

证券代码：300595

证券简称：欧普康视

2024年4月23日投资者关系活动记录表

编号：2024-003

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 在线会议
参与单位人员 情况	“走进创业板 50 上市公司·欧普康视”投资者 69 人
时 间	2024 年 4 月 23 日（星期二）14:30-17:00
地 点	合肥市高新区望江西路 4899 号欧普康视科技股份有限公司
上市公司参 会人员	创始人、董事长兼总经理 陶悦群博士 董事、副总经理兼董秘 施贤梅女士 董事、财务总监 卫立治先生等管理层
投资者关系 活动交流主 要内容介绍	<p>一、现场参观</p> <p>投资者参观公司展厅、镜片生产车间、二期工程规划及二期已投产设施，了解企业生产、发展及经营状况、主营产品及业务拓展。</p> <p>二、各板块业务介绍</p> <p>公司板块负责人针对在研项目推进、产品生产和产能提升，产品推广和销售，终端发展及连锁化经营体系等三个方面做了系统的介绍，让投资者了解公司发展规划及采取的措施。</p> <p>三、投资者交流问答</p> <p>Q1：这些年生育率下降，近视眼人数总体数量不可避免会下降，对于公司的业绩有多大的影响？贵公司应对措施？</p> <p>A：未来总近视人数下降有可能，但公司主营产品角膜塑形镜，现在在近视青少年中的渗透率还在个位数，还远没有达到饱和，如果下列主要</p>

制约因素消除，还有很大的上升空间：

第一、政策上的限制，西方发达国家的视光服务机构以社区化小型视光诊所为主，在家门口就能配镜、复查，专业、便利，时间成本低，个性化服务程度高，会吸引那些想使用但不愿去医院检查、配镜、频繁复查的近视患者。

第二、眼视光技师短缺。检查、配镜、配后服务都需要专业眼视光技师指导，但目前眼视光专业毕业生人数有限，大多留在大城市发展，小城市很缺乏，因此，现在的塑形镜验配集中在大城市，小城市量很少。

第三、使用成本总体较高，主要是中高收入家庭在使用。

这些制约因素正在逐年好转，塑形镜的总体使用量还会继续上升。如果现在渗透率很高了，我们才会担心你刚才说的这个趋势，目前看还早，市场潜力还很大，不要那么悲观。公司目前遇到的业绩增长瓶颈不是出生率下降造成的。

Q2：河北省集采有没有新的进度进展，当前医疗器械国产化是大势所趋，欧普康视有没有预见未来会不会有更大规模和范围，像是多省集中采购或者省级联盟集采这么一个趋势，然后欧普康视面对这么一个趋势的思路是什么样的？

A：河北集采在 2023 年已经实施了，公司针对集采推出了“医保专供片”，2023 年收入占比非常小，约 0.1%。除了在河北以外，公司现在也在贵州的一些地方主动推出医保集采专供片，目前没有受到积极的响应。

公司应对集采的措施包括：（1）医保渠道与商业渠道分开，医保推出普惠式标准产品，商业渠道则是公司特色产品，人无我有，人有我优，区别化经营。2023 年下半年，公司推出了一些高端产品套餐方案，效果不错。我们的新一代角膜塑形镜已提交注册申报，如果获批，会进一步提升公司产品的独特优势，只有不断推出特色新品，才能保持公司的毛利和市场优势；（2）扩展自控视光服务终端的规模，终端收入结构是产品收入+服务收入，在产品单价降低的同时，以优质服务增加收入是一个补充，服务收入的比重不断扩大是一个大趋势。公司通过发展控股终端，从以前比较单一的产品收入，过渡到获取产品+服务的收入来保证公司成长的空间

和优势。

总体来看，由于目前塑形镜的消费群体主要是中高收入家庭，加上使用者是孩子，家长考虑第一位的是质量，第二是服务，第三才是成本，所以我们虽然有高中低三挡价格的镜片，选择中档的最多，可见价格不是第一考虑。同时，公立医院的配镜主要在视光中心，是非医疗机构，参加医保集采的主要是公立医院的医疗渠道，这个渠道量很小，对市场总量的影响也很小。

Q3：今年2月份巩膜镜申请注册了，然后这款产品大概的一个销售预期是什么样子的？

A：巩膜镜在美国的用户可能超过塑形镜，是一个主要的视光产品。在我国能够达到多大的销售规模要看市场定位，它的刚性市场是矫正不规则角膜、圆锥角膜等，这部分市场规模有限。其实巩膜镜在视觉效果、保持眼表健康、配戴舒适度上超过普通软镜，如果能让部分高端软镜使用人群改用巩膜镜，这个市场就大了。公司希望把巩膜镜做成一个大产品，而不是一个高冷产品。

Q4：公司的低浓度阿托品已经进入了三期了，临床和终端它对咱们这个产品的评价怎么样？因为现在市面上已经有阿托品上市了，等到我们获批的时候，整个市场空间是怎么考虑的？

A：（1）公司低浓度阿托品在三期临床中，还没有进行数据统计，目前不知效果。我们的院内制剂阿托品前年就临床应用了，主要推荐给不能使用角膜塑形镜的客户去使用，或是度数增长很快的，配合塑形镜使用。国内有不少医疗机构很早就给儿童近视患者提供院内制剂低浓度阿托品，积累了大量的临床经验，据介绍，不同的孩子适用于不同的剂量，不是一个剂量适用所有人。（2）公司CDE注册的阿托品何时能获批不好预测，那个时候的市场情况更不好预测，公司会根据当时的市场环境制定营销方案。

本次投资者交流会活动中，公司严格依照《上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等规定执行，未出现未公开重大信息泄

	露等情况。
附件清单 (如有)	无
日期	二〇二四年四月二十三日