

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：2021-002

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	共计 151 位投资者（排名不分先后），详见附表
时间	2021 年 2 月 19 日
地点	总部会议室
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理、财务总监：方修元
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 公司业务回顾及介绍</p> <p>2020 年，全棉时代品牌和稳健医疗品牌都得到了快速发展，特别是医疗业务，披露的年报业绩预告数据显示，2020 年销售收入预计 115 亿至 135 亿，净利润预计盈利 36.5 亿至 39.5 亿，相比 2019 年实现了高速增长。医疗业务的高速发展，主要是因为疫情因素推动整个行业的发展，从而推动了整个公司的发展。</p> <p>医疗板块业务，我们从医用敷料业务起家，但现在医用敷料业务占比逐渐减少，大部分是医疗后台业务。医疗后台业务主要包括手术室耗材、感染防控体系产品，家庭护理用品，医院和家庭消毒清洁产品，产品种类繁多。所</p>

提供的面向医院的一站式采购防护护理产品，最大的特点是每天都有需求；面向家庭和日常消费者的一站式医疗防护护理一次性产品，也具有刚性需求的特点。另一个特点是，产品都属于一次性消耗品、单价相对较低、消耗较快。

对于这类产品，大家可能认为 2020 年疫情带来的最大好处是有力促进了口罩等防护产品销量的大幅增长，但实际上不止如此。它为医疗领域和本公司带来了如下变化：

首先，稳健医疗品牌得到了前所未有的医护人员的认可和曝光。品牌的知名度、美誉度和声誉都得到了大幅提高。

第二，渠道大幅增长，境内的医院、连锁药店，海外的政府机构和连锁药店都实现大幅增长。

第三，借助疫情，手术包等清洁用品通过口罩、防护服切入医院，其他产品也顺理成章进入了相应的渠道和连锁店。

第四，行业发生了前所未有的变化，过去政府和投资者对这个行业都不了解与重视，但是这次疫情催生了对行业前所未有的重视和投入。

第五，过去中国医院的医疗后台使用的一次性产品占比约为 10%-20%，国外达到 70-80%。国内医院对一次性用品大量重复使用，每个医院里面都有消毒灭菌中心，通过洗涤、消毒、灭菌，对一次性医疗产品再回收利用。这次疫情之后，很多的医院都会将过去的消毒灭菌中心逐步淘汰，使用一次性的耗材。疫情之后的一次性耗材将更多地应用在医疗领域，因为它使用方便、能减少手术感染，并且更符合灭菌中心的环保要求，政府对环保的要求也会越来越严。综上，这导致一次性耗材使用占比会越来越高，这对医疗用品行业而言是一个极好的发展机会。

此外，在医疗领域有几个变化趋势，第一个变化趋势

是，我们电商业务占比大幅增长。2021年，电商业务依然作为一个很大的增长渠道。第二个变化趋势是，连锁药店的增长，这是由于我们这几年每年都在布局更多的家庭护理产品，其得到了一个市场效应。在医疗领域里面的电商和连锁药店，也就是说面对普通消费者的C端产品大幅增长。同时我们的产品线也布局了更多，增加了比如说老年病的病患在家长期卧床所需产品、医疗美容类的产品、手术室中的清洁类产品，以及为医院提供一站式的防护清洁护理产品等，产品种类繁多。

全棉时代业务，在疫情之下，2020年保持一定增长，其中主要是电子商务的增长。2021年，我们将在线下增加门店，拓展步伐。同时，数字化转型也为门店做了更多的赋能，2021年门店会得到快速发展。门店面积也做了调整，从过去的100多平方米到500多平方米再到1000多平方米，在2020年做了一些调整之后，现在主要开发的都是500平方米左右的门店，这些门店是全棉时代销售的主力门店。另外，小程序销售也会大幅增长，小程序方面，通过多种方式，包括门店的引流，异业联盟以及各种推广，使得小程序的用户活跃量、毛利率和净利率在各个渠道中表现很好。

我们非常看好医疗板块和消费板块的发展，未来这两块业务的发展是并驾齐驱的。

二、 问答环节：

1、如何将消费者需求转化为产品？

答：公司有研发部门，从产品研发到社会研发和工艺

技术研发。研发部门每年都有指标，第一是，行业标准，要拿下多少个行业标准；第二是发明专利，要申请多少发明专利；第三是，新产品销售占比，包括新品数量、新品销售占比等各种指标。公司所预算大量投资研发，包括人才的引进、研发设备、检验设备，工艺技术方面。公司在行业中进行大量的学术创新和研发，推动了整个行业的标准升级和改造。公司未来的长远发展，始终以产品领先，并确定创新中的六大洞见，如实用性，解决用户痛点，体验感等。

2、全棉无纺布相对于化纤布、生活用纸的优势？

答：纯棉无纺布代替生活用纸和化纤无纺布，是未来的趋势，公司将在这个行业中不断投资于创新和宣传。

首先，生活用纸价格便宜但沾水易破，部分产品中含有很多荧光和甲醛，易污染环境。使用回收纸箱和二次回收纸制作的生活用纸，容易大量使用荧光漂白剂，在生产环节容易产生大量污水。

其次，化纤是石油的附加产品，成本比棉柔巾低，最大的问题是容易致敏，表面比较光滑，不容易降解。

棉柔巾在实际使用中可以抵三张纸巾。棉柔巾不含荧光，对环境的污染和破坏最少。从生态资源，使用价值上，棉柔巾具有代替生活用纸的趋势。

3、全棉时代的新品推出计划？

答：全棉时代的产品定位是全棉全品类，每一个产品都有巨大的空间。公司之前进行了市场培育，让更多的用户使用棉柔巾，有巨大的市场空间。

公司在棉柔巾中开发了很多的规格品类，在纸巾价格上有不同定位，从纸巾大小、厚度和功能性上进行契合。在功能性上，有卸妆棉巾和洗面巾，公司将在氨基酸泡泡洗面巾等产品上进行升级。在婴儿尿裤上，公司不断的升

	<p>级改造，解决棉表面的痛点和技术难题。在 2021 年将会推出更多的尿裤新产品、包括老年用失禁产品，卫生巾的升级。这些目前是市场上的爆款产品。</p> <p>4、全棉时代面向 c 端产品的定价机制？</p> <p>答：与竞品相比，因为棉花质量更高和公司品牌定位，定在中上端价位。公司开展活动会有一些折扣和活动流程，公司在新产品，如产品的升级包括厚度、大小和包装上来实现价格差异化。同样的 SKU 公司不轻易提价，公司产品会升级换代，淘汰部分产品。</p> <p>5、公司两大业务在产品端的竞争优势？</p> <p>答：稳健医疗和全棉时代如今与同行竞争最大的不同在产品力上。公司的每一个产品在行业里面起到了一个标杆和推动的作用。</p> <p>接待过程中, 公司严格按照《信息披露管理制度》等规定, 保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平, 没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单（如有）	2021 年 2 月 19 日调研活动附件之与会清单
日期	2021/2/23