

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：2024-001

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	详见附件
时间	(1) 2024年04月30日 11:00-12:00、14:00-15:30 (2) 2024年05月06日 13:30-14:30
地点	公司会议室
上市公司参与人员姓名	副总经理兼董事会秘书：谢丽红 证券投资部经理兼证券事务代表：周敏 财务副总监（代行财务总监）：王其
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、副总经理兼董事会秘书谢丽红简要介绍公司2023年度、2024年第一季度业绩情况。</p> <p>二、问答环节：</p> <p>问题一、原材料对公司利润率的整体影响如何？</p> <p>答：原材料采购价格的下降对去年和今年一季度的业绩起到了明显的正向作用。基于原材料行情趋势，公司通过与主要原材料供应商战略合作、主要原材料国产替代、投资参股主要原材料上游企业、以及加强对原材料加工管控等方式，综合管控采购成本，提升毛利率。</p>

问题二、原材料自产或外采比例如何？

答：公司目前主要原材料以外部采购为主。此外，公司通过参股原材料制造企业广西杭港公司，从源头管控主要原材料木浆的采购成本。该参股企业去年12月开始投产，在成本质量可控的情况下，将成为公司采购渠道之一，后续公司产品成本的控制多了一种选择。

问题三、公司2024年第四季度的利润是否比前三季度有所下降？

答：2023年四季度，公司主营业务的经营业绩较为稳定，但利润受以下因素影响：1、按相关财务会计准则年底计提信用减值准备及资产减值准备；2、品牌宣传推广费用的确认。以上因素使得去年四季度利润低于前三季度的利润水平。

问题四、公司如何规划自主品牌的渠道建设？

答：公司聚焦发展战略，深耕成人失禁护理用品及养老服务业务，集中优势资源拓展自主品牌。凭借行业头部优势和品牌影响力，2023年和今年一季度，自主品牌持续提高市场份额，整体保持了稳健发展态势。

2024年，公司继续聚焦自主品牌战略，加强线上、线下全渠道建设，并注入更多的品牌推广和差异化产品。通过进一步夯实线上渠道的领先优势，并借助自主品牌影响力，实现线上、线下全渠道互补互助型快速发展，提升公司自主品牌的市场占有率。同时，将进一步加大自主品牌的国际化拓展力度。

问题五、公司自主品牌跨境业务采取什么经销模式？

答：目前，公司自主品牌跨境业务主要采取与当地知名经销商合作的方式。公司正在加快推进自主品牌出海进程规划，已与欧洲、韩国等国家的经销商达成战略合作，拓展自主品牌的国际化合作业务。未来公司会加大自主品牌跨境拓展力度。

问题六、公司销售渠道是如何布局规划的？

答：公司采取“自主品牌+ODM”双轮驱动的发展模式，销售渠道主

要有：

1、自主品牌业务：

(1)经销商渠道：选择地区信誉度高、分销实力强、内部管理完善并且认可公司经营理念的经销商签署年度经销合同，经销商在合同约定的地域内通过其下游零售终端将产品销售给终端消费者。在经销模式下，借助经销商的渠道资源开拓市场，迅速提高品牌知名度、实现快速扩张。

(2)直营零售渠道：主要聚焦政府采购、养老机构、养老公司、OTC、社会团体及慈善机构等。

(3)直营 KA 渠道：与 KA 客户签订年度框架销售合同，由 KA 客户采用委托代销的方式直接向终端消费者销售公司产品。目前主要的合作 KA 客户包括大润发、沃尔玛、物美等国内外知名大型连锁超市和大卖场。

(4)线上销售渠道：采取电商平台直营或线上分销模式。通过在天猫、京东、拼多多等电商平台上开设官方旗舰店或专营店向消费者销售商品，拓展电商分销体系；同时，积极拓展直播带货、社区团购、抖音、快手以及其他垂直平台等新兴渠道，进一步拓展营销渠道，实现更广的市场覆盖和业务增长。

2、ODM 业务

坚持 ODM 高端定位，优选具有发展潜力且与公司在战略方向上契合的合作伙伴，为全球品牌商客户提供全系列服务，并培养战略合作客户，持续开发新产品、开拓新客户。

问题七、公司的机构渠道业务 2024 年发展展望？

答：公司的机构渠道主要有：1、各地残联、红十字会；2、大型连锁养老机构；3、品牌连锁 OTC；4、社会团体、慈善机构；5、全国知名居家养老公司。2023 年公司在机构渠道取得了较好的业绩增长。

随着中国社会老龄化程度的加速，对成人失禁用品市场的影响愈发明显，加之国民经济水平的不断提升、卫生意识的增强、居民消费观念变化等因素影响，以及国家养老政策的驱动，为成人失禁用品创造了巨大的市场需求。公司将加强品牌拓展和机构渠道建设，持续提升市场占有率。

问题八、公司倾向于开发哪些 ODM 客户？开发策略是怎么样的？

答：公司在 ODM 领域立足于打造与品牌商合作共赢的商业模式。在 ODM 客户选择上，坚持做大做强的原则，选择高端 ODM 定位，优选国际上具有发展潜力且与公司在战略方向上契合的战略合作伙伴，选择洞察消费需求，具有广阔前景且聚焦在产品营销、设计和渠道建设等中前端销售运营方面的品牌商。公司具有优质产能的有效利用和稳定高质高效的供货能力，为全球品牌商客户提供技术、产品、服务等全流程服务，实现双方长期共同成长与合作共赢。

问题九、公司的婴儿护理产品是有自主品牌和代工吗？今年订单展望是否相对乐观？

答：公司婴儿纸尿裤业务包含自主品牌业务以及 ODM 业务。公司重新定位专为中国宝宝研发设计的婴儿护理自有品牌“Quties 酷特适”；与健合香港公司达成战略合作，以长期商标授权运营的形式在中国大陆地区经营其“杜迪”品牌婴童尿裤业务，该业务在今年 3 月开始运营，业绩将会在今年二季度开始体现。此外，公司着力争取头部客户与战略新兴客户订单，提高公司整体盈利能力。

问题十、2024 年内、外销业务的增长预期如何？

答：公司自主品牌业务在国内的市场占有率在稳步提升，同时，积极拓展自有品牌国际拓展的业务机会。对于 ODM 业务，积极扩展原有 ODM 大客户销售产品品类，也在努力争取国际头部客户与战略新兴客户订单机会。

问题十一、养老政策对公司的业务布局有没有什么影响？

答：从政策面来看，养老护理产品将会迎来比较好的发展契机。当前，国家正加快养老服务产业的战略布局。2023 年 12 月，中央经济工作会议提出，新产业、新模式“先立后破”，将“着力扩大国内需求”作为重点工作任务，其中“养老服务消费”被特别提及；2024 年 1 月，

国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，提出26项举措，促进银发经济发展壮大；2024年2月，浙江省出台《浙江省构建多层次长期护理保障体系实施方案》，明确到2027年实现制度全省覆盖和标准统一规范，撬动护理产业发展，强化相关养老医疗服务供给；同时，还提出将加强“医保大脑”“浙里惠民保”“浙里长护在线”等系统建设，建立需求导向型的参保人精准画像，科学划分需求层次。

公司聚焦发展战略，继续深耕成人失禁护理用品及养老服务业务领域，以“用户”全生命周期服务为行动指南，牢牢把握时代发展机遇，做世界级健康护理行业领导者。

问题十二、行业渗透率的提升目标大概是怎么样的？公司会怎么样去培养消费者的习惯？

答：在成人失禁用品方面，我国的市场渗透率仍处于较低水平，与日本、欧美等国家相比，尚有较大差距。近年来我国人口老龄化进程逐渐加快，未来成人失禁用品市场拥有广阔的前景。

国家出台的相关养老政策特别是政府对消费者购买行为补助和支持的政策，将会极大促进消费者习惯的养成。未来我国养老护理用品的渗透率应该会加快。公司将用自主品牌产品去切入，并联合相关机构、政府以及各渠道，共同培养消费习惯与消费需求。

问题十三、公司有多少个研发项目正在小批量生产和研发中？预计后续什么时间能够释放比较大的体量？

答：公司成立以来，从ODM业务到自主品牌业务，坚持研发投入，持续推进技术创新，积极申报专利。公司的研发以及申报的专利，主要围绕主营业务以及行业发展展开。目前公司已获专利271项，其中：发明专利61项，实用新型专利153项，外观专利57项。2023年，公司共完成16项科研项目立项，完成7项浙江省科学技术成果登记，参与起草《婴幼儿及儿童用纸品基本安全技术规范》（GB 43631-2023）等国家、行业标准2项，授权“多孔木质纤维素填料/高吸水树脂复合材料的合成方法”等专利16项，其中发明专利9项。

	<p>研发项目需要持续投入研发费用，其投产以及规模效益尚需一定的周期去体现。公司深耕成人失禁护理用品及养老服务业务领域，将持续加大研发投入，不断调整和优化产品结构，形成持续有创新产品立项和上市的良好发展态势，推动企业持续稳健发展。</p> <p>问题十四、如何展望 2024 年的产销整体情况？</p> <p>答： 2024 年，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。公司已制定明确的预算目标和创新举措，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。</p>
附件清单 (如有)	参会人员信息表
日期	2024 年 5 月 6 日

附件：参会人员信息表

参会人员信息表		
序号	参会单位名称	参会人员姓名
1	国海证券	林昕宇
2	中加基金	王升晖
3	中信建投自营	刘岚
4	第一创业证券资管	许也可
5	弘尚资产	沙正江
6	浙商证券	马远方
7	天风证券	张彤
8	上海人寿保险	方军平
9	广东正圆投资	亓辰
10	江海证券	蔡晨浠
11	北京金百镨投资	刘新
12	北京金百镨投资	马学进
13	银华基金	张梦龙
14	银华基金	倪明
15	长城财富保险资管	胡纪元
16	景顺长城基金	王勇
17	新华养老保险	邱颖
18	序列(海南)私募基金	钟华
19	政策与智库研究院	赵海健
20	上海同犇投资	刘慧萍

21	深圳多鑫投资	成佩剑
22	兴证全球基金	申庆
23	中原股权投资	李世豪
24	上海朴信投资	朱冰兵
25	兴银基金	陈宇翔
26	Value Partners Limited	廖欣宇
27	西部利得基金	温震宇
28	问道投资	王浩
29	南华基金	刘凯兴
30	上海聚鸣投资	惠博闻
31	东方睿石投资	唐谷军
32	方正富邦基金	刘蒙
33	C. C. F. Group 创智资本	林齐鸣