

稳健医疗 · 300888

# 穿越周期·向上而生

2023年度及2024年第一季度业绩推介材料

本材料由稳健医疗用品股份有限公司（以下简称“公司”）准备，仅供参考和一般信息之用。您观看本材料就表明您已经确认并同意如下限制：

- 本材料中包含的信息仅供参考和一般信息之用，不得以任何方式复制、向任何其他人披露或散发、或在任何其他报告或文件中引用或使用。
- 本材料中包含的信息为截至相应报告期日的判断，可能发生变化，公司不承担任何更新该等信息的义务。
- 公司或其关联人、雇员不承担任何由于对本材料或其内容的任何使用而造成的任何损失，或以其它方式产生的与本材料相关的损失。

01

年度业绩回顾

02

医用耗材业务

03

健康生活消费品业务

04

一季度业绩概览

# 年度业绩回顾

01

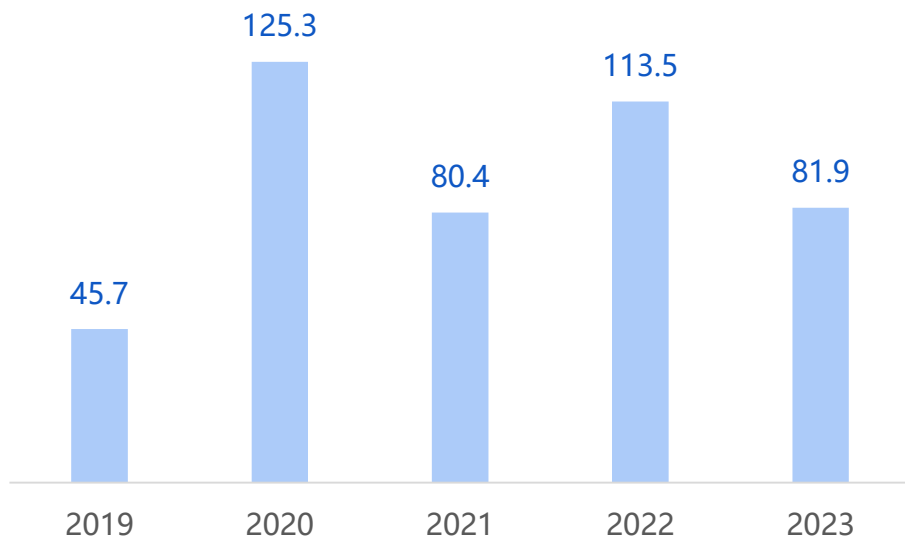


# 整体发展保持韧性

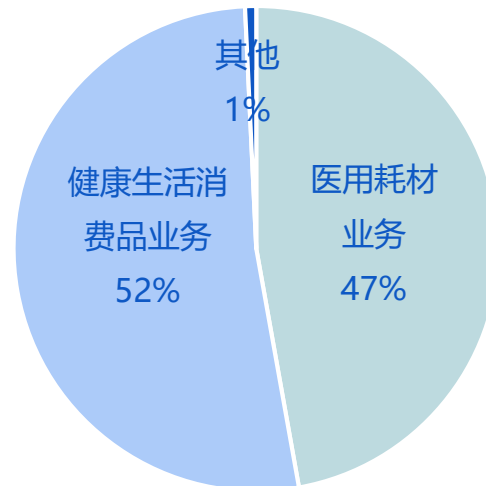
- 稳健医疗定位于医疗及消费协同发展的大健康企业。在感染防护产品上一年高基数、今年市场需求大幅下降的不利局面下，2023年公司实现营业收入81.9亿元，同比下降27.9%，但较2019年同比增长近80%，体现出公司长期发展的韧性。
- 2023年，医用耗材与健康生活消费品两大业务营业收入占比为47%:52%；两大业务板块C端自有品牌收入占总营收比例提升至近64%。

### 营业收入

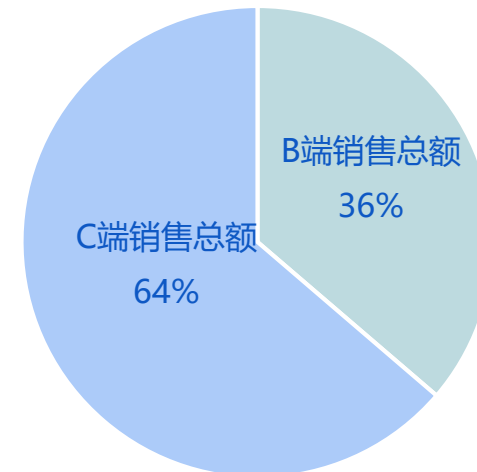
(亿元)



### 营收业务结构



### 营收渠道布局



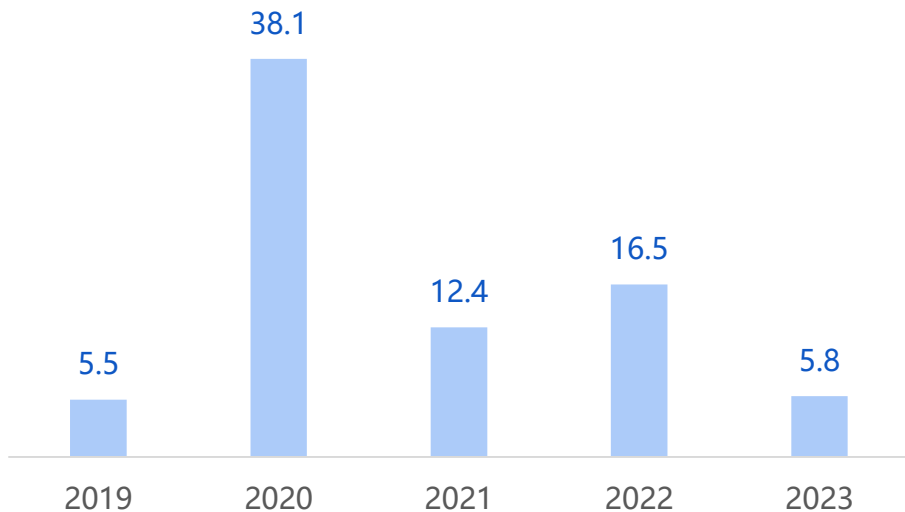


# 盈利水平受多项一次性处理影响显著

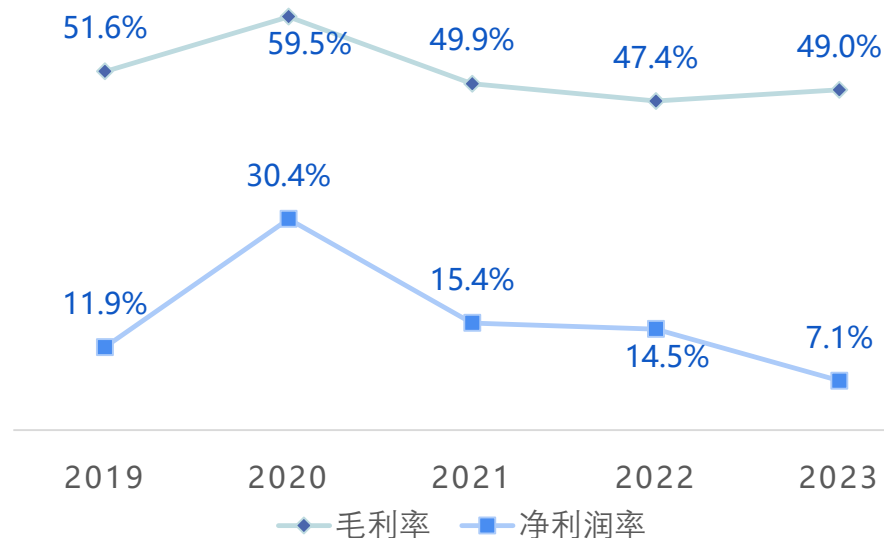
- 2023年，得益于消费品板块盈利能力的提高，且该板块对整体收入贡献占比提升，推动公司整体毛利率提升1.6个百分点至49.0%。
- 报告期内，公司实现的盈利规模及利润率水平受多项一次性处理影响显著：
  - 1) 感染防护产品营业收入由2022年的47.4亿元下降至2023年的9.1亿元（减少38.2亿元），直接影响收入规模；
  - 2) 感染防护产品库存清理、设备处理及产业链上下游库存消化，共计减少净利润约2.5亿元；
  - 3) 公司2022年并购的稳健平安与稳健桂林两家子公司分别发生商誉减值1.6亿元及0.3亿元。

(亿元)

### 归母净利润



### 盈利能力比率

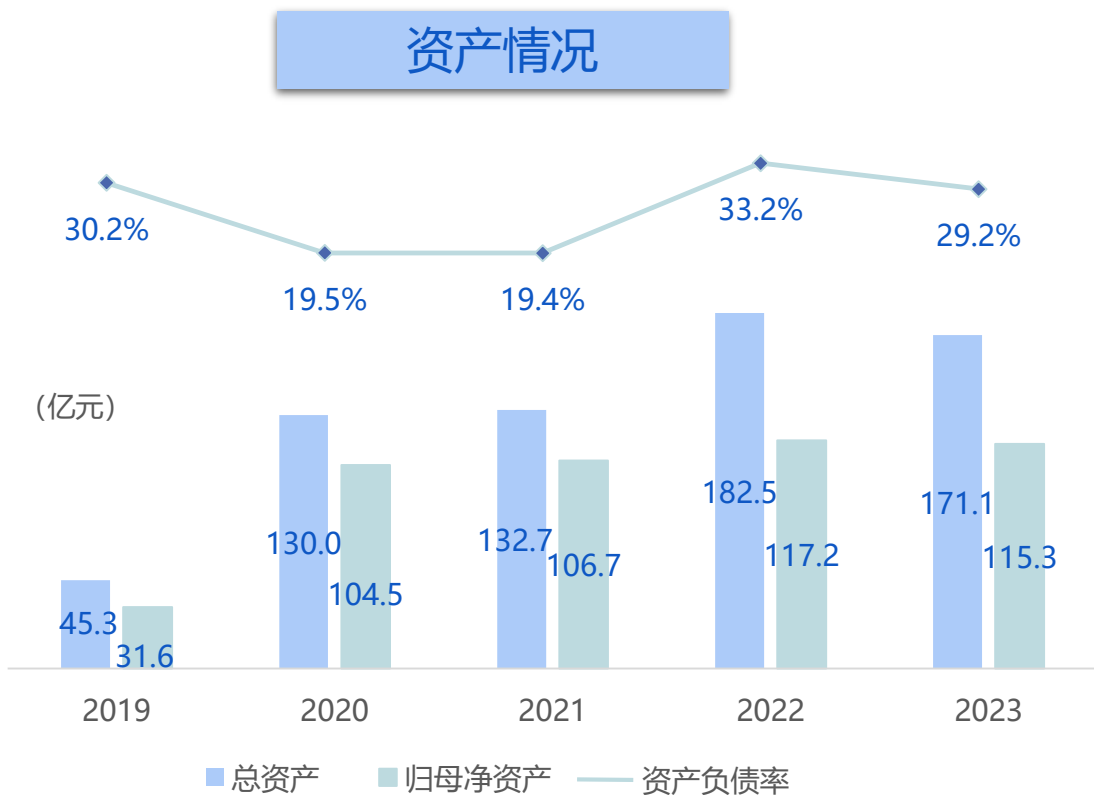




# 资产质量持续优化，研发投入助力创新提升

截至2023年末，公司资产负债率下降至29.2%，同比下降3.9个百分点，资产质量持续优化。货币资金及交易性金融资产合计75.6亿元，占总资产比重44.2%，保持良好水平。公司始终坚持产品领先战略，重视研发投入，报告期内专利证书数量、医疗产品注册证数量稳步提升，为公司未来高质量发展奠定了坚实的基础。

## 资产情况



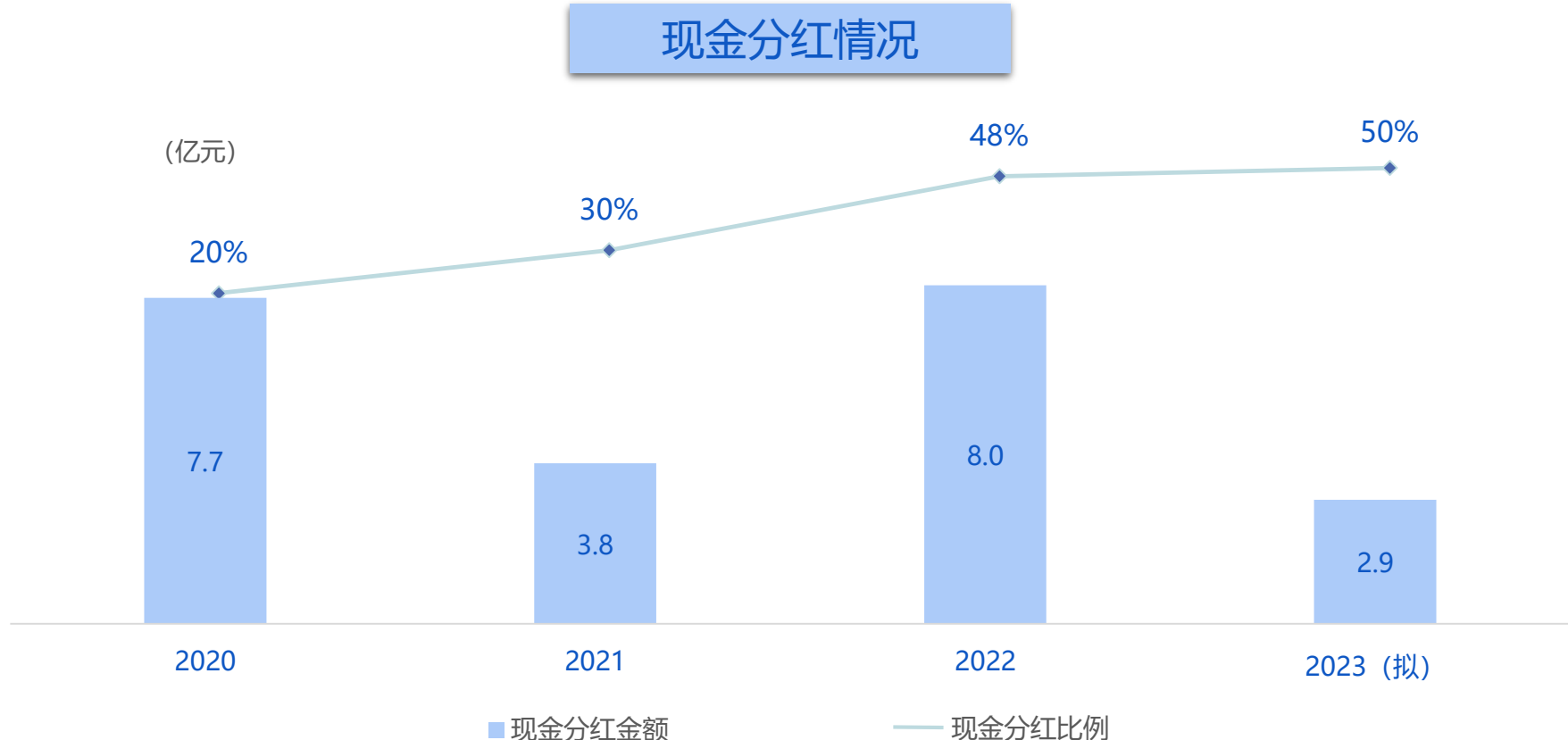
## 专利与注册证

	医疗行业专利 (个)	消费品行业专利 (个)	医疗产品注册证 (个)
2023年末持有数量	883	492	367 (三类25个)



# 践行“质量回报双提升”行动，积极回报股东

- 2023年公司分红预案<sup>注</sup>为：拟每10股派发现金股利5.0元（含税），共计派发现金股利约2.9亿元。另外2024年内至今，公司回购股份支付现金共计1.95亿元。
- 公司上市后每年坚持现金分红，分红比例逐年提升。截至目前，公司累计现金分红22.3亿元（含2023年拟分红金额），回购股份支付现金6.9亿元，两项合计占首发募集资金净额的82.3%。



注：分红预案尚需股东大会审议通过。

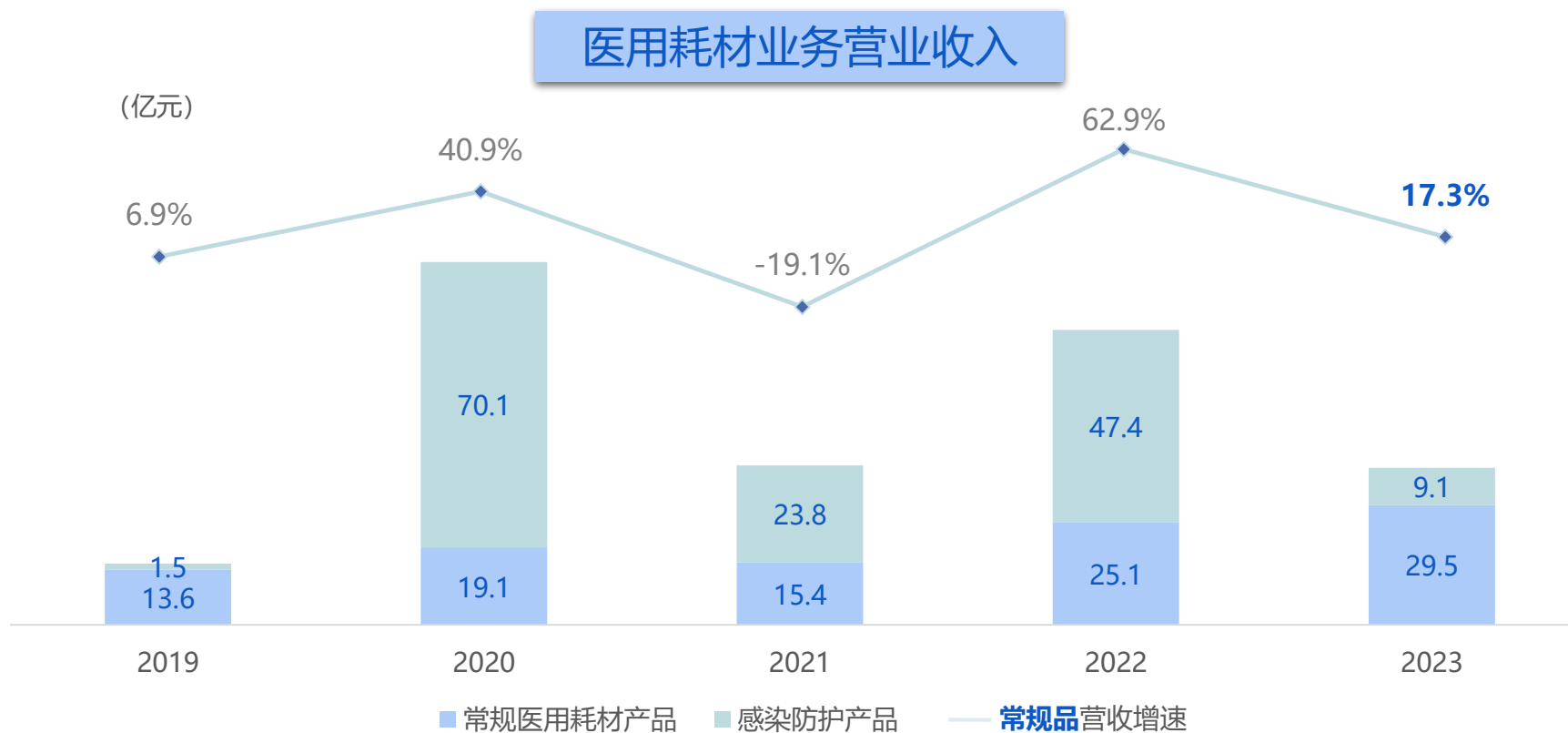


# 医用耗材业务

感染防护产品高基数影响显著，常规品业务稳步发展

# 感染防护产品高基数影响显著，常规品业务稳步发展

- 稳健医疗深耕行业三十三年，已稳步穿越多轮经济及行业发展周期。2023年，在感染防护产品上一年高基数、今年市场需求大幅下降的影响下，医用耗材业务累计实现营业收入38.6亿元，同比下降46.7%。另一方面，作为业务基本盘，常规医用耗材业务实现营业收入29.5亿元，同比增长17.3%，较2019年翻倍增长，为医疗业务的长期发展打下坚实基础。

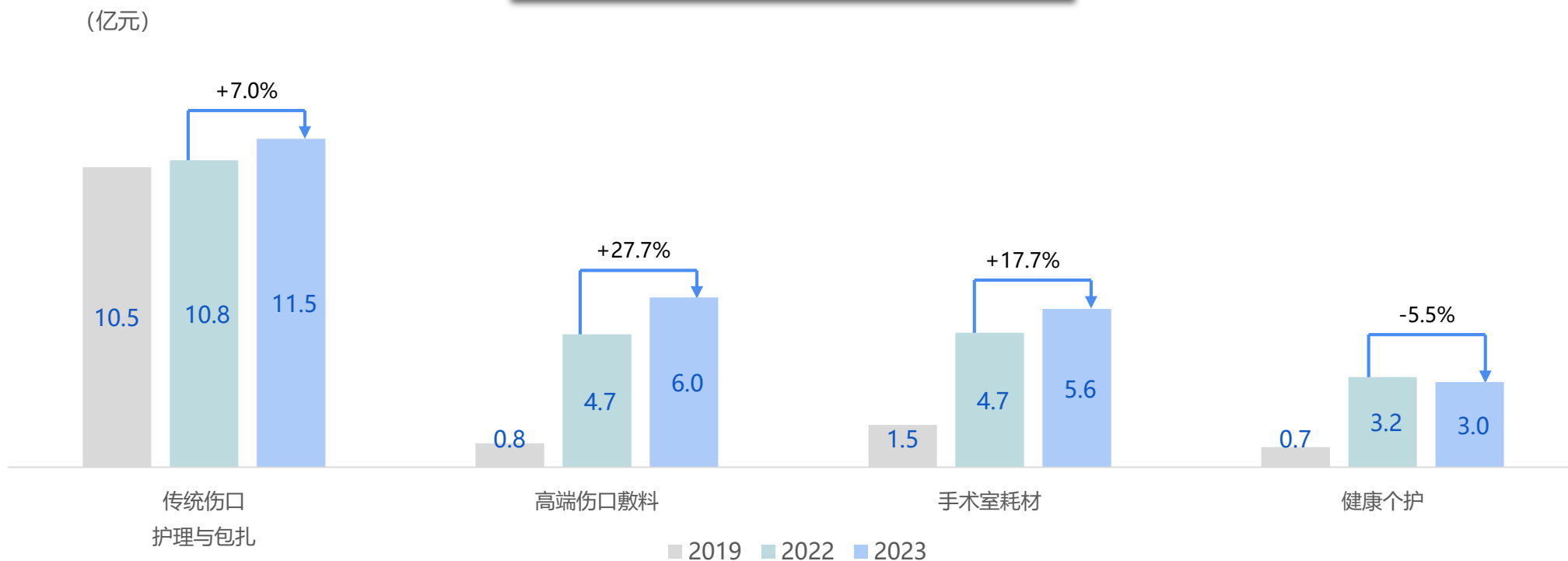


注：常规医用耗材产品指的是除了感染防护产品外，医用耗材板块其他品类的统称。

# 各项常规医用耗材产品发展情况

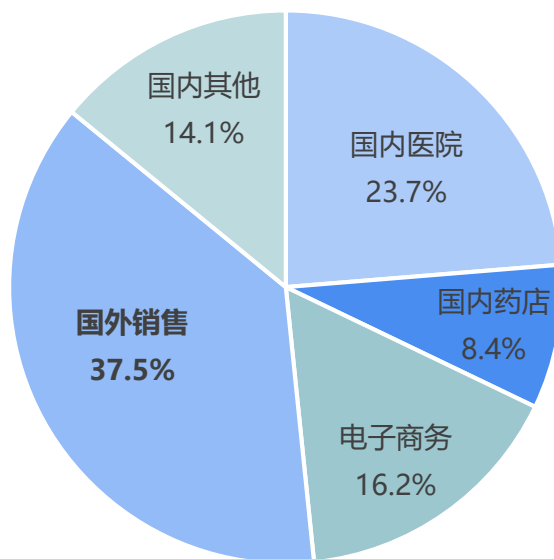
- 常规医用耗材业务稳步发展。2023年，传统敷料业务实现收入11.5亿元，同比增长7.0%；高端伤口敷料及手术室耗材业务，分别实现营业收入6.0亿元及5.6亿元，同比分别增长27.7%及17.7%，增长势头较好。多个品类在细分领域保持强劲竞争力，包括手术包、薄膜敷贴、口腔、失禁护理品类增速同比均超过35%。

### 常规医用耗材各品类收入情况



- 在国际环境多面冲击下，公司国外销售渠道顶住压力，报告期内累计实现营业收入14.5亿元，逆势达成15.4%的增长，占医疗板块收入比重37.5%。国内电商爆品策略更加清晰与聚焦；跨境电商高速增长。

### 各项渠道收入贡献



### 各渠道发展情况

	截止2023年末	2023年内新增
医疗机构	6000余家	近1000家
OTC药店	19万家	4万家



# 市场环境影响商誉计提，并购公司发展长期向好

- 受市场环境影响，公司2022年并购的稳健平安与稳健桂林两家子公司报告期内业绩不及预期，公司对商誉进行了审慎评估，稳健平安与稳健桂林分别发生商誉减值1.6亿元及0.3亿元，对本期利润表产生较为显著的影响。



稳健平安产业园规划图



荆州手套工厂

- 全力打造医疗器械产业园二期标杆项目，向精密制造、标准化、自动化、智能化、数字化的智慧工厂跨越
- 成功引入海外战略合作客户，开展欧美高端输注产品和销售市场，努力实现海外与国内销售双轮驱动

- 已拥有极具成本优势的10条手套生产线的手套工厂，加大自动化投入，持续提升成本竞争力，突破产能瓶颈，努力推动国内与海外市场份额的提升

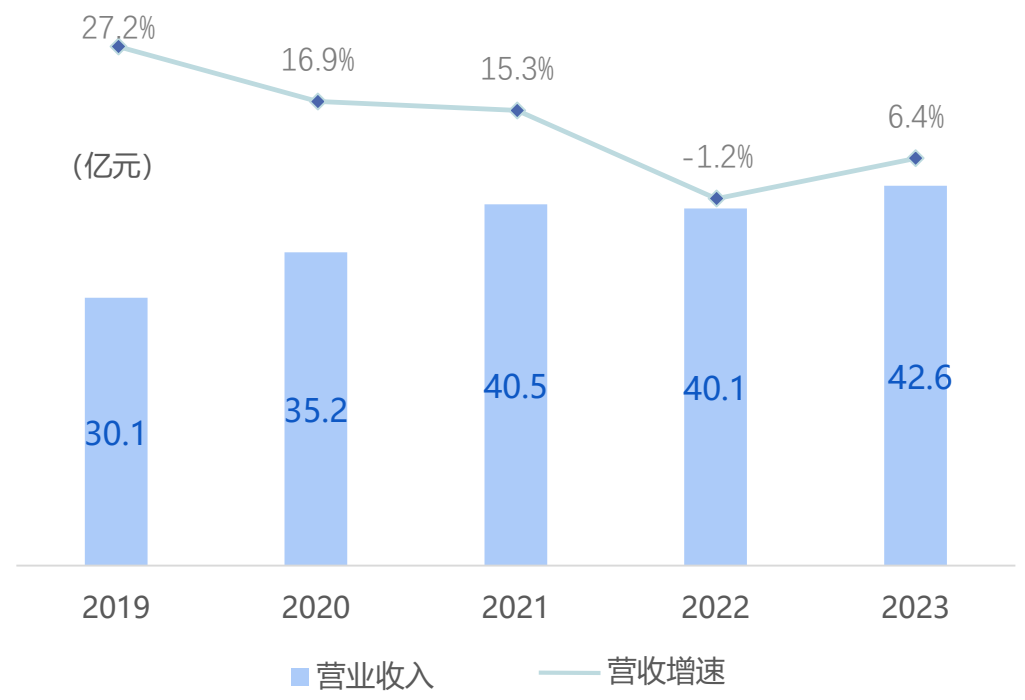
winner  
稳健医疗

# 健康生活消费品业务

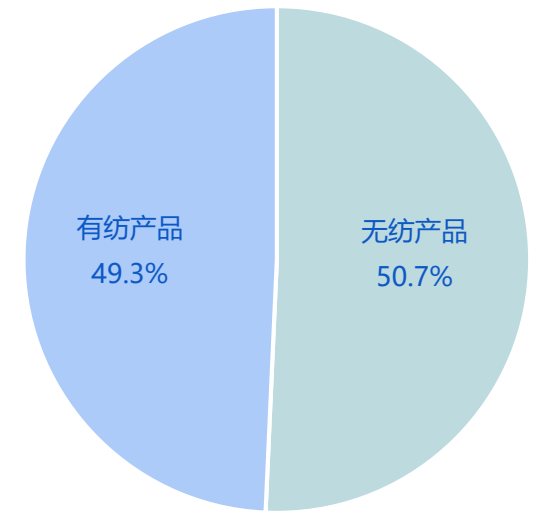
产品优势突出，业绩厚积薄发

➤ 2023年，全棉时代不断夯实品牌建设，聚焦三大场景，践行爆品策略。报告期内实现营业收入42.6亿元，在去年基数并未明显偏低的情况下，同比增长6.4%，较2019年增长41.7%，**品类结构更加均衡**，体现出较强的发展韧性。

### 消费品业务规模与增速

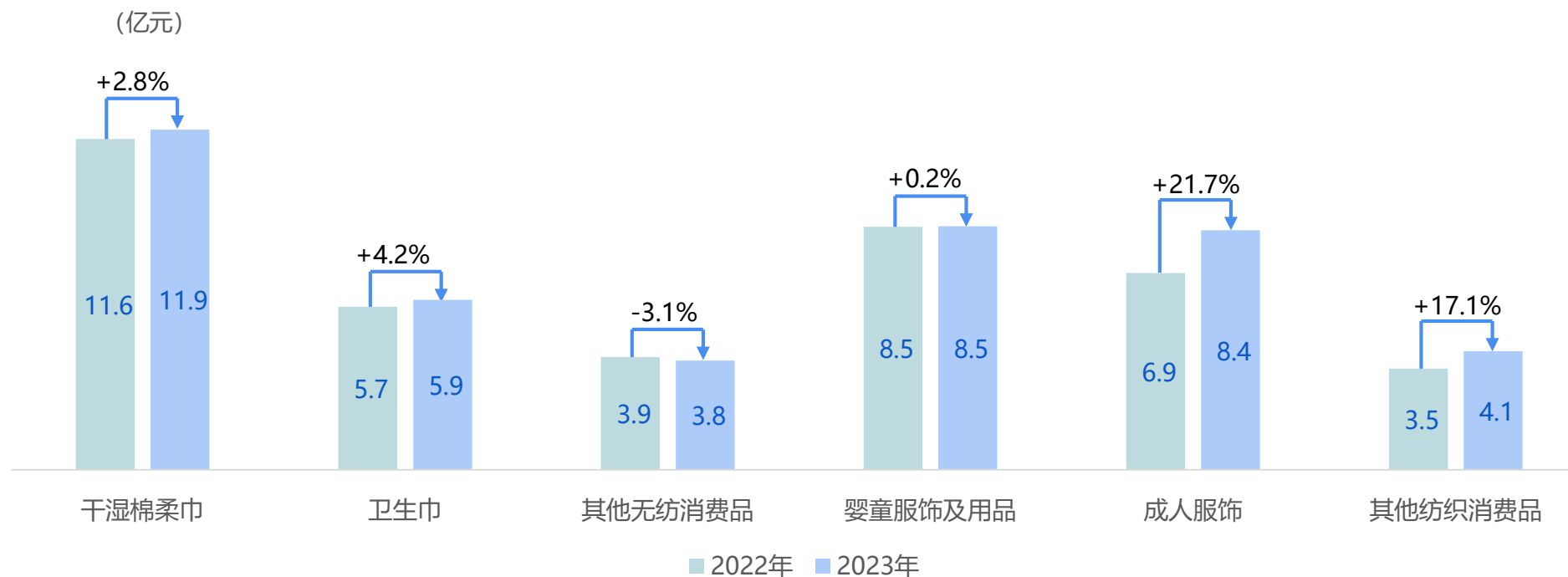


### 消费品业务营收结构



- 全棉时代始终坚持全棉全品类，坚持技术研发投入，目前已经构建起差异化、竞争性的产品矩阵。2023年，公司不断通过研发创新、突出产品卖点，核心品类行业排名稳步提升，婴童服装和成人服装售罄率创新高，库存周转天数显著下降，商品运营效率得到较大提升。

## 各品类营业收入

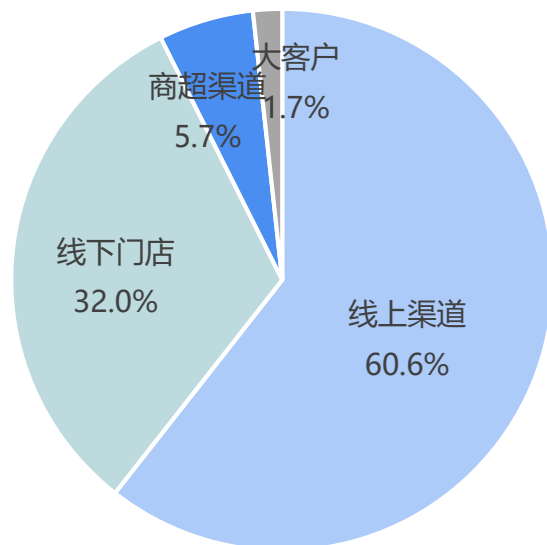




# 拓店提效，线下门店拉动增长

- 线下门店经营提效（坪效同比增长约15%），同时积极拓店（年内新开84家），推动线下门店实现13.6亿元的营业收入，同比增长18.7%。  
2023年内，线下门店成为拉动全棉时代营收增长的主力渠道。
- 线上渠道持续深耕，不断提升精细化运营能力，通过聚焦新品、爆款矩阵，加强品类之间互相渗透，努力提高拉新转化率与老客复购率。

### 各项渠道收入贡献



### 全棉时代渠道发展情况

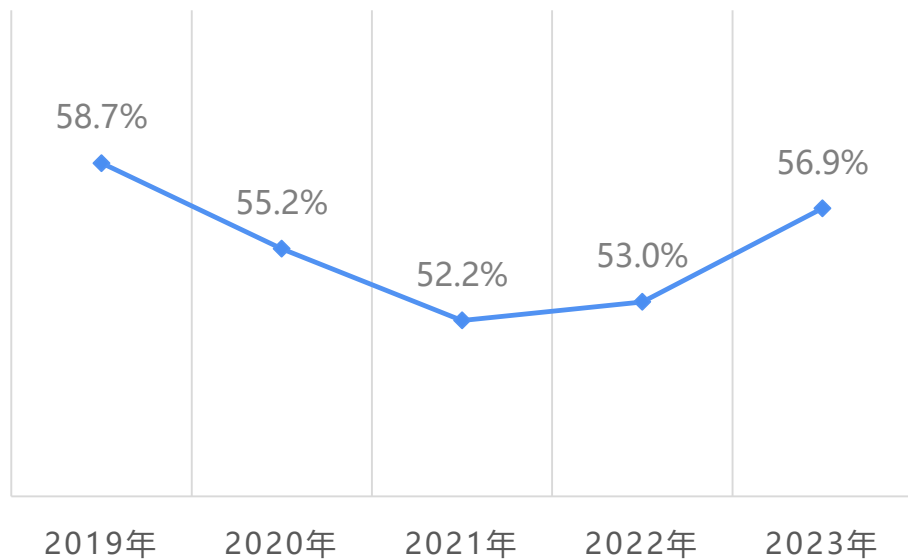
	截止2023年末	2023年新增
全域会员人数	5242余万人	21%
线下门店总数	411家	84家
-直营	337家	42家
-加盟	74家	42家



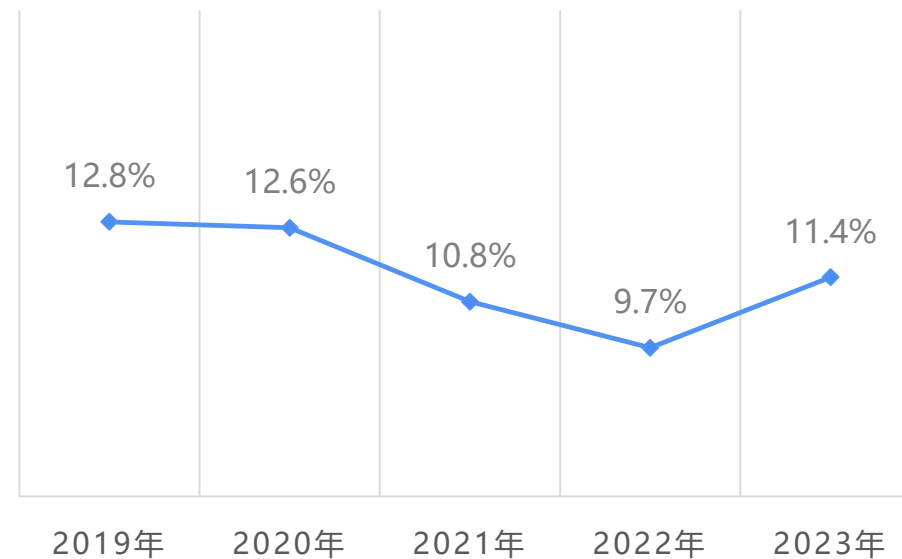
# 盈利能力持续恢复

- 折扣管控、降本增效、新品迭代、优化产品结构、精细化运营管理等行动，持续推动全棉时代盈利能力稳步提升。
- 报告期内，全棉时代全年实现毛利率56.9%，同比提升3.9个百分点；实现营业利润额4.9亿元，同比增长24.0%；实现营业利润率11.4%，同比提升1.7个百分点。

### 消费品业务毛利率



### 消费品业务营业利润率

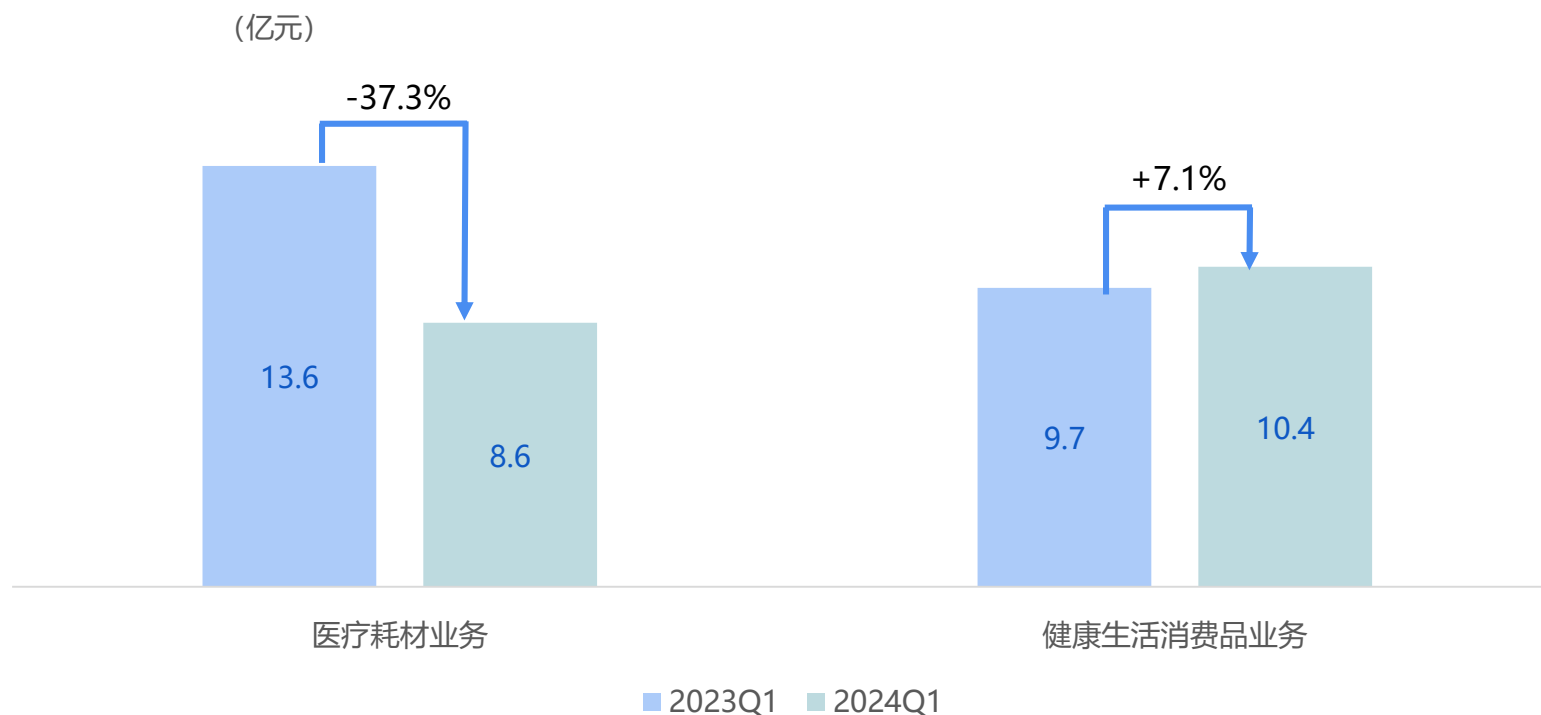


# 04 一季度业绩概览

# 2024年一季度两大业务表现分化

- 受去年同期感染防护产品高基数的影响，2024年第一季度公司累计实现营业收入19.1亿元，同比下降18.8%；归属于上市公司股东的净利润1.8亿元，同比下降51.6%。报告期内公司两大核心业务表现分化，医用耗材业务受去年同期高基数影响收入下降显著，以全棉时代为品牌的健康生活消费品业务稳步增长。

### 各业务板块收入情况

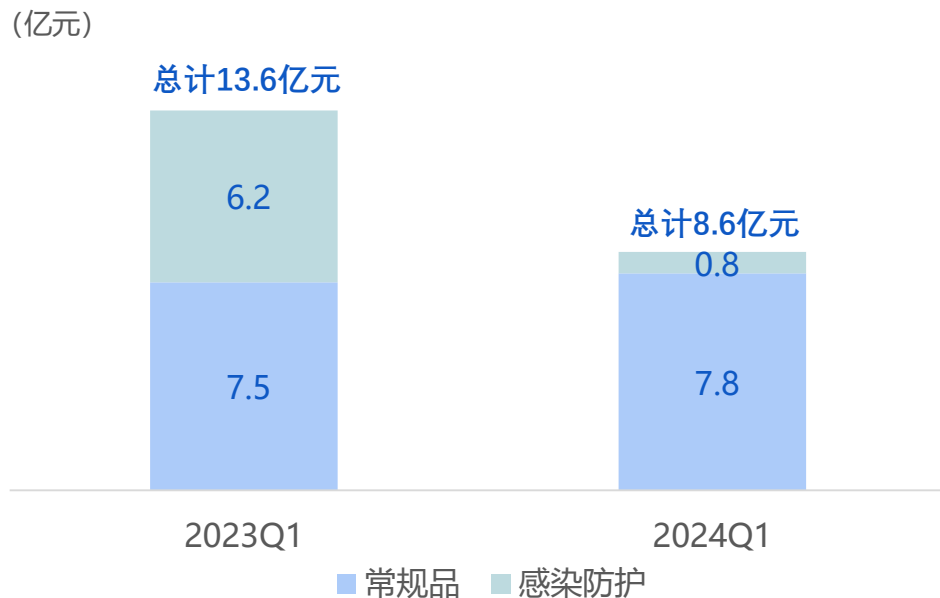




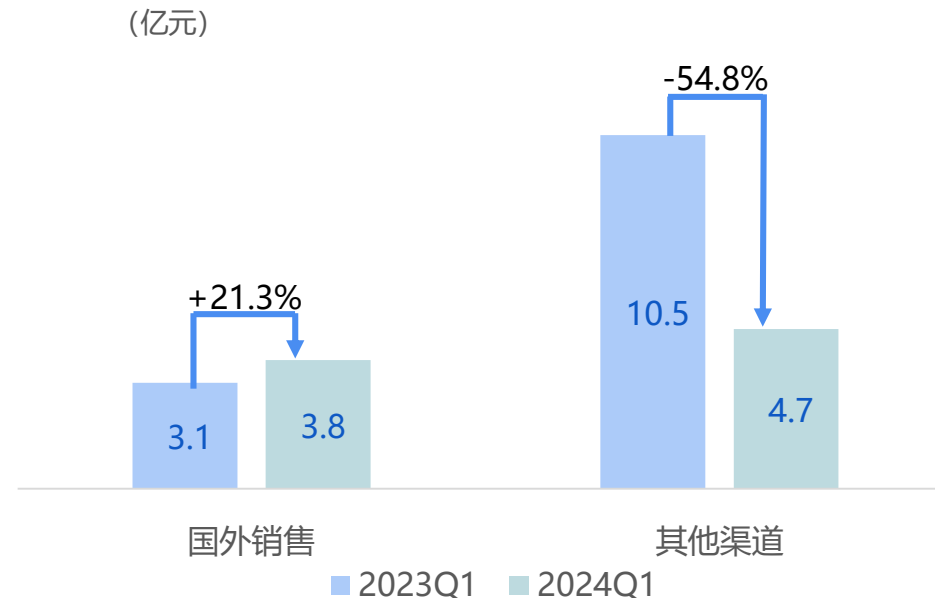
# 医用耗材业务表现

- 2024年第一季度，医用耗材业务整体实现营业收入8.6亿元，在感染防护产品高基数影响下，同比下降37.3%；另一方面，常规医用耗材产品实现营业收入7.8亿元，同比增长4.3%。常规品中，高端伤口敷料产品增长势头良好，报告期内实现营业收入1.8亿元，同比增长33.9%。
- 渠道方面，国外销售渠道保持较快增长，报告期内实现营业收入3.8亿元，同比增长21.3%，占医用耗材业务收入比重45%；其余渠道受上年同期感染防护产品高基数影响，均有不同程度的下降。

### 收入结构（产品）



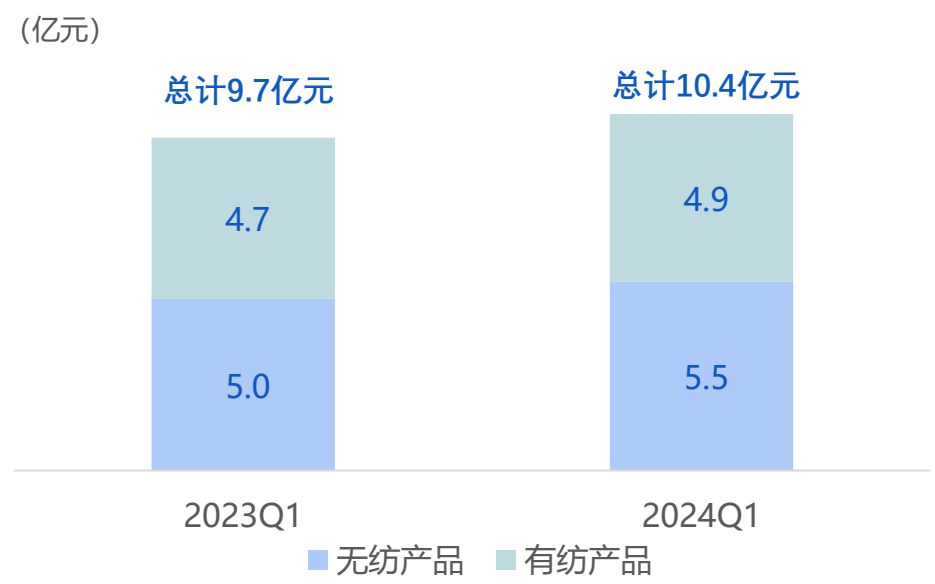
### 收入结构（渠道）



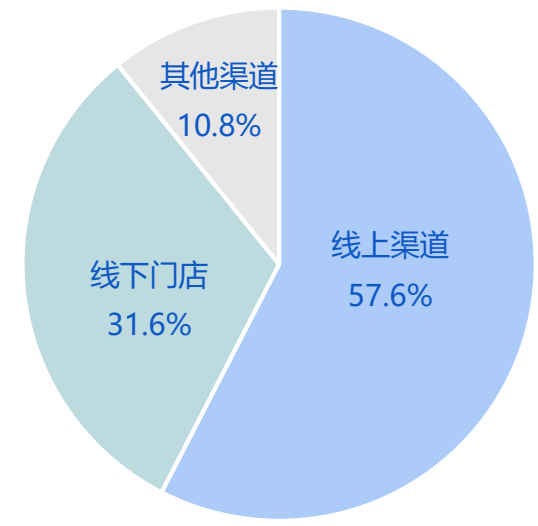
# 健康生活消费品业务表现

健康生活消费品方面，2024年第一季度实现营业收入10.4亿元，同比增长7.1%。其中，无纺产品及有纺产品分别实现营业收入5.5亿元和4.9亿元，同比分别增长10.0%和4.0%。核心爆品干湿棉柔巾实现营业收入2.7亿元，同比增长20.0%，带动全品类发展持续向好。

### 收入结构 (产品)



### 收入结构 (渠道)



# 多形式品牌打造——医疗业务



- 2023年11月至12月，**稳健集团以“健康生活链”链主身份**，亮相首届中国国际供应链博览会，向全社会展示了促进“棉产业链”繁荣的中国方案，突出企业与上下游携手“开放共赢”的理念。



- 中华护理学会，全国伤口、造口、失禁护理会议，医疗耗材一站式解决方案。

# 多形式品牌打造——消费品业务



2023年10月，赵丽颖成为全棉时代居家服饰全球代言人，助力品牌推广。



公司通过多渠道积极宣传“绵柔巾≠棉柔巾”，持续强化品牌心智。



继续推出原创人物记录系列《她改变的》白响恩篇，视频全网总播放量超4200万，微博话题总阅读量达7.3亿。打造全棉时代与众不同的品牌调性。





两大赛道并驾齐驱 市占率稳步提高

供应链强大

韧性十足

疫情扰动因素消除

品牌知名度高

资金充足

资产负债率低

# 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

稳健医疗始终坚持医疗业务与消费品业务并举，  
坚持国内市场和国际市场并举，始终坚持长期主义，  
在“产品领先，卓越运营”的战略框架下，不断奋  
斗、努力进取！无论未来如何变化，稳健医疗定会  
向上而生，越来越好！



感谢观看

THANKS!

