

证券代码：300595

证券简称：欧普康视

## 欧普康视科技股份有限公司

### 2025年3月31日投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 在线会议
参与单位人 员情况	1、中信证券、东吴证券、东北证券、平安证券、国盛证券等研究所相关工作人员。 2、工银瑞信、招商基金、渤海人寿、野村证券、瑞银证券等 47 家机构和个人投资者，合计 68 位参会者。（排名不分先后）	
时 间	2025年3月31日（周一）10:30-11:30	
地 点	线上会议	
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	
投资者关系 活动交流主 要内容介绍	<p>一、2024年年度经营情况分析</p> <p>财务总监卫立治先生对公司 2024 年年度经营情况和年报主要财务指标进行分析。</p> <p>二、投资者交流问答</p> <p>Q1：角膜塑形镜今年以来一季度的销售情况，全年以及长期行业增速展望？</p> <p>A：（1）一季度业绩目前尚未完整统计出来，将在 4 月披露一季报，按照监管部门要求，不宜在其它场合透露；（2）全年硬镜产品销售的展望，我们从市场上了解到，经过 1~2 年的使用，不少功能性框架镜控制</p>	

近视加深的效果不理想，视光专家们已开始认识到塑形镜更靠谱，应该是第一选择，部分功能性框架镜使用人群有望回归塑形镜。如果高端消费能够趋于稳定，塑形镜总体市场有望止跌趋稳再向上。对于欧普康视，除了上述因素外，我们的超高透氧角膜塑形镜即将上市，加上新品超高透氧巩膜镜已上市推广，公司希望能有所突破，也是按此部署各项工作的。

**Q2：终端方面，公司视光中心建设进度及未来规划？**

**A：**视光服务终端是公司的第二增长极，公司始终坚定推进，新建和投资并购并行，取得了明显成效，控股视光终端的收入已超过公司总收入的一半。最近两年，由于大的消费形势不太好，加上视光服务终端的主营硬镜业务出现瓶颈，新建视光终端的投资回报出现不确定性，速度放缓，投资并购方面由于同样原因，合作方不敢对赌业绩而导致投资数量减少。今年，公司将在管控好投资风险的前提下，更加积极地推动视光终端的新建和投资并购，同时，公司将加大力度落实全视光产品和全年齡段视光服务的发展战略，在青少年客户之外增加对其他年齡段客户的服务内容，增加硬镜以外的视光和眼健康产品，让视光服务终端收入更加丰富。投资并购方面将扩大视野，接触一些规模较大的标的。另外，公司已启动先加盟后入股的行动计划，孵化一批视光终端，为后续入股做准备。

**Q3：目前是否有在视光门诊中看到使用 ok 镜回流的情况？**

**A：**确有不少视光师和用户家长反映，因功能性框架眼镜的近视防控效果未达预期换用塑形镜。从我司接收的塑形镜订片数量看，2024 年四季度的同比减幅低于三季度，但是否已形成趋势尚难判断，整个行业的情况也不掌握。

**Q4：目前行业 ok 镜的平均客单价大约多少，这几年是否有降价的趋势？**

**A：**（1）从行业看，由于品牌竞争加剧，零售价格是逐步走低的，行业的具体客单价我们不掌握。（2）从公司硬镜产品的毛利看，2024 年是 88.31%，2023 年是 89.20%，下降 0.89%，幅度很小。主要原因有二，一是高端产品占比在增加，二是采用了配镜送护理品的政策，镜片价格维持较好，销售成本增加了。

**Q5：公司美瞳业务情况？目前商业模式，渠道覆盖情况？**

**A:** 公司去年下半年投资控股了江苏多姿，由其承担常规软镜和美瞳产品的研发、生产、销售。目前江苏多姿的产品虽已获注册证，但尚未上市销售，预计今年会上市销售，产品种数也会增加。我们希望美瞳和普通软镜丰富我们的视光品类，增厚业绩。

**Q6: AI 眼镜进展，公司对这个业务的展望？**

**A:** 将 AI 技术应用于视光产品一直是欧普康视的追求，我们在 2018 年就率先推出智能设计+验配的 DreamVision 硬镜系统，还投资了广州视明等使用 AR 技术进行视功能训练的企业。同样在多年前，我们推出过 BrightKids 智能框架镜，用于青少年近视防控。这几年 AI 技术进步快速，电子元器件微型化，部分手机功能可以在框架上实现，具有一定的实用场景。

目前市场上的 AI 眼镜大部分是 AI 镜框，镜片仍然是普通镜片，属于电子类产品。欧普康视是视光技术企业，不能只做纯电子类产品，更不能做对眼睛和视力有损害的产品，我们将聚焦护眼 AI 眼镜，将 AI 和护眼技术融合一体，已启动相关产品的规划和设计。

**Q7:2024 年 12 月公司硬性巩膜接触镜获批上市，麻烦介绍下公司该产品的技术优势、相较竞品的优势、市场规模及竞争格局、公司巩膜镜的定价及 25~26 年的销售策略、销售目标等？**

**A:** 巩膜镜在美国是一个销量相对较大的硬镜产品，其优点是配戴舒适、眼表湿润、视觉质量高，堪称最完美的隐形眼镜。公司的巩膜镜使用了透氧系数 DK 为 185 的材料，是目前全球巩膜镜中最高的。由于巩膜镜直径大，镜片比角膜镜要厚不少，镜片材料的透氧性特别重要，因此，公司巩膜镜拥有的超高透氧性的技术优势也同时具备较大的实用优势。目前，无论国际国内，巩膜镜主要应用于疑难角膜的视力矫正，零售价很高，影响了产品的普及。公司希望在服务于疑难视光患者的同时，也能让高端隐形眼镜用户使用，从而大幅扩大用户人群。为此，公司推出了“常规版”和“高难版”两个版本，高难版的价格略低于目前市场上的巩膜镜价格，常规版则大幅降低零售价，吸引更多的普通隐形眼镜配戴者使用，虽然产品三月份刚刚开始接收订单，视光终端普遍积极参加验配培训和采购试戴片，试戴者普遍对产品反馈良好，首批用户包括了疑难角膜和有干眼症状

的软镜用户，验证了我们对产品的定位是合理的。

**Q8：年报中提到新一代角膜塑形镜将于 25 年上半年获批，该产品和老产品相比的技术优势，是否可助力公司 OK 镜市占率提升？**

**A：**公司新一代角膜塑形镜预计很快获批，其使用了超高透氧材料（DK 为 185），和巩膜镜材料一样，比现有产品（DK 为 100）高出 85%，推出后也是目前市场上透氧系数最高的，对于夜戴的角膜塑形镜有明显的实用优势，我们将推出政策，鼓励使用新一代产品，也希望以此提升公司产品的市占率。

**Q9：公司护理产品业务接下来的营销重点，以及如何进一步形成其与 OK 镜业务的协同？**

**A：**公司护理产品的营销重点包括：（1）进一步加强自产护理品的推广，提升占比、自主性、毛利率；（2）加强线上的销售和管控，进一步提升线上护理品销售的市占率；（3）充分利用公司产能优势，继续开展购镜片送护理品的活动，促进镜片的销售。

**Q10：公司多焦点软镜的技术优势和相关业务战略规划？**

**A：**多焦点软镜为减离焦设计，属于功能性软镜，原理上具有延缓近视加深的作用，是已被认可的近视防控产品之一，效果应该是明显好于减离焦框架眼镜的。公司将其定位为近视防控产品的第二选择，在不能使用塑形镜时使用，由第二销售中心负责产品的推广和销售，除专业视光渠道外，也开始在泛视光渠道宣传、培训、推广。

**三、会议总结：**欧普康视正处于一个企业升级的过程当中，从塑形镜到全视光产品，从简单的近视防控到全年龄段视光服务，产品和业务都趋于更丰富、更完整。我们希望这种升级不要造成企业的大起大落，而是平稳前行，当然也需要一定的时间来完成，不可能一下子就体现到业绩上。2024 年度，从财务报表上来看，出现了上市以来第一次利润下滑，剔除一些非直接业务性的影响，下滑约在 7%这样一个水平，我们希望这种下滑止跌趋稳，然后再次向上走。我们的经营规划都会写到年报中，也请投资者关注。后续我们会加强与投资者的交流，也会举办投资者开放日等活动，欢迎各位投资者来看看现在的欧普康视，各方面都比以前提升了好几个等级。

	感谢投资者一直关心和关注欧普康视的成长，欢迎大家提出更多的宝贵建议。
附件清单 (如有)	无
日期	2025年3月31日