

证券代码：300888
046

证券简称：稳健医疗

公告编号：2022-

稳健医疗用品股份有限公司 2022 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	稳健医疗	股票代码	300888
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈惠选	刘燕香、张衡	
电话	0755-28066858	0755-28066858	
办公地址	深圳市龙华区民治街道北站社区汇隆商务中心 2 号楼 42 层	深圳市龙华区民治街道北站社区汇隆商务中心 2 号楼 42 层	
电子信箱	investor@winnermedical.com	investor@winnermedical.com	

2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	5,157,944,495.72 ^{注1}	4,059,865,654.92	27.05%

归属于上市公司股东的净利润（元）	892,823,503.14	761,038,730.24	17.32%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	820,558,767.23	627,255,609.19	30.82%
经营活动产生的现金流量净额（元）	801,150,899.38	197,604,865.77	305.43% ^{注2}
基本每股收益（元/股）	2.1193	1.7844	18.77%
稀释每股收益（元/股）	2.1193	1.7715	19.63%
加权平均净资产收益率	8.17%	7.06%	1.11%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	15,522,494,964.51	13,266,610,200.37	17.00%
归属于上市公司股东的净资产（元）	10,991,151,831.97	10,674,912,166.80	2.96%

注 1：本报告期收入含新并购业务隆泰医疗 5-6 月合并口径营业收入 8,619.12 万元，隆泰医疗购买日为 2022 年 4 月 30 日；

注 2：本报告期经营活动产生的现金流量净额较去年上涨 305.43% 的原因主要系：（1）2020 年公司对防护产品采取预收 100% 的信用政策，在 2021 年上半年公司针对防护产品的信用政策已恢复至正常水平（2）2020 年度业绩较好，导致 2021 年上半年汇算清缴后支付的各项税费较多。

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	30,264	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0	
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
稳健集团有限公司	境外法人	68.10%	290,438,848	290,438,848		
北京红杉信远股权投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	6.61%	28,183,253	0		
厦门乐源投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.97%	16,951,998	0		
厦门裕彤投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.89%	8,071,363	0		
深圳市创新投资集团有限公司	国有法人	1.55%	6,601,608	0		
厦门慧康投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.14%	4,883,062	0		

厦门泽鹏投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.58%	2,471,488	0		
兴业银行股份有限公司－兴全新视野灵活配置定期开放混合型发起式证券投资基金	其他	0.30%	1,275,682	0		
中国光大银行股份有限公司－兴全商业模式优选混合型证券投资基金(LOF)	其他	0.29%	1,223,740	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	0.26%	1,097,333	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	无					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无					

公司是否具有表决权差异安排

是 否

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

(一) 经营业绩概况

报告期，面对新冠疫情反复和外部经济环境变化给经营业务所带来的严峻挑战，公司进一步明晰战略规划，坚定品牌发展战略，聚焦经营计划目标，2022年上半年度，公司实现主营业务收入51.1亿元，较上年同期增长27.4%。2022年上半年度，分业务板块方面，医疗板块今年上半年实现销售收入32.3亿元（其

中隆泰医疗贡献营业收入0.9亿元），同比增长45.3%，其中疾控防护产品同比增长53.9%、高端敷料产品同比增长超2.6倍、传统伤口护理与包扎产品同比增长27.5%。健康生活消费品板块虽然受疫情影响较大，但今年上半年仍实现销售收入18.8亿元，同比增长5.1%，其中线上渠道同比增长2.4%（官网、小程序等自有平台增长10.0%），线下渠道同比增长9.3%（商超渠道增长35.0%，线下门店增长4.8%）。报告期内，通过优化供应商及客户、精简SKU、完善人员结构等措施，公司降本增效战略举措取得初步成效，上半年销售费用率同比下降1.9个百分点，管理费用率同比下降1.3个百分点。公司实现归属于上市公司股东的净利润8.9亿元，较上年同期增长17.3%；实现扣除非经常性损益后的净利润8.2亿元，主要原因是主营业务取得较好增长且同期政府补助、理财收益等非经常性损益降低导致。

2022年第二季度，公司实现主营业务收入28.1亿元，较上年同期增长59.5%，实现归属于上市公司股东的净利润5.4亿元，较上年同期增长91.0%。2022年第二季度，分业务板块方面，医疗板块实现销售收入18.3亿元，较上年同期增长130.1%，主要原因是公司品牌知名度和美誉度持续提升，产品品类不断丰富。尤其国内渠道取得快速增长，其中医院渠道实现销售收入8.9亿元，同比增长470.8%；国内药店实现销售收入1.1亿元，同比增长128.9%；医疗电商实现销售收入2.3亿元，同比增长101.9%。截至2022年6月30日，医疗电商粉丝超过1000万，同比增长17.4%，会员复购率30.0%。健康生活消费品板块，虽然受新冠疫情影响导致部分门店无法正常营业和部分区域物流中断，但得益于多元化布局线上、线下渠道，多平台多渠道优势互补，健康生活消费品板块第二季度实现销售收入9.9亿元，较上年同期增长2.0%，其中线上渠道销售收入6.5亿元，同比增长4.4%，线下门店渠道受疫情影响同比下降2.6%。截至2022年6月30日，全棉时代全域会员人数近4000万，其中私域会员数量超1900万。

报告期内各渠道和各产品收入情况如下：

1、主要渠道主营业务收入情况

单位：万元

业务类型	渠道类型	2022 年上半年	2021 年上半年	同比变动	业绩同比变动原因
医用耗材	国内医院	159,467.75	59,701.88	167.11%	防护产品质量受到客户高度认可，在国内点状疫情发生的情况下，公司快速抓住市场机会，在医院渠道的收入取得较大增长
	国内药店	25,028.53	21,248.24	17.79%	主要是药店覆盖数量增加所致
	电子商务	46,158.81	35,272.19	30.86%	手套、口鼻腔、清洁消毒、高端敷料等产品大幅增长
	国内直销	22,083.97	5,799.87	280.77%	企事业单位和政府部门采购防护产品数量增加所致
	国外销售	70,541.63	100,469.44	-29.79%	海外市场在疫情防控放松，对防护产品需求下降

业务类型	渠道类型	2022 年上半年	2021 年上半年	同比变动	业绩同比变动原因
	小计	323,280.69	222,491.62	45.30%	/
健康生活消费品	电子商务	112,966.95	110,278.98	2.44%	无重大变化
	其中：（1）天猫、京东等第三方电商平台渠道	87,279.96	86,924.58	0.41%	无重大变化
	（2）官网、小程序等自有平台渠道	25,686.99	23,354.40	9.99%	通过私域内容运营和社群运营，提高用户转化率
	线下门店	56,866.34	54,263.42	4.80%	无重大变化
	商超渠道	14,332.75	10,617.06	35.00%	持续增加该渠道覆盖数量所致
	大客户	3,940.97	3,874.40	1.72%	无重大变化
	小计	188,107.01	179,033.86	5.07%	/
合计数	511,387.70	401,525.48	27.36%	/	

注1：2021年上半年国内直销包含国内全棉水刺无纺布销售收入4,080.04万元，国外销售包含国外全棉水刺无纺布销售收入5,755.21万元

注2：医用耗材业务“电子商务”渠道包含境内电商平台和跨境电商平台的销售。

注3：健康生活消费品业务包含全棉时代业务及津梁生活业务。

注4：健康生活消费品业务“线下门店”渠道的数据包含直营门店及加盟门店。

2、主要产品主营业务收入情况

单位：万元

业务类型	产品类型	2022 年上半年	2021 年上半年	同比变动	业绩同比变动原因
医用耗材	传统伤口护理与包扎产品	45,158.42	35,408.47	27.54%	外贸渠道新增客户和单价提升以及电商渠道实现稳定增长
	高端伤口敷料产品	16,044.93	4,374.06	266.82%	隆泰医疗贡献约 6700 万的销售；不含隆泰医疗仍增长约 113%，主要是公司通过拓宽销售渠道和新增客户等方式实现产品大幅增长
	手术室感染控制产品	21,940.54	22,804.66	-3.79%	疫情期间，接受手术的患者减少所致
	疾控防护产品	225,166.66	146,319.30	53.89%	国内点状疫情频发，市场对 N95 口罩和防护服的需求数量较去年同期大幅增长
	消毒清洁产品	14,970.14	13,585.13	10.20%	无重大变化
	小计	323,280.69	222,491.62	45.30%	/
健康生活消费品	棉柔巾	41,648.52	40,885.23	1.87%	无重大变化
	卫生巾	29,290.16	26,454.67	10.72%	同比增加系包装和产品面层升级和扩大销售渠道所致。对比往期该产品增速有所下降，主要是商超和便利店等主要销售渠道受疫情人流下降所致。

业务类型	产品类型	2022 年上半年	2021 年上半年	同比变动	业绩同比变动原因
	湿巾	7,928.06	9,019.84	-12.10%	无重大变化
	其他无纺消费品	22,350.95	22,693.78	-1.51%	无重大变化
	婴童用品	17,459.71	17,998.93	-3.00%	无重大变化
	婴童服饰	23,104.28	20,690.19	11.67%	主要系增加以故事主题系列呈现及产品颜值提升，同时增加线上渠道的营销投放
	成人服饰	30,774.83	27,451.73	12.11%	
	其他纺织消费品	15,550.51	13,839.49	12.36%	
	小计	188,107.01	179,033.86	5.07%	/
	合计数	511,387.70	401,525.48	27.36%	/

注 1：2021 年上半年传统伤口护理与包扎产品包含全棉水刺无纺布销售收入 9,835.25 万元

注 2：隆泰医疗购买日为 2022 年 4 月 30 日，其 5-6 月销售收入并入稳健医疗合并报表

（二）经营管理概况

报告期内，公司重点开展工作如下：

1、数字转型

为实现“以消费者为中心，以数字化和智能制造为驱动”的业务转型，落地“商品数字化运营、全渠道数字化运营、消费者数字化运营、智慧物流数字化运营和智能制造数字化运营五大数字化”战略，进一步交付了核心业务运营的数字化项目阶段落地，有效地推动集团全产业链自上而下来驱动和统领整体业务变革和创新。公司2022年上半年推进了以下数字化项目：（1）继续推进全品类商品数字运营能力升级：在商品全生命周期运营融通的基础上构建全维度商品量本利模型，通过算法引擎、机器学习等AI智能技术有效实现商品毛利及库存最优解。预测模型优化提升了商品、渠道、消费者匹配的精准度，通过算法自动配补货预测拉通产能平衡，自动建模生成好销要素标签，进一步提升整体商品运营能力。（2）将全域会员拉通进行全渠道整合营销运营，确保会员体验的一致性、提升会员的复购及转化。报告期内已经完成全域会员打通，下半年进一步推进CDP-MA营销云建设，致力于全面加速全渠道消费者数字运营能力。（3）推动全网仓智慧物流数字运营能力建设，致力于打造基于客户需求导向的集成化、智能化、可拓展、快速反应的主动型物流体系，通过新技术自主研发WMS&TMS系统，有效推动物流降低成本、提升效率及用户体验。目前在多仓库上线推广中，下半年将进一步推进升级。（4）加速推进全智造数字运营能力建设，运用行业先进解决方案，致力于打造绿色低碳的、敏捷的产业链生态灯塔工厂，行业领先的Win+工业互联网智造平台。基于新技术自主开发APS、MES、QMS、IOT等四大类应用赋能9大制造基

地提质及降本增效，目前已完成1.0版本开发测试与上线，届时将持续地提升综合竞争力。

2、研发创新

医用耗材领域，公司将重点开发核心基础材料在口罩、防护服等防疫产品上的应用，在疫情常态化为防疫人员及普通用户提供更好的产品体验，持续为用户创造更大的价值。高端医用敷料产品领域，公司将在湿性敷料产品上不断做升级迭代，上半年在胶黏产品配方，医用聚氨酯材料和高分子超吸水材料等核心原料工艺配方持续研发升级，目前部分材料已进入产品验证阶段，量产后可满足不同客户和不同市场的差异化定制需求。同时，公司也在加速布局国内外产品证件准入，为欧盟法规切换和国产替代进口提前做准备，今年上半年公司自主研发的抗菌纤维敷料获得了美国FDA批注，疤痕膏产品获得了国内II类医疗器械注册证，还有十几款高端敷料在CE、FDA和国内顺利注册中。依托医疗研发技术平台，公司产品研发布局由医用敷料耗材逐步拓宽到皮肤护理日用产品系列，并计划在未来几年重点打造系列具有生物活性功能的医美类产品，如面膜、膏霜等品类。

健康消费品领域，公司在行业首创宽幅针织液氨全棉面料，应用于床品套件，具有奢华质感，舒适亲肤；全棉防晒2.0的开发，不仅拥有UPF50+的超强防晒效果、良好的吸湿透气性能，而且升级了薄荷凉感功能；高弹纱布技术的开发，解决了纱布无弹，穿着束缚的问题，广泛应用于纯棉纱布类产品；同时，公司已启动全棉核心单品碳足迹认证，通过对棉柔巾、湿巾、纱布婴儿服、床品四件套、T恤碳足迹认证，可以定量核算产品的温室气体排放总量，方便识别产品生产过程中的改进重点，为产品可持续改善提供依据和方向，碳足迹认证的开展为实现全棉碳达峰碳中和目标迈出重要的一步。产学研合作方面，鉴于目前通过国家审定的棉种，更适合于纺织服装业使用，并不适用于无纺水刺棉生产使用，公司与华农联合成立棉花研究院，并聘任张献龙教授为全棉时代首席棉花科学家，开展棉花育种及水刺专用棉研发项目合作，目前（三亚）全棉时代1号海陆融杂交育种，4月份已在新疆扩繁种植；同时，公司与东华大学国家环境保护工程技术中心-纺织工业污染纺织，开展了纺织材料微塑料释放分析与检测项目，通过科学的试验，输出全棉材料与化纤材料的同类产品在使用过程中产生微纤维微塑料的对比数据，加强对消费者去塑化意识。

3、品牌建设

2022年上半年，稳健医疗持续巩固国民喜爱、医护信赖的品牌形象，通过有效手段不断提升品牌知名度和美誉度。报告期内，通过与多家权威媒体合作，创新形式，进一步扩大企业在行业端和消费者端的影响力。其中包括受深圳报业集团邀约，多家媒体走访企业进行高质量发展调研并刊发专题报道；受邀参与央视《对话》栏目、凤凰网《首席访谈》栏目等，讲述稳健医疗作为民族企业为社会创造价值的

品牌故事；联合《中国青年报》推出“共赴主场一起赢”冬奥健儿访谈广告片；联合《中国妇女报》与知名演员刘敏涛，发布《我的斜杠妈妈》公益主题片等，获得社会广泛讨论和好评。在品牌跨界方面，和卡姿兰、元气森林进行异业合作，扩大稳健医疗在“Z世代”和社交媒体平台的关注度。药店连锁方面，高考之际联合全国药店在各地展开超过70场“Winner考生加油站”线下活动，助力莘莘学子顺利赴考，获得大批师生和家长点赞。在专业学术领域，通过各级学术会议影响专业市场，并在5·12护士节举办关爱白衣天使公益活动，覆盖全国50余家医院，进一步加强与国内头部医院的交流合作。

全棉时代在品牌建设方面持续深化与消费者的沟通，通过代言人、原创优质内容打造、线下巡展及发布会等形式，持续向消费者传达“棉”具备的环保、可持续发展等多重优势，提升消费者对品牌的感知度和忠诚度。3月1日，全棉时代官宣前国家跳水队运动员、奥运冠军郭晶晶为品牌代言人，同时郭晶晶作为“安心守护大使”与全棉时代发起“一朵棉花的力量”公益行动；联合中国妇女报、新世相共同打造品牌原创人物记录系列片《她改变的》罗海香篇、水庆霞篇，通过代表时代精神的真实人物和故事，以高质量的原创内容，与消费者进行更深层次的情感沟通，建立精神和价值的链接，并形成品牌自有的内容IP；在“世界海洋日”到来之际，全棉时代举行“舍予共生”品牌发布会暨2021稳健医疗社会责任报告发布会，通过线上直播的方式，深度解读棉的环保价值，向消费者传递品牌可持续发展愿景。同时，与中国国家地理发起线下主题影像展落地深圳、成都，提升公众对环境保护、全棉时代品牌的关注。

4、外延并购

报告期内，公司秉持打造医用耗材一站式解决方案的战略，围绕着低值医用耗材领域开启了外延式并购，先后获得了隆泰医疗、湖南平安医械的控股权，以及桂林乳胶100%股权，进一步丰富了产品线，补充了产品短板，拓展了国内外业务渠道，完善了公司战略布局。

4月8日，公司使用自有资金7.3亿元获得隆泰医疗共计55%股权，隆泰医疗的主营业务为高端伤口敷料的研发、生产和销售，购买日为4月30日。隆泰医疗有着十余年优质客户的长期积累，拥有4张三类医疗器械注册证，21张二类医疗器械注册证，在国内高端伤口敷料企业中处于行业领先地位。2021年度实现营业收入3.5亿元，净利润8637.4万元，此次收购助力公司打造国内高端伤口敷料龙头地位，具有重要战略意义。

5月18日，公司合计出资7.5亿元持有湖南平安医械增资扩股后68.7%股权，购买日为7月1日。湖南平安医械的主营业务为注射器、输液器、采血管、采血针、留置针等医疗器械的研发、生产和销售，为中国驰名商标、国家级高新技术企业，2020年荣获“第二批专精特新小巨人企业”。2021年湖南平安医械实现营业收入3.6亿元，净利润8503.2万元。湖南平安医械拥有第三类和第二类医疗器械注册证的数量分别为

17个和19个，拥有各项专利证书24项，业务覆盖国内与海外市场，其中在湖南省医院市场拥有领先的市占率。此次收购填补了公司在注射穿刺领域的产品空白，助力公司成为国内医用耗材产品线最全面的企业之一。

6月6日，公司以自有资金4.5亿元获得桂林乳胶100%股权，购买日为6月30日。桂林乳胶的主营业务为医用乳胶外科手套、医用检查手套、乳胶避孕套的生产及销售。2021年桂林乳胶实现营业收入3.2亿元，净利润5085.4万元。桂林乳胶是乳胶外科手套、避孕套产品等4个国家标准与6个行业标准制定的参与者和引导者，拥有医疗器械注册证11个，各类专利证书35个，其中发明专利13项。桂林乳胶的医用乳胶外科手套在国内医院的品牌知名度、规模、质量皆领先，也是各种手术不可缺少的常规耗材，并能与公司手术室耗材与伤口护理等产品互相配搭，形成各种组合包，向医院用户提供一站式定制化解决方案，解决医院用户痛点。与此同时，桂林乳胶的避孕套产品将进入公司消费端渠道，丰富公司消费端产品线。

稳健医疗用品股份有限公司

二零二二年八月十八日