

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：2023-004

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、券商策略会</u>
参与单位名称	国盛轻工、华宝基金、国海富兰克林、申万宏源、开源证券、信达证券、国泰君安、中金资管、中金基金、兴合基金、国寿安保基金、泰致资管、阳光保险资管、理享家、香元基金、鑫元基金、聚隆投资、睿扬投资、路博迈基金、彬元资本、生命保险资产、安信资管、源乘投资、歌斐资产、招商资管、东莞证券、中银基金、中融基金
时间	2023 年 5 月 8 日、2023 年 5 月 10 日、2023 年 5 月 11 日、2023 年 5 月 12 日
地点	深圳（公司会议室）、北京
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书、副总经理：杨秋 镜联易购董事长：夏伟奇 IR 高级经理：蔡百合 证券事务代表：方敏睿
投资者关系活动主要内容介绍	一、2022 年度及 2023 年第一季度业绩回顾 2022 年，公司实现营业收入 9.62 亿元，较上年增长 8.42%；实现归属于上市公司股东的净利润 7,516.23 万元，较上年减少 20.70%；新开门店 67 家，关闭门店 35 家，截至 2022 年末，公司门店总数 513 家，较上年净增 32 家。 2023 年第一季度，公司实现营业收入 3.10 亿元，较上年同期增长 40.06%；净利润 3,728.07 万元，较上年增长 440.97%，

	较 2021 年增长 74%。 二、投资者问答环节 1、Q：为什么选在这个时点做数字化加盟？ A：基于以下两个原因的考量，我们选择在这个时点大力发展数字化加盟： 1) 由于前几年经济下行、消费需求萎缩，眼镜零售行业整体承压前行，单体眼镜店的停业率、撤店率上升，盈利能力和生存能力下降，它们需要强有力的供应链、流量赋能、上市公司品牌背书及信息化工具来支撑； 2) 抖音通过本地生活业务逐渐改变了流量的分发逻辑，即改变了“需求在前、消费在后”的消费习惯，用短视频内容营销与销售团购券等方式刺激消费者的到店欲望和消费需求。公司在 2023 年第一季度正式上线本地生活业务后，已享受到了第一波流量红利，同时也看到了抖音推流对线下门店销量增长的辅助效应。 2、Q：加盟业务在推广上有地区性考量吗？ A：目前公司在加盟业务上没有地区偏好，全国的单体眼镜店都可以申请加盟。 3、Q：注意到公司股权激励计划覆盖到一线员工，想问下激励效果是否有达到预期？ A：为了激发员工的积极性和创造性，有效地将公司、员工利益结合在一起，公司从上市以来已实施 2 次股权激励计划。2021 年限制性股票与股票期权激励计划的激励层级涵盖管理后勤、营运中心、一线经营单元等多部门，其中一线经营单元激励对象占总体激励对象的 48.13%。目前的激励效果已基本达到预期，实施股权激励计划使公司人才队伍的稳定性、积极性、创造性得以提升，尤其减少了一线门店员工的流失率，从而增强公司凝聚力和战斗力，满足公司的可持续发展需要。 4、Q：能否简单介绍下公司与医院合作建设视光中心的
--	--

	情况？ A：目前，公司主要是与公立医院、社康中心合作建设视光中心。未来，公司将不断提高视光专业服务水平，依托供应链管理优势，借助所处医院及社康中心的门诊流量和医疗技术资源优势，协助开展验光配镜、近视防控以及视觉康复训练等重服务属性业务。截至 2022 年 12 月 31 日，公司共有 12 家视光中心，全部都在广东省，希望通过积极拓展综合视光服务体系在外省实现视光业务的突破。 5、Q：公司的产品客单价情况如何？ A：公司的产品客单价一直位列眼镜零售行业的第一梯队，目前平均客单价能在 1000 元以上。 6、Q：抖音本地生活业务对公司第一季度的业绩增长带来很大助力，想问下抖音与之前天猫、京东等其他线上业务布局有什么差别？ A：公司是在 2022 年末开始布局，2023 年 1 月正式上线抖音本地生活平台。同时，公司也是第一批与抖音本地生活达成合作的眼镜零售企业，具有先发优势。 抖音本地生活业务和之前公司的线上业务存在很大差异，天猫、京东等线上平台主要是基于“人找货”的逻辑，消费者先产生需求再去网上搜索产品。而抖音本地生活是基于“货找人”的逻辑，能更精准地进行流量运营，通过促销内容和短视频的推送，激发了消费者潜在的眼镜更换需求，促使消费者在线上完成优惠券的购买，在线下核销优惠券及体验选品配镜服务，本质仍然是到店业务。 7、Q：抖音本地生活业务上线后带来的收入增量是否能维持，还是会继续增加？ A：2023 年第一季度抖音本地生活带来的投流效果和收入增量已处于高位，尤其是 2 月份优惠券到店核销收入创了历史新高。这主要由三个原因导致：
--	---

	1) 抖音平台对新业态的流量扶持; 2) 由于前期消费需求萎缩, 2023 年第一季度有部分配镜需求回补; 3) 公司第一次尝试本地生活引流模式, 优惠券的促销力度较大。 公司认为后续抖音本地生活业务的收入增量会有一定回落, 但仍会维持在一个可观的增量水平。
附件清单 (如有)	无
日期	2023 年 5 月 12 日