

稳健医疗董事长、全棉时代创始人李建全：

# 坚持长期主义 迈向品牌出海新征程

2025年，正值稳健医疗登陆A股市场五周年。从1991年李建全创立公司到2009年创办子公司全棉时代，再到如今成为“医疗+消费品”双轮驱动的大健康龙头企业，稳健医疗凭借对产品质量和长期主义的坚持，走向世界舞台。

日前，稳健医疗董事长、全棉时代创始人李建全在接受中国证券报记者采访时表示，公司将产品领先和卓越运营作为战略方向，致力于成为高品质的代名词、消费者信赖的好品牌。当前，公司正加速推动从产品出海向品牌出海转型，开启全球化新征程。

● 本报记者 张兴旺



稳健医疗棉柔巾生产线

公司供图

## 从医用敷料到全棉时代创新发展

1989年，李建全辞去湖北省医药保健品进出口公司的“铁饭碗”，南下珠海开启打工生涯。两年后，他怀揣着“稳稳当当做事，健健康康做人”的理念，将“踏实经营、坚守底线”作为立足的根本，创立了稳健医疗，从此踏入医用敷料赛道。

创业初期，稳健医疗深耕医用敷料出口业务，从为国外品牌代工起步到创立自主品牌“winner稳健医疗”。李建全在开设首家工厂时便确立了一条铁律：“经营工厂需注重成本控制，但产品质量是绝对不能计较成本的环节。”每当拿到订单，他坚持将产品质量放在首位，而利润的提升则通过优化生产工序与流程实现。这份对质量的执着，成为稳健医疗快速发展的基石。历经十年深耕，稳健医疗成为名列前茅的中国医用敷料出口企业。

然而，李建全并未满足于既有成绩。传统纱布裁剪后易掉线、产生绒毛的行业痛点，萦绕在他心头。稳健医疗从2005年开始投入研发，历经三年攻坚，耗费超500吨棉花，2008年终于成功突破全棉水刺无纺布技术——这项技术无需纺纱织布，可将棉花直接制成无纺布，不仅大幅简化工序，还解决了传统纱布可能掉线、掉绒毛的问题。

对棉花的热爱与对品质的追求，让李建全萌生了将医用级的全棉水刺无纺布工艺和质量标准推向大众生活的想法。2009年，全棉时代应运而生，试图用100%棉的产品，开辟一条从医疗到消费品的创新之路。但这条道路远比想象中艰难：全棉时代创立前四年累计亏损近2亿元，行业专家普

遍质疑“只用棉一种纤维做产品”的模式成本过高、缺乏竞争力；消费者初期对棉柔巾认知空白，不理解其与传统纸巾的差异；公司自身也缺乏零售运营经验，渠道探索屡屡碰壁。

面对困境，稳健医疗选择以长期主义对抗短期压力。在产品端，坚决拒绝降低品质换取低价竞争，全棉时代确立“医用级品质，消费级体验”的标准；在用户端，通过门店员工“一张张派发棉柔巾”的体验式推广，让消费者亲身感受；在渠道端，历经街铺、百货等模式后，最终锁定购物中心作为主要落地场景，并坚持线上线下“同款同质同价”。依靠在产品、渠道和品牌价值上的坚守终见成效，让全棉时代逐步赢得市场认可，成功从亏损泥潭中走出，成长为引领棉柔巾品类的品牌。

## 医疗与消费品业务高质量增长

步入发展新阶段的稳健医疗，凭借创新与协同构建核心竞争力，形成医疗、消费品两大主业齐头并进的格局。

产品领先是稳健医疗长期坚持的战略，其以创新驱动发展，持续打造高品质产品。在医疗领域，公司坚持核心基础材料自主研发，重点品类持续迭代升级，确保在产品性能、品质等方面引领市场。在消费品领域，以“全棉改变世界”为愿景，精选全球优质棉花作为原材料，通过医疗级品质打造差异化消费品；根据市场洞察快速推出符合消费者需求的新产品，引领市场潮流。例如，全棉时代于2009年推出棉柔巾品类，2021年未作为第一起草单位主导制定《柔巾》的国家标准，行业地位得到了进一步确立。2024年，

全棉时代成为年销售额约50亿元的消费品品牌。

对于“医疗+消费品”的双主业模式，李建全有着清晰的战略思考：“强生兼顾医疗与消费品业务并稳居世界500强，其经营理念值得借鉴。”公司医疗与消费品两大主业并非割裂，它们依托同一供应链和技术标准实现协同。医疗级原材料向消费端延展，让产品在功能性和安全性上具备差异化优势。

创新的背后，是持续不断的研发投入。2020年至2025年上半年，稳健医疗累计研发投入达20.62亿元，在深圳、武汉两地建立专业研发团队，汇聚1360名研发人员，形成“基础研发-场景转化-品牌赋能”的完整创新闭环。这份投入最终转化为增长动能：2025年上半年，公司实现营收52.96亿元，同比增长31.31%；归属于上市公司股东的净利润为4.92亿元，同比增长28.07%。2025年上半年，公司医疗板块整体实现营收25.2亿元，同比增长46.4%；全棉时代实现营收27.5亿元，同比增长20.3%。

华泰证券研报称，稳健医疗是定位于“医疗+消费品”双板块协同发展的大健康龙头企业，双主业战略清晰，医疗板块内生增长提速、并购企业加速融合，消费品业务坚持产品领先、品牌力持续提升。

## 并购成效显现 向品牌出海跃迁

随着企业实力提升，稳健医疗正在实现从产品出海到品牌出海的转型。2024年9月，稳健医疗以1.2亿美元收购美国医用耗材公司GRI75.2%的股权，成为其全球化战略的关键一步。GRI公司深耕手术室耗材领

域，拥有成熟的海外产能、销售渠道与本地化运营团队。GRI公司从2024年股权购买日至2024年末的短短数月内，便为稳健医疗贡献了2.9亿元收入。

未来，稳健医疗有望在生产制造、采购、研发及销售等多个方面与GRI公司形成协同效应，使GRI公司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用耗材品牌。

并购的成效迅速显现，稳健医疗海外业务增长势头强劲。2025年上半年，公司海外销售渠道实现营业收入14.3亿元，同比增长81.3%，产品通过OEM（贴牌）、ODM（原始设计制造）及自主品牌等多种模式，远销全球逾110个国家和地区。但李建全认为，产品出海或代工出海并非长久之计，品牌出海才能让公司在国际市场上保持持久竞争力。

李建全表示，过去五年，公司以全球化为主要方向，医疗业务已率先落地全球化，在国内市场，公司医疗业务坚持发展自主品牌，不做OEM代工；在海外市场，目前公司医疗业务则以OEM代工为主，未来几年计划将90%的业务转化为自主品牌，虽挑战大但更可持续。全棉时代未来五年将先深耕国内市场，实现“家喻户晓”。目前全棉时代产品已进入东南亚市场，但规模较小，未来将依托国内强大的品牌认知与出海人群的口碑相传，逐步辐射国际市场。待国内市场规模夯实后，再推进全棉时代海外开店，最终实现全球化品牌落地。

申万宏源证券称，稳健医疗锚定品牌向上、稳健增长方向，开启全新发展征程。凭借强大韧性穿越行业周期，其医疗与消费品两大业务已迈入高质量发展新阶段。

# 中金岭南：锚定“一体两翼”战略 聚焦三稀金属产业链价值提升

● 本报记者 齐金钊

作为国内有色金属行业的重要骨干企业，中金岭南凭借其在铜、铅、锌等传统金属领域的深厚积累，正加速向三稀金属综合回收与高附加值材料领域战略转型。

近日，中金岭南董事长喻鸿接受中国证券报记者采访时表示，锚定“一体两翼”布局，公司将推动三稀金属业务融入公司全产业链价值提升战略中。在横向拓展回收品类，从传统铅锌铜伴生的镓、锗、金、银，延伸至铂、钯、铟、铋等稀缺品种；在纵向延伸产品价值，围绕半导体、新能源等下游需求，开发高端新材料产品。

## 构建三稀金属资源储备体系

矿产资源是有色金属行业的生命线。喻鸿表示，中金岭南将锚定“一体两翼”发展战略，打造世界一流的多金属全产业链资源公司。其中，“一体”就是以矿产资源为主体；“两翼”，一是以三稀金属回收为重点的绿色冶炼，另一个是新材料精深加工。

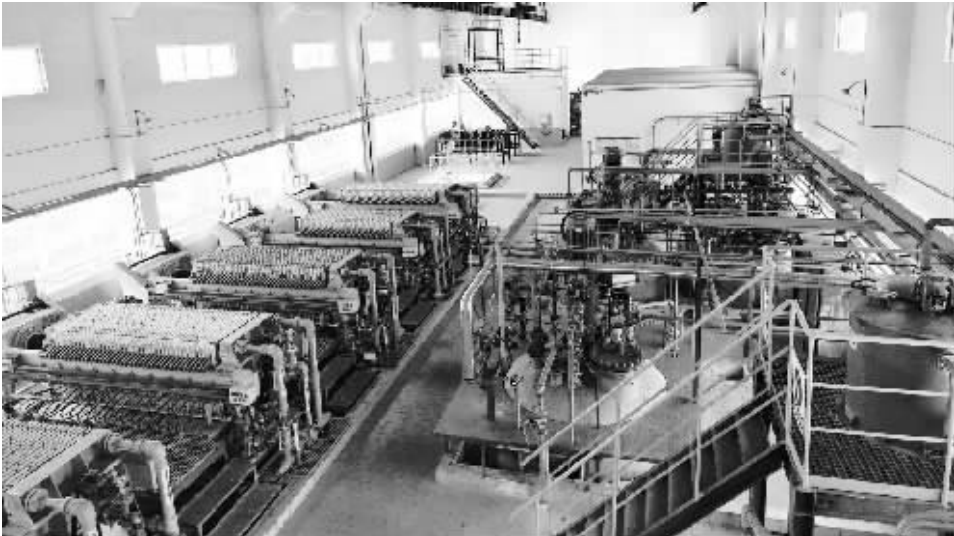
对于铜等矿产资源，中金岭南通过国内挖潜与海外拓展并举，构建起“双循环”资源储备体系。

喻鸿介绍，中金岭南坚持“资源为王”，通过现有矿山挖潜、海内外勘探增储、产业链并购整合，形成覆盖镓、锗、铟、金、银、铂、钯等多品类的三稀金属资源储备网络。

“‘十五五’期间，公司将密切围绕凡口铅锌矿、盘龙铅锌矿、万侯多金属矿、天堂多金属矿等矿山开展勘探和转采，在三稀金属上实现增储上产。”喻鸿透露。

当前全球半导体、新能源产业对高纯度、定制化三稀金属材料需求激增，在这一背景下，中金岭南将把自己定位为高端制造产业升级的“赋能者”。

喻鸿表示，中金岭南基于资源、技术和全



中金岭南的稀散金属综合回收与高纯制备项目浸出及沉锗厂房

公司供图

产业链优势，在“十五五”期间要进一步为下游产业升级提供关键材料支撑。一方面，公司将聚焦半导体领域，突破高纯镓、锗、铟制备技术，实现规模化生产。同时，公司将服务新能源产业，扩大无汞电池锌合金（粉）、冲孔镀镍钢带、镀锡切拉铜网等储能材料产能，匹配新能源储能电池、光伏逆变器等设备需求。此外，公司未来还计划通过对稀贵金属铂、钯、铋等的综合回收，为精密仪器、航空航天器件提供原料。

## 以核心技术打造产业话语权

面对半导体、新能源产业对高纯度三稀金属的迫切需求，中金岭南正以“技术突围”改写行业格局。喻鸿直言：“没有核心技术，资源优势就无法转化为产业话语权。”

以中金岭南丹霞冶炼厂为例，其被业界誉为“五个第一”：即国内第一家大规模成功应用铈氧压浸出工艺的环保型锌冶炼企业；

国内第一家大规模采用针铁矿除铁工艺的锌冶炼企业；国内第一家成功掌握大板电极电积技术和拥有自动化剥锌装备的锌冶炼企业；国内第一家自主突破并掌握硫磺生产技术的锌冶炼企业；国内第一家创新应用硫酸体系实现镓锗铟铜金属全萃回收的锌冶炼企业。

在中金岭南韶关冶炼厂，该厂采用“国内首创+自主研发”的真空熔炼、无氯气锗蒸馏、真空提纯等专有技术，回收生产原料中带入的镓、锗、铟等三稀金属，并进一步提纯为半导体材料中的重要原料高纯战略金属镓、锗、铟。该工艺在传统提纯稀散金属工艺基础上创新、创造，原料适应性强、流程短、智能化程度高，安全可靠、资源利用率高，在有色稀散金属回收领域实现重大技术突破，实现了科技创新成果产业化应用。

此外，中金岭南控股子公司中金铜业掌握的两段短流程炼铜工艺整体技术达到国际领先水平，其核心突破在于打破铜冶炼传统“三段工序”格局，将原本分散在熔炼炉、吹

炼炉、精炼炉的关键操作，减少为在“多元炉+火精炉”两段工序完成，以更简短、更集约化的流程，实现了铜冶炼工艺的革命性升级。

喻鸿表示，“十四五”期间，公司突破一批关键技术，将资源优势转化为产品优势。面向“十五五”时期，公司将稳步提升研发投入，通过技术创新，推动三稀金属从原料级向材料级跃升，将每吨资源创造出更高价值。

## 坚持绿色可持续发展

针对当前行业关注的环保问题，喻鸿称，“绿色低碳、安全智慧”是中金岭南发展规划的基本原则之一，公司坚持绿色循环低碳发展，按照“减量化、资源化、再利用”的原则，推动资源清洁高效利用，促进新型节能环保技术、装备和产品研发应用以及资源要素集约利用等发展。

“我们做好了三稀金属的回收，才能更好地将资源利用起来。”喻鸿解释称，三稀金属的回收与环保之间是相辅相成，而非对立关系，如果公司没有做好三稀金属综合回收，反而是加剧了污染的产生、降低了企业绿色生产水平。

记者了解到，中金岭南每年都会实施一批环保技术改造项目，不断提升企业绿色化和环保水平，如中金铜业采用“两段短流程炼铜工艺”，相比传统工艺能耗降低20%，吨铜碳排放减少150kg；韶关冶炼厂研发“浸没溜槽余热回收装置”，通过余热锅炉，可以有效回收冶炼过程中产生的高温余热。

面向未来，喻鸿认为中国三稀金属产业机遇与挑战并存：一方面，新能源、半导体等新兴产业催生爆发式需求；另一方面，原料对外依存度高、高端技术仍存短板。中金岭南将通过“资源+技术+战略”三位一体发展逻辑，持续提升全球资源掌控力、技术引领力与产业链韧性，从跟跑者迈向领跑者，为全球资源循环利用作出自己的贡献。

天安新材吴启超：

# 开拓具身智能赛道 打造未来增长曲线

● 本报记者 武卫红

今年前三季度，天安新材经营业绩保持稳健增长态势，日前，天安新材董事长吴启超在接受中国证券报记者专访时表示，在主业稳步增长的同时，公司将抓住人工智能产业浪潮机遇，加速开拓和布局具身智能赛道，打造未来增长曲线，持续推动公司高质量发展。

## 积极拓展具身智能领域

10月15日，天安新材与北京他山科技有限公司正式签署技术开发合作协议。据介绍，此次战略合作是两家技术驱动型企业的资源互补，也是材料科学与人工智能感知技术的深度融合。双方将携手攻关电子皮肤集成产品研发，进一步拓宽技术应用边界。

“如果还是按照老的地图，是找不到新大陆的。”吴启超表示，在聚焦主业的同时，公司一直在密切关注具身智能机器人产业最新发展形势，积极探索新材料在人工智能领域的应用，加速向智能制造转型升级。

据介绍，天安新材和他山科技的合作重点是解决材料与感知融合的技术瓶颈。天安新材始终以技术创新为核心，不断突破传统材料的局限，让高分子材料摆脱冰冷、僵硬的固有印象，在柔软度、触感和耐久性等方面实现了质的提升。“未来柔性机器人不是未知的幻想，而是充满可能性的现实。新一代人形机器人，一定不是钢铁战士。”吴启超说。

在此之前，天安新材在智能制造领域的布局迈出关键一步。2025年8月，天安新材受让广东若铂智能机器人有限公司18%股权。若铂机器人专注于工业机器人制造、智能技术研发及人工智能软件开发。凭借自研工业操作系统、高精度伺服与控制系统以及小型码低代码AI算法技术平台等技术优势，公司构建了覆盖人工智能、机器人、工业互联网等领域的技术矩阵，为航空航天、农业及医疗等场景提供智能化解决方案。

吴启超表示，未来机器人产业将从工业场景向服务和家庭应用场景进一步延伸，轻量化、柔性化的机器人将在医疗护理、智能物流、家庭服务等场景中展现出巨大的商业价值。天安新材深耕高分子复合饰面材料领域，具备自主知识产权及专业技术团队，机器人皮肤对肤感柔软性、耐弯折、耐磨以及轻量化属性的要求与公司自主研发的高分子复合饰面材料高度适配，公司具备对电子皮肤开展同源性研发的基础。

“下一步，公司将继续与国内科研院校、头部传感器企业、机器人厂商进行相关技术交流与应用探讨，探索电子皮肤技术发展路径，持续推进在电子皮肤领域的前瞻性研究与产品研发。”吴启超说。

## 推进战略转型升级

天安新材成立于2000年，主营业务是建筑陶瓷和高分子复合饰面材料的研发、设计、生产、销售及整装交付服务。自成立以来，天安新材坚持长期主义理念，持续不断推动转型升级，使公司不断发展壮大。

2017年9月，天安新材在上交所挂牌上市。“上市之后，公司积极思考并探索战略转型，从制造型企业升级为制造服务型企业，也就是做成一个生态圈。”吴启超说，“一个产品如果没有服务、品牌和生态，是很难把它做大做强。”

近年来，公司聚焦泛家居产业链，通过对鹰牌陶瓷、浙江瑞欣、天汇建科等企业的一系列战略收购和整合，完成了从单一材料供应商到产业生态圈构建者的蜕变，构建了覆盖材料、设计、制造与整装服务的泛家居产业生态圈，在推动业绩稳步增长的同时，也为公司未来发展奠定基础。

在深耕国内市场的同时，随着全球产业格局的深度调整，近年来，天安新材开始积极布局海外市场。作为公司出海战略的先手棋，控股子公司鹰牌公司在澳大利亚墨尔本及悉尼的经销展厅于2025年上半年相继开业，通过携手海外当地设计师团队，依托瓷砖、墙板、板材、地板等一系列产品，为海外消费者打造高品质空间美学体验。

“公司致力于实现技术、服务和品牌出海，打造新的增长曲线。”吴启超表示，未来公司将继续深化国际合作，拓展全球市场版图，通过输出成熟的技术解决方案、卓越的服务体系以及强大的品牌价值，致力于实现从区域性领军企业向全球化泛家居品牌的战略升级。

## 业绩稳健增长

10月16日晚间，天安新材发布2025年第三季度报告。前三季度，公司实现营业收入22.73亿元，同比增长3.47%；实现归母净利润9753.97万元，同比增长21.47%；实现扣非归母净利润9507.89万元，同比增长31.07%。

今年以来，天安新材经营业绩连续三个季度保持增长。其中，第三季度实现归母净利润3537.07万元，同比增长31.12%；实现扣非归母净利润3498.17万元，同比增长55.64%。

在汽车内饰饰面材料领域，依托多年在该领域的深耕，天安新材以“差异化服务筑壁垒、卓越产品立标杆、深度合作强链接”为核心，深化客户合作开发，强化客户黏性，精准抓住新能源汽车渗透率提升、国产自主品牌崛起的市场机遇，通过深化与头部及主流品牌车企的合作，市场开拓成效显著。前三季度，汽车内饰饰面板营收较上年同期增加超1.25亿元，同比增速达34%。

此外，公司并购后快速消化、高效赋能的整合能力，让泛家居产业生态圈持续释放并购整合“乘数效应”。在建筑防火饰面板材业务板块，子公司瑞欣装材前三季度营收同比增长34%，毛利率提高至33%以上，带动毛利额同比增加约3000万元。