

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：2022-013

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☒ 其他 <u>电话会议</u> ☐ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 路演活动
参与单位名称及人员姓名	国海证券、国泰君安、银华基金、融通基金、宝盈基金、博时基金
时间	2022年6月13日、2022年6月14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、今年扩张的计划是怎样的？今年新拓门店布局还会以华南为主吗？ 答：首先，经过多年发展，公司已具备营销门店标准化复制和专业人才输出能力，从过往来看，我们有快速开店的能力。其次，公司会根据疫情情况、公司战略布局、市场覆盖率情况、区域内门店运营的实际情况来制定和调整公司的开店策略和计划。今年，公司将继续完善线下销售网络布局，重点布局中国核心消费区域市场，包括珠三角、长三角、川渝都市圈、环渤海都市圈等区域，并继续加大在海南自由贸易港的销售网络和业务布局。同时，公司继续扩大和深耕平台电商、O2O、新媒体等线上公域流量平台，做好粉丝和会员CRM管理，实现线上与线下市场的融合与协同发展。除了线下门店数量的增长，公司将借助线上流量和内容对线下门店赋能，并将线下门店发展成为线上销售重要的体验、验光和售后服务网络。

	2、视光中心会挂博士眼镜的招牌吗？ 答：目前视光中心门店中，一部分医院内会挂博士眼镜招牌，另一部分医院运营采取托管模式进行，不会挂博士眼镜招牌。博士眼镜在深圳具有很好的品牌口碑、服务口碑，挂“博士眼镜”招牌可以一定程度上增加消费者的信赖程度，同时，一些售后服务顾客也可以选择附近的博士眼镜门店来进行，从而提升顾客的便利性和满意度。 3、租约一般是多久？ 答：目前，商场门店首次签约一般是 2-3 年，后续每 2 年左右续签；街铺租约是首期 3 年起步，大部分是 5 年，少部分网点可能达到 8-10 年。 4、离焦镜的销售量会比 OK 镜多吗，有多少患者会从离焦镜转换为 OK 镜？ 答：两者相比较而言，离焦镜的销售数量会多一些，但 OK 镜的客单价会更高。离焦镜转换为 OK 镜的比例并不会特别高，一方面是因为 OK 镜有一定的适用条件要求，对眼球表面情况要求比较高，不是所有青少年都适合配戴 OK 镜；而离焦镜是大镜片，不直接接触角膜，佩戴时不需要额外日间护理。一般来说，仅有少部分青少年近视度数增长过快，且家长消费能力较强的客群可能会考虑从离焦镜片转换成 OK 镜，但前提是达到可以佩戴 OK 镜的适用条件要求。 5、单店的 GMV 水平如何？如何调整单店的产出？ 答：平均来看，单店 GMV 在 150-180 万/年，但不同类型门店差异比较大。目前，公司有 GMV 超过千万/年的门店，也有不足 100 万/年的门店。从“场”的维度看，公司会调整部分门店的地理位置，优化租金和流量，其次是通过 O2O 的模式扩大单店的服务半径，形成线上线下流量的互补。 6、门店的产品结构有调整空间吗？ 答：店内主要陈列镜架和太阳镜，镜片产品一般是不在柜
--	--

	台中陈列的。镜架、太阳镜产品会根据门店覆盖范围内客群的消费能力和市场情况做调整。公司目前主动调整销售策略，进一步加强功能性镜片的销售和中高端品牌镜架的销售。中国人均 GDP 在超过 1 万美元之后，消费能力提升使品牌产品销售增速提升，特别是疫情下中高端客群的消费都留在国内，因此，中高端品牌镜架产品也还有很大的提升空间。 7、视光中心和传统门店是竞争关系吗？ 答：从眼视光行业结构来看，行业金字塔的上层是眼科医院，中间是视光中心，底部是眼镜店。在视光赛道中，目前市场中有医院品牌体系内自生的视光中心，也有产品生产商延伸到下游的视光中心。目前，公司是运用多年连锁零售的运营经验向视光中心发展，在视光中心开展验光配镜业务叠加角膜塑形镜和斜弱视训练等服务，以实现在专业服务和运营经验之间的双向赋能，公司的视光中心在专业方面赋能线下眼镜门店，保证服务质量，同时，眼镜连锁零售的运营管理经验可以复制到视光中心，视光中心与眼镜门店相互引流和支持，形成良性互动。因此，打造视光中心是公司根据市场需求和公司实际情况，完善自身销售网络结构所做的布局，以此来促进新的利润增长点，总体上而言，公司视光中心与其他门店之间非竞争关系，而是合作关系。 8、眼镜行业的竞争趋势是怎样的？ 答：目前，中国市场中眼镜门店主要分为两大类，第一类是和博士眼镜相似的渠道品牌门店，即做眼镜品牌的集合店；第二类是快时尚眼镜品牌门店，即主打中低客单价的单一品牌门店。这两类眼镜品牌门店的客群和市场定位差异较大，渠道品牌门店的产品更加多元，覆盖的客群更多，客单价覆盖也更广泛，因此，两者通常不是直接的竞争关系。博士眼镜是行业领先的、全国性的、以直营连锁为主要经营模式的眼镜零售品牌，跨地域管理能力强，作为渠道品牌门店，丰富的产品和覆
--	--

	盖更多客群使得在门店布局方面适应的场景更多。整体而言，目前，国内眼镜零售行业相对比较分散，行业向着有竞争优势的规模化企业集中的趋势较为明显。
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 6 月 15 日