

温州源飞宠物玩具制品股份有限公司

投资者关系活动

记录表

编号：2024-010

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议）
活动参与人员	1、南方基金 吕思奇 2、南方基金 董泓宇 3、南方基金 任婧
时间	2024年11月12日
地点	浙江省平阳县水头镇标准园区宠乐路1号
上市公司接待人员姓名	证券事务代表：方静 证券专员：王薇薇
形式	现场会议
交流内容及具体问答记录	<p>调研活动问答内容</p> <p>1、公司第三季度业绩增长较好的原因</p> <p>公司2024年第三季度营业收入386,583,373.55元，同比增长28.59%，归属于上市公司股东的净利润45,848,380.72元，同比增长19.14%。</p> <p>第三季度业绩增长较好主要原因如下：</p> <p>1) 海外市场的持续拓展</p> <p>a. 原有客户库存陆续消化完成，采购恢复正常；</p> <p>b. 原有客户对公司品类采购增加；</p>

c. 公司不断拓展新客户，提高新客户的下单量；

d. 公司具备持续创新、研发能力，满足新老客户的多元需求。

2) 国内市场的加速拓展

2023 年公司收购了一家主营宠物处方粮的电商企业——杭州肥圆，2023 年 10 月又陆续在杭州成立了两家以发展自有品牌为主的新电商公司——杭州匹卡噗、杭州哈乐威。目前主要以国内各大电商平台为依托进行自有品牌及代理品牌的运营销售，在天猫、淘宝、抖音、京东、拼多多、小红书等电商平台均开设了线上店铺。

a. 自有品牌的成长：以宠物零食、猫砂等产品为主的匹卡噗（PIKAPUO）；以电商爆款产品为主要运营思路的哈乐威；以功能性训犬类产品为主的库飞康飞等等品牌在今年第三季度都有良好表现。公司还将于 2024 年 12 月底推出以主粮为主的新品牌，丰富公司国内市场产品品类；

b. 代理品牌表现亮眼：公司代理的品牌有五十多个，其中，皇家的处方粮是皇家线上授权的 5 家分销商之一；皇家普粮是线上销售前 10 的店铺。此外，雀巢普瑞纳宠物旗下也有多个品牌跟我们有深度合作。

2、产品从国内出货和从柬埔寨出货有什么区别

公司的产品以出口为主，销售市场覆盖美国、欧洲、日本等多个国家和地区，其中以美国和欧洲市场为主。2018 年以来，随着中美贸易摩擦加剧，美国对从中国进口的部分商品加征关税，公司部分宠物零食、宠物牵引用

具等产品在加征范围内，对公司业务产生了一定影响。为减轻中美贸易摩擦的不利影响，公司于 2020 年在柬埔寨建成生产基地，并通过调整产品结构等方式维持了综合售价。目前，从柬埔寨出口至美国的宠物零食、宠物牵引用具等产品不在加征关税范围内。

3、公司之前主要以 OEM、ODM 为主，目前内销市场的拓展和前期主营业务协同较弱，国内市场团队主要是怎么安排的

公司对国内市场的开拓力度正逐步加大，除上海质岑外，于 2023 年收购了一家主营宠物处方粮的电商企业——杭州肥圆，保留了该公司成熟的线上运营模式及线上销售经验丰富的团队。同年，公司在杭州成立了新的电商公司，持续招纳新的电商人才，壮大内销团队。公司也非常注重自有品牌的发展，聘任了具有多年专业品牌运营经验的品牌总监，负责自有品牌的打造及推广。

4、国内市场接下来有什么计划

国内市场，公司在推广现有品牌的基础上，加大新产品的自有品牌运营，开拓线上线下多种渠道，并吸引优质合作商，增强消费者对品牌的认知度。今年上半年，国内业务营收较上年同期大幅度提升，上涨了 166.16%。今年前三个季度，公司自有品牌匹卡璞和哈乐威陆续推出新产品，公司将逐步培养消费者的品牌认知和消费习惯，建立一定的品牌影响力，其中，匹卡璞主推的宠物零食表现亮眼；哈乐威主推的天然钠基矿砂采用全新除臭专利，上市

2 个月已成为抖音钠基矿砂品类第三。未来，我们全力打造的新品牌将于 12 月底上市，开启源飞自主主粮品牌的新时代。

5、公司的主营品类在国外市场还有多大的成长空间

根据 Common Thread 数据显示，2022-2027 年，全球宠物行业复合增长率将为 6.1%，并达到 3500 亿美元。其中美国是全球最大的宠物饲养和消费国家，其次是欧洲、日本以及新兴市场，如东南亚地区。

根据欧睿数据显示，2022 年全球宠物用品规模同比增长 10.7%至 447.6 亿美元，根据美国宠物用品协会（APPA）预计，欧美发达国家的宠物市场规模未来将以 5%左右的速度稳定增长。宠物用品作为饲养宠物的刚需产品，未来需求量也将不断增大。并且，随着宠物主年轻化以及养宠拟人化的趋势，越来越多的宠物饲养者已经将宠物视作家庭成员，并通过给宠物购买胸背带、衣物、圣诞礼物等方式加强自身与宠物间的联系。根据 Future Market Insights 数据显示，犬用项圈、牵引绳和胸背的市场规模在 2022 年为 54.3 亿美元，预计到 2032 年将达到 113 亿美元，宠物用品行业未来仍有较大增长空间。

宠物零食作为宠物食品中的新兴产品种类，由于养宠人群对高端产品的需求增大，近年来也受到了较多消费者的喜爱。根据 Mordor 发布的报告《United States Pet Food Mart（2020-2025）》，预计到 2025 年美国宠物食品市场中零食类占比将达到 16.52%，市场规模从 2016 年的 48

	<p>亿美元增长至 74 亿美元，</p> <p>综上所述，目前公司主要产品宠物牵引用具及宠物零食产品的下游目标市场容量较广阔，且仍在不断增长的过程中，未来，公司的主营品类在国外市场仍存在较大的成长空间。</p> <p>6、按照公司以往的增长中枢来看，公司的未来展望是怎样的</p> <p>公司今年第一季度营业收入同比增长 30.67%，归属于上市公司股东的净利润同比增长 72.51%；半年度营业收入同比增长 26.38%，归属于上市公司股东的净利润同比增长 12.20%；前三季度营业收入同比增长 27.29%，归属于上市公司股东的净利润同比增长 14.76%。</p> <p>公司今年第一季度、第二季度和第三季度的营业收入同比和环比的增速均保持在 22%-31%之间，其营业收入分别为 2.45 亿元、2.99 亿元和 3.87 亿元，从环比来看，逐季改善的状态非常明显。</p> <p>公司今年前三季度归属于上市公司股东的净利润 1.2 亿元已经接近 2023 年全年归属于上市公司股东的净利润 1.26 亿元，其中，今年上半年，注塑玩具同比增长 165.93%，国内业务营业收入同比增长了 166.16%。</p> <p>目前，公司仍保持一个较好的发展趋势，我们对未来海内外市场发展均持有较大信心。</p> <p>注：以上所有交流内容均未涉及公司未公开披露的信息。</p>
关于本次活动是否涉	不涉及。

及应披露重大信息的说明	
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无。