

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：2025-003

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（线下会议）
参与单位名称及人员姓名	详见附件
时间	2025年5月19日（周一）15:00-17:00
地点	万豪行政公寓 3F
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理兼董事会秘书（代行）：金利伟 副总经理兼财务总监：李超楠 资本运营总监：王向亭 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>一、董事长、总经理兼董事会秘书金利伟先生简要介绍公司 2024 年度、2025 年第一季度业绩情况。</p> <p>二、问答环节：</p> <p>问题一、请问成人失禁用品行业的拐点在什么时候？</p> <p>答：成人失禁用品行业拐点的时点与国家长护险相关养老政策落地效果及国内人均消费水平相关，目前国内处于导入期末端，爆发期前端。</p> <p>问题二、请问对比 2024 年度，公司在 2025 年经营上是否有新的变化，将通过哪些方向延续？</p> <p>答：公司近年来在组织架构、人才、战略进行了深度调整。2024 年，</p>

公司围绕用户价值布局产品创新渠道创新，围绕总成本领先战略布局上游关键原材料成本管理，围绕效率提升，通过自动化和数字化转型赋能管理，推动经营业绩稳健发展。2025年，公司将继续坚持以用户价值为核心，坚定聚焦“自有品牌+ODM”双轮驱动，向新市场、新产品、新领域进行延伸拓展。

### **问题三、公司目前对成人、婴儿、宠物品类如何规划和定位？**

答：公司将持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。在宠物板块上，公司目前主要以ODM代加工方式，主要客户为日本公司。在婴儿板块上，公司去年成立了母婴事业部，开展婴儿品牌自主品牌、ODM双线业务。虽受前期市场开拓投入影响，2024年未实现盈利，但2025年一季度通过聚焦渠道、新产品开发、运营精细化等策略经营结果明显改善。

### **问题四、公司在自主品牌的渠道上有哪些创新及打法？**

答：借助公司自主品牌影响力，丰富不同价格带、不同渠道的差异化产品矩阵，线上、线下全渠道互补互助型快速发展，并合理利用资源、资本等方式，快速提升公司自主品牌的市场占有率，迎接成人失禁用品行业爆发期的到来。

### **问题五、公司未来有并购计划吗？**

答：公司将基于行业市场规模潜力较大的背景下，积极扩新品、扩渠道，探索和利用资本市场工具，积极寻找优秀标的，以产业拓展与融合致力公司可持续发展。

### **问题六、新增用户复购情况如何？**

答：公司已成立了用户运营部，采取多元化方式加强消费者教育，持续提升用户对品类、品质认知度，有效提升公司品牌价值。用户复购率目前较为稳定，整体评价较好，用户对产品品质认知不断在增强中，

为品牌推广奠定了基础。

**问题七、如何看待绒毛浆产业布局，公司未来会有放量的规划吗？未来对参股子公司是否有进一步控股的计划？**

答：为加强对原材料品质、成品价格管控，主要原材料国产替代以及减少国际环境影响，公司参股了广西杭港公司拓深上游关键原材料绒毛浆的产业链，上游产业布局优势逐步释放。后续计划将根据宏观环境及公司实际情况而定，届时将会及时履行信息披露义务。

**问题八、公司近两年来在稳定提升，请问毛利率提升的过程中，新品及降本增效有多少贡献，以及如何展望毛利率的中枢水平？**

答：公司长期深耕养老产业的根基在于持续提升盈利能力，持续推进多种举措，有效提升了毛利率水平。2024年，公司推出分渠道差异化、功能性新品，其毛利表现相对优于老产品，相应贡献尚未完全释放，未来将依托新品推广逐步释放增量效益。此外，公司通过纵向一体化布局，整合上游原材料供应链，并从原材料创新、产品设计、工艺效率等多维度推进优化成本结构。同时，公司成立专项攻坚小组，明确各部门降本目标与策略，通过精益管理进行内部降本增效。未来，公司将持续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。

**问题九、公司是否有股权激励计划？**

答：公司于2024年启动回购计划，用于实施员工持股计划或股权激励，已于2024年11月实施完成，累计回购公司股份5,435,800股，占公司总股本的2.00%。未来若有相应计划，公司将及时履行信息披露义务。

**问题十、公司成人失禁用品消费者教育是如何规划？未来公司将通过哪些方式来维护并巩固自身核心竞争地位？**

答：公司积极采取多元化措施加强消费者教育，已积累了一定规模和品牌忠诚度的重度失禁用户群体。公司基于用户人群特点，丰富差异化产品矩阵，以用户为核心，以人工智能为工具，满足市场需求，并借助内容生态的传播做产品市场教育，实现用户前置，积累渠道壁垒和竞争力。

未来，公司将继续深耕成人失禁护理用品及养老服务业务领域，坚持以用户价值为核心，深耕渠道、用户精细运营，充分利用深耕行业二十余年的技术积累和行业洞见优势，持续优化管理与战略执行力，加快营销渠道拓展扩大市场占有率，牢牢把握住时代发展机遇，进一步巩固公司在行业的龙头地位。

#### **问题十一、公司 2024 年度销售费用的构成情况？**

答：公司 2024 年度销售费用中职工薪酬约占 28.64%，市场推广费约占 65.28%。

#### **问题十二、2025 年一季报营业收入未有明显增长，成本降低了，是否主要是原材料价格下降的原因？**

答：产品获利能力是企业长期在关注和重点规划的方向。原材料成本管控对成本下降贡献较大，其中持续研发创新产品、智能化、优化和改进生产工艺、精细化管理等措施均促进公司节降运营成本，推动经营业绩稳健发展。

#### **问题十三、公司近三年的目标有无量化指标？福祉产品 SKU 的增加是否会影响公司产品聚焦性？**

答：公司将持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，以用户价值为核心，以引领行业健康发展为己任，继续向新市场、新产品、新领域进行延伸拓展。福祉产品不会影响公司产品聚焦性。

#### **问题十四、请问公司未来出海在市场、销售渠道、产品上有无侧重**

	<p><b>以及规划？</b></p> <p>答：自有品牌出海，是公司未来支撑业务发展、提升盈利能力的重要举措。公司将充分利用政策支持，综合考量出海国家情况，拓展东盟、一带一路等新兴市场。</p> <p><b>问题十五、公司购买人群画像如何？</b></p> <p>答：公司消费者画像主要可分为以下三个购买人群及应用场景：首先，重度失禁患者，因无法自行沟通，只能由第三方（如子女）购买，这部分占比最大；其次，中度失禁患者一般都具备生活自理能力，但能够自身线上下单的数量并不多，大部分也是由第三方购买；轻度失禁患者基本上是自己购买的，并且对于产品的品质要求和舒适度要求更高。</p> <p><b>问题十六、公司产品在医院及其周边的覆盖率有多少？</b></p> <p>答：公司产品在医院及其周边的覆盖率处于行业领先地位。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2025年5月19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	华创证券	周星宇
2	国海证券	赵兰亭
3	上海鑫震私募基金	李永才
4	上海瓦琉咨询	王志杰
5	上海瓦琉咨询	胡晓寒
6	远东宏信	戴家玥
7	申万宏源证券	张海涛
8	长城证券	黄淑妍
9	山西证券	王冯
10	山西证券研究所	孙萌
11	天风证券	张彤
12	华泰保兴基金	黄佳丽
13	明澄投资	燕云
14	银泰证券	刘强
15	杭州同巨投资	张立烽
16	国海证券	孙馨竹
17	个人投资者	姚松林
18	国投证券	王慧星
19	金库资本	林君
20	上海天倚通投资	王一成

21	杭州微李康医疗科技	陈光伟
22	杭州微李康医疗科技	吴勇胜
23	浙江广电集团	党君雅
24	国信证券	李晶
25	南方基金	金岚枫
26	长城证券	李洪弢
27	个人投资者	陈俊龙
28	附加值投资	杨禹琦
29	全景网	时黛
30	个人投资者	王由之
31	广发证券	糜韩杰
32	国金证券	尹新悦
33	中金财富	刘琼
34	广发证券	李悦瑜
35	中信证券	吴垠
36	个人投资者	陈建富
37	银河证券	杨小琴
38	个人投资者	汤政平
39	个人投资者	沈乐
40	浙商证券	储远熙
41	东方财富	刘雪莹
42	久胜基金	柯文浩
43	久胜基金	许思达
44	上海烜鼎私募基金	林齐鸣

45	杭州三分三控股有限公司	边兴
46	财通证券	王佳
47	同花顺	葛中涛
48	同花顺	沐骏爽
49	太平养老	高瑜
50	杭京投资	方韬
51	中泰证券	孙喜运
52	杭州金投资管	张展赫
53	浙江怀信资产	蓝翁玮
54	浙江怀信资产	兰通
55	浙江怀信资产	徐江海
56	个人投资者	刘哲