

证券代码：002511

证券简称：中顺洁柔

中顺洁柔纸业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20220427-0428

<b>投资者关系活动类别</b>	<input 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 <u>电话会议</u>
<b>参与单位名称</b>	4月27日： 瀚蓝环境、山西证券资管、南方基金、浙商自营、乘安资产、Point72、中欧基金、先锋基金、诺德基金、长城财富资管、湘财基金、华夏基金、兴银理财、兴业基金、诺安基金、博道基金、杭州富贤、上海瞰道资产管理有限公司、Pinpoint、Manulife、天安人寿、白犀资产、九泰基金、山楂树、浙商资管、泽源资本、中信资管、黄河财险、万家基金、兴证全球、凯恩投资、Pinpoint 保银投资、上海呈瑞投资管理有限公司、江海证券、中科沃土基金、中信建投资管、东方基金、颐和久富、同泰基金、宝盈基金 4月28日： 招商证券、大成基金、上银基金、平安大华基金、观富（北京）资产管理有限公司、江苏大正十方股权投资基金管理有限公司、中泰资管、复星集团投资部、TCL基金、上海庶达资产管理有限公司、方瀛研究与投资有限公司、银华基金管理股份有限公司、深圳市前海禾丰正则资产管理有限公司、泰康养老保险股份有限公司、浦银安盛基金、泓德基金、前海人寿保险、青骊投资、Orchid Asia、鹏泰投资、安和资本、英大证券有限责任公司、上海东银企业（集团）有限公

	<p>司、君弘资产管理公司、誉辉资本管理公司、创金合信、北京腾业资本管理有限公司、同力天合（北京）管理软件股份有限公司、榜样投资、尚近投资、兴业基金、望正资本、ATLANTIS INVESTMENT MANAGEMENT、西京投资、火星资产、中科沃土基金、中植启星投资管理有限公司、圆信永丰基金、歌斐资产、广东温氏投资有限公司、瑞文证券基金管理、长安资本有限公司、中信证券股份有限公司、合众资产、海南鑫焱股权投资基金管理有限公司、中银理财、华安财保资产、北京诚盛投资管理有限公司、Aspoon capital、信诚基金、易方达基金、中再资环（投资部）、东财基金、方正富邦基金、兴全基金、誉辉资本管理、深圳璀璨私募股权投资管理有限公司、北京禹田资本管理有限公司、中银国际证券资产管理部、财管顾问、国联证券（资管）、惠州市南方睿泰基金管理有限公司、奥天奇投资、北京大道兴业投资管理有限公司、中信建投证券、深圳市尚城资产有限责任公司、躍馬資本有限公司、兴云投资、富通保險</p>
<b>时间</b>	<p>2022年4月27日 21:00-22:00 2022年4月28日 8:00-9:30</p>
<b>地点</b>	<p>电话会议</p>
<b>上市公司接待人员姓名</b>	<p>董事长、总裁：刘鹏先生 副总裁：张扬先生 副总裁：岳勇先生 财务总监：董晔先生 董事会秘书、副总裁：张海军先生 证券事务代表：张夏女士</p>
	<p><b>投资者：一季度销售下滑的原因？</b> <b>答：</b>2021年下半年以来公司面临原材料价格持续上涨的压力。2022年1月开始实施第一轮调价策略。受公司调</p>

<p><b>投资者关系活动主要内容介绍</b></p>	<p>价策略以及疫情加剧的影响，一季度实现营收 18.8 亿元，略低于预期，其中缺口主要来自线上渠道，东部地区在线上渠道中的占比较大，受到 2 月东北疫情和 3 月上海疫情影响较大。</p> <p><b>投资者：一季度营收下滑的情况预计在二季度是否有缓和？</b></p> <p><b>答：</b>一季度营收下滑主要受公司实施调价策略及疫情加剧的影响。公司迅速做出总结并积极开展应对措施，调整渠道销售策略。随着部分地区疫情有所缓解，物流情况有所改善，已逐步走出疫情带来的影响。随着市场对调价政策的接受度不断提高，结合公司为即将到来的 618 大促积极做准备，预计二季度营收会有所改善。</p> <p><b>投资者：公司对个护品类的规划？</b></p> <p><b>答：</b>2021 年，公司重新梳理护理用品业务，锁定业务发展新赛道，致力于为全家庭、全生活场景提供产品+服务的健康生活解决方案，产品涵盖个护家清、母婴护理、老人护理及宠物护理等。基于消费者需求，增加细分赛道高品质产品，持续完善产品布局。护理用品将以线上电商为核心搭建自营销售渠道，实现全域零售。</p> <p><b>投资者：公司未来在产品端的战略布局？</b></p> <p><b>答：</b>公司始终将产品品质放在发展的第一位，十分重视产品研发与创新。2021 年，公司顺应市场发展和消费者日益多元化的产品需求，针对不同使用场景和使用人群，对生活用纸及健康精品等业务领域开展创新性产品开发，加大内部研发团队建设，加大与外部科研机构的合作，对各领域产品矩阵及产品序列进行升级优化，聚焦产品品质和用户体验</p>
-----------------------------	--

升级，设计创新迭代，更好地满足消费者需求，得到广大消费者好评，进一步增加用户粘性，提升产品竞争力。

**投资者：公司未来在渠道端的战略情况？**

**答：**2021年下半年，针对市场趋势变化，公司重新梳理并整合销售网络渠道，形成五大渠道齐头并进的发展模式，其中非传统销售渠道包括EC（电商渠道）、RC（新零售渠道）、AFH（商用消费品渠道），传统销售渠道包括GT（传统经销商渠道）和KA（大型连锁卖场渠道）。同时，在原有销售战区基础上，公司从华中、华北、华东各拆分一个省区组建成新的区域鲁豫皖战区，进一步推进渠道下沉和精耕细作策略，不断的细分与扁平化市场经营，扩大经销商的网络布局，推动销售业绩的稳定增长。

**投资者：护理用品和健康精品未来的渠道布局和营销推广？**

**答：**2022年公司吸纳引进美妆护肤经验丰富的专业人才专门负责护理用品业务，加强并提高护理用品内部研发能力。此外，重新梳理并整合了健康精品产品品类，确立了更为明晰的产品定位及层级序列，分品类制定销售目标和计划，湿巾、洁面巾等健康精品由委托代加工转向自主制造生产，保障产品供应的同时，持续提升产品竞争力。

公司将护理用品和健康精品定义为非传统干巾，并将其定义为未来重点发展的战略品类，制定了明确的未来发展目标，目前已取得阶段性成效。公司通过加大非传统干巾的推广，持续优化产品品类结构，驱动非传统干巾产品销售份额持续增长，稳步提升公司产品毛利率与盈利能力。

**投资者：太阳品牌的定位及未来发展战略？**

**答：**太阳品牌产品定位年轻化市场，作为公司主品牌洁柔的有力补充。2021 年公司重新组建太阳品牌经营队伍，独立核算，扁平运营，灵活创新，期待太阳品牌未来会有不错的表现。

**投资者：一季度净利润下滑的原因？未来原材料价格走势以及采购策略？**

**答：**生活用纸仍为公司主要的收入来源，占销售比例较大，2022 年一季度原材料成本上涨，导致净利润对比去年同期下降。2021 年以来部分原材料产地受自然灾害、司机罢工以及国际政治局势等多方面因素影响，原材料浆板的价格持续上涨，目前仍处于较高位置。公司拥有专业的采购团队，将结合自身需求和市场变化情况实施相应采购。

**投资者：公司新增产能规划情况？**

**答：**目前四川项目正在紧锣密鼓的推进中，华东项目进度稍慢，公司也在与相关部门积极沟通中，具体进展情况详见公司相关公告。未来公司将根据市场环境和销售进度，有节奏的进行产能投放和布局，达到产销动态平衡。

**投资者：KA 渠道的应收账款风险情况？**

**答：**目前存在偶发 KA 渠道逾期付款的现象。公司将加强与客户的沟通，严格履行合同中有关供货、收款活动的条款，及时收款或采取相关的法律措施。总体上看，应收账款风险处于良性可控的范围，未来也将不断加强风险管理。

**投资者：2022 年一季度提价幅度如何？落地执行情况如何？**

**答：**2022 年公司率先针对 GT 渠道实施提价策略，进而

对主要的零售端进行提价。同时，线上渠道也做出价格调整、促销力度收缩等措施。整体来说，一季度的涨价策略在稳步推进。

**投资者：2021 年个护产品销售下滑，主要原因是？**

**答：**2020 年疫情爆发，公司响应政府要求，迅速增加生产口罩业务，将其归类为个护产品品类。随着疫情得到控制并逐步减弱，2021 年口罩业务收入较去年同期有一定幅度减少。剔除口罩业务的收入，其他个护产品的销售取得一定比例的增长。

**投资者：公司产品品类的毛利率情况如何？**

**答：**2021 年公司重新梳理产品品类，进行更为细分的品类划分。生活用纸是公司传统和优势所在，将继续深度挖掘并培养重点推广系列，如油画系列、Lotion 系列等，以改善和提升毛利率水平。护理用品、健康精品是公司近几年新增的品类，其毛利率普遍高于生活用纸。经过持续的推广和资源投放，现已初步具备一定的雏形。未来公司将持续优化产品结构，进一步强化生活用纸、护理用品、健康精品的统筹管理，整合资源加大对油画、Lotion、厨房纸巾、湿巾湿厕纸、洁面巾、朵蕾蜜卫生巾、一次性用品等高端、高毛利系列产品的推广，驱动高端、高毛利产品销售份额持续增长，稳步提升公司产品毛利率与盈利能力。

**投资者：社区团购对公司整体净利率的影响？**

**答：**社区团购作为一种新兴业务，目前各品牌均有积极参与，其竞争模式较传统的电商渠道有所不同。通常来讲社区团购主要以价格取胜，但费用也相对低于传统电商渠道，净利润上有一定的追求空间，而且新零售渠道的增长速度迅

	<p>猛，也是公司未来重点关注的领域。</p> <p><b>投资者：线上渠道目前面临的核心挑战？</b></p> <p><b>答：</b>自 2021 年下半年起，原材料价格持续上涨导致生产成本高企，消费者对线上产品的销售价格更为敏感，同时，各品牌积极布局和发展线上渠道，竞争更加激烈，对于实施提价策略有一定难度。此外由于疫情反复导致国内物流不畅通，影响很多地区的快递收发。</p> <p><b>投资者：线下渠道的策略？</b></p> <p><b>答：</b>公司非常重视线下渠道的建设，提出重塑及持续提升线下通路的销售增速。目前线下渠道已覆盖全国绝大部分地（县）级城市。未来公司将继续采取“直销到县、分销到镇”的渠道下沉和精耕细作策略，强化和坚持传统模式，积极推动线下渠道的发展。同时，公司也会根据市场趋势变化情况，对渠道进行一些调整。随着消费者消费模式的改变，渠道流量出现分化，公司将在 KA 渠道上保持稳定的策略，注重提高资源投入的效率与效益。同时公司也会重点关注经销商渠道的建设。为提振经销商信心，公司发起“赢在终端”行动，主动召回渠道库存过期产品，充分获得了广大消费者及经销商客户的肯定，免去了经销商的后顾之忧，建立了稳固的市场信心。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 4 月 27 日-4 月 28 日