

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：2025-005

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	嘉实基金、招商基金、华泰柏瑞、财通资管等 194 位机构投资者，名单详见附件（排名不分先后）
时间	2025 年 6 月 24 日
地点	线上电话会
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：徐佳
投资者关系活动主要内容介绍	问答记录如下： 1. 请介绍全棉时代 618 大促期间销售表现。 答：消费品业务在今年 618 大促过程中整体表现较好，通过产品创新升级、新品迭代、精准营销等方式，重点品类及渠道发展提升明显。品类方面，洗脸巾、婴童干湿巾、婴童抱被等在天猫、京东电商平台销售额在同类目中均排第一；卫生巾、内裤等品类销售增速及平台排名显著提升。天猫、京东等传统第三方平台增速较好，抖音平台实现突破性增长，大促期间整体保持了较好的业绩增速。展望全年，公司对达成股权激励目标充满信心。 2. 请介绍全棉时代电商各平台的发展思路。 答：全棉时代线上渠道对消费品业务整体收入的贡献超过 60%，成为利润的主要来源。我们的线上渠道布局全面，覆盖了天猫、京东、唯品会等传统电商平台，以及抖音、小红书等基于兴趣的电商平台，还包括官网和小程序等自有平台。目前，传统第三方平台在收入中占有较大比重，而兴趣电商平台的增长速度较快。未来，我们将继续专注于传统第三方平台的战略品发展，通过深化运营和优化管理，提升战略品在行业中的排名。同时，我们将利用兴趣电商平台作为内容传播的重要渠道，通过发布优质内容，为整体业务带来新的增长点。我们计划通过这些策略，进一步扩大线上渠

道的市场份额，实现较好的收入增长。

3. 公司成人服饰业务做了哪些改变，竞争优势如何凸显？

答：公司成人服饰业务进行了多方面改变，以提升市场竞争力和品牌影响力。战略维度，公司缩减品类宽度，聚焦内裤、家居服（贴身衣物类目）重点发力。技术层面，聚焦全棉，加强了核心面料（纱、褶皱、水光）的研发创新，突出全棉产品的舒适与健康。营销方面，公司聘请了赵丽颖为全棉时代家居服全球代言人，借助顶流代言人的影响力，打造全棉家居服的品类知名度。在 618 大促期间，赵丽颖做客全棉时代京东直播间，与消费者积极互动，共赴一场舒适对话，探寻全棉舒适生活的答案。专注全棉材质与技术，打造好产品，加之有效地推广策略，推动包括服饰在内的有纺产品的新品售罄率不断提高，品类增速也保持较好水平。

4. 请介绍一下全棉时代的会员情况。

答：近年来，全棉时代持续注重新会员的增长以及高价值会员的粘性提升。截至 2025 年第一季度末，全棉时代全渠道会员总量超 6400 万人，相较于年初实现了 3.5% 的稳步增长，同时，会员的复购率保持稳定上升趋势。展望未来，全棉时代将继续把会员规模及粘性作为品牌发展的重要引擎，不断夯实品牌发展的用户基础。同时，我们将提供更好的服务，鼓励会员参与品牌活动和新品体验，进一步稳固和增强与品牌的联系。6 月 13 日，全棉时代主办的“舒适「禹」你”主题发布会在重庆龙湖时代天街举行，全棉时代好物代言人、青年演员丁禹兮亮相本次活动，与现场嘉宾及年轻消费者一同开启一场关于“舒适、环保与全棉科技”的沉浸式体验之旅。

5. 请介绍医疗业务品类方面的发展思路及 2025 年预计各品类增速预期？

答：公司的医疗业务品类发展策略主要集中在两个方面。首先，公司将重点打造超级爆品，这包括集中资源支持那些已经具备一定市场基础和优势的品类，如高端敷料、手术组合包等，以此在细分市场中确立领先地位。其次，公司会积极培育具有潜力的品类，比如 C 端的面膜、清洁消毒产品、鼻腔护理用品等，通过加速产品差异化创新来开拓新的增长领域。对于 2025 年的品类增速预期，公司预计高端敷料、手术室耗材以及健康个护等品类将继续保持较好的增长势头。同时，传统伤口敷料品类预计将实现稳定增长。此外，感染防护产品的需求将随着公共卫生事件的常态化而逐渐回归正常水平，后续可为公司提供稳定的收入贡献。

6. 医疗业务国内院端的发展思路及增速预期？

答：国内院线业务作为公司医疗板块的基础，公司将在此领域持续发力，预计 2025 年将实现较好的增长。国内医院业务主要沿三条线推进：传统

	伤口护理（TWC）、手术室耗材（OR）和高端敷料（AWC）。对于 TWC，公司将努力把握集采机会，以价换量，提升产品在医院的市场份额，同时积极开拓整体替换业务；在 OR 线，公司将重点推广非标准化产品如手术组合包，替代传统复消产品，并增加可收费区域的市场机会；对于 AWC，鉴于国内市场仍需孵化，公司已扩充销售团队，持续引入人才，以提升销售专业度，并积极拓展收费区域的市场机会。前期在渠道建设、品类调整及人才引进等方面的投入已进入收获期，核心产品如手术组合包等市场表现强劲，预计 2025 年该渠道将维持较好的增长态势。
附件清单（如有）	
日期	2025/6/24