

证券代码：300622

证券简称：博士眼镜

博士眼镜连锁股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-010

投资者关系活动类别	■特定对象调研 □分析师会议 □媒体采访 □业绩说明会 □新闻发布会 □路演活动 □现场参观 ■其他 <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	国泰君安、招商证券、国寿养老、新华基金、汇丰晋信、华宝基金、太保基金
时间	2022 年 6 月 7 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书杨秋 副总经理、财务总监张晓明
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司功能型镜片的销售占比情况如何？功能性镜片的毛利率情况如何？ 答：公司功能性镜片（包含防蓝光、成人渐进、驾驶型镜片、数码片、离焦镜片等）占镜片销售额的 40%左右。公司的验光师和销售人员的专业能力领先行业，可以有效判断消费者的用眼场景和功能需要，给予有针对性的功能性镜片解决方案。功能性镜片的毛利率比单光镜片的毛利率要低一些。 2、公司产品的毛利率变动情况如何？ 答：光学眼镜及验配服务部分，由于公司调整产品结构，强调售卖功能性镜片，因此毛利率出现下滑；成镜是指老花镜、太阳镜等不需要额外定配的产品，毛利率相对稳定。隐形眼镜在线上折扣促销比较多，价格比拼较激烈，因此毛利率在下滑，线下隐形眼镜零售价格受线上价格波动影响，也增加了促销活动频次和周期，因此毛利率也在下滑。

	3、销售净利率在不同类型门店会有差异吗？ 答：眼镜零售行业的服务属性强，上游产品生产商提供镜架、镜片标准件，下游零售端完成验光和产品定配，因此从零售端看产品定制化属性强，且需要店员和消费者的强互动。当前的消费场景下，门店为了保证服务质量，服务单人的平均时长较长，单日服务人次有上限，因此无法和其他零售业态一样通过提供标准化产品来提升消费频次或利用线上渠道来替代线下，场租和人工成本也无法在短期内快速下降。稳态下净利率水平和门店类型的关联关系不大，公司销售净利率水平的提升主要来自规模效应带来的管理成本占比下降。 4、公司的开店成本结构是怎样的？ 答：成本主要包含场租及其押金、装修费用、人工、固定资产设备和铺货。 5、疫情下零售行业都受到一定干扰，包括开店速度等也受到现金流情况的影响，公司的现金流情况比较好，那么未来的开店规划是怎样的？ 答：疫情使部分商超环境发生了变化，既是机会也是挑战，公司保持审慎积极的策略，目前市场中一部分教培、地产、美护门店闭店，使公司可以采用置换位置的手段，优化租金和客流。其次结合不同城市经济环境的情况，公司会将开店重点城市集中在已开店的城市，争取形成点线面区域优势。 6、疫情下门店的盈利能力和客流量的趋势是怎样的？ 答：公司的销售净利润率在过去三年都是略有增长的，其次疫情使市民居家时间加长，近距离用眼时间加长，消费者更加注重眼健康、眼保健，客流量呈现上升趋势。另外近几年公司产品结构调整，更加关注功能性产品销售，提升门店销售员的专业知识储备，使得客单价不断提高。 7、离焦镜片是否会促进单个客户毛利额的提升？不同品牌贡献的毛利额差别大吗？
--	---

	答：离焦镜的客单价相比单光镜片更高，是会促进客单价和毛利额的提升。目前公司在售的国外品牌离焦镜产品售价较为接近，贡献的毛利额差别不大。 8、公司 2021 年收入增长背后的原因是什么？ 答：去年的营收构成中，首先线上业务保持着近 18%的收入增长速度；其次新开门店也带来了营业收入的增加；第三是公司调整产品结构，使客单价提升，毛利额提升。 9、功能型镜片的销售结构占比如何，请再深入分析一下？ 答：功能型镜片是指抗疲劳、防蓝光、离焦、车辆驾驶、老年人渐进型等镜片。线下门店的镜片销售金额中有 40%左右属于功能型镜片，在视光中心的镜片销售占比更高一些，其中离焦镜片的销售占比近三年的增长速度还是很快的。 10、公司和医疗机构是如何开展合作的？ 答：公司与公立医院开展视光服务相关项目合作，进驻医院设立视光中心开展配镜服务、角膜塑型镜、近视防控、近视斜弱视康复训练等综合业务。目前合作设立视光中心主要都在深圳。当前销售的 OK 镜品牌主要是 CRT、alpha、欧几里德和普诺瞳。 11、疫情防控措施对营业影响大吗？租金支出是刚性的，对公司利润影响大吗？ 答：疫情对公司一季度影响明显，自二季度开始逐步恢复。眼镜验配对消费者是刚性需求，目前核心区域恢复情况还是比较理想的。 国家和各地政府相继出台了一些抗疫惠企的政策，公司会积极关注相关政策与市场有利条件，在减免租金、更换优质地段等方面主动争取，积极迎接挑战，同时也把握住机遇。
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 6 月 8 日