

证券代码：301009

证券简称：可靠股份

## 杭州可靠护理用品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	参与公司 2021 年度业绩说明会的投资者	
时间	2022年5月10日（星期二）下午15：00-17：00	
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ）	
上市公司参与人员姓名	公司董事长兼总经理金利伟先生，副总经理兼董事会秘书俞文斌先生，副总经理兼财务负责人耿振强先生，独立董事张永亮，保荐代表人陈圳寅先生。	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司 2021 年度业绩说明会采用网络远程的方式举行，本次业绩说明会主要问题及答复整理内容如下：</p> <p><b>1、可靠股份全新超级 IP 形象的意义是什么？</b></p> <p>感谢您的关注！可靠超级老人形象，象征着每一个步入晚年生活的老人都是历经生活洗礼的英雄，他们是依然在追求活力生活的超人，值得年轻一辈给予足够的崇敬与呵护。可靠超级老人更是成人纸尿裤的代言者，让一直以来不便言说，少为人关注的成人纸尿裤鲜活地展现在普罗大众面前，同时也在时刻传递可靠品牌一向主张的“健康养老，活力享老”的理念，是失禁群体及老年人的精神图腾。谢谢！</p> <p><b>2、公司今年的战略规划是什么，未来愿景是什么？</b></p> <p>公司在未来战略规划中，自主品牌业务和 ODM 业务均作为重要的组成部分。目前公司自主品牌业务的主要产品是成人失禁产品，我国成人失禁用品产业是一个快速增长的市场，随着老龄化程度日益加剧，老年疾病患者数量也持续增长，中风、痴呆、糖尿病、前列腺疾病、膀胱疾病等造成的尿失禁或者行动不便，都为成人失禁用品创造了巨大的市场需求。谢谢！</p> <p><b>3、公司在推广自有品牌产品时，是否有打算与相关的终端，比如与医院、养老院等产业机构合作？</b></p>	

公司针对自主品牌成人失禁用品使用场景的特点，积极开拓特渠及新零售等领域，充分利用合作伙伴在医院、养老院及各连锁药房的影响力，推进公司成人失禁用品的普及和使用。

#### **4、公司在成人失禁用品市场占有率目前多少？**

在自主品牌业务领域，公司主打成人失禁用品，包括成人纸尿裤、成人拉拉裤、成人尿片、护理垫、产妇巾、经期裤、吸水巾等系列产品，拥有成人失禁用品知名品牌“可靠”、“吸收宝”，产品覆盖高、中、低各个市场定位，在同类市场竞争中处于领先地位，产销量保持快速增长。根据生活用纸委员会发布的《生活用纸和卫生用品行业年度报告》，2017年至2021年公司和“可靠”品牌在国内成人失禁用品生产商和品牌中综合排名蝉联第一（主要按销售额指标综合排序），同时“可靠”品牌连续数年蝉联电商平台单品类全网销售冠军，在市场具有较大影响力。谢谢！

**5、国家卫生健康委与昨日印发《全国护理事业发展规划（2021-2025年）》的通知，里面着重强调老年人的健康、卫生护理问题，请问公司针对这方面的政策，是否有明确和针对性的计划和安排？**

您好，公司将密切关注相关落地政策，并根据公司的主营业务情况，抓住相应市场机会，实现公司发展。感谢您对公司的关注！

#### **6、公司所处的行业受国家政策的影响是怎样的？**

近年来，政府部门相继发布《轻工业调整和振兴计划》和《轻工业发展规划（2016-2020年）》，对包括纸尿裤行业在内的轻工行业进行战略部署和规划。2021年11月，《关于加强新时代老龄工作的意见》印发，提出积极培育银发经济，发展适老产业，大力发展养老相关产业融合的新模式新业态。2022年2月，印发《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》，通过部署九方面具体工作任务，强调实施积极应对人口老龄化国家战略，以加快完善社会保障、养老服务、健康支撑体系为重点，把积极老龄观、健康老龄化理念融入经济社会发展全过程。尤其指出，针对机构养老、日间托养、上门护理等需求，重点开发清洁卫生、饮食起居、生活护理等方面产品，提升成人尿裤、护理垫等产品的适老性能。谢谢！

#### **7、公司今年的目标营收是多少？**

您好，公司营收目标取决于市场形势变化等多种因素。公司将立足主业，持续加大研发投入和坚持技术创新，提高公司的竞争力。感谢您的关注！

**8、目前国内成裤规模及渗透率还很低，公司如何加强消费者教育？怎样看待成裤未来渗透率的提升？**

您好！目前我国成人失禁用品的渗透率还比较低，由于文化习惯等原因，大部分的老年人并不愿意使用成人失禁用品。公司与上海华与华营销咨询有

限公司合作进行品牌建设，全力打造“活力老人”理念，引领消费者享老乐活新体验。本月可靠公司近期推出的品牌超级符号及活力老人 IP 形象，初步获得良好的传播效果，也将促进公司产品在渠道渗透率方面的提升。公司将持续推进品牌和渠道拓展工作，推进消费者习惯的培育。谢谢关注！

### **9、请问进入公司所属行业的主要技术壁垒？**

随着新一轮的消费升级，消费者对吸收性卫生用品的舒适性、功能性、便利性等方面要求越来越高，这对行业内企业的设计及研发实力提出了更高的要求和挑战。为了赢得市场，纸尿裤企业必须在材料改良、结构优化、工艺创新、设备改造等多方面及时做出调整，以应对消费者的消费习惯。龙头企业大多在行业内深耕多年，积累了一定的经验，同上下游的合作关系更加紧密，因此在设计和研发方面更具有优势，不但可以有针对性和专用材料，还可以提前布局新产品以适应市场需求，这对新进入企业形成一定技术壁垒。谢谢！

### **10、领导好，请问我国纸尿裤行业企业涉及相关的法律法规？**

主要包括《消毒产品标签说明书管理规范》、《消毒产品生产企业卫生规范》、《外商投资项目核准和备案管理办法》、《消毒产品卫生安全评价规定（2014年修订）》、《消费品标准和质量提升规划（2016-2020年）》等。谢谢！

### **11、您好，请问我国一次性卫生用品行业的发展现状？**

我国一次性卫生用品行业起步于上世纪80年代，随着外国资本的进入，在上世纪90年代进入加速发展期，用户的消费习惯逐渐形成，同时婴儿纸尿裤市场开始起步；进入2000年以后，随着人民生活水平的提升，以及消费观念的转变，健康、卫生、方便的一次性卫生用品开始逐渐获得消费者的青睐，同时成人失禁用品开始出现；2010年至今，随着消费水平和消费意识的进一步提高，一次性卫生用品的发展进入新的时代，高质量、大品牌、多功能的产品越来越受到消费者的青睐。谢谢！

### **12、董事长自己代言产品的视频好可爱，童心未泯啊，请问，公司的产品可以自行分解吗？**

公司遵循“绿色经济”发展模式，为减少污染促进环保贡献力量，积极开发可降解高吸水性树脂推进纸尿裤可降解技术，目前属于中试阶段。谢谢！

### **13、养老新观念有哪些？**

公司在自主品牌业务领域，主打成人失禁用品，包括成人纸尿裤、成人拉拉裤、成人尿片、护理垫等系列产品，其使用者一般为老年失禁者和残疾失禁者，其中老年失禁者为主要目标消费群体。公司与上海华与华营销咨询有限公司合作进行品牌建设，全力打造“活力老人”理念，引领消费者享老

乐活新体验。四月可靠公司推出品牌超级符号及活力老人 IP 形象。谢谢！

**14、人口老龄化的加剧、生育政策的放开，我是很看好公司的发展。请问公司如何把握机遇的发展？**

您好，公司立足于当前已取得的市场地位，在老年经济即将爆发式增长之际，提前做好布置，全面加强自身的各项软硬件能力建设，准备好应对市场规模的大幅度增长，在市场竞争中抓住机遇，不断提升竞争力。在渠道方面，继续坚持对创新渠道在深度、广度两个维度的拓展探索，尤其是电商渠道建设和特渠渠道建设方面，继续信息化系统、客户管理系统等基础设施的投入，继续加大对人才团队的引进和内部培养。在品牌营销方面，强化并维护当前已取得的品牌地位，全新升级品牌形象，利用更为丰富和多维的营销手段，持续提升“可靠！”品牌力。在生产制造方面，在维持当前稳定生产质量的同时，加速工厂的智能化转型，培育与智能工厂相匹配的生产及管理团队，扩张工厂产能，提高生产效率。在研究开发方面，要加大对研发活动的投入，继续扩大对外研发合作，增强研发团队储备，整体规划研发项目，在基础材料、生产工艺、产品设计等方面做好统筹，致力于不断增强公司的产品竞争力。谢谢！

**15、目前公司自主品牌主要有哪些？**

公司自主品牌业务以生产销售成人失禁用品为主，目前拥有“可靠”、“吸收宝”等品牌。谢谢！

**16、婴儿、女性和成人失禁的吸收性用品之间能否相互转产？这三者的进入壁垒高低的比较？**

您好，婴儿、女性和成人失禁的吸收性用品生产工艺有所不同，均使用专用生产线，不能直接通用。

随着新一轮的消费升级，消费者对吸收性卫生用品的舒适性、功能性、便利性等方面要求越来越高，同时也更注重创新性、个性化的需求，这对行业内企业的设计及研发实力提出了更高的要求和挑战。为了赢得市场，纸尿裤企业必须在材料改良、结构优化、工艺创新、设备改造等多方面及时做出调整，以应对消费者的消费习惯。龙头企业大多在行业内深耕多年，积累了一定的经验，同上下游的合作关系更加紧密，因此在设计和研发方面更具有优势，不但可以有针对性和专用材料，还可以提前布局新产品以适应市场需求，这对新进入企业形成一定技术壁垒。感谢您的关注！

**17、“防疫物资收入影响”主要是指什么？**

您好！防疫物资收入影响主要是指口罩的收入。

**18、原材料价格波动对公司有哪些影响？**

您好！原材料价格波动最直接的影响是对毛利率的影响，谢谢！

**19、一季度净利润同比下降 95.14%，是何原因？有何提升措施？**

您好！主要是原材料价格及物流费用上涨的影响。公司采取的措施有持续提升品牌力，不断加强研发能力，优化丰富产品结构，打造专业高效的管理团队等。感谢您的关注！

**20、宠物卫生用品目前营收占比多少？**

您好！宠物卫生用品 2021 度营收占比 7%左右。谢谢！

**21、领导您好，请问公司的采购模式？**

公司采购物资以生产用主辅料为主，主要为绒毛浆、高分子、无纺布、底膜、胶、纸箱和包装袋等。根据生产厂商的分布不同，公司从境内外采购所需原料，其中生产用原材料绒毛浆主要从境外进行采购；高分子既从境外采购，也从境内采购；其余原材料主要从境内采购。谢谢！

**22、请领导说明一下主要原材料供应情况？**

您好！公司纸尿裤业务所需主要原材料为木浆、无纺布、底膜、高分子等，近年来，由于技术升级，复合芯体的采购量呈逐年升高的趋势。公司原材料采购主要来自国内供应商或贸易商，木浆等原材料由于受产地限制的影响，以进口为主。谢谢！

**23、公司研发费用投入目前占比多少？**

您好！2021 年度公司研发费用占比在 4.15%左右。谢谢！

**24、可靠研究院目前主要做哪些工作？**

公司旗下的浙江可靠股份产品创新研究院为浙江省省级企业研究院，专注于纸尿裤产品研发与创新，与嘉兴学院、浙江工业大学、天津工业大学等科研高校保持良好的合作，成立至今，参与或负责了多个科研项目，并参与起草国家标准和行业标准，是医护级卫生用品标准课题组成员单位。2017 年，可靠股份被浙江省知识产权局评为“浙江省专利示范企业”，2018 年，公司被国家知识产权局评为“国家知识产权优势企业”，2020 年，公司入选工业和信息化部第二批专精特新“小巨人”企业名单。谢谢！

**25、公司目前的口罩业务生产、销售如何？**

您好！公司的口罩业务是因新冠疫情的蔓延而开展起来，随着全球新冠疫情的逐渐受控，以及口罩产能在疫情期间的急剧扩张，市场上口罩供应日渐充足，公司口罩订单减少。因此，公司暂停了口罩的大规模生产，目前仅在电商平台有零星销售。谢谢！

**26、请问贵公司对 2021 年度的业绩表现有什么解释和说明的吗？这些影响因素会影响下一季度的表现吗？智能工厂何时能投入生产使用？IP 形象的战略计划有无下一步的拓展计划？（动画或广告投入等）**

1、公司 2021 年归属于上市公司股东的净利润下滑主要受以下几方面因

	<p>素影响：（1）口罩业务方面，2020 年口罩实现销售 17,489.82 万元，毛利 12,215.66 万元，而 2021 年仅有零星销售，较 2020 年同期大幅度下降；（2）国内婴儿 ODM 业务收入减少；（3）因汇率、原材料和海运费上涨等因素造成利润水平下降。2、公司募投项目正在按照计划稳步、有序实施，公司会严格按照信息披露相关规定履行信息披露义务。3、公司与上海华与华营销咨询有限公司合作进行品牌建设，全力打造“活力老人”理念，引领消费者享老乐活新体验。四月可靠公司近期推出的品牌超级符号及活力老人 IP 形象，初步获得良好的传播效果，也将促进公司产品在渠道渗透率方面的提升。公司将持续推进品牌和渠道拓展工作，推进消费者习惯的培育。谢谢！</p> <p><b>27、公司有没有与养老院、护理中心、月子中心等建立直接的合作呢？</b></p> <p>你好，感谢关注！公司与养老院、护理中心有业务合作，部分区域是公司的线下业务团队直接合作，也有部分是通过当地经销商合作。国家十四五养老规划里，明确提出大力发展普惠型社区养老院，养老院将是公司产品的重要使用场景之一，谢谢！</p> <p><b>28、请说明一下轻度失禁产品的应用情形？</b></p> <p>公司轻失禁产品主要有专为亚洲女性设计的隐形吸水巾和专为亚洲男性设计的男士吸水巾，适合在大笑、咳嗽、抬重物，以及在走路、站立状态下，尿液不自主泄漏的轻度失禁人群使用。谢谢！</p> <p><b>29、公司有无涉足防疫产品领域？口罩业务占比多少？</b></p> <p>你好，谢谢关注！公司的口罩业务是在 2020 年因新冠疫情的应急拓展的，进入 2021 年后仅在电商平台有零星销售，占公司业务比重非常小。谢谢！</p> <p><b>30、公司目前在哪些电商平台有营销布局？</b></p> <p>你好，谢谢关注！公司自 2014 年布局电商平台以来，已经与淘系、京东、拼多多等平台合作，公司已经连续 8 年取得主要电商平台的品类销售冠军。伴随各种新平台发展，公司将持续与平台合作，满足用户需要，谢谢！</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022 年 5 月 10 日