

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：2025-007

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	玖鹏资产：汪语加；交银施罗德基金：陈俊华、韩威俊、傅爱兵；华泰柏瑞基金：彭邦泰；申万宏源证券：张海涛；彤源投资：张伟欣；国海证券：张馨竹；湘财基金：刘骜飞；长江证券：高一岑；运舟资本：韩婧、吕一闻；德邦基金：朱慧琳；长安基金：朱施乐；兴证资管：邱思佳；平安资管：李竹君；中泰证券：姚雪梅、严瑾；恒越基金：张山野笑；泾溪投资：邬丹妮；方正证券：邱星皓；华夏基金：胡慧婷；上海煜德投资：程跃；上海建顺投资：何荣珩；水璞投资：李文斐；安信基金：陈嵩昆。
时间	2025 年 5 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9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 2024 年的经营情况？

	答：2024 年，公司实现营业收入 2,763,726,947.39 元，其中宠物用品实现营业收入 1,530,007,016.23 元，占营业收入比重为 55.36%，宠物食品实现营业收入 1,175,863,791.58 元，占营业收入比重为 42.55%。2024 年宠物用品实现营业收入同比增长 15.08%，宠物食品实现营业收入同比增长 70.80%。具体可以查阅公司《2024 年年度报告》。 2、展望 2025 年公司内销业务和外销业务的规划怎样？ 答：2025 年，公司将继续围绕“以战略为牵引，以客户为中心，以价值创造者为本”的基本经营方针，扎实做好“以市场为牵引，强化渠道建设；以渠道为牵引，强化能力建设”；成熟单元充分兼顾成本与效率，为公司财务绩效成果贡献力量；孵化单元积极做好价值创新、有效实现经营突破，为公司战略绩效奠定坚实基础。在行动上，全公司做到“聚焦执行、敏捷作战”，一切围绕市场需求，把公司战略有效落实到位。 在国际用品业务方面，继续聚焦大客户深耕策略，围绕公司 TOP40 客户、重点潜力客户，深化与市场头部商超客户的合作，通过优化产品组合、继续深化海外供应链布局，扩大公司在各市场主流商超渠道的产品销量规模和数量，提高国际业务经营利润。同时，继续重点在专业宠物零售商客户投入业务资源，通过提供专业的产品、服务和支持，提高公司在宠物行业的品牌专业度，并开拓新的增量市场。 继续深化品类深耕战略布局，饱和投入资源，秉持长期主义，聚焦核心类目，通过优化猫爬架、猫砂、宠物窝垫、铁制宠物笼具等自产产能，支持服务各海外市场大客户订单需求；同时，进一步打通各环节之间的卡点、堵点，提高业务流程运作效率，降低业务费用提高人效产出。 在国内业务方面，按照聚焦自有品牌，发展传统电商，开拓内容电商的经营方针。国内业务将坚持锚定终端销售，全渠道、全员工品牌营销，以销带品；锚定品牌宠物窝垫、猫爬架、宠物食具、宠物玩具等核心品类，扩充猫砂、宠物清洁品类。加强产品宣传，以品牌价值为导向，通过跨界、入局、破圈、联名等动作，以抢占用户心智，提高品牌知名度、美誉度；宠物行业的受众和潮流消费领域重合度极高，潜力极大。为此，公司计划开展更多的品牌跨界合作、异业联名营销规划，不仅仅
--	--

	局限在宠物行业的品牌营销动作，而是跨越宠物行业边界，打通新生代消费者喜爱的大消费品类行业的边界，进行组合式、联名式品牌营销活动策划；进一步探索发展与宠物用品相关的“谷子经济”模式，以及宠物新消费领域的“IP 化”、“拟人化”产品解决方案，打造大品类大单品。在坚持品牌战略，整合营销渠道，打造一盘货能力前提下，重点控制成本投入的精准性。 在食品业务方面，推进代理品牌多元化，提升盈利水平。食品业务需要进一步积极拓展与全球高端品牌的合作，通过多元化的合作有效降低经营风险；重点控制进销存风险和资金用量；全方位提升成本管理水平，进一步由传统渠道营销向数据营销、精准营销转变，优电商、强 To C，通过加强、拓展线上销售渠道，整合品牌资源和运营优势，以实现合理的利润目标；同时，有效培养食品领域的专业人才团队，为公司未来的自主品牌运营奠定人才基础。 3、对于美国关税的不确定性我们有什么应对措施？ 答：截至目前，公司建立了面向全球市场的销售渠道与客户资源，除美国外，公司已成功在德国、澳大利亚、日本、瑞典、英国、法国等几十个国家和地区宠物市场积累了一批优质的下游客户。公司将充分发挥已有的客户资源和渠道优势，加强与国外客户沟通，主动拜访、持续跟踪境外客户的需求，密切关注政策变化并切实做好风险管控，加强与客户的交流，共同商谈应对策略，努力减少关税影响。同时，公司将继续深耕国内市场，以降低境外市场环境变化给公司经营带来的影响。 4、目前公司的代理品牌情况？ 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。
--	--

	在食品业务方面，推进代理品牌多元化，提升盈利水平。食品业务需要进一步积极拓展与全球高端品牌的合作，通过多元化的合作有效降低经营风险；重点控制进销存风险和资金用量；全方位提升成本管理水平，进一步由传统渠道营销向数据营销、精准营销转变，优电商、强 To C，通过加强、拓展线上销售渠道，整合品牌资源和运营优势，以实现合理的利润目标；同时，有效培养食品领域的专业人才团队，为公司未来的自主品牌运营奠定人才基础。 5、目前淘通科技如何与公司整合协作？ 答：公司于 2025 年 3 月 14 日召开第三届董事会第二十九次会议和第三届监事会第二十一次会议，会议审议通过了《关于公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易方案的议案》等相关议案，并于 2025 年 3 月 15 日在巨潮资讯网披露了《杭州天元宠物用品股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易预案》等相关公告。自本次交易预案披露以来，公司及相关各方积极推进本次交易的各项工作。截至目前，本次交易涉及的审计、评估等工作尚未完成。待相关工作完成后，公司将再次召开董事会审议本次交易的正式方案，披露重组报告书，并按照相关法律法规的规定履行有关的后续审批及信息披露程序。本次交易尚需公司董事会再次审议及公司股东大会审议批准，并经深圳证券交易所审核通过和中国证监会予以注册后方可实施。本次交易能否获得相关部门的批准，以及最终获得批准的时间存在不确定性。 6、后续战略发展的重心会在什么方向上？ 答：公司坚持业务领先战略，坚持战略聚焦，深耕用品和粮食的战略主航道，通过市场-产品-组织“三位一体、互锁互驱、协调发力、深度耕耘”的三力驱动模式来实现战略目标，聚焦核心市场、聚焦核心客户、聚焦核心品类，以市场深耕、品类深耕、组织深耕为方针，迈向细分业务领域第一的行业地位与市场占有率。在确保当期合理财务贡献的基础上，兼顾于战略绩效的实现。未来五年，公司将加快落实全球本地化战
--	---

	略，有序做好国际区域市场深耕，根据业务规划做好前瞻性的全球供应链布局。
附件清单	无
日期	2025 年 5 月 21 日