

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：20220609

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	PRUDENCE INVESTMENT MANAGEMENT、HDCAPITAL、PARTNERS BAY、DALTON INVESTMENT GROUP、LIBRARY RESEARCH、WT Capital、Infore Capital、ZHONGTAI INTERNATIONAL、Morgan Stanley
时间	2022年6月9日 16:00-18:00
地点	深圳
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁：刘鹏先生 董事会秘书、副总裁：张海军先生 证券事务代表：张夏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、投资者：一季度销售下滑的原因？</p> <p>答：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月开始实施调价策略。受公司调价策略叠加疫情加剧的影响，一季度实现营收略低于预期，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>2、投资者：预计二季度销售是否有缓和？</p> <p>答：一季度营收下滑主要受公司实施调价策略叠加疫情</p>

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。

**3、投资者：公司目前的行业地位以及未来产品矩阵？**

**答：**公司在生活用纸细分领域为第一梯队成员。目前公司主要有三大品牌，洁柔、太阳和朵蕾蜜，公司将会持续提升洁柔品牌的高端形象，不断加大洁柔高端系列产品的推广力度，不断提升高端产品在销售份额的占比。太阳会定位年轻化市场，作为公司主品牌洁柔的有力补充。公司坚定的推动和培育朵蕾蜜护理用品品类的发展，希望能够成为公司利润来源的第二护城河。另外针对商用客户系列的产品，公司也在进一步的完善中，努力提高市场份额。未来不排除在生活用纸行业相关领域多样化发展。

**4、投资者：未来原材料价格走势以及采购策略？**

**答：**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。

**5、投资者：公司新增产能规划情况？**

**答：**目前四川项目、华东项目正在推进中，具体进展情况详见公司相关公告。随着公司销售渠道的不断拓展，公司目前的产能已经无法满足日益增长的销售需求。产能扩建是建立在公司销售快速增长的基础上，公司产能利用率非常高，但是仍然存在产能缺口。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。

**6、投资者：太阳品牌的定位及未来发展规划？**

**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。

**7、投资者：2021年销售费用主要投放在哪些方面？22年有何规划？**

**答：**2021年销售费用较去年相比有所提升，主要是加大市场投放力度所致，主要集中在推广、促销、高毛利率产品开发方面，加强了对于品牌推广的投放，以及线上、线下店铺的投入等方面。2022年，销售费用和过往年度保持相对稳定，不会增加太多，对某些高毛利或重点单品会做精准化的费用投入。

**8、投资者：个护品类的规划如何？**

**答：**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。

**9、投资者：公司未来在渠道端是如何规划的？**

**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。

**10、投资者：公司产品毛利率情况如何？**

**答：**2021年公司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。

**11、投资者：公司未来在提升利润率方面有哪些举措？**

**答：**公司正积极建立驱动型的财务管理和供应链管理体系,优化内部流程等,提升精细化管理水平;持续优化产品结构,尝试扩大品类结构,进一步提升高端、高毛利产品的销售份额;激活及提振新兴品类及新兴渠道的业务增量。整体而言,通过多维度及高质量的系统化联动,提升整体运营及协同效能,降本增效。

**12、投资者：提价后的销量变化如何？**

	<p><b>答：</b>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。第一季度实施提价后，市场已逐步接受，预计二季度结合 618 大促等活动，销售会有所改善。</p> <p><b>13、投资者：纸浆价格上升公司有合适的对冲手段吗？</b></p> <p><b>答：</b>公司有一整套应对纸浆价格波动的机制和专业的纸浆采购团队负责纸浆的采购工作。浆板期货也是公司持续谨慎关注的工具之一。</p> <p><b>14、投资者：去年实控人五月份倡议员工增持，二季度公司业绩已经出现大幅下滑，这样做是出于什么目的？</b></p> <p><b>答：</b>公司董事、实际控制人邓颖忠先生个人基于对公司长期投资价值的认同，尤其是对广大员工为公司努力奉献的感恩回报，倡议在坚持自愿、合规的前提下，对员工投资公司股票的行为做出兜底承诺，为员工消除投资风险的后顾之忧，确保员工共享企业发展成果。截至 6 月 3 日，实际控制人的补偿义务已经履行完毕。具体内容详见公司相关公告。</p>
<b>附件清单(如有)</b>	无
<b>日期</b>	2022 年 6 月 9 日