

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：2021-014

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（集体接待日）
参与单位名称及人员姓名	通过登录“全景·路演天下”网站（ <a href="http://rs.p5w.net/">http://rs.p5w.net/</a> ）或关注微信公众号：全景财经，参与公司本次投资者集体接待日活动的投资者
时间	2021/11/30
地点	全景·路演天下”网站（ <a href="http://rs.p5w.net/">http://rs.p5w.net/</a> ）或微信公众号：全景财经
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理、财务总监：方修元 副总经理、董事会秘书：陈惠选
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1.我是新冠病毒预防和治疗方面的专业工作者，也喜欢投资一点医疗方面的股票。依我的个人看法，这次的南非变种病毒由于在关键位点出现了大量的变异，而新冠病毒每一次的变异都是向坏的方向发展，所以我们全世界都必须严阵以待。作为医疗企业的先锋，稳健医疗应当加大生产和加强对全球 200 多个国家的营销。谢谢！</b></p> <p>答：感谢您的宝贵建议，公司秉承““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，疫情爆发以来公司持续扩大产能，产品也获得欧盟 CE 认证、</p>

美国 FDA 认证以及日本厚生省认证, 出口至欧美、日本等国家。

公司将结合市场实际需求情况, 抓住市场机遇, 谢谢。

**2.公司的竞争对手有哪些? 与 babycare 相比,公司的母婴产品种类和品控有哪些优势?**

答: 感谢投资者的关注。全棉时代始终坚持以全棉替代化纤、远离化学品刺激的革新性产品理念, 提供医疗级品质的健康生活消费品, 同时, 我们聚焦全棉材质, 提供以全棉为材料的健康、舒适、环保的高端全棉生活用品, 线上线下同步发展, 相较于很多友商以化纤材质、以及仅面向于母婴用品等模式, 全棉时代专注产品力和品牌力, 商业模式独特, 为用户和消费者带来更多高品质生活的选择。

**3.公司的库存周转情况如何?**

答: 2021 年上半年, 公司整体库存周转天数 133 天, 目前仍保持正常周转, 处于行业平均水平。

**4.全棉时代的线下实体店有多少家? 疫情对线下销售影响大吗?**

答: 截止 9 月末, 全棉时代存量门店 313 家 (其中直营门店 297 家, 加盟店 16 家)。全棉时代门店除了实现销售和盈利目的外, 还起到品牌宣传的做用。因店铺所处商圈及店铺面积大小, 自营门店实现盈利时间有所不同。疫情对线下销售影响较大, 但公司通过线上小程序等平台同步实现销售, 整体影响相对可控。

**5.公司的产品是否符合国际环保标准？公司有在环保方面做哪些有意义的改进和宣传？**

答：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。棉纤维具有十大突出的优点，包括天然、安全、舒适、可自然降解、高产出比、耐旱、耐盐碱、环保、历史悠久、社会价值巨大。全棉时代的愿景是“全棉改变世界”，将棉花“舒适、健康、环保”的特点应用到家居和家庭护理方面，帮助人们提高生活品质，把“幸福感、安心和可持续”带给消费者。全棉时代坚持“一朵棉花、一种纤维”的经营方向，坚持开发可循环、可再生资源，用天然纤维逐步替代化学纤维，走可持续发展道路，充分发挥出棉纤维的使用价值和环保价值。从 2009 年第一张棉柔巾在全棉时代诞生以来，公司累计售出超过 1300 万件全棉服装和床品、超过 215 亿张棉柔巾、超过 680 万个无纺布环保购物袋，相当于减少了数万吨的化纤使用及排放，也相当于保护了数万颗树木免遭砍伐，这是对环境友好的发展创新。

**6.公司的母婴系列清洁产品有云柔巾吗？云柔巾的需求市场不低于婴儿湿巾和棉柔巾呢。**

答：全棉时代棉柔巾使用天然优质棉花加工而成，无化学成份添加，可降解，亲肤无刺激。广泛用于洁面、清洁等，使用场景极其丰富，市场空间巨大。

**7.2020 年公司净利润 38 亿，远远高于 2019 年、2018 年，**

**请问是因为什么原因？2021年还能保持这种增长幅度吗？**

答：2020年净利润的高速增长主要来源于疫情产品的高需求，该高速增长不可持续。2021年疫情产品的售价已恢复正常水平，公司未来净利润将保持稳定增长。

**8.公司从2018年至2021年净利润持续增长，请问公司这种增长是可持续的吗？**

答：2020年净利润的高速增长主要来源于疫情产品的高需求，该高速增长不可持续。2021年疫情产品的售价已恢复正常水平，公司未来净利润将保持稳定增长。

**9.公司下游客户主要有哪些？是否存在下游客户较为集中的风险？**

答：医疗板块公司下游客户包括境内外医院、药店及电商等渠道，消费板块包括自营与加盟门店及便利店超市、传统电商、兴趣电商、小程序等渠道。公司前五大客户占比较小，不存在下游客户较为集中的风险。

**10.请问公司2021年上半年业绩是否达到预期指标？预计全年经营目标能顺利完成吗？**

答：2021年上半年，公司实现销售40.6亿，较2019年上半年增长93.1%；实现归母净利润7.6亿，较2019年上半年增长2.3倍；2021年全年业绩将以具体公告为准。

**11.公司的产品是全渠道销售吗？主要大客户有哪些？**

答：公司在医疗板块和消费板块线上线下、全渠道、2B 2C、

直营经销兼具。医疗板块在国外市场上服务的大客户包括世界知名医疗用品公司瑞典墨尼克、德国罗曼、德国保赫曼等；消费板块在客户拓展上，全棉时代棉柔巾、奈丝公主系列卫生巾等核心产品成功进驻连锁超市、连锁便利店及线下母婴门店和社区等，如华润万家、Ole’精品超市、永辉超市、山姆会员店、沃尔玛等主流连锁超市。

### **12.公司尿不湿产品销量怎样？**

答：感谢投资者的关注！首先，尿不湿产品是作为公司重点核心单品进行规划的，近几年公司也引入了先进技术对该产品进行技术升级，技术升级后的新品将于 2022 年元旦左右上市，目前尿不湿产品的销售规模在公司占比还较小。

### **13.公司在疫情期间切入口罩、防护服市场，目前这一市场已经很拥挤，公司的口罩产品等毛利如何？**

答：您好！稳健医疗的口罩和防护服的产品质量、口碑均得到市场高度认可，疫情之后，较大一批不符合医疗器械生产标准的厂家已相继退出市场，这对稳健医疗来说是有利的；稳健医疗的疾控防护类产品毛利率高于医疗产品的平均毛利率。

### **14.公司未来几年的业绩成长点是什么？**

答：您好！在新冠肺炎疫情发生之后，国家、医院和民众对医疗卫生的要求提高到前所未有的高度，医用耗材行业打开了广阔的市场空间。1) 从国家而言：国家对医用耗材质量严格监管，各个级别的商检，交叉飞检频繁，优胜劣汰，对我们

头部企业而言是利好的。2) 医院:国内一次性医用耗材、手术室耗材国内普及率不高,渗透率约 20-30%,而国外发达国家是 80-90%。疫情后,医院对卫生要求更高,非常有希望提高一次性耗材使用率。3) 民众:已经养成戴口罩的习惯,总体需求比疫情前大幅增加。因此,医用耗材行业将迎来大发展。

其次,随着我国居民的品质生活及健康生活意识逐步增强,对有品牌,重质量的消费者来说,全棉时代“医疗背景、全棉理念、品质基因”核心价值符合消费者需求,全棉时代倡导的“全棉替代化纤”的理念符合社会可持续发展趋势。

**15.公司的原材料采购主要是哪几种?是否有自己的棉花基地?**

答:公司主要原材料采购有棉花、棉纱、医疗纱布、医用无纺布、服装面料;目前公司没有棉花基地,谢谢。

**16.公司目前的产能能达到多少?产品更新换代周期多长?**

答:公司产品线较多,以主要产品口罩和全棉水刺无纺布为例,截至 2020 年底,口罩年产能已达到 36 亿只,全棉水刺无纺布 5000 吨以上,并具有灵活的产能新增或配置能力;产品更新换代周期将根据市场需求灵活调整。

**17.公司在行业的地位如何?目前的市场占有率是多少?**

答:公司业务分为医疗器械和消费品业务两大类,医疗器械业务方面,市场较为分散且市场空间较大,公司具有较高的

份额提升空间，在出口业务方面公司处于行业前三，在国内市场则份额处于领先地位；消费品业务方面，公司商业模式为全棉全品类全渠道的线上线下同步发展，属于较为独特的商业模式，每个品类具有较大的发展空间，特别是公司在棉柔巾领域具有领先的技术优势，公司秉承棉柔巾代替纸巾的愿景，市场份额遥遥领先同行。

**18.请问目前公司分别有多少家全棉时代、津梁生活实体店？根据以往情况，全棉时代自营店需要多久才能盈利？今年津梁生活可以盈利吗？有顾客说全棉时代的东西打完折还是很贵，请问贵公司什么看法？**

答：截止9月末，全棉时代存量门店313家（其中直营门店297家，加盟店16家），津梁生活10家。全棉时代门店除了实现销售和盈利目的外，还起到品牌宣传的做用。因店铺所处商圈及店铺面积大小，自营门店实现盈利时间有所不同。津梁生活目前依然处在市场培育期。全棉时代的竞争优势是“全棉理念、医疗背景、品质基因”，宣导全棉的生活方式，产品具有高性价比。

**19.2019年双116个多亿，2020年双11全棉时代全网营收6.6亿，为什么今年双11才6.7亿？业绩基本增长，请问是什么原因呢？**

答：感谢您的提问。针对此问题，首先，今年双十一期间相较于前些年在消费者的影响力下降，传统电商平台流量分

散，再加上日常大促较多，消费者趋于理性；与此同时，公司更注重日常的销售和促销活动，在全年的日常活动与促销更为多样化、特色化，增加了用户黏性，对双十一这一节日的依赖程度明显下降。

**20.公司本年口罩海外业务开展情况是怎样的？是否达预期？**

答：您好！全球口罩销售价格现已回归到正常状态，目前正常开展中。

**21.请问厂区搬迁的补偿款，总额是多少？已支付多少，谢谢。**

答：您好！2017年4月6日，本公司与深圳市星河房地产开发有限公司（以下简称“星河地产”）签订《稳健工业园城市更新项目合作协议》，拟将深圳市龙华区稳健工业园申报及实施拆除重建类城市更新改造，补偿款合计四个亿，截止目前，星河地产已经按照协议约定向本公司支付了第一笔5,000万元人民币的保证金和第二笔1亿元人民币的预付拆迁补偿款。该项目已于2019年9月进行公示，2019年12月完成项目立项，目前处于专项规划阶段。后续将按照政府规定流程推进，具体进度将以政府批复为准。

**22.公司今年双11怎么样？**

答：2020年双11公司销量为6.6亿元，2021年双11公司销量为6.7亿元。



**23.津梁生活的自有产品目前只有一款，公司有计划扩展产品品类吗？**

答：感谢投资者的提问。津梁生活自有产品包括小黄姜系列（小黄姜洗发水，小黄姜护发素，小黄姜洗手液，小黄姜沐浴露，小黄姜头皮按摩膏，小黄姜泡脚球）、玻尿酸冻干面膜系列（具备修复补水效果的玻尿酸二裂酵母冻干锁鲜膜，具备亮白焕颜效果的玻尿酸烟酰胺冻干锁鲜膜），公司也正在积极开发更多美丽健康的创新性产品，其中医用重组III型人源化胶原蛋白修复贴的医美面膜预计 2022 年 1 月份上线。

**24.公司上市募集资金所开展的项目有哪些？何时投产？对业绩有多大助力？**

答：您好！目前公司募投项目有六个，分别为高端敷料生产线建设项目、营销网络建设项目、研发中心建设项目、数字化管理系统项目、武汉稳健二期项目和嘉鱼科技园等项目，前述项目投资总额为 30.65 亿元。截至 2021 年 6 月 30 日，公司募投项目合计投入金额 11.07 亿元。公司募投项目实施完成后将促进公司在高端敷料等领域的布局，同时通过数字化管理系统等项目等提升公司营运效率和数字化水平！

**25 公司有没有考虑培育自己的网红主播？我看格力力捧孟羽童做主播的思路就挺好！**

答：随着兴趣电商模式的兴起，公司积极布局直播渠道，通过建设内部直播团队、与外部知名主播合作等模式开展，作

为公司目前现有渠道的积极补充，属于公司未来发展方向之一。目前，公司在直播渠道的收入已取得较高的增速。

**26 公司股票走得这么差，给股东发点购物券竟然还设有效期，联系客服说向上反映会联系我，为什么没有客服联系？公司准备线下开店，这么管理客服的吗？**

答：公司股价受市场多方面因素共同影响。在“上市一周年感恩股东活动”中，为了保证股东尽快使用获赠的全棉时代“棉棉卡”，公司设置了有效期的规则，并在活动通知中对该信息进行了提示。公司高度重视消费者的用户体验，通过众多举措不断提高客服团队的服务质量，以提升消费者的用户体验。

**27.对全棉时代有具体的发展目标吗？比如营业收入的增长目标，目前公司计划使用什么手段及方法去发展全棉时代？**

答：全棉时代每年都会制定发展目标，通过聚焦爆品，丰富渠道，宣传全棉全品类的生活方式，传播“舒适、健康、环保”的产品理念！

**28.稳健医疗高估了么，回购价只会 80 以下购买吧**

答：您好！根据董事会审议通过的《回购报告书》，回购价格以市场价格为基准，拟回购价格上限为 116 元/股。管理层对公司发展充满信心！

**29.请问贵公司股价一年来单边下行，公司管理层面有什么看法和想法？**

答：您好！股价受市场等多方面的影响，公司管理层对公

	司发展充满信心，我们会努力做好业绩回馈广大投资者！
附件清单(如有)	无
日期	2021/11/30