

稳健医疗 · 300888

并驾齐驱 稳健前行

2025年半年度业绩推介材料

2025 年 8 月



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

上半年财务表现

02

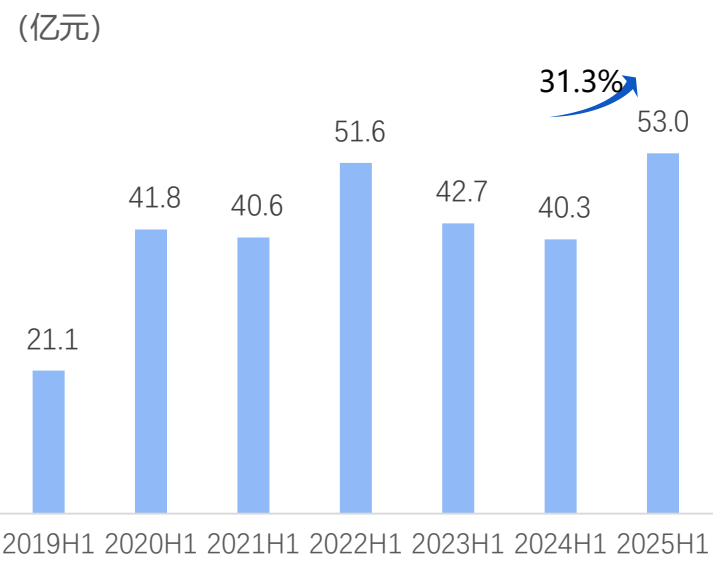
上半年业务回顾

01 上半年财务表现

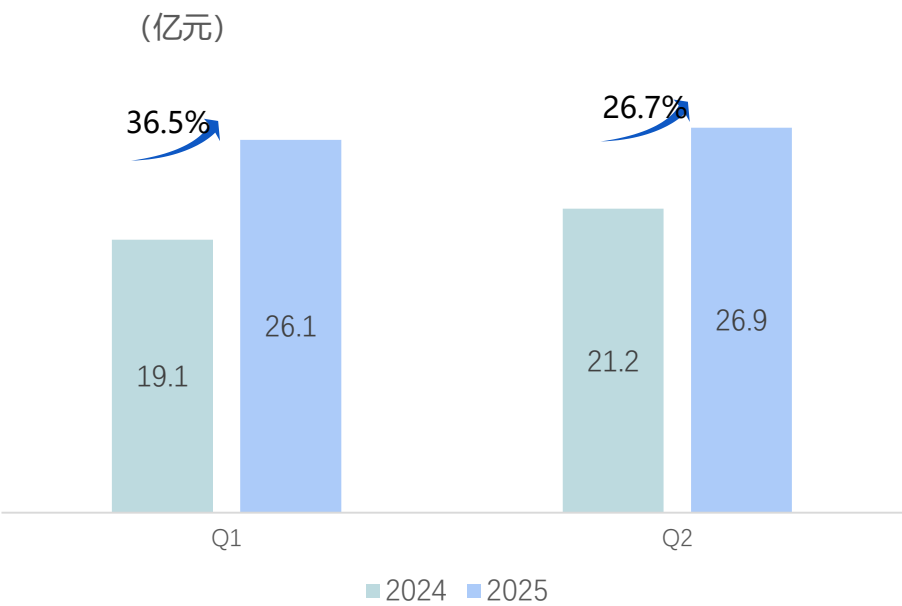
两大主业并驾齐驱，规模发展稳健向好

➤ 2025年上半年，稳健集团以“品牌向上”为指引，创新突破，奋进向前。报告期内，公司累计实现营业收入53.0亿元，同比增长31.3%，两大主业并驾齐驱、稳健向好。

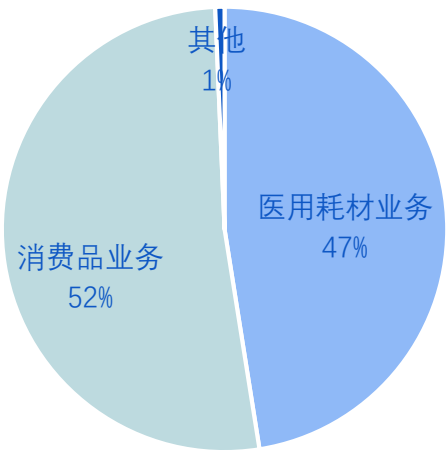
营业收入



各季度营业收入情况



业务结构

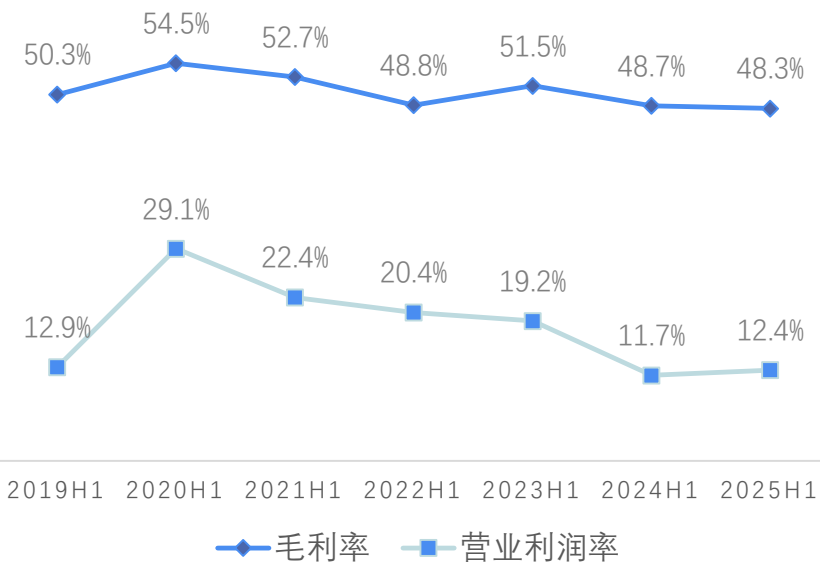




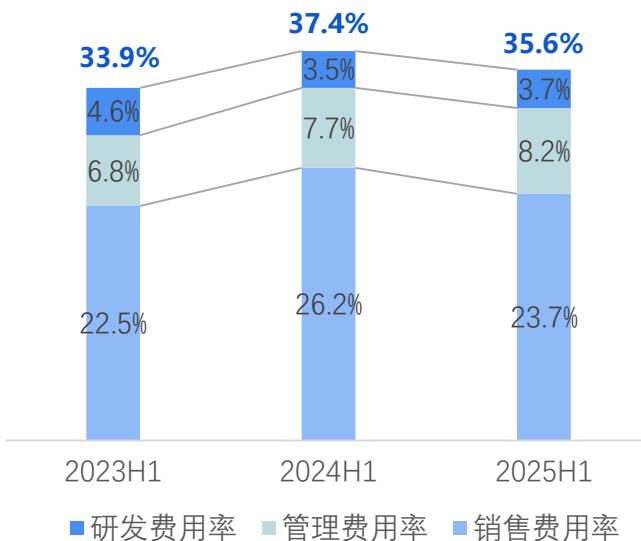
整体盈利能力有所提高

- 2025年上半年，公司整体毛利水平保持稳定，费用率有所下降，整体营业利润率较去年同期提升0.7个百分点。
- 报告期内，归属于上市公司股东净利润4.9亿元，扣除非经常性损益归属于上市公司股东的净利润4.6亿元，同比分别增长28.1%和40.9%。

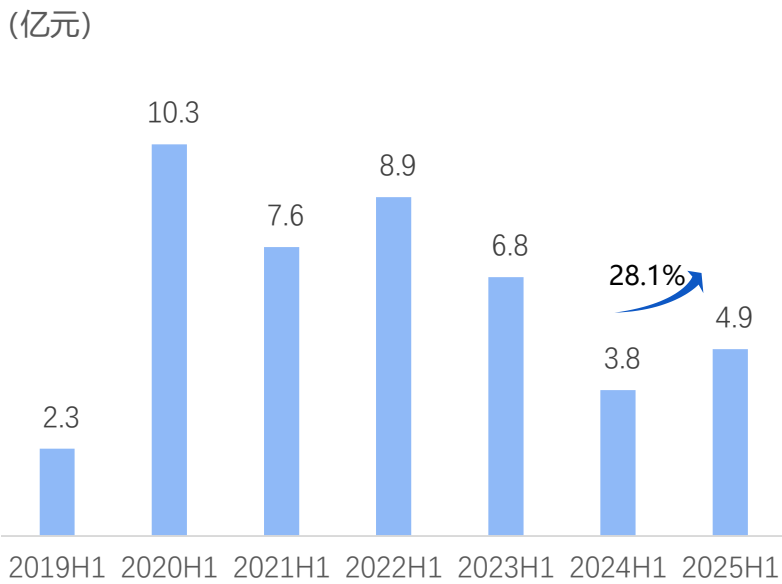
盈利能力比率



费用率情况



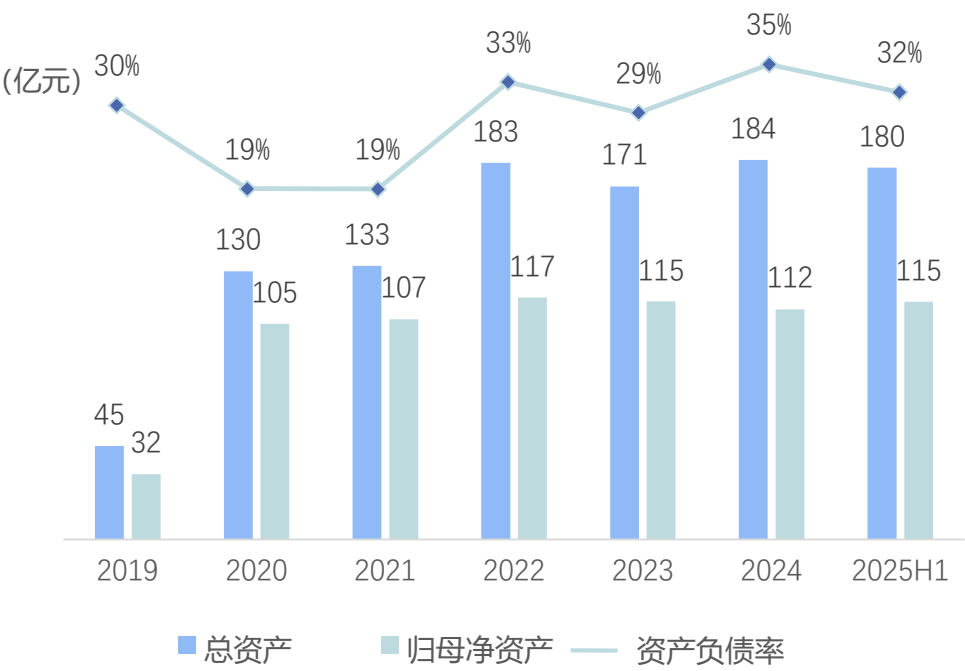
归母净利润



资产质量持续优化，研发投入助力创新提升

➤ 截至2025年上半年末，公司资产负债率下降至32%，货币资金等流动性较强资产^注合计58.7亿元，占总资产比重33%，资产质量保持良好水平。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

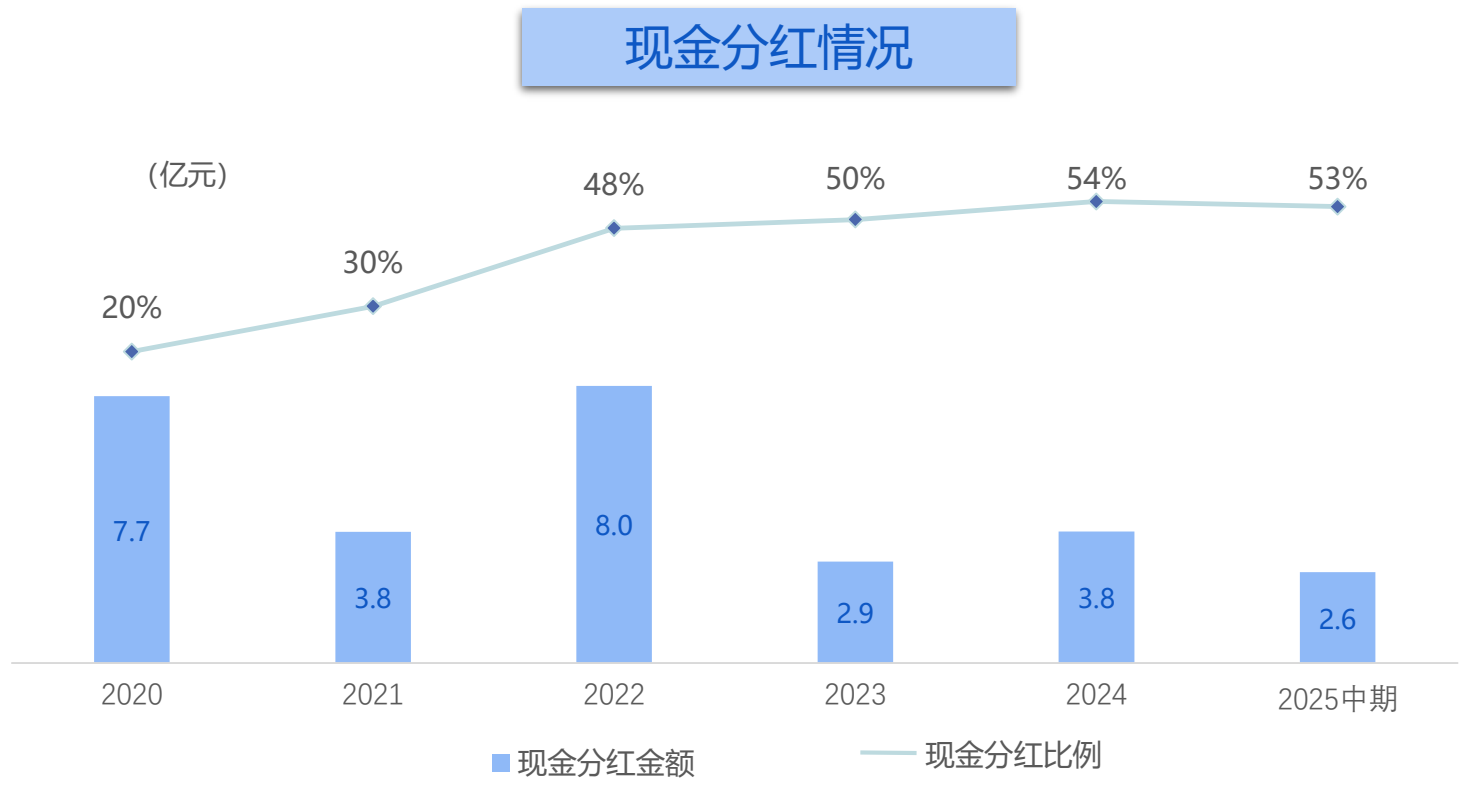
	医疗行业专利 (个)	消费品行业专利 (个)	医疗产品 注册证 (个)
2025年上半年 持有数量	1109	530	701 (三类28个)
上半年净新增	22	17	52 (三类新增3个)

注：货币资金等流动性较强资产=货币资金+交易性金融资产+大额存单。



践行“质量回报双提升”行动，中期分红回报股东

- 公司积极践行“质量回报双提升”行动，再次中期分红回馈广大投资者。2025年半年度利润分配方案为：每10股派发现金股利4.5元（含税），共计派发现金股利2.6亿元，占归属于上市公司股东的净利润的53%。
- 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28.8亿元（含本次中期分红），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100.3%。



上半年业务回顾



医用耗材业务（1）—— 创新培育，爆品引领

- 2025年上半年，高端敷料从基础材料出发加强研发深度，逐渐积累出竞争优势；手术室耗材海外市场发挥智能制造和供应链优势，国内以“**绿色手术室**”解决方案为核心，围绕临床价值为锚点，加速一次性手术包渗透；健康个护业务中，医美产品快速发展贡献增量。



突破胶黏、吸液材料技术瓶颈
以专利布局和产品注册夯实壁垒



以“绿色手术室”场景贯穿手术全流程
强化“安全、可靠、绿色”的品牌定位



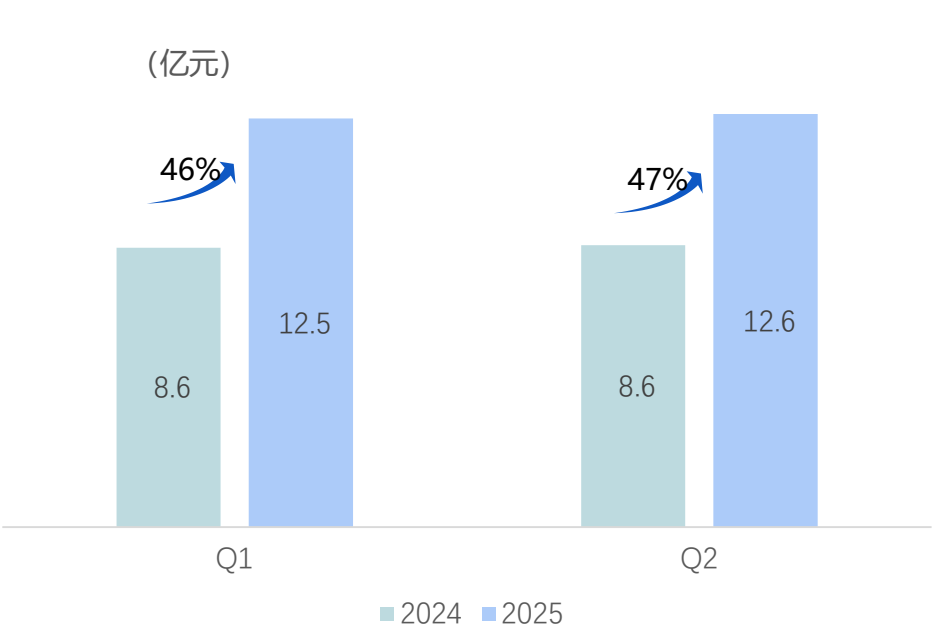
医美产品实现II类医疗器械医用敷料自制生产
凭借多项研发工艺提升使用体验



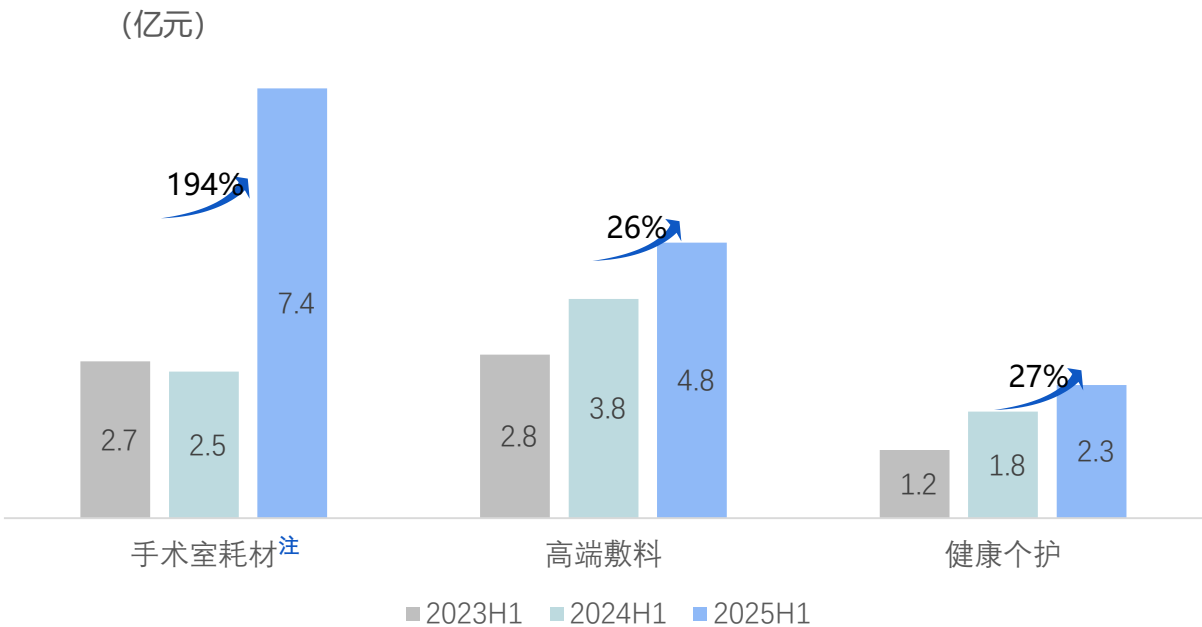
医用耗材业务（2）-内生提速，并购融合

➤ 2025年上半年，医疗板块整体实现营业收入25.2亿元，同比增长46.4%。剔除新并购公司GRI的贡献，医疗板块上半年实现营业收入19.5亿元，**同比上升13.2%**，单季度收入同比提速发展（剔除GRI收入，二季度医疗板块收入同比增长15.3%，一季度同比增长11.1%）。核心品类中，手术室耗材、高端敷料及健康个护业务增长势头良好。

医用耗材业务营业收入



核心品类情况

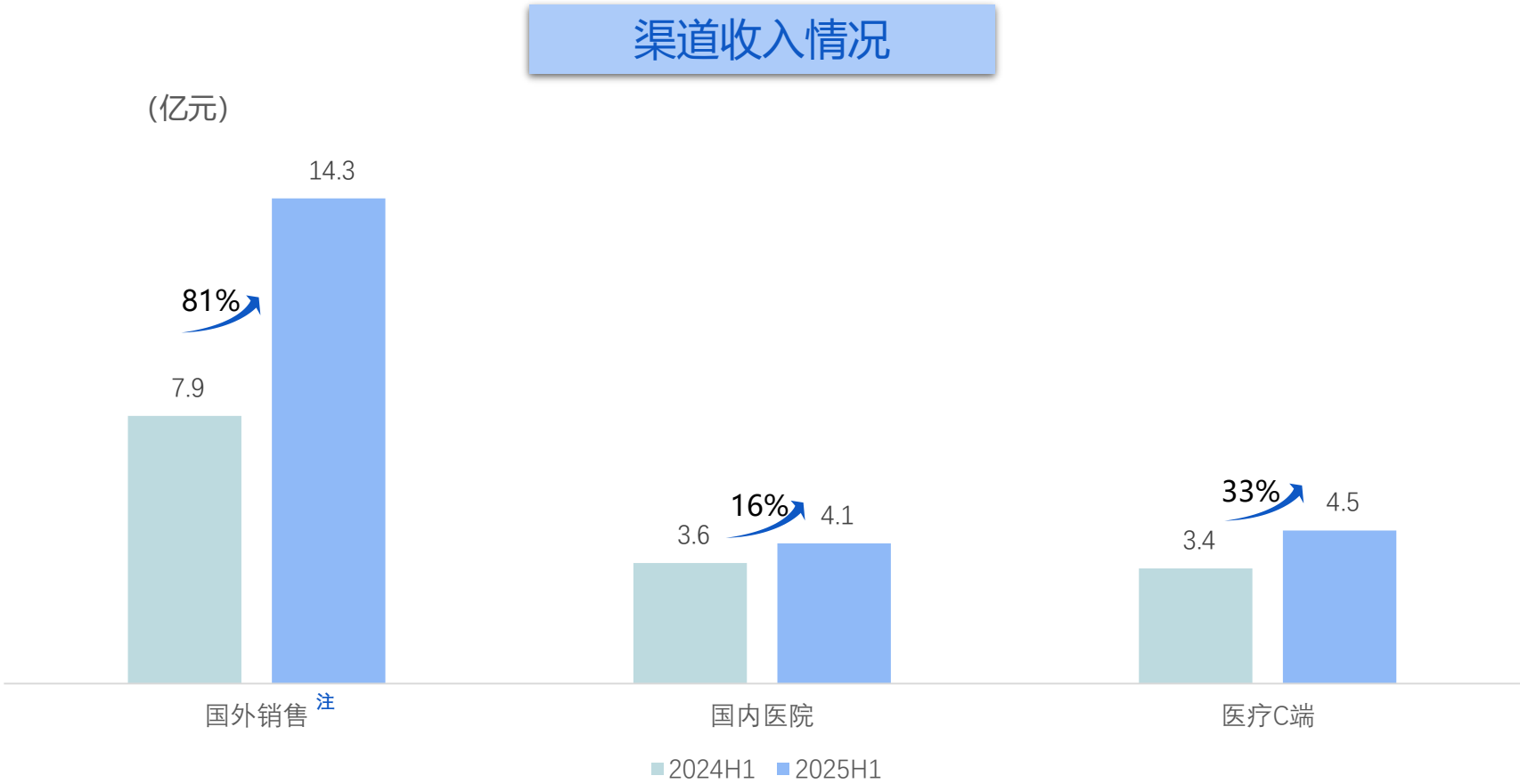


注：剔除GRI，2025年上半年手术室耗材同比增长18.0%。



医用耗材业务（3） - 渠道发展积极向好

- 2025年上半年，公司坚持“海外业务+国内严肃医疗+日用消费医疗”三线并进发展，通过多种方式持续深耕，积极打通营销通路。并购公司GRI带来增量，推动国外渠道快速增长；国内医院渠道稳步向上；医疗C端增长良好。



注：剔除GRI，2025年上半年国外销售同比增长10.4%。



消费品业务（1） - 研发创新推动产品领先

➤ 面对日新月异的市场，全棉时代从消费者潜在需求出发，自研**全棉透气、凉感、速干、抗菌、防晒、柔软、全棉芯、保暖、高端九大全棉科技**，把棉花的特性发挥到极致，打造出更舒适、健康、环保且具备强功能化的全新产品。

COTTON TECH 全棉科技

轻盈 柔软 透气 COTTON BREATHABLE 全棉透气科技	物理抗菌 更安心 COTTON ANTI-BACTERIAL 全棉抗菌科技	会呼吸的 全棉防晒衣 COTTON ANTI-UV 全棉防晒科技
出汗瞬吸 清爽不粘腻 COTTON DRY 全棉速干科技	一触凉 持久凉 COTTON COOL 全棉凉感科技	物理加柔 越洗越柔 COTTON SOFT 全棉柔软科技
更轻 更柔 更暖 COTTON WARM 全棉保暖科技	珍稀好棉 奢柔亲肤 COTTON PREMIUM 全棉高端系列	里外全棉 高效锁温 COTTON FILLER 全棉芯科技



消费品业务（2） - 聚焦战略方向，持续推出新品

- 全棉时代背靠“医疗背景、全棉理念、品质基因”的三大核心优势，持续加强与消费者的沟通，积极宣传全棉材质的好处，聚焦战略方向，持续推出新品。



棉柔巾升级
(0添加 更柔45%，加厚等)



多款卫生巾新品
(图例为超净吸抑菌PRO)



多款贴身衣物新品
(图例为褶皱纱家居服)



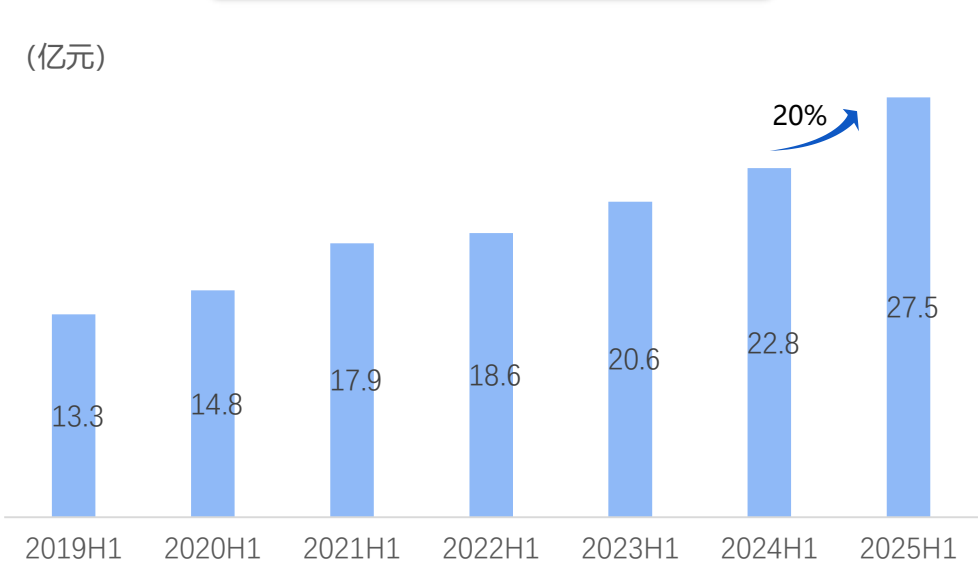
多款新生儿用品新品
(图例为风柔棉纱布浴巾)



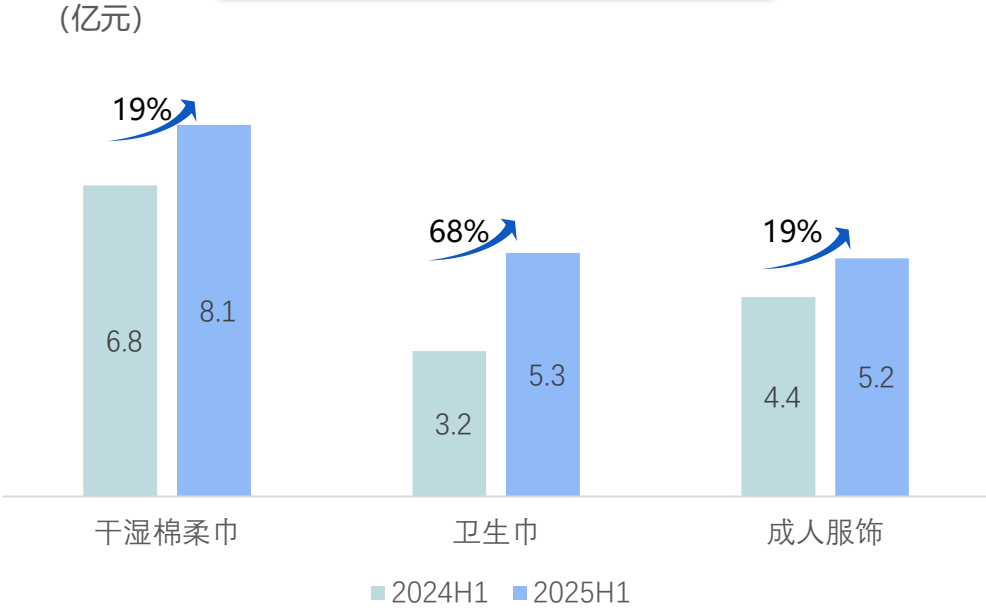
消费品业务（3） - 重点品类带动下提速增长

➤ 近几年，全棉时代经受住市场的考验，每个业绩期都交出了增长的答卷，尤其自2024年重点品类发力后，整体提速增长。2025年上半年，全棉时代实现营业收入27.5亿元，同比增长20.3%，整体保持着旺盛的向上势能。其中，核心爆品奈丝公主卫生巾销售额引领全品类显著增长，另外干湿棉柔巾及成人服饰保持良好增长。

消费品业务营业收入

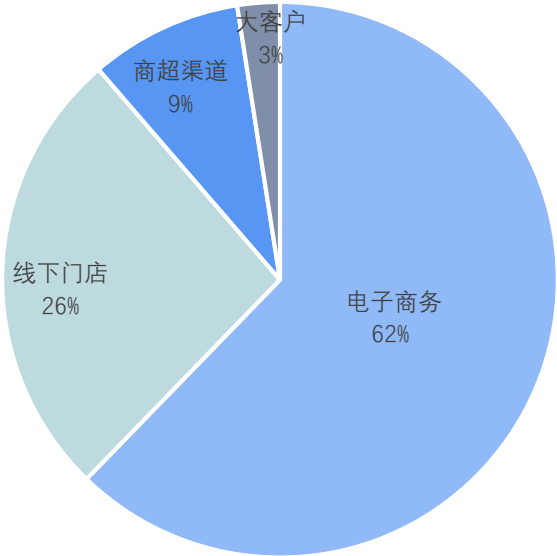


核心品类情况



- 2025年上半年，全棉时代线上渠道实现营业收入17.1亿元，同比增长23.6%；其中，兴趣电商平台实现突破性增长(例如抖音同比增长近100%)。商超渠道积极发展，报告期内贡献收入2.4亿元，同比增长63.2%。
- 渠道经营稳步拓展，截至2025年上半年末，全棉时代线下门店共计484家，上半年新开16家；全域会员人数近6,700万人，较去年末增长7.7%，品牌渗透持续拓圈。

各渠道收入贡献



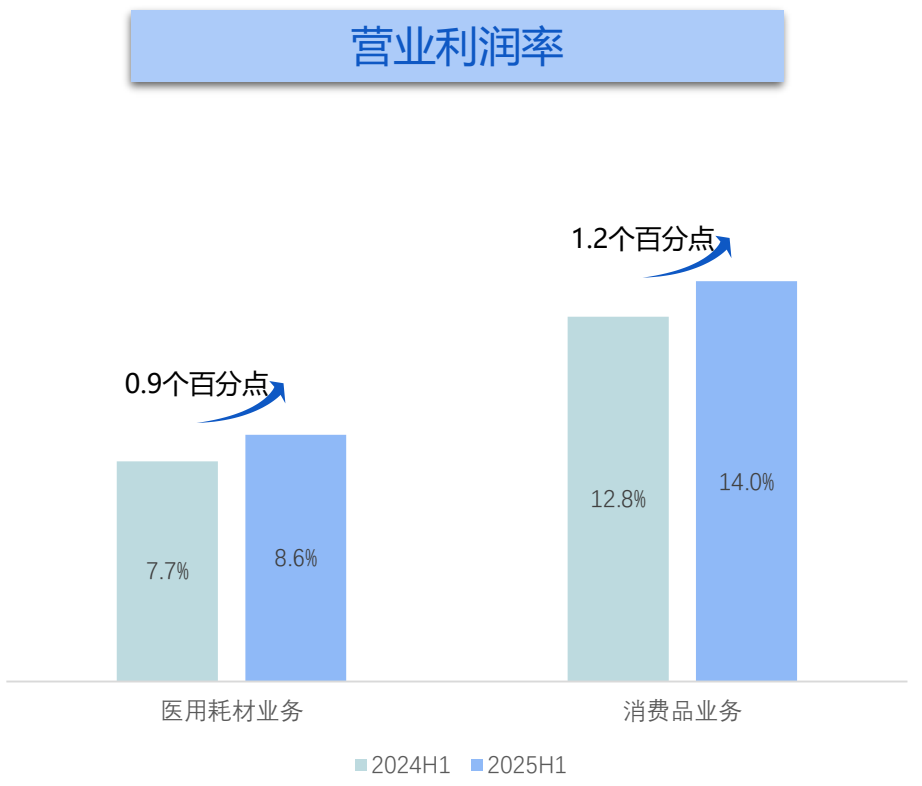
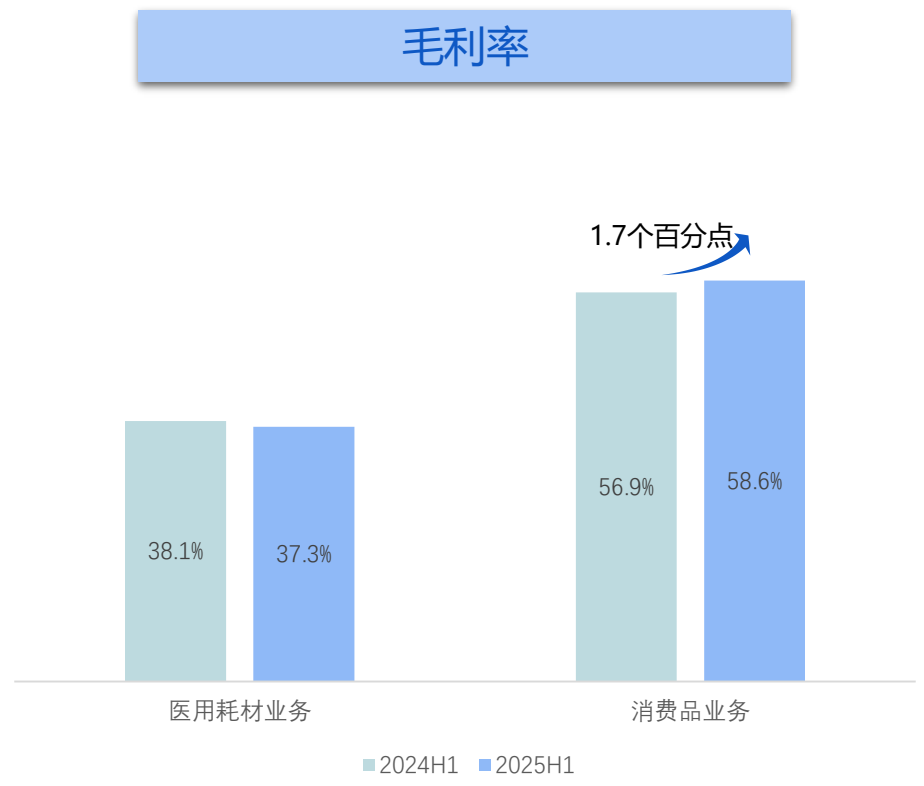
全棉时代渠道发展情况

	截止2025年上半年末	2025年上半年新增
全域会员人数	近6700万	较去年末+7.7%
线下门店总数	484家	16家
- 直营	380家	8家
- 加盟	104家	8家

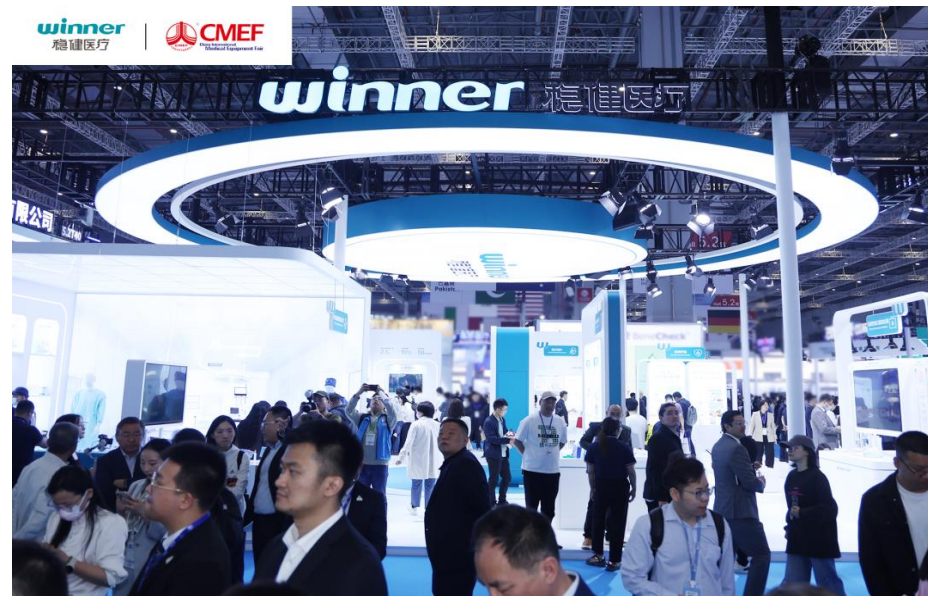


两大主业盈利能力不断提高

➤ 近两年，**医用耗材业务**主动变革，从产品结构、新技术及新产品迭代、组织运营效率提升及渠道建设等各方面积极恢复业务的盈利能力；受益于产品结构优化及棉花价格下行，更重要的是，持续推进新品迭代、折扣管控、精细化运营管理等行动，**消费品业务**盈利能力持续提升。



品牌向上，多形式品牌打造——医疗业务



- 4月，稳健医疗参展第91届中国国际医疗器械博览会（CMEF），以“全球视野，一站守护”为核心，吸引了对医用耗材前沿革新感兴趣的过千名专业观众，展示了公司最新研发成果。



- 在消费医疗领域，公司联合权威媒体央视网推出《为什么大家越来越青睐专业医护级产品》《呵护健康，更保护环境：棉里层口罩研发之路》等专题片，推广棉里层口罩等产品，紧贴大众消费趋势。

- 7月，稳健集团亮相第三届中国国际供应链促进博览会，作为健康生活链链主企业、参展商联盟理事单位，以“全球好棉，一棉一世界”为主题，以多元化展示形式向全球来宾呈现棉花全产业链的创新实力与绿色实践。



品牌向上，多形式打造品牌——消费品业务



➤ 5月28日，全棉时代&奈丝公主于“世界月经日”召开新品发布会，以「奈丝公主·美好予她」为主题，为消费者带来更“懂你所需”的卫生巾，给予女性经期更自在安心的舒适体验，与万千女性共赴一场美好之约。



➤ 2025年5月，郭晶晶与总台主持人陈伟鸿探秘棉柔巾工厂，用“好棉、好软、好安心”的三好标准去检验棉柔巾从原料到成品的层层工序。



➤ 儿童节上线「听听孩子的话」2.0，以“小朋友回答大人的疑问”为创意点，多元触点深化“更懂孩子”的品牌形象。



➤ 6月，全棉时代好物代言人丁禹兮亮相重庆，开启“舒适三部曲”品牌线下见面会，让年轻用户感受100%全棉带来 100%的舒适体验。

产品领先

卓越运营

全球视野



感谢观看

THANKS!

