

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：2024-021

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	中邮证券：杨逸文；中信保诚资管：万力；广发证券：邵二辉、邱林升、李悦愉、曹倩雯、周舒玥；德邦证券：易丁依。
时间	2024年11月21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 董事会办公室：梁红霞
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、公司的竞争优势有哪些？ 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，经过二十余年的探索、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”。2023 年，在第 10 届北京国际宠物用品展览会雄鹰京宠展获宠物用品金奖，在第 27 届中国国际宠物水族展览会 CIP 获 2023 年度人气新品奖、可持续发展绿色先锋奖等。

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。经过二十余年的发展积累，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 2024 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 20 项，授权专利 318 项。其中，专利产品涉及猫爬架、窝垫、玩具、服饰、饮食品、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配套优势。

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，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，公司供应链管理部门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

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，公司在宠物用品的基础上，积极拓展宠物食品业务，以更好的开拓境内销售渠道。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。公司主要通过进口，面向境内市场授权销售玛氏等公司旗下知名宠粮品牌产品，建立并巩固公司境内线上与线下销售渠道。

2、公司自有品牌的建设情况？

答：公司紧跟时代发展趋势，在国内市场的开拓方面，推出了“Petstar、天元宠物、纯眠、小兽星、新食代”等多个自主品牌，以适配消费者不断升级的人宠生活需求，并在在京东、天猫等电商平台开设了旗舰店。

3、宠物食品业务利润率情况如何？

答：当前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，公司在宠物用品的基础上，积极拓展宠物食品业务，以更好的开拓境内销售渠道。公司主要通过进口，授权销售玛氏等公司旗下知名宠粮品牌产品，主要为猫、狗主粮食品。2023 年度，公司宠物食品的毛利率为 8.79%，2024 年 1-6 月，公司宠物食品毛利率为 10.11%。

	<p>4. 公司宠物食品发展战略？</p> <p>答：宠物食品产品大致分为宠物粮食和宠物零食两大类。其中宠物粮食的标准化、规模化生产程度较高，欧美国家在肉类原材料方面具有比较优势，经过多年经营，市场份额尤其是高端产品的市场份额主要由国际品牌所占据。公司以授权合作销售国际知名宠物粮食品牌产品战略方向，与国内宠物零食企业具有较大产品定位和差异化。通过进口引进国际知名品牌，作为分销商面向国内市场销售宠物食品业务。</p> <p>5. 公司 2024 年 1-9 月经营情况？</p> <p>答：2024 年 1-9 月公司实现营收 20.35 亿元，同比增长 33.10%，实现归母净利润 0.54 亿元，同比增长 4.34%。其中单三季度实现营收 7.82 亿元，同比增长 49.15%，实现归母净利润 0.23 亿元，同比增长 7.62%。从前三季度来看，每个季度均呈现了收入和利润的环比提升。</p>
附件清单	无
日期	2024 年 11 月 21 日