

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：2022-004

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（_____）
参与单位名称及人员姓名	东亚前海证券 林鑫 菲洛资产 张文丽 黑皇资产 陈俊龙 东巍资产 王毅
时间	2022年10月12日
地点	浙江省杭州市临安区锦城街道花桥路2号
上市公司参与人员姓名	董事长金利伟、财务总监徐鸣、证券事务代表徐思敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、董事长金利伟简要介绍了公司业务情况。</p> <p>可靠的主营业务之一为成人失禁用品生产和销售，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，老年疾病患者因疾病、身体机能下降等原因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。当前公司在成人失禁用品领域已经成功打造出了“可靠!”、“吸收宝”等覆盖高端及中低端市场的知名品牌，在国内市场上拥有了一定的市场占有率和美誉度。公司自主品牌的发展主要分为以下几个方面：</p> <p>1、建立做品牌的初心：公司在2001年起步初期就提出做品牌的初心，但从不断摸索中形成了以国际贸易为主的代加工模式，产品包括婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、宠物垫等各个品类，贸易市场涉及日本、韩国、俄罗斯、欧洲等多个国家，产品获得了多家国际品牌客户的认可。尤其跟日本公司合作，逐渐打磨出了公司的精益化生产、高质量管控及竞争力产品。</p>

2、坚持聚焦产品品类：2008年金融危机爆发，海外需求收缩，而国内市场需求增大，此时公司重新聚焦国内市场。基于国内纸尿裤现状，结合海外养老市场，调研后发现国内老人没有很适合的产品来解决大小便失禁，商机叠加责任感的驱动下转向成人纸尿裤品类，公司推出了成人纸尿裤自主品牌-可靠COCO。

3、品牌战略定位清晰：目前公司继续坚持“自主品牌+ODM”双轮驱动发展模式，但发展重心逐渐转移至成人失禁用品，战略方向由制造型企业转型为品牌型企业，以产品研发和用户为导向，引爆品牌效应、突破行业空白点，提升市场占有率。

二、问答环节：

**Q：请问公司作为成人纸尿裤头部品牌的企业，品牌营销方面是如何规划，未来公司如何提升成人失禁用品市占率？**

**A：**目前国内成人失禁产品行业还处于发展初期，市场集中度较低，参与者众多，还处于“有品类无品牌”阶段。从市场需求端来看，消费者的消费习惯正在被培养起来，单纯以价格为导向的消费观念也在发生变化，更加注重产品的品质、功能和品牌。

公司正在由制造型企业向品牌型企业转型。通过与华与华公司合作进行品牌引爆等系列举措，全新升级品牌形象，提高品牌价值。围绕产品的功能，开展品牌传播策划，增加内容投放，深挖品牌价值，持续占领消费者心智。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。“可靠”品牌连续多年蝉联电商平台单品类全网销售冠军。公司将在保持线上市场占有率的情况下，深度聚焦线下重点省份特通渠道投入，优化渠道结构，持续提升市场占有率。

**Q：关于第三方买单模式，预计何时会落地？**

**A：**目前人口老龄化已成为国内一个不容忽视的问题，根据国家卫健委的相关信息，预计“十四五”时期，60岁及以上老年人口总量将突破3亿，占比将超过20%，进入中度老龄化阶段。而到了2035年左右，60岁及以上老年人口将突破4亿，在总人口中的占比将超过30%，我国将进入重度老龄化阶段。我们可以看

	<p>到，为应对人口老龄化问题，国家积极出台了《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》、《关于进一步推进医养结合发展的指导意见》等一系列相关政策，这为成人失禁用品市场的发展提供了基础。目前可以看到一些发达国家为应对老龄化，采取了保险介入来补充养老费用等措施。国内长护险正在个别地区已经进行试点，通过部分试点地区可以看出相关政府部门对于长护险的推进力度在逐步加强。</p> <p><b>Q：公司成立的产业基金未来投资方向是什么？</b></p> <p><b>A：</b>公司参与设立老年产业投资基金，主要是围绕公司的战略发展方向，聚焦于老年产业相关领域，高度契合公司探索老年产业链、提高老年消费产业资源整合能力、寻找符合国家发展战略并与公司主营业务相关的外延式发展机会的战略布局，为公司的业务培养新的增长点，与自身主营业务产生协同效应，推动公司的长远发展，进一步提升公司核心竞争力。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022年10月13日