

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：2024-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	通过全景网网络平台参与“2024年浙江辖区上市公司投资者网上集体接待日活动”暨2023年度网上业绩说明会的投资者	
时间	2024年05月14日（星期二）下午15:00-17:00	
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会	
上市公司参与人员姓名	董事长兼总经理：金利伟 独立董事：寿泓 副总经理兼董事会秘书：谢丽红 财务副总监（代行财务总监）：王其 保荐代表人：庞燎源	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于2024年5月14日（星期二）下午15:00-17:00在全景网平台参加了“2024年浙江辖区上市公司投资者网上集体接待日活动”暨2023年度网上业绩说明会，主要问答情况如下：</p> <p>1、近期主要海外市场的需求情况及展望？</p> <p>答：您好！公司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，积极开拓海外市场，期待未来在国际贸易合作方面能取得较好的成绩。谢谢！</p> <p>2、请问公司是否有境外法人持股？如果有，他们的持股比例和持股数量分别是多少？另外，这些境外法人持股对公司的发展和战略有何影响？是否存在相关合作或合资项目？</p>	

答：您好！2023年12月31日，公司前十大股东中，排名第二的股东为境外法人PACKWOOD ENTERPRISES LIMITED，其持有公司7,500,000股，占公司总股数的2.76%。谢谢！

3、请问领导，公司未来对婴儿护理的业务如何规划，后续如何展望行业和公司的发展？

答：您好！公司重新定位专为中国宝宝研发设计的婴儿护理自主品牌“Quties 酷特适”，授权运营健合香港公司“杜迪”品牌婴童尿裤业务。未来，公司将继续巩固在产品创新、技术研发、生产能力和质量控制方面的优势，积极开拓新客户。谢谢！

4、公司自有品牌出海目前的进展主要合作哪些国家？23年收入有多少贡献？请问从代工端视角，近年来主要合作客户的变化趋势如何？此外，今年为龙年，出生率预计会有所上升，代工端会恢复吗？

答：尊敬的投资者，您好！公司积极开拓海外市场，2024年在欧洲、韩国等多个国家地区积极拓展国际贸易合作机会。公司在ODM领域继续为全球品牌商客户提供全系列服务，在行业内具有较强的客户优势，未来，公司将加强与原有优质ODM客户的合作，积极扩展原有ODM销售产品品类；同时，拓展海内外ODM新客户，着力争取头部客户与战略新兴客户订单。谢谢！

5、公司市场定位更倾向中高端还是中低端？未来对于国内市场开拓有哪些规划？

答：尊敬的投资者，您好！（1）作为中国成人失禁用品开拓者，公司持续深耕成人失禁赛道，公司自主品牌产品品类丰富，覆盖成人失禁、女性护理的高、中、低各个市场定位，在同类市场竞争中处于领先地位，品牌认可度不断提高。（2）公司积极加大国内线上、线下全渠道布局。线上加快电商和新兴渠道建设，完善抖快新渠电商布局；线下加快全国市场拓展，除经销商、直营零售、KA等传统渠道外，继续开拓医养渠道及各大“机构型”特通渠道。感谢您的关注。

6、我想了解一下不同分部的业务类型和地域分布情况。这些分部对公司的整体经营业绩有何影响？另外，公司是否有计划对不同分部进行战略调整或资源配置，以进一步提升整体业绩？

答：您好！2023 年公司产品销售情况：（1）从产品结构看：公司深耕成人护理用品领域并取得了积极进展，成人护理产品实现收入 5.65 亿元，较上年同期增长 5.50%；婴儿护理产品实现收入 3.89 亿元，较上年同期下降 26.21%；（2）从销售模式看：自主品牌业务实现收入 4.91 亿元，较上年同期增长 10.08%；ODM 业务实现收入 5.61 亿元，较上年同期下降 21.84%；（3）从销售区域看：境内实现收入 6.10 亿元，较上年同期增长 3.84%；境外 4.72 亿元，较上年同期下降 21.26%。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“自主品牌+ODM”双轮驱动发展模式，以“用户”全生命周期服务为行动指南，进一步巩固公司行业龙头地位。谢谢！

7、公司在股份减持方面有哪些具体的要求和限制？另外，减持股份的方式和价格是否有相关的规定？希望能够了解更多关于公司股份减持的情况，谢谢！

答：尊敬的投资者，您好！公司股东的股份减持将严格按照相关法律法规的要求执行。谢谢！

8、根据年度报告，我了解到公司在成人失禁用品市场有一定的份额。我想请问一下，公司在该领域的竞争优势是什么？是产品质量、品牌知名度还是其他方面？另外，公司是否有自主品牌和产品系列？如果有的话，能否介绍一下各个品牌的特点和市场表现？

答：您好！作为中国成人失禁用品开拓者，公司持续深耕成人失禁赛道，公司自主品牌产品品类丰富，覆盖成人失禁、女性护理的高、中、低各个市场定位，在同类市场竞争中处于领先地位。1、公司拥有以下竞争优势：（1）国际水平的研发体系，持续提升的创新力；（2）中国成人护理用品领域自主品牌领军优势；（3）品类丰富且具有广阔发展前景的产品线梯队；（4）国内广覆盖的销售渠道网络；（5）国际化的业务开拓能力；（6）国际领先的生产制造水平；（7）专业高效的经营管理团队。2、公司充分发挥品牌与技术优势，为社会创造高精尖的养老服务产品，更好的满足老年人多层次多样化需求。目前，公司成人护理用品主要有：（1）“海量吸收 一夜一片”可靠加强型成人纸尿裤；（2）“瞬吸干爽”可靠超值型成人纸尿裤；（3）“超薄透气”可靠成人纸尿裤、拉拉裤；（4）

对活力老人推出的可靠“活力裤”拉拉裤；（5）女性轻失禁产品：可靠安心吸水巾、安心吸水裤；（6）男士轻失禁产品：可靠轻薄型男士吸水垫。谢谢！

9、金董你好！我想问一下，公司自从上市以来，业绩的脸色很不好看，股价也从上市时的 38 块多，最低下跌到不足 7 元，你们说是受到疫情大环境的影响，现在疫情已经远去一年多了，公司有何具体的行动把业绩提上去，国外的销售渠道有何大的拓展，原有的合作伙伴保持什么状态；国内的销售情况的年增长率有多少？广西的子公司运营的情况怎样？做好企业不要让投资者丧失原有的投资信心！毕竟投资贵公司就是看你们的未来！

答：尊敬的投资者，您好！1、公司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；2、积极推进国际化进程，持续开拓海外市场，已与欧洲、韩国等多个国家地区达成战略合作，开辟自主品牌出海新征程，国际市场拓展取得积极成果；3、公司在行业内树立了良好的口碑，在行业内具有较强的客户优势；4、2023 年，公司境内营业收入为 609,712,565.62 元，同比增长 3.84%；5、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；6、公司重视市值管理工作，积极推进战略布局的拓展，提升企业发展质量与效益，强化内控管理，努力为投资者带来长期的投资回报。感谢您的关注。

10、公司在 ODM 业务领域与国内外知名婴儿护理用品品牌商建立了合作关系。我想请教一下，公司在 ODM 业务方面的合作模式是怎样的？公司为合作伙伴提供哪些解决方案？另外，公司在与合作伙伴的合作中是否存在一定的风险和挑战？公司有没有相应的应对措施来应对这些风险和挑战？

答：您好！1、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。2、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。3、公司应对市场挑战的措施主要有：（1）加强与原有优质 ODM 客户的合作，积极扩展原有 ODM 销售产品品类；（2）积极拓展海内外 ODM 新客户，着力争取头部客户与战略新兴客户订单。谢谢！

11、领导好，想请问下，绒毛浆价格 23 年至今走势回顾，近期价格波动情况，未来走势预判？目前绒毛浆、无纺布的成本占比？复合芯体最近进展？

答：您好，公司 2023 年下半年绒毛浆逐步下行，目前处于平稳阶段。2023 年公司原材料占营业成本 77.84%。公司投资控股的复合芯体工厂目前能够满足公司正常生产所需的原材料采购需求。谢谢。

12、请问公司在稳定股价方面有哪些承诺？具体来说，公司将采取哪些措施来实现这些承诺？

答：您好！1、公司已在《首次公开发行股票并在创业板上市之上市公告书》中披露稳定股价相关措施和承诺，详情敬请查阅相关公告。2、公司于 2024 年 3 月推出了回购公司股份的计划，目前公司正在按公告的回购计划进行股份回购；公司重视市值管理工作，积极推进战略布局的拓展，提升企业发展质量与效益，强化内控管理，努力为投资者带来长期的投资回报；加强投资者关系管理工作，通过机构调研、投资者热线电话、互动易平台等方式与投资者沟通，传递公司价值。谢谢！

13、各位领导下午好，想请教两个问题：1）公司如何看待目前成人失禁用品需求的变化趋势？ 2）能否介绍一下公司今年在自主品牌建设方面的具体规划？

答：尊敬的投资者，您好！1、根据《2022 生活用纸和卫生用品行业年度报告》显示，2022 年我国吸收性卫生用品（包括女性卫生用品、婴儿纸尿裤/片和成人失禁用品）的市场规模约 1,115.1 亿元，其中 2022 年成人失禁用品（包括成人纸尿裤/片和护理垫）市场规模 120.9 亿元，较 2021 年增长 7.9%。随着居民人均可支配收入的提高和个人健康护理

意识不断加强，成人失禁用品正进入发展的上升期。2、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。感谢您的关注。

14、有哪些因素驱动公司中长期持续增长？

答：尊敬的投资者，您好！公司中长期持续发展的驱动因素主要有：
(1)人口结构驱动。随着老龄化程度日益加剧，为成人失禁用品创造了巨大的市场需求。(2)政策驱动。在国家大力推进养老体系建设的宏观环境下，相关政策和规划的积极出台，为成人纸尿裤行业提供良好的市场发展环境和政策支持。(3)公司战略驱动。公司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，聚焦银发经济，布局万亿蓝海市场。

15、公司在产品品质方面有何特点和优势？在制定行业标准方面，公司有哪些贡献？

答：您好！1、在产品品质方面：公司拥有完善的生产运营管理系统和信息管理系统，建立了质量追溯体系，实行标准化的生产和管理，具备先进的生产设备和工艺技术，已通过ISO国际质量管理体系认证，建立了覆盖采购、生产、仓储、运输等环节在内的全面质量控制体系，在采购、生产及仓储活动中严格按照相关标准进行质量检测和生产管理。公司先后被认证或评选为医护级产品标准示范企业、全国百佳质量诚信标杆企业等。2、在制定行业标准方面：凭借多年的科研优势和积累的行业经验，公司已经成为行业内标准化的领导者之一，为《纸尿裤 第1部分：婴儿纸尿裤》国家标准（GB/T28004.1-2021）、《纸尿裤 第2部分：成人纸尿裤》国家标准（GB/T28004.2-2021）等32项国家、行业和团体标准的主要起草单位。

16、请问公司在与投资者的沟通方面有哪些措施？除了定期发布财务报告和召开股东大会外，公司是否还有其他形式的沟通渠道？另外，公司如何保障投资者的合法权益？是否有相关的制度和机制来确保投

投资者的利益不受损害？

答：您好！公司通过接受投资者来访与调研、投资者电话专线、互动易平台、业绩说明会等多种形式与投资者展开交流，建立起与资本市场良好的沟通机制，努力全方位、多角度向投资者传递公司实际的生产经营情况，不断提升投资者关系管理水平，有效维护广大中小投资者的合法权益。谢谢！

17、我想了解一下，公司在治理方面是否存在与法律、行政法规和中国证监会发布的关于上市公司治理的规定存在重大差异的情况？这种差异是否会对公司的经营和发展产生潜在的风险？另外，公司是否有相关的治理措施和机制来确保与规定的一致性？

答：您好！1、公司内控规范与治理符合相关法律法规的要求。公司以风险管理为导向、合规管理监督为重点，完善管理制度，将风险管理和合规管理嵌入业务流程，不断完善治理体系建设，提升规范治理水平。2、公司根据最新的法律法规及时更新内控管理制度，积极组织董事、监事、高级管理人员开展法规培训学习，增强公司合规运作管理水平。3、公司加强与投资者的沟通交流，不断提升投资者关系管理水平，有效维护广大中小投资者的合法权益。

18、请问公司在股东大会上是否公布了公司的财务状况和经营情况？是否向股东提供了足够的信息和透明度？另外，公司是否主动回应了股东的关切和问题？

答：您好！公司定于2024年5月24日召开2023年度股东大会，股东大会审议的相关事项详见公司于2024年4月27日发布的《关于召开2023年度股东大会通知的公告》、《2023年年度报告》、公司五届三次董事会决议公告及其他需股东大会审议事项的公告内容。谢谢。

19、请问领导，公司在成人护理板块的战略布局和驱动逻辑是什么？目前行业竞争格局如何？公司较国内竞品乃至海外品牌的竞争优势在哪里？

答：尊敬的投资者，您好！公司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，用研发创新丰富产品矩阵，加快营销渠道拓展，进一步巩固行业龙头地位，努力做世界级

健康护理行业领导者。

1、公司战略布局的驱动因素：

(1) 人口结构驱动

随着老龄化程度日益加剧，为成人失禁用品创造了巨大的市场需求。

(2) 政策驱动

在国家大力推进养老体系建设的宏观环境下，相关政策和规划的积极出台，为成人纸尿裤行业提供良好的市场发展环境和政策支持。

2、公司的竞争优势：作为中国成人失禁用品开拓者，公司持续深耕成人失禁赛道，自主品牌产品品类丰富，在同类市场竞争中处于领先地位，品牌认可度不断提高。凭借较强的研发创新能力、先进的生产设备和技术、严格的质量控制体系，公司是国内最早开始生产成人失禁用品的企业之一，行业内的先行者和领导者之一，在老年及医护消费者群体中具有国产头部品牌的影响力。谢谢！

20、贵公司在自主品牌领域拥有多个成人护理自有品牌，并在同类市场竞争中处于领先地位。我想进一步了解公司的自主品牌在市场上的认可度如何？是否能提供一些具体的数据或案例来证明自主品牌的市场份额和竞争优势？此外，公司是否获得了一些荣誉和称号，以进一步证明自主品牌的品质和价值？

答：尊敬的投资者，您好！公司的行业地位：（1）作为中国成人失禁用品开拓者，公司持续深耕成人失禁赛道，公司自主品牌产品品类丰富，在同类市场竞争中处于领先地位，品牌认可度不断提高；（2）公司是全国首家“互联网+养老”领域科技企业；（3）公司为行业内标准化的领导者之一，是国家、行业和团体标准的主要起草单位。

2023年，公司获得的荣誉主要有：（1）根据生活用纸委员会发布的《生活用纸和卫生用品行业年度报告》，2017年至2023年，公司和旗下的可靠品牌在国内成人失禁用品生产商和品牌中综合排名蝉联第一，同时“可靠”品牌连续多年蝉联电商平台单品类全网销售冠军；（2）公司获中国造纸学会“2023年度中国卫生用品行业匠心产品”，2023年中国产业用纺织品行业卫生和母婴综合竞争力十强企业，2023年浙江省AAA级“守合同重信用”企业，2023年度杭州市总部企业，2023年临安

区人民政府质量奖，浙江省民政厅“2023年康养行业领军企业”。谢谢！

21、能否告诉我一下，公司在过去一年中取得了哪些重要的业务进展和成就？另外，我也很想知道公司对未来的发展有何展望？在面对行业竞争和市场变化的情况下，公司有哪些战略和计划来应对挑战并实现可持续发展？非常感谢！

答：您好！2023年，公司在挑战中聚焦发展战略，努力挖掘行业头部优势和品牌影响力，取得了稳健的经营业绩，自主品牌市场份额持续提升。

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，以“用户”全生命周期服务为行动指南，制定创新举措和工作计划，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，巩固公司在行业的龙头地位。谢谢！

22、23年采取了哪些成本管控措施？24年有哪些变化？

答：您好，23年成本管控措施主要有材料价格管控、材料替代开发、优化产品工艺。24年将继续推行以上措施来实现成本管控目标。谢谢

23、国内老龄化日益加深的背景下，公司如何把握这一有利的慢变量，巩固市场地位？

答：尊敬的投资者，您好！当前，我国老龄化进程正在全面加速，已从轻度步入中度，并不可逆转地走向深度老龄化。在国家大力推进养老体系建设的宏观环境下，相关政策和规划的积极出台，为成人纸尿裤行业提供良好的市场发展环境和政策支持。银发经济是未来发展的黄金赛道，公司将充分发挥企业的品牌与技术优势，深耕养老服务产业，加快养老服务产品自有品牌的拓展。感谢您对公司的认可。

24、我注意到在公司2023年的年度报告中提到了一些风险因素，我想了解一下具体有哪些风险因素，并且想知道公司对这些风险有何应对措施？

答：您好！公司可能面临的风险以及应对措施：

1、成人失禁用品的市场竞争风险

公司在渠道拓展上加大投入，在产品研发上加大创新力度，以提高市场把控能力和行业竞争力。未来，公司将制定并实施研发、生产、品

牌及营销发展规划，持续保持行业领先地位。

2、婴儿出生率下降的风险和应对措施

公司将继续巩固在产品创新、技术研发、生产能力和质量控制方面的优势，努力开拓新客户，持续扩大在婴儿卫生用品市场的占有率；同时，充分利用在成人纸尿裤领域的技术与品牌优势，抓住成人纸尿裤市场快速发展的契机，扩大成人失禁用品的销售规模和市场占有率，以应对婴儿出生率持续下降对公司经营产生不利影响。

3、原材料价格波动风险和应对措施

①与主要原材料供应商战略合作；

②主要原材料国产替代；

③投资参股主要原材料上游企业；

④加强对原材料加工管控等方式；

4、汇率波动风险及应对措施

公司将密切关注外汇市场和汇率变化，加强与金融机构的业务交流，合理规划美元现汇存款规模，结合采购支付计划以及汇率的变动情况抓住有利时机进行结汇。

25、各位管理层下午好！我是中信建投的分析师张舒怡，想请教2个问题：1) 自有品牌业务整体及分渠道净利率如何？2) 公司计划未来如何在自有品牌业务进一步发力？谢谢！

答：尊敬的投资者，您好！1、2023年公司自主品牌业务实现销售收入490,878,245.26元，较上年同期增长10.08%，占当期公司营业收入的45.39%；毛利率16.58%，同比提升1.99个百分点；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。2、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。公司将加强线上、线下全渠道建设，并注入更多的品牌推广和差异化产品；同时，进一步加大自主品牌的国际化拓展力度。感谢您的关注。

26、请问公司是否有制定相关政策来管理和监控股东持股情况？对于持股比例超过5%的股东，公司是否有特别的沟通和合作计划？另外，这些股东对公司的发展有何影响？是否会对公司的战略决策产生重要

影响？

答：您好！公司制定了相关内控管理制度，公司股东按法律法规的规定，享有相应的决策参与权与监督权。谢谢！

27、公司通过哪些渠道塑造自主品牌影响力？

答：尊敬的投资者，您好！公司聚焦自主品牌战略，加强自主品牌建设，持续引领失禁用品领域的消费者教育，全面提升品牌价值。1、公司与全国各地信誉度高、分销实力强、内部管理完善的经销商建立了战略合作关系，借助经销商的渠道资源开拓市场，迅速提高市场占有率；2、积极建设电商渠道，入驻天猫、京东、拼多多等大型电商平台，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；3、线下针对自主品牌成人失禁用品使用场景的特点，积极开拓新零售、医养渠道及各大机构特通渠道；4、同时积极响应、参与各地长护险项目采购招标，形成线上线下多渠道协同发展的良好态势。感谢您的关注。

28、年报中，公司提到了与其他公司的关联交易情况。我想了解一下，这些关联交易对公司的财务状况有什么影响？是否存在超过获批额度的情况？

答：您好！1、公司关联交易事项为公司业务发展及正常生产经营的所需，已经公司董事会、监事会、独立董事专门会议审议通过，并提交股东大会审议，符合《公司法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规和《公司章程》的规定。2、公司拟与关联方发生的交易是基于日常生产经营及公司业务发展需要预计的，定价和结算方式均以市场公允价格为基础，遵循公平合理的定价原则，不存在损害公司和股东利益的情况。3、在日常交易过程中，公司主营业务不会因此类关联交易而对关联方形成依赖。公司与关联方严格按照有关规定开展业务，不会影响公司的独立性。谢谢！

29、公司的综合收益总额较去年同期有所增加。我想了解一下，公司是通过哪些措施实现了这样的增长？是否有特定的业务领域或产品表现出色？

答：您好！2023年，公司在挑战中聚焦发展战略，努力挖掘行业头

部优势和品牌影响力，取得了稳健的经营业绩，自主品牌市场份额持续提升。1、销售渠道全球布局：加大国内线上、线下全渠道建设，拓展公司自主品牌国际化合作业务；2、公司经营持续降本增效，通过战略合作、价格管控等措施降低原材料成本。谢谢

30、请问公司的股东结构是否有所变动？如果有的话，具体是哪些股东发生了变动？这些变动对公司的经营和发展有何影响？

答：您好！公司的股东结构详见公司于2024年4月27日发布的《2023年年度报告》第七节“股份变动及股东情况”。谢谢！

31、在公司2023年的年度报告中提到了一些主要财务指标。请问在这份报告中，公司具体提到了哪些主要财务指标？与去年相比，这些指标有何变化？

答：您好，报告期内，公司实现营业收入10.81亿元，较上年同比下降8.83%；归属于母公司股东的净利润2018万元，较上年同比增长146.80%。其中，公司自主品牌业务较上年同期增长10.08%，占当期公司营业收入的45.39%。谢谢。

32、公司年报中提到线上线下全渠道布局，未来重点投入的方向预计是哪些？主要是出于哪些考虑？

答：您好！作为中国成人失禁用品开拓者，公司持续深耕成人失禁赛道，自主品牌产品品类丰富，覆盖成人失禁、女性护理的高、中、低各个市场定位，在同类市场竞争中处于领先地位。未来，公司将进一步加强线上、线下全渠道建设。线上渠道将注入更多的品牌推广和差异化产品，进一步夯实公司在线上渠道的领先优势；线下渠道将积极扩大布局医院周边店、OTC、养老院、特通渠道、政府采购等重点渠道的发展。借助公司自主品牌影响力，线上、线下全渠道互补互助型快速发展，快速提升公司自主品牌的市场占有率。谢谢！

33、报告中提到公司在人才引进方面加大了力度，我想了解一下公司在人才引进和培养方面具体采取了哪些措施？比如是否与高校合作，是否有专门的培训计划？另外，这些措施是否取得了一定的成效？

答：您好！公司坚持实施“人才兴企”战略，围绕客户价值，以战略成功为中心打造组织能力，以认知提升为核心强化人才管理，以长期

	<p>主义指导人力资源规划。2024年，公司人才激励措施主要有：1、积极培养和引进管理人才、技术人才及核心骨干，完善各项激励政策，实施有市场竞争力的激励措施；2、2024年，公司用不低于人民币3,000万元且不超过人民币5,000万元（均含本数）的自有资金回购公司股份，用于实施员工持股计划或股权激励。截止目前，公司已回购3,009.67万元；3、打造“简单、认真”的文化土壤，联动党团工会传播文化价值观，组织有活力的文化活动、团队建设活动。通过企业文化建设，打造有能力穿越周期、面向未来的有生命力的组织，打造开明大度的领导人、专业精湛的明白人、英勇善战的学生兵，推进公司战略规划的发展。</p> <p>34、我想请问一下，公司在面对利率风险和外汇风险时，有哪些具体的措施和策略来进行应对？比如，是否有建立有效的风险管理体系？是否有采取对冲措施来降低风险影响？另外，公司是否有进行风险评估和监测，以及及时调整策略的机制？非常期待您的回答，谢谢！</p> <p>答：您好！公司将密切关注外汇市场和汇率变化，加强与金融机构的业务交流，合理规划美元现汇存款规模，结合采购支付计划以及汇率的变动情况抓住有利时机进行结汇。谢谢！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年5月14日