

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：

投资者关系活动类别	<input checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中欧基金、建信理财、华商基金、安信基金、交银施罗德基金、凯丰投资、摩根士丹利华鑫基金……等多家机构
时间	2020/9/24、25
地点	深圳龙华稳健工业园
上市公司接待人员姓名	方修元、陈惠选
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>基本情况介绍：</b></p> <p><b>公司基本情况：</b>公司是一家以“棉”为核心，通过“winner 稳健医疗”及“Purcotton 全棉时代”两大品牌实现医疗及消费板块协同发展的医疗健康企业。</p> <p><b>主营业务介绍：</b>公司致力于打造以“棉”为核心的医疗健康事业，已完成覆盖医疗及消费两大板块的大健康产品体系的初步构建，已建立起健康现代新生活方式的产品族群，满足消费者多场景、系统化、医用及家用的健康需求。公司始终坚守“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，通过深耕以可再生、可持续发展的“棉”为核心的大健康业务，践行“全棉改变世界”的愿景。</p>

**疫情期间情况：**自我国发生新型冠状病毒疫情以来，公司生产的 N95 口罩及医用口罩、防护服、酒精消毒棉片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。从 2020 年 1 月 1 日至 5 月 31 日，公司合计向社会供应防护产品包括近 6 亿只口罩、近 650 万件防护服和手术衣。

发行人于 2020 年 6 月收到了国务院应对新型冠状病毒肺炎疫情联防联控机制医疗物资保障组的感谢信，感谢发行人“为打赢疫情防控阻击战作出了重要贡献”。此外，发行人及四家子公司黄冈稳健、崇阳稳健、武汉稳健、嘉鱼稳健于 2020 年 4 月分别收到了湖北省新型冠状病毒感染肺炎疫情防控指挥部的感谢信，感谢公司“为打赢疫情防控阻击战、歼灭战作出积极重要贡献”。

**问答环节：**

**Q：公司起名的原因？为什么会拥有这些品牌（稳健医疗、全棉时代）**

**A：**稳健其实成立于 1991 年，招股书披露的 2000 年，是因为将珠海公司注销以后搬至深圳。1991 年取名为“winner”，是因为三十年前出口的医疗产品不被国际人士看好，觉得品质不好，我们就立下誓言，打造中国品牌、制造和质量，所以取名“winner”。通过 10 年努力，取得一定成就，在中国该方面的生产制造中争得一席之地，推动中国在世界医用敷料领域内立足。取名“稳健”，希望可持续、健康发展，稳稳当当，健健康康。

取名“全棉时代”，由来是这样的。对于医用敷料来说，最大痛点是纱线头，如果处理不好会造成伤口感染。在当时，全行业没有很完美的解决方案，所以我们投入资金于研发与

创新新产品中，用全棉无水刺技术，去替代无纺布、纱布、塑料。但是这个过程持续时间很长，因为医疗器械需要建立行业标准、产品认证，需要漫长时间才能实现市场化。而且，在当时，我们已经花了数年时间研发和大量资金去组建生产线，但仍需 3-5 年才可能达成我们想达到的目标。正因如此，所以我们想要将该技术应用到民用领域，进一步拓展市场，将我们的好产品带给更多的消费者。在当时，我们看到很多消费者专门跑去香港购买卫生用品、奶粉等产品，这个现象，我们认为是一个发展的机会，开始尝试将医疗产品切入到生活用品。“全棉时代”定位舒适、环保、健康。我们希望尽我们企业的一点微薄之力，为环保做贡献，为消费者带来更好的产品，回馈消费者，回馈社会。同时，努力持续创新，研发出更好的产品，践行企业社会责任。

**Q: 那中美贸易战对您公司该方面经营会造成什么样的影响呢？**

**A:** 中美贸易战加关税，对棉花进口有一定影响。在此情况下，我们对国内棉花如新疆棉的需求增大。不仅带来环保帮助（对棉花需求增加，导致棉花种植、绿化需求增加，对环保带来益处）还促进内需增长，对经济增长也带来一定帮助；不过，中美贸易战对我们出口医用产品、防疫物资有一定影响，但影响不大。

**Q: 全棉时代的口罩销售方面，是如何进行计算？疫情期间销售情况？**

**A:** 通过全棉时代销售渠道进行销售的，销售收入是计算入全棉时代单体报表的；疫情初期全棉时代的口罩销量有所增加，目前销量较为平稳。在疫情期间，无论任何渠道的口罩，都是优先供应紧缺的医院，自己的所有门店停止售卖。

同时，如之前所公开的公告一样，所有渠道不允许私自涨价销售，践行社会价值大于企业价值，同时坚守质量优先于利润，尽全力为医护人员提供该类防疫用品。尽我们的一份力，尽全体稳健人的一份力，为在一线拼命的医护人员，一同拼我们的命，一起战疫。

**Q:** 医用敷料方面有人仿稳健的相关专利及技术吗？

**A:** 暂无。如果存在，我们也会再研发方面加大力度，并且已经在逐步加大研发投入了，就是为了给消费者带来更好的产品及体验。

**Q:** 请问贵公司是如何看待线下门店与线上销售的关系，能介绍一下吗？未来的开店计划？

**A:** 线下门店与线上门店相结合进行销售，是我们产品销售中不可缺少的“基石”。在线下门店中，许多可能以前未曾听过我们品牌的消费者，会因为对我们的产品好奇或者因为逛街的兴致到了，就进入我们门店体验我们的产品。在这个过程中，不能把门店单独看作一个销售的“点”，而应该看为整个产品销售环节中的一个重要的“环”。正是有了线下门店去吸引潜在客户、消费者进来体验我们产品，喜欢上我们产品后，将其部分转化为我们的消费者，无论线上还是线下渠道下单，都是实实在在转化为了销售额。所以，在整体环节中，这是一个良性循环。当然，对于部分亏损较大的门店，我们会考虑进行闭店、大门店改小门店或装修升级等多种方式，进一步扩张我们的销售额。

同时，这个问题问的好的地方在于，我们的开店计划。因为疫情原因，许多以前在商场中占有“黄金一楼”，即人流量大且店面明显的黄金店面位置，可能退出经营，带来很多的入驻机会，而这部分机会在以往是十分难获得的。这个市

	场空间，十分之大。同时，作为引流门店，对地产的话语权更大了。还有，我们资金充裕，是一个很好的发力支撑。
附件清单（如有）	
日期	2020/9/24、25