

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：2024-004

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 type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司 2023 年度网上业绩说明会的全体投资者
时间	2024 年 4 月 9 日 15:00-17:00
地点	价值在线（www.ir-online.cn）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事、总经理：LOUISA FAN 独立董事：王伟 董事：夏伟奇 副总经理：BING XIA 董事会秘书、副总经理：丁芸洁 财务总监、副总经理：康海文
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、Q：目前门店情况？未来门店这块如何调整？</b></p> <p>A：尊敬的投资者您好，截至 2023 年 12 月 31 日，公司线下门店合计 515 家，经营网点已遍布广东、江西、重庆、江苏、云南、四川、海南、浙江、安徽、广西壮族自治区、北京、上海、湖北、山东、湖南、陕西、辽宁、福建、宁夏回族自治区、天津、贵州、甘肃、山西、西藏自治区共计 24 个省、自治区、直辖市。随着民众消费需求与购物习惯的不断改变，公司逐步调整经营策略，加大与综合商超及医疗机构的合作。公司通过与山姆、天虹、华润等大型商超机构及深免集团、海旅免税等免税集团建立良好</p>

的战略合作关系，深耕国内一二线城市核心消费市场，积极推进海南自贸港的免税业务，并加强与医院、社康中心合作建设视光中心的力度，持续完善线下销售网络。感谢您的关注！

**2、Q：请问公司对2024年有什么展望呢？各业务板块增速如何？**

A：尊敬的投资人，您好！2024年，公司将以国家政策为导向，以消费者需求为指引，继续加强数字化运营管理水平，提升服务与交付能力，优化线上线下渠道经营策略，打造专业化人才队伍，不断夯实公司核心竞争力，使公司业务实现长期可持续发展。具体而言，公司拟重点推进以下几项工作：1、完善销售渠道布局，提升市场占有率和到店转化率；2、聚焦多样化视觉需求，提高功能型镜片渗透率；3、加强信息化管理水平，打造零售行业数字化标杆；4、推进组织升级，提高人才密度和运营效能。感谢您的关注！

**3、Q：眼镜产品市场巨大，竞争激烈。公司有什么核心竞争力？未来如何提升市场份额？**

A：尊敬的投资者您好，公司是国内领先的眼镜零售连锁企业，经过多年的发展，公司的营运能力持续提升，在品牌知名度、销售渠道、产品丰富性、服务与交付等方面形成了一定的竞争优势。未来，公司将通过强化企业核心竞争力，整合行业资源，持续探索提质增效的可行途径，同时积极扩张线下门店销售网络，全面提升市场占有率，通过直营与加盟齐头并进的方式，进一步强化公司在行业中的规模效应和头部优势，为消费者创造舒适清晰视界、助力美好生活。感谢您的关注。

**4、Q：请问公司的品牌矩阵是怎样的？**

A：尊敬的投资者您好，为满足不同客群的多场景消费需求，公司积极打造六大眼镜零售品牌进行多层次市场布局，形成差异化品牌矩阵效应，包括“President optical”定位于“高端定制”、“博士眼镜”定位于“专业视光”、“Boojing”定位于

“新消费零售”、“zèle”定位于“时尚快消”、“砦（石人工）”定位于“全国加盟”、“ZORRO”定位于“复古文化主题”。感谢您的关注。

**5、Q：加盟体系拓展情况如何？**

A：尊敬的投资者您好，公司加盟业务是为线上、线下加盟门店赋能，为其提供强有力的人员管理培训、商品供应链、上市公司品牌背书、信息化系统工具、流量运营等方面的支持。2023年，为进一步提高市场占有率和公司品牌的市场覆盖率，公司通过收购和增资的方式控股了杭州汉高信息科技有限公司及其子公司杭州镜联易购网络科技有限公司，并选用“砦（石人工）”品牌进行加盟招商，加速零售网点的扩张。未来公司将输出深耕眼镜行业多年的经验与能力，加强对加盟门店的督导管理，提升加盟门店的综合竞争力，为公司开发下沉市场奠定坚实的基础。感谢您的关注。

**6、Q：去年线上本地生活业务经营情况怎样？如何保证引流后的交付质量？**

A：尊敬的投资者您好，2023年年初，公司抓住行业风口开拓了本地生活业务的新市场，持续完善本地消费场景建设，通过精细化运营、优化团购产品、加大引流力度来提高消费者的忠诚度和认可度，进一步沉淀积累品牌推广与线上销售能力，构建线上与线下联动发展的新局面。2023年，公司在抖音本地生活平台实现平台前端GMV为11,134.77万元，累计转化门店核销收入7,415.70万元，同时成为眼镜类目唯一获得“2023年抖音本地生活服务综合行业热销商家奖”的品牌。随着公司流量运营能力的逐步迭代和线上线下联动能力的稳步提升，公司已在抖音、大众点评等本地生活服务平台均开设官方账号，并利用内容营销与团购券互为补充进行高效引流到店，持续巩固门店交付能力和服务水平等核心优势，始终处于行业内本地生活业务的第一梯队。在引流后，公司会持续关注交付质量和服务水平，一直坚持“客

户第一”的价值观，致力于为消费者提供定制化的眼镜产品和专业化的验配服务。公司在人员培训方面加强投入，通过精细化管理模式、标准化流程和系统性培训机制为公司加速拓展营销网络提供坚实基础。同时，公司持续打造数字化供应链，引进先进的仪器设备，升级优化交付服务部和售后客服团队，凭借高效优质的供应链和会员体系，加强销售终端到交付各个环节间的联动，不断提升客户订单处理能力，提高加工配镜的交付效率，为实现再次销售创造了有利条件。感谢您的关注。

**7、Q：随着我国老龄化程度日益加深，公司是否会针对银发市场积极布局？**

A：尊敬的投资者，您好！根据《中国老龄产业发展报告（2021-2022）》，2020年中国老年人口消费潜力约为4万亿元，在2050年时或会达到40万亿，占GDP的比重将攀升至12.20%。由于中老年人的消费能力和养老服务需求逐步增强，且60后、70后一代逐渐成为老视群体主力，中老年人越来越关注视力健康问题。对于眼镜零售企业来说，重视中老年群体的眼镜消费需求，不仅体现出人文关怀和社会担当，也将成为公司助力业绩增长的新引擎。公司将积极布局针对银发市场的渐进多焦点镜片（看远看近不用频繁摘戴眼镜）等功能性镜片，把握银发市场从追求简单的视力保健和低价产品转变为重视眼镜的功能性和舒适性转变的机会，促使同时解决看远、看近问题的渐进多焦点镜片的消费需求进一步释放，助推眼镜行业“银发经济”的繁荣。感谢您的关注！

**8、Q：请问公司认为今年的情况相比去年会更好吗？可以介绍一下公司的业绩目标吗？功能性镜片占比多少？离焦镜片去年增长79%，今年这个增速能否持续？**

A：尊敬的投资人，您好！2024年，公司将以国家政策为导向，以消费者需求为指引，继续加强数字化运营管理水平，提升服务与交付能力，优化线上线下渠道经营策略，打造专业化人才

	<p>队伍，不断夯实公司核心竞争力，使公司业务实现长期可持续发展。2023年，公司功能性镜片总体销量保持稳步增长态势，同比增长43.11%，其中，离焦镜片的销量同比增长79.05%，成人渐进镜片的销量同比增长55.67%。为满足消费者更多的视觉需求，公司将遴选优质可靠的功能型镜片供应商，着力完善功能型眼镜产品矩阵；加强专业验配能力的培训投入，大幅提升员工验光服务水平；通过巩固优化会员体系、升级售前售后服务、推进基于客户画像的精细化营销等方式加深消费者教育宣传力度，在日常服务中普及眼健康知识，拉动功能性眼镜渗透率的提升。感谢您的关注。</p> <p><b>9、Q：如何看待港人北上深圳购物？是否有针对性的举措对接这股消费热潮？</b></p> <p>A：尊敬的投资人，您好！公司将密切关注和把握潜在市场机会，感谢您的关注！</p> <p><b>10、Q：今年第一季度经营情况如何？</b></p> <p>A：尊敬的投资者，您好！公司已预约2024年4月26日披露2024年一季报，请您届时关注。感谢您的关注！</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024年4月9日