

中顺洁柔纸业股份有限公司

2018 年度董事会工作报告

一、概述

2018年，公司通过“产能+渠道”双轨驱动、启动减少冗员、精简机构、提高效率等一系列措施，推动公司销售额稳步增长，实现生产规模、销售规模与经营业绩的持续增长。2018年度，公司实现营业收入567,851.76万元，较上年同期增长22.43%；归属于上市公司股东净利润40,699.32万元，较上年同期增长16.60%。

1、果断调整产品价格及浆板库存，成功应对高浆价危机，经营业绩稳步提升。

2018年，全球经济持续复苏，原物料价格居高不下。给公司的销售、利润的提升，成本管控均造成不小压力。为保障公司业绩稳步提升，完成第一个“五年计划”目标，公司管理层及营销团队、采购团队凭借对市场的敏锐度、国际浆价走势的预判，及时调整产品价格及浆板库存，控制了毛利率的下降及采购成本提升的趋势。

2、渠道建设成绩喜人，公司由“渠道建设”向“渠道强化”转化

2018年是公司的渠道建设的最后一年，通过三年的渠道建设，公司KA/GT/AFH/EC等渠道全面发力，销售网点不断扩展下沉，通过车铺车销、一日一店一改善，门店陈列与库存进行抢、占、挤、压等具体动作执行，公司正式进入“渠道强化”年！

面对千亿产业的生活用纸市场，目前国内前四大家的市占率不足40%，公司发展空间巨大。通过公司产业的高速拓展，正在不断提升市场占有率。

3、高端产品销售占比提高，综合毛利率位居行业第一

公司的品牌定位是：高端生活，品味洁柔。2018年，公司加大了高端、高毛利产品新棉初白、Face、Lotion和自然木等重点品的销售力度并制定出各大渠道的分销标准，提高各渠道的占有率。2018年，Face、Lotion及自然木系列产品的销售收入占比达到60%以上。随着重点品占比的提高，公司的生活用纸毛利率达到34.56%，位居国内生活用纸行业第一。

4、品类拓展：新棉初白棉花柔巾研发上市

公司一直重视新品品类的拓展和研发，旨在为广大用户提供品质优良、贴心体验的产品。2018年7月23日，公司高端新品“新棉初白”棉花柔巾正式首发上市。“新棉初白”棉花柔巾采用100%新棉花，全物理工艺，完全“0”漂白。“新棉初白”棉花柔巾干湿两用、柔厚亲肤，可做化妆棉、洗脸巾等个人清洁护理产品，特别适用母婴尤其是新生儿、女性消费人群。

5、资本运作

2018年，在资本市场整体走势疲软的情况下，为增强投资者对公司的信心，公司实际控制人、副董事长、总经理邓冠彪先生基于对公司长期投资价值的认可以及对未来持续发展的信心，增持公司股票。

2018年9月份，公司又开展了股份回购，进一步增强投资者信心，推动公司股票回归合理价值。

同时，为答谢广大股东长期以来对公司的关心和支持，公司开展了股东回馈活动，让更多的股东体验公司新品“新棉初白”棉花柔巾。

2018年底，公司希望员工能够共享公司发展的成果，在公司不断的发展过程中，提升员工的归属感、参与感和获得感，开展了第二期的股权激励计划，采取期权+限制性股票的激励方式，激励了公司4600多名员工，充分发挥一线员工的核心作用和价值，进一步推动公司盈利能力不断提升。

2018年，公司管理层迎难而上，提高团队运营能力，大力推广品牌，夯实市场基础，搭建渠道结构，进一步巩固了经营绩效，保障了公司的持续发展。

2019年，公司会继续完善产品结构，拓展品类结构，更加细分完善渠道建设，逐步向现代化企业管理转变，治理结构更加科学规范合理，全面推动公司的进一步发展。

二、主营业务分析

1、概述

本公司主要业务包括：研发、生产、加工、销售（含网上销售）：高档生活用纸系列产品、无纺布制品。本公司主要产品包括：洁柔和太阳两大品牌系列产品，主要有：洁柔Face系列、Lotion系列、自然木系列、新棉初白系列、金尊系列、湿巾产品。

公司本期营业收入、成本、费用等主要数据对比情况如下：

项目	2018 年度（元）	2017 年度（元）	同比增减（%）	2016 年度（元）
营业收入	5,678,517,623.29	4,638,349,590.23	22.43%	3,809,349,072.13
营业成本	3,744,105,124.57	3,018,612,155.26	24.03%	2,441,193,158.59
销售费用	1,013,014,207.75	886,076,849.00	14.33%	721,190,828.05
管理费用	202,132,450.43	165,810,252.46	21.91%	158,998,375.60
财务费用	55,843,921.52	46,747,820.96	19.46%	59,189,069.26
经营活动产生的现金流量净额	437,254,844.25	585,437,434.85	-25.31%	928,865,634.66

注：管理费用为与2017、2018年口径一致，2016年管理费用不含研发费用。

2、收入与成本

(1) 营业收入构成

单位：元

	2018 年		2017 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	5,678,517,623.29	100%	4,638,349,590.23	100%	22.43%
分行业					
生活用纸	5,578,488,189.78	98.24%	4,541,094,815.18	97.90%	22.84%
其他	100,029,433.51	1.76%	97,254,775.05	2.10%	2.85%
分产品					
成品	5,544,584,196.42	97.64%	4,507,883,991.79	97.18%	23.00%
半成品	33,903,993.36	0.60%	33,210,823.39	0.72%	2.09%
其他	100,029,433.51	1.76%	97,254,775.05	2.10%	2.85%
分地区					
境内	5,563,021,907.46	97.97%	4,538,513,022.50	97.85%	22.57%
境外	115,495,715.83	2.03%	99,836,567.73	2.15%	15.68%

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品或地区情况

√ 适用 □ 不适用

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
生活用纸	5,578,488,189.78	3,650,596,376.21	34.56%	22.84%	24.51%	-0.87%

分产品						
成品	5,544,584,196.42	3,618,597,672.65	34.74%	23.00%	24.73%	-0.90%
分地区						
境内	5,563,021,907.46	3,652,971,290.10	34.33%	22.57%	23.75%	-0.63%

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用 不适用

(3) 公司实物销售收入是否大于劳务收入

是 否

行业分类	项目	单位	2018 年	2017 年	同比增减
生活用纸	销售量	万箱	6,890.97	5,634.8	22.29%
	生产量	万箱	7,169.41	5,570.83	28.70%
	库存量	万箱	546.79	227.83	140.00%

相关数据同比发生变动 30% 以上的原因说明

适用 不适用

库存量：2018 年较 2017 年增加 318.96 万箱，增加 140.00%，主要是一、产能进一步释放，生产量增加；二、业务量扩大，安全库存量增加所致。

(4) 公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况

适用 不适用

(5) 营业成本构成

行业和产品分类

单位：元

行业分类	项目	2018 年		2017 年		同比增减
		金额	占营业成本 比重	金额	占营业成本 比重	
生活用纸	主营业务成本	3,650,596,376.21	97.50%	2,932,007,916.03	97.13%	24.51%
其他	其他业务成本	93,508,748.36	2.50%	86,604,239.23	2.87%	7.97%

单位：元

产品分类	项目	2018 年		2017 年		同比增减
		金额	占营业成本 比重	金额	占营业成本 比重	
成品	主营业务成本	3,618,597,672.65	96.65%	2,901,048,925.38	96.11%	24.73%
半成品	主营业务成本	31,998,703.56	0.85%	30,958,990.65	1.03%	3.36%
其他	其他业务成本	93,508,748.36	2.50%	86,604,239.23	2.87%	7.97%

(6) 报告期内合并范围是否发生变动

□ 是 √ 否

(7) 公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况

□ 适用 √ 不适用

(8) 主要销售客户和主要供应商情况

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额（元）	1,575,646,611.47
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	27.75%
前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例	0.00%

公司前 5 大客户资料

序号	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	第一名	414,165,212.29	7.29%
2	第二名	323,927,088.97	5.70%

3	第三名	322,883,526.50	5.69%
4	第四名	264,015,529.42	4.65%
5	第五名	250,655,254.29	4.41%
合计	--	1,575,646,611.47	27.75%

主要客户其他情况说明

√ 适用 □ 不适用

前五名客户与公司不存在关联关系。

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	1,688,359,244.08
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	45.86%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	0.00%

公司前 5 名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	第一名	701,762,546.79	19.06%
2	第二名	397,143,394.68	10.79%
3	第三名	289,016,924.74	7.85%
4	第四名	153,298,110.93	4.16%
5	第五名	147,138,266.94	4.00%
合计	--	1,688,359,244.08	45.86%

主要供应商其他情况说明

√ 适用 □ 不适用

前五名供应商与公司不存在关联关系。

3、费用

单位：元

	2018 年	2017 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	1,013,014,207.75	886,076,849.00	14.33%	
管理费用	202,132,450.43	165,810,252.46	21.91%	
财务费用	55,843,921.52	46,747,820.96	19.46%	

研发费用	107,533,844.55	82,712,436.76	30.01%	研发费用 2018 年末比 2017 年增加 24,821,407.79 元，上升 30.01%，主要是产品研究开发费用增加所致。
------	----------------	---------------	--------	---

4、研发投入

适用 不适用

2018年研发项目

- 1、新棉初白棉花柔巾产品：新棉花，不漂白。松厚、亲肤，棉花质感。隆重开启中顺洁柔产品不止于纸。
- 2、立体压花无胶复合卷纸产品：立体压花，高档立体美；无胶复合，洁净、环保；松厚强韧，清洁更彻底。
- 3、水溶性双层擦手纸开发：开发高端、可水力冲散擦手纸。环保、洁净提升产品竞争力。
- 4、自然木、压花产品品质提升，纸餐巾产品的外观品质提升。
- 5、攻关双层擦手纸和厨房纸无胶复合技术。
- 6、胶管替代纸筒芯。

公司研发投入情况

	2018 年	2017 年	变动比例
研发人员数量（人）	318	207	53.62%
研发人员数量占比	5.53%	3.82%	1.71%
研发投入金额（元）	107,533,844.55	82,712,436.76	30.01%
研发投入占营业收入比例	1.89%	1.78%	0.11%
研发投入资本化的金额（元）	0.00	0.00	0.00%
资本化研发投入占研发投入的比例	0.00%	0.00%	0.00%

研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显著变化的原因

适用 不适用

研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明

适用 不适用

5、现金流

单位：元

项目	2018年	2017年	同比增减
经营活动现金流入小计	6,085,403,196.12	5,049,698,152.47	20.51%
经营活动现金流出小计	5,648,148,351.87	4,464,260,717.62	26.52%
经营活动产生的现金流量净额	437,254,844.25	585,437,434.85	-25.31%
投资活动现金流入小计	656,764,875.19	61,235,430.28	972.52%
投资活动现金流出小计	568,423,496.50	1,044,047,389.50	-45.56%
投资活动产生的现金流量净额	88,341,378.69	-982,811,959.22	108.99%
筹资活动现金流入小计	1,526,797,638.33	732,723,805.23	108.37%
筹资活动现金流出小计	2,765,111,461.96	182,487,642.92	1415.23%
筹资活动产生的现金流量净额	-1,238,313,823.63	550,236,162.31	-325.05%
现金及现金等价物净增加额	-703,632,979.06	133,416,247.97	-627.40%

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

适用 不适用

1、经营活动产生的现金流量净额：2018年较2017年减少148,182,590.60元，下降25.31%，主要系本报告期支付的货款增加所致。

2、投资活动产生的现金流量净额：2018年较2017年增加1,071,153,337.91元，上升108.99%，主要系本报告期收到理财本金增加所致。

3、筹资活动产生的现金流量净额：2018年较2017年减少1,788,549,985.94元，下降325.05%，主要系本报告期偿还“中顺洁柔纸业股份有限公司2012年公司债券”所致。

报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

适用 不适用

三、非主营业务分析

适用 不适用

单位：元

	金额	占利润总额比例	形成原因说明	是否具有可持续性
投资收益	10,637,420.00	2.08%	购买保本型理财产品到期收益及国债逆回购收益	否
公允价值变动损益		0.00%		
资产减值	27,480,651.36	5.38%	坏账准备、存货跌价准备、固定资产减值准备	否

营业外收入	10,218,111.22	2.00%	政府补助、罚款及赔偿收入、其他	否
营业外支出	2,657,092.95	0.52%	对外捐赠、其他	否

四、资产及负债状况分析

1、资产构成重大变动情况

单位：元

	2018 年末		2017 年末		比重增减	重大变动说明
	金额	占总资产比例	金额	占总资产比例		
货币资金	415,029,700.71	8.07%	1,085,715,234.34	18.75%	-10.68%	2018 年较 2017 年减少 670,685,533.63 元，下降 61.77%，主要系本期偿还“中顺洁柔纸业股份有限公司 2012 年公司债券”所致。
应收账款	738,235,434.02	14.35%	598,721,783.30	10.34%	4.01%	
存货	857,561,219.49	16.66%	546,937,538.03	9.44%	7.22%	2018 年末较 2017 年增加 310,623,681.46 元，上升 56.79%，主要系本期经营规模扩大，产成品和原材料库存增加所致。
投资性房地产	35,419,740.04	0.69%	36,752,947.05	0.63%	0.06%	
长期股权投资		0.00%		0.00%	0.00%	
固定资产	2,555,604,955.31	49.66%	2,321,218,844.62	40.08%	9.58%	
在建工程	113,663,121.54	2.21%	197,634,450.86	3.41%	-1.20%	
短期借款	347,175,315.81	6.75%	518,380,000.00	8.95%	-2.20%	2018 年末较 2017 年减少 171,204,684.19 元，下降 33.03%，主要系本期偿还到期银行短期借款所致。
长期借款	74,600,000.00	1.45%	150,000,000.00	2.59%	-1.14%	2018 年末较 2017 年减少 75,400,000 元，下降 50.27%，主要系重分类到一年内到期非流动负债所致。

2、以公允价值计量的资产和负债

适用 不适用

3、截至报告期末的资产权利受限情况

项目	截止到 2018 年 12 月 31 日	受限原因
其他货币资金（元）	43,900,228.65	开具信用证保证金、票据保证金
合计	43,900,228.65	

五、投资状况分析**1、总体情况**

√ 适用 □ 不适用

报告期投资额（元）	上年同期投资额（元）	变动幅度
568,423,496.50	1,044,047,389.50	-45.56%

2、报告期内获取的重大的股权投资情况

□ 适用 √ 不适用

3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况

□ 适用 √ 不适用

4、以公允价值计量的金融资产

□ 适用 √ 不适用

5、募集资金使用情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无募集资金使用情况

六、重大资产和股权出售**1、出售重大资产情况**

□ 适用 √ 不适用

公司报告期末未出售重大资产。

2、出售重大股权情况

适用 不适用

七、主要控股参股公司分析

适用 不适用

主要子公司及对公司净利润影响达 10% 以上的参股公司情况

单位：元

公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
江门中顺	子公司	生产销售高档生活用纸系列产品, 研发生产销售: 生活用品、湿巾、内置卫生棉条、一次性卫生用品、卫生巾、护垫、婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、化妆品、无纺布制品、化妆用具。	RMB34,598.50 3182 万	1,618,919,568.53	1,218,627,843.22	1,319,462,212.09	55,066,374.11	47,574,604.12
云浮中顺	子公司	研发、生产、批发、零售、网上销售: 高端生活用纸系列产品、卫生制品、妇婴产品、日用品、化妆品; 货物或技术进出口; 仓储服务。	RMB13,200 万	1,613,176,710.38	275,419,694.55	1,797,034,915.81	119,107,254.98	86,826,620.30
四川中顺	子公司	卫生用品[纸巾(纸)、婴儿用品、无纺布制品、妇女卫生用品研发、生产、加工及销售; 经营企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务。	RMB10,000 万	1,050,410,475.23	573,447,107.12	1,607,279,254.19	131,169,515.79	114,856,155.96

报告期内取得和处置子公司的情况

适用 不适用

八、公司控制的结构化主体情况

适用 不适用

九、公司未来发展的展望

1、公司所处行业未来发展趋势

(1) 行业现状分析

2018年，中国生活用纸市场继续以较高的增长率稳步增长，市场竞争激烈，主要原材料纸浆涨价、环保政策严苛，增加了企业经营压力，促使企业加大节能降耗的力度，多渠道强化营销，推动产品创新的体现，以适应消费高端化趋势。行业落后产能的淘汰步伐加快，产业结构优化升级加速。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的年度盘点，中国生活用纸行业仍在引领中国造纸行业及全球生活用纸行业的发展，生活用纸委员会预计2018年中国生活用纸消费量的年增率仍将高于2017年不足4%（RISI数据）的全球平均水平，中国仍是全球各主要区域中生活用纸增长率最高的市场。

随着我国经济的持续增长和人民生活水平的提高，以及消费观念的进步，生活用纸特别是高档生活用纸的市场容量将大幅提升。但是由于中美贸易摩擦、人民币走势的不确定性以及浆价未来走势的不确定性，对于生活用纸行业来说经营压力依然很大。

(2) 行业发展趋势。

①淘汰落后产能，第一梯队企业获得更大市场机会。随着《造纸产业发展政策》、《国务院关于印发节能减排综合性工作方案的通知》、《制浆造纸工业水污染物排放标准》、《造纸产品取水定额》、《造纸工业发展“十二五”规划》以及《进口废物管理目录》等法规政策的出台，各级政府部门加大了对生活用纸行业的监督管理执法力度，对一些经济规模不合理、能耗水耗较高、排放不达标企业采取了关停或限期整改的措施，淘汰了大量落后产能。随着环保政策的严格，行业内中小企业进一步被淘汰，释放部分市场份额；行业内第一梯队企业正在迅速扩大生产规模，满足市场需求，抢占市场空间。

②运营模式不断创新、产品结构不断优化。目前，生活用纸的营销仍然以传统的经销商、现代超市为主，随着近年电商渠道的不断完善，电商渠道份额在快速增长，一些领先企业深

入推动社交营销、微信公众号、微博宣传、网络直播等方式不断加强线上电商渠道的建设，同时为了迎合消费者快速增长的消费需求，各大企业不断进行产品革新，升级产品规格和包装设计，优化产品结构，并及时捕捉消费者消费理念的变化，开发新品，整个行业呈现多样化运营模式，产品结构进一步优化。

③设备升级、产品研发。随着生活水平的提高，人们对生活用纸的需求量将越来越大，要求生活用纸行业必须不断扩大产能，生活用纸生产企业选择大型化和自动化生产设备成为必然；同时，在国家产业政策节能、降耗、减少污染的总体要求下，上述设备还需满足低能耗、低水耗和低浆耗的需求。近年来，我国生活用纸进口设备数量不断增加，主要以进口原纸纸机为主，同时，国内一些大型设备也在不断的优化完善。可以预见，生产设备的大型化和自动化是未来生活用纸行业发展的方向。

④我国生活用纸生产企业在国际市场竞争力将进一步提高。随着我国生活用纸行业的迅速发展，国内企业占据了国内生活用纸市场绝大部分市场份额，我国生活用纸除了满足国内市场需求外还出口至世界多个国家和地区，并具备了一定的竞争力，在未来的发展中，国内生活用纸生产企业的国际市场竞争力将稳步提升。

2、公司发展战略和规划

（1）公司发展战略

公司作为国内生活用纸行业内第一梯队成员，截止目前为国内唯一一家A股上市的生活用纸企业，未来将继续以品质、品位、品种来诠释演绎产品品牌。公司将不断提高自主研发能力，开发产品配方和生产工艺，满足市场多层次和差异化的产品需求。公司以打造百年企业、千亿企业为发展愿景，使用国际先进的设备和一流的原材料，生产优质的产品；树立了以消费者为先，合作伙伴为重，员工为核心，做事要赢、做人有道的企业价值观，以此提升股东回报。公司将继续采取横向一体化，与关键客户建立战略联盟的经营战略，坚持以生活用纸为核心业务，提升核心竞争力、产品研发能力，扩大营销网络；公司在营销方面继续推行打造一流品牌、一流体制、一流人才的管理要求，抢占渠道网络和终端资源。

（2）公司发展规划

随着公司销售规模的不断扩大，公司根据市场环境和销售扩张有节奏的投放产能；同时也加强各基地的建设工作，致力于打造智能化新工厂。未来公司将根据行业发展态势，拓展产品品类，不仅做最优质的生活用纸，也将探索挖掘新品类产品，始终将产品品质放在发展的第一位；另外，公司将发展新的销售渠道，拓宽销售网络，全方位的推动公司发展。

十、接待调研、沟通、采访等活动

1、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表

√ 适用 □ 不适用

接待时间	接待方式	接待对象类型	调研的基本情况索引
2018 年 01 月 15 日	电话沟通	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 01 月 31 日	实地调研	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 02 月 01 日	实地调研	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 03 月 13 日	实地调研	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 03 月 15 日	实地调研	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 04 月 24 日	电话沟通	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 07 月 05 日	实地调研	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 08 月 06 日	电话沟通	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 08 月 16 日	实地调研	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 10 月 28 日	电话沟通	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 12 月 18 日	电话沟通	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表
2018 年 12 月 19 日	实地调研	机构	详情请查阅巨潮资讯网投资者关系活动记录表

中顺洁柔纸业股份有限公司董事会

2019 年 4 月 11 日