

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：2025-002

投资者关系活动类别	√特定对象调研 □媒体采访 □新闻发布会 □现场参观 □其他：（请文字说明其他活动内容） □分析师会议 □业绩说明会 □路演活动 □电话会议
参与单位名称及人员姓名	甬兴证券：张洪乐、吴昱迪
时间	2025 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 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、公司的海外客户结构变化及新客户拓展情况？ 答：公司海外客户结构基本保持稳定，海外客户主要是大型商超、连锁店、线上电商等，如美国沃尔玛、Kmart AUS、TRS、Birgma、KOHNAN 等大型连锁商超，Amazon、Chewy 等国际知名电商，以及 Fressnapf、Petco 等大型宠物用品连锁企业等。公司基于大客户战略的牵引，深度推进市场深耕、品类深耕、组织深耕，全力聚焦大市场、大客户、大品类，切实落实大客户战略，在保量增长的前提下，重点提升大客户、大品类的增长速度。 3、公司对自有品牌的建设情况怎样？ 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。 4、关注到公司本次回购股份方案已实施完毕，未来将用于股权激励吗？
--	--

	答：根据公司 2024 年第二次临时股东大会审议通过的《关于回购公司股份方案的议案》，公司使用首次公开发行股票取得的部分超募资金（不低于人民币 5,000 万元（含），且不超过人民币 10,000 万元（含））以集中竞价交易方式回购公司部分股份用于实施股权激励或员工持股计划。目前回购股份方案已实施完毕。 该次回购股份将用于股权激励或员工持股计划，若公司未能在股份回购实施结果暨股份变动公告日后三年内使用完毕已回购股份，尚未使用的已回购股份将依法予以注销。 公司将根据回购股份后续处理的进展情况及时履行信息披露义务，敬请广大投资者谨慎决策，注意投资风险。
附件清单	无
日期	2025 年 3 月 13 日