

证券代码:300595

证券简称: 欧普康视

2022年8月5日投资者关系活动记录表

编号: 2022-007

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 在线会议
参与单位人员情况	1. 东吴证券研究所、兴业证券研究所相关工作人员。 2. 机构投资者: 易方达基金、广发基金、中欧基金、富国基金、华夏基金、嘉实基金、南方基金、工银瑞信、汇添富基金、交银施罗德、上投摩根、景顺长城、博时基金、大成基金、银华基金、华安基金、国泰基金、高毅资产、泰康资产等 396 个机构, 合计 452 位参会者。(排名不分先后)
时间	2022年8月5日 20:00
上市公司参会人员姓名	董事长兼总经理陶悦群博士、副总经理兼董秘施贤梅女士、财务总监卫立治先生
交流环节	就投资者提出的问题进行交流。
投资者关系活动主要内容介绍	Q: 今年二季度华东地区受疫情影响较大, 随着暑假旺季的到来, 公司三季度的业绩增长是否能弥补二季度的业绩缺口? A: 我只了解订单的信息, 并不掌握完整的财务数据。与三季报业绩相关的是 6 月份部分订单(次月确认的)、7 月和 8 月份的订单、9 月份部分订单(当月确认的), 目前来看, 公司 6、7 月份镜片的整体订单情况良好。 公司的镜片订单与疫情联动性很强, 一发生疫情, 眼视光服务的终端业务量就大幅下滑, 比如二季度的 3、4、5 月份, 尤其是 3、4 二个月镜片订单同比下降。由于部分订单要到次月才能确认销售, 造成二季度的业绩不佳。今后在有疫情发生的区域, 仍然会出现这种情况。

投资者
关系活
动交流
主要内
容介绍

Q: 公司预估未来视光市场的容量如何?

A: 随着城市化、知识化、老龄化,人们对视力健康的需求越来越大,因此,视光市场是很大并且持续增长的。

从国家的政策看,对视光产业的发展越来越重视,政策也越来越支持,也会促进视光产业的发展。比如,今年3月国家卫健委发布了关于设立各类诊所(包括眼科诊所)标准的征求意见稿,如果实施,对视光服务业的推动会很大,西方的视光服务主要由大量的视光诊所提供的。不久前,国家卫健委就取消2001年通知中关于二级及以上医院验配角膜塑形镜的要求征求意见,改为对验配人员的专业水平提出要求。7月29日,全国举办了首次眼视光医学技师职称的考试。这些都预示着视光行业处于良好的发展态势,坚定了公司继续发展视光产品和视光服务,坚持“两条腿走路”的决心。

Q: 公司定增方案扩展到全国,如不是优势区域如何加强?管理视光终端方面是否有压力?

A: 扩展到全国是为了在更大范围内寻找“具有优势、更可能成功”的合作伙伴。公司拓展视光终端最看重的是成功率,具备条件、成功几率高才会投资,不会为了数量多、速度快而盲目投资。募投项目中的八个优势区域仍然是重点公司,同时不排除新的优势区域和优势合作伙伴。

视光终端的管理,公司已成立“视光终端投资服务管理委员会”,制定统一的标准、政策,即将发布连锁视光终端服务体系指南,主要区域将设立“区域投资服务管理中心”,实行统一标准、分层管理。

Q: 二季度少数股东损益增长快,未来趋势是长期增长吗?

A: 公司有很多子公司是有合作伙伴的,且合作伙伴负责日常经营管理。随着这些合资子公司经营情况的不断改善,股东的权益增长较快。少数股东权益增长快,我们控股股东的权益也是同比例增长的,这是双赢的好事。未来趋势要看子公司发展情况,新建的合资公司,尤其是新建视光服务终端和医院,通常都是先亏损后盈利,一年比一年好,因此少数股东权益逐步提高。

Q: 目前自有的这些视光终端中,视光中心的占比大概是多少?

<p>投资者 关系活 动交流 主要内 容介绍</p>	<p>A: 具体数据目前没有统计, 公司控股的视光终端中有医院、眼科门诊部、诊所、视光中心, 其中, 视光中心占比最大。总体而言, 公司控股视光终端占公司总收入已超过 50%。</p> <p>Q: 公司医疗服务毛利在业内算高, 达到 77%, 且稳步提升, 稳态水平在什么范围?</p> <p>A: 公司现在的医疗服务主要是公司控股的医院、门诊部、诊所, 以视光业务为主, 角膜塑形镜等视光和屈光业务占比较大, 眼病业务占比少, 如果以后扩大眼病业务, 整体毛利率应该会下降。公司聚焦的是视光业务。</p> <p>Q: 公司是否会并购 OK 镜竞争者?</p> <p>A: 投资并购是公司一项很重要的业务, 今年上半年因为疫情问题, 不能去现场洽谈和尽调, 投资业务也受到影响。下半年投资业务会加强, 只要和公司发展经营理念一致的公司, 业务上有协同和互补性的, 公司都会认真考虑深入合作。</p> <p>关于是否并购 OK 镜公司, 不便置评。如果有互补性, 可以产生 1+1>2 的效果, 就有合作可能。通过并购实现垄断是不可能的, 更重要的是继续努力, 增强公司和产品的竞争力, 把品牌做大做强。</p> <p>Q: 公司终端市占率靠前, 请问未来公司市占率提升, 除了行业自身增长之外, 这个份额增长的潜力还有多大?</p> <p>A: 对于市占率我们一直不做预测。公司在加强销售力量, 比如公司以前只有一个销售部, 现在成立了经销中心和经销一部、二部; 以前只有安徽部、江苏部, 现在成立了四省中心, 等等。公司不断加强营销团队建设, 目的就是增加产品销量、终端数量、合作伙伴数量。</p> <p>目前整个市场发展较好, 公司竞争力逐步体现, 比如公司在暑期的交货周期, 以往要 10-15 天, 今年暑假做到了 5 日交货。不久前召开的 Vision China 卫星会, 公司推出一些更适合医生和客户的特色产品, 比如小直径、小光学区、更薄的镜片等, 以后公司的产品会更加多样化, 根据市场需求和用户的偏好, 针对特定的人群做专业产品系列。</p>
--	---

投资者
关系活
动交流
主要内
容介绍

Q: 公司二季度商誉大概有 2.8 亿, 公司今年会不会有一个大额商誉减值的可能性?

A: 商誉大幅减值可能性不大。商誉减值是因为溢价投资的项目没有达到预期要求所致。公司已投的项目, 一是大块头的不多, 比较分散, 二是总体效益逐年向好, 这从少数股东权益在增长也得到体现。公司会按照财务规范定期测算, 目前看不会出现大的异常。

Q: 离焦镜市场整体增速较快, 请问公司在这块业务的整体布局如何?

A: 公司升级版离焦框架镜产品在研发中, 这个产品不属于医疗器械, 不需要注册许可, 只要研发出来成熟后就会推向市场。另外, 公司有一款减离焦的 RGP (DV-GP), 公司接下来也会加强推广。

Q: 民营眼科医院和公司视光终端竞争格局如何?

A: 两者是互补大于竞争关系。公司主要拓展的是社区化、小型化的眼视光服务终端, 其服务对象主要是哪些不愿意或不需要去距离较远的医院就医的有视力问题的人群。社区化视光服务终端更多是解决常见的、服务要求频繁的眼健康问题。同时, 视光服务个性化强, 社区视光服务终端为社区居民建立眼健康档案, 全流程跟踪眼部健康状况, 通过患者不同的特点和病史, 给出适合的治疗方案等。因此, 社区化视光服务的专业、便利、个性化特点, 可以大幅降低患者的时间和经济成本, 改善服务水平, 提高民众就医意愿。

Q: 公司现在很多眼视光中心持股比例 20%-40%之间, 请问后续收购节奏如何?

A: 如果是公司控股, 股权比例要占 51%。如果是公司参股, 标的公司应该还是在一个孵化阶段, 公司会根据项目的成熟情况以及合作方自身的意愿, 考虑是否增加持股比例。

Q: 我们自研自产的原材料大概什么时候能够用上? 以及其对毛利率的提升大概有多少?

<p>投资者 关系活 动交流 主要内 容介绍</p>	<p>A: 公司自主研发的镜片材料已经通过国家药监局检测中心的全性能检测和生物学评价,目前正在筹建标准化生产车间,建成后可部分使用自产原材料。自产原材料会比进口原材料成本低一些,但是不代表公司不再进口原材料,公司会用同时使用进口材料和自产材料,实现逐步替代。自研镜片材料使公司不再依赖原材料进口,解决公司在镜片材料方面“卡脖子”问题。原材料对生产成本不会有显著影响。</p>
	<p>本次投资者交流会活动中,公司严格依照《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等规定执行,未出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
<p>日期</p>	<p>二〇二二年八月八日</p>