

证券代码：301108

证券简称：洁雅股份

铜陵洁雅生物科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-014

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 <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	【中邮证券】：杨维维、张在坤；【浙商基金】：韩佳伟； 【汐泰投资】：冯佳安；【海南恒立私募基金】：张丽娟。
时间	2022年11月25日 10:00-11:00
地点	铜陵市狮子山经济开发区地质大道528号 铜陵洁雅生物科技股份有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：胡能华 董事、财务总监：杨凡龙 证券事务代表：徐文丽
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司基本情况介绍 副总经理、董事会秘书胡能华先生：欢迎大家参加本次电话会议。下面我先简单介绍一下公司的基本情况： 铜陵洁雅生物科技股份有限公司成立于1999年，2008年整体改制为股份公司，2021年12月3日登陆深交所创业板。公司是一家专注于湿巾类产品研发、生产与销售的专业制造商。公司湿巾产品涵盖婴儿系列、成人功能系列、抗菌消毒系列、家庭清洁系列、医用护理系列和宠物清洁系列等六大系列

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>60 多个品种。公司主要客户为 Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团、宝洁公司、高乐氏公司、利洁时集团、3M、贝亲等世界知名企业及国内母婴品牌 baby care。</p> <p>公司前三季度的营业收入为 5.26 亿元，净利润 1.29 亿元，基本每股收益 1.59 元。三季度营业收入下降的主要原因是消毒类湿巾产品销量大幅减少。</p> <p>公司秉承“诚信、和谐、创新、卓越”的企业经营理念，通过多年潜心贯注于湿巾市场的开拓发展与经验积累，在技术研发、质量控制、客户资源、产品种类等各方面形成了自身显著的核心竞争优势。</p> <p>公司将通过内生增长和外延并购等举措，逐步形成以湿巾为主业、化妆品为补充的业务格局。同时，不断通过加大研发投入、工艺创新及质量控制来提升产品附加值，为客户提供更具有竞争力的产品，保持公司可持续发展的活力和韧性。</p> <p>二、问答环节：</p> <p>Q1：公司湿巾业务在手订单如何？湿巾业务的前五大客户是哪些？</p> <p>A:截至三季度末，湿巾产品的在手订单预计 1.05 亿元，前五大客户为：Woolworths、利洁时集团、baby care、金佰利集团、强生公司。</p> <p>Q2：化妆品业务的订单情况如何？主要客户和产品有哪些？</p> <p>A:截至三季度末，化妆品业务的在手订单预计 500 多万元。公司目前的化妆品业务主要有：欧莱雅面膜和灌装产品、强生面膜和手足膜、Woolworths 面膜等。</p> <p>Q3：化妆品业务自主研发的规划有哪些？</p> <p>A:目前主要是给欧莱雅代工，未来，将会在化妆品配方的</p>
---------------------------	--

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>研制上加大研发投入。化妆品市场的发展空间大，但竞争很激烈，公司未来将会以差异化的方式进入化妆品领域。</p> <p>Q4：公司自主品牌的发展规划？</p> <p>A:公司现有的优势主要在制造端。后期可能会在合适时机以差异化的途径打造自主品牌。</p> <p>Q5：公司在湿巾市场占有率？</p> <p>A:根据中国造纸业协会生活用纸专业委员会的统计数据，公司位列 2021 年综合排名前 15 位擦拭巾生产商和品牌（按销售额综合排序）第 4 位。排名前 15 位擦拭巾生产商的销售额约占总销售额的 52.01%。</p> <p>Q6：化妆品和湿巾业务的毛利率情况？</p> <p>A:湿巾业务的毛利率在 30% 左右，化妆品业务主要以来料加工为主，毛利率稍高于湿巾。</p> <p>Q7：公司主要的竞争优势？</p> <p>A:公司秉承“诚信、和谐、创新、卓越”的企业经营理念，通过多年潜心贯注于湿巾市场的开拓发展与经验积累，在技术研发、质量控制、客户资源、产品种类等各方面形成了自身显著的核心竞争优势。</p> <p>Q8：2023 年公司在研发上的规划如何？</p> <p>A:公司首发上市时有一个募投项目是“技术研发中心升级项目”，详细情况请关注公司后期的相关公告。</p> <p>Q9：公司的战略客户是如何向公司采购的？</p> <p>A:主要以订单+预测的方式。</p>
---------------------------	---

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>Q10: 公司如何看待股权激励的效果, 对其预期怎样?</p> <p>A: 公司实施股权激励能够吸引和留住优秀人才, 充分调动其积极性和创造性, 有效地将股东利益、公司利益和核心团队个人利益结合在一起, 关注的是企业的长期发展, 是一种长效激励机制, 公司对本次股权激励充满了信心。</p> <p>Q11: 公司跟客户的结算周期?</p> <p>A: 公司内销客户信用期一般为开票后 30 天至 120 天, 外销客户信用期一般为出港后 20 天至 90 天。</p> <p>Q12: 公司和客户的合同签订情况?</p> <p>A: 公司与主要客户均签署了销售合同或合作框架协议, 保持稳定的长期合作关系。公司与客户签署的合同期限一般为 1-5 年。</p> <p>Q13: 公司和设备供应商的合同有排他性吗?</p> <p>A: 暂时还不具备排他能力。公司会根据实际情况对部分设备进行改造, 在这一块取得了多项专利。</p> <p>Q14: 订单的交付周期?</p> <p>A: 从下订单到交货约 45 天左右。</p> <p>Q15: 行业竞争的趋势如何?</p> <p>A: 目前, 行业竞争越来越激烈, 未来重点可能会朝着研发和原料领域发展。</p> <p>Q16: 出口业务的海运费和关税如何?</p> <p>A: 公司出口业务主要为 FOB 模式, 关税和海运费由客户承担。</p>
---------------------------	---

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>Q17:公司对湿厕纸的展望如何?</p> <p>A:湿厕纸是一种新兴的卫生厕纸,相对于普通卫生纸,它的洁净功能和舒适特性逐渐成为厕纸界革命性的新产品。目前,我国湿厕纸行业仍然处于起步阶段,湿厕纸普及程度较低,属于需求开发阶段的品类,随着我国国民健康意识的进一步提升,湿厕纸的普及度将有所提高,未来需求规模会不断增长。</p> <p>Q18:3000吨护理品什么时候开始有营收的?</p> <p>A:3000吨护理品于今年6月份正式投产,产能利用率大概在30%左右,还处于爬坡状态。目前,新品正在推进中,暂时不太好预估销售额。</p> <p>本次投资者交流会活动中,公司严格依照《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等规定执行,未出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
<p>附件清单(如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2022年11月26日</p>