

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：2024-007

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：洪流；平安资产基金：万军；华泰柏瑞基金：沈雪峰； 信诚基金：胡喆；金信基金：刘文正；海通证券：荀玉根、汪立亭、李颖、胡莹
时间	2024年9月20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
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、公司如何看待当下的眼科行业？</b></p> <p>答：宏观经济环境对眼科行业的阶段性影响，不会改变其坡长雪厚的特性。随着手机使用率的持续提升，人们日常用眼强度大幅增加，我国近视呈高发化、低龄化、重度化趋势，干眼症等与用眼强度相关眼病患病率不断提升；伴随着老龄化加速，年龄相关眼病如白内障、老年性黄斑变性、老花眼等患者持续增长，眼科行业的潜在需求不断扩容。</p> <p>相比较于发达国家和地区，中国人口有14亿之巨，但眼科各亚专科诊疗的渗透率还很低，存在大量应治未治现象，很多诊疗仅处于低水平满足阶段。后续随着科普教育的持续发力，老百姓眼健康意识得到提升，对于眼健康的追求也将更进一步。</p>

随着医疗技术不断更新迭代，新的技术解决老的难题，带来更优视觉质量，自然而然会获得患者的信赖实现大众化、普及化，推动行业的蓬勃持续发展。

相对而言，眼病医疗需求较为刚性，非眼病需求较为弹性，但人们对眼健康和视觉质量的需求是长期客观存在的。国家政策对于眼科行业和社会办医始终保持支持态度，眼科行业将长期保持稳定健康发展。当然，行业的成长不会是线性的，即便受到外部环境的阶段性影响，其本质和逻辑不会发生根本改变。

对公司而言，应对策略就是顺势而为、提质增效，优化管理、强化品牌。

## **2、针对目前行业现状，公司在经营管理方面怎样调整？**

答：自公司成立以来，持续引进吸收国际先进的医疗管理经验，积极创新符合中国国情的发展模式，使更多老百姓能够享受到优质眼科医疗服务。

在目前大环境下，公司对经营管理体系继续打磨，摸索更符合当前环境的经营策略，力求做到“收放自如”，快速聚焦于更有潜力的地区和业务，优化集团对省区、省区对医院、医院对科室的管理体系，加强后台对一线的呼应和支持，始终保持大而不笨、敏而不钝。同时，公司积极引入人工智能、数字化等新技术，与时俱进地对现有体系进行升级、变革，实现降本增效。眼科医疗行业门槛相对较高，“得分点”最终还是围绕着技术、品牌、人才、管理等展开，公司多年深耕行业，具有较强的适应能力和创新能力。

眼科医疗行业的发展是一场无止境的“马拉松”。爱尔不迷恋过去、不悲观未来，在当前更加专注于将自身内功不断夯实，基础打牢，稳固底盘。未来随着时间推移，各医疗机构院龄持续增长，依靠技术、服务厚积薄发，赢得品牌和口碑的“制高点”，行稳才能致远。

### 3、公司海外业务发展如何？

答：公司自 2015 年首次并购香港亚洲医疗至今，已在欧洲、东南亚、美国实现全球基本布局，积累了多年的海外收购和运营经验，树立了广阔的全球化视野。近年来公司海外调研更加频繁，对很多国家的政治、经济、文化和风俗习惯等了解度不断提高，发现海外眼科市场潜力巨大。当然，海外市场情况复杂，不能一蹴而就，公司要在积极探索后慎重布局，本着宁缺毋滥、去粗取精、优中选优的原则，追求高质量发展，不作粗放式扩张。

在海外进行收购，公司最关注的是管理团队的业绩、声望、稳定性和默契程度，这是决定一家机构发展的首要因素。收购后通过董事会主导重大决策，国内外共享管理经验，推进融合创新，实现海外管理团队与爱尔理念的融合。以欧洲子公司 Clínica Baviera 为例，自 2017 年收购后，截至 2023 年底，实现营业收入超 15%、净利润超 25% 的年复合增长，显著超过收购之前的增速。今年，其又以自有资金收购英国 Optimax 集团 100% 股权，这是公司扩大重要国家布局的关键一步，也是巩固全球优势地位的重要举措。

未来，公司将不断深化“共享全球眼科智慧”的战略部署，在临床科研、诊疗技术、服务水平、人才培养等多个维度实现国内、国际双向赋能，强化国内、国际“双循环”优势，助推公司“1+8+N”战略目标的实现。

### 4、公司目前眼科门诊布局的设想如何？

答：公司稳步推进建设中心城市及省会城市医院、覆盖地级市医院和布局眼科门诊部。眼科门诊都配备了眼科医生，可以做视光和基础眼科诊疗，需要做手术的患者转诊至上级医院。未来逐步完善眼科门诊部网络布局，更好地助推分级诊疗策略。

眼科门诊部业态将会形成区别于普通视光中心的技术优势，

通过运用人工智能、云技术和先进设备等，在社区基层进行多点布局，进一步扩大覆盖面，让患者就医更为便利。

#### **5、爱尔眼科“1+8+N”战略的推进情况如何？**

答：公司成立至今 20 余年，已发展成全球规模领先的眼科医疗连锁机构，但我们清醒地认识到，要带动整体几百上千家医院提升，包括行业评价、学术水平、品牌形象等，都需要强化龙头医院来引领整体发展。

“1+8+N”战略，即：建设 1 家世界级眼科医院，即长沙医院；建设 8 家国家级区域眼科中心，即北京、上海、广州、深圳、武汉、沈阳、成都、重庆医院；“N”指的是全国其他爱尔眼科医疗机构。龙头旗舰医院要具备全国甚至全球影响力，省会医院要做到全省一流，标志性医院在医疗技术、服务水平、人才梯队、学术科研、品牌声誉等方面起到引领作用，带动公司整体进一步发展，再上新的台阶。

目前，这九家旗舰医院已经基本陆续建成并投入运营，意味着大项目建设阶段基本结束，公司进入了“拔高”的新阶段，技术提高了、服务提高了、品牌影响力提高了，老医院的天花板也就提高了。中国人口多，只要做得好，不怕做不大。

#### **6、当前民营医院的医保政策如何？**

答：在支持社会办医的大方针指引下，国家不断出台相关政策，推动民营医院规范发展。各地规章制度有所不同，公司医院发展也需要因地制宜。

回头看，随着国家医保政策持续完善，如推行 DRG\DIP 结算方式等，民营医院的竞争环境正在不断优化。无论如何改变，我们总是乐观以待，只要成本控制、经营管理得当，就不存在医保限额的“紧箍咒”。

爱尔眼科提供全眼科服务，包括基本医疗需求和非基本医疗

需求，我们的总体方针还是持续扩大患者基数，自然而然就有部分患者会选择更高标准的医疗服务。

### **7. 目前地县医院情况以及未来发展计划？**

答：公司持续完善分级连锁模式，从省会逐步布局至地级市再延伸至县级，各省区都在逐步实施探索。

每个省区面临的外部环境不同，内部条件不同，并非整齐划一，我们在执行上必须遵循实事求是的精神，稳步推进，该收就收、该放就放，不搞一刀切、齐步走。

随着国内环境变化，经过内部反复评估，以全国范围考量，个别医院将会有相应调整优化，例如调整为眼科门诊中心或诊所，涵盖基础眼疾的诊断和治疗、术后复查、健康筛查、医学验光配镜等，疑难病例将直接转诊至上级机构。整体发展路径持续围绕分级连锁模式，省会引领，地级市上下连接，县级医院和门诊将作为“枝蔓”逐步触及下沉区域，实现有爱尔特色的分级诊疗。

### **8. 眼科领域是否有新技术突破？**

答：眼科领域不断有新技术、新产品出现，虽然有时快一些，有时慢一些，临床应用批准的进度也有所不同，但先进性不断提高。比如，近视手术技术持续升级迭代，老花等新兴技术也在引进推广，构成多层次服务。通过为患者提供个性化的、针对性的全面解决方案，满足不同患者的需求。比如 ICL V5 前期在博鳌乐城爱尔先行先试，未来将正式进入内地，进一步提高视觉质量，满足更多患者的需求。

除了技术的进步，还要持续提高覆盖面和普及率。比如白内障多功能性晶体，术后效果优异，让患者不仅看得见而且看得好、既能看近又能看远。我们不断培育储备医技团队，推动中高端晶体逐步普及，患者受益，各医院随之也会取得更大发展。

眼科技术的进步，是眼科产业链共同努力的结果，人们对眼健康的标准不断提高，眼科技术就不断进步。

### 9. 公司如何看待科研投入？

答：科研是从“做大”到“做强”的必经之路。公司推行“1+8+N”战略，建设标志性的旗舰医院，不仅要提供高质量眼科医疗服务，更要肩负起科研重任，提升爱尔的技术高度，增强品牌在行业内的影响力。

经过多年持续努力，公司建立起了多院、多所、多平台的全球化科研培训体系，科研成果不断涌现，公司定期报告中有动态展示；本月初的全国眼科大会上，爱尔眼科的论文投稿再创新高，发言、主持的专家进一步增多；爱尔眼科研究所和爱尔眼视光研究所，不断培训人才、吸纳人才、储备人才，形成了厚积薄发的基础；集团的学术论文发表、重大科研项目不断取得阶段性成果，持续提升整体软实力、行业口碑。随着爱尔科研实力增强，品牌效应不断凸显，人才吸引力和人才培养能力进一步提升，持续保障新十年战略的推进。

爱尔眼科的科研要遵循科学规律，但在具体方式上不能走寻常路，也要形成特色，利用好疑难病例多、地域覆盖广、国际化布局的优势。

日期

2024年9月20日