

稳健医疗 · 300888

产品领先，卓越运营 向高质量发展前进

2023年半年度业绩推介材料

2023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

上半年财务表现

01

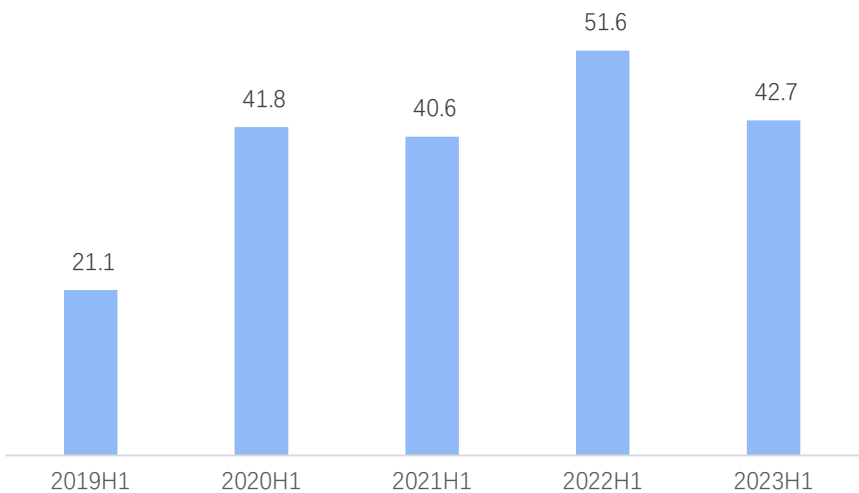


营收规模：高基数影响收入同比，C端渠道突破发展

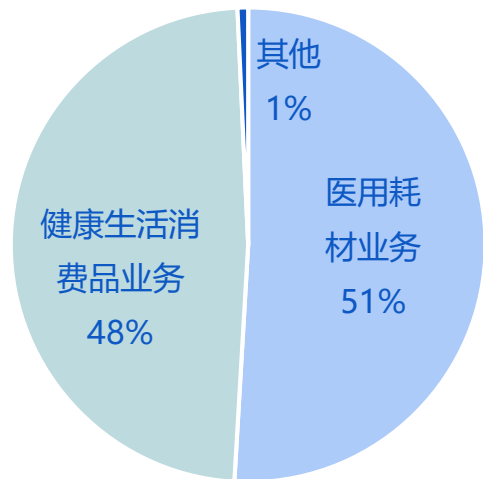
➤ 在去年同期感染防护产品^{注1}带来高基数的影响下，2023年上半年公司实现营业收入43亿元，同比下降17%；剔除三年非正常情况，营业收入较2019年同期增长103%。上半年医用耗材与健康生活消费品两个板块贡献收入基本持平；C端自有品牌收入占总营收比重超过63%^{注2}。

营业收入

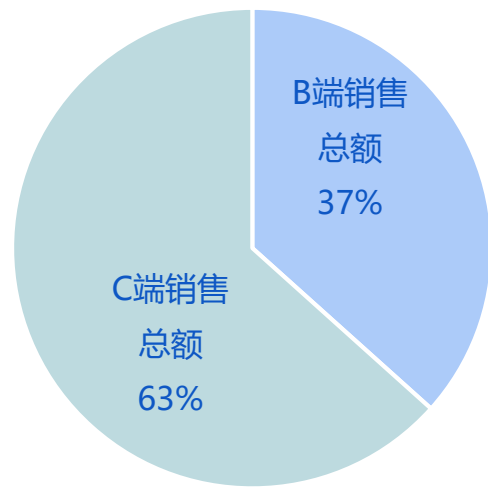
(亿元)



营收业务结构



营收渠道布局

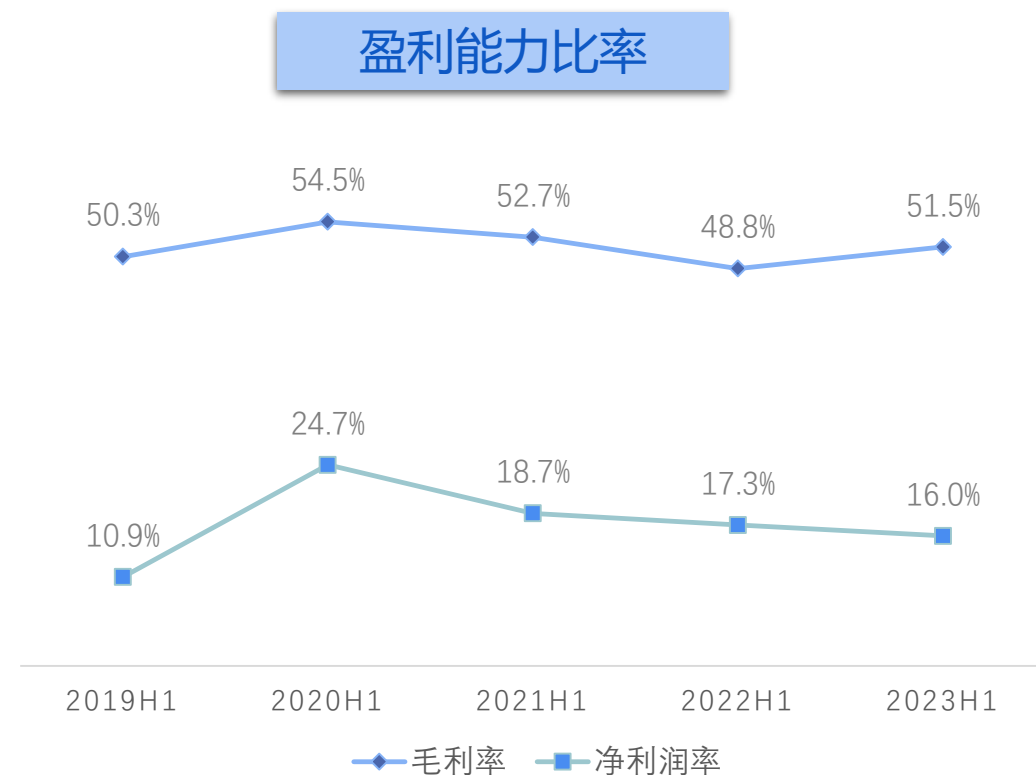
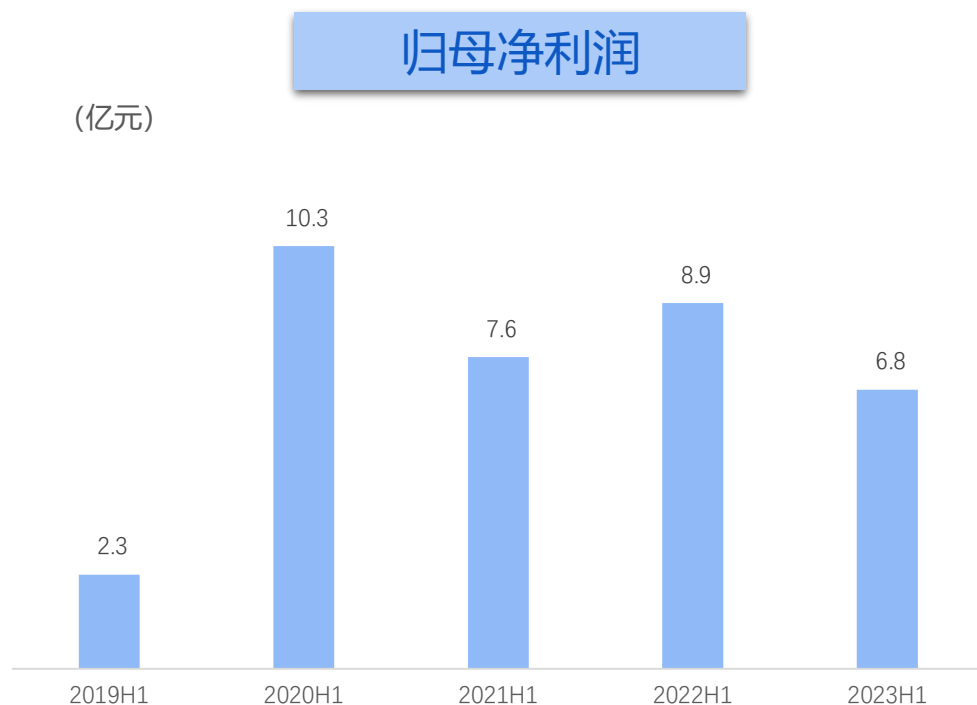


注1：感染防护产品主要包括：口罩、防护服、隔离衣、手套、脚套、帽子等。

注2：C端包含医疗C端（电商+OTC药店）以及全棉时代营业收入。

盈利能力：多举措共助毛利提升，稳发展成绩来之不易

- 2023年上半年，公司通过价值回归、降本增效、新品迭代优化产品结构等行动，多管齐下，共同助力毛利率稳步提升至51.5%，较去年同期提升2.6个百分点。在公共卫生事件形势显著变化的上半年，公司主动出击，最终达成净利润率16%，较去年同期仅下降1.3个百分点；归属于上市公司股东净利润规模达到6.8亿元，较2019年同期增长接近2倍。

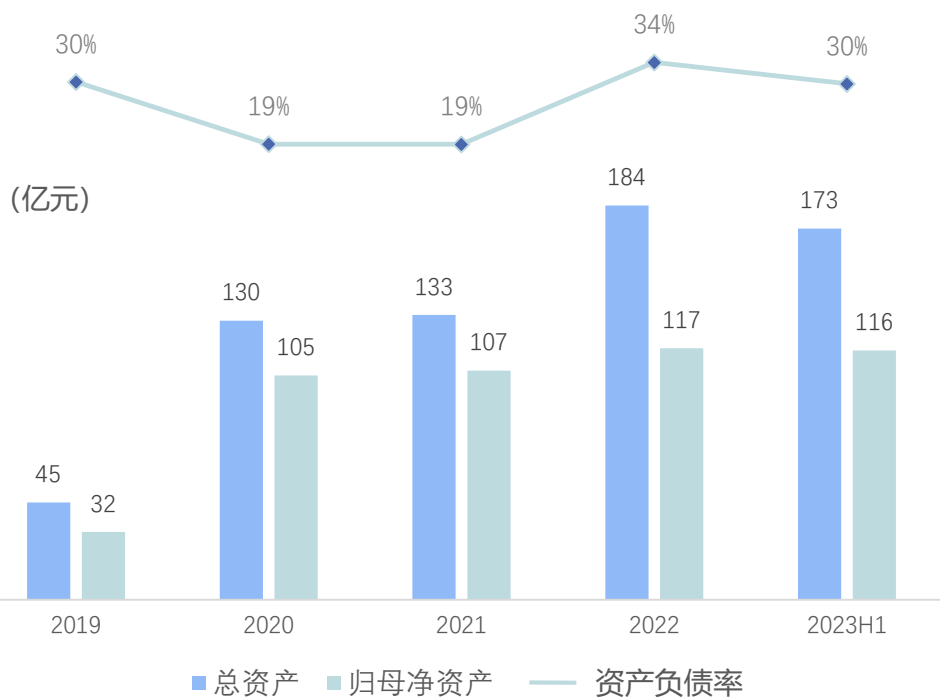




资产质量持续优化，研发投入助力创新提升

截至2023年上半年末，公司资产负债率下降至30%，货币资金及交易性金融资产合计80亿元，占总资产比重46%，资产质量持续优化。公司始终坚持产品领先战略，重视研发投入，上半年研发费用率维持4.6%的高位水平。报告期内专利证书数量、医疗产品注册证数量稳步提升，为公司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)
2023年上半年持有数量	732	502	332 (三类25个)

上半年业务回顾

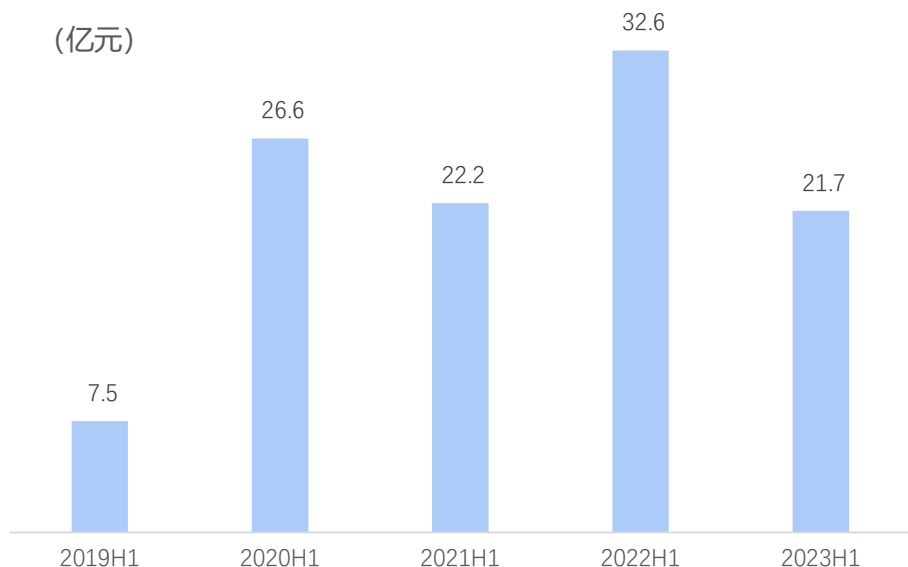
02



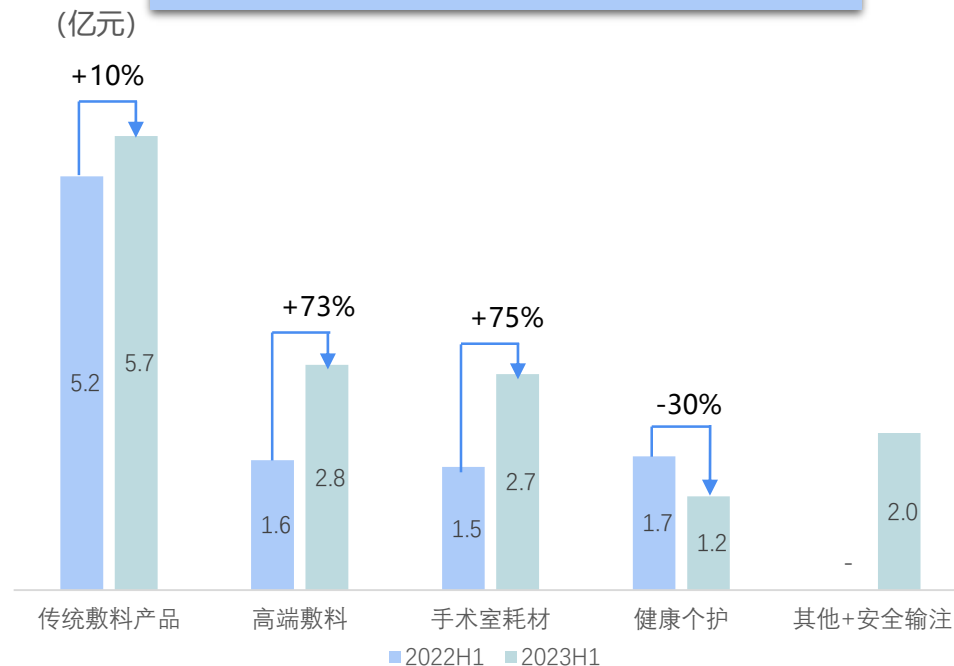
医疗业务（1） - 常规医用耗材业务稳步发展

- 近年来，随着公共卫生事件态势的不断变化，公司医用耗材业务营收规模波动较大。2023年上半年，医疗板块整体实现营业收入21.7亿元，同比下降33%。感染防护产品在低动销、高基数的影响下，营业收入降幅较为显著。另一方面，常规医用耗材业务稳步发展，特别是高端敷料及手术室耗材产品，营业收入同比分别增长73%及75%，增长势头较好。

医用耗材业务营收与增速



常规医用耗材营业收入

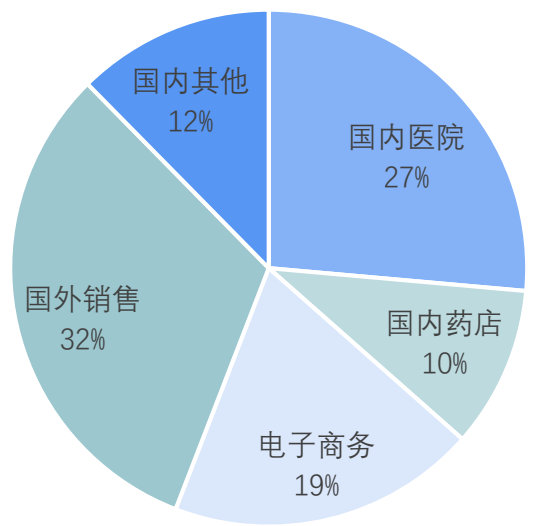


注：常规医用耗材指除感染防护产品外的医用耗材产品。

医疗业务（2） - C端渠道蓬勃发展

在近年来积累的品牌知名度及美誉度的基础上，2023年上半年，公司通过多种方式持续深耕渠道，积极打通营销通路。另一方面，公共卫生事件形势的变化，使得各渠道收入结构恢复到更加均衡、合理的状态。尤其是C端业务，蓬勃发展，上半年电子商务及国内药店分别实现营业收入4.2亿元及2.2亿元，占医疗业务收入比重合计提升至近30%。

各项渠道收入贡献



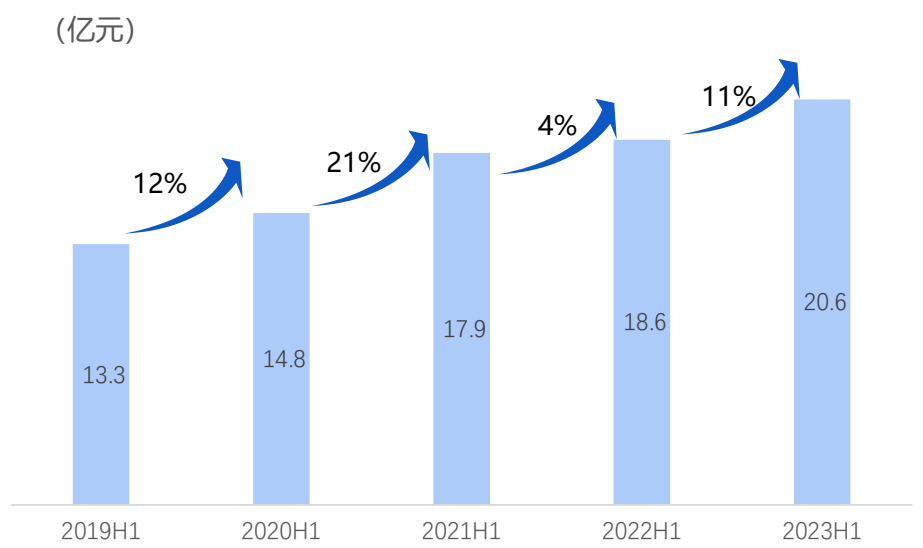
医疗业务C端渠道发展情况

	截止2023年上半年末	2023年上半年新增
国内电商品台粉丝数	1,642万人	22%
OTC药店	17万家	2万家

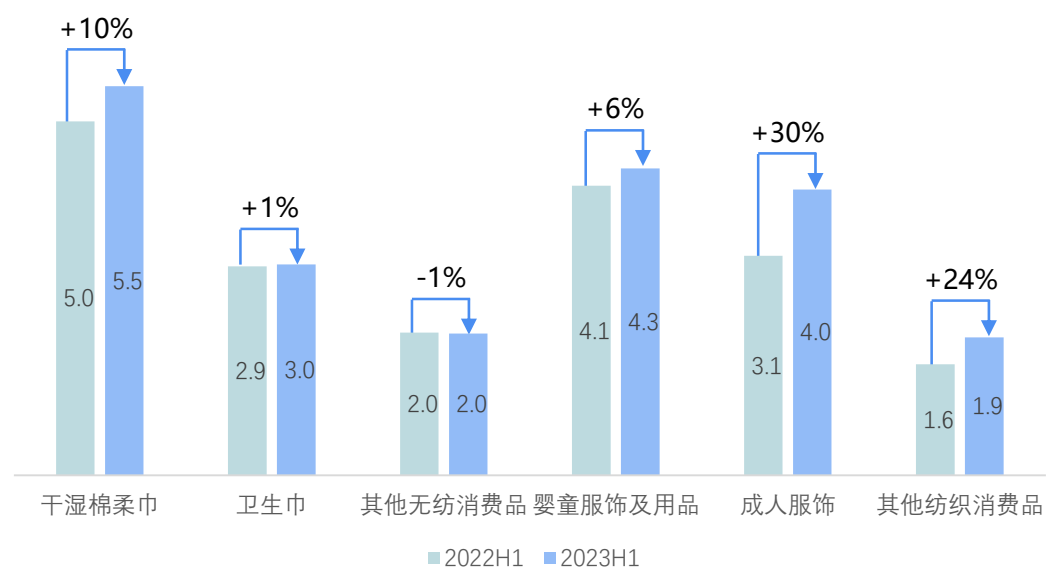
消费品业务（1） - 营收规模持续增长

➤ 以“Purcotton全棉时代”为品牌的健康生活消费品业务，报告期内实现营业收入20.6亿元，在去年同期基数并未明显偏低的情况下，同比增长11%，较2019年同期增长55%，**四年同期复合增速12%**，体现出较强的发展韧性。报告期内，核心爆品干湿棉柔巾销售额稳步提升，以线下销售为主渠道的成人服饰及其他纺织消费品（以床上用品、卫浴用品为主）增速亮眼。

消费品业务营收与增速



消费品业务营收结构



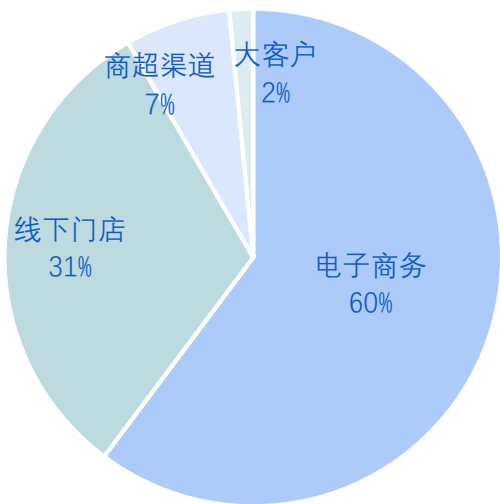


消费品业务（2） - 线下经营质量提升，线上业务稳步发展



➤ 全棉时代多渠道布局，通过线下体验，线上复购的模式，各渠道深度融合。随着线下客流量的恢复，**门店平效、店效等经营指标稳步提升，盈利能力显著提高**；报告期内线下门店实现营业收入6.5亿元，同比增长18%。线上渠道聚焦新品、爆款矩阵，加强品类之间互相渗透，努力提高拉新转化率与老客复购率，报告期内实现营业收入12.4亿元，同比增长10%。

各项渠道收入贡献



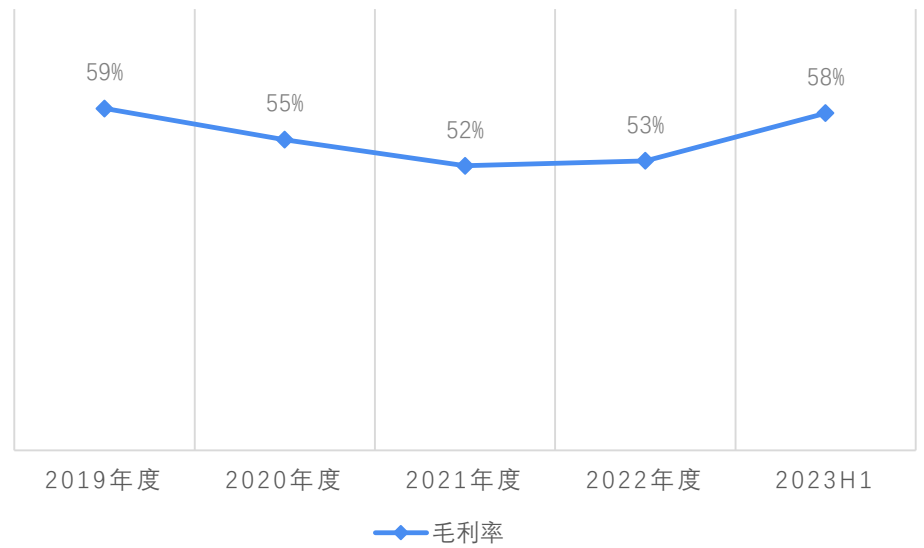
全棉时代渠道发展情况

	截止2023年上半年末	2023年上半年新增
全域会员人数	4,800余万	12%
私域会员人数	2,400余万	11%
线下门店总数	353家	22家
- 直营	309家	7家
- 加盟	44家	15家

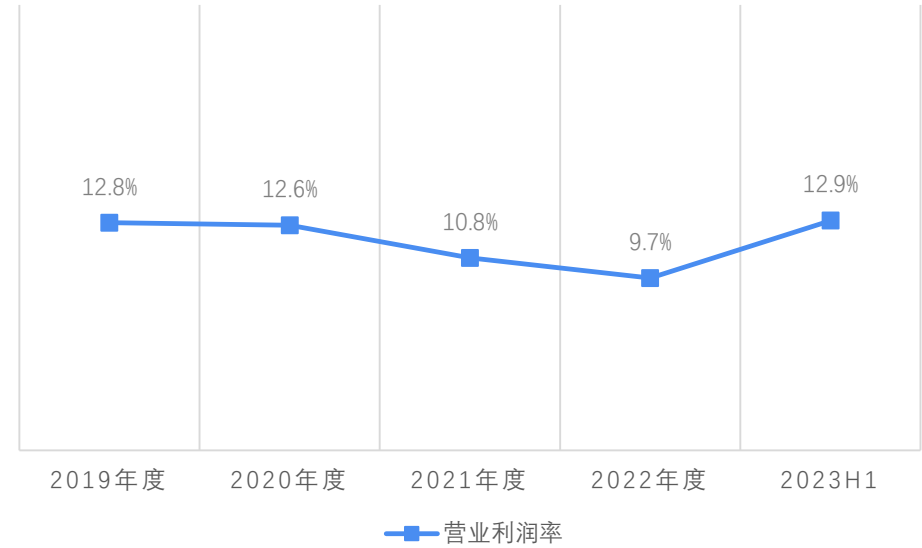
消费品业务（3） - 盈利能力恢复至较好水平

➤ 2023年上半年，健康生活消费品业务实现毛利率58%；实现营业利润额2.7亿元，较去年同期增长29%；实现营业利润率12.9%，盈利能力恢复至2019年度的较好水平。

消费品业务毛利率



消费品业务营业利润率



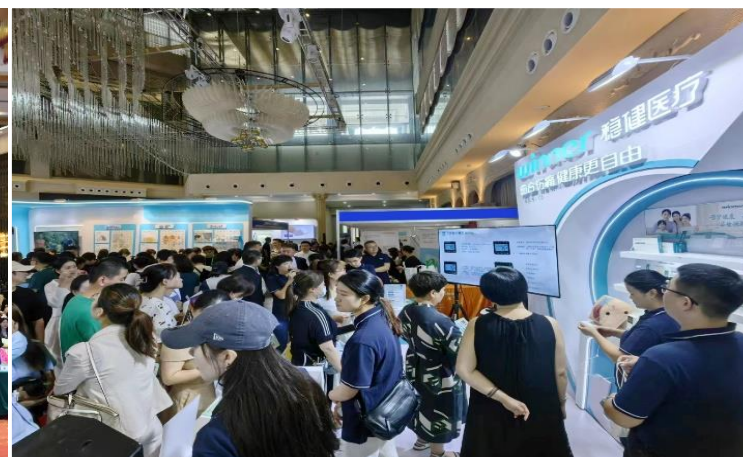
多形式品牌打造——医疗业务



➤ 2023年2月，稳健医疗&全棉时代健康助跑深圳马拉松，产品得到一致好评，品牌持续曝光。



➤ 4月到5月，稳健医疗上线“55护手节”活动，联合百家药房，在长沙、济南等重点城市的大型商圈举办快闪活动。



➤ 2023年7月，公司参加了由中华护理学会主办，湖北省护理学会承办的中华护理学会第20届全国伤口、造口、失禁护理交流会议，并设立特装展位为参会人员带来伤口护理互动分享。

多形式品牌打造——消费品业务



➤ 直面困难、做出改变，这些时代女性身上所呈现出来的温柔又坚韧的精神力量，与棉花非常相似。3月，品牌继续推出原创人物记录系列《她改变的》白响恩篇，视频全网总播放量超4200万，微博话题总阅读量达7.34亿。



➤ 上半年，全棉时代联动全国80所高校继续发起[WE环保 多用棉]环保计划，联合开展了包装设计大赛、环保公益讲座、地球熄灯音乐会等校园环保活动，携手“Z世代”共同守护绿色未来。



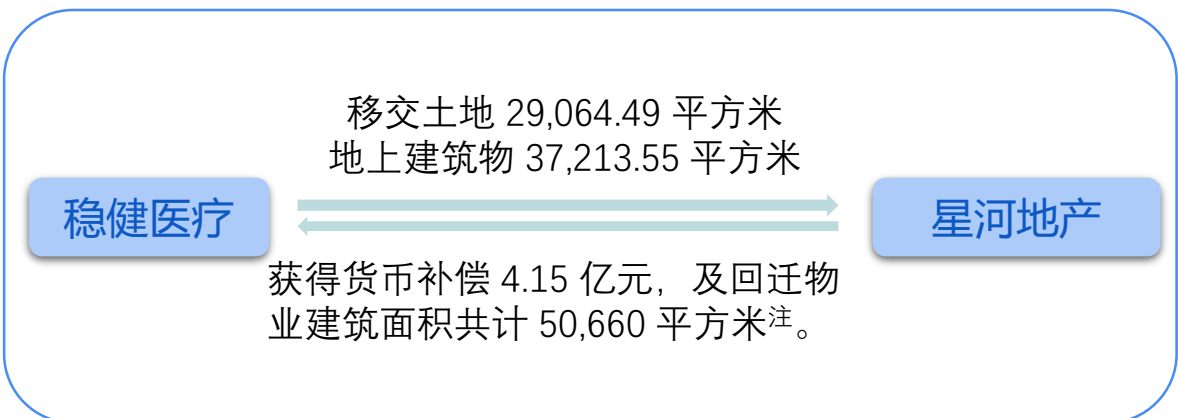
➤ 全棉时代聘请郭晶晶为品牌代言人，聘请孙千为品牌大使，上半年以《用全棉放100心》为主题，推进品牌的整合营销。



期后事项 —— 龙华区稳健工业园城市更新项目

➤ 项目概述：基于办公空间严重不足，产业发展受到限制，公司将深圳市龙华区稳健工业园进行城市更新。公司已与深圳市星河房地产开发有限公司签署改造协议，并已于7月中旬移交了土地及地上建筑物。2023年三季度进行相关账务的处理。

城市更新项目交易实质



注：回迁物业包含办公用途物业39,240平方米，商业用途物业 200 平方米，住宅用途物业 11,220平方米。办公用途物业将作为公司总部职能部门的办公场所，商业用途物业将作为公司展厅，住宅用途物业将作为公司员工宿舍等。

财务影响

货币补偿
公司预计2023年下半年收到2亿元，2024年收到2.15亿元。该货币补偿基本能够覆盖因搬迁产生的资产报废损失、搬迁费用、人员安置费用、过渡期新增租赁物业装修费及租金等支出。

回迁物业
回迁物业于估值基准日2023年6月30日的估值金额为16.01亿元。公司将于2023年第三季度进行会计处理，基于评估价值，2023年归母净利润预计增加13.61亿元，具体科目为：

- 1) 增加其他非流动资产16.01亿元；
- 2) 确认递延所得税负债2.4亿；
- 3) 增加资产处置收益16.01亿元；
- 4) 确认所得税费用2.4亿元。



两大赛道并驾齐驱 市占率稳步提高

风险可控

韧性十足

盈利能力提升

供应链强大

品牌知名度高

历经各大转型

穿越各个周期

资金充足

资产负债率低

感谢观看

THANKS!

