

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：2023-002

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 电话会议 ☐ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 路演活动
参与单位名称	安联基金、博时基金、德邦基金、东吴基金、富国基金、工银瑞信、广发基金、国寿养老、嘉合基金、嘉实基金、民加基金、太平基金、泰达宏利、泰康资产、新华养老、新华资产、永赢基金、远信投资、长盛基金、招商证券、浙商证券、中银基金、中邮基金
时间	2023 年 3 月 13 日-2023 年 3 月 17 日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书、副总经理：杨秋 IR 高级经理：蔡百合
投资者关系活动主要内容介绍	1、Q：请具体介绍下公司本次对外投资事项及投资目的。 A：公司通过收购和增资的方式控制了杭州汉高信息科技有限公司（以下简称“汉高信息”）及其子公司杭州镜联易购网络科技有限公司（以下简称“镜联易购”），本次交易完成后，汉高信息和镜联易购将成为公司的控股子公司，并纳入合并报表范围。汉高信息是中国眼镜零售行业数字化整体解决方案提供商，并通过建设中国眼镜产品代码库、创新标准化核心算法和搭建标准平台，将眼镜行业上下游不固定的产品属性参数与光学属性参数进行匹配以提升行业效率。而镜联易购以服务终端消费者为目的，通过打通供应链上下游数据通路，为企业客户提供眼镜零售行业全品类一站式线上直采渠道及灵活

	的定制、配送服务。本次对外投资是公司基于整体战略规划考量,公司认为本次对外投资有利于将公司多年积累的能力与经验向行业输出,为单体眼镜零售门店赋能,提升公司的市场覆盖率,促进公司长期可持续发展,同时推动行业整体运营效率的提升。 2、Q：公司认为未来眼镜零售行业的增长因素是什么？ A: 我们认为未来眼镜零售行业主要增长因素有以下两点： （1）眼镜产品消费频率的提升。根据研究数据显示,2019年我国镜片人均购买量为 9.56 副/百人,远低于法国 48.01 副/百人、德国 46.58 副/百人、美国 24.83 副/百人等发达国家水平,同时,国内人均更换眼镜的频率是两至四年,而国外人均换镜频率是半年至一年,这说明国民的换镜频率是有较大提升空间的。随着我国消费结构的升级、人们消费理念的转变以及功能性眼镜产品的多样化发展,人们对于眼镜的购买量和消费频次将进一步增长； （2）眼镜产品客单价的提升。未来,随着消费者对功能性眼镜产品的需求呈多元化趋势,眼镜镜片将会集成更多功能,包括延缓近视、降低光源伤害、缓解长期办公视觉疲劳等,产品客单价自然会随之提高。 3、Q：请简单描述 2023 年第一季度门店零售终端的销售情况？ A: 首先,2023 年开年以来整体情况不错,消费者的配镜需求在疫情管控放开后得以释放,而且眼镜作为具有“半医半商”特质的产品,有刚性需求属性,消费者到一定时间会对其眼镜产品进行更新换代和升级；其次,公司于 2022 年年底开始逐步尝试抖音“本地生活”的推广模式,这次的尝试使公司享受到了第一波流量红利,同时也看到了抖音等新媒体推流对
--	---

	公司线下门店销量增长的辅助效应。 4、Q：公司如何看待有关于“公司门店数量已经到天花板”的言论？ A：首先，我国视力问题人口持续增加，功能性眼镜多样化需求凸显，近视人群呈现高发化、低龄化的发展趋势，催生了近视防控镜片的巨大需求； 其次，随着“一人多镜”等理念的推广，越来越多的消费者购买多种眼镜用于满足不同场合需要，未来的眼镜零售市场规模仍具有较大的发展空间； 此外，本次对外投资事项也显示出公司准备通过大力发展加盟店以提高市场占有率的决心。我们认为加盟模式能帮助现存单体门店提升自身品牌力、对上游的议价能力和对流量的运营管理能力，同时，公司会为加盟店提供信息管理系统以提升行业整体运营效率。 综上，从市场占有率和营收规模上看，公司门店数量和单店营收规模都有很大的提升空间。公司长期坚持“客户第一”的价值观，并会从行业角度出发，通过运作镜联易购加盟采购平台在提升市占率和店效的同时促进行业生态繁荣发展。 5、Q：想了解下公司未来在智能眼镜领域的布局。 A：智能眼镜并不会颠覆消费者的验光需求和线下体验场景。公司看好智能眼镜的长期发展，目前处于卡位布局阶段。作为验配服务商，公司承接智能眼镜交付链路上最后一环的职能。公司会长期关注此赛道，与业内头部品牌建立合作关系。
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 3 月 17 日

