



# 2025 年度

## 环境、社会和公司治理 (ESG) 报告 ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG) REPORT

温州源飞宠物玩具制品股份有限公司

关爱宠物 创造美好



温州源飞宠物玩具制品股份有限公司

地址：浙江省平阳县水头镇标准园区宠乐路1号

邮箱：zhangxuan@wzyuanfei.com

电话：0577-63870169

官网：<https://www.wzyuanfei.com>

股票代码：001222

# 目录

关于本报告	01
ESG致辞	03
走进源飞宠物	05
公司介绍	05
产业布局	06
企业文化	06
发展历程	07
荣誉与认可	09
2025年可持续发展亮点绩效	11

可持续发展治理	13
可持续发展理念	15
可持续发展治理	15
可持续发展风险管理	16
可持续发展培训	16
利益相关方沟通	17
重要性议题管理	18

01	健全治理机制 护航稳健经营	19
	党建引领	21
	规范治理	21
	投资者关系管理与股东权益	24
	风险管理与内部控制	25
	商业道德	27

02	深耕环保实践 共筑人宠家园	29
	应对气候变化	31
	环境合规管理	34
	资源利用	40
	生态系统和生物多样性保护	44

03	聚焦宠物产业 赋能全链共赢	45
	创新驱动	47
	产品安全与质量	50
	客户服务保障	60
	数据安全与客户隐私保护	63
	负责任供应链	65

04	守护职场幸福 践行社会责任	71
	员工权益保障	73
	职业健康与安全	80
	社会贡献与乡村振兴	86
	响应国家战略	87

未来展望	91
附录	93
指标索引	93
意见反馈表	95



## 关于本报告

本报告是温州源飞宠物玩具制品股份有限公司（以下简称“源飞宠物”或“公司”）发布的首份环境、社会和公司治理（ESG）报告（以下简称“本报告”）。本报告依据客观、规范、透明和全面的原则，详细披露了公司2025年度环境、社会和公司治理的实践及绩效。



## 报告范围

本报告以“源飞宠物”为主体，包括下属子公司，除特别说明外，本报告范围与本公司年报范围保持一致。

## 时间范围

2025年1月1日至2025年12月31日（简称“报告期”）。为增强本报告的对比性和前瞻性，部分内容适当追溯以往年份或具有前瞻性描述。本报告的发布周期为一年一次，与财务年度保持一致。

## 编制依据

- 深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》
- 深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制》（2026年修订）
- 全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告标准（GRI Standards）》
- 中国企业改革与发展研究会《中国企业可持续发展报告指南（CASS—ESG 6.0）》
- 中国财政部《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》

## 数据说明

报告使用数据来源包括源飞宠物实际运行的原始数据、政府部门公开数据、年度财务数据、内部相关统计报表、第三方问卷调查、第三方评价访谈等。本报告的财务数据以人民币为单位，若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。



## 释义说明

释义项	释义内容
源飞宠物、公司	温州源飞宠物玩具制品股份有限公司
麻园分公司	温州源飞宠物玩具制品股份有限公司麻园分公司
杭州源飞	杭州源飞数字科技有限公司，公司全资子公司
香港飞杨	香港飞杨贸易有限公司（HONG KONG FEIYANG TRADING CO.,LIMITED），公司全资子公司
柬埔寨莱德	莱德宠物生活用品（柬埔寨）有限公司（RYDER PET SUPPLIES (CAMBODIA) CO.,LTD），公司全资子公司
柬埔寨爱淘	爱淘宠物生活用品（柬埔寨）有限公司（I TAO PET SUPPLIES (CAMBODIA) CO.,LTD），公司控股子公司
Walmart	Walmart Inc.
Petco	Petco Animal Supplies, Inc和International Pet Supplies and Distribution, Inc（Petco Animal Supplies子公司）
Target	Target Global Sourcing Ltd.
PetSmart	PetSmart Home Office Inc.
Pets at Home	Pets at Home Ltd.

## 确认及批准

本报告于2026年4月24日获公司董事会批准，并与年报同期发布。董事会承诺对报告内容进行监督，确保其不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对内容真实性、准确性和完整性负责。

## 报告获取

本报告可以在深交所网站（<https://www.szse.cn/>）查阅和下载。

## ESG致辞

过去一年，全球经济环境复杂多变，产业链加速重构，绿色发展与高质量增长成为企业发展的重要方向。在这一背景下，温州源飞宠物玩具制品股份有限公司坚持“精益求精、厚积薄发”的发展理念，将可持续发展要求融入公司战略与日常经营管理，稳步提升在环境、社会与公司治理（ESG）方面的整体表现。

**在公司治理方面**，公司严格遵循监管要求，持续完善法人治理结构，不断提升信息披露质量与投资者沟通水平，规范运作能力进一步增强。公司以“德、能、勤、创”为核心价值观，推动企业文化与合规管理相结合，为公司长期稳健发展提供支撑。

**在环境责任方面**，公司持续推进绿色发展，将节能降耗与资源高效利用落实到生产与办公各环节。通过无纸化办公、垃圾分类及节能节水管理等举措，有效降低运营过程中的资源消耗。同时，公司不断优化生产工艺与供应链结构，提升绿色制造水平，推动发展方式向更加可持续转变。

**在产业发展方面**，面对行业向品质化、专业化升级的趋势，公司坚持以产业价值创造为导向，持续夯实创新、质量与供应链基础。在研发端，围绕功能性与市场需求导向推进产品迭代，完善国内外协同研发体系；在质量端，将产品质量与食品安全作为底线，通过多项国际认证，保障产品的安全性与稳定性；在供应链端，依托“中国+东南亚”的协同布局，持续提升供应链的稳定性与韧性。

**在社会责任方面**，公司围绕“关爱宠物、创造美好”的使命，持续加强产品质量与食品安全管理体系建设，提升消费者信任。同时，公司重视员工发展与安全生产，通过系统化培训与管理机制，保障员工职业健康与安全，营造规范、有序的用工环境。

未来，随着全球宠物经济持续发展和消费结构升级，行业正加快向品质化、智能化与绿色化方向演进。公司将坚持以创新驱动为引领，以规范治理为基础，持续提升核心竞争力与可持续发展能力，稳步推进长期发展目标的实现。




# 走进源飞宠物

## 公司介绍


温州源飞宠物玩具制品股份有限公司成立于2004年，于2022年在深圳证券交易所挂牌上市（证券简称：源飞宠物；证券代码：001222）。公司在宠物行业深耕二十余年，致力于提供高品质、更健康、有助于提升人宠生活品质的产品，是国内规模较大的宠物食品及用品制造商，专注于宠物用品和宠物食品的研发、生产和销售，在宠物牵引用具领域具备优势地位。

公司的主要产品包括宠物零食、宠物牵引用具、宠物玩具、宠物干粮、宠物湿粮等产品。宠物零食作为宠物日常营养补充，主要包括畜皮咬胶系列、肉制咬胶系列和植物咬胶系列等，SKU达上千个，年升级近百款；宠物牵引用具作为宠物日常必需用品，主要包括时尚系列、基础系列、功能系列、反光系列和高强度系列等，SKU达十万余个，年开发八千余款；宠物玩具作为宠物易耗品类，包括了耐咬系列、基础系列、绳结玩具和毛绒玩具。


公司海外市场客户主要来源于美国、欧洲、日本等国家和地区的专业宠物产品连锁店、国际大型连锁零售商，如美国宠物用品零售巨头Petco和PetSmart、欧洲知名的宠物用品连锁店Pets at Home以及国际大型连锁零售商Walmart、Target等。




**2004年**  
源飞宠物成立



**001222**  
股票代码



**上千个**  
宠物零食SKU






**十万余个**  
宠物牵引用具SKU

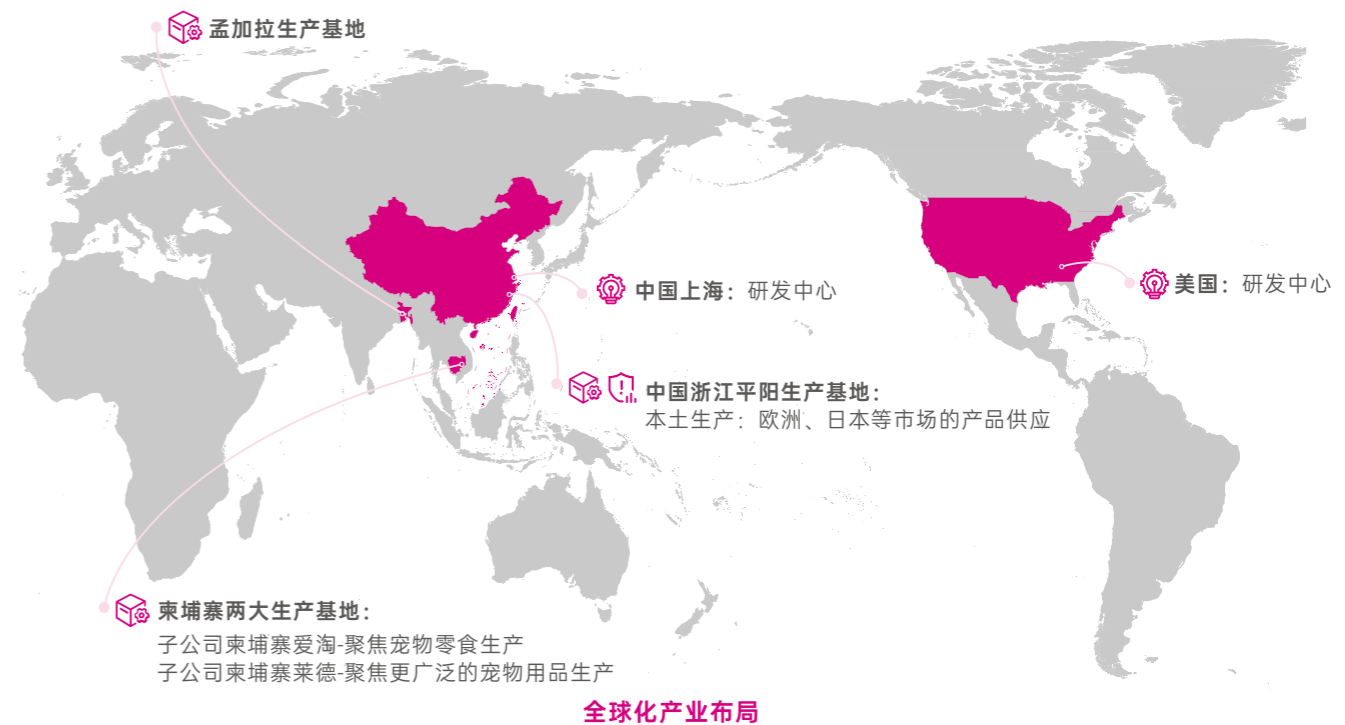


## 产业布局

源飞宠物以市场需求与宠物消费需求为导向，坚持创新驱动、全球化布局与自主品牌建设为核心战略方向，统筹国内外市场，形成全球化的研发、生产、销售体系。公司在美国及上海设立前沿研究小组和研发中心，对接国内外先进技术与行业资源；同时优化产业布局，在柬埔寨和孟加拉投资建设生产基地，强化成本控制能力，巩固制造端竞争优势，为长期国际化发展奠定基础。

自2023年起，公司加速开拓国内市场，持续推进“推广自有品牌+经销国际品牌”的双轨战略，拥有匹卡噗（PikaPoo）、KumfiComfy（库飞康飞）、Pawky House（有爪）等多个自有品牌，同时还经销雀巢、玛氏旗下的众多国际知名品牌，实现宠物用品与宠物食品的全品类覆盖。

-  **研发与设计中心：**新品开发、技术攻关、海内外市场趋势研究与消费者需求洞察
-  **规模化生产：**宠物牵引用具、零食、玩具等品类本地化供应、生产成本优化与产能备份
-  **统筹管控：**供应链全局调度、全品类质量监督、库存动态管理与物流路径协同



## 企业文化

**理念**

精益求精 厚积薄发

**使命**

关爱宠物 创造美好

**愿景**

铸就源飞百年基业 成为世界知名企业

**核心价值观**

德、能、勤、创

## 发展历程

### 2004年

- 设立温州源飞宠物玩具制品有限公司。

### 2012年

- 产品进入美国专业宠物用品连锁超市Petco。

### 2015年

- 产品进入美国大型连锁超市Walmart;
- 当选浙江省进出口宠物食品用品行业协会会长单位。

### 2014年

- 设立美国子公司，进入海外市场拓展新阶段。

### 2017年

- 荣获“浙江省首批‘品质浙货’出口领军企业”称号;
- 自主品牌“艾淘儿”获得“浙江省著名商标”称号;
- 产品进入德国大型连锁卖场Lidl。

### 2011年

- 荣获“平阳县外贸出口20强企业”称号;
- 与巴西知名潮流宠物品牌ZeeDog开展合作。

### 2018年

- 完成股份制改造;
- 设立上海子公司，专注于新产品的设计与研发;
- 被评定为“国家高新技术企业”。

### 2021年

- 麻园分公司正式投产; 通过“浙江制造”认证;
- 获评“浙江省专精特新中小企业”。

### 2023年

- 为加速国内自主品牌布局，公司设立了杭州源飞数字科技有限公司，并收购了杭州肥圆网络科技有限公司，由此确立了“自有品牌+经销国际品牌”的双轨发展战略。

### 2022年

- 在深圳证券交易所挂牌上市。

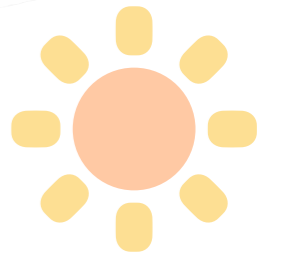
### 2019年

- 在柬埔寨成立子公司柬埔寨爱淘、柬埔寨莱德;
- 主导起草的“浙江制造”团体标准《宠物狗鞍具》发布。

### 2024年

- 获评“国家级绿色工厂”;
- 自有品牌“库飞康飞”获评“浙江出口名牌”称号;
- 申请设立莱德宠物用品(孟加拉国)有限公司。

## 荣誉与认可



2024年度浙江省  
民营跨国公司“领航企业”  
2025年1月  
浙江省商务厅

工业经济高质量发展  
三十强企业  
2025年2月  
中共平阳县委、平阳县人民政府

2024年度温州市  
农业龙头企业  
2025年4月  
温州市农业农村局、温州市自然资源和规划局  
温州市粮食和物资储备局、温州市供销合作社联合社

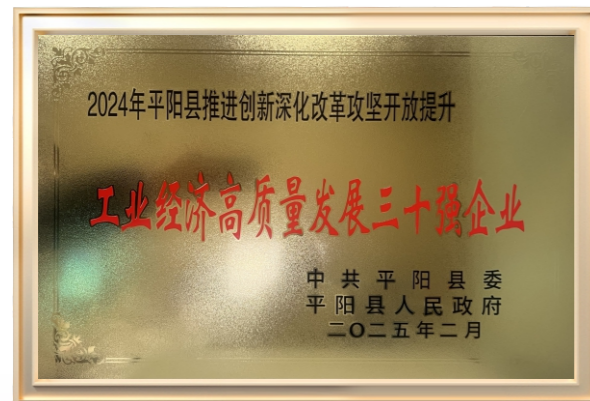
市优秀申报企业  
2025年11月  
温州市外管局

平阳县鸿雁企业  
2025年2月  
中共平阳县委、平阳县人民政府

2024年度工业  
功勋企业  
2025年2月  
中共水头镇委、水头人民政府

2025年度浙江民营跨国  
公司“领航企业”  
2025年12月  
浙江省商务厅

中国畜牧业协会宠物产业  
分会副会长单位  
2025年12月  
中国畜牧业协会宠物产业分会



## 2025年可持续发展亮点绩效

### 经济绩效

营业收入

**173,373.88** 万元

归母净利润

**11,587.42** 万元

纳税总额

**3,885.79** 万元

### 产业价值绩效

研发投入

**2,471.79** 万元

研发投入占营业收入比例

**1.43** %

研发人员总数

**108** 人

研发人员占员工总数比例

**2.35** %

新增授权专利数

**10** 项

食品安全/质量事件

**0** 起

因健康与安全原因须撤回和召回的产品数量

**0** 件

质量文化培训

**106** 场次

### 环境绩效

环保投入总金额

**25.76** 万元

环保事故

**0** 件

光伏发电

**743,300** 千瓦时

### 社会绩效

劳动合同签订率

**100** %

管理层中少数民族员工数

**27** 人

管理人员中女性人数比例

**50.23** %

公益总投入

**38.54** 万元



## 可持续发展治理

可持续发展理念

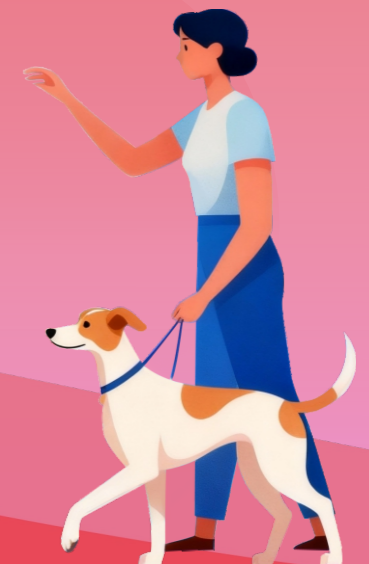
可持续发展治理

可持续发展风险管理

可持续发展培训

利益相关方沟通

重要性议题管理



## 可持续发展治理

### 可持续发展理念

公司积极贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的可持续发展理念，并融入经营发展的全过程，通过在安全生产、智能制造、科技创新、绿色环保、公司治理、人才培养等方面的努力和实践，推动企业高质量发展，在为社会贡献力量量的同时实现环境友好建设。

### 可持续发展治理

源飞宠物将ESG治理融入经营管理决策体系，制定《ESG管理制度》《社会责任管理手册》《社会责任中长期目标》等制度，构建起“决策层、管理层、执行层”三级治理架构，各层级职责明晰。公司通过董事会的战略决策领导、战略与ESG委员会的研究指导以及ESG管理委员会的具体任务落地执行，搭建起权责清晰、协同高效的闭环管理体系，实现ESG责任自上而下的精准传导与全流程监督，有效规范ESG工作的管理。

可持续治理架构		
治理主体	人员构成	职责
 董事会	董事	<ul style="list-style-type: none"> <li>审批公司ESG战略规划、计划；</li> <li>审批治理架构及重要ESG管理制度；</li> <li>审批ESG相关信息披露报告；</li> <li>审批其他ESG相关重大事项。</li> </ul>
 战略与ESG委员会	董事会成员	<ul style="list-style-type: none"> <li>对公司ESG及战略规划、预期目标、政策方针以及相关风险和机遇进行研判指导；</li> <li>对公司ESG及公司治理等相关事项开展研究、分析和评估，提出相应建议；</li> <li>审阅公司ESG报告，并向董事会汇报。</li> </ul>
 ESG管理委员会	总经理、董事会秘书 各部门及各子公司主要负责人	<ul style="list-style-type: none"> <li>负责落实公司ESG战略规划，制定公司ESG年度工作计划；</li> <li>识别评估对公司业务具有重大影响的ESG相关风险和机遇，指导ESG工作小组采取适当的应对措施；</li> <li>组织ESG相关培训工作；</li> <li>定期向战略与ESG委员会进行ESG工作及发展趋势等汇报。</li> </ul>

### 可持续发展风险管理

公司将ESG职责纳入内部控制有效性评价范围，识别并评估ESG相关风险，针对评价过程中发现的问题制定专项整改方案并跟踪落实，不断夯实ESG风险管理基础，为公司高质量可持续发展筑牢风险防线。

### 可持续发展培训

源飞宠物聚焦ESG治理能力建设，将团队专业素养提升作为推进ESG工作的重要支撑。公司特邀ESG领域外部专家，面向董事、管理层及各部门负责人等核心人员开展可持续发展培训，通过系统解读ESG政策导向与行业先进实践标准，强化参训人员的ESG认知深度，为公司ESG工作的高质量落地筑牢人才根基。



ESG报告项目启动会



ESG辅导会议



## 利益相关方沟通

公司建立信息沟通机制，通过访谈、座谈、问卷调查等多元化方式主动听取利益相关方的反馈意见与诉求，将相关建议融入ESG管理和决策流程，推动ESG工作成效持续提升。

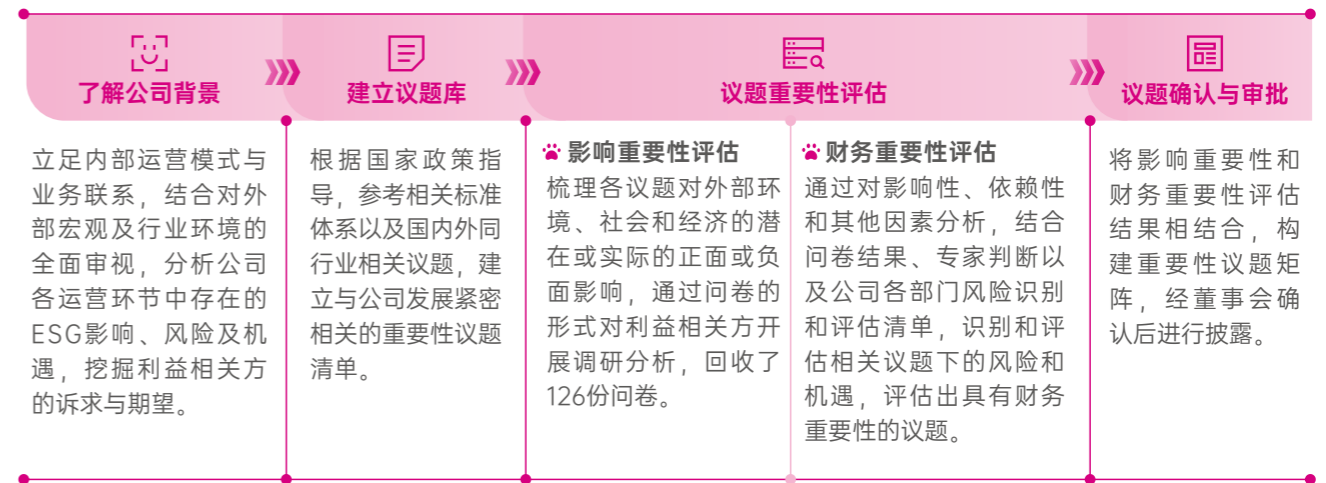
利益相关方	诉求与期望	沟通渠道	沟通回应
 政府或监管机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>诚信守法经营</li> <li>促进经济发展</li> <li>承担社会责任</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>现场访谈</li> <li>工作汇报</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>政策回应</li> <li>足额纳税</li> <li>推动行业发展</li> <li>创造就业机会</li> </ul>
 股东及投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障股东权益</li> <li>信息披露准确</li> <li>投资者关系管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>投资者热线</li> <li>股东会</li> <li>互动易</li> <li>投资者现场调研</li> <li>业绩说明会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多元化投资者沟通</li> <li>提升经营业绩</li> <li>分红派息</li> <li>信息披露及时透明</li> <li>投资者问题回应</li> <li>投资者关系维护</li> </ul>
 客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>信息安全与隐私保护</li> <li>提供优质产品服务</li> <li>保障客户合法权益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>售后服务</li> <li>公司网站及邮箱</li> <li>客户座谈</li> <li>日常运营沟通</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品质量认证</li> <li>客户满意度调查</li> <li>技术创新</li> <li>开展责任营销</li> </ul>
 供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>保持良好合作</li> <li>公开、公平采购</li> <li>互利共赢</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常沟通</li> <li>专题培训</li> <li>可持续采购</li> <li>采购政策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>依法履行合同</li> <li>积极开展项目合作</li> <li>公开、公正招标</li> <li>产业链协同发展</li> </ul>
 员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障员工权益</li> <li>健全职业发展通道</li> <li>员工关怀与福利</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>内部沟通会</li> <li>公司慰问走访</li> <li>工作评核</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完善薪酬福利体系</li> <li>开展多元化员工培训</li> <li>建立职业晋升路径</li> <li>组织各类员工活动</li> </ul>
 行业协会	<ul style="list-style-type: none"> <li>沟通渠道全面完整</li> <li>信息披露准确</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常沟通</li> <li>信息披露</li> <li>行业协会活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>积极参加协会会议</li> <li>协助开展协会活动</li> <li>参与行业标准制定</li> </ul>
 公益组织或专业机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>一带一路</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>布局海外</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>参与一带一路项目</li> <li>积极开展公益活动</li> </ul>
 专业机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>共同发展</li> <li>评级提升</li> <li>专业认证</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业论坛和研讨会</li> <li>日常专业咨询</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加行业论坛和研讨会</li> <li>加强与评级机构的沟通</li> <li>聘请第三方专业机构</li> </ul>
 媒体	<ul style="list-style-type: none"> <li>信息披露准确</li> <li>保持良好合作</li> <li>专项采访</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公众媒体平台</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>及时完整准确信息披露</li> <li>加强日常沟通</li> <li>组织联合活动</li> </ul>

## 重要性议题管理

### 评估与流程方法

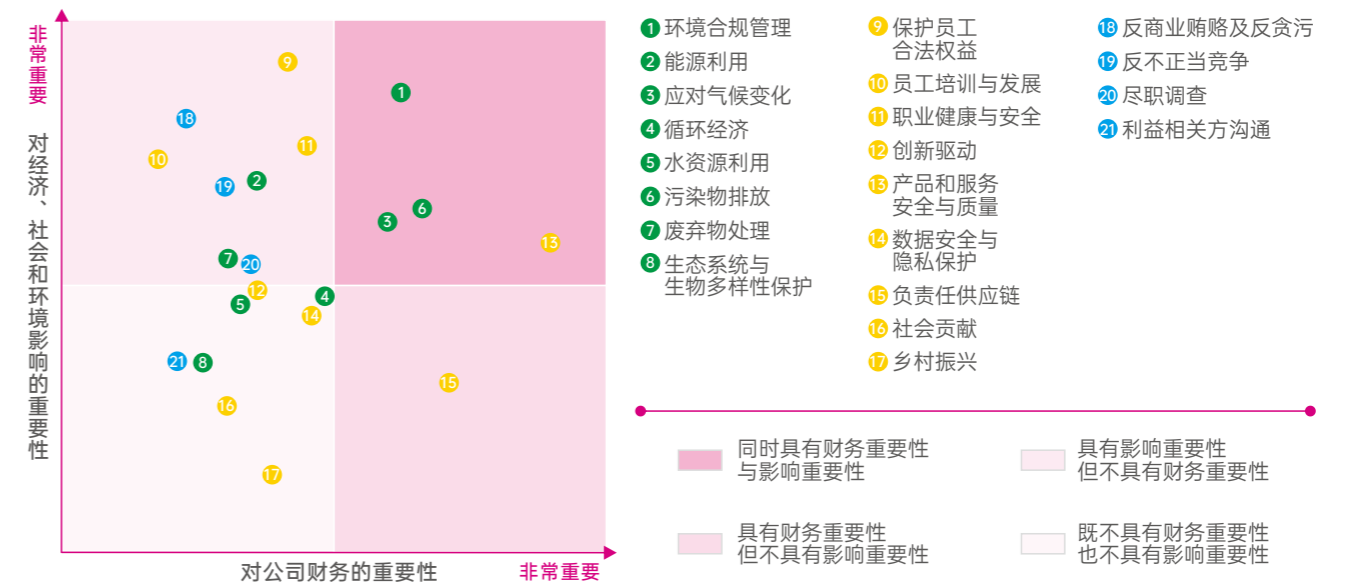
源飞宠物参考《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》《GRI3：重大主题》等国内外披露标准的评估方法，结合自身发展战略与经营特点，围绕可持续发展议题开展财务重要性和影响重要性双维度分析，最终识别出5项具有财务重要性的议题，为公司可持续发展战略制定与报告信息披露提供核心依据。

### 议题评估方法及流程



### 议题评估结果

#### 源飞宠物重要性议题矩阵



注：本报告将“污染物排放”与“环境合规管理”两个财务重要性议题的四要素内容（治理-战略-影响、风险和机遇管理-指标与目标）进行合并披露，相关内容详见“环境合规管理”章节。

# 01

## 健全治理机制 护航稳健经营

### 本章所涉及的ESG重要议题

利益相关方沟通  
反商业贿赂及反贪污  
反不正当竞争

### 本章所响应的SDGs



## 党建引领

源飞宠物始终以习近平新时代中国特色社会主义思想为行动指南，深入贯彻落实党的二十届四中全会精神，严格遵照《中国共产党章程》相关要求，将党的领导贯穿企业治理与发展全过程。公司持续优化党组织架构，完善党建工作运行机制，保障各项党建任务规范有序、高效推进。

报告期内，公司每月开展主题党日活动，抓实抓牢组织思想建设，不断强化党建引领作用，既以党建校准企业发展方向，又以企业高质量发展成效为党建提质增效注入新动能，切实构建起党建与公司发展互促共进的良好局面。



主题党日活动



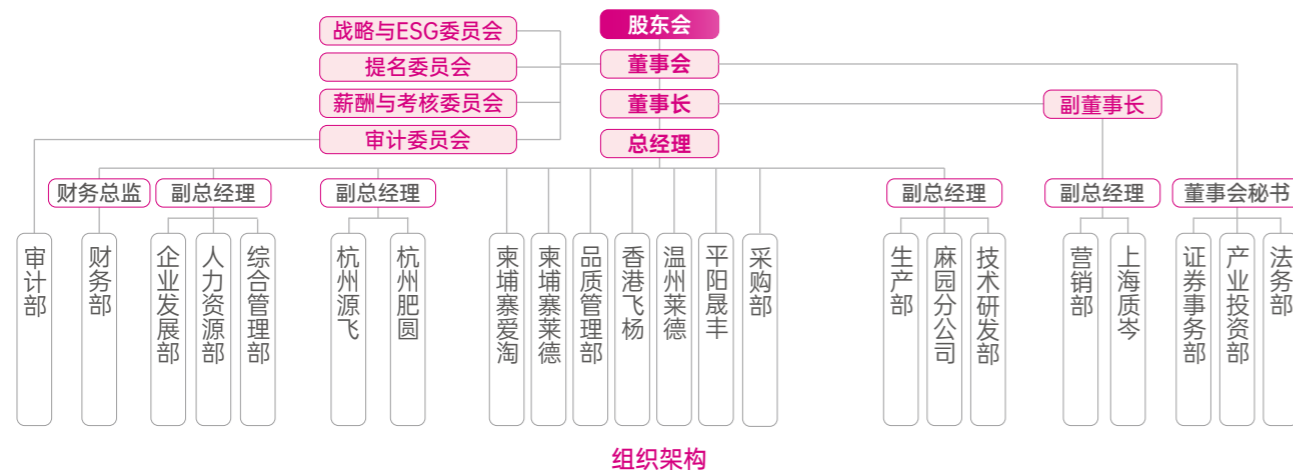
党建荣誉

## 规范治理

### 治理结构

源飞宠物严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等相关法律法规及规范性文件要求，制定《温州源飞宠物玩具制品股份有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”）及其他配套内部控制制度，建立了由股东会、董事会和管理层组成的公司治理架构，形成权责清晰、运作规范的分工与约束机制。

报告期内，公司持续完善治理结构，经股东会审议批准，取消公司监事会，明确由董事会审计委员会承担《中华人民共和国公司法》赋予监事会的职权，同步优化修订内部控制制度，进一步推动公司治理体系的规范化建设。



## 股东会

公司严格按照《上市公司股东大会规则》及《公司章程》《股东会议事规则》等规定，规范召集和召开股东会，尽可能为股东参加股东会提供便利，使其充分行使股东权利。公司平等对待所有股东，对于涉及中小投资者利益的重要事项，明确实施单独计票，并及时公开披露表决结果，切实保障中小股东的参与权与表决权。

### 关键绩效

报告期内，  
公司共召开股东会

2 次

审议通过议案

12 项

## 董事会

公司董事会向股东会负责，审议并决策公司重大经营管理事项。公司严格遵照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，界定董事会的职权范围，建立健全从会议召集、议案审议、表决执行到决议落地的全流程规范机制，充分发挥董事会的决策作用。同时公司对董事会有效性、决策科学性开展常态化评估，持续优化治理效能，强化董事履职保障与责任落实。

### 关键绩效

报告期内，  
公司共召开董事会

8 次

审议通过议案

33 项

应出席会议董事的出席率

100 %

## 董事会专门委员会

公司董事会下设战略与ESG委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，各专门委员会严格依据《公司章程》及各委员会工作细则履职，为董事会决策提供专业支撑。提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会的成员中半数以上为独立董事，且召集人均由独立董事担任。

### 董事会专门委员会职责及独立董事占比

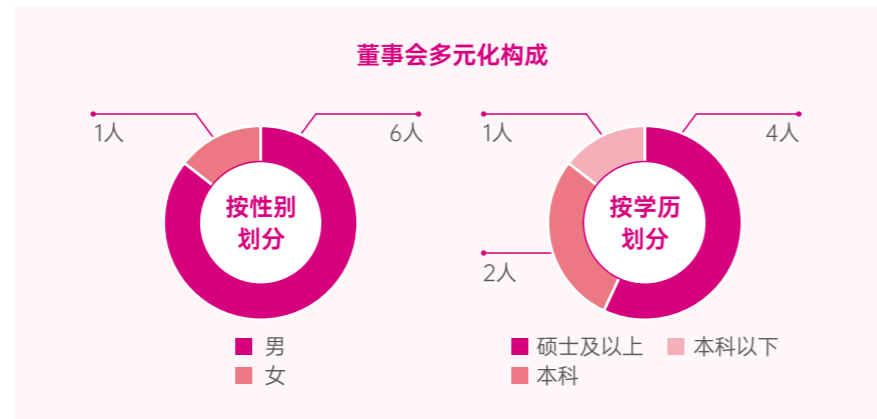
专门委员会	主要职责	独立董事占比
战略与ESG委员会	主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策、可持续发展规划和ESG工作等进行研究并提出建议。	66.67%
审计委员会	主要负责审核公司财务信息及其披露、监督及评估内外部审计工作和内部控制。	66.67%
提名委员会	主要负责研究制定董事、高级管理人员的选聘标准与程序，开展人选遴选及任职资格审核。	66.67%
薪酬与考核委员会	主要负责研究制定和审查董事及高级管理人员的薪酬政策与方案，拟定人员考核标准并组织实施考核工作。	66.67%

### 董事会专门委员会会议召开情况

关键绩效	召开次数	审议议案
战略与ESG委员会	1次	2项
审计委员会	5次	13项
提名委员会	1次	1项
薪酬与考核委员会	3次	7项

### 董事会多元化构成

公司严格按照制度与流程开展董事选聘工作，综合权衡性别、年龄、学历背景及专业经验等多元维度指标，确保选聘过程的科学性与结果的合理性，董事会成员在财务、法律、企业管理及宠物行业专业领域具有多元化背景，不同领域的专业知识和实践经验形成互补，为董事会高效决策提供支持。



### 董事会独立性

公司制定《独立董事工作制度》，明确独立董事的职责权限和履职要求，保障独立董事有效履职。独立董事积极参与公司董事会决策，对重大事项发表独立意见，发挥监督制衡作用。

截至报告期末，公司独立董事人数为3名，占董事会成员比例为42.86%；独立董事在专业背景方面覆盖会计、法律及行业领域，具备履行独立董事职责所需的专业能力和素养。

### 董高薪酬管理

公司依据相关规定制定《董事及高级管理人员薪酬管理制度》，建立了科学规范的薪酬管理机制，董事、高级管理人员薪酬发放与绩效考核结果直接挂钩，形成有效的激励与约束。报告期内，公司股东会审议通过《关于公司董事2025年度薪酬方案的议案》，董事会审议通过《关于公司高级管理人员2025年度薪酬的议案》，薪酬决策程序符合《公司章程》《薪酬与考核委员会工作细则》等相关规定，同时充分结合公司经营业绩、行业水平及个人年度绩效目标完成情况，确保薪酬管理的透明度和公正性。

#### 关键绩效

报告期内，  
公司支付董事和  
高级管理人员薪酬  
(含离任)  
**536.63** 万元

## 投资者关系管理与股东权益

### 信息披露

源飞宠物严格按照《中华人民共和国公司法》《上市公司信息披露管理办法》等法律法规，制定《信息披露管理制度》《内幕信息知情人登记备案管理制度》等规章制度，明确信息披露责任主体，规范信息披露行为，做好内幕信息保密工作，确保信息披露内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。报告期内，公司未发生信息披露违规行为。

#### 关键绩效

报告期内，  
公司对外披露定期报告  
**4** 份 (不含定期报告摘要)

对外披露临时报告  
**120** 份

### 资本市场舆情管理

为维护公司资本市场形象与投资者合法权益，公司持续强化资本市场舆情管理体系建设，制定并发布《舆情管理制度》，建立快速反应和应急处置机制，防范和化解各类舆情对公司股价、商业信誉产生的潜在风险。公司成立舆情处理工作领导小组，统一领导公司应对各类舆情的处理工作，就相关工作做出决策和部署，根据需要研究决定公司对外发布信息，确保舆情应对工作规范、高效、有序开展。

### 投资者关系管理

公司依据《投资者关系管理办法》开展投资者关系管理工作，董事会秘书统筹负责公司投资者关系管理工作，协调公司与投资者、监管机构、证券服务机构、媒体等相关方的沟通与联系，保障投资者关系管理工作有序开展。

公司建立多元化投资者沟通渠道，通过借助“互动易”平台、投资者咨询专线电话及专用邮箱、业绩说明会和接待投资者实地调研等多种途径，积极与投资者开展沟通交流，向市场传递企业信息，切实保障投资者合法权益。

#### 关键绩效

报告期内，  
公司召开业绩说明会  
**1** 次

投资者问题回复率  
**100** %

接待投资者现场调研  
**6** 次

互动易与投资者互动  
**20** 次

接待投资者现场调研  
**180** 人次

举办投资者开放交流会  
**6** 次

## 股东回报

公司高度重视股东回报，依据《公司章程》中规定的利润分配政策，制定科学有效的利润分配决策程序和调整机制，确保整个分配过程公开透明，充分保障中小股东的知情权和参与权，切实维护中小股东的合法权益。

### 🐾 联合同花顺开启“股东回馈活动”

2025年9月26日，公司携手同花顺举办2025年第二届“上市公司股东节”活动，同时提供犬粮、狗狗零食礼盒等抽奖奖品，向一直以来关注、陪伴并支持公司的广大投资者，致以最真挚的感谢和敬意。

## 风险管理与内部控制

### 风险管理体系

公司持续提升和完善风险管理体系，制定《风险控制管理制度》，强化内部控制和监督机制，保障风险管理体系在全公司业务领域和全球业务区域的有效承接和运行，促进公司可持续健康发展。在组织架构层面，公司成立风险管理委员会，由公司高管和相关部门负责人组成，风险管理委员会下设风险评估及管理小组和重大风险管理小组，通过制度与组织双重保障，不断提高公司风险管理水平。

#### 风险管理组织架构



#### 风险管理委员会

负责公司风险管理工作的领导决策。



#### 风险评估及管理小组

风险管理具体工作机构，负责评估公司各类风险，并提出应对风险的具体建议和办法。



#### 重大风险管理小组

负责对识别的重大风险实行个案管理，确保重大事件能迅速、准确传达到公司管理层，同时快速启动应急预案。

## 风险控制管理

公司以总体战略与经营目标为导向，建立风险分类分级管理体系，按照风险属性与业务关联度实施归口管理、分工负责机制，明确各职能部门的风险管控职责边界，确保各责任主体对分管领域的风险进行常态化识别、管理与动态监控。

### 风险归口管理

#### 战略风险

董事会战略委员会负责管理与监控。

#### 运营风险

各业务部门负责各自所辖业务经营风险的管理与监控。

#### 财务风险

财务部负责财务系统的管理与监控、内审部负责对影响财务报表的经营经营活动进行监查。

#### 法律风险

法务部以及证券事务部负责公司经营活动的合规性及合法性的管理与监控。

同时，公司搭建覆盖信息收集、风险评估、风险应对、动态监控、监督考核的全流程风险管理闭环，通过标准化流程规范风险管控各环节操作，强化风险预警与处置能力，保障公司经营发展战略的稳步推进。

### 风险管理流程



#### 信息收集

各部门广泛持续收集与公司风险和风险管理相关的内部、外部初始信息。



#### 风险评估

风险评估及管理小组负责评估公司各类风险。



#### 风险应对

根据风险分析结果，结合风险发生的原因选择风险应对方案。



#### 动态监控

形成风险评估管理文档，跟踪控制，定期与各有关部门沟通共享风险信息。



#### 监督考核

对风险管理工作执行情况进行定期检查，对风险管理工作任务的完成情况进行考核。

## 强化内部控制

公司将加强内部控制作为风险管控的基础手段，严格遵循《企业内部控制基本规范》及其配套指引等监管要求，制定并完善《内部控制制度》《内部审计制度》，构建覆盖经营管理全流程的内部控制体系，明确内控流程的关键控制点以及评价体系。

公司董事会对内部控制制度的制定和有效执行负责，管理层负责组织领导公司内部控制的日常运行，推动公司内部控制管理体系持续完善与高效运行。董事会审计委员会领导审计部对公司内部控制和风险管理的有效性开展评价活动，形成内部控制评价报告，针对评价过程中识别的内控缺陷，督促相关责任部门制定专项整改方案，跟踪整改进度与落实成效，持续提升内控体系的健全性与有效性。



## 规范税务管理

公司严格遵循国家现行税收相关法律法规及政策要求，制定并持续完善《税务管理规范》等专项管理制度，明确税务管理的职责分工、纳税申报、税务筹划等核心工作标准，规范税务管理流程。

公司在财务部门配备专职税务管理人员，建立常态化税务风险排查与动态管控机制，通过识别、评估税务风险，形成税务风险评估报告，制定针对性防控措施。同时，定期开展税务事项自查工作，并依法接受外部税务检查，确保税务事项的真实性、准确性和及时性，有效防范税务合规风险。报告期内，公司未发生任何重大税务违规行为，未涉及任何税务相关的重大诉讼、仲裁事项。

### 关键绩效

报告期内，公司纳税总额为  
**3,885.79** 万元

## 商业道德

### 反商业贿赂及反贪污

#### 廉洁管理体系

公司严格遵循国家反腐败领域相关法律法规，将反商业贿赂及反贪污纳入合规管理整体框架，与内控体系建设深度融合。公司制定《廉洁反腐管理制度》，明确制度适用范围覆盖全体员工及与公司有业务往来的供应商、经销商、合作伙伴等相关方，清晰界定利用职务之便谋取私利、损害公司利益的腐败行为范畴及禁止性要求，同时规范廉洁反腐败相关行为的调查、认定与处理流程。为保障制度落地执行，总经理办公室下设反腐工作组，专职负责统筹推进廉洁管理相关工作，为维护公司合规经营秩序提供坚实的组织与制度保障。

### 关键绩效

报告期内，公司**未收到**任何针对公司有关商业贿赂及贪污诉讼案件。

#### 反腐败教育

公司积极组织反商业贿赂及反贪污培训，夯实员工廉洁从业思想基础。同时，公司建立常态化廉洁教育机制，定期组织典型案例警示教育，通过案例剖析、制度解读等方式，强化全体员工廉洁自律意识。公司落实廉洁从业承诺机制，新员工入职后均需签署廉洁从业承诺书，将廉洁教育成果转化为员工的行为自觉与行动准则。

## 商业伙伴廉洁管理

公司倡导供应商、客户等商业伙伴建立完善的合规管理架构，制定并执行反腐败政策，确保其全面遵循公司的行为规范与准则，夯实双方诚信廉洁的合作关系。同时，公司将廉洁要求嵌入合作流程，要求合作伙伴签署《廉洁协议》，共同维护公平公正的商业生态。

## 反腐败监督

公司构建了内部审计监督、反腐工作组监督及外部监督的多元监督体系，重点关注采购、销售、资金管理等腐败风险领域，通过审计、廉政谈话、走访调研、全程跟踪等方式开展监督检查。



#### 内部审计监督

重点关注可能存在腐败风险的领域和环节进行审计监督。



#### 反腐工作组监督

通过开展廉政谈话、走访调研、问卷调查等方式，加强对员工日常行为的监督检查。



#### 外部监督

主动接受社会公众的监督，通过公司官网等渠道，及时公开公司的反腐工作情况、重大决策、重要事项等信息，保障社会公众的知情权和监督权。

## 举报与举报人保护

公司不断加强举报监督管理，建立举报人保护机制，致力于营造安全、可信的举报环境。公司持续健全举报受理、调查处置、问责整改的全流程闭环机制，严格执行举报信息保密管理规定，严禁以任何形式对举报人实行打击报复行为。同时，公司畅通多渠道举报途径，设立举报邮箱、举报热线电话、办公区域举报信箱，保障员工及相关方能够便捷、安全地反馈违规线索。

### 举报处理流程



#### 登记传达

管理人员对举报信息进行登记，并向反腐工作牵头部门传递举报信息。



#### 初步核实

判断举报线索可查性，线索不明确或缺乏必要证据，联系举报人补充信息。



#### 立案调查

若举报线索具备可查性，由反腐牵头部门报请管理层批准后立案，组建专项调查组，制定调查方案，开展全面深入调查。



#### 调查结果反馈

向管理层、举报人反馈结果，若情况属实，依规处理并通报全体员工；若举报不实，向举报人说明情况、做好解释工作。



#### 处理结果公示

公司内部公示腐败行为处理结果，公示期不少于30个工作日。

## 反不正当竞争

公司秉持守法合规、诚实守信、公平竞争的基本原则，积极践行责任营销，规范市场推广、销售活动及合作竞争中的行为准则，严格遵守反不正当竞争相关法律法规，并制定《反不正当竞争制度》，覆盖全体员工及供应商、经销商等合作伙伴。制度明确约束员工及相关方的不正当竞争行为，禁止虚假宣传、侵犯商业秘密、不正当有奖销售、诋毁商誉等行为，规范市场推广、销售活动及合作竞争中的行为准则。报告期内，公司未发生任何垄断和不正当竞争事件。

# 02

## 深耕环保实践 共筑人宠家园

### 本章所涉及的ESG重要议题

- 应对气候变化
- 环境合规管理
- 污染物排放
- 废弃物处理
- 能源利用
- 水资源利用
- 物料利用
- 生态系统和生物多样性保护

### 本章所响应的SDGs



## 应对气候变化

### 治理

源飞宠物积极响应国家“双碳”战略部署，将应对气候变化作为企业可持续发展的核心议题之一，主动构建系统化、规范化的碳排放管理体系，以实际行动践行绿色发展责任。公司制定《节能减碳管理制度》等相关制度，成立节能减碳领导小组，推进公司减排规划及技术升级等工作；明确公司各部门在制度实施、过程跟踪及激励机制落地执行中的职责，推动各项举措层层递进、闭环管理，共同提升公司应对气候变化的能力及碳管理的精细化水平。

### 战略

公司结合自身业务运营实际情况，系统性识别并科学评估气候变化衍生的潜在风险与发展机遇，以科学有效的应对措施锚定发展方向，推动企业向可持续、高韧性的运营模式转型。

气候风险识别评估表

风险类型	风险描述	发生可能性	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
物理风险	急性风险 台风、暴雨等极端天气导致公司生产厂区、仓库受损或造成物流运输中断，影响订单交付，可能引发退货、索赔及客户流失风险。	中	短期	运营、下游	资产维修费用增加、营业收入减少	调整仓储布局，对核心仓储及生产设施进行抗灾加固。
	慢性风险 长期气温升高、湿度异常变化，导致生产厂区、仓库环境温湿度失衡，易出现产品变形、霉变等质量问题。	中	中期、长期	运营	生产成本增加	优化原材料及产品存储方式，采用防潮包装及分区存放策略，保障生产工艺及库存安全。
转型风险	政策风险 国际碳关税政策及国内碳配额收紧，公司出口产品面临合规成本上升及市场准入壁垒风险。	中	短期、中期、长期	上游、运营、下游	合规成本增加	加速推进清洁能源替代及节能技改，优化碳排放结构，降低单位产品碳强度，开展产品碳足迹核查工作。
	市场风险 随着低碳理念深入人心，消费者及下游零售商对低碳产品需求增加，若公司绿色产品迭代滞后将丧失市场竞争力。	低	中期、长期	运营、下游	市场份额降低、营业收入减少	加大绿色产品研发投入，持续优化生产工艺流程，全面推动产品全生命周期低碳化升级。

注：本报告在描述风险与机遇的影响时间范围时，将其划分为短期（1年内）、中期（1~5年）和长期（5年以上）三个时间段，以便更清晰地展现这些因素对公司未来发展的潜在影响；后同。

气候机遇识别评估表

机遇类型	机遇描述	发生可能性	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
产品机遇	低碳生产技术与环保材料应用迭代加速，可降低生产能耗与碳足迹，提升产品环保竞争力。	高	中期、长期	运营	营业收入增加	推进环保材料替代与生产工艺低碳革新，逐步升级生产设备能效，优化能源利用结构，降低碳排放强度；
市场机遇	全球绿色消费趋势升级，可降解、低碳宠物用品需求激增，为公司拓展高端市场、差异化竞争提供空间。	高	中期、长期	运营、下游	市场份额扩大、营业收入增加	联动供应链上下游，推动全链路低碳转型与资源协同，携手开拓绿色产品市场。

### 影响、风险和机遇管理

公司将气候变化管理纳入公司长期发展战略，统筹推进气候相关影响的识别、评估与应对工作。通过对气候风险进行多维度识别与评估，综合分析风险发生概率、影响程度与波及范围，明确风险等级并制定差异化应对策略；针对已识别风险，公司建立从评估、响应到跟踪的管理闭环，持续监督措施执行成效，并依据内外部环境变化动态优化管理策略。同时，公司持续关注气候转型带来的产品与市场机遇，推动低碳运营与绿色创新，不断提升气候适应力与业务可持续性，确保公司在气候变化的长期挑战中保持韧性与竞争力。

### 指标与目标

公司将减碳目标融入日常经营与发展战略，立足自身运营实际，结合行业发展趋势与可持续发展要求，制定减碳计划，稳步推进低碳转型工作。

### 温室气体排放管理

为系统推进低碳转型，公司持续完善温室气体排放管理体系，全面开展覆盖自身运营与产品价值链的碳核算工作。

在运营层面，公司建立常态化温室气体排放自查机制，依据《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》，定期对生产环节的碳排放数据开展系统盘查与数据监测，为制定科学的碳减排目标与路径提供核心数据支撑。

在产品层面，公司推进宠物牵引绳等重点产品的碳足迹核算工作，对产品全生命周期各阶段的碳排放进行系统评估。通过量化分析原料生产、运输及产品生产加工等环节的环境影响，并组建分析小组，制定节能改造计划，为绿色设计、供应链减碳及消费者低碳选择提供了明确指引，也为满足国内外绿色贸易合规要求、践行低碳发展责任筑牢基础。

### 温室气体排放情况

指标	单位	2025年
直接温室气体排放量 (范围一)	吨二氧化碳当量	75,075.79
间接温室气体排放量 (范围二)	吨二氧化碳当量	8,419.64
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	83,495.43
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量/百万元营收	48.16

注：温室气体范围一排放的主要来源为烟煤、汽油、柴油及液化石油气的燃烧活动，范围二排放主要来源于外购电力和热力，计算参考GB/T 2589-2020《综合能耗计算通则》《2023年电力二氧化碳排放因子》《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》。

### 绿色降碳行动

公司以“绿色制造、低碳发展”为核心导向，系统化推进节能降碳与能效提升工作，积极构建覆盖运营全链条的绿色低碳发展模式，将可持续发展理念融入业务各环节，持续推动绿色转型，为实现低碳未来贡献企业力量。



#### 优化能源结构

- 利用太阳能、空气能等可再生能源，提高清洁能源使用比例；
- 引进电动叉车替代传统柴油叉车，推动能源消费清洁化转型。



#### 节能降碳技术

- 实施生产设备与工艺技改，包括针车技改、注塑机升级更换、空调系统技改等，降低生产能耗；
- 推进照明系统优化，采用LED照明替换传统照明设备。



#### 管理体系建设

- 建立碳管理、使用制度和激励机制，实现开源降碳；
- 优化供应链管理，管控高能耗物资采购，引导供应商树立降碳理念。



#### 员工行为引导

- 强化节能降碳理念宣贯，从衣、食、住、行等方面引导员工践行降碳行为。

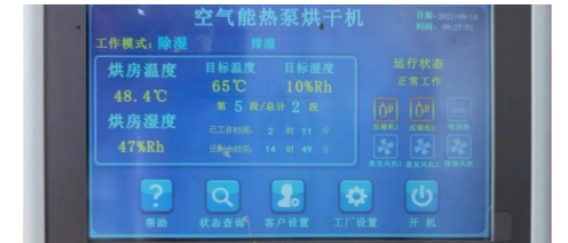
### 光伏发电项目

公司在厂区内建设并投运光伏电站项目，持续提升清洁能源在整体用能结构中的占比，进一步强化可再生能源对传统能源的规模化替代。2025年项目发电量743,300kWh，相当于减少化石能源消耗约91.35吨标煤，降低碳排放约610.25吨二氧化碳当量，有效促进公司绿色低碳与可持续发展目标的实现。



### 空气能利用

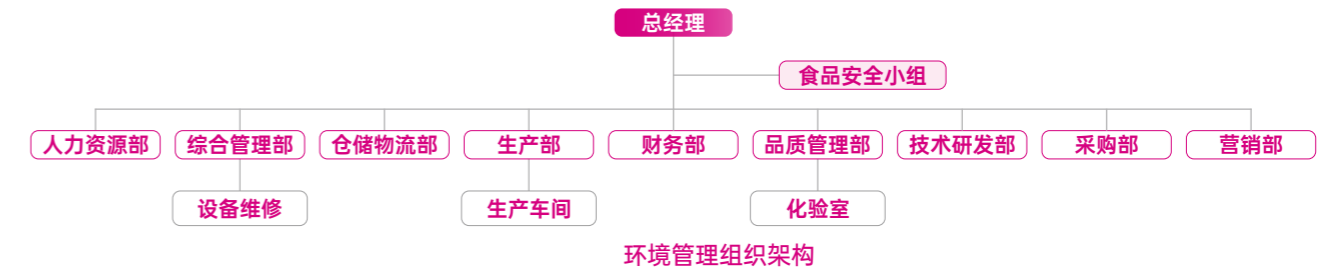
公司在生产工艺中引进空气能烘箱，逐步替代传统蒸汽烘箱设备。这一技术改造在保障生产效率和工艺稳定的基础上，有效降低了能源消耗与碳排放，进一步推动生产环节的清洁化与节能化升级。



## 环境合规管理

### 治理

公司坚持“环境为本、环境并重”的原则，密切关注自身运营活动对周围环境的影响，致力于实现企业发展与环境保护的协调统一。公司建立以总经理为核心、各职能部门协同配合的环境管理体系，并严格按照ISO 14001:2015标准要求编制并持续完善《环境管理手册》，明确相关部门在环境管理中的职责。通过建立并实施覆盖全流程的环境控制程序，公司有效落实环境保护各项要求。截至报告期末，公司已通过ISO 14001环境管理体系认证。



为持续强化公司环境管理体系的运行效能，公司按照《能力、培训和意识教育管理程序》，制定年度环境培训计划，涵盖环保法规动态识别、环境因素评估方法、ISO 14001体系深化及应急响应等多维内容，通过“内部赋能+外部授课”相结合，系统性提升全员环境合规意识与岗位实操能力。



ISO 14001环境管理体系认证证书



ISO 14001标准培训

关键绩效

报告期内，  
公司环保总投入 **25.76** 万元  
缴纳环境保护税 **0.36** 万元

共计开展环保培训 **7** 场  
环保培训总时长 **68** 小时

公司**未发生**因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚或被追究刑事责任的情况。



战略

为应对环境法规趋严、绿色发展转型等外部挑战，公司全面梳理各部门生产运营、管理活动中潜在的风险与机遇，通过制定分级管控措施、优化资源配置策略，将环境管理要求融入业务全流程，赋能企业可持续发展。

环境风险识别评估表

风险类型	风险描述	发生可能性	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
突发环境事故风险	因危险化学品管理不善或设备故障发生泄漏、火灾等事故，造成环境污染，面临声誉受损及处罚风险。	中	短期、中期	运营	修复成本增加、声誉损失	完善突发环境应急管理预案，加强员工培训并定期开展应急演练。
作业风险	日常生产中的废气、废水、噪声或固体废物处理不当，导致污染物持续或间歇性超标排放。	中	短期、中期	运营	面临环保罚款、运营成本增加	推行清洁生产，强化污染治理设施的运行维护与监测。
政策与合规风险	国内外环保法规及行业标准持续趋严，导致现有产品或生产工艺未能满足合规要求。	高	长期	运营、下游	市场准入受阻	建立法规动态追踪机制，将合规要求前置融入产品研发与供应链管理。

环境机遇识别评估表

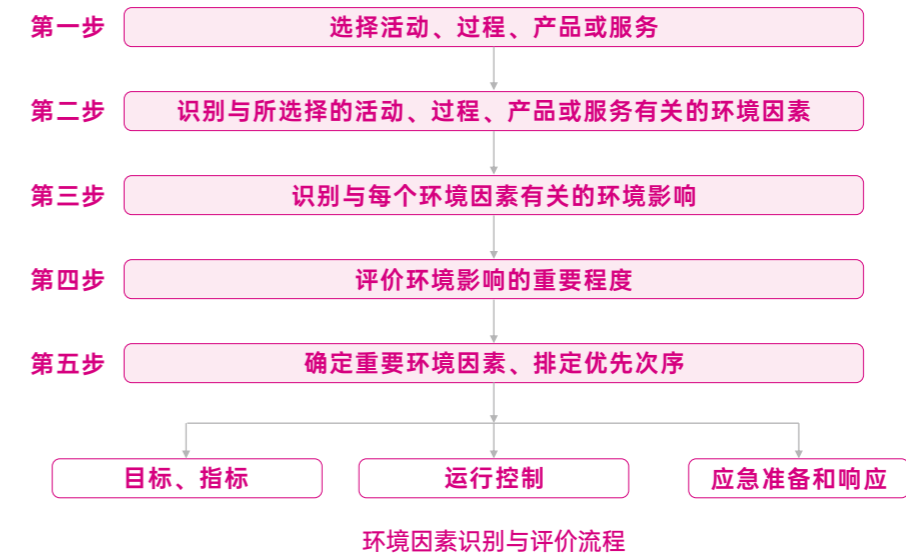
机遇类型	机遇描述	发生可能性	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
绿色产品创新与市场发展机遇	顺应消费者对环保宠物用品日益增长的需求，以及全球市场对产品可持续性的更高标准，开发并推广使用可降解、可回收材料及低碳工艺的绿色产品线。	高	长期	运营、下游	品牌竞争力增强、营业收入增加	开展产品全生命周期碳足迹核算与绿色工厂认证；与环保材料供应商建立战略合作。

影响、风险和机遇管理

公司建立了环境风险与机遇系统管理机制，组建跨部门评估小组，制定涵盖识别、评估、应对与评审的闭环管理程序。通过定期开展全面评估与动态跟踪，公司能够及时制定并实施针对性管控措施与改善计划，持续降低环境风险、提升资源效率，推动企业在可持续发展道路上稳健前行。

环境因素管控

公司制定《环境因素识别、评价和更新控制程序》，系统开展经营活动、产品生产及服务提供过程中的环境因素识别、评价与动态管理工作。各部门、各车间结合自身业务特点，综合评估污染物排放、资源消耗及相关方活动所产生的环境影响，采用“是非判断法”对识别出的环境因素进行科学评价，以确定重大环境影响。公司建立环境因素动态更新机制，在相关法律法规及其他要求发生变更时，及时对环境因素清单进行复核与更新，确保环境管理的持续合规性与有效性。



## 环境应急管理

针对火灾、爆炸等可能发生的突发环境事件，公司针对性制定专项应急预案，明确应急响应流程与处置措施。公司成立应急指挥机构协调应急处置工作，确保责任到人、响应迅速。通过定期组织多场景、跨部门的环境应急演练活动，公司持续检验与完善应急预案的可行性与有效性，不断提升全员环境风险防范意识与实战应对能力，切实保障环境安全与运营稳定。



秋季消防演习

## 环境影响评价

为预防建设项目实施对环境造成不良影响，公司制定并实施《新项目环境影响管理程序》，新、扩、改建及技术改造等工程项目实施前依法开展环境影响评价，通过系统分析项目可能产生的环境影响，采取具有针对性的预防或减缓措施。此外，公司严格执行环保“三同时”管理制度，推动企业经营与环境保护、社会发展协调共进。

## 环境监测

公司定期委托具备资质的第三方检测机构，对生产运营过程中产生的废水、废气及噪声等污染物进行系统监测。通过对主要污染物排放口实施常态化、规范化的监测与数据管理，确保所有排放指标持续符合国家、行业规范及运营所在地环保标准限值要求，实现绿色合规运营。

## 指标与目标

公司依据自身运营实际、内外部环境变化及相关方需求，结合战略方向与管理方针，制定具备可操作性的环境管理目标。公司每年组织对管理目标的实施情况进行系统性评审，并根据评审结果及内外部条件变化，对目标进行必要调整与优化，以确保其持续符合公司发展需要与外部要求。

环境管理目标	2025年度完成情况
火灾爆炸事故为0	完成
环境污染事故为0	完成
生产废水、废气、噪声达标排放	完成
有害固体废弃物（含废油、废弃的危险化学品容器等）分类处置率100%	完成

## 污染物排放与废弃物处理

### 污染物排放

公司严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》等环保法律法规，建立《水污染防治控制程序》《大气污染防治控制程序》，明确相关部门职责分配，系统规范污染物的产生、处理与排放监督管理。通过实施全过程管控和采取有效治理措施，确保生产经营及日常活动中产生的废水、废气均达到国家、地方及行业相关排放标准与总量控制要求，切实履行环境保护主体责任，持续降低污染物排放对环境造成的负面影响。

麻园分公司依法取得排污许可证，制定《环境污染防治管理制度》，明确污染防治全过程管控要求，推动环境管理向制度化、标准化、精细化方向不断提升。

污染物类型	主要污染物	处理方式
废气	皮料前处理工序、洗皮堆场废气	氨气、硫化氢、臭气
	污水站恶臭废气	
	厨房油烟	VOCs、颗粒物
废水	生活、办公污水	COD、氨氮
	生产废水（主要为洗皮废水）	COD、氨氮

污染物排放情况			
指标	单位	2025年	
废气污染物	臭氧	吨	4.32
废水污染物	氨氮 (NH <sub>3</sub> -N)	吨	2.20
废水排放量		吨	397,393
废水排放强度		吨/百万元营收	229.21

注：1.表中臭氧和氨氮 (NH<sub>3</sub>-N) 排放数据仅包含合并报表范围内纳入环境信息依法披露企业名单的主体（麻园分公司），数据来源为年度环境信息依法披露报告。  
2.废水排放量和废水排放强度指标统计范围包含源飞宠物及合并报表范围子公司。

### 废弃物处理

公司固体废弃物主要分为工业固体废物和生活垃圾两大类，其中工业固体废物区分为一般工业废物和危险废物。为确保各类废弃物得到安全、规范、环保的处置，公司严格遵守《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》（GB 18599-2001）等相关法律法规与技术规范，全面实施废弃物分类管理、合规贮存与依法处置；此外，公司积极推进废弃物减量与资源化利用，通过优化生产工艺和开展废物回收再利用，降低废弃物产生量的同时，提升资源循环利用率。

对于危险废弃物，全面落实危险废物转移联单制度，对危险废物的产生、贮存、运输及最终处置实施全过程闭环跟踪与台账管理，确保危险废物依法安全转移与合规处置，有效防控环境风险。

主要废弃物		处理方式
生活垃圾		委托环卫部门统一清运处理
一般工业废物	宠物食品边角料	粉碎后用于粒制品加工
	裁剪边角料、废包装袋	外售综合利用
	皮料边角料	回收作为粉碎料综合利用
	污泥	委托第三方单位合规处置
危险废物	废机油、废包装桶	由环保公司收集转运

废弃物产生及处理情况		
指标	单位	2025年
无害废弃物产生量	吨	4,951.17
无害废弃物产生强度	吨/百万元营收	2.86
危险废弃物产生量	吨	0.25
危险废弃物产生强度	吨/百万元营收	0.00014

### 噪声管理

公司的主要噪声源包括车间生产噪声及运输过程中的道路噪声。为有效控制噪声排放，公司制定并执行《噪声污染防治控制程序》，对生产运营过程中易产生噪声的作业环节及关键部位，采取消音、隔音、减震等措施，降低噪声对周边生态环境及人员的影响。同时，公司依据《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB 12348-2008）要求，定期开展厂界环境噪声监测，通过数据跟踪与合规评估，确保噪声达标排放。

### 践行绿色运营

#### 绿色办公

公司将绿色发展理念深度融入日常办公环节，通过推行垃圾分类管理、推广无纸化办公、张贴节能节水标识、开展环保宣讲等一系列举措，积极倡导绿色办公文化，有效降低了日常运营中的资源消耗与环境足迹，也逐步提升了全体员工的环保意识。



实行垃圾分类

节水标识

节能标识

#### 环保宣讲

2025年6月，公司环保部门组织相关管理人员进行环保宣讲，通过系统普及绿色出行、节水节电、垃圾分类等实用环保知识，推动员工将环保理念融入日常办公与通勤场景，带动全员形成节约资源、绿色办公的良好氛围。



### 绿色运输

公司在物流运输环节积极推动绿色装备升级，通过引入电动叉车逐步替代传统柴油叉车，有效降低了柴油消耗与尾气排放，同时减少了设备运行噪音与维护成本，进一步推进了厂区内物流体系的清洁化与低碳化转型。



电动叉车

### 绿色生产

公司以技术革新、流程优化与体系升级为核心抓手，持续推动生产运营全链条向清洁、高效、低碳转型。公司于2022年成功获评浙江省省级绿色工厂，2023年成功晋升为国家级绿色工厂，逐步构建起覆盖省、国家两级认可的绿色制造体系，展现了公司在节能降耗、环境保护与可持续发展方面的系统化成果。

此外，公司贯彻落实《中华人民共和国清洁生产促进法》，制定《清洁生产实施控制程序》，不断优化生产工艺与环境管理，持续推进清洁生产和全过程污染控制，已于2024年顺利通过清洁生产审核。

### 绿色产品

公司致力于构建覆盖产品全生命周期的绿色管理体系，将绿色理念系统融入设计、选材、生产各环节。在研发阶段，遵循“无毒无害、环保低碳”原则，结合客户需求适当采用可降解、可回收及环境友好的材料，逐步替代传统塑料材质，从源头降低生态足迹。同时，严格遵循REACH等国际环保与安全标准，对重金属及有害化学物质实施严格控制，确保宠物玩具、牵引绳等产品通过多项安全检测，兼顾宠物健康与环境保护。此外，公司持续优化产品结构及包装设计，减少资源消耗，通过绿色创新提升产品综合价值，为全球宠物家庭提供更安全、环保、可持续的消费选择，积极履行企业环境责任，引领行业绿色转型。

## 资源利用

### 物料利用

#### 物料管理体系

为规范原材料、包装材料等物料资源的合理配置与高效利用，公司建立了系统的物料管理制度和物料管理架构，明确各部门在物料计划、采购、储存、使用及回收等环节的职责与权限，推动跨部门协同运作与权责清晰的管理机制，以实现资源节约、成本控制与运营效率的整体提升。

#### 原材料管理

公司建立了覆盖物料存储、运输及领用使用全过程的系统性管理体系，确保原料、危化品等各类物料在各个环节得到安全、规范、高效的管理。为保障仓库存货的安全、有序与规范保管，公司制定并执行《存货保管制度》，严格规范入库验收、库位规划、安全防护及账目核对流程与要求，有效提升仓库管理效率与风险控制能力。



### 物料存储

- 按物料特性（原料、危化品等）划分区域，设置库位卡与警示标识。
- 根据存储要求控制温湿度，危化品仓库实行双人双锁、监控联网、专业资质管理。
- 建立电子台账，执行“四核对”机制，定期开展抽查与全面盘点。



### 物料运输

- 选择有资质合作方，采用适配包装与物流跟踪，确保按时完好交付。
- 委托具备危化品运输资质的供应商负责，使用专用车辆、专业押运，全程跟踪与合规管控。
- 制定运输应急预案，明确突发情况下的应对流程与责任分工。



### 物料领用使用

- 实行“申请-审核-审批-领用”闭环管理流程，危化品需额外安全审批。
- 按BOM设定消耗定额，领用时清点核对，使用中遵守操作规范，危化品须专人专护。
- 建立车间消耗台账，余料及时退库，危化品余料单独退回、登记管理。

## 包材管理

公司制定《包装材料管理制度》，涵盖包装材料采购、入库、存储、领用、消耗及处置全流程，确保材料质量安全、存储规范、账实相符。同时，公司积极践行绿色包装理念，优先选用环保、可回收材料，推广重复使用周转包装，并设定明确的材料损耗率管控标准，推动包装环节的减量化与资源化，持续降低环境足迹，同时促进循环经济发展。

## 指标与目标

公司系统推进资源节约与高效利用，通过建立物料消耗定额制度、设定并监控关键物料利用率指标，持续优化生产过程中的物料使用效率，有效降低单位产品物料消耗，实现资源节约与成本控制的双重目标。

### 物料消耗情况

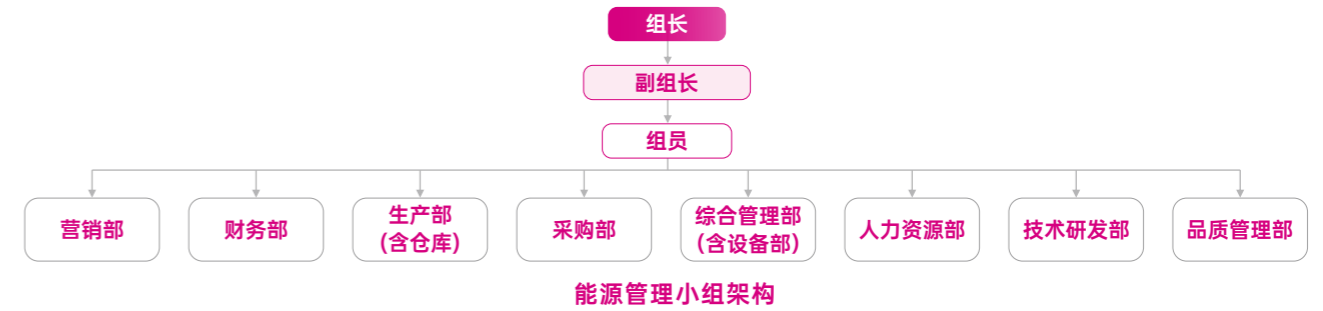
指标	单位	2025年
包装材料使用量	吨	1,393.17
有害有毒物质消耗量	吨	936.36

注：统计范围为母公司源飞宠物。有害有毒物质主要为双氧水、硫酸等洗皮原料。

## 能源利用

### 能源管理体系

公司秉持“遵守法规、清洁生产、提升能效、持续改进”的能源管理方针，系统构建并持续完善能源管理体系。公司制定《能源管理手册》及相关程序文件，明确能源管理目标、职责分工与操作规范，设立能源管理者代表，并组建跨部门能源管理小组，协同推进能源管理体系的建立、实施、监督与改进。通过规范化、系统化的管理机制，公司不断提升能源利用效率，推动能源绩效持续优化，为实现绿色低碳运营奠定坚实基础。



## 节能措施

为实现能源节约与效率提升，公司系统推动运输、生产等各环节的节能改造管理。通过积极引入并应用节能新技术、新工艺与新材料，持续降低能源消耗强度，提升全流程能源利用效率。



### 清洁能源利用

采用光伏发电系统、空气能烘箱等清洁能源技术，逐步提升可再生能源在生产中的占比。



### 使用节能设备

在物流运输环节推广应用电动叉车等高效节能设备，逐步替代传统高耗能装备。



### 余热回收利用

对生产过程中产生的余热进行系统性回收与再利用，提高能源综合利用效率。



### 节能管理培训

常态化开展节能政策、技术与意识宣传培训，提升全员节能素养与执行力。

## 指标与目标

公司定期开展系统性能能源评审，识别主要能源使用环节与关键耗能区域，全面统计并深入分析能源消耗状况。基于评审结果，公司评估和优化能源绩效表现，并据此制定或更新能源基准、能源绩效参数及明确的能源目标与指标。同时，针对识别出的改进机会，公司制定相应的运行控制措施，并建立能源管理方案，确保能源管理持续改进与有效落实。

### 能源消耗情况

指标	单位	2025年
<b>直接能源消耗总量</b>	吨标准煤	33,333.10
烟煤	吨	8,684.82
汽油	吨	13.50
柴油	吨	18,134.81
液化石油气	吨	2.65
<b>间接能源消耗总量</b>	吨标准煤	1,982.02
外购电力	千瓦时	15,104,614.45
外购热力	吉焦	3,683

### 能源消耗情况

指标	单位	2025年
可再生能源消耗量	吨标准煤	91.35
光伏发电	千瓦时	743,300
能源消耗总量	吨标准煤	35,315.12
能源消耗强度	吨标准煤/百万元营收	20.37

注：能源消耗量计算依据参考《中国能源统计年鉴-附录4-各种能源折标准煤参考系数》、GB/T 2589-2020《综合能耗计算通则》；可再生能源消耗量按光伏发电量折算，折算系数参照GB/T 2589-2020《综合能耗计算通则》。

### 水资源利用

公司积极推进水资源系统化管理，持续开展用水效率评估与优化。通过引进节水型器具、废水循环利用等措施，从源头削减新鲜水取用量，同步降低废水排放量，实现水资源梯次利用与循环增效。此外，公司设定单位产品水耗限额指标，推动各部门实施节水减污精细化管控，在提升水资源综合利用效率的同时，实现污染物减排与环境绩效的整体提升。



#### 推广节水设备

在生产车间和办公区域使用节水型水龙头、节水型冲厕水箱、节水型转鼓等节水设备。



#### 冷却水循环利用

安装专业冷却塔，搭建冷却水循环系统，对设备使用后的冷却水进行降温处理及水质优化后重新回用于生产环节。



#### 中水回用

建立中水回用系统，废水站出口废水经生化池、过滤器、超滤系统等深度处理后，出水回用于洗皮工序。



#### 节水意识培养

通过张贴节水标识、环保培训等方式培养全员节水意识。

### 节水型转鼓运用

公司采用节水型铁皮转鼓替代传统木质转鼓，显著降低洗皮环节用水量；因化学药剂与水量按比例配置，同步削减氨水、双氧水消耗量，减少废水处理药剂使用成本。同时，皮料前处理改用无铵脱灰剂及软化材料替代铵盐，以酸式盐替代氨离子有效成分，大幅降低化学原料用量，实现节水、减药双重环保成效。

公司建立精细化水资源管控机制，科学设定月度用水指标并实施动态监测管理。每月对用水目标及指标完成情况进行监控与分析，精准识别用水过程中的薄弱环节，及时制定并落实改进方案。

### 水资源消耗情况

指标	单位	2025年
新鲜水取水量	吨	377,839
总用水量	吨	377,839

注：上述数据统计范围不包含杭州源飞，杭州源飞由物业按面积收取水费，无法确定用水量。

### 生态系统和生物多样性保护

源飞宠物严格遵循《中华人民共和国环境影响评价法》及相关环保法规要求，对所有新建、扩建、改建及技术改造类工程项目均依法开展环境影响评价，并建立常态化环境监测机制，系统监控运营各环节对环境的影响，最大限度降低对运营周边生态系统及生物多样性的潜在干扰。截至报告期末，公司所有运营场所及业务活动均未位于或邻近自然保护区、生态敏感区等生物多样性重点保护区域。

# 03

## 聚焦宠物产业 赋能全链共赢

### 本章所涉及的ESG重要议题

创新驱动

科技伦理

产品和服务安全与质量

数据安全与客户隐私保护

负责任供应链

### 本章所响应的SDGs



## 创新驱动

### 研发管理体系

源飞宠物秉持“功能性创新与市场导向相结合”的研发理念，在美国、上海分别设立前沿研究小组和研发中心，构建适配国际国内双市场创新需求响应体系；同时，公司持续完善研发创新制度，制定《研发经费核算管理制度》等内部文件，明确研发流程标准化管理规范，依托跨部门协同机制，打通从设计、打样、工艺到量产的完整链条，实现多品类产品的快速开发与迭代。



高新技术企业证书



浙江省专精特新中小企业证书



研发组织架构

创新研发指标		
指标	单位	2025年
研发投入	万元	2,471.79
研发投入占营业收入比例	%	1.43
新产品开发项目数	项	18
新产品销售收入	万元	8,437
新产品产值率	%	29.62

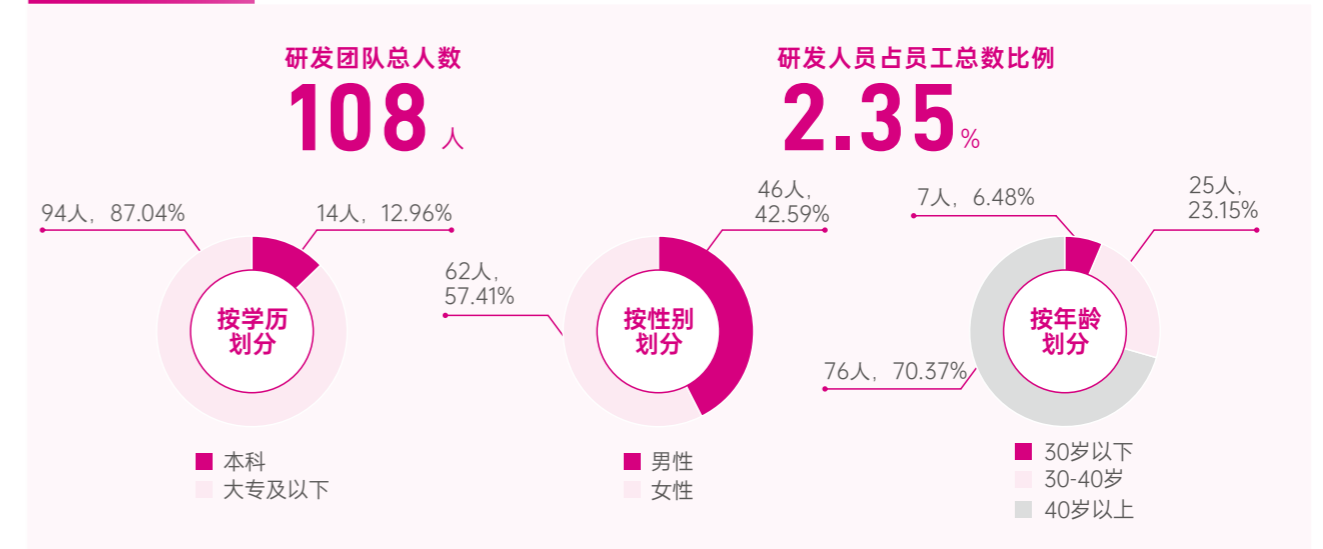
注：新产品销售收入、新产品产值率统计范围仅包括母公司源飞宠物。

### 创新驱动措施

#### 创新人才建设

公司重视创新人才建设，通过制定《人才引进与培养制度》，实施战略人才引进与培养计划，引进、挖掘、开发、培养公司后备科技人才，建立与发展相适应的人才梯队，为公司的创新研发提供优势人力资源力量。目前，公司已拥有一支高素质、从业经验丰富的研发团队，在自主研发新产品、新技术的同时，能够及时把握行业动态，迅速发现市场需求，明确研究方向。

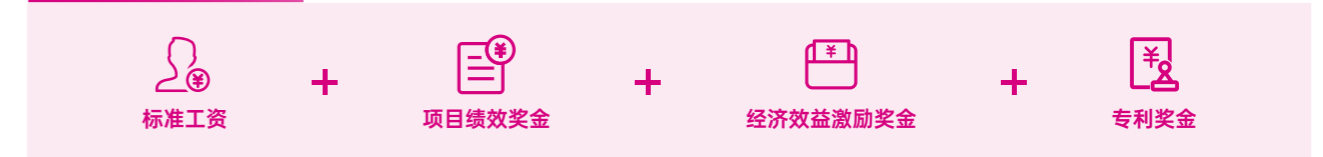
#### 研发团队结构



#### 创新激励机制

公司为激励研发人员的积极性和创造性，不断推动创新和产品开发，公司实施研发创新激励机制，制定《科技项目管理制度》《科技成果转化奖励制度》《研发人员绩效考核制度》，对表现优秀的相关研发人员予以奖励。

#### 研发人员薪资结构



#### 创新平台建设

公司以国家创新驱动发展战略为指引，搭建内部开放式创新创业平台，平台秉持公司与员工协同发展原则，通过整合共享内部资源、文献服务、仪器设备、科技管理信息、专利与标准、产学研合作检验检测、协同设计及产品配套信息等资源，激活员工创新活力，促进内部交流，完善创新激励机制，加速新产品新技术与科技成果转化，以此高效支撑公司产品开发、企业升级与员工成长，助力公司实现可持续发展。

## 产学研合作

公司高度重视产学研合作，致力于促进前沿科技成果产业化应用，助力行业技术水平全面升级。报告期内，公司与浙江理工大学、浙江理工大学平阳研究院有限公司签订“尖兵”“领雁”科技计划项目合作协议，通过有效整合各方技术资源，建立顺畅的合作交流机制，联合开展“数据驱动的时尚产品流行趋势引导关键技术研究”项目攻关，以技术创新突破为产业发展注入新动能。

## 创新成果展示

公司取得了技术专利、产品矩阵、品类创新多维度的研发创新成果，产品矩阵与迭代成果显著，其中宠物牵引用具SKU达十余万个，年开发新品八千余款，宠物零食SKU上千个，年升级近百款；品类创新持续突破，成功推进18项重点项目，涵盖宠物用品功能性设计、宠物食品营养配方等核心领域。

研发项目	项目进展	拟达到的目标
反光织带的加工工艺研发	完成验收	满足宠物夜间出行的安全需求
半包胶宠物用织带的研发	完成验收	提升关键部位的防护性能
安全便携式犬用浮水救生衣的研发	完成验收	满足犬用救生衣市场需求
带有三层耐咬面料加固的宠物用车缝玩具研发	完成验收	提升狗玩具长期耐用性
热贴合立体胶面装饰户外犬用套装的研发	完成验收	打造出别具一格的外观效果
平衡超轻量犬用胸背的研发	完成验收	满足不同体型和身体结构的宠物需求
可折叠式犬用胸背的研发	完成验收	满足胸背灵活性和可调节性，使收纳更方便
宠物用安全耐咬纱线加工工艺的研发	完成验收	提升宠物用品的耐磨性、抗咬性
绿色纯天然咬胶的研发	完成验收	提升宠物食用品安全，锁住营养，避免可能给宠物带来生理上的副作用
高消化高蛋白骨型宠物食品研发	完成验收	满足宠物对高蛋白、高消化性食品的需求
挤出异型纹路的咬胶研发	完成验收	缓解宠物焦虑、改善口腔健康，同时产品在外观和触感上有独特之处
耐咀嚼高营养的宠物咬胶研发	完成验收	满足宠物的咀嚼欲望，同时提供必要的营养支持
空气云朵轻质背带和皮带系列研发	完成验收	优先考虑透气性和减重，满足需要透气装备以防止擦伤的小型犬和活动犬
耐嚼纱线毛绒系列研发	完成验收	将手工针织的美学与工业强度的耐用性相结合；满足宠物在玩耍时起到清洁狗牙齿的效果，还可以提供持久的咀嚼体验
经济实惠耐用毛毡优势玩具研发	完成验收	使用致密、压缩的毛毡结构，能提供宠物喜欢的柔软口感，同时结构完整，能够承受适度的咀嚼；以实惠的价格提供意想不到的耐用效果
宠物专用撕咬锻炼玩具的研发	开发中	使产品耐用性、适用性、效益方面大幅提高
毛绒玩具系列研发	开发中	规避传统宠物玩具产品存在易破损、不耐用等问题
时尚信息数据库系统开发	开发中	向高端化、智能化、定制化产品拓展，为宠物用品建立时尚信息数据库系统

## 知识产权保护

公司高度重视知识产权保护工作，严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》《企业知识产权合规管理体系要求》(GB/T 29490-2023)等相关法律法规，制定《知识产权管理制度》等核心制度，明确由研发中心全面统筹知识产权的管理与保护工作，确保公司的创新成果得到有效保护与合理利用。同时，公司鼓励员工积极开展创新活动并申报专利，按照规定予以专利奖励。报告期内，公司未发生知识产权侵权或被侵权事件。

知识产权成果			
指标	单位	报告期内	截至报告期末
授权专利数	项	10	106
其中：			
发明专利数	项	4	14
实用新型专利数	项	1	52
外观设计专利数	项	5	40
商标数	项	33	135

## 科技伦理

公司坚持以宠物生理特性与宠主真实需求为研发根本，坚决抵制任何可能危害宠物权益的技术应用，同时持续推进产品性能升级与环保舒适材料迭代应用，例如采用反光材料生产宠物用品，显著提升宠物在低光照环境下的可见度，从而有效预防交通事故并降低走失风险；选用柔软亲肤、轻薄透气、速干耐用且具备抗菌防护功能的面料制作宠物牵引绳，从源头减少宠物接触有害物质的潜在危害。未来，公司将持续完善科技伦理治理体系，推动科技研发与应用始终服务于“人与宠物的和谐共生”，以伦理坚守为创新赋能，为宠物产业高质量发展树立责任标杆。

## 产品安全与质量

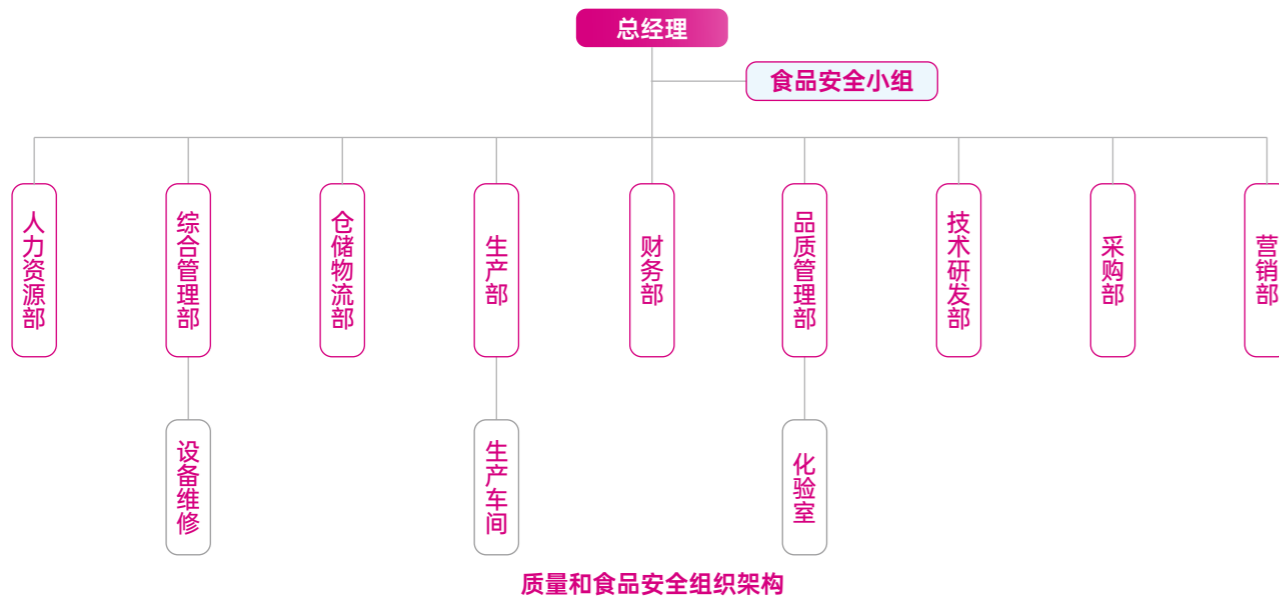
### 治理

源飞宠物严格遵循《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等国家、地方及行业层面的产品质量与卫生管控相关法律法规要求，制定《质量与食品安全手册》，针对产品设计开发、原料采购、生产加工、成品检验等关键环节设置严格的质量控制点，实施全流程标准化管控。公司组建食品安全小组，明确任命管理者代表统筹协调质量安全工作，推动生产部、品质管理部等各部门协同配合、权责清晰，构建起全员参与、全程管控的质量与食品安全保障体系。



### 质量方针

- 🐾 质量为本，确保产品安全；
- 🐾 遵守法规，严控关键节点；
- 🐾 积极沟通，达成顾客满意；
- 🐾 持续改进，优化体系管理。



质量和食品安全组织架构

公司持续推进质量与食品安全管理体系的系统化建设与迭代升级，通过定期开展内部审核、管理评审及第三方认证，驱动产品质量与食品安全管理绩效的持续提升。截至报告期末，公司已成功通过ISO 9001质量管理体系认证、ISO 22000食品安全管理体系认证，并符合FSMA（美国食品安全现代化法案）要求，同时获得GRS（全球回收标准）、FSC（森林管理委员会）以及BRCGS（英国零售商协会全球标准）等多项国际权威认证。



ISO 9001质量管理体系认证证书



ISO 22000食品安全管理体系认证证书



FSMA证书



GRS证书



FSC证书



BRCGS证书

## 战略

公司对宠物食品及用品的原料采购、生产加工、仓储物流及市场销售等全价值链环节，系统性地开展产品质量与食品安全相关的风险与机遇识别与评估工作，将风险管理要求深度融入日常运营，并动态把握市场与政策变化中的发展机遇，持续提升产品的安全可靠、市场竞争力与品牌信任度。

产品质量与食品安全风险识别评估表

风险类型	风险描述	发生可能性	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
原辅料危害引入	使用的禽肉、牛皮、食用香精等原辅料，在储运加工中可能存在致病菌污染、农兽药残留超标、重金属或塑化剂引入等危害，会导致产品安全不合格，引发宠物健康风险与消费者危机。	高	短期、中期、长期	上游、运营、下游	产品召回成本增加、消费者损害赔偿	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格执行供应商准入与审核制度，要求供应商提供检测合格证明；</li> <li>提高来料质量检验标准，对高风险项目进行批检或加大抽检频次；</li> <li>制定监控计划，定期送检。</li> </ul>
生产过程污染	在裁切、车缝、装配等多道工序中，可能因利器管控不当、虫害管理不善或清洁不到位，导致金属碎片、害虫尸体等异物污染产品，引发客户投诉。	中	短期、中期	运营、下游	订单损失、产品报废	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格执行利器编号、领用登记与绑定管理；</li> <li>加强车间清洁卫生与虫害控制；</li> <li>关键工序设置金属探测与全检点。</li> </ul>
过程控制失效	因操作员失误、设备参数设置不当、首件检验或制程巡检漏检，导致产品尺寸、功能（如拉力）、外观（如色差）不达标。	中	短期	运营	生产成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>强化员工操作培训与考核；</li> <li>严格执行首件确认与定期巡检制度；</li> <li>定期校准检测仪器，确保检验有效性。</li> </ul>

产品质量与食品安全机遇识别评估表

机遇类型	机遇描述	发生可能性	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
品牌溢价	消费者对宠物食品用品的安全与品质要求日益严苛，市场愿意为透明、可信赖的高质量产品支付溢价。	中	长期	下游	利润率提升、市场份额增大	<ul style="list-style-type: none"> <li>主动对标并取得BRCGS等全球公认的高等级认证，作为品质背书；</li> <li>将严格的质量控制流程与获得的权威认证作为核心品牌信息进行披露传播。</li> </ul>
清洁标签产品	市场对带有“纯天然”“无添加”等清洁标签的宠物产品的需求快速增长。	高	中期、长期	运营、下游	品牌形象提升、客户忠诚度提高	<ul style="list-style-type: none"> <li>研发使用人类食用级标准原料、天然防腐方案的新产品；</li> <li>在合规前提下，对产品的清洁、天然属性进行科学、准确的标签宣称与市场教育。</li> </ul>

## 影响、风险和机遇管理

公司制定并实施《风险和机遇的应对控制程序》，将产品质量与食品安全风险管控全面纳入整体风险管理体系。通过建立系统化的识别、评估、应对和监督机制，并依托跨部门协同与质量内审，确保风险管理的有效性、连续性、充分性，从而保障产品质量安全，支撑企业稳健运营与持续发展。

### 关键绩效

报告期内，  
公司开展质量风险评估  
**4**次

开展年度质量内审  
**6**次

产品聘请第三方机构抽检次数  
**1**次



#### 风险识别

采用问卷调查、小组讨论、专家咨询、情景分析、政策与行业动态追踪、标杆对比及专项访谈等多元化方法，系统识别产品全生命周期中潜在的质量与食品安全风险。



#### 风险评价

依据RPN风险等级评价准则，采用定性判断与定量分析相结合的方式，综合考量风险发生的可能性及其对运营合规、财务状况等可能造成的后果严重程度，对已识别的风险进行评价。



#### 风险应对

依据风险评价结果、风险特点及公司实际，制定并执行差异化的风险应对策略，确保应对措施具有针对性与可操作性。



#### 风险监督

通过定期与不定期的监督检查，对各项风险应对措施的执行情况与实施效果进行动态评估，并及时更新优化。

## 指标与目标

公司确立清晰、可衡量的质量与食品安全管理目标，并建立与之配套的绩效评价机制。通过设定关键绩效指标，定期收集数据、开展评审并与目标进行对比分析，系统评估质量与食品安全管理体系的运行成效。

质量与食品安全目标	2025年完成情况
顾客满意率达85%以上	已完成
员工培训率98%	已完成
成品一次检验合格率90%	已完成
无食品安全/质量事件发生	已完成
订单准时交付率95%以上	已完成

## 产品质量管控

### 产品制造全生命周期管理

公司建立系统化的产品全生命周期质量管理体系，制定了《原辅料检验规程》《生产工序检验规程》《半成品检验流程》《成品检验作业指导书》等一系列检验规程及作业指导书，覆盖从原辅料入库、生产工序过程、半成品流转到成品出厂的产品全生命周期，明确各环节检验项目、标准、方法及责任主体，实现全流程标准化检验管控。

此外，公司针对异物防控、不合格产品处置制定了专项管控程序，通过源头排查、过程拦截、末端处置等全链条措施，严格管控生产过程中的异物风险，规范不合格产品的处置及反馈流程，确保产品质量合规可控。

### 关键绩效

报告期内，  
公司咬胶产品合格率  
**98.58**%

狗带产品合格率  
**99.80**%

注：统计范围为母公司源飞宠物。

### 产品召回管理

当产品可能对消费者健康构成威胁或存在质量安全问题时，公司按照《产品召回控制程序》立即启动召回响应，成立跨部门产品召回领导小组，制定并实施产品召回计划，通过系统性的沟通、追溯与处置，快速、有效地控制风险，保障消费者健康与权益，并采取纠正措施防止问题再次发生。此外，公司定期组织产品模拟召回演练，以评估和验证回收程序的有效性。

### 模拟召回演练

2025年10月，公司组织“漂白压骨产品微生物超标”模拟召回演练，各相关部门高效协同，在预定时间内完整落地演练启动、问题溯源、模拟管控全流程操作。结果表明，公司召回程序具备操作性、可靠性，产品溯源管理规范有序，充分展现了公司应对质量安全事件的系统化能力。

### 关键绩效

报告期内，  
公司因健康与安全原因  
须撤回和召回的产品数量  
**0**件

## 设备维护保养

为保障生产设备持续处于满足产品符合性要求的正常运行状态，公司制定《设备维护保养控制程序》，明确涵盖设备使用、维护、保养、预防性维修等要求，并制定设备维护保养计划，通过常态化开展设备巡检、配件更换、润滑保养等工作，建立设备维护台账，实时跟踪设备运行状态，及时排查并消除潜在故障隐患，确保设备性能稳定、精度可靠，为产品生产的质量一致性与过程安全性提供坚实的硬件基础。



设备维保

## 质量文化建设

公司以普及并深化全员质量安全意识为目标，构建常态化、系统化的全员质量管理培训体系，覆盖法律法规、管理体系标准、专项工艺控制、操作技能等全方位内容，推动质量要求内化为全体员工的自觉行动，引导并鼓励全体员工积极参与质量的持续保持与改进，共同构筑坚实的产品质量与安全防线。

### 金属探测培训

2025年10月，公司组织包装车间一线操作人员开展金属探测机专项培训，通过现场实操方式进行考核，确保员工熟练掌握规范操作技能，以提升异物防控能力与生产质量安全水平。



## 关键绩效

报告期内，  
公司共开展质量文化培训

106 场

质量文化培训总时长

14,085.50 小时

质量文化培训人次

5,634 人次

## 保障宠物食品安全

### 食品安全风险管理

针对狗咬胶、宠物饼干等宠物食品品类，公司分别制定并实施危害分析与关键控制点（HACCP）计划，通过明确产品及其原辅料特性，梳理原料采购、生产加工、成品检验等全流程，精准识别物理、化学、生物类潜在危害，科学设定关键控制点及对应的监控标准、纠偏措施，实现食品安全风险的预防性管控。报告期内，公司未发生任何宠物食品安全事故。

### 食品安全防护

公司制定并实施《食品安全防护计划》《卫生标准操作程序》《清洁消毒程序》，通过建立物理隔离、流程控制及人员管理等多层次防御体系，对产品、原料等进行防护，有效预防和应对蓄意污染风险，保障产品在生产和储运过程中的安全与完整性。



#### 人员与分区管控

- 🐾 车间主入口设置门禁系统，严格控制人员进入；
- 🐾 生产传递过程设有监控，人员不定期巡查；
- 🐾 关键投料口等重点区域实施上锁管理。



#### 物料与化学品管理

- 🐾 酒精、消毒试剂等化学品设专库储存由专人管理；
- 🐾 原料、包材、辅料、成品分区存放，对有特殊储存条件的物料进行严格管控，并跟踪原料保质期；
- 🐾 确保使用的食品添加剂符合GB 2760国家标准。



#### 卫生与环境控制

- 🐾 生产设施与工器具定期清洁消毒；
- 🐾 全厂区定期实施虫害控制，并定期组织卫生检查。

### 食品安全检测

公司定期委托具备CMA/CNAS等资质的第三方权威检测机构对宠物食品及用品进行微生物检测，确保检测结果的客观、准确与公正，为产品的卫生安全提供科学、独立的数据支持。

## 关键绩效

报告期内，  
公司共计开展微生物检测

166 次

营养成分检测

47 次

蛋白质检测

42 次

检测产品均  
符合限值要求

注：统计范围为母公司源飞宠物。

## 食品安全文化控制

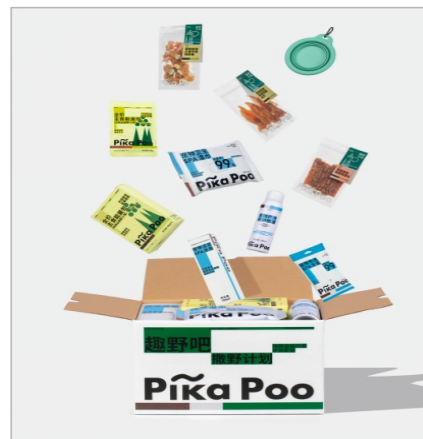
为强化全员食品安全意识、凝聚规范操作的共同价值理念，公司制定《食品安全文化控制程序》，明确食品安全文化建设、定期评估与持续改善的职责分工及实施要求，推动食品安全理念深度融入日常生产运营与员工行为规范。报告期内，经评估公司食品安全文化建设等级获评“优秀”，为筑牢食品质量安全防线夯实了全员思想与行动根基。

## 提升产品可及性

### 丰富产品矩阵

公司早期通过OEM/ODM模式积累了深厚的生产制造与全球市场运营经验，近年来公司加速向品牌化转型，培育了匹卡噗、哈乐威、传奇精灵三大自有品牌，分别覆盖大众高性价比、功能性人宠生活、高端营养等细分赛道，形成全品类产品布局。

公司锚定全球市场需求，持续实施“双线并进”的产品策略，构建了从基础大众款到功能创新款的完整产品矩阵，以灵活适配多层次、差异化的客户需求，确保不同消费能力与使用场景的宠物主都能获得合适、可靠的产品选择。



匹卡噗、哈乐威、传奇精灵三大自有品牌



### 大众化产品

深耕高性价比的大众化产品线，满足欧洲 Action、Fressnapf 等大型商超及北美主流零售渠道的需求。通过规模化供应与成本优化，让品质稳定的基础产品更易被广大消费者获取，降低负责任的宠物养育门槛。



### 高端化产品

同步开发高端耐咬系列与功能创新型产品，精准对接 PetSmart、Petco、KONG 等国际客户对差异化和创新的需求，为追求品质与专业功能的用户群体提供进阶选择，提升其养育体验。

公司依托丰富的产品矩阵与柔性生产能力，全面响应客户差异化需求，满足客户大订单的大批产品定制需求，确保按时交付；同时也支持小批量生产与快速换线，确保高效交付定制化产品，增强客户对公司的粘性，构建长期稳定的合作生态。

## 多元化渠道布局

公司始终致力于提升产品的市场可及性，在稳固服务现有核心客户的同时，积极构建多元化的销售渠道体系，大力拓展线上电商平台，扩大市场覆盖范围，以触及更广泛的消费者群体。



### 本地化市场布局

公司组建国内市场品牌运营团队，面向终端消费者，构建线上线下联动的全渠道全域销售体系，线下深度布局大型商超、宠物门店合作网络，线上依托抖音、小红书、淘宝等各大平台建立自营品牌旗舰店与专营店，逐步提高品牌影响力，有效触达目标消费群体。



### 海外市场布局

公司重视海外线上渠道的增长潜力，计划在亚马逊、Walmart.com 及 Target Plus 等主流电商平台推出定制化产品系列，满足线上消费者的特定偏好，并借助电商数据反馈优化产品组合，提升产品对终端消费者的可获得性与匹配度。

## 提升产品适配性

为进一步提升产品地域适配性与需求触达能力，公司在产品研发设计中深入贯彻“科学+趣味”核心逻辑，将全球色彩趋势、流行图案与宠物行为学研究深度融合——例如推出基于犬类视觉识别的配色系列、结合长毛绒贴布绣工艺的耐咬玩具、带有互动功能的毛绒角色系列等，让不同习性的宠物及养宠人群都能找到适配产品。

未来，公司将持续深化与海外设计师团队的合作，针对性研发更贴合欧洲、北美等核心市场当地文化审美与养宠场景的产品方案，通过精准匹配区域需求，进一步拓宽产品受众覆盖，夯实全球市场产品可及性基础。



趣味产品设计

## 参与行业交流

公司积极参与全球专业展会，以线下展会为重要窗口，搭建与海内外经销商、终端门店及消费者的直接沟通桥梁。通过集中展示自主品牌与创新产品，快速触达不同区域市场的合作伙伴，缩短产品从研发到市场的流通链路，让多元品类的宠物产品更高效地覆盖全球不同消费群体，切实提升产品的市场可及性。



参加美国奥兰多展会



参加意大利展会

## 自主品牌匹卡噗 (PikaPoo) 它博会系列新品首发

2025年5月8日-11日，第五届TOPS它博会在上海举办，公司首次以自主品牌匹卡噗 (PikaPoo) 独立参展，携冻干零食、狗咬胶等产品及多款首发新品亮相，其狗咬胶类产品已成为爆款，2025年4月登顶抖音犬零食类目。展会期间，品牌联动全平台发力，抖音自播表现亮眼，4天累计销售额破百万，较日常增长近10倍，收获广泛好评。



## 客户服务保障

### 客户服务管理

#### 客户服务管理体系

公司致力于为全球客户提供优质产品及服务，并基于差异化的客户结构与服务需求，针对性搭建完善的客户服务管理体系，制定《保护客人品牌制度》《客户物料控制管理》等多项标准化管理制度，围绕客户服务流程规范、客户投诉处理、客户关系维护等方面作出具体的管理规定，保障各项服务工作有序开展，切实维护客户权益。

#### 客户服务培训

为持续强化员工的责任意识与服务能力，以负责任的专业服务回应客户期待，公司定期开展系统化的客户服务专项培训。培训聚焦投诉处理、服务意识提升、沟通能力三大模块，采用线上课程、线下工作坊、模拟演练、讲座与分享会相结合的多元形式，强化实操训练与知识交流。同时构建多维度的考核评估体系，涵盖检验核心知识掌握的在线测试、结合客户反馈与内部评估的绩效评估、跟踪服务改进效果的定期回访，以及通过案例汇报与团队评审实现的实战能力考核，全面保障培训成效落地。

## 责任营销与客户服务能力提升专项培训

2025年12月1日，公司组织开展以“守合规底线·筑服务温度”为主题的责任营销与客户服务能力提升专项培训，培训面向一线营销人员、客户服务专员、团队主管及外贸跟单员，围绕责任营销与客户服务两大模块展开，系统解读了宠物玩具行业合规营销政策，明确禁止营销行为清单，并通过违规案例复盘、合规话术演练强化营销端风险防范意识；聚焦客户投诉处理，从投诉心理分析、全流程标准化响应到高频场景应对及升级风险识别，全面提升客服团队的专业能力和应变水平。综合实战环节通过“营销-投诉”联动场景模拟和跨部门协同研讨，推动解决实际工作中的痛点难点。

本次培训旨在规范前端营销行为、筑牢客户权益保障防线，将投诉转化为信任修复契机，为公司打造有温度、守底线的品牌形象奠定坚实基础。



## 客户关系维护

### 客户沟通机制

公司建立完善的客户沟通机制，整合邮箱、客服热线、官方网站、微信公众号及主流社交媒体平台等沟通载体，搭建覆盖售前咨询、售中对接、售后维护全业务场景的客户沟通渠道，保障客户可通过便捷途径传递需求、反馈建议及提交投诉信息。同时，公司建立与客户常态化互动机制，通过定期开展问卷调查、组织电话访谈等方式，收集客户对产品性能与服务质量的满意度评价。

### 客户投诉管理

公司制定并严格执行《客户投诉处理程序》，明确客诉受理、处置、反馈的全流程标准及权责划分。公司对客户投诉事项实行分级处理，将投诉问题分为轻微抱怨、较大投诉、重大投诉三个等级，并构建多部门协同处置体系，业务部负责客户投诉的信息收集和整理，品质管理部负责组织问题的调查和监督整改，总经理负责索赔的处理，通过权责清晰、流程明确的管理机制，确保各类客诉均得到及时响应、规范处置与闭环跟踪，切实保障客户合法权益。

#### 客户投诉响应处理流程



### 关键绩效

报告期内，  
公司接获客户投诉共

**48** 起

应对客户投诉响应考核通过率

**100** %

客户投诉解决数量

**48** 起

开展客户投诉响应专项培训

**3** 次

客户投诉解决率

**100** %

培训总时长

**64** 小时

### 客户满意度

公司始终将客户满意度视为衡量服务质量的关键指标，制定《客户满意度评估控制程序》，建立标准化、常态化的满意度管理机制。公司每季度以问卷调查与电话访谈相结合的形式开展客户满意度调查，评测体系聚焦产品质量、服务质量、交付及时性、整体体验四大核心维度，全面覆盖客户全流程体验，并基于调研结果制定改进措施，持续提升客户满意度。

#### 客户满意度测评体系



### 关键绩效

报告期内，  
公司客户满意度为

**94** %

注：统计范围为母公司源飞宠物。

## 负责任营销

公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规，结合经营实际制定《源飞宠物负责任营销政策》，规范营销行为。公司承诺在产品宣传中杜绝任何夸大、虚假及误导性表述，确保对外披露的产品信息真实、准确、完整且符合监管要求。

### 关键绩效

报告期内，  
公司开展负责任营销培训  
**2**次

负责任营销培训总时长  
**48**小时

### 负责任营销管理举措

#### 负责任营销培训

每年开展面向全体员工的负责任营销专项培训，确保员工全面知晓、掌握并遵守相关原则和规定。

#### 举报机制

鼓励全体员工、客户、供应商或其他利益相关方，对可能违反营销法律法规、行业规范或公司政策的行为进行监督举报。

#### 审核机制

定期对全业务流程中的营销推广策略、产品销售行为开展审查，确保产品与服务相关的营销及销售行为均合法合规。

#### 动态评估

持续关注国内外营销领域政策导向、行业实践及发展趋势，定期审视和评估对公司具有影响的营销行为，并进行针对性的调整。

## 数据安全与客户隐私保护

### 数据安全治理

公司高度重视数据安全与客户隐私保护工作，严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等国家法律法规，制定《源飞宠物客户信息安全管理规定》等相关管理制度，明确管理规范，由营销部负责信息安全与客户隐私保护管理。公司积极组织数据安全培训，全面提升员工的数据安全风险意识。

### 关键绩效

报告期内，  
公司开展信息安全与隐私保护培训  
**4**次

参与培训人数共计  
**117**人

公司制定《信息安全预案》，通过开展常态化信息安全应急演练，提升员工风险防范意识与应急处置能力，保障信息安全事件快速响应、妥善处置；此外，公司定期开展信息安全审计，评估制度的有效性，调整和优化信息安全管理措施。



信息安全培训

### 数据安全保障措施

#### 数据安全保障措施

#### 数据加密与传输安全

- 对敏感信息进行存储加密，确保数据在数据库中以加密形式留存，定期更新并管理加密密钥；
- 数据传输过程中，通过HTTPS、SSL等安全协议进行加密，防范数据被拦截、篡改。

#### 数据存储与处理规范

- 信息存储于安全服务器，限制物理访问权限，部署防火墙、入侵检测系统等保护存储环境。

#### 实时监控与趋势分析

- 采用实时监控系统，检测可疑的访问行为和数据泄露风险；
- 定期生成访问日志和安全报告，分析数据安全事件的趋势和规律。

### 客户隐私保护

公司严格遵守相关法律法规，充分尊重和保护客户隐私，员工均按照公司要求签署《保密协议书》，在未经客户知情和同意的情况下，不得泄露客户隐私信息，客户信息处理遵循“最小必要原则”，仅收集和处理必要的信息。

### 客户隐私保护措施

#### 数据分类分级管理

- 将客户信息划分为公开信息、内部信息、敏感信息三类，界定各类信息边界；
- 敏感信息进一步细分为高度敏感、中度敏感、低度敏感三个级别，对不同级别实行差异化管理。

#### 访问控制与身份验证

- 根据员工工作需求授予对应权限，定期审核访问权限，杜绝权限滥用；
- 实施多维度身份验证增强安全性，对访问客户敏感信息的操作进行日志记录。

#### 定期跟踪与外部合作

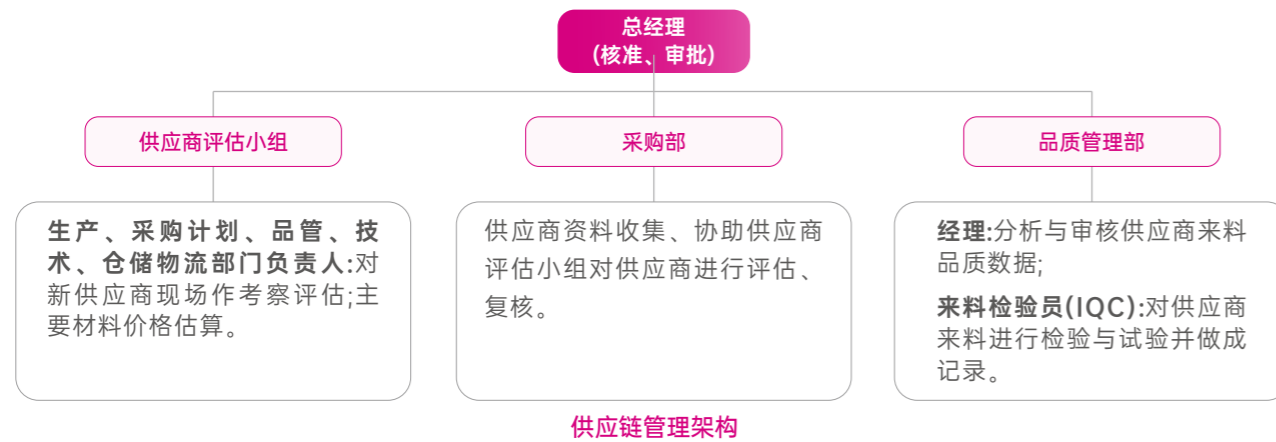
- 定期检查客户信息处理流程，确保符合国家和地方法律法规，及时更新内部管理流程；
- 与外部专业的法律顾问合作，确保所有政策和程序的合法性。

## 负责任供应链

### 供应链治理

源飞宠物秉持负责任的采购理念，依据《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法规及《联合国全球契约》(UNGC) 负责任供应链原则，将环境、社会与治理因素纳入供应商管理体系，和国内外优秀合作伙伴共同构建公开、公平、透明的宠物产业供应链生态。

为提升采购与供应商管理工作的规范化、精细化水平，公司制定《供应商管理制度》《采购管理制度》，明确供应链管理组织架构及部门职责，从制度与组织双重维度筑牢供应链管理根基，为供需双方长远发展保驾护航。



### 供应链战略

当前宠物消费市场持续扩容，宠物产业供应链复杂度也随之提升，既享受着消费升级带来的增长红利，也面临供应链波动带来的多重挑战，为保障供应链的安全稳定，公司系统开展供应链风险和机遇的识别评估，并制定一系列应对措施。

供应链风险识别评估表

风险类型	风险描述	发生可能性	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
原料价格风险	主要原材料如肉类、谷物、纺织材料等受多种因素影响价格波动频繁，可能直接压缩产品利润。	高	短期中期	采购、生产	原料成本增加、利润减少	<ul style="list-style-type: none"> <li>与优质供应商签订长期协议；</li> <li>保证各项货物、物料有多家供应商。</li> </ul>
地域集中风险	供应链地理分布较为集中，易受特定区域政策变动、贸易摩擦或自然灾害的冲击。	中	中期长期	采购、生产、物流	物流与关税成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续推进供应链区域多元化布局；</li> <li>建立关键物料安全库存。</li> </ul>

风险类型	风险描述	发生可能性	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
质量安全风险	宠物产品直接关联动物健康，原材料或生产环节的质量缺陷可能导致召回与法律纠纷赔偿，严重损害品牌声誉。	中	短期中期	采购、生产、销售	产生赔偿费用、运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>强化供应商准入与考核评估，原材料源头供应商资质严格审核备案；</li> <li>逐步面向全体供应商开展供应链安全培训。</li> </ul>
物流中断风险	国际航运与物流运输不稳定等因素影响公司出口业务的及时性与成本可控性。	中	短期中期	物流、销售	运输成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>优化物流渠道组合及库存管理体系；</li> <li>加强与承运商的战略合作关系，做好风险应对与防范。</li> </ul>

供应链机遇识别评估表

机遇类型	机遇描述	发生可能性	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
消费升级机遇	宠物“拟人化”喂养趋势持续深化，市场对高品质、创新型、功能化宠物食品与用品的需求快速增长，为研发领先企业打开溢价空间。	高	短期长期	研发、生产、销售	利润增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格筛选供应商，构建多渠道供应体系，强化供应链韧性与品质保障；</li> <li>持续引进优质的产品品类供应商，对供应链进行动态更新；</li> <li>加强与专业渠道如宠物医院、知名宠物品牌等合作伙伴的沟通交流，及时优化调整供应链管理。</li> </ul>
数字供应链机遇	应用物联网、大数据分析等技术，可显著提升从需求预测、库存管理到物流追踪的供应链效率与透明度，应对宠物消费的波动性。	中	中期	采购、生产、物流、销售	成本、费用减少	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展针对核心岗位人员的数据应用能力培训，覆盖需求预测、库存分析、生产调度等场景。</li> </ul>
供应链近岸化机遇	在近年地缘政治背景下，北美、欧洲等市场客户倾向于寻求供应链的区域化与短链化，公司凭借东南亚等地的产能布局可抢占先机。	中	中期	生产、物流、销售	收入增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>巩固现有国内和东南亚生产基地，评估并适时拓展海外生产基地；</li> <li>提升海外工厂的快速响应能力。</li> </ul>

## 供应链影响、风险和机遇管理

公司结合宠物行业特性，在供应商管理全流程中落实风险和机遇管理，从原材料采购、生产协同、物流配送等关键环节识别潜在风险，开展风险评估，并针对性采取应对措施有效预防和控制采购风险；同时强化全流程监控与应急响应，保障供应链稳健运行。

### 供应链应急响应流程

突发事件发生 (物流/政策/自然事件)

启动应急机制

产能切换与调拨: 中国、东南亚备份联动  
物流路径重构: 多式联运与备用渠道

订单优先处理与交付保障

总结复盘

## 供应链指标与目标



截至报告期末，  
公司共有供应商

**301** 家

其中本地供应商 **61** 家

本地供应商占比 **20.27** %

注: 上述供应商数量统计范围为母公司源飞宠物。

## 供应商全生命周期管理

公司构建闭环的供应商全生命周期管理体系，将准入、评估、淘汰等关键环节纳入常态化管理范畴，确保合作供应商的资质与能力适配业务需求，同时通过对供应商的动态监控和优化更新，保障宠物零食与宠物用品的及时与稳定供应。

### 供应商全生命周期管理

#### 供应商准入

- 由生产管理部门会同采购人员对供应商进行全面的资质审查，实地考察生产设备、工艺流程、生产能力、产品质量和质量体系认证情况等，严格审核其行业相关资质认证；
- 考察完毕后填制供应厂商资料卡，呈总经理核准后，列为备选厂商；
- 各项货物、物料的供应商至少应有三家，供应商背景及交易资料记载于“供应商信息表”存档备用。

#### 供应商评估

- 采购按《供应商业绩评定表》进行评估，依照供应商的供货批数情况确定评估的频率，分为月度、季度、半年度、年度评估；
- 评估因素: 质量、合作情况、交期；
- 依据评估得分确定供应商等级，评估合格且经批准后，纳入《合格供应商名录》；
- 供应商评估共分为四个等级，分别为A级（继续保持合格供应商名录）、B级（限期改善，保持合格供应商名录）、C级（要求改善，去除合格供应商名录，重新依照新供应商评估程序处理）、D级（去除合格供应商名录，2年以后重新考虑合作）。

#### 供应商淘汰

- 对交货质量不良、无法按期交货或停止营业的供应商予以淘汰。

公司积极开展供应商满意度调查，围绕采购工作评价、供应商管理制度合理性和技术文件的可执行性等内容收集供应商的意见和建议，并根据调查结果撰写《供应商满意度分析报告》。

### 关键绩效

报告期内，  
公司供应商满意度调查结果为

**100** %

注: 统计范围为母公司源飞宠物。

## 供应商ESG管理

公司持续优化供应商ESG管理体系，将可持续发展理念贯穿于供应链全流程管理，并通过对供应商的持续赋能实现互利共赢。

### 廉洁供应链

公司致力于构建公平、公开、公正、透明的商业环境，要求每一位采购人员坚守廉洁自律原则，不收取索要回扣，不参与采购腐败活动；同时要求供应商签署《供应商反贿赂承诺书》，不得以任何名义向公司采购人员输送利益，若发现供应商有任何贿赂行为，一律终止合作。

### 绿色供应链

公司高度重视绿色供应链建设，要求供应商在生产过程中严格遵守环保法规，优先合作通过多体系认证的供应商，优先选择符合环保标准或低碳减排的产品，同时优化调整物流配送路径，减少运输距离，实现产销降碳。除此以外，公司建立供应链客户降碳黑名单制度，引导供应链客户树立降碳理念，从源头控制高能耗物资流入。

## 供应链韧性建设

在全球化贸易环境波动和宠物行业消费需求持续升级背景下，公司围绕“研发—生产—交付”链路，依托“中国和美国研发+中国和东南亚制造”的双保险模式，构建起适配宠物用品行业的全链路协同体系，通过东南亚生产基地的成本优势优化整体制造成本，形成产能互补，在面对突发情况时能够实现产能快速切换，保障宠物牵引用具、零食、玩具等多品类产品的稳定供应。

目前，公司构建了完整的宠物牵引用具、宠物零食、宠物玩具等品类的生产线，通过国内外产能及研产销运作的紧密配合，灵活响应各类市场，与国际知名的专业宠物产品连锁店和大型连锁零售商保持稳定且连续的合作，如美国宠物用品零售巨头Petco和PetSmart、欧洲知名的宠物用品连锁店Pets at Home以及国际大型连锁零售商Walmart、Target等，客户遍布宠物市场较为发达的美国、欧洲、日本等国家与地区。

公司在仓储环节推行节能改造与清洁能源应用，物流运输中提升新能源车辆占比并优化配送路径，在降低碳足迹的同时提升运营效率。同时建立多区域产能配置、动态库存管理与伙伴协同机制，当遭遇物流延误、关税调整或自然灾害等突发事件时，可快速启动中国与东南亚产能的切换调拨，重构物流路径并优先保障核心客户订单交付，事后通过复盘持续优化应急流程，确保宠物产品供应的连续性与稳定性。

在构建有韧性的供应链过程中，公司不仅着眼于优化现有网络以抵御风险，更通过品牌间的战略合作，将成熟的供应链核心能力进行战略延伸与复用，系统提升供应链体系的适应性与价值创造力。

## 供应链能力跨界协同 赋能潮玩新赛道

报告期内，公司与潮玩品牌“Heyone黑玩”达成战略合作，在稳固发展宠物食品与用品核心业务的同时，通过产业协同方式，将其在品质控制、生产管理与规模化交付方面的成熟经验，应用到对产品品质要求同样严苛的潮玩赛道。

本次合作不仅为公司开辟了新的增长曲线，更通过跨领域产业协同，增强公司供应链网络应对市场变化与捕捉新机遇的韧性。

## 行业交流与赋能

公司始终秉持开放共赢的合作理念，积极投身供应链领域高水平行业交流活动，主动对接行业前沿发展趋势，凝聚产业协同共识，为供应链生态优化注入动力。同时通过邮件、上门访谈等方式与合作供应商保持良好沟通，积极了解供应商需求并视情况提供培训和技术指导，切实帮助供应商提升产品质量把控能力与生产效率。

## 平等对待中小企业

公司始终秉持公平公正的原则，高度重视与中小企业的合作关系，通过建立公开透明的供应商评估体系，保障中小企业平等参与采购竞争，公平获得商业机会。同时严格遵循合同约定，按期支付中小企业款项，避免因账款积压给中小企业带来资金周转压力，维护供应商的合法权益。报告期内，公司不存在应付账款（含应付票据）余额超过300亿元或占总资产的比重超过50%的情况。



# 04

## 守护职场幸福 践行社会责任

### 本章所涉及的ESG重要议题

- 员工权益保障
- 职业健康与安全
- 社会公益
- 乡村振兴

### 本章所响应的SDGs

<b>1</b> 无贫穷 	<b>3</b> 良好健康与福祉 	<b>4</b> 优质教育 	<b>5</b> 性别平等 
<b>8</b> 体面工作和经济增长 	<b>10</b> 减少不平等 	<b>11</b> 可持续城市和社区 	



## 员工权益保障

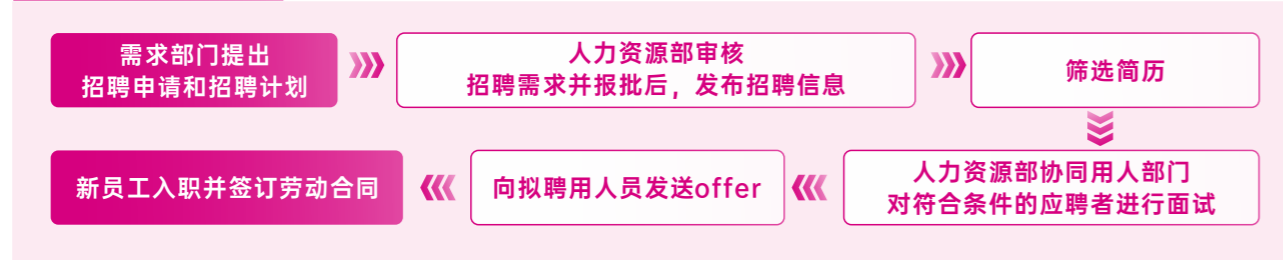
### 人才吸引与招聘

#### 招聘管理

源飞宠物严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，在招聘过程中坚决反对雇佣童工的行为，不雇佣任何未达到法定工作年龄的未成年人，反对任何形式的强迫劳动。

公司制定《招聘管理制度》《员工手册》，开拓内部推荐、自我举荐、校园招聘、社会招聘等多元化招聘渠道，由人力资源部作为招聘管理的主要职责部门，推动招聘工作的规范化、程序化，形成公平竞争、合理流动的用人机制。

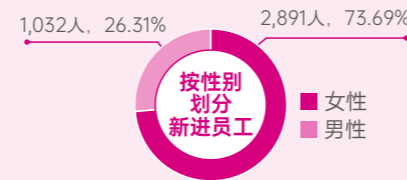
#### 招聘与录用流程



#### 关键绩效

报告期内，公司新进员工  
**3,923** 人  
公司劳动合同签订率  
**100** %

#### 新进员工构成



### 多元化、平等与包容性

公司致力于为员工提供友好、安全且公正的工作环境，充分尊重所有员工的权利和文化差异，不因民族、国籍、性别、年龄、宗教、残障等因素存在不平等雇佣，员工享有平等的机会和待遇，反对任何形式的歧视和骚扰行为，严禁传播谣言或具有诽谤性、歧视性的言论。

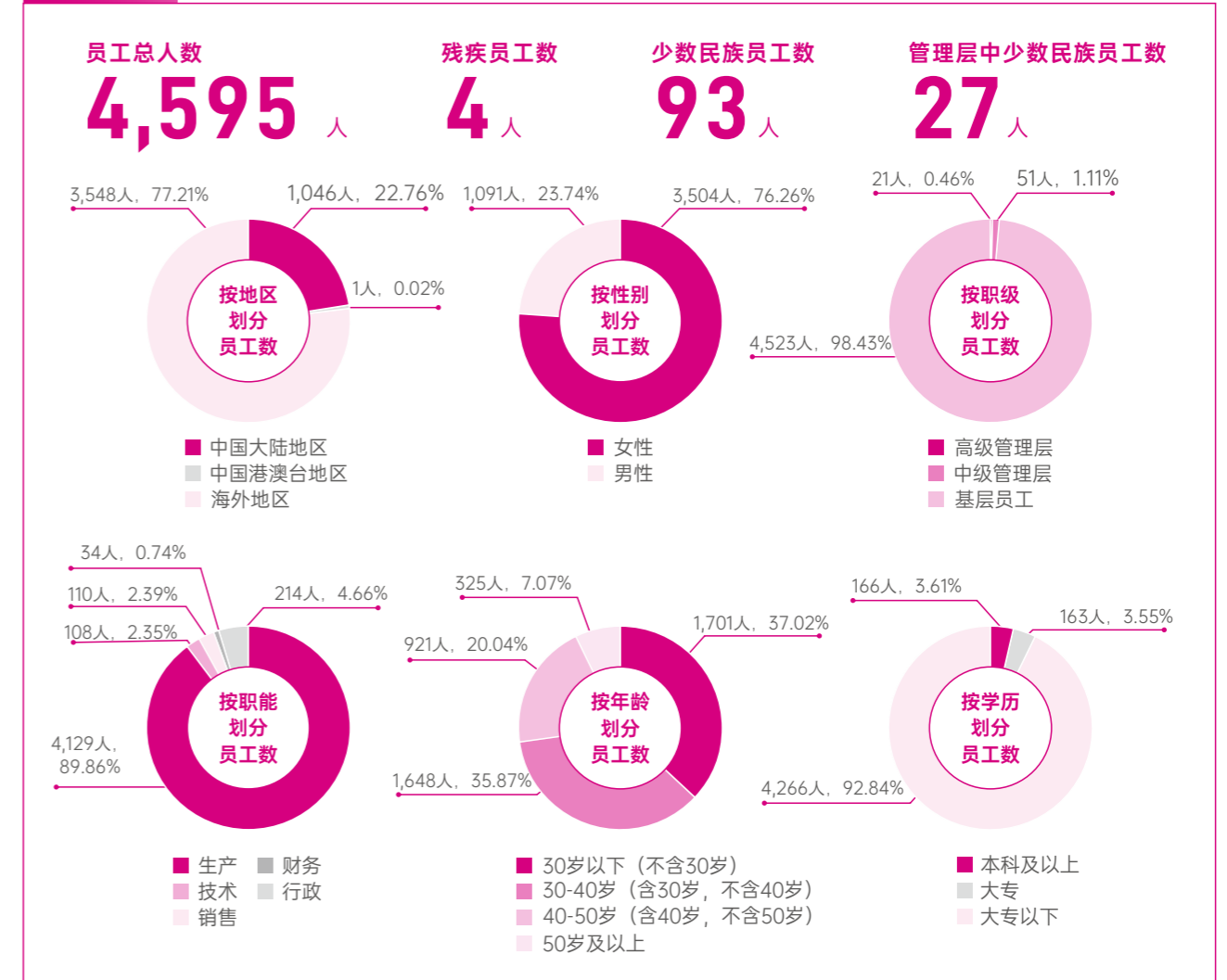
除此以外，公司始终关注并实际支持残疾人等特殊群体的平等就业，报告期内，荣获温州市残疾人联合会授予的“安排残疾人就业爱心单位”荣誉称号。

报告期内，公司未发生劳工歧视事件。



安排残疾人就业爱心单位

#### 员工构成



注：各分项占比合计不等于100%为四舍五入所致，属于正常统计误差。

公司高度重视女性权益保护，全力打造性别平等的职场环境，保障女性员工产假、哺乳假、育儿假等权利，建立公平透明的岗位竞聘机制，确保女性员工在招聘和晋升等环节中按能力定岗，并持续完善女性员工福利。

#### 关键绩效

截至报告期末，公司管理人员中女性占比  
**50.23** %

享受产假员工  
**63** 人

享受产假员工返岗率  
**87.30** %

享受育儿假员工  
**2** 人

享受育儿假员工返岗率  
**100** %

## 员工培训与发展

### 员工培训

为规范员工培训管理流程，提升员工专业能力与综合素质，打造适配公司发展需求的培训管理体系，公司制定《培训管理制度》，由人力资源部作为员工培训的归口管理部门，负责制订公司年度培训计划并对整体培训工作的实施进行监督、指导和评估，建立全体员工培训档案，各部门负责人负责本部门相关专业技术、业务培训及部门内部员工培训的组织、评估及汇总工作。

#### 培训体系



#### 新员工培训

员工入职后至试用期满前的培训，帮助新员工掌握企业的基本背景信息，熟悉工作环境，了解工作基本要求。



#### 在职培训

包括转岗培训、职务升迁培训、专业培训、内部培训、委托培训、脱产培训、外派培训等，帮助员工熟练掌握本职位所必需的专业技能和技巧，提高工作效率。



#### 职业培训

根据员工个人意愿，为员工制定职业生涯规划，进行相关性的职业培训，以适应公司未来的需求，同时提高员工自身价值。

员工培训情况		
指标	单位	2025年
培训场次	场次	243
接受培训总人次	人次	8,475
培训总时长	小时	28,921.50
每名员工每年接受培训的平均时长	小时/人	6.29



新员工培训

### 职业发展

公司构建科学、有序的职业发展体系，在相关制度中明确员工晋升与岗位调整管理制度，实行内部职称制，针对行政和生产管理类岗位设置对应职称，职称的确定由人力资源部和人力资源部共同对基本岗位进行初评，薪酬与绩效管理实施小组办公室复评，薪酬与考核委员会进行确认。

除此以外，公司薪酬与绩效管理实施小组负责职级调整管理，部门经理及以上岗位职级由公司薪酬与绩效管理实施小组进行评估后决定；部门经理以下岗位的职级调整由薪酬与绩效管理实施小组办公室负责。

#### 关键绩效

报告期内，  
员工内部调动或内部应聘的人数

43 人

员工内部调动或内部应聘的比例

0.94 %

## 劳动关系管理

### 绩效管理

公司建立科学规范的绩效管理体系，通过绩效目标设定、过程跟踪、结果评估与反馈优化的闭环管理，实现个人绩效与组织绩效的协同提升。

公司制定《绩效管理制度（暂定）》，开展员工月度及年度绩效考核，围绕定量指标和定性指标两大维度进行评价，设置优秀、良好、合格、不合格4个考核等级，考核结果与绩效工资、年终奖金挂钩，并作为培训发展、评选先进等重要依据。公司设立考核管理委员会负责绩效管理制度修订和各部门关键业绩指标、目标值的审批等绩效管理工作。

公司建立健全绩效反馈与申诉机制，将员工与上级主管的双向沟通贯穿绩效考核全流程，由主管通过面谈的方式向员工反馈绩效考核结果与判定原因，共同分析其绩效表现中存在的优势和不足，制定改进与提升计划。

若员工对考核结果存在异议，可在收到考评结果后三个工作日内向人力资源部提交《绩效考核申诉表》，如确定受理，人力资源部将在三个工作日内向相关员工反馈考核管理委员会的最终裁定结果，确保员工诉求得到及时响应与妥善处理。

### 劳动纠纷管理

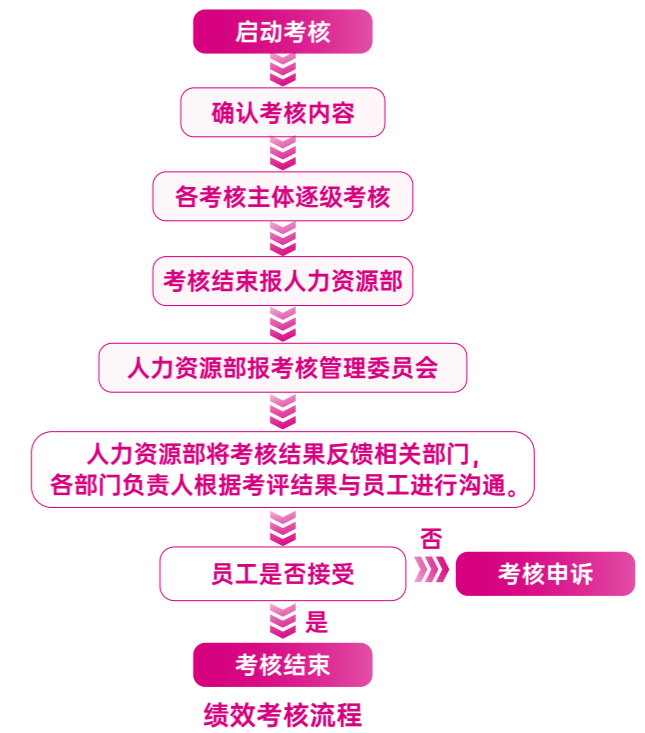
公司注重预防劳动争议，制定《离职管理制度》，明确员工离职程序，员工离职均严格按照相关法律法规和公司制度办理，确保离职过程合法合规。公司鼓励员工在遇到纠纷争议时，优先通过内部沟通的方式化解争议，若内部解决无效，员工可通过向劳动争议仲裁委员会申请仲裁等外部途径处理。

## 薪酬福利管理

### 薪酬管理

公司秉持公平、激励、经济的薪酬设计理念制定《薪酬管理制度》，形成以工作性质和岗位定薪的薪酬体系，由人力资源部主要负责员工薪酬管理，以市场化、规范化的薪酬管理激发员工内生动力，保障薪酬分配的公平性与激励性，同时定期对薪酬体系进行复盘优化，确保其适配公司发展阶段与市场竞争态势。

为激发组织活力与员工潜能，公司建立年度评奖体系，设立“总经理特别奖”“潜力新人奖”“金牌团队奖”等个人和团队奖项，对表现优异的员工给予奖励，持续营造积极进取、共赢发展的组织氛围。



### 薪酬设计理念



公平

- 同工同酬
- 根据员工绩效、服务年限、工作态度等方面的表现，对职级薪级进行动态调整，使员工的能力水平、价值贡献与其薪酬水平匹配。



激励

- 对相同职级的薪酬实行动态区间管理，充分调动员工的积极性和责任心。



经济

- 综合考虑公司承受能力、利润、合理积累和市场行情的情况下，合理制定薪酬，实现员工与企业利益共享。

### 员工薪酬



### 福利待遇

公司珍视每一位员工的辛勤付出，保障员工正常的休息休假，推出了一系列福利待遇，表达对员工的人文关怀，增强员工归属感和责任感。公司制定《福利管理制度》，并在《员工手册》中对考勤与休假、工时制度、员工福利等内容进行明确，通过定期进行福利的市场调研，制定和更新公司的福利政策，确定福利项目及预算，确保员工福利得到有效保障。

### 福利体系

- 法定福利**：社会保险、住房公积金、法定休假（包含法定节假日、事假、病假、工伤假、婚假、产假、流产假、丧假、带薪年假、公假等）
- 普惠福利**：餐费补贴、住房补贴、员工宿舍、交通补贴、节日礼品、生日祝贺、开门红包、外地员工春节返乡车费
- 特殊福利**：结婚祝贺、新生儿祝贺、员工直系亲属死亡慰问金

### 关键绩效

报告期内，  
公司员工福利支出  
**129.01** 万元

人均带薪年假天数  
**14.5** 天

注：福利支出统计范围为母公司源飞宠物。

### 员工激励

公司高度重视人才激励与发展，积极构建科学合理的中长期激励机制，通过实施股权激励，为员工创造共享公司成长红利的机会，实现互利共赢。

2025年8月11日，公司召开2025年第一次临时股东会，审议通过《关于<2025年限制性股票激励计划（草案）>及其摘要的议案》，激励对象覆盖高级管理人员、中层管理人员及核心技术（业务）骨干共62人，通过利益绑定与价值共享，强化核心管理团队与公司长远发展的一致性。

### 员工关怀与沟通

### 员工活动

公司始终秉持以人为本的管理理念，高度重视员工精神文化生活建设，积极组织开展年会、团建和员工技能大赛等形式丰富的员工活动，为员工搭建放松身心和增进沟通的互动平台，有效强化团队向心力与归属感，营造出积极向上、和谐融洽的企业文化氛围。



公司年会



贵州团建



四川团建



重庆、湖北团建



第八届员工技能大赛



## 员工帮扶

公司设立“幸福树”慈善基金，用于帮扶遭遇困境的内部员工。

### 困难员工帮扶

报告期内，公司通过“幸福树”慈善基金向某家庭经济困难的员工提供了15,000元帮扶资金，帮助员工缓解生活压力，增强员工对公司的认同感与归属感，也彰显企业践行社会责任、构建温暖职场的理念。

## 民主管理

公司始终坚持民主管理，开放多元化沟通渠道，确保每位员工都有机会发声。公司依法建立工会组织，完善职工代表大会制度，保障职工知情权、参与权与监督权，构建和谐稳定的劳动关系。报告期内，公司严格遵循相关制度召开职工代表大会，审议和通过选举职工代表董事等涉及员工切身利益的重大事项，增强员工对公司发展的信心和参与感。

报告期内，为深入了解员工需求，公司开展员工满意度调查，调查内容围绕工作满意度、沟通情况、团队合作、绩效管理、部门管理、公司管理、薪酬福利、员工发展等多维度展开，参与人数共计403人。

### 关键绩效

报告期内，  
公司职工代表大会审议通过项目数

3 项

工会会员占在职员工的比例为

100 %

注：统计范围为母公司源飞宠物。

### 多元化沟通渠道



#### 部门会议

通过部门会议，向员工及时传递公司的动态及信息，员工也可在会议上提出意见和建议。



#### 日常建议

员工可随时就工作提升、创新、改善等方面向公司提出合理化建议，对采纳的合理化建议/提案给予相应的奖励。



#### 员工意见箱

在办公区域宣传栏设置员工意见箱及沟通电话。



员工意见箱

## 职业健康与安全

### 安全生产管理体系

源飞宠物依据 ISO45001 职业健康安全管理体系，在《员工手册》中明确职业健康安全管理制度、工伤管理制度、安全生产制度、劳保用品管理制度等相关制度，为员工提供清晰的职业健康与安全指导与行为规范。公司构建符合运营实际的职业健康与安全生产管理架构，成立安全生产领导小组，下设综合管理部负责具体执行工作，各部门、车间负责人为本部门的安全生产管理责任人，负责对本部门、车间班组进行安全生产教育、日常检查、监督和整改。

报告期内，公司与全体员工签订《安全生产目标管理责任书》，进一步压实全员安全生产责任，织密织牢安全生产防护网，为公司稳健运营筑牢坚实的安全根基。

### 安全生产风险管理

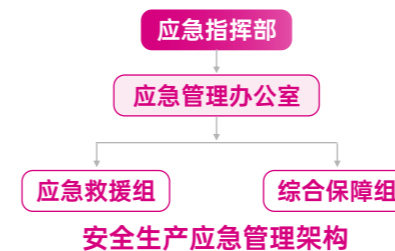
#### 安全应急管理

公司制定《生产安全事故应急预案》《火灾事故专项应急预案》《人身伤亡事故专项应急预案》《消防疏散和灭火演习方案》等一系列应急预案，设立应急指挥部负责安全应急管理，综合管理部至少半年进行一次应急预案演练，记录培训和演练结果，评价应急预案的有效性，并予以完善。

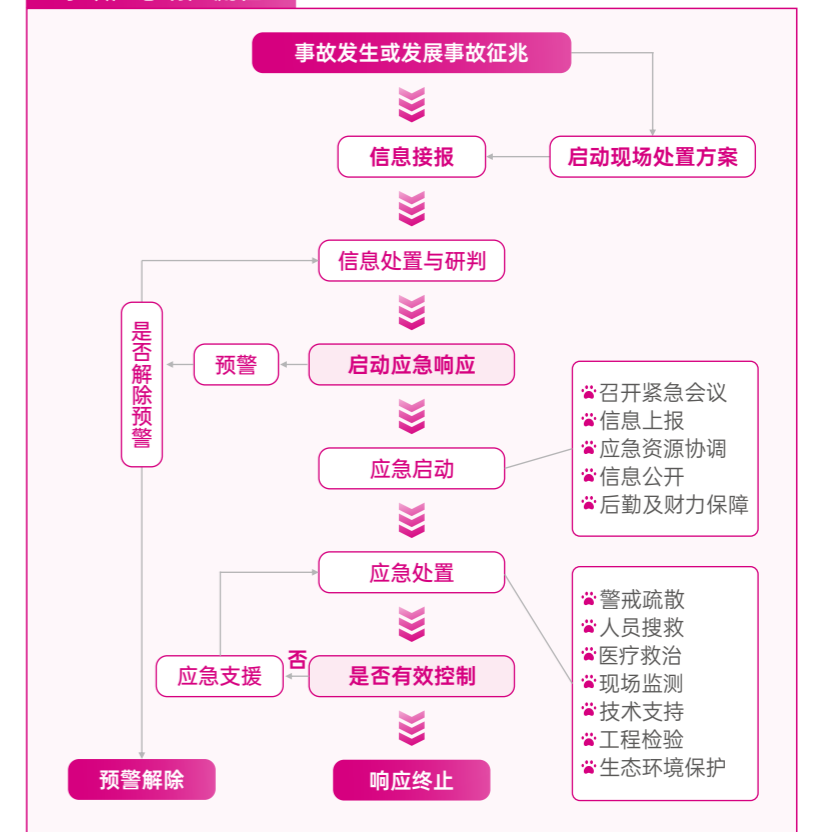
### 关键绩效

报告期内，  
公司开展安全应急演练

10 次



### 事故应急响应流程



### 消防疏散和灭火应急演练

2025年4月和10月，公司针对咬胶生产部、仓储物流部、咬胶技术研发部全体员工开展两次消防疏散和灭火应急演练，从消防知识现场培训、灭火器使用演练、室外消火栓使用演练、紧急疏散逃生、急救演练等方面展开模拟演习，提升员工的消防安全意识和应急处置能力，夯实安全生产基础。



麻园分公司消防演练



柬埔寨爱淘消防演习



柬埔寨莱德消防演习

### 安全隐患排查

公司每月常态化开展安全隐患排查并填写《月度综合检查问题及改善方案表》，各车间每周安全生产自查不少于1次，生产班组每日班前班后例行安全检查，特殊设备的操作者应按照操作规程要求每天进行安全检查。

### 关键绩效

报告期内，  
公司安全生产隐患排查整改率  
**100** %

注：统计范围为母公司源飞宠物。



6S检查

### 安全文化建设

为增强全员安全意识，公司定期组织开展安全生产培训，召开安全生产例会，提升员工的安全生产意识和操作技能，牢固树立安全生产理念，坚决防范各类生产安全事故。

### 安全文化建设体系



安全生产例会

- 安全生产领导小组每季度至少召开一次安全专题会议，传达政府部门的安全规定，进行公司安全生产规划、安全工作改进与安全生产奖惩等事项；
- 综合管理部每月召开一次安全生产例会，总结安全生产计划执行情况，确定下一步工作重点。



安全教育培训

- 安全培训内容：安全法律法规、常见事故伤害的预防、化学物品的使用和紧急救护常识、危险情况的逃生与自救、灭火器的使用、安全用电常识、交通安全常识、职业健康、个人防护用品使用方法、岗位操作知识技能等；
- 新进员工需进行三级安全教育培训；
- 调岗、临时作业、实习员工必须先进行上岗前的安全教育培训，培训合格才能进入岗位；
- 特殊工种的员工需进行专业安全技术培训，做到持证上岗；
- 新工艺、新技术、新设备、新产品投产前，按新的安全操作规程，由人力资源部、综合管理部和生产部门联合组织对有关人员进行安全技术教育，考试合格后方可上岗操作。

### 消防防护知识培训

2025年4月，公司面向全体员工开展消防防护知识培训，讲解物质燃烧的三要素，明确员工需掌握的消防核心技能和消防安全禁止行为，帮助员工系统掌握消防知识，及时识别并处置安全隐患，为公司日常经营和生产筑牢安全防线。



交通安全培训



消防理论知识培训



消防演练例会

#### 安全教育培训情况

指标	单位	2025年
安全教育培训总投入	万元	1.05
安全教育培训总时长	小时	8,854
安全教育培训场次	场	12
参与安全教育培训人次	人次	1,658

### 职业健康保障

#### 职业危害因素检测

公司严格遵循有关法律法规和标准规范，切实做好职业病危害因素检测工作。公司的职业病危害因素主要包括氨气、粉尘和噪声等，企业发展部每年定期委托有资质的职业健康技术服务机构对作业场所进行职业病危害检测与评价，根据检测结果及时预防、控制和消除职业病危害因素，保护员工身体健康。报告期内，公司聘请专业检测机构进行职业病危害因素检测，共检测粉尘及化学有害因素定点6个点、个体0个，并出具《工作场所职业病危害因素检测报告》，检测结果均符合相关要求。

### 关键绩效

报告期内，  
公司职业病危害因素检测率  
**100 %**

职业病危害因素监测合格率  
**100 %**

#### 职业健康防护措施

公司严格按照国家及行业相关标准，配备必要的劳动防护用品与防护设施，并定期检查维护，全面落实职业健康防护工作，保障员工在各类作业环境下的安全。公司通过宣传橱窗宣传职业病危害和防范措施，在生产车间醒目位置设立公告栏警示职业病危害，强化员工对职业危害的认知，提升防护意识与能力。



防噪声耳塞



防毒面具



防割手套



职业健康警示标志

#### 职业健康体检

公司高度重视职业病的发现和预防，规范职业健康接害人员信息管理，由人力资源部负责组织员工职业健康检查和进行职业病诊疗管理，组织员工上岗前、在岗期间、离岗时的职业健康检查，建立健康监护档案，并妥善保存。

### 关键绩效

报告期内，  
公司员工职业病危害体检覆盖率  
**100 %**

**无新增**  
职业病

### 职业健康检查全周期覆盖



#### 岗前检查

组织新员工进行岗前健康检查，严守健康检查关，对不符合公司健康要求的人员告知其病情，并予劝退，同时保存相关记录。



#### 在岗检查

与职业危害因素直接接触的员工每年进行一次在岗健康检查，对出现有健康损害的员工，应采取相应的医疗措施；发现有职业禁忌症的，将其调离至适当的岗位。



#### 离职检查

组织与职业危害因素直接接触的员工且距前一次在职体检时间已超过90天的进行离岗体检，确定其在停止接触职业危害因素时的健康状况。

2025年7月，公司选择专业的医疗机构，结合职业病危害因素为相关员工进行针对性的职业健康体检，出具《职业健康检查报告书》，结果显示疑似职业病0人、职业禁忌证0人、需要复查人员0人。



职业健康体检

### 职业健康培训

公司积极开展职业健康培训，强化员工对职业危害的认知，提升防护意识与能力，提高各部门职业健康管理水平和员工的防护水平。

### 劳保用品规范使用培训

2025年5月，公司面向全体员工开展劳保用品的选择、使用培训，帮助员工掌握安全帽、防护手套、护目镜等劳保用品的正确操作要点，提升自我防护能力，保障员工职业健康。



### 职业病防护基础知识培训

2025年7月，公司面向全体员工开展职业病防护基础知识培训，讲解职业危害因素的三大分类和粉尘、放射性物质等职业病危害因素，帮助员工了解职业危害的来源与分类，主动规避相关职业健康风险，防范和减少职业病的产生。



### 指标与目标

公司以“0伤害”“0安全生产事故”为目标，全力保障员工职业健康。

职业健康与安全指标		
指标	单位	2025年
安全生产投入金额	万元	30.25
因工作关系死亡人数	人	0
总工伤人数	人	5
工伤保险投入金额	万元	93.45
特种作业人员持证上岗率	%	100
安全生产责任险的投入金额	万元	1.17

### 社会贡献与乡村振兴

源飞宠物积极履行社会责任，参与各类社会公益和捐赠活动，响应国家乡村振兴战略号召，用实际行动传递企业温度。报告期内，公司荣获“公益爱心企业”称号。



公益爱心企业证书

### 关键绩效

报告期内，  
公司公益总投入共计  
**38.54** 万元

### “学子心·狮爱情”公益助学励志营——走进爱心企业活动

报告期内，公司积极参与中国狮子联会鳌水服务队组织的“学子心·狮爱情”公益助学励志营——走进爱心企业活动，给贫困家庭大一新生捐赠助学用品，以实际行动为学子们送上关怀与支持。



### 科学守护，让爱延续——源飞宠物×匹卡噗流浪守护计划

公司始终致力于推动流浪动物救助与科学关爱，报告期内，公司旗下自主品牌匹卡噗PikaPool以“自然、有温度、可持续”的理念为核心，持续开展“匹卡噗流浪守护计划”，捐赠猫粮与猫窝，搭建校园猫屋，持续科普流浪动物救助知识，同时联合一线救助者分享经验与心声，引导公众以理性、科学的方式参与救助，切实推动人与动物和谐共生的社区环境建设。



## 响应国家战略

源飞宠物始终将企业发展融入国家战略全局，积极响应“一带一路”倡议，乘势出海，通过全球化布局与本土化深耕双轮驱动，精准布局生产基地、优化产业分工协作，在践行对外开放、稳定产业链供应链、促进国际互利共赢等方面作出了积极探索，既发挥了国际国内两个市场、两种资源的优势，又为国家贸易安全与产业升级提供了实践样本。同时，公司通过技术培训、管理赋能等方式，将先进的生产工艺与企业管理理念传递给当地员工，助力提升本土人才的专业素养，形成了“企业出海+技术输出+就业增收”的良性循环，生动诠释了“一带一路”倡议下互利共赢的合作理念。

### 扬帆“一带一路”——宠业跨境筑根基 共赢全球新生态

柬埔寨与孟加拉作为“一带一路”沿线的重要节点国家，具备良好的贸易环境、政策支持、在劳动力和原材料等区位优势和发展潜力，公司将柬埔寨、孟加拉作为海外生产基地的核心落点，将国内成熟的生产技术、管理经验与产业链资源延伸至海外，带动了当地宠物产业的从零起步与集群发展，同时有效规避国际贸易环境变化带来的关税壁垒与市场风险，实现了产业链的全球化优化配置。

#### （一）柬埔寨双基地：聚焦专业分工，打造核心产能集群

2019年，公司率先在柬埔寨布局两大生产基地，依托当地政策红利与低成本优势，实现宠物用品产能的快速落地与扩张：

##### 爱淘宠物生活用品（柬埔寨）有限公司

2019年3月成立，定位为宠物零食产品的开发及生产，并成功取得柬埔寨发展委员会批准的合格投资项目（QIP）企业资质。根据柬埔寨《投资法》，QIP资质可为企业带来所得税减免、生产设备及原材料关税减免等多项政策红利，有效降低投资与运营成本。

该项目为公司与烟台中宠食品股份有限公司的合作项目，通过强强联合实现资源互补，加速了国际化产能落地进程。工厂于2019年4月启动投建，期间顺利通过Sedex、SCS、BRC+FSMA等多项国际权威验厂认证，2020年6月工厂正式投产，并陆续启动二期和三期工程建设，进一步扩大宠物零食产能规模。

柬埔寨爱淘作为当地工业园区规模领先的外商企业，已为当地创造近1,600个就业岗位，极大提升了当地居民收入水平。



##### 莱德宠物生活用品（柬埔寨）有限公司

2019年7月成立，定位为宠物用品的开发及生产。该基地与柬埔寨爱淘形成差异化分工，前者聚焦宠物零食，后者覆盖更广泛的宠物用品品类，共同构建起柬埔寨地区的宠物用品生产集群，提升企业在东南亚市场的产能辐射力与产品竞争力。

## 扬帆“一带一路”——宠业跨境筑根基 共赢全球新生态



### (二) 孟加拉新基地：延伸产业链，拓展多元品类

在柬埔寨基地稳定运营的基础上，企业持续深化东南亚布局，在孟加拉设立新的生产基地，进一步延伸了产业链布局，规划建设宠物零食、宠物牵引用具及宠物玩具生产线，丰富宠物用品品类矩阵。同时通过整合当地原材料与劳动力资源，进一步优化生产成本结构，增强公司在全球宠物供应链中的议价能力与抗风险能力。

在响应“一带一路”倡议推进海外生产基地布局的过程中，公司围绕跨境投资的核心风险，总结形成了多维度实践经验与措施，为海外业务合规稳健推进提供了支撑。

#### 合法合规

查阅当地外商投资法律法规，咨询当地投资机构和律师，对法律政策进行了充分了解，包括外国投资政策、市场准入条件、行业限制等等，确保投资行为合法合规。

#### 文化融合

通过研究行业报告了解当地经济和人文环境，对员工进行跨文化培训，雇佣当地优秀人才，建立良好的沟通和合作机制，促进文化融合和理解。

#### 税务规划

对当地外商的税收优惠措施进行充分了解，制定合理的税务筹划方案，规避税务风险。

#### 团队建设

建立包括财务、法律、市场等方面人才的专业团队，与当地相关专业机构合作，充分利用其经验和资源。

#### 政治和社会稳定

政治和社会稳定是投资风险的重要因素，公司制定针对政治和社会稳定风险的管理措施，防范和有效应对可能出现的风险。

作为“一带一路”倡议下国际产能合作与互利共赢的生动实践，公司在柬埔寨的产业布局为公司海外发展拓展了空间，也对柬埔寨当地经济社会发展形成多维度赋能效应。

#### 促进经济发展

公司投资建厂后，原本没有大型宠物食品生产制造企业和宠物产业集群的柬埔寨开始有该类产品的出口，促进当地宠物产业发展和经济增长。

#### 创造就业机会

公司设立的柬埔寨爱淘是当地工业园区最大的外商企业，创造了1,600个就业岗位，降低失业率，提高当地居民生活水平。

#### 技术经验传递

公司将先进的技术和管理经验引入到柬埔寨本地市场，员工通过工作学习新的技术和知识，提升自身竞争力和专业技能。



## 未来展望

面向未来，公司将紧扣国家“双碳”目标与资本市场ESG发展趋势，结合宠物行业升级方向，持续推进可持续发展战略落地。

公司秉持“关爱宠物，创造美好”的使命，以创新驱动、全球化布局和自主品牌建设为核心发展方向，稳步推进各项业务升级。在研发方面，公司坚持“中美双研发中心”协同机制，围绕产品功能化、时尚化与智能化持续迭代，提升对全球多元化市场需求的响应能力。在产能方面，在巩固“国内+东南亚”双核心布局的基础上，随着2026年新增产能逐步投产，公司整体交付能力与供应链稳定性将进一步提升。同时，公司加快自主品牌建设，推动由制造能力向品牌能力延伸。

围绕宠物消费升级及监管环境变化，公司同步强化产品责任、员工发展与规范运作水平。一方面，持续深化质量文化与食品安全管理体系，加大宠物健康相关产品的研发投入，完善人才培养与激励机制；另一方面，不断优化“三会一层”治理结构，提升决策效率与透明度，持续提高信息披露质量，完善ESG信息披露体系，推动公司治理水平稳步提升。

2026年，公司将继续以研发创新为牵引，以全球化布局为支撑，以品牌建设为抓手，深耕宠物产业链各环节，持续提升运营效率与管理精细化水平；同时，公司也将与全球合作伙伴保持长期稳定合作，为消费者提供更具品质与温度的产品与服务，推动公司实现长期稳健发展。



# 附录

## 指标索引

报告章节	《全球可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG6.0)》	深圳证券交易所 《上市公司自律监管指引第17号 - 可持续发展报告 (试行)》
关于本报告	2-1/2-2/2-3	P1.1/P1.2	第四条/第六条
ESG致辞	2-22	P2.1	/
走进源飞宠物	2-1/2-6/2-17/201-1	P3.1/P3.2/P3.3	第三十五条/第四十条/ 第四十二条/第四十七条
可持续发展理念	2-22	/	第五十一条
可持续发展治理	2-9/2-12/2-13/ 2-14/2-17	G1.1.1/G1.1.2/G1.1.4/ G1.1.5/G1.1.6	第十一条/第十二条/第十八条
可持续发展风险管理	/	G1.1.8	第十一条/第十五条
可持续发展培训	2-17	G1.1.3	第十二条
利益相关方沟通	2-29	G1.3.1/G1.3.2	第九条/第五十三条
重要性议题管理	3-1/3-2/3-3	G1.1.9/G1.1.10	第五条/第七条
党建引领	/	/	/
规范治理	2-9/2-10/2-12/ 2-18/2-19/405-1	/	/
投资者关系管理 与股东权益	2-29	/	/
风险管理与 内部控制	2-9/207-2	/	/
商业道德	2-26/2-27/205-2	G2.1.1/G2.1.2/G2.1.3/ G2.1.4/G2.1.8/G2.2.1/ G2.2.2/G2.2.3	第五十五条/第五十六条
应对气候变化	201-2/305-1/305-2/ 305-4/305-5	E1.1.1/E1.1.2/E1.1.3/ E1.1.4/E1.1.5/E1.1.6/ E1.1.7/E1.1.8/E1.1.14/E1.1.16	第二十一条/第二十二条/ 第二十三条/第二十四条/ 第二十五条/第二十六条/ 第二十七条
环境合规管理	2-27/305-6/306-1/ 306-2/306-3	E2.1.1/E2.1.2/E2.1.3/E2.1.5/ E2.1.6/E2.2.1/E2.2.2/E2.2.3/ E2.2.4/E2.2.5/E2.2.6/E2.4.1/ E2.4.2/E2.4.3/E2.4.4/E3.3.4	第二十九条/第三十条/ 第三十一条/第三十三条
资源利用	302-1/302-3/ 303-3/303-5	E3.1.1/E3.1.2/E3.1.3/ E3.1.5/E3.2.1/E3.2.3/ E3.2.4/E3.3.2	第三十五条/第三十六条/ 第三十七条
生态系统和 生物多样性保护	101-1	E2.3.5	第三十二条

报告章节	《全球可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG6.0)》	深圳证券交易所 《上市公司自律监管指引第17号 - 可持续发展报告 (试行)》
创新驱动	2-6	S2.1.2/S2.1.3/S2.1.4/ S2.1.5/S2.1.6/S2.1.7/ S2.1.10/S2.1.11	第四十二条/第四十三条
产品安全与质量	2-25/2-27/ 416-2/417-2	S3.3.1/S3.3.2/S3.3.3/ S3.3.4/S3.3.5	第四十七条
客户服务保障	2-25/2-26	S3.3.6	第四十七条
数据安全与 客户隐私保护	2-27	S3.4.1/S3.4.2/ S3.4.3/S3.4.4	第四十八条
负责任供应链	2-6	S3.1.1/S3.1.2/S3.1.3/ S3.1.4/S3.2.1	第四十五条
员工权益保障	2-7/2-26/401-2/401-3/ 404-1/405-1	S4.1.1/S4.1.3/S4.1.4/ S4.1.7/4.1.8/S4.1.11/ S4.1.12/S4.3.1/S4.3.2/ S4.3.3/S4.3.4/S4.3.5	第四十九条/第五十条
职业健康与安全	403-1/403-2/403-3/ 403-4/403-5/403-6/ 403-7/403-9	S4.2.1/S4.2.2/S4.2.3/ S4.2.4/S4.2.5/S4.2.6	第五十条
社会贡献与乡村振兴	413-1	S1.2.1/S1.2.2	第三十九条/第四十条
响应国家战略	2-6/203-1	/	第四十条
未来展望	/	A1	/
指标索引	/	A3	第五十七条
意见反馈表	2-26	A6	第九条

## 意见反馈表

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告。我们高度重视并期待聆听您对本报告的宝贵反馈。您的意见和建议是我们不断提升ESG信息披露质量、深化ESG管理与实践的重要推动力量。我们诚挚欢迎并衷心感谢您的参与和支持！

您对我们ESG管理和实践的总体评价是：

非常好  好  一般  较差  差

您对本报告的总体评价是：

非常好  好  一般  较差  差

您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

您认为我们在公司治理方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

您认为我们在环境保护、资源管理和应对气候变化方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

您认为我们在产品质量管理方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

您认为我们在供应链安全管理方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

您认为我们在员工权益保障及职业健康管理方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

您对我们履行ESG及本报告有何意见和建议？

您可以通过以下方式联系我们：

网址：<https://www.wzyuanfei.com>

电话：0577-63870169

邮箱：[zhangxuan@wzyuanfei.com](mailto:zhangxuan@wzyuanfei.com)

地址：浙江省平阳县水头镇标准园区宠乐路1号