

证券代码：300888

证券简称：稳健医疗

公告编号：2021-018

稳健医疗用品股份有限公司 2020 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 426,492,308 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 18 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

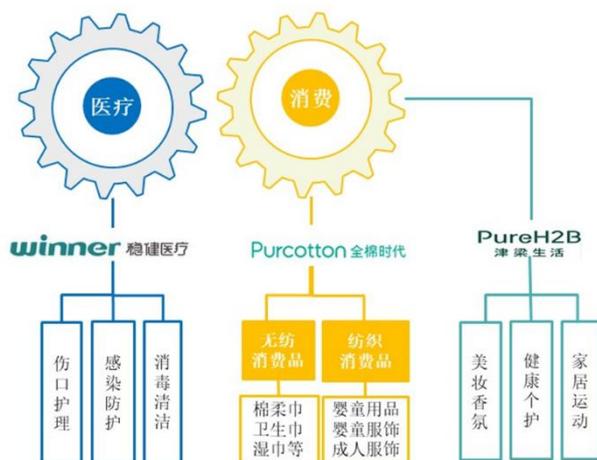
1、公司简介

股票简称	稳健医疗	股票代码	300888
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈惠选	韦娜、刘燕香	
办公地址	深圳市龙华新区布龙路 660 号稳健工业园	深圳市龙华新区布龙路 660 号稳健工业园	
传真	0755-28134688	0755-28134688	
电话	0755-28066858	0755-28066858	
电子信箱	investor@winnermedical.com	investor@winnermedical.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司从事的主要业务

公司是一家通过“winner 稳健医疗”、“Purcotton 全棉时代”以及“PureH2B 津梁生活”三大品牌实现医疗及消费板块协同发展的医疗大健康企业。具体而言，公司一直秉承着“质量优先于利润，品牌优先于速度，社会价值优先于企业价值”的核心经营原则，通过持续创新不断拓展产业边界，已从单一的医用耗材生产企业发展成为覆盖伤口护理、感染防护、手术室耗材、个人护理、家庭护理、母婴护理、家纺服饰等多领域的医疗大健康企业。



1、医用耗材板块

稳健医疗是国内医用耗材行业的标杆企业，主要产品线覆盖伤口护理、感染防护及消毒清洁，具体产品包括高端伤口敷料产品、传统伤口护理与包扎产品、手术室感染控制产品、疾控防护产品及用于体表清理的消毒清洁产品。

公司是国内最早建立从棉花采购到研发、生产、及直接对外出口的全产业链医用耗材企业之一。公司产品先后获得欧盟CE认证、美国FDA认证以及日本厚生省认证，出口至欧美、日本等国家。2005年，“winner稳健医疗”品牌进入国内医院和药店市场，凭借优良的产品品质和服务，逐步在国内医院和药店建立起良好的品牌和口碑。2020年新冠疫情发生后，“winner稳健医疗”品牌防疫产品进入医院和民用市场，并因其公开承诺不涨价、产品质量过硬，获得国际国内、政府单位和民众的一致好评，品牌美誉度和知名度大幅提升。

在产品方面，稳健医疗围绕市场需求，贴近临床和终端，以研发创新为驱动力，不断完善产品布局，业务范围由纱布等单一伤口护理产品的销售，拓展至伤口护理、感染防护和消毒清洁的综合解决方案的销售。一次性医用耗材和手术室耗材相较于重复使用的医用产品能更有效减少医内感染，随着国家和医院对医内感染的关注以及居民对个人卫生环境的重视，一次性医用耗材和手术室耗材正在逐步被国内市场接受。稳健医用敷料产品线已由以纱布类产品为主的传统敷料产品拓展至高端敷料产品，如硅胶泡沫敷料、水胶体敷料、超级吸水垫、负压引流产品等，主要应用于糖尿病足、大面积烧伤、创伤等慢性伤口愈合场景。公司在高端敷料领域的技术水平已位于行业前列，有望打破国际大型医疗企业的垄断，实现进口替代。



2、健康生活消费品板块

全棉时代是以全棉水刺无纺布为发展开端，以“医学贴近生活，全棉呵护健康”为品牌主张，以“全棉理念、医疗背景、品质基因”为核心竞争力的健康生活品牌，产品包括纯棉柔巾、全棉表层卫生巾、纯棉湿巾等无纺类消费品及婴童用品、婴童服饰、成人服饰等纺织类消费品。全棉时代倡导“舒适、健康、环保”的生活理念，以棉替代化纤、远离化学品刺激，针对不同生活场景提供整体解决方案，拥有良好的用户口碑，已在消费品领域形成充分差异化的品牌形象，具备较强的品牌号召力。2019年10月，全棉时代荣获由CCTV主办的“新中国成立70周年70品牌”之誉。

在产品方面，公司凭借出色的质量管控能力及技术研发能力，持续推出医疗级品质的消费品。全棉时代核心产品的主要原材料棉花均采用全球优质棉花，从源头把控产品品质与安全。生产环节参照医用耗材的高标准，严格控制各类污染源。一次性内裤、初生婴儿服等贴身衣物均采用医疗等级的灭菌包装，进一步保证产品的安全性、环保性。全棉时代产品覆盖母婴、儿童、成人等多个消费群体，横跨高端纯棉柔巾、女性护理、婴童护理、成人服饰、家纺用品等多条产品线。

2019年7月，公司推出“PureH2B 津梁生活”品牌，意在打造覆盖美妆、个护、运动等健康美丽生活需求的一站式零售平台。截至2020年12月31日，“PureH2B 津梁生活”通过线下8家门店及线上官网、小程序渠道进行销售，业务尚处于起步阶段。



(二) 公司所处行业

1、行业界定

根据《医疗器械分类规则(2015)》(国家食品药品监督管理总局令第15号)及《医疗器械分类目录》(国家食品药品监督管理总局公告2017年第104号)，公司生产销售的医用敷料属于医疗器械中的护理和防护器械。根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)及《上市公司行业分类指引(2012年修订)》，公司所处行业为制造业(C)中的专用设备制造业(C35)。

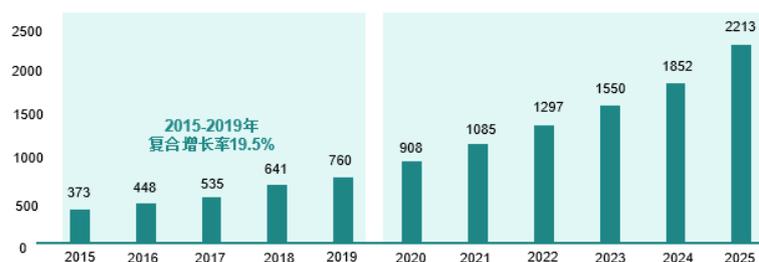
公司健康生活消费品板块的产品包括纯棉柔巾、全棉表层卫生巾、纯棉湿巾等无纺类消费品及婴童用品、婴童服饰、成人服饰等纺织类消费品。根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)及《上市公司行业分类指引(2012年修订)》，公司经营的消费品主要属于制造业(C)中的纺织业(C17)，纺织服装、服饰业(C18)。

2、行业发展情况

(1) 国内外医用耗材行业发展情况

医用耗材是指在临床诊断和护理、检测和修复等过程中使用的医用卫生材料。其品种型号繁多，应用广泛，是医疗机构开展日常医疗、护理工作的重要物资。从价值角度讲，医用耗材可分为高值医用耗材和低值医用耗材。

2015-2025年我国低值医用耗材市场规模（亿元）



数据来源：《中国医疗器械蓝皮书》、中国医药报、Magna Information Centre、IBM报告

相比高值医用耗材，低值医用耗材以注射穿刺类、医用敷料类、医用高分子类为主，进入门槛较低，市场竞争激烈。因应用广泛且受益于我国人民生活水平的提高和医疗需求的不断增长，低值医用耗材市场空间巨大，未来将继续保持高速增长，根据IBM研究分析，预计到2025年我国低值医用耗材市场规模将达到2213亿元。

①手术室感染控制产品市场发展状况

由于外科手术数量的增长及对感染控制措施的加强，手术室感染控制产品市场呈持续增长态势。根据CMI机构的统计，手术室感染控制产品市场规模预计将于2026年达到36.88亿美元，年均复合增长率4.9%。

手术室感染控制产品可分为重复使用型和一次性使用型，从重复使用型产品向一次性使用型产品转变为行业的发展趋势，主要原因包括：一方面，一次性手术感染控制产品相比重复使用产品能够显著降低交叉感染风险，根据Coherent机构的报告，一次性手术室感染控制产品能够使得手术中的交叉感染风险降低60%，中华护理学会手术室专业委员会编制的《手术室护理实践指南》亦推荐手术室使用一次性无菌产品。另一方面，一次性手术室感染控制产品在便利性、成本等方面相比重复使用产品亦具有优势，使得一次性产品需求更加旺盛。

相比于单个产品，定制化手术组合包产品的市场规模将呈快速增长趋势。根据CMI机构的统计，全球定制化手术组合包市场规模预计将于2026年增长至213.47亿美元，年均复合增长率为10.2%。其中，我国定制化手术组合包市场规模预计将上升至15.04亿美元，年均复合增长率12.2%，市场前景十分广阔。

②高端伤口敷料产品市场发展状况

从全球趋势来看，对多功能、新材质、高附加值的医用敷料的需求日渐迫切，高端医用敷料产业将迎来良好的发展机遇。根据BMI的统计，全球高端敷料市场规模预计将于2022年达到70.15亿美元。

随着国内厂商在技术与品质上的不断进步，及相关政府部门和机构制定的支持包括高端敷料在内的医用敷料行业发展的法律法规和行业政策出台落实，高端医用敷料领域未来有较大的国产替代空间。

(2) 消费品细分行业发展现状

①生活用纸业发展现状

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2018年，我国生活用纸市场消费量为889.6万吨，同比增长4.5%；消费总额达到1,168.0亿元，同比增长5.6%，消费单价持续上涨。

生活用纸具有刚性和持续性的需求特征，市场持续扩大，面巾纸及擦拭纸类产品普及率也进一步上升。纯棉柔巾因其更具环保性、不易致敏，可形成对传统纸品的替代，市场潜力巨大。因棉柔巾市场认可度逐步提升，天猫已在纸品分类中新增棉柔巾品类，其中2019年全棉时代市场占有率超过65%。

棉柔巾应用场景丰富，广泛使用于卫生清洁、个人护理等场景，随着居民消费能力的提升，渗透率有望进一步上升。公司为棉柔巾的开创者，引领行业过去几年实现快速的增长。根据立鼎产业研究院数据，中国棉柔巾需求量由2015年的23.5亿张增长至2019年的233.5亿张，年均复合增长率达到77.5%。

②一次性卫生用品行业发展状况

根据Euromonitor统计，2015-2019年，中国吸收性护理用品市场由1289亿元增长到1680亿元，年均复合增长率为6.9%。其中，女性卫生护理用品由740亿元增长到879亿元，年均复合增长率为4.4%。婴童纸尿裤的市场规模由479亿元增长到670亿元，年均复合增长率为8.7%。成人失禁用品的市场规模由16亿元增长到43亿元，年均复合增长率为28.6%。湿巾的市场规模由54亿元增长到88亿元，年均复合增长率为13.3%。成人失禁用品在我国起步较晚，尚处于导入期。随着人口老龄化的逐步显现，我国成人失禁用品市场巨大的潜力将得到释放。湿巾在我国的市场普及率较低，目前市场以婴儿用湿巾、通用型湿

巾为主，女性卫生湿巾、卸妆湿巾、居家清洁湿巾等品类占比较小，可开发的市场空间较大。

③ 纺织业与纺织服装、服饰业发展状况

我国已成为全球最大的纺织品服装生产国及消费国，纺织、服装及日用品专门零售商品销售额由2007年的703.02亿元增长至2019年的6,676.40亿元，年均复合增长率达20.63%。其中，连锁零售企业中的纺织、服装及日用品专门零售商品销售额近年来增长迅猛，2019年已达1,448.02亿元。

电子商务行业的发展同样也带动了纺织、服装及日用品行业的转型升级。根据中国纺织工业联合会的统计，2019年我国纺织服装电子商务交易总额为6.69万亿元，占全国电子商务交易总额的19.22%，是电子商务平台最活跃的交易品类。其中，纺织服装网络零售的规模为16,700亿元，占实物商品网络零售总额的19.59%。我国纺织业与纺织服装、服饰业竞争较为充分。根据国家统计局数据，截至2019年末，我国纺织业共有规模以上企业18,018家，纺织服装、服饰业共有规模以上企业13,353家，市场竞争趋于激烈。

3、公司竞争地位

(1) 医用耗材业务

稳健医疗是我国医用耗材行业中具有综合领先优势的生产企业，在行业内较早建立起医疗级的质量管理体系，并实现从棉花采购到研发、生产、销售的全产业链经营模式。作为医用敷料行业龙头企业，公司推动设立中国医药保健品进出口商会之医用敷料分会，并任医用敷料会长单位，带领行业持续以高品质产品逐步扩大国际市场份额。新冠肺炎疫情发生后，公司充分发挥其核心经营原则-“社会价值优先于企业价值”，严格把控防疫产品质量，不对终端涨价，产品得到了国家和民众的一致好评，品牌价值大为提升。公司自主品牌“winner稳健医疗”已进入国内三千多家医院和超过九万家药店，其中大多数医院为三级和二级医院，并在海王星辰、大参林、健之佳、高济、老百姓大药房等知名连锁药店设有产品专柜、产品系列陈列。

(2) 健康生活消费品业务

全棉时代以“棉”为核心，覆盖母婴、儿童、成人等多个消费群体，横跨高端纯棉柔巾、女性护理、婴童护理、成人服饰、家纺用品等多条产品线。公司以自主研发的全棉水刺无纺布为基础材料载体，成功实现了医用产品向家用产品的拓展。公司是全棉无纺消费品市场的开拓者及行业领导者，凭借领先的产品研发能力、医疗级的产品品质及深入人心的品牌形象，迅速提高全棉无纺制品的市场份额。全棉时代已经发展成为高品质国产消费品牌中的旗舰民族品牌，是消费者购买棉制消费品的首要选择之一。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入	12,533,945,946.63	4,574,625,915.60	173.99%	3,838,917,180.79
归属于上市公司股东的净利润	3,810,412,504.40	546,293,677.91	597.50%	424,684,852.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,750,822,797.63	480,452,746.25	680.69%	411,288,936.00
经营活动产生的现金流量净额	4,767,496,287.39	599,772,565.88	694.88%	467,862,582.44
基本每股收益（元/股）	9.80	1.45	575.86%	1.14
稀释每股收益（元/股）	9.79	1.45	575.17%	1.14
加权平均净资产收益率	64.68%	18.80%	提高 45.88 个百分点	18.34%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	13,002,251,764.44	4,531,474,379.58	186.93%	3,958,417,799.14
归属于上市公司股东的净资产	10,453,934,045.43	3,160,380,500.84	230.78%	2,657,001,622.90

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,482,975,289.36	2,696,803,593.91	5,343,370,125.43	3,010,796,937.93
归属于上市公司股东的净利润	318,806,306.55	713,412,383.36	2,117,879,590.69	660,314,223.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	317,949,508.13	705,011,541.34	2,109,396,234.75	618,465,513.41
经营活动产生的现金流量净额	611,546,751.39	1,861,859,230.86	1,491,721,330.18	802,368,974.96

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	28,429	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	32,007	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
穩健集團有限公司	境外法人	68.10%	290,438,848	290,438,848			
北京红杉信远股权投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	8.09%	34,500,000	34,500,000			
深圳市康胜投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	5.01%	21,371,232	21,371,232			
深圳市康欣投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.66%	11,334,400	11,334,400			
深圳市创新投资集团有限公司	国有法人	1.99%	8,492,308	8,492,308			
深圳市康隆投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.60%	6,844,432	6,844,432			
交通银行股份有限公司-万家行业优选混合型证券投资基金(LOF)	其他	0.94%	4,000,003	0			
深圳市康立投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.82%	3,511,088	3,511,088			
中信银行股份有限公司-交银施罗德新生活力灵活配置	其他	0.57%	2,452,274	0			

混合型证券投资基金						
中金公司－招商银行－中金公司丰众 26 号员工参与创业板战略配售集合资产管理计划	其他	0.48%	2,044,404	2,044,404		
上述股东关联关系或一致行动的说明	不适用					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

报告期内，公司生产的N95口罩及医用口罩、防护服、隔离衣等医疗用品属于疫情防护最紧缺的战略物资。公司秉承着“社会价值优先于企业价值”的经营原则，第一时间响应国家需求，全力保障防疫救治物资的供应。公司在抗疫时期向社会和疫情最为严重的湖北武汉和全球各地供应了大量防护物资，公开承诺“终端不涨价”、“春节不放假”和“24小时生产不停机”，公司的社会责任行动被国务院联防联控组称为当之无愧的抗击疫情“军工厂”，全资子公司黄冈稳健被中共中央、国务院授予“全国抗击新冠肺炎疫情先进集体”称号的企业。在医院和OTC药店渠道，积极开展学术营销、大客户拓展、零售营销云项目，提升在三甲医院、大型连锁药店的市场覆盖率和占有率。在电商方面，不断提高客户体验和平台管理能力，增强消费者黏性和忠诚度，使线上业务快速抢占个人防护和家庭护理市场。随着全球感控防护类产品市场的快速扩张以及海外的知名度、美誉度、影响力扩大，公司实行积极进取的客户拓展策略，产品出口国从2019年的70余个增加至110余个，取得了较好的全球

覆盖率。截止到2020年12月31日，公司为海内外输送各类口罩近40亿只，各类防护服、隔离衣、手术衣超过8,600万件，捐款捐物统计在册的超过1,300万元。

2020年，公司医用耗材业务实现主营业务收入86.84亿元，较上年同期增长616.36%报告期内，公司医用耗材业务实现境外销售58.98亿元，较上年同期增长652.04%。公司医用耗材业务实现境内销售27.86亿元，较上年同期增长550.98%，其中，医用耗材产品已覆盖全国3000余家医院，实现销售收入11.08亿元，同比增长约4.74倍；在药店零售渠道，共计覆盖全国近9万家OTC药店，实现销售收入4.80亿元，同比增长约2.10倍；在天猫、京东和亚马逊等电商平台实现销售收入4.94亿元，同比增长约14.12倍。

在健康生活消费品领域，即使新冠肺炎疫情对国内线下零售市场造成严重冲击，但是公司健康生活消费品依然保持同比增长16.93%，主要得益于公司早期布局线上线下融合机制，打通了线下门店和线上小程序的技术、团队管理和内部利益分配问题，实现线下门店引流到线上实现销售的融合。同时，公司全棉时代和津梁生活通过形象升级、店铺扩张、产品迭代、社群运营等举措，使零售电商平台流量实现高效转化。在品牌建设上，通过社会化营销，如捐赠公益事件、全棉时代品牌明星代言人、大咖种草等形式提升知名度、美誉度和客户忠诚度。

公司健康消费品业务实现销售收入35.17亿元，较上年同期增长16.93%，其中全棉时代销售收入34.77亿元，同比增长15.80%；津梁生活销售0.40亿元。受新冠疫情影响，全棉时代线下门店销售9.39亿元（含加盟店销售，不含门店引流到小程序的销售），同比下降18.87%；电子商务渠道销售23.14亿元，同比上升38.29%，其中在天猫、京东等第三方电商平台实现销售19.09亿元，同比增长19.59%，在自有平台官网、小程序和APP端，实现销售4.05亿元，同比增长425.56%，值得一提的是，门店引流到小程序实现的销售为2.05亿元；商超渠道实现销售1.34亿元，同比增长29.10%；大客户渠道实现销售0.90亿元，同比增长31.87%。

报告期内，全棉水刺无纺布收入2.37亿元，同比去年下降19.04%。主要原因是：疫情期间，公司将全棉水刺无纺布创新性地应用于防疫产品上，既解决原材料供应短缺问题，其面料的舒适性和透气性又得到医护和居民的高度认可。因公司生产的全棉水刺无纺布优先满足防疫产品生产，因此对外销售减少。

公司需遵守《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第10号——上市公司从事医疗器械业务》的披露要求：

报告期内，公司重点开展工作如下：

（一）责任担当，为全球抗击新冠肺炎疫情做出应有贡献

2020年受新冠肺炎疫情影响，防疫产品工厂全员不休假，黄冈稳健口罩车间全员从春节前开始数月一天不休，开足马力生产口罩，N95口罩从3.6万片/天日产量提升到了4.5万片/天，只花了两天左右的时间，医用外科口罩产能也迅速翻倍。随即嘉鱼稳健、崇阳稳健大年初一就开工，同样连续数月没有休假。崇阳稳健从日产防护服3,000件到50,000件只用了20天。公司1月21日对外公开承诺口罩终端不涨价，3月29日，面对海外疫情，对外不卖高价。生产和供应中坚持高品质，展示中国制造的优良和价值。公司置国家利益高于一切、把疫情当战场，坚持将防疫物资发送到国家最需要的地方。公司置社会价值高于一切，坚守承诺，为广大医护人员和抗疫工作者提供质量价格兼优的防疫产品。

（二）加强研发创新和产品升级

报告期内，防疫物资原材料价格变化极大，供应短缺，为解决防疫物质原料短缺及长时间穿戴防护服、手术穿戴憋闷的问题，快速开发出全棉防护服、隔离衣、手术衣；同时，快速开发出柔耳口罩、全棉里层口罩、精油口罩等新品从专业应用领域迅速扩大到个人消费领域。此外，公司于2020年12月新取得泡沫敷料三类医疗器械注册证，标志着公司伤口护理领域高端敷料产品线在国内市场产品布局趋于完善，丰富了公司在慢伤护理领域压疮预防和渗液管理的产品解决方案，符合行业未来发展趋势和中国老龄化日益加剧现状，同时，为高端敷料产品实现国产代替进口迈出了重要一步。报告期内，公司重点在研项目情况如下，公司2020年新取得117项实用新型专利，9项外观设计专利，8项发明专利证书。截止报告期末，公司共拥有1项国家三类医疗器械注册证和59项二类医疗器械注册证。上述专利和注册证的取得，有利于公司进一步建立产品技术和竞争壁垒，提升企业核心竞争力。

（三）有序推进数字化转型

公司抓住机遇，加快数字化转型步伐，提高运营效率。报告期内，全棉时代全渠道商品数字运营项目正式上线，实现设计、研发、商品、生产、供应链、物流六大业务通；全渠道数字运营项目实现线上自有平台和线下自营渠道的会员通、价格通、促销通；“云听”和“观星台”上线，为管理层提供核心运营数据、会员数据、盈利数据和商品数据等。新冠肺炎疫情初期，借助大数据、云计算等新技术，通过移动端可以看到每一个商品的信息和数量变化并可对其趋势分析，及时预测市场对产品的需求动态，从而使供应链能够做出快速地调整应对。经过数字化各项目的开发和运营实践，企业的数字化平台框架已经初步建成，从商品数字运营、全渠道数字运营到消费者数字运营，已经有了非常清晰的前台、中台、后台的信息技术结构。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
医用耗材（分部 1）	8,780,321,007.56	4,000,700,548.91	62.00%	588.91%	1797.52%	22.78%
健康生活消费品（分部 2）	3,517,061,738.06	444,288,364.80	55.19%	16.93%	15.57%	-3.52%

注：注：医用耗材（分部 1）参见本报告第十二节 七、合并财务报表项目注释 61、营业收入和营业成本 分部 1 与审计报告财务报表附注 十四、其他重要事项（一）分部信息 2、报告分部的财务信息。

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

1、营业收入

业务分部	2020年	2019年	同比增减	变动原因说明
医疗耗材	8,780,321,007.56	1,274,522,807.08	588.91%	主要系受疫情影响，医疗耗材中防护产品销售大幅增长所致
健康生活消费品	3,517,061,738.06	3,007,901,073.21	16.93%	无重大变动
全棉水刺无纺布	236,563,201.01	292,202,035.31	-19.04%	无重大变动
合计	12,533,945,946.63	4,574,625,915.60	173.99%	主要系医疗耗材行业销售大幅增长所致

2、营业成本

业务分部	2020年	2019年	同比增减	变动原因说明
医疗耗材	3,336,695,726.84	774,704,486.14	330.71%	主要系受疫情影响，医疗耗材中防护产品销售大幅增长所致
健康生活消费品	1,575,848,274.82	1,241,744,659.52	26.91%	无重大变动
全棉水刺无纺布	157,878,300.10	195,477,389.41	-19.23%	无重大变动
合计	5,070,422,301.76	2,211,926,535.06	129.23%	主要系医疗耗材行业销售大幅增长所致

3、营业利润

业务分部	2020年	2019年	同比增减	变动原因说明
医疗耗材	4,000,700,548.91	210,838,772.31	1797.52%	主要系医疗防护产品的大幅增长所致
健康生活消费品	444,288,364.80	384,424,235.97	15.57%	无重大变动
全棉水刺无纺布	23,623,741.46	30,215,992.53	-21.82%	无重大变动
未分配金额	63,124,586.39	16,292,042.37	287.46%	无重大变动
合计	4,531,737,241.56	641,771,043.18	606.13%	主要系医疗耗材行业销售大幅增长所致

由营业利润的增减变动可以看出，归属于上市公司普通股股东的净利润的增长主要来源于医疗耗材的增长，医疗耗材营业利润/归母净利润大幅增长主要有以下原因：

- 1、受疫情的影响，公司医疗防护用品（主要是口罩、防护服、隔离衣）的销售大幅增加
- 2、公司自主研发的全棉水刺无纺布广泛应用于手术衣、隔离衣、防护服等产品，受到了国内外市场的认可，公司快速

的扩大了产能满足市场需求；因原材料自主研发的防护产品通过规模化生产使产品成本优势提升，带来业绩增长；

3、随着国内疫情的缓和，健康生活消费品线下、线上销售从第三季度开始逐步恢复。

6、面临退市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

重要会计政策变更

(1) 执行《企业会计准则第14号——收入》（2017年修订）（以下简称“新收入准则”）
财政部于2017年度修订了《企业会计准则第14号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本公司自2020年1月1日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整2020年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，比较财务报表不做调整。

(2) 执行《企业会计准则解释第13号》

财政部于2019年12月10日发布了《企业会计准则解释第13号》（财会〔2019〕21号，以下简称“解释第13号”），自2020年1月1日起施行，不要求追溯调整。

①关联方的认定

解释第13号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第13号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

②业务的定义

解释第13号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自2020年1月1日起执行解释第13号，比较财务报表不做调整，执行解释第13号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(3) 执行《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

财政部于2019年12月16日发布了《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》（财会〔2019〕22号），适用于按照《碳排放权交易管理暂行办法》等有关规定开展碳排放权交易业务的重点排放单位中的相关企业（以下简称重点排放企业）。该规定自2020年1月1日起施行，重点排放企业应当采用未来适用法应用该规定。

本公司自2020年1月1日起执行该规定，比较财务报表不做调整，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

公司旗下子公司深圳全棉时代科技有限公司于2020年9月27日投资600万元设立黄冈全棉时代科技有限公司，除此之外，合并范围无其他变动。