

稳健医疗 · 300888

产品领先，卓越运营 向高质量发展前进

2022年度及2023年第一季度业绩推介材料

2023年4月 中国·深圳

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

年度业绩亮点

02

年度业绩回顾

03

一季度概览

winner
稳健医疗

年度业绩亮点

01

稳健医疗2022年度业绩亮点

营业收入

113.5 亿元
同比41% ↑

归母净利润

16.5 亿元
同比33% ↑

扣非净利润

15.6 亿元
同比52% ↑

总资产

182.4 亿元
同比37% ↑

应收账款周转天数

29 天
同比加快10天

存货周转天数

108 天
同比加快46天

经营性净现金流

29.8 亿元
同比242% ↑

每股收益

3.90 元/股
同比34% ↑

外延发展

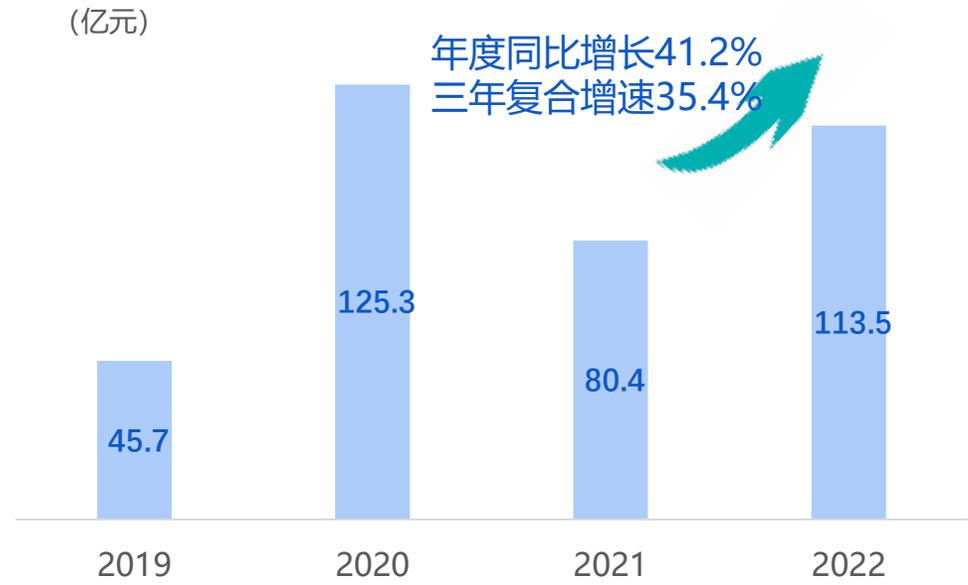
隆泰医疗 稳健平安
稳健桂林 君健医疗

年度业绩回顾

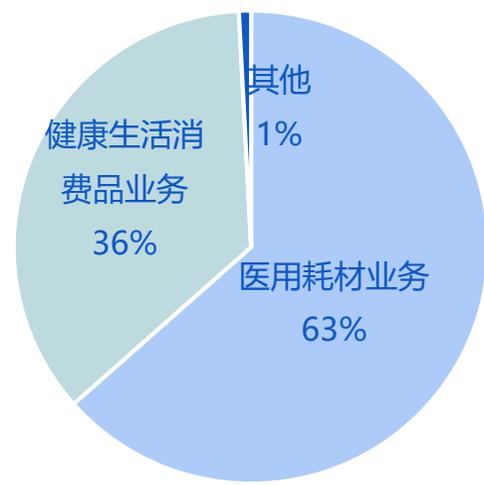
业绩波动向上，C端渠道突破发展

- 稳健医疗定位于医疗及消费协同发展的大健康企业，始终保持战略定力，报告期内实现营业收入113.5亿元，同比增长41.2%；疫情三年，公司业绩波动向上，三年复合增速35.4%。
- 本年医用耗材与健康生活消费品占比大致为60%:40%；C端自有品牌收入占总营收比例提升至近50%。

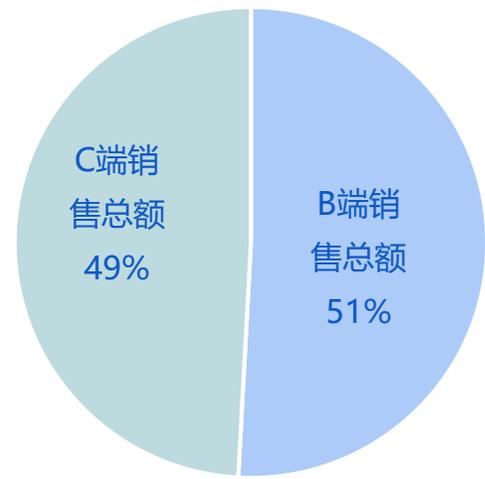
营业收入



营收业务结构

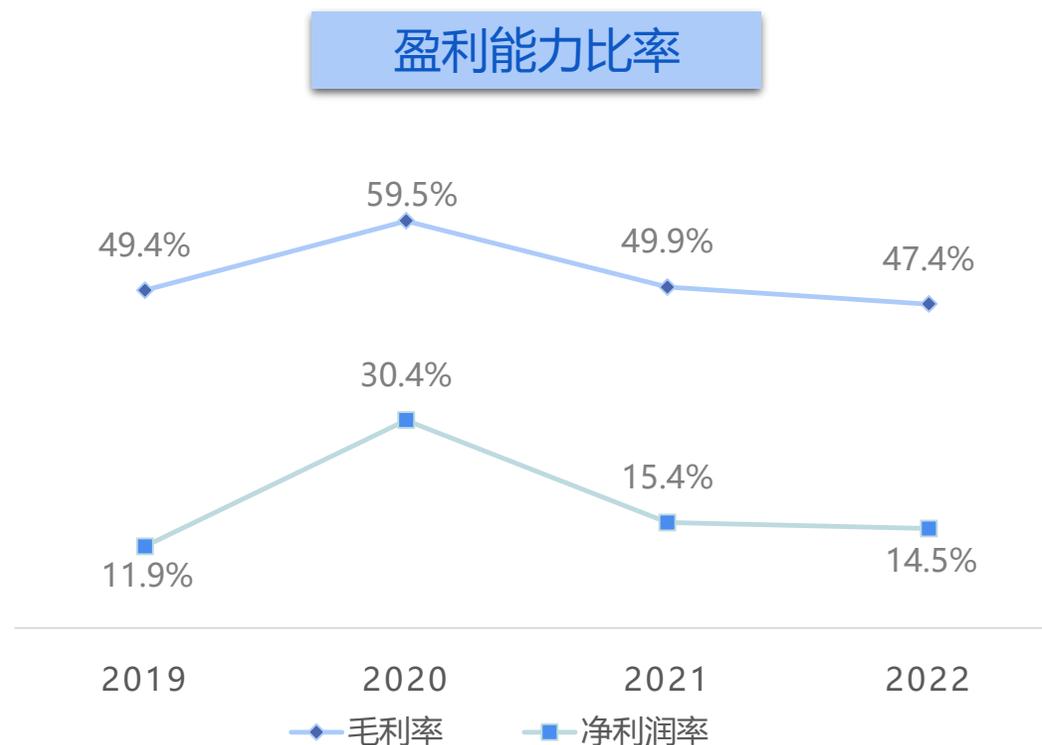


营收渠道布局



利润水平保持良好

- 2022年，公司利润水平稳中有升，归母净利润为16.5亿元，同比增长33.2%，三年复合增长44.6%。
- 受感染防护产品销售价格回落及占比上升的影响，报告期内公司毛利率为47.4%，比上年下降了2.5个百分点；
- 年内实现净利润率14.5%，较上年基本保持稳定。

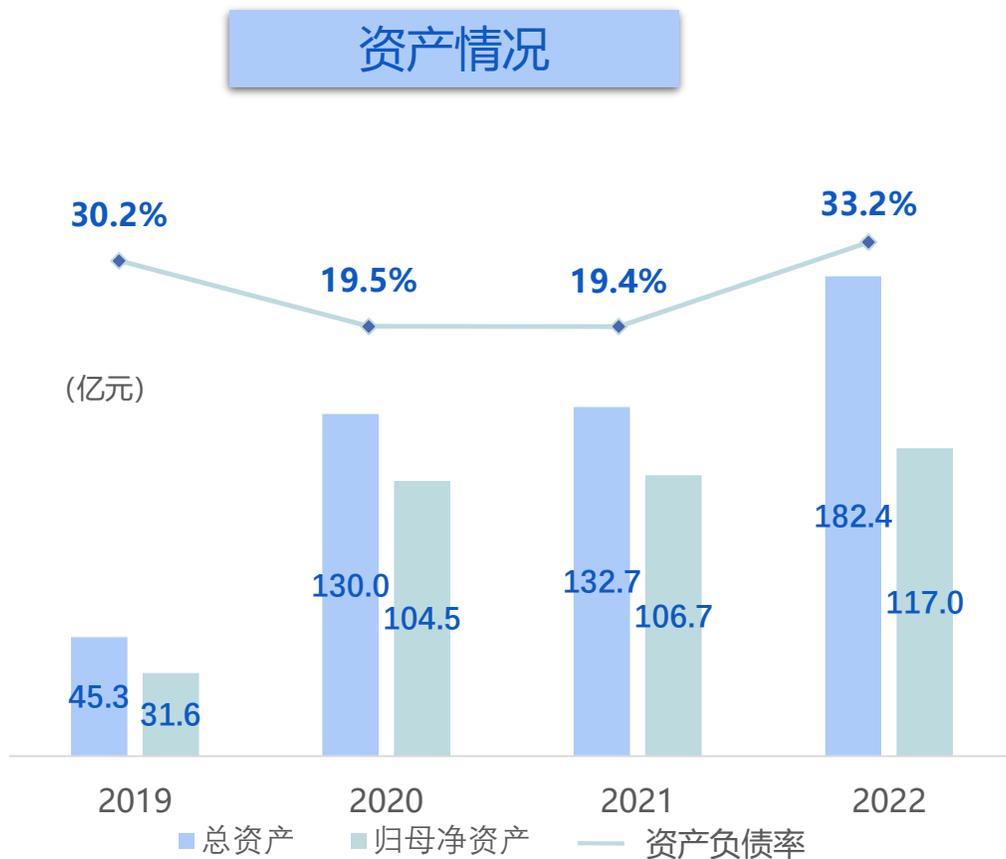


注：感染防护产品主要包括：口罩、防护服、隔离衣、手套、脚套、帽子等。

资产结构不断优化

- 截止2022年末，公司总资产达到182.4亿元，归属于上市公司股东净资产117.0亿元，同比分别增长37.5%与9.6%。公司资产负债结构合理优化，年末资产负债率为33.2%。
- 2022年末，货币资金及交易性金融资产合计89亿元，占总资产比重48.8%。流动资产周转效率大幅提升。

资产情况



	2021年	2022年	加快天数
应收账款周转天数	39	29	10
存货周转天数	154	108	46

	2021年末	2022年末	同比变化
应收账款 (亿元)	7.8	9.3	20%
存货 (亿元)	16.0	15.6	-2%

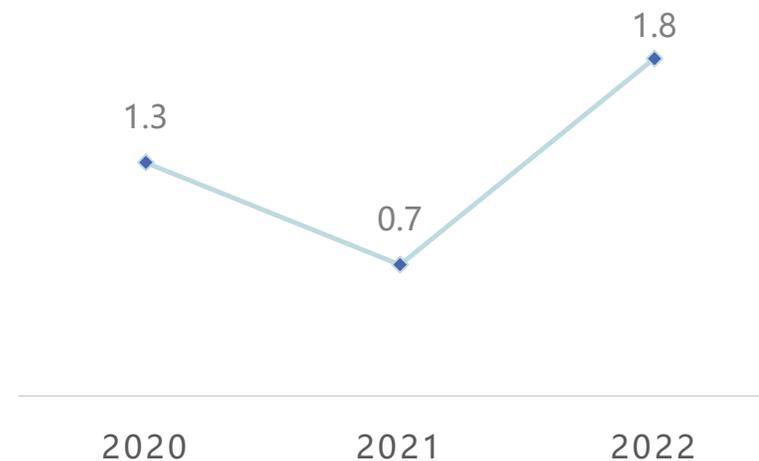
经营性现金流取得长足进步

- 报告期内经营性现金流净额29.8亿元，上年同期为8.7亿，同比大幅增长了242.3%。
- 经营性现金流净额除以归母净利润的比率为1.8倍，三年平均为1.3倍，公司经营效率大幅提升，公司经营利润是高质量的利润。

经营性现金流量净额



净现金流/净利润

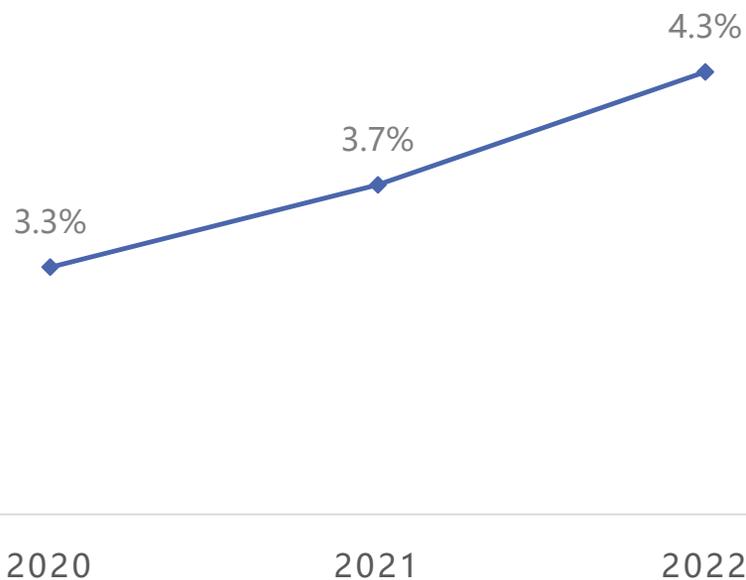




自主研发能力大幅提升

- 公司不断加大研发投入，始终坚持产品领先，特别是加大在基础材料上的研发，研发费率由上年的3.7%提升至4.3%，核心技术不断突破，专利证书数量、医疗产品注册证数量均取得显著成果，为公司未来高质量发展奠定了坚实的基础。

研发费用率

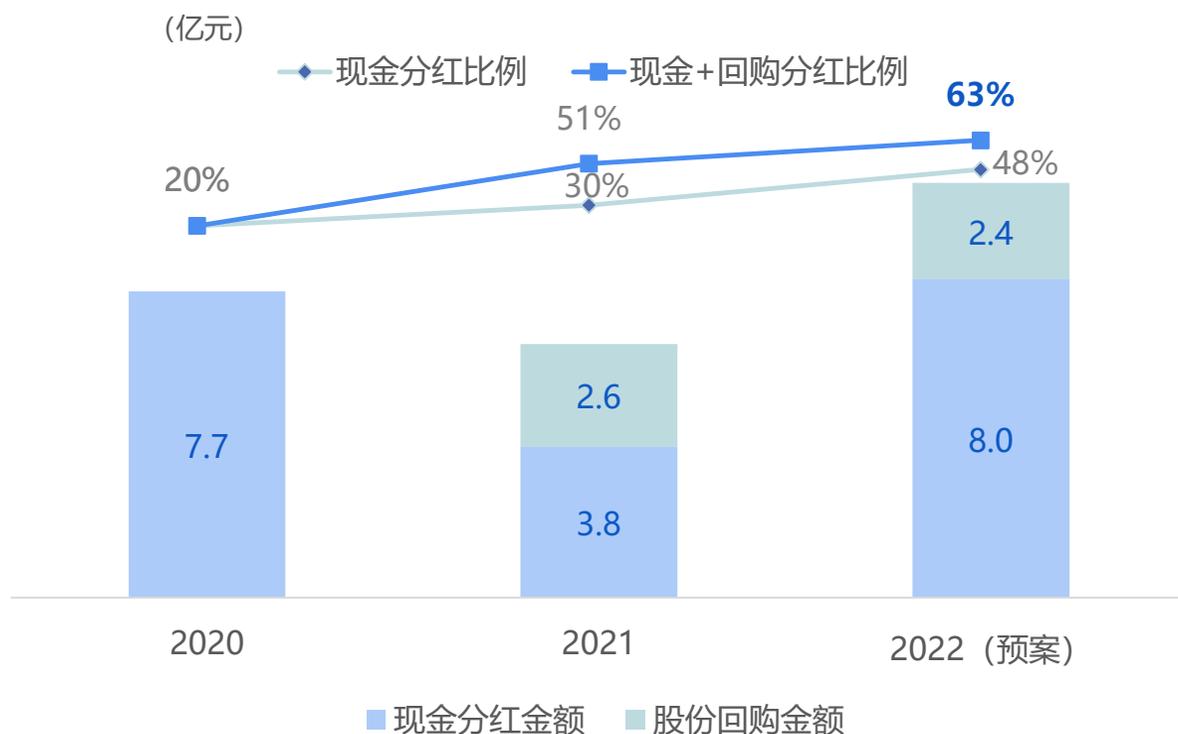


专利与注册证

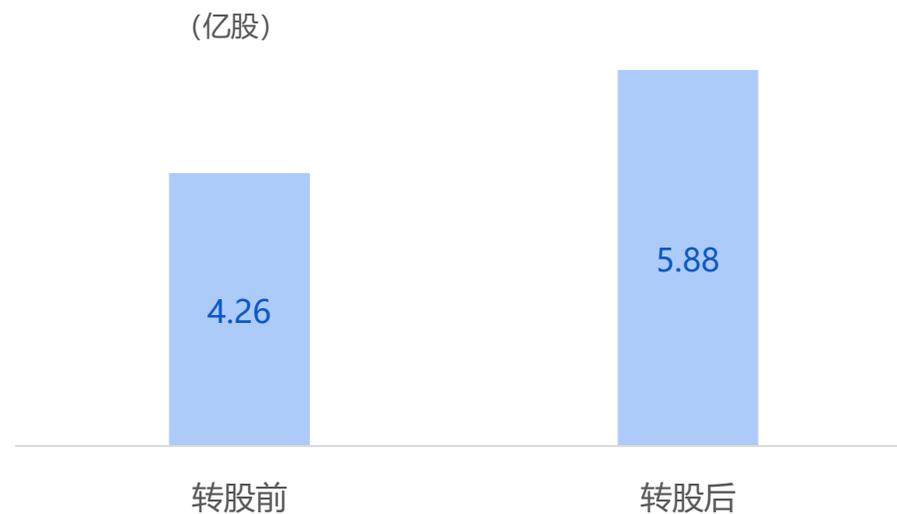
	医疗行业专利 (个)	消费品行业专利 (个)	医疗产品注册证 (个)
2022年末持有数量	680	469	319

- 2022年公司分红预案^注为：拟每10股派发现金股利19元（含税），派发现金股利约8亿元。另外年内回购股份支付现金2.4亿元。
- 公司拟每10股转增股本4股，转股后总股本由4.26亿股增加到5.9亿股。
- 公司上市后每年坚持现金分红，分红比例逐年提升。上市3年累计现金分红19.5亿元，回购股票支付现金5亿元。

现金分红情况



转增对总股本的影响



注：分红预案尚需股东大会审议通过。

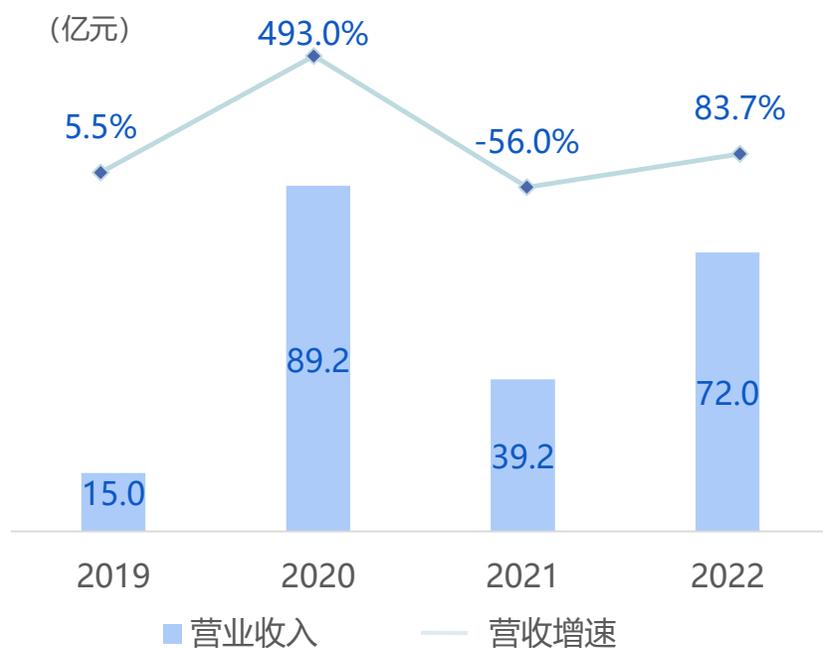
医用耗材业务

“内生+外延”双轮驱动发展，常规医用耗材业务快速增长

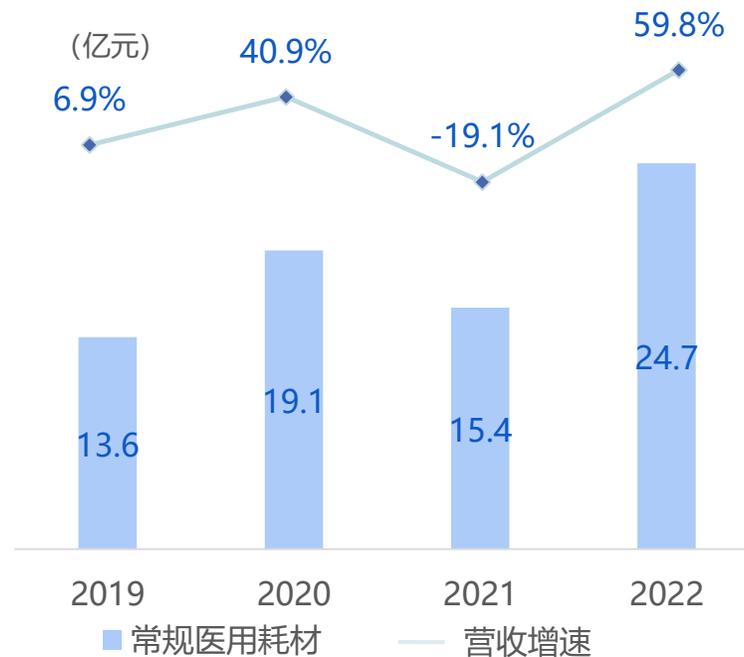
常规医用耗材业务快速增长

- 作为“全国抗击新冠肺炎疫情先进集体”，稳健医疗全力保障抗疫防护物资供应，为社会做出应尽贡献的同时，品牌知名度、美誉度得到了大幅提升，为常规医用耗材顺利进入医院及C端渠道奠定了坚实基础。
- 2022年，医用耗材业务通过“内生+外延”协同发展，实现销售收入72.0亿元，同比增长83.7%。其中感染防护产品销售47.4亿，同比增长99%；常规医用耗材销售24.7亿，同比增长60%。

医用耗材业务营收与增速



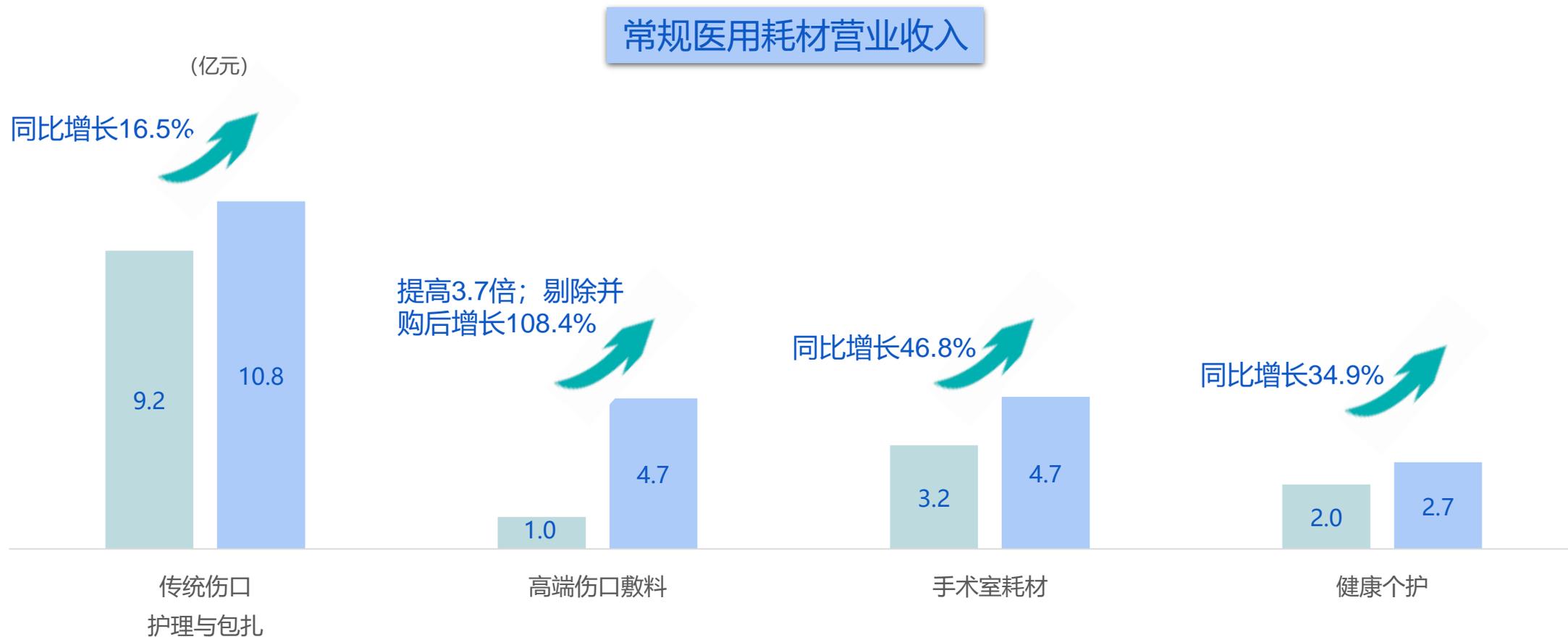
常规医用耗材产品营收与增速



注：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；常规医用耗材指除感染防护产品外的医用耗材产品。

各项常规医用耗材产品发展情况

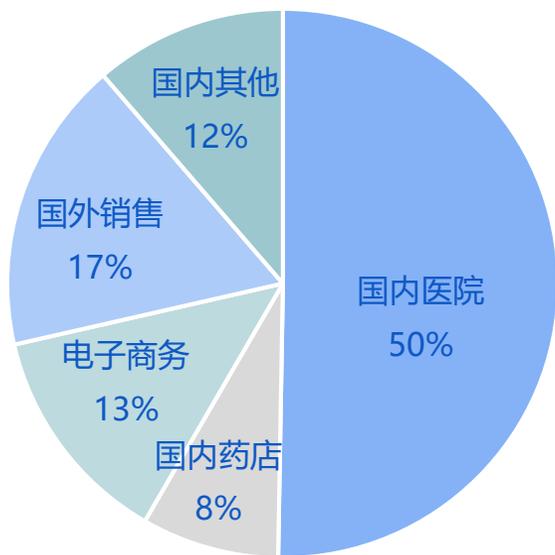
- 各项常规医用耗材业务得到了良好发展：传统伤口敷料销售同比增长16.5%；高端伤口敷料销售提高了3.7倍，剔除并购后增长了108%；手术室耗材产品销售收入同比增加46.8%；健康个护产品销售收入同比增加了34.9%。



C端渠道蓬勃增长

- 医院方面，2022年内公共卫生事件形势严峻，在医疗资源有限的情况下，为了保障一线医护人员的安全健康，公司优先将防疫产品供应到医院，对其他渠道供应进行了一定限制，因此医院渠道收入增速显著。
- C端销售额突破15亿元，同比2021年增长了51.4%，表现出蓬勃的增长势头。

各项渠道收入贡献



C端营收与增速

(亿元)



各渠道发展情况

	截止2022年末	2022年内新增
医疗机构	5000余家	近1000家
国内电商平台粉丝数	1344万	420万
OTC药店	15万家	3万家

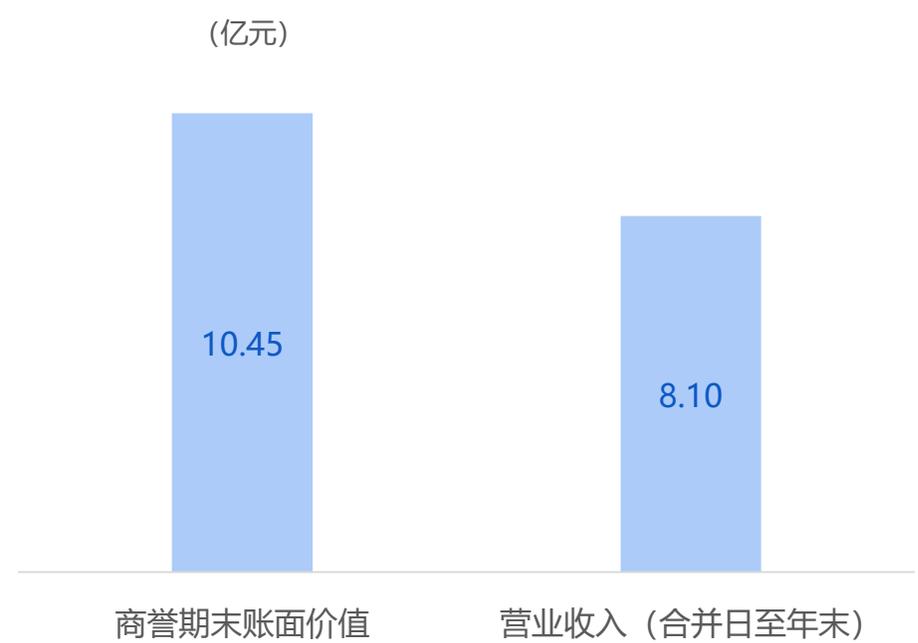
并购助力外延式发展

年内通过收购隆泰医疗、稳健桂林、稳健平安等标的股权，公司在高端伤口敷料、注射穿刺类耗材、外科乳胶手套等领域增加产品线，有力地完善了产业布局，年内（股权获取之日起到报告期末）并购公司贡献收入共计8.1亿元。未来，公司也将继续加强并购公司在产品、渠道、运营管理等多领域的深度融合，助力相关产线为公司做出更大贡献。

收购公司情况

	隆泰医疗	稳健桂林	稳健平安	君健医疗	合计
股权取得时点	22年4月30日	22年6月30日	22年7月1日	22年10月31日	-
医疗产品注册证数量	68	9	44	-	121
I类	44	3	5	-	52
II类	20	6	22	-	48
III类	4	0	17	-	21

收购公司对报表的影响



消费品业务

全棉技术构筑差异化，营收规模逆势保持稳定



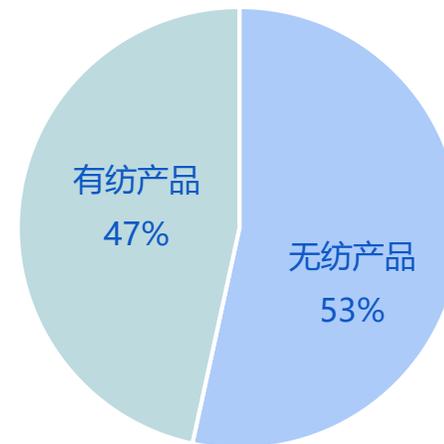
营收规模逆势保持稳定

- 在疫情影响下消费市场疲弱，全棉时代积极应对挑战，报告期内实现销售收入40.5亿元，逆势中同比2021年保持稳定，较2019年增长34.8%，疫情三年业务规模复合增速10.5%。
- 公司消费产品包含无纺产品和有纺产品两大部分，分别贡献销售收入21.7亿元及18.9亿元，同比无纺产品增长1.4%，有纺产品下降1.5%。

消费品业务营收与增速



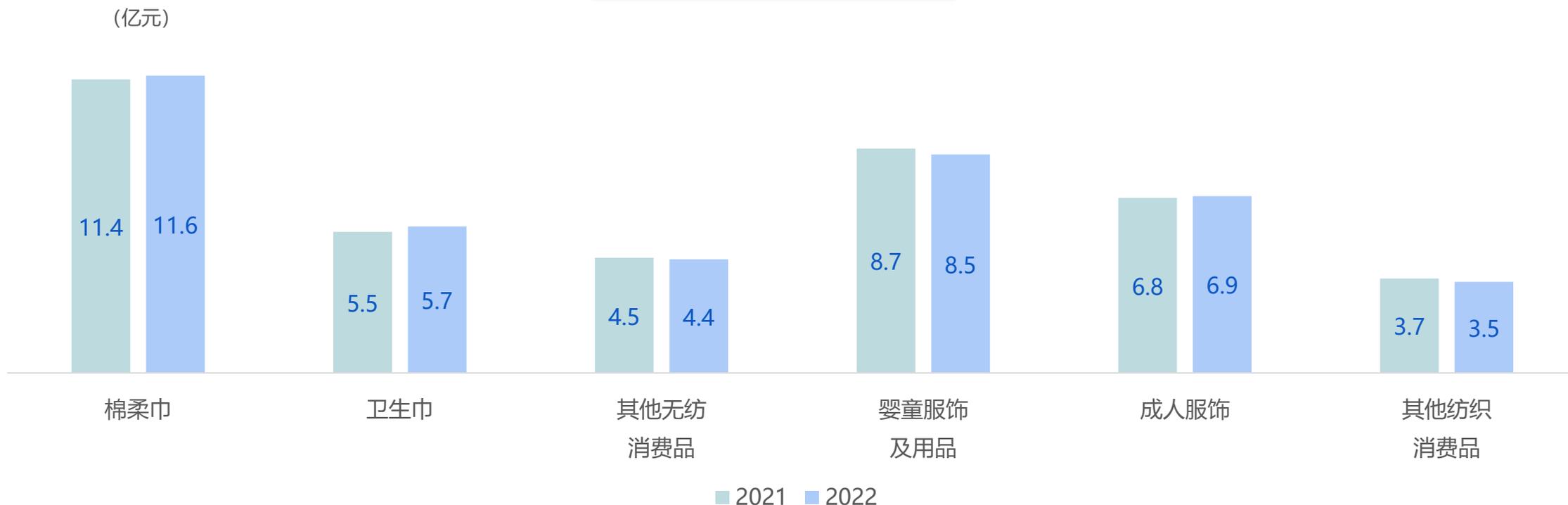
消费品业务营收结构



各项产品发展平稳

- 公司始终坚持品牌宣传，通过《舍予共生》品牌发布会、《她改变的》原创IP系列视频、代言人官宣、《棉花是什么》记录片等形式宣传推广棉花的优势。干湿棉柔巾及卫生巾产品分别实现营业收入11.6亿元及5.7亿元，同比稳中微升。
- 门店作为婴童品类销售主要渠道，年内频繁闭店不能营业，婴童服饰及用品收入同比下降2.6%。

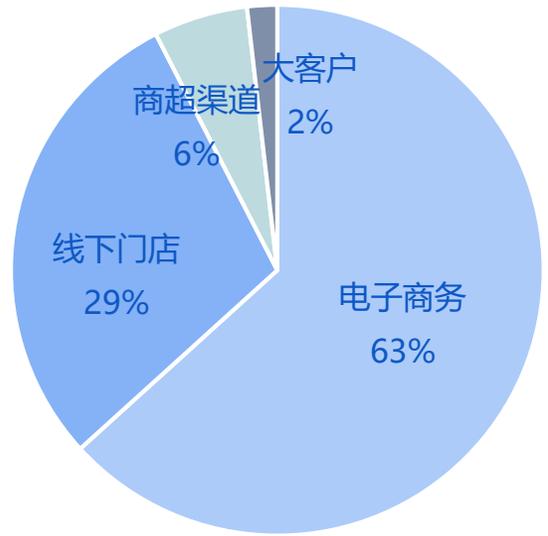
各项产品营业收入



线上稳定发展，线下积极优化创新

- 全棉时代进行多渠道布局，通过线下体验，线上复购的模式，多渠道深度融合。报告期内，电商渠道实现销售收入25.7亿元，较上年微升0.9%；截止报告期末，全域会员人数超过4300万人，全渠道会员人数同比增长23.7%。
- 报告期内全棉时代新开店铺45家，关闭低效门店25家，对门店结构进行了充分优化，2022年末合计340家门店，其中直营店314家，加盟店26家。
- 积极拓展O2O渠道及推出门店极速达服务，增强了顾客体验感，为线下门店提供了新增量。2022年线下门店实现销售收入11.8亿元，同比下降4.1%。

各项渠道收入贡献



全棉时代门店发展情况

门店的类型	门店的数量	门店的面积 (m ²)	年内新开门店数量	年内关闭门店数量 ^注
直营	314	111,393	39	22
加盟	26	5,913	6	3

注：报告期内公司关闭门店共50家，其中全棉时代25家，全棉里物15家，津梁生活10家

winner
稳健医疗

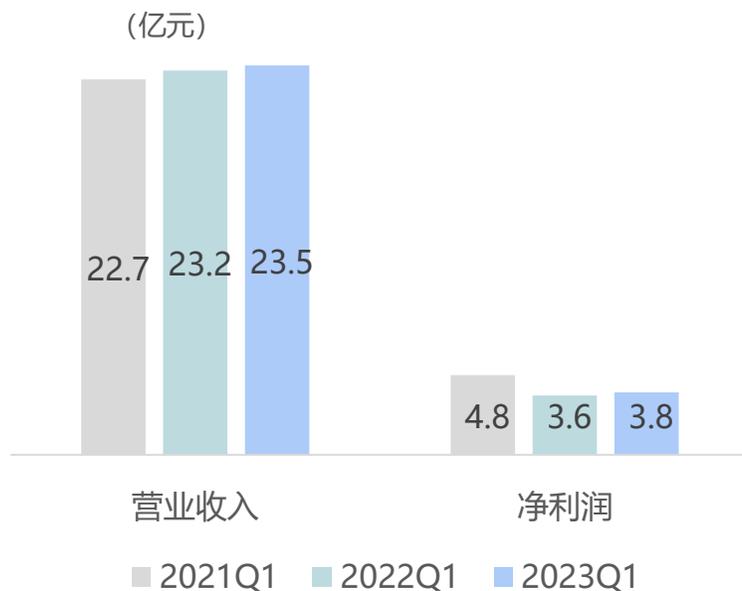
一季度概览

积极拥抱新趋势，经营业绩展韧性

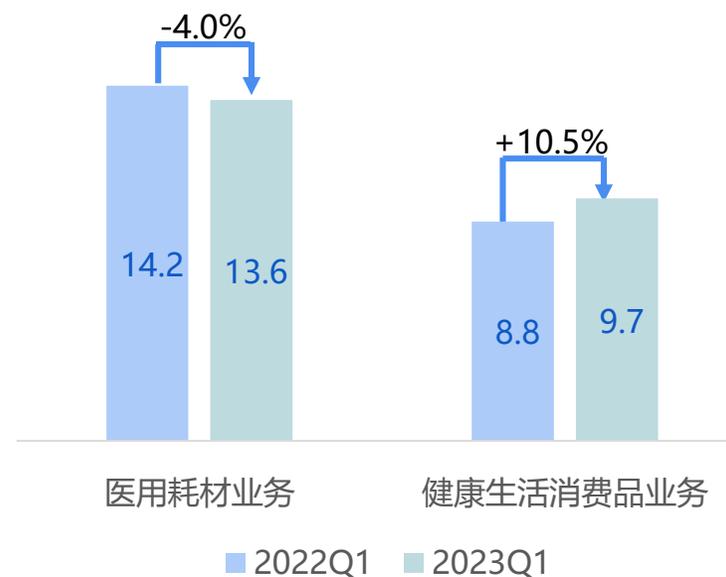
2023年一季度整体经营保持稳定

- 2023年一季度，面临新形势和新变化，及时制定和调整经营策略，第一季度实现营业收入23.5亿元，同比增长1.3%；归母净利润3.8亿元，同比增长5.6%。
- 收入结构方面，医用耗材业务受宏观环境变化，季度内实现营业收入13.6亿元，同比下降4.0%；全棉时代实现营业收入9.7亿元，同比增长10.5%。

核心业绩数据



各业务板块收入情况



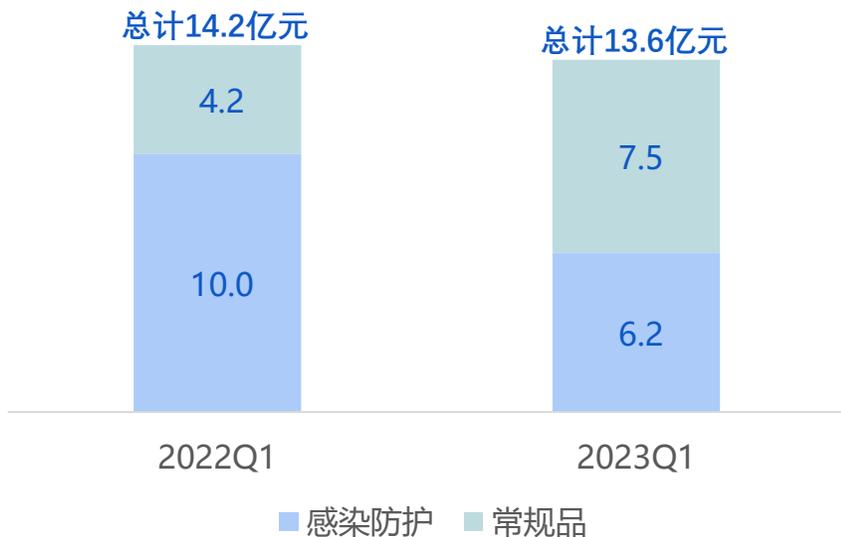


医用耗材产品结构优化

- 第一季度，医用耗材业务整体实现营业收入13.6亿元，同比下降4.0%；其中感染防护产品实现营业收入6.2亿元，同比下降38.2%；常规医用耗材业务发展稳中向好，一季度实现营业收入7.5亿元，同比增长77%。
- 感染防护产品销售占比从去年同期70%下降为45%，产品结构明显优化。
- 渠道方面，国内医院实现营业收入4.3亿元，同比下降38.8%；其余渠道总计实现营业收入9.3亿元，同比增长30.0%。

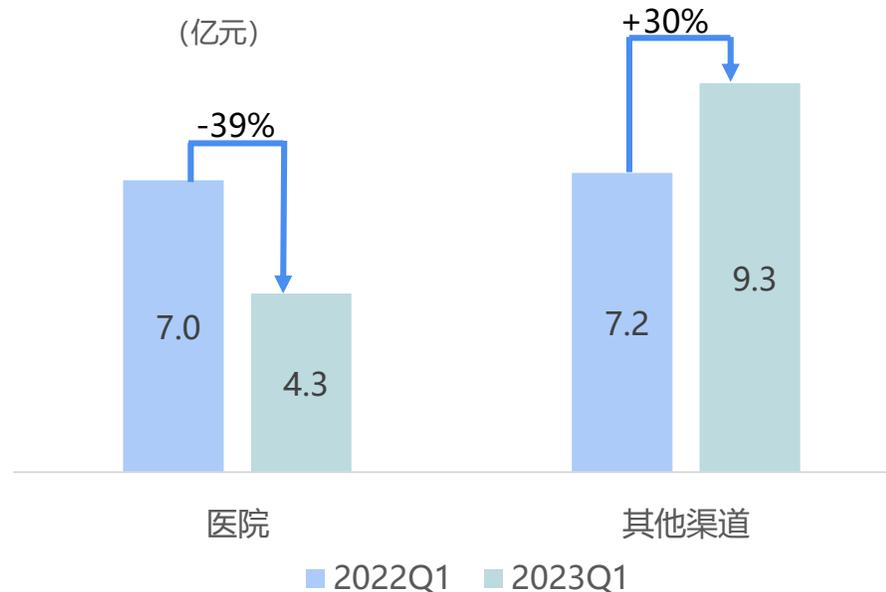
收入结构（产品）

(亿元)



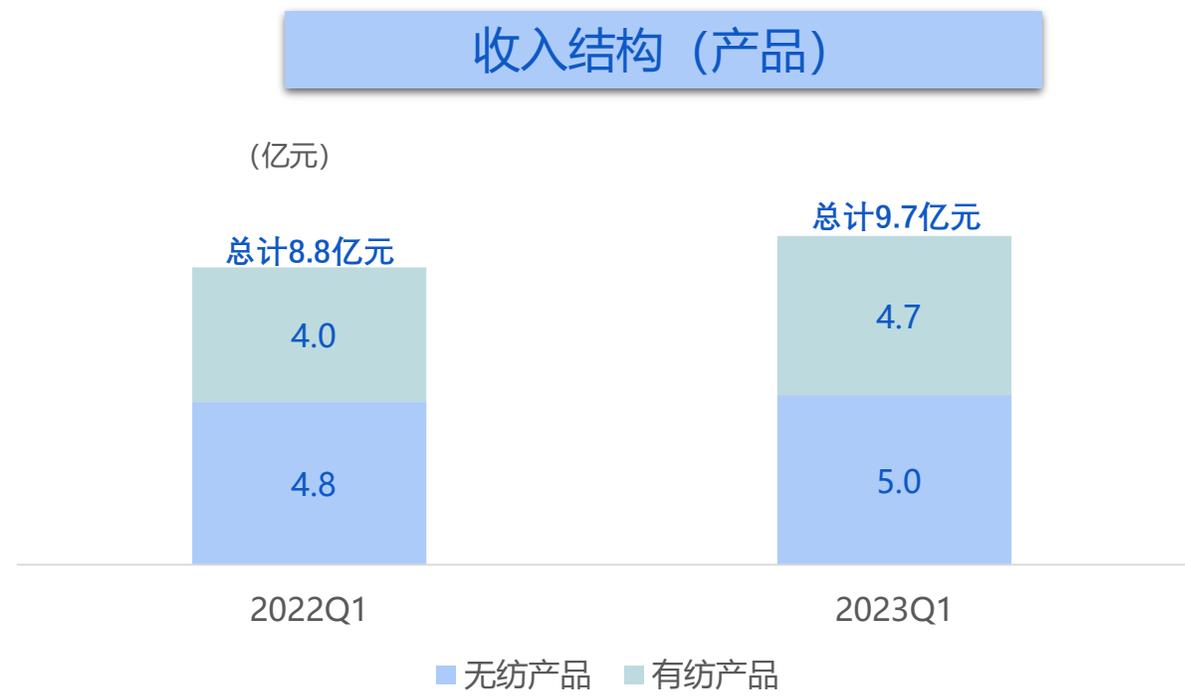
收入结构（渠道）

(亿元)



健康生活消费品业务稳步提升

- 第一季度，全棉时代实现销售9.7亿，其中无纺产品实现营业收入5.0亿，同比增长4.3%；有纺产品实现营业收入4.7亿，同比增长18.1%。
- 渠道方面，受消费意愿恢复、线下进店人数增加，全棉时代电商渠道和线下门店同比均实现稳步增长。





高端敷料——疤痕贴



全棉刷手服



全棉生物降解口罩



医美面膜



乳霜洗脸巾



全棉湿厕巾



奈丝公主卫生巾



空气褶皱纱抱被

多形式品牌打造



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。



- 董事长做客央视财经频道《对话》节目以及凤凰网《首席访谈》节目；
- 《舍予共生》品牌发布会暨新品发布会累计曝光6.2亿人次。



《她改变的》原创IP阅读量12.8亿，互动量34.9万，获得多个行业大奖

稳健医疗三大核心原则



Quality

质量

优先于利润



Brand

品牌

优先于速度



Social Value

社会价值

优先于企业价值

稳健人坚信“进攻就是最有力的防守”，我们将积极面对变化，将过去三年战时形成的能力转化为公司日常运营能力，坚定推进“产品领先、卓越运营”的核心战略，聚焦主业，坚持医疗与消费并驾齐驱，线上与线下齐头并进，内生与外延协同发展，努力开启稳健医疗高质量发展的新篇章！



感谢观看

THANKS!

