

证券代码：301335

证券简称：天元宠物

### 天元宠物上市公司投资者关系活动记录表

编号：2023-006

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：____（请文字说明其他活动内容） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称及人员姓名	中泰证券：张舒怡、郭美鑫、严瑾、何佳焱；敦和资管：吴极；中金资管：王凯；中银资管：卫辛；上海思晔投资：尹一；兴业证券：潘江莹；开源证券：尤奕新；杭州正班资产管理有限公司：李志杰；华福证券：高兴；东吴证券：张潇；上海孝庸私募基金管理有限公司：刘伟、徐伟。
时间	2023年3月3日
地点	杭州天元宠物用品股份有限公司鸿旺园区9号9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、公司如何开展从食品带动用品的发展策略？ 答：近年来，随着我国宠物市场的蓬勃发展、养宠人数及宠物数量的持续增长，国内宠物市场规模正不断扩大。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，宠物粮食是养宠家庭最主要

的购买产品。2018年起，考虑到国际成熟品牌在宠物主粮领域具有较为明显竞争优势，公司开始探索发展面向国内市场的进口品牌宠物粮食业务，并在2019年下半年与境外供应商建立了宠物食品跨境电商模式为主的进口合作业务。通过跨境电商进口销售“渴望”、“爱肯拿”等国际知名品牌宠物粮食产品，开始实行宠物主粮带动用品销售的境内拓展策略。

除天猫海外自营外，公司其他宠物食品客户主要为天猫国际与淘宝网等平台的宠物产品商户，以及宠物产品线下批发商。相对于该类境内下游客户，公司常年从事宠物用品国际业务，在境内宠物行业具有一定规模优势，能够寻找并同上游境外供应商建立合作关系，规模化采购国际品牌宠物食品。同时，通过销售国际品牌宠物食品，与该类境内下游客户建立合作关系，将有助于后续带动公司境内宠物用品销售业务。

## 2、公司各项资产周转率下降的原因

答：2019年度、2020年度、2021年度、2022年1-6月，公司各期资产周转能力主要指标情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款周转率（次）	3.15	7.50	7.92	7.47
存货周转率（次）	3.02	8.43	10.01	12.54

公司应收账款周转率总体保持在相对较高水平。

上述各期，公司的存货周转率和周转天数如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
存货周转率	3.02	8.43	10.01	12.54
存货周转天数（天）	59.56	42.72	35.97	28.72

公司产品以出口国际市场为主，并通常根据订单生产或进行外协产品采购，备货周期较短。其中，自产窝垫和猫爬架产品从生产到交货的周期通常在60天左右，外协产品自向外协厂商采购后至向客户发货的周期一般为1-7天；欧塞艾的美国业务交货周期通常为7-10天，

但一般需提前 50 天以上备货；内销产品的交货周期较快，但一般需提前 30 天左右备货。

2019 年，公司存货周转天数较 2018 年度有所上升，主要系当期公司外协产品成本占比较上年有所降低，从而交货周期整体有所延长所致；2020 年起，由于内销业务扩大，内销备货期远长于外销产品，导致存货周转天数进一步增加。

### 3、海外业务中，关税成本谁承担？

答：以产品出口美国为例，公司国内产品对美国市场的产品销售：一为境内公司直接出口至美国市场，该种方式下美国相关关税由进口方美国客户支付；二为境内公司出口至美国子公司欧塞艾后由欧塞艾销售至美国客户，该种方式下美国相关关税由进口方欧塞艾支付，即由公司直接承担；第三，2020 年起，子公司杭州赛旺开始在美国开展海外仓业务，该种业务模式与欧塞艾相似，美国相关关税亦由公司直接承担。

### 4、海外客户的宠物用品备货期大概是多久？

答：公司产品以出口国际市场为主，并通常根据订单生产或进行外协产品采购，备货周期较短。其中，自产窝垫和猫爬架产品从生产到交货的周期通常在 60 天左右，外协产品自向外协厂商采购后至向客户发货的周期一般为 1-7 天；欧塞艾的美国业务交货周期通常为 7-10 天，但一般需提前 50 天以上备货。

### 5、公司的供应链优势如何体现？

答：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。

为实现对众多品类宠物用品的有效供应，公司采取了自主生产与外协生产相结合的产品组织方式，为窝垫与爬架两类重点“大件产

品”建立了自有生产线，以能够快速实现该类产品的开发打样、工艺调整与批量生产。除部分窝垫与爬架产品由自有产线生产外，公司对多数产品实行外协生产模式，公司充分利用浙江区域轻工业产品的产业链优势，经过广泛考察、严格遴选、现场验厂、小批试单及持续考核等供应商准入与管理制度，针对各类宠物用品甄选与积累了一批经验丰富的外协生产配套供应商，建立了及时、高效的协作体系，保障了公司众多品类外协产品的可靠、稳定供应，并为此建立了基于严格遴选、过程检查、持续考核的供应商准入与管理体系。

6、线上收入是分为自营和寄售两大类吗？

答：公司国内市场的线上销售渠道是通过自营与寄售方式开展的。

7、公司 C 端业务进展如何？

答：2019 年起，公司在天猫、京东等多平台开设 B2C 店铺，直接面向终端消费者进行销售；另一方面，除传统宠物用品外，为拓展获客渠道，增强客户黏性，公司亦丰富了线上销售产品品类，拓宽至宠物食品、宠物药品等全宠物产品的销售。B2C 销售收入占公司主营业务收入比例较小。

8、欧美地区后端加工工厂建设规划？

答：在立足于国内供应链的基础上，为应对国际环境变化，公司已在柬埔寨设立生产子公司，并将持续推进在东南亚的供应链布局；未来，公司将持续推进国际供应链布局，在欧洲、美洲等地建立后端加工工厂，以降低产品运输成本，提高产品竞争力。

9、未来宠物食品业务的发展规划？

答：考虑到宠物食品消费作为目前我国宠物产业的主要需求，公司将继续采取食品带动用品的境内市场经营策略，以授权合作销售国际知名宠物粮食品牌产品为先导，建立并巩固境内线上与线下销售渠道，在跨境电商模式基础上进一步拓宽一般贸易渠道，扩大进口宠物粮食品牌的合作范围，为公司后续利用国际宠物食品供应链，开发并

	<p>推出具有差异化定位特征的自有品牌宠物食品，促进宠物食品与用品的协同销售打下坚实的渠道力基础。</p> <p>10、是否考虑高送转？</p> <p>答：涉及公司利润分配情况，请关注将在4月份披露的定期报告及相关公告。</p>
附件清单	无
日期	2023年3月3日