

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：2026-003

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	泰康资产、汇添富、景顺长城等 59 位机构投资者，名单详见附件（排名不分先后）
时间	2026 年 4 月 22 - 23 日
地点	深圳全景网路演大厅、稳健集团视频号、全景网、万得信息网、东方财富网、同花顺、进门财经
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理：李建全 董事、副总经理、首席财务官：方修元 董事、医疗板块副总裁：张燕 董事、全棉时代高级副总裁：廖美珍 副总经理兼董事会秘书：陈惠选
投资者关系活动主要内容介绍	<p>介绍内容详见附件业绩推介材料，问答记录如下：</p> <p>1. 请问在医疗国际业务方面，公司接下来的战略布局、海外产能规划、渠道建设以及未来的销售目标是什么？</p> <p>答：这两年的国际形势变化很大，但对稳健医疗来说，公司抓住了一个机会，公司在 2024 年收购了 GRI 控股权，这是过去多年的一种沉淀。海外市场是很重要的市场，公司的核心策略是“全球供应链本地化，本地供应链全球化”，GRI 有助于构建全球韧性供应链网络。近期，公司利用 GRI 在越南、多米尼加和美国的现有生产能力，通过技术和自动化赋能，满足现有需求，比如利用越南工厂替代部分因关税受影响的中国产品出口，避免了生意流失。有了 GRI 这些海外工厂，能有效缩短公司在国外的产品注册时间和建厂时间，在这个领域公司有一定的竞争优势。另外，公司已在越南买了一块地，正在进行开工准备，保证未来国际发展需求，利用其与中国的距离优势实现</p>

供应链和技术互补；在多米尼加和墨西哥也有产能储备，基本覆盖未来五年的需求。

2. 棉柔巾市场竞争加剧，更多品牌进入全棉赛道，公司如何保持竞争优势，2026 年有何规划？

答：全棉时代作为棉柔巾的开创者，市占率全球第一。中国棉柔巾市场规模仍在持续增长，更多品牌进入百分百棉赛道是好现象，说明有越来越多消费者意识到用 100%棉产品的好处，全棉时代作为棉柔巾的开创者和市场领导者在后续依然有很大的空间。公司的策略是坚持产品领先：在持续创新方面，公司针对多场景、多功能开发新品，如悬挂式棉柔巾已突破 3 个亿销售，还推出了去污湿巾、清凉湿巾等，解决消费者具体场景痛点；在体验升级方面，公司坚持用百分百棉，并在 2026 年一季度对经典棉柔巾做了“自柔软”工艺升级，手感更柔软亲肤，保持技术领先。公司对无纺产品的创新要求是“半年一小步，一年一大步，两年一颠覆”，公司会持续迭代，稳住市场份额。

3. 国内医院渠道实现了较好增长，请问增长原因及未来规划如何？

答：医院渠道是公司国内自主品牌最核心的渠道，这几年在产品线和人才方面都作为重点投入，也得到了收获。2025 年年度及 2026 年一季度表现亮眼，是基于过去两年持续的深耕，在产品管理、渠道搭建和临床推广方面狠抓落实，公司相信基础耗材在医院依然是非常好的赛道。未来，公司会沿着这个方向，针对手术室耗材、绿色手术室、高端敷料等，加快三类证件的布局和其他新品布局。从去年开始已陆续推出三类硅胶泡沫敷料、三类精密注射器等，这些将成为未来新的增长点。公司坚持在交付、质量、服务方面提升基本功，坚持做临床最值得信赖的耗材品牌。

4. 中东局势导致原油及衍生品涨价，是否对公司原材料成本造成压力？如何应对？

答：公司主要原材料为棉花、棉纱及石油衍生的化工无纺布。棉花棉纱涨幅相对有限，公司已在价格低位锁定半年左右的采购量并储备 3 个多月现货，可有效应对价格波动。化工无纺布主要用于出口为主的手术室耗材产品，公司与海外客户均签订成本及保价机制，已根据原材料涨价情况相应上调销售价格，同时公司成立了原材料涨价应对小组，监控成本影响并动态调整销售与价格策略，保障毛利率稳定。

5. 公司 2025 年分红比例达 57%，未来分红比例是否有提升空间？中长期分红规划如何？

答：公司高度重视投资者回报，上市以来分红比例逐年提升，2025 年拟分红比例达 57%，上市以来累计现金分红 30.5 亿元（含 2025 年拟分红），叠加股份回购支付现金 6.9 亿元，两项合计占首发募集资金净额的 105%。未来公司将根据当年盈利情况、企业成长性及战略发展计划综合评估分红比

例，在业绩稳定向好的前提下，力争保持与当前相近的分红比例，同时持续提升信息披露质量，加强与投资者的沟通交流，坚持诚信、公开、透明的投资者关系管理。

6. 公司在数字化、智能化、AI 应用方面做了哪些具体举措？实现了哪些成果？未来如何进一步应用？

答：公司很早就实现了 SAP 系统，这两年重点做了几件事。在经营分析数字化方面，公司不再使用 PPT，用共享的 BI 平台实时看数据，与第三方合作搭建了经营分析平台。在协同办公方面，借助第三方实现 2000 多位门店店员货品调拨数据实时共享，实现一、二、三级部门 100% 的战略解码闭环。在 AI 应用方面，自建 Winner AI 接入全球顶尖大模型，落地 AIGC 创作、AI 数字人直播、AI 辅助设计等多项应用。未来公司还会在门店智能机器人、工厂智能化上继续探索，一定会与时俱进。

7. 请问消费品业务在抖音、商超、门店等渠道的策略和打法是什么？2026 年的开店计划是怎样的？

答：全棉时代坚持线上与线下齐步走的全渠道策略。**在抖音渠道**，公司坚持稳健方式，以优质内容传递品牌价值，讲好产品的故事，做好品牌的自播间，不过度依赖达播，2025 年销售额增长超 60% 的同时保持盈利。2026 年将做好品牌直播间、做好优质的短视频，另外应用 AI 与数字化系统做好投放效率的把控与平衡。**在商超渠道**，公司抓住优质商超如山姆、胖东来的增长机会，从过去仅靠卫生巾和棉柔巾扩展到床品、家居服、儿童防蚊裤等服纺品类，区域上会加强华西、华中、华东等区域的覆盖。**在门店渠道**，公司坚持高质量开店，各面积段中 300-500 平店铺的平效和盈利能力是比较好的，2026 年计划开店约 50 家，直营店不低于 300 m²、加盟店不低于 200 m²，通过商品精细化运营、数字化赋能、人才升级与门店形象升级，持续提升用户体验感，提升门店平效、提袋率与客单价。

8. 贸易环境变化下，医疗板块海外业务 2026 年收入增长目标及经营思路如何？

答：公司海外业务始终坚持“产品出海+品牌出海”两手抓的核心策略。**产品出海方面**，即 OEM/ODM 业务，这是稳健积累了 35 年的基石，并购隆泰和 GRI 后，三方在手术室耗材和高端敷料上形成矩阵，全球制造布局加强了与欧美大客户的深度绑定。**品牌出海**，包括三个方面：稳健 Winner 品牌 ToB 业务，在中东、东南亚已实现销售和推广本地化；跨境电商在北美高增基础上，依托高端敷料品类，去年开始布局英国、加拿大等新渠道，并从站内投流升级到站外品牌推广；GRI 的自主品牌，其工业回收防护服有核心专利，国内外拓展顺利。2025 年海外自主品牌增速亮眼，2026 年将进一步加快自主品牌布局，推动海外业务持续增长。

	<p>9. 奈丝公主卫生巾高基数下 2026 年销售目标如何，品牌竞争力及市占率如何提升？</p> <p>答：中国卫生巾市场规模超千亿，奈丝公主 2025 年销售额突破 10 亿，同比增长 45.5%。虽然面临高基数，但奈丝公主的复购率保持良好水平，用户基数变大后复购率依然稳定在将近 28%的水平，因此我们对 2026 年的增长有信心。在打法方面，第一是保持产品领先与竞争力，奈丝公主依托稳健医疗 30 万级洁净车间和全棉干爽科技的突破，从 2026 年开始全线升级为国标消毒级，实现真菌菌落未检出，给女性更安心洁净的体验；每一包卫生巾出厂前都经过电子束灭菌处理，这项技术原本用于医疗和食品级消毒，我们用在卫生巾上，体现了医疗生产环境下的安心防护，我们将持续做好国标消毒级的消费者沟通。第二是持续产品升级，去年推出的棉纱卫生巾、少女裤（针对初潮人群）以及超净吸 Pro 和 Max 等新品，上市后均贡献了千万级销售，收获大量用户好评，后续我们将围绕全棉表层干爽科技持续升级，努力成为体验感最好的全棉卫生巾。第三是做听劝的品牌，我们赋予每包卫生巾一物一码，消费者扫码即可查验原材料和产品检验报告甚至观看产线直播，同时定期在社交媒体上虚心听取用户对痛点和槽点的反馈，将其融入产品创新和营销中，与用户实现深度互动。第四是年轻人群破圈，除了丰富少女系列，我们还请了新生代演员卢昱晓加强与年轻消费者的互动，奈丝公主未来有望成为与棉柔巾齐头并进的支柱品类，公司对奈丝公主品牌寄予厚望，将在创新和营销上不懈努力。</p> <p>10. 公司 2025 年存在商誉减值，并购医疗公司整合进展如何，未来商誉减值幅度预期？</p> <p>答：前几年紧紧围绕“医用耗材一站式解决方案”的战略目标，公司先后收购了 4 家医疗耗材公司。但公共卫生事件之后医疗行业进入低谷期，其中稳健平安和稳健桂林两家公司业绩不如预期，导致这三年计提了商誉减值。2025 年稳健平安计提了 1.8 亿商誉减值，对全年净利润有较大影响。另外两家隆泰医疗和 GRI 业绩基本符合预期，不存在商誉减值风险。截至 2025 年底，公司商誉科目账面还剩 10.62 亿元。近两年公司大力推动投后整合和投后管理，特别是对稳健平安和稳健桂林，通过组织架构调整、数字化建设、设备自动化改造以及质量管理体系的全面升级，推动这些公司管理水平大幅提高，销售团队也充分融合。稳健平安在 2026 年，二期项目的新厂房和新产品都会投产，出口各种证书正在办理中，出口订单今年有望显著增长。公司将对四家并购公司进行深入的投后融合，特别是文化融合、数据融合以及团队融合，确保它们始终围绕“医用耗材一站式解决方案”的战略目标迈进。</p>
附件清单（如有）	<ol style="list-style-type: none"> 1. 与会清单； 2. 2025 年度及 2026 年一季度业绩推介材料。
日期	2026/4/23