

中顺洁柔纸业股份有限公司

2019 年度董事会工作报告

一、概述

2019年，是公司的“渠道强化”年，公司管理层与广大员工凝心聚力，通过强化渠道、多点开花、量利齐扬的营销策略，全面提升业绩。2019年度，公司实现营业收入66.35亿元，同比增长16.84%；归属于上市公司股东净利润6.04亿元，同比增长48.36%。

1、国际纸浆价格持续下行，释放成本压力，推动公司毛利率持续提升

2019年，受中国市场需求转弱、全球贸易争端、汇率变动及浆市库存升高等因素影响，纸浆价格大幅回落。得益于浆价的下降和公司规模效应，公司生产成本降低，产品毛利率有效提升，公司盈利能力进一步增长。

2、品类拓展：开发个人护理产品“朵蕾蜜”等多样高端产品

创新，是公司发展的驱动力。为适应消费升级趋势和公司战略发展目标，公司打造了全新个人护理品牌“朵蕾蜜”，标志着公司正式进军个人护理领域。通过前期产品投放效果来看，市场反映良好，有望在未来成为公司业绩的又一利润增长点，驱动公司业绩提升。

同时，公司适应市场的需求，开发了女性护理卫生湿巾、卸妆湿巾和婴儿湿巾、婴儿吸汗巾等多样高端的生活用品，逐步向“大健康”的方向迈进。

3、产品结构持续优化，高毛利产品比例提升至接近70%，生活用纸毛利率位居国内生活用纸行业第一

公司的品牌定位是：高端生活，品味洁柔。2019年，公司持续加大了高端、高毛利产品的销售力度并不断细化各渠道的分销标准，公司新棉初白、Face、Lotion和自然木等高毛利产品收入占比提升至接近70%。随着高毛利产品占比的提高，公司的生活用纸毛利率达到39.95%，位居国内生活用纸行业第一。

4、推进产能投建，强化公司整体战略布局

2019年，湖北中顺新建高档生活用纸项目第一期工程10万吨/年完成了竣工验收工作并陆续投入使用。随着产能的逐步释放，可以有效提升公司生活用纸产能规模，满足华中市场的销售需求，提高市场占有率。

此外，公司投资建设30万吨竹浆纸一体化项目，拟实现竹-浆-纸一体化的生产模式，充分参与高-中-

低端生活用纸市场竞争，并且启用“太阳”作为该项目生活用纸品牌，该项目有利于为公司寻求新的业务利润增长点，实现双品牌战略发展和公司整体战略转型。

5、细分渠道分销模式，渠道建设有效强化

2019年，是公司“渠道强化”年。为适应市场发展趋势，公司在对已有渠道不断的完善和优化的同时，不断细化销售模式，通过GT（传统经销商渠道）、KA（大型连锁卖场渠道）、AFH（商用消费品渠道）、EC（电商渠道）、RC（新零售渠道）、SC（母婴渠道）等渠道全面发力，深耕渠道建设，开拓空白销售网点，取得较为不错的成绩。

面对千亿产业的生活用纸市场，公司作为行业内龙头企业之一，在保持自身发展优势的前提下，不断深挖销售潜能，完善营销布局，提升市场占有率。

6、资本运作项目开展，公司治理水平不断完善

2019年，基于对公司未来发展的信心，并且维护广大股东利益，增强投资者信心，公司推出股份回购方案，有力推动公司股票回归合理价值。

2019年，公司启动了第二期员工持股计划，主要面向公司董事、高级管理人员和核心骨干人员，本次员工持股计划是立足于公司业务发展的关键时期，可以有效捆绑核心员工与公司之间的共同利益，激发团队积极性。

2019年，公司顺利完成限制性股票和股票期权激励计划首次和预留部分的授予工作，本次股权激励覆盖面广，涉及到一线工人和导购人员，旨在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，充分发挥一线员工的核心作用和价值，从而推动公司盈利能力不断提升。

公司通过推出员工持股计划、股权激励计划及调薪等一系列措施，让员工充分享受公司发展红利，不断完善公司激励机制，提高治理水平，确保公司长期、稳定发展。

回顾2019年，公司经历了非常复杂的市场环境。一方面，全球经济复苏放缓；另一方面，国内经济增长保持在合理区间，对公司发展来说，既是挑战，也是机遇。公司管理层攻坚克难，通过优化产品结构，拓展产品品类，深耕渠道建设、优化管理成本等管理措施，提高公司运营效率，实现了生产规模、销售规模与经营业绩的稳健增长。

展望2020年，公司前进的脚步必须更加坚定，全面推动公司治理结构、管理运营进一步科学规范发展，向高质量健康发展迈大步。

二、主营业务分析

1、概述

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、卫生用品。

公司主营产品包括生活用纸、个人护理两大类，拥有洁柔、太阳、朵蕾蜜三大品牌，品类聚焦在卷纸、无芯卷纸、抽纸、纸手帕、湿巾、棉花柔巾、个人护理产品七大类。

公司主要产品有洁柔Face系列、Lotion系列、自然木系列、新棉初白系列、朵蕾蜜系列、太阳系列、金尊系列和湿巾产品。

项目	2019年度（元）	2018年度（元）	同比增减（%）	2017年度（元）
营业收入	6,634,914,352.68	5,678,517,623.29	16.84%	4,638,349,590.23
营业成本	4,005,421,052.70	3,744,105,124.57	6.98%	3,018,612,155.26
销售费用	1,369,553,843.95	1,013,014,207.75	35.20%	886,076,849.00
管理费用	294,516,937.35	202,132,450.43	45.70%	165,810,252.46
财务费用	21,476,411.75	55,843,921.52	-61.54%	46,747,820.96
经营活动产生的现金流量净额	1,360,374,901.86	437,254,844.25	211.12%	585,437,434.85

2、收入与成本

(1) 营业收入构成

单位：元

	2019年		2018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	6,634,914,352.68	100%	5,678,517,623.29	100%	16.84%
分行业					
生活用纸	6,562,535,665.60	98.91%	5,578,488,189.78	98.24%	17.64%
个人护理	3,218,698.97	0.05%	0.00	0.00%	100.00%

其他	69,159,988.11	1.04%	100,029,433.51	1.76%	-30.86%
分产品					
成品	6,531,531,717.68	98.44%	5,544,584,196.42	97.64%	17.80%
半成品	34,222,646.89	0.52%	33,903,993.36	0.60%	0.94%
其他	69,159,988.11	1.04%	100,029,433.51	1.76%	-30.86%
分地区					
境内	6,501,041,000.07	97.98%	5,563,021,907.46	97.97%	16.86%
境外	133,873,352.61	2.02%	115,495,715.83	2.03%	15.91%

(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

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	6,562,535,665.60	3,940,489,471.54	39.95%	17.64%	7.94%	5.39%
分产品						
成品	6,531,531,717.68	3,909,345,003.17	40.15%	17.80%	8.03%	5.41%
分地区						
境内	6,501,041,000.07	3,913,843,461.54	39.80%	16.86%	7.14%	5.47%

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	2019 年	2018 年	同比增减
生活用纸	销售量	万箱	8,724.84	6,890.97	26.61%
	生产量	万箱	8,866.53	7,169.41	23.67%
	库存量	万箱	768.51	546.79	40.55%

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：2019年较2018年增加221.72万箱，增加40.55%，主要是一、产能进一步释放，生产量增加；二、业务量扩大，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	2019 年		2018 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	3,940,489,471.54	98.38%	3,650,596,376.21	97.50%	7.94%
个人护理	主营业务成本	1,258,487.46	0.03%	0.00	0.00%	100.00%
其他	其他业务成本	63,673,093.70	1.59%	93,508,748.36	2.50%	-31.91%

单位：元

产品分类	项目	2019 年		2018 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	3,909,345,003.17	97.60%	3,618,597,672.65	96.65%	8.03%
半成品	主营业务成本	32,402,955.83	0.81%	31,998,703.56	0.85%	1.26%
其他	其他业务成本	63,673,093.70	1.59%	93,508,748.36	2.50%	-31.91%

(6) 报告期内合并范围是否发生变动

是 否

截至2019年12月31日，本公司纳入合并范围的子公司共18户，详见“附注九、在其他主体中的权益”。本公司本年合并范围比上年增加2户，详见“附注八、合并范围的变更”

(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）	1,997,351,285.51
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	30.10%
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	554,685,212.98	8.36%
2	第二名	478,698,925.82	7.21%
3	第三名	336,785,363.43	5.08%
4	第四名	322,359,208.44	4.86%
5	第五名	304,822,574.84	4.59%
合计	--	1,997,351,285.51	30.10%

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）	1,699,851,673.96
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	42.52%
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	677,703,201.03	16.95%
2	第二名	329,016,573.90	8.23%
3	第三名	256,244,178.46	6.41%
4	第四名	234,497,658.27	5.87%
5	第五名	202,390,062.30	5.06%
合计	--	1,699,851,673.96	42.52%

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

	2019 年	2018 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	1,369,553,843.95	1,013,014,207.75	35.20%	销售费用 2019 年末比 2018 年增加 356,539,636.20 元，上升 35.2%，主要系本报告期：一、销售收入增加，二、公司持续增加市场投入，加大促销力度，开拓销售网络。
管理费用	294,516,937.35	202,132,450.43	45.70%	管理费用 2019 年末比 2018 年增加 92,384,486.92 元，上

				升 45.7%，主要系本报告期股权激励费用及员工薪酬增加所致。
财务费用	21,476,411.75	55,843,921.52	-61.54%	财务费用 2019 年末比 2018 年减少 34,367,509.77 元，下降 61.54%，主要系本报告期银行利息费用减少所致。
研发费用	176,374,287.34	107,533,844.55	64.02%	研发费用 2019 年末比 2018 年增加 68,840,442.79 元，上升 64.02%，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

2019 年研发项目：

- 1、洁柔 face 可湿水、洁柔 lotion、洁柔超 mini 品质再度升级，产品品质更加强韧、柔软，具备方便携带的使用性能和更好的使用体验。
- 2、太阳系列产品，优厚实惠，高性价比。
- 3、商用消费领域的个性化产品，具有良好的市场竞争优势。
- 4、“朵蕾蜜”女性卫生巾、裤型卫生巾系列。
- 5、推出女性护理卫生湿巾、卸妆湿巾和婴儿湿巾，采用化妆品卫生规范及欧盟法规要求，控制产品品质。
- 6、“新棉初白”棉花柔巾提升品质，降低成本。

公司研发投入情况

	2019 年	2018 年	变动比例
研发人员数量（人）	438	318	37.74%
研发人员数量占比	7.25%	5.53%	1.72%
研发投入金额（元）	176,374,287.34	107,533,844.55	64.02%
研发投入占营业收入比例	2.66%	1.89%	0.77%
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	2019 年	2018 年	同比增减
经营活动现金流入小计	7,225,605,514.97	6,085,403,196.12	18.74%
经营活动现金流出小计	5,865,230,613.11	5,648,148,351.87	3.84%
经营活动产生的现金流量净额	1,360,374,901.86	437,254,844.25	211.12%
投资活动现金流入小计	1,489,516.51	656,764,875.19	-99.77%
投资活动现金流出小计	730,059,032.35	568,423,496.50	28.44%
投资活动产生的现金流量净额	-728,569,515.84	88,341,378.69	-924.72%
筹资活动现金流入小计	515,060,991.14	1,526,797,638.33	-66.27%
筹资活动现金流出小计	842,676,049.62	2,765,111,461.96	-69.52%
筹资活动产生的现金流量净额	-327,615,058.48	-1,238,313,823.63	73.54%
现金及现金等价物净增加额	304,867,380.91	-703,632,979.06	143.33%

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：2019年较2018年增加923,120,057.61元，增长211.12%，主要系本报告期收到货款增加与支付材料款减少所致。

2.投资活动产生的现金流量净额：2019年较2018年减少816,910,894.53元，下降924.72%，主要系本报告期收到理财本金减少及购建固定资产、无形资产所支付的现金增加所致。

3.筹资活动产生的现金流量净额：2019年较2018年增加910,698,765.15元，增长73.54%，主要系本报告期偿还债务减少所致。

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	333,745.61	0.05%	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	-19,053,460.18	-2.64%	存货跌价准备、固定资产减值准备	否
营业外收入	5,851,556.70	0.81%	政府补助、罚款及赔偿收入、其他	否
营业外支出	4,321,020.44	0.60%	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

公司 2019 年起首次执行新金融工具准则、新收入准则或新租赁准则且调整执行当年年初财务报表相关项目

适用 不适用

单位：元

	2019 年末		2018 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	703,746,624.42	11.68%	415,029,700.71	8.07%	3.61%	货币资金：2019 年较 2018 年末增加 288,716,923.71 元，增长 69.57%，主

						要系本报告期收到货款增加与支付材料款减少所致。
应收账款	807,772,897.68	13.40%	738,235,434.02	14.35%	-0.95%	
存货	986,405,689.17	16.37%	857,561,219.49	16.66%	-0.29%	
投资性房地产	36,039,381.30	0.60%	35,419,740.04	0.69%	-0.09%	
长期股权投资		0.00%		0.00%	0.00%	
固定资产	2,921,392,106.87	48.48%	2,555,604,955.31	49.66%	-1.18%	
在建工程	55,734,236.91	0.92%	113,663,121.54	2.21%	-1.29%	在建工程：2019 年较 2018 年末减少 57,928,884.63 元，下降 50.97%，主要系本报告期工程设备达到预定可使用状态转入固定资产所致。
短期借款	14,721,492.38	0.24%	347,175,315.81	6.75%	-6.51%	短期借款：2019 年较 2018 年末减少 332,453,823.43 元，下降 95.76%，主要系本报告期偿还到期银行短期借款所致。
长期借款	22,500,000.00	0.37%	74,600,000.00	1.45%	-1.08%	长期借款：2019 年较 2018 年末减少 52,100,000.00 元，下降 69.84%，主要系本报告期重新分到一年内到期的长期借款以及提前偿还长期借款所致。

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	2019.12.31	受限原因
-----	------------	------

货币资金（元）	27,749,771.45	开具信用证保证金、票据保证金
合 计（元）	27,749,771.45	

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
730,059,032.35	568,423,496.50	28.44%

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	研发、生产、销售（含网上销售）：生活用纸、妇婴用品、化妆品、湿巾、无纺布制品、日用品、清洁用品；销售（含网上销售）一类、二类医疗器械（以上项目不涉及外商准入特别管理措施）。	RMB34,598.5031 万	1,645,135,413.86	1,356,440,862.85	1,410,467,616.25	160,951,826.87	135,871,838.95
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、妇婴用品、日用品、化妆品、医疗器械、日用杂品、消毒用品（不含危险化学品）；货物或技术进出口（国家禁止或者涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；仓	RMB65,000 万	1,750,219,375.13	490,492,615.60	2,454,319,042.39	245,915,294.63	211,360,921.14

		储服务（限经消防合格、不含危险化学品的仓库）。						
四川中顺	子公司	卫生用品[纸巾（纸）]、婴儿用品、日用品、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；日用化工产品、生活用品、医疗器械、医疗用品、消毒用品（不含危险化学品）销售。	RMB10,000 万	1,057,698,730.71	735,777,244.14	1,838,177,981.81	182,728,729.03	155,284,080.95

报告期内取得和处置子公司的情况

适用 不适用

主要控股参股公司情况说明：无

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

2019年，中国生活用纸市场继续稳步增长，市场竞争异常激烈。新项目投资以领先企业扩产和现有中心企业设备升级为主，促使行业集中度和整体装备水平进一步提高；产能相对过剩、环保要求严苛使中小企业经营压力加大。领先企业依托商品浆价格大幅回落和自身规模效应，通过节能降耗、加强电商等新渠道建设、优化产品结构、推出高附加值新品等有效措施，使企业毛利率有效提升。

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、汇率变动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、排放不达标的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能力将进一步提高。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能力将稳步提升。

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进行投放产能，达到产销动态平衡，同时也加强各基地的建设工作。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，公司将深耕渠道建设，加快产品覆盖率提升，全方位的推动公司稳健发展。

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
2019年01月03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
2019年01月04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

2019 年 04 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
2019 年 08 月 05 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
2019 年 08 月 06 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
2019 年 08 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
2019 年 09 月 04 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
2019 年 09 月 06 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
2019 年 10 月 23 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
2019 年 11 月 06 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
2019 年 11 月 11 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
2019 年 11 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
2019 年 11 月 14 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
2019 年 12 月 06 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

2020 年 4 月 28 日