

证券代码：300015

证券简称：爱尔眼科

爱尔眼科医院集团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	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	嘉实基金：姚志鹏、郝淼、汤舒婷、杨欢、程佳、邓云龙； 国金证券：袁维； UBS：陈晨，叶文嘉，刘嘉洲； Allianz：蒋磊； 方瀛研究与投资：邓乃天； 凯雷投资：谢四维； SuMi Trust：Sandy Shao； 方圆基金：赖少萍。
时间	2023年6月15-16日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：陈邦 董秘：吴士君 董事会办公室工作人员
投资者关系活动内容介绍	1、公司未来如何保持增长的持续性？ 答：未来爱尔眼科毫无疑问还是会以医疗服务为主题，深耕眼科行业。主要将从三个方面入手： 首先，公司将进一步加强核心竞争力，夯实临床服务建设，以促进存量医院经营工作的稳定发展。一方面，随着“1+8+N”战略的持续推进，我们期望未来能够将长沙爱尔眼科医院打造成世

界一流的集临床、教学、科研、培训一体的世界级眼科医学中心，全面与国际接轨。将北京、上海、广州、深圳、成都、重庆、武汉、沈阳的八家主要医院打造成国家及区域眼科医学中心，并通过“1+8”带动“N”的发展，“N”指的是整个集团全部的医疗机构。有这些标志性医院在人才梯队、学术科研、品牌声誉等方面起到的引领作用，爱尔眼科的整体发展将不可同日而语。

其次，公司将继续扩大医疗网络布局。在国内，公司医疗网络已经覆盖了大多数省会级城市、地级市，但还有大量县级市以及同城下沉空间；在海外也仍然有巨大市场潜力。公司在欧洲发展得不错，目前有接近 100 家医疗机构。在这个基础上，公司的欧洲管理团队稳扎稳打，提出在未来十年完成新增 100 家医疗机构的规划。

再者，人口在哪里，眼科需求就在哪里。中国的地市县域人口占据了总人口的七、八成，目前公司做得好的地级市医院如东莞爱尔等有超过 2 亿的收入体量，但还有大量地级市医院仍处于快速成长期，还有很大的发展空间。未来爱尔的医疗网络将会布局到中国的城乡县域，通过区域龙头医院带动区域内医疗机构；通过眼视光诊所布局下沉市场，让当地的老百姓都能享受到高质量的、可及的眼科医疗服务。

爱尔始终专注眼科行业，潜心下来，心无旁骛，把医院把技术水平提高，服务水平提高，通过全球化布局，医、教、研、产、投协同战略，为推动人类眼科学和视觉科学发展作出贡献。

2、请问董事长如何看待人口出生率下降的影响？

答：去年中国出生人口低于 1000 万，今年预计只有 800 万左右，但这对眼科行业的影响有限。一方面，中国眼科各亚专科渗透率处于极低水平，人口出生率的下降实际上对未来眼科行业的市场空间影响微乎其微；另一方面，虽然目前新生儿出生率下降，但起码也要到十年以后才会影响到一部分视光业务，十八年后才

会影响到屈光业务。

我们看到，国家正在采取相关措施，以扭转人口下滑趋势。同时，中国人口基数巨大，不必高估其对眼科需求的影响。

现代社会学习、工作、娱乐用眼强度大幅增加，导致各种眼病患病率呈上升趋势；同时，人口老龄化带来的年龄相关性眼病持续增长，对医疗供给提出了更大、更高的要求。随着我国居民眼健康意识不断增强、收入水平日益提高，同时随着技术进步，眼科医疗潜在需求将不断转化为现实的有效需求，大量基本需求将逐步升级为中高端需求。在需求增加和消费升级的共同作用下，眼科行业的空间不断扩大。随着公司规模持续增大、口碑进一步提升，规模效应和口碑效应不断强化，未来还有很大的成长空间。

3、请问董事长如何看待舆情的影响？

答：在 2021 年致全体爱尔人的一封信中，我提到爱尔对于社会监督的态度：以患者为中心，以温情为纽带，以法律为准绳，全面拥抱社会监督，推动自我革新。回头看，爱尔的医疗质量和服务体系上了一个新台阶。

过去三年，在全面防疫的情况下、在网络暴力的冲击下，爱尔挺过来了。归根结底，还是靠我们优良的医疗质量，比如，去年公司白内障术后眼内炎发生率为万分之 0.8，而国家统计三甲医院发生率约万分之 3，详细情况可参考公司年报。

极端压力锻造了我们的能力，风险管控能力不断加强。未来，爱尔将继续坚持刀刃向内、自我革新。同时，也将拿起法律的武器、捍卫公司的合法权益，维护广大投资者的合法权益。

近年来，接二连三发生的网络暴力事件已引起了国家相关部门的高度重视。2023 年 6 月 9 日，有关部门发布《关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见（征求意见稿）》，目的就是维护公民人格权益和正常网络秩序。

去年以来，我们已经看到多起依法维权事件得到了法律的公正

判决。互联网不是法外之地，网络空间将得到逐步净化，营商环境将进一步改善。

4、请问董事长怎么看待新上市的眼科医院和后续竞争？

答：更多眼科医疗机构上市，推动行业的发展壮大，公司乐见其成。首先，这说明潜在的眼科市场空间仍然十分广阔。我国的眼科医疗服务渗透率对比发达国家仍处于较低水平，同行选择上市，会进一步增强大家的眼健康意识和认知，共同培育市场；其次，同行能够上市，也说明整个行业也在不断地趋于规范化，这有利于行业的整体健康发展。无论是公立还是非公立，大家进行良性竞争与合作，既有利于壮大整体眼科行业，又能够提升国家整体医疗资源，最终受益的是全国各地的老百姓。

当然，面对竞争，我们爱尔人也应当永远葆有创新精神、奋斗精神。公司通过完善的战略规划和网络布局，形成了独具特色的竞争优势和综合优势。公司的整体战略规划和“1+8+N”的体系建设，会带动爱尔全球化的整体发展，逐步达到并赶超国际顶尖水平。未来发展的关键是我们爱尔人在未来的20年能否保持甚至超越前20年的创业精神和奋斗精神，只要大家能够永远保持竞争力，点燃二次创业激情，爱尔一定就会越来越好。

5、公司如何看到商誉增长对经营业绩的影响？

答：在并购中，项目估值高于可辨认的账面净资产从而产生商誉，是一种正常的财务现象。商誉本身是表象问题，背后的核心问题是并购之后的整合问题和驾驭问题。爱尔眼科国内外并购，都是始终围绕战略和主业，并购前进行严格的尽职调查，并购后进行全面的赋能整合，总体上保障了项目发展符合预期。多年以来，爱尔积累形成独有的管理能力和运营能力，是保证并购标的业务经营活动能够最终达到预期的最好保证。公司每年末都会根据会计准则的要求对商誉资产进行谨慎的减值测试，存在减值迹

象的计提减值准备。

6、OK 镜集采事项的最新进展如何？

答：关于 OK 镜集采问题，1、中国大陆的 OK 镜渗透率处于极低水平。若通过集采在一定程度上降低门槛，以价换量，让更多青少年受益，将是一件有社会价值的益事；2、放量后会产生规模经济，逐步出现强者更强的趋势。OK 镜验配是具有医疗资质和技术门槛的医疗业务，随着业务放量，规模效益会更加显著；3、爱尔眼科提供的是基于双眼视功能和医疗属性的近视综合防控体系，始终以多层次服务动态满足多元化需求，防控的具体手段包括框架镜、离焦镜、哺光仪、思问、云夹等，OK 镜只是其中之一，完全不必闻集采而色变，产品结构会越来越均衡合理；4、公司从来都是未雨绸缪提前布局，近视防控的需求越来越大确信无疑，行业壮大的标志就是让更多人从中受益；5、从近期医保政策变化来看，优质优价、差别定价是趋势。相关部门已经不是唯低价是取，保护创新的意图越来越清晰，让医患双方的利益都得到合理维护，只有合理的模式才能可持续发展。总之，公司视光业务提供的是近视防控的解决方案，而不是销售某一种产品，医生的技术价值、全程的劳务价值、医院的品牌价值，都会得到应有的体现，这符合国家医改的方向。

7、公司未来视光诊所的发展有何战略规划？

答：爱尔眼科门诊部、眼视光诊所属于医疗机构，是公司同城分级诊疗的重要环节，可以解决基本眼病、常见眼病问题，也有向上级医院的转诊功能，与市场上其他的视光中心在技术和服务方面有本质区别。

经过几年的探索，眼视光诊所的模式逐步清晰，后续我们希望能够以适合爱尔的发展模式进行大力推广，通过背靠同城医院的技术支持，一方面将疑难眼病患者向医院转诊；另一方面通过持

续的眼健康教育活活动，提高周边区域人群的眼健康意识，满足基本的眼科诊疗需求。

眼视光诊所的发展也是公司未来“强基层”规划的重要组成部分，根据不同地区的情况不断调整和完善，推广起来是很迅速的。我们将通过眼视光诊所进一步下沉市场，把最好的服务送到老百姓的家门口，让广大群众享受到可及的眼科医疗服务。

8、请问公司未来对海外有何战略规划？

答：海外眼科行业市场空间非常大，但海外市场情况也更加复杂，无论是政治、经济、文化还是风俗习惯，都需要公司因地制宜地一步步探索。

国际化是公司构建眼健康生态圈发展战略重要的一环。国际化战略也要服务于集团的整体目标，只有能促进公司技术提升、专业互补、人才增强的项目，才有收购的意义。公司国际化战略是本着宁缺毋滥、去粗取精的原则，追求高质量发展，不做粗放式扩张。

欧美等发达国家或地区在医疗技术、管理、服务等方面具有诸多可取、可学、可用之处。爱尔需要有全球视野，利用横跨亚美欧网络布局的优势，加强国内外交流合作，加速临床、科研、人才资源的全球一体化，搭建眼科平台，通过国际化“洋为中用”，推动国内眼科市场发展，加快发展高端服务，形成多层次的医疗供给体系，同时加速提升公司核心竞争力和国际影响力。

9、请问陈总如何看待目前政策变化对民营医疗支持的情况？

答：国家的政策，一直以来都是允许、支持、鼓励民营医疗的，从始至终没有变化。国内这么多患者需要多层次的医疗服务和医疗手段，一定需要公立医院和民营医院共同发展才能解决。在全民健康国家战略的大目标指引下，公司兢兢业业做好医疗服务，并积极参与慈善公益活动，本着量力而行的原则，每年帮扶

贫困患者，利用“交叉补贴”模式进行可持续的捐赠，实现社会效益和经济效益的和谐统一。

所以，对于政策方面，研究透了就不会担心。只要医院技术高、服务好，一定是为社会创造正面价值的；只要是百姓需要的、规范运行的、高质量发展的，国家都是支持的。在国家多项政策的支持下，我国社会办医的发展环境不断优化，社会办医快速发展，医院数量、床位数、卫生技术人员数量、诊疗人次数和入院人数、收入均迅速增长，从而使得社会办医在总体医疗服务市场中所占比重不断提升。

10、公司是如何看待品牌效应，在自媒体平台有布局吗？

答：品牌效应是一家公司综合实力的体现、是技术和服务的集中反映、是多年持续积累的结果。爱尔眼科始终坚持以患者为中心，不断推进知、信、择、荐的经营飞轮，不断夯实品牌的知名度和美誉度，不断强化医疗安全和医疗质量，服务好每一位患者，让患者成为爱尔品牌的口碑传播者；同时，公司坚持预防与治疗两手抓，利用好各类新媒体，在各主流新媒体平台进行探索、创新，通过线上和线下相结合的方式开展眼健康教育活动，进行眼健康知识科普，增强大众眼健康意识。

11、屈光业务未来在价格方面会有调整吗？会通过降价参与市场竞争吗？

答：公司的屈光技术保持与国际先进水平同步，同时，公司坚持“适合的才是最好的”基本理念，为患者提供个性化的、针对性的屈光手术服务。

公司的屈光业务客单价，主要通过技术的升级带来价格的提升。从最初的普通术式到半飞秒，全飞秒，再到 ICL 植入，技术不断迭代进步，选择新技术、高端技术的患者越来越多。

医疗服务与制造业存在较大差异，患者的最大关注点始终是诊

	<p>疗效果，而非价格。在竞争中，价格的乱象是不可取的，也是不可持续的。屈光手术目前在中国市场的渗透率很低，就公司对行业的理解而言，屈光业务的发展，一定是把医疗质量和服务水平放在第一位的。保障医疗服务高质量发展、给患者提供个性化的全面手术解决方案、提供优质的医疗服务、以及持续的眼健康教育才是在竞争中获胜的关键。对于今年的屈光手术的增长，公司很有信心。</p>
日期	2023 年 6 月 15-16 日