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：20261124

投资者关系活动类别	☑特定对象调研　□分析师会议 □媒体采访　□业绩说明会 □新闻发布会　□路演活动 ☑现场参观 □其他　（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	广发证券、国泰基金、大成基金、招商基金、申万菱信、博时基金、天风证券、兴全基金、敦和投资、长江证券、中信证券、安信基金、大朴资产、国泰基金、中金公司、中金资管、汇创投资、富城基金、长城财富保险、Bamboohill Investment 及个人投资者
时间	2026 年 11 月 24 日（周二）9:30~11:30、15:30~18:30
地点	深圳、公司会议室
上市公司接待人员姓名	1、董事、总裁：高波 2、副总裁：张扬 3、副总裁：岳勇 4、财务总监：韩曙宁 5、董事、副总裁、董事会秘书：梁戈宇
投资者关系活动主要内容介绍	一、深圳市场走访 二、问答环节 **1、近年来快消品及生活用纸行业渠道变化较大，公司如何看待渠道演变趋势？后续渠道策略思路如何？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。从行业观察看，零售渠道呈现多元化、碎片化的演变趋势：传统大型商超渠道份额承压，会员制商超、硬折扣、即时零售、内容电商等新兴业态快速兴起。公司的渠道策略是顺应渠道演变趋势，坚持线上线下全渠道布局。线上方面，持续深耕内容电商等新形态渠

	道，注重运营质量与盈利健康度；线下方面，推动渠道精细化管理，从服务经销商向贴近终端和消费者延伸，并对各类新兴渠道保持开放态度、及时跟进合作，渠道组织随市场变化动态调整。公司始终坚持健康良性的经营原则，对各类业务以盈利质量为前提进行取舍，不以牺牲盈利换取单纯规模。 **2、公司产品结构提升的思路与进展如何？如何看待生活用纸品类高端化的空间？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。公司的经营方针是从追求规模增长转向追求有质量的增长，重点培育高毛利、高复购的趋势品类和新品，围绕原料升级、产品差异化、包装年轻化和场景化营销持续投入。从消费趋势看，中国消费者对高品质、有价值感的产品存在真实且持续的需求，公司对高端化方向具有信心。公司相信产品结构的持续优化有助于增强盈利的稳定性。 **3、除主品类外，公司未来三至五年在品类拓展上有何规划？新赛道如何筛选？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。公司自2019年起实施相关有限多元化战略，由生活用纸逐步延伸至个护、家庭清洁等与主业在供应链、渠道、品牌上具有协同效应的品类。在新赛道选择上，公司依托数字化AI工具对消费趋势、细分市场需求和目标人群进行洞察，优先选择需求成长性好、公司既有能力可以复用的细分领域，坚持稳健推进、量力而行。 **4、木浆等原材料价格走势如何？对公司成本端有何影响？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。生活用纸主要原材料为木浆，其价格受全球供需关系、汇率等多重因素影响，存在周期性波动，对行业毛利率水平构成普遍性影响。公司的应对措施包括：坚持全球化采购布局、与主要供应商保持长期稳定合作、结合价格波动合理统筹采购与库存节奏，同时通过产品结构优化提升整体盈利能力。 **5、在成本上行的背景下，公司盈利能力如何维持和提升？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。公司盈利能力的改善主要来自三方面：一是产品结构优化，持续提升高毛利产品的占比；二是组织与运营效率提升，包括数字化AI工

	具在经营决策、渠道管理和内部运营中的应用；三是全价值链的成本管控。 **6、如何看待公司兼具周期属性与消费品品牌属性？公司如何平滑周期波动？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。由于原材料成本在总成本中占比较高，公司业绩表现会受到原材料周期的一定影响；与此同时，公司长期坚持品牌建设与品质经营，通过产品结构升级、渠道精细化运营和运营效率提升，努力培育穿越周期的能力。公司管理层坚持健康良性的经营取向，对低效、无效业务主动调整取舍，注重经营质量而非单纯规模扩张。 **7、行业竞争加剧的背景下，公司如何应对竞争压力？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。从行业整体看，竞争最终回归产品力、品牌力、供应链效率与渠道覆盖等综合能力的比拼。公司的应对策略是坚持品质与差异化路线，不参与低水平的价格竞争，依靠精准的消费者触达和渠道深耕服务目标人群。中国市场容量大、消费层次丰富，公司相信聚焦自身能力的精细化经营是更可持续的选择。 **8、公司在 AI 与数智化转型方面的进展如何？对经营有何作用？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。数智化转型是公司近年重点推进的基础能力建设。公司以自主研发为主，在市场与消费洞察、渠道终端管理、营销内容生产、内部运营与审批等经营场景中推进人工智能工具的应用，并与高校开展产学研合作，探索行业垂类应用。数智化建设的目标是提升市场洞察与经营决策效率、优化成本费用结构。 **9、公司海外业务的战略定位、团队与推进路径如何？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。海外市场是公司探索培育中的增长方向之一。公司依托现有品牌与产品，采取先贸易合作、后属地化经营的渐进路径，通过跨境电商平台与当地经销商合作并行推进，重点覆盖消费结构与中国市场相近的区域，并逐步向其他市场延伸。目前海外业务处于培育阶段，公司对其发展持积极而审慎的态度。

	10、公司管理团队如何保持稳定？近年组织与激励机制有何变革？ 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。公司核心管理团队长期保持稳定，主要成员均伴随公司发展多年，对公司业务与文化高度熟悉。近年来公司持续推进组织建设：向一线合理授权以提升决策效率，推动学习型组织建设，并持续探索面向一线经营团队的长效激励机制，以激发组织活力。组织能力与人才梯队是支撑战略落地的关键基础。 **11、公司后续对分红、回购的规划如何？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。公司一贯重视投资者回报，将在综合考虑经营情况、现金流状况、资本开支安排及公司长远发展的基础上，依据法律法规和公司章程的规定，稳妥制定利润分配及股份回购相关方案；相关方案一经确定，公司将严格按照规定履行审议程序并履行信息披露义务。 **12、公司后续是否会推出新的员工持股计划或团队激励安排？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。公司重视核心团队与公司长期利益的绑定，持续关注长效激励机制的建设。如未来推出员工持股计划、股权激励或针对业务团队的专项激励安排，公司将严格按照相关法律法规及监管规则履行决策程序并及时履行信息披露义务，请以公司公告为准。 **13、公司在加大产品与 AI 能力建设的同时，研发费用有所变动，如何理解？** 回复：尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。公司在产品研发与数字化能力建设上坚持投入效率优先的原则，以自主研发为主、量入为出，追求投入产出效率的最优化。
附件清单（如有）	/
日期	2026-11-24