

证券代码：301335

证券简称：天元宠物

杭州天元宠物用品股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2024-007

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"/> 电话会议 <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	东北证券：范彦君、阚磊、章森荣、章巧蓉、蒋宇杰、刘振宇、支宇晴、柳文哲、王伟杰、范霄桐、张宏雷、徐琴、江凌霄；工商银行：杨东威、陆嘉玮、马首瞻、孙肖；杭州高航投资管理有限公司：陆丰邦；杭州同巨投资管理有限公司：张立烽；杭州优益增投资管理有限公司：刘敏；浙江国恬私募基金管理有限公司：鲁贝宁；孟舒昊；许淞棋。
时间	2024年3月13日
地点	杭州天元宠物用品股份有限公司鸿旺园区9号楼1楼会议室
公司接待人员姓名	董事会秘书、副总裁：田金明 证券事务代表：洪寒琼
投资者关系活动主要内容介绍	一、参观样品间 二、介绍公司情况 三、投资者问答环节 1、去年毛利率和净利率下降的原因？ 答：2023年1-9月公司实现营业收入15.29亿元，同比增加1.29%，归属于上市公司股东的净利润0.52亿元，同比下降45.02%，主要系本期期间费用较上年增长，且汇兑收益较上年大幅下降，致使利润总额下降。分产品看，2023年1-6月份，宠物窝垫实现营业收入113,820,926。

92 元,较上年同期下降 21.06%,毛利率 22.04%,较上年同期增长 1.28%;猫爬架实现营业收入 168,390,770.95 元,较上年同期下降 1.74%,毛利率 22.30%,较上年同期增长 1.70%;宠物玩具实现营业收入 128,524,678.71 元,较上年同期减少 20.10%,毛利率 23.10%,较上年同期增长 1.93%;宠物食品实现营业收入 393,249,107.35 元,较上年同期增加 100.12%,毛利率 9.03%,较上年同期下降 3.35%;其他用品实现营业收入 192,774,668.98 元,较上年同期增长 8.77%,毛利率 18.56%,较上年同期上涨 1.53%;其他业务营业收入 6,443,972.67 元,较上年同期减少 47.11%,毛利率 27.85%,较上年同期下降 12.84%。

2、公司与中宠股份和佩蒂股份的竞争上面有什么差异化?

答:公司以宠物用品的设计开发、生产和销售业务为基础,积极拓展宠物食品销售业务,产品涵盖了宠物窝垫、猫爬架、宠物食品、宠物玩具、宠物服饰、电子用品等多系列、全品类宠物产品。

公司专注于宠物产业,以“让宠爱、更健康”为使命,注重围绕猫、狗等主要宠物的生活习性与人宠互动需求进行多品类宠物产品的持续开发,并重视新功能、新主题、新材料、新品类的创意企划与创新设计,实现了对宠物居住、饮食、玩耍、服饰、清洁、出行及人宠互动等多场景、全品类产品的广泛覆盖。公司合作客户广泛分布于欧洲、北美、大洋洲等主要发达地区,其中包括多家国际知名的大型连锁综合商超、专业宠物产品连锁企业及电商企业。

为更深入地服务境外客户、满足客户“一站式”采购需求,以猫爬架、宠物窝垫优势产品为基础,公司将产品范围逐步扩展至宠物玩具、服饰、牵引用具及日用品等其他品类。其中,由于宠物玩具、服饰等其他宠物用品具有类型规格众多、材料工艺差异较大等特点,且所在浙江地区具有较为丰富的轻工业小商品加工制造产品配套资源,公司遂利用产业链分工的比较优势,逐步将经营资源聚焦于产品开发设计、供应链管理 & 客户开拓维护等高附加值业务环节,并就猫爬架与宠物窝垫优势产品保留了部分自有产线,形成了以外协加工为主的生产模式。对于宠物食品、猫砂等日用消耗品,公司直接向相关供应商采购后对外销售。

公司对境内业务采取了以食品带动用品拓展国内线上与线下渠道、促进宠物食品与宠物用品协同销售的发展策略。公司以授权合作销售国际知名宠物粮食品牌产品为先导，逐步与冠军公司、雀巢、玛氏等国际知名宠物食品公司建立紧密的合作关系。主要通过跨境进口、一般贸易渠道进口等方式，面向境内市场销售国际知名宠粮品牌产品，建立并巩固公司境内线上与线下销售渠道。

### 3、公司的具备哪些竞争优势？

答：公司作为国内较早进入宠物产业的行业先行企业，依托于国内宠物用品产业链与国际宠物食品供应链的比较优势，经过近二十年的探索、创新、积累，已在优质客户资源、供应链管理体系、多品类产品开发、用品食品协同销售等方面建立了持续竞争优势，形成了公司的核心竞争力。

#### （1）行业先发优势与客户资源优势

国内宠物行业在上世纪九十年代尚处于起步阶段，自 2010 年左右才迎来快速发展。公司创业团队于 1998 年便开始从事宠物行业，创业初期以宠物窝垫与猫爬架为主要产品，率先进入国际宠物市场；随着市场覆盖、客户数量、团队规模及开发能力的积累与提升，公司逐步涵盖宠物玩具、宠物服饰、宠物日用品、电子产品及宠物食品等多品类宠物产品，并不断开发推出样式新颖、功能实用、安全可靠、质量优良的系列新品，建立了可全面、持续满足客户一站式采购需求的产品开发供应体系。

2009 年以来，公司多次获得中国制造网授予的“认证供应商”证书与阿里巴巴授予的“金品诚企”证书，并于 2011 年被中国出入境检验检疫协会宠物食品用品检验检疫分会授予“中国宠物产业优秀企业”，2018 年被浙江省宠物用品行业协会授予“行业引领奖”。

公司自设立以来始终聚焦宠物产业，经过长期、广泛的客户开发与合作服务，逐步积累了具有行业先发优势、覆盖全球宠物市场的优质客户资源。公司合作客户广泛分布于欧洲、北美、大洋洲等主要发达地区，其中包括多家国际知名的大型连锁综合商超、专业宠物产品连锁企业及

电商企业。

## (2) 供应链管理及品质管控的优势

宠物用品具有品类众多、款式多样、标准化程度较低的特点，客户订单普遍呈现产品货号较多、采购频次较高的特征，在可靠性、及时性、多样性等方面对供应商的生产组织供应能力提出了较大挑战。公司在发展过程中持续加强供应链管理体系的建设完善，经过多年的探索积累，逐步形成了高效、可靠的多品类产品供应链管理体系，满足了客户一站式、多频次的选购需求；并通过建立基于严格遴选、过程检查、持续考核的供应商准入与管理体系，保障众多品类宠物用品的可靠、稳定、及时供应。

## (3) 多品类产品快速响应开发优势

针对销售宠物用品的综合零售商超、专业连锁企业及线上电商企业等下游客户普遍倾向于进行一站式、多频次、多品类的产品采购，公司逐步建立了基本覆盖全品类宠物用品的设计开发能力，注重从新功能、新主题、新材料、新品类等方面进行产品开发与设计转化，以此实现对客户需求、市场动向的快速响应。经过近二十年的发展积累，公司逐步建立了一支覆盖品类广、市场响应快的产品开发团队。公司产品中心将产品开发分为宠物窝垫、爬架、玩具、服饰、牵引、清洁、电子、套装及其他等九大产品类别，基本实现了对各类宠物用品的全面覆盖。

此外，公司注重设计开发成果的知识产权保护。截至 2023 年 6 月 30 日，公司取得了图像软件、电子产品软件相关软件著作权 17 项，授权专利 280 项。其中，专利产品涉及猫爬架、窝垫、玩具、服饰、饮食用品、日用品、电子用品等多类宠物用品。

## (4) 产业区位配套与运营体系优势

### 1) 完善、丰富的区位配套

公司地处浙江省杭州市，借助于浙江省小商品生产集聚地的区位优势，将核心业务聚焦于产品开发、客户服务等高附加值环节，通过建立开放式、严要求的外协供应商合作配套体系，采取自主生产与外协配套相结合的产品生产组织方式，实现了对国内外下游客户多样化、一站式

	<p>采购需求的快速响应与持续服务，发挥了产业链核心企业在市场开拓、产品开发及资源整合等方面的引领带动作用。</p> <p>同时，随着国内宠物产业的快速、蓬勃发展，以及电子商务、移动互联网等信息技术的应用普及，线上销售已逐步成为我国宠物产品的主要销售与推广渠道。公司所在地杭州市的电子商务产业配套发达、人才储备丰富、创新创业活跃，是公司面向国内外市场发展线上销售业务、组建电商运营团队的重要区位优势。</p> <p>2) 专业、专注的运营体系</p> <p>公司以薛元潮先生为核心的创业团队自 1998 年开始就专注于宠物行业，逐步积累与组建了丰富、专业的行业经验和管理体系。在销售服务领域，公司面向国际与国内分别建立了国际与国内专业业务团队，国际团队进一步分区域进行市场开拓与客户服务，并组建了跨境电商销售子部门，国内团队则重点发展与运营线上电商业务。在产品供应领域，公司供应链中心负责内外部生产的分工协调、原辅材料与外协成品的采购管理、供应商的甄选考核以及产品的入库保管与出库发货等工作，各部门紧密协作，确保公司供应链体系的高效、顺畅运行，保障多品类产品的有效供应。</p> <p>3) 用品、食品的协同销售</p> <p>鉴于国内宠物用品消费处于起步阶段，宠物消费以粮食产品为主，公司对境内业务采取了以食品带动用品拓展国内线上与线下渠道、促进宠物食品与宠物用品协同销售的发展策略。公司以授权合作销售国际知名宠物粮食品牌产品为先导，逐步与冠军公司、雀巢、玛氏等国际知名宠物食品公司建立紧密的合作关系。主要通过跨境进口、一般贸易渠道进口等方式，面向境内市场销售国际知名宠粮品牌产品，建立并巩固公司境内线上与线下销售渠道。</p>
附件清单	无
日期	2024 年 3 月 13 日