

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：2024-004

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input 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	东方财富证券：赵树理、刘雪莹 国泰基金：智健、林小聪、陈美璇
时间	2024年12月11日 10:00-11:00
地点	公司会议室
上市公司参与人员姓名	董事长、总经理兼董事会秘书（代行）：金利伟 证券投资部经理兼证券事务代表：周敏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题一、目前成人失禁护理用品的行业规模和前景？公司未来展望？</p> <p>答：根据《2023 生活用纸和卫生用品行业年度报告》显示，2023 年成人失禁用品市场规模 134.4 亿元，较 2022 年增长 11.1%。同时，根据全国老龄工委发布的《中国老龄产业发展报告》，2050 年我国老年人口数量将达到 4.8 亿，消费潜力将增长到百万亿级，占 GDP 的比例将达 33%，成为全球老龄产业市场潜力最大的国家。随着老龄化程度日益加剧，老年疾病患者数量也持续增长。与此同时，居民人均可支配收入的提高和个人健康护理意识不断加强，都为成人失禁用品创造了巨大的市场需求，成人失禁用品已进入发展上升期。</p> <p>未来，公司继续深耕成人失禁护理用品及养老服务业务领域，坚持“自主品牌+ODM”双轮驱动发展模式，积极推进战略布局的拓展。公司现已制定明确的预算目标和创新举措，并在渠道布局、产品价值管理、</p>

产品差异化、品牌建设等方面设定了阶段性目标。同时，公司将继续强化内控管理，用研发创新不断丰富产品矩阵，加快营销渠道拓展扩大市场占有率，努力提升企业发展质量与效益，进一步巩固行业龙头地位，以稳健的经营业绩为投资者带来长期的投资回报。

问题二、2024 年前三季度公司成人失禁用品线上/线下占比？线下的主要细分渠道有哪些，今年表现如何？

答：1、在自主品牌成人失禁用品上，线上销售相对于线下销售占比相对更大。在线上渠道上，公司坚持保价稳价策略，截止今年三季度末，销售额虽略有下降，毛利率有所提升。今年双十一，凭借头部优势和品牌影响力，公司继续蝉联电商平台单品类销售冠军，持续提高市场份额，实现了稳健增长。2、线下方面，除经销商、直营零售、KA 等传统渠道外，公司凭借头部优势和品牌影响力，将会持续开拓医养渠道及各大“机构型”特通渠道，积极参与各地长护险项目采购招标。今年，公司持续加快全国市场拓展，在医院攻坚战中对医院门店进行了专项爆破，实现了线下整体渠道的增长，并对公司利润有所贡献。

问题三、公司近两年毛利率震荡上升的主要原因？

答：公司始终从用户需求出发，紧跟行业发展趋势，持续推进降本增效多项举措，有效提升了毛利率水平。（1）通过参股原材料制造企业，加强对现有供应商的管理，积极开发新供应商，从源头降低原材料采购成本；（2）加快技术研发，持续优化和改进生产工艺，降低产品制造成本；（3）推动精细化管理，提高产品生产效率和整体质量。公司坚持深耕成人失禁护理用品及养老服务业务领域，聚焦战略，加大研发投入，加快产品推新升级节奏，完善产品结构，创新营销策略，节降运营成本，提升内控管理，推动经营业绩稳健发展。

问题四、今年前三季度利润下滑的原因？公司打算如何规划婴儿护理用品板块业务？

答：1、前三季度利润下滑主要系 9 月底汇率波动影响。公司将密切

	<p>关注外汇市场和汇率变化，加强与金融机构的业务交流，合理规划美元现汇存款规模，结合采购支付计划以及汇率的变动情况抓住有利时机进行结汇。</p> <p>2、在婴儿护理用品版块上，公司同样实施“自主品牌+ODM”发展模式，一方面运营“杜迪”品牌，布局线上线下渠道，拓展市场；另一方面，围绕国内外婴幼儿品牌商拓展 ODM 业务，进一步提升婴儿护理用品产能利用率。</p> <p>问题五、公司现有管理层情况？</p> <p>答：公司持续推动组织升级，核心业务的管理人才布局基本完成。销售渠道在资深管理者的带领下持续调优业务策略、组织设置、人才结构，并设置更系统性的激励体系后，人才效能得到了大幅提升。公司在布局核心人才的同时也积极将组织体系升级向下深化，致力于打造更加扁平、敏捷的人才架构。通过激励机制和团建机制，持续打造有生机的、有动力的人才队伍。</p> <p>问题六、公司如何应对价格竞争格局？</p> <p>答：公司坚决抵制非良性的价格竞争，坚持保价稳价策略，线上线下价格统筹，保障渠道利润合理、消费者的产品满意度及盈利能力，维护行业的健康发展。针对线上不同平台、线下不同渠道的高、中、低档用户需求，公司持续完善产品系列，进一步满足消费者不同使用场景下的产品及服务需求。公司从产品差异化、可靠高品质等方面致力于不断增强公司产品竞争力，在同价格带的市场竞争中处于领先地位。同时，公司通过形式多样、多频次多密度的市场推广活动，进一步强化消费者的品牌认知，持续提高市场份额，推动经营业绩稳健发展。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 12 月 12 日