

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：2024-007

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 checked="" 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	嘉实基金、交银施罗德基金、国寿资产等 71 位机构投资者，名单详见附件（排名不分先后）
时间	2024 年 10 月 29 日 2024 年三季度业绩暨股权激励项目说明会 2024 年 10 月 30 日 现场调研
地点	线上电话会/总部会议室
上市公司接待人员姓名	董事、稳健医疗轮值 CEO：张燕 董事、全棉时代副总裁：廖美珍 副总经理、董事会秘书：陈惠选 稳健医疗财务副总监：赵燕 证券事务代表：徐佳
投资者关系活动主要内容介绍	<b>第三季度财务表现及股权激励计划情况详见公司公告。问答记录如下：</b>  1. 全棉时代第三季度取得了 21%的收入增长，能否从成长动能方面为我们排序，依次是哪些方面贡献了主要的成长？ <b>答：</b> 在第三季度，全棉时代实现了 20.6%的同比增长。这一成绩是在公司坚持“产品领先、卓越运营”的核心战略下取得的，也是商品和渠道良好结合的结果。品类方面，第三季度干湿棉柔巾对公司增长贡献显著，同比增长达到 47.1%；核心品类如卫生巾和成人服饰也表现良好，卫生巾同比增长 17.1%，成人服饰同比增长 23.8%；在婴童板块，随着产品颜值提升

和运营精细化,连体服和婴童裤子等单品也取得了双位数增长。渠道方面,第三季度线上渠道同比增长 21%,线下门店也达到了双位数增长,商超渠道取得了突破性进展,这些都对渠道增长起到了拉动作用。核心品类有所突破,渠道发展开拓进取,共同促成了逐个季度的提速增长。

**2. 请介绍一下消费品业务主要运营指标(客单价、复购率、会员数量等)的趋势表现。**

**答:** 尽管今年服装和消费品行业承压,全棉时代在线上 and 线下的访客和进店客流均有所增长。这一增长反映出消费者对品牌的好感、认知和接受度在提升,与公司持续的品牌建设和商品卖点推广密切相关。在客单价方面,线上渠道基本持平,而线下渠道略有增长。复购率方面,消费者购买频次提升,尽管大促期间的囤货行为减少,但总体销售额仍有增长。线上和线下的复购率同比去年同期都有提升。会员方面,总体会员数量呈现积极稳定增长态势,且年轻化会员占比提高。基于访客和客流的增长、客单价的稳定以及复购率的提升,全棉时代的销售额保持增长,显示出品牌较强的市场竞争力。

**3. 请介绍一下 2022 年公司收购的几家公司的整合情况?**

**答:** 自去年起,稳健医疗在战略规划、运营、财务管理、人才引进、数字化建设、智能制造以及质量体系提升等方面,对并购公司进行了大量赋能工作,并购公司与稳健医疗的团队融合进展顺利,显示出良好的整合效果。目前正在进行的工作主要是业务侧的协同,旨在进一步深化合作,实现业务层面的协同效应。通过这些协同工作,公司旨在实现“1+1 大于 2”的效果,即通过整合和协同工作提升整体业务效能和核心产品市场竞争力。

**4. 请介绍一下并购标的 GRI 公司的整合进展及对本期财务报表的影响。**

**答:** 公司于 9 月 20 日完成 GRI 股权的交割,于 9 月 23 日对外披露,已经过去 1 个多月的时间。公司已经制定了一个全面的计划来实现双方业务的协同,包括生产制造、数字化、财务等方面。双方已经组建了项目组,并就协

同工作达成了共识。未来 GRI 的整合将对公司的全球制造布局 and 核心产品的协同发展产生积极影响。相信在 GRI 的加持下，公司能够顺利推进“打造全球医疗耗材的一站式解决方案”的战略目标，吸引更多国际客户、开拓更大的国际市场空间。财务报表影响方面，尽管 GRI 的收购在 9 月 23 日完成，但会计上认定的购买日为 9 月 30 日。因此，季报中仅包含了 GRI 的资产负债表，而利润表尚未体现。预计从四季度开始，GRI 的损益表将体现在公司的合并报表中。

**5. 请介绍一下消费品业务线上渠道中，各大平台销售贡献情况。**

**答：**全棉时代坚持线上和线下业务齐步走的发展原则，线上业务占比约为 60%左右。在电商领域，全棉时代业务布局囊括了淘系、京东、唯品会、拼多多和抖音等各大平台。贡献度上，淘系平台的业务占比约为 50%，京东约为 20%，其他平台合计占比约为 30%。第三季度，电商业务的增长引领了全棉时代全渠道的发展，公司非常重视与各电商平台的合作，这是推动业务增长的关键。

**6. 股权激励方案对未来几年的收入增长给出了积极的预期。请问公司能否详细拆解未来各板块的增长动能，以实现这些目标？**

**答：**公司发布了新一期股权激励计划。考核指标方面，公司设定了一个兼顾可行性与挑战性的目标：公司级考核指标为营业收入增长率，触发值 13%，目标值 18%。围绕公司整体“产品领先，卓越运营”的战略，我们对指标的达成保持强烈的信心。

医疗业务方面，今年经历了回归常态的过程，主营业务在三大市场中持续向好发展，未来仍保持着良好的发展动能。国际市场中，公司在国际市场深耕 33 年，未来公司希望在全球制造布局的基础上，结合战略投资项目，携手更多国际客户实现双赢。国内医院业务方面，尽管面临医疗反腐和集采等政策环境，公司认为这些政策有利于行业整合，公司对医疗耗材一站式采购的品牌定位和自身综合竞争力持积极乐观态度。零售板块潜力较高，新品类逐步站稳市场，公司在医疗消费品市场有增长潜力，今后

会持续加强在大健康领域的品类创新和品牌力建设。

消费品业务方面，首先我们希望做到“品牌向上”，我们将不断提升全棉时代和奈丝公主两个品牌的美誉度和知名度。第二点要做到“积极拓展”，展望未来，公司计划继续积极拓展线下门店和加盟机会。第三点，公司将聚焦战略品类，包括棉柔巾、卫生巾、婴童服装和成人服饰等，坚持产品领先和卓越运营的战略方针。

**7. 请介绍一下今年双十一全棉时代的销售策略以及目前的进展情况。**

**答：**双十一第一波销售刚刚结束，我们欣喜地看到全棉时代在行业内的排名显著提升，多个类目大幅领先大盘增长。这验证了全棉时代品牌知名度和产品品质持续获得市场及消费者的认可。结合双十一节点，全棉时代提前进行了有效的品牌推广，包括9月末与代言人郭晶晶合作的棉田大秀，展现了公司婴童服饰和成人服饰的风采。在大秀上，公司同步发布了Cotton Tech全棉科技，包括全棉保暖（风柔棉）、全棉抗菌和全棉柔软等全棉科技，相关产品在双十一期间得到了较好的推广，受到消费者广泛好评和积极反馈。我们对第四季度业绩和双十一全程业绩保持信心。展望明年，基于今年的积极势头和品牌向上的动力，我们对明年的业务发展持乐观态度。

**8. 请问医疗业务海外发展情况，包括增速以及对医疗业务的贡献占比，另外如何规避海外关税加增的影响？**

**答：**医疗业务中，国外销售占比约为45%，主要涵盖传统敷料（TWC）、手术室耗材和高端敷料三大类产品。海外客户包括欧洲市场、日本市场和美洲市场，但美洲市场占比不高。为规避潜在的关税问题，公司在并购GRI时主要考虑了GRI的全球制造成熟度，未来可以作为服务于全球客户的生产、物流基地。未来在海外业务的产品制造布局中，公司将重点考量地缘政治风险，加快布局速度。

**9. 鉴于市场上棉柔巾和卫生巾品牌推广活动众多，且国内品牌在线上运营中主打健康概念的爆款产品，与公司定位相近，公司如何在棉柔巾和卫**

### 生巾这两个主要产品上保持竞争优势？

**答：**如同问题中描述，全棉时代每一个品类都处在激烈竞争赛道里。我们能够保持差异化和竞争优势，得益于我们有自己的坚持，同时又能与时俱进突破创新。首先，无论化纤成本比棉花低价多少，全棉时代坚持只使用 100% 全棉和优等级棉花制作棉柔巾，这是公司对产品的坚持和承诺，也是品牌舒适健康环保的差异化，第二，除了坚持使用好棉花做棉柔巾，全棉时代也在不断创新，以满足用户在不同场景下的需求。例如，今年推出的悬挂式棉柔巾，解决了洗手间空间不足或包装容易打湿的痛点，推出后受到市场欢迎和好评。第三，针对不同用户对棉柔巾薄厚程度和纹路的需求，全棉时代进行了精细化运营，推出了加大加厚和带纹路的洗脸巾，受到消费者欢迎。

卫生巾方面，中国卫生巾行业正经历国产替代国际品牌的格局变化。奈丝公主抓住行业机会，坚持做 100%棉面层的卫生巾，包括护翼面也使用 100%棉，这是其独特的差异化优势。同时，奈丝公主在体感方面进行创新，推出了 5 超体感科技：超净吸、超透气、超柔软、超环保、超方便。全棉时代通过产品创新和与时俱进，专注于满足消费者需求，并抓住时代给予的机会和红利，我们对卫生巾品类未来更好地服务消费者充满信心。

### 管理层总结：

稳健医疗的营业收入已连续两个季度出现单季度增长，这标志着感染防护产品高基数带来的负面影响已基本结束，公司重新开启业绩健康增长的发展道路。

全棉时代方面，在第二、第三季度的营收分别同比增长 13.8%，20.6%，单季度同比增速提升，贡献了较大的业绩增长动力，体现了公司坚持传递品牌价值的初心，以及全力打造核心爆品引领增长的发展思路。随着我们自身运营水平的提升和重视与消费者的沟通，市场对全棉时代品牌和核心爆品的认可度还在持续提升。

医疗业务方面，在加速国内市场布局的同时，我们在积极拓展国际版图。

	<p>今年 9 月，公司完成对 GRI75.2%的股权收购，此次收购标志着稳健医疗的全球化战略迈上了新台阶。将有效加强在北美、欧洲市场的本地供应链与销售网络，从而进一步扩充公司在全球医疗市场的影响力。</p> <p>正因为公司发展已经回归到良性健康的正增长通道，昨晚我们同步发布了股权激励计划。股权激励计划的推出将充分调动公司优秀管理人员和核心骨干的积极性，将股东利益、公司利益和员工利益结合，共同强化公司的核心竞争力，共同促进公司的高质量发展。</p>
附件清单（如有）	
日期	2024/10/30