

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：2022-06

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
参与单位名称及人员姓名	稳健医疗 2021 年度网上业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者
时间	2022 年 5 月 10 日 15：00-16：30
地点	深圳证券交易所“互动易平台” <a href="http://irm.cninfo.com.cn">http://irm.cninfo.com.cn</a> “云访谈”栏目
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理：李建全 董事、副总经理兼财务总监：方修元 独立董事：谢家伟 副总经理兼董事会秘书：陈惠选 保荐代表人：王申晨
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 请问，健康生活消费品 Q1 新开多少家线下门店？Q1 健康生活消费品商超渠道开拓增速挺快，今年后续还将大力度开拓商超渠道吗？谢谢</p> <p>答：健康生活消费品 Q1 新开 11 家门店，2022 年 Q1 全棉时代棉柔巾进驻屈臣氏 4000 家门店，上架一个月，就进入屈臣氏全系统 TOP 300SKU，屈臣氏 TOP300 SKU 中大部分都是护肤品，200 元以上的件单价，而我们的棉柔巾凭着 29.8 的件单价，做到了销售额 TOP300SKU，做到棉柔巾直采品牌中的品类 No. 1，这说明我们的产品是受消费者喜爱的。未来会通过进驻更多的零售渠道触达更多消费者。</p>

**2. 公司的棉服类产品，与优衣库相比，竞争力如何，谢谢**

答：公司秉承全棉全品类生活方式的经营思路，在健康消费品领域产品分为有纺类的服饰和无纺类的棉柔巾、卫生巾、湿巾等，全棉时代的材料为精选全球优质棉花，纯棉材料具有舒适、健康、环保等优势。与其他服装企业相比，公司的差异化定位是公司竞争力的主要表现形式。

**3. 另外，全棉时代系列中，服装品类的客户群体大概是怎样的？感觉全棉时代的产品定位是比较符合 70、80 后的选择，是不是 90、00 后对产品的热度还有较大提升空间？**

答：从全棉时代按消费品类的画像数据来看，除卫生巾和棉柔巾的消费者画像总体更年轻外，服装品类和无纺品品类的年龄段分布并无明显差异，26~35 岁的消费者（1987 年以后出生的）占我们的会员体量的 53%，而且年轻消费者的比重在逐年上涨，电商渠道尤为明显，90 后 00 后占 50%。全棉时代倡导的“舒适、健康、环保”的理念，尤其是全棉低碳生活可持续环保的理念，以及全棉的舒适品质，受到越来越多年轻消费者的接受，2021 年 10 月，全棉时代 2022 春夏的产品首次亮相上海时装周，收到很多消费者的一致好评，2022 春夏，我们热卖的抗菌 100T 恤，全棉”会呼吸“的防晒衣，液氨凉感的家居服，适合宅家兼外出一公里的家居服，受到了年轻消费者的喜爱。展望未来，全棉时代将不断改进设计和产品的颜值，用棉的 Fashion，精耕并极致发挥棉的舒适透气等优势，推出越来越多版型好看，兼顾舒适与时尚的服装产品！

**4. 请问董事长，公司股票一路下跌，原因是什么？公司最近新冠检测剂销量如何？公司一季度口罩销量如何？今后公司发展有何计划打算？**

答：股价涨跌受多种因素的影响，公司未来会持续做好业绩回馈广大投资者。公司新冠剂盒、口罩销售情况较好。经过

新冠肺炎疫情的洗礼，国家、医院和民众对卫生环境的要求提高，公司品牌知名度、美誉度和影响力得到大幅提升，销售渠道得到进一步拓宽，公司将抓住市场机会，按照市场需求作出产品调整，扩大医用耗材产品的市场占有率和覆盖率。

**5. 去年下半年公司的棉柔巾和湿巾销售都有所下滑，请问原因是什么？**

答：主要受到市场以次充好等现象的影响，市场上不少棉柔巾和湿巾鱼目混珠，以化纤粘胶纤维或木浆植物纤维为原材料制作，只有全棉时代将一如既往地坚持用优质的棉花，100%全棉制造全棉柔巾和全棉湿巾。解决方案：1. 全棉时代作为第一起草人、稳健医疗作为主要起草人主导制定了柔巾的国家标准（GB/T 40276-2021），该标准要求柔巾产品标识纤维成分及含量，纤维含量允差要符合 GB/T 29862 的规定。相信后续会对市场起到净化作用。2. 营销推广活动以种草，减少撒网式投放，提升投放有效性，增加互动和爆文产出率，让更多消费者理解全棉材质的好处；3. 公司将继续稳定原有的母婴客群，增加个人护理和家庭清洁等不同场景的客群触达投放。4. 公司开拓更多新场景的销售渠道。

**6. 公司的销售费用最近两年占比较高，2019 年占比 29%，2020 年占比 12%，对比可比同行业公司振德医疗是对方 2-3 倍。请问公司主要销售费用的投入在什么方面？**

答：公司是医疗与消费协同发展的大健康企业，消费品板块以全棉时代为主，公司的业务覆盖 2B 端与 2C 端的销售，其中 2C 端的市场营销及推广投入较大，因此，公司的销售费用占比较大。

**7. 李总，未来 5 年，稳健医疗的营业收入能否突破 100 亿元，谢谢！**

答：公司已制定短期、中期和长期的经营战略，从商品、渠道、供应链、数字化等方向进行优化变革，以促进公司业务

	<p>发展。公司年度营业收入数据，请以公司后续披露的年度报告为准，谢谢。</p> <p><b>8. 4月以来全棉时代业务受疫情影响下表现如何是否可以分享一下？</b></p> <p>答：个别地区像上海因为疫情管控以及人员的隔离，导致门店没办法正常开店营业，销售受到一定影响，但是公司通过代言人联动方式，将品牌理念（安心、幸福感、可持续）更加有效地传达给消费者，与消费者建立情感和价值共鸣，提升品牌认知度和美誉度，通过极速达，让更多顾客可以快速享受到公司产品；商超渠道通过新增像天虹百货、武汉罗森、浙江711等商超门店；官网和小程序方面，通过持续拉新，做好私域内容运营和社群运营；兴趣电商方面，结合头部达人直播和品牌自播相结合的方式，以优质的内容撬动更多的公域流量，实现了销售的持续增长。</p> <p><b>9. 公司未来还有没有更多的并购计划？</b></p> <p>答：目前公司对产业链上下游优质企业的并购合作持开放态度，如相关并购合作项目达到监管机构制定的披露标准，公司将及时履行信息披露义务。</p> <p><b>10. 公司2022的发展战略是什么？</b></p> <p>答：2021年公司提出“卓越运营稳增长，产品创新谋未来”的发展战略。短期内侧重通过卓越运营保持稳定的增长，中期侧重通过产品领先来实现可持续增长。</p>
附件清单（如有）	
日期	2022/5/10