

Purcotton 全棉时代 *winner* 稳健医疗 PureH2B 津梁生活

# 卓越运营 高质量发展



稳健医疗 (股票代码: 300888)

## 2022年半年报业绩交流会

2022年8月 中国·深圳

A close-up photograph of a hand holding a cluster of four white cotton bolls. The bolls are fluffy and white, attached to a small stem. The hand is positioned at the top left, and the bolls are held against a light blue, textured fabric. The background is a blurred field of cotton plants under bright sunlight.

# 01 业绩综述

# 公司简介

## 30年发展

- 公司总部位于深圳，
- 三十年发展历程，
- 线上与线下协同，B2B与B2C同步发展  
医疗及消费协同发展的大健康企业。

## 3大品牌

winner  
稳健医疗

Purcotton  
全棉时代

PureH2B  
津梁生活

## 行业标杆

- 中国驰名商标
- 制造业全国单项冠军
- 抗击新冠疫情全国先进集体

## 业务规模

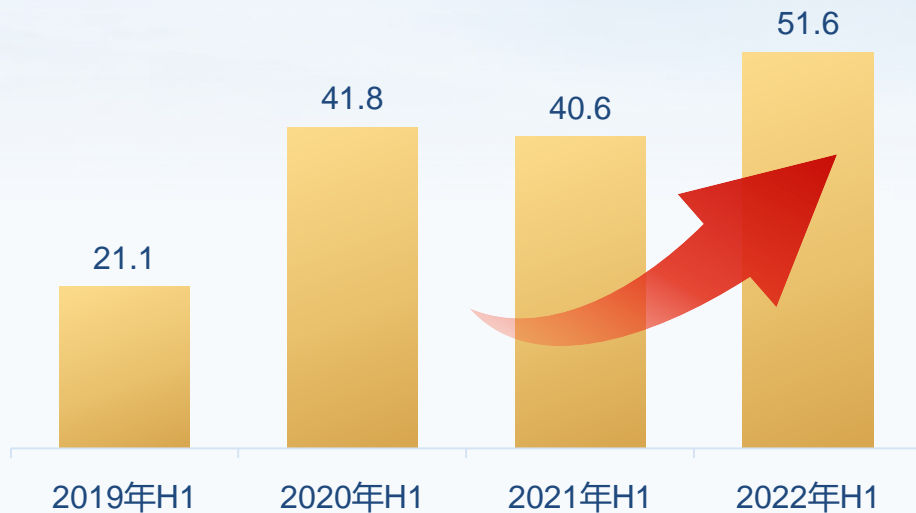
- 业务覆盖110个国家，27个城市设立分部
- 产品进入4000家医院和14万家药店，
- 医疗电商粉丝超过1000万人，  
全棉时代会员近4000万人。

# 规模持续增长，财务状况良好

人民币：亿元

## 营业收入

同比增长**27.1%**



## 归母净利润

同比增长**17.3%**;  
扣非后净利润同比  
增长**30.8%**



2022年H1营业收入和归母净利润双增长,主要是公司品牌知名度和美誉度持续提升,国内渠道取得快速增长,以及疫情反复,对疾控防护产品需求大增

2022年H1扣非净利润为8.2亿元同比增长**30.8%**的原因: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共同导致。

# 降本增效取得良好成效

人民币：万元

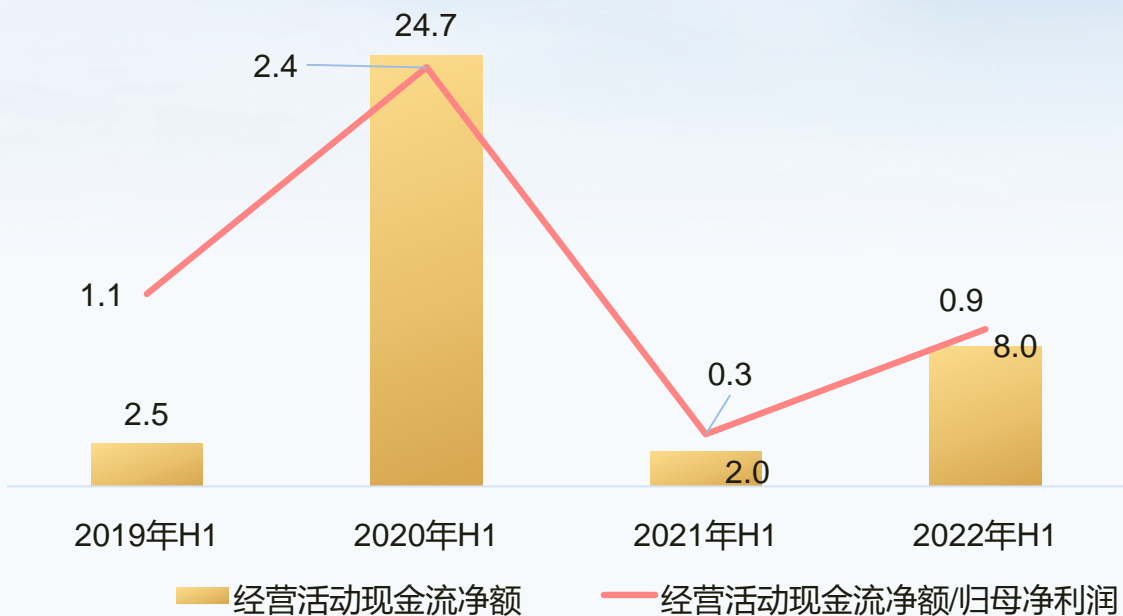
项目	2022年H1	2021年H1	增长额	增长比
销售费用	95,017	82,581	12,437	15.1%
管理费用	32,539	31,065	1,474	4.7%
研发费用	23,864	18,992	4,873	25.7%
财务费用	-7,362	-1,262	-6,100	483.5%
<b>销售费率</b>	<b>18.4%</b>	<b>20.3%</b>	<b>-1.9%</b>	/
<b>管理费率</b>	<b>6.3%</b>	<b>7.7%</b>	<b>-1.4%</b>	/
研发费率	4.6%	4.7%	-0.1%	/
<b>费率合计</b>	<b>29.3%</b>	<b>32.7%</b>	<b>-3.4%</b>	/

2022H1公司积极开展降本增效项目，严格控费均颇有成效，费率整体下降超过3个百分点

# 高质量的盈利水平

单位：亿元

## 经营活动产生的现金流净额



过去四年平均1.2

**2022年H1经营活动现金流净额同比上涨305.4%的原因：**

- 1、2020年疫情大爆发，公司产品供不应求，预收了客户大量货款，目前公司针对防护产品的信用政策已恢复至正常水平；
- 2、因2020年业绩良好，应付的各项税费较高，均在2021年支付。

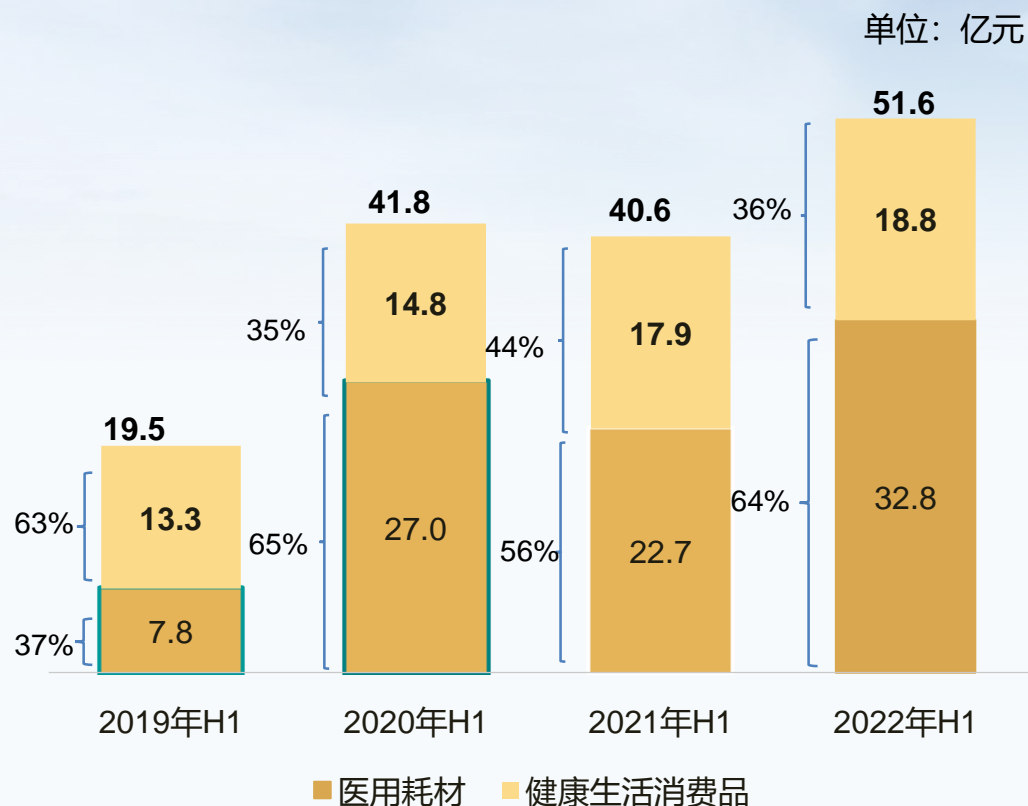
# 2022H1合并资产负债表 (万元)

主要项目	2022.06.30结构	2022.06.30	2021.12.31	增长比
货币资金	27.1%	421,367	427,394	-1.4%
交易性金融资产	17.6%	272,691	313,053	-12.9%
应收票据与应收账款	6.7%	103,253	78,549	31.5%
预付款项	2.7%	42,079	11,046	280.9%
<b>流动资产合计</b>	<b>68.6%</b>	<b>1,064,084</b>	<b>1,034,573</b>	<b>2.9%</b>
固定资产净额	12.4%	192,435	147,732	30.3%
在建工程	3.4%	53,176	21,610	146.1%
无形资产	5.1%	79,903	26,570	200.7%
商誉	3.8%	58,889		100.0%
<b>非流动资产合计</b>	<b>31.4%</b>	<b>488,166</b>	<b>292,088</b>	<b>67.1%</b>
<b>资产总计</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,552,249</b>	<b>1,300,225</b>	<b>19.4%</b>
短期借款	27%	114,148		-100.0%
应付票据与应付账款	27%	114,303	77,072	48.3%
递延所得税负债	1.9%	8,018	1,334	501.2%
<b>负债合计</b>	<b>100.0%</b>	<b>423,803</b>	<b>257,950</b>	<b>64.3%</b>
归属于母公司所有者权益	97.4%	1,099,115	1,067,491	3%
少数股东权益	2.6%	29,331	1,220	2,305.0%
所有者权益合计	100.0%	1,128,446	1,068,771	5.6%
<b>负债和所有者权益总计</b>		<b>1,552,249</b>	<b>1,326,661</b>	<b>17.0%</b>

## ◆ 2022.06.30 vs 2021.12.31:

- 1、预付账款增加主要是预付棉花款增加所致；
- 2、在建工程增加主要是基建工程及待安装设备增加所致；
- 3、无形资产增加主要是收购隆泰医疗及桂林乳胶评估增值所致（隆泰购买日为4月30日，桂林乳胶购买日为6月30日）；
- 4、商誉主要是非同一控制下企业合并隆泰医疗及桂林乳胶所致；
- 5、非流动资产合计增加主要是预付长期资产款增加所致；
- 6、递延所得税负债增加主要是收购隆泰医疗及桂林乳胶评估增值确认递延所得税负债所致。
- 7、少数股东权益增加主要是收购隆泰医疗55%股权所致。

# 医疗与消费双轮驱动



说明：消费品板块含全棉时代和津梁生活，医疗业务包含了其他业务收入

医用耗材：**32.8亿元** ↑ 44.7%

其中：高端敷料产品同比增长超2.6倍，疾控防护产品同比增长53.9%，剔除疾控防护产品的其他产品销售同比增长超28.8%。

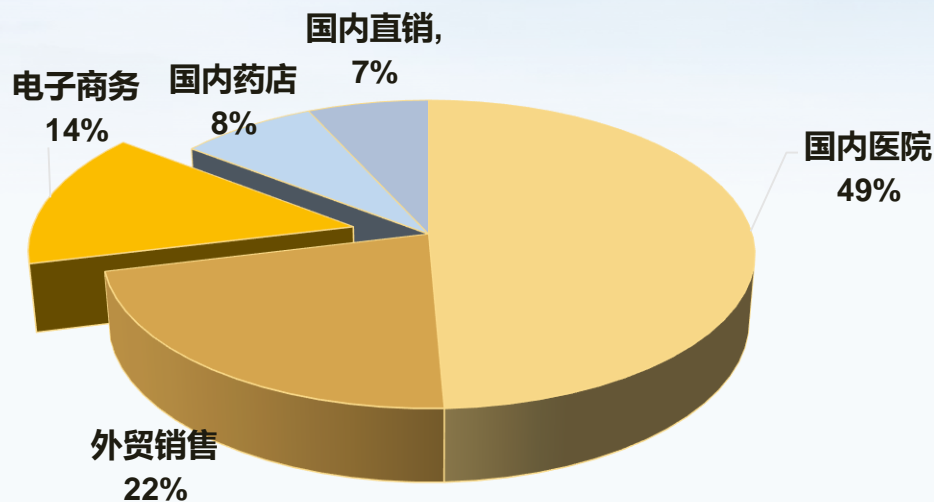
健康生活消费品：**18.8亿元** ↑ 5.1%

其中，线上销售同比增长2.4%；线下销售同比增长9.3%。

公司整体**国内C端**销售25.9亿，占50.2%；**国内B端**销售18.16亿，占35.2%；**国外销售**7.1亿，占13.8%（消费品板块都放在了国内C端）



# 国内销售占比大幅提升，医院渠道提升明显

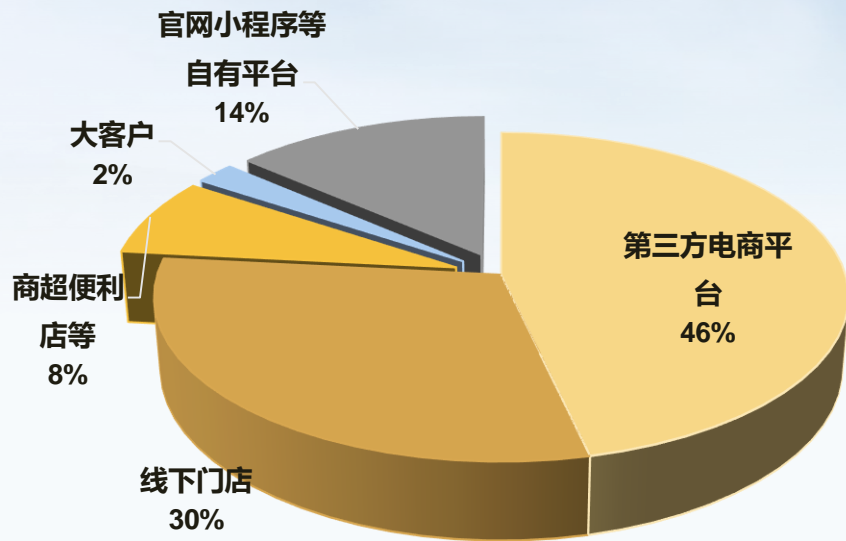


外贸销售：**7.1亿** ↓ 29.8%  
海外市场防疫产品需求下降

国内医院：**15.9亿** ↑ 167.1%  
防护产品质量受到客户广泛认可，公司抓住市场机遇，国内医院销售增加。

国内C端销售：**7.1亿** ↑ 26.0%  
其中，电商4.6亿，同比增长30.9%，粉丝数超1000万

# 消费品板块全渠道均衡发展



电子商务：**11.3亿元** ↑ 2.4%

其中官网、小程序等自有平台同比增长10%；

线下门店：**5.7亿元** ↑ 4.8%

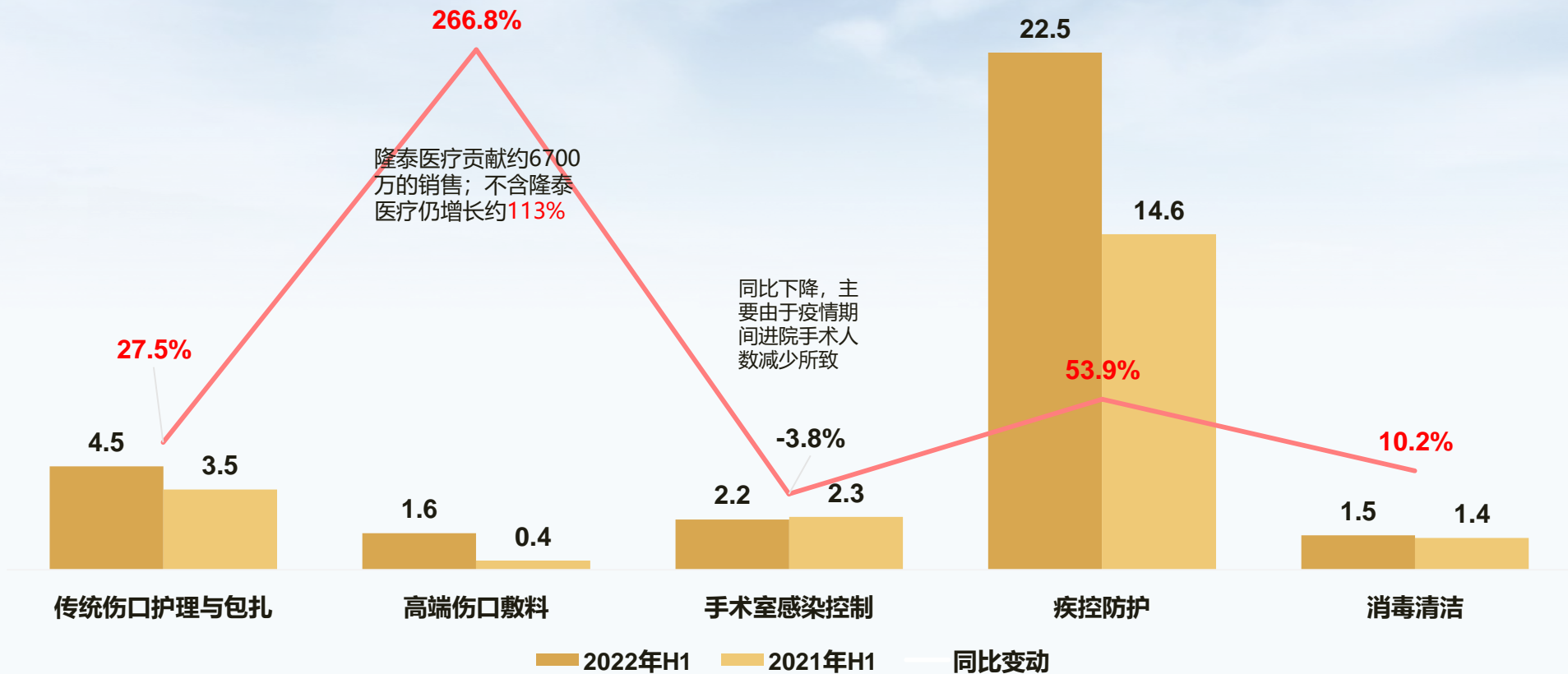
截至2022年6月30日，全棉时代共有335家门店，其中上半年新增门店24家；

商超渠道：**1.4亿元** ↑ 35.0%

上半年新增超1,000家商超，超6,000家连锁便利店，超4,700家线下美妆及母婴店。

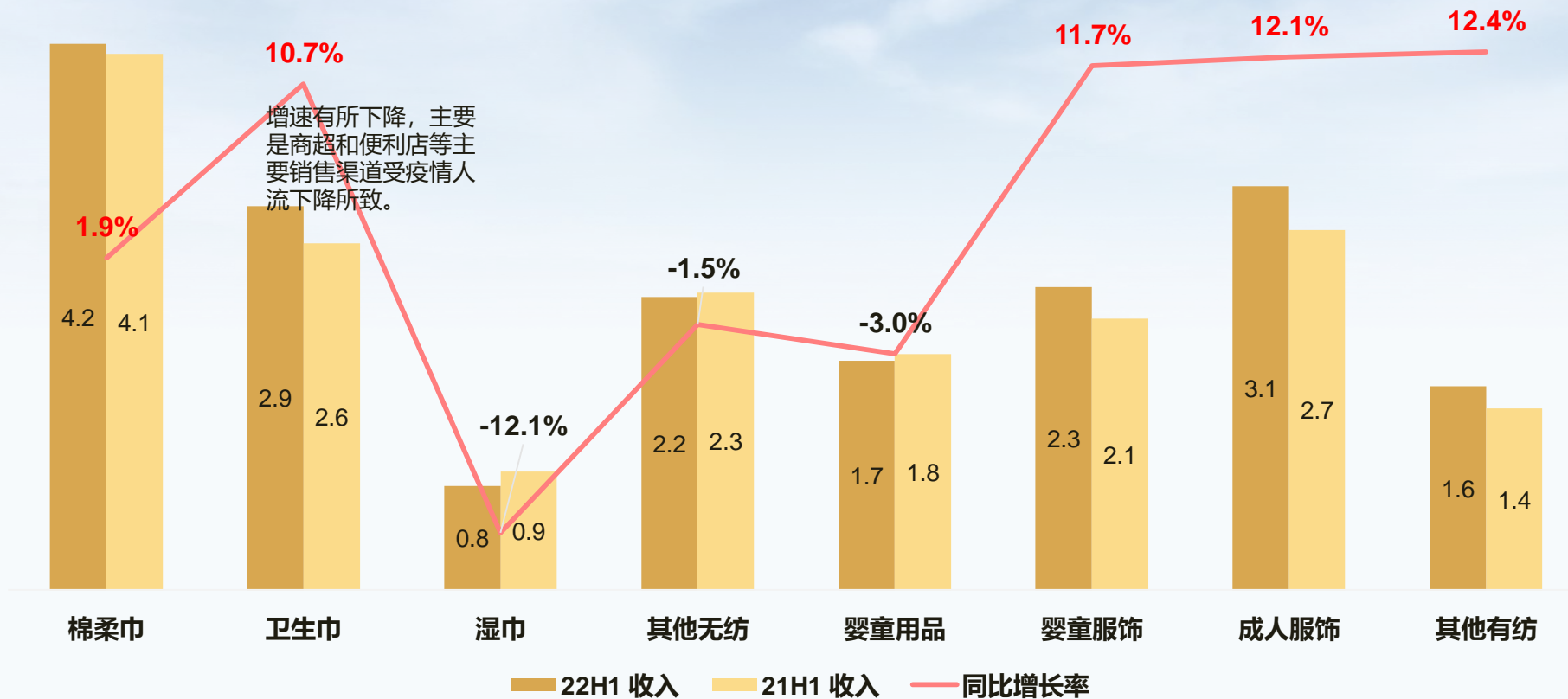
# 医疗板块各产品销售收入情况

单位：亿元



# 消费板块各产品销售收入情况

单位：亿元



# 2022年Q2总体经营情况

单位：亿元

指标	2022年Q2	同比增长	环比增长
营业收入	28.1	58.5%	21.1%
其中：医用耗材	18.3	130.1%	29.8%
健康生活消费品	9.9	2%	11.2%
归母净利润	5.4	91%	50.0%

**医疗板块**，主要得益于公司品牌知名度和美誉度持续提升，产品品类不断丰富。医院渠道同比增长**470.8%**，国内药店同比增长**128.9%**；医疗电商同比增长**101.9%**；

**消费品板块**，虽受到疫情反复的影响，但得益于公司多元化渠道和产品布局，线上销售同比增长4.4%，线下受疫情影响同比下降2.6%。

A close-up photograph of a hand holding a cluster of five white cotton bolls. The bolls are fluffy and white, with some green sepals still attached. The hand is positioned in the upper left quadrant, and the cotton is resting against a light blue, textured fabric. The background is a blurred field of cotton plants under bright sunlight.

## 02 运营进展

# 打造高端敷料龙头，开启外延式发展

单位：万元

## 1.收购隆泰医疗：

2022年4月8日签署收购协议。购买日2022年4月30日  
隆泰医疗主营业务为高端伤口敷料，包括硅胶泡沫、水胶体、硅凝胶、水凝胶、造口等产品。**外销为主**，国内医院客户超600家，美国市场较强

## 2.隆泰专利：

拥有极强的研发能力，发明专利8项，实用新型23项，外观设计2项。

## 3.隆泰注册证书：

三类医疗产品注册证有4张，  
二类医疗产品注册证有21张；

**技术、产品、渠道均形成极大的互补和协同**

隆泰财务指标	2021年12月31日/2021年度
总资产	67,247
净资产	35,859
营业收入	35,469
净利润	8,637
净利率	24.4%

注：剔除防护产品后的销售增长率为30%。

# 7.5亿元控股平安医械，进入注射穿刺品类新赛道

单位：万元

## 1.收购平安医械：

2022年5月18日签署协议。购买日2022年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。内销为主，**湖南省医院市场拥有领先市占率**

## 2.平安医械研发：

- ①国家级高新技术企业；
- ②2020年荣获“第二批专精特新小巨人企业”；
- ③三类医疗产品注册证**17**张；二类医疗产品注册证**19**张；一类医疗产品注册证4张；拥有各项专利证书24项。

## 3.战略意图：

切入注射穿刺品类，填补产品空白：低值医用耗材2025年将达到人民币**2,213**亿元，注射穿刺类占比最大为28%；稳健现有主业医用卫生材料及敷料类占比约25%  
**技术、产品、渠道、智能制造，均形成极大的互补和协同**

平安医械财务指标	2021年12月31日/2021年度
总资产	39,489
净资产	24,433
营业收入	36,008
净利润	8,503
净利率	23.6%



# 4.5亿元收购桂林乳胶，形成一站式定制化解决方案

## 1.收购桂林乳胶：

2022年6月6日签署协议。购买日**2022年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。内销为主，覆盖国内**1500家医院**+**2.3万家药店**。

## 2.桂林乳胶研发：

- ①约60年的历史底蕴；
- ②为中国橡胶工业协会副会长单位，乳胶分会所在地及理事长单位，乳胶制品标准委员会单位4个国家标准和6个行业标准的参与者或引导者；
- ③11个医疗器械证、35个专利证书（其中18个发明专利）；
- ④“高邦”品牌荣获“中国名牌”和“广西名牌”荣誉。

## 3.战略意图：

填补公司在乳胶基础材料方面的空白，并与原有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。

**技术、产品、渠道，均形成极大的互补和协同。**

单位：万元

桂林乳胶财务指标	2021年12月31日/2021年度
总资产	30,523.08
净资产	17,951.22
营业收入	32,088.36
净利润	5,085.41
净利率	15.8%

# 并购后医疗产品注册证持有情况

稳健现有医疗产品注册证（截至2022年6月30日）：三类证1个，二类证71个

湖南平安医械：三类证17个、二类证19个，各项专利证书24项

隆泰医疗：三类证4个、二类证21个

桂林乳胶：二类证6个

合计：共139个二类三类医疗产品注册证（三类证22个，二类证117个）

**较收购前新增67个二类及三类证（三类新增21个，二类新增46个）**

A close-up photograph of a hand holding a cluster of four white cotton bolls. The hand is positioned at the top left, with fingers gently gripping the stems. The cotton bolls are fluffy and white, contrasting with the light blue fabric of the garment. The background is a blurred field of cotton plants under bright sunlight.

# 03 未来展望

# 短中期战略：卓越运营稳增长，产品领先谋未来

愿景：呵护健康、关爱生命、让生活更美好

使命：引领大健康潮流，实现人与环境的和谐

价值观：艰苦奋斗、责任担当、开拓创新、自我批评、长期主义

短中期战略：

卓越运营稳增长（1-2年）

产品领先谋未来（3-5年）

业务范围

医疗与  
消费品  
双轮驱动

卓越运营

短期：  
做减法、  
降本增效

卓越运营

中期：  
流程变革、  
数字化转型

产品领先

短期：  
核心品必  
赢之战、  
爆品份额  
之战

产品领先

中期：  
产品创新  
技术创新

产品领先

中期：  
投资并购  
补短板

三大经营原则 十 稳健人十大坚持

# 产品市场空间前景广阔

## 低值耗材

预计到2025年国内市场规模将达到**2213亿人民币**

根据IBM分析

## 定制化手术组合包

预计到2026年全球市场规模将达到**213亿美元**

根据CMI机构统计

## 高端敷料

预计到2027年全球市场规模将达到**72亿美元**

根据QYResearch

## 棉柔巾

2020年国内棉柔巾市场需求量为**325亿张**

据中研产业研究院

## 一次性卫生用品

2020年国内女性卫生护理用品、婴童纸尿裤、湿巾分别为**891亿、703亿、109亿人民币**

根据Euromonitor统计

## 母婴

2024年国内母婴市场规模将增至**7.6万亿人民币**

根据中国纺织工业联合会的统计

# 稳健医疗三大核心原则



Quality

## 质量

优先于利润



Brand

## 品牌

优先于速度



Social Value

## 社会价值

优先于企业价值

# 十大坚持

## 长期指导方针

01

坚持跟着党走

06

坚持艰苦奋斗

02

坚持胸怀祖国

07

坚持卓越运营

03

坚持三个“优先”

08

坚持与时俱进

04

坚持利他主义

09

坚持开拓创新

05

坚持顾客思维

10

坚持自我批评

# 稳健迈进 第二个三十年！

Purcotton 全棉时代 *winner* 稳健医疗 PureH2B 津梁生活

