

证券代码：001206

证券简称：依依股份

公告编号：2026-020

# 天津市依依卫生用品股份有限公司 2025 年年度报告摘要

## 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 2025 年 12 月 31 日公司总股本 184,893,808 股减去公司回购专户持有的股份后的数量 184,017,121 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	依依股份	股票代码	001206
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	周丽娜	张贝贝	
办公地址	天津市西青区张家窝镇工业区丰泽道 5 号	天津市西青区张家窝镇工业区丰泽道 5 号	
传真	022-8798 7888	022-8798 7888	
电话	022-8798 6666	022-8798 6666	
电子信箱	zhoulina@tjyiyi.com	zhengquanbu@tjyiyi.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）公司主营业务介绍

公司主营业务为一次性卫生护理用品及无纺布的研发、生产和销售，其中，一次性卫生护理用品包括宠物卫生护理用品和个人卫生护理用品。宠物卫生护理用品包括宠物垫、宠物尿裤、宠物清洁袋、宠物湿巾、宠物垃圾袋等，个人卫

生护理用品包括卫生巾、护理垫、纸尿裤等。

公司作为国内卓越的卫生护理用品商之一，历经二十余年的行业深耕，在宠物卫生护理用品及个人卫生护理用品的生产、销售方面积累了丰富的经验。公司旗下拥有“乐事宠（HUSHPET）”、“一坪花房”等自主品牌，通过ODM/OEM模式与国际连锁零售商、专业宠物用品渠道商及头部电商平台建立起长期稳定的合作关系，产品远销美国、日本、韩国、加拿大、意大利、英国等逾40个国家和地区，海关同类产品出口占比连续多年保持第一。公司始终聚焦宠物一次性卫生护理用品主业，围绕“海外+国内”双循环、“ODM/OEM+自有品牌”双轮驱动战略，稳步推进各项业务，努力实现持续稳健发展。

多年来，公司始终专注于“宠物卫生护理”领域的细分赛道，坚持高质量、高标准、稳健发展的战略定位，凭借敏锐的市场洞察力和极强的产品迭代研发创新能力，全力驱动宠物卫生护理产业的消费升级。坚持以质量为基石，以消费者为中心，提升宠物主“精细化、家人陪伴式”养宠的消费体验，积极向社会传导“爱宠、爱己、爱生活”的养宠观念，努力推进科学、文明养宠社会氛围的长效构筑。作为国内宠物卫生护理用品领域的先行者，公司始终坚定步伐，努力向“成为宠物卫生护理用品的引领者，致力打造完美宠物卫生护理用品”的奋斗征程稳步迈进。

本报告期内公司的主要业务未发生重大变化。

## （二）主要产品及用途

报告期内，公司主要产品为宠物一次性卫生护理用品、个人一次性卫生护理用品和无纺布。宠物卫生护理用品包括宠物垫、宠物尿裤、宠物清洁袋、宠物湿巾、宠物垃圾袋等，个人卫生护理用品包括护理垫、卫生巾、纸尿裤等。公司生产的主要产品及其主要功能与用途如下：

主要产品		功能与用途
宠物一次性卫生护理用品	宠物垫 	宠物尿垫是用于犬、猫等家庭宠物的一次性卫生护理用品，主要用于犬类，其表面材料能够保持较长时间的干爽，其内部含有的吸水材料具有超强安全的吸水能力，具备安全舒适、干净卫生、耐拉扯、型号多等特点，还可以根据使用的不同材料，实现抗菌、消臭、诱导等功能。宠物垫可以为宠物主解决家庭养宠影响居住环境的痛点，省去处理宠物粪便的烦恼，同时能够帮助幼犬养成定点排泄的习惯。主要使用场景为居家日常使用，宠物生产使用，以及外出携带宠物时放于车内、箱笼或房间等处使用。
	宠物尿裤 	宠物尿裤是用于防止宠物犬、猫随意排泄的一次性卫生护理用品，主要有公犬用、母犬用和通用款三种型号，原材料为无纺布、进口绒毛浆、进口高分子等，具有结合体型量身定制、轻薄透气等特点。使用场景主要有携带宠物外出、进入公共场所、母犬经期、幼犬或老犬失禁等场景。
	其他宠物一次性卫生护理用品 	包括宠物清洁袋、宠物湿巾、宠物垃圾袋等宠物卫生护理用品。宠物清洁袋、宠物垃圾袋主要用于户外使用，使宠物主能够尽情享受和狗狗一起外出的时光，保持公共卫生环境的清洁，解决户外处理宠物粪便的烦恼。宠物湿巾主要用于宠物日常清洁，方便快捷。

主要产品		功能与用途
个人 一次性 卫生护理 用品	护理垫（成人、婴儿）	 护理垫是失禁护理常用的卫生用品，可以防止排泄物污染床单，保持床单清洁，其使用材料与宠物垫类似。使用场景主要有老年人或失禁人群使用、长途外出、特殊作业、婴儿护理、女性经期、产后护理、术后护理和失禁护理等。
	其他个人一次性卫生护理用品	 包括卫生巾、纸尿裤、吸水巾等。
无纺布		 无纺布被用作宠物垫、宠物尿裤、纸尿裤、口罩等的生产原料，用途广泛，经济实惠，轻质环保，是国际公认的保护地球生态的环保产品。

### （三）公司主要经营模式

#### 1、采购模式

公司生产所需要的主要原材料包括：绒毛浆、卫生纸、聚丙烯、流延膜、高分子、辅料以及包装材料。公司建立了完备的合格供应商制度，制定了系统全面的供应商考察程序和甄选标准，建立《合格供应商目录》，根据供货质量、供货时效等全方位信息对供应商资质进行评价。公司根据生产计划、原材料库存等综合考量，安排原辅材料前瞻性采购。

#### 2、生产模式

公司主营业务为一次性卫生护理用品及无纺布的研发、生产和销售，宠物卫生用品的生产以 ODM/OEM 模式为主。公司主要产品采用“以销定产”的模式。国际贸易部接到客户的订单意向后，根据订单内容向生产部下达生产通知书，由生产部门组织生产。生产部根据订单内容分解所需原材料制作生产投料单，并将生产投料单下发仓库和各车间，由各车间实施生产。

#### 3、销售模式

目前，公司主营业务收入主要来源于境外市场，产品主要销往美国、日本、欧洲等国家和地区。

在国外市场，公司主要采用 ODM/OEM 模式向大型宠物用品品牌运营商、商超和电商平台销售产品，同时辅以自有品牌产品，面向境外商超及电商平台开展销售。美国、日本、欧洲的宠物一次性卫生护理用品市场规模较大，发展较为成熟，大型宠物用品品牌运营商、商超和电商平台已树立了牢固的品牌形象，占据了大部分市场销售渠道，新进品牌的营销成本和风险相对较高。这些大型宠物用品品牌运营商、商超和电商平台主要通过供应链采购并对外销售。

在国内市场，公司主要采用直销和经销的方式进行销售。国内宠物一次性卫生护理用品市场起步较晚，公司自有品牌“乐事宠（HUSHPET）”、“一坪花房”宠物尿垫、宠物尿裤、宠物清洁袋等主要通过经销商、京东自营、天猫、抖音等进行销售。随着国内宠物市场的快速发展，国内也迅速成长了一批知名的宠物品牌运营商，如耐威克·宠物品牌运营商上海耐威克宠物用品有限公司。这些宠物品牌运营商也主要依靠供应链采购，公司以 ODM/OEM 方式拓展上述国内宠物品牌运营商。公司自有品牌个人一次性卫生护理用品“多帮乐”、“爱梦园”护理垫，“依依”卫生巾和护垫等主要通过经销商、天猫、京东销售。同时，公司也以 ODM/OEM 方式向沃尔玛等商超销售个人一次性卫生护理产品。

### （四）主要的业绩驱动因素

目前我国宠物行业正处于高速发展期，养宠人数逐渐增多，宠物主的消费意愿和消费能力进一步提升，同时国家对宠物行业的相关政策措施逐渐完善，共同推动宠物行业的稳步增长。

#### 1、社会背景驱动

在包括我国在内的全球主要的宠物消费市场，伴随着生产力的提高，人们日益增长的美好生活需要得到了进一步满

足，物质文明和精神文明协调发展。物质生活的丰富已无法满足人们对美好生活的追求，人们开始寻求更深层次的精神满足和情感寄托。

随着人口结构深刻转型，老龄化浪潮席卷而来，加之结婚与生育率的下行压力，家庭结构与人口构成发生了显著变化。在一些发达国家和地区，越来越多的家庭选择与宠物共度时光，以美国为例，根据 2025 年美国宠物用品协会对全美宠物主人的调查，目前有 9,400 万家庭至少拥有一只宠物，宠物成为他们生活中的忠实伴侣，养宠人数不断增加。在国内，根据《中国宠物行业白皮书》的数据，截至 2025 年城镇宠主（犬、猫主人）达到 7,874 万人，全国城镇犬猫总数已达 1.26 亿只，与此同时社会公共环境也为养宠群体提供便利，宠物开始成为人们生活中不可或缺的一份子。

随着中国城市化快速推进，居住空间的集中、生活方式的改变、有限的户外空间、对宠物如厕训练的需求，以及新颖产品的不断增加等，这些都在推动宠物卫生护理用品市场的增长。

## 2、经济驱动

近年来，全国居民人均可支配收入呈现稳步上升趋势，2025 年，全国居民人均可支配收入 43,377 元，比上年名义增长 5.0%，扣除价格因素实际增长 5.0%。随着人均可支配收入逐年增加，宠物主的消费能力随之提升。据《2026 年中国宠物行业白皮书》数据所示，2025 年单只宠物犬年均消费 3,006 元，2020-2025 年五年复合增长率达到 5.85%，单只宠物猫年均消费 2,085 元，五年复合增长率达到 2.78%。同时随着宠物主养宠理念的提升，宠物主与宠物之间的关系越发亲密，对宠物的饲养越来越科学化、精细化，呈现出消费升级的态势。

## 3、科学养宠观念驱动

宠物角色发生转变，由“功能性”角色逐渐转型为“情感性”角色，“家人”是宠物主赋予宠物的首选角色。根据《2026 年中国宠物行业白皮书》的数据，2025 年有 66.9% 的宠物主将宠物视为“家人”。在科学化、精细化的养宠观念驱动下，宠物主愈发关注宠物的身心健康，长期居家不排泄易导致宠物产生泌尿系统疾病，甚至产生焦虑等心理问题，因此宠物卫生护理用品成为人宠共居的解决方案，利于宠物的身心健康以及居家环境的整洁。

## 4、政策驱动

近年来，很多地方政府出台了一系列的文明促进条例，条例中严格规定饲养人应及时清除宠物在公共场所遗留的粪便，并对违反规定者进行相应的惩戒，宠物尿裤和宠物清洁袋作为解决此类问题的主要产品，该条例的推出，有利于宠物卫生用品领域的发展，使行业发展更加健康规范。

随着社会对宠物接纳程度的提升，“宠物友好型”社会正在逐步形成。目前，国内部分公共场所，如商场、餐厅，以及地铁、飞机等公共交通系统，已开始允许宠物在穿戴纸尿裤或使用宠物垫的前提下随同主人进入。此类措施的推广，在满足养宠人群出行需求的同时，也进一步催生了宠物卫生护理用品的细分市场需求。

## 3、主要会计数据和财务指标

### (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	2,247,478,571.93	2,195,357,433.26	2.37%	1,981,188,593.76
归属于上市公司股东的净资产	1,895,928,230.11	1,833,197,774.10	3.42%	1,771,182,301.71
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	1,677,403,154.86	1,797,586,628.90	-6.69%	1,337,363,156.74
归属于上市公司股东的净利润	183,019,300.42	215,118,666.29	-14.92%	103,255,134.65

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	160,326,947.74	191,434,288.00	-16.25%	109,332,444.12
经营活动产生的现金流量净额	284,266,675.20	222,938,812.79	27.51%	202,442,650.52
基本每股收益（元/股）	1.00	1.18	-15.25%	0.56
稀释每股收益（元/股）	0.99	1.17	-15.38%	0.56
加权平均净资产收益率	9.79%	11.76%	-1.97%	5.70%

## （2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	485,466,355.52	402,914,474.06	417,715,413.59	371,306,911.69
归属于上市公司股东的净利润	54,092,206.44	48,111,649.43	54,497,196.73	26,318,247.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	50,172,338.90	39,632,663.48	46,771,431.61	23,750,513.75
经营活动产生的现金流量净额	72,223,328.48	117,547,879.97	73,728,901.15	20,766,565.60

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 √否

## 4、股本及股东情况

### （1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	15,006	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	20,649	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
高福忠	境内自然人	31.42%	58,101,343	43,576,007	不适用	0	
卢俊美	境内自然人	12.06%	22,299,900	16,724,925	不适用	0	
高健	境内自然人	6.03%	11,149,947	8,362,460	不适用	0	
高斌	境内自然人	3.02%	5,574,975	4,181,231	不适用	0	

卢俊江	境内自然人	1.81%	3,344,985	0	不适用	0
杨丙发	境内自然人	1.81%	3,344,985	2,508,739	不适用	0
平安 life—style 平衡混合型养老金产品—中国工商银行股份有限公司	其他	1.57%	2,903,147	0	不适用	0
周丽娜	境内自然人	1.21%	2,229,991	1,672,493	不适用	0
平安沪深 300 指数增强股票型养老金产品—中国工商银行股份有限公司	其他	0.90%	1,657,092	0	不适用	0
中国农业银行股份有限公司—华安事件驱动量化策略混合型证券投资基金	其他	0.87%	1,610,101	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，高福忠和高健系父子关系，卢俊江和卢俊美系兄妹关系，构成一致行动人。高福忠和高斌系叔侄关系。除上述情形外，未知其他股东之间的关联关系或《上市公司收购管理办法》规定的一致行动关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

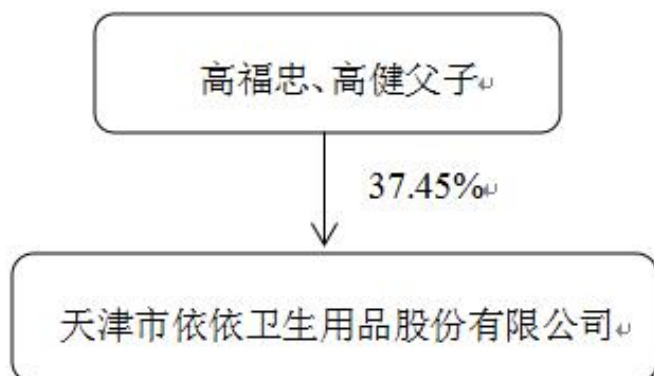
适用 不适用

## （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



### 5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

### 三、重要事项

报告期内，公司经营情况稳定，未发生重大变化，报告期内具体事项详见公司 2025 年年度报告全文。

（本页无正文，为《天津市依依卫生用品股份有限公司 2025 年年度报告摘要全文》之签字盖章页）

天津市依依卫生用品股份有限公司

法定代表人：\_\_\_\_\_

高福忠

2026 年 4 月 16 日