

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：2022-02

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	来自广发基金、华夏基金、博时基金、淡水泉投资、安联投资等 102 名投资者，名单详见附件（排名不分先后）。
时间	2022/2/8
地点	公司总部会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：陈惠选 证券事务代表：刘燕香
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、问答环节：</p> <p>1： 2021 年度全棉时代销售收入 13.73%至 19.42%的同比增长，剔除口罩产品后，同比增长 22.69%至 28.98%，是如何贡献的？</p> <p>答：①2021 年得益于国内疫情总体得到有效控制，公司线下门店数量稳步增长，消费者购物需求得到释放，收入同比增长约 30%；②2021 年公司搭建的微信小程序、官网等自有电商平台取得良好成效，收入同比增长约 40%；③KA 渠道在 2021 年度也取得了非常不错的成效。</p> <p>2： 医疗板块 2021 年度各渠道情况？</p> <p>答：2021 年全球各地医用防护产品产能大幅增长，销售价格逐步回归常态，境外出口销售收入下降约 70%。因公司在国内的品牌知名度和渠道覆盖数量提升，国内医院销售收入增</p>

长约 10%，电子商务销售收入增长约 55%。

3：今天也看到相关的一些监管机构出来对棉柔巾的定义和质量管控是越来越严，可不可以从产业的角度去分析一下，这个棉柔巾市场未来的趋势是怎么样，我们的产品力是不是有更明显的突出？

答：深圳市消委会和哈尔滨市消费者权益保护中心提醒，消费者在选购和使用棉柔巾产品时需要注意查看产品材质标识与销售页面的宣称，根据自己的需求选择合适材质的棉柔巾产品；水刺无纺布或植物纤维不一定等于纯棉。

棉柔巾市场规模在不断提升，棉柔巾的使用场景十分丰富，一个是可以替代纸巾，另外可以替代毛巾等，所以受到市消协的重视，另外去年全棉时代作为第一起草单位参与制定柔巾国家标准，后面所有新出产品都要注明纤维成分含量，这对市场是非常好的事情。有市场监督管理局和消协的重视，对消费者教育来说会更加的快捷和有效。

4：关于净利润的情况，2021 年受原材料和海运价格的影响，展望 2022，如何消化这些影响？

答：2021 年防疫产品波动对我们销售影响比较大，目前价格趋于稳定。平面口罩等产品未来会是常规品，我们会努力实现量的提升。净利润方面，第一，根据会计准则，2021 年股权激励费用计提的 8000 万是针对 2022 年的业绩而不是对 2021 年的业绩，2022 年依然会继续计提，费用会比 2021 年多一些，但不会多很多。第二，我们可以看到整个原辅材料的成本上涨是在去年 Q1-Q4，2022 年 Q1 对我们净利润还会有些影响，我们的措施是：一、医疗板块提价，大概 Q1 会有体现，但这个传导会比较慢；二、全棉时代提高毛利率，这个传导相对比较快。第三，海运费的上升我们的解决方案是与一些大的航运公司战略合作，海运费相对市场会低一些。

5：我们看到公司的现金是非常充裕的，也看到公司去做

了红土创投的 LP，想问下公司未来在外延层面的战略考虑。

答：目前公司现金充裕，我们有 6 大募投项目，包括产业链上游生产端、研发端、产品端、渠道端的拓展。另外，我们会做外延发展，尤其在医疗端，补充产品和市场，上市后这两年我们在看项目，各项目处于不同阶段，会根据实际情况公布并购进展。我们的并购以主业为主，不会超过公司经营范围。投资者的钱会用的更高效，1 亿投入到深创投做 LP，进行医疗、生物、材料相关的投资，有合适的我们会进行深度交流，进一步外延发展。

6：稳健医疗敷料代工业务，行业的升级趋势明显，竞争格局和其发展情况如何？

答：全球医用敷料产品如纱布类、棉等以中国最具竞争优势、出口占比最大，真正的竞争为国内生产和销售企业。产品升级在：一、纱布片垫球相对传统，使用习惯相对稳定，他的升级在于胶黏类的敷料。二、组合包和手术耗材，发达国家用一次性手术室组合包较多，发展中国家也需要升级换代的过程。三、高端敷料随着技术、注册证和产品系列完善、生产水平提升，中国在此领域的竞争优势逐步体现。

7：医院方面的打法如何？如何进行差异化竞争？

答：国内医院将继续提升覆盖率，通过学术推广，比如，稳健学院邀请北京感控领域专家进行讲课和背书，传递专业度。高端医用敷料通过跟进临床、学术推广深入市场。另外，医用敷料也会逐步进入集采，我们认为集采对大企业来说是好事，低值耗材的集采目的不是降价，而是规范市场。我们通过高端制造、智能制造降低成本。

8：国内医疗端的新品有哪些？

答：推出的新品如疤痕贴等既可以医用也可以民用，还有口腔护理等，官方旗舰店和小程序上都能看到新品上线。

9：全棉时代线下做了渠道调整，近两月来看的调整状况

	<p>如何，大店、小店的月销售额能否拆分一下？</p> <p>答：整体通过门店面积和 location 的不断调整、SKU 缩减、产品设计和包装调整，1 月份线下销售符合预期。</p> <p>总结：2020、2021 年是稳健医疗不同寻常的两年，受疫情影响，稳健医疗跟全棉时代两大板块经历了业绩此消彼长的过程，但是稳健医疗收入和利润比疫情前均有翻番，2020、2021 年品牌和渠道得到打开。去年底我们做了战略规划，对业务不断总结、抓住机遇、持续改善不足之处。2022 年开始，干扰因素减少，注重修炼内功，我们认为稳健医疗值得大家期待。</p>
附件清单(如有)	2022 年 2 月 8 日调研活动附件之与会清单
日期	2022/2/9