

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：2023-010

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 电话会议 ☐ 其他：（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	西部证券：黄羽沁
时间	2023 年 7 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、投资者问答环节 1、宠物食品占比升高，未来的一个规划布局？ 答：根据 2022 年年报，公司 2022 年度宠物用品收入占营业收入比重为 71.50%，宠物食品收入占营业收入比重为 27.10%。宠物食品业务实现营业收入 511,356,509.15 元，同比增长 54.01%。考虑到宠物食品消费作为目前我国宠物产业的主要需求，公司采取食品带动用品的境内市场营销策略，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，后续利用国际宠物食品供应链，开发并推出具有差异化定位特征的自有品牌宠物食品。

	2、公司目前 60%多的收入都来自境外收入，国内收入占比还比较少，对国内市场未来的规划与布局？ 答：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。 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。 在继续做好线下商超 KA 渠道与线上电商 2C 渠道的同时，利用公司在境内宠物用品产业链、境外宠物食品供应链所积累的运营体系与资源优势，为众多线下“小 B”客户赋能宠物产品全品类供应链，推动公司境内销售渠道的建立与提升。 3、公司大部分收入来自境外，目前汇率变动对公司的影响？ 答：根据公司 2022 年年度报告，公司境外销售占营业收入的比重约为 62.94%，公司产品销售主要以境外市场为主，并主要以美元报价和结算。在境外销售部分，由于其成本端主要使用人民币计价，从报价到发货确认收入期间的汇率波动将影响公司的毛利率水平；同时，从发货到收款结汇期间的汇率波动将导致公司产生汇兑损益。现阶段人民币贬值对公司出口业务具有一定程度的积极影响，但汇率波动存在不确定性，公司将积极、及时关注国际汇率变化，寻求多种途径来降低汇率波动带来的经营风险。 4、2022 年经营活动现金流为负，相比 2021 年-813.89%以及今年 Q1 经营活动现金流下降的主要是什么原因呢？ 答：主要系公司积极开拓宠物食品业务，宠物食品的采购额同比大幅增加，采购宠物食品支出较高所致。
--	--

	5、公司主要是委外生产，是怎样去管理自己的供应链的呢？ 宠物用品具有品类规格众多、标准化程度较低的特点，涉及了宠物的“住、穿、行、玩”等多种生活场景与使用需求，包括了窝垫、爬架、服饰、玩具、牵引出行、清洁用具及饮食用具等多类产品。 公司下游客户主要为大型连锁零售商、专业宠物产品连锁店以及线上电商平台等，对供应商的选择尤为严格，更为注重产品质量的可靠、稳定，而多品类的一站式采购则进一步提高了各类宠物用品的质量管控难度。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。 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，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。 持续、丰富的产品开发能力，高效、可靠的供应链管理体系已成为公司开拓及保持境外客户长期合作的重要竞争力。 6、公司在不断拓展宠物全品类产品的布局，未来进一步有没有什么规划？ 答：公司根据市场需求不断优化产品结构，形成了包括宠物窝垫、猫爬架、宠物玩具、宠物服饰、电子智能宠物用品以及宠物食品等在内的多系列、全品类宠物产品供应体系。 公司坚持以产品为核心，未来将持续增加对产品开发的投入力度，优化原有产品，开发新产品，紧跟宠物用品行业的发展趋势，满足客户和消费者不断变化的消费需求。未来三年，公司将着重加大符合智能、趣味、环保、健康趋势的产品，如智能喂食机、智能项圈、宠物养护产品，以及自有品牌宠物食品的开发，以顺应智能化、网络
--	--

	化、国际化等发展趋势，充分利用境内外供应链在宠物用品与宠物食品方面的比较优势。 7、宠物经济这个赛道竞争越来越大，公司怎样去保持自己的地位？ 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 & 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。经过十多年的发展积累，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。 （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。 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。 2) 专业、专注的运营体系 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市场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，公司供应链中心下设统筹部、采购部、供应商管理部及仓储部，分别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。 3) 用品、食品的协同销售 公司利用杭州钱塘智慧城设立有全国首个“跨境宠物产业综合试验基地”的区位优势，以跨境电商模式进口渴望、爱肯拿等国际知名品牌宠物粮食，并在国内开展多渠道销售，并逐步与加拿大冠军公司、雀巢、玛氏等国际知名宠物食品公司建立紧密的合作关系。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。 8、针对国际市场，未来客户拓展的规划与目标？ 答：对于国际市场的后续发展，公司将在依托国内宠物用品产业链比较优势的基础上，通过加强欧洲、美洲等地海外分支机构的本地化服务，进一步拓展与巩固 KA 渠道客户资源优势。同时，公司通过在美国、欧洲设立海外仓的方式，实现产品在境外的快速流转，有助于海外跨境电商模式的开展以及在海外向各类小型客户实现小规模多频次供货。此外，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。通过上述本地化团队和海外工厂的布局，公司国际市场本地化的设计、生产和销售有望得到强化。
附件清单	无
日期	2023 年 7 月 13 日