

证券代码：920419

证券简称：路斯股份

公告编号：2026-036

山东路斯宠物食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、 投资者关系活动类别

- 特定对象调研
- 业绩说明会
- 媒体采访
- 现场参观
- 新闻发布会
- 分析师会议
- 路演活动
- 其他

二、 投资者关系活动情况

(一) 活动时间：2026年5月18日（星期一）15:00-17:00

(二) 活动地点：

价值在线（<https://eseb.cn/1xXyVqPEwY8>）

(三) 参会单位及人员：

通过网络方式参加2025年年度报告业绩说明会的投资者

(四) 上市公司接待人员：

公司董事、总经理：孙洪学先生

公司董事、副总经理：寇兴刚先生

公司董事会秘书：李中文先生

公司财务总监：李永峰先生

公司保荐代表人：彭国峻先生

三、 投资者关系活动主要内容

公司就投资者关心的问题进行了回复，主要问题及回复如下：

问题 1：请问公司在提高品牌力方面有什么计划？

回答：公司已针对相关问题制定了改进计划，具体包括：一是在品牌建设方面，公司将持续强化“宠爱、有趣”的品牌核心理念，传递“安全、健康、科学”的品牌价值观，加大品牌宣传投入，通过专业内容营销、科普教育等方式传递品牌价值与科学养宠理念，同时加强品牌口碑管理，提升用户满意度与复购率，以优质产品与服务塑造良好品牌口碑。二是公司 2025 年推出了主打高性价比的“妙冠”品牌，“路斯”品牌将持续通过研发创新逐步向高附加值产品系列迭代升级，双品牌战略将进一步丰富公司的产品矩阵，增强对不同细分市场的精准开发和多元覆盖能力。三是在产品研发与市场拓展方面，公司将坚持创新引领，聚焦宠物生理营养需求与市场趋势，持续加大研发投入，打造差异化、功能化、高端化产品矩阵，2026 年将重点布局功能型主粮与零食，持续优化产品结构，提升高端产品、高毛利产品的占比。四是优化线上主流电商店铺运营，加强直播电商、内容电商布局，完善线下分销商区域布局，持续拓展宠物门店、商超等渠道，同时加强私域运营，进一步扩大国内市场的覆盖范围与品牌声量。

问题 2：新品牌“妙冠”推出后市场反馈怎么样？

回答：公司新品牌妙冠 2025 年 4 月推出，现阶段仅布局线上渠道，目前已完成天猫、京东、拼多多主流电商平台店铺的搭建运营。目前新品牌销售费用投入较低，主要依托路斯主品牌积淀的客流实现自然引流转化。2025 年度该品牌营收规模 1,110.55 万元，初期运营成效良好。

问题 3：柬埔寨二期进展情况？

回答：目前公司柬埔寨二期年产 7500 吨宠物食品项目整体建设工作稳步推进。现阶段项目生产车间、辐照车间以及研发中心土建工程均已全部建设完工。其中辐照相关设备已完成安装调试工作，现已正式投入使用；项目所需各类研发

配套设施也已全部采购配置到位。当前项目正推进生产类设备的采购落地工作，后续设备到位后将有序开展设备安装调试，推动项目早日实现投产达产。

问题 4：请问公司对国内的品牌建设和消费者认知提升上有什么规划？

回答：公司将持续加大品牌宣传投入，通过专业内容营销、科普教育等多种方式，传递品牌价值与科学养宠理念，让消费者更清晰感知品牌定位与品牌优势。同时公司会继续优化线上布局，优化线上主流电商店铺运营，加强直播电商、内容电商布局，完善线下分销商区域布局，拓展宠物门店、宠物医院、商超渠道，同时加强私域运营，多渠道触达消费者，提升品牌曝光度和消费者认知。另外，公司继续加强品牌口碑管理，重视消费者体验，着力提升用户满意度与复购率，依靠优质产品与服务积累良好的品牌口碑，进一步深化消费者对品牌的认可度。

问题 5：线上和线下的渠道布局，公司未来会更侧重哪一边？

回答：公司目前同步布局线上、线下渠道，市场费用投放优先侧重线上渠道，依托线上平台持续夯实销量基本盘，同时也会持续完善线下渠道，并加强私域运营。后续公司会根据市场发展情况合理调配费用资源。

问题 6：肉干产品的毛利率还有提升空间吗？

回答：公司肉干产品的毛利率预计存在提升空间。2025 年公司肉干产品毛利率有所下滑，主要因素包括：一是柬埔寨生产基地处于运营初期阶段，肉干产品毛利率偏低；二是公司肉干产品主要以出口为主，受人民币升值影响，外销毛利率受到一定影响。现阶段来看，汇率后续走势存在不确定性，其带来的影响较难预判，但随着柬埔寨基地生产运营逐步步入正轨，产能利用率、生产管控及生产成本预计会持续优化，从而改善肉干产品毛利率水平。具体情况以公司后续披露的定期报告为准。

问题 7：海外业务的整体情况怎么样？未来会拓展更多国家或地区吗？

回答：2025 年公司外销收入 54,437.79 万元，占营业收入的 63.38%。出口国家主要集中在欧洲、俄罗斯、日本、韩国等地区。未来公司将继续巩固欧洲、俄罗斯等传统优势市场，攻关美国最大市场，拓展东南亚、拉美、中东等新兴市场。依托柬埔寨生产基地，加强海外团队建设，实现本土化生产及运营，降低关税成

本，提升市场响应速度。

问题 8：罐头和洁牙骨产品增长较快，公司对这些品类有什么打算？

回答：目前，公司罐头产品境外市场增长明显，公司针对性加大了适配海外市场的罐头产品的研发投入，并同步增加了罐头产能，以此承接海外市场的订单需求。洁齿骨产品当前收入仍然较少，后续公司会持续丰富优化洁齿骨产品，积极拓展海内外销售市场，逐步提升该品类市场渗透率与营收规模，挖掘品类后续增长潜力。

问题 9：柬埔寨工厂目前运营得怎么样？

回答：目前，柬埔寨工厂一期年产 3000 吨宠物食品项目已投入使用，二期年产 7500 吨宠物食品项目整体建设工作稳步推进。2025 年一期项目产能利用率稳步提升，该项目主要面向美国市场开展业务，目前业务拓展较为顺利，但受产能利用率偏低影响，2025 年度该子公司经营业绩处于亏损状态。2026 年公司将持续加强柬埔寨生产基地的团队建设，推进本土化生产及运营，提升市场响应速度。此外，为提高柬埔寨生产基地原料采购效率，保障生产经营需要，2026 年 3 月柬埔寨子公司已在国内设立全资子公司作为采购平台开展相关业务。

山东路斯宠物食品股份有限公司

董事会

2026 年 5 月 19 日