

# 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：2023-002

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
活动参与人员	1、 上银基金 卢扬 2、 博时基金 贾云姝 3、 鑫元基金 王雅轩 4、 中信建投资管 易杰锋 5、 华宝基金 齐震 6、 华泰证券 王海山 7、 物产中大投资 张健梅 8、 恒生前海基金 鲁娜 9、 中融基金 潘璠 10、 中科沃土 黄艺明 11、 浙商资管 殷铭 12、 安信基金 林焜 13、 大家资产 张萌 14、 国海资管 吴正明 15、 中信建投资管 刘岚 16、 国海证券 邱武斌 17、 国海证券 杨蕊菁 18、 国海证券 林昕宇 19、 国海证券 芦冠宇

	<p>20、承珞资本 白君然</p> <p>21、方正证券 娄倩</p> <p>22、方正证券 冯永坤</p>
时间	2023年2月17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	<p>董事会秘书：陈群</p> <p>证券事务代表：方静</p> <p>证券专员：王薇薇</p>
形式	现场会议
交流内容及具体问答记录	<p>一、参观产品展示厅、工厂车间并简要介绍公司基本情况</p> <p>二、调研活动问答内容</p> <p>1、在柬埔寨与中宠合作工厂的契机，以及目前主要生产的是什么产品？</p> <p>柬埔寨爱淘最初的定位是宠物零食的生产和销售，主要生产畜皮咬胶及相关产品。由于辐照工序是宠物零食生产的必备环节但投资额较大，为了保证柬埔寨宠物零食生产产业链的完整性，柬埔寨爱淘成立之后就开始投建辐照生产线。</p> <p>为了应对中美贸易摩擦加征关税等因素影响，2019年初，中宠也在选择东南亚宠物零食生产基地；而公司在德国参加宠物展期间展示了在柬埔寨子公司的建设情况，双方于展会后就合资事宜开始接触。经反复协商后，中宠向本公司提出了参股柬埔寨爱淘的意向，其主要原因包括：①柬埔寨爱淘已经完成工厂选址并开始投资建设，相关的QIP资质已经申请，合作可以缩短海外投产的筹建</p>

期；②双方在生产技术上有一定互补，畜皮类咬胶生产是肉制品类零食的基础工艺；③本公司是当时国内少有的具备东南亚工厂的大规模畜皮咬胶企业；④双方客户类型有所不同，且有所互补，有利于实现共赢；⑤柬埔寨爱淘具备辐照生产线，能保障宠物零食生产的完整性。

公司考虑到中宠作为上市公司，在宠物行业具有一定知名度，双方合资一方面可以降低海外投资风险，减轻资金压力；另一方面中宠在宠物零食中的肉制品类产品生产方面拥有比较成熟的生产经验，本公司则在畜皮咬胶类有大规模生产管理经验，产品线互补；此外，双方在客户结构上有一定的互补优势，中宠的客户多为品牌客户、而本公司的客户多为境外商超，合作后有利于扩大市场份额。

为充分发挥双方优势并实现优势资源的有效互补，2019年6月和中宠签署了股权转让协议，本公司向中宠转让490万美元对柬埔寨爱淘的出资额，转让完成后，本公司占柬埔寨爱淘注册资本的51%，中宠占49%。

公司与中宠的合作基于双方对于宠物产品行业良好前景的展望，经双方商务谈判确立。

## **2、公司出口美国、欧洲、日本的销售金额分别占公司营业销售总额的多少比例？**

由于美国、欧盟、日本等国家或地区的宠物产业发展时间较长，宠物饲养和消费的成熟度较高，成为了全球最主要的宠物市场。相应的，公司的产品以出口为主，销售市场覆盖美国、欧洲、日本、巴西等多个国家和地区。

公司 2019 年至 2021 年出口美国的产品销售金额分别为 29,012.66 万元、40,767.94 万元和 78,319.78 万元，占营业收入比例分别为 56.36%、67.02%和 73.28%；出口欧洲的产品销售金额分别为 14,952.87 万元、12,725.04 万元和 17,359.85 万元，占营业收入比例分别为 29.14%、20.99%和 16.32%；出口亚洲的产品销售金额分别为 1,739.75 万元、2,196.20 万元和 1,768.86 万元。

### 3、请详细拆分一下产品的成本结构？

公司主营产品为宠物牵引用具、宠物零食、宠物注塑玩具，生产制造的成本由直接材料、直接人工、制造费用、出口货物代理及运输费用构成。2019 年度至 2021 年度公司自制产品成本主要由直接材料构成，直接材料占成本的比重在 80%左右，直接人工、制造费用和运费、货代费占比相对较低。

具体成本构成如下：

单位：（万元）

类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
直接材料	33,704.51	75.74	19,642.72	75.84	17,985.16	82.13
直接人工	5,710.87	12.83	2,838.63	10.96	2,471.37	11.29
制造费用	4,038.73	9.08	2,740.72	10.58	1,441.87	6.58
出口货物代理及运输费用	1,043.29	2.34	678.37	2.62		
合计	<b>44,497.40</b>	<b>100.00</b>	<b>25,900.44</b>	<b>100.00</b>	<b>21,898.40</b>	<b>100.00</b>

### 4、募投项目建成后，是否将外协部分转为自产？

宠物零食和注塑玩具主要采用自主生产；由于宠物牵

引用具具有产品种类多且分散、单批次产品采购量小的特点，标准化、规模化生产难度相对较大，同时存在节日性较强特点，在相应的节日期间可能出现订单量骤增情况，所以采用自主生产和外协生产相结合的方式生产。

为了保证产品质量、降低生产成本，并满足客户多品类、分散化采购的需求，公司在自主生产的基础上建立了一套完整的外协生产管理体系，通过外协生产应对多品类、小批量、临时性的产品订单。

募投项目达产后，随着产能的释放和利用率不断上升，外协加工在总生产中比例可能会有所下降，但因宠物牵引用具订单的特殊性，仍会保持自主生产和外协生产相结合的方式。

#### **5、对国内市场有怎样的规划？**

公司 2018 年在上海成立了上海质岑实业有限公司，负责国内市场的拓展。现阶段国内宠物市场还不是很成熟，养宠理念和消费认知与欧美发达国家的宠物市场还存在一定的差距。

目前自有品牌的销售推广尚处于早期阶段，随着国内宠物饲养观念的逐步发展，越来越多的家庭开始饲养宠物，预计未来宠物用品市场规模会继续扩张，对宠物牵引用具等宠物用品的需求也持续增加。公司将顺应市场的成长，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；采取标准化与定制化两大产品线策略，

在增强设计、提高生产水平、一站式购买等方面发力。

公司不排除通过并购渠道商或知名品牌的方式快速建立品牌认知度。公司也会参与国内宠物市场的培育，去向广大的国内宠物消费者传导正确的养宠理念，去研发和设计符合国内宠物市场需求的产品，探索一条适合公司的发展路径。希望可以给消费者带来品质、价格和需求都契合的产品。

#### **6、汇率及海运费对利润是否会产生影响？**

公司业务以出口为主，2019年至2021年外销收入占主营业务收入的比例分别为94.91%、95.50%和96.76%，由于外销业务主要以美元结算，随着公司业务规模的扩大，外销业务可能进一步扩大，如果受国内外政治、经济等因素影响，美元兑人民币的汇率波动加大，公司出口业务产生的外币资产存在因汇率的波动产生金额汇兑的浮动，从而对利润产生相应的影响。

目前公司与海外客户的合作模式以FOB为主，基本不受海运费用的影响。

#### **7、公司如何在牵引用具用品中体现出差异化，从而占领市场？**

公司在宠物用品和宠物零食领域精耕细作多年，凭借良好的服务及产品设计能力、优质的客户资源和合理的研、产、销布局，目前已成为国内规模较大的宠物用品制造商，在宠物牵引用具领域具备优势地位。

##### **1) 高效出色的产品设计和产业化能力**

一方面，公司在美国、上海分别设立前沿研究小组和设计研发中心，以快速响应目标客户需求，将行业前沿需求和技术理念注入产品开发的各个环节，并最大程度的实现消费需求转化。另一方面，公司在宠物用品行业丰富的制造经验，可以快速的结合打样、生产和工艺等环节将设计转换为产品，快速、准确进行产品开发和产业化，形成了多品类、多样化的产品实现能力。

### 2) 可靠的产品品质管控能力

公司坚持做高品质的产品，拥有全流程质量控制的能力，目前已通过环境管理体系认证、质量管理体系认证、食品安全管理体系认证和 GRS 等多项认证，牵头起草制定了浙江制造宠物狗鞍具的制造标准。公司设立了品质管理部，负责规划实施质量管理方案，实施进料、制程、成品、出货、测试等各环节质量控制，并通过质量控制目标的设置来运行、完善质量管理体系。公司产品得到国际知名的宠物用品零售商、大型连锁零售商的认可。

### 3) 长期积累的优质客户资源

公司产品销售市场覆盖美国、欧洲、日本等多个宠物市场发达的国家和地区，这些地区的市场销售渠道主要被国际知名专业宠物产品连锁店和国际大型连锁零售商所垄断。经过十多年的发展，公司已经与宠物行业市场主要销售企业建立了良好的合作关系，例如 Walmart、PetSmart、Petco、Pets at Home 等专业宠物产品连锁店或国际大型连锁零售商。境外这些大型客户对生产商的质

	<p>量控制、生产交期、安全生产、产品环保性、员工劳动保护等综合资质要求高。国际知名客户在选择供应商时具有一套严格的资质认定标准，对供应商的认证流程复杂、认证成本较高，故一经认证合格，双方通常会保持长期稳定的合作关系。因此，公司客户的粘性较高、客户相对较为稳定。</p> <p>4) 全球化的研、产、销布局体系</p> <p>公司多年来已形成全球化的研、产、销布局体系。为及时获取前沿市场信息、快速应对市场潮流的变化，公司在美国、上海子公司分别设立了前沿研究小组和研发中心。此外，公司由美国、上海、香港子公司分别负责海外营销、品牌运营和转口贸易，形成了针对国内外市场的相对完整的销售体系。另一方面，基于原材料和生产成本优势，公司的生产加工基地分别位于浙江平阳县和柬埔寨。平阳县是我国主要的皮质加工地，皮质类生产原料供应充足，且上下游产业链完整，有“中国宠物用品出口基地”之称。而柬埔寨作为“东方十字路口”，交通便利、劳动力资源丰富且劳动成本较低。因此，公司合理的产业布局有利于形成稳定的产能和良好的交付能力，并避免国际贸易政策变化的风险。</p> <p><b>注：以上所有交流内容均未涉及公司未公开披露的信息。</b></p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及。</p>

---

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。