

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：2025-001

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	华夏基金、博时基金、交银施罗德基金、民生加银基金等 235 位机构投资者，名单详见附件（排名不分先后）
时间	2025 年 1 月 17 日
地点	总部会议室/电话会议
上市公司接待人员姓名	监事、稳健医疗轮值 CEO：吴克震 董事、全棉时代副总裁：廖美珍 副总经理、董事会秘书：陈惠选
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、管理层介绍</p> <p>2024 年，感染防护产品高基数对财务报表的扰动已过去，医疗板块回归到常态化运营；全棉时代在保持毛利率稳定的状态下，每个季度收入增速逐季提升（一到三季度收入增速分别是 7%、13% 和 21%），全棉时代回归到健康可持续的增长势头。基于去年深入的市场洞察，稳健医疗两大主营业务已经全面做好了 2025 年的商业规划：从整体的经营主题、业绩目标，细化到商品、渠道、研发、品牌营销等多方面的一体化作战计划。2025 年，公司将迎来新气象、迈向新征程！</p> <p>2025 年元旦，稳健全体员工如约收到董事长李建全先生（JQ）亲笔所写元旦贺词，这个传统 JQ 已经坚持了 26 年。2025 年元旦贺词的主题是《品牌向上，是百年稳健不变的方向》，JQ 与我们共同探索了如何打造“百年品牌”的路径和方法，并总结到：</p>

- **稳健医疗的品牌愿景：**呵护健康、关爱生命、保护环境，让世界更美好！
- **品牌的核心价值：**

质量优先于利润、品牌优先于速度、社会价值优先于企业价值，是稳健所有品牌的核心价值中的核心。稳健品牌核心价值就是始终坚持在严肃医疗方面深耕细作，在前沿医学方面有建树、有作为，承担起中国医疗高端材料方面领先的重任。全棉时代品牌核心价值是运用日新月异的科学技术，将棉产品研究出超越所有其他纤维的优越性，从而实现全棉改变世界的愿景；全棉时代只做棉，就是最大的品牌核心价值。与时俱进的创新一切可以创新的产品、商业模式、营销模式、服务质量、数字化技术、智能化技术是集团所有品牌赖以生存和发展的根本。
- **稳健医疗的产品定位：**医疗耗材逐步从基础材料向高端材料方向发展。

全棉时代产品定位：全棉全品类，但不等于什么都做，而是任何品类中精选最擅长的做。
- **品牌故事：**我们要讲好品牌故事，围绕产品讲品牌，围绕品牌讲故事。
- **稳健品牌的责任：**引领行业高质量发展，眼光向外，技术向上，产品向上，为广大医患和大众健康解决痛点，痒点，确保生命安全。

全棉时代品牌的责任：坚持舒适、健康、环保，坚持只做全棉，这既是品牌理念，更是品牌的责任。无论是稳健品牌还是全棉时代品牌，都要时刻牢记，广大消费者是品牌的衣食父母，品牌和社会是鱼水关系，就像鱼儿离不开水一样，品牌不能脱离社会。因此，品牌就要为社会多做贡献，在社会需要品牌的时候，义无反顾和无私的付出和参与。

JQ 已经为稳健医疗指明了发展方向和路径，收到贺词全体员工都非常振奋，更是充满斗志和十足的信心。2025 年，稳健医疗将全面迈向新征程！

二、问答记录：

1、请介绍 2025 年全棉时代的整体规划。

答：首先，我们会在董事长的战略指引下做好基础工作。2025 年，全棉时代的战略主题是“产品领先、卓越运营、品牌向上、数智赋能”。**产品领先方面**，我们要稳住四大核心战略品的创新力和竞争力。**渠道方面**，2024 年全棉时代电商渠道增长优于线下，特别是抖音和传统电商增速引领全渠

道，2025 年预计将继续保持这一趋势。我们将发挥电商运作方面的能力和优势，继续引进优秀人才，把销售做好。线下渠道方面，2024 年门店同店同比所有提升，2025 年我们要继续精进。展店计划方面，我们要继续寻找优质项目，2025 年目标新开百家左右新店。**营销方面**，我们提出“品牌向上”的主题，要求更优质的内容和更精准的投放，获得用户共鸣，继续提升品牌势能。

2、请介绍 2025 年医疗业务的渠道发展策略。

答：2025 年，医疗业务将继续沿着三大渠道进行深耕发展。首先，海外事业部，整体发展将稳中向好，同时借助去年 9 月对 GRI 的并购，未来在海外拓展方面将带来新的协同机会。第二，国内严肃医疗方面，院线是稳健医疗的业务基本盘，是重中之重；近两年我们的布局已取得较为良好的局面，因此预期 2025 年在院线渠道将有较好的增长，特别是在重点品类手术组合包方面。第三，消费医疗产品 C 端渠道，在公共卫生事件以后，借助美誉度的普及以及品牌新势力的打造，目前我们的会员基数已经超过 1700 万，通过产品力提升，通过线上线下融合，努力提升消费医疗产品的市场表现。

3、中长期公司对奈丝公主卫生巾市场份额和行业地位有着怎样的目标？

答：11 月卫生巾行业舆情事件发生后，奈丝公主凭借过硬的产品品质和稳健医疗的安心洁净车间的生产环境，承接住了流量红利，多年来积累的产品品质得到了用户和零售商的认可，12 月在各大电商平台的市场排名显著提升。基于这样难得的市场机会，我们给自己提了一个更高的要求，中长期，无论在线上还是线下，总体目标是通过不断的努力，成为中国排名前列的卫生巾品牌。

4、请介绍 2025 年奈丝公主卫生巾的资源投放计划。

答：首先从潜力来说，卫生巾的市场潜力比棉柔巾更大。中国卫生巾市场规模达 1000 亿，头部品牌可做到几十亿规模。如果奈丝公主能成为头部品牌，卫生巾是有潜力成为全棉时代第一大爆品的，我们需要抓住机遇努力奋斗。2025 年，卫生巾是重要的战略品类，公司将倾斜资源投入，包括供应链、营销和产品研发。供应链方面，公司积极采购设备，扩大产能，提升供给。

5、去年 9 月并购的 GRI 公司对医疗业务发展的协同效应体现在哪些方面？

答：公司 9 月份并购了美国医疗耗材公司 GRI，是公司坚定迈向全球化战略方向的重要举措，与公司主业高度协同，具有里程碑式的意义。并购完成后，公司已制定并实施了百日计划，专注于协同和资源整合，该计划已基本完成。

稳健医疗与 GRI 的协同将体现在生产制造、采购、研发及销售等多个

方面。**生产方面**，GRI 在美国、越南、多米尼加等地的生产基地将与稳健医疗的国内工厂形成资源互补。双方通过全球供应链满足全球市场需求，特别是不同地区的市场需求。**销售方面**，双方将共享销售渠道信息，商讨国外空白市场的发展策略，进一步拓展市场空间。**采购方面**，双方将合并采购和物流资源，降低成本，共享供应商资源，获得更好的质量和成本效益。**研发方面**，双方研发和技术团队已进行深入沟通，将利用双方的知识产权增强整体产品研发能力。

借助稳健医疗的技术创新能力，完善的生产自动化和更严谨的质量管控体系，将极大提升 GRI 的产品质量和生产效率，更好地满足客户需求。GRI 的海外生产基地和资源渠道将助力稳健医疗加速全球化布局，实现双方互利共赢，使 GRI 成为稳健医疗全球化战略中的重要支点，共同打造具有国际影响力的医疗耗材品牌。

6、请介绍 2025 年棉柔巾的发展策略，尤其是在 2024 年高增带来高基数下如何保持高速增长及市占率的提升？

答：基于棉柔巾市场整体处在较好增长阶段，且消费者对全棉和化纤材料的认知仍有提升空间。我们对全棉时代棉柔巾 2025 年的增长非常有信心。策略方面，2025 年我们将继续进行材质沟通，提升消费者对全棉产品的认知。在产品创新方面，将推出更多场景化、新包装形式以及提供情绪价值的产品。例如，“好运棉棉”红品棉柔巾在春节期间和电商送礼功能的加持下，销售表现良好。我们将继续满足不同人群的需求，如大学生、年轻宝妈和男性消费者，通过新需求寻找新增量。

7、如何展望医疗业务 2025 年的利润率趋势？

答：整体来讲，2024 年医疗业务的利润率还是小幅受到公共卫生事件后续问题的影响，但从趋势上看，无论收入还是利润，2024 年内逐季显著改善，预计 2025 年医疗业务整体利润率将进一步提升。提升的驱动力来源于：通过近两年的产品力提升和渠道拓展，以及内部管理的改善，包括工厂层面的降本增效，一体化作战下整体运营能力和效率得到提升，将有力助推 2025 年盈利能力的恢复。

8、请介绍医疗板块国内电商 2025 年的发展规划。

答：2025 年，公司将按照“聚焦爆品、精细运营、强化营销”为方向，加大国内电商渠道在产品打造和品牌营销资源投放上的力度。产品端，调整方向已明确，特别是电商渠道的战略品。在品类扩展方面，特别是医美系列产品（如面膜、次抛和护理产品）有新品计划。

9、请介绍一下全棉时代的会员情况。

答：近三年我们持续关注新会员增长和高价值会员的粘性。会员增长方面，2024 年末全棉时代全渠道会员总量突破 6000 万，较去年末增长 16%。会员

	<p>粘性方面，2024 年全年，全棉时代成交会员人数同比增长超 20%，这一增长反映了品牌受欢迎程度的提升和产品喜爱度的增加；高价值会员的复购率超过 40%，他们的消费能力较强，复购次数保持在四次以上，是品牌的宝贵资产。2025 年，我们将继续重视新会员的拉新，打好品牌的后续发展基础。同时，我们将提供更好的服务，增强高价值会员的粘性，鼓励他们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。</p> <p>三、管理层总结：</p> <p>1、董事长的新年贺词给大家指明了“百年稳健-品牌向上”高瞻远瞩的长远目标，不仅让员工感到兴奋和自豪，相信也让投资人更踏实和安心。</p> <p>2、医疗业务，并购 GRI 有助于进一步拓展海外业务，国内也因进口替代、产品升级带来新机遇；</p> <p>3、全棉时代，前几年持续不断“修炼内功”，积累经验，目前已经找到了属于自己的成功路径，2025 年，同事们信心满满、斗志昂扬、我们有信心助推业绩再上一个新台阶！</p>
附件清单（如有）	
日期	2025/1/17