

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：2022-018

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	上海国泰君安证券资产管理有限公司、兴业证券、西部利得基金管理有限公司、阳光资产管理股份有限公司、苏州君榕资产管理有限公司、中加基金管理有限公司、上海鸿涵投资管理有限公司、博道基金管理有限公司、中国人保资产管理有限公司、民生通惠资产管理有限公司、RAYS CAPITAL PARTNERS LIMITED、深圳市尚诚资产管理有限责任公司、东方证券股份有限公司、华泰柏瑞基金管理有限公司、中航基金管理有限公司、玄元私募基金投资管理（广东）有限公司、海通证券股份有限公司、鹏华基金管理有限公司、中国人寿养老保险股份有限公司、博时基金管理有限公司、南方基金管理股份有限公司、诺德基金管理有限公司、中信建投证券股份有限公司、平安基金管理有限公司、PARANTOUX CAPITAL LIMITED、恒生前海基金管理有限公司、中信证券股份有限公司、上海亘通投资管理有限公司、上海申九资产管理有限公司、上海留仁资产管理有限公司、爱建证券有限责任公司、Matthews Asia、摩根士丹利华鑫基金管理有限公司、德邦基金管理有限公司、KITMC、VALLIANCE ASSET MANAGEMENT LIMITED - CLIENT A/C、弘毅远方基金管理有限公司、上海玖鹏资产管理有限公司（有限合伙）、深圳前海国丰优合资本管理有限公司、上海相生资产管理有限公司、深圳市裕晋投资有限公司、中国

	中投、鼎晖投资咨询新加坡有限公司、上海锐至信息技术股份有限公司、中资东方（北京）投资基金管理有限公司、民生证券、上海淳韬投资管理有限公司、深圳进门财经科技股份有限公司、深圳尚道投资基金有限公司
时间	2022 年 8 月 29 日 15:00-17:00
地点	公司会议室
上市公司接待 人员姓名	董事、董事会秘书、副总经理：杨秋 投资总监：蔡百合
投资者关系活 动主要内容介 绍	一、公司 2022 年上半年经营情况的简要介绍 首先，公司对 2022 年上半年整体经营情况和业务发展进行简单回顾。公司 2022 年上半年实现营业收入 45,723.16 万元，比上年同期增长 8.40%，实现营业利润 2,385.42 万元，比上年同期减少 57.74%。报告期内，公司直营门店的主要分布区域受疫情影响存在阶段性闭店歇业情况，尤其是华东、华南地区。2022 年上半年，有暂停营业记录的直营门店数量是 308 家，占公司整体直营门店数量的 65.25%，平均被暂停营业的时间达到了 10 天以上。 从业务发展方面看，公司持续完善销售网络布局，报告期末公司门店数量达到 490 家。同时，公司积极调整产品结构，且取得了不错的销售表现，公司镜片、镜架（含太阳镜）客单价均有提升。视力问题人口持续增加，人们对延缓近视发展、降低光源伤害、缓解长期办公视觉疲劳的功能性镜片的需求不断上升，也带动了功能性镜片的客单价持续攀升；功能性镜片的增速也侧面证明了公司门店的专业服务能力持续稳定的输出。 二、关于投资者问题及回复 1、Q:请介绍一下公司视光中心的发展情况？ A:公司目前建设的视光中心主要与公立医院进行合作，会不断完善近视防控和眼健康周边产品矩阵，探索挖掘近视防控

	的消费需求与场景，构建综合视光服务体系，以满足消费者对更加专业、全面的检查和验配服务的需求。公司也在思考探索如何打磨院外独立视光中心模型，未来会考虑将旗下部分眼镜门店转型成为视光中心，同时也会利用产业基金挖掘视光赛道优质标的。 2、Q:公司的毛利率大概是什么情况？ A: 2022 年上半年公司整体毛利率有所下降是因为公司主动调整产品结构和销售策略，提升客单价高但毛利率相对较低的国际品牌镜架产品及功能性镜片的销售占比。此举有利于增加一线经营单元的专业知识储备，也有利于客户粘性与客单价的共同提升。 3、Q:请介绍下公司离焦镜片的价位，以及在公司门店的销售分配情况？ A: 公司销售的离焦镜片价位布局大概处于 1,500 元至 4,000 元左右，基本已经实现了公司主力消费客群的全面价格段覆盖。目前，离焦镜片在公司全国零售门店和视光中心均有销售，但零售门店主打成年客群，单店销量占比低于视光中心。 4、Q:公司今年上半年的门店拓展情况明显受到了疫情的制约，请简单展望一下未来的门店拓展布局？ A: 受疫情等多方面因素影响，公司对 2022 年的开店拓展策略进行了战略性回调。未来，公司将结合疫情变化，及时调整开店扩张策略，保持合理的开店、撤店比例，重点布局国内核心消费区域市场及拓展下沉市场，包括珠三角、长三角、海南自由贸易港等区域。 5、Q:请分享一下自有品牌离焦镜的推广情况？ A: 目前，公司自有品牌的离焦镜片处于试销阶段，目前销量相对有限。公司会结合消费者需求及反馈，有针对性地制定自有品牌离焦镜片产品的推广方案。 6、Q:离焦镜的验配对于员工资质方面具体有什么要求？
--	---

	A:离焦镜片的验配对员工的专业服务水平要求是相对较高的。验配人员除了需要具备离焦镜片的专业知识,还需要对客户近视解决方案进行解读,并且要深入了解客户的近视基本情况、用眼习惯以及舒适度要求。 7、Q:跟国内友商之间相比之下,公司自有品牌的离焦镜的竞争格局以及优劣势如何去看待? A:公司自有品牌的离焦镜片是和国内专业的友商伙伴在进行合作。整个产品的加工工艺、技术原理都是成熟的且未来迭代成长性强。打造自有品牌是公司作为产品平台型公司的必然选择,不仅能有效管控毛利率和利润点,更能夯实公司作为眼镜零售渠道龙头的地位。公司会持续关注国内外友商的临床报告和技术更新,适时调整产品销售策略。
附件清单(如有)	无
日期	2022年8月30日