

证券代码：300888

证券简称：稳健医疗

稳健医疗用品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-003

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	华安证券：谭国超、李雨涵；太朴投资：李文健；西部证券：李雯、孙阿敏、陆亚宁；德邦证券：毕先磊；中邮证券：赵洋；浙江旌安：张艺矾
时间	2024年6月14日-2024年6月21日
地点	公司总部会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书：陈惠选 高级证券事务经理：徐佳
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1. 请介绍一下目前公司整体的经营情况。</b></p> <p><b>答：</b>公司主营业务由以“稳健医疗”为品牌的医用耗材业务及以“全棉时代”为品牌的健康生活消费品业务组成，两大业务并驾齐驱，协同发展。由于所处行业不同，近几年也经历了不尽相同的发展历程。</p> <p>公共卫生事件过程中，医用耗材业务得以高速发展，事件结束后，2023年经过了从团队建设、产品结构到产能、库存的一系列深度调整。相较2019年，稳健医疗的品类构成、渠道能力以及品牌知名度与美誉度都迈上一个新台阶，背靠这样的经营基础，2024年公司战略清晰、打法明确，分三大渠道——海外业务、国内严肃医疗及零售日用医疗——积极发力，目前医疗板块整体沿着既定的战略稳步推进，经营发展持续向好。</p> <p>近几年，消费品板块经受住市场的考验，每个业绩期都交出了增长的答卷，整体表现出较强的发展韧性。过程中，全棉时代不断修炼内功，重点品类市占率保持领先，渠道经营能力不断提升，会员基数持续增加，品牌心智</p>

不断筑牢。进入 2024 年，公司持续精进：品类方面，聚焦战略品，通过研发创新及整合营销，提升核心品类的行业排名；渠道方面，线下开店提效提速，线上持续渗透；盈利能力方面，全棉时代不断通过折扣管控、降本增效、新品迭代、精细化运营等管理措施，积极提升盈利能力。目前，全棉时代的发展保持着旺盛的向上势能。

2023 年，医疗板块处在公共卫生事件后的调整阶段，影响公司整体业绩跌至非常态化的低位水平。今后，公司将不再受公共卫生事件影响，我们将 2024 年看作稳健医疗经营“新元年”，在近几年积累的品牌知名度、产品力、管理能力基础之上，公司发展将重回可预期的向上之路。公司管理层及全体员工踌躇满志、干劲十足，我们对公司未来发展充满信心。

## **2. 全棉时代 618 期间表现怎样？**

答：面对大促，全棉时代依据线上各平台特点，制定了针对性的销售策略，2024 年 5 月 20 日-6 月 20 日期间，全渠道销售额同比增长超过 15%。通过产品创新升级、新品迭代、精准营销等方式，洗脸巾、婴儿棉柔巾、纱布浴巾三大品类全网（指天猫、京东、抖音电商平台）销售额在同类目中均排第一。天猫、京东等传统第三方平台增速较好，抖音、拼多多平台实现突破性增长，整体实现了公司的销售目标。

## **3. 请介绍一下全棉时代线下渠道拓展计划及目前推进进展**

答：全棉时代门店承载着品牌宣传、产品体验、用户引流、实现销售等功能，截至 2023 年末，全国仅有 411 家门店，进驻城市及店铺数量还有很大空间。2024 年全棉时代将按照“一二线城市直营加密，核心三四线城市加盟”的策略，加速线下门店的拓展，全年开店计划百家左右。目前按照计划与节奏稳步推进中。

## **4. 2023 年消费品板块营业利润率提升显著，这种趋势是否可以持续？**

答：2023 年，全棉时代全年实现毛利率 56.9%，同比提升 3.9 个百分点；实现营业利润额 4.9 亿元，同比增长 24.0%；实现营业利润率 11.4%，同比提

升 1.7 个百分点。2024 年，公司将继续通过折扣管控、降本增效、新品迭代、优化产品结构、精细化运营管理等行动，多管齐下，努力推动全棉时代盈利能力的持续提升。

**5. 目前，医疗业务各品类的增速情况，常态化下预计感染防护产品的业务体量有多少？**

答：2024 年第一季度，医疗业务各品类贡献占比及增速趋势具有一定的代表性：传统伤口敷料为医疗业务贡献了约 1/3 的营业收入，作为公司最传统的业务，体量可观，增速较为稳定；高端敷料、手术室耗材及健康个护增速较快，这三大品类约为医疗业务贡献 1/2 的营业收入。常态化下，2024 年一季度，感染防护产品实现营业收入 0.8 亿元，预计全年 2-3 个亿的基础量还在。

**6. 近期，美国对几类医用耗材产品加征了关税，公司业务是否受到影响？**

答：公司关注到相关变化，经统计，对于注射器、针头、口罩、外科医用手套等美国拟提高关税的医疗耗材产品中，公司目前只有口罩产品有出口美国，公司出口到美国的口罩产品实现的收入占公司医疗板块收入比重不到 1%，公司其他在提高关税范围内的医疗耗材产品主要是在非美国地区销售，因此该政策的变化对公司 2024 年影响有限。公司将加快本土化进程，降低此类政策风险的影响。

**7. 请介绍一下目前医疗业务各渠道发展情况**

答：2024 年第一季度，医疗业务渠道结构基本恢复常态化水平，其中，国外销售渠道占医用耗材业务收入比重约 45%，国内医院及医疗 C 端（国内药店+电子商务）贡献比例较为均衡。海外业务方面，聚焦战略大客户，同时在适宜的市场发展自有品牌；国内严肃医疗方面，分产品线进行精细化管理；零售日用医疗方面，聚焦爆品，结合场景化打造，深耕品类发展。目前医疗业务各渠道有序推进，整体发展稳中向好。

	<p><b>8. 公司账面在手现金比较充裕，请介绍一下公司的资金使用计划</b></p> <p>答：外部经营环境动态变化，作为灵活性最高的资产，充裕的资金储备是公司财务安全性的保障。公司致力于不断提高资金使用效率，计划在战略并购、新品研发、营销网络建设等方向稳步投入资金，同时兼顾投资者收益，做好业务发展与股东现金回报的平衡。</p> <p><b>9. 公司是否制定了中长期的分红规划。</b></p> <p>答：公司重视股东回报，上市后每年坚持现金分红，分红金额占归母净利润比例也在逐年提升。公司将动态平衡股东现金回报与投资发展的关系：依据两大业务的资金需求，当我们投资需求下降的时候，我们将扩大分红金额占归母净利润的比例；当我们有更好的投资机会而且收益更好的时候，我们会调整分红比例。</p>
附件清单（如有）	
日期	2024/6/21