

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：20220714

投资者关系活动类别	<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>
参与单位名称	中信期货、农银人寿、永诚资产、天安人寿、富兰克林邓普顿、进门财经、彬元资本、中天国富证券、兴银基金、中庚基金、紫阁投资、浙商自营、东吴证券、兴银理财、光大保德信、鹤禧投资、中信建投自营、长江资管、纯达、禾永投资、安信自营、昶享资管、安信自营、国君资管、上海天猷投资、翀云投资、上海瞰道资产管理有限公司、中信期货、中泰证券资管（中泰资管）、南土、湍团资产、爱建自营、中植启星投资管理有限公司、中科沃土基金、Pinpoint 保银投资、华泰保兴、Fullerton 富敦投资、国华兴益资产、西部证券自营、汇安基金、长江资管、兴证全球、PV Capital、DEShaw、观富资产
时间	2022年7月14日 15:30-16:20
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、副总裁：张海军先生 证券事务代表：张夏
	1、投资者：公司未来是战略方向以及发展重点？ 答： 尊敬的投资者，感谢您的提问。公司将坚持以生活用纸为核心业务，不断加强生活用纸的产品布局和市场

**投资者关系活动
主要内容介绍**

竞争力，同时持续优化产品品类结构，将高端、高毛利的非传统干巾定义为公司未来重点发展的战略品类，加大对油画、Lotion、厨房纸巾、湿巾湿厕纸、洁面巾、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。

2、投资者：管理层变动情况？刘董及新管理层上任以来对公司做了哪些调整和变革？

答：尊敬的投资者，感谢您的提问。2021年上半年实际控制人邓颖忠先生和邓冠彪先生分别辞去了董事长、总裁的职务，是基于对公司未来战略发展规划考量，进一步推进职业经理人制度体系，持续完善公司治理结构而退出公司日常管理，但仍会在战略发展层面继续指导公司发展。

公司在不同的发展阶段需要不同的人才，目前公司已经发展到了较大的规模，需要更多专业人才来细化公司的管理分工，因此公司引入新任董事长、总裁以及几位副总裁，符合公司现阶段的发展规划。公司管理团队的人事变动都是有序在进行、不会影响公司正常运作，这从另一方面也表现了公司在储备人才、引进人才方面的决心。刘鹏董事长具有丰富的管理经验，自上任以来，明显感受到公司积极向上、向好的发展方向。2021年面对复杂严峻的形势，公司管理层积极应对，通过持续优化品类结构、产品创新与升级、强化品牌建设、渠道下沉精耕细作等有力措施，推动公司销售稳定增长。

3、投资者：公司目前的行业地位以及未来产品矩阵？

答：尊敬的投资者，感谢您的提问。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。太阳品牌定位年轻化市场，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。

4、投资者：未来原材料价格走势以及采购策略？

答：尊敬的投资者，感谢您的提问。纸浆作为国际大宗交易商品，价格具有周期波动性。2021年以来原材料浆板的价格持续上涨，目前仍处于较高位置。国际市场环境风云变幻，突发状况频发，如欧洲罢工、自然灾害、俄乌战争等增加更多不确定性。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：公司如何定位个人护理业务，有哪些相关布局措施？

答：尊敬的投资者，感谢您的提问。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。公司今年初引进新团队负责管理运用护理用品业务，希望能够成为未来利润来源的第二护城河。

6、投资者：公司未来在提升利润率方面有哪些举措？

答：尊敬的投资者，感谢您的提问。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。

7、投资者：公司的提价政策实施情况如何？

答：尊敬的投资者，感谢您的提问。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。提价幅度根据区域、卖场及具体产品有所不同，同时也会参考市场动态做灵活调整。

8、投资者：高端系列产品销售情况如何？

答：尊敬的投资者，感谢您的提问。公司通过持续优化产品结构，加强品牌宣传力度，进一步提升高端、高毛利产品的销售份额，整体销售情况符合预期。

9、投资者：未来品牌策略是怎样的？

答：尊敬的投资者，感谢您的提问。公司一方面会继续加大销售布局，进一步完善空白市场和弱势市场、深耕挖掘强势区域，通过销售区域的广泛覆盖、销售渠道的深耕细作、销售规模的不断扩大带动品牌宣传；另一方面，我们也将会更注重品牌在客户心智中精致定位的建立以及客户的使用体验和情感认同，尤其是针对高端系列产品和高毛利产品。因此，公司会把品牌知名度、认可度和美誉度作为品牌传播的关键性因素来考量，充分结合新媒体矩阵特性，融合线上线下传播资源，循序渐进的投入资源，实现品牌提升和销售增长双线齐头并进。

10、投资者：公司大学训压仓的情况如何？

答：尊敬的投资者，感谢您的提问。公司一贯重视和培

	育校园市场的消费群体，有针对性地推出多种多样的促销活动和品牌推广活动，在校园市场中取得不错的口碑和表现。
附件清单(如有)	无
日期	2022年7月14日