

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

博士眼镜连锁股份有限公司

DOCTORGLASSES CHAIN CO., LTD

（深圳市福田区金田路与福中路交界东南荣超经贸中心 502）



首次公开发行股票并在创业板上市 招股意向书

保荐人（主承销商）



（北京市朝阳区建国路 81 号华贸中心 1 号写字楼 22 层）

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	不超过 2,145 万股，不低于发行后总股本的 25.00%，且不进行股东公开发售股份
每股面值	1.00 元
每股发行价格	【 】元/股
预计发行日期	2017 年 3 月 2 日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 8,580 万股
股份限制流通及自愿锁定承诺	1、公司实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理所直接持有的公司上市前已发行的全部股份，也不由公司回购该等股份。 2、公司股东华盖成都、华盖温州、盛坤聚腾、刘开跃、郑庆秋承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理所直接持有的公司上市前已发行的全部股份，也不由公司回购该等股份。 3、公司股东豪石九鼎、民乐九鼎、民安九鼎、嘉赢九鼎承诺：持有的受让自 LOUISA FAN 的 1,287,000 股（其中：豪石九鼎 514,800 股、民乐九鼎 334,620 股、民安九鼎 308,880 股、嘉赢九鼎 128,700 股）公司股份，自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理该等股份，也不由公司回购该等股份；其余持有的 9,652,500 股（其中：豪石九鼎 3,861,100 股、民乐九鼎 2,509,600 股、民安九鼎 2,316,600 股、嘉赢九鼎 965,200 股）公司股份，自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理该等股份，也不由公司回购该等股份。 4、公司股东江南道、华青投资、陶润投资、杨秋、刘之明承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理所直接持有的公司上市前已发行的全部股份，也不由公司回购该等股份。 5、担任公司董事、监事、高级管理人员的股东 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN、刘开跃、

	杨秋、刘之明、郑庆秋承诺：除上述锁定期外，在任职期间每年转让的公司股份不超过本人所直接持有公司股份总数的百分之二十五；在申报离任后六个月内，不转让所持有的该等股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占本人所持有公司股票总数的比例不超过百分之五十。若本人在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职，自申报离职之日起十八个月内不转让所直接持有的公司股份；在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职，自申报离职之日起十二个月内不转让所直接持有的公司股份。 6、担任公司董事、监事、高级管理人员的江南道股东刘开跃、杨秋、何庆柏、刘之明、周演文、张晓明承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理所持有的江南道股权，也不由江南道回购该等股权；在本人任职期间每年转让的江南道股权不超过本人所持有的该公司股权总数的百分之二十五；在本人申报离任后六个月内，不转让所持有的该等股权；在申报离任六个月后的十二个月内出售股权占本人所持有该等股权总数的比例不超过百分之五十；若本人在公司首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职，自申报离职之日起十八个月内不转让所持有的江南道股权；在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职，自申报离职之日起十二个月内不转让所持有的江南道股权。
保荐机构、保荐人、主承销商	中德证券有限责任公司
签署日期	2017 年 2 月 21 日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人承诺因发行人招股意向书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股意向书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股意向书全文，并特别注意下列重大事项提示：

一、本次发行前公司股东所持股份的限售安排及自愿锁定股份的承诺

1、公司实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理所直接持有的公司上市前已发行的全部股份，也不由公司回购该等股份。

2、公司股东华盖成都、华盖温州、盛坤聚腾、刘开跃、郑庆秋承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理所直接持有的公司上市前已发行的全部股份，也不由公司回购该等股份。

3、公司股东豪石九鼎、民乐九鼎、民安九鼎、嘉赢九鼎承诺：持有的受让自LOUISA FAN的1,287,000股（其中：豪石九鼎514,800股、民乐九鼎334,620股、民安九鼎308,880股、嘉赢九鼎128,700股）公司股份，自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理该等股份，也不由公司回购该等股份；其余持有的9,652,500股（其中：豪石九鼎3,861,100股、民乐九鼎2,509,600股、民安九鼎2,316,600股、嘉赢九鼎965,200股）公司股份，自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理该等股份，也不由公司回购该等股份。

4、公司股东江南道、华青投资、陶润投资、杨秋、刘之明承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理所直接持有的公司上市前已发行的全部股份，也不由公司回购该等股份。

5、担任公司董事、监事、高级管理人员的股东 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN、刘开跃、杨秋、刘之明、郑庆秋承诺：除上述锁定期外，在任职期间每年转让的公司股份不超过本人所直接持有公司股份总数的百分之二十五；在申报离任后六个月内，不转让所持有的该等股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占本人所持有公司股票总数的比例不

超过百分之五十。若本人在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职,自申报离职之日起十八个月内不转让所直接持有的公司股份;在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职,自申报离职之日起十二个月内不转让所直接持有的公司股份。

6、担任公司董事、监事、高级管理人员的江南道股东刘开跃、杨秋、何庆柏、刘之明、周演文、张晓明承诺:自公司股票上市之日起十二个月内,不转让或者委托他人管理所持有的江南道股权,也不由江南道回购该等股权;在本人任职期间每年转让的江南道股权不超过本人所持有的该公司股权总数的百分之二十五;在本人申报离任后六个月内,不转让所持有的该等股权;在申报离任六个月后的十二个月内转让股权占本人所持有该等股权总数的比例不超过百分之五十;若本人在公司首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职,自申报离职之日起十八个月内不转让所持有的江南道股权;在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职,自申报离职之日起十二个月内不转让所持有的江南道股权。

二、公司主要股东关于锁定期满后股份减持意向的说明和承诺

1、公司控股股东/实际控制人ALEXANDER LIU、LOUISA FAN的持股及减持意向如下:本人意在长期持有公司股票,除承诺自公司股票上市后3年内不减持公司股票外,在锁定期满后两年内,每年减持公司股票不超过上市时持有公司股票数量的5%,第一年剩余未减持部分不累计到第二年,且减持后仍需保持控股股东或实际控制人地位,减持方式包括竞价交易和大宗交易,减持价格(复权后)不低于发行价。本人减持时,将提前三个交易日予以公告。如本人未履行上述承诺,自愿接受监管机构依据相关规定给予的监管措施或处罚;同时公司董事会将发布声明予以谴责。

2、持有公司5%以上股份的股东豪石九鼎的持股及减持意向如下:除承诺“本企业持有的受让自LOUISA FAN的514,800股公司股份,自公司股票上市之日起三十六个月内,不转让或者委托他人管理该等股份,也不由公司回购该等股份;本企业其余持有的3,861,100股公司股份,自公司股票上市之日起十二个月内,不转

让或者委托他人管理该等股份，也不由公司回购该等股份”以外，在锁定期满后两年内减持价格不低于每股净资产（指最近一期经审计的合并报表每股净资产），减持方式包括竞价交易和大宗交易等证监会或交易所允许的交易方式。本企业减持时，将提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务，本企业持有发行人股份低于5%以下时除外。本企业希望通过公司业绩的增长获得股权增值和分红回报，截至说明函出具之日起，本企业未有减持所持公司股份的计划或安排。如本企业未履行上述承诺，自愿接受监管机构依据相关规定给予的监管措施；同时公司董事会将发布声明予以谴责。

3、持有公司5%以上股份的股东江南道的持股及减持意向如下：除承诺公司股票上市后1年内不减持外，在锁定期满后两年内，每年减持公司股票不超过上市时持有公司股票数量的25%，第一年剩余未减持部分不累计到第二年，减持价格（复权后）不低于发行价，减持方式包括竞价交易和大宗交易。本公司减持时，将提前三个交易日予以公告。如本公司未履行上述承诺，自愿接受监管机构依据相关规定给予的监管措施；同时公司董事会将发布声明予以谴责。

三、公司股东公开发售股份方案及其对公司控制权、治理结构和生产经营产生的影响

本次发行不涉及公司股东公开发售股份。

四、关于招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

（一）公司控股股东/实际控制人承诺

1、如发行人招股意向书中存在虚假记载、误导性陈述，或者在披露信息时发生重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股。同时，本人以市场价格购回首次公开发行股票时公开发售的股份。

2、如因发行人招股意向书中存在的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，

致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将对上述发行人的赔偿义务承担连带责任。

（二）发行人承诺

1、如本公司招股意向书中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。本公司将在中国证监会出具有关违法事实的认定结果后及时进行公告，并在公告后 5 个交易日内根据相关法律法规及公司章程的规定召开董事会审议股份回购具体方案，并提交股东大会，本公司将根据股东大会决议及相关主管部门的审批依法启动回购首次公开发行的全部新股的相关程序，回购价格为市场价格。

2、如因本公司招股意向书中存在的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员承诺

如果发行人招股意向书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将对发行人的赔偿义务承担个别及连带责任。

（四）保荐机构、发行人会计师、发行人验资机构、发行人律师、开元评估和国众联评估承诺

中德证券承诺：因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失；因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行人会计师承诺：因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行人验资机构承诺：因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损

失。

发行人律师承诺：如因国浩律师（深圳）事务所为本次发行而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

开元评估承诺：因本公司为发行人首次公开发行股票并在创业板上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

国众联评估承诺：因本公司为发行人首次公开发行股票并在创业板上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

五、公司上市后三年内股价稳定预案及相关承诺

（一）公司上市后三年内股价稳定预案

1、启动股价稳定措施的具体条件

公司上市后三年内任意连续 20 个交易日股票收盘价均低于每股净资产，即达到启动股价稳定措施的条件。

每股净资产为最近一期公司定期报告（包括季报、半年报和年报）公告的归属于上市公司普通股股东的每股净资产，最近一期定期报告公开披露后至最近一个交易日，公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为，上述每股净资产亦作相应调整。

如股价稳定方案尚未正式实施前或股价稳定方案实施后，公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于每股净资产时，则可中止实施本阶段股价稳定方案。中止实施股价稳定方案后，如再次出现公司股票收盘价格连续 20 个交易日低于每股净资产时，则应继续实施股价稳定方案。

2、稳定股价的具体措施及实施顺序

在达到启动股价稳定措施的条件后，公司可以采取以下措施稳定股价，包括但不限于：（1）公司控股股东或实际控制人增持公司股份；（2）公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持公司股份；（3）公司回购股份；（4）公司控股

股东或实际控制人、董事（不包括独立董事）、高级管理人员承诺延长其所有持有的公司股份的锁定期；（5）公司董事会认为其他必要的合理措施。

以上措施须在符合相关法律法规和有关规定及监管部门的相关要求情况下，可实施本预案中一项或数项措施，以维护公司股价的稳定，如公司满足启动股价稳定措施的条件，由公司、公司控股股东或实际控制人、公司董事及高级管理人员（独立董事除外）三方主体经友好协商并确定需要采取的稳定股价的具体措施，并在达到上述启动股价稳定措施条件后的 5 日内召开董事会，公告拟采取稳定股价的具体实施方案。若协商不成，则依次按照如下责任主体的顺序实施稳定股价措施：第一选择为公司控股股东或实际控制人增持公司股份，第二选择为公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持公司股份；第三选择为公司回购股份；第四选择为公司控股股东或实际控制人、董事（不包括独立董事）、高级管理人员承诺延长其所持有的公司股份的锁定期。若该项具体措施将导致公司股权结构不满足上市条件、触发要约收购、相关法律法规的限制导致其无法实施或实施后相关比例已达到该具体措施规定的上限则自动进入下一个选择，直至公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于每股净资产，若上述四个选择均无法实施或实施后相关比例已达到该具体措施规定的上限，公司董事会可以采取其他必要的合理措施以稳定公司股价。

（1）公司控股股东或实际控制人增持公司股份的具体方案

在达到启动股价稳定措施的条件后，公司控股股东或实际控制人可以通过深圳证券交易所证券交易系统在二级市场以买入的方式，增持公司股份，资金来源为自筹取得。

公司控股股东或实际控制人在 6 个月内增持的公司股份不超过公司已发行股份的 2%，即公司控股股东或实际控制人可以自首次增持之日起算的未来 6 个月内，从二级市场上继续择机增持公司股份，累积增持比例不超过公司已发行股份的 2%（含首次已增持部分）。

控股股东或实际控制人在增持前应向公司董事会报告具体实施计划方案，公司将按相关规定公告。

（2）公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持公司股份的具体方案

在达到启动股价稳定措施的条件后，公司董事（不包括独立董事）、高级管

理人员可以基于对公司未来发展前景的信心和公司股票价值的合理判断作出决定,通过深圳证券交易所证券交易系统在二级市场以买入的方式,增持公司股份,资金来源为自筹取得。

公司董事(不包括独立董事)、高级管理人员可以自首次增持之日起算的未来6个月内,从二级市场上继续择机增持公司股份,合计累积增持比例不超过公司已发行股份的1%(含首次已增持部分)。

在启动股价稳定措施时应提前向公司董事会报告具体实施计划方案,公司将按相关规定公告。

对于未来新聘的董事(不包括独立董事)、高级管理人员,须履行以上规定。

(3) 公司回购股份的具体方案

在达到启动股价稳定措施的条件后,公司可以启动回购股份,以稳定公司股价,提高投资者信心。

用于股份回购的资金来源为公司自有资金,以不超过上年度归属于上市公司股东的净利润的30%为限,由公司董事会结合公司当时的财务和经营状况,确定回购股份的资金总额上限,公司董事会应当在做出回购股份决议后及时公告董事会决议、回购股份预案,并发布召开股东大会的通知,股份回购预案需经公司董事会和股东大会审议通过,需要事前报相关监管部门履行审批或备案程序的,则在履行审批或备案程序后实施。

(4) 公司控股股东或实际控制人、董事(不包括独立董事)、高级管理人员承诺延长其所有持有的公司股份的锁定期的具体方案

在达到启动股价稳定措施的条件后,公司控股股东或实际控制人、董事(不包括独立董事)、高级管理人员可以承诺在原有锁定期的基础上,自愿延长其所有持有的公司股份的锁定期6个月。

(5) 公司董事会认为其他必要的合理措施

在达到启动股价稳定措施的条件后,公司董事会可以根据实际情况采取其他必要的合理措施以维护公司股价的稳定。

(二) 股价稳定相关承诺

发行人出具《维护公司股价稳定承诺函》,承诺:在公司上市后三年内股价

达到《博士眼镜连锁股份有限公司上市后三年内股价稳定预案》（以下简称“《股价稳定预案》”）规定的启动股价稳定措施的具体条件后，履行《股价稳定预案》中的各项应尽义务，遵守公司董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于回购公司股份或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施。

发行人控股股东/实际控制人、董事、高级管理人员出具《维护公司股价稳定承诺函》，承诺：在公司上市后三年内股价达到《博士眼镜连锁股份有限公司上市后三年内股价稳定预案》规定的启动股价稳定措施的具体条件后，履行《股价稳定预案》中的各项应尽义务，遵守公司董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于增持公司股份、自愿延长所有持有公司股份的锁定期或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施，该具体实施方案涉及股东大会表决的，在股东大会表决时投赞成票。

六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）公司填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本次公开发行股票总量不超过 2,145 万股，鉴于公司首次公开发行股票后，公司股本及净资产规模将有大幅增加，但募集资金投资项目需要一定的建设投入周期，募集资金产生的经济效益需要一段时间，同时存在较大的不确定性，这些因素可能会在短期内影响公司的每股收益和净资产收益率，产生股东即期回报被摊薄的风险。为维护广大股东利益，增强投资者信心，公司承诺，将采取如下措施在首次公开发行股票后填补被摊薄的即期回报：

1、规范募集资金使用，强化募集资金管理，提高募集资金的使用效率

公司承诺，首次公开发行股票募集资金到位后，公司将在募集资金的使用、核算、风险防范等方面强化管理，确保募集资金科学、合理地投入到相关的募投项目中。同时，公司将严格按照募集资金管理制度的相关规定，执行严格的募集资金监管制度，保证募集资金合理、合法、规范的使用。同时，在符合上述要求的基础上，公司将结合当时的市场状况、行业发展等多种因素，优化募集资金的使用，提高募集资金的使用效率。

2、加快募集资金投资项目的建设进度

公司承诺，在符合法律、法规、规范性文件以及公司募集资金管理制度规定的前提下，将根据市场状况、行业发展的客观条件，在确保公司募集资金规范、科学、合理使用的基础上，尽快完成募集资金投资项目的开发、建设，加快实现募集资金投资项目的预期经济效益。

3、加强品牌和信息化建设，提升核心竞争力

公司承诺，将依托首次公开发行股票并上市以及募集资金投资项目建设为契机，进一步提升公司在眼镜零售连锁经营领域的品牌影响力和行业地位，同时借助信息化建设，进一步提升客户服务水平、市场快速反应能力和管理效率等，从而整体上提升公司的核心竞争力。

4、建立健全投资者回报机制，完善利润分配政策

公司承诺，将依照公司上市后适用的公司章程以及股东分红回报规划的相关内容，建立和健全利润分配政策，既符合公司发展战略需要，又紧密结合公司发展阶段、经营状况、行业前景，并在充分考虑投资者利润分配意愿的基础上，完善利润分配政策，持续优化对投资者的回报机制，确保及时给予投资者合理的预期回报。

（二）相关责任主体的承诺

1、公司董事、高级管理人员承诺

为保障公司摊薄即期回报填补措施能够得到切实履行，公司的董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，并作出以下承诺：

（1）不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

2、公司控股股东和实际控制人承诺

为保障公司摊薄即期回报填补措施能够得到切实履行，公司控股股东、实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 承诺：

本人不滥用公司的控股股东或实际控制人地位，不侵占公司利益，不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送公司利益，也不采用其他方式损害公司利益。

七、公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员相关承诺的约束措施

（一）公司自愿提供的保障措施

公司如不能履行本招股意向书中列明的承诺，自愿提供如下保障措施：

1、本公司应及时公告未履行相关承诺的原因，并立即采取措施消除相关违反承诺事项；

2、本公司以自有资金履行相关承诺；

3、本公司在自有资金不足以履行相关承诺时，处置公司其他资产保障相关承诺有效履行；

4、本公司严格执行董事会决议采取的其他保障措施；

5、本公司发生违反有关承诺之日起一个月内未开始执行上述消除违反承诺事项时，本公司认可董事会或董事会委托的第三方执行上述保障措施。

6、如本公司未履行相关承诺事项，致使相关利益方遭受损失的，本公司将依法赔偿相关利益方损失，相关利益方具有依据此说明向本公司提起诉讼的权利。

（二）公司控股股东、实际控制人自愿提供的保障措施

公司控股股东、实际控制人如不能履行本招股意向书中列明的承诺，自愿提供如下保障措施：

1、采取措施立即消除相关违反承诺事项；

2、在消除相关违反承诺事项前，本人持有的发行人尚未转让股份不申请解锁和转让，并暂停领取归属于本人的发行人已宣告尚未发放和未来应得的现金股

利；

3、同意以本人自有财产履行相关承诺；

4、如本人未在违反相关承诺事项后一个月内启动上述保障措施，授权发行人董事会、同意发行人董事会委托第三方执行上述保障措施；

5、如本人未履行相关承诺事项，致使相关利益方遭受损失的，本人将依法赔偿相关利益方损失，相关利益方具有依据此说明向本人提起诉讼的权利。

本说明一经作出，即构成本人对相关利益方不可撤销的单方面合同义务。

（三）公司董事、监事和高级管理人员自愿提供的保障措施

公司董事、监事和高级管理人员如不能履行本招股意向书中列明的承诺，自愿提供如下保障措施：

1、采取措施立即消除相关违反承诺事项；

2、在消除相关违反承诺事项前，本人持有的发行人尚未转让股份不申请解锁和转让，并暂停领取归属于本人的发行人已宣告尚未发放和未来应得的现金股利；

3、在消除相关违反承诺事项前，同意暂停向发行人领取 50%的当月薪酬或津贴；

4、如本人未在违反相关承诺事项后一个月内启动上述保障措施，授权发行人董事会、同意发行人董事会委托第三方执行上述保障措施；

5、如本人未履行相关承诺事项，致使相关利益方遭受损失的，本人将依法赔偿相关利益方损失，相关利益方具有依据此说明向本人提起诉讼的权利。

本说明一经作出，即构成本人对相关利益方不可撤销的单方面合同义务，且不得因本人职务变更、离职等原因而放弃履行承诺。

八、保荐机构关于发行人及其他相关责任主体承诺事项及约束措施的核查意见

保荐机构认为，发行人及其控股股东和实际控制人、持有发行人 5%以上股份股东以及发行人董事、监事及高级管理人员等相关责任主体已经按照《公司法》、《证券法》、《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》以及监管部门的要

求出具了相关承诺。相关承诺文件已经相关责任主体签署，并且已各自就作出相关承诺、出具相应承诺书履行了必要的内部决策程序。前述责任主体已就其未能履行上述承诺提出了必要的约束措施，该等约束措施合法、合规，将对相关责任主体的失信行为构成有效约束，能够得到及时执行与实施，符合《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》等相关文件的要求。保荐机构认为，上述承诺文件已经相关责任主体或其授权代表签署，相关承诺及约束措施合法、合理、有效。

九、公司滚存利润安排和发行上市后公司股利分配政策及分红规划

（一）公司滚存利润安排

根据发行人 2015 年第四次临时股东大会决议，本次发行前公司滚存的未分配利润由本次发行后全体新老股东按各自持股比例共同享有。

（二）本次发行上市后股利分配政策

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》，有关股利分配的主要规定如下：

1、利润分配的原则和形式

公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，利润分配注重对股东合理的投资回报，按照同股同权、同股同利的原则，利润分配不得超过累计可分配利润范围。公司遵循重视对投资者的合理回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展的原则，采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。公司优先采用现金分红的利润分配方式。

2、现金分红的条件

公司拟实施现金分红时应同时满足以下条件：

（1）公司该年度实现盈利，且该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润）、累计可分配利润均为正值；

（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司无重大投资计划或重大现金支出计划等事项发生（公司首次公开发行股票或再融资的募集资金投资项目除外）；重大投资计划或重大现金支出计

划是指公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%。

3、现金分红的比例及时间

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 20%，且最近三年公司以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

在满足上述现金分红条件情况下，公司将积极采取现金方式分配股利，公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分配。

4、股票股利分配的条件

公司可以根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模合理的前提下，为保持股本扩张与业绩增长相适应，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

5、利润分配的决策程序和机制

公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订。独立董事及监事会应对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具书面意见。

董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见。分红预案经董事会审议通过，方可提交股东大会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以所持二分之一以上的表决权通过。

（三）本次发行上市后三年内分红规划

经 2015 年第四次临时股东大会审议批准，发行人制定了《博士眼镜连锁股份有限公司上市后股东分红回报规划》，对公司上市后三年内分红的具体回报规划、分红的政策和分红计划做出了进一步安排。

关于本公司发行上市后的利润分配政策，所做出的具体回报规划、分红的政策和分红计划的详细内容，请详见本招股意向书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十六、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策”。

十、保荐机构对发行人是否具备持续盈利能力的核查结论意见

保荐机构认为：发行人所处行业具备良好的成长性，发行人建立了持续成长的业务模式，具备有效管理体系和成熟的管理团队，制定了清晰的发展战略和发展规划。发行人具备良好的持续盈利能力。

十一、特别风险提示

公司提醒投资者需特别关注以下列示的各项风险，并提醒投资者认真阅读本招股意向书第四节“风险因素”的全部内容。

（一）市场竞争加剧的风险

目前国内眼镜零售市场行业集中度相对较低，竞争较为充分，并呈现出一定的区域市场分割，公司在不同区域除面对当地具有优势地位的竞争对手外，还需要面对大量以个体工商户名义经营的众多竞争对手，行业竞争激烈，且随着公司

不同区域竞争对手的跨区域扩张，公司将面临越来越广泛而激烈的竞争。若公司不能适应市场和竞争格局的变化，并在品牌、服务、销售网络、供应链管理等方面进一步增强实力，未来将面临更大的竞争压力，公司面临市场竞争加剧的风险。

（二）互联网零售快速发展对传统零售渠道带来冲击的风险

传统的零售业是以相对固定的零售地点、零售时间为特征的店铺式销售，相对于传统的零售业，互联网零售具有全新的时空优势，在非体验式消费领域，互联网零售在租金、人力成本及物流上体现出明显的竞争优势，在近年来商业租金和人力成本大幅上升的环境下，中国互联网零售呈现高速发展态势，并给传统零售业部分细分领域带来较大冲击。由于眼镜产品部分零售环节如验光配镜、售后服务等需要实体店的支撑，且实体店能带给消费者更好的佩戴舒适度与视物准确度等个性化体验，目前互联网零售尚未对以实体店为特征的传统眼镜零售业态造成实质性冲击，但未来如果店面租金、人力成本等运营成本进一步提升，或因模式创新和技术进步等因素在行业内出现能够替代实体店功能的互联网销售模式，将会改变传统的眼镜零售渠道竞争格局。虽然公司在积极探索网上和网下互动的零售商业模式，并利用互联网销售拓展实体门店的销售和服务半径，但若未来出现能够替代实体店功能的互联网零售模式，并得到快速发展，且公司不能适时在互联网零售领域建立适合自身的销售模式和竞争优势，将会对公司的销售渠道和经营业绩带来较大冲击。

（三）人力成本上升的风险

人力成本系公司的主要经营成本之一，随着近几年中国经济持续高速增长和劳动力供需关系的变化，员工薪酬水平不断提高。未来随着中国经济增长，人口结构变化和老龄化趋势的加剧，大中城市生活成本的上升和竞争对手对专业人才的争夺，人力成本上升的趋势不可避免，公司存在人力成本上升的风险。

（四）门店租赁成本上升的风险

公司报告期内的租赁费支出（含物业、水电费等）分别为 9,508.87 万元、10,617.67 万元和 11,609.15 万元，占同期营业收入的比例分别为 26.33%、28.26%

和 27.91%；其中销售费用中的租赁费支出（主要为门店租赁费支出）在公司租赁费总支出中占比较大，报告期内分别为 9,268.14 万元、10,377.06 万元和 11,355.38 万元，占同期门店营业收入的比例分别为 26.87%、27.97%和 27.98%。公司门店租赁费支出（含物业、水电费等）提高的原因一方面是公司连锁经营规模的不断扩大，另一方面则是由于租金上涨所致。报告期内，公司门店加权平均月租金（含物业、水电费等）2014 年为 483.11 元/平方米，2015 年为 512.55 元/平方米，2016 年为 504.09 元/平方米。

宏观上，随着近几年大中城市房价的不断上涨，房屋的租赁价格也在不断上涨，特别是公司门店主要分布地所在的一、二线城市的房屋租赁价格上涨较快；微观上，随着城市建设和基础设施的改善，在商圈和社区成熟之后往往会形成商业聚集效应，带动周边商铺租金水平逐年上升。上述宏观和微观因素都可能会提升公司营业场所的租赁成本，公司面临门店租赁成本持续上升的风险。

（五）商标存在争议及商号和商标被仿冒的风险

1、商标存在争议的风险

（1）根据国家商标局于 2015 年 8 月 11 日签发的《关于提供注册商标使用证据的通知》，淮安博士以连续三年不使用为由，向国家商标局申请撤销公司第 1091684 号 “” 商标在第 35 类“推销（替他人）”等全部核定使用服务上的注册。国家商标局于 2016 年 3 月 31 日核发了商标撤三字[2016]第 Y002080 号《关于第 1091684 号第 35 类“博士 DOCTOR”注册商标连续三年不使用撤销申请的决定》，认为发行人提供的商标使用证据有效，淮安博士申请撤销理由不能成立，决定驳回淮安博士的撤销申请，发行人持有的第 1091684 号第 35 类“博士 DOCTOR”注册商标不予撤销。

（2）根据国家工商行政管理总局商标评审委员会于 2015 年 8 月 13 日签发的《商标评审案件答辩通知书》，申请人江苏淮安博士眼镜有限公司对公司第 6348736 号 “**博士眼镜**” 商标（注册类别 35 类）提出无效宣告请求。商标评审委于 2016 年 4 月 20 日核发了商评字[2016]第 0000034607 号《关于第 6348736 号 “博士眼镜” 商标无效宣告请求裁定书》，裁定：争议商标予以无效宣告。公司认为商标评审委认定事实不清、适用法律错误，不服商标评审委作出的裁定，于

法定期限内向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求撤销商标评审委作出的商评字[2016]第 0000034607 号《关于第 6348736 号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》。北京知识产权法院于 2016 年 8 月 25 日签出的《行政判决书》（[2016]京 73 行初 2823 号）判决如下：①撤销商标评审委于 2016 年 4 月 20 日作出的商评字[2016]第 34607 号关于第 6348736 号“**博士眼镜**”商标无效宣告请求裁定；②商标评审委应在该判决生效后就淮安博士针对发行人的第 6348736 号“**博士眼镜**”商标提出的商标无效宣告请求重新作出审查决定。

（3）商标评审委于 2016 年 12 月 26 日出具了《关于第 6348736 号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》（商评字[2016]第 0000034607 号重审第 0000001751 号），裁定：争议商标予以维持。商标评审委依据法院生效判决重新作出的行政裁决，是执行法院生效判决的行为。商标评审委作出前述裁定时未引入新的事实和理由，若淮安博士针对该裁定再次提起行政诉讼，法院可以依照《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉若干问题的解释》第三条第一款第（九）项之规定，裁定驳回其起诉。淮安博士出具了《江苏淮安博士眼镜有限公司关于博士眼镜连锁股份有限公司持有的第 6348736 号“博士眼镜”注册商标无效宣告案件的声明书》，其作出了无条件且不可撤销的声明及承诺：“我司尊重并认可博士眼镜第 6348736 号‘博士眼镜’注册商标享有的商标专用权；我司认可并尊重北京知识产权法院作出的（2016）京 73 行初 2823 号行政判决，不会申请再审；我司尊重并认可商标评审委作出的商评字[2016]第 0000034607 号重审第 0000001751 号裁定，不会向人民法院提起诉讼。”

（4）在前述行政诉讼案件的审理期间，淮安博士以侵犯注册商标专用权为由，于 2016 年 6 月 28 日向北京市朝阳区人民法院起诉发行人子公司北京博士；淮安博士以侵犯注册商标专用权为由，于 2016 年 6 月 23 日向无锡市滨湖区人民法院起诉发行人及其无锡万象分公司。2016 年 8 月，上述两项商标侵权案件经淮安博士申请，已被裁定准许撤诉。

截至本招股意向书签署日，公司对第 1091684 号“”、第 6348736 号“**博士眼镜**”注册商标具有专用权，对经公司登记机关核准的包含“博士”商号的名称具有企业法人名称权。根据《商标法》、《商标法实施条例》、最高人民法

院 2009 年 4 月 21 日《关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》（法发〔2009〕23 号）和 2010 年 4 月 20 日《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》（法发〔2010〕12 号）的规定以及前述行政诉讼判决书或准许撤诉的裁定书，上述商标争议不会也没有对公司的商号、商标等注册、登记和使用以及持续经营产生实质性影响。即便如此，仍不能排除未来被动卷入商标争议的风险。

关于商标争议和公司商标的具体情况，详见本招股书“第六节 业务与技术”之“五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况”之“（二）无形资产”之“2、商标”和“第十一节 其他重要事项”之“四、重大诉讼或仲裁情况”之“（一）发行人及其控股子公司的重大诉讼或仲裁事项”之“2、商标相关诉讼”。

2、商号和商标被仿冒的风险

商号和商标是影响消费者购买产品的重要因素之一，市场上某些不法厂商仿冒知名商号和品牌进行生产和销售，对被仿冒商号和品牌造成了不利影响。公司在深圳、广州、南昌和昆明等部分城市具有一定的知名度，除代理知名品牌的产
品外，逐步形成了有一定市场影响力的自有品牌产品。尽管公司已经积极采取各种手段保护公司商号和品牌形象，但侵权信息较难及时获得，如果未来公司商号和品牌被大量仿冒，将有损公司商号和品牌的形象，进而对公司盈利能力产生不利影响。

十二、财务报告审计截止日后主要经营状况

财务报告审计截止日（2016 年 12 月 31 日）后，公司经营状况良好，经营模式、主要销售商品的内容及价格、主要供应商的构成、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、税收政策、外部经营环境等可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大变化。

目 录

第一节 释义	26
第二节 概览	30
一、发行人简介	30
二、控股股东及实际控制人	31
三、主要财务数据及财务指标	31
四、本次发行情况	33
五、募集资金用途	34
第三节 本次发行概况	35
一、本次发行的基本情况	35
二、本次发行有关机构的情况	36
三、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系	38
四、预计发行上市时间表	38
第四节 风险因素	39
一、行业风险	39
二、经营管理风险	40
三、财务风险	43
四、商标存在争议及商号和商标被仿冒的风险	45
五、募集资金投资项目风险	48
六、实际控制人控制的风险	48
第五节 发行人基本情况	50
一、发行人基本情况	50
二、发行人改制重组情况及设立情况	51
三、发行人及其前身设立以来的资产收购情况	51
四、发行人股权结构和子公司情况	54
五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	68
六、发行人股本情况	72
七、正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况	79
八、发行人员工情况	79
九、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺及其履行情况	79

第六节 业务和技术 82

一、主营业务、主要产品及服务的情况	82
二、公司所处行业的基本情况	100
三、发行人的销售情况和主要客户	123
四、主要原材料及供应商情况	127
五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况	132
六、特许经营权情况和经营资质	154
七、公司的技术与研发情况	168
八、公司境外经营及拥有资产情况	168
九、公司发行当年和未来三年的发展计划	168

第七节 同业竞争与关联交易 173

一、独立性	173
二、同业竞争	174
三、关联方与关联交易	176
四、公司关联交易对公司财务状况和经营成果的影响	180
五、关于规范关联交易的承诺函	180
六、报告期关联交易制度的执行情况及独立董事的意见	181

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理 182

一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介	182
二、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员持股及对外投资情况	187
三、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的薪酬情况	189
四、发行人与董事、监事、高级管理人员、其他核心人员签定的协议、所作承诺及其履行情况	190
五、董事、监事和高级管理人员在近两年内变动情况	191
六、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书及董事会专门委员会依法运行情况	192
七、发行人管理层对内控制度的自我评估意见以及注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见	195
八、报告期内违法违规及受处罚情况	195
九、实际控制人占用发行人资金的情况以及发行人为实际控制人担保的情况	196
十、发行人资金管理、对外投资、担保事项的政策制度安排及执行情况	196
十一、投资者权益保护措施	197

第九节 财务会计信息与管理层分析 200

一、财务报表	200
二、审计意见	205
三、影响发行人盈利能力的主要因素	205
四、审计基准日至招股意向书签署日之间的经营状况	206
五、会计报表的编制基础及合并财务报表范围	207

六、主要会计政策、会计估计	208
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	238
八、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	239
九、财务指标	241
十、历次验资情况	244
十一、盈利能力分析	246
十二、财务状况分析	271
十三、现金流量分析	291
十四、资本性支出分析	294
十五、首次公开发行股票募集资金对即期回报摊薄的相关情况分析	295
十六、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策	299
第十节 募集资金运用	304
一、募集资金运用概述	304
二、募集资金投资项目的具体情况	305
三、公司董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见	317
第十一节 其他重要事项	319
一、信息披露制度相关情况	319
二、重大合同	319
三、对外担保	320
四、重大诉讼或仲裁情况	320
五、发行人控股股东、实际控制人最近三年是否存在重大违法行为	326
第十二节 有关声明	327
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	327
二、保荐机构（主承销商）声明	328
三、发行人律师声明	329
四、承担审计业务的会计师事务所声明	330
五、承担验资业务的机构声明	331
六、承担评估业务的资产评估机构声明（一）	334
七、承担评估业务的资产评估机构声明（二）	336
第十三节 附 件	339
一、附件	339
二、文件查阅时间	339
三、文件查阅地址	339

第一节 释义

本招股意向书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下特定意义：

发行人、博士眼镜、公司、本公司	指	博士眼镜连锁股份有限公司（曾用名：深圳市博士眼镜连锁股份有限公司）
博士有限	指	深圳市博士眼镜有限公司（后更名为深圳市博士眼镜连锁有限公司）
本次发行	指	公司本次向社会公开发行人民币普通股股票（每股面值为1.00元）的行为
控股股东	指	ALEXANDER LIU（曾用名刘晓），2006年3月15日起成为澳大利亚公民
实际控制人	指	ALEXANDER LIU 与 LOUISA FAN（曾用名范勤），LOUISA FAN 于 2005 年 11 月 29 日起成为澳大利亚公民
嘉赢九鼎	指	苏州嘉赢九鼎投资中心（有限合伙）
豪石九鼎	指	上海豪石九鼎股权投资基金合伙企业（有限合伙）
华青投资	指	杭州华青投资有限公司
江南道	指	深圳市江南道投资有限责任公司
陶润投资	指	深圳市陶润管理咨询合伙企业（有限合伙）（曾用名：深圳市陶润股权投资基金合伙企业（有限合伙））
民乐九鼎	指	苏州工业园区昆吾民乐九鼎投资中心（有限合伙）
民安九鼎	指	苏州工业园区昆吾民安九鼎投资中心（有限合伙）
华盖成都	指	华盖医疗健康创业投资成都合伙企业（有限合伙）
华盖温州	指	华盖医药健康产业创业投资（温州）合伙企业（有限合伙）
盛坤聚腾	指	盛坤聚腾（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）
路易莎	指	路易莎贸易（深圳）有限公司、深圳市路易莎贸易有限公司
江西博士	指	江西省博士眼镜有限责任公司
北京博士	指	北京市澳星博士眼镜有限公司
重庆博士	指	重庆市博士眼镜有限公司
东莞博士	指	东莞市澳星博士眼镜有限公司
昆明德勤	指	昆明德勤眼镜有限公司

大连博士	指	大连市博士眼镜有限公司
广州诗琪	指	广州诗琪眼镜有限公司
成都博士	指	成都市博士眼镜有限公司
深圳博镜	指	深圳市博镜网络科技有限公司
深圳伯爵	指	深圳市伯爵网络科技有限公司
安徽澳星	指	安徽省澳星眼镜有限公司
南宁普立奥	指	南宁市普立奥眼镜有限公司
杭州普立奥	指	杭州普立奥眼镜有限公司
沈阳博士	指	沈阳市澳星博士眼镜有限公司
昆山普立奥	指	昆山市普立奥眼镜有限公司
惠州德勤	指	惠州市德勤眼镜有限公司
无锡普立奥	指	无锡市普立奥眼镜有限公司
保荐机构、保荐人、主承销商	指	中德证券有限责任公司
发行人律师、国浩	指	国浩律师（深圳）事务所
发行人会计师、大华	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
开元评估	指	开元资产评估有限公司
国众联评估	指	国众联资产评估土地房地产估价有限公司
Euromonitor	指	Euromonitor International Ltd.（中文名为：欧睿信息咨询公司）
陆逊梯卡、Luxottica	指	陆逊梯卡集团，一家专业眼镜制造及销售的跨国集团公司
霞飞诺	指	霞飞诺集团，一家专业眼镜制造及销售的跨国集团公司
淮安博士	指	江苏淮安博士眼镜有限公司
金蝶 EAS	指	Enterprise Application Suite，是金蝶软件（中国）有限公司推出的企业应用套件
CRM	指	客户关系管理系统
O2O	指	Online To Offline（线上到线下），是指将线下的商务机会与互联网结合
GDP	指	国内生产总值

POS	指	英文 Point of Sales 的缩写，意为销售点终端，把它安装在银行卡的特约商户和受理网点中与计算机联成网络，就能实现电子资金自动转账，它具有支持消费、预授权、余额查询和转账等功能
ISO	指	英文 International Organization for Standardization 的缩写，意为国际标准化组织
直营	指	由公司自主选择合适地址开设门店，自行负责门店的经营管理，并以零售价直接向消费者销售公司产品，包括自营和联营两种模式
自营	指	公司通过租赁物业开设门店，以零售方式向消费者销售商品，以 POS 机刷卡或现金进行结算或商场进行代收银
联营	指	公司与联营方签订联营合同，通过联营方专柜向消费者销售商品，联营方负责收银并向终端消费者开具发票
加盟、特许加盟	指	一种以特许经营权为核心的经营模式。公司通过与具备一定资质的企业或个人签订特许经营合同，授予其成为公司加盟商，在一定时间和市场区域内代理销售公司产品的权利。实际经营中，加盟商直接运营加盟店，向公司直接采购产品并以零售价向消费者销售
天猫	指	英文：Tmall，亦称天猫商城，是一个综合性购物网站
京东	指	JD.com，是一家综合网上购物商城
屈光	指	外界物体的光线在眼光学系统界面发生偏折时的现象
渐进式眼镜片	指	在同一只镜片的远用光区和近用光区之间，以屈光度循序渐进的变化方式，从远用度数逐步到近用度数将远用光区和近用光区有机的连接在一起，因此在一只镜片上可同时拥有看远距、中等距及近距所需的不同光度
角膜接触镜	指	是一种戴在眼球角膜上，用以矫正视力或保护眼睛的镜片，也叫隐形眼镜。用于矫正视力或保护眼睛的镜片
防蓝光镜片	指	蓝光是可见光的重要组成部分，蓝光波短，能量高，能够直接穿透晶状体直达眼底视网膜上。防蓝光镜片可有效阻挡和滤去一部分蓝光进入眼中
报告期、最近三年	指	2014 年度、2015 年度和 2016 年度
报告期各期末、最近三年末	指	2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日
最近三年	指	2014 年度、2015 年度、2016 年度
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
A 股	指	人民币普通股
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》

《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
证券交易所	指	深圳证券交易所
国务院	指	中华人民共和国国务院
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家质检总局	指	国家质量监督检验检疫总局
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
商标评审委或商标评审委员会	指	国家工商行政管理总局商标评审委员会
国家商标局	指	国家工商行政管理总局商标局
招股书、本招股书、招股意向书	指	发行人为申请本次发行上市而编制的《博士眼镜连锁股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股意向书》
《公司章程》	指	《博士眼镜连锁股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《博士眼镜连锁股份有限公司章程（草案）》
股东大会	指	博士眼镜连锁股份有限公司股东大会
董事会	指	博士眼镜连锁股份有限公司董事会
监事会	指	博士眼镜连锁股份有限公司监事会

注：本招股意向书除特别说明外所有数值保留2位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

声明：本概览仅对招股意向书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股意向书全文。

一、发行人简介

中文名称	博士眼镜连锁股份有限公司
英文名称	DOCTORGLASSES CHAIN CO., LTD
注册资本	6,435 万元
法定代表人	ALEXANDER LIU
有限公司成立日期	1997 年 4 月 23 日
股份公司设立日期	2011 年 12 月 30 日
住所	深圳市福田区金田路与福中路交界东南荣超经贸中心 502
邮政编码	518038
电话号码	0755-8209 5801
传真号码	0755-8209 5526
互联网网址	http://www.doctorglasses.com.cn
电子信箱	zqswb@doctorglasses.com.cn

本公司是于 2011 年 12 月 30 日由其前身博士有限整体变更设立的股份有限公司。截至本招股意向书签署之日，公司注册资本为 6,435 万元，法定代表人为 ALEXANDER LIU。

公司是一家专业从事眼镜零售的连锁经营企业。多年来，公司立足深圳，逐步向全国辐射，是国内销售规模、门店数量领先的眼镜连锁零售企业之一。公司旗下拥有 President optical、博士眼镜两大品牌，分别定位为“高端定制”、“专业视光”，同时新发展了 z de、砦（Mygaos 发展而来）等品牌，分别定位为“时尚快消”和“个性潮牌”。截至 2016 年末，公司拥有 318 家连锁门店，其中直营门店 304 家¹，加盟门店 14 家，经营网点已遍布深圳、南昌、北京、广州、东莞、昆明、重庆、合肥、成都、杭州、沈阳、郑州、南宁、无锡、青岛等三十多

¹ 统计口径为博士眼镜 2016 年 12 月末存在营业收入并正常运营的门店。

个大、中城市，覆盖全国 17 个省、自治区、直辖市。

二、控股股东及实际控制人

公司控股股东为 ALEXANDER LIU。ALEXANDER LIU 持有公司 2,356.20 万股，占公司本次发行前股本总额的 36.62%；LOUISA FAN 持有公司 1,962.05 万股，占公司本次发行前股本总额的 30.49%。ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 为夫妻，合计持有公司 4,318.25 万股，占公司本次发行前股本总额的 67.11%，ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 为本公司实际控制人。

1、ALEXANDER LIU 先生

澳大利亚国籍，护照号码 E40810**，住所为深圳市南山区华侨城天鹅堡。截至本招股意向书签署日，ALEXANDER LIU 持有发行人 36.62%的股份，为发行人的控股股东、实际控制人之一。

2、LOUISA FAN 女士

澳大利亚国籍，护照号码 PE03799**，住所为深圳市南山区华侨城天鹅堡。截至本招股意向书签署日，LOUISA FAN 持有发行人 30.49%的股份，为发行人的实际控制人之一。

三、主要财务数据及财务指标

根据大华出具的标准无保留意见的审计报告（大华审字[2017]001073 号），公司主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：元

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产	232,886,876.73	220,897,837.89	219,553,688.97
非流动资产	65,811,643.87	61,982,111.71	65,221,117.92
资产总额	298,698,520.60	282,879,949.60	284,774,806.89
流动负债	53,073,339.32	49,141,175.90	46,563,917.94
非流动负债	233,333.33	391,651.85	156,373.75
负债总额	53,306,672.65	49,532,827.75	46,720,291.69
归属于母公司的所有者权益	245,391,847.95	233,347,121.85	238,054,515.20
股东权益总额	245,391,847.95	233,347,121.85	238,054,515.20

（二）合并利润表主要数据

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业总收入	415,956,855.22	375,683,540.98	361,133,303.64
营业总成本	364,550,615.51	330,454,880.74	314,142,268.49
营业利润	51,406,239.71	45,228,660.24	46,991,035.15
利润总额	52,839,590.64	48,728,900.47	47,327,232.60
净利润	37,784,726.10	35,292,606.65	33,912,387.37
归属于母公司所有者的净利润	37,784,726.10	35,292,606.65	33,912,387.37
归属于母公司的非经常性损益	1,080,129.02	2,637,882.14	213,007.53
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	36,704,597.08	32,654,724.51	33,699,379.84

（三）合并现金流量表主要数据

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	67,110,660.44	48,009,984.28	57,402,876.80
投资活动产生的现金流量净额	-17,238,657.68	-8,991,955.63	-21,818,895.69
筹资活动产生的现金流量净额	-26,290,000.00	-42,400,000.00	-12,875,034.40

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
现金及现金等价物净增加额	23,582,002.76	-3,381,971.35	22,708,946.71

（四）主要财务指标

以下财务指标除特别注明外，均为合并报表口径。

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产负债率（母公司）	14.84%	14.77%	18.77%
流动比率（倍）	4.39	4.50	4.72
速动比率（倍）	3.16	2.98	3.06
归属于发行人股东的每股净资产（元）	3.81	3.63	3.70
无形资产（扣除土地使用权等后）占净资产的比例	0.47%	0.67%	0.86%
项 目	2016 年 度	2015 年度	2014 年度
存货周转率（次）	1.45	1.20	1.20
应收账款周转率（次）	26.91	28.80	32.66
息税折旧摊销前利润（万元）	6,586.44	6,129.38	5,890.81
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,778.47	3,529.26	3,391.24
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,670.46	3,265.47	3,369.94
利息保障倍数（倍）	-	-	9,401.77
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	1.04	0.75	0.89
每股净现金流量（元）	0.37	-0.05	0.35
加权平均净资产收益率	16.53%	15.30%	14.97%
扣除非经常损益后加权平均净资产收益率	16.05%	14.15%	14.88%
基本每股收益（元）	0.59	0.55	0.53
扣除非经常损益后的基本每股收益（元）	0.57	0.51	0.52
稀释每股收益（元）	0.59	0.55	0.53
扣除非经常损益后的稀释每股收益（元）	0.57	0.51	0.52

四、本次发行情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A 股）
- 2、每股面值：人民币 1.00 元
- 3、发行股数：不超过 2,145 万股、不低于发行后总股本的 25.00%，且不行进行股东公开发售股份

4、定价方式：通过向询价对象询价确定发行价格或中国证券监督管理委员会核准的其它方式确定发行价格

5、发行方式：采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会核准的其他方式

6、发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

7、承销方式：采用余额包销方式

五、募集资金用途

本次募集资金投向根据公司 2015 年第四次临时股东大会审议确定，由董事会负责实施，按轻重缓急顺序依次投资于以下项目：

序号	项目名称	投资总额 (万元)	计划使用募集资金 投入金额（万元）
1	营销服务平台建设项目	22,307.12	14,553.64
2	信息化建设项目	2,472.23	2,472.23
合计		24,779.35	17,025.87

募集资金到位前，公司将根据项目进展需要以自有资金或银行贷款先行投入。募集资金到位后，公司将用募集资金先行置换或归还已发生的用于募集资金项目的自有资金或借款，剩余部分用于项目的后续建设。如本次发行实际募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将以银行贷款或自筹资金方式解决资金缺口。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A 股）
- 2、每股面值：人民币 1.00 元
- 3、发行股数：不超过 2,145 万股，且不进行股东公开发售股份
- 4、发行股数占发行后总股本的比例：不低于 25.00%
- 5、定价方式：通过向询价对象询价确定发行价格或中国证券监督管理委员会核准的其它方式确定发行价格
- 6、每股发行价格：【】元
- 7、发行市盈率：【】倍（每股收益按照 2016 年度审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于公司普通股股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
- 8、发行前每股净资产：【】元（按公司截至 2016 年 12 月 31 日经审计的归属于发行人股东的净资产计算）
- 9、发行后每股净资产：【】元（按公司截至 2016 年 12 月 31 日经审计的归属于发行人股东的净资产和发行后总股本摊薄计算，扣除发行费用）
- 10、发行市净率：【】倍（按照每股发行价格除以本次发行后每股净资产确定）
- 11、发行方式：采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会核准的其他方式
- 12、发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
- 13、承销方式：采用余额包销方式
- 14、募集资金总额：【】万元
- 15、募集资金净额：【】万元
- 16、发行费用概算：

项 目	金 额
发行人承销及保荐费用	2,650.00 万元

会计师费用	513.19 万元
律师费用	460.00 万元
信息披露费用	387.00 万元
发行手续费用及其他	49.29 万元
合 计	4,059.48 万元

二、本次发行有关机构的情况

- 1、发行人：** 博士眼镜连锁股份有限公司
- 住所： 深圳市福田区金田路与福中路交界东南荣超经贸中心 502
- 法定代表人： ALEXANDER LIU
- 电话： 0755-8209 5801
- 传真： 0755-8209 5526
- 联系人： 杨秋
- 2、保荐机构**
(主承销商)： 中德证券有限责任公司
- 住所： 北京市朝阳区建国路 81 号华贸中心 1 号写字楼 22 层
- 法定代表人： 侯巍
- 电话： 010-5902 6600
- 传真： 010-5902 6601
- 保荐代表人： 罗民、黄庆伟
- 项目协办人： 孔祥玮
- 项目经办人： 吴娟、刘诗雨、卢行健
- 3、发行人律师：** 国浩律师（深圳）事务所
- 住所： 深圳市深南大道 6008 号特区报业大厦 24 层
- 负责人： 张敬前
- 联系电话： 0755-8351 5666
- 传真： 0755-8351 5090
- 经办律师： 丁明明、何俊辉

- 4、会计师事务所：** 大华会计师事务所（特殊普通合伙）
住所： 北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101
法定代表人： 梁春
联系电话： 0755-8290 0952
传真： 0755-8290 0965
经办注册会计师： 邱俊洲、张晓义
- 5、验资机构：** 大华会计师事务所（特殊普通合伙）
住所： 北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101
法定代表人： 梁春
联系电话： 0755-8290 0952
传真： 0755-8290 0965
经办注册会计师： 邱俊洲、刘耀辉
- 6、资产评估机构：** 开元资产评估有限公司
住所： 北京市海淀区中关村南大街甲 18 号北京国际大厦 B 座
17 层
法定代表人： 胡劲为
联系电话： 010-6214 3639
传真： 010-6219 7312
经办注册资产评估师： 范玉坤、张佑民
- 7、资产评估机构：** 国众联资产评估土地房地产估价有限公司
住所： 深圳市罗湖区深南东路 2019 号东乐大厦 1008 室
负责人： 黄西勤
联系电话： 0755-8883 2456
传真： 0755-2513 2275
经办注册资产评估师： 幸泽鹏、王文涛
- 8、拟上市交易所：** 深圳证券交易所
住所： 深圳市深南东路 5045 号
电话： 0755-8208 3333
传真： 0755-8208 3164

- 9、股票登记机构：** 中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
- 住所： 广东省深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
- 电话： 0755-2593 8000
- 传真： 0755-2598 8122
- 10、主承销商收款银行：** 中国工商银行北京市分行华贸中心支行
- 户名： 中德证券有限责任公司
- 账号： 0200234529027300258

三、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系

发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员和经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他经济利益关系。

四、预计发行上市时间表

- 1、询价推介时间： 2017 年 2 月 24 日-2017 年 2 月 27 日
- 2、发行公告刊登日期： 2017 年 3 月 1 日
- 3、申购日期： 2017 年 3 月 2 日
- 4、缴款日期： 2017 年 3 月 6 日
- 5、预计股票上市日期： 本次发行结束后将尽快申请在深圳证券交易
易所挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股意向书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下列各项风险因素。下列风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险会依次发生。

一、行业风险

（一）宏观经济不景气的风险

公司所属行业零售业受宏观经济景气度的影响较为明显，宏观经济不景气或居民可支配收入增长放缓，将制约公司主要产品和服务的市场需求。为了推动居民消费的增长，国务院及有关政府部门先后颁布了一系列消费刺激政策，为居民消费的增长建立了良好的政策环境，将在较长时期内对行业发展带来促进作用。虽然如此，如果我国宏观经济形势发生重大不利变化，如经济增速持续放缓、居民可支配收入增长持续降低，将会对公司经营业绩造成不利影响，存在业绩下滑的可能。

（二）市场竞争加剧的风险

目前国内眼镜零售市场行业集中度相对较低，竞争较为充分，并呈现出一定的区域市场分割，公司在不同区域除面对当地具有优势地位的竞争对手外，还需要面对大量以个体工商户名义经营的众多竞争对手，行业竞争激烈，且随着公司不同区域竞争对手的跨区域扩张，公司将面临越来越广泛而激烈的竞争。若公司不能适应市场和竞争格局的变化，并在品牌、服务、销售网络、供应链管理等方面进一步增强实力，未来将面临更大的竞争压力，公司面临市场竞争加剧的风险。

（三）互联网零售快速发展对传统零售渠道带来冲击的风险

传统的零售业是以相对固定的零售地点、零售时间为特征的店铺式销售，相对于传统的零售业，互联网零售具有全新的时空优势，在非体验式消费领域，互

联网零售在租金、人力成本及物流上体现出明显的竞争优势，在近年来商业租金和人力成本大幅上升的环境下，中国互联网零售呈现高速发展态势，并给传统零售业部分细分领域带来较大冲击。由于眼镜产品部分零售环节如验光配镜、售后服务等需要实体店的支撑，且实体店能带给消费者更好的佩戴舒适度与视物准确度等个性化体验，目前互联网零售尚未对以实体店为特征的传统眼镜零售业态造成实质性冲击，但未来如果店面租金、人力成本等运营成本进一步提升，或因模式创新和技术进步等因素在行业内出现能够替代实体店功能的互联网销售模式，将会改变传统的眼镜零售渠道竞争格局。虽然公司在积极探索网上和网下互动的零售商业模式，并利用互联网销售拓展实体门店的销售和服务半径，但若未来出现能够替代实体店功能的互联网零售模式，并得到快速发展，且公司不能适时在互联网零售领域建立适合自身的销售模式和竞争优势，将会对公司的销售渠道和经营业绩带来较大冲击。

二、经营管理风险

（一）经营相对集中的风险

截至 2016 年 12 月 31 日，公司拥有 318 家连锁门店，其中直营门店 304 家，加盟门店 14 家，经营网点已遍布深圳、南昌、北京、合肥、杭州、重庆、昆明等三十多个大、中城市，覆盖全国 17 个省、自治区、直辖市。其中，公司在广东地区开设的直营零售门店数量达 173 家，占公司门店总数的比例超过 50%。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，广东地区直营门店的零售收入分别占公司营业收入的 64.72%、67.91%和 66.20%。如果因任何因素导致广东地区客户需求出现波动或该地区竞争加剧，可能会影响公司的财务状况及经营业绩，公司存在经营地相对集中的风险。

（二）跨区域经营风险

目前，公司在深圳、广州、南昌和昆明等部分城市建立了一定的竞争优势，其它地区的零售网络建设有待进一步拓展。由于中国眼镜零售业发展的区域差异较大，不同区域消费者在区域文化、消费能力及消费偏好等方面也存在一定的差

异，且眼镜零售行业竞争日益激烈，公司跨区域经营将继续面临选址、品牌影响及市场营销等方面的挑战。随着公司连锁经营规模的不断扩大，门店数量、资产规模和业务规模将相应增加，对公司门店管理、人员培训、供应链管理、信息系统等提出更高要求。如果公司不能及时调整和完善管理体系，可能面临跨区域经营带来的管理和控制风险。

（三）新开门店选址的风险

周边商圈或社区的客流量、人员结构、购买力水平、竞争对手数量等因素对公司所从事的眼镜零售业务有较大影响。在特定城市，成熟商圈和大型社区的数量有限，由于眼镜零售市场竞争激烈，主要竞争对手已在有利地段布局了具有一定竞争优势的营销网络，门店选址面临激烈竞争，如果公司不能在有利地段获得开设门店的合适场址，有可能延缓扩张计划，对公司的未来业务增长造成不利影响。而新商业地段的客流需要时间培育，公司在新商业地段开店时会对该地段的未来商业环境做分析预测，并做出是否开设新门店的决定，如果选址不当或判断失误，将会对新设门店的盈利能力产生不利影响，甚至导致该门店关闭停业。

（四）人力资源不能满足经营规模快速扩张的风险

眼镜零售连锁行业的性质决定了该行业不但需要从业人员具备一定的专业技术、管理知识和组织能力，而且也需要从业人员具备很高的敬业意识、服务精神和行业经验。随着门店的不断扩张，公司对门店管理人员、验光师和销售人员等的需求也随之增加。公司能否快速扩张，很大程度上取决于是否能留住和引进上述人员。虽然公司近几年通过规范运作、标准化和信息化建设降低了对员工个人素质及工作经验的依赖程度，人才的培训机制也逐步完善，但如果发生门店管理人员、验光师和销售人员大量流失的情形，会影响公司业务的正常运营，增加经营的不确定性。另外，随着公司业务的拓展、募投项目的实施、连锁门店的增加，公司经营规模还会大幅扩张，这将给公司人力资源管理带来较大的压力。

因此，如果公司在人才培养和引进等方面不能满足业务快速发展的需要，将会面临人才不足的风险，从而对公司经营业绩的增长带来不利影响。公司存在人力资源不能满足经营规模快速扩张的风险。

（五）人力成本上升的风险

人力成本系公司的主要经营成本之一，随着近几年中国经济持续高速增长和劳动力供需关系的变化，员工薪酬水平不断提高。未来随着中国经济增长，人口结构变化和老龄化趋势的加剧，大中城市生活成本的上升和竞争对手对专业人才的争夺，人力成本上升的趋势不可避免，公司存在人力成本上升的风险。

（六）门店经营场地租赁不能续约的风险

公司目前经营的直营连锁门店主要是通过租赁方式取得房产或是与商场签订合作协议的方式经营，街边店铺一般与业主签订 3-5 年的租赁合同，而商场店则是根据各商场招商要求，一般采取每年签订合作协议的方式，租赁合同或合作协议明确了双方的权利和义务，部分约定在同等条件下的优先续租或续约权，但是仍可能因多种不确定因素而面临一定的续租或续约风险，包括但不限于：房产租赁期限届满后，出租方大幅度提高房屋租赁价格或不再续约；房产可能面临拆迁、改建及周边规划发生变化；商场引入竞争对手或调整商品品类，致使与商场的合作协议到期后不能续约。各种原因导致的门店经营场地租赁或合作协议不能续约，都有可能对该门店的正常经营造成不利影响。截至本招股意向书签署日，2016 年 12 月 31 日之前已到期尚未续约的门店数量为 12 家，公司按原合同的规定支付租金或与商场结算，上述未能续约门店在报告期内的经营业绩情况如下：

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售收入	9,299,705.35	5,927,472.86	4,043,579.59
占公司营业收入比重	2.24%	1.58%	1.12%
营业利润 ^注	935,831.80	60,007.16	-377,121.54
占公司营业利润比重	1.82%	0.13%	-0.80%

注：各门店按照其营业收入占公司营业收入的比例分摊总部销售费用和管理费用。

（七）门店租赁成本上升的风险

公司报告期内的租赁费支出（含物业、水电费等）分别为 9,508.87 万元、10,617.67 万元和 11,609.15 万元，占同期营业收入的比例分别为 26.33%、28.26% 和 27.91%；其中销售费用中的租赁费支出（主要为门店租赁费支出）在公司租

赁费总支出中占比较大，报告期内分别为 9,268.14 万元、10,377.06 万元和 11,355.38 万元，占同期门店营业收入的比例分别为 26.87%、27.97%和 27.98%。公司门店租赁费支出（含物业、水电费等）提高的原因一方面是公司连锁经营规模的不断扩大，另一方面则是由于租金上涨所致。报告期内，公司门店加权平均月租金（含物业、水电费等）2014 年为 483.11 元/平方米，2015 年为 512.55 元/平方米，2016 年为 504.09 元/平方米。

宏观上，随着近几年大中城市房价的不断上涨，房屋的租赁价格也在不断上涨，特别是公司门店主要分布地所在的一、二线城市的房屋租赁价格上涨较快；微观上，随着城市建设和基础设施的改善，在商圈和社区成熟之后往往会形成商业聚集效应，带动周边商铺租金水平逐年上升。上述宏观和微观因素都可能会提升公司营业场所的租赁成本，公司面临门店租赁成本持续上升的风险。

（八）供应商相对集中的风险

报告期内，公司向前十大供应商的采购额分别占公司当期采购总额的 71.73%、70.49%和 73.92%，主要供应商相对集中。公司采购的产品主要为镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜和护理液等，相对于眼镜零售市场，高端和国际品牌相关产品的市场供应相对集中，同时，公司为降低采购成本和获得持续的售后服务选择了向长期合作的供应商进行集中采购。如果这些供应商的经营环境、生产状况发生重大变化，可能在短期内对公司的生产经营造成一定影响。

三、财务风险

（一）返利对公司经营业绩影响的风险

由于行业特点，眼镜产品供应商提供的返利是公司经营业绩的重要组成部分，报告期内计入当期损益的供应商返利如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
	金额/占比	金额/占比	金额/占比
返利额	2,726.35	2,115.26	2,469.05
占主营业务收入比例	6.58%	5.65%	6.86%

占毛利的比例	8.65%	7.43%	9.36%

注：毛利=（营业收入-营业成本）

报告期内，计入当期损益的供应商返利分别占当期主营业务收入的 6.86%、5.65%和 6.58%，占毛利的 9.36%、7.43%和 8.65%。各类商品的返利额和返利比例是由供应商采取的销售模式决定的，返利实质上是供应商对销售价格的一种折让，如果供应商的返利政策发生调整，可能对公司的经营业绩造成一定影响。

（二）存货余额较大的风险

2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司存货余额分别为 7,729.29 万元、7,426.66 万元和 6,540.72 万元，占报告期内各期末总资产的比重分别为 27.14%、26.25%和 21.90%。

由于本公司直营门店不断增多，用来铺货的商品不断增加，同时针对销售旺季和电子商务对交货及时性的要求，需要进行一定的备货。由于公司存货余额较高，占用了公司较多的营运资金，一定程度上降低了公司的运营效率。此外，公司备有较多的库存商品，如果未能准确把握流行趋势的变化或者市场竞争的加剧，将导致部分库存商品滞销。虽然公司主要产品镜架、镜片等可以长期保存，且与供应商协商有一定比例的退换货机制，并通过促销及特卖会等市场活动消化长库龄库存能够保留部分毛利，但是随着公司门店数量的不断增多，公司存货将一直保持较高的比例和较大的规模，如果市场环境发生重大变化或竞争加剧导致存货销售放缓或售价出现下跌，仍可能在一定程度上影响公司未来的盈利能力。

（三）业务季节性波动的风险

公司的主营业务收入呈现一定的季节性特征：第三季度的主营业务收入通常为全年最高，这种季节性变化可能会对发行人的各季度经营业绩产生影响，报告期内各季度主营业务收入情况如下：

单位：万元

主营业务收入	2016 年度		2015 年度		2014 年度		最近三年 平均占比
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
第一季度	9,799.76	23.66%	8,662.25	23.12%	8,031.71	22.31%	23.06%

第二季度	10,387.71	25.07%	9,918.59	26.47%	9,628.31	26.75%	26.06%
第三季度	11,416.13	27.56%	10,276.78	27.43%	10,069.53	27.98%	27.65%
第四季度	9,824.14	23.71%	8,608.37	22.98%	8,263.91	22.96%	23.24%
合 计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100.00%	35,993.46	100.00%	100.00%

2014 年至 2016 年，公司各季度主营业务收入占全年的比例平均为 23.06%、26.06%、27.65%和 23.24%。由于眼镜零售行业销售状况受促销活动影响较大，供应商也会在销售旺季时给予一定的促销支持，因此在促销活动较多时公司的主营业务收入也会有明显的增长。一般情况下第三季度的促销活动较多，且 7、8 月份为暑假，是学生配镜的高峰期，同时夏季也是太阳镜销售的高峰期，使得第三季度的收入高于其他季度。同时，由于供应商的年度返利通常集中在第四季度确认，造成第四季度的利润一般高于其他季度。

受销售季节性和年度返利等因素影响，投资者不宜以季度或半年度数据推测公司全年经营业绩情况。

（四）发行后净资产收益率下降的风险

报告期内，公司加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）分别为 14.88%、14.15%和 16.05%。预计公司本次募集资金到位后，公司净资产将有较大幅度的增长，但公司本次募集资金投资项目需要一定的实施周期，募集资金产生经济效益需要一段时间之后才能显现。因此，公司预计发行当年净资产收益率将有一定下降，存在净资产收益率下降的风险。

四、商标存在争议及商号和商标被仿冒的风险

（一）商标存在争议的风险

1、根据国家商标局于 2015 年 8 月 11 日签发的《关于提供注册商标使用证据的通知》，淮安博士以连续三年不使用为由，向国家商标局申请撤销公司第 1091684 号 “” 商标在第 35 类“推销（替他人）”等全部核定使用服务上的注册。国家商标局于 2016 年 3 月 31 日核发了商标撤三字[2016]第 Y002080 号《关于第 1091684 号第 35 类“博士 DOCTOR”注册商标连续三年不使用撤销申

请的决定》，认为发行人提供的商标使用证据有效，淮安博士申请撤销理由不能成立，决定驳回淮安博士的撤销申请，发行人持有的第 1091684 号第 35 类“博士 DOCTOR”注册商标不予撤销。

2、根据国家工商行政管理总局商标评审委员会于 2015 年 8 月 13 日签发的《商标评审案件答辩通知书》，申请人江苏淮安博士眼镜有限公司对公司第 6348736 号“**博士眼镜**”商标（注册类别 35 类）提出无效宣告请求。商标评审委于 2016 年 4 月 20 日核发了商评字[2016]第 0000034607 号《关于第 6348736 号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》，裁定：争议商标予以无效宣告。公司认为商标评审委认定事实不清、适用法律错误，不服商标评审委作出的裁定，于法定期限内向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求撤销商标评审委作出的商评字[2016]第 0000034607 号《关于第 6348736 号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》。北京知识产权法院于 2016 年 8 月 25 日签出的《行政判决书》（[2016]京 73 行初 2823 号）判决如下：①撤销商标评审委于 2016 年 4 月 20 日作出的商评字[2016]第 34607 号关于第 6348736 号“**博士眼镜**”商标无效宣告请求裁定；②商标评审委应在该判决生效后就淮安博士针对发行人的第 6348736 号“**博士眼镜**”商标提出的商标无效宣告请求重新作出审查决定。

3、商标评审委于 2016 年 12 月 26 日出具了《关于第 6348736 号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》（商评字[2016]第 0000034607 号重审第 0000001751 号），裁定：争议商标予以维持。商标评审委依据法院生效判决重新作出的行政裁决，是执行法院生效判决的行为。商标评审委作出前述裁定时未引入新的事实和理由，若淮安博士针对该裁定再次提起行政诉讼，法院可以依照《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国行政诉讼法〉若干问题的解释》第三条第一款第（九）项之规定，裁定驳回其起诉。淮安博士出具了《江苏淮安博士眼镜有限公司关于博士眼镜连锁股份有限公司持有的第 6348736 号“博士眼镜”注册商标无效宣告案件的声明书》，其作出了无条件且不可撤销的声明及承诺：“我司尊重并认可博士眼镜第 6348736 号‘博士眼镜’注册商标享有的商标专用权；我司认可并尊重北京知识产权法院作出的（2016）京 73 行初 2823 号行政判决，不会申请再审；我司尊重并认可商标评审委作出的商评字[2016]第 0000034607 号重审第

0000001751 号裁定，不会向人民法院提起诉讼。”

4、在前述行政诉讼案件的审理期间，淮安博士以侵犯注册商标专用权为由，于 2016 年 6 月 28 日向北京市朝阳区人民法院起诉发行人子公司北京博士；淮安博士以侵犯注册商标专用权为由，于 2016 年 6 月 23 日向无锡市滨湖区人民法院起诉发行人及其无锡万象分公司。2016 年 8 月，上述两项商标侵权案件经淮安博士申请，已被裁定准许撤诉。

截至本招股意向书签署日，公司对第 1091684 号“”、第 6348736 号“**博士眼镜**”注册商标具有专用权，对经公司登记机关核准的包含“博士”商号的名称具有企业法人名称权。根据《商标法》、《商标法实施条例》、最高人民法院 2009 年 4 月 21 日《关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》（法发〔2009〕23 号）和 2010 年 4 月 20 日《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》（法发〔2010〕12 号）的规定以及前述行政诉讼判决书或准许撤诉的裁定书，前述商标争议不会也没有对公司的商号、商标等注册、登记及使用以及持续经营产生实质性影响。即便如此，仍不能排除未来被动卷入商标争议的风险。

关于商标争议和公司商标的具体情况，详见本招股书“第六节 业务与技术”之“五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况”之“（二）无形资产”之“2、商标”和“第十一节 其他重要事项”之“四、重大诉讼或仲裁情况”之“（一）发行人及其控股子公司的重大诉讼或仲裁事项”之“2、商标相关诉讼”。

（二）商号和商标被仿冒的风险

商号和商标是影响消费者购买产品的重要因素之一，市场上某些不法厂商仿冒知名商号和品牌进行生产和销售，对被仿冒商号和品牌造成了不利影响。公司在深圳、广州、南昌和昆明等部分城市具有一定的知名度，除代理知名品牌的产
品外，逐步形成了有一定市场影响力的自有品牌产品。尽管公司已经积极采取各种手段保护公司商号和品牌形象，但侵权信息较难及时获得，如果未来公司商号和品牌被大量仿冒，将有损公司商号和品牌的形象，进而对公司盈利能力产生不利影响。

五、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目实施风险

公司本次股票发行所募集资金将主要投向营销平台建设项目和信息化建设项目。这些项目均已经过公司充分论证和系统规划，能提高公司在当地的市场占有率，提升公司品牌影响力和增强综合竞争力。

公司本次募集资金拟投资项目中的营销平台建设项目拟在全国 15 个省（自治区、直辖市）新建 278 家直营店，跨地区管理的复杂性、区域市场竞争状况、连锁门店选址、区域消费水平和消费习惯、员工素质、区域经营管理水平等诸多因素可能对项目的预期收入和预期收益产生影响。

根据行业特点和公司经验，在成熟商圈和社区的新设门店通常会较快实现盈利，但竞争也相对激烈；新商业区域的市场虽然竞争较弱，但一般需要较长时间的培育。尽管公司新开门店选址过程中进行了充分论证，平衡短期和长期利益，并在新设门店的效益测算分析时考虑了新开门店可能的亏损期等影响，但如果公司已进入稳定盈利期门店的盈利增长不能超过新增门店的亏损额，将会给公司未来效益带来一定压力。

综上，公司本次募集资金投资项目的实施存在不达预期效益的风险。

（二）固定资产规模增长较快的风险

本次募集资金投资项目的实施将会带来公司固定资产、无形资产和长期待摊费用的比重增加，并导致折旧和摊销等相关费用的上升。若募集资金投资项目不能产生预期的经济效益，新增的折旧及摊销将对公司经营业绩带来一定的影响。

六、实际控制人控制的风险

本次发行前，ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 作为本公司的实际控制人，合计直接持有公司发行前股本总额的 67.11%的股份，本次发行后，上述自然人合计持有公司股份仍处于控股地位。虽然公司已经并将继续在制度安排方面加强防范控股股东、实际控制人控制公司现象的发生，但即使如此，也不能排除在本

次发行后，控股股东、实际控制人利用其大股东地位，通过行使表决权对发行人发展战略、经营决策、人事安排和利润分配等重大事宜实施影响，因而公司面临实际控制人控制的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

发行人中文名称:	博士眼镜连锁股份有限公司
发行人英文名称:	DOCTORGLASSES CHAIN CO., LTD.
注册资本:	6,435 万元
法定代表人:	ALEXANDER LIU
有限公司成立日期:	1997 年 4 月 23 日
股份公司设立日期:	2011 年 12 月 30 日
住所:	深圳市福田区金田路与福中路交界东南荣超经贸中心 502
邮政编码:	518038
联系电话:	0755-8209 5801
传真:	0755-8209 5526
网址:	http://www.doctorglasses.com.cn
邮箱:	zqswb@doctorglasses.com.cn
信息披露和投资者关系 负责部门:	证券部
信息披露和投资者关系 负责人:	董事会秘书 杨秋
证券部联系电话:	0755-8209 5801

二、发行人改制重组情况及设立情况

发行人系由其前身博士有限整体变更设立而来。博士有限是由 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 分别以货币出资 50 万元在深圳设立，1997 年 4 月 23 日，博士有限在深圳市工商行政管理局办理了设立登记，领取了《企业法人营业执照》，注册资本 100 万元，法定代表人刘晓，经营范围为：眼镜及其相关产品的购销，国内商业、物资购销业（以上不含国家专营、专控、专卖产品）。

2011 年 12 月 13 日，博士有限股东会决议以截止 2011 年 11 月 30 日经大华审计的原账面净资产值 85,284,785.52 元折为普通股 5,148 万股，整体变更为股份有限公司。国众联对变更前博士有限的股东全部权益价值在 2011 年 11 月 30 日的市场价值进行了评估，并出具了深国众联评报字（2011）第 3-062 号《评估报告》。大华对股份有限公司的注册资本实收情况进行了审验并出具了大华验字[2011]316 号《验资报告》。整体变更为股份有限公司后公司发起人持股情况如下：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例
ALEXANDER LIU	2,356.20	45.77%
LOUISA FAN	2,263.80	43.97%
江南道	388.00	7.54%
刘开跃	45.00	0.87%
杨秋	40.00	0.78%
刘之明	20.00	0.39%
李金	20.00	0.39%
郑庆秋	15.00	0.29%
合 计	5,148.00	100.00%

2011 年 12 月 30 日，公司在深圳市市场监督管理局办理了变更登记，公司名称登记为“深圳市博士眼镜连锁股份有限公司”。2012 年 12 月 12 日，公司名称变更为“博士眼镜连锁股份有限公司”。

三、发行人及其前身设立以来的资产收购情况

为避免同业竞争、减少关联交易以及业务整合和发展需要，博士有限及其子公司于 2009 年至 2011 年间分批购买了实际控制人拥有的与眼镜连锁零售相关的

资产，包括门店仪器、办公设备等固定资产以及门店装修支出，具体情况如下：

（一）历次资产收购的具体内容

1、2009 年资产收购

2009 年 8 月 31 日，博士有限股东会通过决议，同意公司及其子公司购买实际控制人所拥有的 25 家眼镜零售连锁门店相关经营性资产以及其他经营性资产。

同年，博士有限及其子公司与实际控制人及其控制范围内的 25 家个体工商户的登记经营者分别签订《资产转让协议》。根据协议，博士有限及其子公司购买实际控制人拥有的资产，包括门店仪器、办公设备等固定资产以及门店装修支出，经双方协商，交易金额合计 5,344,299.26 元。截至 2009 年 12 月 31 日，上述资产全部完成交割。

2、2010 年资产收购

2010 年 1 月 5 日及 2010 年 11 月 15 日，博士有限先后召开两次股东会，通过决议同意公司及其子公司购买实际控制人所拥有的 28 家眼镜零售连锁门店相关经营性资产以及其他经营性资产。

同年，博士有限及其子公司与实际控制人及其控制范围内的 28 家个体工商户的登记经营者分别签订《资产转让协议》。根据协议，博士有限及其子公司购买实际控制人拥有的资产，包括门店仪器、办公设备等固定资产以及门店装修支出，经双方协商，交易金额合计 5,901,850.67 元。截至 2010 年 12 月 31 日，上述资产全部完成交割。

3、2011 年资产收购

2011 年 1 月 13 日、2011 年 9 月 30 日及 2011 年 10 月 14 日，博士有限先后召开三次股东会，通过决议同意公司及其子公司购买实际控制人所拥有的 79 家眼镜零售连锁门店相关经营性资产以及其他经营性资产。

同年，博士有限及其子公司与实际控制人及其控制范围内的 79 家个体工商户的登记经营者分别签订《资产转让协议》。根据协议，博士有限及其子公司购买实际控制人拥有的资产，包括门店仪器、办公设备等固定资产以及门店装修支

出，经双方协商，交易金额合计 16,835,023.21 元。截至 2011 年 12 月 31 日，上述资产全部完成交割。

4、上述历次资产收购的评估情况

开元资产评估有限公司对上述历次资产收购行为涉及的资产进行了追溯评估，并于 2013 年 12 月 20 日分别出具了相应的评估报告。历次资产收购的交易价格与评估价值的差异如下表所示：

单位：元

资产收购年度	交易金额 A	评估价值 B	差异 C=A-B	差异率 D=C/B	评估报告号
2009 年度	5,344,299.26	5,624,490.00	-280,190.74	-4.98%	开元评报字[2013]155 号
2010 年度	5,901,850.67	5,186,005.00	715,845.67	13.80%	开元评报字[2013]156 号、 开元评报字[2013]157 号
2011 年度	16,835,023.21	16,561,785.00	273,238.21	1.65%	开元评报字[2013]190 号、 开元评报字[2013]191 号
合计	28,081,173.14	27,372,280.00	708,893.14	2.59%	

根据评估报告，2009 年至 2011 年转让的标的资产评估价值合计为 27,372,280.00 元，与实际交易金额相差 708,893.14 元，差异率为 2.59%，差异较小。

（二）历次资产收购对公司的影响

1、经过 2009 年至 2011 年的历次资产收购，博士眼镜品牌和 President optical 品牌的眼镜连锁零售门店全部纳入发行人业务体系，有效地解决了公司与实际控制人之间存在的同业竞争问题。原个体工商户停止经营并依法办理注销手续，发行人及其子公司以收购资产作为经营性资产，以其原址为注册地址设立子公司或分公司、或者以公司法人身份与商场签订联营合同，迅速拓展增加直营门店数量；实际控制人不再直接或间接从事与发行人的业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动，并签署了《避免同业竞争承诺函》，详见本招股意向书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”之“1、控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺”之相关内容。

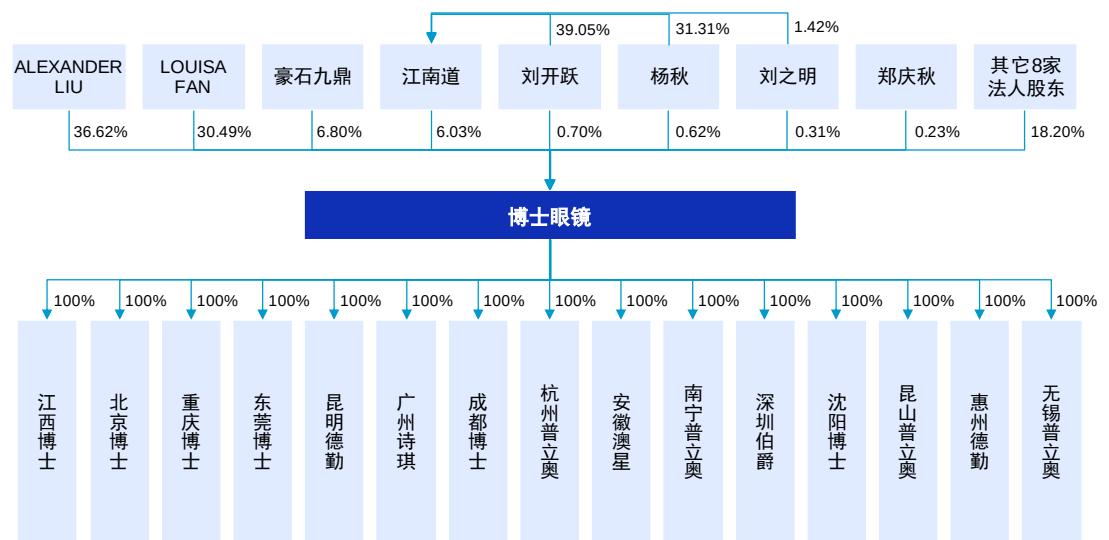
2、通过收购实际控制人所拥有的与眼镜连锁零售相关的资产，优化了公司

的资源配置，提高了公司资产的独立性和完整性，有效提升了公司的营业收入和业务规模，有助于公司进一步提升核心竞争力。

3、2009 年至 2011 年的历次资产收购涉及的眼镜连锁零售门店自成立之日起即与发行人及其子公司下属的眼镜连锁零售门店受同一实际控制人的控制，并且与发行人自身业务相同。因此，该资产收购事项完成后，公司主营业务未发生变化，实际控制人未发生变更。该资产收购事项属于实际控制人将其原以个体工商户形式经营的眼镜连锁零售业务整合进入本公司而进行的关联方资产收购。

四、发行人股权结构和子公司情况

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人拥有 15 家全资子公司，发行人的股权结构图如下所示：



（一）江西省博士眼镜有限责任公司

1、基本情况

成立时间：2008 年 1 月 18 日

注册资本：179.51 万元

实收资本：179.51 万元

注册地址：江西省南昌市东湖区南京西路 2 号 1 栋 201 室

经营范围：眼镜的加工、销售；经营 III 类：6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备（许可证有效期至 2019 年 4 月 27 日）；自营、代理进出口业务（分销业务除外）；企业管理咨询；经济信息咨询；企业形象策划；实业项目投资咨询；眼镜产品的零售、批发、验光配镜以及眼镜的进出口贸易（以上项目依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

经济性质或类型：有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	179.51	100.00%
合 计	179.51	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，江西博士的总资产为 22,651,093.84 元，净资产为 16,039,582.99 元，2016 年实现净利润 7,189,312.56 元。（上述数据已经大华审计）

（二）北京市澳星博士眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2010 年 11 月 9 日

注册资本：100 万元

实收资本：100 万元

注册地址：北京市北京经济技术开发区文化园东路 6 号 1 幢一层 F1F0012 号

经营范围：销售眼镜；货物进出口；经济信息咨询（不含行政许可的项目）；验光配镜。

经济性质或类型：有限责任公司（法人独资）

法定代表人：郑庆秋

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	100.00	100.00%
合 计	100.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，北京博士的总资产为 4,974,095.72 元，净资产为 -3,217,995.07 元，2016 年实现净利润-386,331.32 元。（上述数据已经大华审计）

（三）重庆市博士眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2010 年 12 月 7 日

注册资本：100 万元

实收资本：100 万元

注册地址：重庆市江北区渝北三村 31 号 1 单元 33-11（仅限用于行政办公、通讯联络）

经营范围：眼镜的生产、加工、销售；企业管理咨询；企业形象策划；眼镜验光配镜；货物进出口贸易。**（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

经济性质或类型：有限责任公司（法人独资）

法定代表人：郑庆秋

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	100.00	100.00%
合 计	100.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，重庆博士的总资产为 5,215,671.03 元，净资产为 -5,960,444.57 元，2016 年实现净利润-227,087.94 元。（上述数据已经大华审计）

（四）东莞市澳星博士眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2010 年 12 月 16 日

注册资本：100 万元

实收资本：100 万元

注册地址： 东莞市东城区岗贝东城路 283 号世博广场 F 区 1109-1110 号

经营范围：产销、加工：眼镜；零售、批发：眼镜产品；验光配镜；货物进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

经济性质或类型：有限责任公司（法人独资）

法定代表人：郑庆秋

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	100.00	100.00%
合 计	100.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，东莞博士的总资产为 7,510,708.61 元，净资产为 6,613,721.74 元，2016 年实现净利润 2,496,869.68 元。（上述数据已经大华审计）

（五）昆明德勤眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2011 年 3 月 16 日

注册资本：100 万元

实收资本：100 万元

注册地址：云南省昆明市五华区一二一大街 226 号 A3 室

经营范围：验光配镜；眼镜的销售（角膜接触镜除外）；企业管理咨询；经济信息咨询；企业形象设计；以下范围限分公司经营：按《医疗器械经营许可证》核准的经营范围和时限开展经营活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

经济性质或类型：有限责任公司（法人独资）

法定代表人：郑庆秋

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	100.00	100.00%
合 计	100.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，昆明德勤的总资产为 8,583,016.46 元，净资产为 2,411,040.28 元，2016 年实现净利润-678,706.65 元。（上述数据已经大华审计）

（六）大连市博士眼镜有限公司（已注销）

1、基本情况

大连博士主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。因发行人区域发展战略调整，大连博士股东会于 2014 年 7 月 1 日作出决议，同意大连博士清算注销。2015 年 6 月 25 日，大连市甘井子区市场监督管理局出具《工商注销登记核准通知书》，核准大连博士注销。大连博士注销前的基本情况如下：

成立时间：2011 年 9 月 29 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：辽宁省大连市甘井子区中华西路 6 号 F1F0004

经营范围：眼镜的销售；企业管理咨询；经济信息咨询；企业形象策划；投资咨询；验光配镜（不含许可经营项目）

经济性质或类型：有限责任公司（法人独资）

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	50.00	100.00%
合 计	50.00	100.00%

2、基本财务状况

截至 2015 年 12 月 31 日，大连博士已完成清算并依法注销，2015 年 1 月至注销前实现净利润-17,521.95 元。（上述数据已经大华审计）

（七）广州诗琪眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2011 年 11 月 17 日

注册资本：100 万元

实收资本：100 万元

注册地址：广州市番禺区南村镇番禺大道北 383 号（海印又一城商场 A）205
经营范围：眼镜零售;商品信息咨询服务;企业管理咨询服务;验光配镜服务;货物进出口（专营专控商品除外）;企业形象策划服务;许可类医疗器械经营;

经济性质或类型：有限责任公司（法人独资）

法定代表人：郑庆秋

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	100.00	100.00%
合 计	100.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，广州诗琪的总资产为 6,000,886.15 元，净资产为 4,365,181.08 元，2016 年实现净利润 1,515,039.91 元。（上述数据已经大华审计）

（八）成都市博士眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2012 年 6 月 14 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：成都市成华区双庆路 8 号 1 栋 1 层 1 号 195 号商铺

经营范围：眼镜的销售；自营、代理货物进出口业务；第三类医疗器械的销售（取得相关许可证后方可开展经营活动）；企业管理咨询；社会经济信息咨询；

企业形象策划；验光配镜（不含与医疗难以分开的验光配镜服务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

经济性质或类型：有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	50.00	100.00%
合 计	50.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，成都博士的总资产为 8,659,729.62 元，净资产为 -340,777.83 元，2016 年实现净利润 982,931.33 元。（上述数据已经大华审计）

（九）安徽省澳星眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2013 年 1 月 5 日

注册资本：100 万元

实收资本：100 万元

注册地址：安徽省合肥市政务区祁门路与潜山路交口新地购物中心一层 F102 号商铺

经营范围：眼镜销售（除专项许可）；企业管理咨询；经济信息咨询；企业形象策划；投资咨询；验光配镜

经济性质或类型：有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	100.00	100.00%
合 计	100.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，安徽澳星的总资产为 5,705,503.90 元，净资产为 -2,625,548.60 元，2016 年实现净利润-1,528,683.51 元。（上述数据已经大华审计）

（十）南宁市普立奥眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2013 年 1 月 11 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：南宁市青秀区民族大道 136 号南宁华润中心地下 1 层 1 至 6 层商场的万象城第 L5 层 587 号商铺

经营范围：眼镜（不含隐形眼镜）的销售；企业管理咨询；经济信息咨询；企业形象策划；投资咨询（除证券、期货业务外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

经济性质或类型：一人有限责任公司

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	50.00	100.00%
合 计	50.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，南宁普立奥的总资产为 3,141,071.26 元，净资产为 1,078,813.22 元，2016 年实现净利润-55,674.34 元。（上述数据已经大华审计）

（十一）杭州普立奥眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2013 年 5 月 21 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：杭州市江干区四季青街道富春路 701 号杭州万象城第 B1 层第 B121 号商铺

经营范围：一般经营项目：框架眼镜验光配镜；销售：眼镜，第三类医疗器械（限角膜接触镜）（凭有效许可证经营）。

经济性质或类型：有限责任公司

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	50.00	100.00%
合 计	50.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，杭州普立奥的总资产为 2,551,174.04 元，净资产

为 1,633,038.92 元，2016 年实现净利润 802,764.46 元。（上述数据已经大华审计）

（十二）深圳市伯爵网络科技有限公司

1、基本情况

成立时间：2013 年 7 月 26 日

注册资本：500 万元

实收资本：500 万元

注册地址：深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）

经营范围：一般经营项目：网络科技领域内的技术咨询、技术服务、技术开发、技术转让；光学科技领域内的技术咨询、技术服务、技术开发、技术转让；网上贸易（不含专营、专控、专卖商品及许可项目）；计算机软件的技术开发、技术服务；眼镜、隐形眼镜及护理液、日用百货的批发及零售；验光、配镜，仓储服务（不含危险品及食品），货物运输代理。（以上项目均不含许可项目）

经济性质或类型：有限责任公司（法人独资）

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	500.00	100.00%
合 计	500.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的电子商务，与发行人主营业务相同，系发行人从事电子商务的主要平台。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，深圳伯爵的总资产为 2,718,120.76 元，净资产为 96.85 元，2016 年实现净利润-1,109,396.09 元。（上述数据已经大华审计）

（十三）沈阳市澳星博士眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2015 年 9 月 7 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：沈阳市铁西区建设东路 158 号华润铁西万象汇 B157 商铺

经营范围：眼镜（不含隐形眼镜）销售；验光配镜服务；企业管理咨询；经济信息咨询；企业形象设计。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

经济性质或类型：有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	50.00	100.00%
合 计	50.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，沈阳博士的总资产为 1,071,469.45 元，净资产为 -309,796.85 元，2016 年实现净利润-657,543.62 元。（上述数据已经大华审计）

（十四）昆山市普立奥眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2015 年 10 月 30 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：昆山市玉山镇萧林中路 666 号九方购物中心一楼 007 号

经营范围：眼镜销售（不含隐形眼镜）；验光配镜服务（不含隐形眼镜）；企业管理咨询；经济信息咨询；企业形象策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

经济性质或类型：有限责任公司（法人独资）

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	50.00	100.00%
合 计	50.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，昆山普立奥的总资产为 478,564.55 元，净资产为 396,721.52 元，2016 年实现净利润-80,021.70 元。（上述数据已经大华审计）

（十五）惠州市德勤眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2016 年 4 月 17 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：惠州市麦地路 41 号幸福家园 1 楼 4 号商场

经营范围：销售：眼镜；企业管理信息咨询；商品信息咨询；企业形象策划；投资咨询服务；货物进出口；验光配镜（不含医学验光）。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)

经济性质或类型：有限责任公司（法人独资）

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	50.00	100.00%
合 计	50.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，惠州德勤的总资产为 1,083,621.30 元，净资产为 -216,080.01 元，2016 年实现净利润-716,080.01 元。（上述数据已经大华审计）

（十六）无锡市普立奥眼镜有限公司

1、基本情况

成立时间：2016 年 6 月 17 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：无锡市滨湖区海岸城 39-101 第 126 号商铺

经营范围：眼镜的销售；企业管理信息咨询；企业形象策划；验光配镜。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

经济性质或类型：有限责任公司（法人独资）

法定代表人：刘之明

股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
博士眼镜	50.00	100.00%
合 计	50.00	100.00%

主营业务及其与发行人主营业务的关系：主要从事眼镜零售的连锁经营，与发行人主营业务相同。

2、基本财务状况

截至 2016 年 12 月 31 日，无锡普立奥的总资产为 668,664.31 元，净资产为 575,496.28 元，2016 年实现净利润 75,496.28 元。（上述数据已经大华审计）

五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东

1、ALEXANDER LIU 先生

澳大利亚国籍，护照号码 E40810**，住所为深圳市南山区华侨城天鹅堡。截至本招股意向书签署日，ALEXANDER LIU 持有发行人 36.62%的股份，为发行人的控股股东及实际控制人之一。

2、LOUISA FAN 女士

澳大利亚国籍，护照号码 PE03799**，住所为深圳市南山区华侨城天鹅堡。截至本招股意向书签署日，LOUISA FAN 持有发行人 30.49%的股份，为发行人的实际控制人之一。

3、江南道

成立时间：2011 年 11 月 28 日

注册资本：1,885.68 万元

实收资本：1,885.68 万元

注册地址：深圳市福田区车公庙工业区泰然 213 栋工业厂房 6D-27

法定代表人：刘开跃

经营范围：投资兴办实业（具体项目另行申报）；股权投资、股权投资管理（不含证券、保险、基金、金融业务及其他限制项目）。

与发行人主营业务的关系：与发行人主营业务不存在直接或间接的竞争关系

截至本招股意向书签署日，江南道持有发行人 6.03% 的股份，江南道的股东为公司的中高层管理人员及员工，设立的主要目的为投资公司，目前拥有的主要资产为公司股权。

截至 2016 年 12 月 31 日，江南道股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	认缴出资 比例	在公司任职情况
1	刘开跃	736.29	39.05%	董事、副总经理
2	杨秋	590.49	31.31%	董事、副总经理、董事会秘书
3	黄韬	72.90	3.87%	行政部车队队长
4	何庆柏	87.48	4.64%	监事会主席、营运部区域营运总监
5	吴莉	48.60	2.58%	营运部区域营运副总监
6	周演文	34.02	1.81%	监事、营运部区域营运总监
7	刘之明	26.73	1.42%	董事、投资发展部总监
8	刘勤	24.30	1.29%	营运部区域营运总监
9	徐伟	19.44	1.03%	营运部区域营运总监
10	李翠萍	19.44	1.03%	营运部区域营运副总监
11	李温习	19.44	1.03%	营运部店经理
12	施东军	19.44	1.03%	营运部分区经理
13	张飞	19.44	1.03%	工程部经理
14	于恒涛	14.58	0.77%	投资发展部副经理
15	段冬梅	14.58	0.77%	工程部主管
16	王文辉	14.58	0.77%	内审部经理
17	朱焰	12.15	0.64%	市场部场外活动经理
18	潘金娥	9.72	0.52%	财务部深圳区财务主管
19	李海银	9.72	0.52%	营运部区域运营副总监
20	江群	4.86	0.26%	江西子公司财务副经理
21	张晓明	72.90	3.87%	财务总监

22	赵东达	14.58	0.77%	人力资源部总监
合 计		1,885.68	100.00%	

4、豪石九鼎

成立时间：2011 年 7 月 27 日

主要经营场所：上海市普陀区大渡河路 525 号 205 室丙

执行事务合伙人：嘉兴昆吾九鼎投资中心（有限合伙）（委派代表：康青山）

合伙企业类型：有限合伙企业

经营范围：股权投资基金，实业投资，投资咨询，投资管理。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]

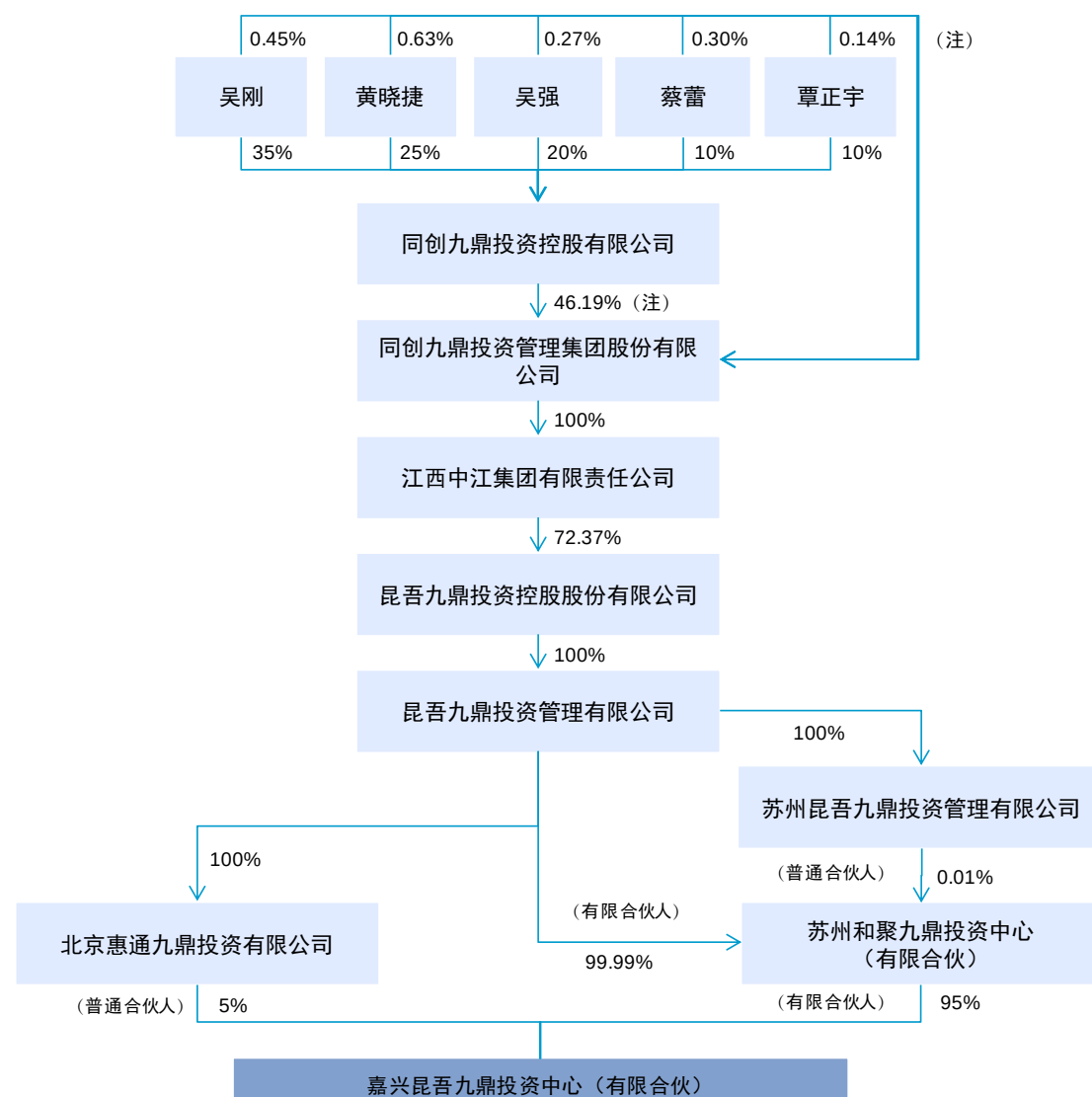
与发行人主营业务的关系：与发行人主营业务不存在直接或间接的竞争关系

截至本招股意向书签署日，豪石九鼎持有发行人 6.80%的股份。

截至 2016 年 12 月 31 日，豪石九鼎合伙人出资金额与认缴比例如下：

序号	合伙人名称	合伙人类别	认缴出资额（万元）	认缴比例
1	严富源	有限合伙人	13,500	64.29%
2	顾清	有限合伙人	1,000	4.76%
3	倪棕	有限合伙人	1,000	4.76%
4	刘泓	有限合伙人	500	2.38%
5	盛建民	有限合伙人	500	2.38%
6	庄超伟	有限合伙人	500	2.38%
7	陈才明	有限合伙人	500	2.38%
8	鲁立辉	有限合伙人	500	2.38%
9	吴茂高	有限合伙人	500	2.38%
10	季蕴佳	有限合伙人	500	2.38%
11	蒋薇倩	有限合伙人	500	2.38%
12	曹超凡	有限合伙人	500	2.38%
13	李宁川	有限合伙人	500	2.38%
14	嘉兴昆吾九鼎投资中心（有限合伙）	普通合伙人	500	2.38%
合 计			21,000	100.00%

根据豪石九鼎出具的《不含国有股的说明》，豪石九鼎主要出资人为自然人，其对发行人的投资形成的股权不界定为国家股、国有法人股。嘉兴昆吾九鼎投资中心（有限合伙）为豪石九鼎的普通合伙人，该公司股权结构如下：



注：根据同创九鼎投资管理集团股份有限公司（以下简称“九鼎集团”）2016年半年报，九鼎集团的实际控制人为吴刚、黄晓捷、吴强、蔡蕾、覃正宇五人，该五人分别直接持有九鼎集团 0.45%、0.63%、0.27%、0.30%、0.14%的股份并通过同创九鼎投资控股有限公司间接持有九鼎集团 46.19%的股份。

（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业情况

公司控股股东/实际控制人曾于 2011 年 11 月 21 日在香港登记设立香港博士眼镜连锁有限公司，该公司《注册证书》编号为 1682648，登记地址为 UNIT

2508A, 25TH FLOOR BANK OF AMERICA TOWER 12 HARCOURT RD CENTRAL HONGKONG, 业务性质: CORP。该公司成立时股本为港币 5,000,000.00 元, 分为 5,000,000.00 股普通股, 每股为港币 1 元, 其中 LOUISA FAN 承购 2,500,000.00 股、ALEXANDER LIU 承购 2,500,000.00 股, 首任董事为 LOUISA FAN。香港博士眼镜连锁有限公司成立以后未实际运营, 也未与发行人产生关联交易, 已于 2012 年 11 月 2 日根据香港《公司条例》办理完毕撤销注册和公司解散手续。

截至本招股意向书签署日, 除持有博士眼镜股权外, 控股股东/实际控制人未控制其他企业, 控股股东/实际控制人也未与他人共同控制其他企业。

(三) 控股股东、实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押和其他争议情况

截至本招股意向书签署日, 公司控股股东/实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 直接持有的发行人股份均不存在质押或其他有争议的情况, 控股股东/公司实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 未间接持有发行人股份。

六、发行人股本情况

(一) 本次发行前后的股本变化情况

本次发行前, 公司股本为 6,435 万股, 本次拟公开发行不超过 2,145 万股、不低于发行后股本总额的 25.00%。公司新股发行数量将根据企业实际的资金需求合理确定, 主要用于筹集企业发展需要的资金。本次发行前后公司股本结构如下:

序号	股东	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例	持股数量 (万股)	持股比例
1	ALEXANDER LIU	2,356.20	36.62%	2,356.20	27.46%
2	LOUISA FAN	1,962.05	30.49%	1,962.05	22.87%
3	江南道	388.00	6.03%	388.00	4.52%
4	豪石九鼎	437.59	6.80%	437.59	5.10%
5	民乐九鼎	284.42	4.42%	284.42	3.31%

6	民安九鼎	262.55	4.08%	262.55	3.06%
7	华青投资	175.50	2.73%	175.50	2.05%
8	陶润投资	146.25	2.27%	146.25	1.70%
9	嘉赢九鼎	109.39	1.70%	109.39	1.27%
10	刘开跃	45.00	0.70%	45.00	0.52%
11	杨秋	40.00	0.62%	40.00	0.47%
12	刘之明	20.00	0.31%	20.00	0.23%
13	郑庆秋	15.00	0.23%	15.00	0.17%
14	华盖成都	64.35	1.00%	64.35	0.75%
15	华盖温州	64.35	1.00%	64.35	0.75%
16	盛坤聚腾	64.35	1.00%	64.35	0.75%
17	社会公众股	-	-	2,145.00	25.00%
合计		6,435.00	100.00%	8,580.00	100.00%

（二）本次发行前发行人前十名股东

本次发行前，发行人前 10 名股东持股情况如下表：

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例	股权性质
1	ALEXANDER LIU	2,356.20	36.62%	自然人股
2	LOUISA FAN	1,962.05	30.49%	自然人股
4	豪石九鼎	437.59	6.80%	社会法人股
3	江南道	388.00	6.03%	社会法人股
5	民乐九鼎	284.42	4.42%	社会法人股
6	民安九鼎	262.55	4.08%	社会法人股
7	华青投资	175.50	2.73%	社会法人股
8	陶润投资	146.25	2.27%	社会法人股
9	嘉赢九鼎	109.39	1.70%	社会法人股
10	华盖成都	64.35	1.00%	社会法人股
	华盖温州	64.35	1.00%	社会法人股
	盛坤聚腾	64.35	1.00%	社会法人股
合计		6,315.00	98.14%	

（三）本次发行前发行人前十名自然人股东及在发行人的任职情况

本次发行前发行人直接持股的自然人股东 6 名，自然人股东及其在公司任职情况具体如下：

序号	股东	持股数量	持股比例	在发行人处担任职务

		(万股)		
1	ALEXANDER LIU	2,356.20	36.62%	董事长
2	LOUISA FAN	1,962.05	30.49%	董事、总经理
3	刘开跃	45.00	0.70%	董事、副总经理
4	杨秋	40.00	0.62%	董事、副总经理、董事会秘书
5	刘之明	20.00	0.31%	董事、投资发展部总监
6	郑庆秋	15.00	0.23%	监事、采购部总监
合计		4,438.25	68.97%	

(四) 国有股份或外资股份情况

截至本招股意向书签署日，公司无国有股及外资股。

(五) 申报前一年发行人新增股东情况

1、新增股东的持股数量及变化情况、取得股份的时间、价格和定价依据情况

申报前一年新增股东为华盖成都、华盖温州、盛坤聚腾，其取得的公司股份均由原股东转让，具体情况如下：

序号	转让方	受让方	转让股份数 (万股)	占总股本比 例	转让单价 (元/股)
1	LOUISA FAN	华盖成都	64.35	1.00%	12.4320
2		华盖温州	64.35	1.00%	12.4320
3		盛坤聚腾	64.35	1.00%	12.4320
合 计			193.05	3.00%	

2015年5月26日，公司股东 LOUISA FAN 分别与华盖成都、华盖温州、盛坤聚腾签署股份转让协议，约定 LOUISA FAN 分别向华盖成都、华盖温州、盛坤聚腾各转让 64.35 万股股份，转让价款均为 800 万元，折合转让单价为 12.4320 元/股，定价依据为根据各方对公司未来盈利情况判断协商确定，2015年5月29日上述股权转让于深圳联合产权交易所完成了股权交割和公司股东名册登记。

本次股权转让前华盖成都、华盖温州、盛坤聚腾不持有发行人股份，本次转让后，华盖成都、华盖温州、盛坤聚腾各持有发行人 64.35 万股股份，上述新增股东取得公司股权之日至本招股意向书签署日，其持有的公司股份数量和比例未发生变化。

2、新增股东基本情况

(1) 华盖医疗健康创业投资成都合伙企业（有限合伙）

截至 2016 年 12 月 31 日，华盖成都合伙人及其认缴出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	认缴出资额 占比
1	华盖医疗投资管理（北京）有限公司	普通合伙人	500.00	1.2049%
2	辽宁成大股份有限公司	有限合伙人	10,000.00	24.0964%
3	成都银科创业投资有限公司	有限合伙人	8,300.00	20.0000%
4	赛亚斯（天津）投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	12.0482%
5	刘萍芳	有限合伙人	2,200.00	5.3013%
6	健民药业集团股份有限公司	有限合伙人	2,000.00	4.8193%
7	北京支油华畅科技有限公司	有限合伙人	2,000.00	4.8193%
8	深圳前海鼎浩瑞通投资发展有限公司	有限合伙人	1,800.00	4.3374%
9	厦门瑞杰兴浩投资有限责任公司	有限合伙人	1,000.00	2.4096%
10	王勤	有限合伙人	1,000.00	2.4096%
11	胡丽敏	有限合伙人	1,000.00	2.4096%
12	北京信合裕丰投资咨询中心（有限合伙）	有限合伙人	1,000.00	2.4096%
13	张晓东	有限合伙人	1,000.00	2.4096%
14	汤继新	有限合伙人	1,000.00	2.4096%
15	刘恩好	有限合伙人	1,000.00	2.4096%
16	成都可道茂华企业管理合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	1,000.00	2.4096%
17	成都途腾暖通设备有限公司	有限合伙人	1,000.00	2.4096%
18	潘奇峰	有限合伙人	700.00	1.6868%
合计			41,500.00	100.0000%

华盖成都的普通合伙人为华盖医疗投资管理（北京）有限公司，第一大出资人为辽宁成大股份有限公司（以下简称“辽宁成大”）。华盖医疗投资管理（北京）有限公司的股东为华盖资本有限责任公司，华盖资本有限责任公司的第一大股东为辽宁成大。根据《关于施行<上市公司国有股东标识管理暂行规定>有关问题的函》（国资厅产权〔2008〕80 号），辽宁成大对外投资形成的股权不界定为国有法人股，因此，华盖成都对发行人投资形成的股权不界定为国家股、国有法人股。

①华盖医疗投资管理（北京）有限公司

截至 2016 年 12 月 31 日，华盖医疗投资管理（北京）有限公司股权结构如

下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资额占比
1	华盖资本有限责任公司	500.00	100.00%
合计		500.00	100.00%

华盖医疗投资管理（北京）有限公司的股东为华盖资本有限责任公司，截至2016年12月31日，其股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资额占比
1	辽宁成大股份有限公司	3,000.00	30.00%
2	北京尚林创新投资管理有限公司	2,800.00	28.00%
3	北京广仁子路投资管理有限责任公司	1,600.00	16.00%
4	上海景贤市场信息咨询有限公司	500.00	5.00%
5	北京禾原融创投资管理有限公司	500.00	5.00%
6	宁波华盖德华股权投资合伙企业（有限合伙）	1,600.00	16.00%
合计		10,000.00	100.00%

华盖资本有限责任公司第一大股东为辽宁成大股份有限公司。

②辽宁成大股份有限公司

辽宁成大股份有限公司为上海证券交易所上市公司（股票代码：600739），截至2016年9月30日，辽宁成大的第一大股东为辽宁成大集团有限公司，持有辽宁成大11.11%的股权，辽宁成大的实际控制人为辽宁省人民政府国有资产监督管理委员会。

（2）华盖医药健康产业创业投资（温州）合伙企业（有限合伙）

截至2016年12月31日，华盖温州合伙人及其认缴出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	认缴出资额占比
1	华盖投资管理（温州）有限公司	普通合伙人	250.00	1.00%
2	森马集团有限公司	有限合伙人	10,750.00	43.00%
3	盈富泰克创业投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	20.00%
4	浙江省创新发展投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	20.00%
5	苏州瑞豪投资中心（有限合伙）	有限合伙人	2,000.00	8.00%
6	浙江佰通防腐设备有限公司	有限合伙人	1,000.00	4.00%
7	上海明月光学眼镜有限公司	有限合伙人	1,000.00	4.00%
合计			25,000.00	100.00%

华盖温州主要出资人为森马集团有限公司，森马集团有限公司的股东均为自然人，因此，华盖温州对发行人投资形成的股权不界定为国家股、国有法人股。

①华盖投资管理（温州）有限公司

截至 2016 年 12 月 31 日，华盖投资管理（温州）有限公司股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资额占比
1	武汉睿成咨询有限公司	225.00	45.00%
2	华盖医疗投资管理（北京）有限公司	150.00	30.00%
3	森马集团有限公司	125.00	25.00%
合计		500.00	100.00%

华盖投资管理（温州）有限公司的第一大股东为武汉睿成咨询有限公司，该公司为一人有限责任公司，股东为自然人张露。

②森马集团有限公司

森马集团有限公司主要业务为股权投资，截至 2016 年 9 月 30 日，森马集团有限公司的注册资本为 2.38 亿元，公司的股东为邱光和、邱坚强、周平凡、邱艳芳、戴智约五个自然人，其分别持有森马集团有限公司 40%、15%、15%、15% 和 15% 的股权。

（3）盛坤聚腾（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）

截至 2016 年 12 月 31 日，盛坤聚腾合伙人及其认缴出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）	认缴出资额占比
1	上海聚腾股权投资基金管理有限公司	普通合伙人	1,000.00	9.09%
2	上海复金投资管理中心	有限合伙人	4,500.00	40.91%
3	上海森马投资有限公司	有限合伙人	2,000.00	18.18%
4	江苏梵泰诗商贸有限公司	有限合伙人	2,000.00	18.18%
5	邬卫国	有限合伙人	500.00	4.55%
6	北京齐家六加一教育科技有限公司	有限合伙人	500.00	4.55%
7	福建特步投资有限公司	有限合伙人	500.00	4.55%
合计			11,000.00	100.00%

盛坤聚腾主要出资人为上海复金投资管理中心，上海复金投资管理中心为个人独资企业，因此，盛坤聚腾对发行人投资形成的股权不界定为国家股、国有法人股。

①上海聚腾股权投资基金管理有限公司

截至 2016 年 12 月 31 日，上海聚腾股权投资基金管理有限公司股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴出资额占比
1	北京盛欣领秀投资管理有限公司	855.00	85.50%
2	北京聚腾同创投资管理中心（有限合伙）	100.00	10.00%
3	刘芳	45.00	4.50%
合计		1,000.00	100.00%

上海聚腾股权投资基金管理有限公司的第一大股东为北京盛欣领秀投资管理有限公司，该公司为一人有限责任公司，股东为自然人陶玲。

②上海复金投资管理中心

上海复金投资管理中心为个人独资企业，投资人为自然人陶玲。

（六）本次发行前各股东间的关联关系情况

公司实际控制人 ALEXANDER LIU 与 LOUISA FAN 为夫妻关系。公司股东刘开跃为公司实际控制人之一 ALEXANDER LIU 的弟弟，刘开跃同时持有江南道 39.05%的股权，并担任该公司执行董事；公司股东杨秋持有江南道 31.31%的股权；公司股东刘之明持有江南道 1.42%的股权，并担任该公司监事。

公司股东豪石九鼎、民乐九鼎、民安九鼎与嘉赢九鼎的基金管理人均为昆吾九鼎投资管理有限公司。

公司股东华盖成都的基金管理人为华盖医疗投资管理（北京）有限公司，该公司同时是公司股东华盖温州的基金管理人华盖投资管理（温州）有限公司的股东，持有其 30%的股权。

除上述关联关系外，本次发行前各股东之间不存在关联关系。

（七）股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行不涉及公司股东公开发售股份。

七、正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况

江南道系由公司的中高层管理人员及员工共同出资设立的有限公司，截至本招股意向书签署之日，江南道持有公司 388 万股股份，占发行前公司总股本的 6.03%，江南道共有股东 22 名，江南道及其股东的具体情况请参见本节“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东”的相关内容。

截至本招股意向书签署日，除中高层管理人员及员工通过江南道持有公司股份之外，公司不存在其他正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排。

八、发行人员工情况

最近三年各年末，公司员工总数分别为 1,457 人、1,496 人和 1,506 人。截至 2016 年 12 月 31 日，公司员工专业构成情况如下：

专业分类	员工人数（人）	占员工总数比例（%）
营销人员	1,299	86.25
供应链人员	95	6.31
财务人员	29	1.93
其他人员	83	5.51
合 计	1,506	100.00

九、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺及其履行情况

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺

请参见本招股意向书“重大事项提示”之“一、本次发行前公司股东所持股

份的限售安排及自愿锁定股份的承诺”和之“二、公司主要股东关于锁定期满后股份减持意向的说明和承诺”。

（二）发行人及其控股股东、董事和高级管理人员关于稳定公司股价的承诺

请参见本招股意向书“重大事项提示”之“五、公司上市后三年内股价稳定预案及相关承诺”之“（二）股价稳定相关承诺”。

（三）关于发行人各主体因信息披露重大违规涉及股份回购、依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺

请参见本招股意向书“重大事项提示”之“四、关于招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”。

（四）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

请参见本招股意向书“重大事项提示”之“六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

（五）利润分配政策的承诺

请参见本招股意向书“重大事项提示”之“九、公司滚存利润安排和发行上市后公司股利分配政策及分红规划”。

（六）其他承诺事项

1、避免同业竞争的承诺

为避免与发行人之间出现同业竞争、减少关联交易，维护发行人的利益和保证发行人的长期稳定发展。公司控股股东/实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 与公司主要股东江南道、豪石九鼎均出具了《避免同业竞争承诺函》，请参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”

之“(二)避免同业竞争的承诺”。

2、规范与减少关联交易的承诺

为维护公司及其他股东的合法权益，减少和规范关联交易，公司控股股东/实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 与公司主要股东江南道、豪石九鼎均就减少和规范关联交易问题作出了相关承诺，请参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“五、关于规范关联交易的承诺函”。

3、控股股东、实际控制人关于承担社保、公积金补缴责任的承诺

就报告期内公司及其子公司可能存在的社会保险和住房公积金缴纳不规范的情形，公司控股股东/实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 作出了相关承诺：若公司及其子公司被国家有权部门要求补缴社会保险或住房公积金，本人将无条件全额承担公司及其子公司应补缴的费用以及因此所产生的所有相关费用，保证公司及其子公司不因此遭受任何直接和间接损失。本人前述声明、承诺与保证若存在虚假记载、误导性陈述与重大遗漏，本人将对信赖并依据前述声明、保证与承诺行事的公司及所有相关各方给予充分、及时而有效的赔偿，赔偿所及的范围将包括（但不限于）直接损失、间接损失及 / 或可得利益等。

（七）相关责任主体未能履行承诺时的约束措施

请参见本招股意向书“重大事项提示”之“七、公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员相关承诺的约束措施”。

第六节 业务和技术

一、主营业务、主要产品及服务的情况

（一）公司主营业务及其变化情况

公司是一家专业从事眼镜零售的连锁经营企业。多年来，公司立足深圳，逐步向全国辐射，是国内销售规模、门店数量领先的眼镜连锁零售企业之一。公司旗下拥有 President optical、博士眼镜两大品牌，分别定位为“高端定制”、“专业视光”，同时新发展了 z ðe、砵（Mygaos 发展而来）等品牌，分别定位为“时尚快消”和“个性潮牌”。截至 2016 年末，公司拥有 318 家连锁门店，其中直营门店 304 家²，加盟门店 14 家，经营网点已遍布深圳、南昌、北京、广州、昆明、重庆、合肥、成都、杭州、沈阳、郑州、南宁、无锡、青岛等三十多个大、中城市，覆盖全国 17 个省、自治区、直辖市。

1、主要业务

博士眼镜主要是从事眼镜连锁零售，旗下拥有 President optical、博士眼镜两大品牌，同时新发展了 z ðe、砵（Mygaos 发展而来）等品牌：

品牌	门店图例	品牌定位
President optical		高端定制
博士眼镜		专业视光

² 统计口径为公司 2016 年末存在营业收入并正常运营的门店。

zèle		时尚快消
砫		个性潮牌

报告期各期发行人销售收入按不同品牌分类列示如下：

单位：万元

门店品牌	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
博士眼镜	31,038.26	74.92%	29,099.93	77.67%	27,944.98	77.64%
President optical	7,484.06	18.07%	6,517.35	17.40%	5,863.62	16.29%
zèle	1,664.83	4.02%	1,308.98	3.49%	521.34	1.45%
砫（含 Mygaos）	249.70	0.60%	64.88	0.17%	22.53	0.06%
临时卖场促销等	149.94	0.36%	115.20	0.31%	134.13	0.37%
直营门店收入小计	40,586.79	97.97%	37,106.34	99.04%	34,486.60	95.81%
电子商务	115.53	0.28%	55.16	0.15%	586.74	1.63%
批发（含对加盟商批发）	725.42	1.75%	304.50	0.81%	920.12	2.56%
主营业务收入合计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100.00%	35,993.46	100.00%

2、主要产品和服务

公司销售的主要产品包括：镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜、隐形护理液及其他，并向消费者提供视光校正方案咨询、视光产品装配及维修、视光保健服务。报告期内，公司的主营业务收入及其构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜架	12,265.25	29.61%	10,695.07	28.55%	9,712.79	26.98%
镜片	15,304.87	36.94%	13,444.22	35.88%	12,643.95	35.13%
太阳镜	5,068.11	12.23%	5,674.88	15.15%	6,093.48	16.93%

老花镜	494.63	1.19%	501.61	1.34%	494.45	1.37%
隐形眼镜	6,501.41	15.69%	5,491.58	14.66%	5,302.73	14.73%
隐形护理液	1,286.73	3.11%	1,101.77	2.94%	1,253.23	3.48%
其他	506.75	1.22%	556.86	1.49%	492.83	1.37%
合计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100.00%	35,993.46	100.00%

（二）主要经营模式

1、采购模式

（1）主要采购模式

公司采用统一进货、集中采购，统一定价的采购运作模式。采购部在每年年底制定次年的年度及月度商品采购计划。按照库存定量管理标准，营运部、配镜中心向采购部发送产品需求，采购部根据产品的销售情况、周转率、库存情况等，制定订货计划，以实施品类优化措施，不断调整产品结构。

（2）供应商选择及管理

采购部负责调查和选择合适的供应商。对新合作的供应商，公司考察其公司背景、品牌竞争力、供货能力、付款条件等；对已合作的供应商，公司评审其商品质量、新产品的开发速度、供货价格、付款结算方式、商品周转率等。

采购部一年一次对供应商进行综合评审，评审供应商商品质量、售后服务、市场支持等。使用《供应商评估档案表》记录评审过程、结果，按分数对供应商评级，对合格供应商名册进行调整、更新，实现供应商的动态管理。

2、销售模式

公司的销售模式主要分为直营门店、电子商务和批发三大类型。

（1）直营门店销售模式

公司自成立以来一直坚持直营的销售模式，经过多年的发展，公司已经建立起较为广泛的直营门店销售网络。截至 2016 年末，公司拥有 304 家直营门店，直营门店根据渠道类型分为百货、超市、购物中心、街铺、眼科医院等销售终端类型。

①直营门店管理

在直营销销售模式下，公司通过自营和联营的形式进行商品销售，两种形式在场地提供方式、销售模式、货款结算等方面有所不同，具体如下表所示：

涉及方面	自营	联营
场地提供方式	公司租赁	联营方提供
销售模式	通过公司自营店以零售方式向消费者销售商品	通过联营专柜以零售方式向消费者销售商品
货款结算	公司自营店以现金、POS 机刷卡、微信、支付宝、团购券等方式自行收银或由商场代收银	在联营合同约定的期限内，通过联营方系统统一收款，公司按照联营方提供的结算单金额给联营方开具销售发票，结算单金额按联营合同确定的分成比例净额结算，联营方收到发票后将货款汇入公司账户

a. 自营模式

自营模式直营店运作模式为：公司与商场、超市或个人等签订租赁协议，分期支付租金。公司与出租方签订的租赁协议一般包括位置、面积、期限、续期选择、租赁金额、付款方式等条款。该模式下公司通过子公司或分公司的形式开设门店，按照税务登记的名称向终端消费者开具普通销售发票，公司负责销售管理及收款业务，部分门店使用商场提供的 POS 机收银或由商场代收银。

b. 联营模式

联营模式直营店的运作模式为：公司与百货、超市、购物中心等（以下简称联营方）签订联营合同，由联营方提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，联营方按联营合同约定零售额的一定比例扣取应得部分。公司与联营方签订的联营合同一般包括位置、面积、期限、扣点比例、付款方式等条款。联营方根据销售情况与公司进行结算，公司按照联营方提供的结算单金额向联营方开具增值税专用发票，联营方将扣除应得部分后的销售款净额汇入公司账户。

② 销售终端拓展

公司对于新店的拓展比较谨慎，前期需要对新的市场进行调研，通过评估后方能执行，调研考虑的主要因素有：

a. 城市商业氛围

除直辖市、省会城市外，在判断其他城市的商业氛围是否成熟时，会参考在当地开业的全国性或地区性连锁商场门店数量，同时考虑城市规模、人口结构、居民分布、城市规划、城市常驻人口消费力、商圈分布、自然环境和交通条件等诸多维度的因素。

b. 城市消费力

主要考虑城市的面积、GDP 总量、人均 GDP、GDP 的年均增长速度、城市人口规模、人口结构状况、户籍人口和非户籍人口结构、人口流动性、居民收入水平、人均消费水平和消费习惯等。

c.商圈成熟度

主要考虑商圈的发展历史、商圈规模、比重、特色、成长趋势；其中，成长趋势是考察和关注的重点。

d.商业环境消费力水平

主要考虑新设门店所在商圈的客流、人口结构、商业地位、零售总额、眼镜行业的特点，眼镜品类、总量、客单价、平均消费周期等因素。

e.竞争对手调研

主要考察竞争对手在该地区的发展历史、销售能力、市场份额、知名度、美誉度、地域分布、服务水平、盈利能力、装修风格、货品配置、经营策略、营销推广、定价策略等因素。

f.店面（或专柜）合作条件

主要考虑位置、面积、合同期、合作模式、租金单价（或扣点比例）、租金增长趋势、押金方式、管理费用、推广费用、POS 机费用、免租装修期等因素。

g.经营预期

店面培育期评估、月营业额预估、盈亏平衡点测算、可盈利时间预估、整体店面效益预估。

h.现有门店影响评估

公司在新店选址时就会考虑对现有门店的影响，分析周边的商圈分布情况、交通状况、辐射消费人口、企事业单位等综合状况，避免由于开店过密造成的门店之间的竞争。

③公司报告期内直营店的数量及变动原因

报告期内，发行人直营店的数量及变动情况如下：

单位：家

品牌	地区	2013 年	2014 年			2015 年			2016 年		
		期末	开店	关店	期末	开店	关店	期末	开店	关店	期末
博士眼镜	广东	139	17	14	142	6	5	143	17	11	149
	江西	31	3	2	32	1	1	32	11	2	41

	云南	13	-	1	12	1	1	12	4	-	16
	重庆	10	-	1	9	1	2	8	1	-	9
	北京	7	3	2	8	-	1	7	-	1	6
	四川	5	2	3	4	2	-	6	2	1	7
	辽宁	2	-	2	-	1	-	1	-	-	1
	浙江	2	-	1	1	-	1	-	-	-	-
	安徽	1	5	-	6	2	3	5	3	-	8
	广西	1	-	-	1	-	-	1	1	-	2
	山东	-	-	-	-	1	-	1	-	-	1
	江苏	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
	小计	211	30	26	215	15	14	216	40	15	241
President optical	广东	8	1	1	8	2	-	10	3	1	12
	云南	3	1	-	4	-	1	3	-	1	2
	重庆	3	2	-	5	-	2	3	-	-	3
	安徽	2	-	-	2	1	-	3	1	1	3
	江西	2	1	-	3	1	-	4	-	1	3
	四川	2	-	-	2	-	-	2	-	-	2
	北京	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-
	浙江	1	-	-	1	-	-	1	-	-	1
	辽宁	-	1	-	1	-	-	1	-	-	1
	河南	-	1	-	1	-	-	1	-	-	1
	山东	-	-	-	-	1	-	1	-	-	1
	江苏	-	-	-	-	1	-	1	-	-	1
	广西	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
	小计	22	7	1	28	6	4	30	5	4	31
z de	广东	-	10	-	10	4	1	13	-	6	7
	北京	-	1	-	1	1	-	2	-	-	2
	江西	-	1	-	1	-	-	1	3	-	4
	云南	-	1	-	1	-	-	1	1	-	2
	重庆	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-
	江苏	-	1	-	1	-	-	1	1	-	2
	安徽	-	-	-	-	1	-	1	1	-	2
	辽宁	-	-	-	-	1	-	1	-	-	1
	四川	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
	小计	-	15	1	14	7	1	20	7	6	21
砣 (含 Mygaos)	广东	-	1	-	1	-	1	-	5	-	5
	重庆	-	1	-	1	-	1	-	-	-	-
	江苏	-	1	-	1	-	-	1	-	1	-
	四川	-	-	-	-	1	-	1	1	1	1
	江西	-	-	-	-	-	-	-	3	-	3
	安徽	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
	云南	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
	小计	-	3	-	3	1	2	2	11	2	11

合计	233	55	28	260	29	21	268	63	27	304

注：公司报告期各期末门店数的统计口径为正常营业并存在营业收入的门店，各期开店数的统计口径为开始正式营业并产生营业收入的门店，各期关店数的统计口径为停止正常营业且不再产生收入的门店。

报告期各期末，公司直营店的数量分别为 260 家、268 家和 304 家。

报告期内，直营店数量变动的原因如下：

2014 年以前，公司直营店主要集中在广东、江西、云南、重庆、北京、辽宁、四川、浙江、广西及安徽地区。2014 年，公司新开 55 家门店，其中博士眼镜品牌门店 30 家，President optical 品牌门店 7 家，公司新创立品牌“z ðe”和“Mygaos”分别新开 15 家和 3 家，并开始拓展江苏和河南地区。同年，公司关闭了 28 家门店，其中博士眼镜品牌门店 26 家，President optical 品牌门店 1 家，z ðe 品牌门店 1 家。

2015 年，公司新开 29 家门店，其中博士眼镜品牌门店 15 家，President optical 品牌门店 6 家，z ðe 品牌门店 7 家，Mygaos 品牌门店 1 家，并开始拓展山东地区市场。同年，公司关闭 21 家门店，其中博士眼镜品牌门店 14 家，President optical 品牌门店 4 家，z ðe 品牌门店 1 家，Mygaos 品牌门店 2 家。

2016 年，公司新开 63 家门店，其中博士眼镜品牌门店 40 家，President optical 品牌门店 5 家，z ðe 品牌门店 7 家，砵品牌门店 11 家。同时，公司关闭 27 家门店，其中博士眼镜品牌门店 15 家，President optical 品牌门店 4 家，z ðe 品牌门店 6 家，Mygaos 品牌门店 2 家。

报告期内，公司关闭门店的具体情况如下表：

关店数量（家）			关店原因
2014 年	2015 年	2016 年	
1	-	1	租赁物业因城市规划被拆除
4	2	2	物业方铺位调整导致公司无法续租
2	3	5	所在百货商场或超市整体关闭
3	1	3	租金上涨幅度超出可承受范围
1	2	3	自身发展战略发生变化而主动撤店
2	-	1	商圈周边环境发生重大变化
7	7	3	所在购物中心、百货商场或超市整体经营状况不佳
2	-	-	街铺所在商圈整体发展不佳
2	5	1	商圈内所处位置不佳
4	1	8	原址或临近地址开设新品牌线门店而选择关闭原品牌线门店
合计			

28	21	27	

④公司报告期内直营门店单店营业收入的情况

单位：万元

品牌	单店平均营业收入		
	2016 年度	2015 年度	2014 年度
博士眼镜	132.36	134.77	129.62
President optical	246.05	234.86	232.99

注：单店平均营业收入按每期实际经营月份加权计算；因 zǎe、砦（Mygaos 发展而来）品牌门店经营时间较短且门店数量较少，报告期内统计数据暂无可比性。

（2）电子商务销售模式

公司的电子商务销售模式主要为电商平台模式，公司通过其下属子公司深圳伯爵在天猫平台、京东平台运营博士眼镜官方旗舰店。

深圳伯爵通过自主经营和委托专业电子商务公司代其运营网店相结合的模式开展网络销售业务。深圳伯爵负责制定并执行网店产品零售价格政策、促销及推广原则、客户服务等经营活动。自 2014 年 12 月 1 日起公司独立运营上述网络平台。

除通过电商平台模式进行眼镜零售之外，公司还通过运营博士、zǎe、砦官方微信平台，定期推送爱眼知识、产品信息、优惠咨询、流行趋势等增值服务增加顾客粘度，实现线上导入线下体验式购物。

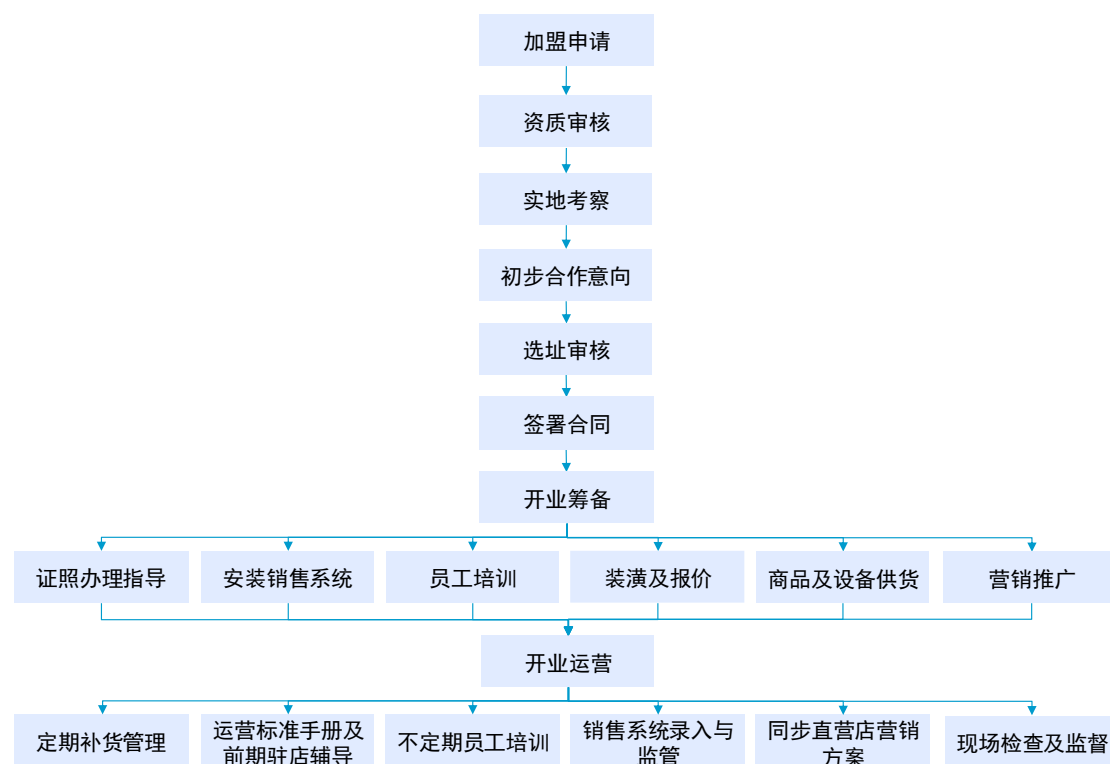
（3）批发销售模式

公司的批发销售模式包括对加盟商批发和对除加盟商以外客户批发。其中，公司加盟业务的开展情况如下：

①加盟门店管理

加盟销售模式是指加盟商与公司签订特许经营合同，获得公司授权在特许区域使用公司的商标、统一形象等特许经营体系，加盟商出资设立加盟店并在公司的指导和监督下从事特许经营范围的经营活动。公司为加盟店提供统一供货渠道，加盟商向公司直接采购产品并以零售价向消费者销售。

公司制定了一整套完善的标准化加盟运营制度，具体加盟运营流程如下：



在加盟商选择方面，公司采用资质审核和实地考察对加盟商进行考核和筛选。在确定合作对象之后，公司参照直营门店拓展标准对加盟商的选址情况进行评估和审核，帮助加盟商找到合适铺位，进而确定开业时间及筹备事宜。在开业筹备阶段，公司多个部门对加盟店开业进行全方位支持，包括对加盟店员工进行销售、镜片加工和验光配镜的培训、免费为加盟商设计统一形象并提供展柜道具、提供装潢施工服务、制定开业所需商品及设备准备计划等。加盟店开业运营后，公司在员工培训、营销推广等方面对加盟店持续予以支持，并根据库存情况定期向加盟商提供可补货清单，为加盟商提供统一的订货渠道，同时还针对不自行加工镜片的加盟商提供镜片定制服务。

为了确保加盟店的产品和服务质量的一致性，公司制定并向加盟商下发《加盟店铺运营手册》，将店铺运营标准化，使加盟店员工在顾客接待流程、现场服务纪律的规范以及店铺形象管理的统一等方面和直营店铺保持一致水准。加盟店开业前，公司对加盟店员工进行统一培训，通过考核后上岗；加盟店经营初期，公司委派优秀店长驻店辅导，辅导人员可凭借丰富的现场经验协助新店解决经营初期可能发生的问题，在销售现场对加盟店员工进行示范培训，以保证加盟店的顺利运营；加盟店经营过程中，公司通过统一的信息管理系统对加盟店的销售情况进行监督，并不定期现场检查加盟店的运营管理情况，考核不合格的加盟店应

在公司的指导下进行整改。

现有加盟门店特许经营权到期之后，公司将根据合作的情况选择与加盟商继续签订特许经营权合同或者终止合作。

就上述特许经营业务，公司已完成商务部商业特许经营备案工作，备案号为0440300111600107。

②公司报告期内加盟店数量及变动原因

为加大品牌建设力度、开拓新市场，公司在巩固原有直营店营销网络的基础上，自2015年9月起积极拓展特许加盟的销售渠道；截至2016年末，公司拥有14家加盟门店，具体情况如下：

序号	加盟店	控制人	地址	特许经营品牌	营业面积(m ²)	开业时间	加盟许可期间	加盟费(万元)
1	晋城市圣亚购物广场店	杨嘉树	山西省晋城市圣亚购物广场六层	z ðe	40	2015年9月25日	2015年9月1日-2018年8月31日	-
2	长沙市万家丽广场店	金树胜	湖南省长沙市万家丽广场负一层	z ðe	35	2016年4月1日	2016年3月1日-2019年2月28日	-
3	深圳市花园城店	洪桂兵	广东省深圳市花园城二层	z ðe	60	2016年4月15日	2016年4月1日-2019年3月31日	-
4	平凉市金鼎时代广场店	杨丽	甘肃省平凉市金鼎时代广场一层	z ðe	99	2016年7月1日	2016年6月1日-2019年5月31日	-
5	昆明市爱琴海广场店	李怡	云南省昆明市爱琴海广场二层	z ðe	20	2016年8月9日	2016年7月1日-2017年6月30日	-
6	晋城市亿达新天地购物广场店	杨嘉树	山西省晋城市文昌东街亿达新天地购物广场一层	z ðe	21	2016年9月15日	2015年9月1日-2018年8月31日	-
7	日照市万象汇广场店	李可栋、张晓华	山东省日照市万象汇广场LG层	z ðe	69	2016年9月26日	2016年9月1日-2019年8月31日	-
8	惠州市港惠新天地店	李翔	广东省惠州市惠城区港惠新天地北区1层	z ðe	80	2016年9月27日	2016年9月25日-2017年9月24日	-
9	晋城市兰	杨嘉树	山西省晋城	z ðe	49	2016年	2015年9月1日	-

	花城店		市人民广场 兰花城二楼			10月1日	-2018年8月31日	
10	深圳市龙华九方购物中心zǎe店	符辉	广东省深圳市龙华新区九方购物中心一层	zǎe	20	2016年10月1日	2016年10月1日-2019年9月30日	-
11	宜春市万达广场店	郑中华	江西省宜春市袁州区宜阳大道万达广场2楼	zǎe	42.89	2016年10月21日	2016年10月1日-2018年10月20日	-
12	银川市大阅城店	孙朝辉	宁夏回族自治区银川市金凤区正源北街大阅城2号楼B1层	zǎe	109.58	2016年10月29日	2016年10月29日-2019年10月28日	-
13	深圳市龙华九方购物中心砵店	符辉	广东省深圳市龙华新区九方购物中心一层	砵	10	2016年10月29日	2016年10月1日-2018年9月30日	-
14	舟山市凯虹广场店	叶寅浩	浙江省舟山市定海区东瀛路凯虹广场2楼	zǎe	55	2016年12月30日	2016年12月15日-2018年12月14日	-

(4) 现金销售情况

公司销售收银方式分为现金、POS机刷卡、商场收银结算和银行转账等。报告期内，各销售模式及其对应的收银方式情况如下表：

销售模式		收银方式	
直营门店	联营门店	商场收银结算后通过银行转账方式将分成款支付给公司	
	自营门店	代收银	商场代收银结算后通过银行转账方式支付给公司
		自行收银	刷卡
			现金
			其他（微信、支付宝、团购券、购物卡等）
电子商务	电商平台	电商平台代收款结算后通过银行转账方式支付给公司	
批发（含对加盟商批发）	对除加盟商以外客户批发	银行转账	
	对加盟商批发	银行转账	

各类销售模式中，仅直营门店中的自营门店存在现金收银的情况。报告期内，自营门店销售模式下的现金收款占该销售模式的收款比例分别为 24.43%、

22.25%和 17.30%，现金收银占自营门店收款的比例呈下降趋势，与近年来支付方式多样化的趋势相符。

(5) 销售收入按不同销售模式列示的情况

不同销售模式与销售收入列示的对应关系如下：

销售模式		收入列示
直营门店	联营门店	联营门店
	自营门店	自营门店
电子商务	电商平台	电子商务
批发(含对加盟商批发)	对加盟商批发	对加盟商批发
	对除加盟商以外客户批发	对除加盟商以外客户批发

报告期内，销售收入按不同销售模式列示如下：

单位：万元

销售模式	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
联营门店	2,984.02	7.20%	3,426.24	9.14%	3,396.37	9.44%
自营门店	37,602.77	90.77%	33,680.09	89.90%	31,090.23	86.38%
直营门店小计	40,586.79	97.97%	37,106.34	99.04%	34,486.60	95.81%
电子商务	115.53	0.28%	55.16	0.15%	586.74	1.63%
对加盟商批发	203.14	0.49%	21.35	0.06%	-	-
对除加盟商以外客户批发	522.28	1.26%	283.14	0.76%	920.12	2.56%
批发小计	725.42	1.75%	304.50	0.81%	920.12	2.56%
主营业务收入合计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100.00%	35,993.46	100.00%

(6) 销售收入按不同销售终端列示的情况

单位：万元

销售终端	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
百货	2,913.17	7.03%	2,820.23	7.60%	2,727.27	7.91%
超市	6,411.51	15.48%	6,808.78	18.35%	7,217.35	20.93%
购物中心	17,176.90	41.46%	13,568.27	36.57%	10,636.11	30.84%
独立街铺	11,915.40	28.76%	11,851.23	31.94%	12,030.75	34.89%
医院	2,019.87	4.88%	1,942.62	5.24%	1,741.00	5.05%
临时促销卖场	149.94	0.36%	115.20	0.31%	134.19	0.39%
线上销售	115.53	0.28%	55.16	0.15%	586.68	1.63%
批发	725.42	1.75%	304.50	0.81%	920.12	2.56%
主营业务收入合计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100.00%	35,993.46	100.00%

（三）公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式的影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司目前采取的经营模式是由行业特点、所销售产品的特点及客户对产品与服务的要求等所决定的。报告期内，公司的经营模式及其影响因素未发生重大变化。

（四）公司业务模式的创新性及独特性

1、公司业务模式的创新性及独特性

（1）品牌战略创新

公司相继创立了四个主要的眼镜零售品牌，通过差异化的市场定位，更好的服务多层次需求的消费者，从而提高市场占有率，获取最大化的经济效益。其中：高端定制眼镜品牌——President optical，主要满足对生活品质追求较高或有特殊定制需求的群体；专业视光眼镜品牌——博士眼镜，主要满足对专业视光及服务要求较高的学生、白领、商务人士及中老年群体；时尚快消眼镜品牌——z de，定位于 80 后、90 后年轻时尚群体，主要满足时尚快速的消费需求；个性潮牌眼镜品牌——砫（Mygaos 发展而来），主要满足追求个性、特立独行潮人的消费需求，其品牌特点为：把眼镜由侧重功能性延展至时尚饰品。

（2）员工培训体系创新

为匹配公司人才发展战略，建立全新概念“博士商学苑”，并优化形成企业文化、管理类、心态类、技能类、销售类等系列课程：

序号	类别	课程名称	选修/必修
1	西点一年级	《认知行业·认知博士》	必修
2		《博士流程》	必修
3		《商品知识之眼镜架学&眼镜片学》	必修
4		《商品知识之太阳镜学&角膜接触镜学》	必修
5		《门店电脑操作培训》	必修
6		《销售技巧一》	必修
7	西点二年级	《职业化心态》	必修
8		《视光基础知识之眼科学基础&眼屈光学》	必修
9		《博士眼镜标准裂隙灯使用流程理论篇/实操篇》	必修
10		《隐形眼镜验配技术》	必修
11		《仪器设备的使用与保养》	必修

序号	类别	课程名称	选修/必修
12	西点三年级	《博士眼镜标准验光流程理论篇/实操篇》	必修
13		《ADD 检测理论篇/实操篇》	必修
14		《隐斜视、worth 四点理论篇/实操篇》	必修
15		《渐进验配(一)》	必修
16	黄埔一年级	《管理角色认知》	必修
17		《销售技巧二》	必修
18		《客诉处理技巧》	必修
19		《渐进验配(二)》	必修
20		《AC/A 检测理论篇/实操篇》	必修
21		《店务管理》	必修
22	黄埔二年级	《管理层角色认知》	必修
23		《高效人员管理》	必修
24		《有效开展卖场活动》	必修
25		《培训技巧》	必修
26		《门店目标分配与实现》	必修
27		《商品管理(一)》	必修
28	黄埔三年级	《分区管理》	必修
29		《商品陈列》	必修
30		《会议组织与工作汇报》	必修
31		《单店营销知识》	必修
32		《商品管理(二)》	必修
33	心态类	《靠结果生存》	选修
34		《有效沟通》	选修
35	专业类	《有度数太眼镜验配技术》	选修
36		《镜架美学》	选修
37	管理类	《团队复制》	选修
38		《销售管理提升班》	选修
39		《亲子关系》	选修
40		《NLP 教练技术》	选修
41		《自动化销售系统》	必修

公司分别开设了必修课、选修课和定制课等课型，以实现关键人才标准化复制。必修课参照职业资格认定标准，加入博士眼镜特有课程，向从业人员提供资质培训与考核；选修课主要提供业务能力、管理能力及销售能力提升类课程；定制课主要通过开发专门课程，以满足员工不同阶段的培训需求。

(3) 员工激励机制创新

公司针对关键门店与关键营销人才实施“天使之翼精英计划”，将雇佣关系变为“合作关系”，对于有突出贡献的店经理，在保证每月固定月薪的同时，可从门店收益中获得一定比例的奖金。

（4）服务方式创新

在原有的验配模式下新增了场景体验式验配，建立个人专属视光档案，为顾客提供综合视光健康解决方案。

博士概念店：在这里消费者可以体验到视力检测系统全方位的个性化服务。对眼屈光状态、角膜形态及眼睛视觉差异做出客观分析。测得的全部参数将被运用到镜片加工上，让每个顾客的镜片成为个性化产品。

渐进体验区：帮助消费者在验配渐进过程中，通过模拟家居、运动、阅读等日常生活中看远看近遇到的问题，让消费者可以直接体验用一副渐进镜片解决看远看近的烦恼。

数字个性化验配服务：利用一台仪器为佩戴者提供“整套式”的眼镜验配服务，包括：从美学和化妆的角度展示镜架；直接对比多个照片或者轮换不同视角；减反射膜和染色镜片效果的演示；确定瞳孔中心；选择镜片的边缘；选择镜架水平线；中心定位数据。经过上述一整套服务流程，可以提高验配准确度与佩戴舒适度，实现个性化订制的需要。

私人视光师预约服务：通过服务平台实现线上预约线下视光师服务，以此为会员提供专属升值服务。

2、业务模式的持续创新保障机制

（1）品牌系统升级保障：定期委托专业机构进行外部消费者调研；邀请外部专家定期组织行业研讨，对品牌形象及服务流程实行两年一次的品牌系统升级。

（2）培训课程研发保障：讲师内部培训制度保证课程研发及持续升级；定期巡讲制度保证课程内容讲授；培训结果评估体系保证授课内容有效性。

（3）人才供给保障：公司推行职称制度，分别为技师、高级、中级及初级，明确员工职业规划，鼓励员工参加职业技能等级鉴定取得相应等级，每月给予相应的职称津贴，充分调动员工参加专业学习的积极性。公司积极与国内视光专业院校合作建成校企合作基地，不断引进本科、专科高等专业人才，并通过与外部咨询机构的合作和对知名企业的实地考察，为公司持续培养各类的创新型人才及复合型人才，满足公司关键岗位人才的需求。

（4）服务标准持续创新保障：定期进行零售连锁行业及眼镜产业信息收集，

进行内部学习与研讨，对服务流程升级改造。

（5）信息系统持续更新保障：公司组建了专业的信息系统研发团队，持续对信息系统平台进行更新及升级改造。由各部门参与讨论信息化设计蓝图作为信息化建设长期目标，定期收集各岗位产生的需求，与软件合作商商讨解决方案，定期公布进度。

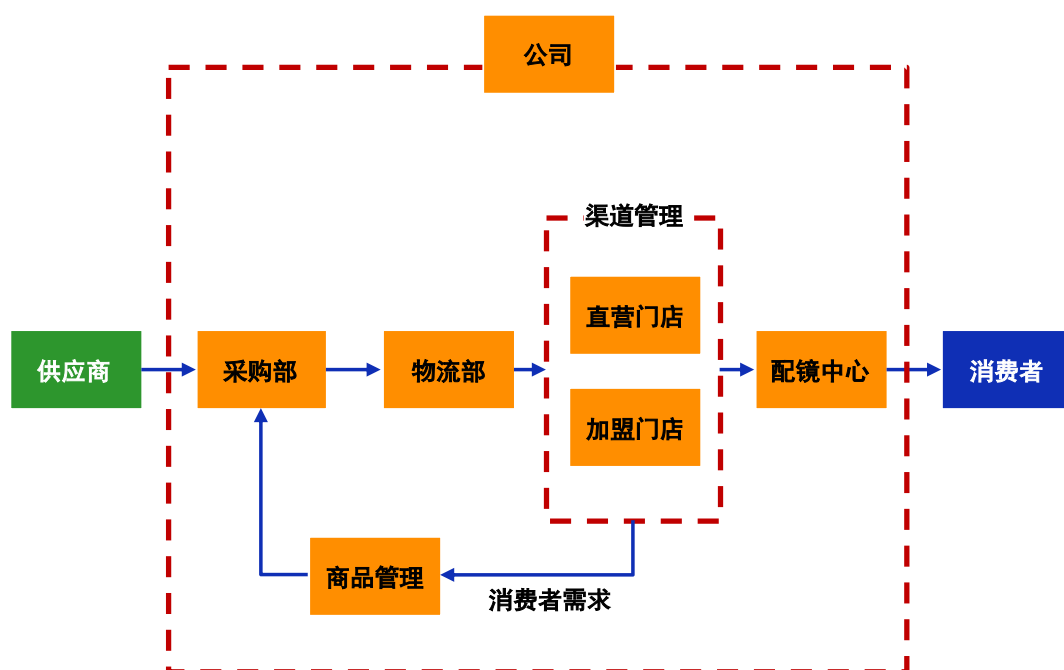
（6）鼓励创新的奖励机制：公司定期召开研讨会，各部门每月提交创新提案，由管理层及员工代表评分并决议，针对挑选出的项目给予资金支持，组建专项团队进行研发及推广实施，从而激发员工创新的积极性。

（五）公司设立以来主营业务、主要服务、主要经营模式的演变情况

自设立以来，公司一直从事眼镜连锁零售业务，且全部为直营零售；2013年以来，逐步开拓电子商务业务，并自2015年9月起积极拓展特许加盟的销售渠道。发行人的主营业务和主要经营模式未发生过重大变化。

（六）公司的主要业务流程

公司以眼镜连锁零售为主，逐步开拓电子商务等销售模式。公司运营不涉及生产环节。公司将经营重点放在品牌运营和销售渠道建设等环节。



（七）发行人产品和服务质量控制

1、ISO9001 质量管理体系

为确保公司产品服务质量符合公司内部标准及国家、行业标准，公司对验光配镜服务全过程进行了严格的质量管理和控制，并通过了 ISO9001 质量管理体系认证。具体情况如下：

名称	证书编号	产品范围	有效期至
质量管理体系认证证书	25817Q0001R0M	眼镜的销售服务	2020 年 1 月 6 日

公司对眼镜产品质量控制的一般流程如下：

流程环节	质量控制方式
供应商甄选	- 由采购部建立“合格供应商名册”，作为物资采购的依据 - 所有物资的采购应从“合格供应商名册”内采购
产品入库前	- 采购产品的验收一般采用进货检验的方式 - 若检验不合格的，按《不合格品控制程序》执行
产品进店后	- 店面工作人员进行复检，店经理进行抽检 - 营运部对各门店进行不定期抽查，并填写记录
产品加工阶段	- 操作人员和检验人员应按工艺文件要求进行检验 - 配镜中心对重要工序和特殊工序，应重点检查
产品交付前	营业员应对交付产品进行检验记录，经检验后交付给顾客

2、服务质量控制

为提高门店服务的专业性，保证客户服务质量，公司建立《博士眼镜体系课程目录》，对新入职员工、在职基层员工、店经理、大区经理等进行多层级、多

样化的专业培训。

公司定期对门店员工的专业知识、技能、产品等方面进行现场考核，并建立奖惩机制。

为提高客户满意度，保证门店服务质量，公司对门店营业人员的仪容仪表、迎送客、专业操作都进行了严格的规定，制定了《门店顾客接待流程》、《门店验光流程》等专业服务流程。

为保证售后服务质量，公司遵循国家产品质量监督管理的有关法规和商品售后服务要求，建立了退换货、售后服务制度，包括《售后服务承诺》、《售后服务细则》、《售后服务流程》及《售后服务操作标准》等。

3、采购商品的质量保障及供货渠道质量控制的标准体系

(1) 供货渠道质量控制体系

公司采用统一进货、集中采购，统一定价的采购运作模式。长期合作的供应商较为稳定，且均为具有市场影响力的知名品牌供应商。

在引进供应商时，公司按经营布局策划，由业务部门与其联系，达成采购意向后，交由合同管理部门进行审核，然后进行商谈，签订合同。在签订合同并取得公司批准后，供应商根据合同的约定负责将货物运送至配送中心或直接送至门店。引进新供应商的主要流程如下：

①采购部物控员负责收集门店及市场商品需求计划；

②采购员根据需求计划，结合现有供应商的供应情况、商品成本和质量因素制定新供应商开发计划；

③对于知名品牌供应商，采购员考核其公司规模、品牌知名度、研发（技术领先）能力、产品独特性与竞争力、市场潜力度、供货价格、付款条件、售后服务质量保证等；

④对于其他供应商，采购员通过参加眼镜行业展会、网络媒体资源收集相关商品供应商的信息，并通过邮件、传真或电话的方式联络，了解并记录各个供应商基本资料、合作条件，生产和供应周期，填写《供应商基本情况调查表》；

⑤对于审批合格的供应商，与供应商签订合同，并列入《合格供应商名册》。

对于供货渠道的持续管理，采购部一年一次对供应商进行综合评审，评审供应商商品质量、售后服务、市场支持等。使用《供应商评估档案表》记录评审过

程、结果，按分数对供应商评级，对合格供应商名册进行调整、更新，实现供应商的动态管理。

综上，发行人建立了完整的商品供货渠道质量控制体系，报告期内，发行人的主要供应商均为世界或全国知名供应商，具有较高的市场影响力，信用状况良好。

（2）商品质量保障体系

发行人建立了对商品供货渠道进行完善的质量控制体系，在整体上保障了采购商品的质量；此外，发行人还建立了完善的采购商品质量检查体系：

内部检验：供应商到货采用抽样检验与全检相结合的方式进行。其中抽样基数为到货数量的 20%，如果抽检过程中不合格品数量较多，可扩大抽检比例或全检。

委外检验：特殊的产品需要委外检验的，送专门机关检验。

定期检验：由配送中心组织对在库商品主要指太阳镜、镜架、隐形系列产品等进行。

4、质量控制执行情况

报告期内，公司未发生重大质量投诉，未发生因质量问题引起的重大诉讼、仲裁或行政处罚。

二、公司所处行业的基本情况

（一）行业监管体制与主要行业政策

1、行业监管体制

公司所属行业为眼镜零售行业，主要采用连锁经营模式。按照中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，公司属于零售业（行业代码：F52）。目前，我国对零售连锁行业的监管采取国家宏观调控和行业自律相结合的方式。国家通过商务部、工信部及国家质检总局负责引导眼镜零售业规范发展。中国眼镜行业协会为中国眼镜零售行业的自律性组织，承担行业自律、协调、监督以及企业合法权益的保护等职能。

中国眼镜行业协会成立于 1985 年，由中国境内从事眼镜及眼镜相关产品的生产、验配、经营、服务企业，教学培训单位，技术机构以及相关社会团体和个人自愿组成的全国性、行业性、非营利性的社会组织，是眼镜行业唯一的全国性行业组织。协会下设：眼镜架、眼镜片及毛坯、角膜接触镜、设备仪器、验光配镜、质量检测和科学教育七个专业委员会，各专业委员会根据协会的委托开展专业活动。眼镜协会还设有中国眼镜科技杂志社，负责编辑出版《中国眼镜科技杂志》。中国眼镜行业协会是中国眼镜行业管理的主体，主要有三方面的职能：企业服务职能；自律、协调、监督和维护企业合法权益的职能；协助政府加强行业管理的职能。

2、行业政策

（1）主要法律法规与行业标准

我国政府和相关机构通过立法与制定各种规范、标准来对眼镜零售企业的经营活动进行监督与管理，不断完善眼镜验配、零售相关的监督管理规范，以保护消费者的身体健康和人身安全，推动眼镜零售行业的规范化发展。

中国眼镜零售市场主要行业监督法律法规如下：

中国眼镜零售市场主要行业监督法律法规

序号	文件名称	主要内容
1	中华人民共和国计量法	计量监督管理
2	中华人民共和国消费者权益保护法	规定了消费者的权利、经营者的义务、国家对消费者合法权益的保护、消费者组织、争议的解决等
3	中华人民共和国产品质量法	规定了产品质量监督管理以及生产经营者对其生产经营的缺陷产品所致他人人身伤害或财产损失应承担的赔偿责任
4	中华人民共和国反不正当竞争法	规范竞争行为，维护社会经济秩序
5	零售商促销行为管理办法	规范零售商的促销行为，保障消费者的合法权益，维护公平竞争秩序和社会公共利益，促进零售行业健康有序发展
6	零售商供应商公平交易管理办法	规范零售商与供应商的交易行为，维护公平交易秩序，保障消费者的合法权益
7	眼镜制配计量监督管理办法	规定了境内从事眼镜制配计量活动和相关的计量监督管理，规范眼镜制配的计量行为
8	工业企业产品质量分类监管试行办	规定了对涉及公共安全、人体健康和生命财产

	法	安全的重要工业产品生产企业实施产品质量监督的分类管理
9	医疗器械监督管理条例	规定了对从事医疗器械的研制、生产、经营、使用活动的监督管理
10	医疗器械经营监督管理办法	加强医疗器械经营监督管理，规范医疗器械经营行为，保证医疗器械安全、有效

中国眼镜零售企业在具体经营过程中，除了要遵循国家有关法规外，还应遵循一系列相关的国家及行业标准，有关标准如下：

中国眼镜零售行业正在实施的行业标准³

序号	名称	标准号
1	配装眼镜 第1部分：单光和多焦点	GB 13511.1-2011
2	配装眼镜 第2部分：渐变焦	GB 13511.2-2011
3	配装眼镜 验光处方和配镜加工单的规范	QB/T 4733-2014

(2) 隐形眼镜零售经营许可

2000年1月4日，国务院颁布《医疗器械监督管理条例》（以下简称“《管理条例》”）；2004年8月9日，国家食品药品监督管理局颁布《医疗器械经营许可证管理办法》（以下简称“《管理办法》”）。根据《管理条例》、《管理办法》的规定，开办第二类、第三类医疗器械经营企业，应当经省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门审查批准，并颁发《医疗器械经营许可证》。

2014年3月7日，国务院公布了新修订的《医疗器械监督管理条例》。根据新修订的《管理条例》，从事第三类医疗器械经营的，经营企业应当向所在地设区的市级人民政府食品药品监督管理部门申请经营许可。新修订的《管理条例》自2014年6月1日起施行。

2014年7月30日，国家食品药品监督管理总局颁布《医疗器械经营监督管理办法》（以下简称“新《管理办法》”）。根据新《管理办法》，从事第三类医疗器械经营的，经营企业应当向所在地设区的市级食品药品监督管理部门提出申请。新《管理办法》自2014年10月1日起施行，《管理办法》同时废止。

根据国家药品监督管理局组织制定的《医疗器械分类目录》，“6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备”中关于隐形眼镜及隐形眼镜护理液的分类如下所示：

³资料来源：国家质检总局网站，工信部网站

序号	名 称	品 名 举 例	管理类别
1	植入体内或长期接触体内的眼科光学器具	眼人工晶体、角膜接触镜（软性、硬性、塑形角膜接触镜）及护理用液、眼内填充物（玻璃体等）、粘弹物质、灌注液（重水、硅油）	III

隐形眼镜及隐形眼镜护理液属于第三类医疗器械。根据新修订的《管理条例》和新《管理办法》，销售隐形眼镜及隐形护理液的零售企业必须取得《医疗器械经营许可证》。

（3）行业政策

为促进国内零售业的繁荣和发展，我国先后多次出台鼓励发展连锁经营的相关政策。

2012 年，商务部公布《商务部关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》（商流通发[2012]27 号），提出“鼓励专业店、专卖店、会员店连锁化经营，满足消费者个性化需求。支持大型连锁企业建设自有物流配送中心，并面向社会提供配送服务。推动零售企业与生产企业建立新型供销关系，培育一批供应链龙头企业。规范商品销售代理制，引导生产企业建立规范的直供直销体系，减少代理层次和流通环节。支持中小企业发展直营连锁经营、特许连锁经营和自愿连锁经营，实行统一采购，统一配送，统一结算，统一形象。加快完善促进中小零售企业发展的政策措施，破除投资障碍，降低经营负担，缓解融资困难。研究解决连锁企业跨地区经营税收收入分配问题，落实连锁企业跨地区统一纳税政策。”

2012 年，国务院发布《国内贸易发展“十二五”规划》（国办发〔2012〕47 号），确立“十二五”时期“社会消费品零售总额年均增长 15%，限额以上连锁零售企业销售额占社会消费品零售总额比重提升到 20%的发展目标”，“鼓励发展连锁经营。推动连锁经营向多行业、多业态延伸，提高流通规模化、组织化程度。鼓励发展直营连锁，规范发展特许连锁，扶持发展自愿连锁。提升统一采购、统一管理、统一核算、统一配送水平。运用信息化手段，优化供应链，提高经营管理水平。”2016 年，商务部等 10 部门发布《国内贸易流通“十三五”发展规划》（商建发〔2016〕430 号），确立“到 2020 年，社会消费品零售总额接近 48 万亿元，年均增长 10%左右”的发展目标，提出“创新发展连锁经营，引导流通企业通过联合采购、共同配送、特许经营等方式，提高集约经营能力”。

2012 年，工信部发布《轻工业“十二五”发展规划》（工信部规〔2011〕517 号），提出“满足消费者对个性化眼镜等时尚产品和奢侈品的需求，促进城市居民消费升级”，“加强新材料、新工艺的开发和应用，生产新型材料的眼镜产品。应用先进设备和工艺技术，提升镜架等配件的精细化加工水平”。2016 年，工信部发布《轻工业发展规划（2016-2020 年）》（工信部规〔2016〕241 号），提出“推动眼镜工业向高品质、轻质化和时尚化方向发展。加快光学性能优化、材料轻质化、表面增强、抗损自洁等核心技术研发和应用。重点发展以矫正视力为主，适合不同年龄群体需求，具有护眼、保健、时尚、智能等多种功能产品。提高生产过程的自动化、智能化水平”。

2013 年，中国眼镜协会通过《中国眼镜行业职业道德规范》、《中国眼镜协会会员基本行为规范》、《中国眼镜行业诚信经营规范》、《中国眼镜行业质量检查制度》、《验配眼镜企业服务规范》、《中国眼镜协会行业内争议处理规则》等六个“行规行约”，提出“从业者要充分认识到所从事职业的社会价值，认识到眼镜行业在国计民生中的重要性。诚信经营，无欺诈无假冒伪劣。眼镜企业应共同努力，促使公平贸易环境的不断完善与提高。各眼镜生产、贸易、验配和零售企业应接受并积极配合中国眼镜协会组织开展的行业质量检查工作。严格遵照《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，解决退换货、服务质量问题”等。

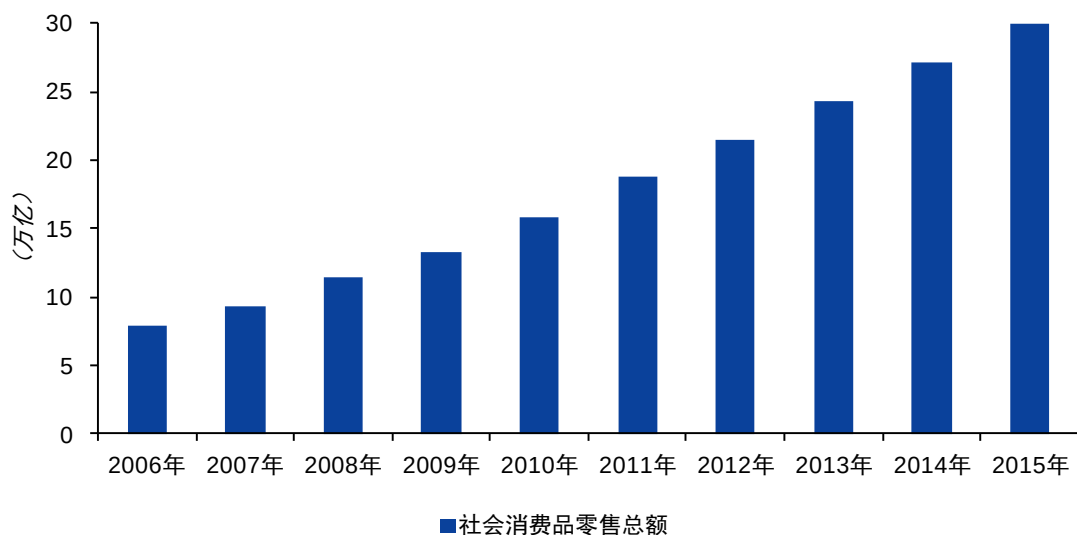
（二）行业发展概况

1、零售业总体状况

（1）社会消费品零售总额显著增长

近年来，伴随着我国国民经济的快速增长，我国社会消费品零售总额显著增长，由 2006 年的 7.91 万亿增长到 2015 年的 30.09 万亿，复合增长率达 16.00%；2006 年以来，我国社会消费品零售总额年增长率均保持在 10%以上。

我国社会消费品零售总额

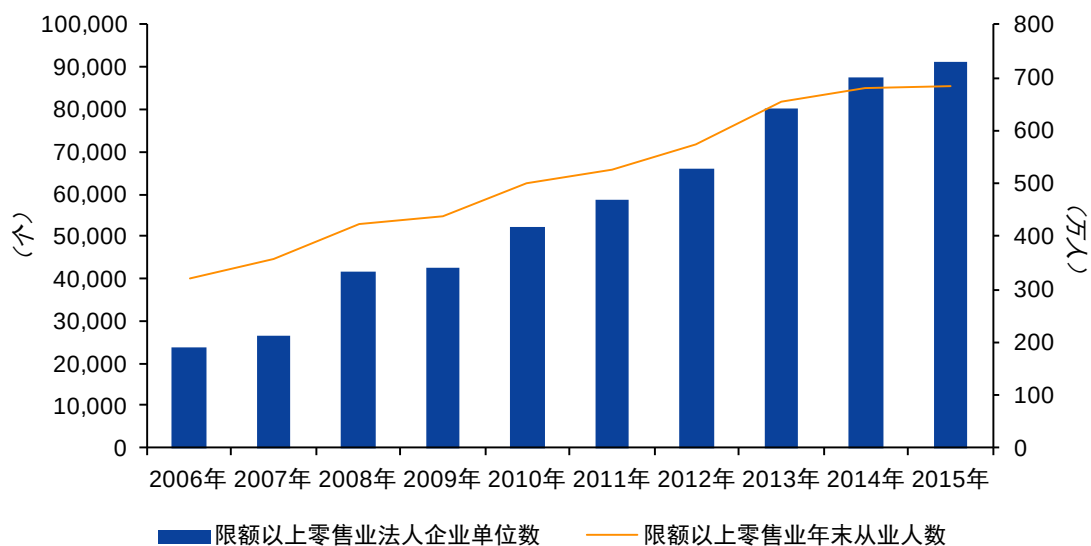


资料来源：国家统计局

（2）零售企业蓬勃发展

我国经济的持续快速发展，零售市场的迅速增长，促进了我国零售企业的快速发展。根据国家统计局数据显示，2006 年我国限额以上零售业法人企业单位数为 23,663 个，到 2015 年已经增长到 91,258 个，复合增长率达 16.18%；2006 年我国零售业年末从业人数为 319.44 万人，到 2015 年已经增长到 682.84 万人，复合增长率达 8.81%。

零售企业发展状况

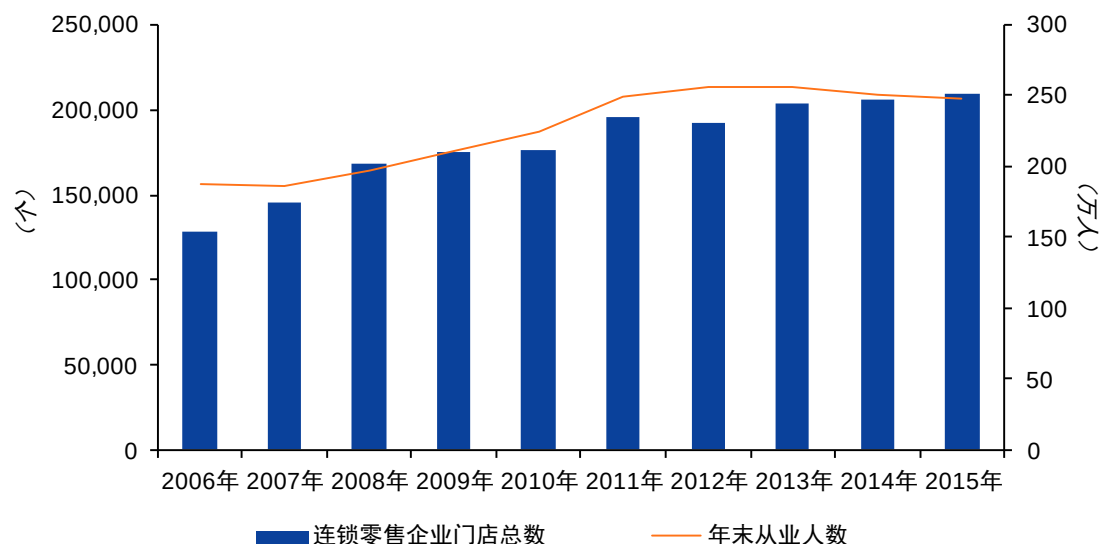


资料来源：国家统计局

（3）连锁零售企业快速发展

根据国家统计局数据，2006 年我国连锁零售企业门店 128,924 个，到 2015 年已经增长到 209,812 个，复合增长率达 5.56%；2006 年我国连锁零售企业年末从业人数为 187.10 万人，到 2015 年已经增长到 248.08 万人，复合增长率达 3.18%。

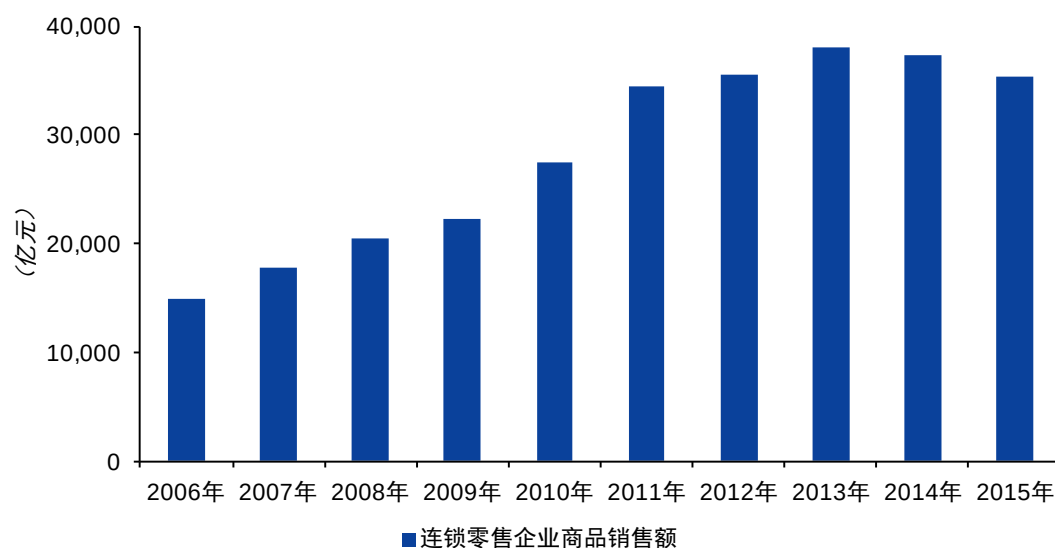
连锁零售企业基本情况



资料来源：国家统计局

根据国家统计局数据显示，2006 年我国连锁零售企业商品销售额为 14,952.20 亿元，到 2015 年已经增长到 35,400.40 亿元，复合增长率达 10.05%。

连锁零售企业销售额



资料来源：国家统计局

(4) 传统零售进军电商

近年来，我国网络购物环境日趋完善，国内电子网络购物呈现高速发展的态势。据中国电子商务研究中心数据，2015 年中国网络购物用户规模达 4.6 亿人，而 2014 年的用户规模为 3.8 亿人，同比增长 21.05%；2015 年中国网络零售市场交易规模达 38,285 亿元，较 2014 年的 28,211 亿元同比增长 35.71%，预计 2016 年有望达到 53,261 亿元。⁴鉴于网络零售的迅速增长，传统零售企业开始开展电商业务，并利用自身在商品渠道、物流管理、营销管理等方面的优势，开展 O2O 等多渠道经营探索。根据中国连锁经营协会的调查，截至 2015 年，国内连锁百强企业中有 83 家开展了网络零售业务，其中近 80% 的企业采用自建平台，超过 70% 的企业采用两种及以上的线上渠道开展网络零售，有 20 家企业开发了自己的 APP。⁵

2、中国眼镜零售行业发展现状

（1）眼镜零售行业呈现了较快的增长趋势

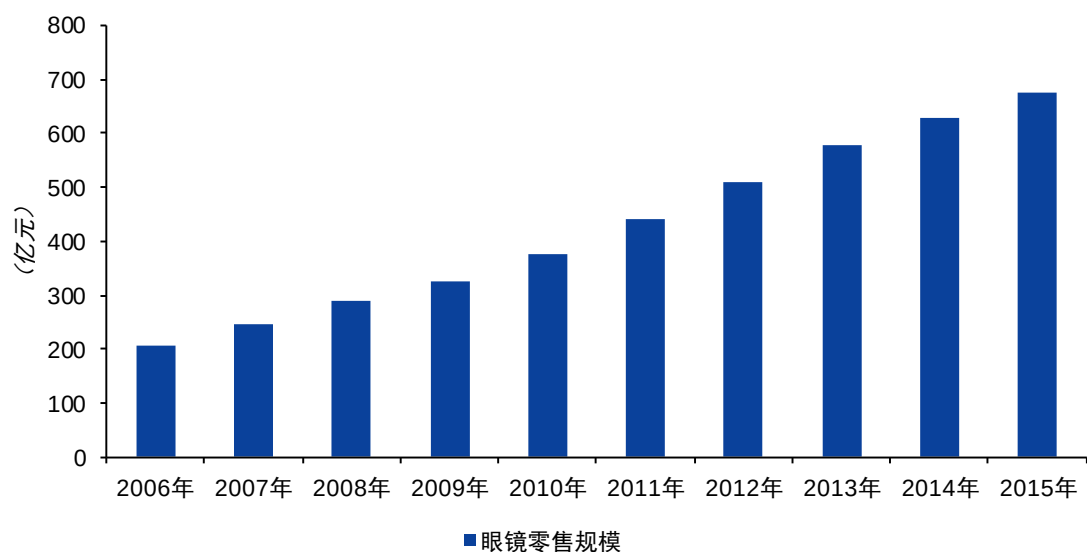
近年来，中国宏观经济稳定发展，高近视率的刚性需求，中国眼镜零售市场也稳步增长。随着居民可支配收入逐年提高，人民生活水平、消费能力不断提高，消费者有能力购买多副眼镜以满足不同场合的佩戴需求，选择超轻新材质的镜架，抗辐射、抗疲劳等多功能的镜片，这些都刺激了眼镜零售市场的快速增长。据 Euromonitor 研究报告⁶，中国眼镜零售市场规模从 2006 年的 208.20 亿元增长到 2015 年的 673.94 亿元，年均复合增长率达 13.94%。

2006-2015 年中国眼镜零售市场规模

⁴ 资料来源：中国电子商务研究中心 《2015 年度中国电子商务市场数据监测报告》

⁵ 资料来源：中国连锁经营协会 《“2015 年中国连锁百强”发布》

⁶ 资料来源：Euromonitor 《Eyewear in China》，眼镜零售市场由镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜和隐形眼镜护理液组成。

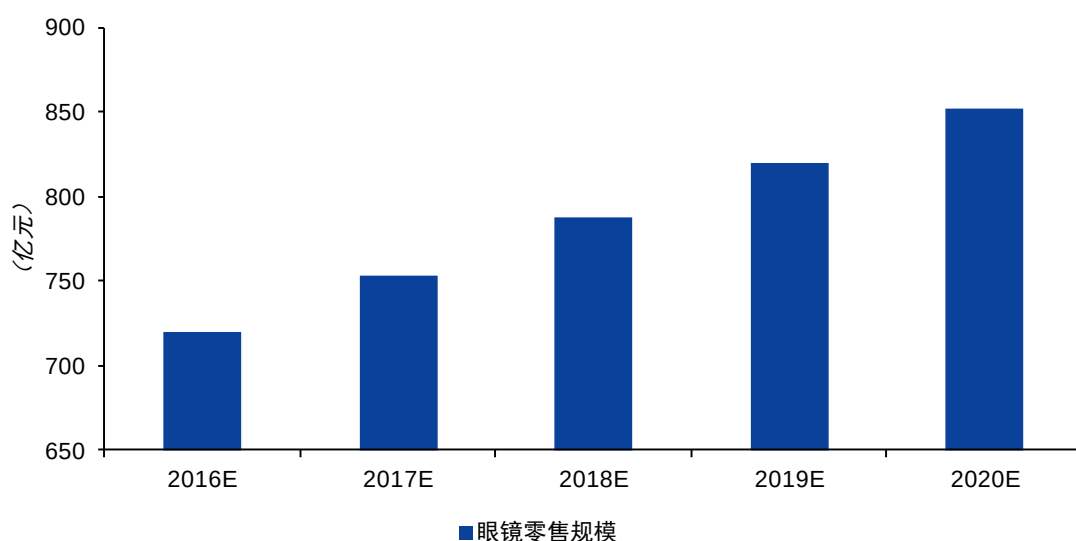


资料来源：Euromonitor

(2) 眼镜零售行业发展空间较大

宏观经济的稳定发展与促进内需的政策将保障国民可支配收入水平、城镇化率的进一步提升，眼镜消费预计也将持续增长。稳定增长的个人财富、日益提高的健康意识、庞大的近视群体、不断更新换代的新产品，均为眼镜零售行业的未来发展奠定了坚实的基础。同时人口老龄化也增强了对老花镜的需求。据 Euromonitor 预测，中国眼镜零售市场在未来五年将保持 4.79% 的年均复合增长率，到 2020 年行业整体规模将达 851.77 亿元。

2016-2020 年中国眼镜零售市场规模预测

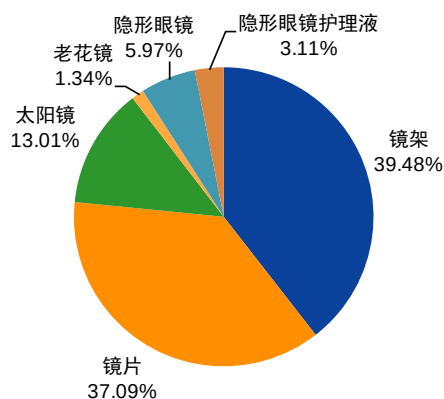


资料来源：Euromonitor

（3）产品细分市场现状与趋势

根据 Euromonitor 研究报告的统计口径，眼镜零售市场由镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜和隐形眼镜护理液组成，2015 年中国眼镜零售市场中镜架、镜片的所占的市场份额最高，分别为 39.48%和 37.09%。

2015 年中国眼镜零售市场产品份额



资料来源：Euromonitor

镜架：眼镜的重要组成部分，主要起到支撑镜片的作用，同时可起到美观的作用。作为个人的重要配饰，由于色调、风格和材质的不同，镜架产品能够改变个人形象。随着“一人多镜”的理念逐渐被消费者所接受，消费者购买多种镜架用于不同场合，这推动了镜架产品的销售增长。

镜片：眼镜的重要组成部分，为曲面透明材料。随着消费者的成熟，视力保护的理念日益提高，越来越多的消费者开始关心镜片的品质与功能，如防蓝光、防辐射，耐刮伤等。近年来，渐进式眼镜片可以同时解决近视和老花的问题而越来越受到消费者的青睐，针对青少年的功能性光学矫正镜片也开始在市场中流行。多元化的镜片选择和镜片产品不断升级均支持了零售市场的繁荣发展。

太阳镜：一种为防止太阳强光及紫外线刺激造成对人眼伤害的视力保护用品，也作为时尚装饰使用。越来越多的人，特别是年轻一代，购买太阳镜不仅是为了防止太阳强光及紫外线刺激对眼睛的伤害，更是作为体现个人品味的配饰，他们更愿意购买多付太阳镜以彰显个性。而明星佩戴太阳镜的追星现象与影视作品中植入广告而带来的效仿效应推动了时尚太阳镜市场的发展壮大。同时，户外

活动和旅游度假的增多也刺激了太阳镜的需求。

老花镜：为了满足眼睛老花人群需要的一种光学产品。我国人口老龄化节奏正在逐步加快。《中国老龄事业发展“十二五”规划》指出，从 2011 年到 2015 年，全国 60 岁以上老年人将由 1.78 亿增加到 2.21 亿，平均每年增加老年人 860 万；老年人口比重将由 13.3% 增加到 16%，平均每年递增 0.54 个百分点，到 2030 年全国老年人口规模将会翻一番。美国 Vision Council 视力总会的年度调查显示，45 至 54 岁的年龄群组中配戴老花镜占总人口的 23%，55 岁以上年龄群组中配戴老花镜的则占总人口的 20%。⁷由此可以看出老花镜市场潜力较大。

隐形眼镜：一种戴在眼球角膜上，用以矫正视力或保护眼睛的镜片。由于隐形眼镜美观、佩戴方便，越来越多的消费者，特别是年轻人，选择购买隐形眼镜。同时，随着“越短越健康”的理念深入人心，短周期隐形眼镜产品越来越受欢迎，短周期产品用户持续增多也会对我国隐形眼镜市场总量的增长产生积极的作用。

隐形眼镜护理液：一种隐形眼镜护理的必需品，主要用于对生物材料的清洗、消毒、去除蛋白等。根据 Euromonitor 研究报告，国内隐形眼镜护理液的零售额稳定增长，从 2010 年的 12.04 亿元增长到 2015 年的 20.94 亿元，复合增长率达 9.66%。随着频繁的广告和市场推广活动，消费者将习惯使用隐形眼镜护理液来清洗和储存隐形眼镜。同时，零售商提供不同容量规格的隐形眼镜护理液，并鼓励消费者购买小包装的隐形护理液以保持其新鲜度和减少污染的可能性，也将持续推动隐形护理液的销量。

（4）眼镜零售行业现状

①眼镜零售向连锁化发展

上世纪 80 年代之前，中国没有严格意义上的眼镜零售市场；80 年代末和 90 年代初，我国眼镜店的结构中，以国营店为主，私营店处于萌芽状态，眼镜店主要销售的产品为玻璃镜片和款式单一、材质普通的镜架。随着金属钛架和树脂镜片的应用，新科技与营销技术带动了眼镜零售店的发展。90 年代中期，眼镜行业进入了快速成长期。在这期间，一些重视信誉的眼镜店在竞争中逐渐发展壮大，

⁷ 资料来源：中国眼镜协会 《美国眼镜市场的消费模式研究》

由单个店面发展壮大成为区域性或者跨区域的大型连锁店。⁸如今，国内眼镜连锁企业如宝岛眼镜等也各自发力，规模逐渐成长，行业梯队逐渐形成，品牌企业开始涌现。至今，国内具有一定规模的眼镜零售店已遍布全国大中城市，并朝现代营销、连锁经营的方向发展。

②多元化零售业态正在形成

随着居民可支配收入的日益上涨，消费者消费能力增强，消费心理也日渐成熟，眼镜的消费需求正朝着多元化、个性化的方向发展。因此，深度挖掘特定群体的消费偏好，细分消费者市场，已成为眼镜零售新趋势：既有中高端眼镜连锁品牌来满足中高端消费者的个性化需求，也有以价格为导向的平价眼镜超市以刺激低端消费；既有眼科医院等专业医疗视力保健机构，也有鼓励一人多镜的快时尚眼镜店。

③外资企业进入国内眼镜零售市场

鉴于中国眼镜市场具有较大的发展潜力，一些国外眼镜零售巨头积极拓展国内市场。凭借着雄厚的资本，跨国眼镜公司纷纷通过投资、收购等方式抢滩中国市场。2005年，荷兰眼镜投资公司 HAL Investments Asia B.V.以 2.14 亿元人民币收购上海老字号红星眼镜公司 78%的股权，红星眼镜公司在全国拥有 49 家直营店和 64 家加盟连锁店。⁹2005 年 7 月，Luxottica 收购北京雪亮眼镜，收购价为人民币 1.69 亿元，并承担 4,000 万的负债，收购门店 79 家；2006 年 7 月，Luxottica 收购广东明廊眼镜，收购价 2.9 亿元，收购经营网点 278 个；2006 年 11 月，Luxottica 收购上海现代光学，收购价 1.4 亿元，收购门店 28 家。¹⁰这些举措虽然在短时间内使外资企业的门店数量能迅速增长，但国内消费者消费理念、消费习惯、消费水平与国外消费者存在较大差异，进一步适应本土化的需求是外资企业提高在中国市场的竞争力的关键。

④眼镜零售商试水电商业务

由于中国网络购物的总规模快速增长，国内眼镜零售商已经开始试水电子商

⁸ 资料来源：《中国眼镜科技杂志》2011 年第 3 期

⁹ 资料来源：HAL Investments B.V. 2005 年公司年报

¹⁰ 资料来源：Luxottica 2006 年公司年报

务。根据 Euromonitor 研究报告，国内眼镜产品的线上零售额占整个眼镜零售市场规模的占比逐年增长，从 2010 年的 0.90% 增长到 2015 年的 5.90%。

与传统线下渠道相比，网络销售眼镜具有如下优势：一是眼镜款式多，解决实体店因面积、库存压力不能尽显产品样式的问题；二是直接接触广大终端客户，可广泛、清晰、深入传递品牌与产品信息。

网络销售眼镜产品同样存在劣势。首先，隐形眼镜及隐形护理液的网上销售受到严格的监管。网络销售隐形眼镜及隐形护理液等医疗器械产品除《医疗器械经营许可证》外，也须获得《互联网药品交易服务资格证书》。目前，取得网络药品交易相关资质的企业绝大部分为医药连锁企业。其次，网络销售眼镜难以满足消费者定制化以及实际佩戴体验的需求。线下零售店特别是专业眼镜零售店，可以通过面对面的交流，为客户选择最合适的眼镜，并提供使用指导、调校、清洗等丰富的售后服务，提高客户佩戴舒适度，满足客户对高品质服务的需求。随着居民人均收入水平的提高，消费者对定制化产品、个性化服务的需求将增多，在这方面，网络销售眼镜难以与专业眼镜店竞争。因此，目前网络销售以标准化的太阳镜等成镜为主。

（三）行业发展趋势

1、眼镜连锁企业市场份额不断提升

随着眼镜消费者消费观念的转变，人们越来越注重视光服务的专业性。镜片度数的精确性、验配人员的专业水平和配镜设备的可靠性是消费者心目中衡量眼镜店好坏的基本尺度，而从一定意义上说，眼镜店的品牌形象也是其提供专业的产品和服务质量的保证。¹¹眼镜连锁企业因其品牌优势，良好的产品质量和服务质量、专业的验光配镜服务人员、现代化的验光配镜设备，能够更好的满足消费者的需求，其市场份额有望不断提升。

同时，伴随着消费者需求的提高，经营成本的持续攀升，电子商务冲击的压力，中小眼镜零售商市场占有率将不断萎缩，大型眼镜零售连锁企业携规模、管理、品牌、服务的优势，将获得较大的发展机会，眼镜零售市场必将朝着规范化、

¹¹ 资料来源：零点研究咨询集团 《眼镜消费：看上去很美》

集团化方向发展。欧美发达国家的商业流通业已经进入连锁经营时代，目前连锁经营销售额约占全部销售额 60%以上，美国已达 80%。¹²而 2015 年，我国限额以上连锁零售企业销售额占社会消费品零售总额的比例仅为 11.76%。可以预见，中国眼镜的大型连锁零售企业未来有较大的市场空间。

2、二三线城市发展潜力较大

随着中国城镇化政策的推进，相比一线城市，二、三线城市眼镜零售市场的潜力较大。根据波士顿咨询公司的研究报告，在中国较小城市，2010 年只有 18% 的消费者符合中产阶级及富裕消费者的标准，而这个比例在十年之内将增至 45%。到 2020 年，中国的中产阶级及富裕消费者数量将增加三倍左右，从 1.5 亿增长到 4 亿以上，其中三分之二将居住在小城市。¹³随着城市化进程加快、城镇居民消费水平的提升、物流等基础设施建设的完善，竞争激烈程度相对较小、发展空间较大的二、三线城市将成为眼镜连锁企业的必争之地。而相较于一线城市高昂的人工成本和租金成本，运营成本相对低廉的二、三线城市也更适宜眼镜连锁企业开设门店以进行全国布局。

3、探索线上线下互动的经营模式

由于网络销售眼镜无法提供验光服务，网络销售隐形眼镜受到了严格的控制，目前线上眼镜零售是以太阳镜为主，网络销售占中国眼镜零售市场比例仍然不高。而线上展示各种款式以吸引消费者，线下验光配镜的互动模式将线上的便利性与线下的体验性相结合，既可以降低企业的运营成本，又可以掌握客户信息与购买习惯，实现精准营销。未来，眼镜零售行业龙头企业将加快推进电子商务渠道的建设，通过差异化产品与服务，抢占新兴领域，以保持竞争优势。

4、行业兼并整合将增多

目前我国眼镜零售行业集中度较低，通过行业内部整合可以使眼镜零售企业快速扩张，迅速提高其市场占有率。跨国眼镜零售商已通过兼并收购国内现有眼镜零售品牌进入中国市场，在短时间内实现跨区域的布点。随着本土优秀眼镜零售企业的发展壮大，他们将凭借着本土化的优势，成为行业整合的重要参与者，通过跨区域收购壮大企业规模，进一步提升行业集中度。

¹² 资料来源：经济日报 《我国流通业尚存四大差距》

¹³ 资料来源：波士顿咨询公司 《小城市大收获：中国快速增长的新机遇》

（四）行业竞争格局和市场化程度

1、眼镜零售市场竞争态势

从数量上看，中国眼镜零售店数量众多，占市场较大份额的大型龙头企业较少，市场集中度低，市场竞争较激烈，市场中存在无序竞争、不规范运作、品牌意识淡漠等问题，整体市场处于向规范化、规模化发展的过程中。其中低档眼镜零售市场主要面对价格竞争，比较接近完全竞争市场；而对于中高档眼镜零售市场，大型眼镜零售连锁企业能够提供专业的验配服务、中高端的眼镜商品、优质的购物环境以满足消费者多样化、时尚化的配镜需求，因此具有竞争优势，市场发展潜力较大。

2、区域领先与全国扩张

目前，中国市场上眼镜零售连锁企业主要有如下两个梯队：

区域性连锁品牌：目前，我国眼镜零售行业的二元结构特征明显，各区域市场均存在各自的区域性龙头企业，规模参差不齐，熟悉当地消费需求、消费习惯，占据城市成熟商圈优质网点，率先树立品牌形象，从而在本地区域内形成了较强的竞争能力。

全国性连锁品牌：主要有宝岛眼镜、博士眼镜、亮视点等企业，这些是眼镜零售连锁行业的第一梯队，其在全国范围内拓展销售网点，逐步扩大其市场份额，但从整个市场看，这些企业的市场份额仍然较小。随着消费者品牌意识和服务需求的增长，已经取得先发优势的大型连锁品牌企业在全国扩张方面具有较强的竞争优势。

（五）行业内主要企业的情况

除博士眼镜外，眼镜零售行业具有一定规模的企业如下所示：

1、宝岛眼镜

宝岛眼镜作为华人世界中眼镜界比较知名的品牌，拥有 30 多年历史，目前在中国内地、台湾分别开拓市场。其中，在中国内地拥有近 1200 家门店。

2、上海三联（集团）有限公司

上海三联（集团）有限公司始建于 1956 年，是专业经营钟表、眼镜、照相器材零售批发的企业集团，拥有“吴良材”、“茂昌”两大眼镜品牌。¹⁴

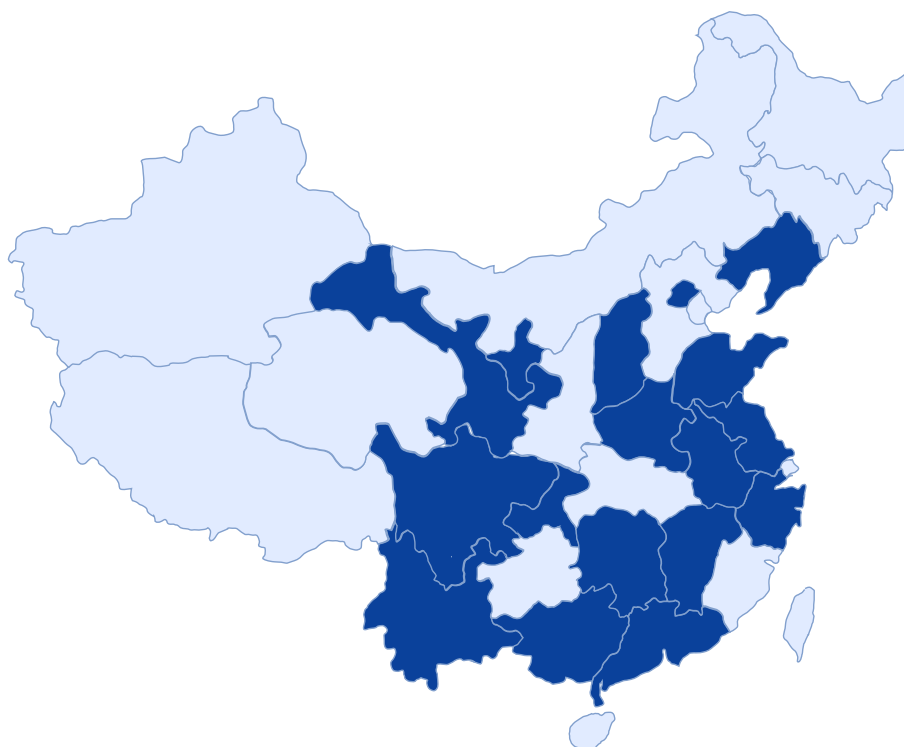
3、亮视点

亮视点（LensCrafters）是 Luxottica（陆逊梯卡）集团旗下的高端眼镜零售品牌。自 2006 年入驻中国市场，在中国内地和香港拥有超过 200 家连锁店。

（六）发行人的竞争地位

1、发行人在行业中的市场地位

公司是国内眼镜零售市场中领先的眼镜零售连锁企业之一，也是国内直营门店数量领先的连锁眼镜零售企业之一，处于全国性眼镜连锁品牌的第一梯队。截至 2016 年末，公司共拥有 318 个经营网点，其中直营门店 304 家，加盟门店 14 家，公司门店分布如下图所示：



注：加深区域为公司已开设门店区域

¹⁴资料来源：各公司官网

公司自创立至今，曾获得“深圳老字号”、“深圳人喜爱的十佳知名消费品牌”、“2011 年度文明诚信私营企业”等多个荣誉称号，拥有较高的品牌知名度和市场影响力。

经过多年的快速发展，2014-2016 年公司营业规模持续增长，公司在眼镜零售市场的占有率情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
行业销售规模（亿元） ¹⁵	719.57	673.94	628.11
公司销售规模（亿元）	4.16	3.76	3.61
公司市场占有率（%） ¹⁶	0.58%	0.56%	0.57%

2、发行人主要竞争优势

（1）突出的品牌影响力

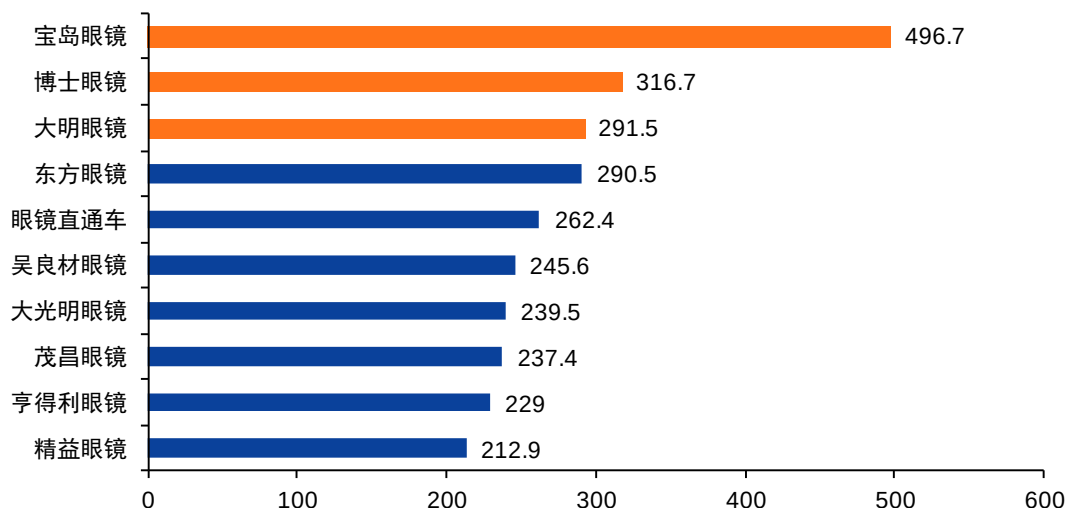
公司经过多年的经营，积累了大量的行业经验和品牌知名度，在中高端市场形成知名度美誉度并存的稳健态势。根据 Chnbrand¹⁷发布的中国品牌力指数（简称：C-BPI）调查结果，在 2011 至 2015 年连续五年的全国眼镜销售连锁店品牌评价中，博士眼镜均进入中国眼镜销售连锁店品牌力排行榜前 3 位，并在 2013 至 2015 年连续三年保持在第 2 位。

2015 C-BPI 眼镜销售连锁店行业上榜品牌 C-BPI 得分

¹⁵数据来源：Euromonitor 《Eyewear in China》

¹⁶由于我国尚未有权威机构公开发表关于眼镜连锁行业的市场份额数据，发行人根据从 Euromonitor 取得的数据并结合公司自身经营成果，计算得出公司的实际销售收入在整个市场中的占有率。

¹⁷Chnbrand 为国内一家品牌评价机构，前身为由工信部中小企业发展促进中心进行业务指导的中国中小企业国际合作协会企业品牌研究中心。



资料来源：Chnbrand

（2）全国布局的直营网络规模优势

公司自创办以来，始终坚持“区域领先、稳健扩张”的发展战略。在区域市场坚持专业服务领先和规范化运作的经营策略，谋求区域市场的核心竞争优势。截至 2016 年末，博士眼镜在深圳市场、南昌市场拥有较强的市场影响力。多年的区域扩张经验已让公司总结出可在全国推广复制的成熟发展模式，公司以全国性品牌为目标稳步进行全国布局，截至 2016 年末已在全国 17 个省、自治区、直辖市拥有 304 家直营门店和 14 家加盟门店。

公司在扩张过程中坚持以直营的方式进行拓展。公司所有门店统一管理、统一采购、统一配送，各品牌门店采用统一的形象设计和装修风格，形成了具有一定竞争力的规模优势和品牌效应，并建立起信息化营销网络管理系统，有效地提升了公司连锁经营的效率，有利于公司连锁门店进一步扩张。未来，公司可依托资本市场的力量，实现快速扩张，巩固其作为全国性连锁企业的规模优势，获取更大的规模经济效益。

（3）多层次市场布局

公司目前拥有四个眼镜零售品牌，分别是：高端定制眼镜连锁品牌——President optical，专业视光眼镜连锁品牌——博士眼镜，时尚快消眼镜连锁品牌——z de，个性潮牌眼镜连锁品牌——砵（Mygaos 发展而来）。多层次的品牌建设，涵盖多种消费诉求，避免同质化的竞争，拓宽了公司的目标消费者群体，有利于公司的利润最大化。同时，公司直营门店涵盖百货、购物中心、医院、超市、

街铺等多种店铺类型，既能在知名商圈重点布局，提高公司品牌的知名度，又能深入居民社区，了解消费者的消费习惯，能够满足消费者各种需求，增强了公司的竞争力。近年，公司也开始拓展电子商务业务，在天猫、京东等平台开设网络商城，积极布局线上业务，通过 O2O 的运营模式以实现线上线下的相互促进、协同发展。

（4）服务流程标准规范

公司在发展过程中，始终关注验光、服务、环境等综合条件，力求带给客户更卓越、更舒适的购物体验。公司在业界较早通过 ISO9001 质量体系认证，并结合公司的实际情况和企业文化，形成了一整套连锁店服务流程与管理制度。除为顾客提供舒适的购物环境，专业的视光服务外，为保证眼镜佩戴的舒适度与验光的准确度，公司引进了先进的电脑综合验光仪、裂隙灯、电脑全自动镜片加工机、磨边机等设备，并在各眼镜店都配有专业的验光师。在质量保证方面，公司配送中心和配镜中心负责对进库产品的检验，定配工负责加工过程中产品的检验，质检员负责加工过程中产品的监视和测量，门店负责对到店产品以及交付给顾客的产品复检，多道审核程序保障眼镜质量。

（5）渠道优势

目前，国内高端眼镜市场被国际品牌供应商所掌握，国际供应商处于相对较强势地位。与国际供货商良好的合作使得大型眼镜零售连锁企业在获得优质品牌产品的同时，也可以降低经营成本。因此，高端眼镜品牌的进货渠道也是获得眼镜零售行业竞争优势的重要因素。公司一直与陆逊梯卡、霞飞诺等国内外知名眼镜供应商建立长期稳定的业务合作关系，供货渠道稳定，为公司的日常经营提供了强有力的支撑。凭借公司集中采购的规模优势、良好的品牌管理与诚信的口碑，国内外大型供应商愿意在品牌推广、市场活动、返点让利等方面对公司进行支持。

另外，公司与华润置地、万达商业地产、银泰百货、金鹰百货、天虹商场、沃尔玛、人人乐、京基集团等合作伙伴建立了密切的合作关系，减少了公司在全国进行选址、谈判的投入，与合作伙伴的关系是公司的重要资源。

3、发行人的竞争劣势

（1）加速扩张存在资金瓶颈

公司虽然已经成功实现跨区域发展，在广东及江西区域市场占据了市场优势

地位，精细化管理模式、标准化流程和标杆店复制为公司加速拓展全国其他市场提供了保障，但公司目前的融资渠道主要依靠自身积累实施滚动发展，与外资企业动辄以亿元收购区域连锁企业的步伐相比，单一的融资渠道难以满足公司快速发展的需求。公司亟需拓宽融资渠道，抓住我国眼镜零售行业的发展机遇，充分发挥公司经营优势。

（2）信息化系统有待加强

信息系统的建设，是连锁零售企业供应链整合的基础，这直接影响到连锁零售企业的竞争能力，高效的信息系统是连锁企业核心竞争力的重要支撑。一般而言，信息系统的发挥效用也依赖于企业的发展规模、网点布局等。目前公司已有覆盖了门店管理、财务管理和客户管理在内的一整套信息化系统，但系统应用的深度与广度、各系统间的协同效应有待加强，随着公司发展规模的扩大、连锁网络的拓宽，现有信息系统难以满足公司业务发展的需求。公司亟需建设覆盖供应链管理全程、满足电子商务发展需要、高效的信息系统，以提升公司的竞争力，降低运营成本，进一步提高效率。

4、公司竞争地位的未来可预见的变化趋势

在眼镜零售市场发展空间大、眼镜零售商呈现一定程度的分化的背景下，公司本次拟募集资金建设营销服务平台和进行信息化建设。营销服务平台的建设能进一步加强公司覆盖全国的营销服务网络，增强公司的竞争力和提升市场地位；通过实施“信息化建设项目”，进一步提升公司的管理效率和员工的工作效率，并满足公司未来业态多样化发展的需求。本次募集资金投资项目实施后，预计未来公司的营业收入、市场占有率及竞争地位将显著提升。

（七）影响发行人发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

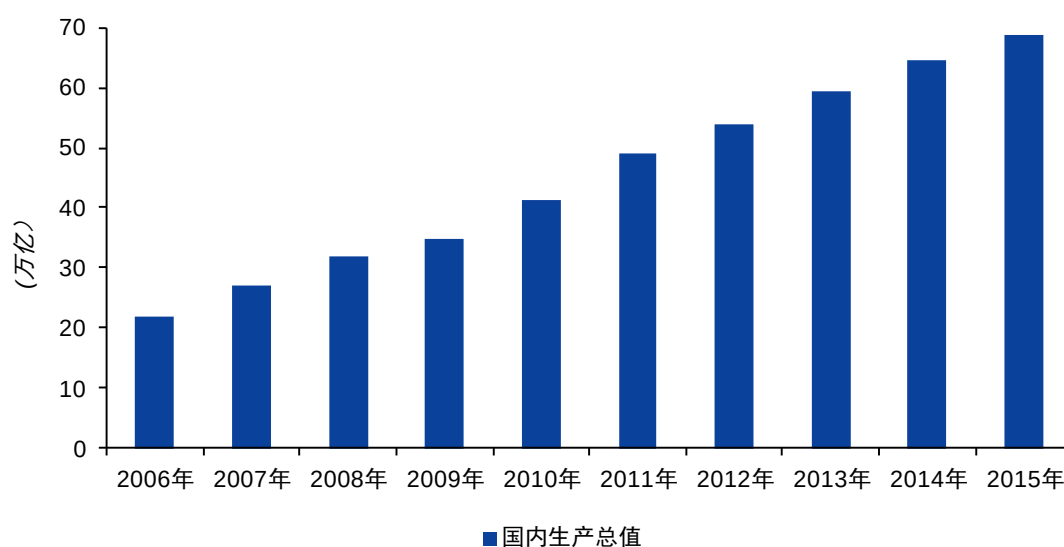
（1）居民消费能力提升、城市化进程加速

随着国内经济和社会发展水平的提高，社会养老、医疗、教育等社会保障将日趋完善，有利的促进了城乡居民消费能力的释放。国民经济的发展是眼镜零售业长期稳定发展的重要保障。

①宏观经济长期稳定增长推动眼镜零售行业长期健康发展

2006 年至 2015 年，我国 GDP 从 21.94 万亿增长到 68.91 万亿元，宏观经济的稳定发展将推动眼镜零售行业长期健康发展。

2006-2015 年国内生产总值

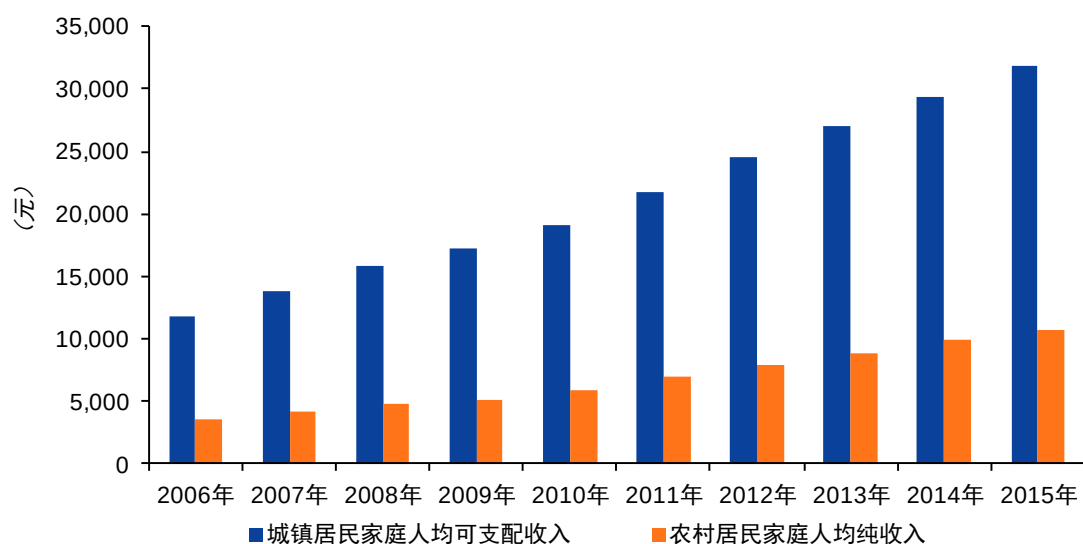


资料来源：国家统计局

②人均可支配收入的提高及消费升级将进一步提升眼镜零售行业的市场空间

近年来，我国居民人均收入保持着持续增长。根据国家统计局的统计数据，截至 2015 年底，城镇居民人均可支配收入达到 31,790.30 元，农村居民家庭人均纯收入达 10,772.00 元。我国居民人均可支配收入的不断提高将进一步增强消费者的消费能力，从而提升眼镜零售行业的市场空间。

2006-2015 年我国居民人均可支配收入



数据来源：国家统计局

③城市化进程的加快将进一步打开市场空间

2010 年以来，政府目标全国城镇化率逐年提高，但我国城镇化率仍有较大的提升空间。据联合国预测，2030 年中国的总体城镇化水平将达到 68%，中国的城市人口将从 2010 年的 6.66 亿增加到 2030 年的 9.76 亿，年均增长 1,550 万人。¹⁸因此，未来中国城镇化水平将进一步的提高。这将成为我国眼镜零售行业持续增长的重要源泉。

（2）市场需求较大

我国是世界潜力最大的眼镜消费大国。从刚性需求看，中国近视眼患者数量高居全球首位。据中国、美国和澳大利亚联合开展的防治儿童近视研究项目前期调查显示，中国人口近视发生率为 33%，为世界平均水准 22% 的 1.5 倍，青少年近视发病率则高达 50% 至 60%。¹⁹目前中国已经成为世界上青少年近视率最高的国家之一。面对如此庞大的眼镜需求人群，眼镜零售行业市场需求较大。

从消费水平看，2013 年全球眼镜零售市场规模达 980 亿美元，其中美国市场规模 280 亿美元，日本市场总额 100 亿美元。²⁰与之相比的是，2013 年中国眼镜零售行业市场规模为 579.02 亿元人民币。我国近视眼人数世界第一，但眼镜零售规模却低于美国、日本等市场。以 2013 年末人口总数来算，2013 年美国人

¹⁸ 资料来源：联合国 《2013 中国人类发展报告》

¹⁹ 资料来源：《广西中医学院学报》 2012 年 02 期

²⁰ 资料来源：北京市眼镜行业协会 《GFK 2014 眼镜市场展望》

均眼镜消费为 88.25 美元，日本为 78.60 美元，而中国仅为 42.55 元人民币²¹。随着中国人均眼镜消费水平的提高，未来中国眼镜市场的空间较大。

（3）消费观念与习惯改变

①眼镜消费日趋时尚化

在发达地区，眼镜不仅是纠正视力的光学用品，更是个性化的装饰品。一人多镜已成为全球眼镜市场发展重要趋势之一，根据不同场合选择佩戴不同眼镜已逐步成为消费者习惯。美国 Vision Council 视力总会的年度调查显示，很多消费者将眼镜视为配饰，配合他们的个人服饰和心情，29%受访者中会经常使用两副处方镜，5%的人会经常使用三副，近一半的成年人拥有至少一副平光太阳镜²²。眼镜零售商通过鼓励消费者购买不同的眼镜，以在工作和娱乐时交替使用，倡导眼镜消费的时尚性，刺激消费者的消费需求。随着太阳镜和装饰眼镜普及，整个眼镜零售行业的市场规模将继续快速增长。

②品牌消费需求增长

随着人均可支配收入的日益提高和消费者对视力保护问题的日益重视，中国眼镜消费者将越来越多的选择有质量保证的品牌眼镜产品。追求质量更好的产品、更卓越的设计，这将推动眼镜产品的消费由低端走向中高端。消费者的品牌意识日趋明显，中高端消费比例逐年增长，将推动眼镜零售市场的发展。

2、不利因素

（1）企业规模小、市场集中程度低

我国眼镜零售业经过多年的发展，逐步从传统的街铺单店占主体转向现代百货店、购物中心店、超市店、医院店等众多业态共同发展的格局，具备较大的发展潜力。但从总体上看，我国眼镜零售业整体的发展水平仍然较低。目前，国内眼镜行业具有较大规模的零售集团屈指可数。企业规模小、行业集中度低影响了眼镜零售市场的规范发展。

（2）成本上涨

²¹ 人口数据分别来源于美国人口普查局、日本总务省统计局、国家统计局

²² 资料来源：中国眼镜协会 《美国眼镜市场的消费模式研究》

眼镜零售企业多以租赁物业来扩张经营网点，租金和工资支出构成了企业的主要成本。由于优秀商业物业的稀缺性以及我国房地产价格的不断上涨，近年来商业物业的租金也呈现上涨趋势，特别是一线城市，上涨态势迅猛。此外，眼镜零售行业属于服务性行业，需要大量的销售人员，而职工薪酬水平也在不断提高。这些因素将推高眼镜零售企业的营业成本。

（3）信息化技术水平较低

我国眼镜零售企业普遍存在信息化技术水平较低的问题，即便是规模较大的眼镜连锁零售企业与跨国眼镜零售巨头相比在标准化与流程化管理、供应链管理等方面仍存在较大差距，未能充分发挥连锁经营的规模效益。随着电子商务、移动支付等新技术日益发达，信息化对眼镜零售的整个供应链上下游的管理、调控、数据挖掘和共享将产生重大影响。而国内眼镜零售企业，特别是中小零售企业，信息技术的应用仍停留在企业内部流程管理阶段，信息化水平相对滞后，不利于行业的长期发展。

三、发行人的销售情况和主要客户

（一）公司主要产品的产销情况

1、公司主营业务收入分类情况

（1）公司主营业务收入按产品类别列示如下：

单位：万元

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜架	12,265.25	29.61%	10,695.07	28.55%	9,712.79	26.98%
镜片	15,304.87	36.94%	13,444.22	35.88%	12,643.95	35.13%
太阳镜	5,068.11	12.23%	5,674.88	15.15%	6,093.48	16.93%
老花镜	494.63	1.19%	501.61	1.34%	494.45	1.37%
隐形眼镜	6,501.41	15.69%	5,491.58	14.66%	5,302.73	14.73%
隐形护理液	1,286.73	3.11%	1,101.77	2.94%	1,253.23	3.48%
其他	506.75	1.22%	556.86	1.49%	492.83	1.37%
合计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100%	35,993.46	100%

（2）公司主营业务收入按地区列示如下：

单位：万元

地区名称	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华南地区	29,033.17	70.08%	26,143.75	69.78%	25,273.11	70.22%
华东地区	6,826.90	16.48%	6,348.29	16.94%	5,794.24	16.10%
西南地区	4,225.19	10.20%	3,769.54	10.06%	3,711.31	10.31%
华北地区	1,018.38	2.46%	914.77	2.44%	982.26	2.73%
东北地区	308.37	0.74%	237.65	0.63%	173.39	0.48%
华中地区	15.72	0.04%	52.00	0.14%	59.16	0.16%
合计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100%	35,993.46	100%

2、产品销售价格、销售数量及其变动情况

公司产品采取全国统一定价策略，零售价格的制定综合考虑成本、目标利润率、产品定位、顾客接受程度和竞争环境等因素；同时，根据市场供求、季节性差异、产品推广、库存调整、会员级别等因素，公司在零售价格的基础上会提供不同程度的销售折扣。报告期内，公司产品销售价格保持稳定。同时，随着公司直营门店数量逐年增长，公司产品销售规模也随之逐年扩大。

（1）直营门店零售收入中，主要产品的销售量和销售单价

单位：元

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
镜架（副）	283,748	434.23	238,528	459.49	198,711	497.38
镜片（片）	648,977	241.23	553,390	250.38	466,782	278.66
太阳镜（副）	102,414	513.69	100,292	581.59	97,365	612.22
隐形眼镜（盒）	414,084	149.49	379,783	138.56	357,148	128.33
隐形护理液（支）	182,568	67.13	173,088	64.27	177,908	61.90
老花镜（副）	41,263	121.44	38,984	130.86	40,603	126.29

注：上述销售价格为直营门店销售给终端顾客的零售单价（不含税价），未扣除直营门店分成的金额。

（2）电子商务平台销售收入中，主要产品的销售量和销售单价

单位：元

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	销量	单价	销量	单价	销量	单价
镜架（副）	2,104	189.31	506	341.08	3,673	365.83
镜片（片）	2,274	90.45	455	75.65	2,009	152.87
太阳镜（副）	1,957	157.93	1,858	171.25	10,864	385.32
老花镜（副）	6,124	29.26	319	19.53	-	-

(3) 批发销售收入中，主要产品的销售量和销售单价

单位：元

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	销量	单价	销量	单价	销量	单价
镜架（副）	12,107	143.95	1,842	93.77	-	-
镜片（片）	15,653	23.92	510	1.24	-	-
太阳镜（副）	2,907	121.97	633	252.43	-	-
隐形眼镜（盒）	87,462	44.67	66,055	40.99	164,000	46.20
隐形护理液（支）	27,218	29.55	-	-	60,558	26.82
老花镜（副）	578	39.24	-	-	-	-

(4) 各销售模式的销售规模及占当期销售总额的比重

单位：万元

销售模式	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
联营门店	2,984.02	7.20%	3,426.24	9.14%	3,396.37	9.44%
自营门店	37,602.77	90.77%	33,680.09	89.90%	31,090.23	86.38%
直营门店小计	40,586.79	97.97%	37,106.34	99.04%	34,486.60	95.81%
电子商务	115.53	0.28%	55.16	0.15%	586.74	1.63%
对加盟商批发	203.14	0.49%	21.35	0.06%	-	-
对除加盟商以外客户批发	522.28	1.26%	283.14	0.76%	920.12	2.56%
批发小计	725.42	1.75%	304.50	0.81%	920.12	2.56%
主营业务收入合计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100.00%	35,993.46	100.00%

(二) 公司的主要客户

公司是眼镜零售连锁企业，面向广大个人消费者。公司部分门店采用联营模式，通过联营方进行收款，从收款和结算的角度看，报告期内公司向前五名客户（联营方或批发客户）的销售情况如下：

单位：元

2016 年度			
序号	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例
1	华润万家有限公司	13,943,409.85	3.37%
	江西洪客隆百货投资有限公司		
	深圳华润万家超级市场有限公司		
2	南昌市天虹商场有限公司	5,645,653.22	1.36%
	吉安市天虹商场有限公司		
3	深圳市捷视美光电有限公司	4,704,824.65	1.14%

4	东莞东城万达百货有限公司	2,465,904.05	0.60%
	广州万达百货有限公司		
	合肥精品万达百货有限公司		
5	深圳市百佳华百货有限公司	1,813,468.38	0.44%
	合计	28,573,260.15	6.91%
2015 年度			
序号	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例
1	华润万家有限公司	15,698,210.64	4.19%
	江西洪客隆百货投资有限公司		
	深圳华润万佳超级市场有限公司		
2	南昌市天虹商场有限公司	5,347,147.49	1.43%
	吉安市天虹商场有限公司		
3	广州万达百货有限公司	2,927,194.39	0.78%
	合肥精品万达百货有限公司		
	东莞东城万达百货有限公司		
4	深圳市画语虹茂塑胶制品有限公司	2,301,429.57	0.62%
5	昆明金鹰购物广场有限公司	2,108,431.27	0.56%
	昆明金鹰南亚购物中心有限公司		
	安徽金鹰商贸有限公司百花井店		
	合计	28,382,413.36	7.58%
2014 年度			
序号	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例
1	华润万家有限公司	18,054,908.44	5.02%
	深圳华润万佳超级市场有限公司		
	华润新鸿基房地产（杭州）有限公司		
	江西洪客隆百货投资有限公司		
2	安徽百秀连锁大药房有限公司	5,337,447.17	1.48%
3	深圳市画语虹茂塑胶制品有限公司	3,863,708.11	1.07%
4	南昌市天虹商场有限公司	3,425,193.34	0.95%
	吉安市天虹商场有限公司		
5	广州万达百货有限公司	2,095,195.26	0.58%
	合肥精品万达百货有限公司		
	东莞东城万达百货有限公司		
	东莞长安万达百货有限公司		
	合计	32,776,452.32	9.10%

注：江西洪客隆百货投资有限公司与华润万家有限公司、华润新鸿基房地产（杭州）有限公司、深圳华润万佳超级市场有限公司受同一控制；昆明金鹰南亚购物中心有限公司、昆明金鹰购物广场有限公司、安徽金鹰商贸有限公司百花井店受同一控制；广州万达百货有限公司、合肥精品万达百货有限公司、东莞长安万达百货有限公司、东莞东城万达百货有限公司受同一控制；南昌市天虹商场有限公司、吉安市天虹商场有限公司受同一控制。上述受同一实际控制的客户的相关收入合并计算。

报告期内，公司前五大客户较为稳定，公司与其保持长期合作关系，并不断

拓展合作业务区域。安徽百秀连锁大药房有限公司为 2014 年前五大客户中的新增客户；2015 年前五大客户中不存在新增客户情形；深圳市捷视美光电有限公司为 2016 年前五大客户中新增客户，为批发业务客户，原因是公司为拓展批发业务而新增批发客户。

报告期内，公司不存在向单个客户销售额超过总销售额的 50%或严重依赖于少数客户的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和主要关联方或持有公司 5%以上（含 5%）股份的股东均未在报告期内公司前五大客户中持有关联或与其存在其他关联关系。

四、主要原材料及供应商情况

（一）公司主要产品采购金额和比例

1、报告期内公司主要产品的采购情况如下：

产品	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	平均单价 (元)	采购额 (万元)	平均单价 (元)	采购额 (万元)	平均单价 (元)	采购额 (万元)
镜架	89.06	2,530.23	89.23	2,442.32	103.35	1,784.36
镜片	28.82	2,104.04	32.28	1,824.54	43.70	2,035.08
太阳镜	141.75	1,370.80	176.12	1,707.10	151.14	2,429.79
隐形眼镜	48.82	2,581.54	46.68	2,096.25	40.22	1,982.09
隐形护理液	28.20	598.65	23.72	408.37	22.92	513.47
老花镜	28.81	111.23	32.22	134.55	32.70	95.92
其他	1.39	221.38	1.14	169.25	1.52	205.59

注：以上平均单价和采购额均为不含税、包含返利的数据。

2、能源耗用情况

公司经营活动耗用的能源主要为电，报告期内用电情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
用电（度）	4,552,575.85	3,916,598.70	3,654,719.97
用电耗用资金（万元）	483.05	462.54	444.55
用电耗用资金占营业总成本的比例	1.33%	1.40%	1.42%
用电单价（元/度）	1.06	1.18	1.22

报告期内，公司连锁经营业务的能源耗用主要为用电。报告期内，2016 年度公司用电单价较以前年度有所下降，主要因为随着“营改增”，公司部分门店所在购物中心、百货商场、超市自 2016 年 5 月起就其收取的电费部分向公司开具增值税专用发票，其中增值税款部分公司可作进项税额抵扣，从而导致公司用电单价有所下降。由于能源成本占公司营业总成本的比重较小，因此能源耗用对公司的经营影响很小。

（二）发行人的前十大供应商

报告期各期，发行人前十大供应商合计共有 15 家供应商，主要为国际或国内知名品牌眼镜产品的生产销售商，少部分为知名眼镜品牌厂商指定的总代理商，具有一定的市场影响力，信用良好，系公司长期合作的供应商，供应渠道较为稳定，2014 年、2015 年和 2016 年发行人向前十大供应商采购的商品占其总采购额的比例分别为 71.73%、70.49%和 73.87%，报告期发行人向上述主要供应商的采购情况如下：

期间	供应商	采购金额（含税价） （万元）	占总采购金 额比例
2016 年度	海昌隐形眼镜有限公司上海分公司	2,113.52	14.89%
	北京博士伦眼睛护理产品有限公司	1,810.64	12.76%
	陆逊梯卡（上海）商贸有限公司	1,793.80	12.64%
	强生视力健商贸（上海）有限公司	1,037.18	7.31%
	深圳市美辰光学有限公司	735.64	5.18%
	武汉华理眼睛护理产品有限责任公司	721.80	5.09%
	夏蒙眼镜贸易（上海）有限公司	590.94	4.16%
	江苏明月光电科技有限公司	590.89	4.16%
	上海明月光学眼镜有限公司		
	豪雅（上海）光学有限公司	581.86	4.10%
	罗敦司得眼镜贸易（上海）有限公司	506.12	3.57%
	合 计	10,482.39	73.87%
2015 年度	海昌隐形眼镜有限公司上海分公司	1,886.44	14.63%
	北京博士伦眼睛护理产品有限公司	1,688.76	13.10%
	陆逊梯卡（上海）商贸有限公司	1,581.67	12.26%
	厦门美格金顿科技有限公司	724.71	5.62%
	美奕（厦门）眼镜有限公司		
	高特运动用品（厦门）有限公司		
	强生视力健商贸（上海）有限公司	640.54	4.97%

期间	供应商	采购金额（含税价） （万元）	占总采购金 额比例
	深圳市美辰光学有限公司	564.26	4.38%
	夏蒙眼镜贸易（上海）有限公司	514.82	3.99%
	罗敦司得眼镜贸易（上海）有限公司	510.84	3.96%
	江苏明月光电科技有限公司	492.90	3.82%
	上海明月光学眼镜有限公司		
	豪雅（上海）光学有限公司	485.39	3.76%
	合 计	9,090.33	70.49%
2014 年度	海昌隐形眼镜有限公司上海分公司	2,008.22	14.80%
	陆逊梯卡（上海）商贸有限公司	1,965.02	14.48%
	北京博士伦眼睛护理产品有限公司	1,559.49	11.49%
	深圳市美辰光学有限公司	940.39	6.93%
	武汉华理眼睛护理产品有限责任公司	748.90	5.52%
	霞飞诺眼镜（深圳）有限公司	687.47	5.07%
	强生视力健商贸（上海）有限公司	626.04	4.61%
	罗敦司得眼镜贸易（上海）有限公司	470.97	3.47%
	江苏明月光电科技有限公司	380.23	2.80%
	上海明月光学眼镜有限公司		
	豪雅（上海）光学有限公司	347.49	2.56%
	合 计	9,734.22	71.73%

注 1：采购金额未考虑返利因素影响。

注 2：厦门美格金顿科技有限公司、美奕（厦门）眼镜有限公司和高特运动用品（厦门）有限公司受同一实际控制，向其采购金额合并计算并列示。

注 3：江苏明月光电科技有限公司、上海明月光学眼镜有限公司受同一实际控制，向其采购金额合并计算并列示。

前十大供应商背景情况如下：

（1）陆逊梯卡（上海）商贸有限公司

陆逊梯卡（上海）商贸有限公司的股东为 Luxottica Holland B.V，隶属于陆逊梯卡集团（Luxottica Group SpA）。陆逊梯卡集团成立于 1961 年，1990 年于纽交所上市，是一家专业眼镜制造及销售的跨国集团公司，总部设在意大利米兰，同时拥有庞大的眼镜零售网络。生产和销售的品牌有：Ray-Ban、Bvlgari、Burberry、Chanel、Dolce&Gabbana、Donna Karan、Prada、Versace、Polo&Ralph Lauren、Vogue、Persol、Arnette、Revo 等许多国际顶尖品牌。

（2）海昌隐形眼镜有限公司上海分公司

海昌隐形眼镜有限公司上海分公司的总公司为海昌隐形眼镜有限公司，隶属

于台湾上市企业——金可国际（Ginko International Co., Ltd. 股票代码：8406）。金可国际的主要产品范围涵盖传统隐形眼镜、抛弃式隐形眼镜以及相关护理液产品，以中国内地为主要销售市场，旗下海昌隐形眼镜有限公司为全球少数拥有自有品牌的隐形眼镜大厂，在上海设立品牌营销总部，并在江苏丹阳及台湾设立两大生产基地，以自有品牌“海昌”及“海俪恩”进行生产和销售。

（3）北京博士伦眼睛护理产品有限公司

北京博士伦眼睛护理产品有限公司的控股股东为博士伦有限公司，后者成立于 1853 年，产品行销全球一百多个国家，其全球总部设在美国纽约州罗彻斯特市。博士伦有限公司的股东为纽交所上市公司瓦兰特国际制药公司（Valeant Pharmaceuticals International, Inc）。1987 年博士伦的产品进入中国市场，并很快成为隐形眼镜市场的领导者。

（4）强生视力健商贸（上海）有限公司

强生视力健商贸（上海）有限公司的股东为强生（中国）投资有限公司，隶属于美国的强生公司（Johnson&Johnson），强生公司始建于 1886 年，是世界上规模最大、产品多元化的医疗卫生保健品及消费者护理产品公司，主要从事保健产品的研发、制造和销售，其业务覆盖消费品、医药产品、医疗器材及诊断产品三大领域。强生公司旗下隐形眼镜品牌主要为强生安视优，在中国内地市场，安视优隐形眼镜为列居前三的隐形眼镜品牌之一。

（5）厦门美格金顿科技有限公司、美奕（厦门）眼镜有限公司、高特运动用品（厦门）有限公司

该三家供应商的控股股东均为诚益光学（厦门）有限公司，隶属于 1978 年创办于台湾台南的诚益光学集团（Cheng Yi Optical Co., Ltd.），诚益光学集团于 1990 在厦门成立工厂，是最早投资中国大陆的眼镜外资企业之一。诚益光学集团的企业经营包含生产制造与品牌经营两大区块，生产制造事业与全球知名品牌合作，提供 OEM 及 ODM 服务；品牌经营采自营品牌与代理品牌并行的模式。

厦门美格金顿科技有限公司拥有皮尔金顿、花雨伞、圣大保罗等高端品牌在中国大陆地区的代理权；美奕（厦门）眼镜有限公司拥有 IC!BERLIN 品牌在中国大陆地区的代理权；高特运动用品（厦门）有限公司拥有高特品牌。

（6）深圳市美辰光学有限公司

该公司于 2003 年 6 月在深圳创立，总部设在广东省深圳市，是一家专业经销光学仪器、光学镜片以及国内供销业、进出口业务的企业。该公司成立之初就取得具有近百年历史的日本品牌“尼康（Nikon）”光学镜片在中国华南区域销售代理权。尼康，是全球著名的光学产品设计和制造商，具有当今世界尖端的光学科技水平。

（7）夏蒙眼镜贸易（上海）有限公司

夏蒙为日本光学镜架品牌，日本夏蒙公司创立于 1956 年，至今为止已有 60 年的历史，远销全球 110 多个国家。夏蒙一直致力于专业眼镜制造领域，特别是钛材眼镜制造，是亚洲排名第一和世界排名前五的眼镜公司，在质量、款式和舒适性等方面有着很好的口碑。

（8）罗敦司得眼镜贸易（上海）有限公司

该供应商隶属于德国罗敦司得公司，后者创立于 1877 年的罗敦司得是一家历史悠久的德国企业。具有自有品牌 RODENSTOCK（罗敦司得），和授权生产品牌 Dunhill（登喜路）；PORSCHE DESIGN（保时捷）；Mercedes-Benz Eyewear（梅赛德斯-奔驰）；BALDESSARINI（波帝萨里尼）。

（9）豪雅（上海）光学有限公司

HOYA（豪雅）光学镜片为具有全球知名度的日本光学镜片品牌，该供应商为日本豪雅集团在中国的子公司。

（10）江苏明月光电科技有限公司、上海明月光学眼镜有限公司

江苏明月光电科技有限公司、上海明月光学眼镜有限公司为同一控制下的公司，实际控制人为谢公晚家族，发行人向江苏明月光电科技有限公司采购镜片、向上海明月光学眼镜有限公司采购镜架产品。明月眼镜集团是一家以光学镜片为龙头的眼视光全产业链平台服务商。旗下“明月”镜片为中高档光学镜片全国领导品牌。

（11）武汉华理眼睛护理产品有限责任公司

武汉华理眼睛护理产品有限责任公司是一家专注于隐形眼镜及护理液代理的经销商，总部设立于武汉，在全国各地设有分支机构。该公司是爱尔康隐形眼镜护理液和视康隐形眼镜在中国大陆的独家总代理商。视康隐形眼镜为中国内地市场排名第四的隐形眼镜品牌。

（12）霞飞诺眼镜（深圳）有限公司

该供应商的股东为意大利著名的国际性高端眼镜产品设计、生产和经销商——霞飞诺集团，生产和代理销售知名品牌的镜架太阳镜。霞飞诺集团是全球著名的高端眼镜生产商，生产和销售的品牌包括：Carrera、Polaroid、Smith、Safilo、Oxydo、Dior、Dior Homme、Fendi、Banana Republic、Bobbi Brown、BOSS、BOSS Orange、Elie Saab、Céline、Fossil、Givenchy、havaianas、HUGO、Jack Spade、Jimmy Choo、Juicy Couture、Kate Spade、Liz Claiborne、Marc Jacobs、Max Mara、Max&Co.、Pierre Cardin、Saks Fifth Avenue 以及 Tommy Hilfiger 等。

报告期内，公司前十大供应商均为公司长期合作的供应商，不存在向单个供应商采购比例超过公司总采购金额 50%的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和主要关联方或持有公司 5%以上（含 5%）股份的股东均未在上述供应商中持有权益或存在其他关联关系。

五、发行人拥有的与业务相关的经营性资源要素情况

（一）固定资产

1、主要固定资产情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋建筑物	3,020.73	212.13	2,808.59	92.98%
验光设备	2,166.46	1,311.89	854.57	39.45%
仪器设备	284.47	230.34	54.13	19.03%
运输设备	167.71	153.05	14.66	8.74%
办公设备	1,234.29	729.03	505.26	40.94%
合计	6,873.65	2,636.44	4,237.21	61.64%

注：成新率=账面价值/原价*100%。

2、房产情况

（1）房屋所有权

截至 2016 年 12 月 31 日，公司拥有如下房产：

序号	房屋坐落	建筑面积 (平方米)	房屋所有权证书
1	深圳市福田区金田路与福中路交界东南	123.61	深房地字第 3000742204 号
2	深圳市福田区金田路与福中路交界东南	121.22	深房地字第 3000742203 号
3	深圳市福田区金田路与福中路交界东南	311.38	深房地字第 3000742202 号

(2) 租用房屋建筑物的情况

① 直营门店租用房屋建筑物的情况

a. 公司现有各直营店经营场所所有权情况

截至 2016 年 12 月 31 日,公司直营店共计 304 家,总经营面积合计 21,174.23 平方米,其中:263 家门店的经营场所通过租赁取得,经营面积合计 18,916.93 平方米,占总经营面积的比例为 89.34%;41 家门店是通过与购物中心、百货商场或超市联营的方式经营,经营面积合计 2,257.30 平方米,占总经营面积的比例为 10.66%,该部分门店按零售价扣除联营方扣点后的金额确认销售收入,无须额外缴纳租金,其销售费用中的租赁物业费包括物业费和其他杂费。

b. 直营门店租赁和联营期限以及到期后的后续安排

截至本招股书签署日,公司 2016 年末 304 家自营门店所涉及 272 份租赁合同约定的租期平均为 2.54 年,41 家联营门店的合同期平均为 1.21 年。租赁合同和联营合同的到期情况如下:

单位:份

项目	合同到期时间					合计
	2016 年末之前	2017 年	2018 年	2019 年	2019 年之后	
联营合同到期数量	4	34	2	1	-	41
租赁合同到期数量	8	139	69	41	15	272
合同到期数量合计	12	173	71	42	15	313
占比	3.83%	55.27%	22.68%	13.42%	4.79%	100.00%

其中,租赁或联营合同于 2016 年 12 月 31 日之前已到期但仍尚未续约涉及的门店数量为 12 家,占 2016 年末公司直营门店总数的 3.95%;该部分门店 2016 年度的营业收入合计为 929.97 万元,占当期公司总营业收入的比例为 2.24%。对于上述 12 家门店,公司按原合同的规定支付租金或与商场结算,并且正积极与出租方或联营方协商续约事宜。

公司与出租方或联营方签订的合同部分约定在同等条件下的优先续租权,但是仍可能因多种不确定因素而面临一定的续租风险,包括但不限于:物业租赁期

限届满后，出租方大幅度提高租赁价格从而超出公司的可承受范围；物业可能面临拆迁、改建及周边规划发生变化；物业所在的购物中心、百货商场或超市整体停止经营；物业所在的购物中心、百货商场或超市引入竞争对手或调整商品类别结构，合同到期后不再和公司续约等。

2014 年、2015 年和 2016 年，公司因租赁或联营合同到期不能续约而关闭的直营门店数量分别为 10 家、6 家和 11 家，占公司各期末直营门店总数的 3.85%、2.24%和 3.62%，公司租赁或联营合同到期不能续约对公司生产经营产生的不利影响较小。

c.直营门店租赁费用情况

报告期内，公司通过租赁方式经营的直营店的租赁费用总额以及单位经营面积租赁费用情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
租赁费用总额 (万元)	11,191.50	10,205.30	9,101.28
单位经营面积租赁费用 (元/月·平方米)	504.09	512.55	483.11

注：上述租赁费用包括租金、物业费及水电费等相关费用；单位经营面积租赁费用=租赁费用总额/门店经营面积总和，其中：门店经营面积总和为考虑各门店每期营业时间加权计算得出。

d.直营门店租赁房屋权利瑕疵情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司共有 263 家直营门店通过租赁物业进行经营，共签署 272 份租赁合同。

就其中 31 份租赁合同，出租方提供了出租物业的产权证，出租方为产权人本人或者出租方已经取得产权人同意转租或授权出租人出租相应房产的证明文件，且办理了租赁备案登记。公司及其子公司作为承租方，有权依据相关租赁合同的约定使用上述租赁物业。

就其中 48 份租赁合同，出租方办理了租赁备案证明，但未能提供出租物业的所有权证书及/或该物业的产权人同意转租或授权出租人出租相应房产的证明文件。根据《商品房屋租赁管理办法》第十五条，“办理房屋租赁登记备案，房屋租赁当事人应当提交下列材料：（一）房屋租赁合同；（二）房屋租赁当事人身份证明；（三）房屋所有权证书或者其他合法权属证明”。因此，上述已办理租赁备案证明的租赁物业权属文件齐备，相应租赁行为合法有效，公司及其子公司有

权依据相关租赁合同使用上述租赁物业。

就其中 184 份租赁合同，出租方提供了出租物业的产权证，出租方为产权人本人或者出租方已经取得产权人同意转租或授权出租人出租相应房产的证明文件，或根据出租方提供的商品房销售合同或其他权属证明文件，出租方拥有该等房产的处分权，但未就该项租赁办理租赁备案登记手续。根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》（法释[1999]19 号）第九条，“法律、行政法规规定合同应当办理登记手续，但未规定登记后生效的，当事人未办理登记手续不影响合同的效力，合同标的物所有权及其他物权不能转移”，故未办理租赁备案登记的房屋租赁合同不会因为未办理租赁备案登记而无效。根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号）第四条，“当事人以房屋租赁合同未按照法律、行政法规规定办理登记备案手续为由，请求确认合同无效的，人民法院不予支持。当事人约定以办理登记备案手续为房屋租赁合同生效条件的，从其约定。但当事人一方已经履行主要义务，对方接受的除外。”就上述 184 处租赁物业，相应的租赁合同均未约定以办理登记备案手续为房屋租赁合同生效条件，因此公司及其子公司有权依据相关租赁合同使用该等物业；该等租赁未进行租赁备案登记不会对公司日常经营造成重大实质性不利影响。

就其中 9 份租赁合同，出租方未能提供其拥有该等物业的所有权证书及/或该等物业的所有权人同意转租或授权出租方出租该物业的证明文件，且未就该项租赁办理租赁备案登记手续，公司及其子公司对上述物业的租赁存在被认定为无效的风险。上述租赁关系存在被认定为无效风险的租赁物业中，共有 1 份租赁合同的相关出租方出具了《声明与承诺函》，承诺其拥有对外出租/转租相关租赁物业及签署关于该物业的租赁合同的权利/有效授权，保证在相关租赁合同约定的租赁期内，其向公司及/或其子公司出租的相关租赁物业不存在任何产权纠纷，租赁合同在效力方面不存在任何瑕疵。

②除直营门店外的经营办公场所租用房屋建筑物的情况

截至 2016 年 12 月 31 日，除直营门店外，公司及其子公司共租用 6 处物业，用作办公室、配镜中心、库房等，具体情况如下：

序号	出租方	承租方	房屋地址	租赁期限 (月)	用途

1	深圳荣超实业有限公司	公司	深圳市福田区金田路 4028 号荣超经贸中心 A0203、A0205、A0206 单元	60	办公室
2	郑新发	公司	深圳市龙岗区布吉街道水径社区吉华路 252 号下水径商业广场 3 楼 308-324	116	库房/配镜中心
3	深圳市胜境仓储物流园管理有限公司	公司	深圳市龙岗区布吉街道沙塘布文坑路鼎泰厂区 2 号仓库	6	库房
4	陈洪	重庆博士	重庆市江北区渝北三村 31 号 1 单元 33-11	36	办公室/配镜中心
5	陈强	江西博士	南昌市南京西路 2 号 1 栋 201 室	35	库房
6	杨天福	成都博士	成都市高新区益州大道北段 777 号 4 栋 1 单元 20 楼 2008 号	12	办公室

就其中 4 处物业，出租方提供了出租物业的产权证，出租方为产权人本人或者出租方已经取得产权人授权出租方出租相应房产的证明文件，但未就该项租赁办理租赁备案登记手续。根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》（法释[1999]19 号）第九条和《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号）第四条的相关规定，就上述 4 处租赁物业，相应的租赁合同均未约定以办理登记备案手续为房屋租赁合同生效条件，因此公司及其子公司有权依据相关租赁合同使用该等物业；该等租赁未进行租赁备案登记不会对公司日常经营造成重大实质性不利影响。

就其中 2 处物业，出租方办理了租赁备案证明，但未能提供出租物业的所有权证书及/或该物业的产权人同意转租或授权出租人出租相应房产的证明文件。根据《商品房屋租赁管理办法》第十五条的相关规定，上述已办理租赁备案证明的租赁物业权属文件齐备，相应租赁行为合法有效，公司及其子公司有权依据相关租赁合同使用上述租赁物业。

③控股股东/实际控制人关于租赁物业的承诺

对于上述租赁关系存在被认定为无效的风险并由此可能给公司造成不利影响的情形，公司控股股东/实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 已出具承诺函，内容如下：“若博士眼镜连锁股份有限公司及/或其子公司、分支机构于

上市前租赁的物业在租赁期内因权属问题无法继续正常使用，本人承诺将承担发行人及/或其子公司、分支机构由此实际遭受的经济损失，包括但不限于因进行诉讼或仲裁、罚款、停业、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用。”

（二）无形资产

1、专利

截至 2016 年 12 月 31 日，公司拥有 11 项外观设计专利，如下表所示：

序号	专利权人	名称	专利号	授权公告日
1	博士眼镜	广告牌（一）	ZL201230203724.8	2013-01-16
2	博士眼镜	广告牌（二）	ZL201230203842.9	2012-10-03
3	博士眼镜	广告牌（三）	ZL201230203905.0	2012-09-05
4	博士眼镜	广告牌（四）	ZL201230203713.X	2012-10-03
5	博士眼镜	广告牌（五）	ZL201230203703.6	2013-01-09
6	博士眼镜	广告牌（六）	ZL201230203839.7	2012-11-14
7	博士眼镜	展示柜（ZELE 半高柜 A）	ZL201630303559.1	2016-11-09
8	博士眼镜	桌子（ZELE 大平桌）	ZL201630303651.8	2016-11-02
9	博士眼镜	展示柜（ZELE 高柜 A）	ZL201630303558.7	2016-11-09
10	博士眼镜	展示柜（ZELE 高柜 B）	ZL201630303676.8	2016-11-09
11	博士眼镜	展示柜（ZELE 中岛矮柜）	ZL201630303777.5	2016-11-16

2、商标

（1）公司商标的具体情况

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人拥有的国内商标情况如下：

序号	注册商标名称	注册号	核定使用的商品或服务	权利有效期限
1	博士眼镜	6348736	进出口代理；拍卖；替他人推销；替他人采购（替其他企业购买商品或服务）（截止）	2010.08.14-2020.08.13
2	DOCTOR	1091685	推销（替他人）	2007.08.28-2017.08.27
3		1091684	推销（替他人）	2007.08.28-2017.08.27

4		9290390	庭园设计；动物饲养；公共卫 生浴；理发店；美容院；眼镜 行（截止）	2012.06.07-2022.06.06
5		9290389	眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜 框；眼镜盒；太阳镜；眼镜； 光学矫正透镜片（光）；隐形眼 镜；眼镜架（截止）	2012.07.14-2022.07.13
6	President optical	8299106	眼镜行；医疗辅助；医疗护理； 卫生设备出租；理疗；远程医 学服务；医药咨询；保健；心 理专家；医院（截止）	2011.06.28-2021.06.27
7	朴宿	9985080	防眩光眼镜；眼镜玻璃；镜（光 学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜； 眼镜；光学矫正透镜片（光）； 隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.12.28-2022.12.27
8		10124772	防眩光眼镜；眼镜玻璃；镜（光 学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜； 眼镜；光学矫正透镜片（光）； 隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.12.28-2022.12.27
9	PURSJUR	10101097	防眩光眼镜；眼镜玻璃；镜（光 学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜； 眼镜；光学矫正透镜片（光）； 隐形眼镜；眼镜架（截止）	2013.01.07-2023.01.06
10	ARTHUR OPTICAL	8299085	眼镜行；医疗辅助；医疗护理； 卫生设备出租；美容院；动物 饲养；庭园设计；理发店；公 共卫生浴；医院（截止）	2011.08.07-2021.08.06
11	泊 尔 格	9100864	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜 （光学）；眼镜框；眼镜盒；太 阳镜；眼镜；光学矫正透镜片 （光）；隐形眼镜；眼镜架（截 止）	2012.02.07-2022.02.06

12	凯斯特列	9100867	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.02.07-2022.02.06
13	<i>Kastella</i>	9320772	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
14	<i>Carserli</i>	9320787	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
15	迈高	9100865	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.02.07-2022.02.06
16	mygaos	9320771	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
17	普立奥	9100868	擦眼镜布；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.02.07-2022.02.06

18	POULIAO	9320788	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
19	Pouliao	9789563	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.09.28-2022.09.27
20	德纳司	9209002	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.03.21-2022.03.20
21	Dornasi	9214379	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.03.21-2022.03.20
22	卡達目	9208998	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.03.21-2022.03.20
23	Codmus	9214405	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.03.21-2022.03.20

24	阿诺德米尼	9335221	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27
25	AnnoDomini	9320778	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
26	<i>annoDomini</i>	9789564	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.09.28-2022.09.27
27	多拉米奇	9414363	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.05.21-2022.05.20
28		9414364	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.05.21-2022.05.20
29	芙·露丝	9335237	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27

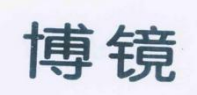
30		9320773	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
31	寇伊	9335258	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27
32		9320776	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
33	代达罗斯	9340554	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27
34		9320784	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
35	普罗斯特	9340538	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27

36		9320777	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
37	莱博特德	9340580	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27
38		9320770	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
39	杰利克拉	9414361	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.05.21-2022.05.20
40		9414365	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.05.21-2022.05.20
41	帕比亞	9340612	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27

42	Prmbiya EYEWEAR	9320785	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
43	密丝莱雅	9340633	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27
44	mislare	9320769	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
45	泰勒斯	9340401	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27
46	Talhes	9320774	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
47	优谷尚	9335289	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27

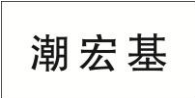
48		9320786	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
49	都 思 灵	9340646	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.28-2022.04.27
50	Torsely	9320775	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.04.21-2022.04.20
51	尼莫西妮	9414362	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.05.21-2022.05.20
52	accvision	9912688	防眩光眼镜；眼镜玻璃；镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.11.07-2022.11.06
53	0755	9286225	医疗护理；医疗辅助；卫生设备出租；庭园设计；动物饲养；眼镜行；医院（截止）	2012.05.14-2022.05.13
54	0791	9286274	医疗护理；医疗辅助；卫生设备出租；庭园设计；动物饲养；公共卫生浴；理发店；美容院；眼镜行；医院（截止）	2012.04.14-2022.04.13

55	<i>MnemoSyne</i>	9414380	防眩光眼镜；眼镜玻璃；眼镜（光学）；眼镜框；眼镜盒；太阳镜；眼镜；光学矫正透镜片（光）；隐形眼镜；眼镜架（截止）	2012.05.21-2022.05.20
56	Shangri-La	9100863	卫生设备出租（截止）	2012.04.21-2022.04.20
57	<i>Doctor·Fan</i>	10978592	眼镜行；卫生设备出租；医院；医疗辅助；医疗护理；公共卫生浴；美容院；理发店；动物饲养；庭园设计（截止）	2013.09.21-2023.09.20
58	<i>Doctor·Fan</i>	10978586	防眩光眼镜；眼镜；矫正透镜（光学）；隐形眼镜；眼镜（光学）；隐形眼镜盒；眼镜片；眼镜盒；眼镜架；太阳镜（截止）	2013.09.21-2023.09.20
59	<i>Doctor·Liu</i>	10978593	眼镜行；卫生设备出租；医院；医疗辅助；医疗护理；公共卫生浴；美容院；理发店；动物饲养；庭园设计（截止）	2013.09.21-2023.09.20
60	<i>Doctor·Liu</i>	10978587	防眩光眼镜；眼镜；矫正透镜（光学）；隐形眼镜；眼镜（光学）；隐形眼镜盒；眼镜片；眼镜盒；眼镜架；太阳镜（截止）	2013.09.21-2023.09.20
61	诗琪博士	10978589	眼镜行；卫生设备出租；医院；医疗辅助；医疗护理；公共卫生浴；美容院；理发店；动物饲养；庭园设计（截止）	2013.09.21-2023.09.20
62	首相	10978590	眼镜行；卫生设备出租；动物饲养；庭园设计（截止）	2013.09.21-2023.09.20

63	DOCTOR OPTICAL	11696101	进出口代理；替他人推销；市场营销；拍卖；替他人采购（替其他企业购买商品或服务）；电话市场营销（截止）	2014.04.07-2024.04.06
64		11795842	便携式媒体播放器；光学器械和仪器；防眩光眼镜；眼镜；眼镜架；太阳镜；隐形眼镜（截止）	2014.06.07-2024.06.06
65		11795843	眼镜行；庭园设计；宠物饲养；美容院；理发店；饮食营养指导；私人疗养院；医院；保健；远程医学服务（截止）	2014.05.07-2024.05.06
66		11795840	眼镜行；庭园设计；美容院；理发店；饮食营养指导；私人疗养院；医院；保健；远程医学服务（截止）	2014.06.07-2024.06.06
67		11795845	电子记事器；手提电话；网络通讯设备；便携式媒体播放器；光学器械和仪器；防眩光眼镜；眼镜；眼镜架；太阳镜；隐形眼镜（截止）	2014.05.07-2024.05.06
68		11795844	广告；为零售目的在通讯媒体上展示商品；组织商业或广告交易会；工商管理辅助；进出口代理；替他人推销；人事管理咨询；计算机数据库信息系统化；会计；自动售货机出租（截止）	2014.05.07-2024.05.06

69		11795841	广告；为零售目的在通讯媒体上展示商品；组织商业或广告交易会；工商管理辅助；进出口代理；替他人推销；人事管理咨询；计算机数据库信息系统化；会计；自动售货机出租（截止）	2014.05.07-2024.05.06
70	三口百惠	12002406	庭园设计；卫生设备出租；眼镜行（截止）	2014.06.28-2024.06.27
71	三口百惠	12002368	电子记事器；手提电话；网络通讯设备；眼镜片；光学器械和仪器；防眩光眼镜；眼镜；眼镜架；太阳镜；隐形眼镜（截止）	2014.06.21-2024.06.20
72	王者归来	12002419	宠物饲养；庭园设计；卫生设备出租；眼镜行（截止）	2014.06.28-2024.06.27
73	热果	12940683	防眩光眼镜；夹鼻眼镜架；眼镜架；眼镜盒；太阳镜；眼镜；矫正透镜（光学）；隐形眼镜；眼镜片；眼镜框（截止）	2014.12.21-2024.12.20
74	热果	12940702	广告；进出口代理；替他人推销；市场营销；商业管理辅助；商业管理咨询；人事管理咨询；文秘；会计；寻找赞助（截止）	2014.12.21-2024.12.20
75	热果	12940717	保健站；化妆师服务；动物饲养；庭园设计；眼镜行；卫生设备出租；医疗护理；医药咨询；治疗服务；医疗设备出租（截止）	2015.01.14-2025.01.13

76	热果	13082081	眼药水；洗眼剂；人用药；卫生消毒剂；隐形眼镜用溶液；隐形眼镜清洁剂；隐形眼镜清洗液；医用营养品；净化剂；医用胶带（截止）	2014.12.21-2024.12.20
77	热果	13082179	打磨；研磨抛光；金属处理；光学玻璃研磨；光学镜片研磨；食物和饮料的防腐处理；服装制作；印刷；净化有害材料；空气净化（截止）	2015.02.07-2025.02.06
78	热果	13082131	半加工或未加工皮革；手提包；包装用皮袋；钱包（钱夹）；帆布箱；皮制系带；伞；手杖；马具配件；制香肠用肠衣（截止）	2014.12.28-2024.12.27
79	热果	13082247	未加工或半加工贵金属；首饰盒；项链（首饰）；珠宝首饰；小饰物（首饰）；玉雕首饰；翡翠；手表；表；表盒（礼品）（截止）	2014.12.28-2024.12.27
80	zèle	13241520	防眩光眼镜；夹鼻眼镜架；眼镜架；眼镜盒；太阳镜；眼镜片；眼镜框；眼镜；隐形眼镜；矫正透镜（光学）（截止）	2015.01.14-2025.01.13
81	zèle	13241488	保健站；化妆师服务；动物饲养；庭园设计；眼镜行；卫生设备出租；医疗护理；医药咨询；治疗服务；医疗设备出租（截止）	2015.01.14-2025.01.13

82		13241532	防眩光眼镜；夹鼻眼镜架；眼镜架；眼镜盒；太阳镜；眼镜片；眼镜框；眼镜；隐形眼镜；矫正透镜（光学）（截止）	2015.01.14-2025.01.13
83		13412567	防眩光眼镜；夹鼻眼镜架；眼镜架；眼镜盒；太阳镜；眼镜；眼镜片；隐形眼镜；矫正透镜（光学）；眼镜框（截止）	2015.02.07-2025.02.06
84		10978588	眼镜行；卫生设备出租；医院；医疗辅助；医疗护理；公共卫生浴；美容院；理发店；动物饲养；庭院设计（截止）	2013.09.21-2023.09.20
85		14496664	医疗护理；医药咨询；治疗服务；医疗设备出租；保健站；化妆师服务；动物饲养；庭院风景布置；眼镜行；卫生设备出租（截止）	2015.06.14-2025.06.13
86		14496153	广告；进出口代理；替他人推销；市场营销；人事管理咨询；文秘；会计；寻找赞助（截止）	2015.08.14-2025.08.13
87		13412497	组织商业或广告交易会；工商管理辅助；人事管理咨询；自动售货机出租；会计（截止）	2015.08.21-2025.08.20
88		13241437	寻找赞助（截止）	2016.01.14-2026.01.13

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人拥有的境外商标情况如下：

序号	商标	国家	注册号/申请号	有效期限
1		澳大利亚	1352772	2010.03.25-2020.03.25

（2）商标争议

①淮安博士主张撤销公司持有的第 1091684 号商标案件

国家商标局于 2015 年 8 月 11 日向公司签发了撤三 20150000014237CSTG 号

《关于提供注册商标使用证据的通知》，载明淮安博士根据《商标法》第 49 条之规定，以连续三年不使用为由，于 2015 年 6 月 29 日向国家商标局申请撤销公司的第 1091684 号 “” 商标在第 35 类“推销（替他人）”等全部核定使用服务上的注册，并要求公司向其提交 2012 年 6 月 29 日至 2015 年 6 月 28 日期间（以下简称“争议期间”）在核定使用服务上的使用证据材料。

国家商标局于 2016 年 3 月 31 日核发了商标撤三字[2016]第 Y002080 号《关于第 1091684 号第 35 类“博士 DOCTOR”注册商标连续三年不使用撤销申请的决定》，认为发行人提供的商标使用证据有效，淮安博士申请撤销理由不能成立，决定驳回淮安博士的撤销申请，发行人持有的第 1091684 号第 35 类“博士 DOCTOR”注册商标不予撤销。

②淮安博士主张公司持有的第 6348736 号商标无效案件

商标评审委于 2015 年 8 月 13 日向公司签发了 WXXG20150000002385DBTZ01 号《商标评审案件答辩通知书》，载明淮安博士请求宣告公司持有的第 6348736 号“**博士眼镜**”商标（以下简称“争议商标”）无效，并要求公司作出书面答辩及补充相关证据材料。

商标评审委于 2016 年 4 月 20 日核发了商评字[2016]第 0000034607 号《关于第 6348736 号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》，裁定：争议商标予以无效宣告。

公司认为商标评审委员会认定事实不清、适用法律错误，不服商标评审委作出的裁定，于法定期限内以商标评审委为被告、淮安博士为第三人，向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求撤销被告作出的商评字[2016]第 0000034607 号《关于第 6348736 号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》，对第 6348736 号商标重新作出裁定。北京知识产权法院于 2016 年 6 月 6 日对该案件进行了立案受理。

北京知识产权法院于 2016 年 8 月 25 日签出的《行政判决书》（[2016]京 73 行初 2823 号）认为：a.该案程序问题的审理应适用 2014 年《商标法》，而本案实体问题的审理应适用 2001 年《商标法》；b.争议商标核定使用的替他人推销等服务与引证商标核定使用的眼镜行服务（包括修理和加工）服务在服务内容、服务方式等方面具有不同，虽然两商标均包含“博士”，其表示构成近似，但是指定使用在不相同亦不类似的服务上，若共存于市场不致造成相关公众的混淆误

认，商标评审委员会关于争议商标的注册申请属于 2001 年《商标法》第二十八条规定情形的结论错误，本院予以纠正；c.商标评审委员会在被告裁定中认定引证商标通过使用已经具有较高知名度，但是本案在案证据显示，淮安博士针对该事实提交的纳税证明并非由相关税务机关出具，相关机关亦正对引证商标获得江苏省著名商标和淮安市知名商标荣誉进行复查，在此情况下，商标评审委员会应当对于引证商标是否已经通过使用具有了较高知名度这一问题重新进行审查；d.争议商标和引证商标核定使用的服务不构成相同或类似服务，进而争议商标的注册申请不属于 2001 年《商标法》第二十八条规定的情形；e.综上，被告裁定认定事实的主要证据不足、适用法律错误，本院予以撤销。

北京知识产权法院判决如下：a.撤销商标评审委于 2016 年 4 月 20 日作出的商评字[2016]第 34607 号关于第 6348736 号“**博士眼镜**”商标无效宣告请求裁定；b.商标评审委应在该判决生效后就淮安博士针对发行人的第 6348736 号“**博士眼镜**”商标提出的商标无效宣告请求重新作出审查决定。

③淮安博士起诉公司及其子公司商标侵权案件

在前述行政诉讼案件的审理期间，淮安博士以侵犯注册商标专用权为由，于 2016 年 6 月 28 日向北京市朝阳区人民法院起诉发行人子公司北京博士；淮安博士以侵犯注册商标专用权为由，于 2016 年 6 月 23 日向无锡市滨湖区人民法院起诉发行人及其无锡万象分公司。2016 年 8 月，上述两项商标侵权案件已被裁定准许撤诉。有关诉讼的具体情况详见本招股意向书“第十一节 其他重要事项”之“四、重大诉讼或仲裁情况”之“（一）发行人及其控股子公司的重大诉讼或仲裁事项”之“2、商标相关诉讼”。

④商标评审委重新作出审查决定情况

商标评审委于 2016 年 12 月 26 日出具了《关于第 6348736 号“**博士眼镜**”商标无效宣告请求裁定书》（商评字[2016]第 0000034607 号重审第 0000001751 号），裁定：争议商标予以维持。商标评审委依据法院生效判决重新作出的行政裁决，是执行法院生效判决的行为。商标评审委作出前述裁定时未引入新的事实和理由，若淮安博士针对该裁定再次提起行政诉讼，法院可以依照《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉若干问题的解释》第三条第一款第（九）项之规定，裁定驳回其起诉。淮安博士出具了《江苏淮安博士眼镜有限公

司关于博士眼镜连锁股份有限公司持有的第 6348736 号“博士眼镜”注册商标无效宣告案件的声明书》，其作出了无条件且不可撤销的声明及承诺：“我司尊重并认可博士眼镜第 6348736 号‘博士眼镜’注册商标享有的商标专用权；我司认可并尊重北京知识产权法院作出的（2016）京 73 行初 2823 号行政判决，不会申请再审；我司尊重并认可商标评审委作出的商评字[2016]第 0000034607 号重审第 0000001751 号裁定，不会向人民法院提起诉讼。”

⑤上述商标争议事项对公司的影响

第 6348736 号争议商标在发行人生产经营中的作用如下：发行人系一家专业从事眼镜零售的连锁经营企业，属于零售业，其核心竞争力体现在品牌影响力、销售网络规模、专业的服务水平和渠道优势等方面；发行人未将其持有的第 6348736 号“**博士眼镜**”商标作为眼镜等相关产品的商标；发行人拥有的“博士”字号具有较高的知名度和市场影响力，发行人于 1997 年在公司登记机关依法登记之日起就已经使用“博士”的企业字号，2012 年国家工商行政管理总局核准了发行人不含区划的“博士眼镜连锁股份有限公司”企业名称，发行人在经营过程中继续使用其企业名称及字号的权利不受任何影响；发行人在其服务场所、店面招牌、名片、销售凭证、价格标签条上主要使用了第 1091684 号“”商标，该商标系发行人主要使用的注册商标，且该商标已于 2014 年 9 月被商标局认定为“驰名商标”，另外，发行人以第 1091684 号“”商标中的“文字、图形”单独向商标局提出商标注册申请，且申请了其他多项商标以达到实施保护性商标注册的目的，第 6348736 号“**博士眼镜**”商标系发行人持有的保护性商标之一，系发行人整体商标保护和防御性措施的一部分。

截至本招股意向书签署日，公司对第 1091684 号“”、第 6348736 号“**博士眼镜**”注册商标具有专用权，对经公司登记机关核准的包含“博士”商号的名称具有企业法人名称权。根据《商标法》、《商标法实施条例》、最高人民法院 2009 年 4 月 21 日《关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》（法发[2009]23 号）和 2010 年 4 月 20 日《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》（法发[2010]12 号）的规定以及前述行政诉讼判决书或准

许撤诉的裁定书，上述商标争议事项不会也没有对公司的商号、商标等注册、登记和使用以及持续经营产生实质性影响。

⑥发行人律师就上述商标争议发表的法律意见

发行人律师认为：第 6348736 号“**博士眼镜**”商标争议案件已经商标评审委作出予以维持的裁定，发行人持有的第 6348736 号“**博士眼镜**”商标有效，其有权使用该商标。该项商标争议案件不会对发行人生产经营造成不利影响，亦不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

六、特许经营权情况和经营资质

截至本招股书签署日，公司不存在向第三方取得特许经营权的情况。

（一）医疗器械经营许可证

1、许可证申请

2000 年 1 月 4 日，国务院颁布《医疗器械监督管理条例》。2004 年 8 月 9 日，国家食品药品监督管理局颁布《医疗器械经营企业许可证管理办法》。2014 年 3 月 7 日，国务院公布了新修订的《医疗器械监督管理条例》，从事第三类医疗器械经营的，经营企业应当向所在地设区的市级人民政府食品药品监督管理部门申请经营许可；新修订的《医疗器械监督管理条例》于 2014 年 6 月 1 日起施行。2014 年 7 月 30 日，国家食品药品监督管理总局颁布《医疗器械经营监督管理办法》，从事第三类医疗器械经营的，经营企业应当向所在地设区的市级食品药品监督管理部门提出申请；《医疗器械经营监督管理办法》自 2014 年 10 月 1 日起施行，《医疗器械经营企业许可证管理办法》同时废止。

公司在经营活动中销售隐形眼镜、隐形眼镜护理液，需要向所在地设区的市级人民政府食品药品监督管理部门申请取得《医疗器械经营许可证》。

2、有效期限

《医疗器械经营许可证》的有效期为 5 年。有效期届满需要延续的，依照有关行政许可的法律规定办理延续手续。

3、现有证照

截至 2016 年 12 月 31 日，公司、子公司、分公司以及联营方已取得的《医疗器械经营许可证》具体如下：

序号	企业名称	证号	许可期限
1	博士眼镜连锁股份有限公司	粤 326186	2016.09.05-2021.09.04
2	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区景田北店	粤 SZ10512（门店-13-福-2）	2013.04.23-2018.04.22
3	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区下梅林店	粤 SZ10509（门店-13-福-2）	2013.04.23-2018.04.22
4	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区园岭店	粤 SZ10500（门店-13-福-2）	2013.03.16-2018.03.15
5	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区东方欣悦店	粤 SZ10516（门店-13-福-2）	2013.06.23-2018.06.22
6	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区山姆店	粤 SZ10410（门店-12-福-2）	2012.06.25-2017.06.24
7	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区爱华店	粤 SZ10427（门店-12-福-2）	2012.07.20-2017.07.19
8	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区八卦二路店	粤 SZ10463（门店-12-福-2）	2012.10.19-2017.10.18
9	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区香梅顺电分店	粤 SZ10550（门店-13-福-2）	2013.11.26-2018.11.25
10	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区华强北顺电分店	粤 SZ10552（门店-13-福-2）	2013.11.26-2018.11.25
11	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区荔园分店	粤 SZ10429（门店-12-福-2）	2012.07.20-2017.07.19
12	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区都市名园分店	粤 SZ10503（门店-13-罗-2）	2013.03.16-2018.03.15
13	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区京基金融中心店	粤 SZ11266（门店-15-罗-1）	2015.09.23-2020.09.22
14	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区莲塘店	粤 SZ0630（门店-罗-2-07）	2012.11.14-2017.11.13
15	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区中心分店	粤 SZ10428（门店-12-罗-2）	2012.07.20-2017.07.19
16	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区万象店	粤 SZ10468（门店-12-罗-2）	2012.11.16-2017.11.15
17	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区太古广场店	粤 SZ10490（门店-13-南-2）	2013.01.11-2018.01.10
18	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区创业分店	粤 SZ10501（门店-13-南-2）	2013.03.16-2018.03.15

19	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区花园城分店	粤 SZ0636 (门店-南-2-07)	2012.11.14-2017.11.13
20	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区蛇口沃尔玛店	粤 SZ10411 (门店-12-南-2)	2012.06.25-2017.06.24
21	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区创业苏宁店	粤 SZ21174 (门店-14-宝-1)	2014.07.15-2019.07.14
22	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区坂田嘉御豪园天虹店	粤 SZ31189 (门店-14-龙-1)	2014.08.11-2019.08.10
23	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区布吉天虹店	粤 SZ31196 (门店-14-龙-1)	2014.09.09-2019.09.08
24	博士眼镜连锁股份有限公司 无锡云林分公司	苏 022600110	2014.09.11-2019.09.10
25	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区松柏天虹店	粤 SZ31197 (门店-14-龙-1)	2014.09.11-2019.09.10
26	博士眼镜连锁股份有限公司 盐田区壹海城店	粤 SZ11200 (门店-14-盐-1)	2014.09.19-2019.09.18
27	博士眼镜连锁股份有限公司 南山滨海之窗分店	粤 SZ11383 (门店-16-南-1)	2016.11.02-2021.11.01
28	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区招商路分店	粤 SZ0628 (门店-南-2-07)	2012.11.14-2017.11.13
29	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区玫瑰园店	粤 SZ0635 (门店-南-2-07)	2012.11.14-2017.11.13
30	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区新安花园店	粤 SZ21334 (门店-16-宝-1)	2016.08.31-2021.08.30
31	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区松岗佳华店	粤 SZ11338 (门店-16--1)	2016.09.07-2021.09.06
32	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区龙华花园街店	粤 SZ20038 (门店-12-宝-2)	2012.08.13-2017.08.12
33	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区西乡沃尔玛店	粤 SZ21339 (门店-16-宝-1)	2016.09.07-2021.09.06
34	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区水榭春天店	粤 SZ20044 (门店-12-华-2)	2012.10.31-2017.10.30
35	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区前进沃尔玛店	粤 SZ21268 (门店-15-宝-1)	2015.09.29-2020.09.28
36	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区君逸世家店	粤 SZ21335 (门店-16-宝-1)	2016.09.01-2021.08.31
37	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区易达店	粤 SZ21337 (门店-16-宝-1)	2016.09.01-2021.08.31
38	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区黄阁南路店	粤 SZ300100 (门店-12-龙-2)	2013.05.23-2017.09.18
39	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区万科城店	粤 SZ30095 (门店-12-龙-2)	2013.05.29-2017.07.29

40	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区布吉沃尔玛店	粤 SZ11242 (门店 15--1)	2015.04.10-2020.04.09
41	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区怡景中心时尚店	粤 SZ11140 (门店-14-福-1)	2014.05.23-2019.05.22
42	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区锦绣东方花园店	粤 SZ11240 (门店-15--1)	2015.04.01-2020.03.31
43	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区布吉中心花园店	粤 SZ30027 (门店-09-龙-2)	2013.09.23-2018.09.22
44	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区中信地铁二店	粤 SZ10537 (门店-13-福-2)	2013.10.11-2018.10.10
45	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区东海坊店	粤 SZ0730 (门店-福-2-08)	2013.08.05-2018.08.04
46	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区金润店	粤 SZ0735 (门店-福-2-08)	2013.08.05-2018.08.04
47	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区福民沃尔玛店	粤 SZ10031 (门店-09-福-2)	2013.08.05-2018.08.04
48	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区燕南沃尔玛店	粤 SZ10030 (门店-09-福-2)	2013.08.05-2018.08.04
49	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区凯旋店	粤 SZ0737 (门店-福-2-08)	2013.08.05-2018.08.04
50	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区梅华苑店	粤 SZ10029 (门店-09-福-2)	2013.08.05-2018.08.04
51	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区百花园店	粤 SZ0724 (门店-福-2-08)	2013.08.05-2018.08.04
52	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区通心岭分公司	粤 SZ10539 (门店-13-福-2)	2013.10.15-2018.10.14
53	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区侨香路深国投广场分店	粤 SZ11142 (门店-14-福-1)	2014.05.26-2019.05.25
54	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区怡景中心城店	粤 SZ11095 (门店-14-福-2)	2014.01.02-2019.01.01
55	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区眼科店	粤 SZ11177 (门店-14-福-1)	2014.07.16-2019.07.15
56	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区华侨城中旅广场店	粤 SZ11137 (门店-14-南-1)	2014.05.22-2019.05.21
57	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区布吉南岭人人购物广场店	粤 SZ31153 (门店-14-龙-1)	2014.06.16-2019.06.15
58	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区中旅店	粤 SZ0752 (门店-福-2-08)	2013.10.15-2018.10.14
59	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区天地大厦店	粤 SZ0745 (门店-罗-2-08)	2013.10.14-2018.10.13

60	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区香榭峰景店	粤 SZ0743 (门店-南-2-08)	2013.08.05-2018.08.04
61	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区桃苑分店	粤 SZ0744 (门店-南-2-08)	2013.08.05-2018.08.04
62	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区御景东方花园店	粤 SZ10034 (门店-09-南-2)	2013.08.05-2018.08.04
63	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区华侨城百佳店	粤 SZ10536 (门店-13-南-2)	2013.10.11-2018.10.10
64	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区南国丽城店	粤 SZ0747 (门店-南-2-08)	2013.10.11-2018.10.10
65	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区青春家园店	粤 SZ0739 (门店-南-2-08)	2013.10.11-2018.10.10
66	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区金宝分店	粤 SZ10027 (门店-09-南-2)	2013.10.11-2018.10.10
67	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区蛇口南水步行街分店	粤 SZ10538 (门店-13-南-2)	2013.10.11-2018.10.10
68	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区建安缤纷城店	粤 SZ20011 (门店-13-宝-2)	2013.08.13-2018.08.12
69	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区松岗吉祥大道店	粤 SZ20012 (门店-13-宝-2)	2013.08.22-2018.08.21
70	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区民治香颂购物店	粤 SZ20015 (门店-13-华-2)	2013.10.09-2018.10.08
71	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华新区民治九方店	粤 SZ11216 (门店-14-华-1)	2014.11.07-2019.11.06
72	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华新区民乐星河店	粤 SZ11225 (门店-14-华-1)	2014.12.02-2019.12.01
73	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华新区民治梅陇万家店	粤 SZ11218 (门店-14-华-1)	2014.11.10-2019.11.09
74	博士眼镜连锁股份有限公司 广富百货分公司	粤 SZ10497 (门店-13-盐-2)	2013.02.28-2018.02.27
75	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区侨乡万家店	粤 SZ11191 (门店-14-福-1)	2014.08.15-2019.08.14
76	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区花园城精品店	粤 SZ11113 (门店-14-南-1)	2014.03.26-2019.03.25
77	成都市博士眼镜有限公司	川 010964	2014.09.25-2019.09.24
78	成都市博士眼镜有限公司高新天府大道分公司	川 蓉 食 药 监 械 经 营 许 20160865 号	2016.11.09-2019.09.24
79	成都市博士眼镜有限公司高新剑南大道分公司	川 010964- (01) 0004	2015.01.26-2019.09.24
80	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区海岸城店	粤 SZ10556 (门店-13-南-2)	2013.12.09-2018.12.08
81	博士眼镜连锁股份有限公司	粤 SZ11101 (门店-14-罗-2)	2014.01.15-2019.01.14

	罗湖区翠竹路沃尔玛店		
82	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区吉祥万家店	粤 SZ31221 (门店-14-龙-1)	2014.11.18-2019.11.17
83	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区紫薇阁店	粤 SZ30150 (门店-13-龙-2)	2013.12.26-2018.12.25
84	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区沙井京基店	粤 SZ20017 (门店-13-宝-2)	2013.11.25-2018.11.24
85	成都市博士眼镜有限公司高新锦城大道分公司	川 蓉 食 药 监 械 经 营 许 20160996 号	2016.11.15-2019.09.24
86	成都市博士眼镜有限公司高新府城大道分公司	川 010964- (01) 0002	2015.01.26-2019.09.24
87	华润万家有限公司彩田店(博士眼镜专柜)	粤 SZ11176 (门店-14-福-1)	2014.07.16-2019.07.15
88	华润万家有限公司翠竹店(博士眼镜专柜)	粤 SZ11175 (门店-14-罗-1)	2014.07.16-2019.07.15
89	华润万家有限公司春风店(博士眼镜专柜)	粤 SZ11150 (门店-14-罗-1)	2014.06.09-2019.06.08
90	华润万家有限公司莲塘店(博士眼镜专柜)	粤 SZ11173 (门店-14-罗-1)	2014.07.15-2019.07.14
91	华润万家有限公司西丽店(博士眼镜专柜)	粤 SZ11184 (门店-14-南-1)	2014.07.25-2019.07.24
92	华润万家有限公司宝安店(博士眼镜专柜)	粤 SZ21194 (门店-14-宝-1)	2014.08.28-2019.08.27
93	华润万家有限公司横岗店(博士眼镜专柜)	粤 SZ31187 (门店-14-龙-1)	2014.07.30-2019.07.29
94	华润万家有限公司龙岗店(博士眼镜专柜)	粤 SZ31172 (门店-14-龙-1)	2014.07.08-2019.07.07
95	杭州普立奥眼镜有限公司	浙 01R0728 号	2015.02.09-2019.06.24
96	华润万家有限公司南山欢乐颂购物中心 (博士眼镜专柜)	粤 SZ11185 (门店-14-南-1)	2014.07.25-2019.07.24
97	华润万家有限公司南湾店(博士眼镜专柜)	粤 SZ31171 (门店-14-龙-1)	2014.07.07-2019.07.06
98	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区乐丽购店	粤 SZ31108 (门店-14-龙-1)	2014.03.14-2019.03.13
99	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区溢芳园店	粤 SZ30023 (门店-09-龙-2)	2013.12.16-2018.12.15
100	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区万科二店	粤 SZ31103 (门店-14-龙-1)	2014.01.20-2019.01.19
101	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区缤纷年华店	粤 SZ10028 (门店-09-南-2)	2013.12.09-2018.12.08
102	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区假日二分店	粤 SZ10033 (门店-09-南-2)	2013.12.09-2018.12.08

103	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区皇庭广场店	粤 SZ11139（门店-14-福-1）	2014.05.23-2019.05.22
104	南宁市普立奥眼镜有限公司	桂 021685（LAI）	2013.12.23-2018.11.22
105	重庆市博士眼镜有限公司	渝 江 食 药 监 械 经 营 许 20160019 号	2016.07.22-2021.07.21
106	重庆市博士眼镜有限公司易 城分公司	渝 沙 食 药 监 械 经 营 许 20160080 号	2016.12.08-2021.12.07
107	重庆市博士眼镜有限公司龙 湖紫都分公司	渝 北 食 药 监 械 经 营 许 20160047 号	2016.12.05-2021.12.04
108	重庆市博士眼镜有限公司金 港国际分公司	渝 北 食 药 监 械 经 营 许 20160046 号	2016.12.05-2021.12.04
109	重庆市博士眼镜有限公司龙 山分公司	零售渝 1200133	2013.05.20-2018.05.19
110	重庆市博士眼镜有限公司长 江二路天街分公司	零售渝 040151	2013.04.17-2018.04.16
111	重庆市博士眼镜有限公司长 江二路时代分公司	零售渝 040152	2013.04.17-2018.04.16
112	重庆市博士眼镜有限公司星 光分公司	零售渝 1200134	2013.05.20-2018.05.19
113	重庆市博士眼镜有限公司洪 湖东路财富分公司	（零售）渝 1200151	2013.08.13-2018.08.12
114	重庆市博士眼镜有限公司国 瑞城分公司	渝 大 食 药 监 械 经 营 许 20160006 号	2016.11.14-2021.11.13
115	重庆市博士眼镜有限公司九 龙坡万象分公司	渝 082257	2014.10.23-2019.10.22
116	重庆市博士眼镜有限公司大 石坝东原分公司	渝 江 食 药 监 械 经 营 许 20150016 号	2015.02.15-2020.02.14
117	北京市澳星博士眼镜有限公 司	京 经 食 药 监 械 经 营 许 20160062 号	2016.08.24-2021.08.23
118	北京市澳星博士眼镜有限公 司昌平分公司	京 210729	2012.02.01-2017.01.31
119	北京市澳星博士眼镜有限公 司朝阳望京分公司	京 朝 食 药 监 械 经 营 许 20150514 号	2015.07.30-2020.07.29
120	北京市澳星博士眼镜有限公 司石景山分公司	京 070578	2012.11.21-2017.11.20
121	北京市澳星博士眼镜有限公 司东直门分公司	京 011083	2014.03.25-2019.03.24
122	昆明德勤眼镜有限公司一二 一大街分公司	滇 昆 食 药 监 械 经 营 许 20150844 号	2015.12.31-2020.12.30
123	昆明德勤眼镜有限公司大理 分公司	滇 290941	2014.07.23-2019.07.22
124	昆明德勤眼镜有限公司正义	滇 013227	2012.10.15-2017.10.14

	坊分公司		
125	昆明德勤眼镜有限公司大观分公司	滇 013257 号	2014.04.21-2019.04.20
126	昆明德勤眼镜有限公司中汇分公司	滇 011419	2014.01.02-2019.01.01
127	昆明德勤眼镜有限公司集大分公司	滇 011663	2014.01.02-2019.01.01
128	昆明德勤眼镜有限公司国贸分公司	滇 016419 号	2014.03.07-2019.03.06
129	昆明德勤眼镜有限公司南亚风情分公司	滇 013621	2012.04.05-2017.04.04
130	昆明德勤眼镜有限公司城市领地分公司	滇 011421	2014.01.16-2019.01.15
131	昆明德勤眼镜有限公司云山路分公司	滇 013630	2012.05.09-2017.05.08
132	昆明德勤眼镜有限公司前兴分公司	滇 013615	2012.02.24-2017.02.23
133	昆明德勤眼镜有限公司玉溪分公司	滇 040035	2014.08.05-2019.08.04
134	东莞市澳星博士眼镜有限公司	粤东食药监械经营许20162005号	2016.05.24-2017.03.25
135	东莞市澳星博士眼镜有限公司南城第三分店	粤 DG0605	2012.05.23-2017.05.22
136	东莞市澳星博士眼镜有限公司南城第四分店	粤 DG0608	2012.05.23-2017.05.22
137	东莞市澳星博士眼镜有限公司南城第五分店	粤 DG0804	2014.04.24-2019.04.23
138	东莞市澳星博士眼镜有限公司南城第一分店	粤 DG0607	2012.05.23-2017.05.22
139	东莞市澳星博士眼镜有限公司莞城第二分店	粤东食药监械经营许（2016）1506号	2016.09.22-2017.05.22
140	东莞市澳星博士眼镜有限公司东城第一分店	粤东食药监械经营许20162011号	2016.08.16-2017.06.10
141	东莞市澳星博士眼镜有限公司莞城第一分店	粤东食药监械经营许（2016）1505号	2016.09.22-2017.06.10
142	东莞市澳星博士眼镜有限公司东城第二分店	粤东食药监械经营许20162012号	2016.08.16-2017.06.10
143	东莞东城万达百货有限公司（博士眼镜专柜）	粤 DG2009	2015.04.30-2020.04.29
144	广州诗琪眼镜有限公司惠州文昌路分公司	粤 HZ1364	2013.12.11-2018.12.10
145	广州诗琪眼镜有限公司番禺	粤 G18143	2013.12.12-2018.12.11

	区福德奥园分公司		
146	广州诗琪眼镜有限公司	粤 G18142	2013.12.12-2018.12.11
147	广州诗琪眼镜有限公司佳兆业分公司	粤 HZ1378	2014.02.28-2019.02.27
148	安徽省澳星眼镜有限公司	皖 011192 号	2013.11.11-2018.11.10
149	安徽省澳星眼镜有限公司华润五彩城分公司	皖 011619 号	2014.05.27-2019.05.26
150	江西省博士眼镜有限责任公司	赣 100027	2016.12.09-2019.04.27
151	江西省博士眼镜有限责任公司青山南路店	赣 100027-06	2014.04.28-2019.04.27
152	江西省博士眼镜有限责任公司洪客隆分公司	赣 105710	2012.08.06-2017.08.05
153	江西省博士眼镜有限责任公司胜利路分公司	赣 105712	2012.08.06-2017.08.05
154	江西省博士眼镜有限责任公司南京西分公司	赣 105714	2012.08.06-2017.08.05
155	江西省博士眼镜有限责任公司八一桥分公司	赣 105705	2012.08.06-2017.08.05
156	江西省博士眼镜有限责任公司万达广场分公司	赣 105708	2012.08.06-2017.08.05
157	江西省博士眼镜有限责任公司民德路分公司	赣 105711	2012.08.06-2017.08.05
158	江西省博士眼镜有限责任公司万达沃尔玛分公司	赣 105704	2012.08.06-2017.08.05
159	江西省博士眼镜有限责任公司医学院分公司	赣 105706	2012.08.06-2017.08.05
160	江西省博士眼镜有限责任公司铁路二村分公司	赣 105702	2012.08.06-2017.08.05
161	江西省博士眼镜有限责任公司八一大道一部分分公司	赣 105715	2012.08.06-2017.08.05
162	江西省博士眼镜有限责任公司建设西路莱茵半岛分公司	赣 105709	2012.08.06-2017.08.05
163	江西省博士眼镜有限责任公司中山洪客隆分公司	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160306 号	2016.09.06-2021.09.05
164	江西省博士眼镜有限责任公司高新大道分公司	赣 105462	2012.05.16-2017.05.15
165	江西省博士眼镜有限责任公司北京东路分公司	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160297 号	2016.09.19-2021.09.18
166	江西省博士眼镜有限责任公司江大南路分公司	赣 105198	2012.03.13-2017.03.12

167	江西省博士眼镜有限责任公司江信花园分公司	赣 105713	2012.08.06-2017.08.05
168	江西省博士眼镜有限责任公司红谷滩万达广场分公司	赣 100027-001	2013.06.03-2018.06.02
169	江西省博士眼镜有限责任公司新建第一分公司	赣 105181	2012.02.17-2017.02.16
170	江西省博士眼镜有限责任公司新建欧尚分公司	赣 100027-004	2013.06.24-2018.06.23
171	江西省博士眼镜有限责任公司莲塘分公司	赣南食药监械经营许 20160039号	2016.11.11-2021.11.10
172	江西省博士眼镜有限责任公司南昌县莲塘澄湖分公司	赣 100027-003	2013.06.13-2018.06.12
173	江西省博士眼镜有限责任公司广州路分公司	赣 100027-002	2013.06.03-2018.06.02
174	江西省博士眼镜有限责任公司赣州九方商场分公司	赣市食药监械经营许 20160070号	2016.08.26-2021.08.25
175	南昌市天虹商场有限公司红谷丽景百货商场	赣洪食药监械经营许 20160323号	2016.10.21-2021.10.20
176	江西省博士眼镜有限责任公司红谷中心天虹分公司	赣 100027-005	2013.07.15-2018.07.14
177	江西省博士眼镜有限责任公司九江九方商场分公司	赣 160187	2015.06.08-2020.06.07
178	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区松岗宝利豪庭店	粤 SZ21247 (门店-15-宝-1)	2015.06.05-2020.06.04
179	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区第五大道万家店	粤 SZ21219 (门店-14-宝-1)	2014.11.14-2019.11.13
180	东莞市澳星博士眼镜有限公司凤岗第二分店	粤东食药监械经营许 20156803	2015.06.17-2020.06.16
181	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区布吉东大街店	粤 SZ31248 (门店-15-龙-1)	2015.06.12-2020.06.11
182	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区喜荟城时尚店	粤 SZ11251 (门店-15-罗-1)	2015.06.24-2020.06.23
183	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区沙井形色店	粤 SZ21264 (门店-15-宝-1)	2015.09.18-2020.09.17
184	博士眼镜连锁股份有限公司福田区石厦新港城店	粤 SZ11267 (门店-15-福-1)	2015.09.24-2020.09.23
185	安徽省澳星眼镜有限公司长江中路分公司	皖合食药监械经营许 20160393号	2016.06.17-2021.06.16
186	合肥银泰城商业管理有限责任公司	皖合食药监械经营许 20160364号	2016.06.06-2021.06.05
187	吉安市天虹商场有限公司	赣吉食药监械经营许 20160062号	2016.01.28-2021.01.27

188	江西省博士眼镜有限责任公司景德镇朝阳万家分公司	赣 景 食 药 监 械 经 营 许 20150015 号	2015.09.15-2020.09.14
189	江西省博士眼镜有限责任公司恒茂梦时代广场分公司	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160028	2016.02.19-2021.02.18
190	江西省博士眼镜有限责任公司红谷滩万达万家分公司	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160123 号	2016.05.09-2021.05.08
191	北京市澳星博士眼镜有限公司大兴西红门分公司	京 兴 食 药 监 械 经 营 许 20160022 号	2016.03.01-2021.02.28
192	博士眼镜连锁股份有限公司淄博五彩城分公司	鲁 淄 食 药 监 械 经 营 许 20160070 号	2016.05.13-2021.05.12
193	广州太阳新天地购物中心有限公司	粤 G14008	2014.06.04-2019.06.04
194	博士眼镜连锁股份有限公司青岛分公司	鲁 青 食 药 监 械 经 营 许 20160329 号	2016.04.27-2021.04.26
195	北京市澳星博士眼镜有限公司大兴欣宁街分公司	京 兴 食 药 监 械 经 营 许 20160021 号	2016.03.01-2021.02.28
196	广州诗琪眼镜有限公司正佳广场分公司	粤 G14204	2014.11.12-2019.11.12
197	博士眼镜连锁股份有限公司福田区九方店	粤 SZ11329（门店-16-福-1）	2016.08.15-2021.08.14
198	博士眼镜连锁股份有限公司福田区九方时尚店	粤 SZ11330（门店-16-福-1）	2016.08.15-2021.08.14
199	博士眼镜连锁股份有限公司福田区乐淘里店	粤 SZ11331（门店-16-福-1）	2016.08.15-2021.08.14
200	惠州市德勤眼镜有限公司南坛路分公司	粤 惠 食 药 监 械 经 营 许 20162005 号	2016.07.11-2021.07.10
201	惠州市德勤眼镜有限公司南坛东路分公司	粤 惠 食 药 监 械 经 营 许 20162004 号	2016.07.11-2021.07.10
202	惠州市德勤眼镜有限公司	粤 惠 食 药 监 械 经 营 许 20162003 号	2016.07.11-2021.07.10
203	博士眼镜连锁股份有限公司龙华新区观澜店	粤 SZ11342（门店-16-华-1）	2016.09.12-2021.09.11
204	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区沙井万丰店	粤 SZ21333（门店-16-宝-1）	2016.08.31-2021.08.30
205	博士眼镜连锁股份有限公司福田区五洲星苑店	粤 SZ11366（门店-16-福-1）	2016.10.20-2021.10.19
206	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区喜荟城店	粤 SZ11349（门店-16--1）	2016.09.28-2021.09.27
207	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区洪湖花园分店	粤 SZ11350（门店-16--1）	2016.09.28-2021.09.27
208	博士眼镜连锁股份有限公司南山区天利苏宁店	粤 SZ11360（门店-16-南-1）	2016.10.08-2021.10.07

209	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区大新前海分店	粤 SZ11359 (门店-16-南-1)	2016.10.08-2021.10.07
210	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区金港华庭店	粤 SZ21362 (门店-16-宝-1)	2016.10.12-2021.10.11
211	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区龙华大润发店	粤 SZ11355 (门店-16-华-1)	2016.10.08-2021.10.07
212	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区龙华佳华店	粤 SZ11368 (门店-16-华-1)	2016.10.24-2021.10.23
213	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区石岩宏发店	粤 SZ21379 (门店-16-宝-1)	2016.10.27-2021.10.26
214	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区龙华苹果园店	粤 SZ11354 (门店-16-华-1)	2016.10.08-2021.10.07
215	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区潜龙分店	粤 SZ11348 (门店-16-华-1)	2016.09.27-2021.09.26
216	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区建安路店	粤 SZ21346 (门店-16-宝-1)	2016.09.18-2021.09.17
217	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区摩尔城店	粤 SZ11347 (门店-16--1)	2016.09.26-2021.09.25
218	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区坂田湾畔店	粤 SZ11389 (门店-16--1)	2016.11.14-2021.11.13
219	博士眼镜连锁股份有限公司 盐田区深盐路分店	粤 SZ11353 (门店-16--1)	2016.09.30-2021.09.29
220	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区桃源居人人乐店	粤 SZ21406 (门店-16-宝-1)	2016.12.01-2021.11.30
221	北京市澳星博士眼镜有限公司 海淀知春路分公司	京 海 食 药 监 械 经 营 许 20160324 号	2016.09.18-2021.09.17
222	惠州市万佳百货有限公司	粤 惠 食 药 监 械 经 营 许 20162010 号	2016.11.01-2021.10.31
223	江西财富广场有限公司	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160356 号	2016.12.09-2021.12.08
224	昆明德勤眼镜有限公司同德 广场分公司	滇 昆 食 药 监 械 经 营 许 20160222 号	2016.04.01-2021.03.31
225	安徽省澳星眼镜有限公司颍 河路分公司	皖 01L0002 号	2014.11.11-2019.11.10
226	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区金光华店	粤 SZ10432 (门店-12-罗-2)	2012.07.27-2017.07.26
227	博士眼镜连锁股份有限公司 无锡万象分公司	苏 锡 食 药 监 械 经 营 许 20150146 号	2015.09.09-2020.09.08
228	成都市博士眼镜有限公司海 滨城分公司	川 蓉 食 药 监 械 经 营 许 20160858 号	2016.10.27-2021.10.26
229	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区福民天虹店	粤 SZ11413 (门店-16-福-1)	2016.12.07-2021.12.06

230	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区中航天虹店	粤 SZ11423 (门店-16-福-1)	2016.12.15-2021.12.14
231	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区双龙天虹店	粤 SZ31365 (门店-16-龙-1)	2016.10.18-2021.10.17
232	昆明德勤眼镜有限公司湖岸 花园分公司	滇 昆 食 药 监 械 经 营 许 20160231 号	2016.04.05-2021.04.04
233	南昌市天虹商场有限公司象 湖百货商场	赣 南 食 药 监 械 经 营 许 20160040 号	2016.12.15-2021.12.14
234	博士眼镜连锁股份有限公司 光明新区公明天虹店	粤 SZ21402 (门店-16-光-1)	2016.11.29-2021.11.28
235	安徽省澳星眼镜有限公司合 肥万象城分公司	皖 合 食 药 监 械 经 营 许 20160483 号	2016.07.12-2021.07.11
236	成都市博士眼镜有限公司高 新益州大道分公司	川 蓉 食 药 监 械 经 营 许 20160852 号	2016.10.31-2021.10.30
237	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区前海天虹店	粤 SZ11384 (门店-16-南-1)	2016.11.02-2021.11.01
238	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华新区东环二路店	粤 SZ11356 (门店-16-华-1)	2016.10.08-2021.10.07
239	广州诗琪眼镜有限公司番禺 梦乐城分公司	粤 穗 食 药 监 械 经 营 许 20161360 号	2016.07.12-2021.07.11
240	昆明德勤眼镜有限公司呈贡 区七彩云分公司	滇 昆 食 药 监 械 经 营 许 20160621 号	2016.09.12-2021.09.11
241	昆明德勤眼镜有限公司呈贡 区七彩云时尚分公司	滇 昆 食 药 监 械 经 营 许 20160622 号	2016.09.12-2021.09.11
242	江西省博士眼镜有限责任公 司吉安万家分公司	赣 吉 食 药 监 械 经 营 许 20160140 号	2016.11.03-2021.11.02
243	江西省博士眼镜有限责任公 司九龙湖万达城分公司	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160322 号	2016.10.21-2021.10.20
244	江西省博士眼镜有限责任公 司象山北路分公司	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160317 号	2016.10.14-2021.10.13
245	江西省博士眼镜有限责任公 司站前西路分公司	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160338 号	2016.11.11-2021.11.10
246	昆明德勤眼镜有限公司玉溪 南北大街分公司	滇 玉 食 药 监 械 经 营 许 20160024 号	2016.10.13-2021.10.12
247	成都市博士眼镜有限公司高 新奥克斯分公司	川 蓉 食 药 监 械 经 营 许 20160944 号	2016.11.17-2021.11.16
248	江西省博士眼镜有限责任公 司象山北路分公司	赣 105703	2012.08.06-2017.08.05
249	江西省博士眼镜有限责任公 司叠山路大众中心分公司	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160275	2016.09.06-2021.09.05
250	昆明德勤眼镜有限公司海伦 国际分公司	滇 昆 食 药 监 械 经 营 许 20160247 号	2016.04.11-2021.04.10

251	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区中洲店	粤 SZ21378 (门店-16-宝-1)	2016.10.27-2021.10.26
252	博士眼镜连锁股份有限公司福田区皇庭广场总统店	粤 SZ11372 (门店-16-福-1)	2016.10.26-2021.10.25
253	博士眼镜连锁股份有限公司福田区皇庭广场石人工店	粤 SZ11371 (门店-16-福-1)	2016.10.26-2021.10.25
254	安徽省澳星眼镜有限公司万达文旅城分公司	皖 合 食 药 监 械 经 营 许 20160826 号	2016.12.12-2021.12.11
255	江西省博士眼镜有限责任公司赣州华润万象城分公司	赣 市 食 药 监 械 经 营 许 20160095 号	2016.12.05-2021.12.04
256	昆明德勤眼镜有限公司人民中路分公司	滇 昆 食 药 监 械 经 营 许 20160741 号	2016.11.02-2021.11.01
257	南昌市天虹商场有限公司京东百货商场	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160364 号	2016.12.20-2021.12.19
258	华润万家有限公司沙井店(博士眼镜专柜)	粤 SZ21427 (门店-16-宝-1)	2016.12.19-2021.12.18
259	成都市博士眼镜有限公司高新紫竹北街分公司	川 蓉 食 药 监 械 经 营 许 20161023 号	2016.12.06-2021.12.05
260	深圳市茂业百货华强北有限公司(博士眼镜专柜)	粤 SZ11454 (门店-16-福-1)	2016.12.30-2021.12.29
261	博士眼镜连锁股份有限公司龙华新区宜水商业广场店	粤 SZ11429 (门店-16-华-1)	2016.12.21-2021.12.20
262	惠州市德勤眼镜有限公司隆生广场东湖分公司	粤 惠 食 药 监 械 经 营 许 20162013 号	2016.12.19-2021.12.20
263	南昌市天虹商场有限公司酷加百货商场	赣 洪 食 药 监 械 经 营 许 20160344 号	2016.11.24-2021.11.23

(二) 从业人员专业资质管理制度

发行人为眼镜销售的连锁公司，专业从业人员主要为眼镜验光员及眼镜定配工。《眼镜验光员国家职业标准》、《眼镜定配工国家职业标准》对眼镜验光员、眼镜定配工做出了如下规定：

1、眼镜验光员

根据《眼镜验光员国家职业标准》，眼镜验光员职业资格共分五级，分别为：初级（国家职业资格五级）、中级（国家职业资格四级）、高级（国家职业资格三级）、技师（国家职业资格二级）、高级技师（国家职业资格一级）。职业等级考核分为理论知识考核和技能考核两种方式。技师和高级技师还须进行综合评审。

2、眼镜定配工

根据《眼镜定配工国家职业标准》，眼镜定配工职业资格共分四级，分别为初级（国家职业资格五级）、中级（国家职业资格四级）、高级（国家职业资格三级）、技师（国家职业资格二级）。职业等级考核分为理论知识考核和技能考核两种方式。技师鉴定还须进行综合评审。

根据《人力资源社会保障部关于清理规范职业资格第一批公告》，眼镜验光员、眼镜定配工的职业水平评价由经批准并授权的地方、行业技能鉴定机构来实施承办。

七、公司的技术与研发情况

公司主要从事眼镜连锁零售，属于零售业，其核心竞争力在品牌影响力、销售网络规模、专业的服务水平和渠道优势等，无核心技术人员，未形成核心技术，未进行研发费用归集，未单独列示研发费用。

八、公司境外经营及拥有资产情况

截至本招股书签署日，公司无境外经营情况，除拥有澳大利亚注册的 President Optical 商标外，未在境外拥有其他资产。

九、公司发行当年和未来三年的发展计划

（一）发展目标

公司是一家专业从事眼镜零售的连锁经营企业。经过多年的发展，公司旗下拥有：高端定制眼镜连锁品牌——President optical，专业视光眼镜连锁品牌——博士眼镜，时尚快消眼镜连锁品牌——z ðe，个性潮牌眼镜连锁品牌——砵（Mygaos 发展而来）。公司品牌在中高端市场形成知名度与美誉度并存的稳健态势。

未来，公司将以市场为导向，积极拓展目标区域市场和电子商务市场，通过稳妥经营，提升市场占有率，实现销售快速增长；并通过人才培养，提升员工素质，增强客户满意度，在业内树立良好的口碑，以促进企业持续、稳定、快速、健康的发展。

（二）业务发展规划

根据公司的长期发展战略以及未来三年的发展目标，结合公司当前的实际情况，公司制定以下具体业务发展规划。

1、营销服务平台建设计划

公司在上市后通过利用本次募集资金，在全国 15 个省（自治区、直辖市）新建 278 家直营店。为配合直营店的建设，同时加强营销网络的区域化管理，公司将在成都、北京和杭州新建三个区域服务中心，同时完善升级现有的深圳、南昌两个区域服务中心。

通过营销服务平台的建设，公司将拓宽现有的营销渠道，完善在全国五大区域的战略布局并辐射全国，提升品牌的知名度和美誉度，从而增强公司盈利能力。

2、市场活动计划

未来三年公司在市场活动策略规划上，将始终保持以提供专业视光验配服务和支持业务销售为两大目标，通过分析以往活动经验及各类数据，以优质的活动形式服务大众，支持公司销售。针对品牌定位的不同，公司将以细分目标人群为出发点，为各大品牌量身定制合适的活动形式，并根据活动规模配合适当的宣传，以达到更好的活动效果。

除常规的市场活动之外，公司在未来将更加重视公益活动的开展，以树立起更好的品牌形象和知名度、美誉度。公益活动规划将从全球近视发病率日趋低龄化及当今社会老龄化的社会现状出发，关注青少年及老年人的视力健康，并着重关注贫困地区的青少年视力健康及高原地区白内障患者，通过眼科知识讲座、免费视力检测、免费验配等多种公益活动来树立公司良好的社会形象。

3、人才培养规划

连锁企业的发展，人才培养是关键。公司未来将加强员工培养的力度，提升员工专业素质，建设一支职业化的员工队伍，以提升公司的核心竞争力。具体人才培养规划如下：

（1）通过内部培养和外部招聘等多种方式，积极引进优秀的管理、营运、营销和财务等方面的人才，以优化人才结构；

（2）配合公司发展策略，完善原有培训课程体系，从业务知识与技能、综合素质能力两个纬度出发，提升员工的专业技能与销售能力；

(3) 完善员工职级和绩效考核机制，形成一整套完整的职工薪酬福利制度和执行细则，提升员工稳定性。

4、完善电子商务计划

未来，公司将继续巩固和发展电子商务业务，一方面继续在天猫、京东等各大平台开设官方旗舰店，开展全网布局；另一方面对自身供应链体系加以改造，提升供应链效率，建立起 O2O 线上线下联动的经营模式。发展电子商务业务可以拓展产品的销售渠道，完善和补充公司现有销售体系，在短时间内实现全国市场的覆盖。同时，电商系统结合 CRM 可以进行交易数据的挖掘和分析，使得公司能够建立起更健全的会员数据库，精准地捕捉消费趋势，为进一步分析消费者购买行为、购买决策提供了更好的支持。而线上网店和线下门店的结合既顺应了消费者逐步形成的网络购物习惯，增强交易的便利性，又能提供完美消费体验，进一步增强会员的粘性，实现线上线下资源整合，扩大公司的销售规模，提升公司的盈利能力。

5、并购计划

公司将以上市为契机，利用资本市场，通过兼并、收购、控股、参股等多种方式，实现连锁门店的快速扩张，加快公司业务的发展。未来，公司将本着对股东有利、对公司发展有利的基本原则，围绕眼镜行业产业链，适时、稳妥地进行兼并收购，进一步增强公司的整体竞争力。

(三) 拟定上述业务发展规划所依据的假设条件

上述业务发展规划是基于本公司现有业务规模、市场地位、发展趋势等各方面因素综合制定的，其拟定依据基于以下假设条件：

1、本公司所处的国内外政治、经济、社会环境稳定，宏观经济保持良好的发展态势；

2、公司所处的眼镜零售行业的产业政策没有重大的不利变化；

3、公司所处的眼镜零售行业的业务模式、市场竞争状况没有重大的不利变化；

4、本次发行能如期完成，募集资金能顺利到位并投入使用，募集资金投资项目如期实施；

- 5、公司经营管理层没有发生重大的不利变化；
- 6、没有其他重大不利的不可抗力因素发生。

（四）实施上述业务发展规划可能面临的主要困难以及实现上述计划拟采用的途径

国内眼镜零售市场竞争激烈，如果公司不能及时募集资金进行营销网络建设，目标市场的优质商圈、店铺资源将会被竞争对手抢占，进而影响公司整体发展规划的顺利实施。在募集资金到位之前，由于公司融资渠道较窄，公司业务发展所需要资金基本上通过自有资金和银行贷款解决，因此资金短缺是公司实施上述计划的最大障碍。

另外，随着公司业务的快速发展和公司规模迅速扩大，公司在战略规划、组织设计、资源配置、运营管理、营销策略、市场开拓、资金需求、内部控制等方面将面临新的挑战。

为顺利实施上述计划，公司将加强内部管理，提高管理水平，进一步提高公司产品和服务的质量，提高市场竞争力；加大运营管理的力度，提升公司自主创新能力，进而提高公司核心竞争力；通过人才培养和引进，不断提高员工素质，并努力打造一个成熟的运营管理团队；加大市场开拓力度，凭借服务优势和质量优势，不断提高市场份额，扩大销售收入；持续健全和完善公司法人治理结构，更加规范运作，募集资金到位后加快拟投资项目的建设进度，使新建营销服务平台尽快带来经济效益，顺利实现各项业务发展计划和目标。

（五）业务发展规划与现有业务的关系

上述业务发展规划是在公司对现有主营业务、公司在眼镜零售行业的经验和资源、在国内眼镜连锁市场上的地位进行深入研究和分析的基础上，结合公司长远发展战略进行规划制定。

本规划如果能顺利实施，将快速扩大公司的营销网络布局和人员规模，提升公司品牌形象，提高公司的市场占有率，公司的核心竞争力也将进一步增强，从而为公司长期发展战略的实现打下坚实的基础。

（六）声明

本公司声明：本公司在上市后将严格遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及其他相关法律法规，通过定期报告持续公告发展规划的实施情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立性

发行人自整体变更为股份公司以来，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，具有独立完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。

（一）资产完整情况

发行人拥有独立完整的业务系统，具备与经营相关的经营管理场所、主要设备和配套设施等，合法拥有与经营有关的办公场地、加工设备以及商标的所有权，具有独立的采购和销售系统。

（二）人员独立情况

公司拥有独立的人事管理部门，独立负责员工劳动、人事和工资管理，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的相关管理体系完全分离；公司依照国家及各地的企业劳动、人事和工资管理规定，制订了一整套完整独立的劳动、人事及工资管理制度。公司的总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任职务，也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；发行人的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立情况

公司设置了独立的财务部门，并根据现行的企业会计准则及相关法规，结合公司实际情况制订了财务管理制度，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。

发行人及其子公司均独立建账。公司在银行独立开设账户，对所发生的经济业务进行独立结算。

（四）机构独立情况

公司建立了股东大会、董事会、监事会和独立董事制度，形成了有效的法人治理结构。公司的董事由合法的选举程序选举产生，经理等高级管理人员由董事会聘任，不存在实际控制人和控股股东干预董事会和股东大会人事任免的情况。

公司拥有独立的生产经营和办公机构，与关联方完全分开，不存在混合经营、合署办公的情况。在内部机构设置上，公司建立了适合自身的组织机构，并制定了相应的内部管理制度，各职能部门独立履行职责，不存在与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间机构混同的情况。

（五）业务独立情况

目前，发行人独立从事眼镜及周边产品的连锁经营业务，具有独立的采购和销售系统，业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

经保荐机构核查，发行人在以上独立性方面均达到了监管的基本要求，发行人关于独立性的信息披露真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）发行人与控股股东、实际控制人及主要股东不存在同业竞争

1、公司和控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

发行人的控股股东为 ALEXANDER LIU，实际控制人为 ALEXANDER LIU、

LOUISA FAN 夫妇，2012 年以来，实际控制人控制或施加重大影响的除发行人以外的其他企业有香港博士眼镜连锁有限公司，该公司于 2011 年 11 月 21 日在香港登记设立，具体情况请参见本招股意向书中“第五节 发行人基本情况”之“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业情况”相关描述。

香港博士眼镜连锁有限公司未实际开展业务，并已于 2012 年 11 月 2 日根据香港《公司条例》办理撤销注册和公司解散手续。该公司与发行人不存在同业竞争情况。

截至本招股意向书签署日，除持有博士眼镜股权外，实际控制人未控制其他企业，实际控制人也未与他人共同控制其他企业。

2、其他持股 5%以上的股东与公司同业竞争情况

发行人股东江南道和豪石九鼎分别持有发行人 6.03%和 6.80%的股份，江南道为发行人的员工持股平台，豪石九鼎的主营业务为对外投资。上述企业与公司不存在同业竞争关系。

（二）避免同业竞争的承诺

1、控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

为避免与发行人发生同业竞争，控股股东/实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 分别出具了《避免同业竞争承诺函》，确认与发行人不存在同业竞争。

该承诺函承诺：“在本承诺函签署之日，本人及本人控制的公司均未生产、销售任何与贵公司及其下属子公司生产、销售的产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经营任何与贵公司及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与贵公司及其下属子公司生产、销售的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。”

“自本承诺函签署之日起，本人及本人控制的公司将不生产、销售任何与贵公司及其下属子公司生产、销售的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与贵公司及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与贵公司及其下属子公司生产、销售的产品或经营的

业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。”

“自承诺函签署之日起，如本人及本人控制的公司进一步拓展产品和业务范围，本人及本人控制的公司将不与贵公司及其下属子公司拓展后的产品或业务相竞争；若与贵公司及其下属子公司拓展后的产品或业务产生竞争，则本人及本人控制的公司将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式，或者将相竞争的业务纳入到贵公司经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。”

“在本人及本人控制的公司与贵公司存在关联关系期间，本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守，本人将向贵公司赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

2、直接持股 5%以上的股东作出的避免同业竞争的承诺

直接持股 5%以上的股东江南道和豪石九鼎分别出具了内容同上的《避免同业竞争承诺函》，确认与发行人不存在同业竞争。

三、关联方与关联交易

（一）关联方

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和《上市公司信息披露管理办法》等相关规定，截至本招股意向书签署日，发行人的关联方及关联关系如下：

1、控股股东及实际控制人

发行人的控股股东为 ALEXANDER LIU，实际控制人为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 夫妇，分别持有发行人 36.62%、30.49%的股份，其作为公司的实际控制人合计直接持有公司 67.11%的股份。

2、控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的除发行人以外的其他企业

2012 年以来，实际控制人控制或施加重大影响的除发行人以外的其他企业有香港博士眼镜连锁有限公司，该公司于 2011 年 11 月 21 日在香港登记设立，香港博士眼镜连锁有限公司未实际开展业务，并已于 2012 年 11 月 2 日根据香港《公司条例》办理撤销注册和公司解散手续。

截至本招股书签署日，除持有发行人股权外，实际控制人未控制其他企业，也未与他人共同控制其他企业。

3、除控股股东外持有发行人 5%以上股份的股东

关联方名称	与发行人关系	持股比例
江南道	直接持有发行人 5%以上股份的股东	持有发行人 6.03%股份
豪石九鼎	直接持有发行人 5%以上股份的股东	持有发行人 6.80%股份

除江南道和豪石九鼎以外，不存在其他持有发行人 5%以上股份的股东。

4、发行人下属子公司及参股公司

发行人下属子公司如下：

关联方名称	与发行人关系	持股比例
江西博士	全资子公司	发行人持股 100%
重庆博士	全资子公司	发行人持股 100%
东莞博士	全资子公司	发行人持股 100%
北京博士	全资子公司	发行人持股 100%
昆明德勤	全资子公司	发行人持股 100%
大连博士	全资子公司	发行人持股 100%，已注销
广州诗琪	全资子公司	发行人持股 100%
成都博士	全资子公司	发行人持股 100%
安徽澳星	全资子公司	发行人持股 100%
南宁普立奥	全资子公司	发行人持股 100%
杭州普立奥	全资子公司	发行人持股 100%
深圳伯爵	全资子公司	发行人持股 100%
沈阳博士	全资子公司	发行人持股 100%
昆山普立奥	全资子公司	发行人持股 100%
惠州德勤	全资子公司	发行人持股 100%
无锡普立奥	全资子公司	发行人持股 100%

下属子公司具体情况请参见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人股权结构和子公司情况”相关内容。

发行人不存在参股公司。

5、其他关联自然人

发行人的其他关联自然人包括发行人董事、监事和高级管理人员以及与其关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母、兄弟姐妹、子女配偶的父母。

发行人的董事、监事、高级管理人员的详细情况请参见本招股书“第八节 董

事、监事、高级管理人员与公司治理”相关内容。

6、报告期内的其他关联企业

报告期内，发行人的其他关联企业包括其他关联自然人兼职或投资的除发行人以外的企业，具体如下：

关联方名称	与公司关系
九盈（珠海）资产管理有限公司	公司董事江志斌持有80%股权并担任执行董事、经理的企业
九盈无锡投资有限公司	公司董事江志斌持有40%股权并担任执行董事、总经理的企业
江西旭阳雷迪高科技股份有限公司	公司董事江志斌担任董事的企业
福州百洋海味食品有限公司	公司董事江志斌担任董事的企业
广东波斯科技股份有限公司	公司独立董事胡建军担任独立董事的企业
青岛征和工业股份有限公司	公司独立董事胡建军担任独立董事的企业
上海荣泰健康科技股份有限公司	公司独立董事胡建军担任独立董事的企业
九芝堂股份有限公司	公司独立董事胡建军担任独立董事的企业
神宇通信科技股份公司	公司独立董事胡建军担任独立董事的企业
天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）	公司独立董事胡建军担任合伙人
宜华健康医疗股份有限公司	公司独立董事郭维担任独立董事的企业
深圳比科斯电子股份有限公司	公司独立董事郭维担任独立董事的企业
广东华商律师事务所	公司独立董事郭维担任合伙人
前海宝润（深圳）融资租赁有限公司	公司独立董事郭维担任董事的企业

（二）报告期公司关联交易情况

1、经常性关联交易

报告期内发生的经常性关联交易为关联方租赁。

（1）向实际控制人租赁房屋的情况

报告期内，发行人按照市场化原则向实际控制人 ALEXANDER LIU 租赁房屋作为经营办公场所，相关房屋的租赁价格按照市场化原则确定。报告期内向实际控制人租赁情况如下：

单位：元

2014 年度						
出租方名称	承租方名称	租赁资产种类	租赁起始日	租赁终止日	定价依据	年度确认的租赁费用
ALEXANDER LIU	昆明德勤	经营办公场所	2014-1-1	2014-2-28	公允价值	10,000.00

为减少关联交易，租赁合同期满后，昆明德勤从原办公场所迁出，此后，昆明德勤无向关联方租赁的情况。

(2) 租赁关联方房产的定价机制

公司与实际控制人的关联租赁价格采用市场价格，参照同一大厦及周边类似经营办公场所的出租价格，确定公司关联租赁的价格。2014 年向关联方租赁的租赁费用为 1.00 万元，占公司当年全部租赁支出的比例为 0.01%，占比较低，租赁场所主要作为日常办公用途，关联租赁对公司的经营业绩影响较小。

2、偶发性关联交易情况

2013 年 6 月 14 日，发行人股东江南道之股东、发行人实际控制人 ALEXANDER LIU 之堂弟刘勤与中国光大银行股份有限公司深圳熙龙湾支行签订《个人贷款合同（抵押、保证）》，贷款 818 万元，根据该合同，公司之全资子公司深圳博镜为刘勤在该合同项下的全部债务提供连带责任保证。保证期间为该合同签署之日起至合同项下债务履行期届满之日起两年止。

2012 年 12 月 27 日及 2013 年 1 月 10 日，发行人分别召开董事会和股东大会审议该担保事项，关联董事及关联股东回避了表决，该等为关联方提供担保的事项已经董事会审议通过，并经出席股东大会的无关联股东三分之二以上表决权审议通过。

发行人独立董事对此事发表意见，认为公司董事会拟定的深圳博镜向刘勤提供担保的议案符合《公司法》、公司章程和相关法律法规及规范性文件的规定，该议案遵循了公开、公平和公正的原则，决策程序符合《公司法》、《公司章程》的有关规定，不存在损害公司股东利益的情形，同意深圳博镜向刘勤提供担保的议案。

2015 年，上述借款已结清，刘勤与中国光大银行股份有限公司深圳熙龙湾支行签订的《个人贷款合同（抵押、保证）》已执行完毕，担保事项已解除。

(三) 报告期关联方往来款项余额变动情况

报告期各期末，关联方与公司不存在往来款项余额。

（四）发行人报告期内所发生的全部关联交易的简要汇总表

单位：万元

公司	交易类型	关联方名称	2016 年度	2015 年度	2014 年度
昆明德勤	关联方租赁	ALEXANDER LIU	-	-	1.00
合计			-	-	1.00

注：2013 年 6 月 14 日，发行人之全资子公司深圳博镜为公司关联方刘勤向中国光大银行股份有限公司深圳熙龙湾支行的 818 万元贷款提供连带责任保证。上述关联方担保已经公司有权机构审批及独立董事发表意见，2015 年，上述关联方担保所对应的借款已全部偿还，担保义务已解除。

四、公司关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司经常性关联交易主要向关联方租赁，报告期各期仅 2014 年存在关联方租赁，关联方租赁费用占当期公司租赁费用的比例为 0.01%，向关联方租赁遵循市场定价原则，且金额较小，对公司的财务状况和经营成果不存在重大影响。为减少关联交易，自 2014 年 2 月起，公司停止了向关联方租赁。

报告期内曾经存在的关联方担保，已经公司有权机构审批及独立董事发表意见，且截至本招股意向书签署日，关联方已经偿还该等担保所对应的借款，担保义务已解除，对公司未造成影响。

综上，报告期内公司的关联交易对公司的财务状况和经营成果不存在重大不利影响。

五、关于规范关联交易的承诺函

发行人尽量避免关联交易的发生，对于不可避免的关联交易，将严格执行《公司章程》、《关联交易管理制度》等有关关联交易决策和执行程序、回避制度以及信息披露制度，并进一步完善独立董事制度，加强独立董事对关联交易的监督，进一步健全公司治理结构和内控制度，保证关联交易的公平、公正、公允，避免关联交易损害发行人及股东的利益。

发行人的实际控制人 ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 以及公司的主要股东江南道、豪石九鼎已就规范和减少关联交易出具如下承诺：

“（一）本人/公司/本企业将采取措施尽量避免与贵公司发生关联交易。对

于无法避免的任何关联业务往来或交易均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格应按市场公认的合理价格确定，并按照规定履行相关决策程序和信息披露义务；

（二）按相关规定履行必要的关联董事、关联股东回避表决等义务，遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务；

（三）保证不通过关联交易损害贵公司及其他股东的合法权益；

（四）双方就相互间关联事务及交易所做出的任何约定及安排，均不妨碍对方为其自身利益、在市场同等竞争条件下与任何第三方进行业务往来或交易；

（五）本人/公司/本企业及本人/公司/本企业控制的公司在此承诺并保证，若违反上述承诺，本人/公司/本企业将承担由此引起的一切法律责任和后果，并对相关各方造成的损失予以赔偿和承担。”

六、报告期关联交易制度的执行情况及独立董事的意见

报告期内，公司发生的关联交易，已按照《公司法》、《公司章程》和《关联交易管理制度》等的规定履行了相应的决策审批程序。

公司已采取必要措施对公司及其他股东的利益进行保护。发行人独立董事对报告期内关联交易决策程序及关联交易事项进行了核查，认为“公司 2014 年度至 2016 年度与关联方发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，关联交易定价公允，不存在损害公司及其他股东利益的情况。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介

(一) 董事会成员

截至本招股意向书签署日，本公司共有董事 9 名，其中独立董事 3 名，本公司董事由股东大会选举产生，任期 3 年，任期届满可连选连任。本届董事会任期至 2017 年 12 月届满。

公司现任 9 名董事的基本情况如下表所示：

姓名	职务	本届董事任期	提名人
ALEXANDER LIU	董事长	2014 年 12 月-2017 年 12 月	董事会
LOUISA FAN	董事、总经理	2014 年 12 月-2017 年 12 月	董事会
刘开跃	董事、副总经理	2014 年 12 月-2017 年 12 月	董事会
杨秋	董事、副总经理、董事会秘书	2014 年 12 月-2017 年 12 月	董事会
刘之明	董事、投资发展部总监	2014 年 12 月-2017 年 12 月	董事会
江志斌	董事	2014 年 12 月-2017 年 12 月	董事会
胡建军	独立董事	2015 年 3 月-2017 年 12 月	董事会
郭维	独立董事	2014 年 12 月-2017 年 12 月	董事会
钟兴武	独立董事	2014 年 12 月-2017 年 12 月	董事会

上述各董事的简历如下：

ALEXANDER LIU 先生：公司董事长，1962 年出生，中专学历，澳大利亚国籍。自 1993 年 3 月起，与 LOUISA FAN 以个体工商户形式开始经营管理博士眼镜品牌和 President optical 品牌的眼镜连锁零售门店，并于 1997 年 4 月与 LOUISA FAN 创立本公司，现任公司董事长。

LOUISA FAN 女士：公司董事，1969 年出生，本科学历，澳大利亚国籍。自 1993 年 3 月起，与 ALEXANDER LIU 以个体工商户形式开始经营管理博士眼镜品牌和 President optical 品牌的眼镜连锁零售门店，并于 1997 年 4 月与 ALEXANDER LIU 创立本公司，现任公司董事、总经理。

刘开跃先生：公司董事，1963 年出生，中专学历，中国国籍，无境外居留权。2001 年入职本公司，曾任公司人事经理，现任公司董事、副总经理。

杨秋女士：公司董事，1969 年出生，硕士研究生学历，中国国籍，无境外居留权。2003 年入职本公司，曾任公司财务部经理、财务总监，现任公司董事、副总经理、董事会秘书。

刘之明先生：公司董事，1972 年出生，大专学历，中国国籍，无境外居留权。1997 年入职本公司，曾任公司人力资源部经理、总经办主任、工程部经理，现任公司董事、投资发展部总监。

江志斌先生：公司董事，1983 年出生，硕士研究生学历，中国国籍，无境外居留权，曾任职于北京毕马威华振会计师事务所、中国对外建设总公司、昆吾九鼎投资管理有限公司、九信资产管理股份有限公司；现任公司董事、九盈（珠海）资产管理有限公司执行董事、经理、九盈无锡投资有限公司执行董事、总经理、江西旭阳雷迪科技股份有限公司董事、福州百洋海味食品有限公司董事、江门市地尔汉宇电器股份有限公司监事。

胡建军先生：独立董事，1976 年出生，大学本科学历，硕士学位，注册会计师。中国国籍，无境外居留权，曾任职于涟源会计师事务所；现任公司独立董事、天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人、副主任会计师兼上海分所所长、广东波斯科技股份有限公司独立董事、青岛征和工业股份有限公司独立董事、上海荣泰健康科技股份有限公司独立董事、九芝堂股份有限公司独立董事、神宇通信科技股份有限公司独立董事。

郭维先生：独立董事，1978 年出生，硕士研究生学历，中国国籍，无境外居留权，曾任职于广东深宝律师事务所、广东巨龙律师事务所；现任公司独立董事、广东华商律师事务所律师、合伙人，宜华健康医疗股份有限公司独立董事、前海宝润（深圳）融资租赁有限公司董事、深圳比科斯电子股份有限公司独立董事。

钟兴武先生：独立董事，1968 年出生，博士学历，中国国籍，无境外居留权，2007 年至今任中山大学中山眼科中心研究员、主任医师、博士研究生导师、

教授，现任公司独立董事。

（二）监事会成员

本公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名。监事每届任期 3 年，任期届满可连选连任。本届监事会任期至 2017 年 12 月届满。公司现任 3 名监事的基本情况如下表所示：

姓名	职务	本届监事任期	提名人
何庆柏	监事会主席、区域营运总监	2014 年 12 月-2017 年 12 月	监事会
郑庆秋	监事、采购部总监	2014 年 12 月-2017 年 12 月	监事会
周演文	职工监事、区域营运总监	2015 年 5 月-2017 年 12 月	职工代表大会

各监事的简要情况如下：

何庆柏先生：公司监事会主席，1976 年出生，中专学历，中国国籍，无境外居留权。2000 年入职本公司，曾任公司南昌区营业部经理；现任公司监事会主席、区域营运总监。

郑庆秋女士：公司监事，1973 年出生，高中学历，中国国籍，无境外居留权。1997 年入职本公司，曾任公司质检部经理、采购部经理；现任公司监事、采购部总监。

周演文先生：公司职工代表监事，1975 年出生，高中学历，中国国籍，无境外居留权。2001 年入职本公司，曾任公司店长、督导、分区经理；现任公司职工代表监事、区域运营总监。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员包括总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书，公司非董事高级管理人员的简要情况如下：

张晓明先生：公司财务总监，1973 年出生，本科学历，中国国籍，无境外居留权。曾任职于深圳力诚会计师事务所、深圳天华会计师事务所、深圳诚信会计师事务所；2013 年入职公司，现任公司财务总监。

（四）其他核心人员

根据公司的运营业态，公司的其他核心人员主要为公司核心业务人员，为 LOUISA FAN、杨秋、刘之明与郑庆秋，核心业务人员简历参见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员、（二）监事会成员”。

通过参加保荐机构及其他证券服务机构组织的法规知识培训，公司的董事、监事、高级管理人员已充分了解了包括《公司法》、《证券法》、《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》、《上市公司股东大会规则》、《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》等股票发行上市的相关法律法规及其应承担的法定义务责任。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系

截至本招股意向书签署日，除 ALEXANDER LIU 与 LOUISA FAN 为夫妻关系，刘开跃为 ALEXANDER LIU 的弟弟、郑庆秋为 ALEXANDER LIU 表弟之配偶之外，本公司其他董事、监事、高级管理人员与其他核心人员，相互之间均不存在亲属关系。

（六）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的兼职情况

截至本招股意向书签署日，本公司现任董事、监事、高级管理人员与其他核心人员在其他单位的任职情况如下表所示：

姓 名	公司职务	兼职情况	兼职单位与公司关联关系
刘开跃	董事、副总经理	江南道执行董事	公司股东
刘之明	董事、投资发展部总监	江南道监事	公司股东
江志斌	董事	九盈无锡投资有限公司执行董事、总经理	无

		九盈（珠海）资产管理有限公司执行董事、经理	无
		江西旭阳雷迪高科技股份有限公司董事	无
		福州百洋海味食品有限公司董事	无
		江门市地尔汉宇电器股份有限公司监事	无
胡建军	独立董事	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人	无
		广东波斯科技股份有限公司独立董事	无
		青岛征和工业股份有限公司独立董事	无
		上海荣泰健康科技股份有限公司独立董事	无
		九芝堂股份有限公司独立董事	无
		神宇通信科技股份有限公司独立董事	无
郭维	独立董事	广东华商律师事务所合伙人	无
		前海宝润（深圳）融资租赁有限公司董事	无
		宜华健康医疗股份有限公司独立董事	无
		深圳比科斯电子股份有限公司独立董事	无
钟兴武	独立董事	中山大学眼科中心主任医生、教授	无

除上表所列的兼职情况外，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员不存在其他兼职情形。

二、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员持股及对外投资情况

（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员持有发行人股份情况

1、直接持有发行人股份情况

截至本招股意向书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员直接持有本公司股份的情况如下：

姓名	职务	直接持股数量 (万股)	持股比例 (%)
ALEXANDER LIU	董事长	2,356.20	36.62%
LOUISA FAN	董事、总经理	1,962.05	30.49%
刘开跃	董事、副总经理	45.00	0.70%
杨秋	董事、副总经理、董事会秘书	40.00	0.62%
刘之明	董事、投资发展部总监	20.00	0.31%
郑庆秋	监事、采购部总监	15.00	0.23%
合计		4,438.25	68.97%

2、间接持有发行人股份情况

发行人股东江南道持有发行人 388.00 万股，占发行人股份总额的 6.03%。公司部分董事、监事、高级管理人员及核心人员通过持有江南道股权进而间接持有发行人股份，具体明细如下表：

序号	股东名称	在发行人处担任的职务	认缴出资额 (万元)	认缴出资比例
1	刘开跃	董事、副总经理	736.29	39.05%
2	杨秋	董事、副总经理、董事会秘书	590.49	31.31%
3	何庆柏	监事会主席、区域营运总监	87.48	4.64%
4	周演文	监事、区域营运总监	34.02	1.81%
5	刘之明	董事、投资发展部总监	26.73	1.42%
6	张晓明	财务总监	72.90	3.87%
合 计			1,547.91	82.10%

3、近亲属持有发行人股份情况

ALEXANDER LIU 与 LOUISA FAN 为夫妻关系；刘开跃为 ALEXANDER LIU 的弟弟；刘勤为 ALEXANDER LIU 的堂弟，刘勤持有江南道的出资份额为 24.30 万元，持有出资的比例为 1.29%；黄韬为郑庆秋的配偶，黄韬持有江南道的出资份额为 72.90 万元，持有出资的比例为 3.87%。其他董事、监事、高级管理人员、核心人员的近亲属不存在持有发行人股份情况。

4、所持发行人股份的质押或冻结情况

截至本招股书签署日，董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持股份不存在质押或冻结的情况，也不存在任何争议。

（二）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的对外投资情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员其他对外投资情况如下：

姓 名	对外投资企业名称	经营范围	注册资本 (万元)	持股比例 (%)
刘开跃	江南道	投资兴办实业（具体项目另行申报）；股权投资、股权投资管理（不含证券、保险、基金、金融业务及其他限制项目）	1,885.68	39.05
杨秋	江南道	投资兴办实业（具体项目另行申报）；股权投资、股权投资管理（不含证券、保险、基金、金融业务及其他限制项目）	1,885.68	31.31
何庆柏	江南道	投资兴办实业（具体项目另行申报）；股权投资、股权投资管理（不含证券、保险、基金、金融业务及其他限制项目）	1,885.68	4.64
周演文	江南道	投资兴办实业（具体项目另行申报）；股权投资、股权投资管理（不含证券、保险、基金、金融业务及其他限制项目）	1,885.68	1.81
刘之明	江南道	投资兴办实业（具体项目另行申报）；股权投资、股权投资管理（不含证券、保险、基金、金融业务及其他限制项目）	1,885.68	1.42

张晓明	江南道	投资兴办实业（具体项目另行申报）；股权投资、股权投资管理（不含证券、保险、基金、金融业务及其他限制项目）	1,885.68	3.87
	深圳市优你客企业管理咨询有限公司	计算机软硬件技术开发、经济信息咨询、企业管理咨询（不含限制项目）	20.00	40.00
胡建军	天职工程咨询股份有限公司	工程咨询；建设工程项目管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）	5,000.00	4.00
	湖北博士隆科技股份有限公司	各类金属材质抽芯铆钉、铆螺母、实心铆钉、压铆螺母、非标拉铆钉及高强度螺丝等系列产品制造销售。	2,265.3986	1.00
江志斌	九盈无锡投资有限公司	利用自有资金对外投资；投资管理；企业管理咨询服务	1,000.00	40.00
	九盈（珠海）资产管理有限公司	资产管理；投资管理；投资咨询（不含证券、期货类）；贸易咨询服务；企业管理咨询服务；企业管理服务；信息技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	1,000.00	80.00

本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员上述对外投资与本公司不存在利益冲突。

除上述对外投资外，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员无其他对外投资。

三、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的薪酬情况

在本公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬包括基本工资、岗位工资、补贴与绩效奖金等；独立董事领取独立董事津贴；未在本公司任职的非独立董事不在本公司领取薪酬或津贴。本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员 2016 年度在本公司领取薪酬或津贴情况如下所示：

姓 名	职务	领取薪酬（万元）	是否专职在公司领薪
ALEXANDER LIU	董事长	49.8	是
LOUISA FAN	董事、总经理	49.8	是
刘开跃	董事、副总经理	35.2	是
杨秋	董事、副总经理、董事会秘书	35.2	是
刘之明	董事、投资发展部总监	27.6	是
江志斌	董事	-	否
徐德勇	独立董事	-	否
胡建军	独立董事	5.0	否
郭维	独立董事	5.0	否
钟兴武	独立董事	5.0	否
何庆柏	监事会主席、区域营运总监	31.0	是
郑庆秋	监事、采购部总监	27.4	是
周演文	职工监事、区域营运总监	43.1	是
张晓明	财务总监	27.2	是

注：1、以上为 2016 年税前薪酬口径；2、江志斌属公司外部董事、未在公司领薪。

除上表所列薪酬外，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员不存在于本公司其他关联企业领取薪酬的情形，前述人员除按国家有关规定应享受社会保险和住房公积金之外，未在本公司及其关联企业享受其他待遇和退休金计划。

本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员 2014 年度至 2016 年度在本公司领取薪酬、津贴总额占本公司各期利润总额比重情况如下：

项目	2016 年度	2015年度	2014 年度
董事、监事、高级管理人员与其他核心人员薪酬总额（万元）	341.2	333.77	309.44
利润总额（万元）	5,283.96	4,872.89	4,732.72
占比（%）	6.46%	6.85%	6.54%

四、发行人与董事、监事、高级管理人员、其他核心人员签定的协议、所作承诺及其履行情况

截至本招股意向书签署日，发行人与在公司任职并领取薪酬的董事、监事、

高级管理人员及其他核心人员分别签订了《聘用合同》或《劳务合同》，在合同中对工作内容、劳动纪律、违约责任、保密责任等内容进行了约定，目前履行正常。

本公司的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员所持公司股份的锁定、避免同业竞争的重要承诺，参见本招股书“重大事项提示”之“一、本次发行前公司股东所持股份的限售安排及自愿锁定股份的承诺”以及“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

五、董事、监事和高级管理人员在近两年内变动情况

截至本招股意向书签署日，近两年内董事、监事和高级管理人员变动情况如下：

（一）董事变动情况

2015 年年初，公司董事会成员为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN、杨秋、刘之明、刘开跃、江志斌、徐德勇、郭维、钟兴武。其中：徐德勇、郭维、钟兴武为独立董事。

因徐德勇先生于 2014 年 7 月被财政部聘任为管理会计咨询专家，并且于 2015 年 2 月被深圳市特发集团有限公司任命为深圳市特发小梅沙旅游中心监事会主席以及被推荐担任深圳市特发黎明光电（集团）有限公司监事会主席，个人工作逐渐繁忙，故徐德勇先生申请辞去公司独立董事职务。2015 年 3 月 25 日，公司召开 2015 年第一次临时股东大会，因独立董事徐德勇辞去董事职务，选举胡建军为独立董事。

（二）监事变动情况

2015 年年初，公司监事会成员为何庆柏、郑庆秋、王维灵。

2015 年 5 月 8 日，职工监事王维灵因个人原因辞去监事职务，职工代表大会推选周演文为公司职工代表监事。

（三）高级管理人员变动情况

2015 年年初，公司高级管理人员为 LOUISA FAN、刘开跃、杨秋、张晓明。

近两年公司高级管理人员未发生变动。

公司上述董事、监事、高级管理人员的选举、聘任和变动均符合法律法规和公司当时有效的公司章程等相关规定，并履行了必要的法律程序。

六、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书及董事会专门委员会依法运行情况

（一）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

股份公司设立以来，公司根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规的规定，成立了股东大会、董事会、监事会、战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会，充实了高级管理层。公司股东大会、董事会、监事会分别为公司的最高权力机构、执行机构及监督机构，三者与高级管理层共同构建了分工明确、相互配合、相互制衡的运行机制，形成了较为完善的公司治理结构。公司按照上市公司规范治理标准，逐步制定并修改完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事制度》、《独立董事年报工作制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》、《股东大会累积投票制实施细则》等一系列制度，全面对公司的治理进行制度性规范，并在实际运营中严格遵照执行。

参照公司治理相关法律法规的标准，公司在公司治理方面不存在重大缺陷。

（二）股东大会运行情况

自股份公司设立以来至 2016 年 12 月 31 日，股东大会严格按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等规定规范运作，公司共召开了 22 次股东大会。主要对公司章程的修订、董事与监事的任职、利润分配、首次公开发行股票并在创业板上市和募集资金投向等重大事宜进行了审议并作出了有效决议。公司全体股东出席了历次股东大会会议，股东依法履行股东义务、行使股东权利。

历次股东大会的召集、召开、表决程序合法，决议合法有效，会议记录规范，不存在违反《公司法》、《公司章程》及其他规定行使职权的情形。

（三）董事会运行情况

自股份公司设立以来至 2016 年 12 月 31 日，公司共召开了 27 次董事会，全体董事均出席了历次董事会会议，监事、部分高级管理人员列席了会议。历次董事会会议严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司各项事务进行了讨论决策，并形成有效决议。历次会议通知、召开、表决方式符合《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，会议记录完整规范。董事会依法履行了《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》赋予的权利和义务，董事会制度运行良好，不存在违反相关法律、法规行使职权的行为。

（四）监事会运行情况

自股份公司设立以来至 2016 年 12 月 31 日，公司共召开了 19 次监事会，全体监事均出席并由监事会主席主持了会议。历次监事会会议的召集、召开方式、表决程序、决议内容及会议记录均按照《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》的要求规范运作，对公司财务状况、董事会运作情况、董事及高级管理人员履职行为情况、公司主要管理制度的制订与执行和公司对外投资项目等重大事宜实施了有效监督，不存在违反相关法律、法规行使职权的行为。

（五）独立董事制度运行情况

为进一步完善公司的法人治理结构及公司董事会结构，促进公司的规范运作，经公司股东大会审议并通过了《独立董事制度》。公司现任独立董事为胡建军、郭维和钟兴武。其中胡建军为会计专业人士。

自独立董事聘任以来，本公司独立董事严格依照有关法律、法规、《公司章程》和《独立董事制度》的要求，独立履职、勤勉尽责，及时了解公司经营、积极参与公司决策，在公司重大决策、法人治理结构的完善与规范化运作等方面发挥了积极的作用。

（六）董事会秘书制度运行情况

公司按照《公司法》和《公司章程》等有关法律法规及制度规定，召开董事会聘任了杨秋担任公司董事会秘书。公司董事会秘书自聘任以来，严格按照有关法律、法规、《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、股东大会，并亲自记载或安排其他人员记载会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均及时为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面亦发挥了应有作用。

（七）董事会专门委员会运行情况

2012年11月2日，公司召开第一届董事会第六次会议审议通过了董事会各专门委员会议事规则，并选举了各专门委员会委员。2014年12月26日，公司召开第二届董事会第一次会议，选举了第二届董事会各专门委员会委员。

2015年3月10日，公司召开第二届董事会第二次会议，改选了第二届董事会各专门委员会委员。2015年5月25日，公司召开第二届董事会第六次会议审议通过了董事会各专门委员会实施细则。

专门委员会是董事会下设的专门工作机构，对董事会负责，在董事会授权下开展工作，为董事会的决策提供咨询意见，并向董事会提交工作报告。董事会战略委员会主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。提名委员会主要负责对公司董事和总经理人员的人选提出建议。审计委员会主要负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作。薪酬与考核委员会主要负责制定公司董事及经理人员的考核标准并进行考核；负责制定、审查公司董事及经理人员的薪酬政策与方案，对董事会负责。

截至本招股意向书签署日，董事会各专门委员会委员名单如下：

名称	主任委员	委员
战略委员会	ALEXANDER LIU	LOUISA FAN、胡建军
提名委员会	郭维	胡建军、LOUISA FAN
审计委员会	胡建军	郭维、刘之明

薪酬与考核委员会	胡建军	郭维、杨秋

董事会各专门委员会自设立以来，运行情况良好。

七、发行人管理层对内控制度的自我评估意见以及注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评价

建立健全并有效实施内部控制是公司董事会及管理层的责任。公司内部控制的目的是：合理保证企业经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整，提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略。内部控制存在固有局限性，故仅能对达到上述目标提供合理保证；而且，内部控制的有效性亦可能随公司内、外部环境及经营情况的改变而改变。公司内部控制设有检查监督机制，内控缺陷一经识别，公司将立即采取整改措施。

公司董事会及管理层认为，公司截止 2016 年 12 月 31 日与财务报表相关的内部控制在所有重大方面是有效的。符合有关法律法规和监管部门的规范性要求，也符合公司经营管理和业务发展的实际需要。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

大华对本公司的内部控制进行了审核，并出具了大华核字[2017]000475 号《内部控制鉴证报告》，该报告认为公司按照《内部会计控制规范-基本规范（试行）》和相关规定于 2016 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

八、报告期内违法违规及受处罚情况

本公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度。报告期内，本公司及董事、监事和高级管理人员严格按照相关法律法规开展经营，不存在重大违法违规行为。

九、实际控制人占用发行人资金的情况以及发行人为实际控制人担保的情况

报告期内，公司不存在关联方资金占用情形。报告期内，子公司深圳博镜为发行人实际控制人之一 ALEXANDER LIU 之堂弟刘勤提供担保的情况：2013 年 6 月 14 日，刘勤与中国光大银行股份有限公司深圳熙龙湾支行签订《个人贷款合同（抵押、保证）》，贷款 818 万元，根据该合同，全资子公司深圳博镜为刘勤在该合同项下的全部债务提供连带责任保证。保证期间为该合同签署日起至合同项下债务履行期届满之日起两年止。截至本招股书签署日，上述借款已结清，刘勤与中国光大银行股份有限公司深圳熙龙湾支行签订的《个人贷款合同（抵押、保证）》已执行完毕，担保事项已解除。发行人按照公司章程等规定对上述为关联方提供担保事项履行了相关审议程序。

鉴于发行人按照公司章程等规定对上述事项履行了相关审议程序，且担保事项对应的借款已经偿还，该担保事项未损害发行人及其他股东的利益。

十、发行人资金管理、对外投资、担保事项的政策制度安排及执行情况

（一）主要政策及制度安排

为规范公司的资金管理、对外投资和担保行为，使资金管理、对外投资和担保行为规范化、制度化、科学化，规避和减少决策风险，维护公司和全体股东合法权益，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《资金管理制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》对资金管理、对外投资和担保管理及决策权限进行了相关规定。

（二）报告期内的执行情况

报告期内，有关资金管理的决策程序符合公司的制度规定；本公司不存在任何违规对外担保情形；对外投资均适当履行了相应的董事会和股东大会决策程序，不存在已经或可能对股东利益造成损害的对外投资。

十一、投资者权益保护措施

为了加强对公司投资者权益的保护，根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规及《公司章程》的有关规定，公司制定了《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》和《股东大会议事规则》等有关制度，进一步规范公司对投资者尤其是中小投资者权益的保护，确保投资者依法获取公司信息、收益分配、参与重大决策和选择管理者等权利。

公司上市后将严格按照证监会等有关证券监管机构的相关法律法规要求披露信息，确保披露信息真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

（一）公司保障投资者依法获取公司信息的措施

为了规范公司的信息披露行为，加强信息披露事务管理，保护投资者的合法权益，公司制订了《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》。

根据《信息披露管理制度》，信息披露义务人应当真实、准确、完整、及时地披露信息，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。信息披露义务人应当同时向所有投资者公开披露信息。公司、公司的董事、监事、高级管理人员应当忠实、勤勉地履行职责，保证披露信息的真实、准确、完整、及时、公平。

临时公告文稿由证券部负责草拟，董事会秘书负责审核，临时公告应当及时通报董事、监事和高级管理人员。

公司总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员应当及时编制定期报告草案，提请董事会审议；董事会秘书负责送达董事审阅；董事长负责召集和主持董事会会议审议定期报告；监事会负责审核董事会编制的定期报告；董事会秘书负责组织定期报告的披露工作。

信息披露义务人在公司网站及其他媒体发布信息的时间不得先于指定媒体，不得以新闻发布或者答记者问等任何形式代替应当履行的报告、公告义务，不得以定期报告形式代替应当履行的临时报告义务。信息披露义务人应当将信息披露公告文稿和相关备查文件报送证券交易所，并置备于公司住所供社会公众查阅。

根据《投资者关系管理制度》，公司及相关信息披露义务人在投资者关系活动中如向特定对象提供了未公开的非重大信息，公司应当按照要求及时向所有投资者披露，确保所有投资者可以获取同样信息。除强制的信息披露以外，公司可主动披露投资者关心的其他相关信息。公司将多渠道、多层次地与投资者进行沟通，沟通方式尽可能便捷、有效，便于投资者参与。

（二）公司保障投资者资产收益分配权的措施

根据《公司章程（草案）》的规定，公司将实行持续、稳定的利润分配办法，在遵循重视对投资者的合理回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展的原则基础上，采取现金、股票或者现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。公司优先采用现金分红的利润分配方式。具体情况详见本招股书“第九节 财务会计信息和管理层分析”之“十五、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策”之“（三）本次发行后的股利分配政策”。

（三）公司保护投资者参与重大决策和选择管理者权利的措施

根据《公司章程（草案）》的规定，股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，包括提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式中的一种。同一表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。股东大会现场结束时间不得早于网络或其他方式，会议主持人应当宣布每一提案的表决情况和结果，并根据表决结果宣布提案是否通过。在正式公布表决结果前，股东大会现场、网络及其他表决方式中所涉及的上市公司、计票人、监票人、主要股东、网络服务方等相关各方对表决情况均负有保密义务。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联

股东的表决情况。

股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制；公司选举独立董事、二名及以上董事或监事，应当实行累积投票制，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。除累积投票制外，股东大会将对所有提案进行逐项表决，对同一事项有不同提案的，将按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会将不会对提案进行搁置或不予表决。股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

第九节 财务会计信息与管理层分析

以下引用的财务数据，非经特别说明，均依据公司经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报告。本节的财务会计数据及有关的分析说明反映了公司最近三年经审计的财务报表及附注的主要内容，发行人提醒投资者关注本招股书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

资 产	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	116,747,889.56	93,165,886.80	96,547,858.15
应收账款	14,866,456.40	15,926,623.64	10,087,417.21
预付款项	9,330,381.26	13,519,214.81	11,438,059.56
其他应收款	26,241,397.21	23,577,003.01	24,187,475.28
存货	65,407,209.63	74,266,587.33	77,292,878.77
其他流动资产	293,542.67	442,522.30	-
流动资产合计	232,886,876.73	220,897,837.89	219,553,688.97
非流动资产：			
固定资产	42,372,149.13	42,783,910.88	45,219,430.24
在建工程	500,822.92	678,185.17	75,400.27
无形资产	1,156,551.40	1,574,125.04	2,052,373.25
长期待摊费用	17,570,387.29	13,654,854.00	15,917,265.97
递延所得税资产	2,167,385.43	2,394,199.01	1,956,648.19
其他非流动资产	2,044,347.70	896,837.61	-
非流动资产合计	65,811,643.87	61,982,111.71	65,221,117.92
资产总计	298,698,520.60	282,879,949.60	284,774,806.89

合并资产负债表（续）

单位：元

负债及股东权益	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动负债：			
应付账款	21,645,200.33	23,332,202.14	22,505,756.23
预收款项	5,078,375.38	5,668,850.42	4,416,948.06
应付职工薪酬	9,988,096.68	7,503,779.38	6,037,903.10
应交税费	13,750,672.02	11,523,808.20	12,666,259.12
其他应付款	2,610,994.91	1,112,535.76	937,051.43
流动负债合计	53,073,339.32	49,141,175.90	46,563,917.94
非流动负债：			
预计负债	-	-	-
递延收益	233,333.33	391,651.85	156,373.75
非流动负债合计	233,333.33	391,651.85	156,373.75
负债合计	53,306,672.65	49,532,827.75	46,720,291.69
股东权益：			
股本	64,350,000.00	64,350,000.00	64,350,000.00
资本公积	98,657,278.56	98,657,278.56	98,657,278.56
盈余公积	17,129,916.99	14,193,864.61	10,835,245.98
未分配利润	65,254,652.40	56,145,978.68	64,211,990.66
归属于母公司股东 权益合计	245,391,847.95	233,347,121.85	238,054,515.20
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	245,391,847.95	233,347,121.85	238,054,515.20
负债和股东权益合计	298,698,520.60	282,879,949.60	284,774,806.89

（二）合并利润表

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	415,956,855.22	375,683,540.98	361,133,303.64
减：营业成本	100,916,879.27	91,006,855.48	97,418,831.81
营业税金及附加	5,861,900.46	5,426,891.35	5,007,096.21
销售费用	224,098,946.53	202,257,697.82	184,085,495.85
管理费用	30,387,028.77	29,079,954.93	25,917,781.21
财务费用	1,936,793.38	1,437,584.97	1,819,902.87
资产减值损失	1,349,067.10	1,245,896.19	-106,839.46
加：公允变动收益	-	-	-
投资收益	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润	51,406,239.71	45,228,660.24	46,991,035.15
加：营业外收入	1,494,800.85	3,704,430.49	585,114.27
减：营业外支出	61,449.92	204,190.26	248,916.82
其中：非流动资产处置损失	26,821.73	119,247.95	69,495.52
三、利润总额	52,839,590.64	48,728,900.47	47,327,232.60
减：所得税费用	15,054,864.54	13,436,293.82	13,414,845.23
四、净利润	37,784,726.10	35,292,606.65	33,912,387.37

(三) 合并现金流量表

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	460,604,716.05	416,874,020.29	408,618,074.77
收到其他与经营活动有关的现金	22,783,912.74	22,958,297.55	12,348,896.14
经营活动现金流入小计	483,388,628.79	439,832,317.84	420,966,970.91
购买商品、接受劳务支付的现金	129,418,907.73	118,948,713.05	120,479,831.13
支付给职工以及为职工支付的现金	103,420,789.46	94,059,774.04	87,388,158.50
支付的各项税费	65,238,707.29	66,379,924.15	57,425,276.57
支付其他与经营活动有关的现金	118,199,563.87	112,433,922.32	98,270,827.91
经营活动现金流出小计	416,277,968.35	391,822,333.56	363,564,094.11
经营活动产生的现金流量净额	67,110,660.44	48,009,984.28	57,402,876.80
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到现金	-	-	-
取得投资收益所收到现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	98,884.94	80,073.50	10,976.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	400,000.00	-
投资活动现金流入小	98,884.94	480,073.50	10,976.00

计			
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	17,337,542.62	9,472,029.13	21,829,871.69
投资所支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	17,337,542.62	9,472,029.13	21,829,871.69
投资活动产生的现金流量净额	-17,238,657.68	-8,991,955.63	-21,818,895.69
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	310,000.00
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	310,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	310,000.00
分配股利、利润和偿付利息所支付的现金	25,740,000.00	40,000,000.00	12,875,034.40
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	550,000.00	2,400,000.00	-
筹资活动现金流出小计	26,290,000.00	42,400,000.00	13,185,034.40
筹资活动产生的现金流量净额	-26,290,000.00	-42,400,000.00	-12,875,034.40

四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	23,582,002.76	-3,381,971.35	22,708,946.71
加：期初现金及现金等价物余额	93,165,886.80	96,547,858.15	73,838,911.44
六、期末现金及现金等价物余额	116,747,889.56	93,165,886.80	96,547,858.15

二、审计意见

发行人已聘请大华对发行人财务报表进行审计，包括 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日合并及母公司的资产负债表，2016 年度、2015 年度、2014 年度合并及母公司的利润表、合并及母公司的所有者权益变动表、合并及母公司的现金流量表以及财务报表附注。大华出具了大华审字[2017]001073 号标准无保留意见的《审计报告》。

大华认为：公司的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了博士眼镜公司 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2016 年度、2015 年度、2014 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、影响发行人盈利能力的主要因素

（一）营销网络建设及管理能力

目前公司形成全国布局的连锁销售门店网络，截至 2016 年末已在全国 17 个省、自治区、直辖市拥有 318 家连锁门店，其中直营门店 304 家，加盟门店 14 家。公司目前收入的增长主要来自于已有门店的内生增长以及新增门店的外延增长，因此，门店的经营管理、门店扩张计划的制定、信息系统、服务和培训体系的建设等方面营销网络的建设和管理水平，是影响公司的盈利能力的主要因素之一。

（二）供应商渠道建设和维护能力

目前，国内的高端品牌眼镜主要来自知名国际品牌供应商，与国际知名品牌供应商良好的合作使得公司在获得优质品牌产品的同时，也可以降低经营成本。因此，与国际知名品牌供应商的良好合作关系是获得眼镜零售行业竞争优势的重要因素之一。对供应商渠道的建设和维护能力在一定程度上影响公司的盈利能力。

（三）商品管控能力

由于消费者一般对眼镜产品的更换频率较低，眼镜产品的周转一般较慢，因此选择适销对路的商品以及日常采购和销售活动中对商品的监控和管理，在一定程度上影响发行人的盈利能力。

（四）专业培训及标准化建设能力

连锁零售企业对销售服务人员的专业程度依赖性较高，且新开销售终端需要对人员进行专业培训以使得各销售终端执行统一的营运标准，培训体系的开发及服务标准化流程的升级改造对于连锁零售企业至关重要，因此专业培训及标准化建设能力在一定程度上影响发行人的盈利能力。

（五）信息系统建设能力

零售连锁企业门店空间距离分散，管理上存在较大难度，公司的物流及现金流等管理需要强大的信息系统支持，公司运营系统的准确高效运转及运营成本的降低与信息系统息息相关，因此信息系统建设能力在一定程度上影响发行人的盈利能力。

四、审计基准日至招股意向书签署日之间的经营状况

财务报告审计截止日后，公司经营状况良好，经营模式、主要销售商品的内容及价格、主要供应商的构成、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、税

收政策、外部经营环境等可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大变化，整体经营状况及盈利能力良好。

五、会计报表的编制基础及合并财务报表范围

（一）会计报表的编制基础

公司根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体企业会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）进行确认和计量，在此基础上，结合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2014年修订）的规定，编制财务报表。

（二）合并报表范围及其变化情况

1、合并报表范围

（1）全资子公司

公司报告期内将所有控制的子公司纳入合并范围。截至2016年12月31日，公司的合并报表范围如下：

控股子公司名称	注册资本（万元）	公司持股比例	表决权比例
江西博士	179.51	100%	100%
重庆博士	100	100%	100%
昆明德勤	100	100%	100%
东莞博士	100	100%	100%
北京博士	100	100%	100%
广州诗琪	100	100%	100%
安徽澳星	100	100%	100%
杭州普立奥	50	100%	100%
南宁普立奥	50	100%	100%
成都博士	50	100%	100%

深圳伯爵	500	100%	100%
沈阳博士	50	100%	100%
昆山普立奥	50	100%	100%
惠州德勤	50	100%	100%
无锡普立奥	50	100%	100%

(2) 合并报表范围变化情况

①报告期内，公司新纳入合并范围的子公司具体情况如下：

公司名称	纳入合并时的持股比例	注册资本 (万元)	纳入时间	纳入合并范围的原因
沈阳市澳星博士眼镜有限公司	100%	50	2015 年	新设子公司
昆山市普立奥眼镜有限公司	100%	50	2015 年	新设子公司
惠州市德勤眼镜有限公司	100%	50	2016 年	新设子公司
无锡市普立奥眼镜有限公司	100%	50	2016 年	新设子公司

②报告期内不再纳入合并范围的公司情况

报告期减少合并单位 1 家，为发行人之全资子公司大连博士于 2015 年 6 月 25 日注销，不再纳入合并范围。

六、主要会计政策、会计估计

(一) 收入确认方法和原则

1、销售商品

销售商品收入确认时间的具体判断标准：

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

公司销售商品收入具体确认时点：自营模式销售，当销售的商品交付给顾客后则风险已转移，故公司将商品交付给顾客时作为收入确认的时点；联营模式销

售，联营门店向顾客销售眼镜、为顾客配镜，但由联营方向顾客收取销售款，公司与联营方进行对账确认并取得结算凭据后，以扣除联营方分成后的金额确认收入。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用公司货币资金的时间和实际利率计算确定。

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、特殊销售方式会计处理方式

（1）折价销售的处理方式

公司对商品打折销售取得的收入与销售商品收入的确认准则一致，按照打折后的金额确认收入。

（2）会员积分的处理方式

公司实施会员积分奖励计划，顾客可利用累计消费奖励积分兑换礼品或在消费时抵用。根据财政部 2008 年 12 月 26 日《关于做好执行会计准则企业 2008 年年报工作的通知》（财会函[2008]60 号）相关规定：“企业在销售产品或提供劳务的同时授予客户奖励积分的，应当将销售取得的货款或应收货款在商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分之间进行分配，与奖励积分相关的部分应首先作为递延收益，待客户兑换奖励积分或失效时，结转计入当期损益。”奖励积分确认的递延收益以授予顾客的积分为基准计算，并根据公司已公布的积分使用办法和积分的预期兑付率，按积分的公允价值确认。对期末未兑换的有效积分，公司按全部有效期内未使用的积分余额乘以兑换率后的余额计算公允价值并确认为递延收益。

4、收入确认的具体方法

（1）直营门店

直营门店销售模式分为自营和联营，相关收入确认的具体方法如下：

①自营模式销售，自营门店对外销售商品并自行收银，将商品交付给顾客时确认收入。

②联营模式销售，联营门店向顾客销售眼镜、为顾客配镜，但由联营方向顾客收取销售款，公司与联营方进行对账确认并取得结算凭据，以扣除联营方分成后的金额确认收入。

（2）电子商务

电子商务销售模式，公司在淘宝、京东等购物平台上开店，收到顾客订单后发货，顾客确认收货后，公司收到款项并确认收入。

（3）批发

发行人的批发销售模式包括对加盟商批发和对除加盟商以外客户的批发，相关收入确认的具体方法如下：

①对加盟商批发，依据公司与加盟商的协议，公司根据加盟商订单发货，加盟商确认收货后，公司确认收入。

②对除加盟商以外客户的批发，公司根据批发客户的订单向其发货，经批发客户确认收货后，公司确认收入。

（二）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合取得持有金融资产和承担金融负债的目的，在初始确认时将金融资产和金融负债分为不同类别：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（或金融负债）；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

公司对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，在取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生性金融资产。

公司对持有至到期投资，在取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

如果持有至到期投资处置或重分类为其他类金融资产的金额，相对于公司全部持有至到期投资在出售或重分类前的总额较大，在处置或重分类后应立即将其剩余的持有至到期投资重分类为可供出售金融资产；重分类日，该投资的账面价值与其公允价值之间的差额计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。但是，遇到下列情况可以除外：

①出售日或重分类日距离该项投资到期日或赎回日较近(如到期前三个月内)，且市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响。

②根据合同约定的偿付方式，企业已收回几乎所有初始本金。

③出售或重分类是由于企业无法控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事件所引起。

（3）应收款项

应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融

资产。

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款、预付账款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除其他金融资产类别以外的金融资产。

公司对可供出售金融资产，在取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。可供出售金融资产的公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，直接计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

公司对在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。

6、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

金融资产发生减值的客观证据，包括但不限于：

- （1）发行方或债务人发生严重财务困难；
- （2）债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；
- （3）债权人出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- （4）债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- （5）因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- （6）无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化，或债务人所在国家或地区失业率提高、担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等；
- （7）权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大

不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

（8）权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；

金融资产的具体减值方法如下：

（1）可供出售金融资产的减值准备

公司于资产负债表日对各项对于可供出售金融资产采用个别认定的方式评估减值损失，其中：表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，具体量化标准为：若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值。

上段所述成本按照可供出售权益工具投资的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、原已计入损益的减值损失确定；不存在活跃市场的可供出售权益工具投资的公允价值，按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值确定；在活跃市场有报价的可供出售权益工具投资的公允价值根据证券交易所期末收盘价确定，除非该项可供出售权益工具投资存在限售期。对于存在限售期的可供出售权益工具投资，按照证券交易所期末收盘价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该权益工具的风险而要求获得的补偿金额后确定。

可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，公司将原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失从其他综合收益转出，计入当期损益。该转出的累计损失，等于可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊余金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回计入当期损益；对于可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时通过权益转回；但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

（2）持有至到期投资的减值准备

对于持有至到期投资，有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失；计提后如有证据表明其价值已恢复，原确认的减值损失可予以转回，记入当期损益，但该转回的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

7、金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（1）公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

（2）公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

（三）应收款项坏账准备的确认和计提

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的应收款项的确认标准：

单项金额重大的具体标准为：单项应收账款余额超过 100 万元(不含 100 万元)，单项其他应收款余额超过 100 万元（不含 100 万元）。

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

（1）信用风险特征组合的确定依据

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的单项金额重大的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之具有类似信用

风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。

确定组合的依据：

组合名称	计提方法	确定组合的依据
账龄分析法组合	采用账龄分析法计提坏账准备	公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类
关联方组合	不计提坏账准备	纳入合并范围的关联方组合

(2) 根据信用风险特征组合确定的计提方法：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
三个月以内	5%	5%
三至六个月内	10%	10%
六个月至一年内	20%	20%
一至两年内	50%	50%
两年以上	100%	100%

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由为：存在客观证据表明公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

4、应收款项不计提坏账准备范围

除合并范围内的关联方款项不计提坏账准备以外，其他如对国家有关行业主管部门、行业协会等机构，属于保证金、押金等性质的应收款项及企业内部部门或在职职工为从事经营业务而发生的，暂借款、备用金等性质应收款项，除有确凿证据表明存在减值迹象外，可不计提减值准备。

(四) 存货的分类和计量

1、存货的分类

存货是指公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括周转材

料、库存商品、发出商品等。

2、存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按月末一次加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法；

（2）包装物采用一次转销法。

（五）长期股权投资的核算

1、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，具体会计政策详见本附注四、（四）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；发行或取得自身权益工具时发生的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

（1）成本法

公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，并按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润确认为当期投资收益。

（2）权益法

公司对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算；对于其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的联营企业的权益性投资，采用公允价值计量且其变动计入损益。

长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；并按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

公司在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。

公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值后，恢复确认投资收益。

3、长期股权投资核算方法的转换

(1) 公允价值计量转权益法核算

公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。

原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

按权益法核算的初始投资成本小于按照追加投资后全新的持股比例计算确定的应享有被投资单位在追加投资日可辨认净资产公允价值份额之间的差额，调整长期股权投资的账面价值，并计入当期营业外收入。

(2) 公允价值计量或权益法核算转成本法核算

公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，或原持有对联营企业、合营企业的长期股权投资，因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，在编制个别财务报表时，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

(3) 权益法核算转公允价值计量

公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

（4）成本法转权益法

公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整。

（5）成本法转公允价值计量

公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

4、长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，应当计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- （1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- （2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- （3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

(4) 一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，不属于一揽子交易的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

(1) 在个别财务报表中，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额计入当期损益。处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

(2) 在合并财务报表中，对于在丧失对子公司控制权以前的各项交易，处置价款与处置长期股权投资相应对享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益；在丧失对子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

(1) 在个别财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

(2) 在合并财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

5、共同控制、重大影响的判断标准

如果公司按照相关约定与其他参与方集体控制某项安排，并且对该安排回报具有重大影响的活动决策，需要经过分享控制权的参与方一致同意时才存在，则视为公司与其他参与方共同控制某项安排，该安排即属于合营安排。

合营安排通过单独主体达成的，根据相关约定判断公司对该单独主体的净资产享有权利时，将该单独主体作为合营企业，采用权益法核算。若根据相关约定判断公司并非对该单独主体的净资产享有权利时，该单独主体作为共同经营，公司确认与共同经营利益份额相关的项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。公司通过以下一种或多种情形，并综合考虑所有事实和情况后，判断对被投资单位具有重大影响。

（1）在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表；（2）参与被投资单位财务和经营政策制定过程；（3）与被投资单位之间发生重要交易；（4）向被投资单位派出管理人员；（5）向被投资单位提供关键技术资料。

（六）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产初始计量

公司固定资产按成本进行初始计量。其中，外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。

购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

3、固定资产后续计量及处置

(1) 固定资产折旧

固定资产折旧按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	40	5	2.38
验光设备	年限平均法	6-10	5	15.83-9.50
仪器设备	年限平均法	3-5	5	31.67-19.00
运输工具	年限平均法	3-5	5	31.67-19.00
办公设备	年限平均法	3-5	5	31.67-19.00

(2) 固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的，在发生时计入当期损益。

(3) 固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法

当公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资

产：

（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给公司。

（2）公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定公司将会行使这种选择权。

（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

（4）公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提融资租入固定资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（七）在建工程

1、在建工程的类别

公司自行建造的在建工程按实际成本计价，实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成，包括工程用物资成本、人工成本、交纳的相关税费、应予资本化的借款费用以及应分摊的间接费用等。公司的在建工程以项目分类核算。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（八）无形资产与开发支出

无形资产是指公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括软件使用权等。

1、无形资产的初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本

化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

2、无形资产的后继计量

公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

（1）使用寿命有限的无形资产

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销。使用寿命有限的无形资产预计寿命及依据如下：

项目	预计使用寿命	依 据
软件使用权	5 年	预计使用年限

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

经复核，本期期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（2）使用寿命不确定的无形资产

无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。

对于使用寿命不确定的无形资产，在持有期间内不摊销，每期末对无形资产的使用寿命进行复核。如果期末重新复核后仍为不确定的，在每个会计期间继续进行减值测试。

经复核，公司无使用寿命不确定的无形资产。

3、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

4、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

（九）长期资产减值

公司在资产负债表日判断长期资产是否存在可能发生减值的迹象。如果长期资产存在减值迹象的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产可收回金额的估计，根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

可收回金额的计量结果表明，长期资产的可收回金额低于其账面价值的，将长期资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

在对商誉进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

（十）长期待摊费用

1、摊销方法

长期待摊费用，是指公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在1年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内按直线法分期摊销。

2、摊销年限

类 别	摊销年限（年）
门店装修费	2 - 4

（十一）职工薪酬

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬

短期薪酬是指公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。公司在职工提供服务的会计期间，将应付的短期薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

2、离职后福利

离职后福利是指公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。

离职后福利设定提存计划主要为参加由各地劳动及社会保障机构组织实施的社会基本养老保险、失业保险等；在职工为公司提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

公司按照国家规定的标准定期缴付上述款项后，不再有其他的支付义务。

3、辞退福利

辞退福利是指公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

公司向接受内部退休安排的职工提供内退福利。内退福利是指，向未达到国家规定的退休年龄、经公司管理层批准自愿退出工作岗位的职工支付的工资及为其缴纳的社会保险费等。公司自内部退休安排开始之日起至职工达到正常退休年龄止，向内退职工支付内部退养福利。对于内退福利，公司比照辞退福利进行会计处理，在符合辞退福利相关确认条件时，将自职工停止提供服务日至正常退休日期间拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等，确认为负债，一次性计入当期损益。内退福利的精算假设变化及福利标准调整引起的差异于发生时计入当期损益。

4、其他长期职工福利

其他长期职工福利是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外的其他所有职工福利。

对符合设定提存计划条件的其他长期职工福利，在职工为公司提供服务的会计期间，将应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本；除上述情形外的其他长期职工福利，在资产负债表日将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

（十二）预计负债

1、预计负债的确认标准

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，公司确认为预计负债：

- （1）该义务是公司承担的现时义务；
- （2）履行该义务很可能导致经济利益流出公司；
- （3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法

公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（十三）政府补助

1、类型

政府补助，是公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

对期末有证据表明公司能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金的，按应收金额确认政府补助。除此之外，政府补助均在实际收到时确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额（人民币 1 元）计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

3、会计处理方法

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入；

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期营业外收入；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收

益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十四）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该交易不是企业合并；（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

对于与联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：

（1）商誉的初始确认所形成的暂时性差异；

（2）非企业合并形成的交易或事项，且该交易或事项发生时既不影响会计利润，也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）所形成的暂时性差异；

（3）对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、同时满足下列条件时，将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示

(1) 企业拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

(2) 递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

(十五) 租赁

如果租赁条款在实质上将与租赁资产所有权有关的全部风险和报酬转移给承租人，该租赁为融资租赁，其他租赁则为经营租赁。

1、经营租赁会计处理

(1) 公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

(2) 公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。融资租入资产的认定依据、计价和折旧方法详见（六）固定资产。

2、融资租赁会计处理

(1) 融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。

公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。

(2) 融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入，公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

(十六) 重要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

财政部于 2014 年陆续颁布或修订了一系列企业会计准则，公司已按要求于 2014 年 7 月 1 日执行新的该等企业会计准则，并按照新准则的衔接规定对比较财务报表进行调整。执行新准则对比较财务报表影响说明如下：

(1) 公司根据修订后的《企业会计准则第 30 号—财务报表列报》，根据列报要求将递延收益单独列报，并对期初数采用追溯调整法进行调整列报，追溯调整影响如下：

单位：元

报表项目名称	2014 年 1 月 1 日		
	变更前金额	变更金额	变更后金额
其他非流动负债	326,436.32	-326,436.32	-
递延收益	-	326,436.32	326,436.32

本次会计政策变更，仅对上述财务报表项目列示产生影响，对公司报告期的资产总额、负债总额和净资产以及报告期的净利润未产生影响。

2、会计估计变更

本报告期重要会计估计未发生变更。

(十七) 财务报表列报项目变更说明

财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕

22 号)。

《增值税会计处理规定》规定：全面试行营业税改征增值税后，“营业税金及附加”科目名称调整为“税金及附加”科目，该科目核算企业经营活动发生的消费税、城市维护建设税、资源税、教育费附加及房产税、土地使用税、车船使用税、印花税等相关税费；利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。

《增值税会计处理规定》还明确要求“应交税费”科目下的“应交增值税”、“未交增值税”、“待抵扣进项税额”、“待认证进项税额”、“增值税留抵税额”等明细科目期末借方余额应根据情况，在资产负债表中的“其他流动资产”或“其他非流动资产”项目列示；“应交税费——待转销项税额”等科目期末贷方余额应根据情况，在资产负债表中的“其他流动负债”或“其他非流动负债”项目列示。

本公司已根据《增值税会计处理规定》中与财务报表相关项目列示的相关规定，调整了期末财务报表项目的列报，比较数据不予调整。

（十八）税项

1、公司主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物、应税销售服务收入、无形资产或不动产	17%、6%、3%
营业税	营改增之前的应纳税营业额	5%
城市维护建设税	实缴流转税税额	7%、5%
企业所得税	应纳税所得额	25%、20%
房产税	按照房产原值的 70%（或租金收入）为纳税基准	1.2%、12%
教育费附加	实缴流转税税额	3%
地方教育费附加	实缴流转税税额	2%

（1）根据财政部、国家税务总局联合发布的《关于在全国开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点税收政策的通知》财税[2013]37 号，公司服务类收入由营业税改为增值税，增值税税率为 6%；

（2）公司在外地开办的分公司存在小规模纳税人，适用 3%的征收率。公司

全资子公司沈阳博士、昆山普立奥、惠州德勤、无锡普立奥报告期内为增值税小规模纳税人，适用 3%的征收率。

2、税收优惠政策及依据

公司全资子公司沈阳博士、昆山普立奥、惠州德勤、无锡普立奥报告期内为增值税小规模纳税人，增值税征收率为 3%。根据国家税务总局公告 2014 年第 57 号《关于小微企业免征增值税和营业税有关问题的公告》的规定，月销售额不超过 3 万元，暂免征收增值税。

根据《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条规定，报告期内，公司之全资子公司南宁普立奥和无锡普立奥符合小型微利企业的条件，减按 20%的税率征收企业所得税；根据《关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2015〕34 号）及《关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2015〕99 号文）的规定，报告期内南宁普立奥和无锡普立奥符合条件的，其所得减按 50%计入应纳税所得额。

除上述以外，报告期内公司未享受其他税收优惠。

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

公司最近三年经大华核验的非经常性损益情况如下：

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-19,215.66	-118,605.37	-68,594.32
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,416,389.57	3,476,266.67	485,400.00

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	36,177.02	142,578.93	-80,608.23
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
小 计	1,433,350.93	3,500,240.23	336,197.45
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	353,221.91	862,358.09	123,189.92
归属于母公司股东的非经常性损益净额	1,080,129.02	2,637,882.14	213,007.53

公司 2014 年度、2015 年度和 2016 年度的利润总额分别为 4,732.72 万元、4,872.89 万元和 5,283.96 万元，同期非经常性损益对利润总额的影响数分别为 33.62 万元、350.02 万元和 143.34 万元，分别占公司同期利润总额的 0.71%、7.18% 和 2.71%，占比均较小，对公司利润影响较小。

八、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至本招股意向书签署日，公司无需披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无重大或有事项。

（三）承诺事项

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无承诺事项。

（四）其他重要事项

1、2016年4月20日，商标评审委核发了商评字[2016]第0000034607号《关于第6348736号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》，裁定：争议商标予以无效宣告。公司因不服商标评审委作出的上述裁定，以商标评审委为被告、淮安博士为第三人，向北京知识产权法院提起诉讼，请求撤销商标评审委作出的商评字[2016]第0000034607号《关于第6348736号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》，并对第6348736号商标重新作出裁定。

2016年8月25日，北京知识产权法院出具（2016）京73行初2823号《行政判决书》，判决内容包括：（1）撤销商标评审委于2016年4月20日作出的商评字[2016]第0000034607号关于第6348736号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定；（2）商标评审委应在该判决生效后就淮安博士针对公司的第6348736号“博士眼镜”商标提出的商标无效宣告请求重新作出审查决定。

2016年12月26日，商标评审委员会核发了商评字[2016]第0000034607号重审第0000001751号《关于第6348736号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》，裁定：争议商标予以维持。

2、2016年6月23日，淮安博士向无锡市滨湖区人民法院起诉公司及公司无锡万象分公司（合称“被告”），以被告侵犯其注册商标专用权为由，请求无锡市滨湖区人民法院判令：（1）被告停止在“眼镜行”服务与“眼镜”及其相关商品上使用“博士眼镜”、“博士”商标的行为；（2）被告赔偿淮安博士因被侵权所受到的经济损失20,000.00元；（3）被告承担淮安博士所支付的公证费、差旅费、律师费等合理开支共计12,703.00元；（4）被告在相关媒体上刊登消除影响的声明；（5）被告承担本案的全部诉讼费用。

2016年8月15日，无锡市滨湖区人民法院出具了（2016）苏0211民初4058号《民事裁定书》，准许淮安博士撤回起诉。

3、2016年6月28日，淮安博士向北京市朝阳区人民法院起诉本公司之全资子公司北京博士，以被告侵犯其注册商标专用权为由，请求判令：（1）北京博士停止在“眼镜行”服务与“眼镜”及其相关商品上使用“博士眼镜”、“博士”

商标的行为；（2）北京博士赔偿淮安博士因被侵权所受到的经济损失 20,000.00 元；（3）北京博士承担淮安博士所支付的公证费、差旅费、律师费等合理开支共计 15,830.00 元；（4）北京博士在相关媒体上刊登消除影响的声明；（5）北京博士承担本案的全部诉讼费用。

2016 年 8 月 25 日，北京市朝阳区人民法院出具了（2016）京 0105 民初第 38535 号《民事裁定书》，准许淮安博士撤回起诉。

截至 2016 年 12 月 31 日，除上述事项外，公司无其他需要披露的重要事项。

九、财务指标

（一）主要财务指标

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产负债率（母公司）	14.84%	14.77%	18.77%
流动比率（倍）	4.39	4.50	4.72
速动比率（倍）	3.16	2.98	3.06
归属于发行人股东的每股净资产（元）	3.81	3.63	3.70
无形资产（扣除土地使用权等后）占净资产的比例	0.47%	0.67%	0.86%
项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
存货周转率（次）	1.45	1.20	1.20
应收账款周转率（次）	26.91	28.80	32.66
息税折旧摊销前利润（万元）	6,586.44	6,129.38	5,890.81
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,778.47	3,529.26	3,391.24
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,670.46	3,265.47	3,369.94
利息保障倍数（倍）	-	-	9,401.77
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	1.04	0.75	0.89
每股净现金流量（元）	0.37	-0.05	0.35

主要财务指标计算说明：

资产负债率=（负债总额/资产总额）（以母公司数据为基础）

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

归属于发行人股东的每股净资产=归属于发行人所有者权益/期末股份总数

无形资产（扣除土地使用权等后）占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权等后）÷归属于母公司股东的所有者权益

存货周转率=主营业务成本/存货平均净额

应收账款周转率=主营业务收入/应收账款平均净额

息税折旧摊销前利润=税前利润+利息支出+折旧支出+长期待摊费用摊销额+无形资产摊销

归属于发行人股东的净利润=净利润-少数股东损益

归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=归属于发行人股东的净利润—归属于发行人股东的非经常性损益净额

利息保障倍数=（合并利润总额+利息支出）/利息支出

（二）净资产收益率和每股收益指标

期间	利润	净资产收益率		每股收益（元/股）	
		全面摊薄	加权平均	基本每股 收益	稀释每股 收益
2016 年度	净利润	15.40%	16.53%	0.59	0.59
	扣除非经常性损益的净利润	14.96%	16.05%	0.57	0.57
2015 年度	净利润	15.12%	15.30%	0.55	0.55
	扣除非经常性损益的净利润	13.99%	14.15%	0.51	0.51
2014 年度	净利润	14.25%	14.97%	0.53	0.53
	扣除非经常性损益的净利润	14.16%	14.88%	0.52	0.52

上述净资产收益率和每股收益是依据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的要求计算编制。计算过程如下：

1、全面摊薄净资产收益率

全面摊薄净资产收益率= $P \div E$

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；E 为归属于公司普通股股东的期末净资产。

编制和披露合并报表时，“归属于公司普通股股东的净利润”不包括少数股东损益金额；“扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润”以扣除少

数股东损益后的合并净利润为基础，扣除母公司非经常性损益（考虑所得税影响）、各子公司非经常性损益（考虑所得税影响）中母公司普通股股东所占份额；“归属于公司普通股股东的期末净资产”不包括少数股东权益金额。

2、加权平均净资产收益率的计算公式如下：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

3、基本每股收益的计算公式如下：

$$\text{基本每股收益} = P \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期

缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；Mj 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

4、稀释每股收益的计算公式如下：

稀释每股收益=[P+(已确认为费用的稀释性潜在普通股利息—转换费用)×(1-所得税率)]/(S0+S1+Si×Mi÷M0—Sj×Mj÷M0—Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。公司在计算稀释每股收益时，考虑所有稀释性潜在普通股的影响，直至稀释每股收益达到最小。

十、历次验资情况

（一）博士有限设立的验资情况

1997 年 4 月，博士有限设立时注册资本为 100 万元，深圳市公平会计师事务所出具深公会验字[1997]第 023 号《验资报告》验证确认各股东出资均已缴足。

（二）博士有限历次增资的验资情况

1、2008 年注册资本增至 500 万元

2008 年，博士有限增加注册资本 400 万元，由刘晓货币出资 200 万元，范勤货币出资 200 万元；公司名称变更为深圳市博士眼镜连锁有限公司。

2008 年 7 月 24 日，深圳平海会计师事务所出具深平海验报字[2008]52 号《验资报告》确认各股东新增出资均已缴足。

2、2008 年注册资本增至 1,000 万元

2008 年 12 月，博士有限增加注册资本 500 万元，刘晓货币出资 250 万元，范勤货币出资 250 万元；2008 年 12 月 16 日，深圳平海会计师事务所出具深平海验报字（2008）74 号《验资报告》确认各股东新增出资均已缴足。

3、2010 年注册资本增至 2,000 万元

2010 年 12 月，博士有限增加注册资本人民币 1,000 万元，由 ALEXANDER LIU 货币出资 500 万元，LOUISA FAN 货币出资 500 万元；2010 年 12 月 21 日，立信大华会计师事务所有限公司深圳分所出具立信大华（深）验字[2010]060 号《验资报告》确认各股东新增出资均已缴足。

4、2011 年注册资本增至 3,000 万元

2011 年 6 月，博士有限增加注册资本 1,000 万元，由 ALEXANDER LIU 货币出资 500 万元，LOUISA FAN 货币出资 500 万元；2011 年 6 月 21 日，立信大华会计师事务所有限公司深圳分所出具立信大华（深）验字[2011]039 号《验资报告》确认各股东新增出资均已缴足。

5、2011 年注册资本增至 4,620 万元

2011 年 11 月，博士有限增加注册资本 1,620 万元，由 ALEXANDER LIU 货币出资 856.20 万元，LOUISA FAN 货币出资 763.80 万元；2011 年 11 月 18 日，立信大华会计师事务所有限公司深圳分所出具立信大华（深）验字[2011]070 号《验资报告》确认各股东新增出资均已缴足。

6、2011 年注册资本增至 5,148 万元

2011 年 11 月，博士有限增加注册资本 528 万元，由江南道出资 1,885.68 万元，其中：增加注册资本 388 万元；刘开跃出资 218.70 万元，其中：增加注册资本 45 万元；杨秋出资 194.40 万元，其中：增加注册资本 40 万元；刘之明出资 97.20 万元，其中：增加注册资本 20 万元；李金出资 97.20 万元，其中：增加注册资本 20 万元；郑庆秋出资 72.90 万元，其中：增加注册资本 15 万元。公司本次增资所得的股权溢价款全部计入资本公积。

2011 年 11 月 30 日，大华会计师事务所有限公司深圳分所出具大华（深）验字[2011]073 号《验资报告》确认各股东新增出资均已缴足。

（三）博士有限整体变更为股份有限公司的验资情况

2011 年 12 月 13 日，博士有限股东会决议按 2011 年 11 月 30 日经大华审计的原账面净资产值 85,284,785.52 元折为普通股 5,148 万股，整体变更为股份有限公司，并更名为深圳市博士眼镜连锁股份有限公司。2011 年 12 月 13 日，国众

联出具深国众联评报字（2011）第 3-062 号《评估报告》对变更前博士有限的股东全部权益价值在 2011 年 11 月 30 日的市场价值进行了评估。

2011 年 12 月 27 日，大华会计师事务所有限公司出具大华验字[2011]316 号《验资报告》确认变更前净资产。

（四）博士眼镜 2012 年增资的验资情况

2012 年 3 月 9 日，经股东大会决议，博士眼镜增加注册资本 1,287 万元。豪石九鼎出资 2,200 万元，其中：增加注册资本 386.11 万元；民安九鼎出资 1,320 万元，其中：增加注册资本 231.66 万元；民乐九鼎出资 1,430 万元，其中：增加注册资本 250.96 万元；嘉赢九鼎出资 550 万元，其中：增加注册资本 96.52 万元；华青投资出资 1,000 万元，其中：增加注册资本 175.5 万元；陶润投资出资 835 万元，其中：增加注册资本 146.25 万元。

2012 年 3 月 17 日，大华会计师事务所有限公司出具大华验字[2012]021 号《验资报告》确认各股东新增出资均已缴足。

十一、盈利能力分析

基于以下理由，本招股书在对相关财务数据进行分析说明时主要立足于对发行人报告期内的财务数据进行分析，未进行同行业对比分析：

- 1、A 股上市公司中没有主营业务为眼镜零售的企业；
- 2、目前，A 股批发零售业上市公司所属的细分行业，与眼镜连锁零售行业在竞争环境、消费特点等方面有所不同，导致相关财务指标不具有可比性；
- 3、目前 A 股批发零售业上市公司所经营的产品，在生产销售模式、产品特征、周转情况等方面与眼镜产品有较大区别，导致相关财务指标不具有可比性；
- 4、目前国内同行业公司无公开可获得的供合理比较的财务数据。

（一）总体经营业绩分析

公司主营业务为眼镜零售。报告期内，公司经营业绩情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	41,595.69	10.72%	37,568.35	4.03%	36,113.33
毛利润	31,504.00	10.67%	28,467.67	7.95%	26,371.45
营业利润	5,140.62	13.66%	4,522.87	-3.75%	4,699.10
利润总额	5,283.96	8.44%	4,872.89	2.96%	4,732.72
净利润	3,778.47	7.06%	3,529.26	4.07%	3,391.24

公司的营业收入增长主要来自两方面：新增门店带来收入的增长，以及原有门店的内生增长。报告期内，随着公司经营规模的扩大和门店数量的增加，公司的营业收入均实现了较为稳定的增长，其中，2015 年营业收入较 2014 年增加 1,455.02 万元，增长 4.03%；2016 年营业收入较 2015 年增加 4,027.34 万元，增长 10.72%。

报告期内，随着营业收入的增加，公司利润水平亦相应变动。毛利润变动与营业收入变动幅度基本一致，而由于门店租金、员工薪酬等逐年上涨，2015 年营业利润增长幅度小于毛利润的增长幅度，2015 年营业利润较 2014 年略有下降，2016 年营业收入增长幅度高于门店租金和管理费用的增长幅度，2016 年营业利润较 2015 年有所增长。

（二）营业收入的构成及变动分析

1、报告期内营业收入的构成及变化情况

报告期内公司营业收入情况列示如下：

单位：万元

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	收入	增减	收入	增减	收入
营业收入	41,595.69	10.72%	37,568.35	4.03%	36,113.33
其中：主营业务收入	41,427.74	10.57%	37,465.99	4.09%	35,993.46
其他业务收入	167.94	64.07%	102.36	-14.61%	119.87

报告期内，公司的主营业务收入为销售商品的收入，其他业务收入主要包括促销服务费收入等。

2014 年至 2016 年，公司主营业务收入规模呈持续增长的趋势。其中，2015 年的主营业务收入较 2014 年增加 1,472.53 万元，增幅为 4.09%，2016 年的主营业务收入较 2015 年增加 3,961.75 万元，增幅为 10.57%，主营业务收入的增长主要

来自于新增门店带来的收入增长，以及原有门店收入的内生增长。

2、主营业务收入按产品类别分析

公司经营的产品为眼镜相关产品，包括镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜、隐形护理液及其他。公司的主营业务收入按产品类别列示如下：

单位：万元

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜架	12,265.25	29.61%	10,695.07	28.55%	9,712.79	26.98%
镜片	15,304.87	36.94%	13,444.22	35.88%	12,643.95	35.13%
太阳镜	5,068.11	12.23%	5,674.88	15.15%	6,093.48	16.93%
老花镜	494.63	1.19%	501.61	1.34%	494.45	1.37%
隐形眼镜	6,501.41	15.69%	5,491.58	14.66%	5,302.73	14.73%
隐形护理液	1,286.73	3.11%	1,101.77	2.94%	1,253.23	3.48%
其他	506.75	1.22%	556.86	1.49%	492.83	1.37%
合计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100.00%	35,993.46	100.00%

从公司各类产品销售的比重看，总体结构比例基本稳定，各期变动不大。其中：镜片在销售收入中所占比重居第一，各期占比均在 35%以上，镜架次之。

从销售收入的变化情况来看，2015 年，镜架和镜片的收入均较 2014 年有一定幅度的增长，增幅分别为 10.11%和 6.33%，主要由于：公司进一步加大促销力度，并制定了更有针对性的激励政策，销售量和配镜量得到提升，镜架和镜片的销售量均较 2014 年有所增加；太阳镜的收入较 2014 年减少 418.60 万元，降幅为 6.87%，主要由于 2015 年公司主动减少电商销售平台的销售，电商平台销售的产品以太阳镜为主，因而 2015 年太阳镜销售收入下降；隐形护理液的收入较 2014 年也减少了 151.46 万元，降幅为 12.09%，主要由于 2015 年隐形护理液的批发业务较 2014 年减少，其销售收入下降。

2016 年的主要产品中，镜架和镜片的收入较上年有所增长，增幅分别为 14.68%和 13.84%，一方面由于公司继续执行有针对性的激励政策，销售量和配镜量得到提升，镜架和镜片的销售量均较 2015 年有所增加；另一方面公司 2016 年新增直营门店较多，镜架和镜片作为直营门店销售的主要产品销售收入也有所增加。太阳镜收入较上年减少 10.69%，主要由于公司根据市场竞争状况和需求变化调整了太阳镜产品结构并加大促销打折力度，但是销量增长幅度小于平均单价下降幅度，因而 2016 年太阳镜销售收入下降。隐形眼镜由于 2016 年加大了市

场推广力度及批发收入有所增加，其收入较上年增长幅度为 18.39%。

3、主营业务收入地区分布及变动分析

公司主营业务收入按地区分布列示如下：

单位：万元

地区名称	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华南地区	29,033.17	70.08%	26,143.75	69.78%	25,273.11	70.22%
华东地区	6,826.90	16.48%	6,348.29	16.94%	5,794.24	16.10%
西南地区	4,225.19	10.20%	3,769.54	10.06%	3,711.31	10.31%
华北地区	1,018.38	2.46%	914.77	2.44%	982.26	2.73%
东北地区	308.37	0.74%	237.65	0.63%	173.39	0.48%
华中地区	15.72	0.04%	52.00	0.14%	59.16	0.16%
合计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100%	35,993.46	100%

报告期内，公司主营业务收入的地区分布格局基本稳定，主要集中在华南地区，报告期各期华南地区销售收入占销售收入总额的比例均在 68%以上，其次是华东地区。公司主营业务收入主要来源于华南地区的原因是：（1）公司的业务立足于华南地区，截至 2016 年 12 月末，华南地区开设的零售门店数量占公司门店总数的比例超过 50%；（2）华南区域消费能力强，是公司最为看重的区域市场。在立足于华南地区的同时，公司加快了在全国主要区域业务的拓展。报告期内公司各主要区域的主营业务收入均在稳步增长，2014 年至 2016 年主营业务收入总额的复合增长率为 7.28%，东北地区、西南地区、华北地区和华东地区的主营业务收入复合增长率分别为 33.36%、6.70%、1.82%和 8.55%。

4、主营业务收入季节性变动分析

（1）最近三年各季度主营业务收入情况如下：

单位：万元

主营业务收入	2016 年度		2015 年度		2014 年度		最近三年 平均占比
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
第一季度	9,799.76	23.66%	8,662.25	23.12%	8,031.71	22.31%	23.06%
第二季度	10,387.71	25.07%	9,918.59	26.47%	9,628.31	26.75%	26.06%
第三季度	11,416.13	27.56%	10,276.78	27.43%	10,069.53	27.98%	27.65%
第四季度	9,824.14	23.71%	8,608.37	22.98%	8,263.91	22.96%	23.24%
合 计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100.00%	35,993.46	100.00%	100.00%

从上表可以看出，公司的主营业务收入呈现一定的季节性特征：第三季度的主营业务收入通常为全年最高。

由于零售行业销售状况受市场推广活动影响较大，供应商也会在销售旺季时给予一定的市场活动支持，因此市场推广活动较多时公司的主营业务收入会有明显的增长。另一方面，7、8 月为暑假，是学生配镜的高峰期，且夏季是太阳镜销售的高峰期，使得每年第三季度的收入高于其他季度。从最近三年各季度收入的平均占比来看，公司各季度实现的主营业务收入占全年比重为 23.06%、26.06%、27.65%和 23.24%。

（2）发行人针对业务季节性特点采取的措施

公司的营业收入具有较明显的季节性特点，为应对业务季节性波动可能带来的风险，公司已经采用且在今后将采用的主要措施包括：①针对淡季加大市场推广力度和调整销售激励制度，以提升公司淡季销售收入；②针对太阳镜销售季节性强的特点，公司一贯采取销售过程中对滞销区域与畅销区域进行动态管控的措施；③加大对功能性和个性化产品的推广和服务，提高成交量和单价；④加强对 VIP 客户的互动提升回店购买率。

5、主营业务收入按销售渠道分析

单位：万元

销售渠道	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直营门店	40,586.79	97.97%	37,106.34	99.04%	34,486.60	95.81%
电子商务	115.53	0.28%	55.16	0.15%	586.74	1.63%
批发（含对加盟商批发收入）	725.42	1.75%	304.50	0.81%	920.12	2.56%
合 计	41,427.74	100.00%	37,465.99	100%	35,993.46	100%

公司销售的方式主要为直营门店零售，并实现了一定的电子商务收入。报告期内，批发收入主要来自向非关联零售商的批发业务，2015 年和 2016 年批发收入部分来自于对加盟商的批发业务，占比较小。

6、会员积分奖励计划分析

会员积分作为公司培育顾客忠诚度的手段之一，会员除可以享受相应会员折扣之外，还根据消费金额和积分相关守则累积购物积分，积分可在公司开展会员活动时抵购物现金或兑换礼品。会员的积分兑换奖品后，公司扣减相应的会员积

分。根据目前的规定，公司的会员积分有效期为两年，逾期未兑换的积分将会被清零。

对年末未兑换的有效积分，公司按全部有效期内未使用的积分余额乘以兑换率后的余额计算公允价值确认为递延收益。兑换率根据历史兑换情况计算得出。2014 年末、2015 年末和 2016 年末，会员积分按公允价值确认的递延收益余额分别为 15.64 万元、7.83 万元和 0.00 万元。

（三）营业成本分析

1、营业成本的构成

报告期内，营业成本包括主营业务成本及其他业务成本，具体如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	10,088.24	99.97%	9,059.18	99.54%	9,688.94	99.46%
其他业务成本	3.45	0.03%	41.51	0.46%	52.94	0.54%
合计	10,091.69	100.00%	9,100.69	100.00%	9,741.88	100.00%

公司的营业成本主要为主营业务成本，是已销售商品的成本，报告期各期，公司的主营业务成本按产品类别分类如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
镜架	2,903.71	28.78%	2,389.67	26.38%	2,335.89	24.11%
镜片	2,110.90	20.92%	2,009.07	22.18%	1,911.57	19.73%
太阳镜	1,785.08	17.69%	1,860.72	20.54%	2,287.45	23.61%
隐形眼镜	2,363.97	23.43%	2,064.55	22.79%	2,316.39	23.91%
隐形护理液	578.61	5.74%	432.49	4.77%	549.29	5.67%
老花镜	132.64	1.31%	119.12	1.31%	115.16	1.19%
其他	213.32	2.11%	183.55	2.03%	173.19	1.79%
合计	10,088.24	100.00%	9,059.18	100%	9,688.94	100%

2、营业成本变化情况及原因

报告期内发行人主要库存商品有镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜及隐形护理液。发行人营业成本主要受到采购情况和销售情况的影响。

报告期各期主要库存商品的采购情况与主营业务成本的变动情况如下：

存货类别	2016 年度				2015 年度				2014 年度			
	主营业务成本（万元）	采购金额（万元）	采购金额/主营业务成本	采购单价（元）	主营业务成本（万元）	采购金额（万元）	采购金额/主营业务成本	采购单价（元）	主营业务成本（万元）	采购金额（万元）	采购金额/主营业务成本	采购单价（元）
镜架	2,903.71	2,530.23	0.87	89.06	2,389.67	2,442.32	1.02	89.23	2,335.89	1,784.36	0.76	103.35
镜片	2,110.90	2,104.04	1.00	28.82	2,009.07	1,824.54	0.91	32.28	1,911.57	2,035.08	1.06	43.70
太阳镜	1,785.08	1,370.80	0.77	141.75	1,860.72	1,707.10	0.92	176.12	2,287.45	2,429.79	1.06	151.14
隐形眼镜	2,363.97	2,581.54	1.09	48.82	2,064.55	2,096.25	1.02	46.68	2,316.39	1,982.09	0.86	40.22
隐形护理液	578.61	598.65	1.03	28.20	432.49	408.37	0.94	23.72	549.29	513.47	0.93	22.92
老花镜	132.64	111.23	0.84	28.81	119.12	134.55	1.13	32.22	115.16	95.92	0.83	32.70
其他	213.32	221.38	1.04	1.39	183.55	169.25	0.92	1.14	173.19	205.59	1.19	1.52
合计	10,088.24	9,517.86	0.94	-	9,059.18	8,782.38	0.97	-	9,688.94	9,046.31	0.93	-

注：采购单价为不含税价

报告期内，2015 年虽然主要产品如镜架和镜片等采购量有所增加，但主营业务成本随着平均采购单价的下降而有所下降。2016 年随着公司门店经营规模的扩大，主营业务成本和采购额都大幅增加；此外，除隐形眼镜和隐形眼镜护理液以外，其余主要商品受中低端产品销售占比增加的影响而平均采购单价较 2015 年下降。

具体而言，2015 年，由于公司调整了激励措施，增加了配镜量考核指标，套餐类镜架和镜片产品等占比增加，而此类产品一般为中低端产品，因此镜架和镜片的采购量随着销售量的增加而增加、平均采购单价较 2014 年下降；对于太阳镜，由于公司主动减少了电商平台的销售，其采购量随着销售量的减少而减少，而平均采购单价随着中高端品牌的占比增加而增加；2015 年，批发收入较 2014 年有较大幅度下降，导致隐形眼镜和隐形护理液的采购量减少。

2016 年镜架和镜片的平均采购单价较 2015 年有所下降，由于公司继续执行配镜量等考核指标，套餐类镜架和镜片产品等占比增加，而此类产品一般为中低端产品，因此镜架和镜片的采购量随着销售量的增加而增加、平均采购单价较 2015 年下降；由于公司根据市场竞争状况和需求变化调整产品结构及销售策略，使得 2016 年中低端品牌的太阳镜采购占比较高，平均采购单价较 2015 年大幅下降，采购量较 2015 年有所下降；隐形眼镜和隐形护理液由于包装、规格不一样，

其平均采购单价不具有可比性。

2016 年老花镜的平均采购单价较 2015 年有所下降，主要由于公司根据市场需求适时调整了老花镜产品结构，2016 年对单价较高的老花镜品类的采购量占比较 2015 年下降，因此 2015 年的平均采购单价高于 2016 年且采购额高于 2014 年和 2016 年。

（四）营业税金及附加

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业税	1.86	5.77	4.28
城市维护和建设税	326.62	312.60	289.07
教育费附加	234.55	224.17	207.36
其他	23.16	0.15	-
合 计	586.19	542.69	500.71

公司主要从事零售业，主要缴纳企业所得税、增值税及与之相关的城建税和教育费附加等。2014 年至 2016 年，随着经营规模的扩大，流转税额逐年增加，城市维护和建设税及教育费附加随之增加。

（五）期间费用

1、费用率水平分析

报告期内，公司的费用率分别如下：

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售费用率	53.88%	53.84%	50.97%
管理费用率	7.31%	7.74%	7.18%
财务费用率	0.47%	0.38%	0.50%
合 计	61.65%	61.96%	58.65%

2014 年至 2016 年，公司的销售费用率逐年有所增加。主要由于随着各地特别是深圳最低工资标准的提高，公司营业体系员工的基本工资相应增加，其增幅高于收入增长的幅度导致。报告期各期管理费用率相对较小且变动不大，其对公司经营业绩的影响较小。

2、销售费用分析

(1) 公司的销售费用主要构成为员工薪酬、租赁费、折旧摊销费等，报告期内公司销售费用构成及占比情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资、社保	9,006.29	40.19%	8,091.93	40.01%	7,319.52	39.76%
租金、物业、水电费	11,355.38	50.67%	10,377.06	51.31%	9,268.14	50.35%
装修费摊销	658.02	2.94%	548.09	2.71%	488.06	2.65%
折旧费	306.89	1.37%	331.81	1.64%	329.76	1.79%
广告业务宣传费	315.09	1.41%	280.71	1.39%	255.22	1.39%
运费	190.03	0.85%	180.66	0.89%	206.49	1.12%
邮电通讯费	109.49	0.49%	98.98	0.49%	102.91	0.56%
电商平台及代运营费用	46.03	0.21%	21.33	0.11%	198.35	1.08%
其他费用	422.67	1.89%	295.18	1.46%	240.10	1.30%
合计	22,409.89	100.00%	20,225.77	100%	18,408.55	100%

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的销售费用分别为 18,408.55 万元、20,225.77 万元和 22,409.89 万元，2014 年至 2016 年销售费用逐年增加主要与公司经营规模扩大和门店数量增加有关。一方面，眼镜销售涉及到选配镜架和镜片、验光、调试等服务流程，公司强调服务的专业性，门店经营需要的人员较多，销售人员的薪酬支出高；另一方面，公司大部分门店均为直营店，由于门店选址要求较高，单位面积租金高，且租赁门店数量多，导致销售费用较高。

2014 年、2015 年和 2016 年，销售费用中工资社保和租金物业水电费合计占销售费用总额的比重分别为 90.11%、91.32%和 90.86%，占比较高。其中，销售费用中工资社保 2014 年至 2016 年逐年增加，主要由于两方面原因：①公司根据各地的最低工资标准政策上调基本工资，如深圳地区分别自 2014 年 2 月 1 日和 2015 年 3 月 1 日起上调最低工资标准为 1,808 元和 2,030 元，导致基本工资费用逐年增加；②随着经营规模的扩大和市场促销活动的增加，员工薪酬中销售提成和促销奖励费用增加。

租金、物业、水电费方面，2014 年至 2016 年金额逐年增加，系随着门店数量增加及单位门店面积的租金提高而增加。

报告期内，公司自 2013 年开展电商业务，电商平台及代运营费用为公司开展电商业务付给电商平台及代运营公司的费用，2014 年 12 月开始，公司由聘请

代运营公司运营电商业务改为自己运营，2015 年和 2016 年该项费用仅包含电商平台费用，因此电商平台及代运营费用较 2014 年大幅下降。

(2) 报告期内公司销售费用占营业收入比重情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
工资、社保	21.65%	21.54%	20.27%
租金、物业、水电费	27.30%	27.62%	25.66%
装修费摊销	1.58%	1.46%	1.35%
折旧费	0.74%	0.88%	0.91%
广告业务宣传费	0.76%	0.75%	0.71%
运费	0.46%	0.48%	0.57%
邮电通讯费	0.26%	0.26%	0.28%
电商平台及代运营费用	0.11%	0.06%	0.55%
其他费用	1.02%	0.79%	0.66%
合计	53.88%	53.84%	50.97%

报告期内，销售费用占营业收入总额的比重较高。其中，销售费用中工资社保和租金物业水电费合计占营业收入总额的比重分别为 45.93%、49.16%和 48.95%，占比较高。2015 年和 2016 年销售费用中工资社保和租金物业水电费占营业收入总额比例较 2014 年有所增加，主要与公司门店数量增加、门店租金涨幅高于收入涨幅、以及公司主要经营所在地的最低工资水平上涨和销售提成等增加有关，销售费用中工资社保和租金物业水电费与营业收入的变动趋势具有一致性。

3、管理费用分析

(1) 公司的管理费用主要包括员工薪酬、物业租赁费和折旧费等，报告期内公司管理费用构成及占比情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资、社保	1,566.10	51.54%	1,513.45	52.04%	1,445.51	55.77%
存货损失	254.76	8.38%	-	-	-	-
租金、物业、水电费	253.76	8.35%	240.60	8.27%	240.73	9.29%
折旧费	162.52	5.35%	161.00	5.54%	183.70	7.09%
差旅费	105.40	3.47%	102.81	3.54%	64.00	2.47%
办公费用	108.94	3.59%	105.77	3.64%	78.71	3.04%
装修费摊销	133.30	4.39%	173.73	5.97%	146.90	5.67%
低值易耗品	64.07	2.11%	83.33	2.87%	99.13	3.82%

税费	16.23	0.53%	80.95	2.78%	76.11	2.94%
业务招待费	111.32	3.66%	89.17	3.07%	40.89	1.58%
中介费	156.53	5.15%	253.98	8.73%	149.08	5.75%
其他费用	105.77	3.48%	103.22	3.55%	67.02	2.59%
合计	3,038.70	100.00%	2,908.00	100%	2,591.78	100%

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的管理费用分别为 2,591.78 万元和 2,908.00 万元和 3,038.70 万元，公司的管理费用随着公司经营规模的扩大而逐年有所上升。管理费用主要为管理层及后勤员工的工资社保，中介费，以及办公室的租金、物业、水电费等。

由于后勤员工人数和工资水平在一定范围内较为固定，因此 2014 年至 2016 年期间管理费用中的工资社保费用金额较为稳定。2015 年，公司为筹划上市支付的中介费用较高，从而导致中介费占管理费用总额比例较高、而工资社保费用占比相应下降。

2016 年，存货损失占管理费用总额比例较高，主要是公司对部分存货根据实际情况进行了报损处理。

(2) 报告期内公司管理费用占营业收入比重情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
工资、社保	3.77%	4.03%	4.00%
存货损失	0.61%	-	-
租金、物业、水电费	0.61%	0.64%	0.67%
折旧费	0.39%	0.43%	0.51%
差旅费	0.25%	0.27%	0.18%
办公费用	0.26%	0.28%	0.22%
装修费摊销	0.32%	0.46%	0.41%
低值易耗品	0.15%	0.22%	0.27%
税费	0.04%	0.22%	0.21%
业务招待费	0.27%	0.24%	0.11%
中介费	0.38%	0.68%	0.41%
其他费用	0.25%	0.27%	0.19%
合计	7.31%	7.74%	7.18%

报告期内，管理费用占营业收入总额的比重较小，与营业收入的相关性相对不明显。报告期各期，管理费用中工资社保占营业收入总额的比重分别为 4.00%、4.03%和 3.77%，占比较小，2016 年管理费用中工资社保占营业收入总额比例较 2014 年和 2015 年略有降低主要是因为管理费用中工资社保较为稳定，其增幅低于营业收入增幅。

4、财务费用分析

(1) 报告期内公司财务费用的构成情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息支出	-	-	0.50
减：利息收入	110.12	138.10	101.11
手续费及杂费	303.79	281.85	282.60
合计	193.68	143.76	181.99

报告期内财务费用包括利息支出、利息收入和手续费及杂费等。报告期各期的利息收入系公司为提高资金使用效率，将部分暂时闲置资金存为定期存款产生的利息收入。手续费及杂费主要为 POS 机刷卡费用。

(2) 报告期内公司财务费用占营业收入比重情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息支出	-	-	0.00%
减：利息收入	0.26%	0.37%	0.28%
手续费及杂费	0.73%	0.75%	0.78%
合计	0.47%	0.38%	0.50%

报告期内，财务费用占营业收入总额的比重较小，与营业收入的相关性相对不明显。报告期各期，财务费用中手续费及杂费占收入比例略有下降主要系结算支付行业的市场化竞争导致公司报告期内刷卡手续费率有所下降。

(六) 利润表其他项目分析

1、营业外收入和支出

(1) 报告期内，公司的营业外收入列示如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置利得合计	0.76	0.06	0.09
其中：固定资产处置利得	0.76	0.06	0.09
政府补助	141.64	347.63	48.54
其他	7.08	22.75	9.88
合 计	149.48	370.44	58.51

2014 年至 2016 年营业外收入增加主要由于政府补助收入增加，政府补助明细如下：

单位：万元

补助项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	与资产相关/与收益相关

传统优势产业品牌培育项目资助	-	78.00	-	与收益相关
上市辅导项目奖励	-	80.00	-	与收益相关
商贸流通业发展资金	-	37.63	30.00	与收益相关
产业转型升级专项资金	38.00	41.00	-	与收益相关
总部企业一次性扶持资金	-	52.33	-	与收益相关
福田区产业发展专项资金	48.49	-	18.54	与收益相关
现代服务业项目支持奖励	-	50.00	-	与收益相关
企业信息化建设资助金	8.00	8.67	-	与资产相关
社会保险基金管理局稳岗补贴	47.15	-	-	与收益相关
合计	141.64	347.63	48.54	

2015 年度产业转型升级专项资金-传统优势产业品牌培育项目为依据《深圳市产业转型升级专项资金暂行管理办法》等文件、由深圳市经济贸易和信息化委员会向公司发放的补贴。

上市辅导项目奖励为根据《深圳市福田区产业发展专项资金管理办法》以及《福田区产业发展资金支持金融业和企业上市实施细则》、由福田区经济促进局向公司发放的补贴。

商贸流通业发展资金为深圳市经济贸易和信息化委员会依据《深圳市商贸流通业发展专项资金管理办法》向公司发放的补贴。

产业转型升级专项资金为深圳市经济贸易和信息化委员会、深圳市财政委员会依据《关于下达 2014 年度市产业转型升级专项资金优势产业提升专项之品牌培育项目资助计划的通知》向公司发放的补贴。

总部企业一次性扶持资金为南昌市东湖区人民政府为更好促进东湖区楼宇总部企业做大做强，向公司之子公司江西博士发放的一次性扶持资金。

福田区产业发展专项扶持资金为根据《关于印发<深圳市福田区产业发展专项资金管理暂行办法>的通知》分别于 2013 年、2014 年和 2016 年获得产业发展专项资金。

现代服务业项目支持奖励为依据《深圳市福田区产业发展专项资金支持现代服务业实施细则》取得的一次性奖励。

企业信息化建设资助金为深圳市中小企业服务署根据《深圳市民营及中小企业发展专项资金管理暂行办法》（深财科[2012]177 号）向公司拨付的企业信息化建设资助金，资助金额为 40 万元，2015 年和 2016 年摊销金额分别为 8.67 万元和 8.00 万元。

社会保险基金管理局稳岗补贴为根据《深圳市人力资源和社会保障局、深圳

市财政委员会关于做好失业保险支持企业稳定有关工作的通知》（深人社规[2016]1号）等文件向公司及公司之子公司北京博士发放的稳岗补贴。

（2）报告期内，公司的营业外支出如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损失	2.68	11.92	6.95
其中：固定资产处置损失	2.68	11.92	6.95
对外捐赠	-	-	-
诉讼支出	-	-	17.10
其他	3.46	8.49	0.84
合 计	6.14	20.42	24.89

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的营业外支出分别为 24.89 万元、20.42 万元和 6.14 万元，2014 年公司的诉讼支出为发行人之子公司广州诗琪眼镜有限公司因房屋租赁纠纷事宜发生的诉讼支出，该案件于报告期内已结案。

（3）公司营业外收支对经营成果的影响

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司营业外收支净额分别为 33.62 万元、350.02 万元和 143.34 万元，占当期利润总额的比例分别为 0.71%、7.18%和 2.71%，营业外收支净额对公司利润总额的影响较小。具体情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业外收入	149.48	2.83%	370.44	7.60%	58.51	1.23%
营业外支出	6.14	0.12%	20.42	0.42%	24.89	0.53%
营业外收支净额	143.34	2.71%	350.02	7.18%	33.62	0.71%

注：占比均为占利润总额的比例。

2、所得税费用分析

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
当期所得税	1,482.81	1,387.38	1,337.58
递延所得税	22.68	-43.76	3.90
所得税费用	1,505.49	1,343.63	1,341.48
利润总额	5,283.96	4,872.89	4,732.72
实际有效税率（所得税费用/利润总额）	28.49%	27.57%	28.34%

由于 2014 年至 2016 年公司收入的增加和利润总额的提升，所得税费用相应

上升。报告期内实际有效所得税税率分别为 28.34%、27.57%和 28.49%。报告期内除南宁普立奥和无锡普立奥享受小型微利企业企业所得税优惠税率 20%以外，公司及其余所有子公司适用企业所得税税率均为 25%，南宁普立奥和无锡普立奥符合条件的，其所得减按 50%计入应纳税所得额，除上述以外，报告期内无其他所得税税收优惠。报告期内，实际有效企业所得税税率均高于公司所适用的企业所得税税率，主要系基于谨慎性原则，公司对报告期内亏损子公司可抵扣暂时性差异和可抵扣的亏损未确认递延所得税资产。

（七）利润的主要来源分析

1、报告期营业收入和营业利润增长情况

报告期内公司利润来源和构成如下表所示：

单位：万元

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
毛利	31,504.00	10.67%	28,467.67	7.95%	26,371.45
营业利润	5,140.62	13.66%	4,522.87	-3.75%	4,699.10
利润总额	5,283.96	8.44%	4,872.89	2.96%	4,732.72
净利润	3,778.47	7.06%	3,529.26	4.07%	3,391.24

公司最近三年的利润总额和净利润保持增长，从利润来源看，最近三年公司营业利润占利润总额的比例分别为 99.29%、92.82%和 97.29%，公司盈利具有持续性和稳定性。

2、公司毛利润来源情况

公司的毛利润来源主要有三部分：购销差价、供应商返利和其他业务利润。其中购销差价为在商品销售时体现在商品销售价格和购货价格之间的差额；供应商返利为供应商根据公司的采购额或支付的货款金额，按照购销合同、协议等给予公司的“返利”或“奖励”；其他业务利润主要为公司为公司在促销、市场推广活动及产品陈列等方面为供应商提供服务而获得的利润。报告期内公司的毛利润来源构成如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

进销差价	28,609.70	90.81%	26,291.56	92.36%	23,835.46	90.38%
供应商返利	2,726.35	8.65%	2,115.26	7.43%	2,469.05	9.36%
其他业务利润	167.94	0.53%	60.85	0.21%	66.93	0.25%
合计	31,504.00	100.00%	28,467.67	100%	26,371.45	100%

(1) 购销差价

购销差价为公司销售价格与不扣除返利的进货成本价格之间的差额，2014年度、2015年度和2016年度占毛利润比例分别为90.38%、92.36%和90.81%，占比较为稳定。

(2) 供应商返利

供应商返利主要包括年度采购返利、镜片加工费及促销活动中的销售奖励等，其中年度返利一般在全年采购结束后根据采购金额和货款支付情况结算，发行人将确认的返利在当年已实现销售与未实现销售之间进行分摊，分别冲减营业成本及存货；镜片加工费主要针对镜片产品，根据镜片的已销售数量计算返利金额，并直接冲减相应的销售成本；促销奖励为对特定产品进行促销活动时根据对消费者的实际销售量给予发行人的奖励，该部分返利同样直接冲减相应的销售成本。

① 供应商返利的类型及会计处理

a. 供应商返利的类型

供应商返利一般与采购额和付款额有关，根据合同约定，主要有以下几种情况：

供应商因公司采购的商品数量、金额和（或）付款额等达到约定标准，给予相应的货款价格优惠，其业务实质是货品采购价格的下降；

供应商与公司联合举办买赠促销活动，活动结束后根据销售量返还公司商品或者进行货币补偿，其业务实质为本次买赠促销活动中所销售货品采购价格的下降。

返利兑现形式有货币补偿和冲抵货款两种，其中冲抵货款又分为两类：一是冲抵货款在以后的购货发票中体现为商品折扣；二是直接冲抵货款，供应商提供红字增值税专用发票

b. 供应商返利的会计处理

报告期内，对于不同类型的返利公司分别采取不同的会计处理方法：

对于与采购数量、采购金额或者付款金额相关的折扣，均作为采购折扣，冲减存货账面价值，期末在已实现销售与未实现销售之间进行分摊；

对于销售完成后结算的返利，如镜片加工费、买赠促销活动等，由于其与销售量有关，其实质是已销售产品成本的降低，因此视为供货方对已销售货物采购成本的折让，直接冲减对应的销售成本。

返利确认的依据为满足合同约定的返利条件并取得供应商的返利确认后，按照权责发生制对确认的返利收入在已实现销售和留存的存货之间分摊，已全部实现销售的，直接冲减当期销售成本。

②报告期内按商品类别划分供应商返利的确认及分配情况

报告期各期供应商返利的变动表如下：

单位：万元

年度	产品类别	期初留存	本期新增	本期结转	期末留存
2016年度	镜架	166.93	154.82	190.23	131.51
	镜片	74.39	514.01	517.84	70.56
	太阳镜	251.11	198.35	247.55	201.91
	隐形眼镜	448.36	1,521.11	1,536.31	433.15
	隐形护理液	22.79	222.88	233.68	12.00
	老花镜	0.63	0.17	0.58	0.21
	其他	0.16	-	0.16	-
	合计	964.37	2,611.33	2,726.35	849.35
2015年度	镜架	136.88	155.60	125.55	166.93
	镜片	53.37	379.98	358.96	74.39
	太阳镜	209.30	285.00	243.19	251.11
	隐形眼镜	410.41	1,204.92	1,166.97	448.36
	隐形护理液	28.65	214.32	220.17	22.79
	老花镜	0.96	0.06	0.40	0.63
	其他	0.18	-	0.02	0.16
	合计	839.75	2,239.88	2,115.26	964.37
2014年度	镜架	130.05	96.58	89.75	136.88
	镜片	83.75	365.55	395.93	53.37
	太阳镜	163.19	284.96	238.85	209.30
	隐形眼镜	349.91	1,445.60	1,385.11	410.41
	隐形护理液	26.40	359.99	357.74	28.65
	老花镜	2.45	0.05	1.54	0.96
	其他	0.30	0.02	0.13	0.18
	合计	756.05	2,552.75	2,469.05	839.75

冲减成本的供应商返利的变动趋势，与采购额的变动趋势一致。报告期内，

2015 年冲减主营业务成本的供应商返利较 2014 年和 2016 年少，主要由于 2015 年采购额较 2014 年及 2016 年少。

报告期各期按商品类别区分各类商品的返利占比及商品的采购额、返利额、返利占采购额的比例等情况如下：

单位：万元

存货类别	2016 年度			
	采购额-不含返利	当期新增返利	采购额-含返利	返利额/采购额
镜架	2,685.05	154.82	2,530.23	5.77%
镜片	2,618.05	514.01	2,104.04	19.63%
太阳镜	1,569.15	198.35	1,370.80	12.64%
隐形眼镜	4,102.64	1,521.11	2,581.54	37.08%
隐形护理液	821.53	222.88	598.65	27.13%
老花镜	111.40	0.17	111.23	0.15%
其他	221.38	0.00	221.38	0.00%
合计	12,129.20	2,611.33	9,517.86	21.53%
存货类别	2015 年度			
	采购额-不含返利	当期新增返利	采购额-含返利	返利额/采购额
镜架	2,597.93	155.60	2,442.32	5.99%
镜片	2,204.52	379.98	1,824.54	17.24%
太阳镜	1,992.09	285.00	1,707.10	14.31%
隐形眼镜	3,301.17	1,204.92	2,096.25	36.50%
隐形护理液	622.68	214.32	408.37	34.42%
老花镜	134.62	0.06	134.55	0.05%
其他	169.25	0.00	169.25	0.00%
合计	11,022.26	2,239.88	8,782.38	20.32%
存货类别	2014 年度			
	采购额-不含返利	当期新增返利	采购额-含返利	返利额/采购额
镜架	1,880.94	96.58	1,784.36	5.13%
镜片	2,400.63	365.55	2,035.08	15.23%
太阳镜	2,714.76	284.96	2,429.79	10.50%
隐形眼镜	3,427.69	1,445.60	1,982.09	42.17%
隐形护理液	873.46	359.99	513.47	41.21%
老花镜	95.98	0.05	95.92	0.05%
其他	205.61	0.02	205.59	0.01%
合计	11,599.06	2,552.75	9,046.31	22.01%

注：采购额为不含税金额。

a. 返利额占采购额比例分析

从各类商品的返利额占采购额比例来看，报告期内，隐形眼镜的返利额占采购额比例居各类商品的首位，隐形眼镜和隐形护理液返利额占采购额比例在各类商品中最高，2014 年、2015 年和 2016 年各年隐形眼镜的返利额占不含税采购额的比例分别为 42.17%、36.50%和 37.08%，隐形护理液的占比分别为 41.21%、34.42%和 27.13%。其次是镜片，占比分别为 15.23%、17.24%和 19.63%，主要产品中，镜架和老花镜的各年返利额占采购额比例最低。

各类商品的返利额和返利比例是由供应商采取的销售模式决定的，返利实质上是供应商对销售价格的一种折让，且作为调整销售和促销的手段之一，在不同的阶段对返利政策有一定的调整。

由于隐形眼镜和隐形护理液不含返利的毛利率低于其他类别的商品，供应商提供较高比例的返利，以促进销售。各类别商品不含返利的毛利率和包含返利的毛利率情况如下：

类 别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	不含返利	包含返利	不含返利	包含返利	不含返利	包含返利
镜架	74.77%	76.33%	76.48%	77.66%	75.03%	75.95%
镜片	82.82%	86.21%	82.39%	85.06%	81.75%	84.88%
太阳镜	59.89%	64.78%	62.93%	67.21%	58.54%	62.46%
隐形眼镜	40.01%	63.64%	41.15%	62.41%	30.20%	56.32%
隐形护理液	36.87%	55.03%	40.76%	60.75%	27.62%	56.17%
老花镜	73.07%	73.18%	76.17%	76.25%	76.40%	76.71%
其他	57.87%	57.90%	67.04%	67.04%	64.83%	64.86%
合计	69.07%	75.65%	70.17%	75.82%	66.22%	73.08%

由上表可见，报告期内返利额占比最高的隐形眼镜和隐形护理液，不含返利的毛利率较低且各年较为稳定，随着市场竞争的加剧及部分品牌推广力度的加大，包含返利后的毛利率整体上呈上升趋势。其他类别的商品包含返利和不含返利的毛利率在报告期内均较为稳定，表明返利实质上是供应商提供的价格的折让。

2015 年，镜架、镜片和太阳镜的返利额占采购额的比例较 2014 年上升，系主要供应商加大了对市场推广的支持力度，返利比例上升；2015 年隐形眼镜及隐形护理液的返利额占采购额比例较 2014 年有所下降，系 2015 年部分主要供应商的市场促销活动减少，从而促销销售奖励减少导致。

2016 年，由于采购的中低端品牌的镜架和太阳镜的采购额上升，而中低端

品牌的镜架和太阳镜一般采购价格较低、返利比例相应较低，从而镜架和太阳镜的返利额占采购额比例较 2015 年下降；由于主要供应商的市场促销活动增加，隐形眼镜的返利额占采购额比例增加，同时由于隐形护理液的采购额占隐形眼镜及隐形护理液供应商的采购总额比例下降，因此分摊至隐形护理液的返利额占比下降、隐形护理液的返利额占采购额比例下降。

b.期末存货中包含的返利

报告期内，期末各类别存货余额中包含的供应商返利情况如下：

单位：万元

类别	2016 年 12 月 31 日			2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日		
	期末存货余额	期末留存返利	期末存货返利占比	期末存货余额	期末留存返利	期末存货返利占比	期末存货余额	期末留存返利	期末存货返利占比
镜架	3,149.31	131.51	4.18%	3,630.98	166.93	4.60%	3,578.33	136.88	3.83%
镜片	603.46	70.56	11.69%	847.92	74.39	8.77%	1,032.45	53.37	5.17%
太阳镜	2,017.10	201.91	10.01%	2,460.01	251.11	10.21%	2,613.64	209.30	8.01%
隐形眼镜	1,026.14	433.15	42.21%	808.58	448.36	55.45%	776.88	410.41	52.83%
隐形护理液	82.86	12.00	14.48%	62.90	22.79	36.24%	87.03	28.65	32.92%
老花镜	90.29	0.21	0.24%	113.81	0.63	0.55%	98.38	0.96	0.98%
其他	170.84	0.00	0.00%	162.91	0.16	0.10%	177.21	0.18	0.10%
合计	7,140.01	849.35	11.90%	8,087.12	964.37	11.92%	8,363.91	839.75	10.04%

从上表可以看出，与影响本期损益的返利占比一致，期末存货中返利占比最高的为隐形眼镜，其次是护理液。

③返利的可持续性分析

报告期内计入当期损益的供应商返利占主营业务收入和营业毛利的比例及变动情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	数额	增减	数额	增减	数额
返利额	2,726.35	611.09	2,115.26	-353.79	2,469.05
占主营业务收入比例	6.58%	0.93%	5.65%	-1.21%	6.86%
占毛利的比例	8.65%	1.22%	7.43%	-1.93%	9.36%

注：毛利=（营业收入-营业成本）

报告期内，各期冲减主营业务成本的返利占综合毛利润的比例分别为 9.36%、7.43%和 8.65%，是公司毛利润的重要组成部分，但基于以下原因，返利

并未对公司盈利水平构成重大风险和不确定性：

a. 供应商对连锁眼镜零售企业的返利具有长期性和稳定性

对供应商来说，一方面，零售商的店面形象、产品陈列、专业技术和服务质量均对产品的最终销售产生重要影响；另一方面，零售商对中高端品牌眼镜产品的供应商而言，具有渠道价值，对部分中低端品牌产品供应商处于主导地位，会就各方面因素综合考虑选择合适的供应商，为维持稳定的合作关系、和实现更多的销售量，供应商会制定返利政策。

供应商授予眼镜连锁零售企业返利实际上是供应商对其批发价格的一种调整，是供应商营销战略的组成部分。返利条款是眼镜行业年度采购合同的重要条款之一，每年末供应商均会与零售商进行多次洽谈、沟通，在达成共识的基础上，制定年度销售计划，根据销售计划制定相应的返利政策。因此，供应商返利政策是行业惯例，具有长期性和稳定性。

b. 返利占比最高的隐形眼镜市场仍具有较大的市场空间，各大品牌争夺市场份额的竞争十分激烈，高返利政策仍将持续

隐形眼镜的返利占采购额比例为各存货类别中最高，其返利的金额在公司返利总额中占比也最高。

目前，中国隐形眼镜市场上品牌集中度高，据 Euromonitor 2016 年的调查报告《Eyewear in China》，2014、2015 年前三大隐形眼镜品牌（海昌、强生和博士伦）均占据了接近 70% 的市场份额。隐形眼镜市场近年来增长迅速，且仍有较大的市场空间。据上述调查报告，2011 年至 2015 年，隐形眼镜的销售额增长了 52.85%，2015 年销售额达到 40.21 亿元，到 2020 年预计年销售额将达到 52.77 亿元。因此，中国的隐形眼镜市场仍具有较大的市场空间，各大品牌仍将保持争夺市场份额的竞争状态，返利政策具有持续性。

c. 公司与主要供应商形成了稳定的业务关系

公司开展连锁眼镜零售，具有多年的行业管理经验，并有广泛的市场基础和积累，完成各主要供应商的销售计划是可行的。另一方面，公司与各大主要供应商的合作时间较长，对一些外资品牌，品牌进入中国时即有业务联系，与主要供应商形成了稳定的业务关系。因此，主要供应商的返利具有可持续性和确定性。

d. 公司经营多种类别和多个供应商多种品牌的产品，有效降低了返利的风险

在镜架、镜片、隐形眼镜和太阳镜等产品上，公司始终经营多个供应商多种品牌的产品，因此，虽然各供应商的返利占比变化较大，公司的返利综合占比较为稳定，有利于保障公司的持续盈利能力。

（八）毛利率变动分析

1、主营业务毛利率分析

报告期内公司的主营业务收入、成本及毛利情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
主营业务收入	41,427.74	10.57%	37,465.99	4.09%	35,993.46
主营业务成本	10,088.24	11.36%	9,059.18	-6.50%	9,688.94
主营业务毛利	31,339.50	10.32%	28,406.81	7.99%	26,304.52
毛利率	75.65%	-0.17%	75.82%	2.74%	73.08%

注：主营业务收入、主营业务成本和主营业务毛利润的变动为三者的增长率；主营业务毛利率的变动为本年毛利率减去上年毛利率。

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的主营业务毛利率分别为 73.08%、75.82%和 75.65%。报告期内公司的毛利率处于较高水平，主要有以下原因：（1）与传统零售行业不同，眼镜零售行业在销售过程中需要眼视光专业人员为顾客提供验光和定配等服务，眼镜商品的零售价格中包含了眼视光专业和个性化定制服务的价值；（2）由于眼镜零售行业具有顾客购买频率低、租赁支出和人工成本高等特点，需要较高的毛利率以覆盖各项成本费用；（3）公司在经营规模、品牌影响力、市场地位和管理服务水平方面具备了一定的竞争优势，有利于公司提升供应链的整合能力及盈利水平。

2、分类别商品毛利率分析

报告期内分类别产品毛利率情况如下：

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率	增减
镜架	76.33%	-1.33%	77.66%	1.71%	75.95%	-0.43%
镜片	86.21%	1.15%	85.06%	0.18%	84.88%	1.23%
太阳镜	64.78%	-2.43%	67.21%	4.75%	62.46%	0.22%
老花镜	73.18%	-3.07%	76.25%	-0.46%	76.71%	0.59%
隐形眼镜	63.64%	1.23%	62.41%	6.09%	56.32%	-0.87%
隐形护理液	55.03%	-5.72%	60.75%	4.58%	56.17%	6.68%

其他	57.90%	-9.14%	67.04%	2.18%	64.86%	12.35%
合 计	75.65%	-0.17%	75.82%	2.74%	73.08%	-0.21%

注：毛利率的增减=本期毛利率-上期毛利率

从产品类别来看，公司各类别产品毛利率较为稳定，镜片的毛利率最高，镜架的毛利率次之，隐形眼镜及隐形护理液的毛利率相对最低。

2015 年，镜架的毛利率较 2014 年有所增加，系公司进一步调整镜架的商品结构，毛利率较高的商品销售比例提高导致；太阳镜的毛利率有较大幅度上升，主要由于 2015 年公司主动减少了通过网上店铺销售太阳镜，该等销售金额较 2014 年大幅下降，减少了 378.60 万元，而网上店铺销售的毛利率低于实体店销售毛利率，从而 2015 年太阳镜的销售毛利率较 2014 年上升。

2015 年隐形眼镜及隐形护理液的批发收入较 2014 年下降，从而这两类商品的毛利率较 2014 年上升；2015 年老花镜的毛利率较 2014 年基本持平。

2016 年，镜架的毛利率较 2015 年有所下降，主要由于镜架产品市场促销力度加大，团购等活动带来的销量增加，而团购等促销活动的毛利率相对较低，因此 2016 年镜架毛利率较去年略有下降；2016 年公司根据市场竞争状况和需求变化调整产品结构并加大促销打折力度，因此太阳镜毛利率较上年下降。

由于主要供应商的市场促销活动增加，2016 年隐形眼镜的返利额占采购额比例增加，同时由于隐形护理液的采购额占隐形眼镜及隐形护理液供应商的采购总额比例下降，因此分摊至隐形护理液的返利额占比下降、隐形护理液的返利额占采购额比例下降，因此隐形眼镜的毛利率较上年上升而隐形眼镜护理液的毛利率较上年下降；2016 年老花镜毛利率较 2015 年下降，系新增老花镜批发业务和电子商务渠道老花镜销量占比增加，而批发和电子商务渠道老花镜的毛利率较低。

3、商品销售价格分析

报告期内，公司主要商品的销售价格变化情况如下：

单位：元

产品类别	2016 年度	2015 年度	2014 年度
镜架（副）	506.88	536.74	580.58
镜片（片）	281.75	292.64	325.53
太阳镜（副）	597.74	678.06	712.10
老花镜（副）	141.64	152.79	147.36

隐形护理液（支）	78.32	75.13	72.33
隐形眼镜（盒）	174.58	162.00	150.06

注：上述销售价格为直营门店销售给终端顾客的零售单价（含税价），不含电商及批发收入。

2015 年和 2016 年，公司根据市场需求变化积极调整了镜架、镜片和太阳镜的商品结构，并进一步优化了销售人员的考核和激励政策，对销售人员的考核指标除了销售额以外，还增加了配镜量等指标的考核和激励措施，镜架、镜片和太阳镜的销售单价较 2014 年有所下降。

报告期内，公司根据市场需求适时调整了老花镜产品结构，2015 年单价较高的老花镜销售量占比上升，其销售单价较 2014 年上升，2016 年新增老花镜批发业务且电子商务渠道老花镜销量占比增加，而批发和电子商务渠道老花镜平均销售单价较低。由于隐形眼镜和隐形护理液的平均销售价格受商品的规格影响较大，报告期内的平均销售价格不具有可比性。

（九）非经常性损益及合并报表以外的投资收益

1、非经常性损益对经营成果的影响

2014 年、2015 年和 2016 年，公司归属于普通股股东的非经常性损益影响净额分别为 21.30 万元、263.79 万元和 108.01 万元，占归属于母公司股东净利润的比例分别为 0.63%、7.47%和 2.86%，报告期内，公司非经常性损益金额及占比均较小，对公司经营成果无实质性影响。

2、合并报表以外的投资收益

报告期内，公司不存在合并报表以外的投资收益。

（十）主要税种纳税情况

1、主要税种纳税情况

报告期内，公司主要税种为企业所得税和增值税，主要税种的缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
增值税	4,624.62	4,496.50	4,099.66

企业所得税	1,291.56	1,588.54	1,087.35

随着收入规模的扩大，2014 年至 2016 年公司缴纳的增值税逐年增加。企业所得税方面，2016 年度缴纳的金额较 2015 年度减少，主要由于 2016 年预缴的企业所得税金额减少。

公司及各子公司主管税务机关已出具证明，公司及各子公司报告期内已依法纳税，无重大税收违法违规行为。

2、所得税费用与会计利润的关系

报告期内所得税费用与会计利润的关系如下表所示：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利润总额	5,283.96	4,872.89	4,732.72
按法定税率计算的所得税费用	1,320.99	1,218.22	1,183.18
子公司适用不同税率的影响	-3.40	-0.73	-1.06
调整以前期间所得税的影响	-	1.61	-
非应税收入的影响	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失影响	50.37	9.39	17.59
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异的影响	-35.52	-11.86	-5.83
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	168.85	160.61	151.76
其他	4.20	-33.62	-4.15
所得税费用	1,505.49	1,343.63	1,341.48

3、所得税优惠对利润的影响

报告期内，仅南宁普立奥和无锡普立奥享受小型微利企业企业所得税优惠税率 20%，公司及其余所有子公司适用所得税税率均为 25%，南宁普立奥和无锡普立奥符合条件的年度，其所得减按 50% 计入应纳税所得额，除上述以外，无其余税收优惠。报告期各期，上述税收优惠影响所得税费用的金额分别为 1.06 万元、0.73 万元和 3.40 万元，金额较小，公司对税收优惠不存在重大依赖。

（十一）对发行人持续盈利能力产生重大不利影响的因素

可能对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括但不限于：行业竞争风险、跨区域经营的风险、人力及租金成本上升的风险、供应商相对集中的风险、

存货余额较大的风险、商号和商标被仿冒的风险、宏观经济波动的风险等，详见本招股意向书之“第四节 风险因素”中披露的相关内容。

经核查，保荐机构认为：发行人所处行业市场前景广阔，发行人具有较强的品牌影响力、广泛的销售网络优势、多层次市场布局优势、服务流程标准规范优势以及供应商渠道优势，发行人已建立了成熟的业务发展模式，并制定了清晰的发展战略和发展规划，具有较好的持续盈利能力。

十二、财务状况分析

（一）资产分析

1、资产结构分析

报告期内，公司资产总体构成情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	23,288.69	77.97%	22,089.78	78.09%	21,955.37	77.10%
非流动资产	6,581.16	22.03%	6,198.21	21.91%	6,522.11	22.90%
资产总额	29,869.85	100.00%	28,287.99	100%	28,477.48	100%

报告期各期末，公司的总资产分别为 28,477.48 万元和 28,287.99 万元和 29,869.85 万元。

随着公司经营规模的扩大和门店数量的增加，公司的相关资产相应增加，2015 年，一方面，公司通过经营活动实现了资产累积，另一方面，公司向股东分配了股利 4,000.00 万元，两方面因素综合使得 2015 年末的总资产较 2014 年末略有下降；2016 年，公司通过经营活动实现了资产累积，同时分配股利 2,574.00 万元，两方面因素使得公司 2016 年末的资产总额较 2015 年末有所增长。

报告期内，公司资产以流动资产为主，报告期各期末，流动资产占总资产比例分别为 77.10%、78.09%和 77.97%，这与公司从事的主营业务相关，符合连锁零售行业特征和公司生产经营的状况。

2、流动资产分析

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	11,674.79	50.13%	9,316.59	42.18%	9,654.79	43.97%
应收账款	1,486.65	6.38%	1,592.66	7.21%	1,008.74	4.59%
预付账款	933.04	4.01%	1,351.92	6.12%	1,143.81	5.21%
其他应收款	2,624.14	11.27%	2,357.70	10.67%	2,418.75	11.02%
存货	6,540.72	28.09%	7,426.66	33.62%	7,729.29	35.20%
其他流动资产	29.35	0.13%	44.25	0.20%	-	-
合 计	23,288.69	100.00%	22,089.78	100.00%	21,955.37	100%

(1) 货币资金

公司的货币资金包括现金、银行存款及其他货币资金。报告期内，公司的货币资金构成情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
现金	76.45	57.48	44.18
银行存款	11,598.34	9,259.11	9,610.61
其他货币资金	-	-	-
合 计	11,674.79	9,316.59	9,654.79

报告期各期末，货币资金余额分别为 9,654.79 万元、9,316.59 万元和 11,674.79 万元，占流动资产余额的比例分别为 43.97%、42.18%和 50.13%。

2015 年，公司向股东分配并支付了 4,000 万元现金股利，2015 年末的货币资金余额较 2014 年末有所下降。2016 年货币资金较 2015 年有所上升主要系公司主营业务收入规模持续增长，经营活动现金流量净额较 2015 年增长了 1,910.07 万元。

(2) 应收账款

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 1,008.74 万元、1,592.66 万元和 1,486.65 万元，占各期末流动资产的比例分别为 4.59%、7.21%和 6.38%，占比较小。

①报告期各期末公司应收账款账面余额、坏账准备、账面价值情况如下：

单位：万元

2016 年 12 月 31 日

账 龄	账面余额	占比	坏账准备	账面价值	坏账准备计提比例
3 个月以内	1,545.12	98.32%	77.56	1,467.56	5.00%
3—6 个月	14.47	0.92%	1.45	13.02	10.00%
6—12 个月	4.62	0.29%	0.92	3.70	20.00%
1-2 年内	4.75	0.30%	2.37	2.37	50.00%
2 年以上	2.54	0.16%	2.54	-	100.00%
合计	1,571.49	100.00%	84.85	1,486.65	5.40%
2015 年 12 月 31 日					
账 龄	账面余额	占比	坏账准备	账面价值	坏账准备计提比例
3 个月以内	1,616.63	94.89%	80.83	1,535.80	5.00%
3—6 个月	19.17	1.13%	1.92	17.25	10.00%
6—12 个月	18.93	1.11%	3.79	15.14	20.00%
1-2 年内	48.93	2.87%	24.46	24.47	50.00%
合 计	1,703.66	100.00%	111.00	1,592.66	6.52%
2014 年 12 月 31 日					
账 龄	账面余额	占比	坏账准备	账面价值	坏账准备计提比例
3 个月以内	991.18	92.85%	49.56	941.63	5.00%
3—6 个月	60.45	5.66%	6.04	54.40	10.00%
6—12 个月	15.89	1.49%	3.18	12.72	20.00%
合 计	1,067.52	100.00%	58.78	1,008.74	

报告期各期末公司账龄在 3 个月以内的应收账款所占比例分别为 92.85%、94.89%和 98.32%，应收账款账龄结构合理。

②应收账款的形成原因

公司全部门店均采用直营的销售模式，其应收账款主要来源于三方面：

a.在直营模式下，部分门店通过与商场、超市等单位联营分成的方式销售产品。根据协议安排，联营方（如商场等）收取全部的销售款项，并按约定的分成比例计算联营应得的分成。公司与联营方就销售情况核对一致后，按联营方收取的全部款项扣除联营方应得分成后的余额进行结算并确认收入，同时据此开具增值税发票，联营方一般在收到发票后一定期限内将款项余额支付给公司。因此，联营方式的门店会在月底产生对联营方的应收账款。

b.公司自营的门店中，部分商场店使用商场的 POS 机刷卡或由商场代收银，该部分门店的刷卡款或代收的货款于次月与商场核对一致后，商场在一定期限内将款项支付给公司，由此在月底会形成对商场的应收账款。

c.公司在月底应收各地银联或团购网站尚未结算的刷卡款。

③应收账款余额变动分析

2014 年，公司加强了对应收账款的管理，商场结算及回款较为及时，使得应收账款余额下降。

2015 年末，应收账款余额较 2014 年末增加 583.92 万元，主要由于联营门店及商场代收银门店收入增加，以及新增联营门店两方面因素导致。

2016 年末，应收账款余额较 2015 年末减少 106.01 万元，主要由于联营门店收入减少，导致来自联营方的应收账款有所下降。

④报告期各期末公司应收账款余额前五名如下：

2016 年 12 月 31 日：

名 称	与公司关系	金额（万元）	占应收账款比例
华润万家有限公司	非关联方	204.05	12.98%
华润（深圳）有限公司	非关联方	105.39	6.71%
深圳市海雅缤纷城商业有限公司	非关联方	82.47	5.25%
江西洪客隆百货投资有限公司	非关联方	80.01	5.09%
保怡物业管理（深圳）有限公司	非关联方	76.14	4.84%
合计		548.05	34.87%

截至 2016 年末，应收账款前五名客户合计占应收账款总额的比例为 34.87%。上述客户质量较好，资信水平较高，款项不能回收的风险较小。

截至 2016 年末，应收账款中无持有公司 5%及以上表决权股份的股东单位欠款，亦无应收关联方款项。

2015 年 12 月 31 日：

名 称	与公司关系	金额（万元）	占应收账款比例
华润万家有限公司	非关联方	231.96	13.61%
华润（深圳）有限公司	非关联方	123.49	7.25%

名 称	与公司关系	金额（万元）	占应收账款比例
华润新鸿基房地产（杭州）有限公司	非关联方	92.43	5.43%
深圳市益田假日广场有限公司	非关联方	86.86	5.10%
南昌市天虹商场有限公司	非关联方	82.11	4.82%
合 计		616.85	36.21%

截至 2015 年末，应收账款前五名客户合计占应收账款总额的比例为 36.21%。
上述客户质量较好，资信水平较高，款项不能回收的风险较小。

截至 2015 年末，应收账款中无持有公司 5%及以上表决权股份的股东单位欠款，亦无应收关联方款项。

2014 年 12 月 31 日：

名 称	与公司关系	金额（万元）	占应收账款比例
华润（深圳）有限公司	非关联方	83.42	7.81%
华润万家有限公司	非关联方	80.72	7.56%
深圳市益田假日广场有限公司	非关联方	68.82	6.45%
保怡物业管理（深圳）有限公司	非关联方	65.33	6.12%
江西洪客隆百货投资有限公司	非关联方	42.67	4.00%
合 计		340.96	39.74%

截至 2014 年末，应收账款前五名客户合计占应收账款总额的比例为 39.71%。
上述客户质量较好，资信水平较高，款项不能回收的风险较小。

截至 2014 年末，应收账款中无持有公司 5%及以上表决权股份的股东单位欠款，亦无应收关联方款项。

报告期内公司前五大应收账款客户主要为公司长期合作客户、代收款方和第三方结算机构。

（3）预付款项

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 1,143.81 万元、1,351.92 万元和 933.04 万元，占流动资产余额的比例分别为 5.21%和 6.12%和 4.01%。预付款项主要为预付供应商的货款及门店租金、以及预付中介机构的保荐费等。2015 年末，预付款项余额较 2014 年末增加 208.11 万元，主要由于预付中介机构的保荐费较 2014 年末增加 200 万元。2016 年，公司预付账款余额较 2015 年末减少 418.88 万元，主要由于第四季度未结算的退换货较上年减少。

预付款项按账龄列示如下：

单位：万元

账龄结构	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	645.30	69.16%	1,267.90	93.78%	1,096.98	95.91%
1—2 年（含）	287.74	30.84%	84.02	6.22%	43.97	3.84%
2—3 年（含）	-	-	-	-	2.86	0.25%
3 年以上	-	-	-	-	-	0.00%
合 计	933.04	100.00%	1,351.92	100%	1,143.81	100%

2016 年末公司预付账款前五名单位如下：

单位：万元

单位名称	与公司关系	预付款项 余额	占预付账 款总额的 比例	预付时间
中德证券有限责任公司	非关联方	250.00	26.79%	1-2 年
大华会计师事务所（特殊普通合伙）	非关联方	89.62	9.61%	1 年以内
陆逊梯卡（上海）商贸有限公司	非关联方	59.39	6.36%	1 年以内、 1-2 年
卡尔蔡司光学（广州）有限公司	非关联方	55.67	5.97%	1 年以内
北京博士伦眼睛护理产品有限公司	非关联方	33.84	3.63%	1 年以内
合 计		488.52	52.36%	

报告期内公司预付款项主要为支付给合作多年、经营状况良好供应商的采购货款，以及支付给保荐机构的保荐费、预付的租金等，预付款项账龄基本在两年以内，风险较小。

（4）其他应收款

报告期各期末，公司的其他应收款净额分别为 2,418.75 万元、2,357.70 万元和 2,624.14 万元，占流动资产的比例分别为 11.02%、10.67%和 11.27%。

报告期内，其他应收款主要包括门店租赁押金、保证金及应收关联方款项等。

2015 年末公司的其他应收款较 2014 年末基本持平。2016 年末公司其他应收款较 2015 年增加主要系新开门店较多导致租赁及水电押金、保证金增加。

报告期各期末其他应收款按计提坏账准备类型列示如下：

单位：万元

类 别	2016 年 12 月 31 日				
	账面金额		坏账准备		净额
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	50.59	1.87%	3.01	5.96%	47.57
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	2,660.20	98.13%	83.63	3.14%	2,576.57
合 计	2,710.79	100.00%	86.65	3.20%	2,624.14
类 别	2015 年 12 月 31 日				
	账面金额		坏账准备		净额
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	47.42	1.97%	2.47	5.22%	44.94
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	2,358.65	98.03%	45.89	1.95%	2,312.76
合 计	2,406.06	100.00%	48.36	2.01%	2,357.70
类 别	2014 年 12 月 31 日				
	账面金额		坏账准备		净额
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	30.63	1.27%	1.82	5.95%	28.81
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	2,389.94	98.73%	-	0.00%	2,389.94
合 计	2,420.57	100.00%	1.82	0.08%	2,418.75

①单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款

单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款主要系各门店租赁保证金及水电物业押金，门店租赁保证金及水电物业押金不能收回风险小，因此一般单项计提坏账准备。2015 年末和 2016 年末单项计提的坏账准备，系部分门店租赁保证金及物业水电押金由于公司撤店未能收回导致。

②按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款

报告期各期末，按账龄组合计提坏账准备的其他应收款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2016 年 12 月 31 日		
	其他应收款	坏账准备	计提比例
0-3个月内	48.04	2.45	5.09%
3-6个月内	0.39	0.04	10.00%
6-12个月内	1.86	0.37	20.00%
1-2年内	0.28	0.14	50.00%
2 年以上	0.02	0.02	100.00%
合计	50.59	3.01	5.96%
账龄	2015 年 12 月 31 日		
	其他应收款	坏账准备	计提比例
0-3个月内	47.05	2.35	5%
3-6个月内	-	-	--
6个月至一年内	0.20	0.04	20%
1-2年内	0.16	0.08	50%
合计	47.42	2.47	5.22%
账龄	2014 年 12 月 31 日		
	其他应收款	坏账准备	计提比例
0-3个月内	24.78	1.24	5%
3-6个月内	5.85	0.58	10%
合计	30.63	1.82	5.95%

③2016 年 12 月 31 日其他应收款余额前五名情况

单位：万元

单位名称	款项性质	余额	账龄	占其他应收款期末余额的比例	坏账准备期末余额
沃尔玛深国投百货有限公司	租赁保证金	2.19	1-2 年内	0.08%	-
		97.85	2 年以上	3.61%	-
华润（深圳）有限公司	租赁保证金	0.36	0-3 个月内	0.01%	-
		14.72	3-6 个月内	0.54%	-
		65.31	2 年以上	2.41%	-
沃尔玛（中国）投资有限公司	租赁保证金	0.96	0-3 个月内	0.04%	-
		8.67	3-6 个月内	0.32%	-
		14.04	6-12 个月内	0.52%	-
		21.77	1-2 年内	0.80%	-
		3.75	2 年以上	0.14%	-

深圳市海岸商业管理有限公司	租赁保证金	46.50	2 年以上	1.72%	-
华润置地（南宁）有限公司	租赁保证金	42.76	6-12 个月内	1.58%	-
		1.55	2 年以上	0.06%	-
合计		320.43		11.83%	-

④报告期各期末其他应收款中应收关联方款项

报告期各期末，其他应收款中无应收关联方款项情况。

(5) 存货

报告期各期末，公司存货净额分别为 7,729.29 万元、7,426.66 万元和 6,540.72 万元，占流动资产的比例分别为 35.20%和 33.62%和 28.09%。公司存货主要包括库存商品和周转材料。

①报告期各期末公司存货列示如下：

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	7,117.34	99.68%	8,051.41	99.56%	8,326.24	99.55%
周转材料	22.68	0.32%	35.71	0.44%	37.67	0.45%
合 计	7,140.01	100.00%	8,087.12	100%	8,363.91	100%
存货跌价准备	599.29	8.39%	660.46	8.17%	634.62	7.59%
存货净额	6,540.72	-	7,426.66	-	7,729.29	-

2015 年末，存货余额较 2014 年末减少了 276.79 万元，主要系镜片和太阳镜的余额减少。

2016 年末，存货余额较 2015 年末减少了 947.11 万元，主要是由于镜架、镜片和太阳镜的余额减少。

报告期各期末存货的变动情况请参阅以下各类别存货的变动：

②报告期各期末公司存货分类情况

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜架	3,149.31	44.11%	3,630.98	44.90%	3,578.33	42.78%
镜片	603.46	8.45%	847.92	10.48%	1,032.45	12.34%

太阳镜	2,017.10	28.25%	2,460.01	30.42%	2,613.64	31.25%
老花镜	90.29	1.26%	113.81	1.41%	98.38	1.18%
隐形眼镜	1,026.14	14.37%	808.58	10.00%	776.88	9.29%
隐形护理液	82.86	1.16%	62.90	0.78%	87.03	1.04%
其他	170.84	2.39%	162.91	2.01%	177.21	2.12%
合 计	7,140.01	100.00%	8,087.12	100%	8,363.92	100%

从存货的结构来看，报告期各期末公司的各类别存货占比较为稳定，其中占比较高的为镜架、太阳镜、镜片和隐形眼镜。

2015 年，公司进一步加强了对库存的管理，从而年末太阳镜的库存金额较 2014 年末下降；此外，2015 年公司制定了有利于提高“配镜率”的激励政策，镜片销售较往年增加，从而提高了镜片周转率、降低了镜片库存。2016 年，公司进一步明晰了门店定位，并加强了对镜架和太阳镜等产品库存周转的管理，优化了门店和商品品类的库存周转考核指标，使得 2016 年末镜架余额较上年末下降。

③跌价准备计提情况

报告期各期末，公司分别计提存货跌价准备 634.62 万元、660.24 万元和 599.29 万元，占存货账面余额的比例分别为 7.59%和 8.17%和 8.39%。

公司存货跌价准备按存货类别计提，按期末存货成本与可变现净值孰低的原则计量。报告期各期末存货跌价准备按类别计提情况如下：

单位：万元

跌价准备项目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜架	316.22	52.76%	297.84	45.10%	324.14	51.08%
镜片	5.76	0.96%	92.66	14.03%	97.66	15.39%
太阳镜	269.65	45.00%	240.32	36.39%	192.30	30.30%
老花镜	3.82	0.64%	16.78	2.54%	12.59	1.98%
隐形眼镜	3.72	0.62%	12.56	1.90%	7.74	1.22%
隐形护理液	0.12	0.02%	0.30	0.05%	0.20	0.03%
合 计	599.29	100.00%	660.46	100%	634.62	100%

报告期内，公司严格按照存货跌价准备的计提政策计提跌价准备。2016 年，存货跌价准备有所下降，主要是因公司对部分存货进行了报损处理。

3、非流动资产分析

报告期内，公司的非流动资产主要包括固定资产、无形资产、长期待摊费用和其他非流动资产等，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	4,237.21	64.38%	4,278.39	69.03%	4,521.94	69.33%
在建工程	50.08	0.76%	67.82	1.09%	7.54	0.12%
无形资产	115.66	1.76%	157.41	2.54%	205.24	3.15%
长期待摊费用	1,757.04	26.70%	1,365.49	22.03%	1,591.73	24.41%
递延所得税资产	216.74	3.29%	239.42	3.86%	195.66	3.00%
其他非流动资产	204.43	3.11%	89.68	1.45%	0.00	0.00%
合计	6,581.16	100.00%	6,198.21	100%	6,522.11	100%

(1) 固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 4,521.94 万元、4,278.39 万元和 4,237.21 万元，占资产总额的比例分别为 15.88%、15.12%和 14.19%。公司固定资产主要包括房屋建筑物、验光设备、仪器设备、运输设备和办公设备。

截至 2016 年末，公司固定资产及其折旧情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋建筑物	3,020.73	212.13	2,808.59	92.98%
验光设备	2,166.46	1,311.89	854.57	39.45%
仪器设备	284.47	230.34	54.13	19.03%
运输设备	167.71	153.05	14.66	8.74%
办公设备	1,234.29	729.03	505.26	40.94%
合计	6,873.65	2,636.44	4,237.21	61.64%

公司的房屋建筑物为 2013 年 12 月向实际控制人 ALEXANDER LIU 购买的位于深圳市福田区荣超经贸中心 5 楼的 501、502 及 503 号房，公司将其作为办公场所，房产购买价格为 2,931.00 万元，含税费等合计总价为 3,020.73 万元。

公司定期对固定资产进行清查和盘点。截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产未发生减值迹象。

截至本招股意向书签署日，公司固定资产无对外抵押情况。

（2）在建工程

报告期各期末，公司的在建工程余额分别为 7.54 万元、67.82 万元和 50.08 万元，主要系尚未达到预定可使用状态尚未结转长期待摊费用的门店装修。

（3）无形资产

报告期内，公司的无形资产主要系管理软件。公司无形资产的取得方式主要为外部购买。目前，公司无形资产主要用于自身经营活动，使用正常。公司无形资产按预计受益期进行摊销，在资产总额中占比较低，对公司财务状况影响较小。

（4）长期待摊费用

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
门店装修费	1,757.04	1,365.49	1,591.73
合 计	1,757.04	1,365.49	1,591.73

公司长期待摊费用主要是门店装修，按照预计可使用年限采用直线法摊销。

（5）递延所得税资产

报告期内，公司递延所得税资产来自于资产减值准备、已计提尚未结转的会员积分（递延收益）及未实现内部销售利润所形成的暂时性差异，递延所得税资产在资产总额中占比较低，对公司财务状况影响较小。报告期各期末公司递延所得税资产余额分别为 195.66 万元、239.42 万元和 216.74 万元。可抵扣暂时性差异及递延所得税资产具体情况如下：

单位：万元

项 目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	688.35	173.78	664.49	166.12	560.57	140.14
递延收益	23.33	5.96	38.35	9.59	14.11	3.53
未实现内部销售利润	147.99	37.00	254.83	63.71	207.97	51.99
合 计	859.68	216.74	957.67	239.42	782.66	195.66

由于部分子公司在报告期内尚处于亏损状态，出于谨慎性原则，未对亏损子公司的可抵扣暂时性差异和可抵扣亏损确认递延所得税资产。

（6）其他非流动资产

报告期各期末，公司的其他非流动资产余额分别为 0.00 万元、89.68 万元和 204.43 万元，主要为预付的装修及设备款和预付软件款，金额较小，对公司资产负债情况影响较小。

4、主要资产减值准备计提情况

公司报告期各期末资产减值准备计提情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
坏账准备	171.49	159.36	60.61
存货跌价准备	599.29	660.46	634.62
固定资产减值准备	-	-	-
在建工程减值准备	-	-	-
无形资产减值准备	-	-	-
长期待摊费用减值准备	-	-	-
合 计	770.79	819.82	695.23

（1）坏账准备分析

对于应收账款和其他应收款，公司根据款项性质分别按照“单项金额重大并单项计提坏账准备”、“单项金额虽不重大但单项计提坏账准备”及账龄分析法计提坏账准备。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应收款项计提的坏账准备余额为 84.85 万元。报告期内应收款项账龄组合计提坏账准备的比例如下：

账 龄	应收款项计提比例
3 个月以内	5.00%
3 至 6 个月内	10.00%
6 个月至 1 年内	20.00%
1-2 年内	50.00%
2 年以上	100.00%

按照上述会计政策，公司计提的坏账准备是合理谨慎的，主要依据如下：

①从账龄结构看，公司应收账款质量较好。截至 2016 年 12 月 31 日，应收账款期末余额为 1,571.49 万元，其中 1,545.12 万元为 3 个月以内应收账款，具体结构如下：

单位：万元

账 龄	2016 年 12 月 31 日		
	账面余额	比例	坏账准备
3 个月以内	1,545.12	98.32%	77.56
3 至 6 个月	14.47	0.92%	1.45
6 个月至 1 年	4.62	0.29%	0.92
1-2 年	4.75	0.30%	2.37
2 年以上	2.54	0.16%	2.54
合 计	1,571.49	100.00%	84.85

②公司应收账款主要是对商场的应收账款，公司的合作商场资金实力均较为雄厚，且与公司有长期的合作关系，信用风险较低；

③其他应收款主要为租赁保证金及押金，不能收回的风险较小。

（2）存货跌价准备

报告期内，公司按照存货账面价值与可变现净值孰低的原则，分类别对存货计提跌价准备。公司严格按照存货跌价准备计提政策计提跌价准备，公司管理层认为，已计提的存货跌价准备是公允和稳健的，计提情况与存货质量的实际状况相符，公司在可预见的未来不会因为资产突发减值而导致财务风险。

（3）其他长期资产减值风险

公司的固定资产、在建工程、无形资产和长期待摊费用均未出现可能发生减值的迹象，因此未计提资产减值准备。

（二）负债分析

1、负债结构分析

报告期内公司负债结构如下：

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	5,307.33	99.56%	4,914.12	99.21%	4,656.40	99.67%
应付账款	2,164.52	40.61%	2,333.22	47.10%	2,250.58	48.17%

预收款项	507.84	9.53%	566.89	11.44%	441.69	9.45%
应付职工薪酬	998.81	18.74%	750.38	15.15%	603.79	12.92%
应交税费	1,375.07	25.80%	1,152.38	23.26%	1,266.63	27.11%
其他应付款	261.10	4.90%	111.25	2.25%	93.71	2.01%
非流动负债	23.33	0.44%	39.17	0.79%	15.64	0.33%
预计负债	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
递延收益	23.33	0.44%	39.17	0.79%	15.64	0.33%
负债总额	5,330.67	100.00%	4,953.28	100.00%	4,672.04	100.00%

公司负债结构的特点是以流动负债为主，非流动负债仅为报告期内每期末的递延收益。公司的负债主要包括应付账款、预收账款、应付职工薪酬和应交税费，均为日常经营活动形成。

报告期各期末，公司负债总额逐年有所上升，主要由于 2015 年末应付账款余额增加和 2016 年随着业务规模的扩大，应交税费增加，随着员工人数的增加，应付职工薪酬的余额增加。

2、应付账款分析

报告期各期末，公司应付账款的余额分别为 2,250.58 万元、2,333.22 万元和 2,164.52 万元，占负债总额的比例分别为 48.17%、47.10%和 40.61%。

2015 年末应付账款余额较 2014 年末略有增加。2016 年末应付账款余额较 2015 年末减少 168.70 万元，主要由于公司与香港茂宜睛(MAUI JIM)亚洲有限公司的长账龄应付账款因结算而减少。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应付前五名供应商的货款明细如下：

单位：万元

供应商名称	与公司关系	应付金额	占总额的比例
夏蒙眼镜贸易（上海）有限公司	非关联方	383.32	17.71%
海昌隐形眼镜有限公司上海分公司	非关联方	205.60	9.50%
美奕（厦门）眼镜有限公司	非关联方	120.03	5.55%
罗敦司得眼镜贸易（上海）有限公司	非关联方	90.79	4.19%
深圳市美辰光学有限公司	非关联方	90.24	4.17%
合计		889.97	41.12%

3、预收款项分析

预收款项为公司预收的眼镜销售款，公司主要面向个人消费群体，对于近视、远视、散光等功能性配镜或其他需要个性化定制的眼镜商品为先预收货款，待装配完成或定制到货后再交付给顾客，因此产生预收款项。

报告期各期末，公司预收款项的余额分别为 441.69 万元、566.89 万元和 507.84 万元，占负债总额的比例分别为 9.45%、11.44%和 9.53%。

4、应付职工薪酬分析

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
应付职工薪酬	998.81	750.38	603.79

应付职工薪酬包括应付职工的工资、奖金、社会保险和住房公积金等。

报告期各期末，应付职工薪酬的余额主要为计提的年终奖和一个月的工资，年终奖年内计提、次年发放。2014 年末至 2016 年末应付职工薪酬余额逐年增长，主要由于员工薪酬总体水平增加导致。

5、应交税费分析

报告期各期末，公司应交税费的金额分别为 1,266.63 万元、1,152.38 万元和 1,375.07 万元，占负债总额的比例分别为 27.11%、23.26%和 25.80%。应交税费主要由应交企业所得税和应交增值税构成。公司应交税费余额明细情况如下：

单位：万元

税 种	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
增值税	428.46	380.40	362.13
营业税	-	1.74	1.52
企业所得税	839.47	648.22	840.08
个人所得税	47.77	38.38	21.68
城市维护建设税	30.46	44.65	23.98
教育费附加	21.91	31.98	17.21
其他税种	7.01	7.01	0.02
合 计	1,375.07	1,152.38	1,266.63

随着公司经营规模的扩大及营业利润的增加，报告期各期末公司的应交税费余额有所增加。主要税种中，应交增值税随着公司经营规模扩大逐年增加 2015 年预缴企业所得税较多，因此 2015 年末应交企业所得税余额较 2014 年末有所减少，2016 年末应交企业所得税余额较 2015 年末增加主要是由于当年预缴金额下降和利润总额增加。

报告期内，根据《关于印发<营业税改征增值税试点方案>的通知》（财税

[2011]110 号)和《交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点实施办法》(财税[2011]111 号),公司属于营业税改征增值税试点地区内的试点行业,部分服务类收入适用 6%的增值税率。增值税小规模纳税人适用征收率 3%。

6、其他应付款分析

报告期各期末,其他应付款的余额和占比情况如下:

单位:万元

账 龄	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一年以内(含一年)	215.62	82.58%	84.02	75.52%	80.70	86.12%
一至二年	19.50	7.47%	27.23	24.48%	13.01	13.88%
二至三年	25.98	9.95%	-	-	-	-
合 计	261.10	100.00%	111.25	100%	93.71	100%

报告期各期末,其他应付款余额分别为 93.71 万元、111.25 万元和 261.10 万元,2014 年末、2015 年末和 2016 年末的其他应付款余额均较小,占负债总额的比例分别为 2.01%、2.25%和 4.90%,占比较小。

7、预计负债分析

报告期各期末,公司无预计负债。

8、递延收益

单位:万元

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
奖励积分	-	7.83	15.64
政府补助——企业信息化建设资助金	23.33	31.33	-
合 计	23.33	39.17	15.64

报告期各期末,公司的递延收益为已计提尚未结转的会员购物奖励积分,以及与资产相关的政府补助尚未摊销部分。

(三) 所有者权益分析

1、股本变动情况

报告期各期末股本情况如下:

单位:万元、万股

项目	2016 年	2015 年	2014 年

	12 月 31 日	12 月 31 日	12 月 31 日
ALEXANDER LIU	2,356.20	2,356.20	2,356.20
LOUISA FAN	1,962.05	1,962.05	2,283.80
深圳市江南道投资有限责任公司	388.00	388.00	388.00
刘开跃	45.00	45.00	45.00
杨秋	40.00	40.00	40.00
刘之明	20.00	20.00	20.00
郑庆秋	15.00	15.00	15.00
上海豪石九鼎股权投资基金合伙企业（有限合伙）	437.59	437.59	386.11
苏州工业园区昆吾民安九鼎投资中心（有限合伙）	262.55	262.55	231.66
苏州工业园区昆吾民乐九鼎投资中心（有限合伙）	284.42	284.42	250.96
苏州嘉赢九鼎投资中心（有限合伙）	109.39	109.39	96.52
杭州华青投资有限公司	175.50	175.50	175.50
深圳市陶润管理咨询合伙企业（有限合伙）	146.25	146.25	146.25
华盖医疗健康创业投资成都合伙企业（有限合伙）	64.35	64.35	0.00
华盖医疗健康产业创业投资（温州）合伙企业（有限合伙）	64.35	64.35	0.00
盛坤聚腾（上海）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	64.35	64.35	0.00
合 计	6,435.00	6,435.00	6,435.00

报告期内，公司股本变化情况如下：

2015 年 5 月，公司股东 LOUISA FAN 与股东豪石九鼎、民安九鼎、民乐九鼎和嘉赢九鼎签订股权转让协议书，约定 LOUISA FAN 分别向豪石九鼎、民安九鼎、民乐九鼎和嘉赢九鼎转让 51.48 万股、30.888 万股、33.462 万股和 12.87 万股。2015 年 5 月 11 日上述股权转让于深圳联合产权交易所完成了股权交割和公司股东名册登记。

2015 年 5 月，公司股东 LOUISA FAN 分别与华盖成都、华盖温州、盛坤聚腾签署股份转让协议，约定 LOUISA FAN 分别向华盖成都、华盖温州、盛坤聚腾各转让 64.35 万股股份。2015 年 5 月 29 日上述股权转让于深圳联合产权交易所完成了股权交割和公司股东名册登记。

除上述变化外，报告期内公司股本情况无其他变化。

2、资本公积变动情况

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
股本溢价	9,865.73	9,865.73	9,865.73
其他资本公积	-	-	-
合计	9,865.73	9,865.73	9,865.73

报告期内，公司的资本公积均为股本溢价，报告期内未发生变化。

3、盈余公积变动情况

单位：万元

项目	2014 年 12 月 31 日	2015 年增 加	2015 年减 少	2015 年 12 月 31 日	2016 年增 加	2016 年减 少	2016 年 12 月 31 日
法定盈余公积	1,083.52	335.86	-	1,419.39	293.61	-	1,712.99
合计	1,083.52	335.86	-	1,419.39	293.61	-	1,712.99

报告期各期，盈余公积的变动为根据公司章程与《公司法》规定，按母公司净利润的 10%计提法定盈余公积。

4、未分配利润变动情况

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
上年年末未分配利润	56,145,978.68	64,211,990.66	48,544,124.37
加：年初未分配利润调整数 (调减“-”)	-	-	-
本期年初未分配利润	56,145,978.68	64,211,990.66	48,544,124.37
加：本期归属于母公司股东的 净利润	37,784,726.10	35,292,606.65	33,912,387.37
减：提取法定盈余公积	2,936,052.38	3,358,618.63	5,374,521.08
对股东的现金股利分配	25,740,000.00	40,000,000.00	12,870,000.00
期末未分配利润	65,254,652.40	56,145,978.68	64,211,990.66

根据 2013 年 10 月 18 日股东大会决议，公司以 2012 年末总股本 6,435 万股为基数，向全体股东按每 1 股派人民币 0.2 元（含税）现金股利，共派发现金股利 1,287 万元。

根据 2014 年 4 月 30 日股东大会决议，公司以股本 6,435 万股为基数，向全体股东以每股派人民币 0.2 元（含税）现金红利，共派发现金股利 1,287 万元。

根据 2015 年 3 月 25 日股东大会决议，公司以股本 6,435 万股为基数，对截至 2014 年 11 月 30 日的累计未分配利润进行分配，具体为向全体股东每股派人民币 0.1554 元（含税）现金红利，共计派发现金红利人民币 1,000 万元。

根据 2015 年 5 月 20 日公司召开的 2015 年第三次临时股东大会，公司以股本 6,435 万股为基数，向全体股东以每 1 股派人民币 0.4662 元（含税）的比例分派现金红利，共计派发 3,000.00 万元。

根据 2016 年 1 月 29 日公司召开的 2016 年第一次临时股东大会，公司以现有股本 6,435 万股为基数，向全体股东以每 1 股派人民币 0.40 元（含税）的比例分派现金红利，共计派发 2,574.00 万元。

（三）偿债能力分析

1、合并资产负债表中的相关财务指标

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	4.39	4.50	4.72
速动比率（倍）	3.16	2.98	3.06
资产负债率（母公司）	14.84%	14.77%	18.77%
资产负债率（合并）	17.85%	17.51%	16.41%

报告期内，公司的流动比率和速动比率均保持在较高水平，由于存货余额相对较高，公司的速动比率远低于流动比率。报告期各期末公司合并及母公司的资产负债率均较低。

2、合并利润表中的相关财务指标

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	6,586.44	6,129.38	5,890.81
利息保障倍数（倍）	-	-	9,401.77

报告期各期，公司息税折旧摊销前利润分别为 5,890.81 万元、6,129.38 万元和 6,586.44 万元。

公司 2015 年度和 2016 年无银行借款，因此无利息支出。

2014 年期间，公司存在少量的银行短期借款，存在少量的利息支出，整体而言公司的利息保障倍数高，具有较强的利息支付能力。

3、偿债能力分析的结论

综合公司的偿债能力指标和经营状况，公司管理层认为：公司流动比率、速动比率较高，资产负债结构合理，息税折旧摊销前利润充足，具备较强的综合偿

债能力。

（四）资产周转能力分析

报告期内公司资产周转能力的主要财务指标如下：

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
总资产周转率（次）	1.43	1.32	1.32
存货周转率（次）	1.45	1.20	1.20
应收账款周转率（次）	26.91	28.80	32.66

1、总资产周转率

报告期各期，公司的总资产周转率分别为 1.32 次、1.32 次和 1.43 次，由于公司的资产中存货占比较高，因此存货周转率的情况直接影响总资产周转率。

2、存货周转率

由于眼镜连锁零售行业的特性，眼镜连锁零售行业的存货周转率一般较低：

（1）眼镜特别是镜架和太阳镜等商品的材质、色码、款式及品牌较多，导致眼镜零售业的门店需要储备较多的货品以供顾客选择，因此一般存货余额较大；

（2）顾客购买眼镜一般具有一定的功能性需求，除隐形眼镜外，换镜周期一般较长，导致眼镜周转一般较慢。

3、应收账款周转率

报告期各期，公司的应收账款周转率分别为 32.66 次、28.80 次和 26.91 次，由于公司的零售收入多为销售时直接向顾客收款，仅部分商场门店存在应收商场结算或代收款项，因此应收账款周转速度较快，另一方面随着公司联营店及商场代收银门店占比的增加，应收账款周转率逐年有所下降。

十三、现金流量分析

（一）经营活动现金流量分析

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	46,060.47	41,687.40	40,861.81

收到其他与经营活动有关的现金	2,278.39	2,295.83	1,234.89
经营活动现金流入小计	48,338.86	43,983.23	42,096.70
购买商品、接受劳务支付的现金	12,941.89	11,894.87	12,047.98
支付给职工以及为职工支付的现金	10,342.08	9,405.98	8,738.82
支付的各项税费	6,523.87	6,637.99	5,742.53
支付其他与经营活动有关的现金	11,819.96	11,243.39	9,827.08
经营活动现金流出小计	41,627.80	39,182.23	36,356.41
经营活动产生的现金流量净额	6,711.07	4,801.00	5,740.29

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司经营活动现金流量净额分别为 5,740.29 万元、4,801.00 万元和 6,711.07 万元，报告期各期均为正数，经营活动现金流情况较好。

1、经营性现金流入

公司经营性现金流入主要为销售商品收到的现金。报告期各期，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 40,861.81 万元、41,687.40 万元和 46,060.47 万元，与同期营业收入的比例分别为 113.15%、110.96%和 110.73%，显示公司主营业务收入具有良好的现金流支撑。

报告期内，收到的其他与经营活动有关的现金主要为购货返利收到的现金，具体如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息收入	110.12	138.10	101.11
收到押金及其他往来款	392.34	313.68	19.87
收到政府补助	133.64	338.96	48.54
购货返利收到的现金	1,619.79	1,482.34	1,056.56
其他	22.50	22.75	8.81
合 计	2,278.39	2,295.83	1,234.89

2、经营性现金流出

公司经营性现金流出主要为购买商品及接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费以及支付的其他与经营活动有关的现金。

报告期各期，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为 12,047.98 万元、11,894.87 万元和 12,941.89 万元，与同期营业成本的比例分别为 123.67%、130.70%和 128.24%。报告期各期，公司购买商品、接受劳务支付的现金均高于

当期营业成本，主要由于每年收到的购货返利会根据已销售产品和未实现销售的比例在营业成本和存货中进行分摊，从而减少营业成本，而购买商品支付的现金为采购支付的总金额导致。2014 年，购买商品支付的现金与营业成本的比例低于报告期其他各期，系 2014 年末应付账款增加、存货余额下降、消化了上年的存货导致。

报告期各期，支付给职工以及为职工支付的现金分别为 8,738.82 万元、9,405.98 万元和 10,342.08 万元，2014 年至 2016 年支付的职工相关费用逐年增加，主要由于员工总人数增加及员工平均薪酬增加导致。

支付的各项税费主要系支付的增值税和企业所得税。报告期各期，公司支付的各项税费金额分别为 5,742.53 万元、6,637.99 万元和 6,523.87 万元，总体上与公司营业收入及利润总额相匹配。

报告期内净利润与经营活动现金流量的关系如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
将净利润调节为经营活动现金流量：			
净利润	3,778.47	3,529.26	3,391.24
加：资产减值准备	134.91	124.59	-10.68
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	469.40	492.81	513.46
无形资产摊销	41.76	41.86	9.16
长期待摊费用摊销	791.32	721.82	634.97
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	1.92	11.86	6.86
财务费用（收益以“-”号填列）	-	-	0.50
投资损失（收益以“-”号填列）	-	-	-
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	22.68	-43.76	3.90
存货的减少（增加以“-”号填列）	947.11	276.79	642.63
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	210.78	-636.26	-636.89
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	312.71	282.02	1,185.14
经营活动产生的现金流量净额	6,711.07	4,801.00	5,740.29

公司报告期内合计的经营活动现金流量净额为 17,252.36 万元，高于报告期合计的净利润 10,698.97 万元。报告期各期公司经营活动现金流量净额与净利润存在一定差异的主要原因为存货余额、经营性应收项目和经营性应付项目的变动。

（二）投资活动现金流量分析

单位：万元

投资活动产生的现金流量	2016 年度	2015 年度	2014 年度
收回投资所收到现金	-	-	-
取得投资收益所收到现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	9.89	8.01	1.10
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	40.00	-
投资活动现金流入小计	9.89	48.01	1.10
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,733.75	947.20	2,182.99
投资所支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	1,733.75	947.20	2,182.99
投资活动产生的现金流量净额	-1,723.87	-899.20	-2,181.89

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司投资活动产生的现金流入分别为 1.10 万元、48.01 万元和 9.89 万元，投资活动产生的现金流出分别为 2,182.99 万元、947.20 万元和 1,733.75 万元。

2014 年、2015 年和 2016 年，公司投资活动现金流量主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。

（三）筹资活动现金流量分析

2014 年、2015 年和 2016 年公司筹资活动产生的现金流量净额分别-1,287.50 万元、-4,240.00 万元和-2,629.00 万元。2014 年、2015 年和 2016 年筹资活动产生的现金流出主要为支付股利导致的现金流出。

十四、资本性支出分析

（一）报告期内重大的资本性支出

报告期内，公司资本性支出主要包括购建房产及门店经营用固定资产。

2014 年、2015 年和 2016 年公司发生购建固定资产、无形资产和其他长期资产的支出分别为 2,182.99 万元、947.20 万元和 1,733.75 万元，主要为新开门店投资支出。

（二）未来可预见的重大资本性支出

未来两年，公司重大资本性支出主要为本次发行股票募集资金拟投资项目。在募集资金到位后，公司将按照拟定的投资计划进行有关投资。拟投资项目的具体情况请参见本招股书“第十节 募集资金运用”之“二、募集资金投资项目的具体情况”。

十五、首次公开发行股票募集资金对即期回报摊薄的相关情况分析

（一）本次公开发行募集资金对公司即期回报的影响

公司本次募集资金用于营销服务平台建设项目和信息化建设项目。由于营销服务平台建设项目有一定的建设期，同时信息化建设项目不直接产生效益。预计募集资金到位当年，本次募集资金投资项目仅营销服务平台建设项目能够增加公司销售业绩。本次发行后，公司的股本增加了 33.33%，而营销服务平台的建设带来的业绩释放需要一段时间，预计募集资金到位当年，公司每股收益（扣除非经常性损益后）受股本摊薄影响，相对上年每股收益呈下降趋势，从而导致每股收益被摊薄。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

1、本次融资是拓展业务覆盖范围、提升品牌知名度的必然要求

对眼镜连锁零售企业来说，建立全国范围内的分销零售网络，是行业内公司争夺品牌制高点的必然选择。但众多国内品牌在渠道经营上乏力，与国外眼镜零售品牌相比，品牌积淀的厚度显得薄弱，无论是品牌知名度还是品牌美誉度都有待提高，增加渠道销售的数量和提高零售渠道的质量成为眼镜零售企业的当务之急。通过公司本次募投项目中的营销服务平台建设项目的建设实施，公司将形成

覆盖范围广泛的营销网络，拓展业务覆盖范围，有力地提升公司品牌知名度。

2、本次融资是公司提升连锁零售管理水平、建设一流眼镜连锁零售企业的需要

随着眼镜零售市场的不断成熟，眼镜零售企业之间的竞争越来越激烈，国内各企业在统筹协调、信息传递、业务集成方面与国外领先企业存在较大差距，供应链管理水平和运营效率亟需提升，业务管理升级已成为企业取得市场竞争优势的关键环节，企业信息化建设迫在眉睫。通过本次募投项目中信息化建设项目的实施，公司将建立更为有效的信息化管理平台，提升各个信息化系统间信息传递的顺畅度和协同工作效率，进而更好的支持公司业务的快速发展。

同时，通过信息化建设项目的实施，公司不仅可实现上下游业务的协同能力、不断优化管理流程，提升管理绩效和节约管理成本，保障各门店及分支机构有序经营，实现公司物流、资金流的一体化管理，还能通过对信息流的整合，为公司管理层的决策分析提供更为迅速、准确的信息，从而使得公司更有效地利用渠道优势进行战略部署，提升公司把握潜在市场机遇的能力，为公司长远发展提供了有利的保障。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目的营销平台建设项目，均为开设自营店，其实施不会改变公司现有经营模式，而是通过扩大业务规模、提升服务品质，进一步提升公司的品牌知名度和美誉度，从而提升公司的整体盈利能力和市场竞争力。

信息化建设项目，是在公司现有业务系统的基础上，进一步完善基础平台建设及应用系统建设，提升公司系统间的协同效应，以更好地满足公司业务管理的需求。该项目的建设不会改变公司现有的业务形态。

2、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

目前，公司已经成为国内眼镜零售行业规模较大的跨区域经营企业之一，管理层在多年的经营中积累了丰富的眼镜连锁零售管理经验；另一方面，公司制定了完善的培训制度，所有店员均要求培训、考核合格后上岗，并配备了验光员。管理层的丰富经验及完善的培训制度为实施募投项目提供了人员保障。

经过多年的专业经营，公司与全国性跨区域的商场和地产商都建有良好的长期战略合作关系，可获得大量的开店资源。

供应商方面，公司已与国内多家知名品牌的各大生产厂家建立有战略合作关系，涵盖镜片、镜架、隐形眼镜、太阳镜等多个领域。公司对上游生产加工供应商有着严格管控指标与管控标准，进行了严格的筛选。对符合博士眼镜采购标准的供应商，公司采取长期战略性合作，并建立了良好的合作基础，能有效保证货品的供给。

综上所述，公司经营形势良好，具备从事募投项目的人才储备、技术实力和市场基础。

（四）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、填补被摊薄即期回报的措施

本次公开发行股票总量不超过 2,145 万股，鉴于公司首次公开发行股票后，公司股本及净资产规模将有大幅增加，但募集资金投资项目需要一定的建设投入周期，募集资金产生的经济效益需要一段时间，同时存在较大的不确定性，这些因素可能会在短期内影响公司的每股收益和净资产收益率，产生股东即期回报被摊薄的风险。为维护广大股东利益，增强投资者信心，公司承诺，将采取如下措施在首次公开发行股票后填补被摊薄的即期回报：

（1）规范募集资金使用，强化募集资金管理，提高募集资金的使用效率

公司承诺，首次公开发行股票募集资金到位后，公司将在募集资金的使用、核算、风险防范等方面强化管理，确保募集资金科学、合理地投入到相关的募投项目中。同时，公司将严格按照募集资金管理制度的相关规定，执行严格的募集资金监管制度，保证募集资金合理、合法、规范的使用。同时，在符合上述要求

的基础上，公司将结合当时的市场状况、行业发展等多种因素，优化募集资金的使用，提高募集资金的使用效率。

（2）加快募集资金投资项目的建设进度

公司承诺，在符合法律、法规、规范性文件以及公司募集资金管理制度规定的前提下，将根据市场状况、行业发展的客观条件，在确保公司募集资金规范、科学、合理使用的基础上，尽快完成募集资金投资项目的开发、建设，加快实现募集资金投资项目的预期经济效益。

（3）加强品牌和信息化建设，提升核心竞争力

公司承诺，将依托首次公开发行股票并上市以及募集资金投资项目建设的契机，进一步提升公司在眼镜零售连锁经营领域的品牌影响力和行业地位，同时借助信息化建设，进一步提升客户服务水平、市场快速反应能力和管理效率等，从而整体上提升公司的核心竞争力。

（4）建立健全投资者回报机制，完善利润分配政策

公司承诺，将依照公司上市后适用的公司章程以及股东分红回报规划的相关内容，建立和健全利润分配政策，既符合公司发展战略需要，又紧密结合公司发展阶段、经营状况、行业前景，并在充分考虑投资者利润分配意愿的基础上，完善利润分配政策，持续优化对投资者的回报机制，确保及时给予投资者合理的预期回报。

2、各责任主体的承诺

（1）公司董事、高级管理人员的承诺

公司的董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。根据中国证监会相关规定为保证公司填补回报措施能够得到切实履行作出以下承诺：

“1、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

- 2、对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；
- 3、不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；
- 4、由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；
- 5、拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。”

(2) 公司控股股东、实际控制人的承诺

公司实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 承诺“本人不滥用公司的实际控制人地位，不侵占公司利益，不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送公司利益，也不采用其他方式损害公司利益。”

3、核查意见

保荐机构经核查后认为，公司对首次公开发行股票所预计的即期回报摊薄情况、填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺事项，符合《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）等文件的规定，未损害中小投资者的合法权益。

十六、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策

（一）报告期内的股利分配政策

根据博士眼镜现行有效的《博士眼镜连锁股份有限公司章程》，发行人的利润分配政策如下：

“第一百五十三条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再

提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但公司章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

第一百五十四条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

第一百五十五条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

第一百五十六条 公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，利润分配不得超过累计可分配利润范围。

公司的利润分配注重对股东合理的投资回报，按照同股同权、同股同利的原则，实施在充分考虑公司经营连续性并遵守相关法律法规的前提下分配利润的利润分配政策。

公司采取现金或者股票方式分配股利。在现金流满足正常经营和长期发展的前提下，公司优先采用以现金方式分配股利。公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。存在股东违规占用公司资金情况的，公司将扣减股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。”

（二）报告期内的股利分配情况

报告期内，公司根据生产经营的需要，将大部分盈利用于公司的滚动发展。

报告期内公司利润分配情况如下：

2014 年 4 月 30 日，公司股东大会审议通过 2013 年度利润分配方案，按各股东持股比例向全体股东派发现金红利 1,287 万元（含税）。

2015 年 3 月 25 日，公司股东大会审议通过利润分配方案：以股本 6,435 万股为基数，对截至 2014 年 11 月 30 日的累计未分配利润进行分配，共计派发现金红利人民币 1,000 万元（含税）。

2015 年 5 月 20 日，公司召开 2015 年第三次临时股东大会，审议通过《博士眼镜连锁股份有限公司对截止至 2014 年 12 月 31 日累计未分配利润进行利润分配方案》，以公司现有股本 6,435 万股为基数，向全体股东以每 1 股派人民币 0.4662 元（含税）的比例分派现金红利，共计派发 3,000.00 万元。

2016 年 1 月 29 日，公司召开 2016 年第一次临时股东大会，审议通过《博士眼镜连锁股份有限公司 2015 年度利润分配方案》，以公司现有股本 6,435 万股为基数，向全体股东以每 1 股派人民币 0.40 元（含税）的比例分派现金红利，共计派发 2,574.00 万元。

（三）本次发行后的股利分配政策

发行人分别于 2015 年 5 月 25 日和 2015 年 6 月 10 日召开了公司第二届董事会第六次会议及 2015 年第四次临时股东大会，审议并通过了《博士眼镜连锁股份有限公司章程（草案）》、《博士眼镜连锁股份有限公司上市后三年股东分红回报规划》。根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》，有关股利分配的主要规定详见本招股意向书“重大事项提示”之“八、公司滚存利润安排和发行上市后公司股利分配政策及分红规划”相关内容。

（四）发行人股东分红回报规划

根据发行人于 2015 年 6 月 10 日召开的 2015 年第四次临时股东大会审议通过的《博士眼镜连锁股份有限公司上市后三年股东分红回报规划》，本次发行后，发行人股东未来分红回报规划如下：

1、股东分红回报规划制定考虑因素

在综合分析企业经营发展实际情况、股东要求和意愿、社会资金成本、外部

融资环境等因素的基础上，充分考虑公司发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷及债权融资环境、未来盈利规模、现金流量状况等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持股利分配政策的连续性和稳定性。

2、股东分红回报规划制定原则

公司股东回报规划充分考虑和听取股东特别是中小股东的要求和意愿，在保证公司正常经营业务发展及遵循相关法律、法律及规范性文件的前提下，坚持现金分红为主的基本原则。

3、公司实施现金分红应当至少同时满足以下条件：

（1）公司该年度实现盈利，且该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润）、累计可分配利润均为正值且满足公司正常生产经营的资金需求；

（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司无重大投资计划或重大现金支出计划等事项发生（公司首次公开发行股票或再融资的募集资金投资项目除外）；重大投资计划或重大现金支出计划是指公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%。

在上述条件同时满足时，公司应采取现金方式分配利润。

公司董事会可以在有关法规允许的情况下根据公司的盈利状况提议进行中期现金分红。

4、公司上市后三年股东分红回报具体计划

公司遵循重视对投资者的合理回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展的原则，采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。公司优先采用现金分红的利润分配方式。

在满足公司章程规定的现金分红条件的情况下，公司采取现金方式分配股利。公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 20%，且最近三年公司以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司可以根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，并结合公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，在保证最低现金分红比例和公司股本规模合

理的前提下，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

5、公司上市后三年股东分红回报具体计划的变更

公司的股东分红回报计划不得随意变更。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。公司应当按照《公司章程（草案）》“第一百五十六条利润分配政策调整的条件、决策程序和机制”的约定履行相应的程序。

6、股东分红回报规划的调整

分红回报规划的重新制定应由公司董事会提出，并在董事会审议通过后提交股东大会审议；公司在拟定具体方案时应当听取有关各方的意见，包括但不限于通过公开征集意见、召开论证会、电话、传真、邮件等方式，与股东特别是持有公司股份的机构投资者、中小股东就现金分红方案进行充分讨论和交流；涉及股价敏感信息的，公司还应当及时进行信息披露。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用概述

（一）募集资金规模与投向

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 2,145 万股、不低于发行后总股本的 25.00%，实际募集资金扣除发行费用后的净额将全部用于公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需的营运资金。

本次募集资金投向根据公司 2015 年第四次临时股东大会审议确定，由董事会负责实施，按轻重缓急顺序依次投资于以下项目，项目实施主体为发行人及其子公司：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投入金额	备案文号
1	营销服务平台建设项目	22,307.12	14,553.64	深福田发改备案（2015）0079 号
2	信息化建设项目	2,472.23	2,472.23	深福田发改备案（2015）0078 号
合计		24,779.35	17,025.87	

募集资金到位前，公司将根据项目进展需要以自有资金或银行贷款先行投入。募集资金到位后，公司将用募集资金先行置换或归还已发生的用于募集资金项目的自有资金或借款，剩余部分用于项目的后续建设。如本次发行实际募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将以银行贷款或自筹资金方式解决资金缺口。

（二）本次募集资金的专户存储安排

根据公司的《募集资金管理制度》，公司募集资金实行专户存储制度。公司募集资金存放于董事会指定的专项账户集中管理，做到专款专用。

本次募集资金到位后，发行人将与保荐人、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，并在协议签订后及时报深圳证券交易所备案并进行公告。发行人将

严格按照本招股书承诺的投向和计划使用募集资金，定期向董事会报告并公开披露募集资金投资项目的实施进度情况。

二、募集资金投资项目的具体情况

（一）营销服务平台建设项目

1、项目概况

本项目主要包括直营店建设和区域服务中心建设两部分。

根据公司营销网络的拓展历程以及未来发展目标，本项目拟在全国 15 个省（自治区、直辖市）新建 278 家直营店。

为配合直营店的建设，同时加强营销网络的区域化管理，本项目拟在成都、北京和杭州新建三个区域服务中心，同时完善升级位于深圳和南昌的现有两个区域服务中心。

通过本项目的建设，公司将拓宽现有的营销渠道，完善在全国五大区域的战略布局并辐射全国，提升品牌的知名度和美誉度，从而增强自身的盈利能力。

2、项目实施背景、必要性和可行性

（1）实施背景

①积极有利的宏观政策推动眼镜零售行业稳步发展

党的十八大报告强调，要牢牢把握扩大内需这一战略基点，加快建立扩大消费需求长效机制，释放居民消费潜力，保持投资合理增长，扩大国内市场规模。

《国内贸易发展“十二五”规划》也明确提出了“十二五”期间国内贸易总体规模指标实现翻番的发展目标：到 2015 年，社会消费品零售总额将达到 32 万亿元左右，年均增长 15%左右；批发零售住宿餐饮业增加值超过 7 万亿元，年均实际增长 11%左右；限额以上连锁零售企业商品销售额占社会消费品零售总额的比重提升至 20%左右。上述宏观政策的实施将带动眼镜零售行业的发展与升级。

《国内贸易发展“十二五”规划》的支持内容中还涉及职业培训、就业、营销网络、品牌等。职业培训和就业政策的落实，有利于眼镜零售行业员工的特殊技能培养，使眼镜零售行业能更好的进行人才队伍建设；营销网络制度的完善，则有利于扩展眼镜零售行业分销渠道；而品牌的打造有利于提高眼镜零售企业的

竞争力，增加企业品牌附加价值。

②我国眼镜市场需求量大，市场前景广阔

我国不仅是世界眼镜生产大国，而且已成为世界潜力最大的眼镜消费大国。巨大的视力矫正需要带来了庞大的近视镜刚性消费需求，是中国眼镜市场发展的主要驱动力。另外，随着人们消费能力增强和消费心理日渐成熟，眼镜的消费需求正朝着多元化、个性化的方向发展，越来越多的消费者选择购买多副眼镜或太阳镜以适应不同场合佩戴的需要，这些都为眼镜零售市场带来新的增长点。根据 Euromonitor 的研究报告，中国眼镜零售市场规模从 2006 年的 208.20 亿元增长至 2015 年的 673.94 亿元，并且未来五年将保持 4.79% 的增长率，到 2020 年行业整体规模将达到 851.77 亿元。

③国内眼镜零售行业正面临着进一步的整合

国内眼镜零售行业竞争激烈，市场集中度较低。随着市场的不断放开和外资眼镜零售品牌的进入，中国眼镜零售行业的格局也面临着调整，运作不规范、品牌意识淡薄的中小眼镜店的市场占有率逐渐萎缩，大型眼镜品牌连锁零售企业不断兴起，所占市场份额也越来越高，眼镜零售市场正朝着规范化、专业化、连锁化的方向发展。经营成本的不断提高和经营复杂度的加大，为大型区域化连锁企业提供了向新地区渗透的机会，眼镜零售行业正面临着新一轮的整合。

（2）实施必要性

①发展优势品牌线，巩固中高端市场是公司保持核心竞争力的重要因素

近年来，眼镜连锁零售行业经营者的品牌意识逐渐增强，国内出现了一批中国驰名商标和地方著名商标，从而使不同眼镜连锁零售品牌之间的竞争日益加剧。品牌不仅仅是指零售企业自身的形象，还包括企业所销售产品的形象。眼镜行业的消费市场呈金字塔型，不同的品牌定位才能满足消费者多层次的需求。

公司自成立以来一直以提供中高端产品的品牌形象面向消费市场，博士眼镜和 President optical 是公司发展中高端产品市场的优势品牌，客户认可度较高。随着中国经济的迅速发展和人民消费水平的不断提高，中高档眼镜的消费群体将会不断扩大，公司必须在业务拓展的同时，始终强调并巩固现有品牌在中高端市场的品牌定位，不断提升品牌的成熟度，从而保持公司核心竞争力。

②引领时尚快消潮流是公司抢占新兴市场、拓展业务增长点的必然需求

以往的中国眼镜市场，佩戴近视镜和太阳镜主要是为了矫正视力以及遮挡阳光，均以实用价值为主。近年来，消费者的需求逐渐向多元化发展，对于视觉品质、视力健康和形象提升的要求越来越高。正是在这种趋势下，国外最新的时尚潮流和经营理念带入中国，使得国内的眼镜文化和消费理念发生了较大变化。如今，越来越多的消费者在满足实用需求的同时追求时尚，眼镜已经成为一种大众热衷的饰品。

随着太阳镜和装饰眼镜的普及、一人多镜消费观念的增强、消费者换镜频率的提高以及各种新产品的宣传推广，整个眼镜零售行业的市场总额将继续迅速增长。消费者不断变化的需求与眼镜零售行业教育、培育市场的努力结合在一起，快消时尚将成为未来一段时间的流行趋势。

眼镜零售行业只有顺应当前时尚化、快捷化消费的趋势，才可能在品牌影响力、消费人次、消费频率等方面获得突破性的增长，单一的品牌已经不能保证眼镜零售企业在未来的市场中持续保持竞争力。所以，公司必须在保持原有品牌定位中高端客户群的基础上，充分发掘眼镜的快消时尚特性以打造新的品牌“z de”、“砦”，进一步拓展新的业务及利润增长点。

③建设和完善营销网络是公司提高品牌影响力的必然选择

国内眼镜连锁零售企业的跨区域扩张正处于初级阶段，大部分企业仅在本区域或少数几个区域内占有相对较高的市场份额，在区域外市场不具备明显的优势；即使是少数已覆盖全国市场的龙头企业，其所占全国市场份额的绝对值仍然较低。建设和完善全国范围的营销网络成为眼镜零售企业的当务之急，是行业内公司争夺品牌制高点的必然选择。

此次募集资金投资项目将在全国范围内新建 278 家直营店，形成覆盖范围广泛的营销网络，有力地提升公司形象及旗下品牌的知名度，扩大公司产品的影响力。同时，公司将新建三个区域服务中心，并完善升级现有的两个区域服务中心，旨在满足区域销售渠道建设、品牌策划、供应链管理以及售后服务的需求，达到辐射周边的品牌培育效果，是公司塑造、维护和提升品牌形象最为重要和直接的手段。

公司通过直营店和区域服务中心的合理搭配及布局，能够起到“以点带面，多点覆盖”的品牌宣传效果。公司可以根据不同直营店所处的市场位置，采取有

效的差异化宣传策略，提升在不同消费群体中的品牌知名度，将公司的品牌做大做强，进而获得更高的市场份额。

④加强营销网络的区域化管理是公司适应区域业务快速发展的必然要求

随着公司旗下品牌影响力的提升和覆盖区域的增多，公司的市场占有率将稳步提升，公司现有的区域管理模式与快速发展的业务现状不相适应，市场拓展、营销宣传、供应链管理、售后服务以及人员培养的效率均受到限制。所以，公司急需先后在成都、北京和杭州新建三个区域服务中心，同时完善升级位于深圳和南昌的现有两个区域服务中心，为公司未来市场拓展提供良好的销售服务支持，优化现有的供应链体系，从而提高公司的区域管理效率，提升品牌的区域影响力和市场竞争力。

（3）实施可行性

①公司具有项目实施的门店拓展能力

自 1997 年成立至今，公司已经成为国内眼镜零售行业规模较大的跨区域经营企业之一，特别是在深圳和南昌拥有较强的市场影响力。优良的企业信誉和中高端的品牌形象使得公司成为许多全国性或区域性商城和地产商优先考虑的招商目标之一。截至 2016 年末，公司已有 209 家百货商场、超市、购物中心类门店，其中与华润集团旗下的万象城和华润万家，沃尔玛旗下的沃尔玛超市和山姆会员店，万达集团旗下的万达广场和万达百货，以及天虹商场、金鹰百货、银泰百货等全国性或区域性的商场和地产商均保持着良好的长期合作关系，可获得一定数量的购物中心、百货商场及超市内的店铺资源。另外，截至 2016 年末，公司在全国范围内拥有 94 家独立街铺形式的直营店，积累了充足的独立店面选址经验，保证旗下各品牌线的独立店铺选址需求。

随着店面设计、装修施工、设备采购、配送铺货等一系列新店筹备经验的积累以及门店拓展团队的壮大，公司有能力保证本项目的顺利实施。

②公司具有项目实施的供应商渠道掌控能力

公司与国内外的多家知名眼镜品牌供应商建立了长期合作关系，涵盖镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜等多个领域。公司全国所有直营店实行集中采购，统一配送，规模采购量和标准化的采购流程使得公司对上游供应商具有较强的谈判及议价能力。同时，公司执行严格的采购质量控制标准，对供应商的货品

进行严格的筛选。对符合采购质量控制标准的供应商，与其进行长期战略合作，从而保证了货品的供应渠道。

③公司具有项目实施的专业化服务能力

公司经营理念以消费者为中心，为消费者创造和提升价值为导向，提供专业化的服务。具体体现如下：

a.专业的验光服务：公司所有店员均要求培训、考核合格后上岗，每家门店至少配备一个验光员。公司对顾客验光数据的采集有着细致化的标准要求，除视光数据外，并记录年龄、性别、面部特征、矫视历史等。为每位会员建立视光档案，持续为顾客视力健康服务。

b.专业的销售服务：公司员工须经专业销售技巧的系统培训，经考核合格后上岗。上岗前需要掌握的专业销售技巧包括：

I 引导消费者对眼镜的认知；

II 了解消费者的视力问题；

III 解释各类屈光不正问题的原因及不良后果；

IV 与不同顾客交流沟通的要点以及语速标准；

V 顾客抱怨与突发事件处理；

VI 矫正配戴的电话回访、短信回访，对产品质量、产品性能、产品价格、产品交货时间及售前、售中、售后服务进行跟踪等。

c.专业的加工质检服务：

I 设备方面：公司使用技术先进的专业加工质检设备，并且每年接受质量技术监督局的强制鉴定；

II 加工质检方面：公司的定配工均持证上岗，且至少具备中级定配工证书。质检员对完工产品进行检验，送达门店后接受店员的复检，确保产品质量合格。

④公司具有项目实施的标准化管理的复制能力

公司是行业内较早通过 ISO9001 质量体系认证的企业之一，从员工培训、员工服装、门店装修、产品加工质检、铺货配送、客户接待直至售后服务等有着一整套标准管理流程。企业在全国各个门店按照统一标准实施管理，确保门店标准化管理的快速复制。公司成熟的管理体系以及成功的标准化复制经验足以支撑本项目三年内 278 家新门店的建设和运营。

3、项目投资概算

公司营销服务平台建设项目投资总额为 22,307.12 万元，其中：工程费 6,179.75 万元，固定资产购置 3,016.00 万元，其他资产费用 2,975.08 万元，流动资金 9,527.75 万元，预备费约 608.54 万元。

本项目具体投资构成及进度如下：

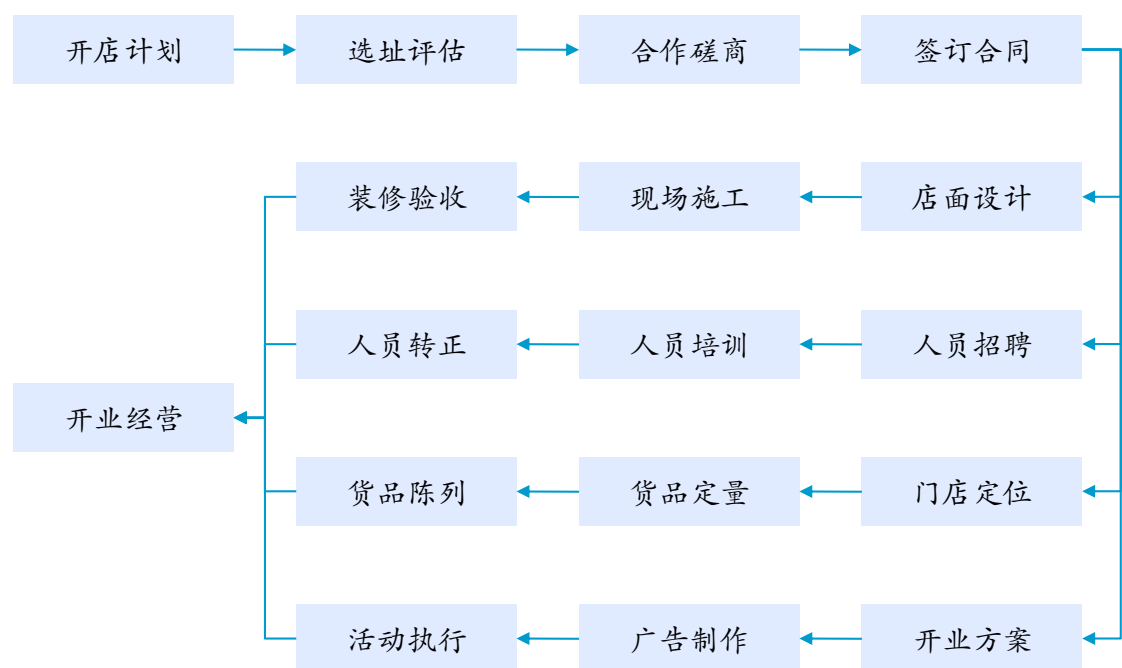
单位：万元

序号	类别	投资 金额	投资 比例	投资进度		
				第一年	第二年	第三年
1	装修费	6,179.75	27.70%	1,895.15	2,019.15	2,265.45
1.1	直营店装修	5,549.75	24.88%	1,595.15	1,839.15	2,115.45
1.2	区域服务中心装修	630.00	2.82%	300.00	180.00	150.00
2	固定资产购置费	3,016.00	13.52%	902.48	976.96	1,136.56
2.1	直营店固定资产购置	2,957.92	13.26%	883.12	957.60	1,117.20
2.2	区域服务中心固定资产购置	58.08	0.26%	19.36	19.36	19.36
3	其他资产费用	2,975.08	13.34%	847.83	989.16	1,138.10
3.1	直营店租赁押金/保证金	2,024.83	9.08%	559.85	679.21	785.77
3.2	区域销售服务中心押金/保证金	30.60	0.14%	12.60	12.00	6.00
3.3	开办费	919.65	4.12%	275.38	297.95	346.33
4	流动资金	9,527.75	42.71%	2,550.50	3,072.68	3,904.58
4.1	直营店首次铺货	7,098.20	31.82%	2,023.00	2,325.80	2,749.40
4.2	区域服务中心首次备货	2,429.55	10.89%	527.50	746.88	1,155.18
5	预备费	608.54	2.73%	182.27	199.26	227.01
6	合计	22,307.12	100.00%	6,378.23	7,257.21	8,671.69

4、项目实施计划及进度

(1) 直营店建设实施计划及进度

①直营店的建设流程



②直营店选址考虑因素

公司选择新店地址的考虑因素请参见本招股书“第六节 业务与技术”之“一、主营业务、主要产品及服务的情况”之“(二) 主要经营模式”之“1、销售终端拓展”之相关内容。

③具体实施计划和进度安排

公司经过初步的市场调研和店铺筛选，拟在全国 15 个省（自治区、直辖市）新建 278 家直营店，共分 3 年进行建设，具体建设区域、数量及时间安排如下表：

单位：家

省份	第一年	第二年	第三年	合计
安徽	7	7	7	21
北京	5	6	7	18
广东	22	24	20	66
广西	2	3	4	9
河南	3	3	5	11
湖北	4	4	4	12
湖南	0	3	3	6
江西	12	9	11	32
辽宁	4	4	6	14
山东	4	4	10	18
上海	0	3	5	8
四川	7	7	6	20
云南	6	5	6	17
浙江	3	4	6	13

重庆	4	4	5	13
合计	83	90	105	278

（2）区域服务中心建设方案

①区域服务中心的主要职能如下：

a.区域业务拓展和管理中心：通过市场调研，及时发掘可供新建门店的地址，并负责新店的筹建；管理区域内所有门店的日常运营，并提供后勤保障。

b.区域人才培养中心：负责区域内的新员工招聘及培训、在职员工的持续培训、考核及晋升管理。

c.区域品牌营销中心：负责区域内公司品牌和形象宣传，及时了解和引导区域内消费者需求，制定科学合理的营销策略，执行公司产品的区域推广计划。

d.区域供应链管理中心：优化公司产品物流配送体系，支撑公司业务不断向更广区域、更多产品类别拓展。

e.区域售后服务中心：集中处理公司产品售后出现的问题，并对顾客进行回访，持续跟踪顾客的视力健康，提高客户满意度和忠诚度。

②具体实施计划

为配合直营店的建设，同时加强营销网络的区域化管理，本项目拟在成都、北京和杭州新建三个区域服务中心，同时完善升级位于深圳和南昌的现有两个区域服务中心。

区域服务中心均选在公司现有的直营店集中区域进行建设，共分3年进行，其中成都区域服务中心的建设以及南昌、深圳区域服务中心的完善升级于第一年开始，北京区域服务中心的建设于第二年开始，杭州区域服务中心的建设于第三年开始。

其中，成都、北京和杭州三处区域服务中心均采用租赁的方式取得办公场地，并需要进行装修、人员配置、办公设备采购和补充区域内新开直营店的库存等投入；位于南昌的区域服务中心的完善升级主要体现为扩充办公场地，以及进行相应的装修和补充区域内新开直营店的库存；位于深圳的区域服务中心的完善升级主要体现为补充区域内新开直营店的库存。

5、项目实施管理、人员配置及培训

（1）项目实施管理

公司成立专门的营销服务平台建设项目组，负责整个项目的规划、组织、建

设、实施和管理工作。项目采取董事会决策，由公司总经理任项目领导小组组长、副总经理为副组长、其他相关部门负责人等为项目组成员。项目领导小组负责整个项目的决策、管理工作。

（2）人员配置及培训

眼镜零售行业营销网络建设项目与一般的生产项目不同，以提供专业服务为核心业务，根据项目的特殊性，公司从业务具体情况出发，直营店设定如下岗位：店经理、代班经理、营业员等；区域服务中心设定如下岗位：营运部总监、营运部经理及其他岗位人员。

为了配合公司总体战略目标的落实和业务的快速发展，同时也为员工个人的职业发展提供支持，公司建立了一整套培训及晋升体系。

6、项目涉及履行审批、核准或备案程序

本次营销服务平台建设项目已履行备案程序，取得“深福田发改备案（2015）0079号”备案证。

7、项目环保问题及采取的措施

本项目建设内容主要为商业流通环节建设，无生产型排污，对周围环境基本没有影响。

根据深圳市人居环境委员会于2015年6月9日出具的《深圳市人居环境委员会关于博士眼镜连锁股份有限公司上市募投建设项目环评报批有关事宜的复函》（深人环函[2015]549号），发行人申请的营销服务平台建设项目不涉及生产加工，根据建设项目环境保护管理有关法律、法规的规定，项目内容不属于环评审批范围，无需办理环评报批手续。

8、项目用地情况

本项目拟在全国15个省（自治区、直辖市）寻求合适地理位置新建278家直营店，通过采用租赁或与商场联营的方式取得开店场地使用权，单个新建直营店所需物业面积约在50平方米至100平方米之间；本项目建设完成后，公司将新增经营面积约19,690平方米。

区域服务中心均选在公司现有的直营店集中区域进行建设。其中，成都、北京和杭州三处区域服务中心均采用租赁的方式取得办公场地；位于南昌的区域服务中心通过扩充办公场地实施完善升级；位于深圳的区域服务中心的完善升级将

在原有办公场所实施，不涉及新增办公场所。

每处新租赁或扩租的办公场地约为 300 平方米；本项目建设完成后，公司将新增办公面积约 1,200 平方米。

（二）信息化建设项目

1、项目概况

根据公司信息化建设和运营的现状，结合公司长期发展战略对信息化建设的需求，本项目拟完成以下建设内容：

（1）信息系统规划

信息系统规划包括业务流程优化咨询和信息系统建设规划两大部分，一方面提升业务流程与信息系统的匹配度，另一方面使信息系统建设与公司整体发展战略相适应。

（2）应用系统建设

应用系统建设内容包括业务运营管理平台、集团管控与共享服务平台、经营决策分析平台三部分核心内容及其子系统，以及门户、移动应用社交网络、资讯平台、在线学习平台、视频会议系统、供应链协同平台、办公自动化协同平台等。

（3）基础平台建设

基础平台建设内容包括数据中心、网络、基础软件、安全体系及备份容灾五大部分。

2、项目实施背景、必要性和可行性

（1）实施背景

①眼镜零售行业信息化管理的重要性日益凸显

随着眼镜零售市场的不断成熟，眼镜零售企业之间的竞争越来越激烈，国内各企业在统筹协调、信息传递、业务集成方面与国外领先企业存在较大差距，供应链管理水平和运营效率亟需提升，业务管理升级已成为企业取得市场竞争优势的关键环节，企业信息化建设迫在眉睫。建立有效的信息化管理平台，能使得企业将外部和内部重要竞争力因素有机结合，推动业务流程重组，促进组织结构优化，有效降低成本，扩大企业业务范围，从而能极大地提升企业综合竞争力。

②为满足快速发展要求，公司信息化水平亟待提高

目前，公司采用自主开发、合作开发以及采购商品化软件相结合的方法，已建设完成部分业务管理系统（包括零售管理系统、加工管理系统、会员管理系统等）、供应链管理系统、财务管理系统、办公自动化系统等多个应用系统。但随着经营区域与经营规模不断扩大，公司需要更有效的信息化系统来解决信息孤岛问题，提升各系统间信息传递的顺畅度和协同工作效率，进而更好的支持公司业务快速发展。

③电子商务对传统销售的冲击要求企业创新销售模式

随着互联网和电子商务的发展，使得传统的零售企业可能受到电子商务模式的冲击：一方面，传统零售企业的店面租金、人力运营和库存等主要成本持续上升；另一方面，网络销售由于无实体店铺的经营成本和低库存，产品价格优势明显。目前，国内已经出现数家眼镜零售网店，在这种情况下，国内传统眼镜零售企业要保持已有的市场份额，要转换经营思路，进行多种营销模式和经营理念的探索。

（2）实施必要性

①本项目有利于推动公司内部管理效益提升

目前公司形成了广泛的营销网络，大范围及规模化经营对公司内部信息搜集、流程运行、内部组织间关系处理提出了较大挑战，公司亟需优化组织架构、简化业务流程、提高内部运营效率。建立起完善的信息化管理系统，能从根本上改变公司收集、处理、利用信息的方式，公司结构将更加扁平化、动态化。

②本项目有利于加快市场反应速度、增强渠道服务能力

随着产品更新换代的加快以及市场竞争的加剧，企业的快速响应、快速服务及快速支持能力对于抢占市场是非常重要的竞争条件；另外，良好的渠道服务是实现和提升品牌价值的重要手段，销售渠道已成为眼镜零售企业必争之地。通过本项目建设，公司不仅可实现上下游业务的协同能力、不断优化管理流程，提升管理绩效和节约管理成本，保障各门店及分支机构有序经营，实现公司物流、资金流的一体化管理，还能通过对信息流的整合，为公司管理层的决策分析提供更为迅速、准确的信息，从而使得公司更有效地利用渠道优势进行战略部署，提升公司把握潜在市场机遇的能力，为公司长远发展提供了有利的保障。

③本项目有利于应对电子商务发展的挑战

对于眼镜行业来说，线上能提供丰富的眼镜款式及其便利的购物需求；并通过电子商务覆盖无实体店布局的其他区域，满足消费者需求。眼镜零售行业的电子商务发展趋势越来越明显，公司为适应市场竞争，必须创新销售模式，发展线上销售渠道，同时，为避免线上销售与线下实体店发生正面竞争，最有效的方法就是差异化经营；差异可以体现在提供产品的品类、品牌和服务定位上，这更需要强大的信息化系统支撑。

(3) 实施可行性

①国家政策鼓励企业开展信息化建设

《国内贸易发展“十二五”规划》中提出，“加强国内贸易领域信息化、自动化、标准化技术的研发和应用，支持流通企业信息化改造和综合公共信息平台建设。鼓励技术创新，推广应用企业资源计划系统、管理信息系统、供应链管理系统等信息管理技术”，“运用信息化手段，优化供应链，提高经营管理水平”。本项目的实施将有效改善公司目前的信息系统，符合国家的产业政策导向。

②公司过往的信息系统发展基础为项目实施提供了借鉴经验和人才保障

目前公司已经引入了金蝶 EAS 系统和办公自动化系统，培养了一批既懂信息技术又熟悉公司业务的技术骨干，这些经验为本项目建设提供了重要基础。虽然公司目前信息系统的技术水平与国外行业领先水平还有一定的差距，但相关的技术人员已经积累了对信息系统进行持续改进的经验，在各业务部门的充分参与配合下，公司完全有能力在不影响现有业务的基础上组织执行大规模的信息化建设及后续运营维护，从而完成本项目的建设。

3、项目投资概算及资金使用计划

公司信息化建设项目投资总额为 2,472.23 万元，计划建设期为 3 年，募集资金到位后开始实施。

本项目具体投资构成及进度如下：

单位：万元

序号	类别	投资 金额	投资 比例	投资进度		
				第一年	第二年	第三年
1	信息系统规划费用	100.00	4.04%	100.00	-	-
2	应用系统建设费用	1,270.00	51.37%	556.00	488.00	226.00
3	基础平台建设费用	1,096.28	44.34%	594.44	355.12	146.72
4	人力资源费用	3.50	0.14%	2.50	1.00	-

5	装修费	2.45	0.10%	2.45	-	-
6	合计	2,472.23	100.00%	1,255.39	844.12	372.72

4、项目涉及履行审批、核准或备案程序

本次营销服务平台建设项目已履行备案程序，取得“深福田发改备案（2015）0078 号”备案证。

5、项目环保问题及采取的措施

本项目建设内容主要为信息化建设，无生产型排污，对周围环境基本没有影响。

根据深圳市人居环境委员会于 2015 年 6 月 9 日出具的《深圳市人居环境委员会关于博士眼镜连锁股份有限公司上市募投建设项目环评报批有关事宜的复函》（深人环函[2015]549 号），发行人申请的信息化建设项目不涉及生产加工，根据建设项目环境保护管理有关法律、法规的规定，项目内容不属于环评审批范围，无需办理环评报批手续。

6、项目用地情况

本项目主要为公司总部机房软硬件设施建设，可使用公司总部已有的办公场地；直营店和区域服务中心的建设内容主要为网络专线租用及软件安装运用，均在直营店和区域服务中心场地内实施，不涉及额外的专门建设场所。

三、公司董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会认为，本次募集资金投资项目符合国家政策导向和行业发展趋势，具有良好的市场前景，均围绕公司主营业务展开，符合公司的发展战略，有利于提升公司核心竞争力和持续盈利能力。因此，本次募集资金投资项目具有可行性。

公司本次募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，具体分析如下：

经营规模方面，目前公司已经成为国内眼镜零售行业规模较大的跨区域经营企业之一，截至 2016 年末，公司拥有 318 家连锁门店，其中直营门店 304 家，加盟门店 14 家，覆盖全国 17 个省、自治区及直辖市。通过本次募集资金投资项目的实施，公司将在全国 15 个省（自治区、直辖市）新建 278 家直营店，同时

新建三个区域服务中心并完善现有两个区域服务中心,将进一步拓宽现有的营销渠道,完善在全国五大区域的战略布局并辐射全国,提升品牌的知名度和美誉度,从而增强公司盈利能力。同时,公司与全国性跨区域的商场和地产商都建有良好的长期战略合作关系,可获得大量的开店资源;供应商方面,公司已与国内多家知名品牌的各大生产厂家建立了良好的合作基础,能有效保证货品的供给。因此,本次募集资金投资项目与公司现有经营规模相适应。

财务状况方面,公司资产质量良好,经营性现金流量正常,资产负债结构合理,具有持续盈利能力,财务状况良好,有能力支撑本次募集资金投资项目的实施及后续运营。因此,本次募集资金投资项目与公司现有财务状况相适应。

技术水平方面,公司对验光配镜服务全过程进行了严格的质量管理和控制,并通过了 ISO9001 质量管理体系认证;同时,公司建立了完善的培训体系,所有店员均经过培训、考核合格后上岗,能够为顾客提供专业的验光和销售服务;另外,公司过往的信息系统建设培养了一批既懂信息技术又熟悉公司业务的技术骨干。公司目前的技术水平能够支撑本次募集资金投资项目的实施,因此本次募集资金投资项目与公司现有技术水平相适应。

管理能力方面,公司现有管理层在多年的经营中积累了丰富的眼镜连锁零售管理经验,从员工培训、员工服装、门店装修、产品加工质检、铺货配送、客户接待直至售后服务等有着一整套标准管理流程,在全国各个门店按照统一标准实施管理,确保门店标准化管理的快速复制。公司成熟的管理体系以及成功的标准化复制经验足以支撑本次募集资金投资项目三年内 278 家新门店的建设和运营。因此,本次募集资金投资项目与公司现有管理能力相适应。

第十一节 其他重要事项

一、信息披露制度相关情况

为保护投资者的合法权益，加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司制订了《信息披露管理制度》，并设立证券部作为公司信息披露的日常管理部门，该部门的负责人为公司董事会秘书杨秋女士，对外咨询电话：0755-8209 5801，传真：0755-8209 5526。

二、重大合同

截至本招股书签署日，发行人正在履行的重大合同如下：

1、2017 年 1 月 1 日，公司与陆逊梯卡（上海）商贸有限公司签订《2017 年度陆逊梯卡（上海）商贸有限公司零售商购销合同》，约定公司采购其旗下自有品牌和授权品牌的眼镜产品，合同有效期自合同签署日至 2017 年 12 月 31 日。

2、2017 年 1 月 1 日，公司与海昌隐形眼镜有限公司上海分公司签订《采购合同》及其补充协议，约定公司向其采购海昌品牌的隐形眼镜产品及护理液产品，合同有效期自 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

3、2017 年 1 月 1 日，公司与北京博士伦眼睛护理产品有限公司签订《北京博士伦眼睛护理产品有限公司零售商销售合同 2017 年》，约定公司向其采购博士伦产品，合同有效期自 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

4、2016 年 12 月 28 日，公司与强生视力健商贸（上海）有限公司签订《2017 年零售商协议书》，约定公司向其采购隐形眼镜产品，合同有效期自 2017 年 1 月 4 日至 2017 年 12 月 31 日。

5、2015 年 4 月 1 日，公司与深圳市美辰光学有限公司签订镜片销售协议及其附加协议，约定公司向其采购尼康树脂镜片，合同有效期为 2015 年 4 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日。

6、2017 年 1 月 16 日，公司与武汉华理眼睛护理产品有限责任公司签订《采购合同》及其补充协议，约定公司向其采购爱尔康品牌的眼睛护理产品，合同有效期自 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

7、2014 年 4 月 25 日，公司与深圳市眼科医院签订《深圳市眼科医院配镜服务合同书》，约定公司进驻深圳市眼科医院设立眼科医院——博士眼镜配镜部，合同期限为三年，自 2014 年 5 月 1 日至 2017 年 4 月 30 日。

三、对外担保

截至本招股书签署之日，本公司不存在对外担保情况。

四、重大诉讼或仲裁情况

（一）发行人及其控股子公司的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股意向书签署日，发行人及其控股子公司不存在尚未了解的对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的重大诉讼或仲裁事项。发行人及其控股子公司曾涉及的重大诉讼或仲裁事项如下：

1、股东相关诉讼

（1）案件基本情况及诉讼请求

①嘉赢九鼎于 2014 年 7 月 14 日以发行人、江南道、ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 及发行人的其他发起人股东刘开跃、杨秋、刘之明、李金、郑庆秋为被告向苏州市中级人民法院提起民事诉讼，请求判令上述九被告支付 2013 年业绩补偿款本金人民币 5,087,959.62 元，并赔偿相应利息损失，本息合计人民币 5,130,359.29 元（暂计至 2014 年 6 月 20 日）。

②民乐九鼎于 2014 年 7 月 14 日以发行人、江南道、ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 及发行人的其他发起人刘开跃、杨秋、刘之明、李金、郑庆秋为被告向苏州市中级人民法院提起民事诉讼，请求判令上述九被告支付 2013 年业绩补偿款本金人民币 13,228,695.02 元，并赔偿相应利息损失，本息合计人民币 13,338,934.14 元（暂计至 2014 年 6 月 20 日）。

③民安九鼎于 2014 年 7 月 4 日以发行人、江南道为被告向苏州市中级人民法院提起民事诉讼，请求判令被告支付 2013 年业绩补偿款本金人民币 12,211,103.09 元，并赔偿相应利息损失，本息合计人民币 12,312,862.28 元（暂计至 2014 年 6 月 20 日）。民安九鼎后追加 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 及

发行人的其他发起人股东刘开跃、杨秋、刘之明、李金、郑庆秋为被告，请求上述九被告支付 2013 年业绩补偿款本金人民币 13,228,695.02 元，并赔偿相应利息损失，本息合计人民币 13,338,934.14 元（暂计至 2014 年 6 月 20 日）。

④豪石九鼎于 2015 年 2 月 9 日以发行人、江南道、ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 及发行人的其他发起人刘开跃、杨秋、刘之明、李金、郑庆秋为被告向上海市第二中级人民法院提起民事诉讼，请求判令上述九被告支付 2013 年业绩补偿款本金人民币 20,351,838.49 元，并赔偿相应利息损失，本息合计人民币 21,171,487.9 元（暂计至 2014 年 5 月 1 日）。

（2）判决、裁决结果及执行情况

根据苏州市中级人民法院于 2015 年 3 月 5 日出具的（2014）苏中商外初字第 0052 号《民事调解书》、于 2015 年 3 月 5 日出具的（2014）苏中商外初字第 0053 号《民事调解书》、于 2015 年 3 月 18 日出具的（2014）苏中商外初字第 00211 号《民事调解书》、经调解，各方当事人达成和解协议的主要内容如下：

①分红事宜。各方一致同意，发行人在下列时间表拟进行两次分红，分红安排如下：第一次分红，总分红金额确定为人民币 1,000 万元，各方按照相应的持股比例进行分配；第二次分红，总分红金额确定为人民币 3,000 万元，各方按照相应的持股比例进行分配。分红对应的所得税由嘉赢九鼎、民乐九鼎、民安九鼎自行缴纳。

②还款事宜。ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 承诺向嘉赢九鼎归还款项人民币 352 万元、向民乐九鼎归还款项人民币 915 万元、向民安九鼎归还款项人民币 845 万元，ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 向嘉赢九鼎转让 0.2%（即 12.87 万股）的股权、向民乐九鼎转让 0.52%（即 33.462 万股）的股权、向民安九鼎转让 0.48%（即 30.888 万股）的股权，作为剩余借款（其中：嘉赢九鼎 98 万元、民乐九鼎 255 万元、民安九鼎 235 万元）的对价。

根据上海市第二中级人民法院于 2015 年 3 月 20 日出具的（2015）沪二中民四（商）初字第 6 号《民事调解书》，经调解，达成和解协议的主要内容如下：

①发行人向豪石九鼎支付股权分红款共计 240 万元。

②ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 应共同归还原告豪石九鼎借款 1,800 万元，其中现金还款 1,408 万元，ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 向原告豪

石九鼎转让其所持有的发行人 0.8%股权（即 51.48 万股），作为剩余 392 万元借款的对价。

截至本招股意向书签署日，各方当事人已按照《民事调解书》的约定履行完毕全部分红、还款和股权转让事宜。

（3）上述诉讼、仲裁事项对发行人的影响

上述诉讼各方已在法院调解下达成和解协议，并已执行完毕，公司控股股东和实际控制人未发生变化，公司股权结构未发生重大变化，且不存在发行上市后股权结构发生重大变更的潜在风险，公司董事会、经营管理层保持稳定，上述诉讼事项未给发行人的生产经营带来重大不利影响。

2、商标相关诉讼

（1）案件基本情况及诉讼请求

①公司因不服商标评审委作出的《关于第 6348736 号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》（商评字[2016]第 0000034607 号），以商标评审委为被告、淮安博士为第三人，向北京知识产权法院提起诉讼，请求撤销被告作出的商评字[2016]第 0000034607 号《关于第 6348736 号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》，对第 6348736 号商标重新作出裁定。北京知识产权法院于 2016 年 6 月 6 日对该案件进行了立案受理。

②淮安博士（原告）于 2016 年 6 月 28 日向北京市朝阳区人民法院起诉发行人子公司北京博士（被告），以被告使用第 6348736 号“**博士眼镜**”商标侵犯其注册商标专用权为由，请求判令：a.被告停止在“眼镜行”服务与“眼镜”及其相关商品上使用“博士眼镜”、“博士”商标的行为；b.被告赔偿原告因被侵权所受到的经济损失 20,000 元；c.被告承担原告所支付的公证费、差旅费、律师费等合理开支共计 15,830 元；d.被告在相关媒体上刊登消除影响的声明；e 被告承担本案的全部诉讼费用。

③淮安博士（原告）于 2016 年 6 月 23 日向无锡市滨湖区人民法院起诉发行人及其无锡万象分公司（合称被告），以被告使用第 6348736 号“**博士眼镜**”商标侵犯其注册商标专用权为由，请求判令：a.被告停止在“眼镜行”服务与“眼镜”及其相关商品上使用“博士眼镜”、“博士”商标的行为；b.被告赔偿原告因被侵权所受到的经济损失 20,000 元；c.被告承担原告所支付的公证费、差旅费、

律师费等合理开支共计 12,703 元；d.被告在相关媒体上刊登消除影响的声明；e.被告承担本案的全部诉讼费用。

（2）判决、裁决结果及执行情况

①北京知识产权法院于 2016 年 8 月 25 日以（2016）京 73 行初 2823 号《行政判决书》判决如下：a.撤销商标评审委于 2016 年 4 月 20 日作出的商评字[2016]第 34607 号关于第 6348736 号“**博士眼镜**”商标无效宣告请求裁定；b.商标评审委应在该判决生效后就淮安博士针对发行人的第 6348736 号“**博士眼镜**”商标提出的商标无效宣告请求重新作出审查决定。

②商标评审委于 2016 年 12 月 26 日出具了《关于第 6348736 号“博士眼镜”商标无效宣告请求裁定书》（商评字[2016]第 0000034607 号重审第 0000001751 号），裁定：争议商标予以维持。商标评审委依据法院生效判决重新作出的行政裁决，是执行法院生效判决的行为。商标评审委作出前述裁定时未引入新的事实和理由，若淮安博士针对该裁定再次提起行政诉讼，法院可以依照《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉若干问题的解释》第三条第一款第（九）项之规定，裁定驳回其起诉。淮安博士出具了《江苏淮安博士眼镜有限公司关于博士眼镜连锁股份有限公司持有的第 6348736 号“博士眼镜”注册商标无效宣告案件的声明书》，其作出了无条件且不可撤销的声明及承诺：“我司尊重并认可博士眼镜第 6348736 号‘博士眼镜’注册商标享有的商标专用权；我司认可并尊重北京知识产权法院作出的（2016）京 73 行初 2823 号行政判决，不会申请再审；我司尊重并认可商标评审委作出的商评字[2016]第 0000034607 号重审第 0000001751 号裁定，不会向人民法院提起诉讼。”

③北京市朝阳区人民法院于 2016 年 8 月 25 日出具了（2016）京 0105 民初第 38535 号《民事裁定书》，准许淮安博士撤回对发行人子公司北京博士的起诉。

④无锡市滨湖区人民法院于 2016 年 8 月 15 日出具了（2016）苏 0211 民初 4058 号《民事裁定书》，准许淮安博士对发行人及其无锡万象分公司的起诉。

（3）上述诉讼、仲裁事项对发行人的影响

第 6348736 号争议商标在发行人生产经营中的作用如下：发行人系一家专业从事眼镜零售的连锁经营企业，属于零售业，其核心竞争力体现在品牌影响力、销售网络规模、专业的服务水平和渠道优势等方面；发行人未将其持有的第

6348736 号“**博士眼镜**”商标作为眼镜等相关产品的商标；发行人拥有的“博士”字号具有较高的知名度和市场影响力，发行人于 1997 年在公司登记机关依法登记之日起就已经使用“博士”的企业字号，2012 年国家工商行政管理总局核准了发行人不含区划的“博士眼镜连锁股份有限公司”企业名称，发行人在经营过程中继续使用其企业名称及字号的权利不受任何影响；发行人在其服务场所、店面招牌、名片、销售凭证、价格标签条上主要使用了第 1091684 号“”商标，该商标系发行人主要使用的注册商标，且该商标已于 2014 年 9 月被商标局认定为“驰名商标”，另外，发行人以第 1091684 号“”商标中的“文字、图形”单独向商标局提出商标注册申请，且申请了其他多项商标以达到实施保护性商标注册的目的，第 6348736 号“**博士眼镜**”商标系发行人持有的保护性商标之一，系发行人整体商标保护和防御性措施的一部分。

截至本招股意向书签署日，公司对第 1091684 号“”、第 6348736 号“**博士眼镜**”注册商标具有专用权，对经公司登记机关核准的包含“博士”商号的名称具有企业法人名称权。根据《商标法》、《商标法实施条例》、最高人民法院 2009 年 4 月 21 日《关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》（法发〔2009〕23 号）和 2010 年 4 月 20 日《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》（法发〔2010〕12 号）的规定以及前述行政诉讼判决书或准许撤诉的裁定书，上述商标有关诉讼事项不会也没有对公司的商号、商标等注册、登记及使用以及持续经营产生实质性影响。

3、不正当竞争相关诉讼

（1）案件基本情况及诉讼请求

①2016 年 7 月，公司（原告）向梅州市中级人民法院起诉梅州市梅县区博士眼镜有限责任公司（被告），请求判令：a.被告立即停止使用“博士”作为企业字号的不正当竞争行为；b.被告立即停止将其网上商城链接至原告的商品销售页面的不正当竞争行为；c.被告赔偿原告经济损失人民币 30 万元整；d.被告承担原告维权的合理支出费用。2016 年 7 月 8 日，梅州市中级人民法院出具了《受理案件通知书》（（2016）粤 14 民初 16 号）。

②2016年7月，公司（原告）向广东省惠州市惠城区人民法院起诉惠州市博士眼镜有限公司（被告），请求判令：a.被告停止实施侵害原告“博士及图”商标权的行为；b.被告立即停止使用“博士”作为企业字号的不正当竞争行为；c.被告立即停止将其网上商城链接至原告的商品销售页面的不正当竞争行为；d.被告赔偿原告经济损失人民币5万元整。2016年8月18日，广东省惠州市惠城区人民法院签发了传票（案号：（2016）粤1302民初7516号）。

（2）判决、裁决结果及执行情况

①2016年8月23日，梅州市中级人民法院开庭审理了公司起诉梅州市梅县区博士眼镜有限责任公司一案，2016年12月26日，梅州市中级人民法院作出了《梅州市中级人民法院民事裁定书》（（2016）粤14民初16号），载明准许原告撤诉。

②2016年10月12日，广东省惠州市惠城区人民法院对公司起诉惠州市博士眼镜有限公司一案出具了（2016）粤1302民初7516号《民事调解书》，原、被告当事人自愿达成如下调解协议：a. 被告惠州市博士眼镜有限公司应在2018年1月1日前停止在被告及其具名关联企业门店及相关宣传资料上使用与“博士”、“博士眼镜”相同的文字作为企业识别要素，对于正在使用的门店招牌、宣传资料、互联网网页、社交媒体等一切包含“博士”、“博士眼镜”文字的可视材料，亦应当在该期限内进行拆除、销毁；b. 原、被告确认，若被告未履行上述义务，应在2018年1月2日向原告支付违约金人民币10万元。被告在履行上述义务后，原告不得就本案事实另行主张权利，否则应在主张权利时向被告支付违约金人民币10万元；c. 被告惠州市博士眼镜有限公司在履行上述义务后，原告博士眼镜连锁股份有限公司不再就本案事实向被告追究任何权利，若被告及其具名关联企业在经营过程中实施了除上述行为之外的其他侵权行为，原告仍有权主张权利。

（3）上述诉讼、仲裁事项对发行人的影响

上述诉讼案件系公司作为原告为维护公司合法权益而主动提起的民事侵权诉讼，不会对公司的财务状况以及经营成果产生重大不利影响。

（二）发行人控股股东或实际控制人，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股意向书签署日，发行人控股股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在尚未了解的重大诉讼或仲裁事项，亦不存在涉及刑事诉讼的情况，上述人员曾涉及的重大诉讼或仲裁情况如下：发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 及发行人现任董事、监事、高级管理人员刘开跃、杨秋、刘之明、郑庆秋及前任高级管理人员李金曾与豪石九鼎、民安九鼎、民乐九鼎、嘉赢九鼎之间存在诉讼，详见本节“四、重大诉讼或仲裁情况”之“发行人及其控股子公司的重大诉讼或仲裁情况”。

五、发行人控股股东、实际控制人最近三年是否存在重大违法行为

发行人控股股东、实际控制人最近三年不存在重大违法行为。

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

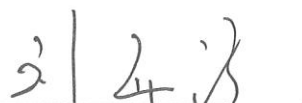
全体董事签字：



ALEXANDER LIU



LOUISA FAN



刘开跃



杨 秋



刘之明



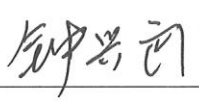
江志斌



胡建军



郭 维



钟兴武

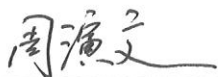
全体监事签字：



何庆柏



郑庆秋



周演文

除担任董事外的高级管理人员签字：



张晓明



博士眼镜连锁股份有限公司（盖章）

2017年2月21日

二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股意向书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

法定代表人/授权代表（签名）： 侯巍

侯 巍

保荐代表人（签名）：

罗民

罗 民

黄庆伟

黄庆伟

项目协办人（签名）：

孔祥玮

孔祥玮



2017年2月21日

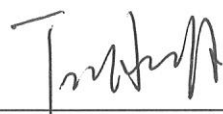
三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股意向书，确认招股意向书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股意向书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人（签名）：


张敬前

经办律师（签名）：


丁明明


何俊辉



国浩律师（深圳）事务所

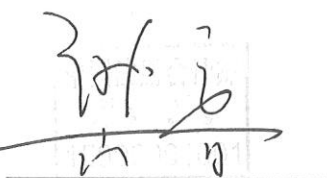
2017年2月21日

四、承担审计业务的会计师事务所声明

大华特字[2017]000782 号

本所及签字注册会计师已阅读博士眼镜连锁股份有限公司招股意向书，确认招股意向书与本所出具的大华审字[2017]001073 号审计报告、大华核字[2017]000475 号内部控制鉴证报告及经本所核验的大华核字[2017]000473 号非经常性损益报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股意向书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：



梁 春

签字注册会计师：



邱俊洲



张晓义

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

2017 年 2 月 21 日

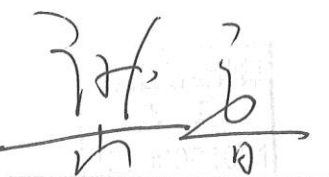


五、承担验资业务的机构声明

大华特字[2017]000783 号

本机构及签字注册会计师已阅读博士眼镜连锁股份有限公司招股意向书, 确认招股意向书与本机构出具的大华验字[2011]316 号、大华验字[2012]021 号验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股意向书中引用的验资报告的内容无异议, 确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人:



梁 春

签字注册会计师:



邱俊洲



刘耀辉

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

2017 年 2 月 21 日



关于公司名称变更的说明

本公司现名为“大华会计师事务所（特殊普通合伙）”，原名“立信大华会计师事务所有限公司”，于 2011 年 8 月 31 日经工商行政管理部门核准，名称变更为“大华会计师事务所有限公司”。

根据《关于印发<财政部、工商总局关于推动大中型会计师事务所采用特殊普通合伙组织形式的暂行规定>的通知》（财会[2010]12 号）的规定，大华会计师事务所有限公司实施特殊普通合伙会计师事务所改制，于 2012 年 2 月 16 日取得特殊普通合伙制会计师事务所营业执照。改制后的事务所全称为“大华会计师事务所（特殊普通合伙）”。

特此说明。



大华会计师事务所（特殊普通合伙）

电子公章使用声明函

大华会计师事务所（特殊普通合伙）的电子公章是委托经公安部批准许可销售电子签章的江西金格科技股份有限公司制作的具有防伪技术的电子印章。在使用中，大华会计师事务所（特殊普通合伙）电子公章的审批签署流程与实体公章的审批签署流程完全一致。

因此，在以大华会计师事务所（特殊普通合伙）名义出具的鉴证类业务报告上所使用的电子公章与实体公章具有同等法律效力。

特此声明。

电子印章样本	公章样本
	

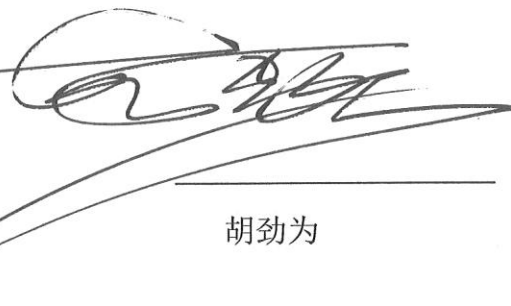
大华会计师事务所（特殊普通合伙）



六、承担评估业务的资产评估机构声明（一）

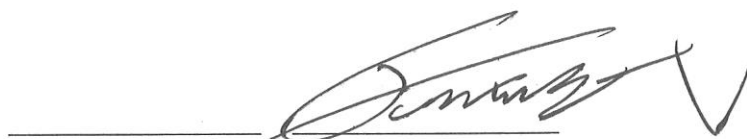
本机构及签字注册资产评估师已阅读招股意向书，确认招股意向书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股意向书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

评估机构负责人签名：



胡劲为

签字注册资产评估师（签名）：



范玉坤

张佑民



关于开元资产评估有限公司

评估人员离职的说明

开元资产评估有限公司范玉坤于 2014 年 07 月因个人原因从本公司离职, 并已正式办理离职等相关手续, 其离职不影响招股意向书中引用的资产评估报告的法律效力, 本公司将对招股意向书中引用的资产评估报告的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

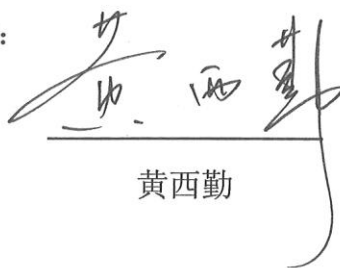
特此说明。



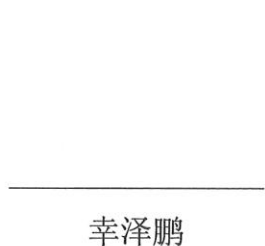
七、承担评估业务的资产评估机构声明（二）

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股意向书，确认招股意向书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股意向书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

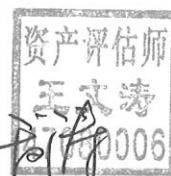
资产评估机构负责人（签名）：


黄西勤

签字注册资产评估师（签名）：


幸泽鹏


王文涛



国众联资产评估土地房地产估价有限公司



2017年2月21日

关于公司名称变更的说明

本公司系原“深圳市天健国众联资产评估土地房地产估价有限公司”，2013年10月18日经批准，更名为“国众联资产评估土地房地产估价有限公司”。

特此说明。

国众联资产评估土地房地产估价有限公司



2017年 2月 21 日

关于国众联资产评估土地房地产估价有限公司 评估人员离职的说明

国众联资产评估土地房地产估价有限公司幸泽鹏于 2012 年 7 月因个人原因从本公司离职，其曾作为经办注册资产评估师于 2011 年 12 月 13 日出具了《深圳市博士眼镜连锁有限公司拟股份制改造所涉及的股东全部权益》（深国众联评报字[2011]第 03-062 号），其离职不影响本公司出具的上述评估报告的法律效力。

法定代表人:

黄西勤

国众联资产评估土地房地产估价有限公司

2017年2月21日

第十三节 附 件

一、附件

投资者可查阅与本次发行有关的以下文件，该等文件也可在中国证监会指定网站查阅，具体如下：

（一）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见

（二）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；

（三）发行人控股股东、实际控制人对招股意向书的确认意见；

（三）财务报表及审计报告；

（四）内部控制鉴证报告；

（五）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（六）法律意见书及律师工作报告；

（七）公司章程（草案）；

（八）中国证监会核准本次发行的文件；

（九）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间

工作日上午：9:00～11:00；下午：14:00～17:00。

三、文件查阅地址

发行人：博士眼镜连锁股份有限公司

办公地点：深圳市福田区金田路与福中路交界东南荣超经贸中心 502

联系电话：0755-8209 5801

传真：0755-8209 5526

联系人：杨秋

保荐机构（主承销商）：中德证券有限责任公司

地址：北京市朝阳区建国路 81 号华贸中心 1 号写字楼 22 层

法定代表人：侯巍

联系电话：010-5902 6600

传真：010-5902 6601

联系人：罗民、黄庆伟、孔祥玮