

证券代码：300622

证券简称：博士眼镜

公告编号：2017-010

博士眼镜连锁股份有限公司

股票交易异常波动公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、股票交易异常波动的情况说明

博士眼镜连锁股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）的股票（证券简称：博士眼镜，股票代码：300622）日均换手率连续1个交易日（2017年4月5日）与前5个交易日日均换手率比值超过30倍，且累计换手率达到20%以上。根据《深圳证券交易所交易规则》的相关规定，属于股票交易异常波动情况。

二、对重要问题的关注、核实情况说明

针对公司股票异常波动的情况，公司董事会就相关事项进行了核实，现将有关情况说明如下：

- （1）公司前期所披露的信息，不存在需要更正、补充之处；
- （2）公司未发现近期公共媒体报道了可能或者已经对本公司股票交易价格产生较大影响的未公开重大信息；
- （3）公司近期经营情况正常，内外部环境未发生重大变化；
- （4）经核查，公司、控股股东和实际控制人不存在关于本公司的应披露而未披露的重大事项，或处于筹划阶段的重大事项；
- （5）经核查，控股股东、实际控制人在股票交易异常波动期间不存在买卖公司股票的情形；
- （6）公司不存在违反公平信息披露的情形。

三、是否存在应披露而未披露信息的说明

本公司董事会确认，本公司目前没有任何根据深圳证券交易所《创业板股票上市规则》等有关规定应予以披露而未披露的事项或与该事项有关的筹划、商谈、意向、协议等；董事会也未获悉本公司有根据深圳证券交易所《创业板股票上市规则》等有关规定应予以披露而未披露的、对股票交易价格产生较大影响的信息；公司前期披露的信息不存在需要更正、补充之处。

四、本公司认为必要的风险提示

本公司郑重提醒投资者注意：投资者应充分了解股票市场风险及本公司于2017年3月1日披露的《首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》“第四节风险因素”等有关章节关于风险的描述，上述风险因素将直接或间接影响本公司的经营业绩。

本公司再次特别提醒投资者认真注意以下风险因素：

（一）行业风险

1. 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。

2. 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。

3. 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

1. 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。

2. 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。

3. 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。

4. 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。

5. 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。

6. 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。截至招股说明书签署日，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。

7. 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。

8. 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

1. 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。

2. 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。

3. 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。

4. 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

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 号复审第 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。

截至招股说明书签署日，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。

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。

（五）募集资金投资项目风险

1. 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。

2. 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。

（七）2017 年第一季度业绩预告情况

公司于 2017 年 3 月 14 日公告的《首次公开发行股票并在创业板上市之上市公告书》中对 2017 年第一季度业绩进行了预告。

公司预计 2017 年第一季度销售收入约为 10,500 万元至 11,500 万元，相比上年同期的增长幅度约为 7.15%至 17.35%；归属于母公司股东的净利润约为 710 万元至 890 万元，相比上年同期的增长幅度约为 11.07%至 39.23%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润约为 695 万元至 875 万元，相比上年同期的增长幅度约为 11.45%至 40.32%。（上述预测财务数据未经注册会计师审计或审阅，且不构成盈利预测）。

截止到本公告发布之日，实际情况与已披露的业绩预告情况不存在较大差异。

公司董事会郑重提醒广大投资者：公司指定信息披露媒体为《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》及巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>），公司所有信息披露均以上述媒体刊登的公告为准。

本公司将严格按照有关法律法规的规定和要求，认真履行信息披露义务，及时做好信息披露工作。

敬请广大投资者理性投资，注意风险。

特此公告！

博士眼镜连锁股份有限公司

董事会

2017 年 4 月 5 日