

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：2023-08

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 checked="" 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	嘉实基金、中欧基金、汇丰晋信、宝盈基金等 164 位机构投资者，名单详见附件（排名不分先后）
时间	2023 年 8 月 16 日 稳健医疗 2023 年上半年业绩交流会 2023 年 8 月 17 日 中信证券、长江证券、首创证券带队现场调研
地点	业绩交流会-线上召开 现场调研-公司总部会议室
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理兼首席财务官：方修元 副总经理兼董事会秘书：陈惠选 稳健医疗轮值 CEO：张燕 全棉时代副总裁：曾钦华
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、2023 年上半年业绩介绍：</p> <p>面对新形势下多变的外部环境，稳健医疗立足于医用耗材及健康生活消费品两大业务，在“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”三大核心经营原则的指导下，积极响应，灵活调整。基于去年同期感染防护产品带来的高基数的影响，2023 年上半年公司实现营业收入 42.7 亿元，同比下降 17.3% ；实现归属于上市公司股东净利润 6.8 亿元，扣除非经常性损益净利润 5.5 亿元，同比分别下降 23.7%和 33.0%。公司始终坚持“产品领先，卓越运营”的核心战略，深耕渠道，提升产品竞争力，报告期内整体经营质量持续提升。</p> <p>医用耗材业务，随着公共卫生事件态势的不断变化，板块营收规模波动</p>

较大。2023 年上半年，医疗板块整体实现营业收入 21.7 亿元，同比下降 33%。感染防护产品在低动销、高基数的影响下，营业收入降幅较为显著。另一方面，常规医用耗材业务稳步发展，特别是高端敷料及手术室耗材产品，营业收入同比分别增长 73%及 75%，增长势头较好。渠道方面，2023 年上半年，公司通过多种方式持续深耕渠道，积极打通营销通路。另一方面，公共卫生事件形势的变化，使得各渠道收入结构恢复到更加均衡、合理的状态。尤其是 C 端业务，蓬勃发展，上半年电子商务及国内药店营业收入占医疗业务收入比重合计提升至近 30%。

以“Purcotton 全棉时代”为品牌的健康生活消费品业务，报告期内实现营业收入 20.6 亿元，在去年同期基数并未明显偏低的情况下，同比增长 11%，较 2019 年同期增长 55%，体现出较强的发展韧性。报告期内，核心爆品干湿棉柔巾销售额稳步提升，以线下销售为主渠道的成人服饰及其他纺织消费品（以床上用品、卫浴用品为主）增速亮眼。渠道方面，随着线下客流量的恢复，门店平效、店效等经营指标稳步提升，盈利能力显著提高；线上渠道聚焦新品、爆款矩阵，加强品类之间互相渗透，努力提高拉新转化率与老客复购率，报告期内营业收入同比增长 10%。

盈利能力方面，2023 年上半年，公司通过价值回归、降本增效、新品迭代优化产品结构等行动，多管齐下，共同助力毛利率稳步提升至 51.5%，较去年同期提升 2.6 个百分点。其中健康生活消费品业务表现优异，上半年全棉时代实现毛利率 58.2%，营业利润率 12.9%，盈利能力恢复至 2019 年年度的较好水平。

外部环境复杂多变，机遇始终与挑战并存。着眼未来，公司将继续推进“产品领先、卓越运营”的核心战略，聚焦主业，坚持医疗与消费并驾齐驱，线上与线下齐头并进，内生与外延协同发展，努力开启稳健医疗高质量发展的新篇章。

二、问答环节：

1. 只考虑常规耗材产品的销售，请介绍一下每个渠道上半年的增长情况。

答：现在体现出来的同比负增长主要都是因为感染防护产品，尤其是过去N95 和防护服在国内医院占了比较大的比重。如果剔除感染防护产品，我们在主要渠道，国内医院、国内药店、电子商务都有不同程度的增长，其中增幅比较大的是电子商务。总体来说常规品业务在各渠道中是稳中有涨的。

2. 上半年全棉时代的增长性正在逐步恢复，干湿棉柔巾恢复了很好的增长，但是卫生巾恢复的稍微慢一些，请问不同品类增长分化的原因？

答：上半年干湿棉柔巾销售表现较好，主要是因为我们做的几个动作：第一是我们针对用户持续强调了棉与非棉材质的区别；第二是持续产品研发创新，不断提升我们的产品力，例如推出新品婴儿超柔小白包，经典款棉柔巾加柔加厚款，上半年贡献了可观的业绩；第三，我们通过持续拉新试用，提升消费者渗透率，带动干湿棉柔巾销售业绩的提升。未来我们会在消费者教育和媒体投放方面持续发力，在小红书和短视频平台进行种草来占领用户心智，继续推动干湿棉柔巾销售的增长。

上半年卫生巾销售遇到一定挑战，影响主要来源于部分竞品超头直播低价高销。全棉时代秉持价值回归理念，没有对卫生巾品类实施低价竞争策略。未来我们会持续做好卫生巾这一品类的技术升级，在“双十一”之前完成畅销款式的迭代升级，进一步提升干爽度和透气性，通过用户体验的提升助力销售业绩的增长。

3. 2023 年全棉时代全年计划新开店铺 80 家，上半年完成新开 22 家，更多的开店计划将在下半年实现，请介绍一下下半年拓店计划和上半年加盟店的销售情况。

答：下半年我们的拓店计划是：直营在一二线城市加密，做网格化的筛选，把商圈分为市级的商圈、区级商圈，做一些查缺补漏的工作；在三线城市和部分的地级市增补布局；对于部分四线城市以及个别条件特别成熟的经济百强县，公司也会考虑通过加盟商布点的方式进行网点的布局。整体上，公司非常有信心完成全年的开店计划。

上半年加盟商整体业绩表现良好，几家重要的加盟商开店意愿比较积极。公司会在直营为主的情况下，给予加盟商更多选址支持和销售运营的支持，帮助加盟商增长信心。

4. 请介绍一下海外销售承压的原因。

答：海外业务是稳健医疗的传统渠道，今年上半年海外销售的压力主要来源于整个国际市场。今年开年之后，客户来访过程中，我们多次在一起探讨如何去应对全球的经济压力，客户提到他们在经营的多方面都遇到了比较大的挑战。我们也与现有客户做了很多共同应对国际市场竞争的方案。

5. 请介绍一下全棉时代门店经营指标稳步提升的相关数据以及下半年产品的规划和打法？

答：上半年门店经营效率稳中有进，平效同比增速超过收入增速。在提高经营效率方面，我们主要做了几项工作：第一，调整货品结构，持续不断的打造优势品类，改善上新的节奏；第二，精简低效 SKU，对一些动销比较差的产品进行了陈列方面的调整；第三，除了线下门店的客流，我们对即时零售非常关注，比如小程序做好门店社群业绩，延伸门店的时间和空间，拓展线上业绩；第四，我们狠抓了服务标准，提升了对于销售人员的产品支持、销售话术的培训，促进我们的销售转化和客单价；第五，提高门店场景化地打造，所以我们优化购物路径和场景化呈现提升顾客的体验感。

针对下半年，我们规划重点要做如下几项工作：第一，加强门店的卓越运营和精细化管理，把现有的门店和商品智能管理系统打通，进一步提升门店的数字化水平和销售业绩；第二，提升商品的运营效率和售罄率；第三，坚持从 2022 年底开始的价值回归策略，在下半年也继续管控好价格体系，通过调整商品结构的方式，进一步去稳步提升平效贡献，稳中有进地去推进“场货人”的规划；最后，在货品方面，聚焦全棉时代的核心面料，提升货品的销售表现和打造更多的门店爆款。

6. 医疗业务中，高端伤口敷料和手术耗材增速较高，主要原因是什么？增长是来自于国内还是出口？

答：高端伤口敷料业务方面，首先因为我们去年并购了以高端伤口敷料为主营产品的隆泰医疗，今年上半年的营业收入包含隆泰医疗的并表收入，因此表观上相较于去年同期有明显增长；从市场来看，高端伤口敷料主要的市场是在海外，上半年的增长也主要来自于出口，该业务在跨境电商上销售有明显突破。

手术室耗材业务同比去年增长，一个方面也是有并购因素，桂林乳胶及君健医疗两个并购公司带来高度融合的效果，上半年外科手套和一次性手术包类产品有较明显增长；同时，随着入院人数增加、诊疗全面恢复，医院手术量明显提升，也带动了一次性手术包的销售增长。

7. 消费品业务的毛利率和营业利润率较去年同期都有较好增长的原因。

答：上半年消费品业务盈利能力的提升是比较明显的，是因为我们在价值回归策略上面进行了一些持续提升的动作。首先在运营管理方面，公司对于全渠道在大促期间的折扣都规划了指导价，所有的销售渠道都按照指导价来进行折扣。第二，在商品结构方面，上半年新品售罄率达到新高，正价商品的销售业绩占比有所提升。第三，在卓越运营方面，公司通过精细化运营管理来提升平效，提升高动销商品占比，精简长尾的 SKU，把营业面积提供给能够更好贡献销售业绩的产品。

8. 请介绍一下本期员工持股计划的设立初衷。

答：近两三年，公司业务发展非常快，很多一级部门的 VP 和总监在公司是没有股票或者只有极少量的股票，在工作过程中看到他们的能力和素质，同时他们也认同公司的文化和理念，经过这两三年的考核，我们认为他们具备了与公司共同发展和成长的能力，所以给他们设置了一定的股权激励。本期员工持股计划激励金额及范围都比较小，股数是 66 万。公司没有设定短期的公司层面的经营目标，主要是想让激励对象着眼于长期的发展。

后续我们也会设置覆盖面更广的股权激励方案，但是时间还没确定，后续确定了会进行公告。

9. 请介绍一下中报经营性现金流下滑的主要原因。

答：上半年公司经营性现金流量所有下滑，主要是由于以下几个因素的影响：第一，在之前年度公共卫生事件之下，感染防护产品需求迫切，客户会采取预付款形式订货，之后在今年初市场需求急转直下，公司主动退掉了一些预收账款；第二，公司去年业绩增速较快，应交所得税在今年上半年缴纳，对现金流有一定影响；第三，因为去年三四季度感染防护产品需求量大，公司对此采购了原材料，金额较大，这些应付账款在今年第一季度支付。

这三个因素加在一起，对今年上半年的经营性现金流产生显著影响，相信下半年经营性现金流会恢复到正常状态。

10. 如何看待最近的医疗反腐现象？对公司业绩是否有影响？

答：我们认为打击医疗反腐，有利于推动医疗行业实现高质量发展，对行业发展长期向好，对合规经营的企业也是利好的。国家此次行动反对的是套着学术推广外衣的医疗腐败，倡导合规的学术推广和会议，我们也坚信医疗反腐有助于推动医疗行业健康、高质量发展，正本清源，让医疗回归民生。

稳健医疗始终专注自身主业发展，一直以来规范经营，视合规为生命线，坚持“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”的经营原则，对腐败行为零容忍，对于业务经营和学术推广的合规进行严格管理，严格履行法律法规和廉洁自律要求，目前公司各项日常经营管理业务均有序开展。

【管理层总结】

在医疗业务方面，公司产品具有刚需、高频、广泛使用的特征，国内外市场空间都很大。纵观海外市场，经过数十年的发展，龙头非常集中，公司认为国内市场也会延续这样的趋势。而稳健医疗具有非常优秀的生产制造能力，再加上近年来品牌知名度和美誉度的提升，以及线上线下渠道的建设，

	<p>为提高市场占有率打下了非常坚实的基础。着眼未来，公司将努力提升生产制造、创新研发以及产业链管控等内生能力，同时积极寻找外延并购的机会，向着在医疗耗材领域遥遥领先、提供一站式医疗耗材解决方案的战略目标大步迈进。</p> <p>在健康生活消费品业务方面，全棉时代以舒适、健康、环保的材料、高粘性的客群、过硬的产品品质形成了差异化的竞争优势，尤其是经过了过去三年宏观环境的大挑战，公司通过优化门店面积、调整产品结构、降本增效等措施，不断提高自生的经营能力。因此 2023 年上半年全棉时代的盈利能力在显著提升。未来，全棉时代将继续聚焦场景，积极开拓国内外线上线下载渠道，促进更多消费者使用物美价廉的产品，减少环境污染，回归自然的生活方式。</p>
附件清单（如有）	
日期	2023/8/21