公司形成多样化的经营优势，提升品牌形象，从而

提升公司在国际、国内宠物食品市场上的品牌竞争力。

(5) 解决产能瓶颈，实现公司规划布局

公司目前的生产基地总体产能利用率较高，部分品类产能趋于饱和，公司亟需通过新增生产线解决产能瓶颈问题，同时也能进一步实现公司的战略规划布局。

在当前部分产品产能利用率趋近饱和的情况下，尤其是在国内“双十一”、“618”等购物狂欢节的关键销售节点，公司仍然无法满足快速增长的市场需求，产能扩建迫在眉睫。因此本项目将通过新建生产场地，合理构建空间布局，引进设备及产线，集中生产管理，提升公司生产效率，有助于缓解产能负荷过高的压力，从而达到公司长远发展的目标。

3、项目可行性

(1) 良好的客户基础，为项目产能消化提供支撑

公司成立之初主要从事为海外客户提供 OEM/ODM 服务，以美国、欧洲、日韩等国际市场为主。凭借在宠物食品领域多年积累的研发、生产经验，稳定的产品品质以及对客户需求的快速响应能力，公司与下游客户建立了稳定、长期、深层次的战略合作关系，成为沃尔玛、品谱等国际企业认定的供应商。

自 2013 年公司从贴牌出口转型发展自有品牌以来，自有品牌销售收入不断增长。公司 2022 年自有品牌销售收入合计达 204,613.89 万元，2020-2022 年自有品牌销售收入年均复合增长率达 43.53%。经过对自有品牌的持续建设投入，现已形成宠物主粮、零食、保健品和其他宠物食品在内的全产业链条和多品牌系列。公司自有品牌凭借出色的产品品质、优秀的售前售后服务、专业的品牌形象，获得消费者的广泛认可，并多次荣获“最受消费者欢迎品牌”等荣誉。

公司稳定而优质的客户群体是公司落实本项目并消化新增产能的有力保障。公司品牌在市场上已经拥有良好的口碑，为募投项目的实施奠定基础。

(2) 行业未来增速可观，为项目提供了市场空间

随着社会经济发展以及科学养宠、精细化养宠观念的提升，宠物情感价值的凸显，人们愿意支付更高的价格购买高质量、安全、更有营养的宠物食品。近年

来在全球范围内，宠物行业的发展带动宠物食品市场稳步增长。就我国而言，随着人均可支配收入的提升，宠物食品市场近年来迅猛发展，年均复合增长率远超世界平均水平。我国的宠物渗透率与养宠支出与发达国家相比都仍处于较低水平，未来我国宠物食品行业存在较大的增长空间，市场前景广阔，为募投项目的顺利实施提供了市场空间。

（3）优秀的质量安全管理，为项目顺利实施提供保障

公司高度重视产品质量的管理，其生产工序严格按照人类食品安全标准执行，从原材料进厂到生产过程，再到成品出厂均进行严格检验，确保产品达到出口级品质。

公司严格遵循国际质量检测标准把控产品质量；自有的辐照中心对产品进行安全辐照；成品检验坚持内部实验室检测与有资质的第三方检测相结合，符合欧、美、日、韩等多国的标准；最后根据售后反馈不断升级产品，以保证产品质量安全。

公司及其生产子公司通过 BRCGS 认证、FSSC22000 认证、FSMA 认证、IFS 认证、GMP 认证和 HACCP 认证，取得美国 FDA、加拿大 CFIA、日本 MAFF、欧盟 FVO 等海外宠物食品消费大国官方机构的认可，产品质量符合美国、加拿大、日本、欧洲等进口国家和地区质量标准。优秀的质量安全管理，为本项目的顺利实施提供了保障。

（4）国家政策持续利好，为项目实施提供良好环境

近年来宠物行业的消费属性在目前国内人口政策和监管政策的双重驱动下已经大大增强，刚性化增长驱动力得到强化，养宠人数持续增加，促进了宠物食品行业市场的繁荣。

国家相关部门陆续出台的宠物食品行业相关规范性文件，为国内宠物行业的发展创造健康有序的竞争环境。2018 年 5 月农业农村部颁布第 20 号公告《宠物饲料管理办法》后，国内宠物食品生产企业竞争更加规范，利好国内较早布局宠物食品生产的龙头企业。公司经过十多年的发展，在管理经验、生产规模及品牌建设上都具备先发优势，日趋完善的政策监管为募投项目实施提供了良好的环境。

4、项目建设方案

(1) 项目投资概算

本项目投资总计 36,737.41 万元，其中土建工程 5,355.10 万元，设备采购及安装 21,495.29 万元，具体投资构成如下表：

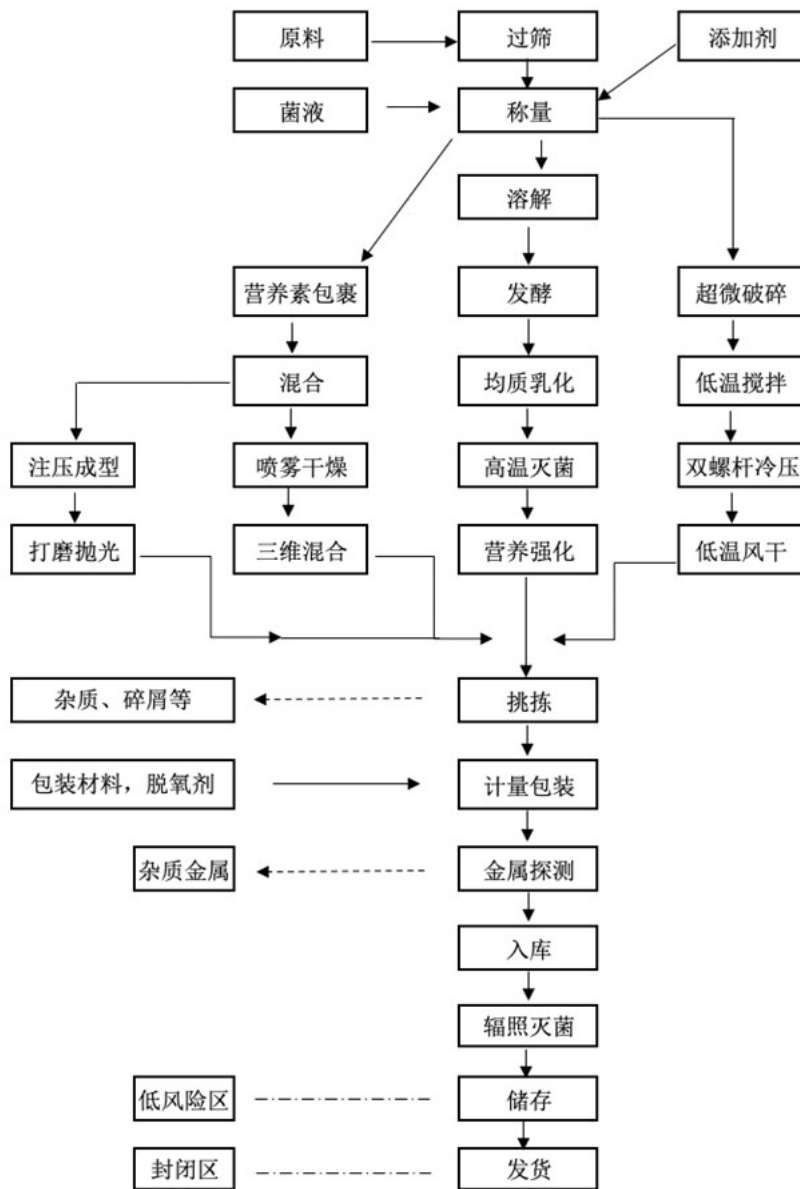
单位：万元

序号	项目	项目资金	占比
一	建设投资	28,461.41	77.47%
1	工程费用	26,850.39	73.09%
1.1	土建工程	5,355.10	14.58%
1.2	设备购置费	21,495.29	58.51%
2	预备费	1,611.02	4.39%
二	铺底流动资金	8,276.00	22.53%
三	项目总投资	36,737.41	100.00%

(2) 产品工艺流程

本项目所生产的主粮及零食类产品的主要工艺流程参见招股说明书之“第五节 业务与技术”之“(四) 发行人主要产品的工艺流程图”。

本项目保健品系列工艺流程如下：



(3) 主要原材料及能源供应

本项目生产所需的主要原材料包括鸡肉、鱼肉、牛肉等肉类，谷物，油脂、奶粉、乳清蛋白粉、卵磷脂以及维生素 E 等，公司已经建立起上述原材料的稳定供货渠道，与相关主要供应商合作关系良好，能够保证原材料供应及品质满足公司业务发展需要。

本项目生产所需的主要能源为电力、蒸汽和水，市场供应充足稳定。

（二）智能仓储升级项目

1、项目概况

本募投项目的实施是在公司过往经验积累、工厂柔性改造和市场个性化定制需求的基础上，拟通过新建大型全自动立体式仓库从根本上优化公司的仓储物流环节，通过引进一系列配套的智能仓储软硬件设备，打造行业内领先的全自动智能仓储中心，提升公司综合竞争力。

本项目将提升现有仓储容量，同时可对仓储货物等信息进行识别、操作、分拣，形成智能化、数字化仓储管理，提高仓储管理能力。本项目是根据公司未来发展战略需要而进行的一次整体建设规划，能够满足公司未来持续快速发展需求，同时顺应行业发展趋势。

2、项目必要性

（1）本项目实施有利于改善公司现有仓储物流条件

仓储物流管理水平直接影响公司对市场的反应速度和终端销售情况。随着下游市场需求的不断扩大，公司业务规模快速扩张，公司现有的仓储物流平台已不能满足其业务发展需求，仓储容量已成为制约公司进一步发展的重要问题。同时“618”、“双十一”等电商购物狂欢节激增的销售额考验仓储物流系统的极限承载能力。公司必须建设仓储容量更大、更高效的仓储物流中心，以满足公司在不同销售期的吞吐量的不同需求。

本项目拟增加二期立体冷库、二期常温库、物料成品智能输送系统和电商发货增线系统，以及智能电商分拣发货物流中心。项目实施后将提高仓储容量和货物吞吐能力，从而为公司业务规模快速扩张提供有力的支撑。

（2）本项目实施有利于提升公司仓储运营效率

宠物食品行业电商化趋势明显，线上渠道占比逐年提升。对于宠物食品企业而言，依托日益发展的互联网技术，推进仓储物流的线上线下融合，建设智能化仓储，是企业保证未来可持续发展，紧跟行业发展趋势的必然举措。

公司目前的仓储物流系统软硬件设施不够完善，且仍较多依靠人工和半自动

机械设备，无法形成规范化的仓储管理流程，尤其在“双十一”等销售关键节点，影响公司的仓储运营效率。公司需要建立规范化的仓储物流系统来提升货物流转效率。本项目的软件投入主要为电子标签播种系统、常温库堆垛机系统、WCS 接口及监控系统、AGV 系统等，从而实现自动化控制、自动存取、场前自动分拣及场内自动输送、自动监控以及仓储物流管理信息共享等功能。做到生产、仓储、销售和运输配送多个环节的精细化管理，降低人工操作造成的错误，并建立各个系统功能的模块化和集成化，实现各种信息化资源的综合利用。

通过整合物流信息和库存资源，在统一的信息化平台上实现数据交换和信息共享，提高库存管理和物流配送的准确率和效率，最终达到货物的最大存储量同时实现仓储物流环节的智能化、自动化及信息化。因此智能仓储物流管理中心，有别于普通仓储中心，可处理批次更多、货物量更大、商品规格差异更大的订单。本项目通过引进智能仓储设备，在仓储方面进行优化升级，可大幅提升公司仓储运营效率，从而提升公司运营管理能力。

(3) 本项目实施有利于提高精细化服务水平

消费者通过线上采购宠物食品，差异化需求日益增多。消费者更加注重精准、快速的仓储物流服务，追求更加优质的消费体验和交付体验，对企业服务要求更为精细化。公司目前产品品类众多，主要产品涵盖犬用猫用主粮、零食、保健品和其他产品共计千余个单品。目前现有的仓储物流体系已无法满足日益增长的客户订单需求。此外，公司线上销售的快速增长对仓储管理能力提出了更高的要求，仓储物流有大量的仓储和配送作业，物流作业成本较高，需要及时响应大量而零散的客户订单。

本项目建成后，通过引进智能仓储设备，加强仓储信息化管理，有利于提升精细化服务水平，减少产品的配送时间，为消费者提供更加快捷优质的购物体验。

3、项目可行性分析

(1) 宠物食品行业向信息化和智能化发展

《中国制造 2025》、《关于积极推进“互联网+”行动指导意见》、《新一代人工智能发展规划》等纲领性文件出台，推动了传统产业改造提升，促进实体经济

转型升级。宠物食品行业是中国制造中的传统优势产业，推进宠物食品行业向信息化和智能化发展是大势所趋。随着我国以物联网为基础设施，融合大数据、云计算、区块链、人工智能等信息技术的不断发展，宠物食品行业也随之升级转型。智能化生产、智能化运营、智能化物流、智能化服务等，贯通宠物食品产业链各环节，促进行业内各要素资源的优化配置。

（2）公司现有的仓储管理团队为本项目实施提供有力保障

公司目前仓储部门，员工职责明确，且拥有丰富的物流仓储管理经验和基础，能够为未来新建智能仓储项目的顺利实施提供有力保障。同时公司电商团队，拥有丰富的电商运营和客服管理经验。公司电商团队和仓储部门高度配合，将运营服务经验沉淀并通过技术手段优化来提高服务效率，能够将市场需求与仓储物流管理有效结合，合理调配公司资源，通过现有的订单管理系统进行分析预测以提高仓储运营效率，有效降低库存成本。

经过多年的探索和发展，公司的宠物食品产品线日趋完善、终端业务市场不断拓展，在整体规模持续扩大的过程中，逐渐形成了一套符合自身特点的仓储模式和全流程仓库管理制度，拥有完整的仓储物流管理体系。

（3）公司不断扩张的线上销售规模为本项目实施提供良好的发展前景

近年来我国网络购物交易规模不断扩大，公司运用技术手段将原有的商业模式进行了改造创新，组建了电商运作团队，积极发展线上销售模式，入驻天猫、京东等电商平台。同时借助线上社交平台推广，针对年轻群体输出品牌内容，利用多种社交营销工具，特别是在小红书、B 站等内容平台联合 KOL 做宠物人群的推广渗透，进一步扩大品牌影响力，公司线上销售业绩实现快速增长。电商平台在成功运行的同时，积累了大量的客户信息，为智能仓储分拣物流提供了数据支撑和良好的发展前景。

4、项目建设方案和投资概算

本项目建设周期为 24 个月，项目总投资 7,191.05 万元，其中建设投资 6,492.17 万元（建筑工程费 794.48 万元，设备购置费 5,330.21 万元，项目预备费 367.48 万元），铺底流动资金 698.88 万元。具体投资构成如下表：

单位：万元

序号	项目	项目资金	占比
一	建设投资	6,492.17	90.28%
1	建筑工程费	794.48	11.05%
2	设备购置费	5,330.21	74.12%
3	预备费	367.48	5.11%
二	铺底流动资金	698.88	9.72%
三	项目总投资	7,191.05	100.00%

（三）研发中心升级项目

1、项目概况

本项目根据公司研发现状对研发中心升级扩建，公司目前研发体系和研发及检测设备不足以满足公司近年来业务规模快速增长的需求，同时研发高端人才不足，制约了公司进一步发展。本项目旨在完善研发体系、招揽优秀的研发技术人员和引进先进的研发检测设备，开展行业前沿的技术课题研发和定制化产品试制。本项目实施完成后将进一步提升公司的研发能力和自主创新能力，攻坚前沿技术领域的同时完善公司产品线、布局未来定制化市场，以扩大公司在定制化等高端产品领域的优势、巩固公司行业地位。

2、项目必要性

（1）完善公司研发体系，增强自主研发能力

随着宠物食品行业爆发式增长，消费者对宠物食品的种类和质量提出更高的要求，促使宠物食品不断更新升级，中高端产品备受市场青睐。

公司目前产品覆盖宠物主粮、零食和保健品领域，已形成较完整的产品体系，可满足不同客户的需求。随着行业内对研发的重视程度提升，未来大量新产品、新技术将涌现，中高端宠物食品市场竞争将愈发激烈。为了在激烈的市场竞争中取胜，公司需要不断改良和升级现有技术，优化现有产品，同时开发新技术，布局未来潜力产品。

本项目拟利用公司已有的研发成果及研发项目实施经验，优化研发硬件环境，引进高级技术人员和购置国内外先进的研发和检测设备。项目实施后，将完善公

司研发体系，为公司储备科技人才，增强公司自主研发能力，以巩固公司优势地位。

（2）加强基础研究，提高产品竞争力

公司内销业务的自有品牌产品主要定位于国内中高端市场，由于国外宠物行业发展较早，在基础研究及工艺技术上处于领先地位，国内公司与国外公司在此方面仍有较大差距。为实现公司未来战略规划，公司需要加强犬猫基础研究，提高工艺技术水平，打造差异化产品，提升产品竞争力。

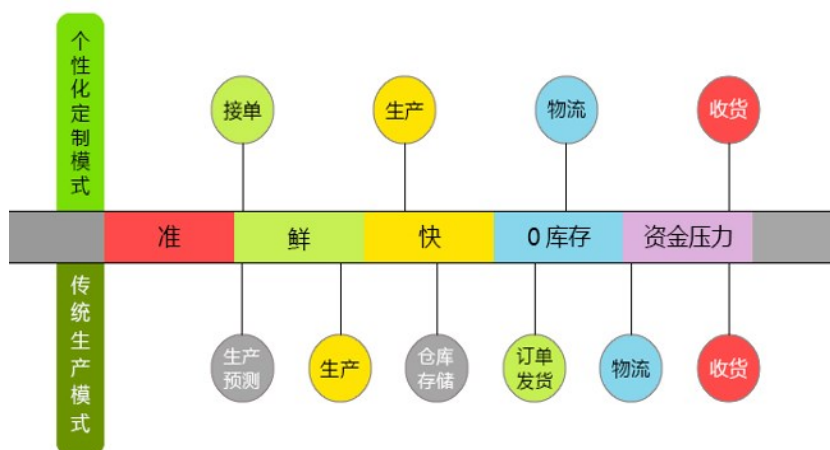
公司成立了宠物营养研究中心，根据犬猫在各生长阶段对各种营养物质需求进行研究，使产品营养预测更加精准；成立宠物健康护理研究中心，进行犬猫生理学、医疗保健研究，提供高质量的营养健康服务；成立宠物训练研究中心，对犬猫行为学、运动学进行研究，以缩短与国外在宠物基础研究水平上的差距。本项目实施后，有利于公司基础研究平台的建设，充分挖掘产学研合作、国内外合作的可能性，一方面能够在现有技术的基础上发掘更具潜力的研究方向，为公司提供技术储备，另一方面通过对核心技术的研发投入，提升核心技术在产品上的应用转化。本项目可有效提升公司产品的适口性及营养价值、增强产品的核心竞争力，为公司未来可持续发展提供技术支持。

（3）优化产品结构，布局全品类定制化产品

在国外成熟市场，宠物食品行业的发展呈“普通-高端-定制化”趋势。宠物食品的种类已扩展到满足各类需求的功能性宠物食品，如有针对性的定制化宠物食品、宠物保健品及处方粮等。由于宠物的营养需求和人类差异较大，需根据宠物的生活习惯采取科学合理的饲养方式。定制化食品可根据不同种类宠物自身的营养需求研发制作，其营养性、针对性较强，同时可最大程度地满足用户需求、提高用户的忠诚度，并且因定制化与智能制造相结合可柔性化生产，降低成本、减少库存。

国外宠物食品行业起步较早，相关技术、人才储备成熟，已较早地开发宠物食品定制化服务，国内市场定制化也将成为必然趋势。目前国内已有的宠物食品公司大多专注于传统的宠物主粮及零食生产，公司是少数较早布局定制化产品市场的公司之一。

公司“个性化定制模式”与“传统模式”流程的比较



本项目将建立定制化产品试制中心，丰富定制化产品种类，研发更能满足消费者需求的处方产品以及更具营养的功能性宠物食品。对定制化产品试制中心的投入有助于形成从核心技术到产品应用功效性、多样性相结合的研发、生产、销售体系。加大与行业内专家及研究机构的合作力度，通过大数据分析、市场表现及时调整研发方向，在公司已有定制化主粮的基础上，逐步拓展犬用/猫用主粮、宠物零食等其他食品品类的定制化产品开发。同时组建更专业的营养专家及兽医团队，强化个性化定制平台的服务功能，实现为用户提供集食品、用品、保健医疗等领域的一站式个性化定制服务。

本项目的实施，将有效丰富公司定制化产品品类，并在个性化定制服务方面进行拓展；有助于公司布局全品类定制化产品，抢占市场份额；同时可提升品牌形象，增加品牌附加值，从而提升公司的品牌竞争力。

(4) 提升公司检测能力，提高产品质量

公司目前建立中心实验室，拥有美国 Waters 液质联用仪、美国安捷伦气质联用相色谱仪、美国赛默飞 ICP-MS 重金属检测原子吸收光谱仪等国际高端检测设备，按标准对宠物食品的原辅料、半成品和成品进行理化、微生物、抗生素残留、农残和重金属的检测，确保产品符合国际标准要求。

目前，国内公司对宠物食品适口性和营养性的精准把握程度、宠物食品的产品质量均有提升空间。基于上述考虑，公司需加大投入建设研发中心实验室，加强对产品质量的控制，包括完善犬猫生理生化基础研究检测体系以及研发过程中产品性能的测试体系。

本项目将引进更先进的检测设备，完善研发及生产全过程检测项目和检测标准，有利于精准分析宠物全生命阶段对产品营养的需求，满足推动产品质量全面优化升级需要。

3、项目可行性

（1）公司持续的研发投入为本项目提供基础

公司重视对研发的持续投入、通过引进人才、加强产学研合作和国际交流不断提升研发实力。

研发资金方面，近年来公司不断加大对研发的投入力度，支持产品技术研发和犬猫基础研究建设，研发资金投入逐年提升，2020年研发投入4,405.05万元，占营业收入比例为2.19%，2021年研发投入5,936.17万元，占营业收入比例为2.31%，2022年研发投入6,784.72万元，占营业收入比例为2.00%，

研发团队方面，公司研发队伍长期稳定，研发团队能够快速挖掘市场需求，加快产品更新换代的速度，满足客户需求。

（2）丰厚的技术积累为本项目提供支撑

公司经过多年在宠物食品行业领域的探索，深入研究，目前已积累多项核心技术：鲜肉瞬时高温乳化添加技术、口腔护理类产品功能提升技术、热风干燥宠物食品质量、工艺及装备控制技术、真空冻干全价宠物食品质量、工艺及装备控制技术、EAS鲜肉全营养技术工艺及装备控制技术、宠物主食湿粮食品质量、工艺及装备控制技术等等。公司研发技术大部分已实现成果转化并量产。随着研发相关规章制度的完善和研发团队的壮大，公司的研发水平不断提高，获得了更多的专利和非专利技术。

公司丰厚的技术积累和研发经验不仅能够为本项目的实施提供支撑，也是公司产品质量和技术水平提升的前提条件，为公司未来业务的进一步扩张奠定良好的基础。

（3）完善的研发管理模式为本项目提供保障

完善的研发管理模式为公司持续研发提供制度保障，有利于增强团队创新能

力，提升研发效率。公司制定并完善《产品设计和开发控制程序》《研发与开发管理制度》《研发中心实验室管理制度》和《研发中心工作绩效考核激励制度》等一系列规章制度。公司以市场为导向，积极开发和利用新技术，实现产品不断创新。公司将工作目标和任务数量化、具体化、制度化、规范化，规范研发业务的立项、过程管理、成果验收、研究成果的开发和保护等关键控制环节，有效降低研发风险、保证研发质量，提高研发工作的效率和效益。

公司在长期研发实践中已形成规范地从技术研发到产品化的业务流程。从研发项目的提出和评审，到产品的设计、产品试制，到最终的产品定型、产品投产，公司均已制定完整的工作流程和评审规范。公司成熟的管理制度和规范的业务流程为研发中心的高效运作提供了有力的制度保障。

公司考核激励制度明确要求始终坚持自主创新，不断探索完善自主创新投入体系、考核体系和创新激励政策，从日常工作、新产品开发、技术创新、专利申请等多个指标进行业绩考核；同时公司拥有较宽松和自由的技术氛围，鼓励和支持科研人员的科研探索，良好的激励制度激发研发人员的创新能力。公司亦经常组织对研发人员的培训，为员工提供各种机会学习专业知识，探讨实践先进的技术、产品和理念，形成了良好的学习型研发氛围。

（4）公司在定制化产品方面的经验，助力本项目顺利实施

公司通过与定制化互联网技术团队、MES 实施商紧密合作，公司定制化生产已实现产品的模块化定制、生产的柔性制造，实现了用户个性化的需求与智能化生产相结合。公司通过整合多年在宠物领域的技术研发优势，整理出一套能满足不同犬种猫种、不同生理期、不同营养需求的方案。通过技术研发、生产线智能改造、个性化定制平台的不断再造与优化，公司已实现犬粮、猫粮的定制化生产，完成了“客户直连车间，车间直连舌尖”的转型升级。

通过个性化定制平台，客户可以根据品种、生理期、功效、口味、包装规格、饲喂量建议、个性设计等定制元素，选择不同的产品参数。目前公司整个个性化定制平台开放的定制组合多元分类精细，再结合个性化标签(外包装)的唯一性，使整个定制的最终产品可以实现“唯一、专属”。公司在定制化生产方面积累的丰富经验，为本项目的实施奠定了基础。

4、项目建设方案

(1) 项目投资概算

本项目投资预算总额为人民币 3,060.48 万元，具体投资构成如下表：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
一	建设投资	1,845.38	60.30%
1	工程费用	1,740.92	56.88%
1.1	建筑工程费	352.81	11.53%
1.2	设备购置及安装	1,298.12	42.42%
1.3	生物资产购置费	90.00	2.94%
2	预备费	104.46	3.41%
二	铺底流动资金	1,215.10	39.70%
1	研发费用	400.00	13.07%
2	研发人才引进费用	815.10	26.63%
三	项目总投资	3,060.48	100.00%

(2) 项目研发成果目标

研发中心升级完成以后，公司将重点进行以下几个方面课题和新产品的研究：

序号	研发课题	课题描述	课题目标	研发周期
1	全价冻干犬粮	冻干产品特殊的空隙结构有利于消化吸收，根据犬的饮食结构和营养需求设计开发新品	开发出可作主食、营养全面的全价冻干犬粮	24 个月
2	猫泌尿系统保健罐头开发	结合罐头适口性好、高效补水的特性，缓解猫不爱喝水的问题；通过调整罐头的营养结构，研发适合患泌尿道疾病的猫的食品，起到对泌尿道疾病辅助治疗的作用	开发出适口性好、利于缓解猫泌尿道疾病症状的猫用罐头产品	24 个月
3	犬泌尿系统保健罐头开发	结合罐头适口性好、高效补水的特性，缓解犬的泌尿道疾病症状；通过调整罐头的营养结构，研发适合患泌尿道疾病的犬的食品，起到对泌尿道疾病辅助治疗的作用	开发出适口性好、利于缓解犬泌尿道疾病症状的犬用罐头产品	24 个月
4	一种含蛋粉宠物食品的开发	鸡蛋营养丰富，氨基酸含量均衡，生物效价高，富含蛋黄卵磷脂；根据研究发现，蛋粉中的免疫球蛋白可以降低猫唾液中的过敏原，从而降低宠物主人因接触猫咪唾液而造成的过敏	利用蛋粉开发低敏类宠物食品和改善毛发的宠物食品	24 个月
5	一种含磷虾粉宠物食品	磷虾粉富含欧米伽 3 脂肪酸（DHA 和	利用磷虾粉开发	24 个月

序号	研发课题	课题描述	课题目标	研发周期
	品的开发	EPA), 强效抗氧化剂虾青素和优质蛋白, 磷虾粉中的欧米伽 3 脂肪酸是磷脂型, 磷脂是构成细胞膜的组成成分, 磷脂型的欧米伽 3 脂肪酸比鱼油中的欧米伽 3 更容易与细胞、组织和器官进行结合, 在宠物体内发挥作用	出利于关节保护、大脑发育和皮肤保护的宠物食品	
6	一种含昆虫蛋白宠物主粮的开发	昆虫具有食物转化率高、繁殖生长速度快、蛋白质含量高、用途广和便于工业化生产的特点, 被认为是目前最具开发潜力的动物蛋白原; 目前昆虫蛋白已经替代鱼粉在饲料行业进行了应用, 有助于提高饲料利用率和经济效益, 利用昆虫产生抗菌肽以改善宠物肠道菌群	利用昆虫蛋白替代部分蛋白原料, 开发出有助于增强免疫、改善肠道菌群的宠物食品	24 个月
7	一种含溶菌酶的宠物主粮的开发	溶菌酶是一种具有抗菌、抗病毒、增强机体免疫力等生物学功能的酶制剂, 具有无毒、无害、化学性质稳定、安全性高等特点, 能有效抑制细菌、病毒繁殖, 能有效缓解炎症反应, 作为免疫调节剂抑制肿瘤细胞的生长	利用溶菌酶开发具有肠道护理、增强免疫等功能的宠物食品	24 个月
8	仿真宠物食品的研究开发	兼顾宠主心理需求和宠物营养需求, 模仿人类饮食, 开发新型宠物食品	开发仿真系列宠物食品	24 个月
9	“清洁标签”类宠物食品的研究开发	减少宠物食品中添加剂成分, 使用天然、无添加宠物食品将是未来发展趋势	开发“清洁标签”系列宠物食品	24 个月
10	特定用途宠物食品的研究开发	根据宠物习性和生理特点, 开发一系列用于安抚、训练和奖励宠物的宠物零食	开发特定用途的宠物食品	24 个月
11	肉类原料与植物咬胶组合新产品研究开发	利用内部添加、外部组合等方式增加植物咬胶中肉类占比, 并通过新的组合方式增加产品新颖程度	开发咬胶组合新产品	24 个月
12	非动物蛋白原料的应用	研究非动物蛋白原料的功能, 并在产品设计中应用	开发低过敏原蛋白配方	24 个月
13	功能性提取物在宠物食品中的应用	将功能性原料运用到宠物食品中, 以提高宠物的健康水平	开发特殊原料配方	24 个月
14	抗氧化剂抗氧化特点及其协同效应的应用	国内缺乏原料氧化前后对宠物健康影响的基础研究	基础理论研究确保产品品质及货架期稳定	24 个月
15	研究泌尿系统的生理特性和营养代谢病以及功能性物质有效量的添加	国内缺乏有效的基础理论研究数据	开发处方粮系列产品	24 个月
16	研究肾脏的生理特性和营养代谢病以及功能性物质有效量的添加	国内缺乏有效的基础理论研究数据	开发处方粮系列产品	24 个月
17	研究肝脏的生理特性	国内缺乏有效的基础理论研究数据	开发处方粮系列	24 个月

序号	研发课题	课题描述	课题目标	研发周期
	和营养代谢病以及功能性物质有效量的添加		产品	
18	研究胰腺的生理特性和营养代谢病以及功能性物质有效量的添加	国内缺乏有效的基础理论研究数据	开发处方粮系列产品	24个月
19	研究骨关节的生理特性和营养代谢病以及功能性物质有效量的添加	结合犬猫关节特点及运动量。添加特定的保护关节营养物，维护犬猫关节健康。	开发功能粮系列产品。	24个月
20	研究开发口腔功能性物质对牙菌斑/牙结石/口臭的效果及有效添加量	通过研究犬猫口腔及牙齿特点，运用膨化颗粒及功效物质添加技术，起到减轻或治疗的效果。	开发功能粮系列产品。	24个月
21	研究纯种犬猫繁育、产品对于繁育的影响、犬猫繁育知识科普	国内缺乏有效的基础理论研究数据。	开发功能粮系列产品。	24个月
22	开发肠道护理功能性物质及其添加量的研究	通过研究犬猫肠道及消化特点，运用原料颗粒粒径控制，膨化参数调整及功效物质添加技术，提高产品消化率保护肠道效果。	开发功能粮系列产品。	24个月
23	研究开发皮肤、毛发功能性物质及其添加量	通过研究不同品种犬猫皮肤特点，添加功效物质及微量元素，达到美毛护肤的效果。	开发功能粮系列产品。	24个月
24	研究繁殖障碍病、营养代谢病以及功能性物质有效量的添加	国内缺乏有效的基础理论研究数据。	开发功能粮系列产品。	24个月
25	犬猫中老年常见慢性疾病营养解决方案	宠物进入中老年期后，会出现许多慢性病，天然的功能性产品市场潜力巨大。	开发中老年犬猫的护理产品。	24个月
26	低温烘焙全价犬猫粮	相较于膨化主粮，低温烘焙产品不易氧化、品质更加稳定，有利于犬猫健康。	开发犬猫全系低温制粒产品。	24个月
27	降低口腔、粪便异味的犬猫粮	通过添加不同种类蛋白质及功能性提取物，达到提高消化吸收率、降低异味的效果。	开发特殊功能原料产品线。	24个月
28	吡啶-3-甲醇对猫淋巴瘤治疗作用	国内缺乏原料对宠物健康的基础研究。	基于基础理论研究进行配方优化。	24个月
29	胶体对宠物健康的影响	国内缺乏原料对宠物健康的基础研究。	基于基础理论研究进行配方优化。	24个月

(3) 主要能源供应

本项目动力能源主要包括电力、蒸汽、水等，均由生产所在地能源供应商提

供，供应渠道稳定。

（四）信息化升级建设项目

1、项目概况

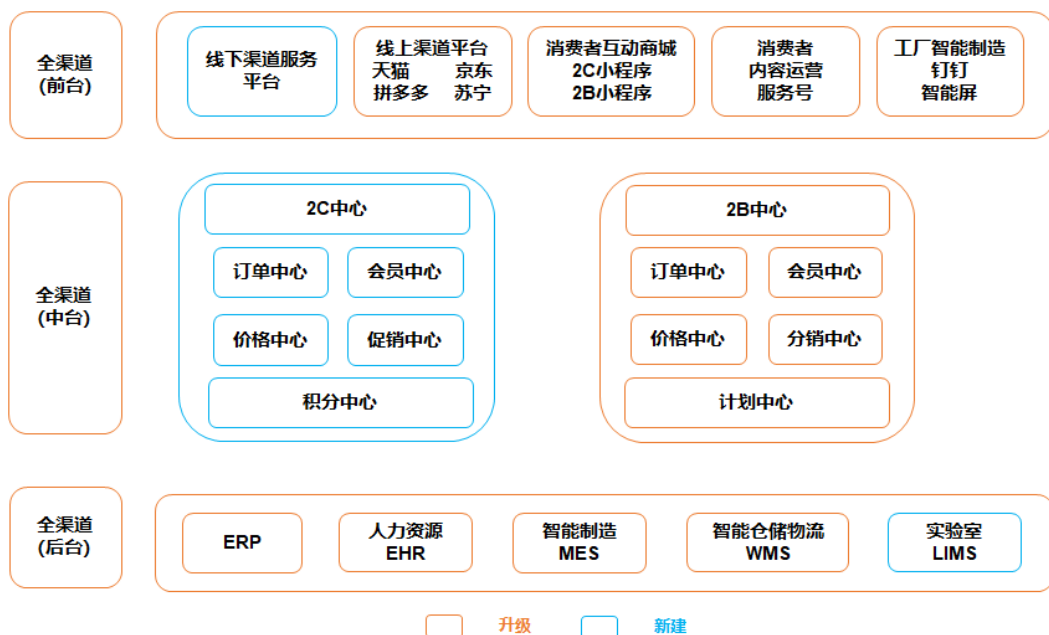
信息化建设是促进公司发展、提高公司管理水平和竞争力的一个重要手段，也是衡量公司现代化管理水平的重要标志。推动实现财务、供应链、客户管理、研发、营销、数据管理等方面的信息化，有利于全方面提升公司的核心竞争力。近年来，凭借持续的产品创新能力、优质的产品质量、良好的客户体验、完善的制造服务体系和广泛的营销网络，公司实现了整体规模的快速发展。目前公司已建成以 ERP 为基础，集合 OA、CRM、BI 等功能性系统的管理信息系统，但随着公司经营规模的不断扩大，现有信息系统已无法满足发展需要。

本项目将对现有的信息系统进行集中化升级、新建全渠道消费者运营平台、供应链一体化服务平台和大数据分析及预警平台，构建其内部管控和外部服务的信息化体系，利用大数据等先进技术，在公司的产品营销、供应链管理、项目管理、经营决策、业务支撑等方面构造信息化体系架构，达到合理建设、高效工作、精准管理、科学决策的目标。

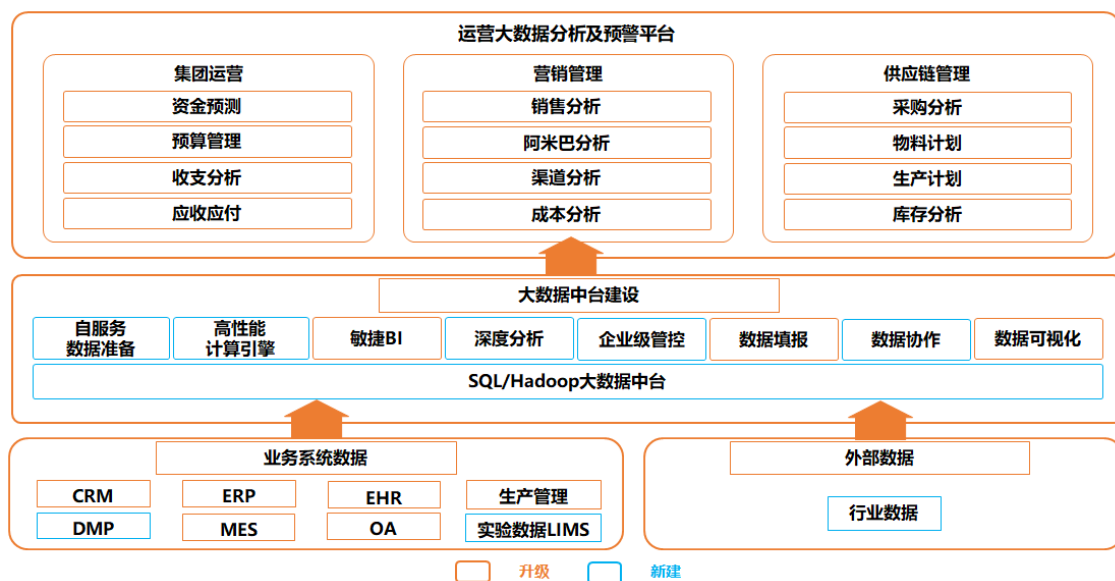
本项目建成后将实现公司所有系统数据的互联互通，将多种数据源整合建设供应链一体化服务平台，提升资源利用效率，提升响应速度；本项目将新建全渠道消费者运营平台的建设，结合当下电商快速发展的需要，进而形成支撑公司一体化运营管理的信息交互体系；本项目将基于数据共通的信息系统，建设可实现数据采集、分析的大大数据分析及预警平台，快速适应市场变化，提升公司整体运营、营销和服务的效率和效益。

本项目由发行人直接进行实施。项目总体功能架构如下：

① 全渠道消费者运营平台、供应链一体化服务平台



② 大数据分析及预警平台



2、项目必要性

(1) 加强线上平台建设，顺应行业数字化趋势

国外品牌线下传统销售渠道较为成熟，拥有专业的上下游供应链管理以及稳定销售渠道。相比之下，国内品牌在传统渠道方面处于劣势地位。但随着互联网电商的迅速发展，线上渠道增速快，为国内品牌提供了机会。加强建设线上运营平台是顺应行业发展的必然举措。2019 年线上电商渠道的自有品牌的销售占比已经超过 50%，未来线上渠道销售规模将超过线下渠道，成为宠物食品行业最重

要的销售渠道之一。

本项目通过建设全渠道消费者运营平台，加强线上渠道建设，打通线上与线下营销及售后服务的各个环节。一方面，建设全渠道消费者运营平台有助于形成全方位、立体化的营销体系，利用电商平台数据中台以及自有新媒体平台，精准分析消费者人群画像，确认人群标签，有针对性地开展自媒体运营，搭建与客户全新的沟通对话机制，有效提升用户复购率和公司拓新能力，提高全渠道成交率，符合公司未来的营销战略。另一方面，通过加强对线上渠道的建设，可以弥合与国际品牌在线下渠道方面的差距，有效节省线下渠道建设费用，提高市场占有率，增强公司盈利能力。

（2）实现信息互通，增强公司运营能力

公司当前的系统建设架构不统一、成本高、数据共享困难，无法更好的实现公司资源配置。本项目将通过数字化建设，同时搭建高效运作的数字化中台及后台，更好的服务前台数字化、规模化创新，进而更好的服务用户，使企业真正做到自身能力与用户需求的持续对接，最终实现全部业务过程的自动化、透明化、移动化、精细化管理，实现生产智能化柔性化的发展目标。

另外由于公司业务的快速增长，在“双十一”等销售旺季，公司供应链管理系统，已无法应对暴增的订单需求。公司亟需升级现有供应链管理系统，建设供应链一体化服务平台，整合公司资源，提高资源透明度，提高自身响应速度，快速处理订单需求。本项目将有效联动公司的销售、生产、供应链、财务、仓储等信息系统，实现系统间的互联互通，打破信息孤岛整合业务平台，提升资源利用效率及整体运营效率，为公司生产及销售目标实现提供数字化支持。另外通过搭建匹配公司全渠道不同业务需求的支撑系统，实现线上线下全渠道全链路数据共通，为公司未来业务进一步扩张和可持续发展打下基础。

（3）建立大数据精准营销，打造国际一流品牌

随着云计算、大数据、AI、区块链等新技术的出现及成熟,智能商业时代数字经济的来临，产品的营销重点逐渐从以产品为中心逐渐演变为以用户为中心，了解消费者需求，分析消费行为进行消费预测日趋重要。

本项目通过建设大数据运营分析及预警平台，推动公司实现数字化建设和管理。近几年公司在线上平台的销售快速增长，主营业务有必要通过信息化系统实时获取用户的反馈与互动数据，对数据进行全面的管理、整理与分析，更好地构建用户挖掘、用户运营与线上线下营销的协同闭环。

本项目将有助于公司充分利用品牌优势，同步挖掘存量客户与增量客户的潜在价值，为公司生产能力的商业化变现提供保障。借助大数据对人和货的精准连接，提高投入产出比及运营效率。利用大数据构建线上消费者画像，通过对消费者行为的分析与预测，制定精准的营销策略，贴合消费者需求，提高销售转化率，提升用户体验及满意度，进而增强用户粘性，提升单个客户的价值。本项目实施后有利于提升客户服务能力，加强品牌竞争力，提高品牌溢价，实现公司打造中国宠物食品第一品牌的发展目标。

3、项目可行性分析

（1）公司具备坚实的信息化基础

公司已经上线了 ERP 等系统，在企业的财务、采购、仓储、生产、销售、物流、人力资源等方面均具备了信息化管理的基础。此外，公司具备较为灵活的信息化结构，易于重构，有利于公司实现从信息化升级到全面数字化的转型。公司经过多年的信息化建设，公司已经投入了大量的硬件设备和软件系统，为本次数字化建设奠定了坚实基础。

公司已清晰地认识到数字化系统建设对经营层面的重要性。良好的信息化系统基础让公司能明确的了解本次信息化系统升级建设的方向以及需求，能够合理地安排本次升级建设的相关工作，可预期本项目实施后的成果。

（2）公司拥有成熟的信息化管理经验

公司多年来一直重视信息化系统的建设，信息化系统持续的完善与更新，使公司在信息化系统管理方面已有较为深刻的认知并积累了相当的经验。公司经过多年的运营已拥有专业的电商运营团队及信息化系统建设团队，同时团队规模的逐年扩大需要公司具备健全良性的数字化系统来进行协同运转。因此，公司在信息化系统管理领域上形成了一套相对成熟的信息化管理理念，为本项目的实施打

下了坚实的基础。

（3）国家政策大力支持企业进行信息化建设

随着我国宏观经济发展进入新常态，信息化作为新的生产力，已经成为引领创新和驱动转型的先导力量。《“十三五”国家信息规划》中指出，2020年“数字中国”建设将取得显著成效，信息化发展水平大幅跃升，信息化能力跻身国际前列，具有国际竞争力、安全可控的信息产业生态体系基本建立；信息化全面支撑经济发展，促进经济社会均衡、包容和可持续发展，为国家治理体系和治理能力现代化提供坚实支撑。本项目符合政策导向和经济发展需要。

4、项目建设方案和投资概算

本项目投资预算总额为人民币 2,511.26 万元，具体投资构成如下表：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
一	建设投资	2,301.26	91.64%
1	工程费用	2,171.00	86.45%
1.1	设备购置费	2,171.00	86.45%
1.1.1	数据中心投入	626.00	24.93%
1.1.2	各系统平台建设投入	1,545.00	61.52%
2	预备费	130.26	5.19%
二	项目实施启动费用	210.00	8.36%
总计	项目总投资	2,511.26	100.00%

（五）补充流动资金

1、项目概况

为满足公司在快速发展过程中对流动资金的需求，进一步夯实主营业务的发展基础，拓展发展空间，同时进一步提升公司应对市场波动的抗风险能力，公司计划将 1 亿元募集资金用于补充流动资金。

本项目不涉及土地或房产使用。

2、项目必要性

(1) 行业快速发展，存在加强营销渠道建设和新产品开发的资金需求

宠物食品行业快速发展，市场竞争日益激烈，公司需投入流动资金提高新产品研发紧跟市场趋势。另一方面预计线上销售渠道未来将超过传统渠道，公司未来规划积极顺应市场潮流，重点发展线上销售，需要投入流动资金以加强线上营销推广及渠道建设。本次募集资金用于补充流动资金，符合公司所处行业的特征及公司快速发展的经营需求，将有效增加流动资金储备，增强公司经营能力，提高公司资本实力，增强公司市场竞争力，有助于公司持续经营发展，符合公司与全体股东的利益。

(2) 改善公司资本结构，提高抗风险能力

报告期内，公司实现营业收入分别为 201,303.89 万元、257,516.31 万元及 339,753.92 万元，业务规模呈快速增长趋势。随着公司生产经营规模的不断扩大，公司的偿债压力也不断增大。公司在采购、生产、销售等经营环节均需要较大的流动资金，用于支付原材料、库存商品和经营性应收项目占用的资金以及各项费用支出。

本次发行募集资金用于补充公司流动资金，有利于公司缓解发展过程中的资金瓶颈，提高公司偿债能力，降低财务杠杆与短期偿债风险；有利于公司降低财务费用，提高公司盈利水平，优化资本结构，增强公司抗风险能力；有利于公司的长期稳健与可持续性发展。

三、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

本次募集资金投资项目与公司现有的主营业务紧密相关，募集资金项目顺利实施后，将进一步扩大公司的业务规模，有利于提升公司产品的市场占有率，提升品牌知名度和影响力，强化公司的核心竞争力，提高公司的盈利水平。募集资金投资项目的实施将对本公司的财务状况和经营成果产生积极影响。

(一) 对公司财务状况的影响

本次发行募集资金到位后，公司总资产、净资产和每股净资产都将增长，将

进一步壮大公司的整体实力。同时短期内公司的资产负债率将进一步下降，有利于提高公司的债务融资能力，优化公司的资本结构，抗风险能力将显著提高。

（二）对公司盈利能力的影响

由于募集资金投资项目存在一定的建设期，在短期内难以完全产生效益，短期内公司的净资产收益率将因净资产和建设项目的折旧摊销费用增加而被摊薄。但从中长期看，本期募集资金投资项目符合行业的发展趋势和公司的自身发展规划。随着各个项目的逐步投产，公司的产能将进一步提升，产品结构将得到优化，有利于提升公司的持续盈利能力和市场竞争能力。公司的净资产收益率将会稳步提升，盈利能力将有所提高。

（三）对公司竞争力的影响

本次募集资金投资项目紧密围绕公司的核心业务。项目顺利实施后，将进一步扩大公司的业务规模，优化公司的产品结构，提升仓储物流运营能力，提升公司的研发实力和信息化管理水平。根据测算“宠物食品生产基地扩产建设项目”将为公司带来良好的经济效益，提升公司的生产能力，突破产能瓶颈。其他三个项目虽不能带来直接收入，但长期来看可以提升公司的自主创新能力、增强公司的市场竞争力和持续发展能力，同时更好的满足客户需求，公司的品牌形象和知名度也将进一步提高。

(本页无正文，为《乖宝宠物食品集团股份有限公司关于募集资金具体运用情况的说明》之盖章页)

乖宝宠物食品集团股份有限公司
2023年7月27日

