

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：20220906-0909

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	9月6日： 中信证券、工银安盛、拾贝投资、Wiling Cap、Lazard、Horizon Asset、Sumitomo Mitsui DS、Point72、Neo-Criterion Capital、Fullgoal Fund Management、Power Pacific、WT Asset Management、FountainCap Research & Investment 9月9日： 长江证券、海富通基金、华宝基金、光大保德信、大家资产、农银汇理、南方基金、华商基金、汇安基金
时间	2022年9月6日 16:00-17:00 2022年9月9日 15:00-16:15
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
	<b>1、产品提价执行情况及未来提价计划？</b> <b>答：</b> 尊敬的投资者，感谢您的提问。2022年1月公司已实施提价，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。关于产品提价计划，公司将根据市场变化情况，按计划进度进行营销策略调整，以

**投资者关系活动  
主要内容介绍**

满足市场供应需要。未来公司将通过提价以及品类结构调整等方式，综合提高销售吨价。

**2、公司未来销售预期情况？**

**答：**尊敬的投资者，感谢您的提问。根据有关行业数据显示，中国生活用纸行业增速有所放缓，但增长速度仍高于全球平均水平。面对经济下行、消费疲软以及市场竞争日益加剧等影响，公司将更加重视利润和现金流，做好充足准备，迎接未来的挑战。通过提价和产品结构调整等方式维持有竞争力的毛利水平。

**3、原材料后续走势情况？**

**答：**尊敬的投资者，感谢您的提问。纸浆作为大宗交易商品，价格具有周期波动性。目前，国际市场环境风云变幻，自然灾害、工人罢工、俄乌战争等因素增加更多不确定性，公司对未来浆板价格走势持谨慎态度。

**4、原材料库存情况如何？**

**答：**尊敬的投资者，感谢您的提问。截至 2022 年 6 月末，公司原材料的账面余额约 5.15 亿元。公司基于生产与销售计划，综合考虑货物运输时间、市场变化情况等因素制定纸浆采购计划，以满足公司需求。

**5、公司线下网点的拓展情况及未来空间？**

**答：**尊敬的投资者，感谢您的提问。公司以敏锐的战略眼光和科学的市场布局，不断建立与完善营销网络。目前搭建的营销网络覆盖全国绝大部分地（县）级城市，对于非传统优势区域，将进一步采取“直销到县，分销到镇”的渠道下沉和精耕细作策略，不断细分与扁平化市场经营。

**6、Q2 收入拆解，量和价方面的分析？**

**答：**尊敬的投资者，感谢您的提问。2022 年第二季度的收入增速环比得到改善，主要是销量增加的原因，销量增幅大于吨价增幅。

**7、公司高端产品表现如何？非传统干巾及护理用品表现如何？**

**答：**尊敬的投资者，感谢您的提问。公司持续优化品类结构，进一步提升高端、高毛利产品的销售占比。2022 年上半年，高端产品销售基本接近预期目标，未来公司也会制定更高的发展规划。非传统干巾及护理用品在未来的成长性更高，有更大机会，公司制定了长期发展规划，目前总体来看符合预期。

**8、下半年销售费用的规划是怎样的？**

**答：**尊敬的投资者，感谢您的提问。面对原材料等持续上涨的压力，公司今年实行较为严格的费用管控政策。2022 年上半年销售费用同比有所减少，但对于重点产品及高端、高毛利产品会给与重点支持，进行更加精准化的费用投入，推动其持续不断成长。销售费用主要集中在推广、促销、高毛利产品开发方面，加强品牌推广的投放，以及线上、线下店铺的投入等方面。

**9、公司管理层的整体情况？**

**答：**尊敬的投资者，感谢您的提问。公司管理层已经平稳度过磨合期，处于稳定状态。整个团队士气高涨、团结一致、积极向上。

	<p><b>10、太阳品牌如何定位？</b></p> <p><b>答：</b>尊敬的投资者，感谢您的提问。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。</p> <p><b>11、各渠道销售情况如何？</b></p> <p><b>答：</b>尊敬的投资者，感谢您的提问。公司五大渠道分别为 GT（传统经销商渠道）、KA（大型连锁卖场渠道）、AFH（商用消费品渠道）、EC（电商渠道）、RC（新零售渠道）。线上渠道快速增长，特别是新零售渠道。新零售渠道是一个适应市场变化和消费潮流趋势而发展的渠道，相较其他渠道，新零售渠道更加下沉、更加贴近消费者，更具有灵活度。传统 KA 渠道来客数趋于下滑，销量受到一定影响；GT 和 AFH 总体保持稳定。</p> <p><b>12、公司现有产能布局及未来规划情况？</b></p> <p><b>答：</b>尊敬的投资者，感谢您的提问。公司依托下属子公司形成全国性的生产基地布局，目前产能有 80 多万吨。新建产能情况具体进展请关注公司公告。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，但仍然存在产能缺口。未来公司将会根据实际经营情况稳步推进产能的扩建。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 9 月 6 日- 9 月 9 日