

国浩律师（深圳）事务所

关于

博士眼镜连锁股份有限公司

向不特定对象发行可转换公司债券

之

法律意见书



國浩律師事務所
GRANDALL LAW FIRM

深圳市深南大道 6008 号特区报业大厦 42、41、31DE、2403、2405 邮编：518034

电话/Tel: (+86) (755) 8351 5666 传真/Fax: (+86) (755) 8351 5090

网址: <http://www.grandall.com.cn>

二〇二五年四月

目 录

目 录	1
释 义	2
第一节 引 言	5
第二节 正 文	8
一、本次发行的批准和授权.....	8
二、发行人本次发行的主体资格.....	9
三、本次发行的实质条件.....	10
四、发行人的设立.....	14
五、发行人的独立性.....	14
六、发行人的主要股东及实际控制人.....	14
七、发行人的股本及其演变.....	15
八、发行人的业务.....	15
九、关联交易及同业竞争.....	16
十、发行人的主要财产.....	17
十一、发行人的重大债权债务.....	19
十二、发行人的重大资产变化及收购兼并.....	19
十三、发行人的公司章程.....	19
十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作.....	20
十五、发行人的董事、监事和高级管理人员及其变化.....	20
十六、发行人的税务.....	20
十七、发行人的环境保护和产品质量、技术等标准.....	21
十八、发行人募集资金的运用.....	21
十九、发行人的业务发展目标.....	22
二十、诉讼、仲裁或行政处罚.....	22
二十一、发行人募集说明书法律风险的评价.....	24
二十二、需要说明的其他问题.....	24
二十三、结论.....	24
第三节 签署页	26

释 义

除非文义另有说明，本法律意见书中下列词语具有下述特定含义：

本次发行	博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券
报告期	2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日的期间
发行人、博士眼镜、公司	博士眼镜连锁股份有限公司，曾用名深圳市博士眼镜连锁股份有限公司
博士有限	福田区博士眼镜店、深圳市博士眼镜有限公司、深圳市博士眼镜连锁有限公司，系发行人前身
《发起人协议书》	《关于深圳市博士眼镜连锁有限公司按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司之发起人协议书》
江南道	江西江南道企业管理有限公司，曾用名深圳市江南道投资有限责任公司、建水县江南道企业管理有限公司
2018 年激励计划	2018 年限制性股票激励计划
2021 年激励计划	2021 年限制性股票与股票期权激励计划
汉高信息	杭州汉高信息科技有限公司
镜联易购	杭州镜联易购网络科技有限公司
江西新云程	江西博士新云程商贸有限公司
江西博士	江西省博士眼镜有限责任公司
海南博镜	博镜（海南）投资控股有限公司
香港博士	博士眼镜（香港）有限公司
香港博镜	博镜（香港）贸易有限公司
依视路集团	依视路陆逊梯卡，Essilor Luxottica Group
镜联合伙	杭州镜联企业管理合伙企业（有限合伙）
雷鸟创新	雷鸟创新技术（深圳）有限公司
CAD	利用计算机及其图形设备帮助设计人员进行设计工作的一种技术。它通过计算机软件 and 硬件的支持，实现设计过程的自动化和智能化，从而提高设计效率、缩短设计周期
可转债	可转换公司债券
本所	国浩律师（深圳）事务所
本所律师	本所为本次发行指派的经办律师，即在本律师工作报告签署页“经办律师”一栏中签名的律师
主承销商、保荐机构、平安证券	平安证券股份有限公司
政旦志远会计师	政旦志远（深圳）会计师事务所（特殊普通合伙）
大华会计师	大华会计师事务所（特殊普通合伙），前身为立信大华会计师事务所有限公司、大华会计师事务所有限公司
市监局	市场监督管理局、工商行政管理局
《编报规则 12 号》	《公开发行证券的公司信息披露的编报规则第 12 号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》
《公司法》	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	《中华人民共和国证券法》
《注册管理办法》	《上市公司证券发行注册管理办法》
《可转债管理办法》	《可转换公司债券管理办法》
《上市规则》	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
募集说明书	《博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书》

债券持有人会议规则	《博士眼镜连锁股份有限公司可转换公司债券持有人会议规则》
律师工作报告	本所为本次发行项目，与本法律意见书一同出具的《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之律师工作报告》
公司章程	《博士眼镜连锁股份有限公司章程》
中国证监会	中国证券监督管理委员会
深交所	深圳证券交易所
中登公司	中国证券登记结算有限责任公司
元	人民币元
美元	美国的法定货币单位

国浩律师（深圳）事务所
关于
博士眼镜连锁股份有限公司
向不特定对象发行可转换公司债券
之
法律意见书

GLG/SZ/A2426/FY/2025-405

致：博士眼镜连锁股份有限公司

国浩律师（深圳）事务所依据与博士眼镜连锁股份有限公司（以下简称“发行人”）签订的《专项法律顾问合同》，担任发行人向不特定对象发行可转换公司债券的专项法律顾问。

本所根据《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国公司法》《上市公司证券发行注册管理办法》《可转换公司债券管理办法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关法律、法规和规范性文件的规定，参照中国证监会《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》的规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，为发行人本次向不特定对象发行可转换公司债券事宜出具本法律意见书。

第一节 引 言

一、律师事务所及经办律师简介

（一）律师事务所简介

国浩律师（深圳）事务所的前身为深圳市唐人律师事务所，成立于 1994 年 2 月，为深圳首批合伙制律师事务所之一。1998 年 6 月，经司法部批准，上海市万国律师事务所与北京张涌涛律师事务所、深圳唐人律师事务所联合发起设立中国首家律师集团——国浩律师集团事务所，并据此更名为国浩律师集团（深圳）事务所。2011 年 3 月，国浩律师集团事务所更名为国浩律师事务所，国浩律师集团（深圳）事务所也相应更名为国浩律师（深圳）事务所。

（二）经办律师简介

为发行人本次发行提供法律服务的本所律师的证券业务执业记录及主要简历如下：

程静律师，本所合伙人，法学硕士。2008 年开始从事证券法律业务，主要从事公司境内外发行上市及再融资等证券业务，曾为多家企业提供证券发行、并购、投资等法律服务。

联系电话：0755-83515666

传 真：0755-83515333

通讯地址：深圳市深南大道 6008 号特区报业大厦 41 层

邮政编码：518034

电子邮箱：chengjing@grandall.com.cn

童曦律师，本所合伙人，法学硕士。2008 年开始从事证券法律业务，主要从事公司境内外发行上市及再融资、重大资产重组、企业债券发行等证券业务，曾为多家企业提供证券发行、并购、投资等法律服务。

联系电话：0755-83515666

传 真：0755-83515333

通讯地址：深圳市深南大道 6008 号特区报业大厦 41 层

邮 编：518034

电子信箱：tongxi@grandall.com.cn

二、本所律师制作法律意见书的过程

作为发行人本次发行的专项法律顾问，本所指派律师及协办人员组成项目工作组，具体承办该项业务。

在提供法律服务过程中，本所律师曾多次长期驻场工作，向发行人提出了多份调查提纲及文件清单，收集并审查了本所律师认为出具法律意见书和律师工作报告所必需的资料和文件；协助起草和修改了本次发行所需的各类法律文件；审查了发行人股东大会、董事会和监事会的有关会议文件以及其他法律文件；根据具体情况，对发行人所有或使用的主要资产进行查验；参加中介机构协调会，讨论和解决公司规范运作、申报材料制作中的重大问题；向有关政府部门就工作中的某些专门问题进行咨询等。

在整个法律服务过程中，本所律师着重查验、审核了以下有关问题：本次发行的批准和授权、本次发行的主体资格、本次发行的实质条件、发行人的设立、发行人的独立性、发行人的主要股东及实际控制人、发行人的股本及其演变、发行人的业务、关联交易及同业竞争、发行人的主要财产、发行人的重大债权债务、发行人的重大资产变化及收购兼并、发行人的公司章程、发行人股东大会、董事会、监事会及规范运作、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化、发行人的税务及享受的财政补贴、发行人的环境保护和产品质量、技术等标准、发行人募集资金的运用、发行人业务发展目标、诉讼、仲裁或行政处罚等。本所律师承办此项工作前后历时 4 个多月，有效工作时间不少于 1,000 小时。本所律师现已完成了对与法律意见书和律师工作报告有关的文件资料及证言的审查判断，依据本法律意见书出具日之前已经发生或存在的事实以及我国现行法律、法规和规范性文件的规定，出具本法律意见书。

三、律师应当声明的事项

本所律师依据本法律意见书和律师工作报告出具日以前已发生或存在的事实和我国现行法律、法规和中国证监会/证券交易所的有关规定发表法律意见，并声明如下：

（一）本所及经办律师依据《证券法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等规定及律师工作报告和本法律意见书出具日以前已经发生或者存在的事实，严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，进行了充分的核查验证，保证律师工作报告和本法律意见书所认定的事实真实、准确、完整，所发表的结论性意见合法、准确，

不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任；

（二）本所律师同意将本法律意见书和律师工作报告作为发行人本次发行所必备的法律文件，随同其他申报材料一同上报，并愿意承担相应的法律责任；

（三）发行人保证：其已经向本所律师提供了为出具律师工作报告以及本法律意见书所必需的真实、完整、有效的原始书面材料、副本材料或者口头证言；对于律师工作报告和本法律意见书至关重要而又无法得到独立的证据支持的事实，本所律师依赖于有关政府部门、发行人或其他有关单位出具的证明文件；

（四）本所律师仅就发行人本次发行的合法性及相关法律问题发表意见，不对发行人本次发行所涉及的会计、审计、资产评估等专业事项发表任何意见，本所在律师工作报告以及本法律意见书中对有关会计报表、审计和资产评估报告中某些数据或结论的引用，除本所律师明确表示意见的以外，并不意味着本所对这些数据、结论的真实性和准确性做出任何明示或者默示的保证，对于这些文件内容，本所律师并不具备核查和做出评价的适当资格；

（五）本所律师未授权任何单位或个人对律师工作报告和本法律意见书作任何解释或说明；

（六）本法律意见书和律师工作报告仅供发行人为本次发行申请之目的使用，不得用作其他任何用途。

第二节 正文

一、本次发行的批准和授权

（一）股东大会作出批准本次发行的决议所履行的程序

发行人于 2025 年 2 月 7 日召开第五届董事会第九次会议，应出席董事 9 名，实际出席董事 9 名。该次会议审议通过了《关于公司符合向不特定对象发行可转换公司债券条件的议案》《关于公司向不特定对象发行可转换公司债券方案的议案》《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券预案〉的议案》《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的论证分析报告〉的议案》《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告〉的议案》《关于公司向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报与填补措施及相关主体承诺的议案》《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司可转换公司债券持有人会议规则〉的议案》《关于提请股东大会授权董事会或董事会授权人士全权办理本次向不特定对象发行可转换公司债券具体事宜的议案》等与本次发行相关的议案。

2025 年 3 月 25 日，发行人在巨潮资讯网上刊载了《关于召开 2025 年第一次临时股东大会的通知》，对 2025 年第一次临时股东大会会议召开的时间、地点、会议审议事项、股权登记日、出席对象、会议登记办法等事项予以公告。

发行人于 2025 年 4 月 9 日召开 2025 年第一次临时股东大会，该次会议审议通过了《关于公司符合向不特定对象发行可转换公司债券条件的议案》《关于公司向不特定对象发行可转换公司债券方案的议案》《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券预案〉的议案》《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的论证分析报告〉的议案》《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告〉的议案》《关于公司向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报与填补措施及相关主体承诺的议案》《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司可转换公司债券持有人会议规则〉的议案》《关于提请股东大会授权董事会或董事会授权人士全权办理本次向不特定对象发行可转换公司债券具体事宜的议案》等与本次发行相关的议案。

发行人于 2025 年 4 月 14 日召开第五届董事会第十一次会议，应出席董事 9

名，实际出席董事 9 名。该次会议根据 2025 年第一次临时股东大会的授权审议通过了《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券预案〉（修订稿）的议案》《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券的论证分析报告〉（修订稿）的议案》《关于〈博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告〉（修订稿）的议案》《关于公司向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报与填补措施及相关主体承诺（修订稿）的议案》等与本次发行相关的议案。

本所律师认为，发行人上述股东大会的召集、召开及表决程序符合有关法律、法规、规范性文件以及现行有效的《公司章程》的规定，发行人股东大会已依法定程序作出批准发行人本次发行的决议。

（二）本所律师认为，发行人股东大会审议通过的本次发行方案符合有关法律、法规、规范性文件以及发行人现行有效的《公司章程》的规定，合法、有效。

（三）本所律师认为，发行人股东大会对董事会作出的授权符合有关法律、法规、规范性文件以及发行人现行有效的《公司章程》的规定，授权的范围、程序合法有效。

（四）发行人已就本次发行获得了其内部权力机构的批准，但尚需经深交所审核通过及中国证监会同意注册后方可实施。

二、发行人本次发行的主体资格

（一）经本所律师核查，发行人系依法成立并上市的股份有限公司。

（二）经本所律师核查，发行人为依法有效存续的股份有限公司，不存在根据法律、法规以及发行人《公司章程》需要终止的下列情形：

- 1、营业期限届满；
- 2、股东大会决议解散；
- 3、因合并或者分立而解散；
- 4、依法被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销；

5、发行人经营管理发生严重困难，继续存续会使股东利益受到重大损失，通过其他途径不能解决，持有发行人全部股份表决权 10% 以上的股东请求人民法院解散公司；

6、不能清偿到期债务依法被宣告破产。

综上，本所律师认为，发行人系依法设立并有效存续且依法公开发行股票并上市的股份有限公司，具备《证券法》《公司法》《注册管理办法》及其他规范性文件规定的关于本次发行的主体资格。

三、本次发行的实质条件

（一）本次发行符合《公司法》规定的条件

1、发行人 2025 年第一次临时股东大会审议通过了本次发行的相关议案，并将在募集说明书中明确具体的转换办法，符合《公司法》第二百零二条的规定。

2、根据发行人 2025 年第一次临时股东大会审议通过的本次发行的发行方案，本次发行将按照转换办法向债券持有人换发股票，债券持有人对转换股票或者不转换股票有选择权，符合《公司法》第二百零三条的规定。

（二）本次发行符合《证券法》规定的条件

1、发行人已聘请平安证券担任本次发行的保荐机构，符合《证券法》第十条的规定。

2、经本所律师核查，发行人已设立股东大会、董事会、监事会等组织机构且运行良好，符合《证券法》第十五条第一款第（一）项的规定。

3、根据发行人最近三年审计报告，并经本所律师核查，本次发行募集资金总额不超过 37,500 万元（含本数），参考近期可转债市场的发行利率水平并经合理估计，预计发行人最近三年平均可分配利润足以支付可转换公司债券一年的利息，符合《证券法》第十五条第一款第（二）项的规定。

4、根据募集说明书、发行人股东大会审议通过的本次发行方案和债券持有人会议规则，本次发行募集资金扣除发行费用后拟全部用于连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目和补充流动资金项目，改变募集资金用途的，必须经债券持有人会议作出决议，本次发行募集资金不用于弥补亏损和非生产性支出，符合《证券法》第十五条第二款的规定。

5、如本法律意见书正文“三、本次发行的实质条件”之“（三）发行人符合《注册管理办法》规定的相关条件”部分所述，本次发行符合《证券法》第十二条第二款、第十五条第一款第（三）项及第十五条第三款的规定。

6、根据发行人出具的说明并经本所律师核查，发行人不存在对已公开发行的公司债券或者其他债务有违约或者延迟支付本息的事实仍处于继续状态的情形，不存在违反《证券法》规定改变公开发行公司债券所募资金用途的情形，符合《证券法》第十七条的规定。

（三）发行人符合《注册管理办法》规定的条件

1、经本所律师核查，发行人本次发行符合《注册管理办法》第十三条第一款的规定，具体如下：

（1）如本法律意见书正文“三、本次发行的实质条件”之“（二）本次发行符合《证券法》规定的条件”所述，发行人具备健全且运行良好的组织机构，最近三年平均可分配利润足以支付可转换公司债券一年的利息，符合《注册管理办法》第十三条第一款第（一）项和第（二）项的规定；

（2）根据发行人最近三年审计报告，并基于本所律师作为非财务专业人员的理解和判断，发行人资产负债结构合理，现金流量正常，符合《注册管理办法》第十三条第一款第（三）项的规定。

2、经本所律师核查，发行人本次发行符合《注册管理办法》第十三条第二款的规定，即本次发行应当符合《注册管理办法》第九条第（二）项至第（五）项、第十条的规定，具体如下：

（1）发行人现任董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规规定的任职要求，符合《注册管理办法》第九条第（二）项的规定；

（2）如本法律意见书正文“五、发行人的独立性”及“八、发行人的业务”所述，发行人具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，不存在对持续经营有重大不利影响的情形，符合《注册管理办法》第九条第（三）项的规定；

（3）基于本所律师作为非财务专业人员的理解和判断，发行人的会计基础工作规范，内部控制制度健全且有效执行，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告，符合《注册管理办法》第九条第（四）项的规定；

（4）发行人最近一期末不存在金额较大的财务性投资，符合《注册管理办法》第九条第（五）项的规定；

（5）发行人不存在擅自改变前次募集资金用途未作纠正，或者未经股东大会认可的情形，符合《注册管理办法》第十条第（一）项的规定；

（6）发行人及其现任董事、监事和高级管理人员不存在最近三年受到中国证监会行政处罚，或者最近一年受到证券交易所公开谴责，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查的情形，符合《注册管理办法》第十条第（二）项的规定；

（7）发行人及其控股股东、实际控制人最近一年不存在未履行向投资者作出的公开承诺的情形，符合《注册管理办法》第十条第（三）项的规定；

（8）发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在严重损害发行人利益、投资者合法权益、社会公共利益的重大违法行为，符合《注册管理办法》第十条第（四）项的规定。

3、经本所律师核查，本次发行募集资金使用符合《注册管理办法》第十二条、第十四条及第十五条的规定，具体如下：

（1）如本法律意见书正文“十八、发行人募集资金的运用”所述，本次募集资金用途符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理等法律、行政法规规定，符合《注册管理办法》第十二条第（一）项的规定；

（2）本次募集资金使用不存在为持有财务性投资的情形，未直接或者间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司，符合《注册管理办法》第十二条第（二）项的规定；

（3）本次募集资金项目实施后，不会与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业新增构成重大不利影响的同业竞争、显失公平的关联交易，或者严重影响公司经营的独立性，符合《注册管理办法》第十二条第（三）项的规定；

（4）发行人不存在对已公开发行的公司债券或者其他债务有违约或者延迟支付本息的事实仍处于继续状态的情形，不存在违反《证券法》规定改变公开发行公司债券所募资金的用途的情形，符合《注册管理办法》第十四条的规定；

（5）本次募集资金不用于弥补亏损和非生产性支出，符合《注册管理办法》第十五条的规定。

（四）发行人符合《可转债管理办法》规定的条件

1、根据发行人股东大会审议通过的本次发行方案，本次发行的可转债及未来转换的发行人股票将在深交所上市，符合《可转债管理办法》第三条第一款的规定。

2、根据发行人股东大会审议通过的本次发行方案，本次可转债自发行结束之日起六个月后方可转换为发行人股票，可转债持有人对转股或者不转股有选择权，并于转股的次日成为发行人股东，符合《可转债管理办法》第八条的规定。

3、根据发行人股东大会审议通过的本次发行方案，本次发行可转债的初始转股价格不低于募集说明书公告日前二十个交易日公司股票交易均价（若在该二十个交易日内发生过因除权、除息引起股价调整的情形，则对调整前交易日的交易均价按经过相应除权、除息调整后的价格计算）和前一个交易日公司股票交易均价，且不得向上修正，符合《可转债管理办法》第九条第一款的规定。

4、经本所律师核查，募集说明书约定了可转债转股价格调整的原则及方式、转股价格向下修正条款等内容，符合《可转债管理办法》第十条的规定。

5、经本所律师核查，募集说明书约定了赎回条款，发行人可按事先约定的条件和价格赎回尚未转股的可转债；募集说明书约定了回售条款，可转债持有人可按事先约定的条件和价格将所持可转债回售给发行人，若本次发行募集资金运用的实施情况与《募集说明书》中的承诺情况相比出现重大变化，且该变化被中国证监会或深交所认定为改变募集资金用途的，可转换公司债券持有人享有一次回售的权利，符合《可转债管理办法》第十一条的规定。

6、经本所律师核查，发行人已聘请平安证券作为本次发行可转债的受托管理人，并订立可转债受托管理协议，符合《可转债管理办法》第十六条第一款的规定。

7、经本所律师核查，发行人已制定债券持有人会议规则，并已在募集说明书中披露其主要内容，该规则公平、合理，明确了债券持有人通过债券持有人会议行使权利的范围，债券持有人会议的召集、通知、决策机制和其他重要事项，符合《可转债管理办法》第十七条的规定。

8、经本所律师核查，募集说明书约定了构成可转债违约的情形、违约责任及其承担方式以及可转债发生违约后的争议解决机制，符合《可转债管理办法》第十九条的规定。

综上，本所律师认为，发行人本次发行符合《公司法》《证券法》《注册管理办法》《可转债管理办法》等法律、行政法规和规范性文件规定的实质条件

四、发行人的设立

本所律师经核查后认为，发行人的设立符合当时有效的法律、法规和规范性文件的规定。

五、发行人的独立性

本所律师经核查后认为，发行人资产完整，人员独立、财务独立、机构独立、业务独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

六、发行人的主要股东及实际控制人

（一）主要股东

根据中登公司提供的发行人股东名册及发行人 2024 年年度报告，截至报告期末，发行人总股本为 175,303,931 股，前十大股东持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	LOUISA FAN	38,420,935	21.92
2	ALEXANDER LIU	35,491,665	20.25
3	江南道	1,859,539	1.06
4	上海银行股份有限公司－中欧产业前瞻混合型证券投资基金	1,500,094	0.86
5	上海浦东发展银行股份有限公司－鹏华创新未来混合型证券投资基金（LOF）	1,422,530	0.81
6	全国社保基金一零四组合	1,406,765	0.80
7	中国银行股份有限公司－广发中小盘精选混合型证券投资基金	1,395,000	0.80
8	浙江浩坤昇发资产管理有限公司－浩坤星空飞马六期私募证券投资基金	1,167,000	0.67
9	杨秋	699,789	0.40
10	中国农业银行股份有限公司－交银施罗德定期支付双息平衡混合型证券投资基金	556,192	0.32

（二）实际控制人

根据中登公司提供的发行人截至报告期末的股东名册和发行人 2024 年年度报告，截至报告期末，ALEXANDER LIU 直接持有发行人 20.25%的股份，LOUISA FAN 直接持有发行人 21.92%的股份，两人为夫妻关系；LOUISA FAN 及

ALEXANDER LIU 合计控制发行人 42.17% 的股份。同时，ALEXANDER LIU 担任发行人的董事长，LOUISA FAN 担任发行人的总经理。

因此，本所律师认为，截至报告期末，发行人的实际控制人为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN。

（三）实际控制人所持股份的质押情况

根据中登公司提供的发行人的《证券质押及司法冻结明细表》和发行人相关公告，截至报告期末，发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 及其一致行动人刘开跃均不存在股份质押的情况。

七、发行人的股本及其演变

经本所律师核查，除 2021 年激励计划所涉部分授予、回购注销及行权事项导致的股本变动尚未完成工商变更登记外，发行人自首次公开发行股票后至报告期末的股本及其演变，均已根据法律、法规及公司章程的规定履行了必要的法律手续，合法有效。

八、发行人的业务

（一）发行人的经营范围和经营方式

根据发行人工商登记资料、最近三年审计报告及发行人的说明，本所律师认为，发行人的经营范围和经营方式符合有关法律、行政法规和规范性文件的规定。

（二）发行人的业务资质

根据发行人提供的业务资质证书，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人及其境内子公司正在从事的业务已经取得相应的行政许可，发行人及其境内子公司的经营范围和经营方式符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

（三）发行人在中国大陆以外的经营

1、发行人境外子公司所涉境内审批/备案情况

经本所律师核查，截至报告期末，发行人拥有 2 家境外控股子公司，分别为香港博士及香港博镜，该等公司境内相关审批手续均已办理。

2、境外子公司的经营情况

根据陈和李律师事务所出具的法律意见书，报告期内，上述境外控股子公司已取得在香港开展业务的全部资质及许可，不存在影响其在香港正常开展业务的法律障碍，该等主体依法经营，不存在重大违法违规情形。

综上，本所律师认为，发行人已就境外子公司履行了境内审批/备案手续，发行人在中国大陆以外的经营活动合法、合规、真实、有效。

（四）发行人最近三年主营业务突出

本所律师经核查后认为，发行人在报告期内主营业务突出。

（五）发行人不存在持续经营的法律障碍

本所律师经核查后认为，发行人不存在持续经营的法律障碍。

九、关联交易及同业竞争

（一）发行人的主要关联方

经本所律师核查，截至报告期末，发行人的主要关联方包括：

1、发行人的实际控制人为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN。

2、发行人董事、监事及高级管理人员（详见律师工作报告正文“九、关联交易及同业竞争”之“（一）发行人的主要关联方”之2）。

3、由上述第 1-2 项所涉关联自然人直接或间接控制的，或由前述关联自然人担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织（发行人及其控股子公司除外）（详见律师工作报告正文“九、关联交易及同业竞争”之“（一）发行人的主要关联方”之3）。

4、前述第 1-2 项所述关联自然人关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

5、前述第 4 项关联自然人直接或间接控制的，或由前述关联自然人担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织。

（二）发行人与关联方之间的重大关联交易

根据发行人最近三年审计报告及发行人提供的相关资料，并经本所律师核查，发行人报告期内发生的重大关联交易为关键管理人员报酬。

（三）经本所律师核查，发行人报告期内发生的关联交易均是在交易各方平等协商的基础上达成的，以市场价格为依据，定价公允，并按照《上市规则》《公

公司章程》及其他内部规章制度的规定履行了必要的决策程序，不存在损害发行人及其他股东利益的情况。

（四）经本所律师核查，发行人根据相关法律、行政法规和规范性文件的规定制定了《公司章程》，并制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》以及内部授权管理制度等，对关联交易的决策权限和程序作出了具体明确的规定，对关联交易的公允性提供了决策程序上的保障，体现了保护中小股东利益的原则。

本所律师认为，发行人已在《公司章程》及其他内部规章制度中明确了关联交易的公允决策制度，该等制度符合有关法律、法规及规范性文件的规定。

（五）同业竞争

根据发行人最近三年审计报告及发行人提供的资料和说明文件，并经本所律师核查，报告期内，发行人与实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争。

经本所律师核查，为避免在未来业务发展过程中出现与发行人的同业竞争，发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 已向发行人出具《关于避免同业竞争的承诺函》。

十、发行人的主要财产

（一）不动产权

经本所律师核查，截至报告期末，发行人控股子公司未拥有不动产权，发行人共拥有 3 项不动产权，具体情况详见律师工作报告正文“十、发行人的主要财产”之“（一）不动产权”。

（二）在建工程

根据发行人最近三年审计报告及发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人的在建工程为门店装修，账面余额为 515,836.58 元。

（三）知识产权

根据发行人提供的资料并经本所律师核查，截至报告期末，发行人及其控股子公司共拥有 203 项境内注册商标、4 项境外注册商标、13 项专利、15 项计算机软件著作权、4 项作品著作权和 5 项域名，具体情况详见律师工作报告正文“十、

发行人的主要财产”之“（三）知识产权”及“附件二：发行人拥有的知识产权情况”。

本所律师认为，除律师工作报告已披露情形外，发行人及其控股子公司拥有的上述知识产权均已取得权属证书并处于有效状态。

（四）对外投资

根据发行人提供的资料并经本所律师核查，截至报告期末，发行人共有 56 家境内控股子公司及 2 家境外控股子公司，均依法设立并有效存续，具体情况详见律师工作报告正文“十、发行人的主要财产”之“（四）对外投资”。

（五）根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人以合法方式取得上述财产的所有权或使用权，除律师工作报告已披露情形外，上述财产不存在产权纠纷。

（六）根据发行人最近三年审计报告、发行人提供的资料和其出具的说明，并经本所律师核查，除律师工作报告已披露情形外，上述发行人主要财产的所有权或使用权的行使不存在限制，亦不存在其他担保或权利受限制的情况。

（七）不动产租赁情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人及其控股子公司不存在土地租赁的情形，共租赁 13 处房产供其仓储物流、镜片加工、宿舍及办公使用，以及 393 处房产供其自营门店使用，其中部分租赁房产存在未办理租赁备案登记手续，以及未取得房屋产权证书及有权出租证明的情形。

发行人及其控股子公司承租的上述房产存在因产权瑕疵或出租方权利瑕疵而不能使用的风险，以及因未办理租赁备案登记手续而被主管部门责令限期改正或处以罚款等行政处罚的风险，但租赁合同本身的法律效力不受影响。根据发行人出具的说明，截至本法律意见书出具之日，发行人及其控股子公司均不涉及与上述租赁房产相关的纠纷，未被要求搬迁，亦未因前述事项受到相关主管部门的行政处罚，上述租赁房产均在正常使用中。同时，发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 已承诺将承担因前述租赁事项可能给发行人及其控股子公司造成的全部损失。

因此，本所律师认为，上述情形不会对发行人经营造成重大不利影响，亦不会对本次发行构成实质性障碍。

十一、发行人的重大债权债务

（一）重大合同

本章中所述重大合同，是指发行人及其子公司将要履行、正在履行的对发行人经营活动、未来发展或财务状况具有重大影响的业务合同。

经本所律师核查，截至报告期末，发行人及其子公司尚未履行完毕的重大合同或协议合法有效，该等合同或协议不存在潜在的纠纷或风险；发行人不存在已履行完毕但可能存在潜在纠纷的重大合同。

（二）根据发行人出具的说明和政府有关主管部门出具的证明文件，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人不存在因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权等原因而产生且尚未了结的侵权之债。

（三）根据最近三年审计报告、发行人出具的说明，并经本所律师核查，报告期内，除律师工作报告已披露的情形外，发行人与关联方之间不存在其他重大债权债务关系及相互提供担保的情况。

（四）发行人其他应收款、其他应付款

根据发行人最近三年审计报告，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人的其他应收款、其他应付款系因正常的经营活动产生，合法有效。

十二、发行人的重大资产变化及收购兼并

（一）根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人在上市后至报告期末的期间内股本变更的具体情形详见律师工作报告正文“七、发行人的股本及演变”；发行人报告期内未发生过合并、分立的情形。

（二）根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，发行人报告期内的资产收购行为均不构成关联交易，亦不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组，且均已履行必要的法律程序，合法有效。截至本法律意见书出具之日，前述收购所涉标的公司的业绩承诺期尚未届至，相关交易对手方业绩补偿的触发条件尚未达成。

（三）根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人不存在拟进行的重大资产置换、资产剥离、重大资产出售或收购等行为。

十三、发行人的公司章程

（一）经本所律师核查，发行人报告期内公司章程的修改均已履行了必要的法定程序，符合当时有效的法律、法规和规范性文件。

（二）经本所律师核查，发行人现行有效的《公司章程》系依据《公司法》《上市公司章程指引》等法律、行政法规和规范性文件制定，其内容符合现行法律、行政法规和规范性文件的规定。

十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

（一）经本所律师核查，发行人有健全的组织机构，该等组织机构的设置符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

（二）经本所律师核查，发行人具有健全的股东大会、董事会、监事会议事规则，该等议事规则的内容符合法律、行政法规和规范性文件的规定。

（三）经本所律师核查，发行人报告期内历次股东大会、董事会、监事会的召开及决议内容合法、合规、真实、有效。

（四）经本所律师核查，发行人股东大会、董事会作出授权或重大决策，均履行了《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》及《董事会议事规则》所规定的决策程序，该等授权或重大决策行为合法、合规、真实、有效。

十五、发行人的董事、监事和高级管理人员及其变化

（一）经本所律师核查，发行人的董事、监事和高级管理人员系通过合法程序经选举或聘任产生，其等任职符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

（二）经本所律师核查，发行人的董事及高级管理人员报告期内的变化，以及报告期后至本法律意见书出具之日高级管理人员的变化履行了必要的法律程序，符合有关法律、法规和中国证监会的相关规定。

（三）经本所律师核查，发行人独立董事的人数及任职资格符合中国证监会《上市公司独立董事管理办法》的规定，独立董事的职权范围符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

十六、发行人的税务

（一）经本所律师核查，发行人及其子公司报告期内执行的主要税种、税率符合相关法律、法规和规范性文件的要求。

（二）经本所律师核查，发行人及其子公司报告期内所享受的税收优惠符合相关法律、法规的规定。

（三）经本所律师核查，发行人及其子公司报告期内享受的财政补贴真实、有效。

（四）发行人报告期内的纳税情况

根据发行人出具的说明、相关税务主管部门出具的证明及陈和李律师事务所出具的法律意见书，并经本所律师核查，发行人及其子公司报告期内依法纳税，不存在税务方面重大违法违规的情形。

十七、发行人的环境保护和产品质量、技术等标准

（一）根据相关生态环境部门出具的证明文件、陈和李律师事务所出具的法律意见书以及发行人出具的说明，发行人及其控股子公司报告期内在环境保护方面未发生重大环境污染事故和环境违法行为，经营活动均符合有关环境保护的要求，报告期内发行人及其控股子公司不存在因违反环境保护方面的法律、法规、规范性文件而受到行政处罚的情形。

（二）根据相关市场监督管理部门出具的证明文件、陈和李律师事务所出具的法律意见书以及发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人及其子公司在报告期内产品质量和技术标准符合国家产品质量、技术标准相关法律法规的规定，不存在因违反有关产品质量和技术监督方面的法律法规而受到重大行政处罚的情形。

十八、发行人募集资金的运用

（一）经本所律师核查，发行人本次发行募集资金投资项目及募集资金使用安排已经发行人股东大会及董事会批准。

发行人本次募集资金数额和用途与发行人现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应；发行人本次募集资金不存在进行财务性投资（包括为持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等）或者直接或者间接投资于以买卖有价证券为主要业务公司的情况。

（二）经本所律师核查，除补充流动资金无需履行备案手续外，发行人已取得本次募集资金投资项目所涉项目备案证书。发行人本次发行募集资金投资项目均不涉及履行土地及环境影响评价等有关审批、批准手续，亦不涉及产能过剩行业，限制类、淘汰类行业及高耗能、高排放行业，符合国家产业政策规定。

（三）经本所律师核查，发行人本次发行所募集的资金投资项目不涉及与他人进行合作，无需订立相关合同，该等项目的实施亦不会导致同业竞争。

（四）根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人最近五个会计年度内不存在通过配股、增发、向特定对象发行股票及可转换公司债券等《注册管理办法》规定的证券品种募集资金，发行人前次募集资金到账时间距今已超过五个会计年度，根据《监管规则适用指引——发行类第7号》规定，发行人本次发行无需编制前次募集资金使用情况报告，亦无需聘请会计师事务所对前次募集资金使用情况出具鉴证报告。

十九、发行人的业务发展目标

（一）根据发行人的说明并经本所律师核查，发行人的业务发展目标与发行人的主营业务一致。

（二）经本所律师核查，发行人的业务发展目标符合国家法律、法规和规范性文件的规定，不存在潜在的法律风险。

二十、诉讼、仲裁或行政处罚

（一）本所律师进行核查所受到的限制

根据中国相关诉讼法、《中华人民共和国仲裁法》《中华人民共和国行政处罚法》关于管辖的规定，且基于中国法院、仲裁机构并无统一、公开的案件受理、审理的查询渠道，本所律师对于发行人及其实际控制人、董事、监事及高级管理人员尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件情况的核查尚无法穷尽。

本所律师通过查询中国执行信息公开网、中国裁判文书网、信用中国等网站公示信息，并取得上述主体提供的书面文件等方式对上述主体尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件情况进行核查并得出核查结论，且依赖于上述主体出具书面文件时严格遵守了诚实、信用原则。本法律意见书以所涉案件标的金额超过

1,000 万元为主要标准，并结合案件事由、所涉主体、所涉标的物等因素，根据审慎原则和重要性原则对尚未了结的诉讼、仲裁和行政处罚案件进行披露。

（二）发行人的重大诉讼、仲裁或行政处罚情况

1、诉讼

根据发行人提供的资料、陈和李律师事务所出具的法律意见书，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人及其控股子公司不存在尚未了结的或可以预见的重大诉讼。

除此之外，报告期内，发行人涉及 4 起作为原告向国家知识产权局提起的商标权撤销复审行政纠纷诉讼，具体情况详见律师工作报告正文“二十、诉讼、仲裁及行政处罚”之“（二）发行人的重大诉讼、仲裁及行政处罚情况”。根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，前述诉讼不会对发行人的经营产生实质性影响，亦不会对发行人本次发行上市构成重大不利影响。

2、仲裁

经本所律师核查，截至报告期末，发行人及其控股子公司不存在尚未了结的或可以合理预见的、对发行人持续经营有重大不利影响的重大仲裁案件。

3、行政处罚

根据相关政府主管部门出具的无违法违规证明文件、发行人最近三年定期报告及审计报告、发行人的说明及其提供的营业外支出明细、陈和李律师事务所出具的法律意见书，并经本所律师核查，发行人及其控股子公司在报告期内存在受到行政处罚的情形，但该等行政处罚所涉违法行为轻微、处罚金额较小，相关处罚依据未认定该等行为属于情节严重的情形，且被处罚主体均已及时缴纳罚款并整改完毕，因此，该等行政处罚所涉行为不构成重大违法违规行为，不构成本次发行的实质性障碍。

（三）持有发行人 5% 以上股份的股东及实际控制人的重大诉讼、仲裁及行政处罚情况

根据持有发行人 5% 以上股份的股东及实际控制人出具的文件，并经本所律师核查，截至报告期末，持有发行人 5% 以上股份的股东及实际控制人不存在尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

（四）发行人董事长、总经理的重大诉讼、仲裁及行政处罚情况

根据发行人董事长、总经理出具的文件，并经本所律师核查，报告期内，发行人的董事长、总经理不存在尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

二十一、发行人募集说明书法律风险的评价

本所律师未参与募集说明书的编制，但就募集说明书所涉及的相关法律问题与发行人及保荐机构进行了讨论。本所律师已审阅募集说明书，并特别审阅募集说明书引用的本法律意见书及律师工作报告相关内容，确认募集说明书对本法律意见书及律师工作报告的引用真实、准确，不存在因引用本法律意见书及律师工作报告的相关内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏引致的法律风险。

二十二、需要说明的其他问题

（一）财务性投资

根据发行人出具的说明及发行人最近三年审计报告，并经本所律师核查，发行人不存在本次发行董事会决议日前六个月起至今实施或拟实施的财务性投资（包括类金融）情况，最近一期末不存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资（包括类金融）的情形。

（二）关于发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员参与本次可转债的发行认购情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，除发行人独立董事已承诺不参与本次可转债的发行认购外，发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员已就是否参与本次可转债的发行认购以及本次可转债认购前后六个月内是否存在减持发行人股份的计划或安排出具承诺，前述承诺已于募集说明书披露，上述承诺内容符合相关法律法规要求，合法有效。在遵守上述公开承诺的前提下，发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员参与本次可转债发行认购不会涉及短线交易。

二十三、结论

综上所述，本所律师认为：

发行人为依法设立并有效存续的上市公司，具有本次发行的主体资格；根据《证券法》《公司法》及《注册管理办法》的相关规定，发行人符合本次发行的实质条件；发行人本次发行已获得发行人股东大会和董事会的批准，尚需经深交所审核通过及中国证监会予以注册。

（以下无正文，为律师签署页）

第三节 签署页

（本页无正文，为《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之法律意见书》的签署页）

本法律意见书于2015年4月20日出具，正本一式四份，无副本。



国浩律师（深圳）事务所

负责人：_____

马卓檀

律师：程静
程 静

律师：童曦
童 曦

国浩律师（深圳）事务所

关 于

博士眼镜连锁股份有限公司

向不特定对象发行可转换公司债券

之

补充法律意见书（一）



國浩律師事務所
GRANDALL LAW FIRM

深圳市深南大道 6008 号特区报业大厦 42、41、31DE、2403、2405 层 邮编：518034

电话/Tel: (+86) (755) 8351 5666 传真/Fax: (+86) (755) 8351 5090

网址: <http://www.grandall.com.cn>

二〇二五年六月

目 录

第一节 声明	3
第二节 正文	4
《审核问询函》问题 1:	4
《审核问询函》问题 2:	25
《审核问询函》问题 3:	61
第三节 签署页	91

国浩律师（深圳）事务所
关于
博士眼镜连锁股份有限公司
向不特定对象发行可转换公司债券
之
补充法律意见书（一）

GLG/SZ/A2426/FY/2025-632

致：博士眼镜连锁股份有限公司

国浩律师（深圳）事务所依据与博士眼镜连锁股份有限公司（以下简称“发行人”）签订的《专项法律顾问合同》，担任发行人向不特定对象发行可转换公司债券的专项法律顾问，出具了《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）、《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）。

2025年5月14日，深交所出具审核函〔2025〕020022号《关于博士眼镜连锁股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函》（以下简称“《审核问询函》”），故本所律师针对《审核问询函》中要求发行人律师发表意见的事项进行了核查并出具本补充法律意见书。

第一节 声明

本所律师依据本补充法律意见书出具日以前已发生或存在的事实和我国现行法律、法规和中国证监会/深圳证券交易所的有关规定发表法律意见，并声明如下：

本补充法律意见书是对《法律意见书》《律师工作报告》的补充，并构成其不可分割的组成部分。

在本补充法律意见书中，除非上下文另有说明，所使用的定义与《法律意见书》《律师工作报告》相同。本所在《法律意见书》《律师工作报告》中声明的事项同样适用于本补充法律意见书。

本补充法律意见书仅供发行人本次发行之目的使用，不得用作任何其他目的。本所律师同意将本补充法律意见书作为发行人申请本次发行所必备的法定文件，随同其他申报材料一同上报，并依法对本补充法律意见书承担相应的法律责任。

本所律师作为发行人本次发行的专项法律顾问，已按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责的精神，对因出具本补充法律意见书而需提供或披露的资料、文件和有关事实以及所涉及的法律问题进行了合理、必要及可能的补充核查与验证，并在此基础上出具本补充法律意见书。

第二节 正文

《审核问询函》问题 1：

2022 年末、2023 年末、2024 年末，公司存货账面价值分别为 16175.77 万元、17441.75 万元和 18646.33 万元，占当期公司总资产的比例分别为 16.56%、15.55% 及 14.88%；应收账款账面价值分别为 4867.68 万元、6434.89 万元和 7597.93 万元，占各期营业收入的比例依次为 5.06%、5.47% 和 6.32%，逐年增加。报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 4897.89 万元、5161.20 万元和 5167.20 万元，主要由往来款、押金和保证金等项目构成。

报告期内，公司使用自有资金 2293.95 万元收购汉高信息 68% 股权、851.58 万元认购镜联易购新增注册资本 36.2618 万元，对应其增资后 21.2895% 的股权。本次交易完成后，汉高信息和镜联易购将成为公司的控股子公司并纳入合并报表范围。2023 年下半年，镜联易购被收购后的经营情况、业务数据不及预期，博士眼镜对其经营业务进行调整。2024 年末，公司对相关商誉全额计提了相应减值准备。

公司注册证号为 1091684 号的商标已被国家知识产权局撤销，公司就此提起的相关行政诉讼正由最高人民法院审理。公司对注册证号为 17924728、17924729 号的商标在法定期限届满前提起行政诉讼以应对国家知识产权局的撤销宣告。公司对注册证号 1091685 的商标撤销宣告申请正在履行国家知识产权局复审程序。

请发行人：（8）结合其他应收款相关款项的具体情况，包括但不限于交易对象、交易背景、交易内容、合同约定情况、账龄等情况，说明交易对象是否与发行人董监高、大股东及一致行动人存在关联关系。（9）结合汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式、收购背景，评估定价依据及其公允性、实现业绩情况等，说明报告期内商誉减值测试参数选取的合理性，包括但不限于预计增长率、毛利率以及与实际经营业绩的比对情况，说明收购前后相比财务数据是否存在重大变化，2024 年末商誉全额计提减值准备的合理性，是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定。（10）结合公司商标被撤销以及存在撤销风险的具体情况、最新进展，说明发行人是否有权继续使用上述商标，对生产经营、品牌维护及本次募投项目实施是否存在重大影响，已采取及拟采取的具体措施及其有效性，是否对公司生产经营造成重大不利影响。

请律师核查（8）（9）（10）并发表明确意见。

回复：

一、结合其他应收款相关款项的具体情况，包括但不限于交易对象、交易背景、交易内容、合同约定情况、账龄等情况，说明交易对象是否与发行人董监高、大股东及一致行动人存在关联关系。

（一）核查程序

1、查阅发行人提供的报告期各期末其他应收款明细，并就其他应收款的具体情况取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅发行人报告期内其他应收款对应的相关合同等资料，就其他应收款的交易对方与发行人董监高、大股东及一致行动人是否存在关联关系取得了发行人的确认，查阅了发行人董监高填写的调查表，并登录企查查网站抽查了其他应收款交易对方的相关情况。

（二）核查内容

1、其他应收款的具体情况，包括但不限于交易对象、交易背景、交易内容、合同约定情况、账龄等情况

根据发行人提供的资料及说明，报告期各期末，发行人其他应收款具体情况如下：

单位：万元

款项性质	2024 年末	2023 年末	2022 年末
房屋租赁及水电费押金	4,815.17	4,696.23	4,622.64
员工备用金	234.94	276.72	180.15
代垫社保款及公积金	165.59	142.37	128.40
其他	18.00	101.17	99.07
合计	5,233.70	5,216.49	5,030.25

（1）房屋租赁及水电费押金

根据发行人的说明，发行人其他应收款中的房屋租赁及水电费押金，主要为发行人租赁零售门店、办公场所、仓库支付的房屋及水电费押金。截至报告期末，发行人房屋租赁及水电费押金前五大单位如下：

单位：万元

项目	账龄				合计
	一年以内	一至两年	两至三年	三年以上	
华润集团旗下与发行人存在业务合作的华润万家有限公司、润家商业（深圳）有限公司等	301.14	119.52	9.45	239.93	670.04

项目	账龄				合计
	一年以内	一至两年	两至三年	三年以上	
商场和商业地产公司（以下合称“华润集团”）					
天虹数科商业股份有限公司（以下简称“天虹股份”）	50.26	34.51	31.63	68.57	184.97
京基集团有限公司及其集团旗下子公司（以下合称“京基集团”）	0.10	6.83	0.15	132.96	140.04
客户 A	36.36	--	--	98.13	134.49
深圳市罗湖投资控股有限公司	4.58	84.54	--	--	89.12
合计	392.44	245.40	41.23	539.59	1,218.66

上述与华润集团、天虹股份、客户 A 的其他应收款项主要系发行人门店在该等单位租赁场地产生的租赁及水电费押金；与京基集团、深圳市罗湖投资控股有限公司的其他应收款主要系发行人办公场所及仓库租赁产生的押金款项。发行人部分其他应收款账龄较长，主要系租赁期较长或续租等原因所致，具体内容举例如下：

出租方	租赁用途	地址	租赁期	合同押金条款
深圳市罗湖投资控股有限公司	办公	罗湖投资控股大厦 A 座 5 层 501A、501 中庭	2023.01.01-2027.12.31	①租赁保证金 845,361.3 元，由乙方于签订本合同当日向甲方交纳。 ②甲方须在本合同终止及乙方把该房屋交还给甲方，且双方就租赁该房屋而产生的一切权利和义务清理完毕后 30 个工作日内，向乙方退还该租赁保证金（不计利息）。
深圳市京基房地产股份有限公司	办公	深圳市深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 2201-02 单元	2017.10.10-2027.10.09	乙方应当在本合同签订后七日内向甲方支付租期末年 2 个月租金标准作为租赁保证金，即租赁保证金为 725,314.82 元；本合同租赁期限届满且乙方不再续租时，乙方将该租赁房产交还给甲方，且双方就租赁房产而产生的一切权利和义务履行完毕后十个工作日内，甲方将租赁保证金退还乙方（不计利息）。

出租方	租赁用途	地址	租赁期	合同押金条款
华润置地（深圳）有限公司	门店经营	深圳市南山区华润万象天地 B1 35 号商铺	2017.09.27-2026.03.19	<p>①乙方应向甲方支付租赁保证金 423,390 元、水电费押金 4,350 元，合计 427,740 元。乙方根据原合同已支付租赁保证金 387,510 元、水电费押金 4,350 元，差额部分合计 35,880 元，乙方应于本协议生效后 5 日内补足。</p> <p>②装修押金为 50,000 元，乙方应于该商铺交付前向甲方或物业管理公司支付，由收款方向乙方开具收据。</p> <p>③在乙方依约交还该商铺、结清费用、办理完毕注册地址注销或变更且双方就该商铺租赁产生的其他债权债务清理完毕后，甲方于收到乙方退款申请之日起 90 个工作日内向乙方无息退还租赁保证金、水电费押金及本合同约定的其他押金，但本合同另有约定的除外。</p>
天虹股份	门店经营	深圳市宝安区 44 区创业二路与翻身路交会处富源商业中心深圳创业天虹商场 L1 层 00104-L1-233 铺	2021.08.01-2025.09.30	<p>①租赁保证金：101,760 元。</p> <p>②除双方另有约定外，在本合同及后续补充协议终止 3 个月以后，符合以下全部条件的，甲方将租赁保证金无息返还乙方。</p> <p>a.乙方依约返还租赁房屋、结清各款项、注销了租赁登记备案；</p> <p>b.乙方向甲方返还了甲方开具的租赁保证金收据；</p> <p>c.未发生与租赁房屋经营有关的争议，如预付卡/券或商品质量等的纠纷争议等或已经发生的与租赁房屋经营有关的争议，如有关预付卡/券或商品质量的争议等，均已经解决完毕并经甲方确认的。</p>
客户 A	门店经营	深圳市蛇口工业大道 3404F1F0011 号铺位	2021.04.01-2026.03.31	<p>①履约保证金：111,246 元。</p> <p>②除另有约定外，本协议终止时，乙方按本协议规定将租赁区域交还甲方后，甲方应于乙方提供甲方要求的退还保证金申请材料（包括但不限于押金收据原件、乙方身份证或营业执照、银行账户信息等）及履行完相关政府部门手续（包括但不限于注销以租赁区域为注册地址的所有相关证照，如营业执照、食品经营许可证等）后 3 个月内，经扣除乙方应付的违约金和赔偿金（如有）后，将履约保证金剩余部分无息退还乙方。</p>

注：上表中的甲方为出租方，乙方为发行人。

（2）其他款项详情

根据发行人的说明，发行人其他应收款中的员工备用金主要系为应对发行人日常经营所需，员工申请用于差旅费、零星采购、零星开支等的款项；代垫社保

款及公积金主要为发行人为员工垫付缴纳社保、公积金的个人部分款项；其他主要为代收代付应收取员工的公租房、人才房租金、饭堂伙食费及其他零星款项。

2、其他应收款账龄情况

根据发行人的说明，截至报告期末，发行人其他应收款的账龄结构如下表所示：

其他应收款账龄	金额（万元）	占比
一年以内	1,755.41	33.54%
一至两年	659.47	12.60%
两至三年	297.53	5.68%
三年以上	2,521.29	48.17%
合计	5,233.70	100.00%

上表所列账龄为三年以上的其他应收款主要系房屋租赁及水电费押金，该等款项因租赁期较长或续租等原因所致导致账龄较长，符合发行人的房屋租赁模式与经营特征。

3、说明交易对象是否与发行人董监高、大股东及一致行动人存在关联关系

报告期各期末，发行人其他应收款项的交易对象主要包括：（1）华润集团、天虹股份等商业地产商以及客户 A 等与发行人存在日常业务往来的客户；（2）京基集团、深圳市罗湖投资控股有限公司等与发行人办公场所、仓库租赁相关的供应商；（3）发行人员工，涉及备用金、发行人履行代扣代缴社保及公积金款项义务以及垫付公租房、人才房租金等所致。

根据发行人的说明，并经本所律师核查，除发行人因履行员工社保、公积金代扣代缴义务以及垫付公租房、人才房租金产生的其他应收款以外，发行人其他应收款的交易对象与发行人董监高、大股东及一致行动人不存在关联关系。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，报告期各期末，发行人其他应收款主要为房屋租赁及水电费押金、员工备用金、代扣代缴社保及公积金款项、代垫公租房及人才房租金及其他。除发行人因履行员工社保及公积金代扣代缴义务以及垫付公租房及人才房租金产生的其他应收款以外，发行人其他应收款的交易对象与发行人董监高、大股东及一致行动人之间不存在关联关系。

二、结合汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式、收购背景，评估定价依据及其公允性、实现业绩情况等，说明报告期内商誉减值测试参数选取的合理性，包括但不限于预计增长率、毛利率以及与实际经营业绩的比对情况，说明收购前后相比财务数据是否存在重大变化，2024 年末商誉全额计提减值准备的合理性，是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定。

（一）核查程序

就本题所涉法律事项，本所律师作为法律专业人士履行了特别注意义务；就本题所涉财务与会计等非法律事项，本所律师作为非财务专业人士履行了普通人的一般注意义务。

在此前提下，本所律师履行了包括但不限于以下核查程序：

1、查阅了发行人收购汉高信息、镜联易购的公告文件、签订的相关协议、资产评估报告、审计报告以及 2023 年度及 2024 年度商誉减值测试报告、国众联资产评估土地房地产估价有限公司（以下简称“国众联评估师”）出具的 2023 年度及 2024 年度商誉减值测试评估报告，就发行人收购汉高信息及镜联易购的背景原因、收购后业绩发生变动的原因以及商誉减值测试相关事项取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅了发行人及保荐机构出具的《关于博士眼镜连锁股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函的回复》（以下简称“发行人及保荐机构回复”）、政旦致远会计师出具的《关于博士眼镜连锁股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函中有关财务事项的说明》（以下简称“会计师说明”）。

（二）核查内容

1、汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式、收购背景，评估定价依据及其公允性、实现业绩情况

（1）基本情况、经营模式及收购背景

根据发行人提供的资料及说明，汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式及收购背景如下：

公司名称	汉高信息	镜联易购
基本情况	统一社会信用代码：9133010872910615XT	统一社会信用代码：91330108MA2KKNMY9H

	企业类型：有限责任公司 成立日期：2001 年 6 月 6 日 注册资本：3,000,000.00 元 法定代表人：洪良勇 注册地址：浙江省杭州市西湖区西斗门路 3 号天堂软件园 A 幢 1 楼 1179 室。 经营范围：一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机系统服务；信息系统集成服务；网络设备销售；第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	企业类型：有限责任公司 成立日期：2021 年 9 月 18 日 注册资本：1,703,273.00 元 法定代表人：洪良勇 注册地址：浙江省杭州市余杭区仓前街道文一西路 1338 号 A 座 2 层 201 室 经营范围：许可项目：第三类医疗器械经营；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；软件销售；计算机软硬件及辅助设备零售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；电子产品销售；可穿戴智能设备销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
经营模式	眼镜零售行业数字化整体解决方案提供商，通过销售眼镜零售行业所需的系统管理软件及配套硬件、软件日常维护、二次开发等服务获取收益。	主要打造眼镜零售行业企业客户的交易及服务平台，通过镜联易购平台打通供应链上下游数据，收取平台加盟费、商品销售的价差获取收益。
收购背景	本次收购系在保证发行人主营业务稳健发展的前提下，布局与发行人现有业务具有一定协同性和发展潜力的数字化平台项目，为单体眼镜零售门店赋能，提升发行人的市场覆盖率，促进发行人长远发展。	
收购时点	2023 年 3 月	

（2）评估定价依据及其公允性、实现业绩情况

发行人收购汉高信息、镜联易购的价格系在双方认可的审计、评估结果基础上由交易各方协商确定。

关于汉高信息，根据大华会计师出具的《杭州汉高信息科技有限公司审计报告》（大华核字[2023]000915 号）及国众联评估师出具的《博士眼镜连锁股份有限公司拟进行股权收购所涉及的杭州汉高信息科技有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（国众联评报字（2023）第 3-0003 号，以下简称“收购资产评估报告”），汉高信息截至评估基准日 2022 年 10 月 31 日的股东全部权益价值为 3,373.46 万元。发行人收购汉高信息 68.00% 股权对应的收购价款为 2,293.95 万元，价格公允。

关于镜联易购，根据大华会计师出具的《杭州镜联易购网络科技有限公司审计报告》（大华核字[2023]000916 号）及国众联评估师出具的《杭州镜联易购网络科技有限公司拟进行增资扩股所涉及的杭州镜联易购网络科技有限公司股东

全部权益价值资产评估报告》（国众联评报字（2023）第 2-0014 号，以下简称“增资资产评估报告”），镜联易购截至评估基准日 2022 年 10 月 31 日的股东全部权益价值为 2,348.42 万元。发行人以 851.58 万元认购镜联易购的新增注册资本 36.2618 万元，对应其增资后 21.2895%的股权，价格公允。

发行人收购汉高信息、镜联易购时，交易对方承诺在 2023 年、2024 年、2025 年内需在镜联易购平台完成活跃门店总家数分别不低于 4,000 家、7,000 家、10,000 家；且 2024 年、2025 年需完成活跃眼镜零售门店在镜联易购平台产生的交易额分别不低于 1.50 亿元、3.00 亿元。根据发行人的说明，2023 年、2024 年镜联易购平台活跃门店数量分别为 432 家、44 家，2024 年镜联易购平台实现交易额 403.10 万元，未达到承诺的业绩目标。

2、报告期内商誉减值测试参数选取的合理性，包括但不限于预计增长率、毛利率以及与实际经营业绩的比对情况，说明收购前后相比财务数据是否存在重大变化

（1）收购汉高信息产生的商誉及减值测试情况

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》，资产减值测试应当估计其可收回金额，然后将所估计的资产可收回金额与其账面价值比较，以确定是否发生减值。资产可收回金额的估计，应当根据公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

根据《资产评估专家指引第 11 号—商誉减值测试评估》第十六条，商誉减值测试评估需要计算公允价值减去处置费用后的净值时，可以采用市场法、收益法、成本法计算包含商誉资产组或资产组组合的公允价值。

根据国众联评估师出具的收购资产评估报告、2023 年度及 2024 年度《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州汉高信息科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2024）第 3-0040 号、国众联评报字（2025）第 3-0084 号），国众联评估师选择了资产基础法对汉高信息的价值进行评估，其中无形资产及处置费用为评估关键参数。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，相关参数差异情况及其合理性如下：

①无形资产确认依据

汉高信息资产组无形资产主要为软件著作权及商标。对于软件著作权、商标等无形资产，国众联评估师根据无形资产形成过程中所需要投入的各种费用（含资金成本和合理利润），同时扣除贬值率后确认评估值。

2023 年末进行商誉减值测试时，汉高信息资产组 2023 年度为控制成本，调整了研发人员数量，产品升级、维护人员数量的减少可能导致相关软件著作权的预期经济使用年限较股权收购时点下降，故将软件著作权的经济使用年限进行向下调整，无形资产评估价值由收购日的 2,150.21 万元下降至 1,738.93 万元。

2024 年末进行商誉减值测试时，因汉高信息资产组对外开展业务规模收缩，部分软件未继续投入使用，未来产生现金流入的可能性较小，故对该等软件评估价值进行了调减，无形资产的评估价值由 2023 年末的 1,738.93 万元下降至 2024 年末的 462.66 万元。

②处置费用确定依据

对汉高信息资产组进行评估的处置费用系根据《北京产权交易所国有资产交易业务收费办法》《北京产权交易所非国有投融资业务收费办法》《广州产权交易所有限公司交易服务收费标准》《上海联合产权交易所有限公司交易业务收费管理暂行办法》及其关于交易业务收费相关事项的补充通知、法院拍卖手续费计算的均值作为处置费用，2023 年及 2024 年末进行商誉减值测试时评估参数选取上不存在重大差异。

除上述关键参数以外，国众联评估师 2024 年度对汉高信息资产组商誉资产组减值测试的其他参数与前次股权收购时、2023 年度减值测试时不存在重大差异。

（2）收购镜联易购产生的商誉及减值测试情况

根据国众联评估师出具的增资资产评估报告、2023 年度及 2024 年度《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州镜联易购网络科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2024）第 3-0039 号、国众联评报字（2025）第 3-0085 号），国众联评估师选择了收益法进行估值，所选取的关键参数主要为预测期营业收入增长率、毛利率、折现率等。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，相关参数差异情况及其合理性如下：

①预测期营业收入增长率

单位：万元

评估时点	指标	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年
收购时点	收入	497.61	656.67	722.34	780.12	826.93	--	--
	增长率	744.34%	31.97%	10.00%	8.00%	6.00%	--	--
2023 年商誉减值测试	收入	--	361.43	748.30	1,234.33	1,678.87	2,134.80	--
	增长率	--	520.38%	87.85%	64.95%	36.02%	27.16%	--
2024 年商誉减值测试	收入	--	--	221.20	383.24	588.49	725.33	827.98
	增长率	--	--	92.99%	73.26%	53.55%	23.25%	14.15%

注：各次商誉减值测试评估时预测期均为 5 年；收入预测均是在基准日前一个会计年度实际经审计的营业收入基础上，对未来 5 年的营业收入进行预测。

在收购完成前，镜联易购的主营业务为利用其线上平台经营采购联盟业务，即通过线上平台向眼镜零售门店进行产品批发销售。自 2023 年收购以来，镜联易购根据市场反馈实际情况以及上游品牌供应商、经销商、下游加盟商等不同相关方的实际需求，规划的采购联盟业务与部分品牌商的供货体系存在一定价格冲突，镜联易购相应地调整了加盟分销体系，其线上活跃门店数量、线上成交额等指标下滑较多。2023 年下半年，镜联易购将其定位从单一的线上销售平台业务转为依托于博士眼镜旗下的特许经营品牌石人工（砦）开展经营活动，承担了石人工（砦）加盟体系及后期运营管理业务，将该资产组定位为发行人旗下加盟业务中心。尽管镜联易购积极适应供应商体系变化，并对其自身定位及业务进行调整，但 2023 年度和 2024 年度营业收入数据仍未达预期，导致镜联易购的预测期营业收入存在向下调整的情况。

②毛利率

镜联易购各期商誉减值测试时，对应的毛利率预测情况如下：

评估时点	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年
收购时点	100%	100%	100%	100%	100%	100%	--
2023 年度商誉减值测试	--	60.15%	61.29%	60.30%	61.44%	62.55%	--
2024 年度商誉减值测试	--	--	71.06%	83.21%	89.01%	91.04%	92.11%

镜联易购各期商誉减值测试时，预测毛利率存在一定差异，相关毛利率调整原因如下：2023 年度商誉减值测试时，镜联易购对其经营模式进行一定调整，新增加盟体系及后期运营管理业务，使得镜联易购毛利率较收购时点变化较大；

2024 年度商誉减值测试时，镜联易购预测毛利率有所增加，主要系镜联易购低毛利率的加盟业务的增长速度不及预期，预计其占总收入的比例有所下降所致。

③折现率

对镜联易购进行评估的折现率选取情况如下：

年度/项目	无风险收益率	目标财务杠杆的贝塔	市场风险溢价	特有风险溢价	税后 WACC
收购时点	3.63%	0.9009	6.85%	3.00%	12.81%
2023 年度商誉减值测试	3.49%	0.5500	6.19%	4.00%	10.89%
2024 年度商誉减值测试	1.93%	0.5744	6.06%	4.00%	8.95%

注：上表为税后折现率。

根据企业会计准则规定，为了资产减值测试的目的，计算资产未来现金流量现值时所使用的折现率应当是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率，该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率。在估计替代利率时，国众联评估师根据企业加权平均资金成本（WACC）确定，其中普通权益资本成本采用资本资产定价修正模型（CAPM）来确定，具体参数确定过程如下：

a.无风险收益率：收购时点、2023 年度商誉减值测试时点与 2024 年度商誉减值时点均选取距评估基准日剩余到期年限为 10 年以上的中长期国债平均到期收益率作为无风险收益率，无风险收益率选取内涵相同。

b.目标财务杠杆的贝塔：由于镜联易购资产组经营模式主要采用加盟模式，根据管理层预测未来不存在外部借款，因此采用企业自身资本结构作为被评估企业的资本结构比率。

收购时镜联易购以线上采购批发平台为主要经营方向，公司经营上与 CSRC 互联网和相关行业相似度较高；而 2023 年末、2024 年末商誉减值测试中，镜联易购资产组经营上与眼镜门店的直销、加盟管理相似度较高，与 CSRC 批发和零售业相关性更强，因此收购时点与 2023 年末、2024 年度商誉减值测试中，因经营方式变动导致可比行业的选择存在差异。

c.市场风险溢价：收购时点与 2023 年末、2024 年末商誉减值测试均选取中国股票市场风险报酬率，以沪深 300 指数月度数据为基础，先计算沪深 300 指数月均收益率，再把月收益率进行年化，以沪深 300 指数年化收益率作为市场风险

报酬率，收购时点、2023 年末及 2024 年末商誉减值测试时的市场风险溢价选取内涵相同。

d.特有风险溢价：2023 年末、2024 年末商誉减值测试时，考虑到评估对象在公司的融资条件、资本流动性以及公司的治理结构等方面与可比上市公司的差异性所可能产生的特定个体风险，镜联易购资产组特定风险调整系数 R_c 由收购时点的 3.00% 调整为 4.00%。

④与实际经营业绩的对比情况

2023 年、2024 年，镜联易购收入增长率与商誉减值测试中预测数据的对比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年		2023 年	
	收入	增长率	收入	增长率
实际经营数据	174.69	373.16%	36.92	--
收购时点预测数据	656.67	31.97%	497.61	744.34%
2023 年商誉减值测试时点预测数据	361.43	520.38%	--	--

2023 年、2024 年，镜联易购毛利率与商誉减值测试中预测毛利率对比情况如下：

项目	2024 年	2023 年
实际经营数据	63.54%	81.63%
收购时点预测数据	100.00%	100.00%
2023 年末商誉减值测试预测数据	60.15%	--

如上表所示，镜联易购收入增长率及毛利率实际经营数据较收购时及 2023 年商誉减值测算中的预测数据差异较大，主要系镜联易购营业收入指标的预测主要基于其历史年度的经营状况、管理层未来经营策略、商业模式、市场预测情况等确定。2023 年度及 2024 年度商誉减值过程中，镜联易购由于供应商体系变化导致其对商业模式和公司定位进行了较大改变。

（3）收购前后相比财务数据是否存在重大变化

收购前后汉高信息、镜联易购主要财务数据情况如下：

单位：万元

标的公司	汉高信息			镜联易购		
	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
总资产	284.30	308.90	383.11	560.87	1,741.73	908.99
总负债	953.18	962.17	864.25	988.81	736.35	865.28
所有者权益	-668.88	-653.27	-481.14	-427.94	1,005.38	43.72

标的公司	汉高信息			镜联易购		
	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	368.08	212.83	246.16	174.69	36.92	64.21
净利润	-15.60	-135.49	-304.71	-1,433.33	-644.00	-61.24

注：2022 年度财务数据未经审计。

汉高信息方面，其系眼镜零售行业数字化整体解决方案提供商，通过销售眼镜零售行业所需的系统软件及配套硬件、软件日常维护、二次开发等服务获取收益。汉高信息亏损有所减少，主要系汉高信息结合自身经营情况，减少成本开支所致。

镜联易购方面，在收购完成前，镜联易购的主营业务为充分利用其线上平台经营采购联盟业务，即通过线上平台向眼镜零售门店进行产品批发销售。自 2023 年并购以来，镜联易购根据市场反馈实际情况以及上游品牌供应商、经销商、下游加盟商等不同相关方的实际需求，规划的采购联盟业务与部分品牌商的供货体系存在一定价格冲突，镜联易购相应地调整了其加盟分销体系，其线上活跃门店数量、线上成交额等指标下滑较多。由于上述因素，镜联易购在收购后的经营情况、业务数据不及预期，2023 年、2024 年镜联易购亏损幅度变大。

基于对保荐机构、政旦致远会计师的合理信赖，经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，并基于普通人的一般注意义务及判断，本所律师认为，报告期内发行人对汉高信息、镜联易购商誉减值测试参数选取具有合理性。收购前后，汉高信息、镜联易购财务数据存在一定变化，主要与其供应商体系变化及其对业务模式的调整相关。

3、2024 年末商誉全额计提减值准备的合理性，是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定

（1）2024 年末商誉全额计提减值准备的合理性

①汉高信息

根据国众联评估师出具的《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州汉高信息科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2025）第 3-0084 号），经国众联评估师测试，汉高信息的相关资产组在 2024 年 12 月 31 日的账面价值为 1,381.92 万元，剔除商誉后资产组账面价值为 916.73 万元，资产可收回金额为 585.12 万元。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，包含相关资

产组或者资产组组合的可收回金额小于剔除商誉后资产组账面价值，需对商誉全额计提减值准备，因此发行人 2024 年末对收购汉高信息产生的商誉全额计提减值准备合理。

②镜联易购

根据国众联评估师出具的《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州镜联易购网络科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2025）第 3-0085 号），经国众联评估师测试，镜联易购的相关资产组在 2024 年 12 月 31 日的账面价值为 1,765.27 万元，剔除商誉后资产组账面价值为 7.03 万元，资产可收回金额为 6.38 万元。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，包含相关资产组或者资产组组合的可收回金额小于剔除商誉后资产组账面价值，需对商誉全额计提减值准备，因此发行人 2024 年末对收购镜联易购产生的商誉全额计提减值准备合理。

（2）是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定

①发行人商誉减值相关会计处理符合会计准则要求

报告期内，发行人每年年度终了聘请评估师对其商誉进行减值测试，国众联评估师出具了 2023 年度及 2024 年度商誉减值测试评估报告。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，发行人及国众联评估师在进行资产减值测试时，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，当自购买日起已按照合理的方法分至相关的资产组，国众联评估师在评估过程中根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》和《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》的相关会计准则的要求，充分分析了不同评估方法的适用性，恰当选择与商誉减值测试相适应的评估方法，年审会计师针对商誉减值测试实施了适当的审计程序，经核查，商誉减值的相关评估符合《企业会计准则第 8 号—资产减值》等相关企业会计准则的要求。

②发行人商誉减值相关会计处理符合《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定

经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，报告期内发行人已根据《监管规则适用指引——发行类第 7 号》《企业会计准

则第8号—资产减值》《会计监管风险提示第8号—商誉减值》的要求对商誉进行初始确认，并于各年末对商誉进行减值测试。发行人系将收购汉高信息、镜联易购资产组的成本中大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为合并资产负债表中的商誉，初始计量准确。发行人管理层、年审会计师自2023年以来均对汉高信息、镜联易购资产组是否存在特定减值迹象进行判断，并进行商誉减值测试，于2023年末、2024年末分别计提商誉减值530.09万元及1,214.16万元，发行人已详细披露相关资产组或资产组组合的可收回金额、确定过程及其账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值），相关商誉减值信息披露充分、真实。

收购时点汉高信息、镜联易购的评估报告中使用的预测数据与实际数据存在差异系标的公司自身定位及经营业务调整所致。发行人已于2023年、2024年分别计提商誉减值准备530.09万元、1,214.16万元，不存在集中大额计提商誉减值的情形。截至报告期末，发行人商誉余额为0元，不存在大额商誉而未计提或较少计提减值的情形，商誉计提过程谨慎合理。商誉减值原因不会对本次发行构成重大不利影响。

（三）核查结论

基于对保荐机构、政旦致远会计师的合理信赖，经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，并基于普通人的一般注意义务及判断，报告期内发行人对汉高信息、镜联易购商誉减值测试参数选取具备合理性。收购前后，汉高信息、镜联易购财务数据存在一定变化，主要系其供应商体系的变化及其对业务模式的调整所致。发行人2024年末商誉全额计提减值准备具备合理性，符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第7号》的相关规定。

三、结合公司商标被撤销以及存在撤销风险的具体情况以及最新进展，说明发行人是否有权继续使用上述商标，对生产经营、品牌维护及本次募投项目实施是否存在重大影响，已采取及拟采取的具体措施及其有效性，是否对公司生产经营造成重大不利影响。

（一）核查程序




针对上述问题，本所律师履行了如下核查程序：



- 1、查阅了第 17924729 号、第 17924728 号、第 1091684 号及第 1091685 号争议商标所涉商标权撤销审查及行政诉讼相关资料；
- 2、查阅了发行人相关注册商标证书、申请文件，以及相关作品著作权登记证书；
- 3、查阅了发行人与品牌方签署的专项推广宣传合同、合同履行资料等发行人为品牌方提供推广及宣传服务的资料；
- 4、查阅了发行人制定的《第 35 类注册商标管理规范》；
- 5、登录中国商标网、中国版权保护中心著作权登记系统等网站查询公示信息；
- 6、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、发行人商标被撤销及存在撤销风险的具体情况及其最新进展



根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人题述争议商标被撤销及存在撤销风险（以下简称“商标撤销事宜”）的具体情况及其最新进展如下：

序号	争议商标	类别	申请撤销第三人	商标撤销事宜的具体情况及其最新进展
行政诉讼阶段				
1	第 17924729 号“  ”商标	35	马赫汀国际贸易有限公司	2024 年 7 月 24 日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。 2024 年 8 月 13 日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。 2025 年 1 月 15 日，北京知识产权法院向发行人出具案件受理通知书，截至本补充法律意见书出具之日，北京知识产权法院尚未作出一审判决。
2	第 17924728 号“  ”商标	35	马赫汀国际贸易有限公司	2024 年 7 月 24 日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。 2024 年 8 月 13 日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。 2025 年 1 月 15 日，北京知识产权法院向发行人出具案件受理通知书，截至本补充法律意见书出具之日，北京知识产权法院尚未作出一审判决。
3	第 1091684 号“  ”商标	35	于辉	2023 年 9 月 14 日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。 2023 年 12 月 20 日，发行人向北京知识产权法院提

序号	争议商标	类别	申请撤销第三人	商标撤销事宜的具体情况 & 最新进展
				<p>起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。</p> <p>2024年10月28日，北京知识产权法院作出一审判决，判决驳回发行人的诉讼请求。发行人向北京市高级人民法院提起上诉。</p> <p>2025年1月13日，北京市高级人民法院作出二审判决，判决驳回上诉，维持原判。</p> <p>2025年1月27日，国家知识产权局作出该注册商标的撤销公告，该注册商标专用权自公告之日起终止。</p> <p>2025年3月7日，发行人向最高人民法院提出再审申请，请求撤销上述一审、二审判决并依法改判，撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。</p> <p>2025年3月25日，最高人民法院向发行人出具案件受理通知书，截至本补充法律意见书出具之日，最高人民法院尚未作出再审裁定。</p>
4	第1091684号“  ”商标	35	马赫汀博士国际贸易有限公司	<p>2024年3月20日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。</p> <p>2024年4月22日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。</p> <p>2025年1月24日，北京知识产权法院向发行人出具案件受理通知书，截至本补充法律意见书出具之日，北京知识产权法院尚未作出一审判决。</p>
国家知识产权局复审阶段				
5	第1091684号“  ”商标	35	莫建红	<p>2024年8月23日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的初审决定。</p> <p>发行人已在法定期限届满前向国家知识产权局申请复审，截至本补充法律意见书出具之日，国家知识产权局尚未作出复审决定。</p>
6	第1091685号“DOCTOR”商标	35	莫建红	<p>2024年8月23日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的初审决定。</p> <p>发行人已在法定期限届满前向国家知识产权局申请复审，截至本补充法律意见书出具之日，国家知识产权局尚未作出复审决定。</p>

2、关于发行人是否有权继续使用争议商标

根据《中华人民共和国商标法》第五十五条，法定期限届满，当事人对商标局做出的撤销注册商标的决定不申请复审或者对商标评审委员会做出的复审决定不向人民法院起诉的，撤销注册商标的决定、复审决定生效。被撤销的注册商标，由商标局予以公告，该注册商标专用权自公告之日起终止。



基于上文“1、发行人商标被撤销及存在撤销风险的具体情况 & 最新进展”所述情况，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，除第 1091684 号“”商标已于二审判决生效后被国家知识产权局公告撤销外，第 17924729 号及第 17924728 号“”商标（以下合称“双马商标”）所涉行政诉讼尚未作出一审判决，第 1091685 号“DOCTOR”商标（以下简称“DOCTOR 商标”）所涉商标审查尚未作出复审决定，撤销该等注册商标的决定或复审决定尚未生效，该等争议商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用。

3、发行人针对商标撤销事宜已采取及拟采取的具体措施及其有效性

（1）就争议商标相同或近似图样申请著作权及注册商标

①已采取的措施

根据发行人提供的资料，在上述商标撤销事宜发生之前，发行人已就与双马商标近似的图样取得了注册商标专用权，具体情况如下：

序号	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至
1		9290389	9	2012.07.14	2032.07.13
2		9290390	44	2012.06.07	2032.06.06

在上述商标撤销事宜发生后，发行人进一步加大了知识产权保护力度并已采取相关措施，具体如下：

根据发行人提供的资料，发行人已就与争议商标相同或近似的图样申请了作品著作权登记，具体情况如下：

序号	作品名称	作品图样	登记号	作品类别	创作完成日	登记日期
1	博士 DOCTOR		国作登字-2024-F-0218758	美术	1993.03.21	2024.07.26
2	博士 DOCTOR+博士眼镜 图文组合		国作登字-2025-F-0006547	美术	1993.03.21	2025.01.08
						
3	博士 DOCTORGLASSES 系列 图文组合	DOCTOR  GLASSES	国作登字-2025-F-0006546	美术	2019.11.12	2025.01.08
						
4	双马图案		国作登字-2025-F-0006548	美术	1993.03.21	2025.01.08

同时，发行人已就双马商标相同或近似的图样取得或申请了注册商标，具体情况如下：

序号	商标样式	注册号/申请号	类别	注册日期	有效期至
1		63529633	9	2022.09.21	2032.09.20
2		61365728	44	2023.06.14	2033.06.13
3		84580345	35	正在申请中，状态为等待实质审查	
4		84579118	35	正在申请中，状态为等待实质审查	

②措施的有效性

首先，根据《商标审查审理指南》第十四章“损害他人在先权利的审查审理”，未经著作权人的许可，将他人享有著作权的作品申请注册商标，该等商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。因此，发行人就争议商标相同或近似的图样申请作品著作权登记，能够降低后续第三方申请与争议商标相同或近似的商标被核准注册的可能性。

其次，双马商标仍为第 35 类有效注册商标，且发行人已取得与其图形外观和整体排列组合方式近似的图形在第 9 类、第 44 类商标上的注册商标权，并重新提交了第 35 类双马商标的注册申请，该等措施能够降低其他主体在相同商标类别上注册与双马商标相同或者近似商标的可能性。

（2）固定及强化注册商标在核定服务上使用的证据链条

①已采取的措施

根据发行人提供的资料及说明，发行人已与相关品牌方签署专项推广宣传合同，并通过收集、固定该等合同的履行资料，以及通过官网、公众号、报刊、展览会及门店场所等其他方式为品牌方提供推广及宣传服务的证据，不断固定并强化发行人相关注册商标在第 35 类替他人推销等核定服务上使用的证据链条。

②措施的有效性

根据《中华人民共和国商标法》第四十九条，注册商标成为其核定使用的商品的通用名称或者没有正当理由连续三年不使用的，任何单位或者个人可以向商

标局申请撤销该注册商标。因此，发行人通过固定并强化发行人注册商标在核定注册服务上使用的证据，能够降低相关注册商标因连续三年不使用而被申请撤销的风险。

（3）建立健全商标管理及品牌维护机制

①已采取的措施

发行人已在发行人及控股子公司内部制定并发布了注册商标管理规范，明确了发行人及其控股子公司内部对于注册商标管理的职责与分工，建立健全了发行人商标确权、使用、侵权监测及监督保障的全周期管理机制。同时，发行人通过线下调查反馈、线上浏览及商标注册专业机构支持等渠道，积极监测及搜集商标抢注、侵权及不正当竞争等线索，并将根据实际情况积极开展维权行动。

②措施的有效性

通过建立健全商标管理及品牌维护机制，能够加强和保障发行人在注册商标使用及管理方面的合法合规性，并降低发行人的注册商标权益被侵权等带来的不利影响，从而对发行人的商标管理及品牌维护产生积极作用。

基于上述，本所律师认为，发行人已针对商标撤销事宜采取或拟采取相关措施，且该等措施具有有效性。

4、商标撤销事宜对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施是否存在重大影响

已如上述，争议商标中的第 17924729 号、第 17924728 号及第 1091685 号商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用。根据发行人提供的资料及说明，若按照最坏结果原则预计，假设争议商标均被撤销，不会对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施产生重大不利影响，具体如下：

（1）发行人开展经营及实施募投项目对争议商标的依赖程度较小

发行人报告期内的主营业务为眼镜零售连锁经营，本次募投项目中主要涉及使用争议商标的项目为“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”及“总部运营管理中心及品牌建设项目”。根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人开展经营及实施募投项目对争议商标的依赖程度较小，具体原因如下：

首先，发行人通常将争议商标与发行人其他商标进行组合使用，主要用于对外品牌宣传、商务合同签订以及“博士眼镜”品牌门店门头和产品物料中。除争议商标外，发行人所组合使用的其他注册商标均为有效状态，不存在争议及纠纷，

发行人有权继续使用。发行人未在自有品牌产品的镜片和镜架上使用争议商标，不存在经营销售争议商标所涉产品的情况。

其次，发行人自设立以来一直主要从事眼镜零售连锁经营业务，已形成包含“博士眼镜”品牌在内的六大眼镜零售品牌，而争议商标仅为“博士眼镜”品牌门店门头所使用的组合商标的组成部分。从发行人所处业态来看，发行人的核心竞争力集中体现在品牌影响力、销售网络规模、专业的服务水平和渠道优势等方面，无论是对于眼镜门店的消费者，还是发行人相关产品的供应商，眼镜门店门头、对外宣传资料等使用的商标，都并非其识别并选择商家的唯一决策依据。

最后，发行人“博士眼镜”品牌门店门头及对外宣传资料中使用的并非单一图样，假设争议商标均被撤销，发行人亦能够以其他有效注册商标替换争议商标。

（2）发行人继续使用争议商标的风险较低

首先，根据《中华人民共和国商标法》相关规定，我国采取的是以自愿注册为原则、强制注册为例外的商标注册制度，发行人主营业务所涉商品及服务不存在强制注册商标的要求。因此，即使争议商标均被撤销，在无第三人取得与前述图形相同或相似的商标权或著作权的情况下，发行人仍可继续使用该等商标所涉图形。

其次，关于双马商标，如上文“3、发行人针对商标撤销事宜已采取及拟采取的具体措施及其有效性”部分所述，其他主体在相同注册类别上申请与双马商标相同或者相似的商标被核准的可能性较低，关于 DOCTOR 商标，由于发行人主要将其与其他商标组合使用，而未单独使用，且 DOCTOR 商标在商标组合中通常不处于显著位置，因此，因在商标组合中使用 DOCTOR 字样而导致消费者混淆的可能性较低。

最后，即使相关主体后续就争议商标图形取得商标注册，发行人可根据《中华人民共和国商标法》第五十九条主张在先使用权利，即在原有使用范围内继续使用争议商标。

（3）发行人已就商标撤销事宜采取了相关有效措施

如上文“3、发行人针对商标撤销事宜已采取及拟采取的具体措施及其有效性”部分所述，发行人已就商标撤销事宜采取了有效应对措施，能够降低注册商标被申请撤销、商标侵权等风险，并对发行人的商标管理及品牌维护产生积极作用。

基于上述，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，双马商标及 DOCTOR 商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用，若按照最坏结果原则预计，假设争议商标均被撤销，不会对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施产生重大不利影响。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、截至本补充法律意见书出具之日，除第 1091684 号商标已于二审判决生效后被国家知识产权局公告撤销外，双马商标所涉行政诉讼尚未作出一审判决，DOCTOR 商标所涉商标审查尚未作出复审决定，撤销该等注册商标的决定或复审决定尚未生效，该等争议商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用。

2、针对题述商标撤销事宜，发行人已采取及拟采取的措施包括就争议商标相同或近似图样申请著作权及注册商标、固定及强化注册商标在核定服务上使用的证据链条以及建立健全商标管理及品牌维护机制，该等措施具有有效性。

3、发行人开展经营及实施募投项目对争议商标的依赖程度较小，且继续使用争议商标的风险较低，因此，题述商标撤销事宜不会对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施产生重大不利影响。

《审核问询函》问题 2：

根据申报材料，本次发行可转换公司债券的募集资金总额不超过人民币 37500 万元（含），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资金额	拟使用募集资金
1	连锁眼镜门店建设及升级改造项目（以下简称项目一）	35,012.20	18,000.00
2	总部运营管理中心及品牌建设项目（以下简称项目二）	22,998.80	7,000.00
3	数字化平台升级建设项目（以下简称项目三）	9,277.31	7,000.00
4	补充流动资金	5,500.00	5,500.00
合计		72,788.31	37,500.00

注：在本次发行可转换公司债券募集资金到位之前，发行人将根据募集资金投资项目实施进度的实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

项目一拟在重点城市开设 225 家智能眼镜门店，并对目前的老旧门店进行升级改造。2020 年至 2024 年公司年度新开门店分别为 52 家、114 家、67 家、51

家、78 家，年均新开门店数量为 72.4 家。截至 2024 年末，公司已在全国范围内的 25 个省、市、自治区拥有 557 家门店。

项目二计划在深圳市购置办公场地建设总部运营管理中心，并在深圳、上海、北京等地建立公司品牌形象体验中心，募集资金拟全部投入场地购置及装修。项目三拟投入业务系统、IT 基础设施和信息安全建设。

三个项目计划建设实施周期为 36 个月，项目一建设完毕后平均销售毛利率 70.63%，报告期各期，公司的销售毛利率分别为 61.84%、63.07%和 61.71%。项目二和项目三不直接产生经济效益，不涉及效益测算。三个项目拟使用募集资金投入内容均为资本性支出，补充流动资金属于非资本性支出，占比为 14.67%。

公司在 2023 年之后存在研发费用，主要涉及收购汉高信息及镜联易购所产生 IT 软件开发费用。公司拟设置智能眼镜专项研发投入约 6000 万元，用于与智能眼镜相关的技术研发、产业链公司投资。本次募投项目一拟在门店设置智能眼镜专区。

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 22600.43 万元、19354.09 万元和 19933.56 万元，主要为银行存款和其他货币资金。2022 及 2023 年，公司不存在短期借款。

公司 2017 年首发项目包括“营销服务平台建设项目”和“信息化建设项目”，存在延期、变更实施地点的情况。

请发行人：（1）以通俗易懂的语言，结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，分别对应说明与公司现有业务、首发两个项目的具体区别和联系，是否涉及新业务、新产品或新服务。（2）结合智能眼镜行业及公司发展情况、三个项目具体内容、场地合同期限、项目规划进度等，说明发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性，募集资金是否主要投向主业，是否符合《注册办法》第四十条相关规定。（3）结合眼镜产品使用寿命、各地区市场需求差异、报告期内闭店情况、公司销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议等，说明项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复，装修费用、仪器设备投入等投资规模是否审慎、合理，本次扩大业务规模的必要性、新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，是否存在过度融资。（4）各募投项目是否属于需要前置审批特许经营的业务，相关实施主体已获取的资质是否

已完整覆盖其预计开展业务范围，相关人员配备是否已获取相应资质，募投项目实施是否存在实质障碍。（5）结合项目用地计划，基地建设的设计规划、人均面积、具体用途，说明项目二建筑面积是否与项目人员规模匹配，相关建设的必要性和规模的合理性；如涉及厂房建设，列示具体厂房建设计划并说明是否仅自用，本次募投项目的其他项目是否涉及上述情况。（10）补充说明前次募投项目调整、变更、终止等变动的原因及合理性，是否已按规定履行相关审议程序与披露义务，是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正，或者未经股东大会认可的情形。

请律师核查（1）-（5）（10）并发表明确意见。

回复：

一、以通俗易懂的语言，结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，分别对应说明与公司现有业务、首发两个项目的具体区别和联系，是否涉及新业务、新产品或新服务。

（一）核查程序

- 1、查阅了本次可转债募投项目可行性研究报告。
- 2、查阅了发行人 IPO 申报募投项目可行性研究报告。
- 3、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，对应说明与公司现有业务的具体区别和联系

本次发行可转债的募集资金总额不超过 37,500.00 万元（含 37,500.00 万元），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资金额	拟使用募集资金
项目一	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	35,012.20	18,000.00
项目二	总部运营管理中心及品牌建设项目	22,998.80	7,000.00
项目三	数字化平台升级建设项目	9,277.31	7,000.00
项目四	补充流动资金	5,500.00	5,500.00
合计		72,788.31	37,500.00

（1）项目一

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，发行人拟在全国重点城市扩展 225 家眼镜门店，同时升级改造发行人部分现有门店。该项目

拟建设或升级的眼镜门店主要服务于终端线下零售消费者，拟销售产品主要包括镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜等产品。项目一是发行人在现有销售渠道基础上，结合眼镜零售行业发展特点、发行人战略规划方向而实施的门店扩张计划，是现有业务的扩产项目，旨在拓展优质门店资源、优化全国门店布局及增强市场竞争力，对发行人提升市场份额、寻求新的利润增长点具有重要意义。

目前我国国内眼镜零售市场集中度相对较低，行业内竞争较为充分。但随着头部零售企业持续加大门店拓展力度，以及“内容营销+本地生活化”的趋势不断深化，市场资源逐步向优势企业集中，规模化发展趋势初现端倪，包括发行人、宝岛眼镜、宝视达、千叶眼镜、亮视点及大明眼镜等在内的大型眼镜零售连锁企业已凭借供应链管理、专业人才储备以及品牌运营等方面的积累，逐步构建起较强的竞争优势。本项目的建设即为基于发行人业务现状、顺应行业发展趋势，通过加大优质门店拓展力度及适当升级改造现有门店，从而提升发行人市场占有率而实施。

（2）项目二

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，发行人拟在深圳市购置办公场地建设总部运营管理中心，并在重点城市建立发行人品牌体验中心。发行人建设总部运营管理中心系为了增强发行人业务开展的稳定性，提高发行人经营管理效率，实现降本增效，同时对相关场地、人员、设备进行补充，满足发行人日益增长的管理和办公需求；品牌体验中心系发行人为全方位提升发行人品牌影响力，选择重点城市核心商圈的优越位置打造。该项目是发行人为满足业务规模扩大而日益增长的管理需求、优化发行人运营管理环境以及提高品牌知名度和管理效率而实施。

（3）项目三

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，本项目拟在发行人现有信息化基础上，升级改造业务支持和管理系统，加大 IT 基础设施以及数据安全投入，从数字化门店、数字化运营管理、数字化营销、数字化作业、数字化交易、数字化加盟、业务中台和数据中台等方面进行全面优化，提升发行人整体的数字化水平，保障各连锁门店高效有序运转，提升发行人运营管理效率。本项目建设是发行人顺应数字化转型趋势、提升运营效率、增强综合竞争力的重要举措。

通过本项目的实施，发行人可在以下方面实现运营效率和盈利能力的提升：

①精准营销：将打造数字化门店，实现多渠道订单的整合与统一管理，借助数据分析能力的提升洞察消费者行为与偏好，开展精准营销，提升购物体验 and 门店运营效率；②智能中台：本项目将对发行人业务中台进行全面升级改造，将门店基础经营数据、商品数据、订单数据、库存数据等进行打通。通过规范各业务数据需求，确保各部门、各系统之间的数据互通与共享，提升数据流转效率与准确性。升级后的数据中台将具备更强大的数据分析能力、更智能的可视化展示以及更精准的预测和预警功能；③供应链管理：本项目将全面提升供应链管理的智能化水平，从供应商管理、采销管理、仓配管理到智能化分配与调度、客户服务等多个维度进行升级优化，进一步实现供应链信息的共享与协同，实现与上游供应商在订单采购、退换货、库存管理等环节的密切对接，同时优化库存结构，将库存情况向各业务前端统一共享，整体降低采购和库存成本；④加盟管理：在加盟数字化管理方面，本项目将进一步优化加盟商管理系统，优化销售订单管理、库存管理、客户关系管理和培训赋能管理等功能模块；⑤系统安全性提升：本项目将通过网络入侵检测、资产暴露面测绘、漏洞扫描修复、配置风险检查等安全能力建设，保护云上主机和容器安全，帮助发行人构建便捷的安全运营体系，确保数据的安全性和完整性。

（4）项目四

报告期内发行人营业收入稳步增长，未来随着募投项目的逐步实施，发行人业务规模将持续扩大，对营运资金的需求规模亦将进一步提高。本次拟将部分募集资金用于补充流动资金，可以缓解发行人营运资金压力，为发行人的长期发展提供可靠的资金保障，为实现发行人业绩的持续增长打下坚实基础。

基于上述，本次募投项目中，项目一是在发行人现有销售渠道的基础上，结合眼镜零售行业发展特点、发行人战略规划方向而实施的门店扩张计划，旨在拓展优质门店资源、优化全国门店布局，对发行人提升市场份额意义重大；项目二是发行人为满足业务规模扩大而日益增长的管理需求，优化发行人运营管理环境，提高品牌知名度而实施；项目三是基于发行人目前的信息化系统现状，为保障各连锁门店高效有序运转，优化数据处理能力，提高发行人全产业链的信息化水平而实施；项目四将补充流动资金，以保障发行人日常运营所需。因此，发行

人本次募投项目均围绕主营业务开展，是基于未来发展战略及行业市场机遇而实施的，与发行人现有业务密切相关。

2、结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，对应说明与首发两个项目的具体区别和联系

发行人首发两个募投项目包括营销服务平台建设项目和信息化建设项目。本次募投项目中，总部运营管理中心及品牌建设项目和补充流动资金项目属于新增项目，与前次募投项目无关联；连锁眼镜门店建设及升级改造项目、数字化平台升级建设项目与首发两个项目之间的具体区别和联系如下：

（1）与首发两个项目之间的具体区别

IPO 募投项目	本次募投项目	区别
营销服务平台建设项目	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	<p>①建设背景：前次募投项目建设时，国内眼镜零售行业市场集中度较低。发行人直营门店数量仅为三百余家，规模相对有限，品牌体系尚需进一步完善。本次募投项目是在国内眼镜零售行业市场集中度不断提升、头部企业加速门店网络布局的背景下实施的。截至报告期末，发行人已拥有 557 家连锁门店，具备了一定的市场规模和品牌知名度，门店规模显著扩大，品牌体系也更加完善。但发行人门店规模仍需拓展，部分现有门店设施老化，亟需升级改造，以提升客户体验和运营效率。</p> <p>②建设目的：前次募投项目建设时，发行人拟新设总统眼镜品牌门店体系，逐步向中高端消费市场拓展。同时，随着发行人旗下品牌影响力的提升和覆盖区域的增多，发行人区域管理模式与快速发展的业务现状不相适应，市场拓展、营销宣传、供应链管理、售后服务以及人员培养效率均受到限制，出现了建设区域服务中心的强烈需求。本次募投项目的建设属于在前次募投项目渠道建设基础上进行门店加密和市场区域的进一步拓展。同时为紧跟眼镜行业智能化的发展浪潮，积极布局智能眼镜产品领域，需进一步提高连锁眼镜门店数量，完善发行人业务布局，优化线下门店体验，提高发行人市场竞争力。</p> <p>③建设内容：前次募投项目除建设直营门店以外，还在深圳、南昌等地建设区域服务中心，以更好地服务发行人业务的快速发展和区域品牌提升的需求；本次募投项目基于智能眼镜的重大市场机遇，增加智能眼镜相关的项目支出，将设置智能产品展示专区，前次募投项目未包含该方面的专项规划。本次项目建设内容新增部分还包括对部分现有老旧门店的升级改造需求，发行人将更新现有部分门店装修风格，改善门店形象，提升品牌影响力。</p>
信息化建设项目	数字化平台升级建设项目	<p>①建设背景：前次募投项目建设时，发行人业务模式聚焦在线下门店，电商为创新业务，多个核心场景暂无工具支撑，属于发行人信息化系统的基础建设阶段；本次募投项目中拟进行的系统升级，系发行人在已有的多个业务渠道基础上，由于发行人业务规模及复杂度更高，对信息系统能力扩展性、稳定性等要求更高，原有系统的技术架构、功能深度不足以支持以上业务可持续发展而进行的数字化升级建设。</p> <p>②建设内容：前次募投项目侧重业务运营管理平台、集团管控平</p>

IPO 募投项目	本次募投项目	区别
		<p>台、物理基建建设，主要在于提升内外部运营管理基础能力；本次募投项目重点在业务系统智能化改造和安全建设方面的投入，如数字化营销、数字化作业、数字化交易、加盟数字化、云安全等模块均为本次新增内容，主要在于核心业务枢纽建设和各板块场景深入建设，以提高发行人系统的智能化、数字化应用水平。</p> <p>③建设性质：前次募投项目是将每个场景的基础信息化工具建设完成，是点状的系统建设，未充分考虑各系统之间交互的架构关系；本次募投项目围绕价值链、业务流，在多业务模式下建设共享服务，便于未来多系统之间的能力交互、数据互通，进而实现多部门业务间的高效协同，统一管理，数据共享。</p>

（2）与首发两个项目之间的联系

根据发行人的说明，本次募投项目“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”与IPO募投项目“营销服务平台建设项目”均属于发行人主营业务的扩展，即通过拓宽自有营销渠道，积极布局全国市场；本次募投项目“数字化平台升级建设项目”与IPO募投项目“信息化建设项目”均属于对发行人信息化系统的规划和建设。

3、本次各募投项目是否涉及新业务、新产品或新服务

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，本次募投项目属于在发行人现有门店体系、总部管理运营现状及信息化系统基础上，基于发行人未来发展的战略规划进行连锁门店扩张、总部升级建设及数字化升级，并补充发展所需的流动资金。因此，发行人本次募投项目不涉及新业务、新产品或新服务。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人本次募投项目均围绕主营业务开展，是基于未来发展战略及行业市场机遇而实施的，与发行人现有业务密切相关。

2、发行人前次募投项目“营销服务平台建设项目”与本次募投项目“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”均属于发行人主营业务的扩展，但在建设背景、建设目的、建设内容方面存在差异；前次募投项目“信息化建设项目”与本次募投项目“数字化平台升级建设项目”均属于对发行人信息化系统的规划和建设，但在建设背景、建设内容、建设性质方面存在差异。除前述项目外，本次募投项

目“总部运营管理中心及品牌建设项目”和“补充流动资金项目”属于新增项目，与前次募投项目无关联。

3、发行人本次募投项目系基于发行人未来发展的战略规划进行连锁门店扩张、总部升级建设及数字化升级，并补充发展所需的流动资金，均不涉及新业务、新产品或新服务。

二、结合智能眼镜行业及公司发展情况、三个项目具体内容、场地合同期限、项目规划进度等，说明发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性，募集资金是否主要投向主业，是否符合《注册办法》第四十条相关规定。

（一）核查程序

1、查阅了本次可转债募投项目可行性研究报告及相关行业研究报告，就智能眼镜行业及发行人发展情况以及募投项目的相关事项取得了发行人的书面说明。

2、查阅了发行人与相关方就智能眼镜、门店店铺以及数字化建设方面签订的协议以及发行人最近三年审计报告，并核查了发行人拥有的专利情况。

（二）核查内容

1、智能眼镜行业及公司发展情况

近年来由于智能硬件技术及 AI 大模型的快速发展，大量创业公司和知名品牌大厂开始瞄准智能眼镜领域发力，尤其是 Ray-Ban Meta 产品的市场成功进一步激发了市场对智能眼镜领域的关注。技术进步为智能眼镜注入了强大的计算能力和智能化功能，使智能眼镜从简单的信息显示设备逐渐演变为集语音交互、实时翻译、AR 导航、健康监测、智能助手等多功能于一体的智能终端。智能眼镜作为可穿戴设备领域的核心技术载体，融合增强现实（AR）、虚拟现实（VR）、人工智能（AI）及物联网（IoT）等前沿技术，正在重塑消费电子、工业制造、医疗健康及军事安防等领域的交互模式。

国内产业政策环境为智能眼镜行业的发展提供了有力支持。2025 年 2 月，中国信息通信研究院启动 AI 眼镜专项测试，测试项目涵盖了基本配置、音频、图像、防抖、交互、续航、安全隐私 7 个模块，旨在为 AI 眼镜行业提供可参考评价指标，推动技术创新升级和产业标准化进程，促进行业生态良性可持续发展，

加速产业规模化落地。2025 年 3 月，中共中央办公厅、国务院办公厅发布《提振消费专项行动方案》，深入实施数字消费提升行动，促进“人工智能+消费”，加速推动包括智能眼镜在内的自动驾驶、智能穿戴、超高清视频、脑机接口、机器人、增材制造等新技术新产品开发与应用推广，开辟高成长性消费新赛道。

基于智能眼镜行业发展趋势，未来几年智能眼镜将处于市场渗透率快速提高的阶段。根据 WellSenn XR 数据，2024 年全球 AI 智能眼镜销量达 152 万副，2025 年预计部分传统手机厂商、互联网厂商等企业将会积极布局探索智能眼镜领域，推动 2025 年全球出货量进一步增长至 350 万副。到 2030 年，AI+AR 技术有望发展到成熟阶段，智能眼镜将进入到高速发展期，2030 年全球 AI 智能眼镜出货量有望增长至 9,000 万副，2023 年至 2030 年智能眼镜销售量年均复合增长率将达 133%，市场前景乐观。

发行人积极拥抱眼镜智能化浪潮，努力将传统业务与智能业务更好地融合，致力于智能眼镜“最后一公里”的验配和销售服务。现阶段发行人正逐步推进眼镜门店的升级改造，已在 150 余家眼镜门店内铺设智能眼镜专柜。同时，发行人已与星纪魅族、雷鸟创新、XREAL、界环、李未可、小米 mijia 等智能眼镜品牌达成业务合作。

报告期内，发行人在智能眼镜领域实现的营业收入规模尚小，主要系智能眼镜还处于技术积累阶段，相关产品的市场培育、研发进度、消费者接受度等仍需要一定的时间。但由于智能硬件技术、AI 大模型的快速发展，大量智能眼镜品牌厂商密集发布新品，推动智能眼镜出货量进一步增长，同时消费端对智能眼镜的认知度与购买意愿实现有效提升，预计未来智能眼镜业务的市场潜力较大。

2、三个募投项目具体内容

发行人本次募投项目的具体内容详见上文“1、结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，对应说明与公司现有业务的具体区别和联系”部分所述。

3、场地合同期限、项目规划进度

（1）项目一

根据本次募投项目可行性研究报告，关于项目一的门店建设，计划建设实施周期为 36 个月，整体规划进度如下：

项目	T+1	T+2	T+3
----	-----	-----	-----

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
第一批门店评估洽谈	▲											
第一批门店立项、装修、铺货、开业	▲											
第一批门店正式运营		▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
第二批门店评估洽谈					▲							
第二批门店立项、装修、铺货、开业					▲							
第二批门店正式运营						▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
第三批门店评估洽谈									▲			
第三批门店立项、装修、铺货、开业									▲			
第三批门店正式运营										▲	▲	▲

根据发行人提供的资料及说明，自 2025 年初至今，发行人新开门店的建设工作已陆续展开，发行人已开始选址评估、商务洽谈、内部立项等前期工作。截至 2025 年 5 月末，发行人已确定门店选址并签订协议的情况如下：

序号	门店名称	城市	区域	业态	品牌
1	合肥银泰 IN77 博士店	合肥	华东	购物中心	博士
2	重庆时代天街 E 馆博士店	重庆	西南	购物中心	博士
3	福田 IN 城市广场博士店	深圳	华南	购物中心	博士
4	南昌大悦城博士店	南昌	华东	购物中心	博士
5	罗湖益田假日广场博士店	深圳	华南	购物中心	博士
6	福田平安 PAFC MALL 总统店	深圳	华南	购物中心	总统
7	深圳太子湾 K11e-coast	深圳	华南	购物中心	总统
8	深业上城老佛爷百货总统店	深圳	华南	购物中心	总统
9	南京玄武招商花园城博士店	南京	华东	购物中心	博士
10	广州番禺 K11 博士店	广州	华南	购物中心	博士
11	深圳湾万象城二期总统店	深圳	华南	购物中心	总统
12	重庆中央公园光环花园城博士店	重庆	西南	购物中心	博士
13	福永怀德万象汇博士店	深圳	华南	购物中心	博士

本项目中拟新建的门店主要计划在商场开设。目前，发行人已与多家知名商业集团建立了稳定的合作关系，为本项目店铺场所的获取奠定了良好的基础。同时，由于发行人在确定选址后能够较快完成门店建设，且结合整体项目建设周期，拟建门店计划的开业时间距目前还有较长时间，后续发行人将根据项目建设计划积极有序推进店铺地址选定、内部立项、租赁合同签署等事宜。

（2）项目二

根据本次募投项目可行性研究报告，本项目计划建设实施周期为 36 个月，建设规划进度如下：

序号	项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年
1	前期规划调研	▲		
2	场地购置及装修		▲	
3	品牌体验中心租赁及装修	▲	▲	▲
4	设备购置及安装	▲	▲	▲
5	人员招聘及培训	▲	▲	▲
6	品牌推广建设	▲	▲	▲

根据发行人的说明，本项目拟建设总部运营管理中心和品牌体验中心。

关于总部运营管理中心，发行人拟计划在深圳市购置办公场所作为总部运营管理中心。目前，发行人已完成前期功能区规划、市场调研工作、项目发改备案等工作，正在结合购房需求、交通位置、楼盘环境、楼盘面积等综合因素与多个物业方进行洽谈。由于深圳市可供选择的商业办公楼房源较多，确定购置房产不存在障碍，发行人将在购置房产后开展装修等后续工作，积极推进项目进展。

关于品牌体验中心方面，发行人拟在深圳、上海、北京等地核心商圈设立品牌体验中心。目前，发行人已启动品牌体验中心的选址工作，筛选出多个候选场址供内部评估，并已开展了必要的前期调研和商务洽谈工作，后续发行人将根据项目计划积极推进品牌体验中心的地址选定、租赁合同签署、场地装修等事宜。

（3）项目三

根据本次募投项目可行性研究报告，本项目将在发行人总部建设，不涉及新增场地。本项目计划建设周期为 36 个月，规划建设进度如下：

序号	类型	T+1	T+2	T+3
1	业务系统购置及实施	▲	▲	▲
2	IT 基础设施投入	▲	▲	▲
3	信息安全建设投入	▲	▲	▲
4	人员招聘及培训	▲	▲	▲

根据发行人的说明，发行人已完成数字化平台规划升级架构设计、供应商询价与概算评估、项目发改备案等工作，目前正在根据项目规划稳步推进数字化门店模块的定制化开发实施工作，并已与相关供应商签订了业务合作协议及支付了部分进度款。

4、说明发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性，募集资金是否主要投向主业，是否符合《注册办法》第四十条相关规定

根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施不存在重大不确定性，具体如下：

（1）技术储备

发行人作为国内知名的眼镜零售连锁企业，已经深耕眼镜零售行业近三十年，在连锁门店管控能力、品牌打造、专业服务与交付能力、供应商管理等方面具有突出优势。在门店选址方面，发行人根据多年的选址经验和大数据分析，已建立了完善的门店选址方法，通过对新进城市的人口数量、密度、消费能力及消费习惯的分析，锁定拟进入商圈，根据不同的商圈特点，确定预选门店的店型和店址范围，运用选店模型、内部决策机制确定具体店址。

在信息化建设方面，发行人始终重视 IT 系统建设，目前已拥有的主要系统情况如下：

序号	系统名称	功能介绍
1	汉高 ERP 系统	综合管理、流程优化、库存管理、财务管理、客户关系管理等
2	吉客云系统	新云程电商业务处理系统
3	科云系统	三亚博镜电商业务处理系统
4	金蝶财务系统	财务核算、财务管理、财务凭证
5	门店订货系统	门店向商品部进行镜架、太阳镜的选品采购申请
6	合同管理系统	数字化合同生命周期管理
7	WPS 软件	办公软件
8	数据仓库	ERP 数据清洗储存中心
9	开票平台（百望云）	发票与票据管理服务
10	加盟采购系统	加盟商入驻与采购管理平台
11	门店监控系统	门店视频监控
12	组织协同系统	围绕人力即时协同开放工具
13	飞书管理系统	内部流程管理、审批流程与数据留存、内部沟通
14	易董平台	公告与法规检索、案例查询系统
15	移动支付系统	移动支付收款服务

发行人先后建立了订单管理系统、物流仓储管理系统、客户采购平台、门店订货系统等，并在原有 OA 系统的基础上引入飞书管理软件。因此，发行人在数字化建设方面已经具备一定的建设经验和实施基础，为后续发行人连锁眼镜门店建设、数字化信息系统升级奠定了技术基础。

（2）人才储备

发行人自设立以来高度重视人才梯队建设，不断完善员工培育体系，培育出了一支高素质的经营管理人才队伍。发行人核心管理团队主要成员深耕连锁眼镜

行业多年，具有专业的行业知识经验和敏锐的市场洞察能力，为发行人的快速成长和高效运作提供了坚实保障。同时，发行人管理层一直高度重视发行人数字化建设，为配合数字化管理升级，近年来设立了数据运营部和效能改进部等部门，通过协同合作，深入分析有效数据，为发行人运营提供专业化服务支持的同时，亦积累了一批数字化建设和管理方面的专业人才。同时，截至 2025 年 5 月，发行人具有眼镜验光员或验光师资格的员工超过 1,500 人，在视光领域的专业人才储备较为充足。

（3）专利储备

发行人主要从事眼镜连锁零售业务，目前所取得的专利均围绕眼镜连锁主营业务。截至报告期末，发行人及其子公司共拥有 13 项专利，具体情况如下：

序号	专利名称	权利人	申请号	专利申请日	专利类型	专利来源
1	一种骨传导眼镜	发行人	2017212696304	2017.09.29	实用新型	原始取得
2	一种骨传导眼镜	发行人	2017212742410	2017.09.29	实用新型	原始取得
3	一种骨传导眼镜	发行人	2017212779491	2017.09.29	实用新型	原始取得
4	骨传导眼镜	发行人	2017304708057	2017.09.29	外观设计	原始取得
5	展示柜（标准中高柜 B）	发行人	201630303778X	2016.07.05	外观设计	原始取得
6	展示柜（ZELE 中岛矮柜）	发行人	2016303037775	2016.07.05	外观设计	原始取得
7	展示柜（ZELE 半高柜 A）	发行人	2016303035591	2016.07.05	外观设计	原始取得
8	展示柜（ZELE 高柜 B）	发行人	2016303036768	2016.07.05	外观设计	原始取得
9	展示柜（ZELE 高柜 A）	发行人	2016303035587	2016.07.05	外观设计	原始取得
10	展示柜（标准高柜 B）	发行人	2016303034917	2016.07.05	外观设计	原始取得
11	桌子（ZELE 大平桌）	发行人	2016303036518	2016.07.05	外观设计	原始取得
12	超声波清洗机	江西新云程	2019307441795	2019.12.30	外观设计	原始取得
13	一种金属贴章火机	江西新云程	2019215154890	2019.09.12	实用新型	原始取得

（4）设备储备

发行人目前已在门店及运营管理中配备了一些数字化设备，具备一定的硬件设备基础。发行人配备了办公设备、仪器设备、验光设备等与业务经营管理相关的设备，报告期各期末前述设备资产原值金额呈逐年增加的趋势。发行人总部及

区域管理中心亦配备了一定数量的服务器、存储设备等，用于存储和处理业务数据、客户数据、供应链数据等，该等设备具备一定的数据处理能力，能够部分满足数字化平台升级后对数据存储与运算的需求。

（5）市场储备

市场拓展方面，众多的连锁门店网络、优质的客户资源是发行人实现可持续发展的必要条件。发行人高度重视产品市场需求，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。发行人连续多年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营 50 强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度。同时，发行人自成立以来一直注重差异化品牌定位，打造六大品牌以满足不同消费者的多层次需求，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”以及“ZORRO”定位于“复古文化主题”。发行人持续优化门店品牌体系化建设，开展多元化品牌营销活动，从而拓宽目标消费群体的范围，实现品牌效应和连锁优势，进一步夯实发行人在眼镜零售领域的领先地位，为本次募投项目的顺利实施提供了坚实保障。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，由于近年来智能眼镜行业硬件技术、AI 大模型快速发展，智能眼镜市场将处于快速提高市场渗透率阶段。发行人该业务金额及占比尚小，但增速较快。目前发行人本次募投项目按规划正常推进，发行人具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，募投项目实施不存在重大不确定性；本次募集资金主要投向主业，符合《注册管理办法》第四十条相关规定。

三、结合眼镜产品使用寿命、各地区市场需求差异、报告期内闭店情况、公司销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议等，说明项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复，装修费用、仪器设备投入等投资规模是否审慎、合理，本次扩大业务规模的必要性、新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，是否存在过度融资。

（一）核查程序

1、查阅了沙利文咨询、艾瑞咨询出具的行业研究报告，发行人最近三年审计报告、本次可转债募投项目可行性研究报告以及发行人与供应商签订的采购合同或报价文件等资料。

2、就大型眼镜连锁企业门店扩张情况进行了网络检索，查阅了部分连锁经营业务的上市公司所公告的招股说明书、再融资预案及反馈问询回复等文件。

3、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、眼镜产品使用寿命、各地区市场需求差异

（1）眼镜产品使用寿命

根据沙利文咨询数据，中国消费者更换眼镜的频率在 1 年至 2 年之间的占比较高，其中，2024 年度中国眼镜消费者在 1 年至 2 年以内更换眼镜的占比为 71.3%。同时，不同年龄人群呈现不同的换镜周期。对于儿童及青少年群体而言，由于处于身体快速成长阶段，同时也是近视高发期，他们的眼镜产品使用周期相对较短，一般不超过 1 年，甚至需要更频繁地更换镜片以适应视力变化；18 岁至 45 岁之间的成年人，其近视度数相对稳定，视力状况也趋于成熟，换镜周期为 1-2 年；45 岁以上的中老年群体虽然老花度数会有一定变化，但相较于青年人，他们对功能性镜片的需求相对较小，这一年龄段消费者更加注重眼镜的舒适度和实用性，换镜周期会延长至 2-3 年。

（2）各地区眼镜市场需求差异

根据艾瑞咨询数据，从国内区域消费力分析来看，华南区域购镜花费较高，眼镜单价在 801 元以上的比例为 61.8%，在所有区域中排名第一；华东、华北区域眼镜产品购买力较强，眼镜单价在 801 元以上的比例分别为 59.2%、57.9%；西北、西南地区眼镜单价在 801 元以上的比例分别为 55.8%、55.3%；华中、东北地区眼镜单价在 801 元以上的比例较低，分别为 51.0%、50.3%，具体如下：

眼镜产品价格区间	华南	华东	华北	西北	西南	华中	东北
400 元及以下	10.4%	5.9%	9.9%	9.5%	10.8%	11.5%	12.8%
401-800 元	27.9%	34.9%	32.2%	34.8%	33.9%	37.5%	36.8%
801-2,000 元	51.7%	51.2%	47.1%	49.0%	50.2%	44.6%	40.2%
2,000 元以上	10.1%	8.0%	10.8%	6.8%	5.1%	6.4%	10.1%
其中 801 元以上	61.8%	59.2%	57.9%	55.8%	55.3%	51.0%	50.3%

2、报告期内闭店情况、公司销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议

（1）发行人现有产能及销售情况

根据发行人的说明，发行人报告期内直营门店数量及变动情况如下：

单位：家

门店品牌	2022 年				2023 年				2024 年			
	开店	关店	品牌更换	期末	开店	关店	品牌更换	期末	开店	关店	品牌更换	期末
博士眼镜	35	23	5	349	39	38	18	368	36	24	4	384
President optical	15	6	-	74	2	3	-18	55	5	5	-1	54
渠道合作配镜中心	6	--	-2	42	6	2	--	46	3	1	--	48
视光中心	6	2	--	12	3	1	--	14	2	1	-1	14
Boojing	--	--	1	2	--	--	--	2	--	--	-1	1
z ðe	--	2	-3	4	--	1	--	3	--	--	--	3
砮	1	2	-1	7	--	2	--	5	2	1	-1	5
ZORRO	--	--	--	2	--	--	--	2	--	1	--	1
合计	63	35	--	492	50	47	--	495	48	33	--	510

注：发行人报告期各期末门店数的统计口径为正常营业并存在营业收入的门店，各期开店数的统计口径为开始正式营业并产生营业收入的门店，各期关店数的统计口径为停止正常营业且不再产生收入的门店。

作为眼镜零售连锁企业，发行人的主要产能即为直接面向终端消费者的连锁眼镜门店数量，由上表可知，报告期各期末，发行人直营门店的数量分别为 492 家、495 家和 510 家。

根据发行人最近三年审计报告及发行人的说明，发行人在报告期内各年度实现的营业收入分别为 96,223.70 万元、117,586.55 万元及 120,281.61 万元，营业收入年均复合增长率达 11.80%。

（2）报告期内闭店情况

根据发行人的说明，报告期各期末，发行人直营门店关闭数量分别为 35 家、47 家及 33 家，占各年期末直营门店数量的比例分别为 7.54%、9.55%及 6.67%。闭店的主要原因系门店所在商超整体关闭、门店经营状况不佳、商圈周边环境发生重大变化、联营方未与业主续签合同、租金上涨幅度超出可承受范围以及自身发展战略发生变化而主动撤店等。

（3）在手订单或意向性协议情况

根据发行人的说明，发行人属于眼镜零售行业，业务模式主要面向终端个人消费者，以销售成品眼镜（包括镜架和镜片）及提供定制化配镜服务为主。在销售过程中，发行人通过线下实体门店提供专业的验光、配镜及售后服务，同时利用线上平台进行引流和销售。发行人仅存在少量处于加工制造环节的订单，主要涉及定制化眼镜产品（如离焦镜、特殊功能镜片等），这些订单通常需要根据消

费者的验光数据和个性化需求进行加工，但占比较低。总体而言，发行人以现货销售为主，即消费者在门店或线上平台下单后，通常可以直接提货或在较短时间内完成配镜服务。

3、项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复

建立全国范围内的营销服务渠道网络，是眼镜连锁行业公司争夺品牌制高点的必然选择。发行人拟通过项目一的建设扩大营销渠道布局，抢占高价值门店资源，优化全国门店布局，拟扩张门店数量测算依据及合理性分析如下：

（1）本次门店建设属于依据发行人战略规划进行的有序业务扩张

根据发行人的说明，在当前眼镜市场规模持续扩张、新零售业态蓬勃发展、人工智能技术进一步升级的背景下，发行人努力将传统与智能进行更好地融合，充分发挥自身在品牌、渠道、产品、服务等方面的优势。未来三年，发行人将通过强化企业核心竞争力，整合行业资源，持续推进数字化、智能化升级，同时积极扩张线下门店销售网络，逐步推进连锁眼镜门店升级改造，全面提升市场占有率，进一步强化发行人在行业中的规模效应和头部优势。因此，本次门店建设属于依据发行人战略规划进行的业务扩张，发行人将结合未来市场环境、行业发展趋势，不断加强线上线下一体化零售网络建设。

（2）本次规划建设门店数量基于过往门店建设基础和节奏确定

根据发行人历史开店数据，2020年至2024年期间，发行人新开门店数量分别为52家、114家、67家、51家及78家，年均新开门店数量为72.4家。根据本项目可行性研究报告，发行人本次门店建设项目计划建设期为36个月，建设周期内各年度分别拟新建门店70家、75家和80家，年均新开门店数量为75家，与近年来发行人的开店节奏基本一致，门店扩展速度较为合理。（3）本次项目建设是对发行人现有门店体系布局的加密和完善

根据发行人的说明，截至报告期末，发行人直营门店分布情况如下：

销售区域	直营门店数量（家）	占比（%）
华南地区	278	54.51
华东地区	138	27.06
西南地区	67	13.14
华北地区	9	1.76
华中地区	7	1.37
西北地区	7	1.37

销售区域	直营门店数量（家）	占比（%）
东北地区	4	0.78
合计	510	100.00

由上表可知，发行人营销网络主要集中在华南、华东等地区，截至报告期末，发行人在华南、华东地区的直营门店占比合计为 81.57%，存在区域发展不平衡的问题。一方面，华南、华东等重点区域由于市场容量大、客户基础好，且当地居民的可支配收入在全国属于较高水平，发行人需要进一步加密在该等区域的营销门店网络，提升发行人在该等区域的市场占有率；另一方面，重点区域以外地区的眼镜零售市场未来增长潜力较大，发行人在该等区域的营销渠道布局不足，需要不断投入营销资源增强销售网络建设，以完善发行人的相关业务布局。因此，本次门店扩产计划是在发行人目前现有门店网络布局基础上进行的加密和完善，不存在重复建设的情形。

（4）同行业公司、消费连锁类上市公司门店扩张情况对比分析

目前 A 股无直接可与发行人比较的同行业上市公司。根据网络检索信息及发行人的说明，近年来大型眼镜连锁零售企业加快门店扩张步伐，通过线上线下融合、数字化转型和品牌建设等手段提升市场竞争力。目前国内眼镜零售行业正处于关键变革期，随着头部零售企业持续加大门店拓展力度，市场资源将逐步向优势企业集中，规模化发展趋势愈发显著。

通过梳理对比部分连锁消费类上市公司在资本运作时新建门店的情况，发行人本次通过项目一进行门店扩张的比例处于相对合理水平，本次项目规划符合发行人发展规律，不存在过度扩张的风险。

公司简称	主营业务	融资方式	募投项目名称	建设周期	新建门店	首次披露时门店家数	连锁门店扩张比例
益丰药房	连锁药店	可转债	新建连锁药店项目	3 年	3,900	7,684	50.75%
老百姓	连锁药店	定增	新建连锁药店项目	3 年	1,680	4,892	34.34%
漱玉平民	连锁药店	首发	营销网络建设项目	3 年	680	797	85.32%
周大生	珠宝连锁	首发	营销服务平台建设项目	2 年	1,120	2,099	53.36%
莱绅通灵	珠宝连锁	首发	营销网络建设项目	3 年	121	498	24.30%

公司简称	主营业务	融资方式	募投项目名称	建设周期	新建门店	首次披露时门店家数	连锁门店扩张比例
曼卡龙	珠宝连锁	定增	“曼卡龙@Z概念店”终端建设项目	3年	84	209	40.19%
元祖股份	食品销售	首发	营销网络建设项目	3年	306	498	61.45%
爱婴室	母婴用品连锁	首发	母婴产品营销网络建设	3年	130	162	80.25%
部分连锁消费类上市公司门店扩张比例均值							53.75%
博士眼镜	眼镜零售连锁	可转债	连锁眼镜门店建设及升级改造项	3年	225	510	44.12%

注：以上内容摘自各家上市公司公开披露的招股说明书、再融资预案及反馈问询回复等文件。

基于上述，项目一的建设属于依据发行人战略规划进行的有序业务扩张，本次门店的拟建数量是基于发行人目前门店布局结构和历史建设节奏而确定，顺应了当前眼镜零售行业的发展趋势，与连锁消费类上市公司的门店扩张速度相比，发行人门店建设节奏合理。同时，发行人本次门店扩产计划是在发行人现有门店网络布局的基础上进行的加密和完善，旨在提高市场占有率，不存在重复建设的情形。

4、装修费用、仪器设备投入等投资规模是否审慎、合理

根据本次可转债募投项目可行性研究报告以及发行人的说明，项目一拟新建门店的装修费用、仪器设备投入等投资规模情况如下：

（1）装修费用

门店装修费用系根据单店装修费用、装修店铺数量确定，其中单店装修标准与不同品牌体系门店装修标准及规划建设面积相关。本项目中，发行人按照博士眼镜店、总统店、渠道合作配镜中心、视光中心四类门店分别测算，单店装修单价系根据店铺装修标准及历史经验确定，具体情况如下：

项目	单店规划平均面积（m²）	装修单价（元/m²）	单店装修费用（万元）	规划店铺数量（个）	装修费用（万元）
博士眼镜店	70	4,800	33.60	184	6,182.40
总统店	80	7,500	60.00	18	1,080.00
渠道合作配镜中心	60	5,500	33.00	15	495.00
视光中心	30	4,500	13.50	8	108.00
合计	240	22,300	140.10	225.00	7,865.40

项目一的建设计划在传统眼镜门店基础上增设智能眼镜销售专区。根据供应商的初步询价情况，智能眼镜销售专区装修预计需增加装修投资约 500 元/m²。因此，根据报告期内发行人门店的历史装修费用情况，本次门店装修费的测算情况如下：

单位：元/m²

品牌体系	报告期内门店装修价格均值	智能眼镜专项投入单价	报告期内门店（含智能眼镜）装修价格均值	项目一装修单价测算
博士眼镜	4,675.16	500.00	5,175.16	4,800.00
总统眼镜	7,021.79	500.00	7,521.79	7,500.00
渠道合作配镜中心	3,831.42	500.00	4,331.42	5,500.00
视光中心	4,828.30	--	4,828.30	4,500.00

注 1：根据发行人的规划，本项目中视光中心类型门店不考虑智能眼镜装修投入；

注 2：门店装修价格已剔除利用旧材料和设备因素，选择与本次规划建设面积相当的门店进行测算。

根据上表，发行人项目一中博士眼镜、总统眼镜及视光中心门店的测算装修价格低于发行人报告期内门店装修价格均值（含智能眼镜投入），渠道合作配镜中心的测算装修价格高于报告期内门店装修价格均值的主要原因为：①该体系门店的坪效水平较高、客流量较大，发行人为提升品牌影响力提高了门店装修预算；②合作方根据历史合作情况对装修标准提出了更高的要求，因此在测算投资时将标准适当上提，符合发行人目前与渠道合作的背景情况。因此，与发行人历史装修标准相比，项目一预计的装修费用整体较为谨慎、合理。

（2）仪器设备投入

本项目的仪器设备投入主要包括门店运营所需的验光设备、测量设备等。发行人根据历史店铺开设所需仪器设备品类、规格及数量进行预估，进而确定本项目单店仪器设备投资，具体情况如下：

单位：万元

项目	单店仪器设备投资	门店数量（家）	设备投资
博士眼镜店	13.03	184	2,398.26
总统店	33.48	18	602.71
渠道合作配镜中心	33.48	15	502.26
视光中心	24.80	8	198.40
合计	104.80	225	3,701.63

其中，门店设备需求数量根据发行人历史门店运营情况确定，单价根据近期供应商的报价确定，不同品牌的门店设备投资明细如下表所列示：

单位：万元

店铺	设备名称	品牌	型号	单位	数量	单价	总价
博士眼镜标准店铺	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	电脑验光机	天乐	KR-9800	台	1	1.45	1.45
	综合验光仪组合台	天乐	TCS-880	台	1	1.28	1.28
	肺头	天乐	CV-7800	台	1	2.60	2.60
	焦度计	天乐	TL-6700	台	1	0.40	0.40
	镜片箱	黄海	260 型	台	1	0.22	0.22
	瞳距仪	康拓	HX-400	台	1	0.09	0.09
小计							13.03
总统标准店铺	多功能自动检眼仪四合一	天乐	VX105	台	1	6.90	6.90
	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	中心定位仪	蔡司	i.Terminal2+IPAD	台	1	13.20	13.20
	电脑验光机	天乐	AKR-910	台	1	1.80	1.80
	综合验光仪-组合台	天乐	TCS-860	台	1	1.28	1.28
	肺头	天乐	CV-7800	台	1	2.60	2.60
	焦度计	天乐	TL-6700	台	1	0.40	0.40
	镜片箱	黄海	260 型	台	1	0.22	0.22
	瞳距仪	康拓	HX-400	台	1	0.09	0.09
小计							33.48
渠道合作配镜中心	多功能自动检眼仪四合一	天乐	VX105	台	1	6.90	6.90
	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	中心定位仪	蔡司	i.Terminal2+IPAD	台	1	13.20	13.20
	电脑验光机	天乐	AKR-910	台	1	1.80	1.80
	综合验光仪-组合台	天乐	TCS-860	台	1	1.28	1.28
	肺头	天乐	CV-7800	台	1	2.60	2.60
	焦度计	天乐	TL-6700	台	1	0.40	0.40
	镜片箱	黄海	260 型	台	1	0.22	0.22
	瞳距仪	康拓	HX-400	台	1	0.09	0.09
小计							33.48
视光中心	裂隙灯	康拓	YZ5S	台	1	1.00	1.00
	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	角膜地形图	Medmont	E300USB	台	1	6.80	6.80
	电脑验光仪	尼德克	ARK-1	台	1	5.00	5.00
	综合验光（牛眼）	康拓	CT-60	台	1	3.00	3.00
	硬镜试戴片	/	/	台	1	2.00	2.00
小计							24.80

结合发行人与供应商签署的设备采购合同或报价文件进行对比分析，本项目的设备铺设情况与历史门店设备明细基本一致，发行人上述设备金额测算较为审慎、合理。

5、本次扩大业务规模的必要性、新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，是否存在过度融资

（1）发行人本次扩大业务规模的必要性

①中国眼镜零售市场空间较大

近年来中国经济保持了稳定增长，名义 GDP 从 2019 年的 98.7 万亿元增长至 2024 年的 134.9 万亿元，年复合增长率达 6.4%。这一增长趋势为眼镜行业带来了广阔的发展机遇。随着中国经济从投资驱动转向消费驱动，居民消费能力不断提升，眼镜作为日常生活必需品和时尚配饰，市场需求持续扩大。尤其是在“十四五”期间，创新驱动和现代产业体系的建设将推动眼镜行业向智能化、个性化方向发展。

随着中国经济的持续增长及居民收入水平的提升，眼镜行业迎来了新的发展机遇。根据沙利文咨询数据，2019 年至 2024 年，中国城镇居民家庭人均可支配收入从 42,358.8 元增长至 54,188.0 元，年复合增长率达 5%。预计到 2029 年，城镇居民家庭人均可支配收入将进一步增至 67,961.8 元，年复合增长率为 4.6%。居民收入的稳步增长推动消费者对眼镜产品的需求从基础功能向高品质、个性化和时尚化转变。同时，随着健康意识的增强，功能性眼镜（如防蓝光、抗疲劳眼镜等）和高端镜片的市场需求持续扩大。此外，收入增长也促进了低线城市和地区的眼镜消费潜力释放，为行业开辟了新的增长空间。

近年来，随着近视人数的持续攀升，中国眼镜产品市场也迎来了快速增长。据艾瑞咨询数据，预计到 2027 年，中国眼镜产品市场零售额将达到 1,245 亿元，2023 年至 2027 年的年均复合增长率预估约为 9.6%，尤其在离焦眼镜、运动眼镜、成人渐进眼镜市场将表现出较好的增长态势。

随着我国眼镜行业市场规模持续增长，发行人拟通过本项目的建设拓展营销渠道，在全国重点城市开设连锁眼镜门店，及时抢占目标区域的高价值门店资源。

②智能眼镜产品需求不断增加，紧跟行业智能化市场机遇

近年来，智能电子产品及 AI 大模型的快速发展为智能眼镜注入了强大的计算能力和智能化功能，使其从简单的信息显示设备逐渐演变为集语音交互、实时

翻译、AR 导航、健康监测、智能助手等多功能于一体的智能终端。随着进入智能眼镜领域的厂商不断增加，预计 2025 年智能眼镜将进入新品密集发布期。根据 WellSenn XR 数据，预计 2025 年开始，AI 智能眼镜将迅速提高市场渗透率，全球出货量将进一步增长至 350 万副，至 2030 年 AI 智能眼镜全球销量规模有望达到 9,000 万副。

智能眼镜等设备通过集成 AI、AR 等技术实现语音控制和视觉感知的同步，提供了更为直观和自然的交互方式，使智能眼镜在教育、娱乐、运动、出行等多个领域展现出广泛的应用前景，预计未来将与更多行业深度融合，创造出新的应用场景和商业模式。

因此，发行人需要进一步扩展门店渠道网络，紧跟眼镜行业智能化的重大市场机遇。

③提升消费者购物体验、促进门店销售收入持续增长

目前发行人的部分门店由于开业时间较长，存在门头标识、内外部装修风格已较为陈旧，室内功能区布置和商品陈列有待升级等问题。连锁门店作为发行人与消费者直接对接的场所，代表着发行人整体品牌形象，门店的环境和氛围直接关系到消费者的购买决策和对发行人的品牌认知度。为提升发行人门店整体形象、为顾客创造更加良好的购物环境，发行人计划对现有部分老旧门店进行升级改造，拟引入新的商品陈列及展示体系，统一新老门店的整体装修风格，可进一步提升发行人门店专业化的卖场形象，为顾客营造更加舒适、良好的购物环境，以促进门店销售收入的持续增长。

④加速线上线下融合，推动业务创新与增长

报告期内发行人持续完善本地生活服务平台的布局，通过精细化运营、优化团购产品、加大引流力度来深度满足消费者的本地生活需求，加速线上线下融合发展，推动发行人全渠道布局。这一系列举措显著提升了发行人的市场覆盖面和服务能力，为消费者提供了更加便捷、高效的购物体验。随着发行人本地生活服务平台的持续优化和线上线下互动的深化，终端门店将能够更加高效地获取流量、提高转化率，并通过精准的会员营销和个性化产品推荐，进一步提升品牌价值与消费者忠诚度。本项目通过加大门店建设力度，旨在增强门店对线上流量的承接能力，通过线上赋能为线下门店注入新的活力。本项目的实施能够强化门店

的销售和服务能力，助力发行人在不断变化的市场环境中抢占先机，为未来在眼镜零售行业的持续创新和发展奠定坚实基础。

基于上述，发行人本次通过项目一的建设进行门店扩张，是基于中国眼镜零售市场空间较大、智能眼镜产品需求不断增加、提升消费者购物体验及加速线上线下融合的综合考虑，本项目建设具有必要性。

（2）发行人本次新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，不存在过度融资的情形

发行人本次新增产能规模的合理性详见上文“3、项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复”部分所述。

根据 WellSenn XR 数据，目前全球人口已增长至约 80 亿，预计至 2035 年，全球人口将接近 89 亿。根据世界卫生组织 2019 年发布的《世界视力报告》，全球视力受损或失明人群超 22 亿人，占全球人口总数约 28%，以近视人群为主体。随着手机、电脑、游戏机等消费电子产品的不断普及，预计全球近视人数还会随着人口的增长不断增加，至 2035 年全球近视人口或超过 27 亿。因此，全球视光矫正的需求非常庞大。此外，由于眼部保护意识提高、旅游业的恢复、社交媒体的影响以及气候变化和生活方式多样化的大趋势，消费者对保护眼睛和眼镜装饰的需求不断提高，对各类眼镜产品的购买需求不断增长。

中国市场方面，随着近视人群、老龄化人口增加，以及消费水平的提升和消费观念的转变，消费者对眼镜产品的需求从基本功能性向时尚、健康、智能等多功能方向发展，推动了市场规模的扩大，预计到 2027 年，中国眼镜产品市场零售额将达到 1,245 亿元，2023 年至 2027 年的年均复合增长率预估约为 9.6%，尤其在离焦眼镜、运动眼镜、成人渐进眼镜市场将表现出较好的增长态势。

因此，发行人所处眼镜零售市场前景良好、市场空间较大，广阔的市场空间为发行人本次募投项目的新增产能消化提供了市场基础。

同时，针对新增产能，发行人基于相关因素，将采取措施保障本次募投项目的产能消化能力，具体包括：

①深化打造渠道品牌优势，为本次募投项目实施提供有力支撑

消费者对眼镜渠道和产品的品牌形象、产品质量和功能性等关注度日益提升，良好的品牌知名度是进一步推广发行人产品、扩大发行人市场占有率的重要保障。发行人自 2014 年起连续 10 年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营 50

强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度。同时，发行人自成立以来一直注重差异化品牌定位，打造六大品牌以满足不同消费者的多层次需求。为进一步提高发行人的品牌影响力，发行人将持续优化门店品牌体系化建设，开展多元化品牌营销活动，实现品牌效应和连锁优势，进一步夯实发行人在眼镜零售领域的领先地位。此外，发行人拟通过项目二的实施加大品牌建设投入，进一步提高品牌知名度与市场影响力，巩固提升发行人的市场地位。

因此，发行人将通过深化打造品牌优势，为本项目的实施、新增产能的消化提供有力支撑。

②进一步提升数字化信息水平及供应链管理能力，为本次募投项目实施提供组织保障

经过多年发展，截至报告期末，发行人已在全国范围内的 25 个省、市、自治区拥有 557 家门店，积累了丰富的连锁眼镜门店运营管理经验、线上线下场景融合推广营销经验，在跨区域门店的管控力、复制力、品牌建设等方面具有突出优势。发行人计划对业务中台进行数字化升级改造，打通门店基础经营数据、商品数据、订单数据及库存数据等，确保各部门及各系统之间的数据互通与共享，提升数据流转效率与准确性，为发行人经营决策、营销推广、供应链管理等方面提供数据支撑，提升发行人运营管理水平。发行人将全面提升供应链管理的智能化水平，从供应商管理、采销管理、仓配管理到客户服务等多个维度进行升级优化，进一步实现供应链信息的共享与协同。

因此，发行人将通过进一步提升数字化信息水平及供应链管理能力，为本次募投项目的实施提供组织保障。

③进一步丰富优质门店选址资源，为本次募投项目建设提供有力支持

眼镜零售门店作为消费者购买眼镜产品最主要的渠道，其选址至关重要。发行人根据多年的选址经验和大数据分析，已建立了一整套完善的门店选址方法。发行人在新开门店选址过程中会进行充分论证，重点考虑城市商业氛围、城市消费能力、商圈成熟度、商业环境消费力水平、竞争对手情况、店面合作条件、经营预期以及对现有门店的影响等因素。发行人未来将持续扩展深化与大型商超集团、免税企业、医疗机构等的战略合作关系，进一步丰富发行人的优质选址资源，为本次募投项目建设提供有力支持。

④本次募投项目的门店建设速度较为合理，新建门店渐进式投入运营

结合发行人历史开店数据，本次募投项目规划的门店建设速度符合发行人近年来的开店节奏，门店扩展速度较为合理。发行人本次募投项目将稳步实施，新建门店的投入运营将呈渐进式释放，发行人产能消化存在一定周期。通过梳理对比连锁消费类上市公司新建门店情况，发行人的门店扩张比例处于合理水平。

因此，本次募投项目规划符合发行人发展的商业规律，不存在过度扩张的风险，亦不存在过度融资的情况。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，从眼镜产品使用寿命、地区市场需求、发行人报告期内闭店情况及销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议等因素来看，项目一建设属于依据发行人战略规划进行的业务扩张，门店建设数量是基于发行人目前门店布局结构和历史建设节奏而确定，不存在重复建设的情形；发行人装修费、仪器设备投入较为审慎、合理。由于眼镜产品需求持续增长，市场空间较大，本次募投项目门店建设速度合理，发行人已具备的相关优势及拟采取的相关措施等可以保障本次募投项目的实施和新增产能的消化，项目建设具备必要性、合理性，不存在过度融资的情况。

四、各募投项目是否属于需要前置审批特许经营的业务，相关实施主体已获取的资质是否已完整覆盖其预计开展业务范围，相关人员配备是否已获取相应资质，募投项目实施是否存在实质障碍。

（一）核查程序

1、查阅了发行人本次可转债募投项目可行性研究报告，了解本次募投项目的具体情况，并就相关情况对发行人相关负责人员进行了访谈确认，取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅了《医疗器械经营监督管理办法》《卫生部关于加强医疗机构验配角膜塑形镜管理的通知》《眼镜制配计量监督管理办法》等相关规定以及眼镜行业相关服务技术规范。

3、登录国家药品监督管理局官网之医疗器械分类目录查询，以确认发行人眼镜门店销售产品是否涉及第三类医疗器械。

4、就发行人眼镜门店是否取得《医疗器械经营许可证》以及相关配备人员是否具备相应资质等事项对发行人相关负责人员进行了访谈确认，核查了发行人眼镜门店持有的《医疗器械经营许可证》并对相关配备人员的资质进行了抽查。

（二）核查内容

发行人本次募投项目包括连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目以及补充流动资金，前述项目均不涉及需要前置审批特许经营的业务，相关实施主体及配备人员应取得相关资质的均已取得，具体如下：

1、连锁眼镜门店建设及升级改造项目

根据《连锁眼镜门店建设及升级改造项目可行性研究报告》，该项目计划新建门店及升级改造部分现有门店，前述门店主要从事光学眼镜、成镜系列产品、隐形眼镜系列产品及眼健康周边产品的销售，同时为消费者提供验光配镜、佩戴调试及视光服务等服务。

（1）关于医疗器械销售

根据《医疗器械经营监督管理办法》，经营第三类医疗器械实行许可管理，经营企业应当向药品监管部门提出申请，经批准并取得《医疗器械经营许可证》后方可从事第三类医疗器械经营业务。

根据发行人的说明，并经本所律师登录国家药品监督管理局官网之医疗器械分类目录查询确认，发行人拟新建及升级改造的门店所计划销售的产品中，隐形眼镜及相关护理产品、角膜塑形镜属于第三类医疗器械，从事前述产品的销售需取得《医疗器械经营许可证》。

根据发行人的说明并经本所律师核查，发行人现有门店涉及销售隐形眼镜及相关护理产品、角膜塑形镜的，均已取得《医疗器械经营许可证》，经营方式为零售；截至本补充法律意见书出具之日，拟新建的门店尚未开展建设，未来将在取得相关资质的前提下开展业务。

（2）关于验配业务及其他服务

经检索相关法律法规并经发行人确认，从事眼镜产品（角膜塑形镜除外）的验配业务及其他服务不需要取得前置许可或相关资质，根据《卫生部关于加强医疗机构验配角膜塑形镜管理的通知》，从事角膜塑形镜验配业务的机构需要具有《医疗机构执业许可证》，且应配备有执业医师及技师。

根据发行人的说明，发行人仅在与医疗机构合作开设的视光中心门店开展角膜塑形镜的零售业务，不涉及角膜塑形镜的验配业务，该等验配服务由合作医疗机构提供，发行人无需取得相应资质许可。

（3）关于从事验配服务的人员

根据《眼镜制配计量监督管理办法》，眼镜制配是指单位或者个人从事眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜的生产、销售以及配镜验光、定配眼镜、角膜接触镜配戴等经营活动，眼镜制配者应当配备经计量业务知识培训合格的专（兼）职计量管理和专业技术人员，负责眼镜制配的计量工作。

经检索相关法律法规、行业标准及技术规范，根据发行人的说明并经本所律师核查，眼镜产品的验配人员应具备相应的验光资格。发行人涉及眼镜产品验配的门店均已配置具备相应资格的人员，拟新建的门店尚未开展建设，发行人将根据相关要求，为未来拟新建的门店配置具备相应资质的人员。

基于上述，本所律师认为，发行人“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”不涉及需要前置审批特许经营的业务，发行人现有门店中涉及第三类医疗器械销售业务的，均已取得《医疗器械经营许可证》，拟新建的门店尚未开展建设，未来将在获取相关资质的前提下开展业务。发行人涉及眼镜产品验配的门店均已配置具备相应资格的人员，发行人将根据相关要求，为未来拟新建的门店配置具备相应资质的人员。

2、总部运营管理中心及品牌建设项目

根据《总部运营管理中心及品牌建设项目可行性研究报告》，本项目拟在发行人总部深圳市购置办公场所作为总部运营管理中心，同时拟在深圳、北京、上海等地核心商圈租赁场地设立品牌体验中心，以及通过品牌战略咨询服务、线上线下广告推广、线下活动等进行品牌推广。

根据发行人的说明，品牌体验中心是发行人主要用于品牌宣传推广的概念门店，涉及隐形眼镜及相关护理产品等第三类医疗器械产品销售，以及眼镜产品（角膜塑形镜除外）的验配业务。截至本补充法律意见书出具之日，品牌体验中心尚未开展建设，未来将在取得《医疗器械经营许可证》后从事相关第三类医疗器械产品销售工作，并将根据要求配置具备相应验配资质的人员。

品牌建设中的线上线下广告推广内容主要为发行人通过在线上及线下发布广告的方式，对发行人品牌及相关产品合作方品牌进行宣传推广，不涉及需要前置审批特许经营的业务。

基于上述，本所律师认为，发行人“总部运营管理中心及品牌建设项目”不涉及需要前置审批特许经营的业务，该项目中拟建设的品牌体验中心将根据要求配备具备相应资质的人员，其中未来涉及第三类医疗器械销售业务的，将在取得《医疗器械经营许可证》后从事相关业务。

3、数字化平台升级建设项目

根据《数字化平台升级建设项目可行性研究报告》，本项目将基于发行人现有的数字化基础，进一步升级和完善业务支持和管理系统，加强 IT 基础设施建设以及加大数据安全投入。

基于上述，本所律师认为，发行人“数字化平台升级建设项目”不涉及需要前置审批特许经营的业务。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人本次募投项目“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”、“总部运营管理中心及品牌建设项目”、“数字化平台升级建设项目”以及补充流动资金均不涉及需要前置审批特许经营的业务。

2、发行人现有门店中涉及第三类医疗器械销售业务的，均已取得《医疗器械经营许可证》，拟新建的门店尚未开展建设，未来将在取得相关资质的前提下开展业务；发行人涉及眼镜产品验配的门店均已配置具备相应资格的人员，发行人将根据相关要求，为未来拟新建的门店配置具备相应资质的人员；发行人“数字化平台升级建设项目”不涉及需要取得相关资质的情形。因此，本次募投项目的实施不存在实质障碍。

五、结合项目用地计划，基地建设的设计规划、人均面积、具体用途，说明项目二建筑面积是否与项目人员规模匹配，相关建设的必要性和规模的合理性；如涉及厂房建设，列示具体厂房建设计划并说明是否仅自用，本次募投项目的其他项目是否涉及上述情况。

（一）核查程序

1、查阅了发行人本次可转债募投项目可行性研究报告，了解项目二的建设内容，并就相关建设的必要性和规模的合理性取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅了发行人办公场所租赁合同，并检索了相关上市公司公告的首次公开发行股票招股说明书等文件。

（二）核查内容

1、结合项目用地计划，基地建设的设计规划、人均面积、具体用途，说明项目二建筑面积是否与项目人员规模匹配，相关建设的必要性和规模的合理性

根据募投项目测算，项目二拟购置的办公场地建筑面积为 4,500.00 m²，实用面积约为建筑面积的 60%，总部运营管理中心的具体功能区划情况如下：

项目	主要内容	建筑面积 (m ²)	实用面积 (m ²)	具体用途
总部运营 管理中心	办公区	3,100.00	1,860.00	将多地办公场所集中办公，改善目前办公环境，实现总部统一管理
	会议室	300.00	180.00	扩充会议室数量和面积，满足各个部门的会议需要
	培训中心及 产学研基地	280.00	168.00	(1) 门店验光师统一培训 (2) 新验光设备、新产品教学培训 (3) 与医院、高校等的产学研基地
	总部展厅	450.00	270.00	(1) 最新时尚眼镜及功能性镜片产品、最新科技验光技术体验专区 (2) 最新智能眼镜产品体验专区 (3) 发行人发展历程及公司文化展区
	直播基地	220.00	132.00	抖音等平台电商直播间、线上作战指挥中心
	其他配套功能区	150.00	90.00	其他配套功能区，如机房、档案室、茶水间等
合计		4,500.00	2,700.00	

根据发行人的说明，发行人总部常驻办公人员约 280 余人，本次拟购置办公场所的实际使用面积约为 2,700 m²，人均使用面积约为 9.64 m²。同时，根据发行人的业务规划，随着未来智能眼镜、线上零售、门店拓展及产业链投资等业务发展，发行人将进一步引入新员工，预计发行人总部未来的办公人员将在 300 人左右，届时人均使用面积将约为 9.00 m²。

经梳理部分零售行业上市公司的办公楼使用情况，相关公司的人均办公面积情况如下：

序号	公司名称	人均办公面积情况
1	萃华珠宝	公司房屋建筑物中为办公用途的房屋面积 2,285 m ² ，员工情况中管理人

序号	公司名称	人均办公面积情况
		员和技术人员数量合计 154 人，人均办公面积约 14.84 m ² 。
2	周大生	（1）募投项目“研发设计中心项目”规划在深圳市购置 1,200 m ² 办公楼作为研发设计中心场地，同时分别租赁 200 m ² 和 120 m ² 的办公场地来进行周大生•TTF 设计工作室的建设、支持总部产品部，规划面积总计 1,520 m ² ，新增人力投入 218 人，人均办公面积约 6.97 m ² 。 （2）截至招股说明书签署日，公司没有自有房产，租赁房产中为办公用途的房屋面积合计 10,842.53 m ² ，员工情况中管理人员和款式设计人员数量合计 1,022 人，人均办公面积约 10.61 m ² 。
3	莱绅通灵	募投项目“设计中心建设项目”规划场地面积为 200 m ² ，新增设计中心人员 23 人，人均办公面积约 8.70 m ² 。
4	周六福	截至招股说明书签署日，公司房屋建筑物中拥有产权的办公用房及租赁办公场所合计面积 8,906.46 m ² （不包含周六福标记为厂房、宿舍的部分）；截至 2019 年 6 月 30 日，员工数量合计 948 人，人均办公面积约 9.40 m ² 。
5	莱百股份	截至招股说明书签署日，公司房屋建筑物中拥有产权的办公用房及租赁办公场所合计面积 18,527.90 m ² （自有用于办公的房产 17,484.53 m ² ，租赁用于办公的房产 1,043.37 m ² ）；截至 2020 年末，员工数量合计 1,023 人（所有员工）；人均办公面积约 18.11 m ² 。
6	新华都	募投项目“研发中心建设项目”规划购置办公场地共计 2,000 m ² ，其中开发环境及独立办公室 1,249 m ² ，机房、会议室及其他面积 751 m ² 。新增研发实施人员 43 人，加上转移当前北京办公场约 40 名数据营销和数据中心人员，合计办公人员 83 名，人均办公面积约 15.05 m ² （不含机房、会议室及其他面积）。

由上表可知，上述零售行业上市公司的人均办公面积在 6.97-18.11 m² 之间。发行人项目二拟建设的办公场所，人均办公面积约在 9.00 m²-9.64 m² 之间，处于合理范围内，建设规模较为合理。

根据发行人的说明，项目二的建设除可以在一定程度上缓解发行人目前办公场所紧张的压力外，同时拟实现以下目标：

（1）提高发行人经营管理效率

随着业务规模的持续扩展和职能部门的不断细化，发行人员工数量不断增加，目前发行人租赁的办公场地已不能满足日益增长的经营需要，影响了发行人的运营效率。发行人总部位于深圳市罗湖区，目前办公场所均为租赁且分散在多处，分散的办公模式不利于内部紧密沟通与协作，也不能满足发行人持续发展的内在管理需求。项目二计划购置地理位置优越、配套设施完善、交通便利的办公场所，以实现总部各部门集中办公，提升内部协同效率，打造高效、稳定的工作环境，为发行人可持续发展提供基础保障。同时，拟购置的新办公场所有利于发行人未来容纳更多新增人员，将进一步提升发行人整体形象，增强合作方的认可度。

（2）实现降本增效

根据项目二可行性研究报告测算，发行人购置办公场所的年折旧摊销额预计为 403.42 万元，发行人 2024 年度租赁办公场所的年租金为 490.58 万元。从经济效益角度分析，项目二拟购置的房产预计年折旧摊销费用低于目前办公场所的年租金，发行人自购房产替代现有租赁房产作为总部运营管理中心更具有经济效益，有利于发行人降本增效。

（3）增强发行人业务开展的稳定性

发行人总部目前办公场所均为租赁，若长期依赖租赁方式经营业务，可能面临租赁场地被收回、租赁期满后难以续租以及租金费用持续攀升等潜在风险，给发行人的正常运营带来不便和不确定性。通过购置固定办公场所，发行人能够为员工提供独立且稳定的办公环境，有助于发行人进行长期的场地规划与布局，并提升业务发展的稳定性与持续性，为发行人的长期发展奠定坚实基础，在稳定的环境中专注于核心业务，实现战略目标。

（4）全方位提升发行人品牌影响力

品牌是发行人重要的无形资产，体现了企业的市场地位和核心竞争力。发行人自设立以来高度重视品牌建设，积极打造差异化的品牌矩阵，进行多层次市场布局，已建立起较高的品牌认知度。为进一步提升发行人品牌影响力，项目二拟选择深圳、北京、上海等地核心商圈的优越位置，结合创新设计和智能化体验，打造全品类 SKU 的品牌体验中心。品牌体验中心将从设计感、体验感、个性化场景打造等方面，形成与智能眼镜深度体验的多维度功能布局，构建一个全方位、沉浸式的品牌体验空间。通过设计各种触点和交互模式，以及优质专业的服务，打造差异性品牌特色，让顾客获得独特的体验感，深入了解发行人品牌，形成深刻的品牌认知。

2、如涉及厂房建设，列示具体厂房建设计划并说明是否仅自用，本次募投项目的其他项目是否涉及上述情况

根据发行人本次可转债募投项目可行性研究报告，本次募投项目不涉及厂房建设，拟购买的办公场地拟全部用于自用，不存在对外出售或出租的计划。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、项目二的建筑面积与项目人员规模匹配，建设规模合理。同时，该项目的实施可以优化发行人运营管理环境、提高发行人经营管理效率，有利于发行人实现降本增效、增强发行人业务开展的稳定性，并有助于全方位提升发行人品牌影响力，项目建设具有必要性。

2、本次募投项目不涉及厂房建设，拟购买的办公场地拟全部用于自用，不存在对外出售或出租的计划。

六、补充说明前次募投项目调整、变更、终止等变动的原因及合理性，是否已按规定履行相关审议程序与披露义务，是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正，或者未经股东大会认可的情形。

（一）核查程序

1、登录巨潮资讯网，检索发行人募集资金项目的相关公告。

2、取得了发行人出具的书面说明，核查了发行人历次募投项目调整、变更相关的董事会、监事会文件、独立董事意见以及保荐机构中德证券有限责任公司出具的《关于公司变更部分募集资金投资项目实施地点的核查意见》《关于博士眼镜连锁股份有限公司变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的核查意见》。

3、查阅了发行人历次募投项目调整、变更时适用的与募投项目相关的规定。

（二）核查内容

1、前次募投项目调整、变更等事项的原因及合理性

经本所律师核查，本次发行前，除 2017 年首次公开发行上市募集资金外，发行人不存在其他募集资金的情形。发行人首次公开发行募投项目中，“营销服务平台建设项目”和“信息化建设项目”存在调整、变更的情形，具体如下：

（1）第一次变更

发行人于 2018 年 10 月 25 日召开第三届董事会第九次会议及第三届监事会第九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的议案》，决定将“营销服务平台建设项目”中直营店建设的实施地点由原计划 15 个省（自治区、直辖市）变更为 13 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变，仍为 278 家。

根据发行人的说明，由于市场环境发生了变化，发行人结合实际经营情况及业务发展的需要，经过认真研究论证，发现“营销服务平台建设项目”中直营店建设先前确定的部分实施地点已不能适应市场环境的变化，调整该项目部分实施地点将更有利于项目顺利推进。

（2）第二次变更、第一次延期

发行人于 2020 年 3 月 9 日召开第三届董事会第二十次会议及第三届监事会第十九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及募集资金投资项目延期的议案》，决定将“营销服务平台建设项目”中直营店建设的实施地点由 13 个省（自治区、直辖市）变更为 17 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变，仍为 278 家；同时，发行人对“营销服务平台建设项目”及“信息化建设项目”进行延期，将两个项目达到预定可使用状态的日期由 2020 年 3 月 14 日调整至 2021 年 8 月 31 日，项目实施主体、募集资金投资用途、项目投资总额及投资规模不变。

根据发行人的说明，“营销服务平台建设项目”实施过程中，发行人根据市场发展状况，并结合开设直营店的反馈及后续业务发展的需要，对该项目的实施地点作出了适当调整，以提高对市场的反应速度，积极推进公司营销网络的建设和布局。同时，随着国家宏观经济增长放缓，零售市场的增长趋于平缓，与预计的市场增速变化较大，每年开店速度过快，会导致投资效益逐步降低，投资风险逐步加大，因此，放缓了该项目的实施进度。关于“信息化建设项目”，由于从研发到方案讨论、方案确定再到最后的开发、测试、上线，需要较长的时间周期，因此进行了延期。

（3）第三次变更、第二次延期

发行人于 2021 年 6 月 11 日召开第四届董事会第五次会议及第四届监事会第六次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的议案》，决定将“营销服务平台建设项目”中直营店建设的实施地点由 17 个省（自治区、直辖市）变更为 16 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变，仍为 278 家。同时，发行人对“营销服务平台建设项目”进行了延期，将该项目达到预定可使用状态的日期由 2021 年 8 月 31 日调整至 2021 年 11 月 30 日，项目实施主体、募集资金投资用途、项目投资总额及投资规模不变。

根据发行人的说明，本次“营销服务平台建设项目”变更实施地点系发行人根据市场环境变化及公司发行人业务发展需要而进行的必要调整，符合发行人公司实际经营情况和项目运作需要。同时，为适应市场环境变化而对营销服务平台建设项目进行延期，系根据募集资金投资项目实施的实际情况所做出的谨慎决策，有利于公司的战略发展和合理的布局。

2、前次募投项目调整、变更、终止等变动是否已按规定履行相关审议程序与披露义务，是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正，或者未经股东大会认可的情形

经本所律师核查，发行人前次募投项目历次变动已履行相关审议程序与披露义务，具体如下：

（1）第一次变更

发行人于 2018 年 10 月 25 日召开第三届董事会第九次会议及第三届监事会第九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的议案》，独立董事、监事会就该议案发表了明确同意意见。次日，发行人披露了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的公告》及保荐机构中德证券有限责任公司出具的《关于公司变更部分募集资金投资项目实施地点的核查意见》。

根据其时有效的《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》第 6.4.7 条，上市公司改变募集资金投资项目实施地点的，应当经董事会审议通过，并在二个交易日内公告，说明改变情况、原因、对募集资金投资项目实施造成的影响以及保荐机构出具的意见。

因此，募投项目第一次变更已按规定履行了相关审议程序与披露义务。

（2）第二次变更、第一次延期

发行人于 2020 年 3 月 9 日召开第三届董事会第二十次会议及第三届监事会第十九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及募集资金投资项目延期的议案》，独立董事、监事会就该议案发表了明确同意意见。次日，发行人披露了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及募集资金投资项目延期的公告》及保荐机构中德证券有限责任公司出具《关于博士眼镜连锁股份有限公司变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的核查意见》。

根据其时有效的《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》第 6.4.7 条，上市公司改变募集资金投资项目实施地点的，应当经董事会审议通过，并在二个交易日内公告，说明改变情况、原因、对募集资金投资项目实施造成的影响以及保荐机构出具的意见。

其时有效的《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》及《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》，均未要求募投项目延期应当履行相关审议程序与披露义务。

因此，募投项目第二次变更及第一次延期已按规定履行相关审议程序与披露义务。

（3）第三次变更、第二次延期

发行人于 2021 年 6 月 11 日召开第四届董事会第五次会议及第四届监事会第六次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的议案》，独立董事、监事会就该等议案发表了明确同意意见。次日，发行人披露了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的公告》及保荐机构中德证券有限责任公司出具的《关于博士眼镜连锁股份有限公司变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的核查意见》。

根据其时有效的《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2020 年修订）》第 6.3.5 条，上市公司改变募集资金投资项目实施地点及调整募集资金投资项目计划进度的，应当经董事会审议通过，并由独立董事、监事会以及保荐机构或者独立财务顾问发表明确同意意见。

因此，募投项目第三次变更、第二次延期已按规定履行相关审议程序与披露义务。

（4）是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正或者未经股东大会认可的情形

经本所律师登录巨潮资讯网检索发行人募投项目相关的公告，并经发行人确认，发行人不存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正或者未经股东大会认可的情形。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，发行人前次募投项目历次变更、调整具有合理性，已按规定履行相关审议程序与披露义务，不存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正或者未经股东大会认可的情形。

《审核问询函》问题 3：

根据申报材料，公司存在线上销售模式，通过在天猫、京东、拼多多、得物等电商平台上开设官方旗舰店、官方商城等方式向消费者销售商品，也通过美团、大众点评等 O2O 平台和抖音、快手等兴趣电商平台宣传产品信息、引导顾客到店体验等。本次募投项目中“总部运营管理中心及品牌建设项目”涉及直播基地建设。

公司经营范围包括企业管理、经济信息、投资、商品信息、信息技术的咨询服务、企业形象策划；化妆品及卫生用品零售及批发，健康咨询、养生保健服务，第一类、第二类医疗器械销售、第三类医疗器械经营，药品批发、药品零售、保健食品（预包装）销售。发行人投资性房地产 2235.69 万元，系公司对外出租的旧办公楼使用权。

截至 2024 年 12 月末，发行人财务性投资占比为 6.76%，其他非流动金融资产余额合计 7033.55 万元，对无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）、成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）、成都高新眼视光眼科诊所有限公司未认定为财务性投资。

请发行人：（1）进一步说明公司及子公司是否存在互联网相关业务及经营的具体情况，是否从事提供、参与或与客户共同运营网站、APP 等互联网平台业务（包括已下架业务），是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”；如是，请说明是否符合相关规定，发行人行业竞争状况是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，并对照国家反垄断相关规定，说明发行人是否存在达到申报标准的经营者集中情形以及是否履行申报义务，是否按照行业主管部门有关规定开展业务。（2）说明发行人及本次募投项目是否包括面向个人用户的业务；如是，请说明具体情况，是否为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，是否存在收集、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，是否取得相应资质，是否合法合规。（3）发行人线上销售业务、各类咨询

服务的经营模式和具体内容，是否涉及国家发改委《市场准入负面清单（2025年版）》中相关情形，发行人及本次募投项目是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域，如是，相关业务的主要内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规。（4）发行人及本次募投项目是否涉及经营医疗美容或医疗器械产品服务，是否存在美容服务、美容仪器销售等业务，上述业务所需具备的具体资质及取得情况、执业医师数量、日常经营是否合法合规，是否存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展是否符合相关规定要求。（5）公司是否持有住宅、商业用地、商业房产等，如是，说明取得上述房产、土地的方式和背景，是否涉及房地产开发相关业务，并说明本次募投项目是否用于房地产业务。（6）结合相关财务报表科目的具体情况，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第18号》《监管规则适用指引—发行类第7号》等相关规定。（7）相关科目为对外投资的，详细说明投资对象名称、认缴金额、实缴金额、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值等情况；对外投资未认定为财务性投资的，详细论证被投资企业与公司主营业务是否密切相关；投资标的主要业务为对外投资的，结合该投资标的对外（拟）投资企业情况、尚未使用完毕的认缴资金、持股目的等，说明未将该投资认定为财务性投资的原因及合理性；投资时点为自本次发行相关董事会前六个月至今的，说明是否涉及调减募集资金情形。

请保荐人和律师核查并发表明确意见。

回复：

一、进一步说明公司及子公司是否存在互联网相关业务及经营的具体情况，是否从事提供、参与或与客户共同运营网站、APP等互联网平台业务（包括已下架业务），是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”；如是，请说明是否符合相关规定，发行人行业竞争状况是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，并对照国家反垄断相关规定，说明发行人是否存在达到申报标准的经营者集中情形以及是否履行申报义务，是否按照行业主管部门有关规定开展业务。

（一）核查程序

1、查阅了发行人及其子公司在工业和信息化部政务服务平台 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统的域名、小程序备案情况。

2、访谈了相关业务负责人，了解了发行人互联网相关业务的模式及主要内容，取得了发行人出具的关于发行人及其子公司运营网站、应用程序、微信公众号、视频号及入驻第三方网络平台的情况说明，并登录前述网站、平台核实相关情况。

3、查阅了《中华人民共和国反垄断法》（以下简称“《反垄断法》”）、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称“《反垄断指南》”）和其他反垄断行政法规相关规定。

4、查阅了本次发行的募集说明书，取得了发行人出具的说明，了解了发行人主营业务行业分类及市场竞争情况，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形。

5、查阅了发行人报告期内定期报告及公告，取得了被收购主体收购上一会计年度财务报表，核查公司报告期内是否存在需要进行经营者集中申报的情形。

6、取得了发行人出具的说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询了发行人及其子公司是否存在因违反《反垄断法》和其他反垄断行政法规相关规定而受到行政处罚的情形。

（二）核查内容

1、发行人及子公司互联网相关业务及经营的具体情况，发行人及其子公司是否从事提供、参与或与客户共同运营网站、APP 等互联网平台业务（包括已下架业务），是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”

根据发行人的说明，发行人及其子公司所运营的网站主要用于企业及产品宣传等用途，不涉及具体业务经营活动；发行人主要通过其会员运营部及子公司江西新云程、镜联易购以及博镜（三亚）电子商务有限公司（以下简称“博镜三亚”）、南昌发轫光学实业有限公司（以下简称“南昌发轫”）及南昌维睛光学实业有限公司（以下简称“南昌维睛”）开展互联网相关业务，包括宣传展示、会员管理及线上销售等，具体情况如下：

（1）网站

根据发行人的说明，报告期及 2025 年第一季度，发行人及子公司运营的主要网站情况如下：

序号	权利人	域名名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
1	发行人	doctorglasses.com.cn	粤 ICP 备 10090351 号-3	官网、企业宣传	否
2	镜联易购	jinglianyigou.com	浙 ICP 备 2021039411 号-1	官网、企业宣传	否
3	汉高信息	unionglasses.com	浙 ICP 备 07030499 号-1	官网、企业及产品宣传	否
4	汉高信息	hencego.com	浙 ICP 备 07030499 号-2	官网、企业及产品宣传	否

发行人及子公司运营上述网站主要用于企业及产品宣传等用途，不涉及具体业务经营活动，因此，该等网站不属于《反垄断指南》中规定的互联网平台，发行人及子公司运营该等网站不构成《反垄断指南》项下的“平台经营者”或“平台内经营者”。

（2）微信公众号、视频号、小程序及社交媒体、O2O 平台、兴趣电商平台

根据发行人的说明，报告期及 2025 年第一季度，发行人及子公司运营的主要微信公众号、视频号、应用小程序及入驻社交媒体、O2O 平台、兴趣电商平台的主要情况如下：

序号	运营主体	涉及平台	名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
1	发行人	微信小程序	博士眼镜官方商城	粤 ICP 备 10090351 号-5X	线上销售、会员管理	是
2	发行人	微信小程序	博士眼镜 DOCTOR	粤 ICP 备 10090351 号-4X	线上销售，已下架	否，数据已迁移至博士眼镜官方商城
3	发行人	微信公众号	博士眼镜 DOCTOR	不涉及	宣传展示、小程序引流	否
4	发行人	微信公众号	石人工眼镜	不涉及	品牌加盟	否
5	发行人	微信视频号	石人工眼镜	不涉及	品牌加盟	否
6	发行人	微信视频号	博士眼镜 DOCTOR	不涉及	宣传展示、门店引流	否
7	发行人	微博	博士眼镜官方微博	不涉及	宣传展示	否

序号	运营主体	涉及平台	名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
8	发行人	小红书	博士眼镜	不涉及	宣传展示	否
9	发行人	小红书	President optical	不涉及	宣传展示	否
10	发行人	小红书	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	宣传展示	否
11	发行人	美团及大众点评	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
12	发行人	美团外卖	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
13	发行人	饿了么	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
14	博镜三亚	微信小程序	博镜全球精选	琼 ICP 备 2024022341 号-1X	线上销售	是
15	博镜三亚	微信公众号	博镜全球精选	不涉及	宣传展示、小程序引流	否
16	博镜三亚	抖音	博士眼镜官方号	不涉及	线上销售	否
17	博镜三亚	抖音	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
18	博镜三亚	抖音	博镜 boojing 卖场店	不涉及	线上销售	否
19	博镜三亚	抖音	博士眼镜即时零售	不涉及	线上销售，已停止运营	否
20	博镜三亚	抖音	博镜 boojing 精选眼镜	不涉及	线上销售	否
21	博镜三亚	抖音	博镜 boojing 卖场店甄选眼镜	不涉及	线上销售，已停止运营	否
22	博镜三亚	小红书	博镜 boojing 眼镜	不涉及	宣传展示	否
23	博镜三亚	快手	博士眼镜	不涉及	线上销售	否
24	镜联易购	微信小程序	砫眼镜采购联盟	浙 ICP 备 2021039411 号-2X	线上销售	是
25	镜联易购	微信小程序	砫眼镜联盟	不涉及	线上销售，旧版已下架	否，数据已迁移至砫眼镜采购联盟
26	镜联易购	微信公众号	砫眼镜联盟	不涉及	品牌加盟	否
27	镜联易购	微信视频号	石人工联盟	不涉及	品牌加盟	否
28	汉高信息	微信公众号	杭州汉高企业	不涉及	系统测试	否

序号	运营主体	涉及平台	名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
29	汉高信息	微信公众号	镜联服务商助手	不涉及	眼镜零售门店管理，已停止运营	否
30	江西新云程	微信小程序	博士眼镜奥莱店	赣 ICP 备 2024024113 号-1X	线上销售	是
31	江西新云程	支付宝小程序	博士眼镜	赣 ICP 备 2024024113 号-2X	门店引流、天猫店引流	否
32	江西新云程	小红书	博士新云程眼镜	不涉及	线上销售	否
33	江西新云程	抖音	博士新云程眼镜专营店	不涉及	线上销售	否
34	南昌发轫	微信视频号	博士新云程	不涉及	线上销售，已停止运营	否
35	南昌发轫	小红书	视界研究所	不涉及	线上销售	否
36	南昌发轫	抖音	冠晰眼镜卖场店	不涉及	线上销售	否
37	南昌发轫	快手	欧拿发轫眼镜专卖店	不涉及	线上销售	否
38	南昌维睛	抖音	Calvin Klein 维睛眼镜专卖店	不涉及	线上销售	否

发行人控股子公司镜联易购运营的“砫眼镜采购联盟”（包括其旧版“砫眼镜联盟”，下同）小程序，在发行人收购镜联易购前主要用于经营采购联盟业务，即上游品牌供应商、经销商入驻小程序，通过小程序向眼镜零售门店进行产品批发销售。自 2023 年收购后，该小程序的用途逐渐从经营采购联盟业务转变为依托于发行人旗下的特许经营品牌石人工（砫）开展加盟经营活动，截至报告期末，已不存在第三方入驻商户通过该小程序向眼镜零售门店进行产品批发销售的情形。因此，“砫眼镜采购联盟”小程序在报告期内曾属于《反垄断指南》项下的“互联网平台”，镜联易购曾属于“平台经营者”，但小程序用途变更后，镜联易购已不再通过该小程序从事平台经营业务，仅依托该平台向用户提供产品或服务，属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。

除上述情况外，发行人及其子公司在微信平台上运营的其他微信公众号、视频号、小程序，在支付宝平台上运营的小程序及入驻社交媒体、O2O 平台、兴趣电商平台主要用于宣传展示、会员管理、引流以及线上销售，发行人及其子公

司不属于该等平台的运营者，仅涉及依托该等平台向用户提供产品或服务，因此，属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。

（3）其他第三方电商平台

根据发行人的说明，报告期及 2025 年第一季度，发行人及其子公司入驻其他主要第三方电商平台的情况如下：

序号	运营主体	涉及平台	店铺名称	主要用途	是否收集、存储个人数据
1	博镜三亚	得物	不涉及	线上销售	否
2	江西新云程	天猫	博士眼镜官方旗舰店	线上销售	否
3	江西新云程	京东	博士眼镜官方旗舰店	线上销售	否
4	江西新云程	拼多多	博士眼镜官方旗舰店	线上销售	否
5	江西新云程	得物	不涉及	线上销售	否
6	江西新云程	网易严选	不涉及	线上销售	否
7	南昌发轫	京东	发轫眼镜专营店	线上销售	否
8	南昌发轫	拼多多	不涉及	线上销售	否
9	南昌发轫	淘宝	大牌眼镜专区企业店	线上销售	否
10	南昌发轫	天猫	发轫隐形眼镜专营店	线上销售	否
11	南昌发轫	拼多多	发轫隐形眼镜专营店	线上销售	否
12	南昌发轫	得物	不涉及	线上销售	否
13	南昌维睛	天猫	欧拿眼镜旗舰店	线上销售	否
14	南昌维睛	天猫	calvinklein 维睛光学专卖店	线上销售	否
15	南昌维睛	拼多多	不涉及	线上销售	否
16	南昌维睛	淘宝	维睛眼镜店	线上销售	否

发行人及其子公司入驻其他第三方电商平台主要开展线上销售，发行人及其子公司不属于该等第三方电商平台的运营者，仅通过该等平台向用户提供产品或服务，属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。

2、发行人行业竞争状况是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，对照国家反垄断相关规定，说明发行人是否存在达到申报标准的经营者集中情形以及是否履行申报义务，是否按照行业主管部门有关规定开展业务

（1）发行人行业竞争状况公平有序、合法合规

根据《募集说明书》及发行人的说明，发行人主营业务为眼镜零售连锁经营，所属行业为眼镜零售行业。根据中国证监会颁布的《上市公司行业统计分类与代码》，发行人属于“F52 零售业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人主营业务属于“F52 零售业”。

发行人在国内眼镜零售市场的占有率如下：

项目	2023 年	2022 年	2021 年
行业销售规模（亿元）	862	777	850
公司营业收入（亿元）	11.76	9.62	8.87
公司市场占有率	1.36%	1.24%	1.04%

注：由于我国尚未有权威机构公开发表关于眼镜连锁行业的市场份额排行数据，根据艾瑞咨询研究报告并结合公司自身经营成果，计算得出公司营业收入在市场中的占有率。

我国眼镜零售门店数量众多，从市场参与者结构来看，呈现高度分散化态势，众多地方头部企业虽在区域市场具备一定影响力，然而区域化、地域化特征显著，尚未形成在全国范围内占据绝对主导市场的行业巨头，因此，发行人所处行业属于充分竞争行业。

根据发行人的确认，报告期内，发行人及其子公司不存在因违反《反垄断法》《反垄断指南》和其他反垄断行政法规相关规定而受到行政处罚的情形。

因此，发行人行业竞争状况公平有序、合法合规。

（2）发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形

根据发行人的确认、主管部门出具的企业信用报告并经本所律师核查，发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，具体情况如下：

序号	垄断情形的相关规定	发行人是否适用
1	具有竞争关系的经营者达成下列垄断协议： ①固定或者变更商品价格； ②限制商品的生产数量或者销售数量； ③分割销售市场或者原材料采购市场； ④限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品； ⑤联合抵制交易； ⑥国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。	发行人及其子公司在开展眼镜零售业务时不存在与其他主体达成垄断协议或从事限制竞争行为的情形，亦未受到反垄断机构相关处罚。
2	经营者与交易相对人达成下列垄断协议： ①固定向第三人转售商品的价格； ②限定向第三人转售商品的最低价格； ③国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。 对第①项和第②项规定的协议，经营者能够证明其不具有排除、限制竞争效果的，不予禁止。 经营者能够证明其在相关市场的市场份额低于国务院反垄断执法机构规定的标准，并符合国务院反垄断执法机构规定的其他条件的，不予禁止。	
3	①具有市场支配地位的经营者从事下列滥用市场支配地位的	如前所述，发行人行业竞争状况公平有序，发

序号	垄断情形的相关规定	发行人是否适用
	<p>行为：</p> <p>a.以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品；</p> <p>b.没有正当理由，以低于成本的价格销售商品；</p> <p>c.没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易；</p> <p>d.没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易；</p> <p>e.没有正当理由搭售商品，或者在交易时附加其他不合理的交易条件；</p> <p>f.没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件上实行差别待遇；</p> <p>g.国务院反垄断执法机构认定的其他滥用市场支配地位的行为。</p> <p>②有下列情形之一的，可以推定经营者具有市场支配地位：</p> <p>a.一个经营者在相关市场的市场份额达到二分之一的；</p> <p>b.两个经营者在相关市场的市场份额合计达到三分之二的；</p> <p>c.三个经营者在相关市场的市场份额合计达到四分之三的。</p> <p>有第二项、第三项规定的情形，其中有的经营者市场份额不足十分之一的，不应当推定该经营者具有市场支配地位。</p>	<p>行人在眼镜零售市场的占有率未达到法定的市场支配地位占比，且发行人及其子公司未被反垄断机构认定或者推定为具有市场支配地位的经营者，因此发行人不具有市场支配地位，无法实现滥用市场支配地位的相关行为。</p>

（3）发行人不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，发行人按照行业主管部门有关规定开展业务

根据《反垄断法》第二十五条，“经营者集中是指下列情形：（一）经营者合并；（二）经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权；（三）经营者通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响。”

根据发行人的说明、发行人最近三年《年度报告》，报告期内，发行人未发生《反垄断法》第二十五条规定的经营者合并的情形，以及通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响的情形，仅存在通过取得股权方式取得对其他经营者控制权的情形，即收购汉高信息及镜联易购，具体如下：

单位：万元

序号	标的公司名称	收购完成时间	收购上一年度标的公司营业额	收购上一年度发行人营业额
1	汉高信息	2023.04.18	244.97	95,916.09
2	镜联易购	2023.03.30	62.74	95,916.09

注：根据《经营者集中审查规定》第九条，营业额包括相关经营者上一会计年度内销售产品和提供服务所获得的收入扣除相关税金及附加。

根据《国家市场监督管理总局反垄断局关于经营者集中申报的指导意见》及其时有效的《国务院关于经营者集中申报标准的规定（2018 修订）》第三条，“经营者集中达到下列标准之一的，经营者应当事先向国务院反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中：（一）参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业额合计超过 100 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币；（二）参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过 20 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币。”

对照上述标准，发行人收购汉高信息及镜联易购均未达到需要进行经营者集中申报的标准，无需履行申报义务。

经本所律师核查，报告期内发行人及子公司取得了相应的业务资质，具体见《律师工作报告》之“八、发行人的业务”，未受到主管部门作出的可能对本次发行产生重大不利影响的重大行政处罚，因此，发行人按照行业主管部门有关规定开展业务。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、报告期内，“砼眼镜采购联盟”小程序的用途进行过调整，用途调整前，该小程序曾属于《反垄断指南》项下的“互联网平台”，镜联易购曾属于“平台经营者”，用途调整后，镜联易购属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。除前述情形外，发行人及其子公司通过微信、支付宝、社交媒体、O2O 及兴趣电商平台向用户进行宣传展示、会员管理、引流以及线上销售，以及入驻其他第三方电商平台进行线上销售，为“平台内经营者”，属于《反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”。

2、发行人行业竞争状况公平有序、合法合规，发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形。报告期内，发行人不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，发行人按照行业主管部门有关规定开展业务。

二、说明发行人及本次募投项目是否包括面向个人用户的业务；如是，请说明具体情况，是否为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，是否存在收集、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，是否取得相应资质，是否合法合规。

（一）核查程序

1、查阅了本次发行的募集说明书、募投项目可行性分析报告，了解发行人业务模式及募投项目情况。

2、访谈相关业务负责人，了解发行人及子公司数据收集的范围、业务场景及必要性，登录相关小程序、线上平台等核实相关情况；取得并审阅发行人的隐私政策和用户协议、数据与网络安全管理制度以及发行人入驻相关平台或使用相关数据服务的服务协议、平台规则等文件。

3、取得了发行人出具的说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询了发行人及子公司是否存在与个人数据收集及存储相关的行政处罚或重大未决诉讼。

（二）核查内容

1、发行人面向个人用户的业务情况

报告期内，发行人及子公司主要从事眼镜零售连锁经营，主要业务模式及客户类型情况如下：

序号	业务模式	简介	主要客户类型	是否包括面向个人用户的业务
1	直营门店模式	直营门店主要包括自营模式和联营模式： ①自营模式：公司通过与出租方签署租赁协议的形式来开设门店，该模式下门店以现金、POS机刷卡、微信、支付宝、团购券等方式自行收款或由商场作为出租方代为收款； ②联营模式：公司与联营方签署联营合同，由联营方提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，联营方按联营合同约定零售额的一定比例扣取应得部分后，将销售款净额汇入公司账户。	主要面向个人消费者	是
2	线上销售模式	线上销售模式主要包括线上零售模式和线上销售团购券、线下核销模式： ①线上零售模式：公司通过在天猫、京东、拼多多、得物等电商平台上开设官方旗舰店、官方商城等方式向消费者销售商品； ②线上销售团购券、线下核销模式：公司通过美团、大众点评等O2O平台和抖音、快手等兴趣电商平台宣传产品信息、优惠活动并销售团购券。	主要面向个人消费者	是

序号	业务模式	简介	主要客户类型	是否包括面向个人用户的业务
3	分销模式	分销模式主要包括加盟模式和批发模式： ①加盟模式：加盟商与公司签订特许经营合同，获得公司授权在特许区域使用公司商标、统一形象等特许经营体系，加盟商出资设立加盟店并在公司的指导和监督下从事特许经营范围的经营。公司为加盟店提供统一供货渠道，加盟商向公司直接采购产品并向消费者销售； ②批发模式：公司作为供应商将产品批量销售给下游零售商、批发商等，通过这些商业伙伴将产品销售给终端消费者。	加盟商及分销商	否

2、发行人存在收集、存储个人数据的情况，但未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务、不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，无需取得相应资质，经营合法合规

（1）发行人收集、存储个人数据的情况

根据发行人提供的资料及说明，报告期及 2025 年第一季度，发行人及子公司运营的自有网站不存在收集、存储个人数据的情形；除自有网站外，发行人及子公司线上业务涉及收集、储存个人数据的情况如下：

①发行人运营的应用小程序、微信公众号及视频号涉及个人数据收集、存储的情况

a.微信小程序

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，截至 2025 年 3 月 31 日，发行人及子公司运营的微信小程序均使用了杭州有赞科技有限公司提供的服务，其中涉及个人数据收集、存储的具体情况如下：

序号	微信小程序名称	业务功能	个人数据类型	存储地点
1	博士眼镜官方商城、博士眼镜全球精选、验配眼镜采购联盟、博士眼镜奥莱店	账号注册/登录	账号注册信息及联系方式	杭州有赞科技有限公司
2		订单展示	交易信息	
3		海淘商品购买、实名认证一致性校验、提供个性化体验	身份信息	
4		提升用户体验、发送营销活动	联系信息	
5		店铺宣传	评论信息	
6		提升用户体验、解决交易纠纷、保障消费者个人权益	反馈、音视频信息	
7		发票开具及寄送	发票信息	

序号	微信小程序名称	业务功能	个人数据类型	存储地点
8		提升用户体验、发送营销活动、提供多业务和多设备的无缝体验	连接和使用信息	
9		保障账号安全性、优化产品页面展示、协助追踪广告点击情况	设备信息和标识符	
10		完成商品交付	位置信息	
11		提供会员权益服务	会员信息	
12		提供第三方账号登录	第三方账号信息	

上述个人数据的收集和存储均是出于正常的业务开展需要，由杭州有赞科技有限公司基于提供微商城服务获发行人及子公司、用户授权收集、存储、处理相关个人数据，并为发行人提供针对会员的营销服务。基于订单履行及会员管理需要，发行人及子公司亦会将会员信息、交易信息、发票信息备份于公司汉高 ERP 系统，该系统数据由北京火山引擎科技有限公司火山引擎系统存储并提供数据保护措施。发行人及子公司就个人数据的相关事项制定了《用户协议》《商家隐私声明》，个人用户在上述微信小程序上进行注册或使用特定功能前，已明确知悉并同意《用户协议》《商家隐私声明》中有关个人信息收集、存储、使用、处理等相关事宜。报告期至 2025 年第一季度，发行人基于上述微信小程序收集的博士眼镜会员信息数量为 146.23 万条，相关个人数据不存在存储于境外的情况。

b. 支付宝小程序

根据发行人的说明，并经本所律师核查，江西新云程运营的支付宝小程序主要用于门店引流及天猫店铺引流，除个人用户查看附近门店时需要提供位置信息且已进行明确告知外，不存在收集、处理、存储个人数据的情形。

c. 微信公众号、视频号

根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人及子公司通过微信公众号向个人用户展示品牌、商品信息或引流至小程序，通过微信视频号向个人用户展示商品信息，无需用户注册，不存在收集、处理、存储个人数据的情形。

② 发行人入驻第三方平台涉及个人数据收集、存储的情况

根据发行人提供的资料及说明，报告期至 2025 年第一季度，发行人及子公司通过入驻淘宝、天猫、京东、抖音、快手、拼多多、小红书、微博、美团及大众点评、得物、网易严选等第三方网络平台进行品牌宣传及销售。个人用户按照前述第三方平台的规则与要求进行注册及登录，并使用该等平台提供的服务，发

行人及子公司根据平台规则获取并使用个人用户的个人数据，不存在收集、处理、存储个人数据的情形。

（2）发行人未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务、不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，无需取得相应资质，经营合法合规

根据发行人的说明，发行人未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在对相关数据挖掘及提供增值服务的情况，无需取得相应资质。同时，发行人制定了用户信息安全管理制度、系统安全管理制度等信息安全管理制度，并建立了数据安全团队保障个人信息安全。

根据发行人及子公司信用报告及发行人的确认，报告期内，发行人及子公司开展上述业务符合国家相关法律法规的规定，不存在因违反有关个人信息保护及业务经营方面的法律法规而受到重大行政处罚的情形，经营合法合规。

3、本次募投项目相关情况

根据发行人的说明及《募集说明书》，发行人本次募投项目中，连锁眼镜门店建设及升级改造项目是在公司现有销售渠道的基础上实施的门店扩张及现有门店升级改造计划，是现有业务的扩产项目；总部运营管理中心及品牌建设项目是公司为满足业务规模扩大而日益增长的管理需求，优化公司运营管理环境，提高品牌知名度和管理效率而实施；数字化平台升级建设项目是基于公司目前的信息化系统现状，为保障各连锁门店高效有序运转，优化数据处理能力，提高公司全产业链的信息化水平而实施。本次募投项目的实施不会改变公司现有的业务模式，发行人仍将存在收集、存储个人数据的情况，但不涉及新增面向个人用户的业务类型，不涉及为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情形。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、报告期内，发行人及子公司主要从事眼镜零售连锁经营，其中直营门店及线上销售业务主要面向个人消费者，属于面向个人用户的业务。

2、发行人存在收集、存储个人数据的情况，相关行为已取得用户的同意和授权或按照相关第三方平台规则进行。发行人未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，无需取得相应资质。发行人已制定用户信息安全管理制度、系统安全管理制度等信息安全管理制度并

建立了数据安全团队保障个人信息安全，报告期内，发行人及其子公司开展业务符合国家相关法律法规的规定，不存在因违反有关个人信息保护及业务经营方面的法律法规而受到重大行政处罚的情形，经营合法合规。

3、本次募投项目的实施不会改变公司现有的业务模式，发行人仍将存在收集、存储个人数据的情况，但不涉及新增面向个人用户的业务类型，不涉及为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情形。

三、发行人线上销售业务、各类咨询服务的经营模式和具体内容，是否涉及国家发改委《市场准入负面清单（2025年版）》中相关情形，发行人及本次募投项目是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域，如是，相关业务的主要内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规。

（一）核查程序

1、核查发行人及其子公司工商登记的经营范围，就发行人提供咨询服务的具体情况取得了发行人出具的书面说明，并与《市场准入负面清单（2025年版）》进行比对，确认是否存在禁止准入及许可准入事项。

2、访谈相关业务负责人，就发行人及本次募投项目中是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域、相关业务的主要内容以及财务数据取得了发行人出具的书面说明，并与《市场准入负面清单（2025年版）》进行比对，确认是否存在禁止准入及许可准入事项。

3、登录微信、抖音、京东、天猫等相关线上平台，了解发行人运营的第三方线上平台账号及店铺从事宣传推广、直播及短视频业务的具体内容。

4、取得发行人出具的书面说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询发行人及子公司是否存在与广告、直播及短视频业务相关的行政处罚。

（二）核查内容

1、发行人线上销售业务、各类咨询服务的经营模式和具体内容，是否涉及国家发改委《市场准入负面清单（2025年版）》中相关情形

（1）线上销售业务

发行人线上销售业务的经营模式及具体内容详见上文“1、发行人及子公司互联网相关业务及经营的具体情况”部分所述。该等线上销售业务不涉及《市场准入负面清单（2025年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。

（2）咨询服务

截至报告期末，发行人工商登记的经营范围内包括企业管理咨询、经济信息咨询、投资咨询、商品信息咨询服务、信息技术咨询服务、健康咨询（不含医疗行为）等咨询内容，同时，发行人部分控股子公司的工商登记经营范围中亦包含了相关咨询服务内容。

根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人及其控股子公司下属门店向消费者销售眼镜等产品时，可能同时向其提供配镜及用眼健康方面的配套咨询服务，该等咨询服务不涉及《市场准入负面清单（2025年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。除此之外，发行人及其控股子公司不存在向第三方提供咨询服务的情形。

2、发行人及本次募投项目是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域，如是，相关业务的主要内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规

（1）发行人涉及广告、影视文化及传媒出版领域的情况

①日常经营方面

根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，因经营需要，发行人及其控股子公司存在通过官网、微信公众号及第三方平台等线上渠道，以及实体门店、发布会等线下渠道为其销售的相关产品进行宣传及推广的情形。该等宣传及推广业务占发行人报告期内各期营业收入的比例分别为0.23%、0.18%及0.16%。

根据发行人提供的资料及说明，经本所律师核查，该等宣传及推广业务不涉及广告设计制作、影视文化、传媒出版领域内容，不涉及《市场准入负面清单（2025年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可。

根据发行人提供的资料及说明，经本所律师核查，报告期内，发行人及其控股子公司的宣传及推广业务合法合规，不存在受到相关主管部门行政处罚的情形。

②本次募投项目方面

经本所律师核查，本次募投项目中，总部运营管理中心及品牌建设项目涉及线上线下广告推广内容，经本所律师访谈相关业务负责人，该等广告推广的具体内容为发行人通过在线上及线下发布广告的方式，对发行人品牌及相关产品合作方品牌进行宣传推广，不涉及需要前置审批特许经营的业务，无需取得相关资质许可。

（2）发行人涉及直播和短视频业务的情况

①日常经营方面

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，报告期内，发行人及控股子公司通过在天猫、抖音、快手、小红书及微信视频号等第三方网络平台上注册账号进行直播或短视频投放，主要用于眼镜产品的展示、宣传及销售。发行人及控股子公司根据该等第三方平台制定的规则进行直播及短视频投放，且未在自有网站、微信公众号及应用小程序开展直播活动，不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可。发行人直播和短视频业务的主要收入来源为博镜抖音直播间，其线上交易总额占发行人报告期内各期营业收入的比例分别约为 0.77%、1.98%及 1.12%。

根据发行人出具的说明、主管部门出具的企业信用报告，并经本所律师核查，报告期内，发行人及其控股子公司直播及短视频业务合法合规，不存在受到相关主管部门行政处罚的情形。

②本次募投项目方面

经本所律师核查，本次募投项目中，总部运营管理中心及品牌建设项目拟建设直播基地。经本所律师访谈发行人相关业务负责人，发行人计划在总部运营管理中心中划分约 220 m²场地用于直播基地建设，建成后用于发行人相关品牌线上门店在第三方平台上从事直播活动，不涉及在自有网站、微信公众号及应用小程序开展直播活动，不涉及向其他第三方提供直播服务，无需取得相关资质许可。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人从事的线上销售业务不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。发行人眼镜门店向消费者销售眼镜等产品时，可能同时向其提供配镜及用眼健康等方面的配套咨询服务，该等咨询服务不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。

2、发行人及本次募投项目中不涉及影视文化、传媒出版领域，发行人存在为销售的相关产品进行宣传及推广的情形，该等业务占发行人各期营业收入的比例较低。该等业务不涉及《市场准入负面清单（2025年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可，发行人报告期内不存在受到相关主管部门行政处罚的情形，经营合法合规。

3、发行人及本次募投项目中存在通过第三方网络平台、依据第三方平台规则进行直播及短视频投放的情形，未在自有网站、微信公众号及应用小程序开展直播活动，该等业务占发行人报告期内各期营业收入的比例较低。该等业务不涉及《市场准入负面清单（2025年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可，发行人报告期内不存在受到相关主管部门行政处罚的情形，经营合法合规。

四、发行人及本次募投项目是否涉及经营医疗美容或医疗器械产品服务，是否存在美容服务、美容仪器销售等业务，上述业务所需具备的具体资质及取得情况、执业医师数量，日常经营是否合法合规，是否存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展是否符合相关规定要求。

（一）核查程序

1、查阅了发行人及子公司取得的医疗器械经营相关资质证书及备案凭证。

2、查阅了发行人其他业务收入明细，了解是否存在医疗美容业务，并取得了发行人就关于发行人及本次募投项目是否涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售业务出具的书面说明。

3、取得了发行人出具的书面说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询了发行人及子公司是否存在因违反医疗器械相关规定而受到行政处罚的情形以及是否存在医疗事故或医疗纠纷。

（二）核查内容

1、发行人及本次募投项目涉及经营医疗器械产品销售业务，该业务需具备的相关资质均已取得

根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人及本次募投项目中涉及隐形眼镜及相关护理产品、角膜塑形镜的销售，前述产品属于第三类医疗器械产品，从事前述产品的销售需取得《医疗器械经营许可证》，同时进行线上医疗器械销

售的，需办理相应的网络销售备案凭证，但无需配备执业医师。除此之外，发行人及子公司不存在提供其他医疗器械产品服务的情况。

截至报告期末，发行人及其控股子公司中进行上述第三类医疗器械产品销售的主体均已经取得《医疗器械经营许可证》，涉及线上销售医疗器械的，均已办理网络销售备案凭证。

2、发行人及本次募投项目不涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售等业务

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，发行人及本次募投项目均不涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售等业务。

3、发行人日常经营合法合规，不存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展符合相关规定要求

根据发行人的说明、主管部门出具的企业信用报告并经本所律师核查，报告期内，发行人及其控股子公司日常经营合法合规，不存在医疗事故或重大医疗纠纷以及受到相关主管部门行政处罚的情形，发行人的业务开展符合相关规定要求。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人及本次募投项目中涉及经营医疗器械产品的销售业务，该业务需具备的相关资质均已取得。报告期内，发行人日常经营合法合规，不存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展符合相关规定要求。

2、发行人及本次募投项目不涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售等业务。

五、公司是否持有住宅、商业用地、商业房产等，如是，说明取得上述房产、土地的方式和背景，是否涉及房地产开发相关业务，并说明本次募投项目是否用于房地产业务。

（一）核查程序

1、查阅了发行人提供的固定资产清单、不动产登记信息查询文件及不动产权证书；

2、查阅了发行人对外出租房产的房屋租赁合同及租金收入凭证；

3、登录企查查网站核查发行人及其子公司工商登记的经营范围；

4、查阅了本次募投项目可行性研究报告，并取得了发行人就本次募投项目不用于房地产业务出具的承诺及书面说明。

（二）核查内容

1、发行人持有的房产及其取得方式、背景

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至 2025 年 3 月 31 日，发行人持有 3 处商业房产，建筑面积合计 556.21 m²，账面价值为 2,217.75 万元，具体情况如下：

序号	产权证号	坐落地	建筑面积 (m²)
1	深房地字第 3000742202 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南 荣超经贸中心 503	311.38
2	深房地字第 3000742203 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南 荣超经贸中心 502	121.22
3	深房地字第 3000742204 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南 荣超经贸中心 501	123.61

该等房产系发行人于 2013 年因经营办公所需购买取得，随着发行人业务及人员规模发展壮大，该等房产已无法满足发行人的办公需求，因此，发行人于 2017 年搬离该等房产，并将其对外出租以提高资产使用效率。该等房产 2024 年度的租金收入为 81.04 万元，占发行人 2024 年度营业收入的 0.07%，占比较低。

除此之外，截至 2025 年 3 月 31 日，发行人及其控股子公司未持有其他住宅、商业用地及商业房产。

2、发行人不涉及房地产开发相关业务

根据《城市房地产开发经营管理条例》第二条及第三十条，房地产开发经营是指房地产开发企业在城市规划区内国有土地上进行基础设施建设、房屋建设，并转让房地产开发项目或者销售、出租商品房的行为。房地产开发企业是以营利为目的，从事房地产开发和经营的企业。

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，截至 2025 年 3 月 31 日，发行人及其控股子公司经营范围均不包括“房地产开发”或“房地产经营”等字样，未取得房地产开发相关资质，亦不存在从事房地产开发相关业务的情形及计划。

3、本次募投项目不用于房地产业务

根据本次募投项目可行性研究报告及发行人的说明，本次募投项目中，连锁眼镜门店建设及升级改造项目、数字化平台升级建设项目及补充流动资金均不涉及房产或土地购置，不涉及房地产业务。

总部运营管理中心及品牌建设项目中，发行人计划在发行人总部深圳购置办公场所作为总部运营管理中心，用于满足办公需求并增强综合管理能力，发行人不会对外出租使用本次募集资金购置的房产，不涉及房地产业务。

同时，为确保募集资金不变相流入房地产业务，发行人已出具承诺，发行人将严格按照募集说明书披露的用途，规范使用募集资金，不会通过任何方式使本次募集资金直接或变相用于房地产开发、经营、销售等业务，亦不会通过其他方式使本次募集资金直接或间接流入房地产开发领域。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、截至 2025 年 3 月 31 日，发行人持有 3 处商业房产，系发行人于 2013 年因经营办公所需购买取得，除此之外，发行人及其控股子公司未持有其他住宅、商业用地及商业房产，发行人及其控股子公司不存在从事房地产业务的情形及计划。

2、本次募投项目不用于房地产业务，且发行人已出具承诺，不会通过任何方式使本次募集资金直接或变相用于房地产开发、经营、销售等业务，亦不会通过其他方式使本次募集资金直接或间接流入房地产开发领域。

六、结合相关财务报表科目的具体情况，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》等相关规定。

（一）核查程序

1、查阅了《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》中关于财务性投资（包括类金融业务）的有关规定，并查阅发行人截至 2025 年 3 月 31 日相关会计科目明细及可能涉及的财务性投资情况；

2、查阅了发行人财务性投资相关事项的明细清单、公告文件、投资合同及支付凭证等资料；

3、登录企查查网站核查发行人的相关股权投资标的公司情况；

4、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）

截至 2025 年 3 月 31 日，发行人财务报表中可能涉及财务性投资（包括类金融投资）的报表项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	账面价值	财务性投资金额	占归属于母公司所有者权益的比例
1	交易性金融资产	14,611.52	1.86	0.01%
2	预付账款	1,140.66	--	--
3	其他流动资产	14,579.40	--	--
4	长期股权投资	300.00	--	--
5	投资性房地产	2,217.75	--	--
6	其他非流动金融资产	6,056.95	5,142.91	6.50%
合计		38,906.28	5,144.77	6.51%

（1）交易性金融资产

截至 2025 年 3 月 31 日，发行人的交易性金融资产主要为发行人为充分利用闲置营运资金，提高资金使用效率而购买的理财产品，其安全性高、期限较短、流动性好、风险较低。其中，国信鑫私享固收策略信久 19 号 FOF 单一资产管理计划的风险等级为 R3 中风险，属于财务性投资。除该产品以外，发行人购买的其他理财产品目的是在充分满足流动性的前提下进行现金管理，风险较低，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资。

（2）预付账款

截至 2025 年 3 月 31 日，发行人的预付账款主要为预付供应商的货款等，与发行人主营业务密切相关，不属于财务性投资或类金融投资。

（3）其他流动资产

截至 2025 年 3 月 31 日，发行人的其他流动资产主要为一年内到期的大额存款，具体如下：

单位：万元

项目	金额
一年内到期的大额存款	14,030.28
预计退货成本	346.51
待认证待抵扣的增值税	181.50
预缴税款	21.11

项目	金额
一年内到期的大额存款	14,030.28
预计退货成本	346.51
合计	14,579.40

①一年内到期的大额存单

发行人的大额存单均系大型商业银行提供的存款产品，本金及利息收益固定且风险极低，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资，具体情况如下：

单位：万元

存放银行	金额
光大银行	8,618.94
宁波银行	4,345.95
建设银行	1,065.40
合计	14,030.28

②其他

截至 2025 年 3 月 31 日，发行人除一年内到期的大额存款外的其他流动资产主要是待认证待抵扣的增值税及预计退货成本等，均为日常经营活动产生，不属于财务性投资或类金融投资。

（4）长期股权投资

截至 2025 年 3 月 31 日，发行人的长期股权投资为发行人投资雷鸟博士智能眼镜(深圳)有限公司 20% 股权。该投资系发行人与雷鸟创新战略合作的一部分，主要为了整合雷鸟创新在智能眼镜领域的研发能力、工程技术能力，以及发行人在专业视光、设计、渠道等方面优势，共同开拓智能眼镜市场而进行的投资，与发行人主营业务密切相关，不属于财务性投资。

（5）投资性房地产

截至 2025 年 3 月 31 日，发行人的投资性房地产为发行人对外出租的旧办公楼使用权，不属于财务性投资。

（6）其他非流动金融资产

截至 2025 年 3 月 31 日，发行人的其他非流动金融资产主要为发行人投资的产业基金、股权投资及部分理财产品，其中属于财务性投资的金额为 5,142.91 万元，具体如下：

单位：万元

项目	截至 2025 年 3 月末账面金额	财务性投资金额
1、产业基金	6,052.11	5,142.91
温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）	1,859.43	1,859.43
无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）	3,283.48	3,283.48
无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	909.20	--
2、对眼科诊所的股权投资	4.84	--
成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）	0.71	--
成都市高新眼视光眼科诊所有限公司	4.13	--
合计	6,056.95	5,142.91

注：成都市高新眼视光眼科诊所有限公司已于 2025 年 5 月 26 日注销。

①产业基金

因温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）投资标的中存在 CAD、半导体等产业标的，发行人基于谨慎性考虑已将其认定为财务性投资。

无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）是用于投资雷鸟创新的特殊目的的实体。雷鸟创新主营业务属于发行人的上游智能眼镜领域，发行人目前已在 100 余家的眼镜门店中销售雷鸟创新生产的系列产品。该投资与发行人的协同效应强，发行人对其的股权投资属于围绕产业链上下游以获取技术、原料为目的的产业投资，不属于财务性投资。

②对眼科诊所的股权投资

发行人投资成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）、成都市高新眼视光眼科诊所有限公司，系为扩大与医疗机构合作而进行的战略布局，投资目的是建立该等主体与发行人连锁门店之间的客户资源互推机制，由诊所负责眼病诊疗、发行人门店承接验光配镜等非医疗性质需求。该等股权投资属于围绕产业链上下游以获取技术、渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

2、自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况

经本所律师核查，本次发行方案于 2025 年 2 月 7 日经发行人第五届董事会第九次会议审议通过。自本次发行相关董事会决议日前六个月（即 2024 年 8 月

7日）至今，发行人不存在已实施或拟实施的财务性投资及类金融业务情况，具体如下：

（1）类金融业务

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在对融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务投资的情况。

（2）投资产业基金、并购基金

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在支付产业基金、并购基金投资资金，或披露对产业基金的投资意向、新签投资协议的情况。

（3）拆借资金

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在对外资金拆借、借予他人的情况。

（4）委托贷款

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在将资金以委托贷款的形式借予他人的情况。

（5）以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资的情况。

（6）购买收益波动大且风险较高的金融产品

本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人存在使用暂时闲置资金购买结构性存款或保本理财产品的情形，但上述产品不属于收益波动大且风险较高的金融产品。

（7）非金融企业投资金融业务

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在投资金融业务的情况。

（8）财务性股权投资

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在财务性股权投资。

3、是否符合《证券期货法律适用意见第18号》《监管规则适用指引—发行类第7号》等相关规定

经本所律师核查，截至最近一期末，发行人持有的财务性投资金额占合并报表归属母公司净资产金额的 6.51%，低于 30%，最近一期末不存在金额较大的财务性投资（包括类金融）的情形；自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的情况，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》的相关要求。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

- 1、发行人最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融）的情形。
- 2、自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的情况。
- 3、发行人上述财务性投资情况符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》的相关要求。

七、相关科目为对外投资的，详细说明投资对象名称、认缴金额、实缴金额、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值等情况；对外投资未认定为财务性投资的，详细论证被投资企业与公司主营业务是否密切相关；投资标的主要业务为对外投资的，结合该投资标的对外（拟）投资企业情况、尚未使用完毕的认缴资金、持股目的等，说明未将该投资认定为财务性投资的原因及合理性；投资时点为自本次发行相关董事会前六个月至今的，说明是否涉及调减募集资金情形。

（一）核查程序

- 1、查阅了发行人与对外投资相关的会计科目明细表，以及该等科目项下所涉投资合同、出资凭证等资料；
- 2、登录企查查网站查阅相关投资对象的注册资本/出资额、股权结构、经营范围及对外投资等相关信息；
- 3、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

- 1、对外投资科目的投资对象名称、认缴金额、实缴金额、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值等情况

经本所律师核查，截至 2025 年 3 月 31 日，发行人涉及对外投资的科目主要为长期股权投资及其他非流动金融资产，具体情况如下：

单位：万元

科目	投资对象名称	认缴金额	实缴金额	初始投资时点	后续投资时点	持股比例	账面价值
长期股权投资	雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司	300.00	300.00	2024 年 8 月 ¹	不涉及	20.00%	300.00
其他非流动金融资产	温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）	2,000.00	2,000.00	2019 年 12 月	不涉及	20.00%	1,859.43
	无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）	10,000.00 ²	3,000.00	2022 年 8 月	不涉及	8.69%	3,283.48
	无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	500.00	500.00	2022 年 12 月	不涉及	14.22%	909.20
	成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）	8.20	8.20	2021 年 8 月	不涉及	10.00%	0.71
	成都市高新眼视光眼科诊所有限公司	64.00	64.00	2021 年 8 月	不涉及	16.00%	4.13

注 1：发行人于 2024 年 8 月签订关于雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司的投资协议，并于 2025 年 1 月实缴全部出资；

注 2：发行人于 2025 年 3 月 20 日披露公告，载明决定不再对无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）进行后续投资，已投资金不受影响。

注 3：成都市高新眼视光眼科诊所有限公司已于 2025 年 5 月 26 日注销。

2、未认定为财务性投资的对外投资企业与发行人主营业务密切相关

经本所律师核查，截至 2025 年 3 月 31 日，发行人的对外投资科目中未认定为财务性投资的被投资企业为雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司以及成都市高新眼视光眼科诊所有限公司。根据发行人提供的资料及说明，该等被投资企业与发行人主营业务密切相关，具体如下：

（1）雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司

发行人投资雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司是为把握智能眼镜重大市场机遇而进行资源投入的重要组成部分。随着人工智能等技术的快速发展，智能眼镜等设备眼镜集成了图像识别、语音助手、翻译、实时拍照等功能，不仅能够提供视力矫正功能，还满足消费者的多种需求，使得智能眼镜在教育、娱乐、运动、出行等多个领域展现出广泛的应用前景，智能眼镜有望成为 AI 技术落地的最佳硬件载体之一，也是近年来增速最快的智能硬件之一，市场渗透率正在快速提高。在此背景下，发行人内部设置了覆盖产业研究、产业链投资、商品采购与产品定义、展区设置等不同职能的智能眼镜专项小组，拟通过在智能眼镜领域组织一系列产业投资、进行恰当的选品与销售、对门店进行展位设置改造等方式进行投入，把握重大市场机遇。

发行人与雷鸟创新于 2022 年启动联合实验室，基于发行人在视光产品设计、验光配镜专业技术、广泛的线下门店渠道等方面的优势，及雷鸟创新在智能眼镜消费级 AI+AR 生态架构、多模态 AI 语音助手及智能眼镜整机设计等方面的优势，共同开展产品设计及推广。发行人与雷鸟创新合资设立雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司，是双方为共同拓展智能眼镜市场的重要环节及深度合作。智能眼镜既有穿戴式电子设备属性，也有视光产品属性，因此需要整合雷鸟创新及发行人上述方面优势，为用户提供更高质量的产品与服务。发行人对雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司的投资已取得初步成效，在发行人提供产品舒适度、美观性等设计研发支持的基础上，“雷鸟 V3” 拍摄眼镜已于 2025 年 1 月正式上市。2025 年一季度，发行人已批量销售“雷鸟 V3” 拍摄眼镜。

基于上述，发行人投资雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司是为把握智能眼镜市场的重大机遇而进行资源投入的重要组成部分，是发行人与雷鸟创新深度合作的重要环节，该投资已形成新产品投向市场，已取得初步成效。因此，该投资是发行人围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的战略性产业投资。

（2）成都市高新眼视光眼科诊所有限公司

根据发行人子公司成都市博士眼镜有限公司就投资成都市高新眼视光眼科诊所有限公司签订的合作协议，各方合作目标是充分发挥各方优势，以项目公司名义建立新的推广品牌，以实现在眼视光领域的发展。

医疗机构与连锁眼镜门店之间天然存在可以共享的客户资源。例如，在验光配镜过程中，少量门店客户可能存在专业诊疗需求，需要推荐给眼视光医疗机构

进一步处理；医疗机构在诊疗过程中，亦存在验光配镜等视光需求，需要由连锁眼镜门店承接。因此，发行人对成都市高新眼视光眼科诊所有限公司进行投资，系围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的战略性产业投资。

3、投资标的主要业务为对外投资的，结合该投资标的对外（拟）投资企业情况、尚未使用完毕的认缴资金、持股目的等，说明未将该投资认定为财务性投资的原因及合理性

截至 2025 年 3 月 31 日，发行人投资的主要业务为对外投资的主体，主要包括温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）及成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）。

其中，温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）已认定为财务性投资。发行人未将无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）及成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）认定为财务性投资的原因如下：

（1）无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）

截至 2025 年 3 月 31 日，无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）是专门用于投资雷鸟创新的平台，不存在其他投资标的或拟投资标的，不涉及尚未使用完毕的认缴资金。同时，把握智能眼镜重大市场机遇，增加资源投入是发行人的重要业务策略，雷鸟创新是我国智能眼镜领域的重要参与者之一，发行人通过无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）投资雷鸟创新是与其加深合作并向产业链上游延伸，推动智能眼镜产品落地与市场扩展的重要手段。发行人目前已在 100 余家的眼镜门店中销售雷鸟创新的智能眼镜产品，并与雷鸟创新设立了合资公司，“雷鸟 V3”拍摄眼镜已上市销售。因此，发行人投资无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）是围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的产业投资，未将该投资认定为财务性投资具有合理性。

（2）成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）

截至 2025 年 3 月 31 日，成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）是为持有成都市高新眼视光眼科诊所有限公司股权而设立的持股平台，不存在其他投资标的或拟投资标的，不涉及尚未使用完毕的认缴资金。如上文“2、未认定为财务性投资的对外投资企业与发行人主营业务密切相关”部分所述，发行人的投资目

的是尝试加深门店与视光医疗服务领域的协同。该投资系围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的产业投资，未将该投资认定为财务性投资具有合理性。

4、投资时点为自本次发行相关董事会前六个月至今的，说明是否涉及调减募集资金情形

经本所律师核查，发行人对雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司长期股权投资的实缴出资时点处于本次发行相关董事会前六个月至本补充法律意见书出具日期间。该投资旨在把握智能眼镜市场发展机遇，通过与合作方战略协同，实现技术资源整合与市场渠道拓展。本次投资属于产业战略投资范畴，以获取技术优势和市场份额为核心目标，不属于财务性投资，不涉及调减募集资金情形。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、截至 2025 年 3 月 31 日，发行人涉及对外投资的科目主要为长期股权投资及其他非流动金融资产，未认定为财务性投资的对外投资企业与发行人主营业务密切相关，系围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的战略性产业投资。

2、截至 2025 年 3 月 31 日，发行人投资的主要业务为对外投资的投资标的不存在其他投资标的或拟投资标的，不涉及尚未使用完毕的认缴资金，是围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的产业投资，未将该等投资认定为财务性投资具有合理性。

3、实缴出资时点为自本次发行相关董事会前六个月至本补充法律意见书出具之日的投资标的不属于财务性投资，不涉及调减募集资金情形。

本补充法律意见书正本四份，无副本。

（以下无正文，下接签署页）

第三节 签署页

（本页无正文，为《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之补充法律意见书（一）》的签署页）

本补充法律意见书于2025年6月3日出具，正本一式四份，无副本。



国浩律师（深圳）事务所

负责人：_____

马卓檀

律师：程 静

程 静

律师：_____

童 曦

国浩律师（深圳）事务所

关 于

博士眼镜连锁股份有限公司

向不特定对象发行可转换公司债券

之

补充法律意见书（二）



國浩律師事務所
GRANDALL LAW FIRM

深圳市深南大道 6008 号特区报业大厦 42、41、31DE、2403、2405 层 邮编：518034

电话/Tel: (+86) (755) 8351 5666 传真/Fax: (+86) (755) 8351 5090

网址: <http://www.grandall.com.cn>

二〇二五年九月

目 录

第一节 声 明	4
第二节 《审核问询函》回复更新	5
《审核问询函》问题 1:	5
《审核问询函》问题 2:	28
《审核问询函》问题 3:	74
第三节 期间内相关法律事项的补充核查意见	106
一、本次发行的批准和授权.....	106
二、发行人本次发行的主体资格.....	106
三、本次发行的实质条件.....	106
四、发行人的独立性.....	106
五、发行人的主要股东及实际控制人.....	106
六、发行人的股本及其演变.....	107
七、发行人的业务.....	109
八、关联交易及同业竞争.....	110
九、发行人的主要财产.....	112
十、发行人的重大债权债务.....	117
十一、发行人的重大资产变化及收购兼并.....	119
十二、发行人的公司章程.....	119
十三、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作.....	120
十四、发行人的董事、监事和高级管理人员及其变化.....	120
十五、发行人的税务.....	122
十六、发行人的环境保护和产品质量、技术等标准.....	124
十七、发行人募集资金的运用.....	124
十八、发行人的业务发展目标.....	125
十九、诉讼、仲裁或行政处罚.....	125
二十、发行人募集说明书法律风险的评价.....	126
二十一、需要说明的其他问题.....	126
二十二、结论.....	127

第四节 签署页	128
附件：发行人的业务资质	129

国浩律师（深圳）事务所
关于
博士眼镜连锁股份有限公司
向不特定对象发行可转换公司债券
之
补充法律意见书（二）

GLG/SZ/A2426/FY/2025-1140

致：博士眼镜连锁股份有限公司

国浩律师（深圳）事务所依据与博士眼镜连锁股份有限公司（以下简称“发行人”）签订的《专项法律顾问合同》，担任发行人向不特定对象发行可转换公司债券的专项法律顾问，出具了《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）、《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）。

2025 年 5 月 14 日，深交所出具审核函〔2025〕020022 号《关于博士眼镜连锁股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函》（以下简称“《审核问询函》”），故本所律师针对《审核问询函》中要求发行人律师发表意见的事项进行了核查并出具了《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”）。

因本次发行申请文件中的报告期基准日调整为 2025 年 6 月 30 日，故本所律师针对《审核问询函》中发行人律师需要说明的问题及发行人在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日期间（以下简称“期间”）相关情况的变化进行了补充核查，并出具本补充法律意见书。

第一节 声 明

本所律师依据本补充法律意见书出具日以前已发生或存在的事实和我国现行法律、法规和中国证监会/深交所的有关规定发表法律意见，并声明如下：

本补充法律意见书是对《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》的补充，并构成其不可分割的组成部分。

在本补充法律意见书中，除非上下文另有说明，所使用的定义与《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》相同。本所在《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》中声明的事项同样适用于本补充法律意见书。

本补充法律意见书仅供发行人本次发行之目的使用，不得用作任何其他目的。本所律师同意将本补充法律意见书作为发行人申请本次发行所必备的法定文件，随同其他申报材料一同上报，并依法对本补充法律意见书承担相应的法律责任。

本所律师作为发行人本次发行的专项法律顾问，已按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责的精神，对因出具本补充法律意见书而需提供或披露的资料、文件和有关事实以及所涉及的法律问题进行了合理、必要及可能的补充核查与验证，并在此基础上出具本补充法律意见书。

第二节 《审核问询函》回复更新

《审核问询函》问题 1：

2022 年末、2023 年末、2024 年末，公司存货账面价值分别为 16175.77 万元、17441.75 万元和 18646.33 万元，占当期公司总资产的比例分别为 16.56%、15.55% 及 14.88%；应收账款账面价值分别为 4867.68 万元、6434.89 万元和 7597.93 万元，占各期营业收入的比例依次为 5.06%、5.47% 和 6.32%，逐年增加。报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 4897.89 万元、5161.20 万元和 5167.20 万元，主要由往来款、押金和保证金等项目构成。

报告期内，公司使用自有资金 2293.95 万元收购汉高信息 68% 股权、851.58 万元认购镜联易购新增注册资本 36.2618 万元，对应其增资后 21.2895% 的股权。本次交易完成后，汉高信息和镜联易购将成为公司的控股子公司并纳入合并报表范围。2023 年下半年，镜联易购被收购后的经营情况、业务数据不及预期，博士眼镜对其经营业务进行调整。2024 年末，公司对相关商誉全额计提了相应减值准备。

公司注册证号为 1091684 号的商标已被国家知识产权局撤销，公司就此提起的相关行政诉讼正由最高人民法院审理。公司对注册证号为 17924728、17924729 号的商标在法定期限届满前提起行政诉讼以应对国家知识产权局的撤销宣告。公司对注册证号 1091685 的商标撤销宣告申请正在履行国家知识产权局复审程序。

请发行人：（8）结合其他应收款相关款项的具体情况，包括但不限于交易对象、交易背景、交易内容、合同约定情况、账龄等情况，说明交易对象是否与发行人董监高、大股东及一致行动人存在关联关系。（9）结合汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式、收购背景，评估定价依据及其公允性、实现业绩情况等，说明报告期内商誉减值测试参数选取的合理性，包括但不限于预计增长率、毛利率以及与实际经营业绩的比对情况，说明收购前后相比财务数据是否存在重大变化，2024 年末商誉全额计提减值准备的合理性，是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定。（10）结合公司商标被撤销以及存在撤销风险的具体情况、最新进展，说明发行人是否有权继续使用上述商标，对生产经营、品牌维护及本次募投项目实施是否存在重大影响，已采取及拟采取的具体措施及其有效性，是否对公司生产经营造成重大不利影响。

请律师核查（8）（9）（10）并发表明确意见。

回复：

一、结合其他应收款相关款项的具体情况，包括但不限于交易对象、交易背景、交易内容、合同约定情况、账龄等情况，说明交易对象是否与发行人董监高、大股东及一致行动人存在关联关系。

（一）核查程序

1、查阅发行人提供的报告期各期末其他应收款明细，并就其他应收款的具体情况取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅发行人报告期内其他应收款对应的相关合同等资料，就其他应收款的交易对方与发行人董监高、大股东及一致行动人是否存在关联关系取得了发行人的确认，查阅了发行人董监高填写的调查表，并登录企查查网站抽查了其他应收款交易对方的相关情况。

（二）核查内容

1、其他应收款的具体情况，包括但不限于交易对象、交易背景、交易内容、合同约定情况、账龄等情况

根据发行人提供的资料及说明，报告期各期末，发行人其他应收款具体情况如下：

单位：万元

款项性质	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
房屋租赁及水电费押金	4,849.52	4,815.17	4,696.23	4,622.64
员工备用金	314.23	234.94	276.72	180.15
代垫社保款及公积金	158.89	165.59	142.37	128.40
其他	85.27	18.00	101.17	99.07
合计	5,407.93	5,233.70	5,216.49	5,030.25

（1）房屋租赁及水电费押金

根据发行人的说明，发行人其他应收款中的房屋租赁及水电费押金，主要为发行人租赁零售门店、办公场所、仓库支付的房屋及水电费押金。截至报告期末，发行人房屋租赁及水电费押金前五大单位如下：

单位：万元

项目	账龄				合计
	一年以内	一至两年	两至三年	三年以上	
华润集团旗下与发行人存在业务合作的华润万家有限公司、润家商业（深圳）有限公司等	218.98	78.54	44.54	241.84	583.90

项目	账龄				合计
	一年以内	一至两年	两至三年	三年以上	
商场和商业地产公司（以下合称“华润集团”）					
天虹数科商业股份有限公司（以下简称“天虹股份”）	73.50	32.69	34.99	53.09	194.27
京基集团有限公司及其集团旗下子公司（以下合称“京基集团”）	0.10	6.82	0.11	133.06	140.09
客户 A	32.67	22.70	--	70.42	125.79
万达控股集团有限公司及其集团旗下子公司（以下合称“万达集团”）	16.40	33.32	5.85	34.48	90.05
合计	341.65	174.07	85.49	532.89	1,134.10

上述与华润集团、天虹股份、客户 A、万达集团的其他应收款项主要系发行人门店在该等单位租赁场地产生的租赁及水电费押金；与京基集团的其他应收款主要系发行人办公场所及仓库租赁产生的押金款项。发行人部分其他应收款账龄较长，主要系租赁期较长或续租等原因所致，具体内容举例如下：

出租方	租赁用途	地址	租赁期	合同押金条款
深圳市罗湖投资控股有限公司	办公	罗湖投资控股大厦 A 座 5 层 501A、501 中庭	2023.01.01-2027.12.31	①租赁保证金 845,361.3 元，由乙方于签订本合同当日向甲方交纳。 ②甲方须在本合同终止及乙方把该房屋交还给甲方，且双方就租赁该房屋而产生的一切权利和义务清理完毕后 30 个工作日内，向乙方退还该租赁保证金（不计利息）。
深圳市京基房地产股份有限公司	办公	深圳市深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 2201-02 单元	2017.10.10-2027.10.09	乙方应当在本合同签订后七日内向甲方支付租期末年 2 个月租金标准作为租赁保证金，即租赁保证金为 725,314.82 元；本合同租赁期限届满且乙方不再续租时，乙方将该租赁房产交还给甲方，且双方就租赁房产而产生的一切权利和义务履行完毕后十个工作日内，甲方将租赁保证金退还乙方（不计利息）。
华润置地（深圳）有限公司	门店经营	深圳市南山区华润万象天地 B135 号商铺	2017.09.27-2026.03.19	①乙方应向甲方支付租赁保证金 423,390 元、水电费押金 4,350 元，合计 427,740 元。乙方根据原合同已支付租赁保证金 387,510 元、水电费押金 4,350 元，差额部分合计 35,880 元，乙方应于本协议生效后 5 日内补足。 ②装修押金为 50,000 元，乙方应于该商铺交付前向甲方或物业管理公司支付，由收款方向乙方开具收据。

出租方	租赁用途	地址	租赁期	合同押金条款
				③在乙方依约交还该商铺、结清费用、办理完毕注册地址注销或变更且双方就该商铺租赁产生的其他债权债务清理完毕后，甲方于收到乙方退款申请之日起 90 个工作日内向乙方无息退还租赁保证金、水电费押金及本合同约定的其他押金，但本合同另有约定的除外。
天虹股份	门店经营	深圳市宝安区沙井中心路与创新路交会处（沙井市民广场南侧）深圳沙井天虹商场 L1 层 1079 B 铺	2019.10.20-2025.08.31	①租赁保证金：74,000 元。 ②除双方另有约定外，在本合同及后续补充协议终止 3 个月以后，符合以下全部条件的，甲方将租赁保证金无息返还乙方。 a.乙方依约返还租赁房屋、结清各款项、注销了租赁登记备案； b.乙方向甲方返还了甲方开具的租赁保证金收据； c.未发生与租赁房屋经营有关的争议，如预付卡/券或商品质量等的纠纷争议等或已经发生的与租赁房屋经营有关的争议，如有关预付卡/券或商品质量的争议等，均已经解决完毕并经甲方确认的。
客户 A	门店经营	深圳市蛇口工业大道 3404F1F0011 号铺位	2021.04.01-2026.03.31	①履约保证金：111,246 元。 ②除另有约定外，本协议终止时，乙方按本协议规定将租赁区域交还甲方后，甲方应于乙方提供甲方要求的退还保证金申请材料（包括但不限于押金收据原件、乙方身份证或营业执照、银行账户信息等）及履行完相关政府部门手续（包括但不限于注销以租赁区域为注册地址的所有相关证照，如营业执照、食品经营许可证等）后 3 个月内，经扣除乙方应付的违约金和赔偿金（如有）后，将履约保证金剩余部分无息退还乙方。

注：上表中的甲方为出租方，乙方为发行人。

（2）其他款项

根据发行人的说明，发行人其他应收款中的员工备用金主要系为应对发行人日常经营所需，员工申请用于差旅费、零星采购、零星开支等的款项；代垫社保款及公积金主要为发行人为员工垫付缴纳社保、公积金的个人部分款项；其他主要为代收代付应收取员工的公租房、人才房租金、饭堂伙食费及其他零星款项。

2、其他应收款账龄情况

根据发行人的说明，截至报告期末，发行人其他应收款的账龄结构如下表所示：

其他应收款账龄	金额（万元）	占比
一年以内	1,761.53	32.57%
一至两年	835.19	15.44%
两至三年	494.32	9.14%
三年以上	2,316.88	42.84%
合计	5,407.93	100.00%

上表所列账龄为三年以上的其他应收款主要系房屋租赁及水电费押金，该等款项因租赁期较长或续租等原因所致导致账龄较长，符合发行人的房屋租赁模式与经营特征。账龄为三年以上的其他应收款按照款项性质分类明细如下：

单位：万元

其他应收款项性质	金额	后续拟处理措施
房屋租赁及水电费押金	2,298.53	（1）其中 2,242.75 万元为正常租赁及经营产生的押金、保证金，在合同存续期内处于正常状态或期后已收回。 （2）其余少量押金、保证金后续拟进行清理核销等工作。
员工备用金、代垫社保款及其他	18.35	主要系发行人员工用于公司经营的备用金借款等，后续拟进行催收、清理核销等。
合计	2,316.88	--

基于上述，本所律师认为，发行人长账龄的其他应收款以正常经营过程中产生的房屋租赁及水电费押金等款项为主，该等款项随着门店的正常运营将持续存在。根据发行人出具的说明，发行人将持续跟踪管理该等款项，确保发行人相关资产的可收回性。

3、说明交易对象是否与发行人董监高、大股东及一致行动人存在关联关系

报告期各期末，发行人其他应收款项的交易对象主要包括：（1）华润集团、天虹股份、万达集团等商业地产商以及客户 A 等与发行人存在日常业务往来的客户；（2）京基集团、深圳市罗湖投资控股有限公司等与发行人办公场所、仓库租赁相关的供应商；（3）发行人员工，涉及备用金、发行人履行代扣代缴社保及公积金款项义务以及垫付公租房、人才房租金等所致。

根据发行人的说明，并经本所律师核查，除发行人因履行员工社保、公积金代扣代缴义务以及垫付公租房、人才房租金产生的其他应收款以外，发行人其他应收款的交易对象与发行人董监高、大股东及一致行动人不存在关联关系。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，报告期各期末，发行人其他应收款主要为房屋租赁及水电费押金、员工备用金、代扣代缴社保及公积金款项、代垫公租房及人才房租金及其他，发行人长账龄的其他应收款以正常经营过程中产生的房屋租赁及水电费押金等款项为主，该等款项随着门店的正常运营将持续存在。除发行人因履行员工社保及公积金代扣代缴义务以及垫付公租房及人才房租金产生的其他应收款以外，发行人其他应收款的交易对象与发行人董监高、大股东及一致行动人之间不存在关联关系。

二、结合汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式、收购背景，评估定价依据及其公允性、实现业绩情况等，说明报告期内商誉减值测试参数选取的合理性，包括但不限于预计增长率、毛利率以及与实际经营业绩的比对情况，说明收购前后相比财务数据是否存在重大变化，**2024** 年末商誉全额计提减值准备的合理性，是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定。

（一）核查程序

就本题所涉法律事项，本所律师作为法律专业人士履行了特别注意义务；就本题所涉财务与会计等非法律事项，本所律师作为非财务专业人士履行了普通人的一般注意义务。

在此前提下，本所律师履行了包括但不限于以下核查程序：

1、查阅了发行人收购汉高信息、镜联易购的公告文件、签订的相关协议、资产评估报告、审计报告以及 2023 年度及 2024 年度商誉减值测试报告、国众联资产评估土地房地产估价有限公司（以下简称“国众联评估师”）出具的 2023 年度及 2024 年度商誉减值测试评估报告，就发行人收购汉高信息及镜联易购的背景原因、收购后业绩发生变动的原因以及商誉减值测试相关事项取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅了发行人及保荐机构出具的《关于博士眼镜连锁股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函的回复》及其修订稿（以下合称“发行人及保荐机构回复”）、政旦致远会计师出具的《关于博士眼镜连锁股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函中有关财务事项的说明》（以下简称“会计师说明”）。

(二) 核查内容

1、汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式、收购背景，评估定价依据及其公允性、实现业绩情况

(1) 基本情况、经营模式及收购背景

根据发行人提供的资料及说明，汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式及收购背景如下：

公司名称	汉高信息	镜联易购
基本情况	统一社会信用代码：9133010872910615XT 企业类型：有限责任公司 成立日期：2001 年 6 月 6 日 注册资本：3,000,000.00 元 法定代表人：洪良勇 注册地址：浙江省杭州市西湖区西斗门路 3 号天堂软件园 A 幢 1 楼 1179 室。 经营范围：一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机系统服务；信息系统集成服务；网络设备销售；第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	统一社会信用代码：91330108MA2KKNMY9H 企业类型：有限责任公司 成立日期：2021 年 9 月 18 日 注册资本：1,703,273.00 元 法定代表人：洪良勇 注册地址：浙江省杭州市余杭区仓前街道文一西路 1338 号 A 座 2 层 201 室 经营范围：许可项目：第三类医疗器械经营；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；软件销售；计算机软硬件及辅助设备零售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；电子产品销售；可穿戴智能设备销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
经营模式	眼镜零售行业数字化整体解决方案提供商，通过销售眼镜零售行业所需的系统管理软件及配套硬件、软件日常维护、二次开发等服务获取收益。	主要打造眼镜零售行业企业客户的交易及服务平台，通过镜联易购平台打通供应链上下游数据，收取平台加盟费、商品销售的价差获取收益。
收购背景	本次收购系在保证发行人主营业务稳健发展的前提下，布局与发行人现有业务具有一定协同性和发展潜力的数字化平台项目，为单体眼镜零售门店赋能，提升发行人的市场覆盖率，促进发行人长远发展。	
收购时点	2023 年 3 月	

(2) 评估定价依据及其公允性、实现业绩情况

发行人收购汉高信息、镜联易购的价格系在双方认可的审计、评估结果基础上由交易各方协商确定。

关于汉高信息，根据大华会计师出具的《杭州汉高信息科技有限公司审计报告》（大华核字[2023]000915 号）及国众联评估师出具的《博士眼镜连锁股份有限公司拟进行股权收购所涉及的杭州汉高信息科技有限公司股东全部权益价值

资产评估报告》（国众联评报字（2023）第 3-0003 号，以下简称“收购资产评估报告”），汉高信息截至评估基准日 2022 年 10 月 31 日的股东全部权益价值为 3,373.46 万元。发行人收购汉高信息 68.00% 股权对应的收购价款为 2,293.95 万元，价格公允。

关于镜联易购，根据大华会计师出具的《杭州镜联易购网络科技有限公司审计报告》（大华核字[2023]000916 号）及国众联评估师出具的《杭州镜联易购网络科技有限公司拟进行增资扩股所涉及的杭州镜联易购网络科技有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（国众联评报字（2023）第 2-0014 号，以下简称“增资资产评估报告”），镜联易购截至评估基准日 2022 年 10 月 31 日的股东全部权益价值为 2,348.42 万元。发行人以 851.58 万元认购镜联易购的新增注册资本 36.2618 万元，对应其增资后 21.2895% 的股权，价格公允。

发行人收购汉高信息、镜联易购时，交易对方承诺在 2023 年、2024 年、2025 年内需在镜联易购平台完成活跃门店总家数分别不低于 4,000 家、7,000 家、10,000 家；且 2024 年、2025 年需完成活跃眼镜零售门店在镜联易购平台产生的交易额分别不低于 1.50 亿元、3.00 亿元。根据发行人的说明，2023 年、2024 年镜联易购平台活跃门店数量分别为 432 家、44 家，2024 年镜联易购平台实现交易额 403.10 万元，未达到承诺的业绩目标。

2、报告期内商誉减值测试参数选取的合理性，包括但不限于预计增长率、毛利率以及与实际经营业绩的比对情况，说明收购前后相比财务数据是否存在重大变化

（1）收购汉高信息产生的商誉及减值测试情况

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》，资产减值测试应当估计其可收回金额，然后将所估计的资产可收回金额与其账面价值比较，以确定是否发生减值。资产可收回金额的估计，应当根据公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

根据《资产评估专家指引第 11 号—商誉减值测试评估》第十六条，商誉减值测试评估需要计算公允价值减去处置费用后的净值时，可以采用市场法、收益法、成本法计算包含商誉资产组或资产组组合的公允价值。

根据国众联评估师出具的收购资产评估报告、2023 年度及 2024 年度《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州汉高信息科技有限公司股权形成的商誉进

行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2024）第 3-0040 号、国众联评报字（2025）第 3-0084 号），国众联评估师选择了资产基础法对汉高信息的价值进行评估，其中无形资产及处置费用为评估关键参数。

经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，相关参数差异情况及其合理性如下：

单位：万元

项目	股权收购时点	2023 年商誉减值测试		2024 年商誉减值测试	
	金额	金额	变动率	金额	变动率
无形资产	2,150.21	1,738.93	-19.13%	890.91	-48.77%
处置费用	--	61.76	--	25.85	-58.14%

注：在股权收购时点，基于发行人收购标的公司的目的，不存在处置费用参数。

①无形资产确认依据

汉高信息资产组无形资产主要为软件著作权及商标。对于软件著作权、商标等无形资产，国众联评估师根据无形资产形成过程中所需要投入的各种费用（含资金成本和合理利润），同时扣除贬值率后确认评估值。

2023 年、2024 年发行人进行商誉减值测试时，汉高信息因控制成本、对外开展业务规模收缩，调整了研发人员数量，产品升级、维护人员数量的减少可能导致相关软件著作权的预期经济使用年限较股权收购时点下降，部分软件未继续投入使用，未来产生现金流入的可能性较小。除无形资产年度正常摊销的金额以外，发行人对该等软件评估价值进行了调减，发行人在 2023 年末和 2024 年末对汉高信息资产组无形资产分别调减了 411.28 万元、848.02 万元，导致了汉高信息资产组当期无形资产账面价值的变动。

②处置费用确定依据

对汉高信息资产组进行评估的处置费用系根据《北京产权交易所国有资产交易业务收费办法》《北京产权交易所非国有投融资业务收费办法》《广州产权交易所有限公司交易服务收费标准》《上海联合产权交易所有限公司交易业务收费管理暂行办法》及其关于交易业务收费相关事项的补充通知、法院拍卖手续费计算的均值作为处置费用，2023 年及 2024 年末进行商誉减值测试时评估参数选取上不存在重大差异。

除上述关键参数以外，国众联评估师 2024 年度对汉高信息资产组商誉资产组减值测试的其他参数与前次股权收购时、2023 年度减值测试时不存在重大差异。

（2）收购镜联易购产生的商誉及减值测试情况

根据国众联评估师出具的增资资产评估报告、2023 年度及 2024 年度《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州镜联易购网络科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2024）第 3-0039 号、国众联评报字（2025）第 3-0085 号），国众联评估师选择了收益法进行估值，所选取的关键参数主要为预测期营业收入增长率、毛利率、折现率等。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，相关参数差异情况及其合理性如下：

①预测期营业收入增长率

单位：万元

评估时点	指标	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年
收购时点	收入	497.61	656.67	722.34	780.12	826.93	--	--
	增长率	744.34%	31.97%	10.00%	8.00%	6.00%	--	--
2023 年商誉减值测试	收入	--	361.43	748.30	1,234.33	1,678.87	2,134.80	--
	增长率	--	520.38%	87.85%	64.95%	36.02%	27.16%	--
2024 年商誉减值测试	收入	--	--	221.20	383.24	588.49	725.33	827.98
	增长率	--	--	92.99%	73.26%	53.55%	23.25%	14.15%

注：各次商誉减值测试评估时预测期均为 5 年；收入预测均是在基准日前一个会计年度实际经审计的营业收入基础上，对未来 5 年的营业收入进行预测。

在收购完成前，镜联易购的主营业务为利用其线上平台经营采购联盟业务，即通过线上平台向眼镜零售门店进行产品批发销售。自 2023 年收购以来，镜联易购根据市场反馈实际情况以及上游品牌供应商、经销商、下游加盟商等不同相关方的实际需求，规划的采购联盟业务与部分品牌商的供货体系存在一定价格冲突，镜联易购相应地调整了加盟分销体系，其线上活跃门店数量、线上成交额等指标下滑较多。2023 年下半年，镜联易购将其定位从单一的线上销售平台业务转为依托于博士眼镜旗下的特许经营品牌石人工（砦）开展经营活动，承担了石人工（砦）加盟体系及后期运营管理业务，将该资产组定位为发行人旗下加盟业务中心。尽管镜联易购积极适应供应商体系变化，并对其自身定位及业务进行调

整，但 2023 年度和 2024 年度营业收入数据仍未达预期，导致镜联易购的预测期营业收入存在向下调整的情况。

②毛利率

镜联易购各期商誉减值测试时，对应的毛利率预测情况如下：

评估时点	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年
收购时点	100%	100%	100%	100%	100%	100%	--
2023 年度商誉减值测试	--	60.15%	61.29%	60.30%	61.44%	62.55%	--
2024 年度商誉减值测试	--	--	71.06%	83.21%	89.01%	91.04%	92.11%

镜联易购各期商誉减值测试时，预测毛利率存在一定差异，相关毛利率调整原因如下：2023 年度商誉减值测试时，镜联易购对其经营模式进行一定调整，新增加盟体系及后期运营管理业务，使得镜联易购毛利率较收购时点变化较大；2024 年度商誉减值测试时，镜联易购预测毛利率有所增加，主要系镜联易购低毛利率的加盟业务的增长速度不及预期，预计其占总收入的比例有所下降所致。

③折现率

对镜联易购进行评估的折现率选取情况如下：

年度/项目	无风险收益率	目标财务杠杆的贝塔	市场风险溢价	特有风险溢价	税后 WACC
收购时点	3.63%	0.9009	6.85%	3.00%	12.81%
2023 年度商誉减值测试	3.49%	0.5500	6.19%	4.00%	10.89%
2024 年度商誉减值测试	1.93%	0.5744	6.06%	4.00%	9.90%

注：上表为税后折现率。

根据企业会计准则规定，为了资产减值测试的目的，计算资产未来现金流量现值时所使用的折现率应当是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率，该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率。在估计替代利率时，国众联评估师根据企业加权平均资金成本（WACC）确定，其中普通权益资本成本采用资本资产定价修正模型（CAPM）来确定，具体参数确定过程如下：

a.无风险收益率：收购时点、2023 年度商誉减值测试时点与 2024 年度商誉减值时点均选取距评估基准日剩余到期年限为 10 年以上的中长期国债平均到期收益率作为无风险收益率，无风险收益率选取内涵相同。

b.目标财务杠杆的贝塔：由于镜联易购资产组经营模式主要采用加盟模式，根据管理层预测未来不存在外部借款，因此采用企业自身资本结构作为被评估企业的资本结构比率。

收购时镜联易购以线上采购批发平台为主要经营方向，公司经营上与 CSRC 互联网和相关行业相似度较高；而 2023 年末、2024 年末商誉减值测试中，镜联易购资产组经营上与眼镜门店的直销、加盟管理相似度较高，与 CSRC 批发和零售业相关性更强，因此收购时点与 2023 年末、2024 年末商誉减值测试中，因经营方式变动导致可比行业的选择存在差异。

c.市场风险溢价：收购时点与 2023 年末、2024 年末商誉减值测试均选取中国股票市场风险报酬率，以沪深 300 指数月度数据为基础，先计算沪深 300 指数月均收益率，再把月收益率进行年化，以沪深 300 指数年化收益率作为市场风险报酬率，收购时点、2023 年末及 2024 年末商誉减值测试时的市场风险溢价选取内涵相同。

d.特有风险溢价：2023 年末、2024 年末商誉减值测试时，考虑到评估对象在公司的融资条件、资本流动性以及公司的治理结构等方面与可比上市公司的差异性所可能产生的特定个体风险，镜联易购资产组特定风险调整系数 Rc 由收购时点的 3.00% 调整为 4.00%。

④与实际经营业绩的对比情况

2023 年、2024 年，镜联易购收入增长率与商誉减值测试中预测数据的对比情况如下：

项目	2024 年		2023 年	
	收入	增长率	收入	增长率
实际经营数据	174.69	373.16%	36.92	--
收购时点预测数据	656.67	31.97%	497.61	744.34%
2023 年商誉减值测试时点预测数据	361.43	520.38%	--	--

2023 年、2024 年，镜联易购毛利率与商誉减值测试中预测毛利率对比情况如下：

项目	2024 年	2023 年
实际经营数据	63.54%	81.63%
收购时点预测数据	100.00%	100.00%
2023 年末商誉减值测试预测数据	60.15%	--

如上表所示，镜联易购收入增长率及毛利率实际经营数据较收购时及 2023 年商誉减值测算中的预测数据差异较大，主要系镜联易购营业收入指标的预测主要基于其历史年度的经营状况、管理层未来经营策略、商业模式、市场预测情况等确定。2023 年度及 2024 年度商誉减值过程中，镜联易购由于供应商体系变化导致其对商业模式和公司定位进行了较大改变。

（3）收购前后相比财务数据是否存在重大变化

收购前后汉高信息、镜联易购主要财务数据情况如下：

单位：万元

标的公司	汉高信息			镜联易购		
	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
总资产	284.30	308.90	383.11	560.87	1,741.73	908.99
总负债	953.18	962.17	864.25	988.81	736.35	865.28
所有者权益	-668.88	-653.27	-481.14	-427.94	1,005.38	43.72
营业收入	368.08	212.83	246.16	174.69	36.92	64.21
净利润	-15.60	-135.49	-304.71	-1,433.33	-644.00	-61.24

注：2022 年度财务数据未经审计。

汉高信息方面，其系眼镜零售行业数字化整体解决方案提供商，通过销售眼镜零售行业所需的系统软件及配套硬件、软件日常维护、二次开发等服务获取收益。汉高信息亏损有所减少，主要系汉高信息结合自身经营情况，减少成本开支所致。

镜联易购方面，在收购完成前，镜联易购的主营业务为充分利用其线上平台经营采购联盟业务，即通过线上平台向眼镜零售门店进行产品批发销售。本次收购系在保证发行人主营业务稳健发展的前提下，布局与发行人现有业务具有一定协同性和发展潜力的数字化交易及服务平台，以提升发行人市场覆盖率。镜联易购前实际控制人洪良勇及其团队成员兼具眼镜零售与互联网行业的专业背景，已与超过 1,000 家眼镜行业企业客户建立合作，软件覆盖中国约 10,000 家眼镜门店，并与康耐特、茂昌眼镜、精益眼镜等国内知名眼镜厂商达成了深度合作，在平台运营、供应链优化、眼镜零售数字化等方面积累了丰富的业务经验。

镜联易购打造的眼镜零售行业企业客户的交易及服务平台，能够打通供应链上下游数据通路，为企业客户提供眼镜零售行业全品类一站式直采渠道，该“端到端直供”的经营模式，有效减少了经销商层级、缩短了交易链条，并提高了产业链的协作供应效率和商品动销率。但该经营模式客观上对上游品牌供应商、经销商原有的利润分配体系产生了一定影响，与传统经销模式的价格体系产生了潜在冲突。镜联易购在被发行人收购前已联合行业内若干代理经销商就该经营模式进行了初步调研论证，相关方未提出异议。在此背景下，发行人在聘请中介机构对镜联易购进行尽职调查后与杭州镜联企业管理合伙企业（有限合伙）共同对镜联易购增资。

收购完成后，镜联易购加大资源投入，对镜联易购平台进行了开发、完善和营销推广，线上平台注册的门店数量较大幅度增长，交易规模随之攀升。在此背景下，部分品牌商对镜联易购采购联盟业务的商业模式正式提出异议，要求镜联易购停止该经营模式，并停止对镜联易购供货，致使镜联易购线上活跃门店数量、线上成交额等指标出现较大幅度下滑。镜联易购综合考量上游品牌商诉求及自身实际经营状况后，对业务模式进行了调整，增加了线下加盟的业务。受上述因素影响，镜联易购在收购后的经营情况、业务数据不及预期，2023 年、2024 年镜联易购亏损幅度变大。

基于对保荐机构、政旦致远会计师的合理信赖，经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，并基于普通人的一般注意义务及判断，本所律师认为，报告期内发行人对汉高信息、镜联易购商誉减值测试参数选取具有合理性。收购前后，汉高信息、镜联易购财务数据存在一定变化，主要与其供应商体系变化及其对业务模式的调整相关。

3、2024 年末商誉全额计提减值准备的合理性，是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定

（1）2024 年末商誉全额计提减值准备的合理性

①汉高信息

根据国众联评估师出具的《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州汉高信息科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2025）第 3-0084 号），经国众联评估师测试，汉高信息的相关资产组在 2024 年 12 月 31 日的账面价值为 1,381.92 万元，剔除商誉

后资产组账面价值为 916.73 万元，资产可收回金额为 585.12 万元。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，包含相关资产组或者资产组组合的可收回金额小于剔除商誉后资产组账面价值，需对商誉全额计提减值准备，因此发行人 2024 年末对收购汉高信息产生的商誉全额计提减值准备合理。

②镜联易购

根据国众联评估师出具的《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州镜联易购网络科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2025）第 3-0085 号），经国众联评估师测试，镜联易购的相关资产组在 2024 年 12 月 31 日的账面价值为 1,765.27 万元，剔除商誉后资产组账面价值为 7.03 万元，资产可收回金额为 6.38 万元。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，包含相关资产组或者资产组组合的可收回金额小于剔除商誉后资产组账面价值，需对商誉全额计提减值准备，因此发行人 2024 年末对收购镜联易购产生的商誉全额计提减值准备合理。

（2）是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定

①发行人商誉减值相关会计处理符合会计准则要求

报告期内，发行人每年年度终了聘请评估师对其商誉进行减值测试，国众联评估师出具了 2023 年度及 2024 年度商誉减值测试评估报告。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，发行人及国众联评估师在进行资产减值测试时，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，当自购买日起已按照合理的方法分至相关的资产组，国众联评估师在评估过程中根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》和《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》的相关会计准则的要求，充分分析了不同评估方法的适用性，恰当选择与商誉减值测试相适应的评估方法，年审会计师针对商誉减值测试实施了适当的审计程序，经核查，商誉减值的相关评估符合《企业会计准则第 8 号—资产减值》等相关企业会计准则的要求。

②发行人商誉减值相关会计处理符合《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定

经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，报告期内发行人已根据《监管规则适用指引—发行类第7号》《企业会计准则第8号—资产减值》《会计监管风险提示第8号—商誉减值》的要求对商誉进行初始确认，并于各年末对商誉进行减值测试。发行人系将收购汉高信息、镜联易购资产组的成本中大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为合并资产负债表中的商誉，初始计量准确。发行人管理层、年审会计师自2023年以来均对汉高信息、镜联易购资产组是否存在特定减值迹象进行判断，并进行商誉减值测试，于2023年末、2024年末分别计提商誉减值530.09万元及1,214.16万元，发行人已详细披露相关资产组或资产组组合的可收回金额、确定过程及其账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值），相关商誉减值信息披露充分、真实。

收购时点汉高信息、镜联易购的评估报告中使用的预测数据与实际数据存在差异系标的公司自身定位及经营业务调整所致。发行人已于2023年、2024年分别计提商誉减值准备530.09万元、1,214.16万元，不存在集中大额计提商誉减值的情形。截至报告期末，发行人商誉余额为0元，不存在大额商誉而未计提或较少计提减值的情形，商誉计提过程谨慎合理。商誉减值原因不会对本次发行构成重大不利影响。

（三）核查结论

基于对保荐机构、政旦致远会计师的合理信赖，经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，并基于普通人的一般注意义务及判断，报告期内发行人对汉高信息、镜联易购商誉减值测试参数选取具备合理性。收购前后，汉高信息、镜联易购财务数据存在一定变化，主要系其供应商体系的变化及其对业务模式的调整所致。发行人2024年末商誉全额计提减值准备具备合理性，符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第7号》的相关规定。

三、结合公司商标被撤销以及存在撤销风险的具体情况以及最新进展，说明发行人是否有权继续使用上述商标，对生产经营、品牌维护及本次募投项目实施是否存在重大影响，已采取及拟采取的具体措施及其有效性，是否对公司生产经营造成重大不利影响。

（一）核查程序



针对上述问题，本所律师履行了如下核查程序：




- 1、查阅了第 17924729 号、第 17924728 号、第 1091684 号及第 1091685 号争议商标所涉商标权撤销审查及行政诉讼相关资料。
- 2、查阅了发行人相关注册商标证书、申请文件，以及相关作品著作权登记证书。
- 3、查阅了发行人与品牌方签署的专项推广宣传合同、合同履行资料等发行人为品牌方提供推广及宣传服务的资料。
- 4、查阅了发行人制定的《第 35 类注册商标管理规范》。
- 5、登录中国商标网、中国版权保护中心著作权登记系统等网站查询公示信息。
- 6、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、发行人商标被撤销及存在撤销风险的具体情况与最新进展

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人题述争议商标被撤销及存在撤销风险（以下简称“商标撤销事宜”）的具体情况与最新进展如下：



序号	争议商标	类别	申请撤销第三人	商标撤销事宜的具体情况与最新进展
1	第 17924729 号“  ”商标	35	马赫汀国际贸易有限公司	2024 年 7 月 24 日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。 2024 年 8 月 13 日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。 2025 年 6 月 24 日，北京知识产权法院作出一审判决，认为发行人在指定期间内对该商标在相关服务上进行了公开、合法、有效的商标性使用，上述复审决定对此认定有误，判决撤销国家知识产权局作出的上述商标撤销复审决定，重新作出复审决定。截至本补充法律意见书出具之日，该一审判决已经生效。
2	第 17924728 号“  ”商标	35	马赫汀国际贸易有限公司	2024 年 7 月 24 日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。 2024 年 8 月 13 日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。 2025 年 5 月 24 日，北京知识产权法院作出一审判决，认为发行人在指定期间内对该商标在相关服务上进行了公开、合法、有效的商标性使用，上述复审决

序号	争议商标	类别	申请撤销第三人	商标撤销事宜的具体情况 & 最新进展
				定对此认定有误，判决撤销国家知识产权局作出的上述商标撤销复审决定，重新作出复审决定。截至本补充法律意见书出具之日，该一审判决已经生效。
3	第 1091684 号“  ”商标	35	于辉	2023 年 9 月 14 日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。 2023 年 12 月 20 日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。 2024 年 10 月 28 日，北京知识产权法院作出一审判决，判决驳回发行人的诉讼请求。发行人向北京市高级人民法院提起上诉。 2025 年 1 月 13 日，北京市高级人民法院作出二审判决，判决驳回上诉，维持原判。 2025 年 1 月 27 日，国家知识产权局作出该注册商标的撤销公告，该注册商标专用权自公告之日终止。 2025 年 3 月 7 日，发行人向最高人民法院提出再审申请，请求撤销上述一审、二审判决并依法改判，撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。 2025 年 3 月 25 日，最高人民法院向发行人出具案件受理通知书，截至本补充法律意见书出具之日，最高人民法院尚未作出再审裁定。
4	第 1091684 号“  ”商标	35	马赫汀博士国际贸易有限公司	2024 年 3 月 20 日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。 2024 年 4 月 22 日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。 2025 年 6 月 24 日，北京知识产权法院作出一审判决，判决驳回发行人的诉讼请求。 发行人已向北京市高级人民法院提起诉讼，请求撤销国家知识产权局上述复审决定及一审判决。截至本补充法律意见书出具之日，北京市高级人民法院尚未作出二审判决。
5	第 1091684 号“  ”商标	35	莫建红	2024 年 8 月 23 日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的初审决定。 发行人已在法定期限届满前向国家知识产权局申请复审，2025 年 7 月 7 日，国家知识产权局作出撤销该商标注册的复审决定。 发行人已向北京知识产权法院提起诉讼，请求撤销国家知识产权局上述复审决定，并重新作出决定。截至本补充法律意见书出具之日，北京知识产权法院尚未作出一审判决。
6	第 1091685 号“DOCTOR”	35	莫建红	2024 年 8 月 23 日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销

序号	争议商标	类别	申请撤销第三人	商标撤销事宜的具体情况 & 最新进展
	商标			该商标注册的初审决定。 发行人已在法定期限届满前向国家知识产权局申请复审，2025 年 7 月 7 日，国家知识产权局作出撤销该商标注册的复审决定。 发行人已向北京知识产权法院提起诉讼，请求撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。截至本补充法律意见书出具之日，北京知识产权法院尚未作出一审判决。

2、关于发行人是否有权继续使用争议商标

根据《中华人民共和国商标法》第五十五条，法定期限届满，当事人对商标局做出的撤销注册商标的决定不申请复审或者对商标评审委员会做出的复审决定不向人民法院起诉的，撤销注册商标的决定、复审决定生效。被撤销的注册商标，由商标局予以公告，该注册商标专用权自公告之日起终止。



基于上文“1、发行人商标被撤销及存在撤销风险的具体情况 & 最新进展”所述情况，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，除第 1091684 号“”商标已于二审判决生效后被国家知识产权局公告撤销外，第 17924729 号及第 17924728 号“”商标（以下合称“双马商标”）所涉行政诉讼已经作出生效判决，判决撤销国家知识产权局作出的上述商标撤销复审决定，重新作出复审决定；第 1091685 号“DOCTOR”商标（以下简称“DOCTOR 商标”）所涉行政诉讼尚未作出一审判决，撤销该等注册商标的复审决定已被判决撤销或尚未生效，该等争议商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用。

3、发行人针对商标撤销事宜已采取及拟采取的具体措施及其有效性

（1）就争议商标相同或近似图样申请著作权及注册商标





①已采取的措施

根据发行人提供的资料，在上述商标撤销事宜发生之前，发行人已就与双马商标近似的图样取得了注册商标专用权，具体情况如下：

序号	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至
1		9290389	9	2012.07.14	2032.07.13
2		9290390	44	2012.06.07	2032.06.06

在上述商标撤销事宜发生后，发行人进一步加大了知识产权保护力度并已采取相关措施，具体如下：

根据发行人提供的资料，发行人已就与争议商标相同或近似的图样申请了作品著作权登记，具体情况如下：

序号	作品名称	作品图样	登记号	作品类别	创作完成日	登记日期
1	博士 DOCTOR		国作登字-2024-F-00218758	美术	1993.03.21	2024.07.26
2	博士 DOCTOR+博士眼镜 图文组合		国作登字-2025-F-00006547	美术	1993.03.21	2025.01.08
						
3	博士 DOCTORGLASSES 系列 图文组合	DOCTOR  GLASSES	国作登字-2025-F-00006546	美术	2019.11.12	2025.01.08
						
4	双马图案		国作登字-2025-F-00006548	美术	1993.03.21	2025.01.08

同时，发行人已就双马商标相同或近似的图样取得或申请了注册商标，具体情况如下：

序号	商标样式	注册号/申请号	类别	注册日期	有效期至
1		63529633	9	2022.09.21	2032.09.20
2		61365728	44	2023.06.14	2033.06.13
3		84580345	35	正在申请中，状态为等待实质审查	
4		84579118	35	正在申请中，状态为等待实质审查	

②措施的有效性

首先，根据《商标审查审理指南》第十四章“损害他人在先权利的审查审理”，未经著作权人的许可，将他人享有著作权的作品申请注册商标，该等商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。因此，发行人就争议商标相同或近似的图样申请作品著作权登记，能够降低后续第三方申请与争议商标相同或近似的商标被核准注册的可能性。

其次，双马商标仍为第 35 类有效注册商标，且发行人已取得与其图形外观和整体排列组合方式近似的图形在第 9 类、第 44 类商标上的注册商标权，并重新提交了第 35 类双马商标的注册申请，该等措施能够降低其他主体在相同商标类别上注册与双马商标相同或者近似商标的可能性。

（2）固定及强化注册商标在核定服务上使用的证据链条

①已采取的措施

根据发行人提供的资料及说明，发行人已与相关品牌方签署专项推广宣传合同，并通过收集、固定该等合同的履行资料，以及通过官网、公众号、报刊、展览会及门店场所等其他方式为品牌方提供推广及宣传服务的证据，不断固定并强化发行人相关注册商标在第 35 类替他人推销等核定服务上使用的证据链条。

②措施的有效性

根据《中华人民共和国商标法》第四十九条，注册商标成为其核定使用的商品的通用名称或者没有正当理由连续三年不使用的，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标。因此，发行人通过固定并强化发行人注册商标在核定注册服务上使用的证据，能够降低相关注册商标因连续三年不使用而被申请撤销的风险。

（3）建立健全商标管理及品牌维护机制

①已采取的措施

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，在上述商标撤销事宜发生后，发行人管理层已多次召开专题会议，对商标撤销事宜及相应的商标管理措施进行了分析论证。

根据上述管理层会议的相关意见，发行人及控股子公司内部制定并发布了注册商标管理规范，从公司制度层面明确了法务部、行政部、线上业务部、市场营销部、商品部、财务部、门店业务部、工程部及视觉设计部等发行人及其控股子公司内部职能部门对于注册商标管理的职责与分工，建立健全了发行人商标确权、使用、侵权监测及监督保障的全周期管理机制。同时，发行人定期通过飞书平台向全体员工发送内部商标合规指引，引导员工了解相关注册商标的使用情况及使用要求，通过线下调查反馈、线上浏览及商标注册专业机构支持等渠道，积极监测及搜集商标抢注、侵权及不正当竞争等线索，并将根据实际情况积极开展维权行动。

②措施的有效性

通过建立健全商标管理及品牌维护机制，能够加强和保障发行人在注册商标使用及管理方面的合法合规性，并降低发行人的注册商标权益被侵权等带来的不利影响，从而对发行人的商标管理及品牌维护产生积极作用。


基于上述，本所律师认为，发行人已针对商标撤销事宜采取或拟采取相关措施，且该等措施具有有效性。

4、商标撤销事宜对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施是否存在重大影响

已如上述，争议商标中的第 17924729 号、第 17924728 号及第 1091685 号商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用。根据发行人提供的资料及说明，若按照最坏结果原则预计，假设争议商标均被撤销，不会对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施产生重大不利影响，具体如下：

（1）发行人开展经营及实施募投项目对争议商标的依赖程度较小

发行人报告期内的主营业务为眼镜零售连锁经营，本次募投项目中主要涉及使用争议商标的项目为“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”及“总部运营管理中心及品牌建设项目”。根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人开展经营及实施募投项目对争议商标的依赖程度较小，具体原因如下：

首先，发行人通常将争议商标与发行人其他商标进行组合使用，主要组合形式为“博士眼镜”，主要用于对外品牌宣传、商务合同签订以及“博士眼镜”品牌门店门头和产品物料中。除争议商标外，发行人所组合使用的其他注册商标均为有效状态，不存在争议及纠纷，发行人有权继续使用。发行人未在自有品牌产品的镜片和镜架上使用争议商标，不存在经营销售争议商标所涉产品的情况。



其次，发行人自设立以来一直主要从事眼镜零售连锁经营业务，已形成包含“博士眼镜”品牌在内的六大眼镜零售品牌，而争议商标仅为“博士眼镜”品牌门店门头所使用的组合商标的组成部分。从发行人所处业态来看，发行人的核心竞争力集中体现在品牌影响力、销售网络规模、专业的服务水平和渠道优势等方面，无论是对于眼镜门店的消费者，还是发行人相关产品的供应商，眼镜门店门头、对外宣传资料等使用的商标，都并非其识别并选择商家的唯一决策依据。

最后，发行人“博士眼镜”品牌门店门头及对外宣传资料中使用的并非单一图样，而是多个商标以一定形式组合在一起的组合图样。除争议商标外，其他商

标均为有效状态，同时，截至报告期末，发行人及其子公司共拥有 216 项境内商标，且其中部分注册商标图形与争议商标相近，假设争议商标均被撤销，发行人亦能够以其他有效注册商标替换争议商标。如上所述，替换争议商标不会对消费者或供应商识别并选择商家的决策造成重大不利影响。

（2）发行人继续使用争议商标的风险较低

首先，根据《中华人民共和国商标法》相关规定，我国采取的是以自愿注册为原则、强制注册为例外的商标注册制度，发行人主营业务所涉商品及服务不存在强制注册商标的要求。因此，即使争议商标均被撤销，在无第三人取得与前述图形相同或相似的商标权或著作权的情况下，发行人仍可继续使用该等商标所涉图形。

其次，关于双马商标，如上文“3、发行人针对商标撤销事宜已采取及拟采取的具体措施及其有效性”部分所述，发行人已就与双马商标相同、近似及与其他图形组合后的图样取得了作品著作权登记，根据《商标审查审理指南》，未经著作权人的许可，将他人享有著作权的作品申请注册商标，该等商标应当不予核准注册或者予以无效宣告；同时，双马商标仍为第 35 类有效注册商标，且发行人已取得与其近似的“”图形在第 9 类、第 44 类商标上的注册商标权，并重新提交了第 35 类双马商标、“”商标的注册申请，根据《中华人民共和国商标法》第三十条，申请注册的商标同他人在同一种商品或者类似商品上已经注册的或者初步审定的商标相同或者近似的，由商标局驳回申请，不予公告，因此，其他主体在相同注册类别上申请与双马商标相同或者相似的商标被核准的可能性较低。关于 DOCTOR 商标，由于发行人主要将其与其他商标组合使用，而未单独使用，且 DOCTOR 商标在商标组合中通常不处于显著位置，因此，因在商标组合中使用 DOCTOR 字样而导致消费者混淆的可能性较低。

最后，即使相关主体后续就争议商标图形取得商标注册，发行人可根据《中华人民共和国商标法》第五十九条主张在先使用权利，即在原有使用范围内继续使用争议商标。

（3）发行人已就商标撤销事宜采取了相关有效措施

如上文“3、发行人针对商标撤销事宜已采取及拟采取的具体措施及其有效性”部分所述，发行人已就商标撤销事宜采取了有效应对措施，能够降低注册商

标被申请撤销、商标侵权等风险，并对发行人的商标管理及品牌维护产生积极作用。

基于上述，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，双马商标及 DOCTOR 商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用，若按照最坏结果原则预计，假设争议商标均被撤销，不会对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施产生重大不利影响。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、截至本补充法律意见书出具之日，除第 1091684 号商标已于二审判决生效后被国家知识产权局公告撤销外，双马商标所涉行政诉讼已经作出生效判决，判决撤销国家知识产权局作出的上述商标撤销复审决定，重新作出复审决定；DOCTOR 商标所涉行政诉讼尚未作出一审判决，撤销该等注册商标的复审决定已被判决撤销或尚未生效，该等争议商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用。

2、针对题述商标撤销事宜，发行人已采取及拟采取的措施包括就争议商标相同或近似图样申请著作权及注册商标、固定及强化注册商标在核定服务上使用的证据链条以及建立健全商标管理及品牌维护机制，该等措施具有有效性。

3、发行人开展经营及实施募投项目对争议商标的依赖程度较小，且继续使用争议商标的风险较低，因此，题述商标撤销事宜不会对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施产生重大不利影响。

《审核问询函》问题 2：

根据申报材料，本次发行可转换公司债券的募集资金总额不超过人民币 37500 万元（含），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资金额	拟使用募集资金
1	连锁眼镜门店建设及升级改造项目（以下简称项目一）	35,012.20	18,000.00
2	总部运营管理中心及品牌建设项目（以下简称项目二）	22,998.80	7,000.00
3	数字化平台升级建设项目（以下简称项目三）	9,277.31	7,000.00
4	补充流动资金	5,500.00	5,500.00

序号	项目名称	总投资金额	拟使用募集资金
	合计	72,788.31	37,500.00

注：在本次发行可转换公司债券募集资金到位之前，发行人将根据募集资金投资项目实施进度的实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

项目一拟在重点城市开设 225 家智能眼镜门店，并对目前的老旧门店进行升级改造。2020 年至 2024 年公司年度新开门店分别为 52 家、114 家、67 家、51 家、78 家，年均新开门店数量为 72.4 家。截至 2024 年末，公司已在全国范围内的 25 个省、市、自治区拥有 557 家门店。

项目二计划在深圳市购置办公场地建设总部运营管理中心，并在深圳、上海、北京等地建立公司品牌形象体验中心，募集资金拟全部投入场地购置及装修。项目三拟投入业务系统、IT 基础设施和信息安全建设。

三个项目计划建设实施周期为 36 个月，项目一建设完毕后平均销售毛利率 70.63%，报告期各期，公司的销售毛利率分别为 61.84%、63.07%和 61.71%。项目二和项目三不直接产生经济效益，不涉及效益测算。三个项目拟使用募集资金投入内容均为资本性支出，补充流动资金属于非资本性支出，占比为 14.67%。

公司在 2023 年之后存在研发费用，主要涉及收购汉高信息及镜联易购所产生 IT 软件开发费用。公司拟设置智能眼镜专项研发投入约 6000 万元，用于与智能眼镜相关的技术研发、产业链公司投资。本次募投项目一拟在门店设置智能眼镜专区。

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 22600.43 万元、19354.09 万元和 19933.56 万元，主要为银行存款和其他货币资金。2022 及 2023 年，公司不存在短期借款。

公司 2017 年首发项目包括“营销服务平台建设项目”和“信息化建设项目”，存在延期、变更实施地点的情况。

请发行人：（1）以通俗易懂的语言，结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，分别对应说明与公司现有业务、首发两个项目的具体区别和联系，是否涉及新业务、新产品或新服务。（2）结合智能眼镜行业及公司发展情况、三个项目具体内容、场地合同期限、项目规划进度等，说明发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性，募集资金是否主要投向主业，是否符合《注册办法》第四十条相

关规定。（3）结合眼镜产品使用寿命、各地区市场需求差异、报告期内闭店情况、公司销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议等，说明项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复，装修费用、仪器设备投入等投资规模是否审慎、合理，本次扩大业务规模的必要性、新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，是否存在过度融资。（4）各募投项目是否属于需要前置审批特许经营的业务，相关实施主体已获取的资质是否已完整覆盖其预计开展业务范围，相关人员配备是否已获取相应资质，募投项目实施是否存在实质障碍。（5）结合项目用地计划，基地建设的设计规划、人均面积、具体用途，说明项目二建筑面积是否与项目人员规模匹配，相关建设的必要性和规模的合理性；如涉及厂房建设，列示具体厂房建设计划并说明是否仅自用，本次募投项目的其他项目是否涉及上述情况。（10）补充说明前次募投项目调整、变更、终止等变动的原因及合理性，是否已按规定履行相关审议程序与披露义务，是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正，或者未经股东大会认可的情形。

请律师核查（1）-（5）（10）并发表明确意见。

回复：

一、以通俗易懂的语言，结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，分别对应说明与公司现有业务、首发两个项目的具体区别和联系，是否涉及新业务、新产品或新服务。

（一）核查程序

- 1、查阅了本次可转债募投项目可行性研究报告。
- 2、查阅了发行人 IPO 申报募投项目可行性研究报告。
- 3、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，对应说明与公司现有业务的具体区别和联系

本次发行可转债的募集资金总额不超过 37,500.00 万元（含 37,500.00 万元），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资金额	拟使用募集资金
项目一	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	35,012.20	18,000.00

项目二	总部运营管理中心及品牌建设项目	22,998.80	7,000.00
项目三	数字化平台升级建设项目	9,277.31	7,000.00
项目四	补充流动资金	5,500.00	5,500.00
合计		72,788.31	37,500.00

（1）项目一

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，发行人拟在全国重点城市扩展 225 家眼镜门店，同时升级改造发行人部分现有门店。该项目拟建设或升级的眼镜门店主要服务于终端线下零售消费者，拟销售产品主要包括镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜等产品。项目一是发行人在现有销售渠道基础上，结合眼镜零售行业发展特点、发行人战略规划方向而实施的门店扩张计划，是现有业务的扩产项目，旨在拓展优质门店资源、优化全国门店布局及增强市场竞争力，对发行人提升市场份额、寻求新的利润增长点具有重要意义。

发行人升级改造门店主要分为两种情况，一是原位翻新，目前发行人部分门店开业时间较长，门头标识、内外部装修风格较为陈旧，室内功能区布置和商品陈列有待升级，发行人拟引入新的商品陈列及展示体系，拓展智能眼镜新品类，统一新老门店的整体装修风格，进一步提升发行人门店专业化形象，为顾客营造更加舒适、良好的购物环境，以促进门店销售收入的持续增长；二是移位翻新，发行人部分门店在开设时未能占据商场最匹配的铺位，若商场中其他匹配铺位出现空缺或者门店租赁合同到期，发行人会及时选择新铺位并进行移位装修，以不断优化发行人现有门店的场地布局。

目前我国国内眼镜零售市场集中度相对较低，行业内竞争较为充分。但随着头部零售企业持续加大门店拓展力度，以及“内容营销+本地生活化”的趋势不断深化，市场资源逐步向优势企业集中，规模化发展趋势初现端倪，包括发行人、宝岛眼镜、宝视达、千叶眼镜、亮视点及大明眼镜等在内的大型眼镜零售连锁企业已凭借供应链管理、专业人才储备以及品牌运营等方面的积累，逐步构建起较强的竞争优势。本项目即为基于发行人业务现状、顺应行业发展趋势，通过加大优质门店拓展力度及适当升级改造现有门店，从而提升发行人市场占有率而实施。

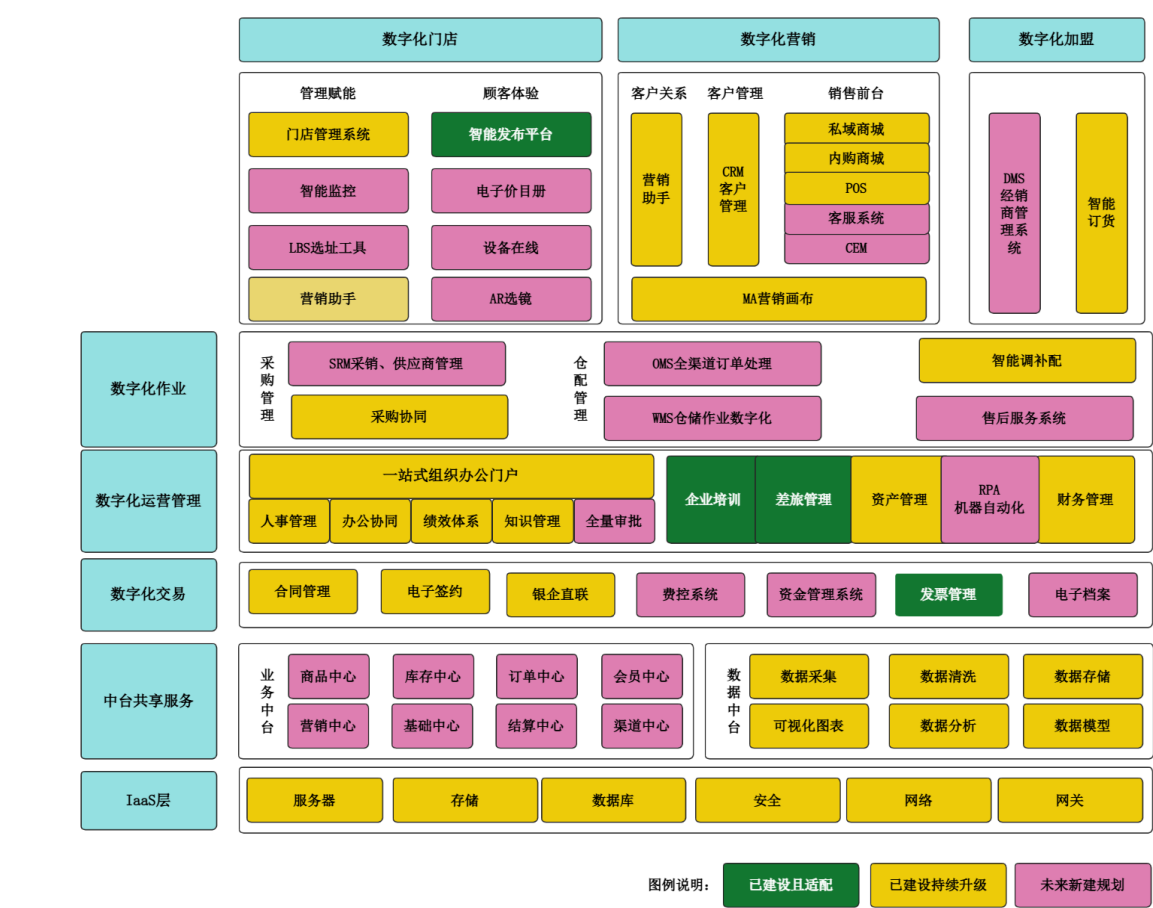
（2）项目二

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，发行人拟在深圳市购置办公场地建设总部运营管理中心，并在重点城市建立发行人品牌体验中心。发行人建设总部运营管理中心系为增强发行人业务开展的稳定性，提高发行人经营管理效率，实现降本增效，同时对相关场地、人员、设备进行补充，满足发行人日益增长的管理和办公需求；品牌体验中心系发行人为全方位提升发行人品牌影响力，选择重点城市核心商圈的优越位置打造。该项目是发行人为满足业务规模扩大而日益增长的管理需求、优化发行人运营管理环境以及提高品牌知名度和管理效率而实施。

（3）项目三

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，本项目拟在发行人现有信息化基础上，升级改造业务支持和管理系统，加大 IT 基础设施以及数据安全投入，从数字化门店、数字化运营管理、数字化营销、数字化作业、数字化交易、数字化加盟、业务中台和数据中台等方面进行全面优化，提升发行人整体的数字化水平，保障各连锁门店高效有序运转，提升发行人运营管理效率。本项目建设是发行人顺应数字化转型趋势、提升运营效率、增强综合竞争力的重要举措。

根据本次可转债募投项目可行性研究报告，发行人的数字化平台规划升级架构设计如下：



注：以上架构图中橙色及红色部分为需持续升级、建设的部分，即本项目建设的重点内容，其他部分为发行人信息系统现状。

根据发行人出具的说明，发行人的信息系统现状与本次募投项目的主要拟升级建设方向如下：

系统属性	架构部分	发行人信息系统现状	主要升级方向与内容
业务支持和管理系统	数字化门店	目前发行人已初步建立数字化门店，能够通过门店管理系统实现全国门店连锁管理，但仍需对上述系统持续进行迭代升级及建设新的数字化门店系统。	①升级门店管理系统，实现对员工权限设置、业绩提成、排班等员工管理，进行经营数据统计、销售趋势分析； ②建设 AR 选镜工具，具备试戴体验、面部分析与推荐、效果对比分享等功能，提升客户购物体验； ③建设智能监控系统生成巡店报告，推进门店标准化管理，可监测门店客流信息、动线设计； ④建立电子价目表，实现门店产品价格实时更新，具备搜索和筛选功能，帮助顾客快速找到所需产品，提供价格比较和分析功能； ⑤建设 LBS 大数据选址系统建设，通过对人流数据、地段数据、商业数据等进行分析，实现门店精准选址。

系统属性	架构部分	发行人信息系统现状	主要升级方向与内容
	数字化营销	目前发行人已初步建成数字化营销模块，实现了营销助手、CRM 客户管理、私域商城等功能，但上述功能尚存在不够智能、客户反馈信息不完备等问题，需要持续迭代升级。	①建设 CEM 系统，收集和分析全渠道客户反馈信息，预警和挽回流失客户，提高客户满意度； ②私域商城升级，在私域商城新增线上验光预约、线上配镜等功能，拓宽门店经营时间和空间，提升客户线上购物体验； ③增加更多内容形式嵌入，增加 CRM 条件维度，提高客户营销的精准性。
	数字化作业	目前发行人数字化作业模块已依托汉高 ERP 系统进行作业流程管理，并结合飞书多维表格辅助作业任务，对发行人整体作业效率有一定的提升，但数字化作业模块尚未实现 SRM 采销、供应商管理、WMS 仓储作业数字化等功能。	①建设 OMS 订单系统，实现线上渠道更高效的订单处理和跟踪、智能化分配与调度、精准库存管理和预测； ②高效优化管理供应商信息，基于协同计划与预测在线协同，实现高效采销对接，降低成本（采购、库存和运营成本）、提升质量（管控供应商质量和追溯改进）； ③推动仓库结构性优化，实现库存实时监控、出入库流程优化，具备自动分析和报表功能。
	数字化运营管理	目前发行人已通过汉高 ERP 系统及飞书多维表格实现初步的数字化运营管理，通过对运营数据进行定期监控和分析，发行人的运营效率得到一定程度提高。	①在线协同系统、HRM 系统扩容：基于发行人经营门店规模、员工数量的扩大，需对该系统进行升级扩容； ②审批系统升级：对发行人现有审批系统进行升级改造，实现自动化审批和移动审批功能，实时跟踪进度增强透明度；建立风险预警机制，发现问题，保存和追溯审批历史记录。
	数字化交易	目前发行人已实现合同管理、签约、发票管理等交易的数字化建设，但上述功能仍待进一步升级优化，同时数字化费控系统、资金管理系统及电子档案系统尚待建设。	①建设费用控制系统，自动进行审批流程，对支出进行实时监控，对数据进行智能分析，提供决策依据； ②对现有合同管理系统进行升级，集中存储和分析数据，支持协同和文档管理，实现合同全生命周期数字化管理，增强业务合规性管控； ③优化电子签约系统，提高签约效率、降低成本、保障安全，并实现数字化管理。
	数字化加盟	目前发行人采用自研加盟采购系统，实现加盟业务的采购、库存和订单一体化管理，但数字化加盟系统尚未集成销售订单管理、库存管理等功能。	①建设 DMS 加盟商管理系统，该系统具备订单管理、库存管理、客户关系管理等功能，可提高管理效率，降低运营成本； ②升级智能订货系统，实现加盟商订单高效处理，提供便捷订货体验。
	业务中台	目前发行人在小范围内尝试自研系统，探索适用于发行人业务的中台架构。	①建立商品中心模块，实现对商品品牌的维护、查询、属性以及属性组管理等相关功能； ②建立库存中心模块，实现仓储、库存、出库全流程数字化处理； ③建立订单中心模块，实现订单全生命周期管理，以及对订单的产生、合并拆分、流转等信息实时处理的功能；

系统属性	架构部分	发行人信息系统现状	主要升级方向与内容
			④提供高效结算、发票管理等能力，包括对销售、采购、资金等多种场景单据的核对，以及应收、应付的审核结算功能等。
	数据中台	目前发行人已建立数据仓库和可视化图表BI能力，但仍需更广的业务覆盖和更深的经营数据维度穿透。	①升级智能BI分析系统及其经营数据分析能力，实现智能的可视化展示，通过数据分析实现经营预测和预警功能； ②升级数据仓库模块，提升现有数据仓库的存储容量和性能，提高对更多数据类型的支持能力，实现多模态数据分析。
IT基础设施投入	基础投入	目前发行人已部署1个本地物理机房，当前云机房容量规格已达可用标准，若要实现完备功能，需进行进一步升级扩容。	发行人计划增加对IT基础设施的投入：增加云服务器数量，提高数据存储能力；提高网络带宽，加快数据分析能力；增设缓存数据库，提高系统对经营数据规模扩大的承载需求。
	数仓投入	目前发行人使用火山云（大数据研发治理套件）构建数据仓库，实现数据的统一管理。	①进一步建设大数据研发治理套件，完成数据集成、开发、运维、治理、资产、安全等全套数据中台的平台建设； ②实现湖仓一体分析服务，达到一站式海量数据存储、计算和交互分析的能力。
	系统监控	目前发行人使用字节跳动netcare系统进行实时监控，保障系统稳定运行。	①增加云监控投入，实时监控基础设施的运行状态，及时发现系统问题； ②升级日志服务，实现应用系统日志采集、检索分析的功能。
	办公硬件投入	根据目前发行人门店经营需求，发行人已配备电脑、打印机、扫码设备等办公硬件。	随着发行人业务规模的扩大，发行人计划新购置办公硬件，以满足门店规模扩大的运营需求。
	网络基建投入	目前利用火山云提供的公网IP服务及1条互盟专线构建企业网络。	随着发行人业务规模的扩大，发行人计划对网络基建进行硬件升级改造以及设备扩容，以适配新增门店及未来多端口顺畅的使用需求。
信息安全投入	云安全	目前发行人采用火山云的云防火墙和云安全中心保障发行人云环境安全。	①增加DDoS基础防护投入，为云内公网IP提供DDoS防护能力，实时应对DDoS攻击问题，保障业务的稳定、安全运行； ②升级云安全中心，实现入侵检测、资产暴露面测绘、漏洞扫描修复、配置风险检查等安全能力，保护云上主机和容器安全，构建便捷的安全运营体系； ③提供互联网边界访问控制、访问关系可视化、日志审计等功能。
	办公安全	目前发行人部署飞连杀毒服务，实现办公终端安全的防护。	随着未来发行人业务规模的扩大，发行人计划加大对办公安全的投入，实现身份与应用治理、办公组网与注入、统一终端管理、数字安全保护等功能。
	数据安全	目前发行人定时备份火山云对象存储中的数据，确保数据安全性和可恢复性。	随着发行人数据量的增加，公司计划加大对数据安全的投入，定期备份核心数据，确保数据的安全性和完整性。

通过本项目的实施，发行人可在以下方面实现运营效率和盈利能力的提升：

①精准营销：发行人将打造数字化门店，实现多渠道订单的整合与统一管理，借助数据分析能力的提升洞察消费者行为与偏好，开展精准营销，提升购物体验 and 门店运营效率；②智能中台：本项目将对发行人业务中台进行全面升级改造，打通门店基础经营数据、商品数据、订单数据、库存数据等。通过规范各业务数据需求，确保各部门、各系统之间的数据互通与共享，提升数据流转效率与准确性。升级后的数据中台将具备更强大的数据分析能力、更智能的可视化展示以及更精准的预测和预警功能；③供应链管理：本项目将全面提升供应链管理的智能化水平，从供应商管理、采销管理、仓配管理到智能化分配与调度、客户服务等多个维度进行升级优化，进一步实现供应链信息的共享与协同，实现与上游供应商在订单采购、退换货、库存管理等环节的密切对接，同时优化库存结构，将库存情况向各业务前端统一共享，整体降低采购和库存成本；④加盟管理：本项目将进一步优化加盟商管理系统，优化销售订单管理、库存管理、客户关系管理和培训赋能管理等功能模块；⑤系统安全性提升：本项目将通过网络入侵检测、资产暴露面测绘、漏洞扫描修复、配置风险检查等安全能力建设，保护云上主机和容器安全，帮助发行人构建便捷的安全运营体系，确保数据的安全性和完整性。

（4）项目四

报告期内发行人营业收入稳步增长，未来随着募投项目的逐步实施，发行人业务规模将持续扩大，对营运资金的需求规模亦将进一步提高。本次拟将部分募集资金用于补充流动资金，可以缓解发行人营运资金压力，为发行人的长期发展提供可靠的资金保障，为实现发行人业绩的持续增长打下坚实基础。

基于上述，本次募投项目中，项目一是在发行人现有销售渠道的基础上，结合眼镜零售行业发展特点、发行人战略规划方向而实施的门店扩张计划，旨在拓展优质门店资源、优化全国门店布局，对发行人提升市场份额意义重大；项目二是发行人为了满足业务规模扩大而日益增长的管理需求，优化发行人运营管理环境，提高品牌知名度而实施；项目三是基于发行人目前的信息化系统现状，为保障各连锁门店高效有序运转，优化数据处理能力，提高发行人全产业链的信息化水平而实施；项目四将补充流动资金，以保障发行人日常运营需求。因此，发行人本次募投项目均围绕主营业务开展，是基于未来发展战略及行业市场机遇而实施的，与发行人现有业务密切相关。

2、结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，对应说明与首发两个项目的具体区别和联系

发行人首发两个募投项目包括营销服务平台建设项目和信息化建设项目。本次募投项目中，总部运营管理中心及品牌建设项目和补充流动资金项目属于新增项目，与前次募投项目无关联；连锁眼镜门店建设及升级改造项目、数字化平台升级建设项目与首发两个项目之间的具体区别和联系如下：

（1）与首发两个项目之间的具体区别

IPO 募投项目	本次募投项目	区别
营销服务平台建设项目	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	<p>①建设背景：前次募投项目建设时，国内眼镜零售行业市场集中度较低。发行人直营门店数量仅为三百余家，规模相对有限，品牌体系尚需进一步完善。本次募投项目是在国内眼镜零售行业集中度不断提升、头部企业加速门店网络布局的背景下实施的。截至报告期末，发行人已拥有 557 家连锁门店，具备了一定的市场规模和品牌知名度，门店规模显著扩大，品牌体系也更加完善。但发行人门店规模仍需拓展，部分现有门店设施老化，亟需升级改造，以提升客户体验和运营效率。</p> <p>②建设目的：前次募投项目建设时，发行人拟新设总统眼镜品牌门店体系，逐步向中高端消费市场拓展。同时，随着发行人旗下品牌影响力的提升和覆盖区域的增多，发行人区域管理模式与快速发展的业务现状不相适应，市场拓展、营销宣传、供应链管理、售后服务以及人员培养效率均受到限制，出现了建设区域服务中心的强烈需求。本次募投项目的建设属于在前次募投项目渠道建设基础上进行门店加密和市场区域的进一步拓展。同时为紧跟眼镜行业智能化的发展浪潮，积极布局智能眼镜产品领域，需进一步提高连锁眼镜门店数量，完善发行人业务布局，优化线下门店体验，提高发行人市场竞争力。</p> <p>③建设内容：前次募投项目除建设直营门店以外，还在深圳、南昌等地建设区域服务中心，以更好地服务发行人业务的快速发展和区域品牌提升的需求；本次募投项目基于智能眼镜的重大市场机遇，增加智能眼镜相关的项目支出，将设置智能产品展示专区，前次募投项目未包含该方面的专项规划。本次项目建设内容新增部分还包括对部分现有老旧门店的升级改造需求，发行人将更新现有部分门店装修风格，改善门店形象，提升品牌影响力。</p>
信息化建设项目	数字化平台升级建设项目	<p>①建设背景：前次募投项目建设时，发行人业务模式聚焦在线下门店，电商为创新业务，多个核心场景暂无工具支撑，属于发行人信息化系统的基础建设阶段；本次募投项目中拟进行的系统升级，系发行人在已有的多个业务渠道基础上，由于发行人业务规模及复杂度更高，对信息系统能力扩展性、稳定性等要求更高，原有系统的技术架构、功能深度不足以支持以上业务可持续发展而进行的数字化升级建设。</p> <p>②建设内容：前次募投项目侧重业务运营管理平台、集团管控平台、物理基建建设，主要在于提升内外部运营管理基础能力；本次募投项目重点在业务系统智能化改造和安全建设方面的投入，如数字化营销、数字化作业、数字化交易、加盟数字化、云安全</p>

IPO 募投项目	本次募投项目	区别
		等模块均为本次新增内容，主要在于核心业务枢纽建设和各板块场景深入建设，以提高发行人系统的智能化、数字化应用水平。 ③建设性质：前次募投项目是将每个场景的基础信息化工具建设完成，是点状的系统建设，未充分考虑各系统之间交互的架构关系；本次募投项目围绕价值链、业务流，在多业务模式下建设共享服务，便于未来多系统之间的能力交互、数据互通，进而实现多部门业务间的高效协同，统一管理，数据共享。

（2）与首发两个项目之间的联系

根据发行人的说明，本次募投项目“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”与IPO募投项目“营销服务平台建设项目”均属于发行人主营业务的扩展，即通过拓宽自有营销渠道，积极布局全国市场；本次募投项目“数字化平台升级建设项目”与IPO募投项目“信息化建设项目”均属于对发行人信息化系统的规划和建设。

3、本次各募投项目是否涉及新业务、新产品或新服务

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，本次募投项目属于在发行人现有门店体系、总部管理运营现状及信息化系统基础上，基于发行人未来发展的战略规划进行连锁门店扩张、总部升级建设及数字化升级，并补充发展所需的流动资金。因此，发行人本次募投项目不涉及新业务、新产品或新服务。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人本次募投项目均围绕主营业务开展，是基于未来发展战略及行业市场机遇而实施的，与发行人现有业务密切相关。

2、发行人前次募投项目“营销服务平台建设项目”与本次募投项目“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”均属于发行人主营业务的扩展，但在建设背景、建设目的、建设内容方面存在差异；前次募投项目“信息化建设项目”与本次募投项目“数字化平台升级建设项目”均属于对发行人信息化系统的规划和建设，但在建设背景、建设内容、建设性质方面存在差异。除前述项目外，本次募投项目“总部运营管理中心及品牌建设项目”和“补充流动资金项目”属于新增项目，与前次募投项目无关联。

3、发行人本次募投项目系基于发行人未来发展的战略规划进行连锁门店扩张、总部升级建设及数字化升级，并补充发展所需的流动资金，均不涉及新业务、新产品或新服务。

二、结合智能眼镜行业及公司发展情况、三个项目具体内容、场地合同期限、项目规划进度等，说明发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性，募集资金是否主要投向主业，是否符合《注册办法》第四十条相关规定。

（一）核查程序

1、查阅了本次可转债募投项目可行性研究报告及相关行业研究报告，就智能眼镜行业及发行人发展情况以及募投项目的相关事项取得了发行人的书面说明。

2、查阅了发行人与相关方就智能眼镜、门店店铺以及数字化建设方面签订的协议以及发行人最近三年审计报告，并核查了发行人拥有的专利情况。

（二）核查内容

1、智能眼镜行业及公司发展情况

近年来由于智能硬件技术及 AI 大模型的快速发展，大量创业公司和知名品牌大厂开始瞄准智能眼镜领域发力，尤其是 Ray-Ban Meta 产品的市场成功进一步激发了市场对智能眼镜领域的关注。技术进步为智能眼镜注入了强大的计算能力和智能化功能，使智能眼镜从简单的信息显示设备逐渐演变为集语音交互、实时翻译、AR 导航、健康监测、智能助手等多功能于一体的智能终端。智能眼镜作为可穿戴设备领域的核心技术载体，融合增强现实（AR）、虚拟现实（VR）、人工智能（AI）及物联网（IoT）等前沿技术，正在重塑消费电子、工业制造、医疗健康及军事安防等领域的交互模式。

国内产业政策环境为智能眼镜行业的发展提供了有力支持。2025 年 2 月，中国信息通信研究院启动 AI 眼镜专项测试，测试项目涵盖了基本配置、音频、图像、防抖、交互、续航、安全隐私 7 个模块，旨在为 AI 眼镜行业提供可参考评价指标，推动技术创新升级和产业标准化进程，促进行业生态良性可持续发展，加速产业规模化落地。2025 年 3 月，中共中央办公厅、国务院办公厅发布《提振消费专项行动方案》，深入实施数字消费提升行动，促进“人工智能+消费”，

加速推动包括智能眼镜在内的自动驾驶、智能穿戴、超高清视频、脑机接口、机器人、增材制造等新技术新产品开发与应用推广，开辟高成长性消费新赛道。

基于智能眼镜行业发展趋势，未来几年智能眼镜将处于市场渗透率快速提高的阶段。根据 WellSenn XR 数据，2024 年全球 AI 智能眼镜销量达 152 万副，2025 年预计部分传统手机厂商、互联网厂商等企业将会积极布局探索智能眼镜领域，推动 2025 年全球出货量进一步增长至 350 万副。到 2030 年，AI+AR 技术有望发展到成熟阶段，智能眼镜将进入到高速发展期，2030 年全球 AI 智能眼镜出货量有望增长至 9,000 万副，2023 年至 2030 年智能眼镜销售量年均复合增长率将达 133%，市场前景乐观。

发行人积极拥抱眼镜智能化浪潮，努力将传统业务与智能业务更好地融合，致力于智能眼镜“最后一公里”的验配和销售服务。现阶段发行人正逐步推进眼镜门店的升级改造，已在 150 余家眼镜门店内铺设智能眼镜专柜。同时，发行人已与星纪魅族、雷鸟创新、XREAL、界环、李未可、小米 mijia 等智能眼镜品牌达成业务合作。

智能眼镜厂商销售渠道具有多元性。部分智能眼镜厂商线下开设品牌直营店用于展示品牌形象及销售，线上通过品牌官方网站、APP 以及入驻第三方电商平台进行产品推广销售，也会同时与多家公司合作以拓展销售渠道。智能眼镜厂商选择与发行人合作，主要基于发行人的独特优势，一方面，发行人在全国多地布局 500 余家门店，覆盖面广，可直接触达大量潜在消费者，帮助智能眼镜厂商快速拓展线下市场，提升产品铺货率与市场曝光度；另一方面，发行人作为专业视光企业，在验光配镜服务上积累深厚，能够为有视力矫正需求的智能眼镜用户提供专业验光配镜服务。发行人将智能眼镜产品融入其门店的日常陈列与销售体系，并结合自身的会员体系与营销活动，可以为智能眼镜厂商提供专属推广资源，大幅提升产品的市场认知度与销量，通过专业渠道与技术产品的深度融合，实现市场拓展与用户体验的双重提升。发行人不仅是产品的销售渠道，更是智能眼镜产业生态的重要参与者。发行人线下门店网络构建起品牌与消费者深度交互的场景，通过专业的产品讲解与体验服务，能够有效降低智能眼镜这类高科技产品的消费决策门槛；线上渠道可以打破地域限制，扩大品牌辐射范围，实现精准营销与用户触达。

报告期内，发行人在智能眼镜领域实现的营业收入规模尚小，主要系智能眼镜还处于技术积累阶段，相关产品的市场培育、研发进度、消费者接受度等仍需要一定的时间。但由于智能硬件技术、AI 大模型的快速发展，大量智能眼镜品牌厂商密集发布新品，推动智能眼镜出货量进一步增长，同时消费端对智能眼镜的认知度与购买意愿实现有效提升，预计未来智能眼镜业务的市场潜力较大。

2、三个募投项目具体内容

发行人本次募投项目的具体内容详见上文“1、结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，对应说明与公司现有业务的具体区别和联系”部分所述。

3、场地合同期限、项目规划进度

（1）项目一

根据本次募投项目可行性研究报告，关于项目一的门店建设，计划建设实施周期为 36 个月，整体规划进度如下：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
第一批门店评估洽谈	▲											
第一批门店立项、装修、铺货、开业	▲											
第一批门店正式运营		▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
第二批门店评估洽谈					▲							
第二批门店立项、装修、铺货、开业					▲							
第二批门店正式运营						▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
第三批门店评估洽谈									▲			
第三批门店立项、装修、铺货、开业									▲			
第三批门店正式运营										▲	▲	▲

根据发行人提供的资料及说明，自 2025 年初至今，发行人新开门店的建设工作已陆续展开，发行人已开始选址评估、商务洽谈、内部立项等前期工作。截至报告期末，发行人已确定门店选址并签订协议的情况如下：

序号	门店名称	城市	区域	业态	品牌
1	合肥银泰 IN77 博士店	合肥	华东	购物中心	博士
2	重庆时代天街 E 馆博士店	重庆	西南	购物中心	博士
3	福田 IN 城市广场博士店	深圳	华南	购物中心	博士
4	南昌大悦城博士店	南昌	华东	购物中心	博士
5	罗湖益田假日广场博士店	深圳	华南	购物中心	博士

序号	门店名称	城市	区域	业态	品牌
6	福田平安 PAFC MALL 总统店	深圳	华南	购物中心	总统
7	蛇口太子湾 K11 总统店	深圳	华南	购物中心	总统
8	深业上城老佛爷百货总统店	深圳	华南	购物中心	总统
9	南京玄武招商花园城博士店	南京	华东	购物中心	博士
10	广州番禺 K11 博士店	广州	华南	购物中心	博士
11	深圳湾万象城二期总统店	深圳	华南	购物中心	总统
12	重庆中央公园光环花园城博士店	重庆	西南	购物中心	博士
13	福永怀德万象汇博士店	深圳	华南	购物中心	博士
14	合肥经开山姆会员店	合肥	华东	购物中心	博士
15	壹海城 ONEMALL DOCTOR GLASSES 店	深圳	华南	购物中心	博士
16	宝安大悦城博士店	深圳	华南	购物中心	博士
17	宝安大悦城 DOCTOR GLASSES 店	深圳	华南	购物中心	博士
18	成都市高新区仁和新城博士店	成都	西南	购物中心	博士
19	杭州亚奥万象天地博士店	杭州	华东	购物中心	博士

本项目中拟新建的门店主要计划在商场开设。目前，发行人已与多家知名商业集团建立了稳定的合作关系，为本项目店铺场所的获取奠定了良好的基础。后续发行人将根据项目建设计划积极有序推进店铺地址选定、内部立项、合同签署等事宜。

（2）项目二

根据本次募投项目可行性研究报告，本项目计划建设实施周期为 36 个月，建设规划进度如下：

序号	项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年
1	前期规划调研	▲		
2	场地购置及装修		▲	
3	品牌体验中心租赁及装修	▲	▲	▲
4	设备购置及安装	▲	▲	▲
5	人员招聘及培训	▲	▲	▲
6	品牌推广建设	▲	▲	▲

根据发行人的说明，本项目拟建设总部运营管理中心和品牌体验中心。

关于总部运营管理中心，发行人拟计划在深圳市购置办公场所作为总部运营管理中心。目前，发行人已完成前期功能区规划、市场调研工作、项目发改备案等工作，正在结合购房需求、交通位置、楼盘环境、楼盘面积等综合因素与多个物业方进行洽谈。由于深圳市可供选择的商业办公楼房源较多，确定购置房产不存在障碍，发行人将在购置房产后开展装修等后续工作，积极推进项目进展。

关于品牌体验中心方面，发行人拟在深圳、上海、北京等地核心商圈设立品牌体验中心。目前，发行人已启动品牌体验中心的选址工作，筛选出多个候选场址供内部评估，并已开展了必要的前期调研和商务洽谈工作，后续发行人将根据项目计划积极推进品牌体验中心的地址选定、租赁合同签署、场地装修等事宜。

（3）项目三

根据本次募投项目可行性研究报告，本项目将在发行人总部建设，不涉及新增场地。本项目计划建设周期为 36 个月，规划建设进度如下：

序号	类型	T+1	T+2	T+3
1	业务系统购置及实施	▲	▲	▲
2	IT 基础设施投入	▲	▲	▲
3	信息安全建设投入	▲	▲	▲
4	人员招聘及培训	▲	▲	▲

根据发行人的说明，发行人已完成数字化平台规划升级架构设计、供应商询价与概算评估、项目发改备案等工作，目前正在根据项目规划稳步推进数字化门店模块的定制化开发实施工作，并已与相关供应商签订了业务合作协议及支付了部分进度款。

（4）本次募投项目自有资金投入情况

截至报告期末，本次募集资金投资项目正在按发行人的规划有序进行（补充流动资金除外），已使用自有资金投入 454.74 万元，尚需投入资金 37,045.26 万元，各募投项目进度及资金投入情况具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	拟投入募集资金 A	董事会后已使用自有资金投入 B	董事会后已采购待付款 C	已采购比例 D=(B+C)/A	尚需投入 E=A-B
1	项目一	18,000.00	316.42	245.65	3.12%	17,683.58
2	项目二	7,000.00	--	--	--	7,000.00
3	项目三	7,000.00	138.32	328.57	6.67%	6,861.68
4	补充流动资金	5,500.00	不适用	不适用	不适用	5,500.00
合计		37,500.00	454.74	574.22	2.74%	37,045.26

注：上述自有资金投入数据为初步统计，未经审计。

如上表所示，截至报告期末，项目一和项目三已分别使用自有资金投入 316.42 万元、138.32 万元，已采购但尚未付款金额分别为 245.65 万元、328.57

万元，已采购比例分别约为 3.12%、6.67%。其中，项目一已投入资金主要用于新开门店的装修、老旧门店的升级改造和相关门店经营所需配套仪器设备的购置；项目三已投入资金主要用于数字化运营管理系统的建设及发行人办公硬件投入。项目二尚未进行资金投入，主要系发行人正在结合购房需求、交通位置、楼盘环境、楼盘面积等综合因素与多个物业方进行积极洽谈，尚未购置房产并装修布置。

4、说明发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性，募集资金是否主要投向主业，是否符合《注册办法》第四十条相关规定

根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施不存在重大不确定性，具体如下：

（1）技术储备

发行人作为国内知名的眼镜零售连锁企业，已经深耕眼镜零售行业近三十年，在连锁门店管控能力、品牌打造、专业服务与交付能力、供应商管理等方面具有突出优势。在门店选址方面，发行人根据多年的选址经验和大数据分析，已建立了完善的门店选址方法，通过对新进城市的人口数量、密度、消费能力及消费习惯的分析，锁定拟进入商圈，根据不同的商圈特点，确定预选门店的店型和店址范围，运用选店模型、内部决策机制确定具体店址。

在信息化建设方面，发行人始终重视 IT 系统建设，目前已拥有的主要系统情况如下：

序号	系统名称	功能介绍
1	汉高 ERP 系统	综合管理、流程优化、库存管理、财务管理、客户关系管理等
2	吉客云系统	新云程电商业务处理系统
3	科云系统	三亚博镜电商业务处理系统
4	金蝶财务系统	财务核算、财务管理、财务凭证
5	门店订货系统	门店向商品部进行镜架、太阳镜的选品采购申请
6	合同管理系统	数字化合同生命周期管理
7	WPS 软件	办公软件
8	数据仓库	ERP 数据清洗储存中心
9	开票平台（百望云）	发票与票据管理服务
10	加盟采购系统	加盟商入驻与采购管理平台
11	门店监控系统	门店视频监控
12	组织协同系统	围绕人力即时协同开放工具
13	飞书管理系统	内部流程管理、审批流程与数据留存、内部沟通
14	易董平台	公告与法规检索、案例查询系统

序号	系统名称	功能介绍
15	移动支付系统	移动支付收款服务

发行人先后建立了订单管理系统、物流仓储管理系统、客户采购平台、门店订货系统等，并在原有 OA 系统的基础上引入飞书管理软件。因此，发行人在数字化建设方面已经具备一定的建设经验和实施基础，为后续发行人连锁眼镜门店建设、数字化信息系统升级奠定了技术基础。

（2）人才储备

发行人自设立以来高度重视人才梯队建设，不断完善员工培育体系，培育出了一支高素质的经营管理人才队伍。发行人核心管理团队主要成员深耕连锁眼镜行业多年，具有专业的行业知识经验和敏锐的市场洞察能力，为发行人的快速成长和高效运作提供了坚实保障。同时，发行人管理层一直高度重视发行人数字化建设，为配合数字化管理升级，近年来设立了数据运营部和效能改进部等部门，通过协同合作，深入分析有效数据，为发行人运营提供专业化服务支持的同时，亦积累了一批数字化建设和管理方面的专业人才。同时，截至报告期末，发行人具有眼镜验光员或验光师资格的员工超过 1,500 人，在视光领域的专业人才储备较为充足。

（3）专利储备

发行人主要从事眼镜连锁零售业务，目前所取得的专利均围绕眼镜连锁主营业务。截至报告期末，发行人及其子公司共拥有 13 项专利，具体情况如下：

序号	专利名称	权利人	申请号	专利申请日	专利类型	专利来源
1	一种骨传导眼镜	发行人	2017212696304	2017.09.29	实用新型	原始取得
2	一种骨传导眼镜	发行人	2017212742410	2017.09.29	实用新型	原始取得
3	一种骨传导眼镜	发行人	2017212779491	2017.09.29	实用新型	原始取得
4	骨传导眼镜	发行人	2017304708057	2017.09.29	外观设计	原始取得
5	展示柜（标准中高柜 B）	发行人	201630303778X	2016.07.05	外观设计	原始取得
6	展示柜（ZELE 中岛矮柜）	发行人	2016303037775	2016.07.05	外观设计	原始取得
7	展示柜（ZELE 半高柜 A）	发行人	2016303035591	2016.07.05	外观设计	原始取得
8	展示柜（ZELE 高柜 B）	发行人	2016303036768	2016.07.05	外观设计	原始取得
9	展示柜（ZELE 高柜 A）	发行人	2016303035587	2016.07.05	外观设计	原始取得

序号	专利名称	权利人	申请号	专利申请日	专利类型	专利来源
10	展示柜（标准高柜B）	发行人	2016303034917	2016.07.05	外观设计	原始取得
11	桌子（ZELE 大平桌）	发行人	2016303036518	2016.07.05	外观设计	原始取得
12	超声波清洗机	江西新云程	2019307441795	2019.12.30	外观设计	原始取得
13	一种金属贴章火机	江西新云程	2019215154890	2019.09.12	实用新型	原始取得

（4）设备储备

发行人目前已在门店及运营管理中配备了一些数字化设备，具备一定的硬件设备基础。发行人配备了办公设备、仪器设备、验光设备等与业务经营管理相关的设备，报告期各期末前述设备资产原值金额呈逐年增加的趋势。发行人总部及区域管理中心亦配备了一定数量的服务器、存储设备等，用于存储和处理业务数据、客户数据、供应链数据等，该等设备具备一定的数据处理能力，能够部分满足数字化平台升级后对数据存储与运算的需求。

（5）市场储备

市场拓展方面，众多的连锁门店网络、优质的客户资源是发行人实现可持续发展的必要条件。发行人高度重视产品市场需求，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。发行人连续多年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营 50 强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度。同时，发行人自成立以来一直注重差异化品牌定位，打造六大品牌以满足不同消费者的多层次需求，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”以及“ZORRO”定位于“复古文化主题”。发行人持续优化门店品牌体系化建设，开展多元化品牌营销活动，从而拓宽目标消费群体的范围，实现品牌效应和连锁优势，进一步夯实发行人在眼镜零售领域的领先地位，为本次募投项目的顺利实施提供了坚实保障。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，由于近年来智能眼镜行业硬件技术、AI 大模型快速发展，智能眼镜市场将处于快速提高市场渗透率阶段。发行人该业务金额及占比尚小，但增速较快。目前发行人本次募投项目按规划正常推进，发行人具备

本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，募投项目实施不存在重大不确定性；本次募集资金主要投向主业，符合《注册管理办法》第四十条相关规定。

三、结合眼镜产品使用寿命、各地区市场需求差异、报告期内闭店情况、公司销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议等，说明项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复，装修费用、仪器设备投入等投资规模是否审慎、合理，本次扩大业务规模的必要性、新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，是否存在过度融资。

（一）核查程序

1、查阅了沙利文咨询、艾瑞咨询出具的行业研究报告，发行人最近三年审计报告、本次可转债募投项目可行性研究报告以及发行人与供应商签订的采购合同或报价文件等资料。

2、就大型眼镜连锁企业门店扩张情况进行了网络检索，查阅了部分连锁经营业务的上市公司所公告的招股说明书、再融资预案及反馈问询回复等文件。

3、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、眼镜产品使用寿命、各地区市场需求差异

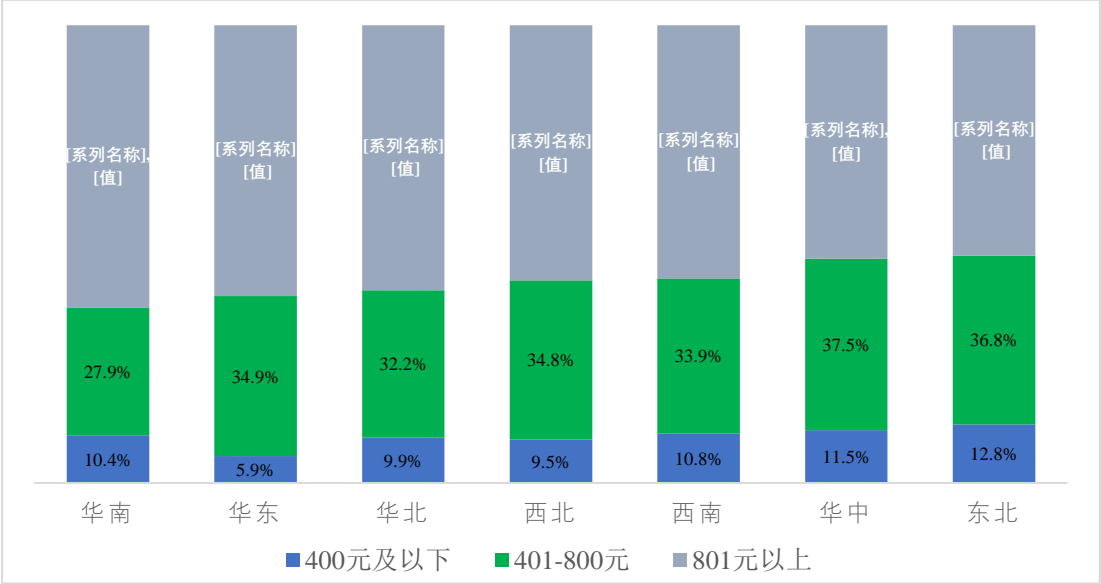
（1）眼镜产品使用寿命

根据沙利文咨询数据，中国消费者更换眼镜的频率在1年至2年之间的占比较高，其中，2024年度中国眼镜消费者在1年至2年以内更换眼镜的占比为71.3%。同时，不同年龄人群呈现不同的换镜周期。对于儿童及青少年群体而言，由于处于身体快速成长阶段，同时也是近视高发期，他们的眼镜产品使用周期相对较短，一般不超过1年，甚至需要更频繁地更换镜片以适应视力变化；18岁至45岁之间的成年人，其近视度数相对稳定，视力状况也趋于成熟，换镜周期为1-2年；45岁以上的中老年群体虽然老花度数会有一定变化，但相较于青年人，他们对功能性镜片的需求相对较小，这一年龄段消费者更加注重眼镜的舒适度和实用性，换镜周期会延长至2-3年。

（2）各地区眼镜市场需求差异

根据艾瑞咨询数据，从国内区域消费力分析来看，华南区域购镜花费较高，眼镜单价在801元以上的比例为61.8%，在所有区域中排名第一；华东、华北区

域眼镜产品购买力较强，眼镜单价在 801 元以上的比例分别为 59.2%、57.9%；西北、西南地区眼镜单价在 801 元以上的比例分别为 55.8%、55.3%；华中、东北地区眼镜单价在 801 元以上的比例较低，分别为 51.0%、50.3%，具体如下：



2、报告期内闭店情况、公司销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议

（1）发行人现有产能及销售情况

根据发行人的说明，发行人报告期内直营门店数量及变动情况如下：

单位：家

门店品牌	2022 年				2023 年				2024 年				2025 年 1-6 月			
	开店	关店	品牌更换	期末	开店	关店	品牌更换	期末	开店	关店	品牌更换	期末	开店	关店	品牌更换	期末
博士眼镜	35	23	5	349	39	38	18	368	36	24	4	384	7	12	--	379
President optical	15	6	--	74	2	3	-18	55	5	5	-1	54	3	2	--	55
渠道合作配镜中心	6	--	-2	42	6	2	--	46	3	1	--	48	1	--	--	49
视光中心	6	2	--	12	3	1	--	14	2	1	-1	14	--	--	--	14
Boojing	--	--	1	2	--	--	--	2	--	--	-1	1	--	--	--	1
zǎe	--	2	-3	4	--	1	--	3	--	--	--	3	--	--	--	3
砵	1	2	-1	7	--	2	--	5	2	1	-1	5	--	--	--	5
ZORRO	--	--	--	2	--	--	--	2	--	1	--	1	--	--	--	1
合计	63	35	--	492	50	47	--	495	48	33	--	510	11	14	--	507

注 1：发行人报告期各期末门店数的统计口径为正常营业并存在营业收入的门店，各期开店数的统计口径为开始正式营业并产生营业收入的门店，各期关店数的统计口径为停止正常营业且不再产生收入的门店。

注 2：总统眼镜门店 2023 年数量有所下降，主要系发行人精准市场定位、聚焦高端市场，提高了总统门店的规格标准，对部分不达标的总统门店进行了品牌更换。

作为眼镜零售连锁企业，发行人的主要产能即为直接面向终端消费者的连锁眼镜门店数量，由上表可知，报告期各期末，发行人直营门店的数量分别为 492 家、495 家、510 家和 507 家。

根据发行人最近三年审计报告及发行人的说明，发行人在报告期内各年度实现的营业收入分别为 96,223.70 万元、117,586.55 万元、120,281.61 万元，营业收入年均复合增长率达 11.80%。

（2）报告期内闭店情况

根据发行人的说明，报告期各期末，发行人直营门店关闭数量分别为 35 家、47 家、33 家及 14 家，占各年期末直营门店数量的比例分别为 7.54%、9.55%、6.67%及 2.75%。闭店的主要原因系门店所在商超整体关闭、门店经营状况不佳、商圈周边环境发生重大变化、联营方未与业主续签合同、租金上涨幅度超出可承受范围以及自身发展战略发生变化而主动撤店等。

（3）在手订单或意向性协议情况

根据发行人的说明，发行人属于眼镜零售行业，业务模式主要面向终端个人消费者，以销售成品眼镜（包括镜架和镜片）及提供定制化配镜服务为主。在销售过程中，发行人通过线下实体门店提供专业的验光、配镜及售后服务，同时利用线上平台进行引流和销售。发行人仅存在少量处于加工制造环节的订单，主要涉及定制化眼镜产品（如离焦镜、特殊功能镜片等），这些订单通常需要根据消费者的验光数据和个性化需求进行加工，但占比较低。总体而言，发行人以现货销售为主，即消费者在门店或线上平台下单后，通常可以直接提货或在较短时间内完成配镜服务。

3、项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复

建立全国范围内的营销服务渠道网络，是眼镜连锁行业公司争夺品牌制高点的必然选择。发行人拟通过项目一的建设扩大营销渠道布局，抢占高价值门店资源，优化全国门店布局，拟扩张门店数量测算依据及合理性分析如下：

（1）本次门店建设属于依据发行人战略规划进行的有序业务扩张

根据发行人的说明，在当前眼镜市场规模持续扩张、新零售业态蓬勃发展、人工智能技术进一步升级的背景下，发行人努力将传统与智能进行更好地融合，充分发挥自身在品牌、渠道、产品、服务等方面的优势。未来三年，发行人将通

过强化企业核心竞争力，整合行业资源，持续推进数字化、智能化升级，同时积极扩张线下门店销售网络，逐步推进连锁眼镜门店升级改造，全面提升市场占有率，进一步强化发行人在行业中的规模效应和头部优势。因此，本次门店建设属于依据发行人战略规划进行的业务扩张，发行人将结合未来市场环境、行业发展趋势，不断加强线上线下一体化零售网络建设。

（2）本次规划建设门店数量基于过往门店建设基础和节奏确定

根据发行人历史开店数据，2020 年至 2024 年期间，发行人新开门店数量分别为 52 家、114 家、67 家、51 家及 78 家，年均新开门店数量为 72.4 家。根据本项目可行性研究报告及发行人战略规划，发行人未来三年主要通过本募投项目开设直营门店（目前不存在其他重大门店建设计划）。发行人本次门店建设项目计划建设期为 36 个月，建设周期内各年度分别拟新建门店 70 家、75 家和 80 家，年均新开门店数量为 75 家，与近年来发行人的开店节奏基本一致，门店扩展速度较为合理。

发行人拟通过多维度措施保障新设门店的收入水平和产能消化能力，具体包括：①精准选址与模型优化：优先布局一线及新一线城市核心商圈，选址模型以商圈客流、消费能力与竞争格局等维度综合评分锁定高价值商圈，确保单店坪效起点；②深化与优质客户的战略合作关系：发行人凭借其在视光行业多年积累的深厚底蕴为战略客户的会员提供了全面优质的视光产品及服务，并持续深化合作模式及合作力度，提升市场占有率；③数字化营销与体验式服务并行：依托美团、大众点评等 O2O 平台和抖音、快手等兴趣电商平台宣传产品信息、优惠活动，并销售团购券，开展内容营销，门店铺设智能眼镜专柜并推行“先体验、后购买”模式；④深化会员体系与售后增值：发行人持续升级完善全渠道会员体系，并推出相关运营活动，做深单个客户价值，创造增量市场，提升用户粘性；⑤优化产品结构并强化自有品牌：与卡尔蔡司、依视路、豪雅等国际品牌深度合作，同时提升自有镜片、镜架销量占比。

（3）本次项目建设是对发行人现有门店体系布局的加密和完善

根据发行人的说明，截至 2024 年末，发行人直营门店分布情况如下：

销售区域	项目建设完成前 门店布局		本次募投项目拟建设门 店分布		项目建设完成后门店布 局	
	直营门店数 量（家）	占比	直营门店数 量（家）	占比	直营门店数 量（家）	占比

销售区域	项目建设完成前 门店布局		本次募投项目拟建设门 店分布		项目建设完成后门店布 局	
	直营门店数 量（家）	占比	直营门店数 量（家）	占比	直营门店数 量（家）	占比
华南地区	278	54.51%	86	38.22%	364	49.52%
华东地区	138	27.06%	99	44.00%	237	32.24%
西南地区	67	13.14%	28	12.44%	95	12.93%
华北地区	9	1.76%	10	4.44%	19	2.59%
东北地区	4	0.78%	2	0.89%	6	0.82%
华中地区	7	1.37%	--	--	7	0.95%
西北地区	7	1.37%	--	--	7	0.95%
合计	510	100.00%	225	100.00%	735	100.00%

由上表可知，发行人营销网络主要集中在华南、华东等地区，截至 2024 年末，发行人在华南、华东地区的直营门店占比合计为 81.57%，存在区域发展不平衡的问题。特别是西南、华北等地区的眼镜零售市场未来增长潜力较大，发行人在该等区域的营销渠道布局不足，需要不断投入营销资源增强销售网络建设，以完善发行人的相关业务布局。因此，本次门店扩产计划是在发行人目前现有门店网络布局基础上进行的加密和完善，不存在重复建设的情形。

（4）同行业公司、消费连锁类上市公司门店扩张情况对比分析

根据网络检索信息及发行人的说明，近年来大型眼镜连锁零售企业加快门店扩张步伐，通过线上线下融合、数字化转型和品牌建设等手段提升市场竞争力。目前国内眼镜零售行业正处于关键变革期，随着头部零售企业持续加大门店拓展力度，市场资源将逐步向优势企业集中，规模化发展趋势愈发显著。

根据沙利文咨询数据，预计 2023 年至 2030 年中国眼镜门店数量年均复合增长率为 6.7%，到 2030 年中国眼镜店数量将高达 19.4 万家。经检索网络信息，发行人所处行业内主要企业的门店扩张情况如下：

公司简称	门店扩张情况	数据来源
千叶眼镜	2021 年末，千叶眼镜共开立门店 358 家，截至目前其门店数量已超 400 家	公开转让说明书及其官方网站
宝岛眼镜	2022 年至 2024 年，宝岛眼镜在中国大陆开设的门店数量较为稳定，约为 1,200 家左右	行业研究报告及其官方网站
亮视点	截至 2025 年 5 月，亮视点在中国已开立超过 300 家门店	安心加盟网及媒体报道
大明眼镜	截至 2023 年 3 月，大明眼镜已开立 1,000 余家门店	创业加盟网
木九十眼镜	截至 2021 年末，木九十眼镜已开立超过 800 家门店	官方网站

公司简称	门店扩张情况	数据来源
LOHO 眼镜	LOHO 眼镜开立的门店数量已由 2020 年 3 月的 700 余家增加至 2025 年的 1,000 余家	媒体报道
宝视达	宝视达开立的门店数量由 2022 年末的 500 余家增加至 2025 年的 800 余家	郑州晚报及其官方网站

通过梳理对比部分连锁消费类上市公司在资本运作时新建门店的情况，发行人本次通过项目一进行门店扩张的比例处于相对合理水平，本次项目规划符合发行人发展规律，不存在过度扩张的风险。

公司简称	主营业务	融资方式	募投项目名称	建设周期	新建门店数	首次披露时门店数	连锁门店扩张比例
益丰药房	连锁药店	可转债	新建连锁药店项目	3 年	3,900	7,684	50.75%
老百姓	连锁药店	定增	新建连锁药店项目	3 年	1,680	4,892	34.34%
漱玉平民	连锁药店	首发	营销网络建设项目	3 年	680	797	85.32%
周大生	珠宝连锁	首发	营销服务平台建设项目	2 年	1,120	2,099	53.36%
莱绅通灵	珠宝连锁	首发	营销网络建设项目	3 年	121	498	24.30%
曼卡龙	珠宝连锁	定增	“曼卡龙@Z 概念店”终端建设项目	3 年	84	209	40.19%
元祖股份	食品销售	首发	营销网络建设项目	3 年	306	498	61.45%
爱婴室	母婴用品连锁	首发	母婴产品营销网络建设	3 年	130	162	80.25%
部分连锁消费类上市公司门店扩张比例均值							53.75%
博士眼镜	眼镜零售连锁	可转债	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	3 年	225	510	44.12%

注：以上内容摘自各家上市公司公开披露的招股说明书、再融资预案及反馈问询回复等文件。

基于上述，项目一的建设属于依据发行人战略规划进行的有序业务扩张，本次门店的拟建数量是基于发行人目前门店布局结构和历史建设节奏而确定，顺应了当前眼镜零售行业的发展趋势，与连锁消费类上市公司的门店扩张速度相比，发行人门店建设节奏合理。同时，发行人本次门店扩产计划是在发行人现有门店网络布局的基础上进行的加密和完善，旨在提高市场占有率，不存在重复建设的情形。

4、装修费用、仪器设备投入等投资规模是否审慎、合理

根据本次可转债募投项目可行性研究报告以及发行人的说明，项目一拟新建门店的装修费用、仪器设备投入等投资规模情况如下：

（1）装修费用

门店装修费用系根据单店装修费用、装修店铺数量确定，其中单店装修标准与不同品牌体系门店装修标准及规划建设面积相关。本项目中，发行人按照博士眼镜店、总统店、渠道合作配镜中心、视光中心四类门店分别测算，单店装修单价系根据店铺装修标准及历史经验确定，具体情况如下：

项目	单店规划平均面积（m ² ）	装修单价（元/m ² ）	单店装修费用（万元）	规划店铺数量（个）	装修费用（万元）
博士眼镜店	70	4,800	33.60	184	6,182.40
总统店	80	7,500	60.00	18	1,080.00
渠道合作配镜中心	60	5,500	33.00	15	495.00
视光中心	30	4,500	13.50	8	108.00
合计	240	22,300	140.10	225.00	7,865.40

项目一的建设计划在传统眼镜门店基础上增设智能眼镜销售专区。根据供应商的初步询价情况，智能眼镜销售专区装修预计需增加装修投资约 500 元/m²。因此，根据报告期内发行人门店的历史装修费用情况，本次门店装修费的测算情况如下：

单位：元/m²

品牌体系	报告期内门店装修价格均值	智能眼镜专项投入单价	报告期内门店（含智能眼镜）装修价格均值	项目一装修单价测算
博士眼镜	4,675.16	500.00	5,175.16	4,800.00
总统眼镜	7,021.79	500.00	7,521.79	7,500.00
渠道合作配镜中心	3,831.42	500.00	4,331.42	5,500.00
视光中心	4,828.30	--	4,828.30	4,500.00

注 1：根据发行人的规划，本项目中视光中心类型门店不考虑智能眼镜装修投入；

注 2：门店装修价格已剔除利用旧材料和设备因素，选择与本次规划建设面积相当的门店进行测算。

根据上表，发行人项目一中博士眼镜、总统眼镜及视光中心门店的测算装修价格低于发行人报告期内门店装修价格均值（含智能眼镜投入），渠道合作配镜中心的测算装修价格高于报告期内门店装修价格均值的主要原因为：①该体系门店的坪效水平较高、客流量较大，发行人为提升品牌影响力提高了门店装修预算；②合作方根据历史合作情况对装修标准提出了更高的要求，因此在测算投资时将

标准适当上提，符合发行人目前与渠道合作的背景情况。因此，与发行人历史装修标准相比，项目一预计的装修费用整体较为谨慎、合理。

（2）仪器设备投入

本项目的仪器设备投入主要包括门店运营所需的验光设备、测量设备等。发行人根据历史店铺开设所需仪器设备品类、规格及数量进行预估，进而确定本项目单店仪器设备投资，具体情况如下：

单位：万元

项目	单店仪器设备投资	门店数量（家）	设备投资
博士眼镜店	13.03	184	2,398.26
总统店	33.48	18	602.71
渠道合作配镜中心	33.48	15	502.26
视光中心	24.80	8	198.40
合计	104.80	225	3,701.63

其中，门店设备需求数量根据发行人历史门店运营情况确定，单价根据近期供应商的报价确定，不同品牌的门店设备投资明细如下表所列示：

单位：万元

店铺	设备名称	品牌	型号	单位	数量	单价	总价
博士眼镜标准店铺	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	电脑验光机	天乐	KR-9800	台	1	1.45	1.45
	综合验光仪组合台	天乐	TCS-880	台	1	1.28	1.28
	肺头	天乐	CV-7800	台	1	2.60	2.60
	焦度计	天乐	TL-6700	台	1	0.40	0.40
	镜片箱	黄海	260 型	台	1	0.22	0.22
	瞳距仪	康拓	HX-400	台	1	0.09	0.09
小计							13.03
总统标准店铺	多功能自动检眼仪四合一	天乐	VX105	台	1	6.90	6.90
	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	中心定位仪	蔡司	i.Terminal2+IPAD	台	1	13.20	13.20
	电脑验光机	天乐	AKR-910	台	1	1.80	1.80
	综合验光仪-组合台	天乐	TCS-860	台	1	1.28	1.28
	肺头	天乐	CV-7800	台	1	2.60	2.60
	焦度计	天乐	TL-6700	台	1	0.40	0.40
	镜片箱	黄海	260 型	台	1	0.22	0.22
	瞳距仪	康拓	HX-400	台	1	0.09	0.09
小计							33.48
渠道合作配镜中心	多功能自动检眼仪四合一	天乐	VX105	台	1	6.90	6.90
	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00

店铺	设备名称	品牌	型号	单位	数量	单价	总价
	中心定位仪	蔡司	i.Terminal2+IPAD	台	1	13.20	13.20
	电脑验光机	天乐	AKR-910	台	1	1.80	1.80
	综合验光仪-组合台	天乐	TCS-860	台	1	1.28	1.28
	肺头	天乐	CV-7800	台	1	2.60	2.60
	焦度计	天乐	TL-6700	台	1	0.40	0.40
	镜片箱	黄海	260 型	台	1	0.22	0.22
	瞳距仪	康拓	HX-400	台	1	0.09	0.09
小计							33.48
视光中心	裂隙灯	康拓	YZ5S	台	1	1.00	1.00
	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	角膜地形图	Medmont	E300USB	台	1	6.80	6.80
	电脑验光仪	尼德克	ARK-1	台	1	5.00	5.00
	综合验光（牛眼）	康拓	CT-60	台	1	3.00	3.00
	硬镜试戴片	/	/	台	1	2.00	2.00
小计							24.80

结合发行人与供应商签署的设备采购合同或报价文件进行对比分析，本项目的设备铺设情况与历史门店设备明细基本一致，发行人上述设备金额测算较为审慎、合理。

5、本次扩大业务规模的必要性、新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，是否存在过度融资

（1）发行人本次扩大业务规模的必要性

①中国眼镜零售市场空间较大

随着中国经济的持续增长及居民收入水平的提升，眼镜行业迎来了新的发展机遇。根据沙利文咨询数据，2019 年至 2024 年，中国城镇居民家庭人均可支配收入从 42,358.8 元增长至 54,188.0 元，年复合增长率达 5%。预计到 2029 年，城镇居民家庭人均可支配收入将进一步增至 67,961.8 元，年复合增长率为 4.6%。居民收入的稳步增长推动消费者对眼镜产品的需求从基础功能向高品质、个性化和时尚化转变。同时，随着健康意识的增强，功能性眼镜（如防蓝光、抗疲劳眼镜等）和高端镜片的市场需求持续扩大。此外，收入增长也促进了低线城市和地区的眼镜消费潜力释放，为行业开辟了新的增长空间。

近年来，随着近视人数的持续攀升，中国眼镜产品市场也迎来了快速增长。据艾瑞咨询数据，预计到 2027 年，中国眼镜产品市场零售额将达到 1,210 亿元，

2024 年至 2027 年的年均复合增长率预估约为 8.6%，尤其在离焦眼镜、运动眼镜、成人渐进眼镜市场将表现出较好的增长态势。

随着我国眼镜行业市场规模持续增长，发行人拟通过本项目的建设拓展营销渠道，在全国重点城市开设连锁眼镜门店，及时抢占目标区域的高价值门店资源。

②智能眼镜产品需求不断增加，紧跟行业智能化市场机遇

近年来，智能电子产品及 AI 大模型的快速发展为智能眼镜注入了强大的计算能力和智能化功能，使其从简单的信息显示设备逐渐演变为集语音交互、实时翻译、AR 导航、健康监测、智能助手等多功能于一体的智能终端。随着进入智能眼镜领域的厂商不断增加，预计 2025 年智能眼镜将进入新品密集发布期。根据 Wellsenn XR 数据，预计 2025 年开始，AI 智能眼镜将迅速提高市场渗透率，全球出货量将进一步增长至 350 万副，至 2030 年 AI 智能眼镜全球销量规模有望达到 9,000 万副。

智能眼镜等设备通过集成 AI、AR 等技术实现语音控制和视觉感知的同步，提供了更为直观和自然的交互方式，使智能眼镜在教育、娱乐、运动、出行等多个领域展现出广泛的应用前景，预计未来将与更多行业深度融合，创造出新的应用场景和商业模式。

因此，发行人需要进一步扩展门店渠道网络，紧跟眼镜行业智能化的重大市场机遇。

③提升消费者购物体验、促进门店销售收入持续增长

目前发行人的部分门店由于开业时间较长，存在门头标识、内外部装修风格已较为陈旧，室内功能区布置和商品陈列有待升级等问题。连锁门店作为发行人与消费者直接对接的场所，代表着发行人整体品牌形象，门店的环境和氛围直接关系到消费者的购买决策和对发行人的品牌认知度。为提升发行人门店整体形象、为顾客创造更加良好的购物环境，发行人计划对现有部分老旧门店进行升级改造，拟引入新的商品陈列及展示体系，统一新老门店的整体装修风格，以促进门店销售收入的持续增长。

④加速线上线下融合，推动业务创新与增长

报告期内发行人持续完善本地生活服务平台的布局，通过精细化运营、优化团购产品、加大引流力度来深度满足消费者的本地生活需求，加速线上线下融合发展，推动发行人全渠道布局。这一系列举措显著提升了发行人的市场覆盖面和

服务能力，为消费者提供了更加便捷、高效的购物体验。随着发行人本地生活服务平台的持续优化和线上线下互动的深化，终端门店将能够更加高效地获取流量、提高转化率，并通过精准的会员营销和个性化产品推荐，进一步提升品牌价值与消费者忠诚度。本项目通过加大门店建设力度，旨在增强门店对线上流量的承接能力，通过线上赋能为线下门店注入新的活力。本项目的实施能够强化门店的销售和服务能力，助力发行人在不断变化的市场环境中抢占先机，为未来在眼镜零售行业的持续创新和发展奠定坚实基础。

基于上述，发行人本次通过项目一的建设进行门店扩张，是基于中国眼镜零售市场空间较大、智能眼镜产品需求不断增加、提升消费者购物体验及加速线上线下融合的综合考虑，本项目建设具有必要性。

（2）发行人本次新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，不存在过度融资的情形

发行人本次新增产能规模的合理性详见上文“3、项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复”部分所述。

根据 WellSenn XR 数据，目前全球人口已增长至约 80 亿，预计至 2035 年，全球人口将接近 89 亿。根据世界卫生组织 2019 年发布的《世界视力报告》，全球视力受损或失明人群超 22 亿人，占全球人口总数约 28%，以近视人群为主体。随着手机、电脑、游戏机等消费电子产品的不断普及，预计全球近视人数还会随着人口的增长不断增加，至 2035 年全球近视人口或超过 27 亿。因此，全球视光矫正的需求非常庞大。此外，由于眼部保护意识提高、旅游业的恢复、社交媒体的影响以及气候变化和生活方式多样化的大趋势，消费者对保护眼睛和眼镜装饰的需求不断提高，对各类眼镜产品的购买需求不断增长。

中国市场方面，随着近视人群、老龄化人口增加，以及消费水平的提升和消费观念的转变，消费者对眼镜产品的需求从基本功能性向时尚、健康、智能等多功能方向发展，推动了市场规模的扩大，预计到 2027 年，中国眼镜产品市场零售额将达到 1,245 亿元，2023 年至 2027 年的年均复合增长率预估约为 9.6%，尤其在离焦眼镜、运动眼镜、成人渐进眼镜市场将表现出较好的增长态势。

因此，发行人所处眼镜零售市场前景良好、市场空间较大，广阔的市场空间为发行人本次募投项目的新增产能消化提供了市场基础。

同时，针对新增产能，发行人基于相关因素，将采取措施保障本次募投项目的产能消化能力，具体包括：

①深化打造渠道品牌优势，为本次募投项目实施提供有力支撑

消费者对眼镜渠道和产品的品牌形象、产品质量和功能性等关注度日益提升，良好的品牌知名度是进一步推广发行人产品、扩大发行人市场占有率的重要保障。发行人自 2014 年起连续 10 年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营 50 强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度。同时，发行人自成立以来一直注重差异化品牌定位，打造六大品牌以满足不同消费者的多层次需求。为进一步提高发行人的品牌影响力，发行人将持续优化门店品牌体系化建设，开展多元化品牌营销活动，实现品牌效应和连锁优势，进一步夯实发行人在眼镜零售领域的领先地位。此外，发行人拟通过项目二的实施加大品牌建设投入，进一步提高品牌知名度与市场影响力，巩固提升发行人的市场地位。

因此，发行人将通过深化打造品牌优势，为本项目的实施、新增产能的消化提供有力支撑。

②进一步提升数字化信息水平及供应链管理能力和组织保障

经过多年发展，截至报告期末，发行人已在全国范围内的 25 个省、市、自治区拥有 569 家门店，积累了丰富的连锁眼镜门店运营管理经验、线上线下场景融合推广营销经验，在跨区域门店的管控力、复制力、品牌建设等方面具有突出优势。发行人计划对业务中台进行数字化升级改造，打通门店基础经营数据、商品数据、订单数据及库存数据等，确保各部门及各系统之间的数据互通与共享，提升数据流转效率与准确性，为发行人经营决策、营销推广、供应链管理等方面提供数据支撑，提升发行人运营管理水平。发行人将全面提升供应链管理的智能化水平，从供应商管理、采销管理、仓配管理到客户服务等多个维度进行升级优化，进一步实现供应链信息的共享与协同。

因此，发行人将通过进一步提升数字化信息水平及供应链管理能力和组织保障。

③进一步丰富优质门店选址资源，为本次募投项目建设提供有力支持

眼镜零售门店作为消费者购买眼镜产品最主要的渠道，其选址至关重要。发行人根据多年的选址经验和大数据分析，已建立了一整套完善的门店选址方法。

发行人在新开门店选址过程中会进行充分论证，重点考虑城市商业氛围、城市消费能力、商圈成熟度、商业环境消费力水平、竞争对手情况、店面合作条件、经营预期以及对现有门店的影响等因素。发行人未来将持续扩展深化与大型商超集团、免税企业、医疗机构等的战略合作关系，进一步丰富发行人的优质选址资源，为本次募投项目建设提供有力支持。

④本次募投项目的门店建设速度较为合理，新建门店渐进式投入运营

结合发行人历史开店数据，本次募投项目规划的门店建设速度符合发行人近年来的开店节奏，门店扩展速度较为合理。发行人本次募投项目将稳步实施，新建门店的投入运营将呈渐进式释放，发行人产能消化存在一定周期。通过梳理对比连锁消费类上市公司新建门店情况，发行人的门店扩张比例处于合理水平。

因此，本次募投项目规划符合发行人发展的商业规律，不存在过度扩张的风险，亦不存在过度融资的情况。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，从眼镜产品使用寿命、地区市场需求、发行人报告期内闭店情况及销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议等因素来看，项目一建设属于依据发行人战略规划进行的业务扩张，门店建设数量是基于发行人目前门店布局结构和历史建设节奏而确定，不存在重复建设的情形；发行人装修费、仪器设备投入较为审慎、合理。由于眼镜产品需求持续增长，市场空间较大，本次募投项目门店建设速度合理，发行人已具备的相关优势及拟采取的相关措施等可以保障本次募投项目的实施和新增产能的消化，项目建设具备必要性、合理性，不存在过度融资的情况。

四、各募投项目是否属于需要前置审批特许经营的业务，相关实施主体已获取的资质是否已完整覆盖其预计开展业务范围，相关人员配备是否已获取相应资质，募投项目实施是否存在实质障碍。

（一）核查程序

1、查阅了发行人本次可转债募投项目可行性研究报告，了解本次募投项目的具体情况，并就相关情况对发行人相关负责人员进行了访谈确认，取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅了《医疗器械经营监督管理办法》《卫生部关于加强医疗机构验配角膜塑形镜管理的通知》《眼镜制配计量监督管理办法》等相关规定以及眼镜行业相关服务技术规范。

3、登录国家药品监督管理局官网之医疗器械分类目录查询，以确认发行人眼镜门店销售产品是否涉及第三类医疗器械。

4、就发行人眼镜门店是否取得《医疗器械经营许可证》以及相关配备人员是否具备相应资质等事项对发行人相关负责人员进行了访谈确认，核查了发行人眼镜门店持有的《医疗器械经营许可证》并对相关配备人员的资质进行了抽查。

（二）核查内容

发行人本次募投项目包括连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目以及补充流动资金，前述项目均不涉及需要前置审批特许经营的业务，相关实施主体及配备人员应取得相关资质的均已取得，具体如下：

1、连锁眼镜门店建设及升级改造项目

根据《连锁眼镜门店建设及升级改造项目可行性研究报告》，该项目计划新建门店及升级改造部分现有门店，前述门店主要从事光学眼镜、成镜系列产品、隐形眼镜系列产品及眼健康周边产品的销售，同时为消费者提供验光配镜、佩戴调试及视光服务等服务。

（1）关于医疗器械销售

根据《医疗器械经营监督管理办法》，经营第三类医疗器械实行许可管理，经营企业应当向药品监管部门提出申请，经批准并取得《医疗器械经营许可证》后方可从事第三类医疗器械经营业务。

根据发行人的说明，并经本所律师登录国家药品监督管理局官网之医疗器械分类目录查询确认，发行人拟新建及升级改造的门店所计划销售的产品中，隐形眼镜及相关护理产品、角膜塑形镜属于第三类医疗器械，从事前述产品的销售需取得《医疗器械经营许可证》。

根据发行人的说明并经本所律师核查，发行人现有门店涉及销售隐形眼镜及相关护理产品、角膜塑形镜的，均已取得《医疗器械经营许可证》，经营方式为零售，拟新建的门店未来将在取得相关资质的前提下开展业务。

（2）关于验配业务及其他服务

经检索相关法律法规并经发行人确认，从事眼镜产品（角膜塑形镜除外）的验配业务及其他服务不需要取得前置许可或相关资质，根据《卫生部关于加强医疗机构验配角膜塑形镜管理的通知》，从事角膜塑形镜验配业务的机构需要具有《医疗机构执业许可证》，且应配备有执业医师及技师。

根据发行人的说明，发行人仅在与医疗机构合作开设的视光中心门店开展角膜塑形镜的零售业务，不涉及角膜塑形镜的验配业务，该等验配服务由合作医疗机构提供，发行人无需取得相应资质许可。

（3）关于从事验配服务的人员

根据《眼镜制配计量监督管理办法》，眼镜制配是指单位或者个人从事眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜的生产、销售以及配镜验光、定配眼镜、角膜接触镜配戴等经营活动，眼镜制配者应当配备经计量业务知识培训合格的专（兼）职计量管理和专业技术人员，负责眼镜制配的计量工作。

经检索相关法律法规、行业标准及技术规范，根据发行人的说明并经本所律师核查，眼镜产品的验配人员应具备相应的验光资格。发行人涉及眼镜产品验配的门店均已配置具备相应资格的人员，发行人将根据相关要求，为未来拟新建的门店配置具备相应资质的人员。

基于上述，本所律师认为，发行人“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”不涉及需要前置审批特许经营的业务，发行人现有门店中涉及第三类医疗器械销售业务的，均已取得《医疗器械经营许可证》，拟新建的门店未来将在获取相关资质的前提下开展业务。发行人涉及眼镜产品验配的门店均已配置具备相应资格的人员，发行人将根据相关要求，为未来拟新建的门店配置具备相应资质的人员。

2、总部运营管理中心及品牌建设项目

根据《总部运营管理中心及品牌建设项目可行性研究报告》，本项目拟在发行人总部深圳市购置办公场所作为总部运营管理中心，同时拟在深圳、北京、上海等地核心商圈租赁场地设立品牌体验中心，以及通过品牌战略咨询服务、线上线下广告推广、线下活动等进行品牌推广。

根据发行人的说明，品牌体验中心是发行人主要用于品牌宣传推广的概念门店，涉及隐形眼镜及相关护理产品等第三类医疗器械产品销售，以及眼镜产品（角膜塑形镜除外）的验配业务。截至本补充法律意见书出具之日，品牌体验中心尚

未开展建设，未来将在取得《医疗器械经营许可证》后从事相关第三类医疗器械产品销售工作，并将根据要求配置具备相应验配资质的人员。

品牌建设中的线上线下广告推广内容主要为发行人通过在线上及线下发布广告的方式，对发行人品牌及相关产品合作方品牌进行宣传推广，不涉及需要前置审批特许经营的业务。

基于上述，本所律师认为，发行人“总部运营管理中心及品牌建设项目”不涉及需要前置审批特许经营的业务，该项目中拟建设的品牌体验中心将根据要求配备具备相应资质的人员，其中未来涉及第三类医疗器械销售业务的，将在取得《医疗器械经营许可证》后从事相关业务。

3、数字化平台升级建设项目

根据《数字化平台升级建设项目可行性研究报告》，本项目将基于发行人现有的数字化基础，进一步升级和完善业务支持和管理系统，加强 IT 基础设施建设以及加大数据安全投入。

基于上述，本所律师认为，发行人“数字化平台升级建设项目”不涉及需要前置审批特许经营的业务。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人本次募投项目“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”、“总部运营管理中心及品牌建设项目”、“数字化平台升级建设项目”以及补充流动资金均不涉及需要前置审批特许经营的业务。

2、发行人现有门店中涉及第三类医疗器械销售业务的，均已取得《医疗器械经营许可证》，拟新建的门店未来将在取得相关资质的前提下开展业务；发行人涉及眼镜产品验配的门店均已配置具备相应资格的人员，发行人将根据相关要求，为未来拟新建的门店配置具备相应资质的人员；发行人“数字化平台升级建设项目”不涉及需要取得相关资质的情形。因此，本次募投项目的实施不存在实质障碍。

五、结合项目用地计划，基地建设的设计规划、人均面积、具体用途，说明项目二建筑面积是否与项目人员规模匹配，相关建设的必要性和规模的合理

性；如涉及厂房建设，列示具体厂房建设计划并说明是否仅自用，本次募投项目的其他项目是否涉及上述情况。

（一）核查程序

1、查阅了发行人本次可转债募投项目可行性研究报告，了解项目二的建设内容，并就相关建设的必要性和规模的合理性取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅了发行人办公场所租赁合同，并检索了相关上市公司公告的首次公开发行股票招股说明书等文件。

（二）核查内容

1、结合项目用地计划，基地建设的设计规划、人均面积、具体用途，说明项目二建筑面积是否与项目人员规模匹配，相关建设的必要性和规模的合理性

项目二的建设内容主要分为总部运营管理中心及品牌体验中心两部分，具体如下：

（1）总部运营管理中心

根据募投项目测算，项目二拟购置的总部运营管理中心场地建筑面积为4,500.00 m²，实用面积约为建筑面积的 60%，总部运营管理中心的具体功能区划情况如下：

单位：m²

主要内容	建筑面积	实用面积	具体用途	与发行人主营业务的关系
办公区	3,100.00	1,860.00	将多地办公场所集中办公，改善目前办公环境，实现总部统一管理	作为总部核心运营管理枢纽，承担发行人业务管理、战略规划等功能，如采购计划制定、门店销售数据监控、供应链协调、财务结算等，是保障全渠道零售业务高效运转的基础支撑
会议室	300.00	180.00	扩充会议室数量和面积，满足各个部门的会议需要	内部承载产品策划、渠道谈判、直营与加盟门店的选址评审等关键场景，外部用于品牌路演、功能性镜片体验发布及与供应商、客户沟通，促进销售收入转化落地。通过内部协同与外部链接的双重功能，持续提升发行人零售网络的运营效率与品牌溢价
培训中心及产学研基地	280.00	168.00	（1）门店验光师统一培训 （2）新验光设备、新产品教学培训	聚焦提升零售服务能力，针对员工开展验光技术、产品知识、销售技巧等培训，保障门店服务质量；通过与高校、科研机构合作，

主要内容	建筑面积	实用面积	具体用途	与发行人主营业务的关系
			（3）与医院、高校等的产学研基地	优化验光技术，增强产品竞争力，为零售端提供差异化卖点
总部展厅	450.00	270.00	（1）最新时尚眼镜及功能性镜片产品、最新科技验光技术体验专区 （2）最新智能眼镜产品体验专区 （3）发行人发展历程及公司文化展区	集中陈列新款眼镜及明星产品，通过接待上下游合作伙伴参观强化品牌认知，并通过现场互动收集客户对款式、功能的偏好反馈，指导零售端的产品选型与陈列策略。同时通过品牌历史和文化传播，强化客户对品牌的专业认知与情感认同，提升复购率和品牌忠诚度
直播基地	220.00	132.00	抖音等平台电商直播间、线上作战指挥中心	契合新零售趋势，通过直播直观展示眼镜佩戴效果、功能特性，直接触达线上消费者并引导下单，拓展零售渠道，与线下门店形成“线上引流+线下体验”的业务协同
其他配套功能区	150.00	90.00	其他配套功能区，如机房、档案室、茶水间等	通过优化办公环境提升员工效率，间接保障总部对零售业务的管理与支持能力，属于业务顺畅运转的“后勤保障”
合计	4,500.00	2,700.00	--	--

根据发行人的说明，发行人总部常驻办公人员约 280 余人，目前发行人总部租赁办公面积（指总部职能部门办公场所的合计使用面积，不含非总部职能的仓储面积）约为 2,680 m²，折合人均使用面积约 9.57 m²。本次拟购置办公场所的实际使用面积约为 2,700 m²，人均使用面积约为 9.64 m²。本项目中总部办公场地人均使用面积由现有租赁场地的 9.57 m² 提升至购置场地的 9.64 m²，增幅较小，主要是出于项目投资建设谨慎性角度出发，但从空间功能性优化、长期发展适配性及发行人运营稳定性角度来看，项目二实施具备必要性，具体如下：

①当前租赁办公场地受限于租赁物业的固定格局，在会议室、培训区、总部展厅等功能性区域的规划上存在结构性瓶颈，导致实际空间使用效率难以提升。通过购置办公场所并科学动线设计与空间规划，在人均面积微幅提升的基础上，可有效增加公共协作区域、培训中心及产学研基地、直播基地等配套设施占比，解决现有租赁场地因功能分区不足导致的办公体验下降与运营效率制约问题。

②随着发行人业务规模扩大及团队扩容，现有租赁场地缺乏前瞻性预留空间，未来人员增长可能导致人均面积进一步压缩，通过购置办公场所及合理容积率规划，可满足未来人员扩张需求，避免频繁搬迁对发行人经营管理的干扰。

③从企业形象与长期资产配置角度，自有办公场地有助于增强客户信任度与人才吸引力，提升总部枢纽功能的稳定性，为发行人战略落地提供坚实保障。

发行人总部已在租赁场地内设置员工培训基地、展厅、直播基地等功能场所。其中，培训板块配备专用培训教室、验光实操室等多个专业场地，总面积约 240 m²，发行人未来将在新购置办公场地中继续设置培训中心及产学研基地，进一步提升员工培训效果与专业能力；展厅方面，发行人现已使用约 200 m² 场地进行展厅布置，主要推介展示发行人最新时尚眼镜及功能性镜片产品、发展历程及企业文化；直播方面，发行人在深圳设有两个直播间，总面积约 70 m²，分别服务于博镜电商、抖音本地生活服务的日常运营，通过线上平台推动发行人产品销售。发行人计划在总部运营管理中心内设立直播专区，助力线上业务的进一步拓展。

根据发行人的业务规划，随着未来智能眼镜、线上零售、门店拓展及产业链投资等业务发展，发行人将进一步引入新员工，预计发行人总部未来的办公人员将在 300 人左右，届时拟购置办公场所的人均使用面积将约为 9.00 m²。

经梳理部分零售行业上市公司的办公楼使用情况，相关公司的人均办公面积情况如下：

序号	公司名称	人均办公面积情况
1	萃华珠宝	公司房屋建筑物中为办公用途的房屋面积 2,285 m ² ，员工情况中管理人员和技术人员数量合计 154 人，人均办公面积约 14.84 m ²
2	周大生	（1）募投项目“研发设计中心项目”规划在深圳市购置 1,200 m ² 办公楼作为研发设计中心场地，同时分别租赁 200 m ² 和 120 m ² 的办公场地来进行周大生•TTF 设计工作室的建设、支持总部产品部，规划面积总计 1,520 m ² ，新增人力投入 218 人，人均办公面积约 6.97 m ² ； （2）截至招股说明书签署日，公司没有自有房产，租赁房产中为办公用途的房屋面积合计 10,842.53 m ² ，员工情况中管理人员和款式设计人员数量合计 1,022 人，人均办公面积约 10.61 m ²
3	莱绅通灵	募投项目“设计中心建设项目”规划场地面积为 200 m ² ，新增设计中心人员 23 人，人均办公面积约 8.70 m ²
4	周六福	截至招股说明书签署日，公司房屋建筑物中拥有产权的办公用房及租赁办公场所合计面积 8,906.46 m ² （不包含周六福标记为厂房、宿舍的部分）；截至 2019 年 6 月 30 日，员工数量合计 948 人，人均办公面积约 9.40 m ²
5	菜百股份	截至招股说明书签署日，公司房屋建筑物中拥有产权的办公用房及租赁办公场所合计面积 18,527.90 m ² （自有用于办公的房产 17,484.53 m ² ，租赁用于办公的房产 1,043.37 m ² ）；截至 2020 年末，员工数量合计 1,023

序号	公司名称	人均办公面积情况
		人（所有员工）；人均办公面积约 18.11 m²
6	新华都	募投项目“研发中心建设项目”规划购置办公场地共计 2,000 m²，其中开发环境及独立办公室 1,249 m²，机房、会议室及其他面积 751 m²。新增研发实施人员 43 人，加上转移当前北京办公场约 40 名数据营销和数据中心人员，合计办公人员 83 名，人均办公面积约 15.05 m²（不含机房、会议室及其他面积）。

由上表可知，上述零售行业上市公司的人均办公面积在 6.97-18.11 m² 之间。发行人项目二拟建设的办公场所，人均办公面积约在 9.00 m²-9.64 m² 之间，处于合理范围内，建设规模较为合理。

（2）品牌体验中心

品牌是企业重要的无形资产，体现了企业的市场地位和核心竞争力。良好的品牌知名度不仅是推广企业产品、扩大市场占有率的关键，也是企业持续增长和长期发展的保障。经过近三十年的积累，发行人已拥有 President optical、博士眼镜、Boojing、zèle、砦、ZORRO 等多个渠道零售品牌，建立了较高的品牌认知度。

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，发行人拟选择在经济更发达、对高科技产品接受度更高的深圳、北京和上海等地的核心商圈建设品牌体验中心，并通过品牌战略咨询与广告推广，进一步提升发行人在全国范围内的品牌认知度。品牌体验中心将结合创新设计和智能化体验，构建一个全方位、沉浸式、全品类 SKU 的品牌体验空间。除传统眼镜的深度体验和品牌宣传外，品牌体验中心还将通过打造智能眼镜的深度体验和个性化场景，帮助消费者更好理解智能眼镜的价值和应用场景，进一步推动智能眼镜渗透率快速提升，助力智能眼镜销售。同时，品牌体验中心还将通过优质服务与消费者建立深度联结，让顾客获得独特的体验感，深入了解品牌，培植品牌信任度。品牌体验中心项目的建设不仅能加速智能眼镜的市场培育，抢占智能眼镜领域的发展先机，还能提升发行人品牌的认知度和市场影响力，从而进一步提升企业价值，拓展新的市场。

经查询公开信息，市场案例中，部分公司将培训中心、展厅、直播基地、品牌形象体验中心等功能作为募投项目建设内容的一部分，具体情况如下：

序号	公司简称	项目名称	拟使用募集资金金额(万元)	募集资金总额(万元)	占比(%)	募投项目建设内容包含	具体内容	审核状态
1	思瑞浦 (688536.SH)	临港综合性研发中心建设项目	143,821.73	375,953.25	38.26	培训中心	场地建设包括办公区和会议室、实验室、数据中心、技术培训中心、办公配套区、地下车库以及其他建筑公共区域； 技术培训中心主要用于研发人员的技术培训	已注册
2	嘉环科技 (603206.SH)	研发及培训中心建设项目	25,071.10	103,357.20	24.26	培训中心	本项目拟投资建设研发和培训中心，将通过购置先进的研发及培训软硬件设备，投入研发及培训服务费用，提升公司技术研发实力和培训业务服务实力	已注册
3	安井食品 (603345.SH)	品牌形象及配套营销服务体系建设项目	30,000.00	574,000.00	5.23	培训中心	该项目主要包括品牌强化升级、驻外机构升级、电商运营部建设、营销培训中心建设、广告投入、营销渠道终端建设投入等	已核准
4	信捷电气 (603416.SH)	营销网点及产品展示中心建设项目	10,882.11	38,578.48	28.21	展厅	本项目将在杭州、福州、台州、汕头、连云港、宿迁、石家庄、唐山、秦皇岛等地区建立和升级共计 3 个展厅、5 个成品仓库及 21 个办公室以增强公司自有品牌产品推广力度,拓宽品牌渠道,提升品牌影响力	已注册
5	协创数据 (300857.SZ)	协创数据深圳研发中心建设项目	6,051.60	71,879.50	8.42	展厅	建设内容为日常实验室、研发办公及产品展厅建设	已注册
6	德艺文创 (300640.SZ)	数字化展示中心及智能零售终端建设项目	10,908.25	13,408.25	81.35	展厅	打造数字化展厅，利用数字孪生、人工智能等技术建立数字化样品库和展厅，打破时间、空间的障碍，在有限的空间内随时随地向海内外客户展示产品和服务，为其提供身临其境的体验，提升整体经营效率	已注册
7	浙文互联 (600986.SH)	直播及短视频智慧营销生态平台项目	30,180.55	80,000.00	37.73	直播间	本项目为多种营销服务形式的集合，主要目的是集合公司现有短视频内容制作能力、流量运营能力、第三方优质主播挖掘能力等为客户在直播及短视频两个广告领域提供全链路服务	已注册
8	宣亚国际 (300612.SZ)	全链路沉浸式内容营销平台项目	15,800.00	29,490.33	53.58	直播间	公司通过本项目的实施，将建设 6 个行业领先的 XR 虚拟直播中心以及 14 个实景直播中心，每个虚拟直播中心包含 1 个虚拟直播间，每个实景直播中心包含 2 个实景直播间	已注册

序号	公司简称	项目名称	拟使用募集资金金额(万元)	募集资金总额(万元)	占比(%)	募投项目建设内容包含	具体内容	审核状态
9	曼卡龙 (300945.SZ)	全渠道珠宝一体化综合平台建设项	33,970.12	71,600.00	47.44	直播间	主要为相应销售推广曼卡龙珠宝产品的直播间的新增扩充以及相关曼卡龙珠宝营销内容制作的软件、硬件和人员补充	已注册
10	科大国创 (300520.SZ)	数字营销网络建设项目	4,441.92	81,154.80	5.47	品牌体验中心	升级总部营销中心、增设/升级区域营销服务中心，旨在扩大公司品牌影响力，进一步提升服务响应能力	已注册
11	曼卡龙 (300945.SZ)	“慕璨”品牌及创意推广项目	8,787.93	71,600.00	12.27	品牌体验中心	本项目将在华东、华中、华北、西南、西北地区的核心商圈建立6家品牌及创意推广体验中心作为品牌推广和服务的场所	已注册
12	紫燕食品 (603057.SH)	品牌建设及市场推广项目	8,000.00	56,520.32	14.15	品牌体验中心	本项目拟使用募集资金用于品牌建设、天猫/京东旗舰店推广及渠道建设，提升公司品牌影响力和消费者认知度，拓展营销渠道，挖掘潜在客户群体，提升市场份额	已注册
平均占比					29.70	--	--	--

发行人本次募投项目中总部运营管理中心及品牌建设项目的投入金额占募集资金总金额的比例为 18.67%，占比较小，低于上表中上市公司类似建设内容投入金额占募集资金总额的比例均值。

根据发行人的说明，项目二的建设拟实现以下目标：

①提高发行人经营管理效率

随着业务规模的持续扩展和职能部门的不断细化，发行人员工数量不断增加，目前发行人租赁的办公场地已不能满足日益增长的经营需要，影响了发行人的运营效率。发行人总部位于深圳市罗湖区，目前办公场所均为租赁且分散在多处，分散的办公模式不利于内部紧密沟通与协作，也不能满足发行人持续发展的内在管理需求。项目二计划购置地理位置优越、配套设施完善、交通便利的办公场所，以实现总部各部门集中办公，提升内部协同效率，打造高效、稳定的工作环境，为发行人可持续发展提供基础保障。同时，拟购置的新办公场所有利于发行人未来容纳更多新增人员，将进一步提升发行人整体形象，增强合作方的认可度。

②实现降本增效

根据项目二可行性研究报告测算，发行人购置办公场所的年折旧摊销额预计为 403.42 万元，发行人 2024 年度租赁办公场所的年租金为 490.58 万元。从经济效益角度分析，项目二拟购置的房产预计年折旧摊销费用低于目前办公场所的年租金，发行人自购房产替代现有租赁房产作为总部运营管理中心更具有经济效益，有利于发行人降本增效。

③增强发行人业务开展的稳定性

发行人总部目前办公场所均为租赁，若长期依赖租赁方式经营业务，可能面临租赁场地被收回、租赁期满后难以续租以及租金费用持续攀升等潜在风险，给发行人的正常运营带来不便和不确定性。通过购置固定办公场所，发行人能够为员工提供独立且稳定的办公环境，有助于发行人进行长期的场地规划与布局，并提升业务发展的稳定性与持续性，为发行人的长期发展奠定坚实基础，在稳定的环境中专注于核心业务，实现战略目标。

④全方位提升发行人品牌影响力

品牌是发行人重要的无形资产，体现了企业的市场地位和核心竞争力。发行人自设立以来高度重视品牌建设，积极打造差异化的品牌矩阵，进行多层次市场布局，已建立起较高的品牌认知度。为进一步提升发行人品牌影响力，项目二拟选择深圳、北京、上海等地核心商圈的优越位置，结合创新设计和智能化体验，打造全品类 SKU 的品牌体验中心。品牌体验中心将从设计感、体验感、个性化场景打造等方面，形成与智能眼镜深度体验的多维度功能布局，构建一个全方位、沉浸式的品牌体验空间。通过设计各种触点和交互模式，以及优质专业的服务，打造差异性品牌特色，让顾客获得独特的体验感，深入了解发行人品牌，形成深刻的品牌认知。

2、如涉及厂房建设，列示具体厂房建设计划并说明是否仅自用，本次募投项目的其他项目是否涉及上述情况

根据发行人本次可转债募投项目可行性研究报告，本次募投项目不涉及厂房建设，拟购买的办公场地拟全部用于自用，不存在对外出售或出租的计划。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、项目二的建筑面积与项目人员规模匹配，建设规模合理。同时，该项目的实施可以优化发行人运营管理环境、提高发行人经营管理效率，有利于发行人

实现降本增效、增强发行人业务开展的稳定性，并有助于全方位提升发行人品牌影响力，项目建设具有必要性。

2、本次募投项目不涉及厂房建设，拟购买的办公场地拟全部用于自用，不存在对外出售或出租的计划。

六、补充说明前次募投项目调整、变更、终止等变动的原因及合理性，是否已按规定履行相关审议程序与披露义务，是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正，或者未经股东大会认可的情形。

（一）核查程序

1、登录巨潮资讯网，检索发行人募集资金项目的相关公告。

2、取得了发行人出具的书面说明，核查了发行人历次募投项目调整、变更相关的董事会、监事会文件、独立董事意见以及保荐机构中德证券有限责任公司出具的《关于公司变更部分募集资金投资项目实施地点的核查意见》《关于博士眼镜连锁股份有限公司变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的核查意见》。

3、查阅了发行人历次募投项目调整、变更时适用的与募投项目相关的规定。

（二）核查内容

1、前次募投项目调整、变更等事项的原因及合理性

经本所律师核查，本次发行前，除 2017 年首次公开发行上市募集资金外，发行人不存在其他募集资金的情形。发行人首次公开发行募投项目中，“营销服务平台建设项目”和“信息化建设项目”存在调整、变更的情形，具体如下：

（1）第一次变更

发行人于 2018 年 10 月 25 日召开第三届董事会第九次会议及第三届监事会第九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的议案》，决定将“营销服务平台建设项目”中直营店建设的实施地点由原计划 15 个省（自治区、直辖市）变更为 13 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变，仍为 278 家。

根据发行人的说明，由于市场环境发生了变化，发行人结合实际经营情况及业务发展的需要，经过认真研究论证，发现“营销服务平台建设项目”中直营店

建设先前确定的部分实施地点已不能适应市场环境的变化，调整该项目部分实施地点将更有利于项目顺利推进。

（2）第二次变更、第一次延期

发行人于 2020 年 3 月 9 日召开第三届董事会第二十次会议及第三届监事会第十九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及募集资金投资项目延期的议案》，决定将“营销服务平台建设项目”中直营店建设的实施地点由 13 个省（自治区、直辖市）变更为 17 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变，仍为 278 家；同时，发行人对“营销服务平台建设项目”及“信息化建设项目”进行延期，将两个项目达到预定可使用状态的日期由 2020 年 3 月 14 日调整至 2021 年 8 月 31 日，项目实施主体、募集资金投资用途、项目投资总额及投资规模不变。

根据发行人的说明，“营销服务平台建设项目”实施过程中，发行人根据市场发展状况，并结合开设直营店的反馈及后续业务发展的需要，对该项目的实施地点作出了适当调整，以提高对市场的反应速度，积极推进公司营销网络的建设和布局。同时，随着国家宏观经济增长放缓，零售市场的增长趋于平缓，与预计的市场增速变化较大，每年开店速度过快，会导致投资效益逐步降低，投资风险逐步加大，因此，放缓了该项目的实施进度。关于“信息化建设项目”，由于从研发到方案讨论、方案确定再到最后的开发、测试、上线，需要较长的时间周期，因此进行了延期。

（3）第三次变更、第二次延期

发行人于 2021 年 6 月 11 日召开第四届董事会第五次会议及第四届监事会第六次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的议案》，决定将“营销服务平台建设项目”中直营店建设的实施地点由 17 个省（自治区、直辖市）变更为 16 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变，仍为 278 家。同时，发行人对“营销服务平台建设项目”进行了延期，将该项目达到预定可使用状态的日期由 2021 年 8 月 31 日调整至 2021 年 11 月 30 日，项目实施主体、募集资金投资用途、项目投资总额及投资规模不变。

根据发行人的说明，本次“营销服务平台建设项目”变更实施地点系发行人根据市场环境变化及公司发行人业务发展需要而进行的必要调整，符合发行人公

司实际经营情况和项目运作需要。同时，为适应市场环境变化而对营销服务平台建设项目进行延期，系根据募集资金投资项目实施的实际情况所做出的谨慎决策，有利于公司的战略发展和合理的布局。

2、前次募投项目调整、变更、终止等变动是否已按规定履行相关审议程序与披露义务，是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正，或者未经股东大会认可的情形

经本所律师核查，发行人前次募投项目历次变动已履行相关审议程序与披露义务，具体如下：

（1）第一次变更

发行人于 2018 年 10 月 25 日召开第三届董事会第九次会议及第三届监事会第九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的议案》，独立董事、监事会就该议案发表了明确同意意见。次日，发行人披露了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的公告》及保荐机构中德证券有限责任公司出具的《关于公司变更部分募集资金投资项目实施地点的核查意见》。

根据其时有效的《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》第 6.4.7 条，上市公司改变募集资金投资项目实施地点的，应当经董事会审议通过，并在二个交易日内公告，说明改变情况、原因、对募集资金投资项目实施造成的影响以及保荐机构出具的意见。

因此，募投项目第一次变更已按规定履行了相关审议程序与披露义务。

（2）第二次变更、第一次延期

发行人于 2020 年 3 月 9 日召开第三届董事会第二十次会议及第三届监事会第十九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及募集资金投资项目延期的议案》，独立董事、监事会就该议案发表了明确同意意见。次日，发行人披露了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及募集资金投资项目延期的公告》及保荐机构中德证券有限责任公司出具《关于博士眼镜连锁股份有限公司变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的核查意见》。

根据其时有效的《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》第 6.4.7 条，上市公司改变募集资金投资项目实施地点的，应当经董事会

审议通过，并在二个交易日内公告，说明改变情况、原因、对募集资金投资项目实施造成的影响以及保荐机构出具的意见。

其时有效的《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》及《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015年修订）》，均未要求募投项目延期应当履行相关审议程序与披露义务。

因此，募投项目第二次变更及第一次延期已按规定履行相关审议程序与披露义务。

（3）第三次变更、第二次延期

发行人于2021年6月11日召开第四届董事会第五次会议及第四届监事会第六次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的议案》，独立董事、监事会就该等议案发表了明确同意意见。次日，发行人披露了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的公告》及保荐机构中德证券有限责任公司出具的《关于博士眼镜连锁股份有限公司变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的核查意见》。

根据其时有效的《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2020年修订）》第6.3.5条，上市公司改变募集资金投资项目实施地点及调整募集资金投资项目计划进度的，应当经董事会审议通过，并由独立董事、监事会以及保荐机构或者独立财务顾问发表明确同意意见。

因此，募投项目第三次变更、第二次延期已按规定履行相关审议程序与披露义务。

（4）是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正或者未经股东大会认可的情形

经本所律师登录巨潮资讯网检索发行人募投项目相关的公告，并经发行人确认，发行人不存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正或者未经股东大会认可的情形。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，发行人前次募投项目历次变更、调整具有合理性，已按规定履行相关审议程序与披露义务，不存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正或者未经股东大会认可的情形。

《审核问询函》问题 3：

根据申报材料，公司存在线上销售模式，通过在天猫、京东、拼多多、得物等电商平台上开设官方旗舰店、官方商城等方式向消费者销售商品，也通过美团、大众点评等 O2O 平台和抖音、快手等兴趣电商平台宣传产品信息、引导顾客到店体验等。本次募投项目中“总部运营管理中心及品牌建设项目”涉及直播基地建设。

公司经营范围包括企业管理、经济信息、投资、商品信息、信息技术的咨询服务、企业形象策划；化妆品及卫生用品零售及批发，健康咨询、养生保健服务，第一类、第二类医疗器械销售、第三类医疗器械经营，药品批发、药品零售、保健食品（预包装）销售。发行人投资性房地产 2235.69 万元，系公司对外出租的旧办公楼使用权。

截至 2024 年 12 月末，发行人财务性投资占比为 6.76%，其他非流动金融资产余额合计 7033.55 万元，对无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）、成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）、成都高新眼视光眼科诊所有限公司未认定为财务性投资。

请发行人：（1）进一步说明公司及子公司是否存在互联网相关业务及经营的具体情况，是否从事提供、参与或与客户共同运营网站、APP 等互联网平台业务（包括已下架业务），是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”；如是，请说明是否符合相关规定，发行人行业竞争状况是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，并对照国家反垄断相关规定，说明发行人是否存在达到申报标准的经营者集中情形以及是否履行申报义务，是否按照行业主管部门有关规定开展业务。（2）说明发行人及本次募投项目是否包括面向个人用户的业务；如是，请说明具体情况，是否为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，是否存在收集、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，是否取得相应资质，是否合法合规。（3）发行人线上销售业务、各类咨询服务的经营模式和具体内容，是否涉及国家发改委《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关情形，发行人及本次募投项目是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域，如是，相关业务的主要内容及收入占比情况，是否按

照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规。（4）发行人及本次募投项目是否涉及经营医疗美容或医疗器械产品服务，是否存在美容服务、美容仪器销售等业务，上述业务所需具备的具体资质及取得情况、执业医师数量、日常经营是否合法合规，是否存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展是否符合相关规定要求。（5）公司是否持有住宅、商业用地、商业房产等，如是，说明取得上述房产、土地的方式和背景，是否涉及房地产开发相关业务，并说明本次募投项目是否用于房地产业务。（6）结合相关财务报表科目的具体情况，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第18号》《监管规则适用指引—发行类第7号》等相关规定。（7）相关科目为对外投资的，详细说明投资对象名称、认缴金额、实缴金额、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值等情况；对外投资未认定为财务性投资的，详细论证被投资企业与公司主营业务是否密切相关；投资标的主要业务为对外投资的，结合该投资标的对外（拟）投资企业情况、尚未使用完毕的认缴资金、持股目的等，说明未将该投资认定为财务性投资的原因及合理性；投资时点为自本次发行相关董事会前六个月至今的，说明是否涉及调减募集资金情形。

请保荐人和律师核查并发表明确意见。

回复：

一、进一步说明公司及子公司是否存在互联网相关业务及经营的具体情况，是否从事提供、参与或与客户共同运营网站、APP等互联网平台业务（包括已下架业务），是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”；如是，请说明是否符合相关规定，发行人行业竞争状况是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，并对照国家反垄断相关规定，说明发行人是否存在达到申报标准的经营者集中情形以及是否履行申报义务，是否按照行业主管部门有关规定开展业务。

（一）核查程序

1、查阅了发行人及其子公司在工业和信息化部政务服务平台 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统的域名、小程序备案情况。

2、访谈了相关业务负责人，了解了发行人互联网相关业务的模式及主要内容，取得了发行人出具的关于发行人及其子公司运营网站、应用程序、微信公众号、视频号及入驻第三方网络平台的情况说明，并登录前述网站、平台核实相关情况。

3、查阅了《中华人民共和国反垄断法》（以下简称“《反垄断法》”）、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称“《反垄断指南》”）和其他反垄断行政法规相关规定。

4、查阅了本次发行的募集说明书，取得了发行人出具的说明，了解了发行人主营业务行业分类及市场竞争情况，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形。

5、查阅了发行人报告期内定期报告及公告，取得了被收购主体收购上一会计年度财务报表，核查公司报告期内是否存在需要进行经营者集中申报的情形。

6、取得了发行人出具的说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询了发行人及其子公司是否存在因违反《反垄断法》和其他反垄断行政法规相关规定而受到行政处罚的情形。

（二）核查内容

1、**发行人及子公司互联网相关业务及经营的具体情况，发行人及其子公司是否从事提供、参与或与客户共同运营网站、APP 等互联网平台业务（包括已下架业务），是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”**

根据发行人的说明，发行人及其子公司所运营的网站主要用于企业及产品宣传等用途，不涉及具体业务经营活动；发行人主要通过其会员运营部及子公司江西新云程、镜联易购以及博镜（三亚）电子商务有限公司（以下简称“博镜三亚”）、南昌发轫光学实业有限公司（以下简称“南昌发轫”）及南昌维睛光学实业有限公司（以下简称“南昌维睛”）开展互联网相关业务，包括宣传展示、会员管理及线上销售等，具体情况如下：

（1）网站

根据发行人的说明，报告期内，发行人及子公司运营的主要网站情况如下：

序号	权利人	域名名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
----	-----	------	---------	------	-------------

序号	权利人	域名名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
1	发行人	doctorglasses.com.cn	粤 ICP 备 10090351 号-3	官网、企业宣传	否
2	镜联易购	jinglianyigou.com	浙 ICP 备 2021039411 号-1	官网、企业宣传	否
3	汉高信息	unionglasses.com	浙 ICP 备 07030499 号-1	官网、企业及产品宣传	否
4	汉高信息	hencego.com	浙 ICP 备 07030499 号-2	官网、企业及产品宣传	否

发行人及子公司运营上述网站主要用于企业及产品宣传等用途，不涉及具体业务经营活动，亦不涉及线上交流及付款的功能，不存在通过该等网站进行交易或撮合交易、信息交流等情形。因此，该等网站不属于《反垄断指南》中规定的互联网平台，发行人及子公司运营该等网站不构成《反垄断指南》项下的“平台经营者”或“平台内经营者”。

（2）微信公众号、视频号、小程序及社交媒体、O2O 平台、兴趣电商平台

根据发行人的说明，报告期内，发行人及子公司运营的主要微信公众号、视频号、应用小程序及入驻社交媒体、O2O 平台、兴趣电商平台的主要情况如下：

序号	运营主体	涉及平台	名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
1	发行人	微信小程序	博士眼镜官方商城	粤 ICP 备 10090351 号-5X	线上销售、会员管理	是
2	发行人	微信小程序	博士眼镜 DOCTOR	粤 ICP 备 10090351 号-4X	线上销售，已下架	否，数据已迁移至博士眼镜官方商城
3	发行人	微信公众号	博士眼镜 DOCTOR	不涉及	宣传展示、小程序引流	否
4	发行人	微信公众号	石人工眼镜	不涉及	品牌加盟	否
5	发行人	微信视频号	石人工眼镜	不涉及	品牌加盟	否
6	发行人	微信视频号	博士眼镜 DOCTOR	不涉及	宣传展示、门店引流	否
7	发行人	微博	博士眼镜官方微博	不涉及	宣传展示	否
8	发行人	小红书	博士眼镜	不涉及	宣传展示	否
9	发行人	小红书	President optical	不涉及	宣传展示	否
10	发行人	小红书	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	宣传展示	否

序号	运营主体	涉及平台	名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
11	发行人	美团及大众点评	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
12	发行人	美团外卖	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
13	发行人	饿了么	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
14	博镜三亚	微信小程序	博镜全球精选	琼 ICP 备 2024022341 号-1X	线上销售	是
15	博镜三亚	微信公众号	博镜全球精选	不涉及	宣传展示、小程序引流	否
16	博镜三亚	抖音	博士眼镜官方号	不涉及	线上销售	否
17	博镜三亚	抖音	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
18	博镜三亚	抖音	博镜 boojing 卖场店	不涉及	线上销售	否
19	博镜三亚	抖音	博士眼镜即时零售	不涉及	线上销售	否
20	博镜三亚	抖音	博镜 boojing 精选眼镜	不涉及	线上销售	否
21	博镜三亚	抖音	博镜 boojing 卖场店甄选眼镜	不涉及	线上销售，已停止运营	否
22	博镜三亚	小红书	博镜 boojing 眼镜	不涉及	宣传展示	否
23	博镜三亚	快手	博士眼镜	不涉及	线上销售	否
24	镜联易购	微信小程序	砫眼镜采购联盟	浙 ICP 备 2021039411 号-2X	线上销售	是
25	镜联易购	微信小程序	砫眼镜联盟	不涉及	线上销售，旧版已下架	否，数据已迁移至砫眼镜采购联盟
26	镜联易购	微信公众号	砫眼镜联盟	不涉及	品牌加盟	否
27	镜联易购	微信视频号	石人工联盟	不涉及	品牌加盟	否
28	汉高信息	微信公众号	杭州汉高企业	不涉及	系统测试	否
29	汉高信息	微信公众号	镜联服务商助手	不涉及	眼镜零售门店管理，已停止运营	否

序号	运营主体	涉及平台	名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
30	江西新云程	微信小程序	博士眼镜奥莱店	赣 ICP 备 2024024113 号 -1X	线上销售	是
31	江西新云程	支付宝小程序	博士眼镜	赣 ICP 备 2024024113 号 -2X	门店引流、天猫店引流	否
32	江西新云程	小红书	博士新云程眼镜	不涉及	线上销售	否
33	江西新云程	抖音	博士新云程眼镜专营店	不涉及	线上销售	否
34	南昌发轫	微信视频号	博士新云程	不涉及	线上销售，已停止运营	否
35	南昌发轫	小红书	视界研究所	不涉及	线上销售	否
36	南昌发轫	抖音	冠晰眼镜卖场店	不涉及	线上销售	否
37	南昌发轫	快手	欧拿发轫眼镜专卖店	不涉及	线上销售	否
38	南昌发轫	小红书	Calvin Klein 发轫眼镜	不涉及	宣传展示及线上销售	否
39	南昌维睛	抖音	Calvin Klein 维睛眼镜专卖店	不涉及	线上销售	否
40	南昌维睛	小红书	境晰设计师眼镜	不涉及	宣传展示及线上销售	否

上述部分微信公众号、视频号、小程序及社交媒体等平台存在下架、停止运营或引流的情况，具体如下：

①下架或停止运营的情况

序号	运营主体	涉及平台	名称	下架/停止运营时间	下架/停止运营原因	报告期内是否存在违法违规情形
1	发行人	微信小程序	博士眼镜 DOCTOR	2024 年 8 月	发行人启用新版小程序	否
2	博镜三亚	抖音	博镜 boojing 卖场店甄选眼镜	2025 年 5 月	业务规划调整	否
3	镜联易购	微信小程序	砦眼镜联盟	2024 年 7 月	镜联易购的业务模式调整	否
4	汉高信息	微信公众号	镜联服务商助手	2024 年 7 月		否
5	南昌发轫	微信视频号	博士新云程	2024 年 9 月	业务规划调整	否

②引流的情况

序号	运营主体	涉及平台	名称	引流方式
1	发行人	微信公众号	博士眼镜 DOCTOR	通过点击该公众号及推文中的链接，可进入博士眼镜官方商城小程序
2	发行人	微信视频号	博士眼镜 DOCTOR	通过短视频进行产品推荐，引导观众到线下门店消费或体验
3	博镜三亚	微信公众号	博镜全球精选	通过点击该公众号及推文中的链接，可进入博镜全球精选小程序
4	江西新云程	支付宝小程序	博士眼镜	通过该小程序可看到附近门店地址，亦可点击链接进入天猫博士眼镜官方旗舰店

发行人控股子公司镜联易购运营的“砫眼镜采购联盟”（包括其旧版“砫眼镜联盟”，下同）小程序，自 2021 年 10 月起至发行人收购镜联易购前主要用于经营采购联盟业务，即上游品牌供应商、经销商入驻小程序，通过小程序向眼镜零售门店进行产品批发销售。自 2023 年收购后，该小程序的用途逐渐从经营采购联盟业务转变为依托于发行人旗下的特许经营品牌石人工（砫）开展加盟经营活动，自 2024 年 7 月起已不存在第三方入驻商户通过该小程序向眼镜零售门店进行产品批发销售的情形，在此之前，“砫眼镜采购联盟”报告期内经营采购联盟业务的收入金额及其占发行人营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
采购联盟业务收入	7.49	12.56	64.21
发行人营业收入	120,281.61	117,586.55	96,223.70
占比	0.01%	0.01%	0.06%

报告期各期末，“砫眼镜采购联盟”小程序中完成注册的眼镜零售门店数量及活跃眼镜零售门店数量情况如下：

项目	2025 年 6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
活跃眼镜零售门店数量（家）	12	44	432	不适用
累计注册眼镜零售门店数量（家）	9,632	9,590	9,038	3,159

注 1：活跃眼镜零售门店指符合下述标准的门店：（1）自注册之日起每 365 天通过“砫眼镜采购联盟”小程序完成不少于 4 次货品交易，若至 2025 年末注册不满 365 天的，则每 30 天通过“砫眼镜采购联盟”小程序完成不少于 1 次货品交易；（2）各活跃眼镜零售门店首次完成注册后不得再次注册，以工商营业执照号作为确认标准。

注 2：因发行人 2022 年度尚未收购镜联易购，故未对 2022 年度末的活跃门店数量进行统计。

因此，“砫眼镜采购联盟”小程序在报告期内曾属于《反垄断指南》项下的“互联网平台”，运营该小程序的发行人子公司镜联易购曾属于“平台经营者”，具体而言，眼镜零售门店通过“砫眼镜采购联盟”小程序下单采购产品，镜联易购在眼镜零售门店下单后通知相应的上游品牌供应商、经销商发货。但小程序用途变更后，镜联易购已不再通过该小程序从事平台经营业务，仅依托该平台向用户提供产品或服务，该小程序仍在运营中，属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。报告期内，镜联易购不存在违法违规或受到行政处罚的情形。

除上述情况外，发行人及其子公司在微信平台上运营的其他微信公众号、视频号、小程序，在支付宝平台上运营的小程序及入驻社交媒体、O2O 平台、兴趣电商平台主要用于宣传展示、会员管理、引流以及线上销售，发行人及其子公司不属于该等平台的运营者，仅涉及依托该等平台向用户提供产品或服务，因此，属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。

（3）其他第三方电商平台

根据发行人的说明，报告期内，发行人及其子公司入驻其他主要第三方电商平台的情况如下：

序号	运营主体	涉及平台	店铺名称	主要用途	是否收集、存储个人数据
1	博镜三亚	得物	不涉及	线上销售	否
2	博镜三亚	拼多多	博镜服饰箱包专营店	线上销售	否
3	江西新云程	天猫	博士眼镜官方旗舰店	线上销售	否
4	江西新云程	京东	博士眼镜官方旗舰店	线上销售	否
5	江西新云程	拼多多	博士眼镜官方旗舰店	线上销售	否
6	江西新云程	得物	不涉及	线上销售	否
7	江西新云程	网易严选	不涉及	线上销售，已停止运营	否
8	南昌发轫	京东	发轫眼镜专营店	线上销售	否
9	南昌发轫	拼多多	不涉及	线上销售	否
10	南昌发轫	淘宝	大牌眼镜专区企业店	线上销售	否
11	南昌发轫	天猫	发轫隐形眼镜专营店	线上销售	否
12	南昌发轫	拼多多	发轫隐形眼镜专营店	线上销售	否
13	南昌发轫	得物	不涉及	线上销售	否
14	南昌发轫	天猫	酷宝仕旗舰店	线上销售	否
15	南昌维睛	天猫	欧拿眼镜旗舰店	线上销售	否
16	南昌维睛	天猫	calvinklein 维睛光学专卖店	线上销售	否
17	南昌维睛	拼多多	不涉及	线上销售	否
18	南昌维睛	淘宝	维睛眼镜店	线上销售	否

序号	运营主体	涉及平台	店铺名称	主要用途	是否收集、存储个人数据
19	南昌维晴	得物	不涉及	线上销售	否

发行人及其子公司入驻其他第三方电商平台主要开展线上销售，发行人及其子公司不属于该等第三方电商平台的运营者，仅通过该等平台向用户提供产品或服务，属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。

2、发行人行业竞争状况是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，对照国家反垄断相关规定，说明发行人是否存在达到申报标准的经营者集中情形以及是否履行申报义务，是否按照行业主管部门有关规定开展业务

（1）发行人行业竞争状况公平有序、合法合规

根据《募集说明书》及发行人的说明，发行人主营业务为眼镜零售连锁经营，所属行业为眼镜零售行业。根据中国证监会颁布的《上市公司行业统计分类与代码》，发行人属于“F52 零售业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人主营业务属于“F52 零售业”。

发行人在国内眼镜零售市场的占有率如下：

项目	2024 年	2023 年	2022 年
行业销售规模（亿元）	944	862	777
公司营业收入（亿元）	12.03	11.76	9.62
公司市场占有率	1.27%	1.36%	1.24%

注：由于我国尚未有权威机构公开发表关于眼镜连锁行业的市场份额排行数据，根据艾瑞咨询研究报告并结合公司自身经营成果，计算得出公司营业收入在市场中的占有率。

我国眼镜零售门店数量众多，从市场参与者结构来看，呈现高度分散化态势，众多地方头部企业虽在区域市场具备一定影响力，然而区域化、地域化特征显著，尚未形成在全国范围内占据绝对主导市场的行业巨头，因此，发行人所处行业属于充分竞争行业。

根据发行人的确认，报告期内，发行人及其子公司不存在因违反《反垄断法》《反垄断指南》和其他反垄断行政法规相关规定而受到行政处罚的情形。

因此，发行人行业竞争状况公平有序、合法合规。

（2）发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形

根据发行人的确认、主管部门出具的企业信用报告并经本所律师核查，发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，具体情况如下：

序号	垄断情形的相关规定	发行人是否适用
1	具有竞争关系的经营者达成下列垄断协议： ①固定或者变更商品价格； ②限制商品的生产数量或者销售数量； ③分割销售市场或者原材料采购市场； ④限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品； ⑤联合抵制交易； ⑥国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。	发行人及其子公司在开展眼镜零售业务时不存在与其他主体达成垄断协议或从事限制竞争行为的情形，亦未受到反垄断机构相关处罚。
2	经营者与交易相对人达成下列垄断协议： ①固定向第三人转售商品的价格； ②限定向第三人转售商品的最低价格； ③国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。 对第①项和第②项规定的协议，经营者能够证明其不具有排除、限制竞争效果的，不予禁止。 经营者能够证明其在相关市场的市场份额低于国务院反垄断执法机构规定的标准，并符合国务院反垄断执法机构规定的其他条件的，不予禁止。	
3	①具有市场支配地位的经营者从事下列滥用市场支配地位的行为： a.以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品； b.没有正当理由，以低于成本的价格销售商品； c.没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易； d.没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易； e.没有正当理由搭售商品，或者在交易时附加其他不合理的交易条件； f.没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件上实行差别待遇； g.国务院反垄断执法机构认定的其他滥用市场支配地位的行为。 ②有下列情形之一的，可以推定经营者具有市场支配地位： a.一个经营者在相关市场的市场份额达到二分之一的； b.两个经营者在相关市场的市场份额合计达到三分之二的； c.三个经营者在相关市场的市场份额合计达到四分之三的。 有第二项、第三项规定的情形，其中有的经营者市场份额不足十分之一的，不应当推定该经营者具有市场支配地位。	如前所述，发行人行业竞争状况公平有序，发行人在眼镜零售市场的占有率未达到法定的市场支配地位占比，且发行人及其子公司未被反垄断机构认定或者推定为具有市场支配地位的经营者，因此发行人不具有市场支配地位，无法实现滥用市场支配地位的相关行为。

（3）发行人不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，发行人按照行业主管部门有关规定开展业务

根据《反垄断法》第二十五条，“经营者集中是指下列情形：（一）经营者合并；（二）经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权；（三）

经营者通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响。”

根据发行人的说明及发行人相关定期报告，报告期内，发行人未发生《反垄断法》第二十五条规定的经营者合并的情形，以及通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响的情形，仅存在通过取得股权方式取得对其他经营者控制权的情形，即收购汉高信息及镜联易购，具体如下：

单位：万元

序号	标的公司名称	收购完成时间	收购上一年度标的公司营业额	收购上一年度发行人营业额
1	汉高信息	2023.04.18	244.97	95,916.09
2	镜联易购	2023.03.30	62.74	95,916.09

注：根据《经营者集中审查规定》第九条，营业额包括相关经营者上一会计年度内销售产品和提供服务所获得的收入扣除相关税金及附加。

根据《国家市场监督管理总局反垄断局关于经营者集中申报的指导意见》及其时有效的《国务院关于经营者集中申报标准的规定（2018 修订）》第三条，“经营者集中达到下列标准之一的，经营者应当事先向国务院反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中：（一）参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业额合计超过 100 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币；（二）参与集中的所有经营者上一会计年度在中国境内的营业额合计超过 20 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币。”

对照上述标准，发行人收购汉高信息及镜联易购均未达到需要进行经营者集中申报的标准，无需履行申报义务。

经本所律师核查，报告期内发行人及子公司取得了相应的业务资质，未受到主管部门作出的可能对本次发行产生重大不利影响的重大行政处罚，因此，发行人按照行业主管部门有关规定开展业务。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、报告期内，“砼眼镜采购联盟”小程序的用途进行过调整，用途调整前，该小程序曾属于《反垄断指南》项下的“互联网平台”，镜联易购曾属于“平台经营者”，用途调整后，镜联易购属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。

除前述情形外，发行人及其子公司通过微信、支付宝、社交媒体、O2O 及兴趣电商平台向用户进行宣传展示、会员管理、引流以及线上销售，以及入驻其他第三方电商平台进行线上销售，为“平台内经营者”，属于《反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”。

2、发行人行业竞争状况公平有序、合法合规，发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形。报告期内，发行人不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，发行人按照行业主管部门有关规定开展业务。

二、说明发行人及本次募投项目是否包括面向个人用户的业务；如是，请说明具体情况，是否为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，是否存在收集、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，是否取得相应资质，是否合法合规。

（一）核查程序

1、查阅了本次发行的募集说明书、募投项目可行性分析报告，了解发行人业务模式及募投项目情况。

2、访谈相关业务负责人，了解发行人及子公司数据收集的范围、业务场景及必要性，登录相关小程序、线上平台等核实相关情况；取得并审阅发行人的隐私政策和用户协议、数据与网络安全管理制度以及发行人入驻相关平台或使用相关数据服务的服务协议、平台规则等文件。

3、取得了发行人出具的说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询了发行人及子公司是否存在与个人数据收集及存储相关的行政处罚或重大未决诉讼。

（二）核查内容

1、发行人面向个人用户的业务情况

报告期内，发行人及子公司主要从事眼镜零售连锁经营，主要业务模式及客户类型情况如下：

序号	业务模式	简介	主要客户类型	是否包括面向个人用户的业务
----	------	----	--------	---------------

序号	业务模式	简介	主要客户类型	是否包括面向个人用户的业务
1	直营门店模式	<p>直营门店主要包括自营模式和联营模式：</p> <p>①自营模式：公司通过与出租方签署租赁协议的形式来开设门店，该模式下门店以现金、POS 机刷卡、微信、支付宝、团购券等方式自行收款或由商场作为出租方代为收款；</p> <p>②联营模式：公司与联营方签署联营合同，由联营方提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，联营方按联营合同约定零售额的一定比例扣取应得部分后，将销售款净额汇入公司账户。</p>	主要面向个人消费者	是
2	线上销售模式	<p>线上销售模式主要包括线上零售模式和线上销售团购券、线下核销模式：</p> <p>①线上零售模式：公司通过在天猫、京东、拼多多、得物等电商平台上开设官方旗舰店、官方商城等方式向消费者销售商品；</p> <p>②线上销售团购券、线下核销模式：公司通过美团、大众点评等 O2O 平台和抖音、快手等兴趣电商平台宣传产品信息、优惠活动并销售团购券。</p>	主要面向个人消费者	是
3	分销模式	<p>分销模式主要包括加盟模式和批发模式：</p> <p>①加盟模式：加盟商与公司签订特许经营合同，获得公司授权在特许区域使用公司商标、统一形象等特许经营体系，加盟商出资设立加盟店并在公司的指导和监督下从事特许经营范围的经营活动。公司为加盟店提供统一供货渠道，加盟商向公司直接采购产品并向消费者销售；</p> <p>②批发模式：公司作为供应商将产品批量销售给下游零售商、批发商等，通过这些商业伙伴将产品销售给终端消费者。</p>	加盟商及分销商	否

2、发行人存在收集、存储个人数据的情况，但未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务、不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，无需取得相应资质，经营合法合规

（1）发行人收集、存储个人数据的情况

根据发行人提供的资料及说明，报告期内，发行人及子公司运营的自有网站不存在收集、存储个人数据的情形；除自有网站外，发行人及子公司线上业务涉及收集、储存个人数据的情况如下：

①发行人运营的应用小程序、微信公众号及视频号涉及个人数据收集、存储的情况

a.微信小程序

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人及子公司运营的微信小程序均使用了杭州有赞科技有限公司提供的相关服务，其中涉及个人数据收集、存储的具体情况如下：

序号	微信小程序名称	业务功能	个人数据类型	存储地点
1	博士眼镜官方商城、博士眼镜全球精选、砦眼镜采购联盟、博士眼镜奥莱店	账号注册/登录	账号注册信息及联系方式（账户名、密码、本人的手机号码以及在活动中主动提供的信息）	杭州有赞科技有限公司
2		订单展示	交易信息（店铺消费历史记录、订单信息、收货人姓名、收货地址、收货人联系电话、会员信息） ^注	
3		提供个性化体验	身份信息（生日、区域）	
4		提升用户体验、发送营销活动	联系信息（手机号码、邮箱）	
5		店铺宣传	评论信息（文字、照片、视频及其他用户自主提交的信息）	
6		提升用户体验、解决交易纠纷、保障消费者个人权益	反馈、音视频信息（用户自主提交的信息、客服语音信息、客服电话录音）	
7		发票开具及寄送	发票信息（发票抬头、纳税人识别号以及用户填写的联系方式）	
8		提升用户体验、发送营销活动、提供多业务和多设备的无缝体验	连接和使用信息（网页浏览记录、域名、软件使用记录）	
9		保障账号安全性、优化产品页面展示、协助追踪广告点击情况	设备信息和标识符（设备名称、设备型号、浏览器类型、浏览器版本号、操作系统、语言设置、网络标识信息）	
10		完成商品交付	位置信息（城市、省和邮政编码）	
11		提供会员权益服务	会员信息（除账号信息之外所收集的信息，性别、地区、爱好）	
12		提供第三方账号登录	第三方账号信息（第三方平台头像、昵称、手机号、OpenID、Union id、地区、性别）	

注：根据发行人的说明，上述小程序上的线上交易通过有赞微商城完成线上收款，用户支付信息由杭州有赞科技有限公司收集及存储，不会提供给小程序运营主体，因此，发行人及子公司未通过该等小程序收集、储存用户的银行卡号、有效期等支付必要信息。

上述个人数据的收集和存储均是出于正常的业务开展需要，由杭州有赞科技有限公司基于提供微商城服务获发行人及子公司、用户授权收集、存储、处理相关个人数据，并为发行人提供针对会员的营销服务。基于订单履行及会员管理需要，发行人及子公司亦会将会员信息中的部分信息（主要包括用户昵称、性别、手机号码、生日信息）、交易信息中的部分信息（主要包括店铺消费历史记录、

订单信息）、发票信息（发票抬头、纳税人识别号以及用户收取发票的联系方式）备份于公司汉高 ERP 系统，该系统数据由北京火山引擎科技有限公司火山引擎系统存储并提供数据保护措施。发行人及子公司就个人数据的相关事项制定了《用户协议》《商家隐私声明》，个人用户在上述微信小程序上进行注册或使用特定功能前，已明确知悉并同意《用户协议》《商家隐私声明》中有关个人信息收集、存储、使用、处理等相关事宜。

报告期内，发行人基于上述微信小程序收集的博士眼镜会员信息数量为 166.27 万条，前述所有会员的信息中均包含联系信息，其中共有 163.07 万会员与发行人存在交易，该等会员的信息中包含有店铺消费历史记录等交易信息。发行人未收集、存储用户真实姓名、居民身份证号等实名认证信息及银行卡号等支付信息。相关个人数据不存在存储于境外的情况。

b. 支付宝小程序

根据发行人的说明，并经本所律师核查，江西新云程运营的支付宝小程序主要用于门店引流及天猫店铺引流，除个人用户查看附近门店时需要提供位置信息且已进行明确告知外，不存在收集、处理、存储个人数据的情形。

c. 微信公众号、视频号

根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人及子公司通过微信公众号向个人用户展示品牌、商品信息或引流至小程序，通过微信视频号向个人用户展示商品信息，无需用户注册，不存在收集、处理、存储个人数据的情形。

② 发行人入驻第三方平台涉及个人数据收集、存储的情况

根据发行人提供的资料及说明，报告期内，发行人及子公司通过入驻淘宝、天猫、京东、抖音、快手、拼多多、小红书、微博、美团及大众点评、得物、网易严选等第三方网络平台进行品牌宣传及销售。个人用户按照前述第三方平台的规则与要求进行注册及登录，并使用该等平台提供的服务，发行人及子公司根据平台规则获取并使用个人用户的个人数据（主要为平台账户信息、收货姓名、不支持导出的收货地址、虚拟或脱敏手机号，以及平台用户主动提交的评论信息等），不存在收集、处理、存储个人数据的情形。

（2）发行人未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务、不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，无需取得相应资质，经营合法合规

根据发行人的说明，发行人未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在对相关数据挖掘及提供增值服务的情况，无需取得相应资质。同时，发行人制定了用户信息安全管理、系统安全管理等信息安全管理制度，并建立了数据安全团队保障个人信息安全。

根据发行人及子公司信用报告及发行人的确认，报告期内，发行人及子公司开展上述业务符合国家相关法律法规的规定，不存在因违反有关个人信息保护及业务经营方面的法律法规而受到重大行政处罚的情形，经营合法合规。

3、本次募投项目相关情况

根据发行人的说明及《募集说明书》，发行人本次募投项目中，连锁眼镜门店建设及升级改造项目是在公司现有销售渠道的基础上实施的门店扩张及现有门店升级改造计划，是现有业务的扩产项目；总部运营管理中心及品牌建设项目是公司为了满足业务规模扩大而日益增长的管理需求，优化公司运营管理环境，提高品牌知名度和管理效率而实施；数字化平台升级建设项目是基于公司目前的信息化系统现状，为保障各连锁门店高效有序运转，优化数据处理能力，提高公司全产业链的信息化水平而实施。本次募投项目的实施不会改变公司现有的业务模式，发行人仍将存在收集、存储个人数据的情况，但不涉及新增面向个人用户的业务类型，不涉及为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情形。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、报告期内，发行人及子公司主要从事眼镜零售连锁经营，其中直营门店及线上销售业务主要面向个人消费者，属于面向个人用户的业务。

2、发行人存在收集、存储个人数据的情况，相关行为已取得用户的同意和授权或按照相关第三方平台规则进行。发行人未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，无需取得相应资质。发行人已制定用户信息安全管理、系统安全管理等信息安全管理制度并建立了数据安全团队保障个人信息安全，报告期内，发行人及其子公司开展业务符合国家相关法律法规的规定，不存在因违反有关个人信息保护及业务经营方面的法律法规而受到重大行政处罚的情形，经营合法合规。

3、本次募投项目的实施不会改变公司现有的业务模式，发行人仍将存在收集、存储个人数据的情况，但不涉及新增面向个人用户的业务类型，不涉及为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情形。

三、发行人线上销售业务、各类咨询服务的经营模式和具体内容，是否涉及国家发改委《市场准入负面清单（2025年版）》中相关情形，发行人及本次募投项目是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域，如是，相关业务的主要内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规。

（一）核查程序

1、核查发行人及其子公司工商登记的经营范围，就发行人提供咨询服务的具体情况取得了发行人出具的书面说明，并与《市场准入负面清单（2025年版）》进行比对，确认是否存在禁止准入及许可准入事项。

2、访谈相关业务负责人，就发行人及本次募投项目中是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域、相关业务的主要内容以及财务数据取得了发行人出具的书面说明，并与《市场准入负面清单（2025年版）》进行比对，确认是否存在禁止准入及许可准入事项。

3、登录微信、抖音、京东、天猫等相关线上平台，了解发行人运营的第三方线上平台账号及店铺从事宣传推广、直播及短视频业务的具体内容。

4、取得发行人出具的书面说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询发行人及子公司是否存在与广告、直播及短视频业务相关的行政处罚。

（二）核查内容

1、发行人线上销售业务、各类咨询服务的经营模式和具体内容，是否涉及国家发改委《市场准入负面清单（2025年版）》中相关情形

（1）线上销售业务

发行人线上销售业务的经营模式及具体内容详见上文“1、发行人及子公司互联网相关业务及经营的具体情况”部分所述。该等线上销售业务不涉及《市场准入负面清单（2025年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。

（2）咨询服务

截至报告期末，发行人工商登记的经营范围中包括企业管理咨询、经济信息咨询、投资咨询、商品信息咨询服务、信息技术咨询服务、健康咨询（不含医疗行为）等咨询内容，同时，发行人部分控股子公司的工商登记经营范围中亦包含了相关咨询服务内容。

根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人及其控股子公司下属门店向消费者销售眼镜等产品时，可能同时向其提供配镜及用眼健康方面的配套咨询服务，该等咨询服务不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。除此之外，发行人及其控股子公司不存在向第三方提供咨询服务的情形。

2、发行人及本次募投项目是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域，如是，相关业务的主要内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规

（1）发行人涉及广告、影视文化及传媒出版领域的情况

①日常经营方面

根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，因经营需要，发行人及其控股子公司存在通过官网、微信公众号及第三方平台等线上渠道，以及实体门店、发布会等线下渠道为其销售的相关产品进行宣传及推广的情形。该等宣传及推广业务占发行人报告期内各期营业收入的比例分别为 0.23%、0.18%、0.16% 及 0.65%。

根据发行人提供的资料及说明，经本所律师核查，该等宣传及推广业务不涉及广告设计制作、影视文化、传媒出版领域内容，不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可。

根据发行人提供的资料及说明，经本所律师核查，报告期内，发行人及其控股子公司的宣传及推广业务合法合规，不存在受到相关主管部门行政处罚的情形。

②本次募投项目方面

经本所律师核查，本次募投项目中，总部运营管理中心及品牌建设项目涉及线上线下广告推广内容，经本所律师访谈相关业务负责人，该等广告推广的具体内容为发行人通过在线上及线下发布广告的方式，对发行人品牌及相关产品合作

方品牌进行宣传推广，不涉及需要前置审批特许经营的业务，无需取得相关资质许可。

（2）发行人涉及直播和短视频业务的情况

①日常经营方面

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，报告期内，发行人及控股子公司通过在天猫、抖音、快手、小红书及微信视频号等第三方网络平台上注册账号进行直播或短视频投放，主要用于眼镜产品的展示、宣传及销售。发行人及控股子公司根据该等第三方平台制定的规则进行直播及短视频投放，不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可。发行人在前述第三方平台开展直播和短视频业务的主要收入来源为博镜抖音直播间（抖音平台），2022 年 2 月开始运营，其线上交易总额占发行人报告期内各期营业收入的比例分别约为 0.77%、1.98%、1.12% 及 1.65%。报告期内，发行人未在自有网站、微信公众号及应用小程序开展直播活动。

根据发行人出具的说明、主管部门出具的企业信用报告，并经本所律师核查，报告期内，发行人及其控股子公司直播及短视频业务合法合规，不存在受到相关主管部门行政处罚的情形。

②本次募投项目方面

经本所律师核查，本次募投项目中，总部运营管理中心及品牌建设项目拟建设直播基地。经本所律师访谈发行人相关业务负责人，发行人计划在总部运营管理中心中划分约 220 m² 场地用于直播基地建设，建成后用于发行人相关品牌线上门店在第三方平台上从事直播活动，不涉及在自有网站、微信公众号及应用小程序开展直播活动，不涉及向其他第三方提供直播服务，无需取得相关资质许可。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人从事的线上销售业务不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。发行人眼镜门店向消费者销售眼镜等产品时，可能同时向其提供配镜及用眼健康等方面的配套咨询服务，该等咨询服务不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。

2、发行人及本次募投项目中不涉及影视文化、传媒出版领域，发行人存在为销售的相关产品进行宣传及推广的情形，该等业务占发行人各期营业收入的比

例较低。该等业务不涉及《市场准入负面清单（2025年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可，发行人报告期内不存在受到相关主管部门行政处罚的情形，经营合法合规。

3、发行人及本次募投项目中存在通过第三方网络平台、依据第三方平台规则进行直播及短视频投放的情形，未在自有网站、微信公众号及应用小程序开展直播活动，该等业务占发行人报告期内各期营业收入的比例较低。该等业务不涉及《市场准入负面清单（2025年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可，发行人报告期内不存在受到相关主管部门行政处罚的情形，经营合法合规。

四、发行人及本次募投项目是否涉及经营医疗美容或医疗器械产品服务，是否存在美容服务、美容仪器销售等业务，上述业务所需具备的具体资质及取得情况、执业医师数量，日常经营是否合法合规，是否存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展是否符合相关规定要求。

（一）核查程序

- 1、查阅了发行人及子公司取得的医疗器械经营相关资质证书及备案凭证。
- 2、查询了《医疗美容服务管理办法》《医疗美容项目分级管理目录》，登录国家药品监督管理局官网之医疗器械分类目录查询。
- 3、查阅了发行人工商登记的经营范围及其他业务收入明细，了解是否存在医疗美容业务，并取得了发行人就关于发行人及本次募投项目是否涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售业务出具的书面说明。
- 4、取得了发行人出具的书面说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询了发行人及子公司是否存在因违反医疗器械相关规定而受到行政处罚的情形以及是否存在医疗事故或医疗纠纷。

（二）核查内容

1、发行人及本次募投项目涉及经营医疗器械产品销售业务，该业务需具备的相关资质均已取得

根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人及本次募投项目中涉及线上及线下方式销售隐形眼镜及相关护理产品，以及线下销售角膜塑形镜，前述产品属于第三类医疗器械产品，从事前述产品的销售需取得《医疗器械经营许可证》，

同时进行线上医疗器械销售的，需办理相应的网络销售备案凭证，但无需配备执业医师。除此之外，发行人及子公司不存在提供其他医疗器械产品服务的情况。

截至报告期末，发行人及其控股子公司中进行上述第三类医疗器械产品销售的主体均已经取得《医疗器械经营许可证》，涉及线上销售隐形眼镜及相关护理产品的，均已办理网络销售备案凭证。

2、发行人及本次募投项目不涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售等业务

根据《医疗美容服务管理办法》第二条，医疗美容是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑，具体包括美容外科、美容牙科、美容皮肤科和美容中医科。截至报告期末，发行人及其控股子公司工商登记的经营范围中不涉及“医疗美容”“美容”相关内容。

根据发行人出具的说明，并经本所律师登录国家药品监督管理局官网之医疗器械分类目录查询确认，发行人销售的隐形眼镜及其护理产品、角膜塑形镜均属于医疗器械分类目录“眼科器械”之“眼科矫治和防护器具”，不会用于《医疗美容项目分级管理目录》中列示的医疗美容项目，不属于医疗美容仪器。

基于上述，同时根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，发行人及本次募投项目均不涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售等业务。

3、发行人日常经营合法合规，不存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展符合相关规定要求

根据发行人的说明、主管部门出具的企业信用报告并经本所律师核查，报告期内，发行人及其控股子公司日常经营合法合规，不存在医疗事故或重大医疗纠纷以及受到相关主管部门行政处罚的情形，发行人的业务开展符合相关规定要求。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人及本次募投项目中涉及经营医疗器械产品的销售业务，该业务需具备的相关资质均已取得。报告期内，发行人日常经营合法合规，不存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展符合相关规定要求。

2、发行人及本次募投项目不涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售等业务。

五、公司是否持有住宅、商业用地、商业房产等，如是，说明取得上述房产、土地的方式和背景，是否涉及房地产开发相关业务，并说明本次募投项目是否用于房地产业务。

（一）核查程序

- 1、查阅了发行人提供的固定资产清单、不动产登记信息查询文件及不动产权证书。
- 2、查阅了发行人对外出租房产的房屋租赁合同及租金收入凭证。
- 3、登录企查查网站核查发行人及其子公司工商登记的经营范围。
- 4、查阅了本次募投项目可行性研究报告，并取得了发行人就本次募投项目不用于房地产业务出具的承诺及书面说明。

（二）核查内容

1、发行人持有的房产及其取得方式、背景

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人持有 3 处商业房产，建筑面积合计 556.21 m²，账面价值为 2,199.82 万元，具体情况如下：

序号	产权证号	坐落地	建筑面积 (m²)
1	深房地字第 3000742202 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南 荣超经贸中心 503	311.38
2	深房地字第 3000742203 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南 荣超经贸中心 502	121.22
3	深房地字第 3000742204 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南 荣超经贸中心 501	123.61

该等房产系发行人于 2013 年因经营办公所需购买取得，随着发行人业务及人员规模发展壮大，该等房产已无法满足发行人的办公需求，因此，发行人于 2017 年搬离该等房产，并将其对外出租以提高资产使用效率。该等房产 2024 年度的租金收入为 81.04 万元，占发行人 2024 年度营业收入的 0.07%，占比较低。

除此之外，截至报告期末，发行人及其控股子公司未持有其他住宅、商业用地及商业房产。

2、发行人不涉及房地产开发相关业务

根据《城市房地产开发经营管理条例》第二条及第三十条，房地产开发经营是指房地产开发企业在城市规划区内国有土地上进行基础设施建设、房屋建设，

并转让房地产开发项目或者销售、出租商品房的行为。房地产开发企业是以营利为目的，从事房地产开发和经营的企业。

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人及其控股子公司经营范围均不包括“房地产开发”或“房地产经营”等字样，未取得房地产开发相关资质，亦不存在从事房地产开发相关业务的情形及计划。

3、本次募投项目不用于房地产业务

根据本次募投项目可行性研究报告及发行人的说明，本次募投项目中，连锁眼镜门店建设及升级改造项目、数字化平台升级建设项目及补充流动资金均不涉及房产或土地购置，不涉及房地产业务。

总部运营管理中心及品牌建设项目中，发行人计划在发行人总部深圳购置办公场所作为总部运营管理中心，用于满足办公需求并增强综合管理能力，发行人不会对外出租使用本次募集资金购置的房产，不涉及房地产业务。

同时，为确保募集资金不变相流入房地产业务，发行人已出具承诺，发行人将严格按照募集说明书披露的用途，规范使用募集资金，不会通过任何方式使本次募集资金直接或变相用于房地产开发、经营、销售等业务，亦不会通过其他方式使本次募集资金直接或间接流入房地产开发领域。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、截至报告期末，发行人持有 3 处商业房产，系发行人于 2013 年因经营办公所需购买取得，除此之外，发行人及其控股子公司未持有其他住宅、商业用地及商业房产，发行人及其控股子公司不存在从事房地产业务的情形及计划。

2、本次募投项目不用于房地产业务，且发行人已出具承诺，不会通过任何方式使本次募集资金直接或变相用于房地产开发、经营、销售等业务，亦不会通过其他方式使本次募集资金直接或间接流入房地产开发领域。

六、结合相关财务报表科目的具体情况，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》等相关规定。

（一）核查程序

1、查阅了《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》中关于财务性投资（包括类金融业务）的有关规定，并查阅发行人截至报告期末相关会计科目明细及可能涉及的财务性投资情况。

2、查阅了发行人财务性投资相关事项的明细清单、公告文件、投资合同及支付凭证等资料。

3、登录企查查网站核查发行人的相关股权投资标的公司情况。

4、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）

截至报告期末，发行人财务报表中可能涉及财务性投资（包括类金融投资）的报表项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	账面价值	财务性投资金额	占归属于母公司所有者权益的比例
1	交易性金融资产	16,854.44	1.98	0.00%
2	预付账款	948.08	--	--
3	其他流动资产	20,046.96	--	--
4	长期股权投资	300.12	--	--
5	投资性房地产	2,199.82	--	--
6	其他非流动金融资产	6,260.59	5,258.02	6.44%
合计		46,610.01	5,260.00	6.44%

（1）交易性金融资产

截至报告期末，发行人的交易性金融资产主要为发行人为充分利用闲置营运资金，提高资金使用效率而购买的理财产品，其安全性高、期限较短、流动性好、风险较低。其中，国信鑫私享固收策略信久 19 号 FOF 单一资产管理计划的风险等级为 R3 中风险，属于财务性投资。兴银理财丰利灵动稳享悦盈三个月持有期 1 号增强型固收类理财产品 9S123010 及杭银理财幸福 99 臻钱包理财未设业绩比较基准，但该等产品均为风险等级为 R1、R2 的低风险、中低风险产品，截至报告期末，该等产品持有期的实际收益率分别为 2.48%、1.48%（均年化计算），与其风险等级匹配。该等理财产品不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资。

基于上述，本所律师认为，除国信鑫私享固收策略信久 19 号 FOF 单一资产管理计划产品以外，发行人购买的其他理财产品目的是在充分满足流动性的前提

下进行现金管理，风险较低，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资。

（2）预付账款

截至报告期末，发行人的预付账款主要为预付供应商的货款等，与发行人主营业务密切相关，不属于财务性投资或类金融投资，具体如下：

单位：万元

序号	名称	账面余额	款项性质
1	第一名	428.13	预付货款
2	Regulus Consulting PTE Ltd.	121.35	预付货款
3	深圳市海雅缤纷城商业有限公司	27.42	预付房租
4	江西易才云科数字科技有限公司	12.57	预付其他费用
5	华润集团	12.55	预付其他费用
6	其他预付账款主体	346.06	预付货款、房租等
合计		948.08	--

（3）其他流动资产

截至报告期末，发行人的其他流动资产主要为一年内到期的大额存款，具体如下：

单位：万元

项目	金额
一年内到期的大额存款	19,508.75
预计退货成本	355.83
待认证待抵扣的增值税	83.62
预缴税款	14.14
债券发行费用	84.62
合计	20,046.96

①一年内到期的大额存单

发行人的大额存单均系大型商业银行提供的存款产品，本金及利息收益固定且风险极低，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资，具体情况如下：

单位：万元

存放银行	金额	利率
光大银行	8,683.76	3.25%
宁波银行	4,380.35	3.45%
建设银行	1,073.13	3.10%
工商银行	5,371.52	3.10%
合计	19,508.76	--

②其他

截至报告期末，发行人除一年内到期的大额存款外的其他流动资产主要是待认证待抵扣的增值税及预计退货成本等，均为日常经营活动产生，不属于财务性投资或类金融投资。债券发行费用为本次发行产生的前期费用，不属于财务性投资或类金融投资。

（4）长期股权投资

截至报告期末，发行人的长期股权投资为发行人投资雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司 20% 股权。该投资系发行人与雷鸟创新战略合作的一部分，主要为了整合雷鸟创新在智能眼镜领域的研发能力、工程技术能力，以及发行人在专业视光、设计、渠道等方面优势，共同开拓智能眼镜市场，与发行人主营业务密切相关，不属于财务性投资。

（5）投资性房地产

截至报告期末，发行人的投资性房地产为发行人对外出租的旧办公楼使用权，不属于财务性投资。

（6）其他非流动金融资产

截至报告期末，发行人的其他非流动金融资产主要为发行人投资的产业基金、股权投资及部分理财产品，其中属于财务性投资的金额为 5,258.02 万元，具体如下：

单位：万元

项目	截至报告期末账面金额	财务性投资金额
1、产业基金	6,259.89	5,258.02
温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）	1,854.39	1,854.39
无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）	3,403.63	3,403.63
无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	1,001.87	--
2、对眼科诊所的股权投资	0.71	--
成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）	0.71	--
合计	6,260.59	5,258.02

①产业基金

因温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）投资标的中存在 CAD、半导体等产业标

的，发行人基于谨慎性考虑已将其认定为财务性投资。

无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）是用于投资雷鸟创新的特殊目的实体。雷鸟创新主营业务属于发行人的上游智能眼镜领域，发行人目前已在100余家的眼镜门店中销售雷鸟创新生产的系列产品。该投资与发行人的协同效应强，发行人对其的股权投资属于围绕产业链上下游以获取技术、原料为目的的产业投资，不属于财务性投资。

②对眼科诊所的股权投资

发行人投资成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）系为扩大与医疗机构合作而进行的战略布局，投资目的是建立该等主体与发行人连锁门店之间的客户资源互推机制，由诊所负责眼病诊疗、发行人门店承接验光配镜等非医疗性质需求。该等股权投资属于围绕产业链上下游以获取技术、渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

2、自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况

经本所律师核查，本次发行方案于2025年2月7日经发行人第五届董事会第九次会议审议通过。自本次发行相关董事会决议日前六个月（即2024年8月7日）至今，发行人不存在已实施或拟实施的财务性投资及类金融业务情况，具体如下：

（1）类金融业务

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在对融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务投资的情况。

（2）投资产业基金、并购基金

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在支付产业基金、并购基金投资资金，或披露对产业基金的投资意向、新签投资协议的情况。

（3）拆借资金

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在对外资金拆借、借予他人的情况。

（4）委托贷款

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在将资金以委托贷款的形式借予他人的情况。

（5）以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资的情况。

（6）购买收益波动大且风险较高的金融产品

本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人存在使用暂时闲置资金购买结构性存款或保本理财产品的情形，但上述产品不属于收益波动大且风险较高的金融产品。

（7）非金融企业投资金融业务

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在投资金融业务的情况。

（8）财务性股权投资

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在财务性股权投资。

3、是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》等相关规定

经本所律师核查，截至最近一期末，发行人持有的财务性投资金额占合并报表归属母公司净资产金额的 6.44%，低于 30%，最近一期末不存在金额较大的财务性投资（包括类金融）的情形；自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的情况，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》的相关要求。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融）的情形。

2、自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的情况。

3、发行人上述财务性投资情况符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》的相关要求。

七、相关科目为对外投资的，详细说明投资对象名称、认缴金额、实缴金额、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值等情况；对外投资未认定为财务性投资的，详细论证被投资企业与公司主营业务是否密切相关；投资标的主要业务为对外投资的，结合该投资标的对外（拟）投资企业情况、尚未使用完毕的认缴资金、持股目的等，说明未将该投资认定为财务性投资的原因及合理性；投资时点为自本次发行相关董事会前六个月至今的，说明是否涉及调减募集资金情形。

（一）核查程序

- 1、查阅了发行人与对外投资相关的会计科目明细表，以及该等科目项下所涉投资合同、出资凭证等资料。
- 2、登录企查查网站查阅相关投资对象的注册资本/出资额、股权结构、经营范围及对外投资等相关信息。
- 3、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、对外投资科目的投资对象名称、认缴金额、实缴金额、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值等情况

经本所律师核查，截至报告期末，发行人涉及对外投资的科目主要为长期股权投资及其他非流动金融资产，具体情况如下：

单位：万元

科目	投资对象名称	认缴金额	实缴金额	初始投资时点	后续投资时点	持股比例	账面价值
长期股权投资	雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司	300.00	300.00	2024年8月 ¹	不涉及	20.00%	300.12
其他非流动金融资产	温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）	2,000.00	2,000.00	2019年12月	不涉及	20.00%	1,854.39
	无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）	10,000.00 ²	3,000.00	2022年8月	不涉及	8.69%	3,403.63

科目	投资对象名称	认缴金额	实缴金额	初始投资时点	后续投资时点	持股比例	账面价值
	无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	500.00	500.00	2022 年 12 月	不涉及	14.22%	1,101.87
	成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）	8.20	8.20	2021 年 8 月	不涉及	10.00%	0.71

注 1：发行人于 2024 年 8 月签订关于雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司的投资协议，并于 2025 年 1 月实缴全部出资；

注 2：发行人于 2025 年 3 月 20 日披露公告，载明决定不再对无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）进行后续投资，已投资金不受影响。

2、未认定为财务性投资的对外投资企业与发行人主营业务密切相关

经本所律师核查，截至报告期末，发行人的对外投资科目中未认定为财务性投资的被投资企业为雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司。根据发行人提供的资料及说明，该被投资企业与发行人主营业务密切相关，具体如下：

发行人投资雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司是为把握智能眼镜重大市场机遇而进行资源投入的重要组成部分。随着人工智能等技术的快速发展，智能眼镜等设备眼镜集成了图像识别、语音助手、翻译、实时拍照等功能，不仅能够提供视力矫正功能，还满足消费者的多种需求，使得智能眼镜在教育、娱乐、运动、出行等多个领域展现出广泛的应用前景，智能眼镜有望成为 AI 技术落地的最佳硬件载体之一，也是近年来增速最快的智能硬件之一，市场渗透率正在快速提高。在此背景下，发行人内部设置了覆盖产业研究、产业链投资、商品采购与产品定义、展区设置等不同职能的智能眼镜专项小组，拟通过在智能眼镜领域组织一系列产业投资、进行恰当的选品与销售、对门店进行展位设置改造等方式进行投入，把握重大市场机遇。

发行人与雷鸟创新于 2022 年启动联合实验室，基于发行人在视光产品设计、验光配镜专业技术、广泛的线下门店渠道等方面的优势，及雷鸟创新在智能眼镜消费级 AI+AR 生态架构、多模态 AI 语音助手及智能眼镜整机设计等方面的优势，共同开展产品设计及推广。发行人与雷鸟创新合资设立雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司，是双方为共同拓展智能眼镜市场的重要环节及深度合作。智能眼镜既有穿戴式电子设备属性，也有视光产品属性，因此需要整合雷鸟创新及发行人上述方面优势，为用户提供更高质量的产品与服务。发行人对雷鸟博士智能眼镜（深

圳）有限公司的投资已取得初步成效，在发行人提供产品舒适度、美观性等设计研发支持的基础上，“雷鸟 V3” 拍摄眼镜已于 2025 年 1 月正式上市。

基于上述，发行人投资雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司是为把握智能眼镜市场的重大机遇而进行资源投入的重要组成部分，是发行人与雷鸟创新深度合作的重要环节，该投资已形成新产品投向市场，已取得初步成效。因此，该投资是发行人围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的战略性产业投资。

3、投资标的主要业务为对外投资的，结合该投资标的对外（拟）投资企业情况、尚未使用完毕的认缴资金、持股目的等，说明未将该投资认定为财务性投资的原因及合理性

截至报告期末，发行人投资的主要业务为对外投资的主体，主要包括温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）及成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）。

其中，温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）已认定为财务性投资。发行人未将无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）及成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）认定为财务性投资的原因如下：

（1）无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）

截至报告期末，无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）是专门用于投资雷鸟创新的平台，不存在其他投资标的或拟投资标的，不涉及尚未使用完毕的认缴资金。同时，把握智能眼镜重大市场机遇，增加资源投入是发行人的重要业务策略，雷鸟创新是我国智能眼镜领域的重要参与者之一，发行人通过无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）投资雷鸟创新是与其加深合作并向产业链上游延伸，推动智能眼镜产品落地与市场扩展的重要手段。发行人目前已在 100 余家的眼镜门店中销售雷鸟创新的智能眼镜产品，并与雷鸟创新设立了合资公司，“雷鸟 V3” 拍摄眼镜已上市销售。因此，发行人投资无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）是围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的产业投资，未将该投资认定为财务性投资具有合理性。

（2）成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）

截至报告期末，成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）不存在投资标的或拟投资标的，不涉及尚未使用完毕的认缴资金。发行人的投资目的是尝试加深门店与视光医疗服务领域的协同。该投资系围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的产业投资，未将该投资认定为财务性投资具有合理性。

4、投资时点为自本次发行相关董事会前六个月至今的，说明是否涉及调减募集资金情形

经本所律师核查，发行人对雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司长期股权投资的实缴出资时点处于本次发行相关董事会前六个月至本补充法律意见书出具日期间。该投资旨在把握智能眼镜市场发展机遇，通过与合作方战略协同，实现技术资源整合与市场渠道拓展。本次投资属于产业战略投资范畴，以获取技术优势和市场份额为核心目标，不属于财务性投资，不涉及调减募集资金情形。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、截至报告期末，发行人涉及对外投资的科目主要为长期股权投资及其他非流动金融资产，未认定为财务性投资的对外投资企业与发行人主营业务密切相关，系围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的战略性产业投资。

2、截至报告期末，发行人投资的主要业务为对外投资的投资标的不存在其他投资标的或拟投资标的，不涉及尚未使用完毕的认缴资金，是围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的产业投资，未将该等投资认定为财务性投资具有合理性。

3、实缴出资时点为自本次发行相关董事会前六个月至本补充法律意见书出具之日的投资标的不属于财务性投资，不涉及调减募集资金情形。

第三节 期间内相关法律事项的补充核查意见

一、本次发行的批准和授权

发行人于 2025 年 4 月 9 日召开 2025 年第一次临时股东大会，审议通过了与本次发行有关的议案，本次发行决议自股东大会审议通过之日起 12 个月内有效。经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人股东大会作出的关于本次发行的批准和授权仍在有效期内，发行人未就本次发行作出新的批准和授权，亦未对原批准和授权内容作出撤销或变更。

本所律师认为，发行人已就本次发行获得了其内部权力机构的批准，但尚需经深交所审核并报中国证监会履行注册程序。

二、发行人本次发行的主体资格

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人本次发行的主体资格未发生变化，具备《证券法》《公司法》《注册管理办法》及其他规范性文件规定的关于本次发行的主体资格。

三、本次发行的实质条件

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人本次发行除尚需经深交所审核并报中国证监会履行注册程序外，符合《公司法》《证券法》《注册管理办法》等法律、行政法规和规范性文件规定的实质条件。

四、发行人的独立性

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人的业务、资产、人员、机构和财务的独立性未发生变化，发行人资产完整，人员独立、财务独立、机构独立、业务独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

五、发行人的主要股东及实际控制人

（一）主要股东

根据中登公司提供的发行人股东名册及发行人《2025 年半年度报告》，截至期间末，发行人总股本为 227,854,160 股，前十大股东持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	LOUISA FAN	48,517,415	21.29
2	ALEXANDER LIU	43,628,344	19.15
3	江西江南道企业管理有限公司	2,417,401	1.06
4	中国工商银行股份有限公司—广发创新升级灵活配置混合型证券投资基金	1,929,006	0.85
5	中国建设银行股份有限公司—民生加银持续增长混合型证券投资基金	1,500,000	0.66
6	杨秋	831,726	0.37
7	招商银行股份有限公司—广发价值核心混合型证券投资基金	743,420	0.33
8	刘开跃	702,144	0.31
9	徐利明	700,700	0.31
10	中国人寿保险股份有限公司—万能—国寿瑞安	659,018	0.29

（二）实际控制人

根据发行人提供的资料，期间内，发行人的控股股东、实际控制人均未发生变化。截至期间末，ALEXANDER LIU 直接持有发行人 19.15%的股份，LOUISA FAN 直接持有发行人 21.29%的股份；LOUISA FAN 及 ALEXANDER LIU 合计控制发行人 40.44%的股份，ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 及其一致行动人刘开跃所持发行人股份均不存在股份质押的情况。

六、发行人的股本及其演变

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，发行人期间内的股本变更情况如下：

（一）2021 年激励计划限制性股票回购注销

2024 年 5 月 22 日，发行人 2023 年度股东大会审议通过了《关于 2021 年限制性股票与股票期权激励计划回购注销部分限制性股票的议案》，决定回购注销 3 名离职激励对象已获授但尚未解锁的限制性股票共计 73,500 股。

2024 年 9 月 20 日，发行人 2024 年第二次临时股东大会审议通过了《关于调整 2021 年限制性股票与股票期权激励计划限制性股票回购价格及回购注销部分限制性股票的议案》，决定回购注销 2 名激励对象已获授但不符合解锁条件的限制性股票共计 7,200 股。

根据发行人于 2025 年 4 月 9 日披露的《关于部分限制性股票回购注销完成的公告》，发行人于同日办理完成上述 2021 年激励计划限制性股票共计 80,700 股的回购注销手续。

（二）2024 年权益分派

2025 年 5 月 19 日，发行人 2024 年度股东大会审议通过了《关于 2024 年度资本公积金转增股本预案的议案》，同意以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 3 股。

根据发行人于 2025 年 5 月 26 日披露的《2024 年度权益分派实施公告》以及发行人的确认，上述权益分派已于 2025 年 6 月 3 日实施完毕，转增后发行人总股本增至 227,801,900 股。

（三）2021 年激励计划期间内行权

鉴于发行人 2024 年度权益分派已实施完毕，2025 年 6 月 4 日，发行人第五届董事会第十三次会议通过了《关于调整 2021 年股票期权激励计划行权价格及数量的议案》，同意发行人将 2021 年激励计划首次授予股票期权第三个行权期尚未行权数量由 46,920 份调整为 60,996 份。

根据发行人《2025 年半年度报告》，截至期间末，2021 年激励计划首次授予及预留授予部分股票期权期间内共计行权 61,260 份。

（四）关于部分注册资本变更未办理工商变更登记的情况

经本所律师核查，发行人自 2021 年 9 月 28 日办理完毕注册资本变更的工商登记手续后，尚未就此后的历次注册资本变更办理工商登记手续。

根据发行人出具的说明，因发行人 2021 年激励计划的行权期限较长，经与深圳市市监局工作人员沟通，发行人将于 2021 年激励计划全部行权完毕后统一办理期间所涉注册资本变更事宜的工商登记手续。经本所律师核查，期间内，发行人已在 2021 年激励计划限制性股票回购注销完成及股票期权预留授予部分第二个行权期届满后相应修改了《公司章程》中的注册资本及股份总数，并办理了《公司章程》变更的工商备案手续；截至本补充法律意见书出具之日，尚有 2021 年激励计划股票期权首次授予部分第三个行权期期间内行权及 2024 年度权益分派事项导致的股本变动需履行上述《公司章程》修改及工商备案手续。

综上，本所律师认为，除上述尚未履行《公司章程》修改及工商备案手续的情形，以及 2021 年激励计划所涉部分授予、回购注销及行权、2024 年度权益分

派事项导致的股本变动尚未完成工商变更登记外，发行人期间内的股本及其演变，均已根据法律、法规及《公司章程》的规定履行了必要的法律手续，合法有效。

七、发行人的业务

（一）发行人的经营范围和经营方式

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人经营范围、主营业务、经营方式未发生变化。

本所律师认为，期间内，发行人的经营范围和经营方式符合有关法律、行政法规和规范性文件的规定。

（二）发行人的业务资质

根据发行人提供的业务资质证书，并经本所律师核查，截至期间末，发行人经营业务主要涉及的资质证书的具体情况详见本补充法律意见书“附件：发行人的业务资质”。

除上述主要资质外，根据发行人提供的资料及出具的说明，并经本所律师核查，发行人及控股子公司部分门店涉及销售预包装食品及保健食品，该等门店均已办理相应食品经营备案；发行人及控股子公司部分门店涉及线上销售隐形眼镜及护理液，该等门店均已办理医疗器械网络销售备案。其余未办理食品经营备案或医疗器械网络销售备案的门店不存在开展对应经营的情况。

本所律师认为，发行人及其境内子公司正在从事的业务已经取得相应的行政许可，发行人及其境内子公司的经营范围和经营方式符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

（三）发行人在中国大陆以外的经营

1、发行人境外子公司所涉境内审批/备案情况

经本所律师核查，期间内，发行人未新增境外控股子公司，香港博士及香港博镜所涉境内审批/备案情况未发生变化。

2、境外子公司的经营情况

根据陈和李律师事务所出具的法律意见书，期间内，上述境外控股子公司已取得在香港开展业务的全部资质及许可，不存在影响其在香港正常开展业务的法律障碍，该等主体依法经营，不存在重大违法违规情形。

综上，本所律师认为，期间内，发行人在中国大陆以外的经营活动合法、合规、真实、有效。

（四）发行人期间内主营业务突出

根据发行人《2025 年半年度报告》，发行人期间内主营业务收入为 679,238,760.55 元，占总收入的比例为 98.96%。

本所律师认为，发行人在期间内主营业务突出，且未发生变更。

（五）发行人不存在持续经营的法律障碍

根据发行人《2025 年半年度报告》，发行人期间的营业收入为 686,373,243.99 元，具有持续经营能力。

本所律师经核查后认为，发行人不存在持续经营的法律障碍。

八、关联交易及同业竞争

（一）发行人的主要关联方

经本所律师核查，截至期间末，发行人的主要关联方包括：

1、发行人的实际控制人

发行人的实际控制人为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN。

2、发行人董事、监事、高级管理人员

发行人的董事为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN、刘之明、何庆柏、郑庆秋、戴新召、兰佳（独立董事）、王伟（独立董事）、廖素华（独立董事）；监事为杨晓民、闫寒、张笑丽；高级管理人员为 LOUISA FAN、何庆柏、郑庆秋、丁芸洁、康海文、周演文、杨勇。

3、由上述第 1-2 项所涉关联自然人直接或间接控制的，或由前述关联自然人担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织（发行人及其控股子公司除外）

序号	名称	关联关系
1	博成（香港）有限公司	发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 控制的企业
2	共青城筑粤新能源产业投资合伙企业（有限合伙）	发行人独立董事兰佳持有 99% 份额并担任 GP 的企业
3	共青城中陆海新能源产业投资合伙企业（有限合伙）	发行人独立董事兰佳持有 99% 份额并担任 GP 的企业

序号	名称	关联关系
4	北京智度德正投资有限公司	发行人独立董事兰佳担任执行董事兼经理的企业
5	拉萨经济技术开发区智恒咨询有限公司	发行人独立董事兰佳担任执行董事兼经理的企业
6	西藏智恒实业有限公司	发行人独立董事兰佳担任执行董事兼总经理的企业
7	广东新希望新农业股权投资基金管理有限公司	发行人独立董事兰佳担任董事的企业
8	深圳市视光学会	发行人独立董事廖素华担任会长的社会组织
9	广州华科生物科技有限公司	发行人高级管理人员康海文持股 51%的企业

4、其他关联自然人

前述第 1-2 项所述关联自然人关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

5、其他关联法人

前述第 4 项关联自然人直接或间接控制的，或由前述关联自然人担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织。

（二）发行人与关联方之间的重大关联交易

根据发行人提供的相关资料，并经本所律师核查，发行人期间内发生的重大关联交易为关键管理人员报酬，期间内发生金额为 5,387,045.29 元。

（三）经本所律师核查，发行人期间内发生的关联交易均是在交易各方平等协商的基础上达成的，以市场价格为依据，定价公允，并按照《上市规则》《公司章程》及其他内部规章制度的规定履行了必要的决策程序，不存在损害发行人及其他股东利益的情况。

（四）经本所律师核查，发行人根据相关法律、行政法规和规范性文件的规定制定了《公司章程》，并制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》以及内部授权管理制度等，对关联交易的决策权限和程序作出了具体明确的规定，对关联交易的公允性提供了决策程序上的保障，体现了保护中小股东利益的原则。

本所律师认为，发行人已在《公司章程》及其他内部规章制度中明确了关联交易的公允决策制度，该等制度符合有关法律、法规及规范性文件的规定。

（五）同业竞争

根据发行人提供的资料和说明，并经本所律师核查，期间内，发行人与实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争。

经本所律师核查，为避免在未来业务发展过程中出现与发行人的同业竞争，发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 已向发行人出具《关于避免同业竞争的承诺函》。

九、发行人的主要财产

（一）不动产权

经本所律师核查，截至期间末，发行人及其子公司持有不动产权的情况未发生变化。

（二）在建工程

根据发行人《2025 年半年度报告》及发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至期间末，发行人的在建工程仍为门店装修，账面余额为 565,890.10 元。

（三）知识产权

1、商标

（1）期间内新增商标

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，发行人及其子公司新增取得 14 项境内商标，具体情况如下：

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
1	发行人	ZÈLE	79877549	9	2025.03.28	2035.03.27	原始取得
2	江西新云程	OURNOR	82246036	35	2025.06.07	2035.06.06	原始取得
3	江西新云程	发韧	81112114	35	2025.05.14	2035.05.13	原始取得
4	江西新云程	境视	79963464	9	2025.03.28	2035.03.27	原始取得
5	江西新云程	境晰	79974180	9	2025.01.21	2035.01.20	原始取得
6	江西新云程	OURNOR	77092690	8	2024.08.21	2034.08.20	继受取得
7	江西新云程	欧拿	46191492	5	2021.01.14	2031.01.13	继受取得
8	江西新云程	OURNOR	41981846	5	2020.09.07	2030.09.06	继受取得
9	江西新云程	欧拿	39937854	9	2020.07.07	2030.07.06	继受取得

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
10	江西新云程	欧拿	39936041	3	2020.07.07	2030.07.06	继受取得
11	江西新云程	OURNOR	9898719	3	2013.07.14	2033.07.13	继受取得
12	江西新云程	OURNOR	9898701	9	2012.10.28	2032.10.27	继受取得
13	江西新云程	欧拿	9893058	9	2012.10.28	2032.10.27	继受取得
14	江西新云程	欧拿	9893013	3	2012.10.28	2032.10.27	继受取得

（2）期间内续展商标

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，除已在《律师工作报告》披露的期间内续展商标外，发行人新增 4 项境内续展商标，具体情况如下：

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
1	发行人	zele	13241437	35	2016.01.14	2036.01.13	原始取得
2	发行人	三品	13412497	35	2015.08.21	2035.08.20	原始取得
3	发行人	MYIGADS	14496153	35	2015.08.14	2035.08.13	原始取得
4	发行人	MYIGADS	14496664	44	2015.06.14	2035.06.13	原始取得

（3）期间内终止商标

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，除已在《律师工作报告》披露的期间内被公告撤销的商标外，发行人及其子公司不存在其他商标权终止的情况。

除上述情形外，期间内，发行人及其子公司持有注册商标的情况未发生变化。

2、专利

根据发行人提供的资料，经本所律师核查，期间内，发行人及其子公司持有专利的情况未发生变化。

3、计算机软件著作权

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人子公司新增 1 项计算机软件著作权，具体情况如下：

序号	权利人	软件名称	登记号	首次发表日	取得方式
----	-----	------	-----	-------	------

序号	权利人	软件名称	登记号	首次发表日	取得方式
1	江西新云程	人单合一日常清系统[简称：日清系统]V01.07.03.01	2025SR1049576	--	原始取得

除上述情形外，期间内，发行人及其子公司持有计算机软件著作权的情况未发生变化。

4、作品著作权

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人新增 4 项作品著作权，具体情况如下：

序号	作品名称	登记号	作品类别	创作完成日
1	小博士 系列	国作登字-2025-F-00006545	美术作品	2022.07.15
2	博士 DOCTORGLASSE S 系列 图文组合	国作登字-2025-F-00006546	美术作品	2019.11.12
3	博士 DOCTOR+博士眼镜 图文组合	国作登字-2025-F-00006547	美术作品	1993.03.21
4	双马图案	国作登字-2025-F-00006548	美术作品	1993.03.21

除上述情形外，期间内，发行人及其子公司持有作品著作权的情况未发生变化。

5、域名

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人子公司共有 2 项域名续展注册，具体情况如下：

序号	权利人	域名名称	注册时间	到期时间
1	汉高信息	unionglasses.com	2007.06.13	2026.06.13
2	汉高信息	hencego.com	2001.08.27	2026.08.27

除上述情形外，期间内，发行人及其子公司持有域名的情况未发生变化。

（四）对外投资

1、根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人新增 1 家境内控股子公司，具体情况如下：

序号	子公司名称	子公司类型	成立时间	注册资本（万元）	注册地
1	广州普立奥眼镜有限公司	第一级全资	2025.01.21	50	广东省广州市

2、根据陈和李律师事务所出具的法律意见书，期间内，发行人境外全资子公司香港博士的注册资本减少为 210 万美元，减资后发行人仍为其唯一股东。

除上述情形外，期间内，发行人对外投资情况未发生变化。

（五）根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人以合法方式取得上述财产的所有权或使用权，除本补充法律意见书已披露情形外，期间内，上述财产不存在产权纠纷。

（六）根据发行人最近三年审计报告及《2025 年半年度报告》、发行人提供的资料和其出具的说明，并经本所律师核查，除下述情形外，截至本补充法律意见书出具之日，上述发行人主要财产的所有权或使用权的行使不存在限制，亦不存在其他担保或权利受限制的情况。

发行人与招商银行股份有限公司深圳分行于 2025 年 7 月 25 日签署《最高额质押合同》（编号：755XY250723T00004401），以发行人持有的第 ZL2017212696304 号、第 ZL2017212779491 号专利为《授信协议》（编号：755XY250723T000044）项下授信期间为 2025 年 7 月 24 日至 2026 年 7 月 23 日的授信债权提供质押担保，质押期限为自《最高额质押合同》生效之日起至《授信协议》项下授信债权诉讼时效届满的期间，担保最高限额为 7,000 万元。

（七）不动产租赁情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至期间末，发行人及其控股子公司不存在土地租赁的情形，承租房产主要用于仓储物流、镜片加工、宿舍、办公以及自营门店经营。

1、仓储物流、加工、宿舍及办公用房租赁情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至期间末，发行人及其控股子公司未新增租赁仓储物流、镜片加工、宿舍及办公用房，上述用房期间内的续租情况如下：

序号	承租人	出租人	地址	面积 (m²)	租赁期限
1	发行人	深圳市加劲燃料有限公司	深圳市罗湖区清水河一路（宝洁路）8 号 2 栋仓库 3 层 301 单元	438	2025.06.05-2026.06.04
2	发行人	深圳市加劲燃料有限公司	深圳市罗湖区清水河一路（宝洁路）8 号 2 栋仓库 5 层 502 单元	512	2025.06.05-2026.06.04
3	发行人	惠州市凯昌旺实业投资有限公司	惠州市惠阳区新圩镇红卫村榄树坑地段工业园宿舍第 D 栋第 1 层厂房	388.58	2025.05.01-2029.04.30

序号	承租人	出租人	地址	面积 (m²)	租赁期限
4	江西新云程	江西省远景鑫实业有限公司	南昌市青山湖区北京东路 1616 号青山湖创业大厦 9 楼整层	1,080	2025.06.01-2027.05.31

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，上述第 3 项租赁房产已提供房屋产权证书及有权出租证明。

除上述情形外，期间内，发行人及其子公司本项下的房屋租赁情况，以及对应的房屋产权证书及有权出租证明提供情况、房屋租赁备案登记手续办理情况未发生变化。

2、自营门店房屋租赁情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至期间末，发行人及其控股子公司共租赁 390 处房产供其自营门店使用。

（1）租赁备案情况

经本所律师核查，上述自营门店所涉租赁房产中共 5 处租赁房产办理了租赁备案登记手续。

根据《中华人民共和国民法典》《商品房屋租赁管理办法》，发行人及其控股子公司未办理房屋租赁备案登记手续，存在被当地主管部门责令限期改正以及如未能按要求改正而受到罚款的风险，但不影响租赁合同本身的法律效力。

（2）房屋产权证书及有权出租证明情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，上述自营门店所涉租赁房产取得房屋产权证书及有权出租证明的情况如下：

①共 212 处租赁房产的出租方已提供房屋产权证书，且该等出租方均为租赁房产的产权人或提供了有权出租证明。

②共 55 处租赁房产的出租方已提供房屋产权证书，未能提供有权出租证明。

③未提供房屋产权证书的租赁房产中，共 77 处已取得由政府机构或事业单位、街道办出具的产权证明、产权人购房合同、土地权属证书及施工三证、商品房预售许可或法院文书等作为替代性产权证明；其他租赁房产未取得上述证明文件的主要原因包括出租方不愿提供或仅提供产权人、集体组织等不具有房屋产权

管理职能的单位出具的产权证明等。

未能提供房屋产权证明的租赁房产中，有较大比例的房产选址位于大型购物中心及百货商超，相关房产因违规建设而需拆迁或相关门店被要求停业、搬迁的可能性相对较低。

基于上述，发行人及其控股子公司承租的上述房产存在因产权瑕疵或出租方权利瑕疵而不能使用的风险，以及因未办理租赁备案登记手续而被主管部门责令限期改正或处以罚款等行政处罚的风险，但租赁合同本身的法律效力不受影响。根据发行人出具的说明，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其控股子公司均不涉及与上述租赁房产相关的纠纷，未被要求搬迁，亦未因前述事项受到相关主管部门的行政处罚，上述租赁房产均在正常使用中。同时，发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 已承诺将承担因前述租赁事项可能给发行人及其控股子公司造成的全部损失。

因此，本所律师认为，上述情形不会对发行人经营造成重大不利影响，亦不会对本次发行构成实质性障碍。

十、发行人的重大债权债务

（一）重大合同

本章中所述重大合同，是指发行人及其子公司将要履行、正在履行的对发行人经营活动、未来发展或财务状况具有重大影响的业务合同。经本所律师核查，截至期间末，发行人及其子公司尚未履行完毕的重大合同如下：

1、销售合同

报告期内，结合发行人所处行业特点，客户主要通过发行人与客户签署框架合同后逐笔订单的方式，或直接向发行人提出采购需求。截至期间末，发行人正在履行的重大销售合同情况如下：

序号	客户名称	销售产品类型	合同类型	有效期
1	客户 A	镜片、镜架、隐形眼镜等	框架合同	2023.08.29-2026.08.28

注：上述合同金额以逐笔订单为准。

2、采购合同

报告期内，结合发行人所处行业特点，发行人与主要供应商签署框架合同，在框架合同下按订单采购。截至期间末，发行人及其子公司正在履行的重大采购合同情况如下：

序号	供应商名称	采购产品类型	合同类型	有效期
1	依视路集团	太阳镜、镜架、镜片等	框架合同	2025.01.01-2025.12.31/ 2024.01.01-2025.12.31
2	开云瓊维（上海）眼镜贸易有限公司	太阳镜、镜架等	框架合同	2025.01.01-2025.12.31
3	特丽奥思眼镜（上海）有限公司	太阳镜、镜架等	框架合同	2023.01.01-2025.12.31
4	卡尔蔡司光学（广州）有限公司	镜片等	框架合同	2024.01.01-2026.12.31
5	豪雅（上海）光学有限公司	镜架、镜片等	框架合同	2025.01.01-2025.12.31

注：同一控制下企业已合并列示；上述合同金额均以逐笔订单为准。

3、重要门店经营场所合同

报告期内，发行人及其控股子公司下属门店通过签署租赁合同或合作协议的方式取得经营场所。截至期间末，发行人正在履行的重要门店经营场所合同情况如下：

序号	发行人/控股子公司名称	出租方/合作方名称	合同期限	具体门店
1	发行人	深圳市眼科医院	2022.04.01-2027.03.31	深圳福田区眼科医院店
2	杭州普立奥眼镜有限公司	华润新鸿基（杭州）有限公司	2024.10.24-2027.01.23	杭州富春路万象城店
3	发行人	华润（深圳）有限公司	2023.05.21-2026.05.20	深圳罗湖区万象城店
4	杭州普立奥眼镜有限公司	华润新鸿基（杭州）有限公司	2024.03.01-2026.02.28	杭州万象城林德伯格专卖店
5	发行人	华润置地（深圳）有限公司	2023.03.20-2026.03.19	深圳南山区华润万象天地总统店

4、授信、借款及担保合同

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至期间末，发行人正在履行的主要授信、借款及担保合同情况如下：

序号	合同类型	授信人/借款人	贷款人	授信额度	授信到期日	担保方式
----	------	---------	-----	------	-------	------

1	授信合同	中国银行股份有限公司 深圳中心区支行	发行人	8,000 万元	2025.12.23	--
---	------	-----------------------	-----	----------	------------	----

本所律师审慎核验之后认为，上述尚未履行完毕的重大合同或协议合法有效，该等合同或协议不存在潜在的纠纷或风险；发行人不存在已履行完毕但可能存在潜在纠纷的重大合同。

（二）根据发行人出具的说明和政府有关主管部门出具的证明文件，并经本所律师核查，截至期间末，发行人不存在因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权等原因而产生且尚未了结的侵权之债。

（三）根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，期间内，除本补充法律意见书已披露的情形外，发行人与关联方之间不存在其他重大债权债务关系及相互提供担保的情况。

（四）发行人其他应收款、其他应付款

截至期间末，发行人的其他应收款余额为 53,293,227.53 元，其他应付款余额为 17,811,451.61 元。根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人上述其他应收款、其他应付款系因正常的经营活动产生，合法有效。

十一、发行人的重大资产变化及收购兼并

（一）发行人已发生的重大资产变化及收购兼并

1、根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人期间内股本变更的具体情形详见本补充法律意见书第三节“六、发行人的股本及其演变”；期间内发行人未发生合并、分立的情形。

2、根据发行人的说明，并经本所律师核查，期间内，发行人已发生的收购兼并情况未发生变化。

（二）根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人不存在重大股权投资、资产买卖行为，不存在重大资产出售/转让行为，不存在拟进行的重大资产置换、资产剥离、重大资产出售或收购等行为。

十二、发行人的公司章程

（一）发行人公司章程的修改

根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人公司章程在期间内的修改情况如下表所列示：

序号	时间	决策程序	修改内容
1	2025.05.19	2024 年度股东大会	因股票期权行权及限制性股票回购注销事宜修改公司注册资本及股份总数

（二）发行人现行的公司章程

发行人现行有效的《公司章程》经于 2025 年 5 月 19 日召开的 2024 年度股东大会审议通过。

综上，本所律师认为，发行人期间内公司章程的修改已履行了必要的法定程序，符合当时有效的法律、法规和规范性文件的规定；发行人现行有效的《公司章程》系依据《公司法》《上市公司章程指引》等法律、行政法规和规范性文件制定，其内容符合现行法律、行政法规和规范性文件的规定。

十三、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人股东大会、董事会、监事会的召开、决议内容合法、合规、真实、有效；发行人股东大会、董事会作出授权或重大决策，均履行了《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》及《董事会议事规则》所规定的决策程序，该等授权或重大决策行为合法、合规、真实、有效。

十四、发行人的董事、监事和高级管理人员及其变化

（一）发行人董事、监事和高级管理人员的任职

1、经本所律师核查，发行人董事共 9 名，分别为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN、刘之明、何庆柏、郑庆秋、戴新召、兰佳、王伟、廖素华（其中，兰佳、王伟、廖素华为独立董事），均由发行人股东大会选举产生；发行人监事共 3 名，分别为杨晓民、闫寒、张笑丽，其中，杨晓民、闫寒由发行人股东大会选举产生，张笑丽由发行人职工代表大会选举产生；发行人高级管理人员共 7 名，分别为 LOUISA FAN、何庆柏、郑庆秋、丁芸洁、康海文、周演文、杨勇，均由发行人董事会聘任。

2、根据相关公安机关派出机构出具的证明文件、澳大利亚联邦警察局出具的无犯罪记录查询证明以及发行人董事、监事和高级管理人员出具的书面承诺，并经本所律师核查，发行人董事、监事及高级管理人员不存在根据有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定不得担任董事、监事和高级管理人员的情形，且不存在下列情形：

（1）被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期；

（2）最近三年受到中国证监会行政处罚，或者最近一年受到证券交易所公开谴责；

（3）因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查。

综上，本所律师认为，发行人的董事、监事和高级管理人员系通过合法程序经选举或聘任产生，其等任职符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

（二）发行人期间内董事、高级管理人员的变化

1、发行人董事变化情况

经本所律师核查，发行人期间内董事的变化情况如下：

（1）期间初，发行人的董事为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN、刘之明、何庆柏、郑庆秋、夏伟奇、兰佳、王伟、廖素华（其中，兰佳、王伟、廖素华为独立董事），为发行人第五届董事会董事。

（2）根据发行人于 2025 年 4 月 29 日披露的《关于公司董事辞职暨补选非独立董事及战略委员会委员的公告》，夏伟奇因个人原因申请辞去发行人董事职务，辞职报告自送达发行人董事会之日起生效。发行人于 2025 年 5 月 19 日召开 2024 年度股东大会并作出决议，补选戴新召为董事，任期为自股东大会审议通过之日起至第五届董事会届满为止。

2、发行人高级管理人员变化情况

经本所律师核查，发行人期间内高级管理人员的变化情况如下：

（1）期间初，发行人总经理为 LOUISA FAN，副总经理为何庆柏、郑庆秋、BING XIA、丁芸洁、康海文、周演文、杨勇，董事会秘书为丁芸洁、财务总监为康海文。

（2）根据发行人于 2025 年 4 月 15 日披露的《关于公司高级管理人员辞职的公告》，BING XIA 因个人原因辞去副总经理职务。

（三）发行人独立董事

经本所律师核查，期间内，发行人独立董事的任职情况及任职资格、职权范围未发生变化，仍符合中国证监会《上市公司独立董事管理办法》等有关法律、法规和规范性文件的规定。

十五、发行人的税务

（一）根据发行人《2025 年半年度报告》和发行人提供的资料、陈和李律师事务所出具的法律意见书，并经本所律师核查，期间内，发行人及子公司执行的主要税种及税率情况如下：

1、发行人及其子公司的主要税种、税率

序号	税种	税率
1	增值税	13%、9%、6%、5%、3%、1%
2	房产税	从价计征按 1.2%，从租计征按 12%
3	城市维护建设税	7%、5%
4	企业所得税	15%、20%、25%、16.5%、8.25%

注：香港博士及香港博镜企业所得税税率为应纳税所得额 200 万港币以内按 8.25% 纳税、应纳税所得额 200 万港币以上按 16.5% 纳税。

2、根据陈和李律师事务所出具的法律意见书，发行人境外控股子公司香港博士、香港博镜执行的税种及税率符合所在地区相关法律的规定。

综上，本所律师认为，发行人及其子公司期间内执行的主要税种、税率符合相关法律、法规和规范性文件的要求。

（二）税收优惠

根据发行人提供的资料及《2025 年半年度报告》，并经本所律师核查，发行人及其子公司期间内享受的税收优惠政策如下：

1、企业所得税税收优惠

（1）小型微利企业减征企业所得税优惠

根据《财政部、税务总局关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财政部 税务总局公告 2023 年第 12 号）的规定，对小型微利企业减按 25% 计算应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税政策，延续执

行至 2027 年 12 月 31 日。

依据上述文件的规定，期间内，公司部分子公司符合小型微利企业所得税优惠税率的适用条件，具体为北京市澳星博士眼镜有限公司、安徽省澳星眼镜有限公司、南宁市普立奥眼镜有限公司、深圳市伯爵网络科技有限公司、沈阳市澳星博士眼镜有限公司、昆山市普立奥眼镜有限公司、惠州市德勤眼镜有限公司、无锡市普立奥眼镜有限公司、苏州普立奥眼镜有限公司、西安普立奥眼镜有限公司、南通市普立奥眼镜有限公司、三亚博镜贸易有限公司、厦门市博镜眼镜有限公司、南京市普立奥眼镜有限公司、天津市普立奥眼镜有限公司、宁波诗琪眼镜有限公司、北京普立奥眼镜有限公司、上海诗琪眼镜有限公司、武汉普立奥眼镜有限公司、南昌诗琪眼镜有限责任公司、长沙市博士眼镜有限公司、大连市普立奥眼镜有限公司、常州市博士眼镜有限公司、福州市普立奥眼镜有限公司、珠海市博士眼镜有限公司、三亚澳星眼镜有限公司、南昌发韧壹企业管理有限公司、南昌发韧贰企业管理有限公司、杭州诗琪眼镜有限公司、广州普立奥眼镜有限公司。

（2）海南自由贸易港减征企业所得税优惠

根据《财政部 税务总局关于延续实施海南自由贸易港企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2025〕3 号），对注册在海南自由贸易港并实质性运营的鼓励类产业企业，减按 15% 的税率征收企业所得税，该政策执行期限延长至 2027 年 12 月 31 日。

依据上述文件的规定，博镜三亚符合优惠税率条件，期间内减按 15% 税率缴纳企业所得税。

2、增值税小规模纳税人减免征收增值税优惠

根据《财政部、税务总局关于明确增值税小规模纳税人减免增值税等政策的公告》（财政部、税务总局公告 2023 年第 1 号）、《财政部、税务总局关于增值税小规模纳税人减免增值税政策的公告》（财政部、税务总局公告 2023 年第 19 号）的规定，对月销售额 10 万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税；增值税小规模纳税人适用 3% 征收率的应税销售收入，减按 1% 征收率征收增值税、适用 3% 预征率的预缴增值税项目，减按 1% 预征率预缴增值税。该等政策执行期限为 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日。

期间内，发行人及其子公司中符合上述条件的主体享受增值税小规模纳税人减免缴纳增值税政策。

3、增值税小规模纳税人、小型微利企业减征“六税两费”优惠

根据《财政部、税务总局关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财政部、税务总局公告 2023 年第 12 号）的规定，对增值税小规模纳税人、小型微利企业和个体工商户减半征收资源税（不含水资源税）、城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税（不含证券交易印花税）、耕地占用税和教育费附加、地方教育附加。该政策执行期限为 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日。

期间内，发行人及其子公司中符合上述条件的主体享受增值税小规模纳税人、小型微利企业减征“六税两费”优惠。

综上，本所律师认为，发行人及其子公司期间内享受的上述税收优惠符合相关法律、法规的规定。

（三）根据发行人《2025 年半年度报告》及其提供的相关资料，并经本所律师核查，发行人及其子公司期间内未收到 50 万元以上的财政补贴。

（四）发行人期间内的纳税情况

根据发行人出具的说明、相关税务主管部门出具的证明及陈和李律师事务所出具的法律意见书，并经本所律师核查，发行人及其子公司期间内依法纳税，不存在税务方面重大违法违规的情形。

十六、发行人的环境保护和产品质量、技术等标准

（一）根据相关生态环境部门出具的证明文件、陈和李律师事务所出具的法律意见书以及发行人出具的说明，期间内，发行人及其控股子公司在环境保护方面未发生重大环境污染事故和环境违法行为，经营活动均符合有关环境保护的要求，不存在因违反环境保护方面的法律、法规、规范性文件而受到行政处罚的情形。

（二）根据相关市场监督管理部门出具的证明文件、陈和李律师事务所出具的法律意见书以及发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人及其子公司在期间内产品质量和技术标准符合国家产品质量、技术标准相关法律法规的规定，不存在因违反有关产品质量和技术监督方面的法律法规而受到行政处罚的情形。

十七、发行人募集资金的运用

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人募集资金的运用计划未发生变化。

十八、发行人的业务发展目标

根据发行人的说明，并经本所律师核查，期间内，发行人的业务发展目标未发生变化。

十九、诉讼、仲裁或行政处罚

（一）本所律师进行核查所受到的限制


根据中国相关诉讼法、《中华人民共和国仲裁法》《中华人民共和国行政处罚法》关于管辖的规定，且基于中国法院、仲裁机构并无统一、公开的案件受理、审理的查询渠道，本所律师对于发行人及其实际控制人、董事、监事及高级管理人员尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件情况的核查尚无法穷尽。

本所律师通过查询中国执行信息公开网、中国裁判文书网、信用中国等网站公示信息，并取得上述主体提供的书面文件等方式对上述主体尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件情况进行核查并得出核查结论，且依赖于上述主体出具书面文件时严格遵守了诚实、信用原则。本补充法律意见书以所涉案件标的金额超过 1,000 万元为主要标准，并结合案件事由、所涉主体、所涉标的物等因素，根据审慎原则和重要性原则对尚未了结的诉讼、仲裁和行政处罚案件进行披露。

（二）发行人的重大诉讼、仲裁或行政处罚情况

1、诉讼

根据发行人提供的资料、陈和李律师事务所出具的法律意见书，并经本所律师核查，截至期间末，发行人及其控股子公司不存在尚未了结的或可以预见的重大诉讼。

除此之外，截至本补充法律意见书出具之日，发行人新增 2 起作为原告向国家知识产权局提起的商标权撤销复审行政纠纷诉讼，分别为发行人与国家知识产权局及第三人莫建红关于第 1091684 号“”商标、第 1091685 号“DOCTOR”商标撤销权纠纷。前述诉讼的具体情况及《律师工作报告》已披露的 4 起商标权撤销复审行政纠纷诉讼的进展情况详见本补充法律意见书第二节“问题 1”。

本所律师认为，上述诉讼不会对发行人的经营产生实质性影响，亦不会对发行人本次发行构成重大不利影响。

2、仲裁

经本所律师核查，截至期间末，发行人及其控股子公司不存在尚未了结的或可以合理预见的、对发行人持续经营有重大不利影响的重大仲裁案件。

3、行政处罚

根据相关政府主管部门出具的无违法违规证明文件、发行人《2025 年半年度报告》、发行人的说明及其提供的营业外支出明细、陈和李律师事务所出具的法律意见书，并经本所律师核查，发行人及其控股子公司期间内不存在受到行政处罚的情形。

（三）持有发行人 5% 以上股份的股东及实际控制人的重大诉讼、仲裁及行政处罚情况

根据持有发行人 5% 以上股份的股东及实际控制人出具的文件，并经本所律师核查，截至期间末，持有发行人 5% 以上股份的股东及实际控制人不存在尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

（四）发行人董事长、总经理的重大诉讼、仲裁及行政处罚情况

根据发行人董事长、总经理出具的文件，并经本所律师核查，截至期间末，发行人的董事长、总经理不存在尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

二十、发行人募集说明书法律风险的评价

本所律师未参与募集说明书的编制，但就募集说明书所涉及的相关法律问题与发行人及保荐机构进行了讨论。本所律师已审阅募集说明书，并特别审阅募集说明书引用的《法律意见书》《律师工作报告》及本补充法律意见书相关内容，确认募集说明书对《法律意见书》《律师工作报告》及本补充法律意见书的引用真实、准确，不存在因引用的《法律意见书》《律师工作报告》及本补充法律意见书的相关内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏引致的法律风险。

二十一、需要说明的其他问题

（一）财务性投资

根据发行人出具的说明及提供的资料，并经本所律师核查，截至最近一期末，发行人持有的财务性投资金额占合并报表归属母公司净资产金额的 6.44%，低于 30%，不存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资（包括类金融）的情形。发行人不存在本次发行董事会决议日前六个月起至今实施或拟实施的财务性投资（包括类金融）情况。具体情况详见本补充法律意见书第二节“问题 3”。

（二）关于发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员参与本次可转债的发行认购情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，除发行人独立董事已承诺不参与本次可转债的发行认购外，发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员已就是否参与本次可转债的发行认购以及本次可转债认购前后六个月内是否存在减持发行人股份的计划或安排出具承诺，前述承诺已于募集说明书披露，上述承诺内容符合相关法律法规要求，合法有效。在遵守上述公开承诺的前提下，发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员参与本次可转债发行认购不会涉及短线交易。

二十二、结论

综上所述，本所律师认为：

发行人为依法设立并有效存续的上市公司，具有本次发行的主体资格；根据《证券法》《公司法》及《注册管理办法》的相关规定，发行人符合本次发行的实质条件；发行人本次发行已获得发行人股东大会和董事会的批准，尚需经深交所审核通过及中国证监会予以注册。

本补充法律意见书正本四份，无副本。

（以下无正文，下接签署页）

第四节 签署页

（本页无正文，为《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之补充法律意见书（二）》的签署页）

本补充法律意见书于2025年9月8日出具，正本一式四份，无副本。



国浩律师（深圳）事务所

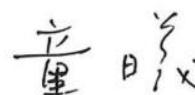
负责人：


马卓檀

律师：


程 静

律师：


童 曦

附件：发行人的业务资质

1、医疗器械经营许可证

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
1	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区喜荟城时尚店	粤深食药监械经营许 20200387 号	深圳市市监局	2030.06.09
2	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区城市广场博士店	粤深药监械经营许 20250487 号	深圳市市监局	2030.06.05
3	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区平安金融中心店	粤深药监械经营许 20250464 号	深圳市市监局	2030.05.28
4	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区沙井形色店	粤深食药监械经营许 20200309 号	深圳市市监局	2030.05.21
5	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区锦绣东方花园店	粤深食药监械经营许 20200145 号	深圳市市监局	2030.03.26
6	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区布吉东大街店	粤深食药监械经营许 20200147 号	深圳市市监局	2030.03.26
7	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区人民医院视光中心	粤深药监械经营许 20250217 号	深圳市市监局	2030.03.19
8	博士眼镜连锁股份有限公司 深圳中大八院店	粤深药监械经营许 20250113 号	深圳市市监局	2030.01.25
9	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区布吉沃尔玛店	粤深药监械经营许 20250088 号	深圳市市监局	2030.01.20
10	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区福永天虹店	粤深药监械经营许 20250024 号	深圳市市监局	2030.01.06
11	博士眼镜连锁股份有限公司 坪山悦岭空间博士店	粤深药监械经营许 20250016 号	深圳市市监局	2030.01.05
12	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区大仟里店	粤深食药监械经营许 20190852 号	深圳市市监局	2029.12.29
13	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区第五大道万家店	粤深食药监械经营许 20190797 号	深圳市市监局	2029.12.16
14	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华壹方城精品店	粤深药监械经营许 20241299 号	深圳市市监局	2029.12.09
15	博士眼镜连锁股份有限公司 中航城君尚购物中心二店	粤深药监械经营许 20241240 号	深圳市市监局	2029.11.24
16	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华民治天虹博士店	粤深药监械经营许 20241215 号	深圳市市监局	2029.11.19
17	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区民乐星河店	粤深食药监械经营许 20190671 号	深圳市市监局	2029.11.11
18	博士眼镜连锁股份有限公司 南山常兴天虹博士店	粤深药监械经营许 20241164 号	深圳市市监局	2029.11.05
19	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安华强广场博士店	粤深药监械经营许 20241147 号	深圳市市监局	2029.11.04
20	博士眼镜连锁股份有限公司 观澜福城天虹店	粤深药监械经营许 20241112 号	深圳市市监局	2029.10.23
21	博士眼镜连锁股份有限公司 坂田万科广场博士店	粤深药监械经营许 20241106 号	深圳市市监局	2029.10.22

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
22	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区沙井老虹店	粤深药监械经营许 20241089 号	深圳市市监局	2029.10.16
23	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区益田假日里店	粤深食药监械经营许 20190554 号	深圳市市监局	2029.09.28
24	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区宝利豪庭博士店	粤深食药监械经营许 20190479 号	深圳市市监局	2029.09.03
25	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区吉祥万家店	粤深药监械经营许 20240840 号	深圳市市监局	2029.07.30
26	博士眼镜连锁股份有限公司 福永同泰时代广场博士店	粤深药监械经营许 20240820 号	深圳市市监局	2029.07.23
27	博士眼镜连锁股份有限公司 盐田区壹海城店	粤深食药监械经营许 20190351 号	深圳市市监局	2029.07.21
28	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区莲塘万家店	粤深食药监械经营许 20190349 号	深圳市市监局	2029.07.18
29	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区翠竹万家店	粤深食药监械经营许 20190348 号	深圳市市监局	2029.07.18
30	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区太安店	粤深药监械经营许 20240778 号	深圳市市监局	2029.07.10
31	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区松柏天虹店	粤深药监械经营许 20240772 号	深圳市市监局	2029.07.08
32	博士眼镜连锁股份有限公司 学苑大道分公司	粤深食药监械经营许 20190294 号	深圳市市监局	2029.07.04
33	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区眼科店	粤深食药监械经营许 20190292 号	深圳市市监局	2029.07.04
34	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区布吉南岭人人购物广 场店	粤深食药监械经营许 20190267 号	深圳市市监局	2029.06.30
35	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区侨香路深国投广场分 店	粤深食药监械经营许 20190158 号	深圳市市监局	2029.05.13
36	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区皇庭广场店	粤深食药监械经营许 20190151 号	深圳市市监局	2029.05.09
37	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区侨乡万家店	粤深药监械经营许 20240513 号	深圳市市监局	2029.05.08
38	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区华侨城中旅广场店	粤深食药监械经营许 20190139 号	深圳市市监局	2029.05.05
39	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安欢乐港湾店	粤深药监械经营许 20240472 号	深圳市市监局	2029.04.29
40	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区坂田嘉御豪园天虹店	粤深药监械经营许 20240428 号	深圳市市监局	2029.04.23
41	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区海岸城店	粤深食药监械经营许 20190049 号	深圳市市监局	2029.03.28
42	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗布吉天虹店	粤深药监械经营许 20240229 号	深圳市市监局	2029.03.10
43	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区中航天逸花园天虹店	粤深药监械经营许 20240165 号	深圳市市监局	2029.02.05

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
44	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗世贸博士店	粤深药监械经营许 20240107 号	深圳市市监局	2029.01.29
45	博士眼镜连锁股份有限公司 光明大仟里博士店	粤深药监械经营许 20240117 号	深圳市市监局	2029.01.25
46	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区翠竹路沃尔玛店	粤深药监械经营许 20240075 号	深圳市市监局	2029.01.17
47	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗天玑城博士店	粤深药监械经营许 20240071 号	深圳市市监局	2029.01.17
48	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区万科二店	粤深药监械经营许 20240051 号	深圳市市监局	2029.01.15
49	博士眼镜连锁股份有限公司 前海壹方汇博士店	粤深药监械经营许 20240040 号	深圳市市监局	2029.01.09
50	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区 1C0 博士店	粤 SZ32129(门店-19- 龙-1)	深圳市市监局	2029.01.03
51	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区怡景中心分店	粤 328606	深圳市市监局	2028.12.17
52	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区星河 World 精品店	粤深药监械经营许 20231498 号	深圳市市监局	2028.12.06
53	博士眼镜连锁股份有限公司 南昌碟子湖大道分公司	赣洪药监械经营许 20232300 号	南昌市市监局	2028.12.03
54	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区中旅店	粤 328576	深圳市市监局	2028.11.28
55	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区假日二分店	粤 SZ12108(门店-18- 南-1)	深圳市市监局	2028.11.25
56	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区前进沃尔玛店	粤深药监械经营许 20231434 号	深圳市市监局	2028.11.22
57	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区南国丽城店	粤 SZ12096(门店-18- 南-1)	深圳市市监局	2028.11.21
58	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区通心岭分公司	粤深药监械经营许 20231404 号	深圳市市监局	2028.11.13
59	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区松岗宝利豪庭店	粤深药监械经营许 20231387 号	深圳市市监局	2028.11.12
60	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区溢芳园店	粤深药监械经营许 20231391 号	深圳市市监局	2028.11.08
61	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区青春家园店	粤 SZ12091(门店-18- 南-1)	深圳市市监局	2028.11.05
62	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区金宝分店	粤 SZ12092(门店-18- 南-1)	深圳市市监局	2028.11.05
63	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区缤纷年华店	粤 SZ12093(门店-18- 南-1)	深圳市市监局	2028.11.05
64	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区 ATMALL 博士店	粤深药监械经营许 20231336 号	深圳市市监局	2028.10.29
65	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区华强北顺电分店	粤深药监械经营许 20231340 号	深圳市市监局	2028.10.29
66	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区沙井京基店	粤深药监械经营许 20231331 号	深圳市市监局	2028.10.26

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
67	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区蛇口南水步行街分店	粤深药监械经营许 20231278 号	深圳市市监局	2028.10.12
68	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区紫薇阁店	粤深药监械经营许 20231270 号	深圳市市监局	2028.10.11
69	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖水贝京基博士店	粤深药监械经营许 20231240 号	深圳市市监局	2028.09.26
70	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安前进天虹博士店	粤深药监械经营许 20231188 号	深圳市市监局	2028.09.14
71	博士眼镜连锁股份有限公司 西丽天虹博士店	粤深药监械经营许 20231160 号	深圳市市监局	2028.09.06
72	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区欢乐颂博士店	粤深药监械经营许 20231162 号	深圳市市监局	2028.09.06
73	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区福民天虹店	粤深药监械经营许 20231150 号	深圳市市监局	2028.09.05
74	博士眼镜连锁股份有限公司 沙井百佳华佳漾汇博士店	粤深药监械经营许 20231115 号	深圳市市监局	2028.08.29
75	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗龙新天虹博士店	粤深药监械经营许 20231104 号	深圳市市监局	2028.08.24
76	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区御景东方花园店	粤 328396	深圳市市监局	2028.08.20
77	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区桃苑分店	粤 328395	深圳市市监局	2028.08.20
78	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区松岗吉祥大道店	粤 328393	深圳市市监局	2028.08.20
79	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区建安缤纷城店	粤 328391	深圳市市监局	2028.08.19
80	博士眼镜连锁股份有限公司 海上世界汇港购物中心店	粤深药监械经营许 20231000 号	深圳市市监局	2028.08.01
81	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区东海坊店	粤 328353	深圳市市监局	2028.08.01
82	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华壹方天地 A 区博士店	粤深药监械经营许 20230960 号	深圳市市监局	2028.07.25
83	博士眼镜连锁股份有限公司 光明华润购物中心博士店	粤深药监械经营许 20230952 号	深圳市市监局	2028.07.24
84	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区福民沃尔玛分店	粤深药监械经营许 20230930 号	深圳市市监局	2028.07.18
85	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区香榭峰景店	粤深药监械经营许 20230919 号	深圳市市监局	2028.07.16
86	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区民治香颂购物店	粤深药监械经营许 20230881 号	深圳市市监局	2028.07.09
87	博士眼镜连锁股份有限公司 沙头角广富百货店	粤深药监械经营许 20230849 号	深圳市市监局	2028.07.03
88	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗颐安智富里博士店	粤深药监械经营许 20230798 号	深圳市市监局	2028.06.20
89	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区下梅林店	粤 328263	深圳市市监局	2028.06.14

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
90	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区景田北店	粤 328262	深圳市市监局	2028.06.14
91	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安会展湾花园里博士店	粤深药监械经营许 20230767 号	深圳市市监局	2028.06.09
92	博士眼镜连锁股份有限公司 福田梅林梅华苑博士店	粤深药监械经营许 20230623 号	深圳市市监局	2028.05.11
93	博士眼镜连锁股份有限公司 福田福源印象里博士店	粤深药监械经营许 20230589 号	深圳市市监局	2028.05.04
94	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区太古广场店	粤 SZ11966（门店 -18--1）	深圳市市监局	2028.04.23
95	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗万科里博士店	粤深药监械经营许 20230491 号	深圳市市监局	2028.04.18
96	博士眼镜连锁股份有限公司 布吉万象汇博士店	粤深药监械经营许 20230505 号	深圳市市监局	2028.04.18
97	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区创业分店	粤深药监械经营许 20230339 号	深圳市市监局	2028.03.16
98	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗福新路分公司	粤深药监械经营许 20230272 号	深圳市市监局	2028.02.29
99	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区东方欣悦店	粤深药监械经营许 20230256 号	深圳市市监局	2028.02.22
100	博士眼镜连锁股份有限公司 观澜天虹店	粤深药监械经营许 20230179 号	深圳市市监局	2028.01.19
101	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗仁恒梦中心博士店	粤深药监械经营许 20230165 号	深圳市市监局	2028.01.01
102	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华壹方天地博士店	粤深药监械经营许 20220967 号	深圳市市监局	2027.11.20
103	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区卓悦中心店	粤深药监械经营许 20220965 号	深圳市市监局	2027.11.17
104	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区万象店	粤深药监械经营许 20220925 号	深圳市市监局	2027.11.06
105	博士眼镜连锁股份有限公司 观澜佳纷天地博士店	粤深药监械经营许 20220923 号	深圳市市监局	2027.11.03
106	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖笋岗万象汇博士店	粤深药监械经营许 20220907 号	深圳市市监局	2027.10.26
107	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区坪地沃尔玛博士店	粤深药监械经营许 20220887 号	深圳市市监局	2027.10.20
108	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区花园城分店	粤深药监械经营许 20220831 号	深圳市市监局	2027.09.28
109	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区壹方城购物中心总统 店	粤深药监械经营许 20220827 号	深圳市市监局	2027.09.28
110	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区杉杉奥特莱斯广场店	粤深药监械经营许 20220793 号	深圳市市监局	2027.09.19
111	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区玫瑰园店	粤深药监械经营许 20220784 号	深圳市市监局	2027.09.14
112	博士眼镜连锁股份有限公司 光明区乐府万达店	粤深药监械经营许 20220782 号	深圳市市监局	2027.09.14

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
113	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区华润万象天地总统店	粤深药监械经营许 20220775 号	深圳市市监局	2027.09.08
114	博士眼镜连锁股份有限公司 沙井卓悦时光店	粤深药监械经营许 20220743 号	深圳市市监局	2027.08.28
115	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区海上世界砵店	粤深药监械经营许 20220680 号	深圳市市监局	2027.08.03
116	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区福永益田假日天地博士店	粤深药监械经营许 20220644 号	深圳市市监局	2027.07.26
117	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区龙华花园街店	粤深药监械经营许 20220586 号	深圳市市监局	2027.07.07
118	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区水榭春天店	粤深药监械经营许 20220524 号	深圳市市监局	2027.06.22
119	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区八卦二路店	粤深药监械经营许 20220507 号	深圳市市监局	2027.06.16
120	博士眼镜连锁股份有限公司 坪山京基御景店	粤深药监械经营许 20220473 号	深圳市市监局	2027.06.08
121	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区万科城店	粤深药监械经营许 20220420 号	深圳市市监局	2027.05.26
122	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区爱华店	粤深药监械经营许 20220427 号	深圳市市监局	2027.05.26
123	博士眼镜连锁股份有限公司 坪山区益田假日世界博士店	粤深药监械经营许 20220405 号	深圳市市监局	2027.05.24
124	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区福永益田假日天地砵店	粤深药监械经营许 20220397 号	深圳市市监局	2027.05.22
125	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区松岗联投店	粤深食药监械经营许 20220351 号	深圳市市监局	2027.05.09
126	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区蛇口沃尔玛店	粤深食药监械经营许 20220336 号	深圳市市监局	2027.05.05
127	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗万科天誉店	粤深食药监械经营许 20220289 号	深圳市市监局	2027.04.21
128	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华奥特莱斯店	粤深食药监械经营许 20220233 号	深圳市市监局	2027.04.12
129	博士眼镜连锁股份有限公司 光明龙光店	粤深食药监械经营许 20220090 号	深圳市市监局	2027.01.28
130	博士眼镜连锁股份有限公司 布吉佳兆业店	粤深食药监械经营许 20220079 号	深圳市市监局	2027.01.26
131	博士眼镜连锁股份有限公司 香缤广场店	粤深食药监械经营许 20220068 号	深圳市市监局	2027.01.24
132	博士眼镜连锁股份有限公司 石岩汇邦中心店	粤深食药监械经营许 20220053 号	深圳市市监局	2027.01.24
133	博士眼镜连锁股份有限公司 龙坪天虹店	粤深食药监械经营许 20220069 号	深圳市市监局	2027.01.24
134	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区佐岭红树林店	粤深食药监械经营许 20220063 号	深圳市市监局	2027.01.24

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
135	博士眼镜连锁股份有限公司 新沙天虹博士店	粤深食药监械经营许 20220034 号	深圳市市监局	2027.01.13
136	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区华侨城沃尔玛店	粤深食药监械经营许 20220030 号	深圳市市监局	2027.01.11
137	博士眼镜连锁股份有限公司 光明新区公明天虹店	粤深食药监械经营许 20220002 号	深圳市市监局	2027.01.03
138	博士眼镜连锁股份有限公司 东门天虹店	粤深食药监械经营许 20211135 号	深圳市市监局	2026.12.30
139	博士眼镜连锁股份有限公司 万象前海店	粤深食药监械经营许 20211132 号	深圳市市监局	2026.12.28
140	博士眼镜连锁股份有限公司 百花店	粤深食药监械经营许 20211095 号	深圳市市监局	2026.12.20
141	博士眼镜连锁股份有限公司 双龙天虹店	粤深食药监械经营许 20211083 号	深圳市市监局	2026.12.16
142	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华华著公馆店	粤深食药监械经营许 20211071 号	深圳市市监局	2026.12.14
143	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华和平里店	粤深食药监械经营许 20211064 号	深圳市市监局	2026.12.12
144	博士眼镜连锁股份有限公司 南山前海卓越店	粤深食药监械经营许 20211005 号	深圳市市监局	2026.11.21
145	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区中洲店	粤深食药监械经营许 20210972 号	深圳市市监局	2026.11.14
146	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区龙华苹果园店	粤深食药监械经营许 20210970 号	深圳市市监局	2026.11.09
147	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区大新前海分店	粤深食药监械经营许 20210965 号	深圳市市监局	2026.11.07
148	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区东环二路店	粤深食药监械经营许 20210966 号	深圳市市监局	2026.11.07
149	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区潜龙分店	粤深食药监械经营许 20210955 号	深圳市市监局	2026.10.31
150	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区龙华大润发店	粤深食药监械经营许 20210956 号	深圳市市监局	2026.10.31
151	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区五洲星苑店	粤深食药监械经营许 20210945 号	深圳市市监局	2026.10.29
152	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区皇庭广场总统店	粤深食药监械经营许 20210944 号	深圳市市监局	2026.10.27
153	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区西乡沃尔玛店	粤深食药监械经营许 20210926 号	深圳市市监局	2026.10.21
154	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区金港华庭店	粤深食药监械经营许 20210927 号	深圳市市监局	2026.10.21
155	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区天利苏宁店	粤深食药监械经营许 20210914 号	深圳市市监局	2026.10.17
156	博士眼镜连锁股份有限公司 平湖平吉上苑店	粤深食药监械经营许 20210898 号	深圳市市监局	2026.10.14
157	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区摩尔城店	粤深食药监械经营许 20210902 号	深圳市市监局	2026.10.14

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
158	博士眼镜连锁股份有限公司 华侨城天鹅湖店	粤深食药监械经营许 20210886 号	深圳市市监局	2026.10.07
159	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区洪湖花园分店	粤深食药监械经营许 20210879 号	深圳市市监局	2026.09.29
160	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区喜荟城店	粤深食药监械经营许 20210872 号	深圳市市监局	2026.09.28
161	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区观澜店	粤深食药监械经营许 20210855 号	深圳市市监局	2026.09.22
162	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区建安路店	粤深食药监械经营许 20210852 号	深圳市市监局	2026.09.22
163	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区金光华店	粤深食药监械经营许 20210828 号	深圳市市监局	2026.09.15
164	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区易达店	粤深食药监械经营许 20210824 号	深圳市市监局	2026.09.14
165	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区松岗佳华店	粤深食药监械经营许 20210794 号	深圳市市监局	2026.09.07
166	博士眼镜连锁股份有限公司 梅林卓悦汇店	粤深食药监械经营许 20210777 号	深圳市市监局	2026.08.26
167	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区新安花园店	粤深食药监械经营许 20210774 号	深圳市市监局	2026.08.26
168	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区君逸世家店	粤深食药监械经营许 20210773 号	深圳市市监局	2026.08.26
169	博士眼镜连锁股份有限公司 坂田嘉御山店	粤深食药监械经营许 20210775 号	深圳市市监局	2026.08.26
170	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安创业天虹店	粤深食药监械经营许 20210771 号	深圳市市监局	2026.08.25
171	博士眼镜连锁股份有限公司 中航城君尚购物中心一店	粤深食药监械经营许 20210744 号	深圳市市监局	2026.08.12
172	博士眼镜连锁股份有限公司 沙井博林君瑞店	粤深食药监械经营许 20210716 号	深圳市市监局	2026.08.03
173	博士眼镜连锁股份有限公司 京基滨河时代广场店	粤深食药监械经营许 20210686 号	深圳市市监局	2026.07.19
174	博士眼镜连锁股份有限公司 平湖华盛奥特莱斯店	粤深食药监械经营许 20210652 号	深圳市市监局	2026.07.07
175	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖投控大厦店	粤深食药监械经营许 20210604 号	深圳市市监局	2026.06.21
176	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安领航城店	粤深食药监械经营许 20210600 号	深圳市市监局	2026.06.20
177	博士眼镜连锁股份有限公司 安托山万科里店	粤深食药监械经营许 20210573 号	深圳市市监局	2026.06.09
178	博士眼镜连锁股份有限公司 福田星河 COCOPARK 总统店	粤深食药监械经营许 20210537 号	深圳市市监局	2026.05.25
179	博士眼镜连锁股份有限公司 西丽悦方广场店	粤深食药监械经营许 20210400 号	深圳市市监局	2026.04.06
180	博士眼镜连锁股份有限公司 南山来福士店	粤深食药监械经营许 20210310 号	深圳市市监局	2026.03.07

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
181	博士眼镜连锁股份有限公司平湖天虹店	粤深食药监械经营许20210293号	深圳市市监局	2026.02.22
182	博士眼镜连锁股份有限公司坂田湾畔 MALL 店	粤深食药监械经营许20210292号	深圳市市监局	2026.02.22
183	博士眼镜连锁股份有限公司西丽宝能环球汇店	粤深食药监械经营许20200777号	深圳市市监局	2025.09.29
184	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区京基金融中心店	粤深食药监械经营许20200662号	深圳市市监局	2025.08.24
185	深圳市博士视觉健康科技有限公司	粤深食药监械经营许20200678号	深圳市市监局	2030.08.30
186	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖区莲塘仙桐路分公司	粤深药监械经营许20250246号	深圳市市监局	2030.03.26
187	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖莲塘分公司	粤深药监械经营许20241347号	深圳市市监局	2029.12.23
188	深圳市博士视觉健康科技有限公司天地大厦店	粤深药监械经营许20230996号	深圳市市监局	2028.07.31
189	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖区东门社康中心店	粤深药监械经营许20230427号	深圳市市监局	2028.03.30
190	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖笋岗社区分店	粤深药监械经营许20230399号	深圳市市监局	2028.03.27
191	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖翠竹社康中心店	粤深药监械经营许20230361号	深圳市市监局	2028.03.20
192	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖区友谊路分公司	粤深食药监械经营许20211113号	深圳市市监局	2026.12.27
193	深圳市博士视觉健康科技有限公司大鹏新区葵涌视光中心	粤深食药监械经营许20210721号	深圳市市监局	2026.08.03
194	广州诗琪眼镜有限公司天河区珠江东路分公司	粤穗药监械经营许20241804号	广州市市监局	2029.12.23
195	广州诗琪眼镜有限公司正佳广场分公司	粤穗食药监械经营许20190936号	广州市市监局	2029.11.14
196	广州诗琪眼镜有限公司天河区花城大道分公司	粤穗药监械经营许20241339号	广州市市监局	2029.09.08
197	广州诗琪眼镜有限公司天河区华观路万科分公司	粤穗食药监械经营许20190244号	广州市市监局	2029.04.01
198	广州诗琪眼镜有限公司天河区天环广场分公司	粤穗药监械经营许20240366号	广州市市监局	2029.03.25
199	广州诗琪眼镜有限公司海珠区叠景路分公司	粤穗药监械经营许20240027号	广州市市监局	2029.01.03
200	广州诗琪眼镜有限公司惠州文昌路分公司	粤惠药监械经营许20230457号	惠州市市监局	2028.12.06
201	广州诗琪眼镜有限公司番禺区福德奥园分公司	粤穗药监械经营许20231652号	广州市市监局	2028.12.04
202	广州诗琪眼镜有限公司从化区广从南路分公司	粤穗药监械经营许20231586号	广州市市监局	2028.11.22

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
203	广州诗琪眼镜有限公司白云区黄边北路分公司	粤穗药监械经营许20230806号	广州市市监局	2028.06.14
204	广州诗琪眼镜有限公司天河区马场路分公司	粤穗药监械经营许20221332号	广州市市监局	2027.12.19
205	广州诗琪眼镜有限公司华贸天地分公司	粤惠食药监械经营许20220169号	惠州市市监局	2027.06.19
206	广州诗琪眼镜有限公司海珠区江燕路分公司	粤穗食药监械经营许20220082号	广州市市监局	2027.01.16
207	广州诗琪眼镜有限公司天河区维多利广场分公司	粤穗食药监械经营许20211141号	广州市市监局	2026.12.16
208	广州诗琪眼镜有限公司黄埔区石化路分公司	粤穗食药监械经营许20170077号	广州市市监局	2026.12.12
209	广州诗琪眼镜有限公司黄埔区佳纷天地分公司	粤穗食药监械经营许20210115号	广州市市监局	2026.01.28
210	广州诗琪眼镜有限公司黄埔区万科尚城分公司	粤穗食药监械经营许20210074号	广州市市监局	2026.01.21
211	广州诗琪眼镜有限公司白云区黄石东路分公司	粤穗食药监械经营许20200853号	广州市市监局	2025.10.27
212	东莞市澳星博士眼镜有限公司凤岗第二分店	粤东药监械经营许20250131号	东莞市市监局	2030.06.23
213	东莞市澳星博士眼镜有限公司万江第一分店	粤东药监械经营许20250072号	东莞市市监局	2030.03.30
214	东莞市澳星博士眼镜有限公司长安第二分店	粤东药监械经营许20240174号	东莞市市监局	2029.09.26
215	东莞市澳星博士眼镜有限公司南城第七分店	粤东药监械经营许20230259号	东莞市市监局	2028.10.30
216	东莞市澳星博士眼镜有限公司莞城第三分店	粤东药监械经营许20230025	东莞市市监局	2028.02.09
217	东莞市澳星博士眼镜有限公司东城第六分店	粤东食药监械经营许20220032号	东莞市市监局	2027.03.21
218	东莞市澳星博士眼镜有限公司东城第四分店	粤东食药监械经营许20210213号	东莞市市监局	2026.12.26
219	东莞市澳星博士眼镜有限公司东城第一分店	粤东食药监械经营许20162011号	东莞市市监局	2026.12.06
220	东莞市澳星博士眼镜有限公司莞城第一分店	粤东食药监械经营许20200068号	东莞市市监局	2026.12.01
221	东莞市澳星博士眼镜有限公司南城第一分店	粤东食药监械经营许20172505号	东莞市市监局	2026.11.07
222	东莞市澳星博士眼镜有限公司南城第三分店	粤东食药监械经营许20172506号	东莞市市监局	2026.11.07
223	东莞市澳星博士眼镜有限公司东城第二分店	粤东食药监械经营许20162012号	东莞市市监局	2026.11.07
224	东莞市澳星博士眼镜有限公司长安第一分店	粤东食药监械经营许20173905号	东莞市市监局	2026.11.01
225	东莞市澳星博士眼镜有限公司虎门第一分店	粤东食药监械经营许20210170号	东莞市市监局	2026.10.12

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
226	东莞市澳星博士眼镜有限公司	粤东食药监械经营许20162005号	东莞市市监局	2026.09.21
227	东莞市澳星博士眼镜有限公司石龙第一分店	粤东食药监械经营许20172309号	东莞市市监局	2026.09.08
228	东莞市澳星博士眼镜有限公司厚街第一分公司	粤东食药监械经营许20210127号	东莞市市监局	2026.08.10
229	佛山市博士眼镜有限公司禅城区季华一路分公司	粤禅药监械经营许20251035号	佛山市市监局	2030.05.12
230	佛山市博士眼镜有限公司禅城区季华四路分公司	粤禅药监械经营许20251034号	佛山市市监局	2030.05.12
231	佛山市博士眼镜有限公司	粤禅药监械经营许20240099号	佛山市市监局	2029.12.11
232	惠州市德勤眼镜有限公司天益城分公司	粤惠药监械经营许20240149号	惠州市市监局	2029.05.12
233	惠州市德勤眼镜有限公司佳兆业分公司	粤惠药监械经营许20230458号	惠州市市监局	2028.12.06
234	惠州市德勤眼镜有限公司惠阳区星河丹堤分公司	粤惠食药监械经营许20210261号	惠州市市监局	2026.12.15
235	惠州市德勤眼镜有限公司隆生广场东湖分公司	粤惠食药监械经营许20162013号	惠州市市监局	2026.12.02
236	惠州市德勤眼镜有限公司南坛路分公司	粤惠食药监械经营许20210224号	惠州市市监局	2026.11.07
237	惠州市德勤眼镜有限公司	粤惠食药监械经营许20210225号	惠州市市监局	2026.11.07
238	惠州市德勤眼镜有限公司大亚湾区万达广场分公司	粤惠食药监械经营许20210214号	惠州市市监局	2026.10.24
239	惠州市德勤眼镜有限公司大亚湾区龙光城分公司	粤惠食药监械经营许20210130号	惠州市市监局	2026.08.11
240	惠州市德勤眼镜有限公司大亚湾区分公司	粤惠食药监械经营许20210129号	惠州市市监局	2026.08.11
241	惠州市德勤眼镜有限公司惠阳区淡水分公司	粤惠食药监械经营许20210125号	惠州市市监局	2026.08.10
242	惠州市德勤眼镜有限公司惠城区汇乐城分公司	粤惠食药监械经营许20210066号	惠州市市监局	2026.04.22
243	北京市澳星博士眼镜有限公司通州分公司	京通药监械经营许20241822号	北京市通州区市监局	2029.12.25
244	北京市澳星博士眼镜有限公司东直门分公司	京东药监械经营许20190012号	北京市东城区市监局	2029.03.26
245	江西省博士眼镜有限责任公司九洲天虹分公司	赣洪药监械经营许20200141号	南昌市市监局	2030.06.14
246	江西省博士眼镜有限责任公司经开天虹分公司	赣洪药监械经营许20200142号	南昌市市监局	2030.06.14
247	江西省博士眼镜有限责任公司中山天虹分公司	赣洪药监械经营许20200129号	南昌市市监局	2030.06.04
248	江西省博士眼镜有限责任公司凤凰北大道分公司	赣洪药监械经营许20250137号	南昌市市监局	2030.03.30

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
249	江西省博士眼镜有限责任公司新建新城吾悦分公司	赣洪药监械经营许20241114号	南昌市市监局	2029.11.20
250	江西省博士眼镜有限责任公司青山湖万达广场分公司	赣洪药监械经营许20190304号	南昌市市监局	2029.10.15
251	江西省博士眼镜有限责任公司王府井分公司	赣洪药监械经营许20190226号	南昌市市监局	2029.07.29
252	江西省博士眼镜有限责任公司世贸路分公司	赣洪药监械经营许20190225号	南昌市市监局	2029.07.29
253	江西省博士眼镜有限责任公司青山南路店	赣洪药监械经营许20190094号	南昌市市监局	2029.04.09
254	江西省博士眼镜有限责任公司吉州区井冈山大道分公司	赣吉药监械经营许20240089号	吉安市市监局	2029.04.07
255	江西省博士眼镜有限责任公司抚州硕果时代分公司	赣抚药监械经营许20240012号	抚州市市监局	2029.02.26
256	江西省博士眼镜有限责任公司南昌县莲塘澄湖分公司	赣洪药监械经营许20231171号	南昌市市监局	2028.05.23
257	江西省博士眼镜有限责任公司红谷滩万达广场分公司	赣洪药监械经营许20231029号	南昌市市监局	2028.05.01
258	江西省博士眼镜有限责任公司广州路分公司	赣洪药监械经营许20180059号	南昌市市监局	2028.02.27
259	江西省博士眼镜有限责任公司南昌万象城分公司	赣洪药监械经营许20221496号	南昌市市监局	2027.10.30
260	江西省博士眼镜有限责任公司乐世界分公司	赣洪药监械经营许20170300号	南昌市市监局	2027.10.23
261	江西省博士眼镜有限责任公司象湖新力分公司	赣洪药监械经营许20220842号	南昌市市监局	2027.08.16
262	江西省博士眼镜有限责任公司抚州万达广场分公司	赣抚食药监械经营许20170005号	抚州市市监局	2027.08.08
263	江西省博士眼镜有限责任公司西湖万达广场分公司	赣洪药监械经营许20220402号	南昌市市监局	2027.05.30
264	江西省博士眼镜有限责任公司江信花园分公司	赣洪药监械经营许20220284号	南昌市市监局	2027.04.28
265	江西省博士眼镜有限责任公司医学院分公司	赣洪食药监械经营许20170104号	南昌市市监局	2027.03.30
266	江西省博士眼镜有限责任公司万达广场分公司	赣洪食药监械经营许20170132号	南昌市市监局	2027.03.30
267	江西省博士眼镜有限责任公司胜利路分公司	赣洪食药监械经营许20170103号	南昌市市监局	2027.03.30
268	江西省博士眼镜有限责任公司南京西分公司	赣洪食药监械经营许20170106号	南昌市市监局	2027.03.30
269	江西省博士眼镜有限责任公司民德路分公司	赣洪食药监械经营许20170108号	南昌市市监局	2027.03.30
270	江西省博士眼镜有限责任公司洪客隆分公司	赣洪食药监械经营许20170105号	南昌市市监局	2027.03.30
271	江西省博士眼镜有限责任公司八一桥分公司	赣洪食药监械经营许20170107号	南昌市市监局	2027.03.30

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
272	江西省博士眼镜有限责任公司铁路二村分公司	赣洪食药监械经营许20170049号	南昌市市监局	2027.03.07
273	江西省博士眼镜有限责任公司建设西路菜茵半岛分公司	赣洪食药监械经营许20170048号	南昌市市监局	2027.03.07
274	江西省博士眼镜有限责任公司八一大道一部分公司	赣洪食药监械经营许20170050号	南昌市市监局	2027.03.07
275	江西省博士眼镜有限责任公司高新大道分公司	赣洪食药监械经营许20170029号	南昌市市监局	2027.02.16
276	江西省博士眼镜有限责任公司新建中心分公司	赣洪食药监械经营许20220068号	南昌市市监局	2027.01.27
277	江西省博士眼镜有限责任公司新建区第一分公司	赣洪食药监械经营许20220042号	南昌市市监局	2027.01.20
278	江西省博士眼镜有限责任公司江大南路分公司	赣洪食药监械经营许20170019号	南昌市市监局	2027.01.18
279	江西省博士眼镜有限责任公司地铁万科时代广场分公司	赣洪食药监械经营许20211305号	南昌市行政审批局	2026.12.13
280	江西省博士眼镜有限责任公司莲塘分公司	赣洪食药监械经营许20210742号	南昌市行政审批局	2026.11.07
281	江西省博士眼镜有限责任公司九龙湖万达城分公司	赣洪食药监械经营许20160322号	南昌市行政审批局	2026.10.08
282	江西省博士眼镜有限责任公司赣州华润万象城分公司	赣市食药监械经营许20210084号	赣州市行政审批局	2026.09.29
283	江西省博士眼镜有限责任公司绿茵路分公司	赣洪药监械经营许20210673号	南昌市市监局	2026.09.28
284	江西省博士眼镜有限责任公司丽景天虹分公司	赣洪食药监械经营许20210672号	南昌市行政审批局	2026.09.28
285	江西省博士眼镜有限责任公司赣州九方商场分公司	赣市食药监械经营许20210075号	赣州市行政审批局	2026.08.31
286	江西省博士眼镜有限责任公司北京东路分公司	赣洪食药监械经营许20160297号	南昌市行政审批局	2026.07.25
287	江西省博士眼镜有限责任公司京东天虹分公司	赣洪食药监械经营许20210312号	南昌市行政审批局	2026.05.27
288	江西省博士眼镜有限责任公司奥体天虹分公司	赣洪药监械经营许20210313号	南昌市市监局	2026.05.27
289	江西省博士眼镜有限责任公司红谷滩万达万家分公司	赣洪食药监械经营许20160123号	南昌市行政审批局	2026.04.18
290	江西省博士眼镜有限责任公司恒茂梦时代广场分公司	赣洪食药监械经营许20210092号	南昌市行政审批局	2026.02.22
291	南昌诗琪眼镜有限责任公司萍乡天虹分公司	赣萍药监械经营许20250045号	萍乡市市监局	2030.02.27
292	南昌诗琪眼镜有限责任公司万象汇分公司	赣洪药监械经营许20250064号	南昌市市监局	2030.01.21
293	南昌诗琪眼镜有限责任公司高新吾悦分公司	赣洪药监械经营许20250042号	南昌市市监局	2030.01.14
294	南昌诗琪眼镜有限责任公司萍乡润达分公司	赣萍药监械经营许20250001号	萍乡市市监局	2030.01.08

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
295	南昌诗琪眼镜有限责任公司 上饶吾悦分公司	赣饶药监械经营许 20250003 号	上饶市市监局	2030.01.07
296	南昌诗琪眼镜有限责任公司 金融大街分公司	赣洪药监械经营许 20240200 号	南昌市市监局	2029.01.31
297	南昌诗琪眼镜有限责任公司 中山路分公司	赣洪药监械经营许 20232083 号	南昌市市监局	2028.11.01
298	南昌诗琪眼镜有限责任公司 广场北路分公司	赣洪药监械经营许 20231346 号	南昌市市监局	2028.07.11
299	南昌诗琪眼镜有限责任公司 龙湖天街分公司	赣洪药监械经营许 20221008 号	南昌市市监局	2027.09.08
300	南昌诗琪眼镜有限责任公司 恒大御景分公司	赣洪药监械经营许 20220655 号	南昌市市监局	2027.07.20
301	南昌诗琪眼镜有限责任公司 经开旭辉广场分公司	赣洪药监械经营许 20220468 号	南昌市市监局	2027.06.20
302	安徽省澳星眼镜有限公司万 达文旅城分公司	皖合药监械经营许 20250009 号	合肥市市监局	2030.01.05
303	安徽省澳星眼镜有限公司万 象城分公司	皖合药监械经营许 20240507 号	合肥市市监局	2029.12.18
304	安徽省澳星眼镜有限公司颖 河路分公司	皖合药监械经营许 20190654 号	合肥市市监局	2029.12.12
305	安徽省澳星眼镜有限公司四 里河路万科广场分公司	皖合药监械经营许 20190395 号	合肥市市监局	2029.08.20
306	安徽省澳星眼镜有限公司高 新银泰分公司	皖合药监械经营许 20240326 号	合肥市市监局	2029.07.14
307	安徽省澳星眼镜有限公司华 润五彩城分公司	皖合药监械经营许 20240072 号	合肥市市监局	2029.02.06
308	安徽省澳星眼镜有限公司悦 方分公司	皖合药监械经营许 20230887 号	合肥市市监局	2028.12.03
309	安徽省澳星眼镜有限公司保 利广场分公司	皖合药监械经营许 20170490 号	合肥市市监局	2027.12.10
310	安徽省澳星眼镜有限公司金 寨路分公司	皖合药监械经营许 20220740 号	合肥市市监局	2027.12.07
311	安徽省澳星眼镜有限公司庐 阳万象汇分公司	皖合药监械经营许 20220672 号	合肥市市监局	2027.11.08
312	安徽省澳星眼镜有限公司	皖合食药监械经营许 20210924 号	合肥市市监局	2026.10.28
313	安徽省澳星眼镜有限公司滨 湖银泰分公司	皖合食药监械经营许 20210155 号	合肥市市监局	2026.02.02
314	杭州普立奥眼镜有限公司	浙杭药监械经营许 20250001 号	杭州市市监局	2029.12.31
315	杭州普立奥眼镜有限公司拱 墅区第一分公司	浙杭药监械经营许 20230358 号	杭州市市监局	2028.04.02
316	杭州普立奥眼镜有限公司滨 江区第二分公司	浙杭药监械经营许 20221101 号	杭州市市监局	2027.09.27
317	杭州普立奥眼镜有限公司宁 波第一分公司	浙甬药监械经营许 20220117 号	宁波市市监局	2027.07.11

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
318	苏州普立奥眼镜有限公司相城区第一分公司	苏苏药监械经营许20249022 号	苏州市市监局	2029.06.04
319	苏州普立奥眼镜有限公司	苏苏药监械经营许20229039 号	苏州市市监局	2027.11.15
320	昆山市普立奥眼镜有限公司玉山第一分公司	苏苏药监械经营许20236031 号	苏州市市监局	2028.07.03
321	昆山市普立奥眼镜有限公司昆山天虹分公司	苏苏药监械经营许20236028 号	苏州市市监局	2028.06.20
322	昆山市普立奥眼镜有限公司	苏苏食药监械经营许20206036 号	苏州市市监局	2025.10.24
323	南京市普立奥眼镜有限公司	苏宁食药监械经营许20220735 号	南京市市监局	2027.11.01
324	成都市博士眼镜有限公司高新区吉瑞二路分公司	川蓉药监械经营许20241940 号	成都市市监局	2029.11.18
325	成都市博士眼镜有限公司天府新区第一分公司	川蓉药监械经营许20241918 号	成都市市监局	2029.11.14
326	成都市博士眼镜有限公司武侯人民南路四段分公司	川蓉药监械经营许20241680 号	成都市市监局	2029.09.29
327	成都市博士眼镜有限公司高新天仁路分公司	川蓉药监械经营许20241664 号	成都市市监局	2029.09.28
328	成都市博士眼镜有限公司金牛花照壁西顺街第一分公司	川蓉药监械经营许20241338 号	成都市市监局	2029.08.05
329	成都市博士眼镜有限公司金牛交大路分公司	川蓉药监械经营许20241337 号	成都市市监局	2029.08.04
330	成都市博士眼镜有限公司高新天府大道分公司	川蓉药监械经营许20160865 号	成都市市监局	2029.07.21
331	成都市博士眼镜有限公司金牛花照壁西顺街分公司	川蓉药监械经营许20240220 号	成都市市监局	2029.01.28
332	成都市博士眼镜有限公司高新剑南大道分公司	川蓉药监械经营许20232164 号	成都市市监局	2028.11.28
333	成都市博士眼镜有限公司成华大道杉板桥路分公司	川蓉药监械经营许20232124 号	成都市市监局	2028.11.19
334	成都市博士眼镜有限公司高新府城大道分公司	川蓉药监械经营许20232058 号	成都市市监局	2028.11.07
335	成都市博士眼镜有限公司高新悠方购物中心分公司	川蓉药监械经营许20231903 号	成都市市监局	2028.10.22
336	成都市博士眼镜有限公司双庆路第三分公司	川蓉药监械经营许20220175 号	成都市市监局	2027.01.25
337	成都市博士眼镜有限公司海滨城分公司	川蓉药监械经营许20160858 号	成都市市监局	2026.10.12
338	成都市博士眼镜有限公司高新区天目分公司	川蓉药监械经营许20211163 号	成都市市监局	2026.08.10
339	成都市博士眼镜有限公司龙泉驿区金枫路分公司	川蓉药监械经营许20211043 号	成都市市监局	2026.07.25
340	昆明德勤眼镜有限公司瑞鼎城一分公司	滇昆药监械经营许20240948 号	昆明市市监局	2029.11.14

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
341	昆明德勤眼镜有限公司大悦城分公司	滇昆药监械经营许20240215号	昆明市市监局	2029.03.25
342	昆明德勤眼镜有限公司万象城分公司	滇昆药监械经营许20240045号	昆明市市监局	2029.01.15
343	昆明德勤眼镜有限公司世纪金源分公司	滇昆药监械经营许20231079号	云南省昆明市市监局	2028.11.29
344	昆明德勤眼镜有限公司广福路分公司	滇昆药监械经营许20230098号	云南省昆明市市监局	2028.02.15
345	昆明德勤眼镜有限公司西城时代分公司	滇昆药监械经营许20170557号	云南省昆明市市监局	2027.11.26
346	昆明德勤眼镜有限公司南亚风情分公司	滇昆药监械经营许20220897号	云南省昆明市市监局	2027.10.24
347	昆明德勤眼镜有限公司呈贡区彩云路分公司	滇昆药监械经营许20170412号	云南省昆明市市监局	2027.08.07
348	昆明德勤眼镜有限公司西山万达分公司	滇昆药监械经营许20220653号	云南省昆明市市监局	2027.07.20
349	昆明德勤眼镜有限公司盘龙区恒隆广场分公司	滇昆药监械经营许20220449号	云南省昆明市市监局	2027.05.17
350	昆明德勤眼镜有限公司盘龙区新迎新城分公司	滇昆食药监械经营许20220310号	云南省昆明市市监局	2027.04.01
351	昆明德勤眼镜有限公司官渡区海乐世界分公司	滇昆食药监械经营许20220202号	云南省昆明市市监局	2027.02.24
352	昆明德勤眼镜有限公司呈贡区万达广场分公司	滇昆食药监械经营许20220170号	云南省昆明市市监局	2027.02.14
353	昆明德勤眼镜有限公司云立方分公司	滇昆食药监械经营许20211280号	云南省昆明市市监局	2026.12.13
354	昆明德勤眼镜有限公司呈贡区七彩云时尚分公司	滇昆食药监械经营许20211251号	云南省昆明市市监局	2026.12.08
355	昆明德勤眼镜有限公司海宏路分公司	滇昆食药监械经营许20210618号	云南省昆明市市监局	2026.05.27
356	昆明德勤眼镜有限公司湖岸花园分公司	滇昆食药监械经营许20210432号	云南省昆明市市监局	2026.04.11
357	昆明德勤眼镜有限公司同德广场分公司	滇昆食药监械经营许20160222号	昆明市市监局	2026.02.07
358	青岛澳星博士眼镜有限责任公司金狮广场店	鲁青药监械经营许20190531号	青岛市行政审批服务局	2029.08.11
359	青岛澳星博士眼镜有限责任公司崂山万象汇店	鲁青药监械经营许20220704号	青岛市行政审批服务局	2027.10.11
360	青岛澳星博士眼镜有限责任公司市南万象城三店	鲁青药监械经营许20220341号	青岛市行政审批服务局	2027.05.10
361	青岛澳星博士眼镜有限责任公司	鲁青食药监械经营许20210838号	青岛市食品药品监督管理局	2026.11.28
362	南宁市普立奥眼镜有限公司北湖大唐天城店	桂南药监械经营许20240998号	南宁市政务服务中心	2029.11.11
363	南宁市普立奥眼镜有限公司平乐大道分店	桂南药监械经营许20230681号	南宁市行政审批局	2028.08.31

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
364	南宁市普立奥眼镜有限公司 航洋国际城店	桂南药监械经营许 20180196 号	南宁市行政审 批局	2028.05.29
365	南宁市普立奥眼镜有限公司 五象二十四城店	桂南食药监械经营许 20220270 号	南宁市行政审 批局	2027.04.21
366	南宁市普立奥眼镜有限公司 万象城店	桂南食药监械经营许 20170007 号	南宁市行政审 批局	2027.01.05
367	南宁市普立奥眼镜有限公司 万象城一店	桂南药监械经营许 20210528 号	南宁市行政审 批局	2026.08.01
368	南宁博镜贸易有限公司	桂南药监械经营许 20230062 号	南宁市行政审 批局	2028.01.19
369	三亚博镜品牌管理有限公司 海口万象城分公司	琼海口药监械经营许 20220162 号	海口市药品监 督管理局	2029.11.20
370	海南博郡贸易有限公司观澜 湖新城分公司	琼海口药监械经营许 20240004 号	海口市药品监 督管理局	2029.01.15
371	三亚博镜贸易有限公司儋州 夏日百货分公司	琼儋州药监械经营许 20220017 号	儋州市市监局	2027.11.24
372	三亚博镜贸易有限公司亚龙 湾奥特莱斯分公司	琼三亚食药监械经营 许 20220002 号	三亚市市监局	2027.01.06
373	三亚博镜贸易有限公司夏日 百货分公司	琼三亚食药监械经营 许 20210041 号	三亚市市监局	2026.12.19
374	海口博镜贸易有限公司远大 二分公司	琼海口食药监械经营 许 20220028 号	海口市药品监 督管理局	2027.02.20
375	天津市普立奥眼镜有限公司	津西食药监械经营许 20220006 号	天津河西区市 监局	2027.04.01
376	沈阳市澳星博士眼镜有限公 司和平鑫聚分公司	辽沈药监械经营许 20231163 号	沈阳市市监局	2028.06.29
377	武汉普立奥眼镜有限公司	鄂汉药监械经营许 20222788 号	武汉市江岸区 行政审批局	2027.07.31
378	无锡市普立奥眼镜有限公司 锡山区第一分公司	苏锡药监械经营许 20200044 号	无锡市数据局	2030.05.18
379	无锡市普立奥眼镜有限公司 滨湖区第一分公司	苏锡药监械经营许 20200041 号	无锡市数据局	2030.05.13
380	无锡市普立奥眼镜有限公司	苏锡药监械经营许 20240061 号	无锡市行政审 批局	2029.04.11
381	无锡市普立奥眼镜有限公司 惠山区第一分公司	苏锡药监械经营许 20220103 号	无锡市行政审 批局	2027.11.13
382	无锡市普立奥眼镜有限公司 锡山区第三分公司	苏锡械经营许 20210145 号	无锡市行政审 批局	2026.09.21
383	重庆市博士眼镜有限公司渝 中区时代分公司	渝渝药监械经营许 20250018 号	重庆市渝中区 市监局	2030.03.16
384	重庆市博士眼镜有限公司大 石坝东原分公司	渝江食药监械经营许 20150016 号	重庆市江北区 市监局	2030.01.20
385	重庆市博士眼镜有限公司长 嘉汇分公司	渝南药监械经营许 20240062 号	重庆市南岸区 市监局	2029.09.18
386	重庆市博士眼镜有限公司九 龙坡区云岭分公司	渝九药监械经营许 20240121 号	重庆市九龙坡 区市监局	2029.07.04

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
387	重庆市博士眼镜有限公司两江新区金开大道分公司	渝两江药监械经营许 20240044 号	重庆两江新区市监局	2029.05.30
388	重庆市博士眼镜有限公司九龙坡万象分公司	渝九药监械经营许 20190077 号	重庆市九龙坡区市监局	2029.05.08
389	重庆市博士眼镜有限公司两江新区石人工分公司	渝两江药监械经营许 20240030 号	重庆两江新区市市监局	2029.04.23
390	重庆市博士眼镜有限公司源著分公司	渝江药监械经营许 20240017 号	重庆市江北区市监局	2029.03.14
391	重庆市博士眼镜有限公司新都汇分公司	渝北食药监械经营许 20190011 号	重庆市渝北区市监局	2029.03.14
392	重庆市博士眼镜有限公司翼龙路分公司	渝九药监械经营许 20240025 号	重庆市九龙坡区市监局	2029.02.04
393	重庆市博士眼镜有限公司两江新区礼慈路分公司	渝两江药监械经营许 20240002 号	重庆两江新区市监局	2029.02.03
394	重庆市博士眼镜有限公司青枫南路分公司	渝两江药监械经营许 20240007 号	重庆两江新区市监局	2029.01.25
395	重庆市博士眼镜有限公司斑竹路分公司	渝 20 食药监械经营许 20190007 号	重庆两江新区市监局	2029.01.02
396	重庆市博士眼镜有限公司南坪星光时代分公司	渝 08 食药监械经营许 20180103 号	重庆市南岸区市监局	2028.10.30
397	重庆市博士眼镜有限公司大坪石人工分公司	渝渝药监械经营许 20180088 号	重庆市渝中区市监局	2028.09.05
398	重庆市博士眼镜有限公司华融分公司	渝北食药监械经营许 20180091 号	重庆市食品药品监督管理局渝北区分局	2028.08.06
399	重庆市博士眼镜有限公司谢家湾分公司	渝九药监械经营许 20230293 号	重庆市九龙坡区市监局	2028.06.28
400	重庆市博士眼镜有限公司	渝江药监械经营许 20180036 号	重庆市江北区市监局	2028.06.25
401	重庆市博士眼镜有限公司嘉州新光天地分公司	渝北药监械经营许 20230089 号	重庆市渝北区市监局	2028.05.15
402	重庆市博士眼镜有限公司星光分公司	渝 20 食药监械经营许 20180009 号	重庆两江新区市场和质量监督管理局	2028.02.13
403	重庆市博士眼镜有限公司洪湖东路财富分公司	渝 20 食药监械经营许 20180008 号	重庆两江新区市场和质量监督管理局	2028.02.13
404	重庆市博士眼镜有限公司沙坪坝区高新分公司	渝沙药监械经营许 20230001 号	重庆市沙坪坝区市监局	2028.01.17
405	重庆市博士眼镜有限公司两江新区金渝大道分公司	渝两江新区食药监械经营许 20220053 号	重庆两江新区市监局	2027.07.07
406	重庆市博士眼镜有限公司金辉广场分公司	渝 08 食药监械经营许 20210112 号	重庆市南岸区市监局	2026.11.17
407	重庆市博士眼镜有限公司大学城天街分公司	渝高新区食药监械经营许 20210035 号	重庆市高新技术产业开发区管理委员会市监局	2026.08.12

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
408	重庆市博士眼镜有限公司国瑞城分公司	渝大食药监械经营许20160006号	重庆市大渡口区市场监管局	2026.08.01
409	重庆市博士眼镜有限公司大渡口区万象汇分公司	渝大食药监械经营许20210024号	重庆市大渡口区市场监管局	2026.07.18
410	重庆市博士眼镜有限公司两江光环分公司	渝20食药监械经营许20210028号	重庆两江新区市场监管局	2026.05.17

注：截至本补充法律意见书出具之日，上述第 184 项资质已办理续期并在有效期内。

2、公司及子公司医疗器械网络销售备案凭证

序号	备案主体	医疗器械网络交易服务第三方平台	备案编号	备案机关	备案日期
1	南昌发轶	小红书、得物、京东商城、唯品会、拼多多商城、天猫、抖店、抖音电商	赣洪械网备20250039号	南昌市市场监管局	2025.01.26
2	南昌维睛	小红书、得物、京东商城、唯品会、拼多多商城、天猫、抖店、抖音电商	--	南昌市市场监管局	2025.01.26
3	发行人	北京三快科技有限公司、阿里健康科技（广州）有限公司、上海京东到家友恒电商信息技术有限公司、上海拉扎斯信息科技有限公司、杭州有赞科技有限公司	粤深械网备201905240091	深圳市市场监管局	2024.08.19
4	江西新云程	小红书、有赞网、得物网、宁波商量网上商城、京东、唯品会、拼多多、天猫、饿了么、美团网、阿里巴巴、快手、抖音	赣洪药监械网备20230296号	南昌市市场监管局	2023.12.27
5	博镜三亚	有赞	2022040154077000023	三亚市市场监管局	2022.04.01

3、特许经营权备案

序号	特许人	备案号	特许品牌	权利类型	权利号	权利性质	注册类别	权利期限
1	发行人	0440300111600107	zèle	注册商标	13241520	所有权	9	2035.01.13
2			zèle	注册商标	13241488	所有权	44	2035.01.13
3			砵	注册商标	19943997	所有权	44	2027.06.27
4			砵	注册商标	19943996	所有权	9	2027.06.27
5			砵	注册商标	18589502	所有权	9	2027.01.20
6			砵	注册商标	18589746	所有权	44	2027.01.20

国浩律师（深圳）事务所

关 于

博士眼镜连锁股份有限公司

向不特定对象发行可转换公司债券

之

补充法律意见书（三）



國浩律師事務所
GRANDALL LAW FIRM

深圳市深南大道 6008 号特区报业大厦 42、41、31DE、2403、2405 层 邮编：518034

电话/Tel: (+86) (755) 8351 5666 传真/Fax: (+86) (755) 8351 5090

网址: <http://www.grandall.com.cn>

二〇二五年十二月

目 录

第一节 声 明	5
第二节 《审核问询函》回复更新	6
《审核问询函》问题 1:	6
《审核问询函》问题 2:	33
《审核问询函》问题 3:	78
第三节 期间内相关法律事项的补充核查意见	111
一、本次发行的批准和授权.....	111
二、发行人本次发行的主体资格.....	111
三、本次发行的实质条件.....	111
四、发行人的独立性.....	111
五、发行人的主要股东及实际控制人.....	111
六、发行人的股本及其演变.....	112
七、发行人的业务.....	113
八、关联交易及同业竞争.....	114
九、发行人的主要财产.....	116
十、发行人的重大债权债务.....	119
十一、发行人的重大资产变化及收购兼并.....	121
十二、发行人的公司章程.....	122
十三、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作.....	122
十四、发行人的董事、监事和高级管理人员及其变化.....	123
十五、发行人的税务.....	124
十六、发行人的环境保护和产品质量、技术等标准.....	124
十七、发行人募集资金的运用.....	125
十八、发行人的业务发展目标.....	125
十九、诉讼、仲裁或行政处罚.....	125
二十、发行人募集说明书法律风险的评价.....	128
二十一、需要说明的其他问题.....	128
二十二、结论.....	128

第四节 签署页	130
附件：发行人的业务资质	131

国浩律师（深圳）事务所
关于
博士眼镜连锁股份有限公司
向不特定对象发行可转换公司债券
之
补充法律意见书（三）

GLG/SZ/A2426/FY/2025-1576

致：博士眼镜连锁股份有限公司

国浩律师（深圳）事务所依据与博士眼镜连锁股份有限公司（以下简称“发行人”）签订的《专项法律顾问合同》，担任发行人向不特定对象发行可转换公司债券的专项法律顾问，出具了《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）、《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）。

2025年5月14日，深交所出具审核函〔2025〕020022号《关于博士眼镜连锁股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函》（以下简称“《审核问询函》”），故本所律师针对《审核问询函》中要求发行人律师发表意见的事项进行了核查并出具了《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”）。

因本次发行申请文件中的报告期基准日调整为2025年6月30日，故本所律师针对《审核问询函》中发行人律师需要说明的问题及发行人在2025年1月1日至2025年6月30日期间相关情况的变化进行了补充核查并出具了《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之补充法律意见书（二）》（以下简称“《补充法律意见书（二）》”，与

《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书（一）》合称“已出具律师文件”）。

因本次发行申请文件中的报告期基准日调整为 2025 年 9 月 30 日，故本所律师针对《审核问询函》中发行人律师需要说明的问题及发行人在 2025 年 7 月 1 日至 2025 年 9 月 30 日期间（以下简称“期间”）相关情况的变化进行了补充核查，并出具本补充法律意见书。

第一节 声 明

本所律师依据本补充法律意见书出具日以前已发生或存在的事实和我国现行法律、法规和中国证监会/深交所的有关规定发表法律意见，并声明如下：

本补充法律意见书是对已出具律师文件的补充，并构成其不可分割的组成部分。

在本补充法律意见书中，除非上下文另有说明，所使用的定义与已出具律师文件相同。本所在已出具律师文件中声明的事项同样适用于本补充法律意见书。

本补充法律意见书仅供发行人本次发行之目的使用，不得用作任何其他目的。本所律师同意将本补充法律意见书作为发行人申请本次发行所必备的法定文件，随同其他申报材料一同上报，并依法对本补充法律意见书承担相应的法律责任。

本所律师作为发行人本次发行的专项法律顾问，已按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责的精神，对因出具本补充法律意见书而需提供或披露的资料、文件和有关事实以及所涉及的法律问题进行了合理、必要及可能的补充核查与验证，并在此基础上出具本补充法律意见书。

第二节 《审核问询函》回复更新

《审核问询函》问题 1：

2022 年末、2023 年末、2024 年末，公司存货账面价值分别为 16175.77 万元、17441.75 万元和 18646.33 万元，占当期公司总资产的比例分别为 16.56%、15.55% 及 14.88%；应收账款账面价值分别为 4867.68 万元、6434.89 万元和 7597.93 万元，占各期营业收入的比例依次为 5.06%、5.47% 和 6.32%，逐年增加。报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 4897.89 万元、5161.20 万元和 5167.20 万元，主要由往来款、押金和保证金等项目构成。

报告期内，公司使用自有资金 2293.95 万元收购汉高信息 68% 股权、851.58 万元认购镜联易购新增注册资本 36.2618 万元，对应其增资后 21.2895% 的股权。本次交易完成后，汉高信息和镜联易购将成为公司的控股子公司并纳入合并报表范围。2023 年下半年，镜联易购被收购后的经营情况、业务数据不及预期，博士眼镜对其经营业务进行调整。2024 年末，公司对相关商誉全额计提了相应减值准备。

公司注册证号为 1091684 号的商标已被国家知识产权局撤销，公司就此提起的相关行政诉讼正由最高人民法院审理。公司对注册证号为 17924728、17924729 号的商标在法定期限届满前提起行政诉讼以应对国家知识产权局的撤销宣告。公司对注册证号 1091685 的商标撤销宣告申请正在履行国家知识产权局复审程序。

请发行人：（8）结合其他应收款相关款项的具体情况，包括但不限于交易对象、交易背景、交易内容、合同约定情况、账龄等情况，说明交易对象是否与发行人董监高、大股东及一致行动人存在关联关系。（9）结合汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式、收购背景，评估定价依据及其公允性、实现业绩情况等，说明报告期内商誉减值测试参数选取的合理性，包括但不限于预计增长率、毛利率以及与实际经营业绩的比对情况，说明收购前后相比财务数据是否存在重大变化，2024 年末商誉全额计提减值准备的合理性，是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定。（10）结合公司商标被撤销以及存在撤销风险的具体情况、最新进展，说明发行人是否有权继续使用上述商标，对生产经营、品牌维护及本次募投项目实施是否存在重大影响，已采取及拟采取的具体措施及其有效性，是否对公司生产经营造成重大不利影响。

请律师核查（8）（9）（10）并发表明确意见。

回复：

一、结合其他应收款相关款项的具体情况，包括但不限于交易对象、交易背景、交易内容、合同约定情况、账龄等情况，说明交易对象是否与发行人董监高、大股东及一致行动人存在关联关系。

（一）核查程序

1、查阅发行人提供的报告期各期末其他应收款明细，并就其他应收款的具体情况取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅发行人报告期内其他应收款对应的相关合同等资料，就其他应收款的交易对方与发行人董监高、大股东及一致行动人是否存在关联关系取得了发行人的确认，并登录企查查网站抽查了其他应收款交易对方的相关情况。

（二）核查内容

1、其他应收款的具体情况，包括但不限于交易对象、交易背景、交易内容、合同约定情况、账龄等情况

根据发行人提供的资料及说明，报告期各期末，发行人其他应收款具体情况如下：

单位：万元

款项性质	2025 年 9 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
房屋租赁及水电费押金	4,906.33	4,815.17	4,696.23	4,622.64
员工备用金	460.91	234.94	276.72	180.15
代垫社保款及公积金	162.38	165.59	142.37	128.40
其他	54.90	18.00	101.17	99.07
合计	5,584.52	5,233.70	5,216.49	5,030.25

（1）房屋租赁及水电费押金

根据发行人的说明，发行人其他应收款中的房屋租赁及水电费押金，主要为发行人租赁零售门店、办公场所、仓库支付的房屋及水电费押金。截至报告期末，发行人房屋租赁及水电费押金前五大单位如下：

单位：万元

项目	账龄				合计
	一年以内	一至两年	两至三年	三年以上	
华润集团旗下与发行人存在业务合作的华润万家有限公司、润家商业（深圳）有限公司等商场和商业地产公司（以下合	273.49	168.09	50.04	130.23	621.85

项目	账龄				合计
	一年以内	一至两年	两至三年	三年以上	
称“华润集团”)					
天虹数科商业股份有限公司 (以下简称“天虹股份”)	75.46	40.53	25.28	64.20	205.47
京基集团有限公司及其集团旗 下子公司(以下合称“京基集 团”)	0.33	6.67	6.71	125.76	139.47
客户 A	14.07	52.23	--	59.49	125.79
深圳市罗湖投资控股有限公司	--	4.58	84.54	--	89.12
合计	363.35	272.10	166.57	379.68	1,181.70

上述与华润集团、天虹股份、客户 A 的其他应收款项主要系发行人门店在该等单位租赁场地产生的租赁及水电费押金；与京基集团的其他应收款主要系发行人办公场所及仓库租赁产生的押金款项；与深圳市罗湖投资控股有限公司的其他应收款主要系公司门店、办公大楼及仓库租赁产生的押金款项。发行人部分其他应收款账龄较长，主要系租赁期较长或续租等原因所致，具体内容举例如下：

出租方	租赁用途	地址	租赁期	合同押金条款
深圳市罗湖投资控股有限公司	办公	罗湖投资控股大厦 A 座 5 层 501A、501 中庭	2023.01.01-2027.12.31	①租赁保证金 845,361.3 元，由乙方于签订本合同当日向甲方交纳。 ②甲方须在本合同终止及乙方把该房屋交还给甲方，且双方就租赁该房屋而产生的一切权利和义务清理完毕后 30 个工作日内，向乙方退还该租赁保证金（不计利息）。
深圳市京基房地产股份有限公司	办公	深圳市深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 2201-02 单元	2017.10.10-2027.10.09	乙方应当在本合同签订后七日内向甲方支付租期末年 2 个月租金标准作为租赁保证金，即租赁保证金为 725,314.82 元；本合同租赁期限届满且乙方不再续租时，乙方将该租赁房产交还给甲方，且双方就租赁房产而产生的一切权利和义务履行完毕后十个工作日内，甲方将租赁保证金退还乙方（不计利息）。
华润置地（深圳）有限公司	门店经营	深圳市南山区华润万象天地 B135 号商铺	2017.09.27-2026.03.19	①乙方应向甲方支付租赁保证金 423,390 元、水电费押金 4,350 元，合计 427,740 元。乙方根据原合同已支付租赁保证金 387,510 元、水电费押金 4,350 元，差额部分合计 35,880 元，乙方应于本协议生效后 5 日内补足。 ②装修押金为 50,000 元，乙方应于该商铺交付前向甲方或物业管理公司支付，由收款方向乙方开具收据。 ③在乙方依约交还该商铺、结清费用、办理完毕

出租方	租赁用途	地址	租赁期	合同押金条款
				注册地址注销或变更且双方就该商铺租赁产生的其他债权债务清理完毕后,甲方于收到乙方退款申请之日起 90 个工作日内向乙方无息退还租赁保证金、水电费押金及本合同约定的其他押金,但本合同另有约定的除外。
天虹股份	门店经营	深圳市宝安区沙井街道西环路 2105 号(新沙路与西环路交界处)新沙天虹购物中心 L1 层 122-1 铺	2022.06.14-2026.06.30	①租赁保证金: 100,080.00 元。 ②除双方另有约定外,在本合同及后续补充协议终止 3 个月以后,且乙方依约返还租赁房屋、结清各款项、返还甲方开具的租赁保证金收据并提供注销或变更乙方于租赁房屋内经营的营业执照、其他经营资质证件后,甲方将租赁保证金无息返还乙方。
客户 A	门店经营	深圳市蛇口工业大道 3404F1F0011 号铺位	2021.04.01-2026.03.31	①履约保证金: 111,246 元。 ②除另有约定外,本协议终止时,乙方按本协议规定将租赁区域交还甲方后,甲方应于乙方提供甲方要求的退还保证金申请材料(包括但不限于押金收据原件、乙方身份证或营业执照、银行账户信息等)及履行完相关政府部门手续(包括但不限于注销以租赁区域为注册地址的所有相关证照,如营业执照、食品经营许可证等)后 3 个月内,经扣除乙方应付的违约金和赔偿金(如有)后,将履约保证金剩余部分无息退还乙方。

注:上表中的甲方为出租方,乙方为发行人。

(2) 其他款项

根据发行人的说明,发行人其他应收款中的员工备用金主要系为应对发行人日常经营所需,员工申请用于差旅费、零星采购、零星开支等的款项;代垫社保款及公积金主要为发行人为员工垫付缴纳社保、公积金的个人部分款项;其他主要为代收代付应收取员工的公租房、人才房租金、饭堂伙食费及其他零星款项。

2、其他应收款账龄情况

根据发行人的说明,截至报告期末,发行人其他应收款的账龄结构如下表所示:

其他应收款账龄	金额(万元)	占比
---------	--------	----

其他应收款账龄	金额（万元）	占比
一年以内	1,824.51	32.67%
一至两年	1,143.41	20.47%
两至三年	424.38	7.60%
三年以上	2,192.22	39.26%
合计	5,584.52	100.00%

上表所列账龄为三年以上的其他应收款主要系房屋租赁及水电费押金，该等款项因租赁期较长或续租等原因所致导致账龄较长，符合发行人的房屋租赁模式与经营特征。账龄为三年以上的其他应收款按照款项性质分类明细如下：

单位：万元

其他应收款项性质	金额	后续拟处理措施
房屋租赁及水电费押金	2,172.94	（1）其中 2,167.65 万元为正常租赁及经营产生的押金、保证金，在合同存续期内处于正常状态或期后已收回。 （2）其余少量押金、保证金后续拟进行清理核销等工作。
员工备用金、代垫社保款及其他	19.27	主要系发行人员工用于公司经营的备用金借款等，后续拟进行催收、清理核销等。
合计	2,192.21	--

基于上述，本所律师认为，发行人长账龄的其他应收款以正常经营过程中产生的房屋租赁及水电费押金等款项为主，该等款项随着门店的正常运营将持续存在。根据发行人出具的说明，发行人将持续跟踪管理该等款项，确保发行人相关资产的可收回性。

3、说明交易对象是否与发行人董监高、大股东及一致行动人存在关联关系

报告期各期末，发行人其他应收款项的交易对象主要包括：（1）华润集团、天虹股份等商业地产商以及客户 A 等与发行人存在日常业务往来的客户；（2）京基集团、深圳市罗湖投资控股有限公司等与发行人办公场所、仓库租赁相关的供应商；（3）发行人员工，涉及备用金、发行人履行代扣代缴社保及公积金款项义务以及垫付公租房、人才房租金等所致。

根据发行人的说明，并经本所律师核查，除发行人因履行员工社保、公积金代扣代缴义务以及垫付公租房、人才房租金产生的其他应收款以外，发行人其他应收款的交易对象与发行人董监高、大股东及一致行动人不存在关联关系，报告期内不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、

代垫款项或者其他方式占用的情况，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，报告期各期末，发行人其他应收款主要为房屋租赁及水电费押金、员工备用金、代扣代缴社保及公积金款项、代垫公租房及人才房租金及其他，发行人长账龄的其他应收款以正常经营过程中产生的房屋租赁及水电费押金等款项为主，该等款项随着门店的正常运营将持续存在。除发行人因履行员工社保及公积金代扣代缴义务以及垫付公租房及人才房租金产生的其他应收款以外，发行人其他应收款的交易对象与发行人董监高、大股东及一致行动人之间不存在关联关系，报告期内不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

二、结合汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式、收购背景，评估定价依据及其公允性、实现业绩情况等，说明报告期内商誉减值测试参数选取的合理性，包括但不限于预计增长率、毛利率以及与实际经营业绩的比对情况，说明收购前后相比财务数据是否存在重大变化，2024 年末商誉全额计提减值准备的合理性，是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定。

（一）核查程序

就本题所涉法律事项，本所律师作为法律专业人士履行了特别注意义务；就本题所涉财务与会计等非法律事项，本所律师作为非财务专业人士履行了普通人的一般注意义务。

在此前提下，本所律师履行了包括但不限于以下核查程序：

1、查阅了发行人收购汉高信息、镜联易购的公告文件、签订的相关协议、资产评估报告、审计报告以及 2023 年度及 2024 年度商誉减值测试报告、国众联资产评估土地房地产估价有限公司（以下简称“国众联评估师”）出具的 2023 年度及 2024 年度商誉减值测试评估报告，就发行人收购汉高信息及镜联易购的背景原因、收购后业绩发生变动的原因以及商誉减值测试相关事项取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅了发行人及保荐机构出具的《关于博士眼镜连锁股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函的回复》及其修订稿（以下合称“发行人及保荐机构回复”）、政旦致远会计师出具的《关于博士眼镜连锁股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函中有关财务事项的说明》（以下简称“会计师说明”）。

（二）核查内容

1、汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式、收购背景，评估定价依据及其公允性、实现业绩情况

（1）基本情况、经营模式及收购背景

根据发行人提供的资料及说明，汉高信息、镜联易购的基本情况、经营模式及收购背景如下：

公司名称	汉高信息	镜联易购
基本情况	统一社会信用代码：9133010872910615XT 企业类型：有限责任公司 成立日期：2001年6月6日 注册资本：3,000,000.00元 法定代表人：洪良勇 注册地址：浙江省杭州市西湖区西斗门路3号天堂软件园A幢1楼1179室。 经营范围：一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机系统服务；信息系统集成服务；网络设备销售；第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	统一社会信用代码：91330108MA2KKNMY9H 企业类型：有限责任公司 成立日期：2021年9月18日 注册资本：1,703,273.00元 法定代表人：洪良勇 注册地址：浙江省杭州市余杭区仓前街道文一西路1338号A座2层201室 经营范围：许可项目：第三类医疗器械经营；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；软件销售；计算机软硬件及辅助设备零售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；电子产品销售；可穿戴智能设备销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
经营模式	眼镜零售行业数字化整体解决方案提供商，通过销售眼镜零售行业所需的管理系统软件及配套硬件、软件日常维护、二次开发等服务获取收益。	主要打造眼镜零售行业企业客户的交易及服务平台，通过镜联易购平台打通供应链上下游数据，收取平台加盟费、商品销售的价差获取收益。
收购背景	本次收购系在保证发行人主营业务稳健发展的前提下，布局与发行人现有业务具有一定协同性和发展潜力的数字化平台项目，为单体眼镜零售门店赋能，提升发行人的市场覆盖率，促进发行人长远发展。	
收购时点	2023年3月	

（2）评估定价依据及其公允性、实现业绩情况

发行人收购汉高信息、镜联易购的价格系在双方认可的审计、评估结果基础上由交易各方协商确定。

关于汉高信息，根据大华会计师出具的《杭州汉高信息科技有限公司审计报告》（大华核字[2023]000915 号）及国众联评估师出具的《博士眼镜连锁股份有限公司拟进行股权收购所涉及的杭州汉高信息科技有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（国众联评报字（2023）第 3-0003 号，以下简称“收购资产评估报告”），汉高信息截至评估基准日 2022 年 10 月 31 日的股东全部权益价值为 3,373.46 万元。发行人收购汉高信息 68.00% 股权对应的收购价款为 2,293.95 万元，价格公允。

关于镜联易购，根据大华会计师出具的《杭州镜联易购网络科技有限公司审计报告》（大华核字[2023]000916 号）及国众联评估师出具的《杭州镜联易购网络科技有限公司拟进行增资扩股所涉及的杭州镜联易购网络科技有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（国众联评报字（2023）第 2-0014 号，以下简称“增资资产评估报告”），镜联易购截至评估基准日 2022 年 10 月 31 日的股东全部权益价值为 2,348.42 万元。发行人以 851.58 万元认购镜联易购的新增注册资本 36.2618 万元，对应其增资后 21.2895% 的股权，价格公允。

发行人收购汉高信息、镜联易购时，交易对方承诺在 2023 年、2024 年、2025 年内需在镜联易购平台完成活跃门店总家数分别不低于 4,000 家、7,000 家、10,000 家；且 2024 年、2025 年需完成活跃眼镜零售门店在镜联易购平台产生的交易额分别不低于 1.50 亿元、3.00 亿元。根据发行人的说明，2023 年、2024 年镜联易购平台活跃门店数量分别为 432 家、44 家，2024 年镜联易购平台实现交易额 403.10 万元，未达到承诺的业绩目标。

2、报告期内商誉减值测试参数选取的合理性，包括但不限于预计增长率、毛利率以及与实际经营业绩的比对情况，说明收购前后相比财务数据是否存在重大变化

（1）收购汉高信息产生的商誉及减值测试情况

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》，资产减值测试应当估计其可收回金额，然后将所估计的资产可收回金额与其账面价值比较，以确定是否发生减值。资产可收回金额的估计，应当根据公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

根据《资产评估专家指引第 11 号—商誉减值测试评估》第十六条，商誉减值测试评估需要计算公允价值减去处置费用后的净值时，可以采用市场法、收益法、成本法计算包含商誉资产组或资产组组合的公允价值。

根据国众联评估师出具的收购资产评估报告、2023 年度及 2024 年度《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州汉高信息科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2024）第 3-0040 号、国众联评报字（2025）第 3-0084 号），国众联评估师选择了资产基础法对汉高信息的价值进行评估，其中无形资产及处置费用为评估关键参数。

经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，相关参数差异情况及其合理性如下：

单位：万元

项目	股权收购时点	2023 年商誉减值测试		2024 年商誉减值测试	
	金额	金额	变动率	金额	变动率
无形资产	2,150.21	1,738.93	-19.13%	890.91	-48.77%
处置费用	--	61.76	--	25.85	-58.14%

注：在股权收购时点，基于发行人收购标的公司的目的，不存在处置费用参数。

①无形资产确认依据

汉高信息资产组无形资产主要为软件著作权及商标。对于软件著作权、商标等无形资产，国众联评估师根据无形资产形成过程中所需要投入的各种费用（含资金成本和合理利润），同时扣除贬值率后确认评估值。

2023 年、2024 年发行人进行商誉减值测试时，汉高信息因控制成本、对外开展业务规模收缩，调整了研发人员数量，产品升级、维护人员数量的减少可能导致相关软件著作权的预期经济使用年限较股权收购时点下降，部分软件未继续投入使用，未来产生现金流入的可能性较小。除无形资产年度正常摊销的金额以外，发行人对该等软件评估价值进行了调减，发行人在 2023 年末和 2024 年末对汉高信息资产组无形资产分别调减了 411.28 万元、848.02 万元，导致了汉高信息资产组当期无形资产账面价值的变动。

②处置费用确定依据

对汉高信息资产组进行评估的处置费用系根据《北京产权交易所国有资产交易业务收费办法》《北京产权交易所非国有投融资业务收费办法》《广州产权交易

所有限公司交易服务收费标准》《上海联合产权交易所有限公司交易业务收费管理暂行办法》及其关于交易业务收费相关事项的补充通知、法院拍卖手续费计算的均值作为处置费用，2023 年及 2024 年末进行商誉减值测试时评估参数选取上不存在重大差异。

除上述关键参数以外，国众联评估师 2024 年度对汉高信息资产组商誉资产组减值测试的其他参数与前次股权收购时、2023 年度减值测试时不存在重大差异。

（2）收购镜联易购产生的商誉及减值测试情况

根据国众联评估师出具的增资资产评估报告、2023 年度及 2024 年度《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州镜联易购网络科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2024）第 3-0039 号、国众联评报字（2025）第 3-0085 号），国众联评估师选择了收益法进行估值，所选取的关键参数主要为预测期营业收入增长率、毛利率、折现率等。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，相关参数差异情况及其合理性如下：

①预测期营业收入增长率

单位：万元

评估时点	指标	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年
收购时点	收入	497.61	656.67	722.34	780.12	826.93	--	--
	增长率	744.34%	31.97%	10.00%	8.00%	6.00%	--	--
2023 年商誉减值测试	收入	--	361.43	748.30	1,234.33	1,678.87	2,134.80	--
	增长率	--	520.38%	87.85%	64.95%	36.02%	27.16%	--
2024 年商誉减值测试	收入	--	--	221.20	383.24	588.49	725.33	827.98
	增长率	--	--	92.99%	73.26%	53.55%	23.25%	14.15%

注：各次商誉减值测试评估时预测期均为 5 年；收入预测均是在基准日前一个会计年度实际经审计的营业收入基础上，对未来 5 年的营业收入进行预测。

在收购完成前，镜联易购的主营业务为利用其线上平台经营采购联盟业务，即通过线上平台向眼镜零售门店进行产品批发销售。自 2023 年收购以来，镜联易购根据市场反馈实际情况以及上游品牌供应商、经销商、下游加盟商等不同相关方的实际需求，规划的采购联盟业务与部分品牌商的供货体系存在一定价格冲突，镜联易购相应地调整了加盟分销体系，其线上活跃门店数量、线上成交额等

指标下滑较多。2023 年下半年，镜联易购将其定位从单一的线上销售平台业务转为依托于博士眼镜旗下的特许经营品牌石人工（砦）开展经营活动，承担了石人工（砦）加盟体系及后期运营管理业务，将该资产组定位为发行人旗下加盟业务中心。尽管镜联易购积极适应供应商体系变化，并对其自身定位及业务进行调整，但 2023 年度和 2024 年度营业收入数据仍未达预期，导致镜联易购的预测期营业收入存在向下调整的情况。

②毛利率

镜联易购各期商誉减值测试时，对应的毛利率预测情况如下：

评估时点	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年
收购时点	100%	100%	100%	100%	100%	100%	--
2023 年度商誉减值测试	--	60.15%	61.29%	60.30%	61.44%	62.55%	--
2024 年度商誉减值测试	--	--	71.06%	83.21%	89.01%	91.04%	92.11%

镜联易购各期商誉减值测试时，预测毛利率存在一定差异，相关毛利率调整原因如下：2023 年度商誉减值测试时，镜联易购对其经营模式进行一定调整，新增加盟体系及后期运营管理业务，使得镜联易购毛利率较收购时点变化较大；2024 年度商誉减值测试时，镜联易购预测毛利率有所增加，主要系镜联易购低毛利率的加盟业务的增长速度不及预期，预计其占总收入的比例有所下降所致。

③折现率

对镜联易购进行评估的折现率选取情况如下：

年度/项目	无风险收益率	目标财务杠杆的贝塔	市场风险溢价	特有风险溢价	税后 WACC
收购时点	3.63%	0.9009	6.85%	3.00%	12.81%
2023 年度商誉减值测试	3.49%	0.5500	6.19%	4.00%	10.89%
2024 年度商誉减值测试	1.93%	0.5744	6.06%	4.00%	9.90%

注：上表为税后折现率。

根据企业会计准则规定，为了资产减值测试的目的，计算资产未来现金流量现值时所使用的折现率应当是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率，该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率。在估计替代利率时，国众联评估师根据企业加权平均资金成本（WACC）确定，其中普通

权益资本成本采用资本资产定价修正模型（CAPM）来确定，具体参数确定过程如下：

a.无风险收益率：收购时点、2023 年度商誉减值测试时点与 2024 年度商誉减值时点均选取距评估基准日剩余到期年限为 10 年以上的中长期国债平均到期收益率作为无风险收益率，无风险收益率选取内涵相同。

b.目标财务杠杆的贝塔：由于镜联易购资产组经营模式主要采用加盟模式，根据管理层预测未来不存在外部借款，因此采用企业自身资本结构作为被评估企业的资本结构比率。

收购时镜联易购以线上采购批发平台为主要经营方向，公司经营上与 CSRC 互联网和相关行业相似度较高；而 2023 年末、2024 年末商誉减值测试中，镜联易购资产组经营上与眼镜门店的直销、加盟管理相似度较高，与 CSRC 批发和零售业相关性更强，因此收购时点与 2023 年末、2024 年末商誉减值测试中，因经营方式变动导致可比行业的选择存在差异。

c.市场风险溢价：收购时点与 2023 年末、2024 年末商誉减值测试均选取中国股票市场风险报酬率，以沪深 300 指数月度数据为基础，先计算沪深 300 指数月均收益率，再把月收益率进行年化，以沪深 300 指数年化收益率作为市场风险报酬率，收购时点、2023 年末及 2024 年末商誉减值测试时的市场风险溢价选取内涵相同。

d.特有风险溢价：2023 年末、2024 年末商誉减值测试时，考虑到评估对象在公司的融资条件、资本流动性以及公司的治理结构等方面与可比上市公司的差异性所可能产生的特定个体风险，镜联易购资产组特定风险调整系数 Rc 由收购时点的 3.00% 调整为 4.00%。

④与实际经营业绩的对比情况

2023 年、2024 年，镜联易购收入增长率与商誉减值测试中预测数据的对比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年		2023 年	
	收入	增长率	收入	增长率
实际经营数据	174.69	373.16%	36.92	--
收购时点预测数据	656.67	31.97%	497.61	744.34%
2023 年商誉减值测试时点预测数据	361.43	520.38%	--	--

2023 年、2024 年，镜联易购毛利率与商誉减值测试中预测毛利率对比情况如下：

项目	2024 年	2023 年
实际经营数据	63.54%	81.63%
收购时点预测数据	100.00%	100.00%
2023 年末商誉减值测试预测数据	60.15%	--

如上表所示，镜联易购收入增长率及毛利率实际经营数据较收购时及 2023 年商誉减值测算中的预测数据差异较大，主要系镜联易购营业收入指标的预测主要基于其历史年度的经营状况、管理层未来经营策略、商业模式、市场预测情况等确定。2023 年度及 2024 年度商誉减值过程中，镜联易购由于供应商体系变化导致其对商业模式和公司定位进行了较大改变。

（3）收购前后相比财务数据是否存在重大变化

收购前后汉高信息、镜联易购主要财务数据情况如下：

单位：万元

标的公司	汉高信息			镜联易购		
	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
总资产	284.30	308.90	383.11	560.87	1,741.73	908.99
总负债	953.18	962.17	864.25	988.81	736.35	865.28
所有者权益	-668.88	-653.27	-481.14	-427.94	1,005.38	43.72
营业收入	368.08	212.83	246.16	174.69	36.92	64.21
净利润	-15.60	-135.49	-304.71	-1,433.33	-644.00	-61.24

注：2022 年度财务数据未经审计。

汉高信息方面，其系眼镜零售行业数字化整体解决方案提供商，通过销售眼镜零售行业所需的系统软件及配套硬件、软件日常维护、二次开发等服务获取收益。汉高信息亏损有所减少，主要系汉高信息结合自身经营情况，减少成本开支所致。

镜联易购方面，在收购完成前，镜联易购的主营业务为充分利用其线上平台经营采购联盟业务，即通过线上平台向眼镜零售门店进行产品批发销售。本次收购系在保证发行人主营业务稳健发展的前提下，布局与发行人现有业务具有一定协同性和发展潜力的数字化交易及服务平台，以提升发行人市场覆盖率。镜联易购前实际控制人洪良勇及其团队成员兼具眼镜零售与互联网行业的专业背景，已与超过 1,000 家眼镜行业企业客户建立合作，软件覆盖中国约 10,000 家眼镜门店，

并与康耐特、茂昌眼镜、精益眼镜等国内知名眼镜厂商达成了深度合作，在平台运营、供应链优化、眼镜零售数字化等方面积累了丰富的业务经验。

镜联易购打造的眼镜零售行业企业客户的交易及服务平台，能够打通供应链上下游数据通路，为企业客户提供眼镜零售行业全品类一站式直采渠道，该“端到端直供”的经营模式，有效减少了经销商层级、缩短了交易链条，并提高了产业链的协作供应效率和商品动销率。但该经营模式客观上对上游品牌供应商、经销商原有的利润分配体系产生了一定影响，与传统经销模式的价格体系产生了潜在冲突。镜联易购在被发行人收购前已联合行业内若干代理经销商就该经营模式进行了初步调研论证，相关方未提出异议。在此背景下，发行人在聘请中介机构对镜联易购进行尽职调查后与杭州镜联企业管理合伙企业（有限合伙）共同对镜联易购增资。

收购完成后，镜联易购加大资源投入，对镜联易购平台进行了开发、完善和营销推广，线上平台注册的门店数量较大幅度增长，交易规模随之攀升。在此背景下，部分品牌商对镜联易购采购联盟业务的商业模式正式提出异议，要求镜联易购停止该经营模式，并停止对镜联易购供货，致使镜联易购线上活跃门店数量、线上成交额等指标出现较大幅度下滑。镜联易购综合考量上游品牌商诉求及自身实际经营状况后，对业务模式进行了调整，增加了线下加盟的业务。受上述因素影响，镜联易购在收购后的经营情况、业务数据不及预期，2023年、2024年镜联易购亏损幅度变大。

基于对保荐机构、政旦致远会计师的合理信赖，经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，并基于普通人的一般注意义务及判断，本所律师认为，报告期内发行人对汉高信息、镜联易购商誉减值测试参数选取具有合理性。收购前后，汉高信息、镜联易购财务数据存在一定变化，主要与其供应商体系变化及其对业务模式的调整相关。

3、2024年末商誉全额计提减值准备的合理性，是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第7号》的相关规定

（1）2024年末商誉全额计提减值准备的合理性

①汉高信息

根据国众联评估师出具的《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州汉高信息科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产

评估报告》（国众联评报字（2025）第 3-0084 号），经国众联评估师测试，汉高信息的相关资产组在 2024 年 12 月 31 日的账面价值为 1,381.92 万元，剔除商誉后资产组账面价值为 916.73 万元，资产可收回金额为 585.12 万元。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，包含相关资产组或者资产组组合的可收回金额小于剔除商誉后资产组账面价值，需对商誉全额计提减值准备，因此发行人 2024 年末对收购汉高信息产生的商誉全额计提减值准备合理。

②镜联易购

根据国众联评估师出具的《博士眼镜连锁股份有限公司拟对合并杭州镜联易购网络科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可收回金额资产评估报告》（国众联评报字（2025）第 3-0085 号），经国众联评估师测试，镜联易购的相关资产组在 2024 年 12 月 31 日的账面价值为 1,765.27 万元，剔除商誉后资产组账面价值为 7.03 万元，资产可收回金额为 6.38 万元。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，包含相关资产组或者资产组组合的可收回金额小于剔除商誉后资产组账面价值，需对商誉全额计提减值准备，因此发行人 2024 年末对收购镜联易购产生的商誉全额计提减值准备合理。

（2）是否符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定

①发行人商誉减值相关会计处理符合会计准则要求

报告期内，发行人每年年度终了聘请评估师对其商誉进行减值测试，国众联评估师出具了 2023 年度及 2024 年度商誉减值测试评估报告。经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，发行人及国众联评估师在进行资产减值测试时，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，当自购买日起已按照合理的方法分至相关的资产组，国众联评估师在评估过程中根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》和《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》的相关会计准则的要求，充分分析了不同评估方法的适用性，恰当选择与商誉减值测试相适应的评估方法，年审会计师针对商誉减值测试实施了适当的审计程序，经核查，商誉减值的相关评估符合《企业会计准则第 8 号—资产减值》等相关企业会计准则的要求。

②发行人商誉减值相关会计处理符合《监管规则适用指引—发行类第7号》的相关规定

经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，保荐机构、政旦致远会计师认为，报告期内发行人已根据《监管规则适用指引—发行类第7号》《企业会计准则第8号—资产减值》《会计监管风险提示第8号—商誉减值》的要求对商誉进行初始确认，并于各年末对商誉进行减值测试。发行人系将收购汉高信息、镜联易购资产组的成本中大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为合并资产负债表中的商誉，初始计量准确。发行人管理层、年审会计师自2023年以来均对汉高信息、镜联易购资产组是否存在特定减值迹象进行判断，并进行商誉减值测试，于2023年末、2024年末分别计提商誉减值530.09万元及1,214.16万元，发行人已详细披露相关资产组或资产组组合的可收回金额、确定过程及其账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值），相关商誉减值信息披露充分、真实。

收购时点汉高信息、镜联易购的评估报告中使用的预测数据与实际数据存在差异系标的公司自身定位及经营业务调整所致。发行人已于2023年、2024年分别计提商誉减值准备530.09万元、1,214.16万元，不存在集中大额计提商誉减值的情形。截至报告期末，发行人商誉余额为0元，不存在大额商誉而未计提或较少计提减值的情形，商誉计提过程谨慎合理。商誉减值原因不会对本次发行构成重大不利影响。

（三）核查结论

基于对保荐机构、政旦致远会计师的合理信赖，经查阅发行人及保荐机构回复、会计师说明，并基于普通人的一般注意义务及判断，报告期内发行人对汉高信息、镜联易购商誉减值测试参数选取具备合理性。收购前后，汉高信息、镜联易购财务数据存在一定变化，主要系其供应商体系的变化及其对业务模式的调整所致。发行人2024年末商誉全额计提减值准备具备合理性，符合会计准则要求和《监管规则适用指引——发行类第7号》的相关规定。

三、结合公司商标被撤销以及存在撤销风险的具体情况以及最新进展，说明发行人是否有权继续使用上述商标，对生产经营、品牌维护及本次募投项目实

施是否存在重大影响，已采取及拟采取的具体措施及其有效性，是否对公司生产经营造成重大不利影响。

（一）核查程序


针对上述问题，本所律师履行了如下核查程序：



- 1、查阅了第 17924729 号、第 17924728 号、第 1091684 号及第 1091685 号争议商标所涉商标权撤销审查及行政诉讼相关资料。
- 2、查阅了发行人相关注册商标证书、申请文件，以及相关作品著作权登记证书。
- 3、查阅了国家知识产权局商标局《类似商品和服务区分表——基于尼斯分类第十二版（2025 文本）》（以下简称“《类似商品和服务区分表》”）。
- 4、查阅了发行人与品牌方签署的专项推广宣传合同、合同履行资料等发行人为品牌方提供推广及宣传服务的资料。
- 5、查阅了发行人制定的《第 35 类注册商标管理规范》。
- 6、登录中国商标网、中国版权保护中心著作权登记系统等网站查询公示信息。
- 7、取得了发行人出具的书面说明。



（二）核查内容

1、发行人商标被撤销及存在撤销风险的具体情况与最新进展

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人题述争议商标被撤销及存在撤销风险（以下简称“商标撤销事宜”）的具体情况与最新进展如下：

序号	争议商标	类别	申请撤销第三人	商标撤销事宜的具体情况与最新进展	是否涉及本次募投项目及具体形式
1	第 17924729 号“  ”商标	35	马赫汀国际贸易有限公司	2024 年 7 月 24 日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。 2024 年 8 月 13 日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。 2025 年 6 月 24 日，北京知识产权法院作出一审判决，认为发行人在指定期间内对该商标在相	是，涉及“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”及“总部运营管理中心及品牌建设项目”，具体形式主要包括拟将该商标在内的组合商标用于对外品牌宣传、拟签订的商务推广合同、“博士眼镜”线上线下门店及品牌体验中心门头。

序号	争议商标	类别	申请撤销第三人	商标撤销事宜的具体情况及最新进展	是否涉及本次募投项目及具体形式
				关服务上进行了公开、合法、有效的商标性使用，上述复审决定对此认定有误，判决撤销国家知识产权局作出的上述商标撤销复审决定，重新作出复审决定。截至本补充法律意见书出具之日，该一审判决已经生效。	
2	第17924728号“  ”商标	35	马赫汀国际贸易有限公司	2024年7月24日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。 2024年8月13日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。 2025年5月24日，北京知识产权法院作出一审判决，认为发行人在指定期间内对该商标在相关服务上进行了公开、合法、有效的商标性使用，上述复审决定对此认定有误，判决撤销国家知识产权局作出的上述商标撤销复审决定，重新作出复审决定。截至本补充法律意见书出具之日，该一审判决已经生效。	是，涉及“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”及“总部运营管理中心及品牌建设项目”，具体形式主要包括拟将该商标在内的组合商标用于对外品牌宣传、拟签订的商务推广合同、“博士眼镜”线上线下门店及品牌体验中心门头等。
3	第1091684号“  ”商标	35	于辉	2023年9月14日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。 2023年12月20日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。 2024年10月28日，北京知识产权法院作出一审判决，判决驳回发行人的诉讼请求。发行人向北京市高级人民法院提起上诉。 2025年1月13日，北京市高级人民法院作出二审判决，判决驳回上诉，维持原判。 2025年1月27日，国家知识产权局作出该注册商标的撤销公告，该注册商标专用权自公告之日终止。	否，该注册商标专用权已公告终止。


序号	争议商标	类别	申请撤销第三人	商标撤销事宜的具体情况 & 最新进展	是否涉及本次募投项目及具体形式
				<p>2025年3月7日，发行人向最高人民法院提出再审申请，请求撤销上述一审、二审判决并依法改判，撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。</p> <p>2025年9月19日，最高人民法院作出裁定，驳回发行人的再审申请。</p>	
4	第1091684号“  ”商标	35	马赫汀博士国际贸易有限公司	<p>2024年3月20日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的复审决定。</p> <p>2024年4月22日，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。</p> <p>2025年6月24日，北京知识产权法院作出一审判决，判决驳回发行人的诉讼请求。</p> <p>发行人已向北京市高级人民法院提起诉讼，请求撤销国家知识产权局上述复审决定及一审判决。截至本补充法律意见书出具之日，北京市高级人民法院尚未作出二审判决。</p>	否，该注册商标专用权已公告终止。
5	第1091684号“  ”商标	35	莫建红	<p>2024年8月23日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的初审决定。</p> <p>发行人已在法定期限届满前向国家知识产权局申请复审，2025年7月7日，国家知识产权局作出撤销该商标注册的复审决定。</p> <p>发行人已向北京知识产权法院提起诉讼，请求撤销国家知识产权局上述复审决定，并重新作出决定。截至本补充法律意见书出具之日，北京知识产权法院尚未作出一审判决。</p>	否，该注册商标专用权已公告终止。
6	第1091685号“DOCTOR”商标	35	莫建红	<p>2024年8月23日，国家知识产权局根据第三人申请，以该商标无正当理由连续三年不使用为由作出撤销该商标注册的初审决定。</p>	是，涉及“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”及“总部运营管理中心及品牌建设项目”，具体形

序号	争议商标	类别	申请撤销第三人	商标撤销事宜的具体情况及最新进展	是否涉及本次募投项目及具体形式
				发行人已在法定期限届满前向国家知识产权局申请复审，2025年7月7日，国家知识产权局作出撤销该商标注册的复审决定。发行人已向北京知识产权法院提起诉讼，请求撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。截至本补充法律意见书出具之日，北京知识产权法院尚未作出一审判决。	式主要包括拟将该商标在内的组合商标用于对外品牌宣传、拟签订的商务推广合同、“博士眼镜”线上线下门店及品牌体验中心门头。


根据发行人提供的资料及说明，上述诉讼中申请撤销第三人均以争议商标没有正当理由连续三年不使用为由提出商标撤销申请，该等申请撤销第三人与发行人及其董事、监事及高级管理人员之间均不存在关联关系。争议商标的注册类别均为第 35 类，发行人申请注册该等商标的主要目的为将该等商标为零售服务及“为他人推销”服务提供品牌保护。

发行人报告期内的主营业务为眼镜零售连锁经营，主要包括为眼镜及其配件生产企业提供推销服务和零售渠道，同时为终端消费者提供验光及配镜服务，该商业模式是眼镜零售行业的普遍经营模式。本次募投项目中的“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”及“总部运营管理中心及品牌建设项目”亦包含眼镜零售连锁经营业务。

截至报告期末，发行人持有的与主营业务相关的注册商标类别主要为第 35 类服务商标、第 44 类服务商标及第 9 类商品商标。根据国家知识产权局商标局《类似商品和服务区分表》及发行人出具的说明，上述商标类别项下涵盖的相关商品/服务保护项目与发行人主营业务存在相关性，具体如下：



类别	关联商品/服务项目	发行人主营业务用途
第 35 类	第 3503 项“为他人推销”	用于发行人提供眼镜产品零售服务，以及为眼镜及其配件生产企业提供推销服务，例如，发行人通过“博士眼镜”门店开展眼镜零售服务及推销服务时，在门店门头、推广广告、推广活动现场资料等推广物料及签署的推广合同上使用“  ”等第 35 类商标。
第 44 类	第 4405 项之“配镜服务” “验光服务”	用于发行人提供的配镜服务、验光服务及眼镜产品零售服务，例如，发行人通过“总统”等门店开展眼镜零售服务以及提供配镜服务、验光服务时，在门店门头使用“President”等第 44 类商标。
第 9 类	第 0921 项之“眼镜及附	用于发行人自有品牌的眼镜及其配件等商品，例如，发行

类别	关联商品/服务项目	发行人主营业务用途
	件”	人在 zǎc 等自有眼镜品牌的镜架、镜片等产品上使用“zǎc”等第 9 类商标。

根据发行人的说明，以及中国眼镜协会就发行人“”商标向法院出具的《中国眼镜协会关于眼镜零售行业商标使用情况的说明》，由于商标国际分类中没有针对眼镜零售企业设置专门的零售服务类商标，因此，眼镜零售企业普遍以第 35 类商标项下“3503 为他人推销”服务上的注册商标进行品牌保护，并可能根据实际经营的业务范围同时注册第 9 类及第 44 类商标。

根据《中华人民共和国商标法》相关规定，我国采用的是以自愿注册为原则、强制注册为例外的商标注册制度，只有法律、行政法规规定必须使用注册商标的商品或服务，其经营者才必须申请商标注册并使用经核准注册的商标。根据国家知识产权局撰写的《〈商标一般违法判断标准〉理解与适用》，只有少量特殊商品才强制要求申请注册商标，比如烟草、农药等。

基于上述，发行人主营业务所涉服务及商品不存在强制注册商标的要求，发行人注册第 35 类、第 44 类及第 9 类商标主要是出于构建品牌保护体系的考虑。其中，发行人主营业务系以提供服务为主，结合行业普遍做法，发行人注册了第 35 类及第 44 类服务商标，同时发行人存在自有品牌的眼镜及配件等商品，因此注册了第 9 类商品商标，该等商标对发行人的眼镜零售连锁经营业务提供了多方面的保护。

另外，本所律师注意到，第 17924729 号、第 17924728 号“”商标（以下简称“729、728 号商标”）与第 1091684 号“”商标（以下简称“684 号商标”）所涉诉讼的裁判结果存在差异，具体如下：

在 729、728 号商标的生效判决中，法院认为，发行人在诉讼程序中提交的相关使用证据，已形成完整的证据链，能够证明发行人为他人提供了不同于商品零售的推销服务，在指定期间内对争议商标在复审服务上进行了公开、合法、有效的商标性使用，因而判决撤销国家知识产权局作出的商标撤销复审决定。

在 684 号商标的生效判决中，法院认为，发行人提交的证据不能证明系对“推销（替他人）”服务的使用或不能证明争议商标在前述服务上的使用情况，综合

在案证据，不能形成完整的证据链证明争议商标于指定期间内在前述服务上进行了真实、有效、合法的商业使用，因而判决争议商标应予以撤销注册。



基于上述，本所律师理解，法院作出不同判决的主要原因在于对证据是否充分以及证明力的认定上存在差异。根据发行人提供的资料及说明，造成前述差异的主要原因如下：

（1）729、728 号商标诉讼与 684 号商标诉讼中，申请撤销第三人所主张的争议商标连续三年未使用的对应期间（以下简称“指定期间”）不同，729、728 号商标的指定期间为 2019 年 11 月至 2022 年 10 月，684 号商标的指定期间为 2018 年 11 月至 2021 年 11 月。经本所律师比对，729、728 号商标诉讼就未重合指定期间（即 2021 年 11 月至 2022 年 10 月）内 729、728 号商标的使用情况进一步提交了证据。

（2）发行人 729 号、728 号商标诉讼与 684 号商标诉讼所聘请的代理机构不同，所提交的证据亦不完全相同。经本所律师比对，729、728 号商标诉讼中就重合指定期间（即 2019 年 11 月至 2021 年 11 月）内所提交的证据多于 684 号商标诉讼中所提交的证据。

2、关于发行人是否有权继续使用争议商标

根据《中华人民共和国商标法》第五十五条，法定期限届满，当事人对商标局做出的撤销注册商标的决定不申请复审或者对商标评审委员会做出的复审决定不向人民法院起诉的，撤销注册商标的决定、复审决定生效。被撤销的注册商标，由商标局予以公告，该注册商标专用权自公告之日起终止。



基于上文“1、发行人商标被撤销及存在撤销风险的具体情况 & 最新进展”所述情况，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，除第 1091684 号“”商标已于二审判决生效后被国家知识产权局公告撤销外，第 17924729 号及第 17924728 号“”商标（以下合称“双马商标”）所涉行政诉讼已经作出生效判决，判决撤销国家知识产权局作出的上述商标撤销复审决定，重新作出复审决定；第 1091685 号“DOCTOR”商标（以下简称“DOCTOR 商标”）所涉行政诉讼尚未作出一审判决，撤销该等注册商标的复审决定已被判决撤销或尚未生效，该等争议商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用。

3、发行人针对商标撤销事宜已采取及拟采取的具体措施及其有效性

（1）就争议商标相同或近似图样申请著作权及注册商标







①已采取的措施

根据发行人提供的资料，在上述商标撤销事宜发生之前，发行人已就与双马商标近似的图样取得了注册商标专用权，具体情况如下：


序号	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至
1		9290389	9	2012.07.14	2032.07.13
2		9290390	44	2012.06.07	2032.06.06

在上述商标撤销事宜发生后，发行人进一步加大了知识产权保护力度并已采取相关措施，具体如下：

根据发行人提供的资料，发行人已就与争议商标相同或近似的图样申请了作品著作权登记，具体情况如下：

序号	作品名称	作品图样	登记号	作品类别	创作完成日	登记日期
1	博士 DOCTOR		国作登字-2024-F-00218758	美术	1993.03.21	2024.07.26
2	博士 DOCTOR+博士眼镜 图文组合		国作登字-2025-F-0006547	美术	1993.03.21	2025.01.08
						
3	博士 DOCTORGLASSES 系列 图文组合	DOCTOR  GLASSES	国作登字-2025-F-0006546	美术	2019.11.12	2025.01.08
						
4	双马图案		国作登字-2025-F-0006548	美术	1993.03.21	2025.01.08

同时，发行人已就双马商标相同或近似的图样取得或申请了注册商标，具体情况如下：

序号	商标样式	注册号/申请号	类别	注册日期	有效期至
1		63529633	9	2022.09.21	2032.09.20
2		61365728	44	2023.06.14	2033.06.13
3		84580345	35	正在申请，状态为复审中	

②措施的有效性

首先，根据《商标审查审理指南》第十四章“损害他人在先权利的审查审理”，未经著作权人的许可，将他人享有著作权的作品申请注册商标，该等商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。因此，发行人就争议商标相同或近似的图样申请作品著作权登记，能够降低后续第三方申请与争议商标相同或近似的商标被核准注册的可能性。

其次，双马商标仍为第 35 类有效注册商标，且发行人已取得与其图形外观和整体排列组合方式近似的图形在第 9 类、第 44 类商标上的注册商标权，并重新提交了第 35 类双马商标的注册申请，该等措施能够降低其他主体在相同商标类别上注册与双马商标相同或者近似商标的可能性。

（2）固定及强化注册商标在核定服务上使用的证据链条

①已采取的措施

根据发行人提供的资料及说明，发行人已与相关品牌方签署专项推广宣传合同，并通过收集、固定该等合同的履行资料，以及通过官网、公众号、报刊、展览会及门店场所等其他方式为品牌方提供推广及宣传服务的证据，不断固定并强化发行人相关注册商标在第 35 类替他人推销等核定服务上使用的证据链条。

②措施的有效性

根据《中华人民共和国商标法》第四十九条，注册商标成为其核定使用的商品的通用名称或者没有正当理由连续三年不使用的，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标。因此，发行人通过固定并强化发行人注册商标在核定注册服务上使用的证据，能够降低相关注册商标因连续三年不使用而被申请撤销的风险。

（3）建立健全商标管理及品牌维护机制

①已采取的措施

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，在上述商标撤销事宜发生后，发行人管理层已多次召开专题会议，对商标撤销事宜及相应的商标管理措施进行了分析论证。

根据上述管理层会议的相关意见，发行人及控股子公司内部制定并发布了注册商标管理规范，从公司制度层面明确了法务部、行政部、线上业务部、市场营销部、商品部、财务部、门店业务部、工程部及视觉设计部等发行人及其控股子

公司内部职能部门对于注册商标管理的职责与分工，建立健全了发行人商标确权、使用、侵权监测及监督保障的全周期管理机制。同时，发行人定期通过飞书平台向全体员工发送内部商标合规指引，引导员工了解相关注册商标的使用情况及使用要求，通过线下调查反馈、线上浏览及商标注册专业机构支持等渠道，积极监测及搜集商标抢注、侵权及不正当竞争等线索，并将根据实际情况积极开展维权行动。

②措施的有效性

通过建立健全商标管理及品牌维护机制，能够加强和保障发行人在注册商标使用及管理方面的合法合规性，并降低发行人的注册商标权益被侵权等带来的不利影响，从而对发行人的商标管理及品牌维护产生积极作用。

基于上述，本所律师认为，发行人已针对商标撤销事宜采取或拟采取相关措施，且该等措施具有有效性。

4、商标撤销事宜对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施是否存在重大影响

已如上述，争议商标中的第 17924729 号、第 17924728 号及第 1091685 号商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用该等商标为其眼镜连锁业务经营活动提供品牌保护。根据发行人提供的资料及说明，若按照最坏结果原则预计，假设争议商标均被撤销，不会对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施产生重大不利影响，具体如下：

（1）发行人开展经营及实施募投项目对争议商标的依赖程度较小

发行人报告期内的主营业务为眼镜零售连锁经营，本次募投项目中的“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”及“总部运营管理中心及品牌建设项目”亦包含眼镜零售连锁经营业务。


发行人在经营眼镜连锁业务中涉及使用争议商标的情形，通常是将争议商标与其他商标进行组合使用，并主要用于如下用途：

①在对外品牌宣传场景下，如在为他人推销眼镜产品时，通过微信公众号、视频号等社交媒体、广告投放及活动现场使用组合商标的标识；

②在拟签订的各类为他人推销的商务合同上使用组合商标的标识；

③在“博士眼镜”线上线下门店及品牌体验中心门头使用组合商标的标识。

上述用途均与发行人眼镜连锁业务经营活动相关。但是，发行人开展经营及实施募投项目对争议商标的依赖程度较小，具体原因如下：



首先，在日常经营及未来募投项目实施过程中，发行人系将争议商标与发行人其他商标进行组合使用，主要组合形式为“博士眼镜”，除争议商标外，发行人所组合使用的其他注册商标均为有效状态，不存在争议及纠纷，发行人有权继续使用。发行人未在自有品牌产品的镜片和镜架上使用争议商标，不存在经营销售争议商标所涉产品的情况，未产生对应销售收入，若争议商标被撤销，不会对发行人销售收入造成直接影响。

其次，发行人自设立以来一直主要从事眼镜零售连锁经营业务，已形成包含“博士眼镜”品牌在内的六大眼镜零售品牌，并就该等眼镜零售品牌取得了开展主营业务所涉注册商标，而争议商标仅为“博士眼镜”品牌门店门头所使用的组合商标的组成部分。同时，发行人主营业务所涉商品及服务不存在强制注册商标的要求，从发行人所处业态来看，发行人的核心竞争力集中体现在品牌影响力、销售网络规模、专业的服务水平和渠道优势等方面，无论是对于眼镜门店的消费者，还是发行人相关产品的供应商，眼镜门店门头、对外宣传资料等使用的商标，都并非其识别并选择商家的唯一决策依据。

最后，发行人“博士眼镜”品牌门店门头及对外宣传资料中使用的并非单一图样，而是多个商标以一定形式组合在一起的组合图样，争议商标中的双马商标及 DOCTOR 商标截至目前均为有效状态。同时，截至报告期末，发行人及其子公司共拥有 218 项境内商标，且其中部分注册商标图形与争议商标相近，假设争议商标均被撤销，发行人亦能够以其他有效注册商标替换争议商标，实现对主营业务的品牌保护目的。如上所述，替换争议商标不会对消费者或供应商识别并选择商家的决策造成重大不利影响。

（2）发行人继续使用争议商标的风险较低

首先，根据《中华人民共和国商标法》相关规定，我国采取的是以自愿注册为原则、强制注册为例外的商标注册制度，发行人主营业务所涉商品及服务不存在强制注册商标的要求。因此，即使争议商标均被撤销，在无第三人取得与前述图形相同或相似的商标权或著作权的情况下，发行人仍可继续使用该等商标所涉图形。

其次，关于双马商标，如上文“3、发行人针对商标撤销事宜已采取及拟采取的具体措施及其有效性”部分所述，发行人已就与双马商标相同、近似及与其他图形组合后的图样取得了作品著作权登记，根据《商标审查审理指南》，未经著作权人的许可，将他人享有著作权的作品申请注册商标，该等商标应当不予核准注册或者予以无效宣告；同时，双马商标仍为第 35 类有效注册商标，且发行人已取得与其近似的“”图形在第 9 类、第 44 类商标上的注册商标权，并重新提交了第 35 类双马商标、“”商标的注册申请，根据《中华人民共和国商标法》第三十条，申请注册的商标同他人在同一种商品或者类似商品上已经注册的或者初步审定的商标相同或者近似的，由商标局驳回申请，不予公告，因此，其他主体在相同注册类别上申请与双马商标相同或者相似的商标被核准的可能性较低。关于 DOCTOR 商标，由于发行人主要将其与其他商标组合使用，而未单独使用，且 DOCTOR 商标在商标组合中通常不处于显著位置，因此，因在商标组合中使用 DOCTOR 字样而导致消费者混淆的可能性较低。

最后，即使相关主体后续就争议商标图形取得商标注册，发行人可根据《中华人民共和国商标法》第五十九条主张在先使用权利，即在原有使用范围内继续使用争议商标。

（3）发行人已就商标撤销事宜采取了相关有效措施

如上文“3、发行人针对商标撤销事宜已采取及拟采取的具体措施及其有效性”部分所述，发行人已就商标撤销事宜采取了有效应对措施，根据发行人的说明，就相关商标相同或近似标识申请著作权及第 35 类、第 44 类及第 9 类注册商标等措施为零售连锁经营企业知识产权保护的普遍做法，能够降低注册商标被申请撤销、商标侵权等风险，并对发行人的商标管理及品牌维护产生积极作用。

基于上述，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，双马商标及 DOCTOR 商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用，若按照最坏结果原则预计，假设争议商标均被撤销，不会对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施产生重大不利影响。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、截至本补充法律意见书出具之日，除第 1091684 号商标已于二审判决生效后被国家知识产权局公告撤销外，双马商标所涉行政诉讼已经作出生效判决，判决撤销国家知识产权局作出的上述商标撤销复审决定，重新作出复审决定；DOCTOR 商标所涉行政诉讼尚未作出一审判决，撤销该等注册商标的复审决定已被判决撤销或尚未生效，该等争议商标仍为有效注册商标，发行人有权继续使用。

2、针对题述商标撤销事宜，发行人已采取及拟采取的措施包括就争议商标相同或近似图样申请著作权及注册商标、固定及强化注册商标在核定服务上使用的证据链条以及建立健全商标管理及品牌维护机制，该等措施具有有效性。

3、发行人开展经营及实施募投项目对争议商标的依赖程度较小，且继续使用争议商标的风险较低，因此，题述商标撤销事宜不会对发行人生产经营、品牌维护及本次募投项目实施产生重大不利影响。

《审核问询函》问题 2：

根据申报材料，本次发行可转换公司债券的募集资金总额不超过人民币 37500 万元（含），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资金额	拟使用募集资金
1	连锁眼镜门店建设及升级改造项目（以下简称项目一）	35,012.20	18,000.00
2	总部运营管理中心及品牌建设项目（以下简称项目二）	22,998.80	7,000.00
3	数字化平台升级建设项目（以下简称项目三）	9,277.31	7,000.00
4	补充流动资金	5,500.00	5,500.00
合计		72,788.31	37,500.00

注：在本次发行可转换公司债券募集资金到位之前，发行人将根据募集资金投资项目实施进度的实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

项目一拟在重点城市开设 225 家智能眼镜门店，并对目前的老旧门店进行升级改造。2020 年至 2024 年公司年度新开门店分别为 52 家、114 家、67 家、51 家、78 家，年均新开门店数量为 72.4 家。截至 2024 年末，公司已在全国范围内的 25 个省、市、自治区拥有 557 家门店。

项目二计划在深圳市购置办公场地建设总部运营管理中心，并在深圳、上海、北京等地建立公司品牌形象体验中心，募集资金拟全部投入场地购置及装修。项目三拟投入业务系统、IT 基础设施和信息安全建设。

三个项目计划建设实施周期为 36 个月，项目一建设完毕后平均销售毛利率 70.63%，报告期各期，公司的销售毛利率分别为 61.84%、63.07%和 61.71%。项目二和项目三不直接产生经济效益，不涉及效益测算。三个项目拟使用募集资金投入内容均为资本性支出，补充流动资金属于非资本性支出，占比为 14.67%。

公司在 2023 年之后存在研发费用，主要涉及收购汉高信息及镜联易购所产生 IT 软件开发费用。公司拟设置智能眼镜专项研发投入约 6000 万元，用于与智能眼镜相关的技术研发、产业链公司投资。本次募投项目一拟在门店设置智能眼镜专区。

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 22600.43 万元、19354.09 万元和 19933.56 万元，主要为银行存款和其他货币资金。2022 及 2023 年，公司不存在短期借款。

公司 2017 年首发项目包括“营销服务平台建设项目”和“信息化建设项目”，存在延期、变更实施地点的情况。

请发行人：（1）以通俗易懂的语言，结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，分别对应说明与公司现有业务、首发两个项目的具体区别和联系，是否涉及新业务、新产品或新服务。（2）结合智能眼镜行业及公司发展情况、三个项目具体内容、场地合同期限、项目规划进度等，说明发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性，募集资金是否主要投向主业，是否符合《注册办法》第四十条相关规定。（3）结合眼镜产品使用寿命、各地区市场需求差异、报告期内闭店情况、公司销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议等，说明项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复，装修费用、仪器设备投入等投资规模是否审慎、合理，本次扩大业务规模的必要性、新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，是否存在过度融资。（4）各募投项目是否属于需要前置审批特许经营的业务，相关实施主体已获取的资质是否已完整覆盖其预计开展业务范围，相关人员配备是否已获取相应资质，募投项目实施是否存在实质障碍。（5）结合项目用地计划，基地建设的设计规划、人均

面积、具体用途，说明项目二建筑面积是否与项目人员规模匹配，相关建设的必要性和规模的合理性；如涉及厂房建设，列示具体厂房建设计划并说明是否仅自用，本次募投项目的其他项目是否涉及上述情况。（10）补充说明前次募投项目调整、变更、终止等变动的原因及合理性，是否已按规定履行相关审议程序与披露义务，是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正，或者未经股东大会认可的情形。

请律师核查（1）-（5）（10）并发表明确意见。

回复：

一、以通俗易懂的语言，结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，分别对应说明与公司现有业务、首发两个项目的具体区别和联系，是否涉及新业务、新产品或新服务。

（一）核查程序

- 1、查阅了本次可转债募投项目可行性研究报告。
- 2、查阅了发行人 IPO 申报募投项目可行性研究报告。
- 3、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，对应说明与公司现有业务的具体区别和联系

本次发行可转债的募集资金总额不超过 37,500.00 万元（含 37,500.00 万元），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资金额	拟使用募集资金
项目一	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	35,012.20	18,000.00
项目二	总部运营管理中心及品牌建设项目	22,998.80	7,000.00
项目三	数字化平台升级建设项目	9,277.31	7,000.00
项目四	补充流动资金	5,500.00	5,500.00
合计		72,788.31	37,500.00

（1）项目一

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，发行人拟在全国重点城市扩展 225 家眼镜门店，同时升级改造发行人部分现有门店。该项目拟建设或升级的眼镜门店主要服务于终端线下零售消费者，拟销售产品主要包括镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜等产品。项目一是发行人在现有销售渠

道基础上，结合眼镜零售行业发展特点、发行人战略规划方向而实施的门店扩张计划，是现有业务的扩产项目，旨在拓展优质门店资源、优化全国门店布局及增强市场竞争力，对发行人提升市场份额、寻求新的利润增长点具有重要意义。

发行人升级改造门店主要分为两种情况，一是原位翻新，目前发行人部分门店开业时间较长，门头标识、内外部装修风格较为陈旧，室内功能区布置和商品陈列有待升级，发行人拟引入新的商品陈列及展示体系，拓展智能眼镜新品类，统一新老门店的整体装修风格，进一步提升发行人门店专业化形象，为顾客营造更加舒适、良好的购物环境，以促进门店销售收入的持续增长；二是移位翻新，发行人部分门店在开设时未能占据商场最匹配的铺位，若商场中其他匹配铺位出现空缺或者门店租赁合同到期，发行人会及时选择新铺位并进行移位装修，以不断优化发行人现有门店的场地布局。

目前我国国内眼镜零售市场集中度相对较低，行业内竞争较为充分。但随着头部零售企业持续加大门店拓展力度，以及“内容营销+本地生活化”的趋势不断深化，市场资源逐步向优势企业集中，规模化发展趋势初现端倪，包括发行人、宝岛眼镜、宝视达、千叶眼镜、亮视点及大明眼镜等在内的大型眼镜零售连锁企业已凭借供应链管理、专业人才储备以及品牌运营等方面的积累，逐步构建起较强的竞争优势。本项目即为基于发行人业务现状、顺应行业发展趋势，通过加大优质门店拓展力度及适当升级改造现有门店，从而提升发行人市场占有率而实施。

（2）项目二

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，发行人拟在深圳市购置办公场地建设总部运营管理中心，并在重点城市建立发行人品牌体验中心。发行人建设总部运营管理中心系为增强发行人业务开展的稳定性，提高发行人经营管理效率，实现降本增效，同时对相关场地、人员、设备进行补充，满足发行人日益增长的管理和办公需求；品牌体验中心系发行人为全方位提升发行人品牌影响力，选择重点城市核心商圈的优越位置打造。该项目是发行人为满足业务规模扩大而日益增长的管理需求、优化发行人运营管理环境以及提高品牌知名度和管理效率而实施。

（3）项目三

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，本项目拟在发行人现有信息化基础上，升级改造业务支持和管理系统，加大 IT 基础设施以及数据安全投入，从数字化门店、数字化运营管理、数字化营销、数字化作业、数字化交易、数字化加盟、业务中台和数据中台等方面进行全面优化，提升发行人整体的数字化水平，保障各连锁门店高效有序运转，提升发行人运营管理效率。本项目建设是发行人顺应数字化转型趋势、提升运营效率、增强综合竞争力的重要举措。

根据本次可转债募投项目可行性研究报告，发行人的数字化平台规划升级架构设计如下：



注：以上架构图中橙色及红色部分为需持续升级、建设的部分，即本项目建设的重点内容，其他部分为发行人信息系统现状。

根据发行人出具的说明，发行人的信息系统现状与本次募投项目的主要拟升级建设方向如下：

系统属性	架构部分	发行人信息系统现状	主要升级方向与内容
------	------	-----------	-----------

系统属性	架构部分	发行人信息系统现状	主要升级方向与内容
业务支持和管理系统	数字化门店	目前发行人已初步建立数字化门店，能够通过门店管理系统实现全国门店连锁管理，但仍需对上述系统持续进行迭代升级及建设新的数字化门店系统。	①升级门店管理系统，实现对员工权限设置、业绩提成、排班等员工管理，进行经营数据统计、销售趋势分析； ②建设 AR 选镜工具，具备试戴体验、面部分析与推荐、效果对比分享等功能，提升客户购物体验； ③建设智能监控系统生成巡店报告，推进门店标准化管理，可监测门店客流信息、动线设计； ④建立电子价目表，实现门店产品价格实时更新，具备搜索和筛选功能，帮助顾客快速找到所需产品，提供价格比较和分析功能； ⑤建设 LBS 大数据选址系统建设，通过对人流数据、地段数据、商业数据等进行分析，实现门店精准选址。
	数字化营销	目前发行人已初步建成数字化营销模块，实现了营销助手、CRM 客户管理、私域商城等功能，但上述功能尚存在不够智能、客户反馈信息不完备等问题，需要持续迭代升级。	①建设 CEM 系统，收集和分析全渠道客户反馈信息，预警和挽回流失客户，提高客户满意度； ②私域商城升级，在私域商城新增线上验光预约、线上配镜等功能，拓宽门店经营时间和空间，提升客户线上购物体验； ③增加更多内容形式嵌入，增加 CRM 条件维度，提高客户营销的精准性。
	数字化作业	目前发行人数字化作业模块已依托汉高 ERP 系统进行作业流程管理，并结合飞书多维表格辅助作业任务，对发行人整体作业效率有一定的提升，但数字化作业模块尚未实现 SRM 采销、供应商管理、WMS 仓储作业数字化等功能。	①建设 OMS 订单系统，实现线上渠道更高效的订单处理和跟踪、智能化分配与调度、精准库存管理和预测； ②高效优化管理供应商信息，基于协同计划与预测在线协同，实现高效采销对接，降低成本（采购、库存和运营成本）、提升质量（管控供应商质量和追溯改进）； ③推动仓库结构性优化，实现库存实时监控、出入库流程优化，具备自动分析和报表功能。
	数字化运营管理	目前发行人已通过汉高 ERP 系统及飞书多维表格实现初步的数字化运营管理，通过对运营数据进行定期监控和分析，发行人的运营管理效率得到一定程度提高。	①在线协同系统、HRM 系统扩容：基于发行人经营门店规模、员工数量的扩大，需对该等系统进行升级扩容； ②审批系统升级：对发行人现有审批系统进行升级改造，实现自动化审批和移动审批功能，实时跟踪进度增强透明度；建立风险预警机制，发现问题，保存和追溯审批历史记录。
	数字化交易	目前发行人已实现合同管理、签约、发票管理等交易的数字化建设，但上述功能仍待进一步升级优化，同时数字化费控系统、资金管理系统及电子档案系统尚待建设。	①建设费用控制系统，自动进行审批流程，对支出进行实时监控，对数据进行智能分析，提供决策依据； ②对现有合同管理系统进行升级，集中存储和分析数据，支持协同和文档管理，实现合同全生命周期数字化管理，增强业务合规性管控； ③优化电子签约系统，提高签约效率、降低成本、保障安全，并实现数字化管理。

系统属性	架构部分	发行人信息系统现状	主要升级方向与内容
	数字化加盟	目前发行人采用自研加盟采购系统，实现加盟业务的采购、库存和订单一体化管理，但数字化加盟系统尚未集成销售订单管理、库存管理等功能。	①建设 DMS 加盟商管理系统，该系统具备订单管理、库存管理、客户关系管理等功能，可提高管理效率，降低运营成本； ②升级智能订货系统，实现加盟商订单高效处理，提供便捷订货体验。
	业务中台	目前发行人在小范围内尝试自研系统，探索适用于发行人业务的中台架构。	①建立商品中心模块，实现对商品品牌的维护、查询、属性以及属性组管理等相关功能； ②建立库存中心模块，实现仓储、库存、出库全流程数字化处理； ③建立订单中心模块，实现订单全生命周期管理，以及对订单的产生、合并拆分、流转等信息实时处理的功能； ④提供高效结算、发票管理等能力，包括对销售、采购、资金等多种场景单据的核对，以及应收、应付的审核结算功能等。
	数据中台	目前发行人已建立数据仓库和可视化图表BI能力，但仍需更广的业务覆盖和更深的经营数据维度穿透。	①升级智能 BI 分析系统及其经营数据分析能力，实现智能的可视化展示，通过数据分析实现经营预测和预警功能； ②升级数据仓库模块，提升现有数据仓库的存储容量和性能，提高对更多数据类型的支持能力，实现多模态数据分析。
IT 基础设施投入	基础投入	目前发行人已部署 1 个本地物理机房，当前云机房容量规格已达可用标准，若要实现完备功能，需进行进一步升级扩容。	发行人计划增加对 IT 基础设施的投入：增加云服务器数量，提高数据存储能力；提高网络带宽，加快数据分析能力；增设缓存数据库，提高系统对经营数据规模扩大的承载需求。
	数仓投入	目前发行人使用火山云（大数据研发治理套件）构建数据仓库，实现数据的统一管理。	①进一步建设大数据研发治理套件，完成数据集成、开发、运维、治理、资产、安全等全套数据中台的平台建设； ②实现湖仓一体分析服务，达到一站式海量数据存储、计算和交互分析的能力。
	系统监控	目前发行人使用字节跳动 netcare 系统进行实时监控，保障系统稳定运行。	①增加云监控投入，实时监控基础设施的运行状态，及时发现系统问题； ②升级日志服务，实现应用系统日志采集、检索分析的功能。
	办公硬件投入	根据目前发行人门店经营需求，发行人已配备电脑、打印机、扫码设备等办公硬件。	随着发行人业务规模的扩大，发行人计划新购置办公硬件，以满足门店规模扩大的运营需求。
	网络基建投入	目前利用火山云提供的公网 IP 服务及 1 条互盟专线构建企业网络。	随着发行人业务规模的扩大，发行人计划对网络基建进行硬件升级改造以及设备扩容，以适配新增门店及未来多端口顺畅的使用需求。
信息安全投入	云安全	目前发行人采用火山云的云防火墙和云安全中心保障发行人云环境安	①增加 DDoS 基础防护投入，为云内公网 IP 提供 DDoS 防护能力，实时应对 DDoS 攻击问题，保障业务的稳定、安全运行；

系统属性	架构部分	发行人信息系统现状	主要升级方向与内容
		全。	②升级云安全中心，实现入侵检测、资产暴露面测绘、漏洞扫描修复、配置风险检查等安全能力，保护云上主机和容器安全，构建便捷的安全运营体系； ③提供互联网边界访问控制、访问关系可视化、日志审计等功能。
	办公安全	目前发行人部署飞连杀毒服务，实现办公终端安全的防护。	随着未来发行人业务规模的扩大，发行人计划加大对办公安全的投入，实现身份与应用治理、办公组网与注入、统一终端管理、数字安全保护等功能。
	数据安全	目前发行人定时备份火山云对象存储中的数据，确保数据安全性和可恢复性。	随着发行人数据量的增加，发行人计划加大对数据安全的投入，定期备份核心数据，确保数据的安全性和完整性。

通过本项目的实施，发行人可在以下方面实现运营效率和盈利能力的提升：

①精准营销：发行人将打造数字化门店，实现多渠道订单的整合与统一管理，借助数据分析能力的提升洞察消费者行为与偏好，开展精准营销，提升购物体验 and 门店运营效率；②智能中台：本项目将对发行人业务中台进行全面升级改造，打通门店基础经营数据、商品数据、订单数据、库存数据等。通过规范各业务数据需求，确保各部门、各系统之间的数据互通与共享，提升数据流转效率与准确性。升级后的数据中台将具备更强大的数据分析能力、更智能的可视化展示以及更精准的预测和预警功能；③供应链管理：本项目将全面提升供应链管理的智能化水平，从供应商管理、采销管理、仓配管理到智能化分配与调度、客户服务等多个维度进行升级优化，进一步实现供应链信息的共享与协同，实现与上游供应商在订单采购、退换货、库存管理等环节的密切对接，同时优化库存结构，将库存情况向各业务前端统一共享，整体降低采购和库存成本；④加盟管理：本项目将进一步优化加盟商管理系统，优化销售订单管理、库存管理、客户关系管理和培训赋能管理等功能模块；⑤系统安全性提升：本项目将通过网络入侵检测、资产暴露面测绘、漏洞扫描修复、配置风险检查等安全能力建设，保护云上主机和容器安全，帮助发行人构建便捷的安全运营体系，确保数据的安全性和完整性。

（4）项目四

报告期内发行人营业收入稳步增长，未来随着募投项目的逐步实施，发行人业务规模将持续扩大，对营运资金的需求规模亦将进一步提高。本次拟将部分募

集资金用于补充流动资金，可以缓解发行人营运资金压力，为发行人的长期发展提供可靠的资金保障，为实现发行人业绩的持续增长打下坚实基础。

基于上述，本次募投项目中，项目一是在发行人现有销售渠道的基础上，结合眼镜零售行业发展特点、发行人战略规划方向而实施的门店扩张计划，旨在拓展优质门店资源、优化全国门店布局，对发行人提升市场份额意义重大；项目二是发行人为满足业务规模扩大而日益增长的管理需求，优化发行人运营管理环境，提高品牌知名度而实施；项目三是基于发行人目前的信息化系统现状，为保障各连锁门店高效有序运转，优化数据处理能力，提高发行人全产业链的信息化水平而实施；项目四将补充流动资金，以保障发行人日常运营需求。因此，发行人本次募投项目均围绕主营业务开展，是基于未来发展战略及行业市场机遇而实施的，与发行人现有业务密切相关。

2、结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，对应说明与首发两个项目的具体区别和联系

发行人首发两个募投项目包括营销服务平台建设项目和信息化建设项目。本次募投项目中，总部运营管理中心及品牌建设项目和补充流动资金项目属于新增项目，与前次募投项目无关联；连锁眼镜门店建设及升级改造项目、数字化平台升级建设项目与首发两个项目之间的具体区别和联系如下：

(1) 与首发两个项目之间的具体区别

IPO 募投项目	本次募投项目	区别
营销服务平台建设项目	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	<p>①建设背景：前次募投项目建设时，国内眼镜零售行业市场集中度较低。发行人直营门店数量仅为三百余家，规模相对有限，品牌体系尚需进一步完善。本次募投项目是在国内眼镜零售行业集中度不断提升、头部企业加速门店网络布局的背景下实施的。截至 2024 年度末，发行人已拥有 557 家连锁门店，具备了一定的市场规模和品牌知名度，门店规模显著扩大，品牌体系也更加完善。但发行人门店规模仍需拓展，部分现有门店设施老化，亟需升级改造，以提升客户体验和运营效率。</p> <p>②建设目的：前次募投项目建设时，发行人拟新设总统眼镜品牌门店体系，逐步向中高端消费市场拓展。同时，随着发行人旗下品牌影响力的提升和覆盖区域的增多，发行人区域管理模式与快速发展的业务现状不相适应，市场拓展、营销宣传、供应链管理、售后服务以及人员培养效率均受到限制，出现了建设区域服务中心的强烈需求。本次募投项目的建设属于在前次募投项目渠道建设基础上进行门店加密和市场区域的进一步拓展。同时为紧跟眼镜行业智能化的发展浪潮，积极布局智能眼镜产品领域，需进一步提高连锁眼镜门店数量，完善发行人业务布局，优化线下门店体验，提高发行人市场竞争力。</p>

IPO募投项目	本次募投项目	区别
		③建设内容： 前次募投项目除建设直营门店以外，还在深圳、南昌等地建设区域服务中心，以更好地服务发行人业务的快速发展和区域品牌提升的需求；本次募投项目基于智能眼镜的重大市场机遇，增加智能眼镜相关的项目支出，将设置智能产品展示专区，前次募投项目未包含该方面的专项规划。本次项目建设内容新增部分还包括对部分现有老旧门店的升级改造需求，发行人将更新现有部分门店装修风格，改善门店形象，提升品牌影响力。
信息化建设项目	数字化平台升级建设项目	①建设背景： 前次募投项目建设时，发行人业务模式聚焦在线下门店，电商为创新业务，多个核心场景暂无工具支撑，属于发行人信息化系统的基础建设阶段；本次募投项目中拟进行的系统升级，系发行人在已有的多个业务渠道基础上，由于发行人业务规模及复杂度更高，对信息系统能力扩展性、稳定性等要求更高，原有系统的技术架构、功能深度不足以支持以上业务可持续发展而进行的数字化升级建设。 ②建设内容： 前次募投项目侧重业务运营管理平台、集团管控平台、物理基建建设，主要在于提升内外部运营管理基础能力；本次募投项目重点在业务系统智能化改造和安全建设方面的投入，如数字化营销、数字化作业、数字化交易、加盟数字化、云安全等模块均为本次新增内容，主要在于核心业务枢纽建设和各板块场景深入建设，以提高发行人系统的智能化、数字化应用水平。 ③建设性质： 前次募投项目是将每个场景的基础信息化工具建设完成，是点状的系统建设，未充分考虑各系统之间交互的架构关系；本次募投项目围绕价值链、业务流，在多业务模式下建设共享服务，便于未来多系统之间的能力交互、数据互通，进而实现多部门业务间的高效协同，统一管理，数据共享。

（2）与首发两个项目之间的联系

根据发行人的说明，本次募投项目“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”与IPO募投项目“营销服务平台建设项目”均属于发行人主营业务的扩展，即通过拓宽自有营销渠道，积极布局全国市场；本次募投项目“数字化平台升级建设项目”与IPO募投项目“信息化建设项目”均属于对发行人信息化系统的规划和建设。

3、本次各募投项目是否涉及新业务、新产品或新服务

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，本次募投项目属于在发行人现有门店体系、总部管理运营现状及信息化系统基础上，基于发行人未来发展的战略规划进行连锁门店扩张、总部升级建设及数字化升级，并补充发展所需的流动资金。因此，发行人本次募投项目不涉及新业务、新产品或新服务。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人本次募投项目均围绕主营业务开展，是基于未来发展战略及行业市场机遇而实施的，与发行人现有业务密切相关。

2、发行人前次募投项目“营销服务平台建设项目”与本次募投项目“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”均属于发行人主营业务的扩展，但在建设背景、建设目的、建设内容方面存在差异；前次募投项目“信息化建设项目”与本次募投项目“数字化平台升级建设项目”均属于对发行人信息化系统的规划和建设，但在建设背景、建设内容、建设性质方面存在差异。除前述项目外，本次募投项目“总部运营管理中心及品牌建设项目”和“补充流动资金项目”属于新增项目，与前次募投项目无关联。

3、发行人本次募投项目系基于发行人未来发展的战略规划进行连锁门店扩张、总部升级建设及数字化升级，并补充发展所需的流动资金，均不涉及新业务、新产品或新服务。

二、结合智能眼镜行业及公司发展情况、三个项目具体内容、场地合同期限、项目规划进度等，说明发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性，募集资金是否主要投向主业，是否符合《注册办法》第四十条相关规定。

（一）核查程序

1、查阅了本次可转债募投项目可行性研究报告及相关行业研究报告，就智能眼镜行业及发行人发展情况以及募投项目的相关事项取得了发行人的书面说明。

2、查阅了发行人与相关方就智能眼镜、门店店铺以及数字化建设方面签订的协议以及发行人最近三年审计报告，并核查了发行人拥有的专利情况。

（二）核查内容

1、智能眼镜行业及公司发展情况

近年来由于智能硬件技术及 AI 大模型的快速发展，大量创业公司和知名品牌大厂开始瞄准智能眼镜领域发力，尤其是 Ray-Ban Meta 产品的市场成功进一步激发了市场对智能眼镜领域的关注。技术进步为智能眼镜注入了强大的计算能力和智能化功能，使智能眼镜从简单的信息显示设备逐渐演变为集语音交互、实

时翻译、AR 导航、健康监测、智能助手等多功能于一体的智能终端。智能眼镜作为可穿戴设备领域的核心技术载体，融合增强现实（AR）、虚拟现实（VR）、人工智能（AI）及物联网（IoT）等前沿技术，正在重塑消费电子、工业制造、医疗健康及军事安防等领域的交互模式。

国内产业政策环境为智能眼镜行业的发展提供了有力支持。2025 年 2 月，中国信息通信研究院启动 AI 眼镜专项测试，测试项目涵盖了基本配置、音频、图像、防抖、交互、续航、安全隐私 7 个模块，旨在为 AI 眼镜行业提供可参考评价指标，推动技术创新升级和产业标准化进程，促进行业生态良性可持续发展，加速产业规模化落地。2025 年 3 月，中共中央办公厅、国务院办公厅发布《提振消费专项行动方案》，深入实施数字消费提升行动，促进“人工智能+消费”，加速推动包括智能眼镜在内的自动驾驶、智能穿戴、超高清视频、脑机接口、机器人、增材制造等新技术新产品开发与应用推广，开辟高成长性消费新赛道。

基于智能眼镜行业发展趋势，未来几年智能眼镜将处于市场渗透率快速提高的阶段。根据 WellSenn XR 数据，2024 年全球 AI 智能眼镜销量达 152 万副，2025 年预计部分传统手机厂商、互联网厂商等企业将会积极布局探索智能眼镜领域，推动 2025 年全球出货量进一步增长至 350 万副。到 2030 年，AI+AR 技术有望发展到成熟阶段，智能眼镜将进入到高速发展期，2030 年全球 AI 智能眼镜出货量有望增长至 9,000 万副，2023 年至 2030 年智能眼镜销售量年均复合增长率将达 133%，市场前景乐观。

发行人积极拥抱眼镜智能化浪潮，努力将传统业务与智能业务更好地融合，致力于智能眼镜“最后一公里”的验配和销售服务。现阶段发行人正逐步推进眼镜门店的升级改造，已在 150 余家眼镜门店内铺设智能眼镜专柜。同时，发行人已与星纪魅族、雷鸟创新、XREAL、界环、李未可、小米 mijia 等智能眼镜品牌达成业务合作。

智能眼镜厂商销售渠道具有多元性。部分智能眼镜厂商线下开设品牌直营店用于展示品牌形象及销售，线上通过品牌官方网站、APP 以及入驻第三方电商平台进行产品推广销售，也会同时与多家公司合作以拓展销售渠道。智能眼镜厂商选择与发行人合作，主要基于发行人的独特优势，一方面，发行人在全国多地布局 500 余家门店，覆盖面广，可直接触达大量潜在消费者，帮助智能眼镜厂商快速拓展线下市场，提升产品铺货率与市场曝光度；另一方面，发行人作为专业视

光企业，在验光配镜服务上积累深厚，能够为有视力矫正需求的智能眼镜用户提供专业验光配镜服务。发行人将智能眼镜产品融入其门店的日常陈列与销售体系，并结合自身的会员体系与营销活动，可以为智能眼镜厂商提供专属推广资源，大幅提升产品的市场认知度与销量，通过专业渠道与技术产品的深度融合，实现市场拓展与用户体验的双重提升。发行人不仅是产品的销售渠道，更是智能眼镜产业生态的重要参与者。发行人线下门店网络构建起品牌与消费者深度交互的场景，通过专业的产品讲解与体验服务，能够有效降低智能眼镜这类高科技产品的消费决策门槛；线上渠道可以打破地域限制，扩大品牌辐射范围，实现精准营销与用户触达。

报告期内，发行人在智能眼镜领域实现的营业收入规模尚小，主要系智能眼镜还处于技术积累阶段，相关产品的市场培育、研发进度、消费者接受度等仍需要一定的时间。但由于智能硬件技术、AI 大模型的快速发展，大量智能眼镜品牌厂商密集发布新品，推动智能眼镜出货量进一步增长，同时消费端对智能眼镜的认知度与购买意愿实现有效提升，预计未来智能眼镜业务的市场潜力较大。

2、三个募投项目具体内容

发行人本次募投项目的具体内容详见上文“1、结合本次各募投项目的具体内容、产品及客户、市场竞争情况等，对应说明与公司现有业务的具体区别和联系”部分所述。

3、场地合同期限、项目规划进度

（1）项目一

根据本次募投项目可行性研究报告，关于项目一的门店建设，计划建设实施周期为 36 个月，整体规划进度如下：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
第一批门店评估洽谈	▲											
第一批门店立项、装修、铺货、开业	▲											
第一批门店正式运营		▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
第二批门店评估洽谈					▲							
第二批门店立项、装修、铺货、开业					▲							
第二批门店正式运营						▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
第三批门店评估洽谈									▲			
第三批门店立项、装修、铺货、开业									▲			

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
第三批门店正式运营										▲	▲	▲

根据发行人提供的资料及说明，自 2025 年初至今，发行人新开门店的建设工作已陆续展开，发行人已开始选址评估、商务洽谈、内部立项等前期工作。截至报告期末，发行人已确定门店选址并签订协议的情况如下：

序号	门店名称	城市	区域	业态	品牌
1	合肥银泰 IN77 博士店	合肥	华东	购物中心	博士
2	重庆时代天街 E 馆博士店	重庆	西南	购物中心	博士
3	福田 IN 城市广场博士店	深圳	华南	购物中心	博士
4	南昌大悦城博士店	南昌	华东	购物中心	博士
5	罗湖益田假日广场博士店	深圳	华南	购物中心	博士
6	福田平安 PAFC MALL 总统店	深圳	华南	购物中心	总统
7	蛇口太子湾 K11 总统店	深圳	华南	购物中心	总统
8	深业上城老佛爷百货总统店	深圳	华南	购物中心	总统
9	南京玄武招商花园城博士店	南京	华东	购物中心	博士
10	广州番禺 K11 博士店	广州	华南	购物中心	博士
11	深圳湾万象城二期总统店	深圳	华南	购物中心	总统
12	重庆中央公园光环花园城博士店	重庆	西南	购物中心	博士
13	福永怀德万象汇博士店	深圳	华南	购物中心	博士
14	合肥经开山姆会员店	合肥	华东	购物中心	博士
15	壹海城 ONEMALL DOCTOR GLASSES 店	深圳	华南	购物中心	博士
16	宝安大悦城博士店	深圳	华南	购物中心	博士
17	宝安大悦城 DOCTOR GLASSES 店	深圳	华南	购物中心	博士
18	成都市高新区仁和新城博士店	成都	西南	购物中心	博士
19	杭州亚奥万象天地博士店	杭州	华东	购物中心	博士
20	深圳前海泰康医院店	深圳	华南	医疗机构	博士
21	深圳坂田万科广场暴龙店	深圳	华南	购物中心	博士
22	福州万象城总统店	福州	华南	购物中心	总统
23	深圳前海书城博士店	深圳	华南	购物中心	博士

本项目中拟新建的门店主要计划在商场开设。目前，发行人已与多家知名商业集团建立了稳定的合作关系，为本项目店铺场所的获取奠定了良好的基础。后续发行人将根据项目建设计划积极有序推进店铺地址选定、内部立项、合同签署等事宜。

（2）项目二

根据本次募投项目可行性研究报告，本项目计划建设实施周期为 36 个月，建设规划进度如下：

序号	项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年
----	----	-------	-------	-------

序号	项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年
1	前期规划调研	▲		
2	场地购置及装修		▲	
3	品牌体验中心租赁及装修	▲	▲	▲
4	设备购置及安装	▲	▲	▲
5	人员招聘及培训	▲	▲	▲
6	品牌推广建设	▲	▲	▲

根据发行人的说明，本项目拟建设总部运营管理中心和品牌体验中心。

关于总部运营管理中心，发行人拟计划在深圳市购置办公场所作为总部运营管理中心。目前，发行人已完成前期功能区规划、市场调研工作、项目发改备案等工作，正在结合购房需求、交通位置、楼盘环境、楼盘面积等综合因素与多个物业方进行洽谈。由于深圳市可供选择的商业办公楼房源较多，确定购置房产不存在障碍，发行人将在购置房产后开展装修等后续工作，积极推进项目进展。

关于品牌体验中心方面，发行人拟在深圳、上海、北京等地核心商圈设立品牌体验中心。目前，发行人已启动品牌体验中心的选址工作，筛选出多个候选场址供内部评估，并已开展了必要的前期调研和商务洽谈工作，后续发行人将根据项目计划积极推进品牌体验中心的地址选定、租赁合同签署、场地装修等事宜。

（3）项目三

根据本次募投项目可行性研究报告，本项目将在发行人总部建设，不涉及新增场地。本项目计划建设周期为 36 个月，规划建设进度如下：

序号	类型	T+1	T+2	T+3
1	业务系统购置及实施	▲	▲	▲
2	IT 基础设施投入	▲	▲	▲
3	信息安全建设投入	▲	▲	▲
4	人员招聘及培训	▲	▲	▲

根据发行人的说明，发行人已完成数字化平台规划升级架构设计、供应商询价与概算评估、项目发改备案等工作，目前正在根据项目规划稳步推进数字化门店模块的定制化开发实施工作，并已与相关供应商签订了业务合作协议及支付了部分进度款。

（4）本次募投项目自有资金投入情况

截至报告期末，本次募集资金投资项目正在按发行人的规划有序进行（补充流动资金除外），已使用自有资金投入 913.89 万元，尚需投入资金 36,586.11 万元，各募投项目进度及资金投入情况具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	拟投入募集资金 A	董事会后已使用自有资金投入 B	董事会后已采购待付款 C	已采购比例 D=(B+C)/A	尚需投入 E=A-B
1	项目一	18,000.00	628.08	330.53	5.33%	17,371.92
2	项目二	7,000.00	--	--	--	7,000.00
3	项目三	7,000.00	285.81	218.88	7.21%	6,714.19
4	补充流动资金	5,500.00	--	--	--	5,500.00
合计		37,500.00	913.89	549.41	3.90%	36,586.11

注：上述自有资金投入数据为初步统计，未经审计。

上表中，项目一已投入资金主要用于新开门店的装修、老旧门店的升级改造和相关门店经营所需配套仪器设备的购置；项目三已投入资金主要用于数字化运营管理系统的建设及发行人办公硬件投入。项目二尚未进行资金投入，主要系发行人正在结合购房需求、交通位置、楼盘环境、楼盘面积等综合因素与多个物业方进行积极洽谈，尚未购置房产并装修布置。

4、说明发行人是否具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施是否存在重大不确定性，募集资金是否主要投向主业，是否符合《注册办法》第四十条相关规定

根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，项目实施不存在重大不确定性，具体如下：

（1）技术储备

发行人作为国内知名的眼镜零售连锁企业，已经深耕眼镜零售行业近三十年，在连锁门店管控能力、品牌打造、专业服务与交付能力、供应商管理等方面具有突出优势。在门店选址方面，发行人根据多年的选址经验和大数据分析，已建立了完善的门店选址方法，通过对新进城市的人口数量、密度、消费能力及消费习惯的分析，锁定拟进入商圈，根据不同的商圈特点，确定预选门店的店型和店址范围，运用选店模型、内部决策机制确定具体店址。

在信息化建设方面，发行人始终重视 IT 系统建设，目前已拥有的主要系统情况如下：

序号	系统名称	功能介绍
1	汉高 ERP 系统	综合管理、流程优化、库存管理、财务管理、客户关系管理等
2	吉客云系统	新云程电商业务处理系统
3	科云系统	三亚博镜电商业务处理系统
4	金蝶财务系统	财务核算、财务管理、财务凭证
5	门店订货系统	门店向商品部进行镜架、太阳镜的选品采购申请
6	合同管理系统	数字化合同生命周期管理
7	WPS 软件	办公软件
8	数据仓库	ERP 数据清洗储存中心
9	开票平台（百望云）	发票与票据管理服务
10	加盟采购系统	加盟商入驻与采购管理平台
11	门店监控系统	门店视频监控
12	组织协同系统	围绕人力即时协同开放工具
13	飞书管理系统	内部流程管理、审批流程与数据留存、内部沟通
14	易董平台	公告与法规检索、案例查询系统
15	移动支付系统	移动支付收款服务

发行人先后建立了订单管理系统、物流仓储管理系统、客户采购平台、门店订货系统等，并在原有 OA 系统的基础上引入飞书管理软件。因此，发行人在数字化建设方面已经具备一定的建设经验和实施基础，为后续发行人连锁眼镜门店建设、数字化信息系统升级奠定了技术基础。

（2）人才储备

发行人自设立以来高度重视人才梯队建设，不断完善员工培育体系，培育出了一支高素质的经营管理人才队伍。发行人核心管理团队主要成员深耕连锁眼镜行业多年，具有专业的行业知识经验和敏锐的市场洞察能力，为发行人的快速成长和高效运作提供了坚实保障。同时，发行人管理层一直高度重视发行人数字化建设，为配合数字化管理升级，近年来设立了数据运营部和效能改进部等部门，通过协同合作，深入分析有效数据，为发行人运营提供专业化服务支持的同时，亦积累了一批数字化建设和管理方面的专业人才。同时，截至报告期末，发行人具有眼镜验光员或验光师资格的员工超过 1,500 人，在视光领域的专业人才储备较为充足。

（3）专利储备

发行人主要从事眼镜连锁零售业务，目前所取得的专利均围绕眼镜连锁主营业务。截至报告期末，发行人及其子公司共拥有 13 项专利，具体情况如下：

序号	专利名称	权利人	申请号	专利申请日	专利类型	专利来源
1	一种骨传导眼镜	发行人	2017212696304	2017.09.29	实用新型	原始取得
2	一种骨传导眼镜	发行人	2017212742410	2017.09.29	实用新型	原始取得
3	一种骨传导眼镜	发行人	2017212779491	2017.09.29	实用新型	原始取得
4	骨传导眼镜	发行人	2017304708057	2017.09.29	外观设计	原始取得
5	展示柜（标准中高柜 B）	发行人	201630303778X	2016.07.05	外观设计	原始取得
6	展示柜（ZELE 中岛矮柜）	发行人	2016303037775	2016.07.05	外观设计	原始取得
7	展示柜（ZELE 半高柜 A）	发行人	2016303035591	2016.07.05	外观设计	原始取得
8	展示柜（ZELE 高柜 B）	发行人	2016303036768	2016.07.05	外观设计	原始取得
9	展示柜（ZELE 高柜 A）	发行人	2016303035587	2016.07.05	外观设计	原始取得
10	展示柜（标准高柜 B）	发行人	2016303034917	2016.07.05	外观设计	原始取得
11	桌子（ZELE 大平桌）	发行人	2016303036518	2016.07.05	外观设计	原始取得
12	超声波清洗机	江西新云程	2019307441795	2019.12.30	外观设计	原始取得
13	一种金属贴章火机	江西新云程	2019215154890	2019.09.12	实用新型	原始取得

（4）设备储备

发行人目前已在门店及运营管理中配备了一些数字化设备，具备一定的硬件设备基础。发行人配备了办公设备、仪器设备、验光设备等与业务经营管理相关的设备，报告期各期末前述设备资产原值金额呈逐年增加的趋势。发行人总部及区域管理中心亦配备了一定数量的服务器、存储设备等，用于存储和处理业务数据、客户数据、供应链数据等，该等设备具备一定的数据处理能力，能够部分满足数字化平台升级后对数据存储与运算的需求。

（5）市场储备

市场拓展方面，众多的连锁门店网络、优质的客户资源是发行人实现可持续发展的必要条件。发行人高度重视产品市场需求，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。发行人连续多年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营 50 强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度。同时，发行人自成立

以来一直注重差异化品牌定位，打造六大品牌以满足不同消费者的多层次需求，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”以及“ZORRO”定位于“复古文化主题”。发行人持续优化门店品牌体系化建设，开展多元化品牌营销活动，从而拓宽目标消费群体的范围，实现品牌效应和连锁优势，进一步夯实发行人在眼镜零售领域的领先地位，为本次募投项目的顺利实施提供了坚实保障。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，由于近年来智能眼镜行业硬件技术、AI 大模型快速发展，智能眼镜市场将处于快速提高市场渗透率阶段。发行人该业务金额及占比尚小，但增速较快。目前发行人本次募投项目按规划正常推进，发行人具备本次募投项目的技术、人才、专利、设备等储备，募投项目实施不存在重大不确定性；本次募集资金主要投向主业，符合《注册管理办法》第四十条相关规定。

三、结合眼镜产品使用寿命、各地区市场需求差异、报告期内闭店情况、公司销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议等，说明项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复，装修费用、仪器设备投入等投资规模是否审慎、合理，本次扩大业务规模的必要性、新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，是否存在过度融资。

（一）核查程序

1、查阅了沙利文咨询、艾瑞咨询出具的行业研究报告，发行人最近三年审计报告、本次可转债募投项目可行性研究报告以及发行人与供应商签订的采购合同或报价文件等资料。

2、就大型眼镜连锁企业门店扩张情况进行了网络检索，查阅了部分连锁经营业务的上市公司所公告的招股说明书、再融资预案及反馈问询回复等文件。

3、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

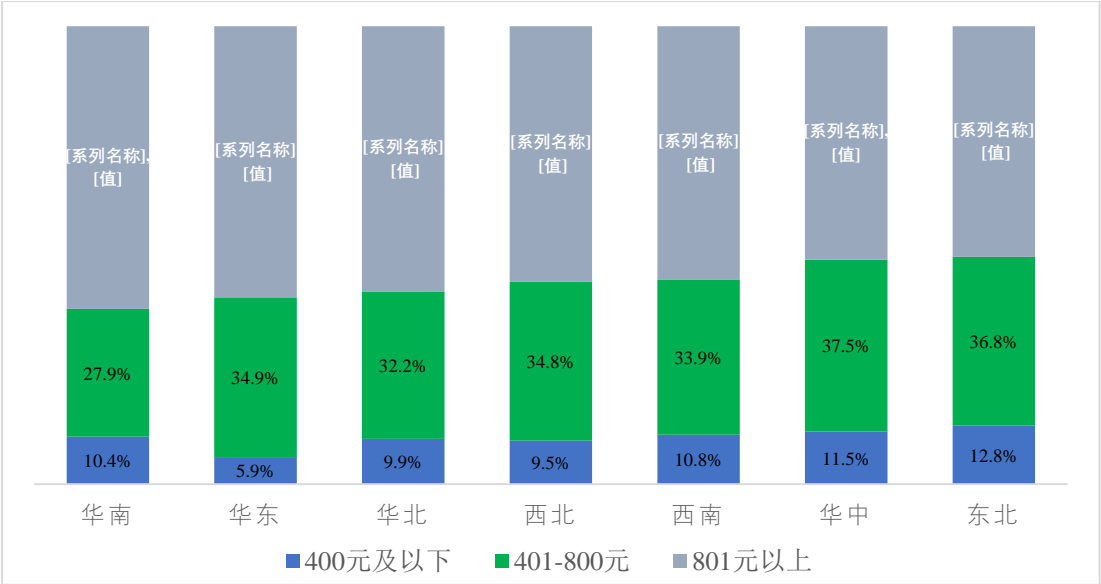
1、眼镜产品使用寿命、各地区市场需求差异

（1）眼镜产品使用寿命

根据沙利文咨询数据，中国消费者更换眼镜的频率在 1 年至 2 年之间的占比比较高，其中，2024 年度中国眼镜消费者在 1 年至 2 年以内更换眼镜的占比为 71.3%。同时，不同年龄人群呈现不同的换镜周期。对于儿童及青少年群体而言，由于处于身体快速成长阶段，同时也是近视高发期，他们的眼镜产品使用周期相对较短，一般不超过 1 年，甚至需要更频繁地更换镜片以适应视力变化；18 岁至 45 岁之间的成年人，其近视度数相对稳定，视力状况也趋于成熟，换镜周期为 1-2 年；45 岁以上的中老年群体虽然老花度数会有一定变化，但相较于青年人，他们对功能性镜片的需求相对较小，这一年龄段消费者更加注重眼镜的舒适度和实用性，换镜周期会延长至 2-3 年。

（2）各地区眼镜市场需求差异

根据艾瑞咨询数据，从国内区域消费力分析来看，华南区域购镜花费较高，眼镜单价在 801 元以上的比例为 61.8%，在所有区域中排名第一；华东、华北区域眼镜产品购买力较强，眼镜单价在 801 元以上的比例分别为 59.2%、57.9%；西北、西南地区眼镜单价在 801 元以上的比例分别为 55.8%、55.3%；华中、东北地区眼镜单价在 801 元以上的比例较低，分别为 51.0%、50.3%，具体如下：



2、报告期内闭店情况、公司销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议

（1）发行人现有产能及销售情况

根据发行人的说明，发行人报告期内直营门店数量及变动情况如下：

单位：家				
门店品牌	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年 1-9 月

	开店	关店	品牌更换	期末	开店	关店	品牌更换	期末	开店	关店	品牌更换	期末	开店	关店	品牌更换	期末
博士眼镜	35	23	5	349	39	38	18	368	36	24	4	384	15	20	--	379
President optical	15	6	--	74	2	3	-18	55	5	5	-1	54	5	3	--	56
渠道合作配镜中心	6	--	-2	42	6	2	--	46	3	1	--	48	2	--	--	50
视光中心	6	2	--	12	3	1	--	14	2	1	-1	14	1	--	--	15
Boojing	--	--	1	2	--	--	--	2	--	--	-1	1	--	--	--	1
z ðe	--	2	-3	4	--	1	--	3	--	--	--	3	--	--	--	3
砵	1	2	-1	7	--	2	--	5	2	1	-1	5	--	--	--	5
ZORRO	--	--	--	2	--	--	--	2	--	1	--	1	--	--	--	1
合计	63	35	--	492	50	47	--	495	48	33	--	510	23	23	--	510

注 1：发行人报告期各期末门店数的统计口径为正常营业并存在营业收入的门店，各期开店数的统计口径为开始正式营业并产生营业收入的门店，各期关店数的统计口径为停止正常营业且不再产生收入的门店。

注 2：总统眼镜门店 2023 年数量有所下降，主要系发行人精准市场定位、聚焦高端市场，提高了总统门店的规格标准，对部分不达标的总统门店进行了品牌更换。

作为眼镜零售连锁企业，发行人的主要产能即为直接面向终端消费者的连锁眼镜门店数量，由上表可知，报告期各期末，发行人直营门店的数量分别为 492 家、495 家、510 家和 510 家。

根据发行人最近三年审计报告及发行人的说明，发行人在报告期内各年度实现的营业收入分别为 96,223.70 万元、117,586.55 万元、120,281.61 万元，营业收入年均复合增长率达 11.80%。

（2）报告期内闭店情况

根据发行人的说明，报告期各期末，发行人直营门店关闭数量分别为 35 家、47 家、33 家及 23 家，占各年期末直营门店数量的比例分别为 7.54%、9.55%、6.67% 及 4.51%。闭店的主要原因系门店所在商超整体关闭、门店经营状况不佳、商圈周边环境发生重大变化、联营方未与业主续签合同、租金上涨幅度超出可承受范围以及自身发展战略发生变化而主动撤店等。

（3）在手订单或意向性协议情况

根据发行人的说明，发行人属于眼镜零售行业，业务模式主要面向终端个人消费者，以销售成品眼镜（包括镜架和镜片）及提供定制化配镜服务为主。在销售过程中，发行人通过线下实体门店提供专业的验光、配镜及售后服务，同时利用线上平台进行引流和销售。发行人仅存在少量处于加工制造环节的订单，主要涉及定制化眼镜产品（如离焦镜、特殊功能镜片等），这些订单通常需要根据消费者的验光数据和个性化需求进行加工，但占比较低。总体而言，发行人以现货

销售为主，即消费者在门店或线上平台下单后，通常可以直接提货或在较短时间内完成配镜服务。

3、项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复

建立全国范围内的营销服务渠道网络，是眼镜连锁行业公司争夺品牌制高点的必然选择。发行人拟通过项目一的建设扩大营销渠道布局，抢占高价值门店资源，优化全国门店布局，拟扩张门店数量测算依据及合理性分析如下：

（1）本次门店建设属于依据发行人战略规划进行的有序业务扩张

根据发行人的说明，在当前眼镜市场规模持续扩张、新零售业态蓬勃发展、人工智能技术进一步升级的背景下，发行人努力将传统与智能进行更好地融合，充分发挥自身在品牌、渠道、产品、服务等方面的优势。未来三年，发行人将通过强化企业核心竞争力，整合行业资源，持续推进数字化、智能化升级，同时积极扩张线下门店销售网络，逐步推进连锁眼镜门店升级改造，全面提升市场占有率，进一步强化发行人在行业中的规模效应和头部优势。因此，本次门店建设属于依据发行人战略规划进行的业务扩张，发行人将结合未来市场环境、行业发展趋势，不断加强线上线下一体化零售网络建设。

（2）本次规划建设门店数量基于过往门店建设基础和节奏确定

根据发行人历史开店数据，2020年至2025年9月期间，发行人新开门店数量分别为52家、114家、67家、51家、78家及55家，年均新开门店数量为72.5家。根据本项目可行性研究报告及发行人战略规划，发行人未来三年主要通过本募投项目开设直营门店（目前不存在其他重大门店建设计划）。发行人本次门店建设项目计划建设期为36个月，建设周期内各年度分别拟新建门店70家、75家和80家，年均新开门店数量为75家，与近年来发行人的开店节奏基本一致，门店扩展速度较为合理。

发行人拟通过多维度措施保障新设门店的收入水平和产能消化能力，具体包括：①精准选址与模型优化：优先布局一线及新一线城市核心商圈，选址模型以商圈客流、消费能力与竞争格局等维度综合评分锁定高价值商圈，确保单店坪效起点；②深化与优质客户的战略合作关系：发行人凭借其在视光行业多年积累的深厚底蕴为战略客户的会员提供了全面优质的视光产品及服务，并持续深化合作模式及合作力度，提升市场占有率；③数字化营销与体验式服务并行：依托美团、

大众点评等 O2O 平台和抖音、快手等兴趣电商平台宣传产品信息、优惠活动，并销售团购券，开展内容营销，门店铺设智能眼镜专柜并推行“先体验、后购买”模式；④深化会员体系与售后增值：发行人持续升级完善全渠道会员体系，并推出相关运营活动，做深单个客户价值，创造增量市场，提升用户粘性；⑤优化产品结构并强化自有品牌：与卡尔蔡司、依视路、豪雅等国际品牌深度合作，同时提升自有镜片、镜架销量占比。

（3）本次项目建设是对发行人现有门店体系布局的加密和完善

根据发行人的说明，截至 2024 年末，发行人直营门店分布情况如下：

销售区域	项目建设完成前 门店布局		本次募投项目拟建设门 店分布		项目建设完成后门店布 局	
	直营门店数 量（家）	占比	直营门店数 量（家）	占比	直营门店数 量（家）	占比
华南地区	278	54.51%	86	38.22%	364	49.52%
华东地区	138	27.06%	99	44.00%	237	32.24%
西南地区	67	13.14%	28	12.44%	95	12.93%
华北地区	9	1.76%	10	4.44%	19	2.59%
东北地区	4	0.78%	2	0.89%	6	0.82%
华中地区	7	1.37%	--	--	7	0.95%
西北地区	7	1.37%	--	--	7	0.95%
合计	510	100.00%	225	100.00%	735	100.00%

由上表可知，发行人营销网络主要集中在华南、华东等地区，截至 2024 年末，发行人在华南、华东地区的直营门店占比合计为 81.57%，存在区域发展不平衡的问题。特别是西南、华北等地区的眼镜零售市场未来增长潜力较大，发行人在该等区域的营销渠道布局不足，需要不断投入营销资源增强销售网络建设，以完善发行人的相关业务布局。因此，本次门店扩产计划是在发行人目前现有门店网络布局基础上进行的加密和完善，不存在重复建设的情形。

（4）同行业公司、消费连锁类上市公司门店扩张情况对比分析

根据网络检索信息及发行人的说明，近年来大型眼镜连锁零售企业加快门店扩张步伐，通过线上线下融合、数字化转型和品牌建设等手段提升市场竞争力。目前国内眼镜零售行业正处于关键变革期，随着头部零售企业持续加大门店拓展力度，市场资源将逐步向优势企业集中，规模化发展趋势愈发显著。

根据沙利文咨询数据，预计 2023 年至 2030 年中国眼镜门店数量年均复合增长率为 6.7%，到 2030 年中国眼镜店数量将高达 19.4 万家。经检索网络信息，发行人所处行业内主要企业的门店扩张情况如下：

公司简称	门店扩张情况	数据来源
千叶眼镜	2021 年末，千叶眼镜共开立门店 358 家，截至目前其门店数量已超 400 家	公开转让说明书及其官方网站
宝岛眼镜	2022 年至 2024 年，宝岛眼镜在中国大陆开设的门店数量较为稳定，约为 1,200 家左右	行业研究报告及其官方网站
亮视点	截至 2025 年 5 月，亮视点在中国已开立超过 300 家门店	安心加盟网及媒体报道
大明眼镜	截至 2023 年 3 月，大明眼镜已开立 1,000 余家门店	创业加盟网
木九十眼镜	截至 2021 年末，木九十眼镜已开立超过 800 家门店	官方网站
LOHO 眼镜	LOHO 眼镜开立的门店数量已由 2020 年 3 月的 700 余家增加至 2025 年的 1,000 余家	媒体报道
宝视达	宝视达开立的门店数量由 2022 年末的 500 余家增加至 2025 年的 800 余家	郑州晚报及其官方网站

通过梳理对比部分连锁消费类上市公司在资本运作时新建门店的情况，发行人本次通过项目一进行门店扩张的比例处于相对合理水平，本次项目规划符合发行人发展规律，不存在过度扩张的风险。

公司简称	主营业务	融资方式	募投项目名称	建设周期	新建门店数	首次披露时门店数	连锁门店扩张比例
益丰药房	连锁药店	可转债	新建连锁药店项目	3 年	3,900	7,684	50.75%
老百姓	连锁药店	定增	新建连锁药店项目	3 年	1,680	4,892	34.34%
漱玉平民	连锁药店	首发	营销网络建设项目	3 年	680	797	85.32%
周大生	珠宝连锁	首发	营销服务平台建设项目	2 年	1,120	2,099	53.36%
莱绅通灵	珠宝连锁	首发	营销网络建设项目	3 年	121	498	24.30%
曼卡龙	珠宝连锁	定增	“曼卡龙@Z 概念店”终端建设项目	3 年	84	209	40.19%
元祖股份	食品销售	首发	营销网络建设项目	3 年	306	498	61.45%
爱婴室	母婴用品连锁	首发	母婴产品营销网络建设	3 年	130	162	80.25%
部分连锁消费类上市公司门店扩张比例均值							53.75%
博士眼镜	眼镜零售连锁	可转债	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	3 年	225	510	44.12%

注：以上内容摘自各家上市公司公开披露的招股说明书、再融资预案及反馈问询回复等文件。

在目前经济环境波动的情况下，发行人进行线下连锁眼镜门店建设的必要性与紧迫性在于：①低成本锁定优质资源，降低长期运营成本，目前经济环境背景

下，核心商圈、社区周边物业租金处于相对低位，优质门店资源竞争压力缓解，发行人可以合理成本锁定黄金地段资源，为未来规模扩张与盈利增长奠定基础，符合连锁行业“低成本扩张、长期受益”的运营逻辑；②填补区域布局空白，完善全国营销网络，发行人门店集中于华南、华东地区，西南、华北等区域覆盖不足，新建门店将实现优势区域加密、空白区域突破，通过完善全国布局破解发展不平衡痛点，提升品牌渗透率与行业竞争力；③支撑全渠道协同，推动业务结构升级，当前线下门店仍是发行人的核心流量与服务载体，新建门店将融入智能眼镜专区等数字化体验功能，实现线上引流与线下服务深度协同，弥补线上体验短板。同时承接青少年等特殊群体线下视光需求，适配高毛利功能性镜片销售需求，推动产品结构向高附加值领域升级，解决单店盈利增长放缓问题，强化全渠道综合竞争力。

基于上述，项目一的建设属于依据发行人战略规划进行的有序业务扩张，本次门店的拟建数量是基于发行人目前门店布局结构和历史建设节奏而确定，顺应了当前眼镜零售行业的发展趋势，与连锁消费类上市公司的门店扩张速度相比，发行人门店建设节奏合理。同时，发行人本次门店扩产计划是在发行人现有门店网络布局的基础上进行的加密和完善，旨在提高市场占有率，不存在重复建设的情形。

4、装修费用、仪器设备投入等投资规模是否审慎、合理

根据本次可转债募投项目可行性研究报告以及发行人的说明，项目一拟新建门店的装修费用、仪器设备投入等投资规模情况如下：

（1）装修费用

门店装修费用系根据单店装修费用、装修店铺数量确定，其中单店装修标准与不同品牌体系门店装修标准及规划建设面积相关。本项目中，发行人按照博士眼镜店、总统店、渠道合作配镜中心、视光中心四类门店分别测算，单店装修单价系根据店铺装修标准及历史经验确定，具体情况如下：

项目	单店规划平均面积（㎡）	装修单价（元/㎡）	单店装修费用（万元）	规划店铺数量（个）	装修费用（万元）
博士眼镜店	70	4,800	33.60	184	6,182.40
总统店	80	7,500	60.00	18	1,080.00
渠道合作配镜中心	60	5,500	33.00	15	495.00
视光中心	30	4,500	13.50	8	108.00

项目	单店规划平均面积（m²）	装修单价（元/m²）	单店装修费用（万元）	规划店铺数量（个）	装修费用（万元）
合计	240	22,300	140.10	225.00	7,865.40

项目一的建设计划在传统眼镜门店基础上增设智能眼镜销售专区。根据供应商的初步询价情况，智能眼镜销售专区装修预计需增加装修投资约 500 元/m²。因此，根据报告期内发行人门店的历史装修费用情况，本次门店装修费的测算情况如下：

单位：元/m²

品牌体系	报告期内门店装修价格均值	智能眼镜专项投入单价	报告期内门店（含智能眼镜）装修价格均值	项目一装修单价测算
博士眼镜	4,675.16	500.00	5,175.16	4,800.00
总统眼镜	7,021.79	500.00	7,521.79	7,500.00
渠道合作配镜中心	3,831.42	500.00	4,331.42	5,500.00
视光中心	4,828.30	--	4,828.30	4,500.00

注 1：根据发行人的规划，本项目中视光中心类型门店不考虑智能眼镜装修投入；

注 2：门店装修价格已剔除利用旧材料和设备因素，选择与本次规划建设面积相当的门店进行测算。

根据上表，发行人项目一中博士眼镜、总统眼镜及视光中心门店的测算装修价格低于发行人报告期内门店装修价格均值（含智能眼镜投入），渠道合作配镜中心的测算装修价格高于报告期内门店装修价格均值的主要原因为：①该体系门店的坪效水平较高、客流量较大，发行人为提升品牌影响力提高了门店装修预算；②合作方根据历史合作情况对装修标准提出了更高的要求，因此在测算投资时将标准适当上提，符合发行人目前与渠道合作的背景情况。因此，与发行人历史装修标准相比，项目一预计的装修费用整体较为谨慎、合理。

（2）仪器设备投入

本项目的仪器设备投入主要包括门店运营所需的验光设备、测量设备等。发行人根据历史店铺开设所需仪器设备品类、规格及数量进行预估，进而确定本项目单店仪器设备投资，具体情况如下：

单位：万元

项目	单店仪器设备投资	门店数量（家）	设备投资
博士眼镜店	13.03	184	2,398.26
总统店	33.48	18	602.71
渠道合作配镜中心	33.48	15	502.26
视光中心	24.80	8	198.40
合计	104.80	225	3,701.63

其中，门店设备需求数量根据发行人历史门店运营情况确定，单价根据近期供应商的报价确定，不同品牌的门店设备投资明细如下表所列示：

单位：万元

店铺	设备名称	品牌	型号	单位	数量	单价	总价
博士眼镜标准店铺	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	电脑验光机	天乐	KR-9800	台	1	1.45	1.45
	综合验光仪组合台	天乐	TCS-880	台	1	1.28	1.28
	肺头	天乐	CV-7800	台	1	2.60	2.60
	焦度计	天乐	TL-6700	台	1	0.40	0.40
	镜片箱	黄海	260 型	台	1	0.22	0.22
	瞳距仪	康拓	HX-400	台	1	0.09	0.09
小计							13.03
总统标准店铺	多功能自动检眼仪四合一	天乐	VX105	台	1	6.90	6.90
	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	中心定位仪	蔡司	i.Terminal2+IPAD	台	1	13.20	13.20
	电脑验光机	天乐	AKR-910	台	1	1.80	1.80
	综合验光仪-组合台	天乐	TCS-860	台	1	1.28	1.28
	肺头	天乐	CV-7800	台	1	2.60	2.60
	焦度计	天乐	TL-6700	台	1	0.40	0.40
	镜片箱	黄海	260 型	台	1	0.22	0.22
	瞳距仪	康拓	HX-400	台	1	0.09	0.09
小计							33.48
渠道合作配镜中心	多功能自动检眼仪四合一	天乐	VX105	台	1	6.90	6.90
	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	中心定位仪	蔡司	i.Terminal2+IPAD	台	1	13.20	13.20
	电脑验光机	天乐	AKR-910	台	1	1.80	1.80
	综合验光仪-组合台	天乐	TCS-860	台	1	1.28	1.28
	肺头	天乐	CV-7800	台	1	2.60	2.60
	焦度计	天乐	TL-6700	台	1	0.40	0.40
	镜片箱	黄海	260 型	台	1	0.22	0.22
	瞳距仪	康拓	HX-400	台	1	0.09	0.09
小计							33.48
视光中心	裂隙灯	康拓	YZ5S	台	1	1.00	1.00
	生物测量仪	蔡司	Colombo IOL Lite	台	1	7.00	7.00
	角膜地形图	Medmont	E300USB	台	1	6.80	6.80
	电脑验光仪	尼德克	ARK-1	台	1	5.00	5.00
	综合验光（牛眼）	康拓	CT-60	台	1	3.00	3.00
	硬镜试戴片	/	/	台	1	2.00	2.00
小计							24.80

结合发行人与供应商签署的设备采购合同或报价文件进行对比分析，本项目的设备铺设情况与历史门店设备明细基本一致，发行人上述设备金额测算较为审慎、合理。

5、本次扩大业务规模的必要性、新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，是否存在过度融资

（1）发行人本次扩大业务规模的必要性

①中国眼镜零售市场空间较大

随着中国经济的持续增长及居民收入水平的提升，眼镜行业迎来了新的发展机遇。根据沙利文咨询数据，2019年至2024年，中国城镇居民家庭人均可支配收入从42,358.8元增长至54,188.0元，年复合增长率达5%。预计到2029年，城镇居民家庭人均可支配收入将进一步增至67,961.8元，年复合增长率为4.6%。居民收入的稳步增长推动消费者对眼镜产品的需求从基础功能向高品质、个性化和时尚化转变。同时，随着健康意识的增强，功能性眼镜（如防蓝光、抗疲劳眼镜等）和高端镜片的市场需求持续扩大。此外，收入增长也促进了低线城市和地区的眼镜消费潜力释放，为行业开辟了新的增长空间。

近年来，随着近视人数的持续攀升，中国眼镜产品市场也迎来了快速增长。据艾瑞咨询数据，预计到2027年，中国眼镜产品市场零售额将达到1,210亿元，2024年至2027年的年均复合增长率预估约为8.6%，尤其在离焦眼镜、运动眼镜、成人渐进眼镜市场将表现出较好的增长态势。

随着我国眼镜行业市场规模持续增长，发行人拟通过本项目的建设拓展营销渠道，在全国重点城市开设连锁眼镜门店，及时抢占目标区域的高价值门店资源。

②智能眼镜产品需求不断增加，紧跟行业智能化市场机遇

近年来，智能电子产品及AI大模型的快速发展为智能眼镜注入了强大的计算能力和智能化功能，使其从简单的信息显示设备逐渐演变为集语音交互、实时翻译、AR导航、健康监测、智能助手等多功能于一体的智能终端。随着进入智能眼镜领域的厂商不断增加，预计2025年智能眼镜将进入新品密集发布期。根据Wellsenn XR数据，预计2025年开始，AI智能眼镜将迅速提高市场渗透率，全球出货量将进一步增长至350万副，至2030年AI智能眼镜全球销量规模有望达到9,000万副。

智能眼镜等设备通过集成 AI、AR 等技术实现语音控制和视觉感知的同步，提供了更为直观和自然的交互方式，使智能眼镜在教育、娱乐、运动、出行等多个领域展现出广泛的应用前景，预计未来将与更多行业深度融合，创造出新的应用场景和商业模式。

因此，发行人需要进一步扩展门店渠道网络，紧跟眼镜行业智能化的重大市场机遇。

③提升消费者购物体验、促进门店销售收入持续增长

目前发行人的部分门店由于开业时间较长，存在门头标识、内外部装修风格已较为陈旧，室内功能区布置和商品陈列有待升级等问题。连锁门店作为发行人与消费者直接对接的场所，代表着发行人整体品牌形象，门店的环境和氛围直接关系到消费者的购买决策和对发行人的品牌认知度。为提升发行人门店整体形象、为顾客创造更加良好的购物环境，发行人计划对现有部分老旧门店进行升级改造，拟引入新的商品陈列及展示体系，统一新老门店的整体装修风格，以促进门店销售收入的持续增长。

④加速线上线下融合，推动业务创新与增长

报告期内发行人持续完善本地生活服务平台的布局，通过精细化运营、优化团购产品、加大引流力度来深度满足消费者的本地生活需求，加速线上线下融合发展，推动发行人全渠道布局。这一系列举措显著提升了发行人的市场覆盖面和服务能力，为消费者提供了更加便捷、高效的购物体验。随着发行人本地生活服务平台的持续优化和线上线下互动的深化，终端门店将能够更加高效地获取流量、提高转化率，并通过精准的会员营销和个性化产品推荐，进一步提升品牌价值与消费者忠诚度。本项目通过加大门店建设力度，旨在增强门店对线上流量的承接能力，通过线上赋能为线下门店注入新的活力。本项目的实施能够强化门店的销售和服务能力，助力发行人在不断变化的市场环境中抢占先机，为未来在眼镜零售行业的持续创新和发展奠定坚实基础。

基于上述，发行人本次通过项目一的建设进行门店扩张，是基于中国眼镜零售市场空间较大、智能眼镜产品需求不断增加、提升消费者购物体验及加速线上线下融合的综合考虑，本项目建设具有必要性。

（2）发行人本次新增产能规模的合理性及新增产能具体消化措施，不存在过度融资的情形

发行人本次新增产能规模的合理性详见上文“3、项目一扩张门店数量测算依据及合理性、门店扩产是否与现有各地区门店网络存在重复”部分所述。

根据 WellSenn XR 数据，目前全球人口已增长至约 80 亿，预计至 2035 年，全球人口将接近 89 亿。根据世界卫生组织 2019 年发布的《世界视力报告》，全球视力受损或失明人群超 22 亿人，占全球人口总数约 28%，以近视人群为主体。随着手机、电脑、游戏机等消费电子产品的不断普及，预计全球近视人数还会随着人口的增长不断增加，至 2035 年全球近视人口或超过 27 亿。因此，全球视光矫正的需求非常庞大。此外，由于眼部保护意识提高、旅游业的恢复、社交媒体的影响以及气候变化和生活方式多样化的大趋势，消费者对保护眼睛和眼镜装饰的需求不断提高，对各类眼镜产品的购买需求不断增长。

中国市场方面，随着近视人群、老龄化人口增加，以及消费水平的提升和消费观念的转变，消费者对眼镜产品的需求从基本功能性向时尚、健康、智能等多功能方向发展，推动了市场规模的扩大，预计到 2027 年，中国眼镜产品市场零售额将达到 1,210 亿元，2024 年至 2027 年的年均复合增长率预估约为 8.6%，尤其在离焦眼镜、运动眼镜、成人渐进眼镜市场将表现出较好的增长态势。

因此，发行人所处眼镜零售市场前景良好、市场空间较大，广阔的市场空间为发行人本次募投项目的新增产能消化提供了市场基础。

同时，针对新增产能，发行人基于相关因素，将采取措施保障本次募投项目的产能消化能力，具体包括：

①深化打造渠道品牌优势，为本次募投项目实施提供有力支撑

消费者对眼镜渠道和产品的品牌形象、产品质量和功能性等关注度日益提升，良好的品牌知名度是进一步推广发行人产品、扩大发行人市场占有率的重要保障。发行人自 2014 年起连续 10 年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营 50 强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度。同时，发行人自成立以来一直注重差异化品牌定位，打造六大品牌以满足不同消费者的多层次需求。为进一步提高发行人的品牌影响力，发行人将持续优化门店品牌体系化建设，开展多元化品牌营销活动，实现品牌效应和连锁优势，进一步夯实发行人在眼镜零售领域的领先地位。此外，发行人拟通过项目二的实施加大品牌建设投入，进一步提高品牌知名度与市场影响力，巩固提升发行人的市场地位。

因此，发行人将通过深化打造品牌优势，为本项目的实施、新增产能的消化提供有力支撑。

②进一步提升数字化信息水平及供应链管理能力，为本次募投项目实施提供组织保障

经过多年发展，截至报告期末，发行人已在全国范围内的 25 个省、市、自治区拥有 584 家门店，积累了丰富的连锁眼镜门店运营管理经验、线上线下场景融合推广营销经验，在跨区域门店的管控力、复制力、品牌建设等方面具有突出优势。发行人计划对业务中台进行数字化升级改造，打通门店基础经营数据、商品数据、订单数据及库存数据等，确保各部门及各系统之间的数据互通与共享，提升数据流转效率与准确性，为发行人经营决策、营销推广、供应链管理等方面提供数据支撑，提升发行人运营管理水平。发行人将全面提升供应链管理的智能化水平，从供应商管理、采销管理、仓配管理到客户服务等多个维度进行升级优化，进一步实现供应链信息的共享与协同。

因此，发行人将通过进一步提升数字化信息水平及供应链管理能力，为本次募投项目的实施提供组织保障。

③进一步丰富优质门店选址资源，为本次募投项目建设提供有力支持

眼镜零售门店作为消费者购买眼镜产品最主要的渠道，其选址至关重要。发行人根据多年的选址经验和大数据分析，已建立了一整套完善的门店选址方法。发行人在新开门店选址过程中会进行充分论证，重点考虑城市商业氛围、城市消费能力、商圈成熟度、商业环境消费力水平、竞争对手情况、店面合作条件、经营预期以及对现有门店的影响等因素。发行人未来将持续扩展深化与大型商超集团、免税企业、医疗机构等的战略合作关系，进一步丰富发行人的优质选址资源，为本次募投项目建设提供有力支持。

④本次募投项目的门店建设速度较为合理，新建门店渐进式投入运营

结合发行人历史开店数据，本次募投项目规划的门店建设速度符合发行人近年来的开店节奏，门店扩展速度较为合理。发行人本次募投项目将稳步实施，新建门店的投入运营将呈渐进式释放，发行人产能消化存在一定周期。通过梳理对比连锁消费类上市公司新建门店情况，发行人的门店扩张比例处于合理水平。

因此，本次募投项目规划符合发行人发展的商业规律，不存在过度扩张的风险，亦不存在过度融资的情况。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，从眼镜产品使用寿命、地区市场需求、发行人报告期内闭店情况及销售情况、现有产能及在手订单或意向性协议等因素来看，项目一建设属于依据发行人战略规划进行的业务扩张，门店建设数量是基于发行人目前门店布局结构和历史建设节奏而确定，不存在重复建设的情形；发行人装修费、仪器设备投入较为审慎、合理。由于眼镜产品需求持续增长，市场空间较大，本次募投项目门店建设速度合理，发行人已具备的相关优势及拟采取的相关措施等可以保障本次募投项目的实施和新增产能的消化，项目建设具备必要性、合理性，不存在过度融资的情况。

四、各募投项目是否属于需要前置审批特许经营的业务，相关实施主体已获取的资质是否已完整覆盖其预计开展业务范围，相关人员配备是否已获取相应资质，募投项目实施是否存在实质障碍。

（一）核查程序

1、查阅了发行人本次可转债募投项目可行性研究报告，了解本次募投项目的具体情况，并就相关情况对发行人相关负责人员进行了访谈确认，取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅了《医疗器械经营监督管理办法》《卫生部关于加强医疗机构验配角膜塑形镜管理的通知》《眼镜制配计量监督管理办法》等相关规定以及眼镜行业相关服务技术规范。

3、登录国家药品监督管理局官网之医疗器械分类目录查询，以确认发行人眼镜门店销售产品是否涉及第三类医疗器械。

4、就发行人眼镜门店是否取得《医疗器械经营许可证》以及相关配备人员是否具备相应资质等事项对发行人相关负责人员进行了访谈确认，核查了发行人眼镜门店持有的《医疗器械经营许可证》并对相关配备人员的资质进行了抽查。

（二）核查内容

发行人本次募投项目包括连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目以及补充流动资金，前述项目均不涉及需要前置审批特许经营的业务，相关实施主体及配备人员应取得相关资质的均已取得，具体如下：

1、连锁眼镜门店建设及升级改造项目

根据《连锁眼镜门店建设及升级改造项目可行性研究报告》，该项目计划新建门店及升级改造部分现有门店，前述门店主要从事光学眼镜、成镜系列产品、隐形眼镜系列产品及眼健康周边产品的销售，同时为消费者提供验光配镜、佩戴调试及视光服务等服务。

（1）关于医疗器械销售

根据《医疗器械经营监督管理办法》，经营第三类医疗器械实行许可管理，经营企业应当向药品监管部门提出申请，经批准并取得《医疗器械经营许可证》后方可从事第三类医疗器械经营业务。

根据发行人的说明，并经本所律师登录国家药品监督管理局官网之医疗器械分类目录查询确认，发行人拟新建及升级改造的门店所计划销售的产品中，隐形眼镜及相关护理产品、角膜塑形镜属于第三类医疗器械，从事前述产品的销售需取得《医疗器械经营许可证》。

根据发行人的说明并经本所律师核查，发行人现有门店涉及销售隐形眼镜及相关护理产品、角膜塑形镜的，均已取得《医疗器械经营许可证》，经营方式为零售，拟新建的门店未来将在取得相关资质的前提下开展业务。

（2）关于验配业务及其他服务

经检索相关法律法规并经发行人确认，从事眼镜产品（角膜塑形镜除外）的验配业务及其他服务不需要取得前置许可或相关资质，根据《卫生部关于加强医疗机构验配角膜塑形镜管理的通知》，从事角膜塑形镜验配业务的机构需要具有《医疗机构执业许可证》，且应配备有执业医师及技师。

根据发行人的说明，发行人仅在与医疗机构合作开设的视光中心门店开展角膜塑形镜的零售业务，不涉及角膜塑形镜的验配业务，该等验配服务由合作医疗机构提供，发行人无需取得相应资质许可。

（3）关于从事验配服务的人员

根据《眼镜制配计量监督管理办法》，眼镜制配是指单位或者个人从事眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜的生产、销售以及配镜验光、定配眼镜、角膜接触镜配戴等经营活动，眼镜制配者应当配备经计量业务知识培训合格的专（兼）职计量管理和专业技术人员，负责眼镜制配的计量工作。

经检索相关法律法规、行业标准及技术规范，根据发行人的说明并经本所律师核查，眼镜产品的验配人员应具备相应的验光资格。发行人涉及眼镜产品验配的门店均已配置具备相应资格的人员，发行人将根据相关要求，为未来拟新建的门店配置具备相应资质的人员。

基于上述，本所律师认为，发行人“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”不涉及需要前置审批特许经营的业务，发行人现有门店中涉及第三类医疗器械销售业务的，均已取得《医疗器械经营许可证》，拟新建的门店未来将在获取相关资质的前提下开展业务。发行人涉及眼镜产品验配的门店均已配置具备相应资格的人员，发行人将根据相关要求，为未来拟新建的门店配置具备相应资质的人员。

2、总部运营管理中心及品牌建设项目

根据《总部运营管理中心及品牌建设项目可行性研究报告》，本项目拟在发行人总部深圳市购置办公场所作为总部运营管理中心，同时拟在深圳、北京、上海等地核心商圈租赁场地设立品牌体验中心，以及通过品牌战略咨询服务、线上线下广告推广、线下活动等进行品牌推广。

根据发行人的说明，品牌体验中心是发行人主要用于品牌宣传推广的概念门店，涉及隐形眼镜及相关护理产品等第三类医疗器械产品销售，以及眼镜产品（角膜塑形镜除外）的验配业务。截至本补充法律意见书出具之日，品牌体验中心尚未开展建设，未来将在取得《医疗器械经营许可证》后从事相关第三类医疗器械产品销售工作，并将根据要求配置具备相应验配资质的人员。

品牌建设中的线上线下广告推广内容主要为发行人通过在线上及线下发布广告的方式，对发行人品牌及相关产品合作方品牌进行宣传推广，不涉及需要前置审批特许经营的业务。

基于上述，本所律师认为，发行人“总部运营管理中心及品牌建设项目”不涉及需要前置审批特许经营的业务，该项目中拟建设的品牌体验中心将根据要求配备具备相应资质的人员，其中未来涉及第三类医疗器械销售业务的，将在取得《医疗器械经营许可证》后从事相关业务。

3、数字化平台升级建设项目

根据《数字化平台升级建设项目可行性研究报告》，本项目将基于发行人现有的数字化基础，进一步升级和完善业务支持和管理系统，加强 IT 基础设施建设以及加大数据安全投入。

基于上述，本所律师认为，发行人“数字化平台升级建设项目”不涉及需要前置审批特许经营的业务。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人本次募投项目“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”、“总部运营管理中心及品牌建设项目”、“数字化平台升级建设项目”以及补充流动资金均不涉及需要前置审批特许经营的业务。

2、发行人现有门店中涉及第三类医疗器械销售业务的，均已取得《医疗器械经营许可证》，拟新建的门店未来将在取得相关资质的前提下开展业务；发行人涉及眼镜产品验配的门店均已配置具备相应资格的人员，发行人将根据相关要求，为未来拟新建的门店配置具备相应资质的人员；发行人“数字化平台升级建设项目”不涉及需要取得相关资质的情形。因此，本次募投项目的实施不存在实质障碍。

五、结合项目用地计划，基地建设的设计规划、人均面积、具体用途，说明项目二建筑面积是否与项目人员规模匹配，相关建设的必要性和规模的合理性；如涉及厂房建设，列示具体厂房建设计划并说明是否仅自用，本次募投项目的其他项目是否涉及上述情况。

（一）核查程序

1、查阅了发行人本次可转债募投项目可行性研究报告，了解项目二的建设内容，并就相关建设的必要性和规模的合理性取得了发行人出具的书面说明。

2、查阅了发行人办公场所租赁合同，并检索了相关上市公司公告的首次公开发行股票招股说明书等文件。

（二）核查内容

1、结合项目用地计划，基地建设的设计规划、人均面积、具体用途，说明项目二建筑面积是否与项目人员规模匹配，相关建设的必要性和规模的合理性

项目二的建设内容主要分为总部运营管理中心及品牌体验中心两部分，具体如下：

（1）总部运营管理中心

根据募投项目测算，项目二拟购置的总部运营管理中心场地建筑面积为4,500.00 m²，实用面积约为建筑面积的60%，总部运营管理中心的具体功能区划情况如下：

单位：m²

主要内容	建筑面积	实用面积	具体用途	与发行人主营业务的关系
办公区	3,100.00	1,860.00	将多地办公场所集中办公，改善目前办公环境，实现总部统一管理	作为总部核心运营管理枢纽，承担发行人业务管理、战略规划等功能，如采购计划制定、门店销售数据监控、供应链协调、财务结算等，是保障全渠道零售业务高效运转的基础支撑
会议室	300.00	180.00	扩充会议室数量和面积，满足各个部门的会议需要	内部承载产品策划、渠道谈判、直营与加盟门店的选址评审等关键场景，外部用于品牌路演、功能性镜片体验发布及与供应商、客户沟通，促进销售收入转化落地。通过内部协同与外部链接的双重功能，持续提升发行人零售网络的运营效率与品牌溢价
培训中心及产学研基地	280.00	168.00	（1）门店验光师统一培训 （2）新验光设备、新产品教学培训 （3）与医院、高校等的产学研基地	聚焦提升零售服务能力，针对员工开展验光技术、产品知识、销售技巧等培训，保障门店服务质量；通过与高校、科研机构合作，优化验光技术，增强产品竞争力，为零售端提供差异化卖点
总部展厅	450.00	270.00	（1）最新时尚眼镜及功能性镜片产品、最新科技验光技术体验专区 （2）最新智能眼镜产品体验专区 （3）发行人发展历程及公司文化展区	集中陈列新款眼镜及明星产品，通过接待上下游合作伙伴参观强化品牌认知，并通过现场互动收集客户对款式、功能的偏好反馈，指导零售端的产品选型与陈列策略。同时通过品牌历史和文化传播，强化客户对品牌的专业认知与情感认同，提升复购率和品牌忠诚度
直播基地	220.00	132.00	抖音等平台电商直播间、线上作战指挥中心	契合新零售趋势，通过直播直观展示眼镜佩戴效果、功能特性，直接触达线上消费者并引导下单，拓展零售渠道，与线下门店形成“线上引流+线下体验”的业务协同
其他配套功能区	150.00	90.00	其他配套功能区，如机房、档案室、茶水间等	通过优化办公环境提升员工效率，间接保障总部对零售业务的管理与支持能力，属于业务顺畅运转的“后勤保障”
合计	4,500.00	2,700.00	--	--

根据发行人的说明，发行人总部常驻办公人员约 280 余人，目前发行人总部租赁办公面积（指总部职能部门办公场所的合计使用面积，不含非总部职能的仓储面积）约为 2,680 m²，折合人均使用面积约 9.57 m²。本次拟购置办公场所的实际使用面积约为 2,700 m²，人均使用面积约为 9.64 m²。本项目中总部办公场地人均使用面积由现有租赁场地的 9.57 m² 提升至购置场地的 9.64 m²，增幅较小，主要是出于项目投资建设谨慎性角度出发，但从空间功能性优化、长期发展适配性及发行人运营稳定性角度来看，项目二实施具备必要性，具体如下：

①当前租赁办公场地受限于租赁物业的固定格局，在会议室、培训区、总部展厅等功能性区域的规划上存在结构性瓶颈，导致实际空间使用效率难以提升。通过购置办公场所并科学动线设计与空间规划，在人均面积微幅提升的基础上，可有效增加公共协作区域、培训中心及产学研基地、直播基地等配套设施占比，解决现有租赁场地因功能分区不足导致的办公体验下降与运营效率制约问题。

②随着发行人业务规模扩大及团队扩容，现有租赁场地缺乏前瞻性预留空间，未来人员增长可能导致人均面积进一步压缩，通过购置办公场所及合理容积率规划，可满足未来人员扩张需求，避免频繁搬迁对发行人经营管理的干扰。

③从企业形象与长期资产配置角度，自有办公场地有助于增强客户信任度与人才吸引力，提升总部枢纽功能的稳定性，为发行人战略落地提供坚实保障。

发行人总部已在租赁场地内设置员工培训基地、展厅、直播基地等功能场所。其中，培训板块配备专用培训教室、验光实操室等多个专业场地，总面积约 240 m²，发行人未来将在新购置办公场地中继续设置培训中心及产学研基地，进一步提升员工培训效果与专业能力；展厅方面，发行人现已使用约 200 m² 场地进行展厅布置，主要推介展示发行人最新时尚眼镜及功能性镜片产品、发展历程及企业文化；直播方面，发行人在深圳设有两个直播间，总面积约 70 m²，分别服务于博镜电商、抖音本地生活服务的日常运营，通过线上平台推动发行人产品销售。发行人计划在总部运营管理中心内设立直播专区，助力线上业务的进一步拓展。

根据发行人的业务规划，随着未来智能眼镜、线上零售、门店拓展及产业链投资等业务发展，发行人将进一步引入新员工，预计发行人总部未来的办公人员将在 300 人左右，届时拟购置办公场所的人均使用面积将约为 9.00 m²。

经梳理部分零售行业上市公司的办公楼使用情况，相关公司的人均办公面积情况如下：

序号	公司名称	人均办公面积情况
1	萃华珠宝	公司房屋建筑物中为办公用途的房屋面积 2,285 m ² ，员工情况中管理人员和技术人员数量合计 154 人，人均办公面积约 14.84 m ²
2	周大生	（1）募投项目“研发设计中心项目”规划在深圳市购置 1,200 m ² 办公楼作为研发设计中心场地，同时分别租赁 200 m ² 和 120 m ² 的办公场地来进行周大生•TTF 设计工作室的建设、支持总部产品部，规划面积总计 1,520 m ² ，新增人力投入 218 人，人均办公面积约 6.97 m ² ； （2）截至招股说明书签署日，公司没有自有房产，租赁房产中为办公用途的房屋面积合计 10,842.53 m ² ，员工情况中管理人员和款式设计人员数量合计 1,022 人，人均办公面积约 10.61 m ²
3	莱绅通灵	募投项目“设计中心建设项目”规划场地面积为 200 m ² ，新增设计中心人员 23 人，人均办公面积约 8.70 m ²
4	周六福	截至招股说明书签署日，公司房屋建筑物中拥有产权的办公用房及租赁办公场所合计面积 8,906.46 m ² （不包含周六福标记为厂房、宿舍的部分）；截至 2019 年 6 月 30 日，员工数量合计 948 人，人均办公面积约 9.40 m ²
5	莱百股份	截至招股说明书签署日，公司房屋建筑物中拥有产权的办公用房及租赁办公场所合计面积 18,527.90 m ² （自有用于办公的房产 17,484.53 m ² ，租赁用于办公的房产 1,043.37 m ² ）；截至 2020 年末，员工数量合计 1,023 人（所有员工）；人均办公面积约 18.11 m ²
6	新华都	募投项目“研发中心建设项目”规划购置办公场地共计 2,000 m ² ，其中开发环境及独立办公室 1,249 m ² ，机房、会议室及其他面积 751 m ² 。新增研发实施人员 43 人，加上转移当前北京办公场约 40 名数据营销和数据中心人员，合计办公人员 83 名，人均办公面积约 15.05 m ² （不含机房、会议室及其他面积）。

由上表可知，上述零售行业上市公司的人均办公面积在 6.97-18.11 m² 之间。发行人项目二拟建设的办公场所，人均办公面积约 9.64 m²，处于合理范围内，建设规模较为合理。

发行人在当前时点选择通过项目二购置房产的方式建设总部运营管理中心，系结合发行人总部长期无自有物业的情况、行业发展趋势及上市公司核心竞争力打造需求综合考量，具备合理性：①解决长期依赖租赁物业运营的痛点，发行人总部目前办公场所均为租赁，存在一定的租金攀升、续租不确定性等风险，购置自有物业可实现总部各部门集中办公，消除租赁依赖带来的运营波动风险，为长远发展奠定稳定基础；②当前时点购置房产建设总部具备一定的经济性，目前国内多数办公场所的市场价格区间下探，结合市场环境适时布局可锁定优质物业资源，避免未来核心区域物业购置成本上涨，符合发行人资源优化配置与长期发展战略；③契合核心竞争力提升战略，随着发行人全国门店网络扩张及线上线下全

渠道布局深化，亟需集约化总部承载运营管理、人才培养、供应链协同及直播电商等核心职能，通过自有总部搭建专业培训中心、品牌展厅及直播基地等资本性支出，强化对全国门店的支撑能力；④提升上市公司资产质量与品牌形象，在深圳核心商业区购置办公场所，既可以通过优质资产配置实现长期保值增值，也能通过统一化总部形象彰显企业实力，契合发行人的品牌定位。

（2）品牌体验中心

品牌是企业重要的无形资产，体现了企业的市场地位和核心竞争力。良好的品牌知名度不仅是推广企业产品、扩大市场占有率的关键，也是企业持续增长和长期发展的保障。经过近三十年的积累，发行人已拥有 President optical、博士眼镜、Boojing、zèle、砦、ZORRO 等多个渠道零售品牌，建立了较高的品牌认知度。

根据本次可转债募投项目可行性研究报告及发行人出具的说明，发行人拟选择在经济更发达、对高科技产品接受度更高的深圳、北京和上海等地的核心商圈建设品牌体验中心，并通过品牌战略咨询与广告推广，进一步提升发行人在全国范围内的品牌认知度。品牌体验中心将结合创新设计和智能化体验，构建一个全方位、沉浸式、全品类 SKU 的品牌体验空间。除传统眼镜的深度体验和品牌宣传外，品牌体验中心还将通过打造智能眼镜的深度体验和个性化场景，帮助消费者更好理解智能眼镜的价值和应用场景，进一步推动智能眼镜渗透率快速提升，助力智能眼镜销售。同时，品牌体验中心还将通过优质服务与消费者建立深度联结，让顾客获得独特的体验感，深入了解品牌，培植品牌信任度。品牌体验中心项目的建设不仅能加速智能眼镜的市场培育，抢占智能眼镜领域的发展先机，还能提升发行人品牌的认知度和市场影响力，从而进一步提升企业价值，拓展新的市场。

经查询公开信息，市场案例中，部分公司将培训中心、展厅、直播基地、品牌形象体验中心等功能作为募投项目建设内容的一部分，具体情况如下：

序号	公司简称	项目名称	拟使用募集资金金额(万元)	募集资金总额(万元)	占比(%)	募投项目建设内容包含	具体内容	审核状态
1	安井食品(603345.SH)	品牌形象及配套营销服务体系建设项目	30,000.00	574,000.00	5.23	培训中心	该项目主要包括品牌强化升级、驻外机构升级、电商运营部建设、营销培训中心建设、广告投入、营销渠道终端建设投入等	已核准

序号	公司简称	项目名称	拟使用募集资金金额(万元)	募集资金总额(万元)	占比(%)	募投项目建设内容包含	具体内容	审核状态
2	德艺文创(300640.SZ)	数字化展示中心及智能零售终端建设项目	10,908.25	13,408.25	81.35	展厅	打造数字化展厅,利用数字孪生、人工智能等技术建立数字化样品库和展厅,打破时间、空间的障碍,在有限的空间内随时随地向海内外客户展示产品和服务,为其提供身临其境的体验,提升整体经营效率	已注册
3	曼卡龙(300945.SZ)	全渠道珠宝一体化综合平台建设项	33,970.12	71,600.00	47.44	直播间	主要为相应销售推广曼卡龙珠宝产品的直播间的新增扩充以及相关曼卡龙珠宝营销内容制作的软件、硬件和人员补充	已注册
4	曼卡龙(300945.SZ)	“慕璨”品牌及创意推广项目	8,787.93	71,600.00	12.27	品牌体验中心	本项目将在华东、华中、华北、西南、西北地区的核心商圈建立6家品牌及创意推广体验中心作为品牌推广和服务的场所	已注册
5	紫燕食品(603057.SH)	品牌建设及市场推广项目	8,000.00	56,520.32	14.15	品牌体验中心	本项目拟使用募集资金用于品牌建设、天猫/京东旗舰店推广及渠道建设,提升公司品牌影响力和消费者认知度,拓展营销渠道,挖掘潜在客户群体,提升市场份额	已注册
平均占比					32.09	--	--	--

发行人本次募投项目中总部运营管理中心及品牌建设项目的投入金额占募集资金总金额的比例为 18.67%，占比较小，低于上表中上市公司类似建设内容投入金额占募集资金总额的比例均值。

根据发行人的说明，项目二的建设拟实现以下目标：

①提高发行人经营管理效率

随着业务规模的持续扩展和职能部门的不断细化，发行人员工数量不断增加，目前发行人租赁的办公场地已不能满足日益增长的经营需要，影响了发行人的运营效率。发行人总部位于深圳市罗湖区，目前办公场所均为租赁且分散在多处，分散的办公模式不利于内部紧密沟通与协作，也不能满足发行人持续发展的内在管理需求。项目二计划购置地理位置优越、配套设施完善、交通便利的办公场所，以实现总部各部门集中办公，提升内部协同效率，打造高效、稳定的工作环境，为发行人可持续发展提供基础保障。同时，拟购置的新办公场所有利于发行人未来容纳更多新增人员，将进一步提升发行人整体形象，增强合作方的认可度。

②实现降本增效

根据项目二可行性研究报告测算，发行人购置办公场所的年折旧摊销额预计为 403.42 万元，发行人 2024 年度租赁办公场所的年租金为 490.58 万元。从经济效益角度分析，项目二拟购置的房产预计年折旧摊销费用低于目前办公场所的年租金，发行人自购房产替代现有租赁房产作为总部运营管理中心更具有经济效益，有利于发行人降本增效。

③增强发行人业务开展的稳定性

发行人总部目前办公场所均为租赁，若长期依赖租赁方式经营业务，可能面临租赁场地被收回、租赁期满后难以续租以及租金费用持续攀升等潜在风险，给发行人的正常运营带来不便和不确定性。通过购置固定办公场所，发行人能够为员工提供独立且稳定的办公环境，有助于发行人进行长期的场地规划与布局，并提升业务发展的稳定性与持续性，为发行人的长期发展奠定坚实基础，在稳定的环境中专注于核心业务，实现战略目标。

④全方位提升发行人品牌影响力

品牌是发行人重要的无形资产，体现了企业的市场地位和核心竞争力。发行人自设立以来高度重视品牌建设，积极打造差异化的品牌矩阵，进行多层次市场布局，已建立起较高的品牌认知度。为进一步提升发行人品牌影响力，项目二拟选择深圳、北京、上海等地核心商圈的优越位置，结合创新设计和智能化体验，打造全品类 SKU 的品牌体验中心。品牌体验中心将从设计感、体验感、个性化场景打造等方面，形成与智能眼镜深度体验的多维度功能布局，构建一个全方位、沉浸式的品牌体验空间。通过设计各种触点和交互模式，以及优质专业的服务，打造差异性品牌特色，让顾客获得独特的体验感，深入了解发行人品牌，形成深刻的品牌认知。

2、如涉及厂房建设，列示具体厂房建设计划并说明是否仅自用，本次募投项目的其他项目是否涉及上述情况

根据发行人本次可转债募投项目可行性研究报告，本次募投项目不涉及厂房建设，拟购买的办公场地拟全部用于自用，不存在对外出售或出租的计划。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、项目二的建筑面积与项目人员规模匹配，建设规模合理。同时，该项目的实施可以优化发行人运营管理环境、提高发行人经营管理效率，有利于发行人实现降本增效、增强发行人业务开展的稳定性，并有助于全方位提升发行人品牌影响力，项目建设具有必要性。

2、本次募投项目不涉及厂房建设，拟购买的办公场地拟全部用于自用，不存在对外出售或出租的计划。

六、补充说明前次募投项目调整、变更、终止等变动的原因及合理性，是否已按规定履行相关审议程序与披露义务，是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正，或者未经股东大会认可的情形。

（一）核查程序

1、登录巨潮资讯网，检索发行人募集资金项目的相关公告。

2、取得了发行人出具的书面说明，核查了发行人历次募投项目调整、变更相关的董事会、监事会文件、独立董事意见以及保荐机构中德证券有限责任公司出具的《关于公司变更部分募集资金投资项目实施地点的核查意见》《关于博士眼镜连锁股份有限公司变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的核查意见》。

3、查阅了发行人历次募投项目调整、变更时适用的与募投项目相关的规定。

（二）核查内容

1、前次募投项目调整、变更等事项的原因及合理性

经本所律师核查，本次发行前，除 2017 年首次公开发行上市募集资金外，发行人不存在其他募集资金的情形。发行人首次公开发行募投项目中，“营销服务平台建设项目”和“信息化建设项目”存在调整、变更的情形，具体如下：

（1）第一次变更

发行人于 2018 年 10 月 25 日召开第三届董事会第九次会议及第三届监事会第九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的议案》，决定将“营销服务平台建设项目”中直营店建设的实施地点由原计划 15 个省（自治区、直辖市）变更为 13 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变，仍为 278 家。

根据发行人的说明，由于市场环境发生了变化，发行人结合实际经营情况及业务发展的需要，经过认真研究论证，发现“营销服务平台建设项目”中直营店建设先前确定的部分实施地点已不能适应市场环境的变化，调整该项目部分实施地点将更有利于项目顺利推进。

（2）第二次变更、第一次延期

发行人于 2020 年 3 月 9 日召开第三届董事会第二十次会议及第三届监事会第十九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及募集资金投资项目延期的议案》，决定将“营销服务平台建设项目”中直营店建设的实施地点由 13 个省（自治区、直辖市）变更为 17 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变，仍为 278 家；同时，发行人对“营销服务平台建设项目”及“信息化建设项目”进行延期，将两个项目达到预定可使用状态的日期由 2020 年 3 月 14 日调整至 2021 年 8 月 31 日，项目实施主体、募集资金投资用途、项目投资总额及投资规模不变。

根据发行人的说明，“营销服务平台建设项目”实施过程中，发行人根据市场发展状况，并结合开设直营店的反馈及后续业务发展的需要，对该项目的实施地点作出了适当调整，以提高对市场的反应速度，积极推进公司营销网络的建设和布局。同时，随着国家宏观经济增长放缓，零售市场的增长趋于平缓，与预计的市场增速变化较大，每年开店速度过快，会导致投资效益逐步降低，投资风险逐步加大，因此，放缓了该项目的实施进度。关于“信息化建设项目”，由于从研发到方案讨论、方案确定再到最后的开发、测试、上线，需要较长的时间周期，因此进行了延期。

（3）第三次变更、第二次延期

发行人于 2021 年 6 月 11 日召开第四届董事会第五次会议及第四届监事会第六次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的议案》，决定将“营销服务平台建设项目”中直营店建设的实施地点由 17 个省（自治区、直辖市）变更为 16 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变，仍为 278 家。同时，发行人对“营销服务平台建设项目”进行了延期，将该项目达到预定可使用状态的日期由 2021 年 8 月 31 日调整至 2021 年 11 月 30 日，项目实施主体、募集资金投资用途、项目投资总额及投资规模不变。

根据发行人的说明，本次“营销服务平台建设项目”变更实施地点系发行人根据市场环境变化及公司发行人业务发展需要而进行的必要调整，符合发行人公司实际经营情况和项目运作需要。同时，为适应市场环境变化而对营销服务平台建设项目进行延期，系根据募集资金投资项目实施的实际情况所做出的谨慎决策，有利于公司的战略发展和合理的布局。

2、前次募投项目调整、变更、终止等变动是否已按规定履行相关审议程序与披露义务，是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正，或者未经股东大会认可的情形

经本所律师核查，发行人前次募投项目历次变动已履行相关审议程序与披露义务，具体如下：

（1）第一次变更

发行人于 2018 年 10 月 25 日召开第三届董事会第九次会议及第三届监事会第九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的议案》，独立董事、监事会就该议案发表了明确同意意见。次日，发行人披露了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的公告》及保荐机构中德证券有限责任公司出具的《关于公司变更部分募集资金投资项目实施地点的核查意见》。

根据其时有效的《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》第 6.4.7 条，上市公司改变募集资金投资项目实施地点的，应当经董事会审议通过，并在二个交易日内公告，说明改变情况、原因、对募集资金投资项目实施造成的影响以及保荐机构出具的意见。

因此，募投项目第一次变更已按规定履行了相关审议程序与披露义务。

（2）第二次变更、第一次延期

发行人于 2020 年 3 月 9 日召开第三届董事会第二十次会议及第三届监事会第十九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及募集资金投资项目延期的议案》，独立董事、监事会就该议案发表了明确同意意见。次日，发行人披露了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及募集资金投资项目延期的公告》及保荐机构中德证券有限责任公司出具《关于博士眼镜连锁股份有限公司变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的核查意见》。

根据其时有效的《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》第 6.4.7 条，上市公司改变募集资金投资项目实施地点的，应当经董事会审议通过，并在二个交易日内公告，说明改变情况、原因、对募集资金投资项目实施造成的影响以及保荐机构出具的意见。

其时有效的《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》及《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》，均未要求募投项目延期应当履行相关审议程序与披露义务。

因此，募投项目第二次变更及第一次延期已按规定履行相关审议程序与披露义务。

（3）第三次变更、第二次延期

发行人于 2021 年 6 月 11 日召开第四届董事会第五次会议及第四届监事会第六次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的议案》，独立董事、监事会就该等议案发表了明确同意意见。次日，发行人披露了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的公告》及保荐机构中德证券有限责任公司出具的《关于博士眼镜连锁股份有限公司变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的核查意见》。

根据其时有效的《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2020 年修订）》第 6.3.5 条，上市公司改变募集资金投资项目实施地点及调整募集资金投资项目计划进度的，应当经董事会审议通过，并由独立董事、监事会以及保荐机构或者独立财务顾问发表明确同意意见。

因此，募投项目第三次变更、第二次延期已按规定履行相关审议程序与披露义务。

（4）是否存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正或者未经股东大会认可的情形

经本所律师登录巨潮资讯网检索发行人募投项目相关的公告，并经发行人确认，发行人不存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正或者未经股东大会认可的情形。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为，发行人前次募投项目历次变更、调整具有合理性，已按规定履行相关审议程序与披露义务，不存在擅自改变前次募集资金用途未做纠正或者未经股东大会认可的情形。

《审核问询函》问题 3：

根据申报材料，公司存在线上销售模式，通过在天猫、京东、拼多多、得物等电商平台上开设官方旗舰店、官方商城等方式向消费者销售商品，也通过美团、大众点评等 O2O 平台和抖音、快手等兴趣电商平台宣传产品信息、引导顾客到店体验等。本次募投项目中“总部运营管理中心及品牌建设项目”涉及直播基地建设。

公司经营范围包括企业管理、经济信息、投资、商品信息、信息技术的咨询服务、企业形象策划；化妆品及卫生用品零售及批发，健康咨询、养生保健服务，第一类、第二类医疗器械销售、第三类医疗器械经营，药品批发、药品零售、保健食品（预包装）销售。发行人投资性房地产 2235.69 万元，系公司对外出租的旧办公楼使用权。

截至 2024 年 12 月末，发行人财务性投资占比为 6.76%，其他非流动金融资产余额合计 7033.55 万元，对无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）、成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）、成都高新眼视光眼科诊所有限公司未认定为财务性投资。

请发行人：（1）进一步说明公司及子公司是否存在互联网相关业务及经营的具体情况，是否从事提供、参与或与客户共同运营网站、APP 等互联网平台业务（包括已下架业务），是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”；如是，请说明是否符合相关规定，发行人行业竞争状况是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，并对照国家反垄断相关规定，说明发行人是否存在达到申报标准的经营者集中情形以及是否履行申报义务，是否按照行业主管部门有关规定开展业务。（2）说明发行人及本次募投项目是否包括面向个人用户的业务；如是，请说明具体情况，是否为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，是否存在收集、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，是否取得相应资质，是否合法合规。（3）发行人线上销售业务、各类咨询

服务的经营模式和具体内容，是否涉及国家发改委《市场准入负面清单（2025年版）》中相关情形，发行人及本次募投项目是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域，如是，相关业务的主要内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规。（4）发行人及本次募投项目是否涉及经营医疗美容或医疗器械产品服务，是否存在美容服务、美容仪器销售等业务，上述业务所需具备的具体资质及取得情况、执业医师数量、日常经营是否合法合规，是否存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展是否符合相关规定要求。（5）公司是否持有住宅、商业用地、商业房产等，如是，说明取得上述房产、土地的方式和背景，是否涉及房地产开发相关业务，并说明本次募投项目是否用于房地产业务。（6）结合相关财务报表科目的具体情况，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第18号》《监管规则适用指引—发行类第7号》等相关规定。（7）相关科目为对外投资的，详细说明投资对象名称、认缴金额、实缴金额、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值等情况；对外投资未认定为财务性投资的，详细论证被投资企业与公司主营业务是否密切相关；投资标的主要业务为对外投资的，结合该投资标的对外（拟）投资企业情况、尚未使用完毕的认缴资金、持股目的等，说明未将该投资认定为财务性投资的原因及合理性；投资时点为自本次发行相关董事会前六个月至今的，说明是否涉及调减募集资金情形。

请保荐人和律师核查并发表明确意见。

回复：

一、进一步说明公司及子公司是否存在互联网相关业务及经营的具体情况，是否从事提供、参与或与客户共同运营网站、APP等互联网平台业务（包括已下架业务），是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”；如是，请说明是否符合相关规定，发行人行业竞争状况是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，并对照国家反垄断相关规定，说明发行人是否存在达到申报标准的经营者集中情形以及是否履行申报义务，是否按照行业主管部门有关规定开展业务。

（一）核查程序

1、查阅了发行人及其子公司在工业和信息化部政务服务平台 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统的域名、小程序备案情况。

2、访谈了相关业务负责人，了解了发行人互联网相关业务的模式及主要内容，取得了发行人出具的关于发行人及其子公司运营网站、应用程序、微信公众号、视频号及入驻第三方网络平台的情况说明，并登录前述网站、平台核实相关情况。

3、查阅了《中华人民共和国反垄断法》（以下简称“《反垄断法》”）、《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称“《反垄断指南》”）和其他反垄断行政法规相关规定。

4、查阅了本次发行的募集说明书，取得了发行人出具的说明，了解了发行人主营业务行业分类及市场竞争情况，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形。

5、查阅了发行人报告期内定期报告及公告，取得了被收购主体收购上一会计年度财务报表，核查公司报告期内是否存在需要进行经营者集中申报的情形。

6、取得了发行人出具的说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询了发行人及其子公司是否存在因违反《反垄断法》和其他反垄断行政法规相关规定而受到行政处罚的情形。

（二）核查内容

1、发行人及子公司互联网相关业务及经营的具体情况，发行人及其子公司是否从事提供、参与或与客户共同运营网站、APP 等互联网平台业务（包括已下架业务），是否属于《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”

根据发行人的说明，发行人及其子公司所运营的网站主要用于企业及产品宣传等用途，不涉及具体业务经营活动；发行人主要通过其会员运营部及子公司江西新云程、镜联易购以及博镜（三亚）电子商务有限公司（以下简称“博镜三亚”）、南昌发轫光学实业有限公司（以下简称“南昌发轫”）、南昌维睛光学实业有限公司（以下简称“南昌维睛”）及江西镜晰光学实业有限公司、江西新博视清光学实业有限公司开展互联网相关业务，包括宣传展示、会员管理及线上销售等，具体情况如下：

(1) 网站

根据发行人的说明，报告期内，发行人及子公司运营的主要网站情况如下：

序号	权利人	域名名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
1	发行人	doctorglasses.com.cn	粤 ICP 备 10090351 号-3	官网、企业宣传	否
2	镜联易购	jinglianyigou.com	浙 ICP 备 2021039411 号-1	官网、企业宣传	否
3	汉高信息	unionglasses.com	浙 ICP 备 07030499 号-1	官网、企业及产品宣传	否
4	汉高信息	hencego.com	浙 ICP 备 07030499 号-2	官网、企业及产品宣传	否

发行人及子公司运营上述网站主要用于企业及产品宣传等用途，不涉及具体业务经营活动，亦不涉及线上交流及付款的功能，不存在通过该等网站进行交易或撮合交易、信息交流等情形。因此，该等网站不属于《反垄断指南》中规定的互联网平台，发行人及子公司运营该等网站不构成《反垄断指南》项下的“平台经营者”或“平台内经营者”。

(2) 微信公众号、视频号、小程序及社交媒体、O2O 平台、兴趣电商平台

根据发行人的说明，报告期内，发行人及子公司运营的主要微信公众号、视频号、应用小程序及入驻社交媒体、O2O 平台、兴趣电商平台及数字地图与出行服务平台的主要情况如下：

序号	运营主体	涉及平台	名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
1	发行人	微信小程序	博士眼镜官方商城	粤 ICP 备 10090351 号-5X	线上销售、会员管理	是
2	发行人	微信小程序	博士眼镜 DOCTOR	粤 ICP 备 10090351 号-4X	线上销售，已下架	否，数据已迁移至博士眼镜官方商城
3	发行人	微信公众号	博士眼镜 DOCTOR	不涉及	宣传展示、小程序引流	否
4	发行人	微信公众号	石人工眼镜	不涉及	品牌加盟	否
5	发行人	微信视频号	石人工眼镜	不涉及	品牌加盟	否
6	发行人	微信视频号	博士眼镜 DOCTOR	不涉及	宣传展示、门店引流	否
7	发行人	微博	博士眼镜官方微博	不涉及	宣传展示	否

序号	运营主体	涉及平台	名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
8	发行人	小红书	博士眼镜	不涉及	宣传展示	否
9	发行人	小红书	President optical	不涉及	宣传展示	否
10	发行人	小红书	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	宣传展示	否
11	发行人	美团及大众点评	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
12	发行人	美团外卖	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
13	发行人	饿了么	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
14	发行人	高德地图	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	宣传展示、线上销售	否
15	博镜三亚	微信小程序	博镜全球精选	琼 ICP 备 2024022341 号-1X	线上销售	是
16	博镜三亚	微信公众号	博镜全球精选	不涉及	宣传展示、小程序引流	否
17	博镜三亚	抖音	博士眼镜官方号	不涉及	线上销售	否
18	博镜三亚	抖音	发行人及子公司部分线下门店账号	不涉及	线上销售	否
19	博镜三亚	抖音	博镜 boojing 卖场店	不涉及	线上销售	否
20	博镜三亚	抖音	博士眼镜即时零售	不涉及	线上销售	否
21	博镜三亚	抖音	博镜 boojing 精选眼镜	不涉及	线上销售	否
22	博镜三亚	抖音	博镜 boojing 卖场店甄选眼镜	不涉及	线上销售，已停止运营	否
23	博镜三亚	小红书	博镜 boojing 眼镜	不涉及	宣传展示	否
24	博镜三亚	快手	博士眼镜	不涉及	线上销售	否
25	镜联易购	微信小程序	砫眼镜采购联盟	浙 ICP 备 2021039411 号-2X	线上销售	是
26	镜联易购	微信小程序	砫眼镜联盟	不涉及	线上销售，旧版已下架	否，数据已迁移至砫眼镜采购联盟
27	镜联易购	微信公众号	砫眼镜联盟	不涉及	品牌加盟	否

序号	运营主体	涉及平台	名称	ICP 备案号	主要用途	是否收集、存储个人数据
28	镜联易购	微信视频号	石人工联盟	不涉及	品牌加盟	否
29	汉高信息	微信公众号	杭州汉高企业	不涉及	系统测试	是
30	汉高信息	微信公众号	镜联服务商助手	不涉及	眼镜零售 门店管理， 已停止运营	否
31	江西新云程	微信小程序	博士眼镜奥莱店	赣 ICP 备 2024024113 号 -1X	线上销售	是
32	江西新云程	支付宝小程序	博士眼镜	赣 ICP 备 2024024113 号 -2X	门店引流、 天猫店引流	否
33	江西新云程	小红书	博士新云程眼镜	不涉及	线上销售	否
34	江西新云程	抖音	博士新云程眼镜 专营店	不涉及	线上销售	否
35	南昌发轶	微信视频号	博士新云程	不涉及	线上销售， 已停止运营	否
36	南昌发轶	小红书	视界研究所	不涉及	线上销售	否
37	南昌发轶	抖音	冠晰眼镜卖场店	不涉及	线上销售	否
38	南昌发轶	快手	欧拿发轶眼镜专 卖店	不涉及	线上销售	否
39	南昌发轶	小红书	Calvin Klein 发 轶眼镜	不涉及	宣传展示 及线上销 售	否
40	南昌维睛	抖音	Calvin Klein 维 睛眼镜专卖店	不涉及	线上销售	否
41	南昌维睛	小红书	境晰设计师眼镜	不涉及	宣传展示 及线上销 售	否

上述部分微信公众号、视频号、小程序及社交媒体账号等存在下架、停止运营或引流的情况，具体如下：

①下架或停止运营的情况

序号	运营主体	涉及平台	名称	下架/停止运营时间	下架/停止运营原因	报告期内是否存在违法违规情形
1	发行人	微信小程序	博士眼镜 DOCTOR	2024 年 8 月	发行人启用新版小程序	否
2	博镜三亞	抖音	博镜 boojing 卖场 店甄选眼镜	2025 年 5 月	业务规划调整	否
3	镜联易购	微信小程序	砫眼镜联盟	2024 年 7 月	镜联易购的业务 模式调整	否

序号	运营主体	涉及平台	名称	下架/停止运营时间	下架/停止运营原因	报告期内是否存在违法违规情形
4	汉高信息	微信公众号	镜联服务商助手	2024 年 7 月		否
5	南昌发轫	微信视频号	博士新云程	2024 年 9 月	业务规划调整	否

②引流的情况

序号	运营主体	涉及平台	名称	引流方式
1	发行人	微信公众号	博士眼镜 DOCTOR	通过点击该公众号及推文中的链接，可进入博士眼镜官方商城小程序
2	发行人	微信视频号	博士眼镜 DOCTOR	通过短视频进行产品推荐，引导观众到线下门店消费或体验
3	博镜三亚	微信公众号	博镜全球精选	通过点击该公众号及推文中的链接，可进入博镜全球精选小程序
4	江西新云程	支付宝小程序	博士眼镜	通过该小程序可看到附近门店地址，亦可点击链接进入天猫博士眼镜官方旗舰店

发行人控股子公司镜联易购运营的“砫眼镜采购联盟”（包括其旧版“砫眼镜联盟”，下同）小程序，自 2021 年 10 月起至发行人收购镜联易购前主要用于经营采购联盟业务，即上游品牌供应商、经销商入驻小程序，通过小程序向眼镜零售门店进行产品批发销售。自 2023 年收购后，该小程序的用途逐渐从经营采购联盟业务转变为依托于发行人旗下的特许经营品牌石人工（砫）开展加盟经营活动，自 2024 年 7 月起已不存在第三方入驻商户通过该小程序向眼镜零售门店进行产品批发销售的情形，在此之前，“砫眼镜采购联盟”报告期内经营采购联盟业务的收入金额及其占发行人营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-7 月	2023 年度	2022 年度
采购联盟业务收入	7.49	12.56	64.21
发行人营业收入	120,281.61	117,586.55	96,223.70
占比	0.01%	0.01%	0.06%

报告期各期末，“砫眼镜采购联盟”小程序中完成注册的眼镜零售门店数量及活跃眼镜零售门店数量情况如下：

项目	2025 年 9 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
活跃眼镜零售门店数量（家）	0	44	432	不适用

项目	2025 年 9 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
累计注册眼镜零售门店数量（家）	9,635	9,590	9,038	3,159

注 1：活跃眼镜零售门店指符合下述标准的门店：（1）自注册之日起每 365 天通过“砼眼镜采购联盟”小程序完成不少于 4 次货品交易，若至 2025 年末注册不满 365 天的，则每 30 天通过“砼眼镜采购联盟”小程序完成不少于 1 次货品交易；（2）各活跃眼镜零售门店首次完成注册后不得再次注册，以工商营业执照号作为确认标准。

注 2：因发行人 2022 年度尚未收购镜联易购，故未对 2022 年度末的活跃门店数量进行统计。

因此，“砼眼镜采购联盟”小程序在报告期内曾属于《反垄断指南》项下的“互联网平台”，运营该小程序的发行人子公司镜联易购曾属于“平台经营者”，具体而言，眼镜零售门店通过“砼眼镜采购联盟”小程序下单采购产品，镜联易购在眼镜零售门店下单后通知相应的上游品牌供应商、经销商发货。但小程序用途变更后，镜联易购已不再通过该小程序从事平台经营业务，仅依托该平台向用户提供产品或服务，该小程序仍在运营中，属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。报告期内，镜联易购不存在违法违规或受到行政处罚的情形。

除上述情况外，发行人及其子公司在微信平台上运营的其他微信公众号、视频号、小程序，在支付宝平台上运营的小程序及入驻社交媒体、O2O 平台、兴趣电商平台、数字地图与出行服务平台主要用于宣传展示、会员管理、引流以及线上销售，发行人及其子公司不属于该等平台的运营者，仅涉及依托该等平台向用户提供产品或服务，因此，属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。

（3）其他第三方电商平台

根据发行人的说明，报告期内，发行人及其子公司入驻其他主要第三方电商平台的情况如下：

序号	运营主体	涉及平台	店铺名称	主要用途	是否收集、存储个人数据
1	博镜三亚	得物	不涉及	线上销售	否
2	博镜三亚	拼多多	博镜服饰箱包专营店	线上销售	否
3	江西新云程	天猫	博士眼镜官方旗舰店	线上销售	否
4	江西新云程	京东	博士眼镜官方旗舰店	线上销售	否
5	江西新云程	拼多多	博士眼镜官方旗舰店	线上销售	否
6	江西新云程	得物	不涉及	线上销售	否
7	江西新云程	网易严选	不涉及	线上销售，已停止运营	否
8	南昌发轫	京东	发轫眼镜专营店	线上销售	否
9	南昌发轫	拼多多	不涉及	线上销售	否
10	南昌发轫	淘宝	大牌眼镜专区企业店	线上销售	否
11	南昌发轫	天猫	发轫隐形眼镜专营店	线上销售	否

序号	运营主体	涉及平台	店铺名称	主要用途	是否收集、存储个人数据
12	南昌发轶	拼多多	发轶隐形眼镜专营店	线上销售	否
13	南昌发轶	得物	不涉及	线上销售	否
14	南昌发轶	天猫	酷宝仕旗舰店	线上销售	否
15	南昌发轶	天猫	迈境旗舰店	线上销售	否
16	南昌维睛	天猫	欧拿眼镜旗舰店	线上销售	否
17	南昌维睛	天猫	calvinklein 维睛光学专卖店	线上销售	否
18	南昌维睛	拼多多	不涉及	线上销售	否
19	南昌维睛	淘宝	维睛眼镜店	线上销售	否
20	南昌维睛	得物	不涉及	线上销售	否
21	南昌维睛	拼多多	维睛隐形眼镜专营店	线上销售	否
22	江西镜晰光学实业有限公司	天猫	镜晰眼镜旗舰店	线上销售	否
23	江西新博视清光学实业有限公司	天猫	CalvinKlein 眼镜旗舰店	线上销售	否

发行人及其子公司入驻其他第三方电商平台主要开展线上销售，发行人及其子公司不属于该等第三方电商平台的运营者，仅通过该等平台向用户提供产品或服务，属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。

2、发行人行业竞争状况是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，对照国家反垄断相关规定，说明发行人是否存在达到申报标准的经营者集中情形以及是否履行申报义务，是否按照行业主管部门有关规定开展业务

（1）发行人行业竞争状况公平有序、合法合规

根据《募集说明书》及发行人的说明，发行人主营业务为眼镜零售连锁经营，所属行业为眼镜零售行业。根据中国证监会颁布的《上市公司行业统计分类与代码》，发行人属于“F52 零售业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人主营业务属于“F52 零售业”。

发行人在国内眼镜零售市场的占有率如下：

项目	2024 年	2023 年	2022 年
行业销售规模（亿元）	944	862	777
公司营业收入（亿元）	12.03	11.76	9.62
公司市场占有率	1.27%	1.36%	1.24%

注：由于我国尚未有权威机构公开发表关于眼镜连锁行业的市场份额排行数据，根据艾瑞咨询研究报告并结合公司自身经营成果，计算得出公司营业收入在市场中的占有率。

我国眼镜零售门店数量众多，从市场参与者结构来看，呈现高度分散化态势，众多地方头部企业虽在区域市场具备一定影响力，然而区域化、地域化特征显著，尚未形成在全国范围内占据绝对主导市场的行业巨头，因此，发行人所处行业属于充分竞争行业。

根据发行人的确认，报告期内，发行人及其子公司不存在因违反《反垄断法》《反垄断指南》和其他反垄断行政法规相关规定而受到行政处罚的情形。

因此，发行人行业竞争状况公平有序、合法合规。

（2）发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形

根据发行人的确认、主管部门出具的企业信用报告并经本所律师核查，发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，具体情况如下：

序号	垄断情形的相关规定	发行人是否适用
1	具有竞争关系的经营者达成下列垄断协议： ①固定或者变更商品价格； ②限制商品的生产数量或者销售数量； ③分割销售市场或者原材料采购市场； ④限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品； ⑤联合抵制交易； ⑥国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。	发行人及其子公司在开展眼镜零售业务时不存在与其他主体达成垄断协议或从事限制竞争行为的情形，亦未受到反垄断机构相关处罚。
2	经营者与交易相对人达成下列垄断协议： ①固定向第三人转售商品的价格； ②限定向第三人转售商品的最低价格； ③国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议。 对第①项和第②项规定的协议，经营者能够证明其不具有排除、限制竞争效果的，不予禁止。 经营者能够证明其在相关市场的市场份额低于国务院反垄断执法机构规定的标准，并符合国务院反垄断执法机构规定的其他条件的，不予禁止。	
3	①具有市场支配地位的经营者从事下列滥用市场支配地位的行为： a.以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品； b.没有正当理由，以低于成本的价格销售商品； c.没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易； d.没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易； e.没有正当理由搭售商品，或者在交易时附加其他不合理的交易条件；	如前所述，发行人行业竞争状况公平有序，发行人在眼镜零售市场的占有率未达到法定的市场支配地位占比，且发行人及其子公司未被反垄断机构认定或者推定为具有市场支配地位的经营者，因此发行人不具有市场

序号	垄断情形的相关规定	发行人是否适用
	f.没有正当理由，对条件相同的交易相对人在交易价格等交易条件上实行差别待遇； g.国务院反垄断执法机构认定的其他滥用市场支配地位的行为。 ②有下列情形之一的，可以推定经营者具有市场支配地位： a.一个经营者在相关市场的市场份额达到二分之一的； b.两个经营者在相关市场的市场份额合计达到三分之二的； c.三个经营者在相关市场的市场份额合计达到四分之三的。 有第二项、第三项规定的情形，其中有的经营者市场份额不足十分之一的，不应当推定该经营者具有市场支配地位。	支配地位，无法实现滥用市场支配地位的相关行为。

（3）发行人不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，发行人按照行业主管部门有关规定开展业务

根据《反垄断法》第二十五条，“经营者集中是指下列情形：（一）经营者合并；（二）经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权；（三）经营者通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响。”

根据发行人的说明及发行人相关定期报告，报告期内，发行人未发生《反垄断法》第二十五条规定的经营者合并的情形，以及通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响的情形，仅存在通过取得股权方式取得对其他经营者控制权的情形，即收购汉高信息及镜联易购，具体如下：

单位：万元

序号	标的公司名称	收购完成时间	收购上一年度标的公司营业额	收购上一年度发行人营业额
1	汉高信息	2023.04.18	244.97	95,916.09
2	镜联易购	2023.03.30	62.74	95,916.09

注：根据《经营者集中审查规定》第九条，营业额包括相关经营者上一会计年度内销售产品和提供服务所获得的收入扣除相关税金及附加。

根据《国家市场监督管理总局反垄断局关于经营者集中申报的指导意见》及其时有效的《国务院关于经营者集中申报标准的规定（2018 修订）》第三条，“经营者集中达到下列标准之一的，经营者应当事先向国务院反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中：（一）参与集中的所有经营者上一会计年度在全球范围内的营业额合计超过 100 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币；（二）参与集中的所有经营者上一会计

年度在中国境内的营业额合计超过 20 亿元人民币，并且其中至少两个经营者上一会计年度在中国境内的营业额均超过 4 亿元人民币。”

对照上述标准，发行人收购汉高信息及镜联易购均未达到需要进行经营者集中申报的标准，无需履行申报义务。

经本所律师核查，报告期内发行人及子公司取得了相应的业务资质，未受到主管部门作出的可能对本次发行产生重大不利影响的重大行政处罚，因此，发行人按照行业主管部门有关规定开展业务。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、报告期内，“砫眼镜采购联盟”小程序的用途进行过调整，用途调整前，该小程序曾属于《反垄断指南》项下的“互联网平台”，镜联易购曾属于“平台经营者”，用途调整后，镜联易购属于《反垄断指南》项下的“平台内经营者”。除前述情形外，发行人及其子公司通过微信、支付宝、社交媒体、O2O 及兴趣电商平台、数字地图与出行服务平台向用户进行宣传展示、会员管理、引流以及线上销售，以及入驻其他第三方电商平台进行线上销售，为“平台内经营者”，属于《反垄断指南》规定的“平台经济领域经营者”。

2、发行人行业竞争状况公平有序、合法合规，发行人不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形。报告期内，发行人不存在达到申报标准的经营者集中情形，无需履行申报义务，发行人按照行业主管部门有关规定开展业务。

二、说明发行人及本次募投项目是否包括面向个人用户的业务；如是，请说明具体情况，是否为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，是否存在收集、存储个人数据、对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，是否取得相应资质，是否合法合规。

（一）核查程序

1、查阅了本次发行的募集说明书、募投项目可行性分析报告，了解发行人业务模式及募投项目情况。

2、访谈相关业务负责人，了解发行人及子公司数据收集的范围、业务场景及必要性，登录相关小程序、线上平台等核实相关情况；取得并审阅发行人的

隐私政策和用户协议、数据与网络安全管理制度以及发行人入驻相关平台或使用相关数据服务的服务协议、平台规则等文件。

3、取得了发行人出具的说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询了发行人及子公司是否存在与个人数据收集及存储相关的行政处罚或重大未决诉讼。

（二）核查内容

1、发行人面向个人用户的业务情况

报告期内，发行人及子公司主要从事眼镜零售连锁经营，主要业务模式及客户类型情况如下：

序号	业务模式	简介	主要客户类型	是否包括面向个人用户的业务
1	直营门店模式	<p>直营门店主要包括自营模式和联营模式：</p> <p>①自营模式：公司通过与出租方签署租赁协议的形式来开设门店，该模式下门店以现金、POS机刷卡、微信、支付宝、团购券等方式自行收款或由商场作为出租方代为收款；</p> <p>②联营模式：公司与联营方签署联营合同，由联营方提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，联营方按联营合同约定零售额的一定比例扣取应得部分后，将销售款净额汇入公司账户。</p>	主要面向个人消费者	是
2	线上销售模式	<p>线上销售模式主要包括线上零售模式和线上销售团购券、线下核销模式：</p> <p>①线上零售模式：公司通过在天猫、京东、拼多多、得物等电商平台上开设官方旗舰店、官方商城等方式向消费者销售商品；</p> <p>②线上销售团购券、线下核销模式：公司通过美团、大众点评等 O2O 平台和抖音、快手等兴趣电商平台宣传产品信息、优惠活动并销售团购券。</p>	主要面向个人消费者	是
3	分销模式	<p>分销模式主要包括加盟模式和批发模式：</p> <p>①加盟模式：加盟商与公司签订特许经营合同，获得公司授权在特许区域使用公司商标、统一形象等特许经营体系，加盟商出资设立加盟店并在公司的指导和监督下从事特许经营范围的经营活动。公司为加盟店提供统一供货渠道，加盟商向公司直接采购产品并向消费者销售；</p> <p>②批发模式：公司作为供应商将产品批量销售给下游零售商、批发商等，通过这些商业伙伴将产品销售给终端消费者。</p>	加盟商及分销商	否

2、发行人存在收集、存储个人数据的情况，但未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务、不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，无需取得相应资质，经营合法合规

（1）发行人收集、存储个人数据的情况

根据发行人提供的资料及说明，报告期内，发行人及子公司运营的自有网站不存在收集、存储个人数据的情形；除自有网站外，发行人及子公司线上业务涉及收集、储存个人数据的情况如下：

①发行人运营的应用小程序、微信公众号及视频号涉及个人数据收集、存储的情况

a.微信小程序

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人及子公司运营的微信小程序均使用了杭州有赞科技有限公司提供的相关服务，其中涉及个人数据收集、存储的具体情况如下：

序号	微信小程序名称	业务功能	个人数据类型	存储地点
1	博士眼镜官方商城、博士眼镜全球精选、验配眼镜采购联盟、博士眼镜奥莱店	账号注册/登录	账号注册信息及联系方式（账户名、密码、本人的手机号码以及在活动中主动提供的信息）	杭州有赞科技有限公司
2		订单展示	交易信息（店铺消费历史记录、订单信息、收货人姓名、收货地址、收货人联系电话、会员信息） ^注	
3		提供个性化体验	身份信息（生日、区域）	
4		提升用户体验、发送营销活动	联系信息（手机号码、邮箱）	
5		店铺宣传	评论信息（文字、照片、视频及其他用户自主提交的信息）	
6		提升用户体验、解决交易纠纷、保障消费者个人权益	反馈、音视频信息（用户自主提交的信息、客服语音信息、客服电话录音）	
7		发票开具及寄送	发票信息（发票抬头、纳税人识别号以及用户填写的联系方式）	
8		提升用户体验、发送营销活动、提供多业务和多设备的无缝体验	连接和使用信息（网页浏览记录、域名、软件使用记录）	
9		保障账号安全性、优化产品页面展示、协助追踪广告点击情况	设备信息和标识符（设备名称、设备型号、浏览器类型、浏览器版本号、操作系统、语言设置、网络标识信息）	
10		完成商品交付	位置信息（城市、省和邮政编码）	

序号	微信小程序名称	业务功能	个人数据类型	存储地点
11		提供会员权益服务	会员信息（除账号信息之外所收集的信息，性别、地区、爱好）	
12		提供第三方账号登录	第三方账号信息（第三方平台头像、昵称、手机号、OpenID、Union id、地区、性别）	

注：根据发行人的说明，上述小程序上的线上交易通过有赞微商城完成线上收款，用户支付信息由杭州有赞科技有限公司收集及存储，不会提供给小程序运营主体，因此，发行人及子公司未通过该等小程序收集、储存用户的银行卡号、有效期等支付必要信息。

上述个人数据的收集和存储均是出于正常的业务开展需要，由杭州有赞科技有限公司基于提供微商城服务获发行人及子公司、用户授权收集、存储、处理相关个人数据，并为发行人提供针对会员的营销服务。基于订单履行及会员管理需要，发行人及子公司亦会将会员信息中的部分信息（主要包括用户昵称、性别、手机号码、生日信息）、交易信息中的部分信息（主要包括店铺消费历史记录、订单信息）、发票信息（发票抬头、纳税人识别号以及用户收取发票的联系方式）备份于公司汉高 ERP 系统，该系统数据由北京火山引擎科技有限公司火山引擎系统存储并提供数据保护措施。发行人及子公司就个人数据的相关事项制定了《用户协议》《商家隐私声明》，个人用户在上述微信小程序上进行注册或使用特定功能前，已明确知悉并同意《用户协议》《商家隐私声明》中有关个人信息收集、存储、使用、处理等相关事宜。

报告期内，发行人基于上述微信小程序收集的博士眼镜会员信息数量为 186.31 万条，前述所有会员的信息中均包含联系信息，其中共有 172.65 万会员与发行人存在交易，该等会员的信息中包含有店铺消费历史记录等交易信息。发行人未收集、存储用户真实姓名、居民身份证号等实名认证信息及银行卡号等支付信息。相关个人数据不存在存储于境外的情况。

b. 支付宝小程序

根据发行人的说明，并经本所律师核查，江西新云程运营的支付宝小程序主要用于门店引流及天猫店铺引流，除个人用户查看附近门店时需要提供位置信息且已进行明确告知外，不存在收集、处理、存储个人数据的情形。

c. 微信公众号、视频号

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，汉高信息运营的微信公众号“杭州汉高企业”报告期内存在收集个人数据的情况，该公众号主要用于内

部测试公众号各项服务功能，报告期内收集个人数据 38 条。汉高信息已就“杭州汉高企业”制定了《隐私政策协议》，在收集个人数据之前明确告知个人用户个人信息处理者的目的、处理方式等相关事宜，第三方机构已出具合规评测意见。

根据发行人的说明，并经本所律师核查，除微信公众号“杭州汉高企业”外，发行人及子公司通过其他微信公众号向个人用户展示品牌、商品信息或引流至小程序，通过微信视频号向个人用户展示商品信息，无需用户注册，不存在收集、处理、存储个人数据的情形。

②发行人入驻第三方平台涉及个人数据收集、存储的情况

根据发行人提供的资料及说明，报告期内，发行人及子公司通过入驻淘宝、天猫、京东、抖音、快手、拼多多、小红书、微博、美团及大众点评、得物、网易严选等第三方网络平台进行品牌宣传及销售。个人用户按照前述第三方平台的规则与要求进行注册及登录，并使用该等平台提供的服务，发行人及子公司根据平台规则获取并使用个人用户的个人数据（主要为平台账户信息、收货姓名、不支持导出的收货地址、虚拟或脱敏手机号，以及平台用户主动提交的评论信息等），不存在收集、处理、存储个人数据的情形。

（2）发行人未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务、不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，无需取得相应资质，经营合法合规

根据发行人的说明，发行人未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在对相关数据挖掘及提供增值服务的情况，无需取得相应资质。同时，发行人制定了用户信息安全管理制度、系统安全管理制度等信息安全管理制度，并建立了数据安全团队保障个人信息安全。

根据发行人及子公司信用报告及发行人的确认，报告期内，发行人及子公司开展上述业务符合国家相关法律法规的规定，不存在因违反有关个人信息保护及业务经营方面的法律法规而受到重大行政处罚的情形，经营合法合规。

3、本次募投项目相关情况

根据发行人的说明及《募集说明书》，发行人本次募投项目中，连锁眼镜门店建设及升级改造项目是在公司现有销售渠道的基础上实施的门店扩张及现有门店升级改造计划，是现有业务的扩产项目；总部运营管理中心及品牌建设项目是公司为了满足业务规模扩大而日益增长的管理需求，优化公司运营管理环境，提高品牌知名度和管理效率而实施；数字化平台升级建设项目是基于公司目前的信

息化系统现状，为保障各连锁门店高效有序运转，优化数据处理能力，提高公司全产业链的信息化水平而实施。本次募投项目的实施不会改变公司现有的业务模式，发行人仍将存在收集、存储个人数据的情况，但不涉及新增面向个人用户的业务类型，不涉及为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情形。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、报告期内，发行人及子公司主要从事眼镜零售连锁经营，其中直营门店及线上销售业务主要面向个人消费者，属于面向个人用户的业务。

2、发行人存在收集、存储个人数据的情况，相关行为已取得用户的同意和授权或按照相关第三方平台规则进行。发行人未为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情况，无需取得相应资质。发行人已制定用户信息安全管理、系统安全管理制度等信息安全管理制度并建立了数据安全团队保障个人信息安全，报告期内，发行人及其子公司开展业务符合国家相关法律法规的规定，不存在因违反有关个人信息保护及业务经营方面的法律法规而受到重大行政处罚的情形，经营合法合规。

3、本次募投项目的实施不会改变公司现有的业务模式，发行人仍将存在收集、存储个人数据的情况，但不涉及新增面向个人用户的业务类型，不涉及为客户提供个人数据存储及运营的相关服务，也不存在对相关数据挖掘及提供增值服务等情形。

三、发行人线上销售业务、各类咨询服务的经营模式和具体内容，是否涉及国家发改委《市场准入负面清单（2025年版）》中相关情形，发行人及本次募投项目是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域，如是，相关业务的主要内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规。

（一）核查程序

1、核查发行人及其子公司工商登记的经营范围，就发行人提供咨询服务的具体情况取得了发行人出具的书面说明，并与《市场准入负面清单（2025年版）》进行比对，确认是否存在禁止准入及许可准入事项。

2、访谈相关业务负责人，就发行人及本次募投项目中是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域、相关业务的主要内容以及财务数据取得了发行人出具的书面说明，并与《市场准入负面清单（2025年版）》进行比对，确认是否存在禁止准入及许可准入事项。

3、登录微信、抖音、京东、天猫等相关线上平台，了解发行人运营的第三方线上平台账号及店铺从事宣传推广、直播及短视频业务的具体内容。

4、取得发行人出具的书面说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询发行人及子公司是否存在与广告、直播及短视频业务相关的行政处罚。

（二）核查内容

1、发行人线上销售业务、各类咨询服务的经营模式和具体内容，是否涉及国家发改委《市场准入负面清单（2025年版）》中相关情形

（1）线上销售业务

发行人线上销售业务的经营模式及具体内容详见上文“1、发行人及子公司互联网相关业务及经营的具体情况”部分所述。该等线上销售业务不涉及《市场准入负面清单（2025年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。

（2）咨询服务

截至报告期末，发行人工商登记的经营范围中包括企业管理咨询、经济信息咨询、投资咨询、商品信息咨询、信息技术咨询服务、健康咨询（不含医疗行为）等咨询内容，同时，发行人部分控股子公司的工商登记经营范围中亦包含了相关咨询服务内容。

根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人及其控股子公司下属门店向消费者销售眼镜等产品时，可能同时向其提供配镜及用眼健康方面的配套咨询服务，该等咨询服务不涉及《市场准入负面清单（2025年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。除此之外，发行人及其控股子公司不存在向第三方提供咨询服务的情形。

2、发行人及本次募投项目是否涉及广告、影视文化、传媒出版、直播和短视频等领域，如是，相关业务的主要内容及收入占比情况，是否按照国家相关政策和行业主管部门有关规定开展业务，是否合法合规

（1）发行人涉及广告、影视文化及传媒出版领域的情况

①日常经营方面

根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，因经营需要，发行人及其控股子公司存在通过官网、微信公众号及第三方平台等线上渠道，以及实体门店、发布会等线下渠道为其销售的相关产品进行宣传及推广的情形。该等宣传及推广业务占发行人报告期内各期营业收入的比例分别为 0.23%、0.18%、0.16% 及 0.15%。

根据发行人提供的资料及说明，经本所律师核查，该等宣传及推广业务不涉及广告设计制作、影视文化、传媒出版领域内容，不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可。

根据发行人提供的资料及说明，经本所律师核查，报告期内，发行人及其控股子公司的宣传及推广业务合法合规，不存在受到相关主管部门行政处罚的情形。

②本次募投项目方面

经本所律师核查，本次募投项目中，总部运营管理中心及品牌建设项目涉及线上线下广告推广内容，经本所律师访谈相关业务负责人，该等广告推广的具体内容为发行人通过在线上及线下发布广告的方式，对发行人品牌及相关产品合作方品牌进行宣传推广，不涉及需要前置审批特许经营的业务，无需取得相关资质许可。

（2）发行人涉及直播和短视频业务的情况

①日常经营方面

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，报告期内，发行人及控股子公司通过在天猫、抖音、快手、小红书及微信视频号等第三方网络平台上注册账号进行直播或短视频投放，主要用于眼镜产品的展示、宣传及销售。发行人及控股子公司根据该等第三方平台制定的规则进行直播及短视频投放，不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可。发行人在前述第三方平台开展直播和短视频业务的主要收入来源为博镜抖音直播间（抖音平台），2022 年 2 月开始运营，其线上交易总额占发行人报告期内各期营业收入的比例分别约为 0.77%、1.98%、1.12% 及 1.20%。报告期内，发行人未在自有网站、微信公众号及应用小程序开展直播活动。

根据发行人出具的说明、主管部门出具的企业信用报告，并经本所律师核查，报告期内，发行人及其控股子公司直播及短视频业务合法合规，不存在受到相关主管部门行政处罚的情形。

②本次募投项目方面

经本所律师核查，本次募投项目中，总部运营管理中心及品牌建设项目拟建设直播基地。经本所律师访谈发行人相关业务负责人，发行人计划在总部运营管理中心中划分约 220 m²场地用于直播基地建设，建成后用于发行人相关品牌线上门店在第三方平台上从事直播活动，不涉及在自有网站、微信公众号及应用小程序开展直播活动，不涉及向其他第三方提供直播服务，无需取得相关资质许可。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人从事的线上销售业务不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。发行人眼镜门店向消费者销售眼镜等产品时，可能同时向其提供配镜及用眼健康等方面的配套咨询服务，该等咨询服务不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项。

2、发行人及本次募投项目中不涉及影视文化、传媒出版领域，发行人存在为销售的相关产品进行宣传及推广的情形，该等业务占发行人各期营业收入的比例较低。该等业务不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可，发行人报告期内不存在受到相关主管部门行政处罚的情形，经营合法合规。

3、发行人及本次募投项目中存在通过第三方网络平台、依据第三方平台规则进行直播及短视频投放的情形，未在自有网站、微信公众号及应用小程序开展直播活动，该等业务占发行人报告期内各期营业收入的比例较低。该等业务不涉及《市场准入负面清单（2025 年版）》中相关禁止准入及许可准入事项，无需取得相关资质许可，发行人报告期内不存在受到相关主管部门行政处罚的情形，经营合法合规。

四、发行人及本次募投项目是否涉及经营医疗美容或医疗器械产品服务，是否存在美容服务、美容仪器销售等业务，上述业务所需具备的具体资质及取

得情况、执业医师数量，日常经营是否合法合规，是否存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展是否符合相关规定要求。

（一）核查程序

1、查阅了发行人及子公司取得的医疗器械经营相关资质证书及备案凭证。

2、查询了《医疗美容服务管理办法》《医疗美容项目分级管理目录》，登录国家药品监督管理局官网之医疗器械分类目录查询。

3、查阅了发行人工商登记的经营范围及其他业务收入明细，了解是否存在医疗美容业务，并取得了发行人就关于发行人及本次募投项目是否涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售业务出具的书面说明。

4、取得了发行人出具的书面说明、主管部门出具的企业信用报告，登录主管部门网站查询了发行人及子公司是否存在因违反医疗器械相关规定而受到行政处罚的情形以及是否存在医疗事故或医疗纠纷。

（二）核查内容

1、发行人及本次募投项目涉及经营医疗器械产品销售业务，该业务需具备的相关资质均已取得

根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人及本次募投项目中涉及线上及线下方式销售隐形眼镜及相关护理产品，以及线下销售角膜塑形镜，前述产品属于第三类医疗器械产品，从事前述产品的销售需取得《医疗器械经营许可证》，同时进行线上医疗器械销售的，需办理相应的网络销售备案凭证，但无需配备执业医师。除此之外，发行人及子公司不存在提供其他医疗器械产品服务的情况。

截至报告期末，发行人及其控股子公司中进行上述第三类医疗器械产品销售的主体均已经取得《医疗器械经营许可证》，涉及线上销售隐形眼镜及相关护理产品的，均已办理网络销售备案凭证。

2、发行人及本次募投项目不涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售等业务

根据《医疗美容服务管理办法》第二条，医疗美容是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑，具体包括美容外科、美容牙科、美容皮肤科和美容中医科。截至报告期末，发行人及其控股子公司工商登记的经营范围中不涉及“医疗美容”“美容”相关内容。

根据发行人出具的说明，并经本所律师登录国家药品监督管理局官网之医疗器械分类目录查询确认，发行人销售的隐形眼镜及其护理产品、角膜塑形镜均属于医疗器械分类目录“眼科器械”之“眼科矫治和防护器具”，不会用于《医疗美容项目分级管理目录》中列示的医疗美容项目，不属于医疗美容仪器。

基于上述，同时根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，发行人及本次募投项目均不涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售等业务。

3、发行人日常经营合法合规，不存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展符合相关规定要求

根据发行人的说明、主管部门出具的企业信用报告并经本所律师核查，报告期内，发行人及其控股子公司日常经营合法合规，不存在医疗事故或重大医疗纠纷以及受到相关主管部门行政处罚的情形，发行人的业务开展符合相关规定要求。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人及本次募投项目中涉及经营医疗器械产品的销售业务，该业务需具备的相关资质均已取得。报告期内，发行人日常经营合法合规，不存在医疗事故或医疗纠纷，业务开展符合相关规定要求。

2、发行人及本次募投项目不涉及经营医疗美容服务及美容仪器销售等业务。

五、公司是否持有住宅、商业用地、商业房产等，如是，说明取得上述房产、土地的方式和背景，是否涉及房地产开发相关业务，并说明本次募投项目是否用于房地产业务。

（一）核查程序

1、查阅了发行人提供的固定资产清单、不动产登记信息查询文件及不动产权证书。

2、查阅了发行人对外出租房产的房屋租赁合同及租金收入凭证。

3、登录企查查网站核查发行人及其子公司工商登记的经营范围。

4、查阅了本次募投项目可行性研究报告，并取得了发行人就本次募投项目不用于房地产业务出具的承诺及书面说明。

（二）核查内容

1、发行人持有的房产及其取得方式、背景

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人持有 3 处商业房产，建筑面积合计 556.21 m²，账面价值为 2,181.88 万元，具体情况如下：

序号	产权证号	坐落地	建筑面积 (m²)
1	深房地字第 3000742202 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南 荣超经贸中心 503	311.38
2	深房地字第 3000742203 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南 荣超经贸中心 502	121.22
3	深房地字第 3000742204 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南 荣超经贸中心 501	123.61

该等房产系发行人于 2013 年因经营办公所需购买取得，随着发行人业务及人员规模发展壮大，该等房产已无法满足发行人的办公需求，因此，发行人于 2017 年搬离该等房产，并将其对外出租以提高资产使用效率。该等房产 2024 年度的租金收入为 81.04 万元，占发行人 2024 年度营业收入的 0.07%，占比较低。

除此之外，截至报告期末，发行人及其控股子公司未持有其他住宅、商业用地及商业房产。

2、发行人不涉及房地产开发相关业务

根据《城市房地产开发经营管理条例》第二条及第三十条，房地产开发经营是指房地产开发企业在城市规划区内国有土地上进行基础设施建设、房屋建设，并转让房地产开发项目或者销售、出租商品房的行为。房地产开发企业是以营利为目的，从事房地产开发和经营的企业。

根据发行人提供的资料及说明，并经本所律师核查，截至报告期末，发行人及其控股子公司经营范围均不包括“房地产开发”或“房地产经营”等字样，未取得房地产开发相关资质，亦不存在从事房地产开发相关业务的情形及计划。

3、本次募投项目不用于房地产业务

根据本次募投项目可行性研究报告及发行人的说明，本次募投项目中，连锁眼镜门店建设及升级改造项目、数字化平台升级建设项目及补充流动资金均不涉及房产或土地购置，不涉及房地产业务。

总部运营管理中心及品牌建设项目中，发行人计划在发行人总部深圳购置办公场所作为总部运营管理中心，用于满足办公需求并增强综合管理能力，发行人不会对外出租使用本次募集资金购置的房产，不涉及房地产业务。

同时，为确保募集资金不变相流入房地产业务，发行人已出具承诺，发行人将严格按照募集说明书披露的用途，规范使用募集资金，不会通过任何方式使本次募集资金直接或变相用于房地产开发、经营、销售等业务，亦不会通过其他方式使本次募集资金直接或间接流入房地产开发领域。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、截至报告期末，发行人持有 3 处商业房产，系发行人于 2013 年因经营办公所需购买取得，除此之外，发行人及其控股子公司未持有其他住宅、商业用地及商业房产，发行人及其控股子公司不存在从事房地产业务的情形及计划。

2、本次募投项目不用于房地产业务，且发行人已出具承诺，不会通过任何方式使本次募集资金直接或变相用于房地产开发、经营、销售等业务，亦不会通过其他方式使本次募集资金直接或间接流入房地产开发领域。

六、结合相关财务报表科目的具体情况，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》等相关规定。

（一）核查程序

1、查阅了《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》中关于财务性投资（包括类金融业务）的有关规定，并查阅发行人截至报告期末相关会计科目明细及可能涉及的财务性投资情况。

2、查阅了发行人财务性投资相关事项的明细清单、公告文件、投资合同及支付凭证等资料。

3、登录企查查网站核查发行人的相关股权投资标的公司情况。

4、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）

截至报告期末，发行人财务报表中可能涉及财务性投资（包括类金融投资）的报表项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	账面价值	财务性投资金额	占归属于母公司所有者权益的比例
1	交易性金融资产	27,466.62	1.99	0.00%
2	预付账款	574.98	--	--
3	其他流动资产	15,708.94	--	--
4	长期股权投资	300.22	--	--
5	投资性房地产	2,181.88	--	--
6	其他非流动金融资产	6,284.50	5,281.93	6.23%
合计		52,517.14	5,283.92	6.23%

注：上述合计数与各明细数相加之和在尾数上如有差异，系四舍五入所致，下同。

（1）交易性金融资产

截至报告期末，发行人的交易性金融资产主要为发行人为充分利用闲置营运资金，提高资金使用效率而购买的理财产品，其安全性高、期限较短、流动性好、风险较低。其中，国信鑫私享固收策略信久 19 号 FOF 单一资产管理计划的风险等级为 R3 中风险，属于财务性投资。兴银理财丰利灵动稳享悦盈三个月持有期 1 号增强型固收类理财产品 9S123010 未设业绩比较基准，但该产品为风险等级 R2 的中低风险产品，截至报告期末，该产品持有期的实际收益率为 2.32%（年化计算），与其风险等级匹配。该理财产品不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资。

基于上述，本所律师认为，除国信鑫私享固收策略信久 19 号 FOF 单一资产管理计划产品以外，发行人购买的其他理财产品目的是在充分满足流动性的前提下进行现金管理，风险较低，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资。

（2）预付账款

截至报告期末，发行人的预付账款主要为预付供应商的货款等，与发行人主营业务密切相关，不属于财务性投资或类金融投资，具体如下：

单位：万元

序号	名称	账面余额	款项性质
1	Regulus Consulting PTE Ltd.	81.90	预付货款
2	上海弘升光学眼镜有限公司	43.45	预付货款
3	华润集团	21.86	预付其他费用
4	北京火山引擎科技有限公司	18.17	预付其他费用

序号	名称	账面余额	款项性质
5	安徽易才云科数字科技有限公司	13.20	预付其他费用
6	其他预付账款主体	396.40	预付货款、房租等
合计		574.98	--

（3）其他流动资产

截至报告期末，发行人的其他流动资产主要为一年内到期的大额存款，具体如下：

单位：万元

项目	金额
一年内到期的大额存款	15,240.82
预计退货成本	276.48
待认证待抵扣的增值税	106.47
预缴税款	0.55
债券发行费用	84.62
合计	15,708.94

①一年内到期的大额存单

发行人的大额存单均系大型商业银行提供的存款产品，本金及利息收益固定且风险极低，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资，具体情况如下：

单位：万元

存放银行	金额	利率
光大银行	8,749.30	3.25%
建设银行	1,080.94	3.10%
工商银行	5,410.58	3.10%
合计	15,240.82	--

②其他

截至报告期末，发行人除一年内到期的大额存款外的其他流动资产主要是待认证待抵扣的增值税及预计退货成本等，均为日常经营活动产生，不属于财务性投资或类金融投资。债券发行费用为本次发行产生的前期费用，不属于财务性投资或类金融投资。

（4）长期股权投资

截至报告期末，发行人的长期股权投资为发行人投资雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司 20% 股权。该投资系发行人与雷鸟创新战略合作的一部分，主要为了整合雷鸟创新在智能眼镜领域的研发能力、工程技术能力，以及发行人在专业

视光、设计、渠道等方面优势，共同开拓智能眼镜市场，与发行人主营业务密切相关，不属于财务性投资。

（5）投资性房地产

截至报告期末，发行人的投资性房地产为发行人对外出租的旧办公楼使用权，不属于财务性投资。

（6）其他非流动金融资产

截至报告期末，发行人的其他非流动金融资产主要为发行人投资的产业基金、股权投资及部分理财产品，其中属于财务性投资的金额为 5,281.93 万元，具体如下：

单位：万元

项目	截至报告期末账面金额	财务性投资金额
1、产业基金	6,283.80	5,281.93
温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）	1,849.16	1,849.16
无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）	3,432.77	3,432.77
无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	1,001.87	--
2、对眼科诊所的股权投资	0.71	--
成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）	0.71	--
合计	6,284.50	5,281.93

①产业基金

因温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）投资标的中存在 CAD、半导体等产业标的，发行人基于谨慎性考虑已将其认定为财务性投资。

无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）是用于投资雷鸟创新的特殊目的的实体。雷鸟创新主营业务属于发行人的上游智能眼镜领域，发行人目前已在 100 余家的眼镜门店中销售雷鸟创新生产的系列产品。该投资与发行人的协同效应强，发行人对其的股权投资属于围绕产业链上下游以获取技术、原料为目的的产业投资，不属于财务性投资。

②对眼科诊所的股权投资

发行人投资成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）系为扩大与医疗机构合作而进行的战略布局，投资目的是建立该等主体与发行人连锁门店之间的客户资

源互推机制，由诊所负责眼病诊疗、发行人门店承接验光配镜等非医疗性质需求。该等股权投资属于围绕产业链上下游以获取技术、渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

2、自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况

经本所律师核查，本次发行方案于 2025 年 2 月 7 日经发行人第五届董事会第九次会议审议通过。自本次发行相关董事会决议日前六个月（即 2024 年 8 月 7 日）至今，发行人不存在已实施或拟实施的财务性投资及类金融业务情况，具体如下：

（1）类金融业务

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在对融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务投资的情况。

（2）投资产业基金、并购基金

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在支付产业基金、并购基金投资资金，或披露对产业基金的投资意向、新签投资协议的情况。

（3）拆借资金

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在对外资金拆借、借予他人的情况。

（4）委托贷款

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在将资金以委托贷款的形式借予他人的情况。

（5）以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资的情况。

（6）购买收益波动大且风险较高的金融产品

本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人存在使用暂时闲置资金购买结构性存款或保本理财产品的情形，但上述产品不属于收益波动大且风险较高的金融产品。

（7）非金融企业投资金融业务

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在投资金融业务的情况。

（8）财务性股权投资

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在财务性股权投资。

3、是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》等相关规定

经本所律师核查，截至最近一期末，发行人持有的财务性投资金额占合并报表归属母公司净资产金额的 6.23%，低于 30%，最近一期末不存在金额较大的财务性投资（包括类金融）的情形；自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的情况，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》的相关要求。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、发行人最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融）的情形。

2、自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的情况。

3、发行人上述财务性投资情况符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》的相关要求。

七、相关科目为对外投资的，详细说明投资对象名称、认缴金额、实缴金额、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值等情况；对外投资未认定为财务性投资的，详细论证被投资企业与公司主营业务是否密切相关；投资标的主要业务为对外投资的，结合该投资标的对外（拟）投资企业情况、尚未使用完毕的认缴资金、持股目的等，说明未将该投资认定为财务性投资的原因及合理性；投资时点为自本次发行相关董事会前六个月至今的，说明是否涉及调减募集资金情形。

（一）核查程序

- 1、查阅了发行人与对外投资相关的会计科目明细表，以及该等科目项下所涉投资合同、出资凭证等资料。
- 2、登录企查查网站查阅相关投资对象的注册资本/出资额、股权结构、经营范围及对外投资等相关信息。
- 3、取得了发行人出具的书面说明。

（二）核查内容

1、对外投资科目的投资对象名称、认缴金额、实缴金额、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值等情况

经本所律师核查，截至报告期末，发行人涉及对外投资的科目主要为长期股权投资及其他非流动金融资产，具体情况如下：

单位：万元

科目	投资对象名称	认缴金额	实缴金额	初始投资时点	后续投资时点	持股比例	账面价值
长期股权投资	雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司	300.00	300.00	2024年8月 ¹	不涉及	20.00%	300.22
其他非流动金融资产	温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）	2,000.00	2,000.00	2019年12月	不涉及	20.00%	1,849.16
	无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）	10,000.00 ²	3,000.00	2022年8月	不涉及	8.69%	3,432.77
	无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	500.00	500.00	2022年12月	不涉及	14.22%	1,001.87
	成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）	8.20	8.20	2021年8月	不涉及	10.00%	0.71

注 1：发行人于 2024 年 8 月签订关于雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司的投资协议，并于 2025 年 1 月实缴全部出资；

注 2：发行人于 2025 年 3 月 20 日披露公告，载明决定不再对无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）进行后续投资，已投资金不受影响。

2、未认定为财务性投资的对外投资企业与发行人主营业务密切相关

经本所律师核查，截至报告期末，发行人的对外投资科目中未认定为财务性投资的被投资企业为雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司。根据发行人提供的资料及说明，该被投资企业与发行人主营业务密切相关，具体如下：

发行人投资雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司是为把握智能眼镜重大市场机遇而进行资源投入的重要组成部分。随着人工智能等技术的快速发展，智能眼镜等设备集成了图像识别、语音助手、翻译、实时拍照等功能，不仅能够提供视力矫正功能，还满足消费者的多种需求，使得智能眼镜在教育、娱乐、运动、出行等多个领域展现出广泛的应用前景，智能眼镜有望成为 AI 技术落地的最佳硬件载体之一，也是近年来增速最快的智能硬件之一，市场渗透率正在快速提高。在此背景下，发行人内部设置了覆盖产业研究、产业链投资、商品采购与产品定义、展区设置等不同职能的智能眼镜专项小组，拟通过在智能眼镜领域组织一系列产业投资、进行恰当的选品与销售、对门店进行展位设置改造等方式进行投入，把握重大市场机遇。

发行人与雷鸟创新于 2022 年启动联合实验室，基于发行人在视光产品设计、验光配镜专业技术、广泛的线下门店渠道等方面的优势，及雷鸟创新在智能眼镜消费级 AI+AR 生态架构、多模态 AI 语音助手及智能眼镜整机设计等方面的优势，共同开展产品设计及推广。发行人与雷鸟创新合资设立雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司，是双方为共同拓展智能眼镜市场的重要环节及深度合作。智能眼镜既有穿戴式电子设备属性，也有视光产品属性，因此需要整合雷鸟创新及发行人上述方面优势，为用户提供更高质量的产品与服务。发行人对雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司的投资已取得初步成效，在发行人提供产品舒适度、美观性等设计研发支持的基础上，“雷鸟 V3” 拍摄眼镜已于 2025 年 1 月正式上市。

基于上述，发行人投资雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司是为把握智能眼镜市场的重大机遇而进行资源投入的重要组成部分，是发行人与雷鸟创新深度合作的重要环节，该投资已形成新产品投向市场，已取得初步成效。因此，该投资是发行人围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的战略性产业投资。

3、投资标的主要业务为对外投资的，结合该投资标的对外（拟）投资企业情况、尚未使用完毕的认缴资金、持股目的等，说明未将该投资认定为财务性投资的原因及合理性

截至报告期末，发行人投资的主要业务为对外投资的主体，主要包括温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）及成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）。

其中，温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）已认定为财务性投资。发行人未将无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）及成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）认定为财务性投资的原因如下：

（1）无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）

截至报告期末，无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）是专门用于投资雷鸟创新的平台，不存在其他投资标的或拟投资标的，不涉及尚未使用完毕的认缴资金。同时，把握智能眼镜重大市场机遇，增加资源投入是发行人的重要业务策略，雷鸟创新是我国智能眼镜领域的重要参与者之一，发行人通过无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）投资雷鸟创新是与其加深合作并向产业链上游延伸，推动智能眼镜产品落地与市场扩展的重要手段。发行人目前已在 100 余家的眼镜门店中销售雷鸟创新的智能眼镜产品，并与雷鸟创新设立了合资公司，“雷鸟 V3”拍摄眼镜已上市销售。因此，发行人投资无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）是围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的产业投资，未将该投资认定为财务性投资具有合理性。

（2）成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）

截至报告期末，成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）不存在投资标的或拟投资标的，不涉及尚未使用完毕的认缴资金。发行人的投资目的是尝试加深门店与视光医疗服务领域的协同。该投资系围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的产业投资，未将该投资认定为财务性投资具有合理性。

4、投资时点为自本次发行相关董事会前六个月至今的，说明是否涉及调减募集资金情形

经本所律师核查，发行人对雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司长期股权投资的实缴出资时点处于本次发行相关董事会前六个月至本补充法律意见书出具日期间。该投资旨在把握智能眼镜市场发展机遇，通过与合作方战略协同，实现

技术资源整合与市场渠道拓展。本次投资属于产业战略投资范畴，以获取技术优势和市场份额为核心目标，不属于财务性投资，不涉及调减募集资金情形。

（三）核查结论

基于上述，本所律师认为：

1、截至报告期末，发行人涉及对外投资的科目主要为长期股权投资及其他非流动金融资产，未认定为财务性投资的对外投资企业与发行人主营业务密切相关，系围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的战略性产业投资。

2、截至报告期末，发行人投资的主要业务为对外投资的投资标的不存在其他投资标的或拟投资标的，不涉及尚未使用完毕的认缴资金，是围绕产业链上下游，以获取技术、市场为目的的产业投资，未将该等投资认定为财务性投资具有合理性。

3、实缴出资时点为自本次发行相关董事会前六个月至本补充法律意见书出具之日的投资标的不属于财务性投资，不涉及调减募集资金情形。

第三节 期间内相关法律事项的补充核查意见

一、本次发行的批准和授权

发行人于 2025 年 4 月 9 日召开 2025 年第一次临时股东大会，审议通过了与本次发行有关的议案，本次发行决议自股东大会审议通过之日起 12 个月内有效。经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人股东大会作出的关于本次发行的批准和授权仍在有效期内，发行人未就本次发行作出新的批准和授权，亦未对原批准和授权内容作出撤销或变更。

本所律师认为，发行人已就本次发行获得了其内部权力机构的批准，但尚需经深交所审核并报中国证监会履行注册程序。

二、发行人本次发行的主体资格

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人本次发行的主体资格未发生变化，具备《证券法》《公司法》《注册管理办法》及其他规范性文件规定的关于本次发行的主体资格。

三、本次发行的实质条件

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人本次发行除尚需经深交所审核并报中国证监会履行注册程序外，符合《公司法》《证券法》《注册管理办法》等法律、行政法规和规范性文件规定的实质条件。

四、发行人的独立性

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人的业务、资产、人员、机构和财务的独立性未发生变化，发行人资产完整，人员独立、财务独立、机构独立、业务独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

五、发行人的主要股东及实际控制人

（一）主要股东

根据中登公司提供的发行人股东名册及发行人《2025 年第三季度报告》，截至期间末，发行人总股本为 227,854,160 股，前十大股东持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	LOUISA FAN	48,517,415	21.29
2	ALEXANDER LIU	43,628,344	19.15
3	江西江南道企业管理有限公司	2,417,401	1.06
4	中国建设银行股份有限公司－民生加银持续成长混合型证券投资基金	1,918,680	0.84
5	银华基金－中国人寿保险股份有限公司－传统险－银华基金国寿股份成长股票传统可供出售单一资产管理计划	1,619,333	0.71
6	香港中央结算有限公司	1,152,192	0.51
7	何时金	858,970	0.38
8	杨秋	831,726	0.37
9	刘开跃	702,144	0.31
10	李渊杰	684,070	0.30

（二）实际控制人

根据发行人提供的资料，期间内，发行人的控股股东、实际控制人均未发生变化。截至期间末，ALEXANDER LIU 直接持有发行人 19.15% 的股份，LOUISA FAN 直接持有发行人 21.29% 的股份；LOUISA FAN 及 ALEXANDER LIU 合计控制发行人 40.44% 的股份，ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 及其一致行动人刘开跃所持发行人股份均不存在股份质押的情况。

六、发行人的股本及其演变

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，发行人期间内总股本未发生变化。

经本所律师核查，发行人自 2021 年 9 月 28 日办理完毕注册资本变更的工商登记手续后，尚未就此后的历次注册资本变更办理工商登记手续。

根据发行人出具的说明，因发行人 2021 年激励计划的行权期限较长，经与深圳市市监局工作人员沟通，发行人将于 2021 年激励计划全部行权完毕后统一办理期间所涉注册资本变更事宜的工商登记手续。

2025 年 10 月 28 日，发行人第五届董事会第十六次会议审议通过了《关于变更注册资本、修订〈公司章程〉并办理工商变更登记的议案》，因发行人 2021 年限制性股票与股票期权激励计划首次授予股票期权第三个行权期已届满、限制

性股票回购注销以及 2024 年度权益分派事宜实施完毕，发行人总股本已由 174,274,571 股增至 227,854,160 股，注册资本由 174,274,571 元增至 227,854,160 元，同意据此修订公司章程并办理工商变更登记手续。同时，同意将该议案提交发行人将于 2025 年 12 月 23 日召开的 2025 年第二次临时股东会审议。

综上，本所律师认为，除上述尚未履行《公司章程》修改及工商备案手续的情形，以及 2021 年激励计划所涉部分授予、回购注销及行权、2024 年度权益分派事项导致的股本变动尚未完成工商变更登记外，发行人的股本及其演变均已根据法律、法规及《公司章程》的规定履行了必要的法律手续，合法有效。

七、发行人的业务

（一）发行人的经营范围和经营方式

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人经营范围、主营业务、经营方式未发生变化。

本所律师认为，期间内，发行人的经营范围和经营方式符合有关法律、行政法规和规范性文件的规定。

（二）发行人的业务资质

根据发行人提供的业务资质证书，并经本所律师核查，截至期间末，发行人经营业务主要涉及的资质证书的具体情况详见本补充法律意见书“附件：发行人的业务资质”。

除上述主要资质外，根据发行人提供的资料及出具的说明，并经本所律师核查，发行人及控股子公司部分门店涉及销售预包装食品及保健食品，该等门店均已办理相应食品经营备案；发行人及控股子公司部分门店涉及线上销售隐形眼镜及护理液，该等门店均已办理医疗器械网络销售备案。其余未办理食品经营备案或医疗器械网络销售备案的门店不存在开展对应经营的情况。

本所律师认为，发行人及其境内子公司正在从事的业务已经取得相应的行政许可，发行人及其境内子公司的经营范围和经营方式符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

（三）发行人在中国大陆以外的经营

1、发行人境外子公司所涉境内审批/备案情况

经本所律师核查，期间内，发行人未新增境外控股子公司，香港博士及香港博镜所涉境内审批/备案情况未发生变化。

2、境外子公司的经营情况

根据发行人的确认，期间内，上述境外控股子公司在香港开展业务的情况未发生变化，该等主体依法经营，不存在重大违法违规情形。

综上，本所律师认为，期间内，发行人在中国大陆以外的经营活动合法、合规、真实、有效。

（四）发行人期间内主营业务突出

根据发行人的确认，发行人在期间内主营业务突出，且未发生变更。

（五）发行人不存在持续经营的法律障碍

根据发行人《2025 年第三季度报告》，发行人期间内的营业收入为 1,080,496,122.69 元，具有持续经营能力。

本所律师经核查后认为，发行人不存在持续经营的法律障碍。

八、关联交易及同业竞争

（一）发行人的主要关联方

经本所律师核查，截至期间末，发行人的主要关联方包括：

1、发行人的实际控制人

发行人的实际控制人为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN。

2、发行人董事、监事、高级管理人员

发行人的董事为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN、刘之明、何庆柏、郑庆秋、戴新召、兰佳（独立董事）、王伟（独立董事）、廖素华（独立董事）；监事为杨晓民、闫寒、张笑丽；高级管理人员为 LOUISA FAN、何庆柏、郑庆秋、丁芸洁、康海文、周演文、杨勇。

3、由上述第 1-2 项所涉关联自然人直接或间接控制的，或由前述关联自然人担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织（发行人及其控股子公司除外）

序号	名称	关联关系
1	博成（香港）有限公司	发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 控制的企业

序号	名称	关联关系
2	江西江南道企业管理有限公司	发行人董事、高级管理人员何庆柏担任执行董事兼总经理的企业
3	北京三文孔文旅发展有限公司	发行人独立董事兰佳持股 70%，并担任执行董事兼总经理的企业
4	曲阜三文孔文旅发展有限公司	发行人独立董事兰佳通过北京三文孔文旅发展有限公司实际控制的企业
5	共青城筑粤新能源产业投资合伙企业（有限合伙）	发行人独立董事兰佳持有 99% 份额并担任 GP 的企业
6	共青城中陆海新能源产业投资合伙企业（有限合伙）	发行人独立董事兰佳持有 99% 份额并担任 GP 的企业
7	北京智度德正投资有限公司	发行人独立董事兰佳担任执行董事兼经理的企业
8	广东新希望新农业股权投资基金管理有限公司	发行人独立董事兰佳担任董事的企业
9	深圳市视光学会	发行人独立董事廖素华担任会长的社会组织
10	深圳万物新材料科技有限公司	发行人独立董事廖素华持股 46.67% 的企业
11	深圳视光科技有限公司	发行人独立董事廖素华通过深圳万物新材料科技有限公司实际控制的企业
12	广州华科生物科技有限公司	发行人高级管理人员康海文持股 51% 的企业

4、其他关联自然人

前述第 1-2 项所述关联自然人关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

5、其他关联法人

前述第 4 项关联自然人直接或间接控制的，或由前述关联自然人担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织。

（二）发行人与关联方之间的重大关联交易

根据发行人提供的相关资料，并经本所律师核查，发行人期间内发生的重大关联交易为关键管理人员报酬，期间内发生金额为 7,771,480.87 元。

（三）经本所律师核查，发行人期间内发生的关联交易均是在交易各方平等协商的基础上达成的，以市场价格为依据，定价公允，并按照《上市规则》《公司章程》及其他内部规章制度的规定履行了必要的决策程序，不存在损害发行人及其他股东利益的情况。

（四）经本所律师核查，发行人根据相关法律、行政法规和规范性文件的规定制定了《公司章程》，并制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独

立董事工作制度》以及内部授权管理制度等，对关联交易的决策权限和程序作出了具体明确的规定，对关联交易的公允性提供了决策程序上的保障，体现了保护中小股东利益的原则。

本所律师认为，发行人已在《公司章程》及其他内部规章制度中明确了关联交易的公允决策制度，该等制度符合有关法律、法规及规范性文件的规定。

（五）同业竞争

根据发行人提供的资料和说明，并经本所律师核查，期间内，发行人与实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争。

经本所律师核查，为避免在未来业务发展过程中出现与发行人的同业竞争，发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 已向发行人出具《关于避免同业竞争的承诺函》。

九、发行人的主要财产

（一）不动产

经本所律师核查，截至期间末，发行人及其子公司持有不动产的情况未发生变化。

（二）在建工程

根据发行人《2025 年第三季度报告》及发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至期间末，发行人的在建工程仍为门店装修，账面余额为 270,225.20 元。

（三）知识产权

1、商标

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，发行人新增取得 2 项境内商标，具体情况如下：

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
1	发行人	INNOO	76793070	9	2025.07.14	2035.07.13	原始取得
2	发行人	泽樂	82423030	44	2025.08.21	2035.08.20	原始取得

除上述情形外，期间内，发行人及其子公司持有注册商标的情况未发生变化。

2、专利

根据发行人提供的资料，经本所律师核查，期间内，发行人及其子公司持有专利的情况未发生变化。

3、计算机软件著作权

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人及其子公司持有计算机软件著作权的情况未发生变化。

4、作品著作权

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人及其子公司持有作品著作权的情况未发生变化。

5、域名

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人及其子公司持有域名的情况未发生变化。

（四）对外投资

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人新增 4 家控股子公司，具体情况如下：

序号	子公司名称	子公司类型	成立时间	注册资本 (万元)	注册地
1	北京博镜眼镜有限公司	第一级全资	2025.08.28	50	北京市昌平区
2	北京博炯眼镜有限公司	第一级全资	2025.08.26	50	北京市大兴区
3	江西镜晰光学实业有限公司	第二级控股	2025.06.25	50	江西省南昌市
4	江西新博视清光学实业有限公司	第二级控股	2025.06.23	50	江西省南昌市

根据发行人提供的资料及说明，除新增上述子公司及注销子公司贵阳博视贸易有限公司外，期间内，发行人对外投资情况未发生变化。

（五）根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人以合法方式取得上述财产的所有权或使用权，除本补充法律意见书已披露情形外，期间内，上述财产不存在产权纠纷。

（六）根据发行人提供的资料和说明，并经本所律师核查，除下述情形外，截至期间末，上述发行人主要财产的所有权或使用权的行使不存在限制，亦不存在其他担保或权利受限制的情况。

发行人与招商银行股份有限公司深圳分行于 2025 年 7 月 25 日签署《最高额质押合同》（编号：755XY250723T00004401），以发行人持有的第 ZL201721269

6304 号、第 ZL2017212779491 号专利为《授信协议》（编号：755XY250723T00 0044）项下授信期间为 2025 年 7 月 24 日至 2026 年 7 月 23 日的授信债权提供质押担保，质押期限为自《最高额质押合同》生效之日起至《授信协议》项下授信债权诉讼时效届满的期间，担保最高限额为 7,000 万元。

（七）不动产租赁情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至期间末，发行人及其控股子公司不存在土地租赁的情形，承租房产主要用于仓储物流、镜片加工、宿舍、办公以及自营门店经营。

1、仓储物流、加工、宿舍及办公用房租赁情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至期间末，发行人及其控股子公司未新增租赁仓储物流、镜片加工、宿舍及办公用房，上述用房期间内的续租情况如下：

序号	承租人	出租人	地址	面积 (m ²)	租赁期限
1	三亚博镜贸易有限公司	张小耐	三亚市下洋田望鹿山庄 D3 栋-102 房	120	2025.08.16-2026 .08.15

除上述情形外，期间内，发行人及其子公司本项下的房屋租赁情况，以及对应的房屋产权证书及有权出租证明提供情况、房屋租赁备案登记手续办理情况未发生变化。

2、自营门店房屋租赁情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至期间末，发行人及其控股子公司共租赁 394 处房产供其自营门店使用。

（1）租赁备案情况

经本所律师核查，上述自营门店所涉租赁房产中共 5 处租赁房产办理了租赁备案登记手续。

根据《中华人民共和国民法典》《商品房屋租赁管理办法》，发行人及其控股子公司未办理房屋租赁备案登记手续，存在被当地主管部门责令限期改正以及如未能按要求改正而受到罚款的风险，但不影响租赁合同本身的法律效力。

（2）房屋产权证书及有权出租证明情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之

日，上述自营门店所涉租赁房产取得房屋产权证书及有权出租证明的情况如下：

①共 213 处租赁房产的出租方已提供房屋产权证书，且该等出租方均为租赁房产的产权人或提供了有权出租证明。

②共 50 处租赁房产的出租方已提供房屋产权证书，未能提供有权出租证明。

③未提供房屋产权证书的租赁房产中，共 82 处已取得由政府机构或事业单位、街道办出具的产权证明、产权人购房合同、土地权属证书及施工三证、商品房预售许可或法院文书等作为替代性产权证明；其他租赁房产未取得上述证明文件的主要原因包括出租方不愿提供或仅提供产权人、集体组织等不具有房屋产权管理职能的单位出具的产权证明等。

未能提供房屋产权证明的租赁房产中，有较大比例的房产选址位于大型购物中心及百货商超，相关房产因违规建设而需拆迁或相关门店被要求停业、搬迁的可能性相对较低。

基于上述，发行人及其控股子公司承租的上述房产存在因产权瑕疵或出租方权利瑕疵而不能使用的风险，以及因未办理租赁备案登记手续而被主管部门责令限期改正或处以罚款等行政处罚的风险，但租赁合同本身的法律效力不受影响。根据发行人出具的说明，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其控股子公司均不涉及与上述租赁房产相关的纠纷，未被要求搬迁，亦未因前述事项受到相关主管部门的行政处罚，上述租赁房产均在正常使用中。同时，发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 已承诺将承担因前述租赁事项可能给发行人及其控股子公司造成的全部损失。

因此，本所律师认为，上述情形不会对发行人经营造成重大不利影响，亦不会对本次发行构成实质性障碍。

十、发行人的重大债权债务

（一）重大合同

本章中所述重大合同，是指发行人及其子公司将要履行、正在履行的对发行人经营活动、未来发展或财务状况具有重大影响的业务合同。经本所律师核查，截至期间末，发行人及其子公司尚未履行完毕的重大合同如下：

1、销售合同

报告期内，结合发行人所处行业特点，客户主要通过发行人与发行人签署框架合同

后逐笔订单的方式，或直接通过订单方式向发行人提出采购需求。截至期间末，发行人正在履行的重大销售合同情况如下：

序号	客户名称	销售产品类型	合同类型	有效期
1	客户 A	镜片、镜架、隐形眼镜等	框架合同	2023.08.29-2026.08.28

注：上述合同金额以逐笔订单为准。

2、采购合同

报告期内，结合发行人所处行业特点，发行人与主要供应商签署框架合同，在框架合同下按订单采购。截至期间末，发行人及其子公司正在履行的重大采购合同情况如下：

序号	供应商名称	采购产品类型	合同类型	有效期
1	依视路集团	太阳镜、镜架、镜片等	框架合同	2025.01.01-2025.12.31/ 2024.01.01-2025.12.31
2	开云瓊维（上海）眼镜贸易有限公司	太阳镜、镜架等	框架合同	2025.01.01-2025.12.31
3	特丽奥思眼镜（上海）有限公司	太阳镜、镜架等	框架合同	2023.01.01-2025.12.31
4	卡尔蔡司光学（广州）有限公司	镜片等	框架合同	2024.01.01-2026.12.31
5	豪雅（上海）光学有限公司	镜架、镜片等	框架合同	2025.01.01-2025.12.31

注：同一控制下企业已合并列示；上述合同金额均以逐笔订单为准。

3、重要门店经营场所合同

报告期内，发行人及其控股子公司下属门店通过签署租赁合同或合作协议的方式取得经营场所。截至期间末，发行人正在履行的重要门店经营场所合同情况如下：

序号	发行人/控股子公司名称	出租方/合作方名称	合同期限	具体门店
1	发行人	深圳市眼科医院	2022.04.01-2027.03.31	深圳福田区眼科医院店
2	杭州普立奥眼镜有限公司	华润新鸿基（杭州）有限公司	2024.10.24-2027.01.23	杭州富春路万象城店
3	发行人	华润（深圳）有限公司	2023.05.21-2026.05.20	深圳罗湖区万象城店
4	发行人	华润置地（深圳）有限公司	2023.03.20-2026.03.19	深圳南山区华润万象天地总统店

序号	发行人/控股子公司名称	出租方/合作方名称	合同期限	具体门店
5	杭州普立奥眼镜有限公司	华润新鸿基（杭州）有限公司	2024.03.01-2026.02.28	杭州万象城林德伯格专卖店

4、授信、借款及担保合同

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，截至期间末，发行人正在履行的主要授信、借款及担保合同情况如下：

序号	合同类型	授信人	被授信人	授信额度	授信到期日	担保方式
1	授信合同	中国银行股份有限公司深圳中心区支行	发行人	8,000 万元	2025.12.23	--
2	授信合同	招商银行股份有限公司深圳分行	发行人	7,000 万元	2026.07.23	发行人以 2 项实用新型专利提供质押担保

本所律师审慎核验之后认为，上述尚未履行完毕的重大合同或协议合法有效，该等合同或协议不存在潜在的纠纷或风险；发行人不存在已履行完毕但可能存在潜在纠纷的重大合同。

（二）根据发行人出具的说明和政府有关主管部门出具的证明文件，并经本所律师核查，截至期间末，发行人不存在因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权等原因而产生且尚未了结的侵权之债。

（三）根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，期间内，除本补充法律意见书已披露的情形外，发行人与关联方之间不存在其他重大债权债务关系及相互提供担保的情况。

（四）发行人其他应收款、其他应付款

截至期间末，发行人的其他应收款余额为 55,085,456.60 元，其他应付款余额为 18,373,846.68 元。根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人上述其他应收款、其他应付款系因正常的经营活动产生，合法有效。

十一、发行人的重大资产变化及收购兼并

（一）发行人已发生的重大资产变化及收购兼并

1、根据发行人的说明，并经本所律师核查，发行人期间内未发生股本变更；期间内发行人未发生合并、分立的情形。

2、根据发行人的说明，并经本所律师核查，期间内，发行人已发生的收购兼并情况未发生变化。

（二）根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人不存在重大股权投资、资产买卖行为，不存在重大资产出售/转让行为，不存在拟进行的重大资产置换、资产剥离、重大资产出售或收购等行为。

十二、发行人的公司章程

（一）发行人公司章程的修改

根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人公司章程在期间内未进行修改。

（二）发行人现行的公司章程

发行人现行有效的《公司章程》经于 2025 年 5 月 19 日召开的 2024 年度股东大会审议通过。

2025 年 10 月 28 日，发行人第五届董事会第十六次会议审议通过了《关于变更注册资本、修订<公司章程>并办理工商变更登记的议案》，并将该议案提交将于 2025 年 12 月 23 日召开的 2025 年第二次临时股东会审议。该次《公司章程》修改，除调整股本总额及注册资本外，主要是发行人取消监事会及根据《上市公司章程指引》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号—创业板上市公司规范运作》等相关法律法规的规定对《公司章程》进行相应调整。

综上，本所律师认为，发行人上述《公司章程》修改的安排符合《关于新<公司法>配套制度规则实施相关过渡期安排》的要求，拟提交股东会审议的《公司章程》系依据《公司法》《上市公司章程指引》等法律、行政法规和规范性文件制定，其内容符合现行法律、行政法规和规范性文件的规定。

十三、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人股东大会、董事会、监事会的召开、决议内容合法、合规、真实、有效；发行人股东大会、董

事会作出授权或重大决策，均履行了《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》及《董事会议事规则》所规定的决策程序，该等授权或重大决策行为合法、合规、真实、有效。

十四、发行人的董事、监事和高级管理人员及其变化

（一）发行人董事、监事和高级管理人员的任职

1、经本所律师核查，截至期间末，发行人董事共9名，分别为ALEXANDER LIU、LOUISA FAN、刘之明、何庆柏、郑庆秋、戴新召、兰佳、王伟、廖素华（其中，兰佳、王伟、廖素华为独立董事），均由发行人股东大会选举产生；发行人监事共3名，分别为杨晓民、闫寒、张笑丽，其中，杨晓民、闫寒由发行人股东大会选举产生，张笑丽由发行人职工代表大会选举产生；发行人高级管理人员共7名，分别为LOUISA FAN、何庆柏、郑庆秋、丁芸洁、康海文、周演文、杨勇，均由发行人董事会聘任。

2、根据发行人董事、监事和高级管理人员出具的书面承诺，并经本所律师核查，发行人董事、监事及高级管理人员不存在根据有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定不得担任董事、监事和高级管理人员的情形，且不存在下列情形：

（1）被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期；

（2）最近三年受到中国证监会行政处罚，或者最近一年受到证券交易所公开谴责；

（3）因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查。

综上，本所律师认为，发行人的董事、监事和高级管理人员系通过合法程序经选举或聘任产生，其等任职符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

（二）发行人期间内董事、高级管理人员的变化

1、发行人董事变化情况

经本所律师核查，发行人期间内董事未发生变化。

2、发行人高级管理人员变化情况

经本所律师核查，发行人期间内高级管理人员未发生变化。

（三）发行人独立董事

经本所律师核查，期间内，发行人独立董事的任职情况及任职资格、职权范围未发生变化，仍符合中国证监会《上市公司独立董事管理办法》等有关法律、法规和规范性文件的规定。

十五、发行人的税务

（一）根据发行人的确认，并经本所律师核查，期间内，发行人及子公司执行的主要税种及税率情况如下：

1、发行人及其子公司的主要税种、税率

序号	税种	税率
1	增值税	13%、9%、6%、5%、3%、1%
2	房产税	从价计征按 1.2%，从租计征按 12%
3	城市维护建设税	7%、5%
4	企业所得税	15%、20%、25%、16.5%、8.25%

注：香港博士及香港博镜企业所得税税率为应纳税所得额 200 万港币以内按 8.25% 纳税、应纳税所得额 200 万港币以上按 16.5% 纳税。

2、根据发行人的确认，发行人境外控股子公司香港博士、香港博镜执行的税种及税率符合所在地区相关法律的规定。

综上，本所律师认为，发行人及其子公司期间内执行的主要税种、税率符合相关法律、法规和规范性文件的要求。

（二）税收优惠

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，发行人及其子公司期间内享受的税收优惠政策未发生变化。

（三）根据发行人的确认，并经本所律师核查，发行人及其子公司期间内未收到 50 万元以上的财政补贴。

（四）发行人期间内的纳税情况

根据发行人出具的说明及相关税务主管部门出具的证明，并经本所律师核查，发行人及其子公司期间内依法纳税，不存在税务方面重大违法违规的情形。

十六、发行人的环境保护和产品质量、技术等标准

（一）根据相关生态环境部门出具的证明文件以及发行人出具的说明，期间内，发行人及其控股子公司在环境保护方面未发生重大环境污染事故和环境违法行为，经营活动均符合有关环境保护的要求，不存在因违反环境保护方面的法律、法规、规范性文件而受到行政处罚的情形。

（二）根据相关市场监督管理部门出具的证明文件以及发行人出具的说明，并经本所律师核查，发行人及其子公司在期间内产品质量和技术标准符合国家产品质量、技术标准相关法律法规的规定，不存在因违反有关产品质量和技术监督方面的法律法规而受到行政处罚的情形。

十七、发行人募集资金的运用

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，期间内，发行人募集资金的运用计划未发生变化。

十八、发行人的业务发展目标

根据发行人的说明，并经本所律师核查，期间内，发行人的业务发展目标未发生变化。

十九、诉讼、仲裁或行政处罚

（一）本所律师进行核查所受到的限制

根据中国相关诉讼法、《中华人民共和国仲裁法》《中华人民共和国行政处罚法》关于管辖的规定，且基于中国法院、仲裁机构并无统一、公开的案件受理、审理的查询渠道，本所律师对于发行人及其实际控制人、董事、监事及高级管理人员尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件情况的核查尚无法穷尽。

本所律师通过查询中国执行信息公开网、中国裁判文书网等网站公示信息，并取得上述主体提供的书面文件等方式对上述主体尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件情况进行核查并得出核查结论，且依赖于上述主体出具书面文件时严格遵守了诚实、信用原则。本补充法律意见书以所涉案件标的金额超过 1,000 万元为主要标准，并结合案件事由、所涉主体、所涉标的物等因素，根据审慎原则和重要性原则对尚未了结的诉讼、仲裁和行政处罚案件进行披露。

（二）发行人的重大诉讼、仲裁或行政处罚情况

1、诉讼

根据发行人提供的资料及确认，并经本所律师核查，截至期间末，发行人及其控股子公司不存在尚未了结的或可以预见的重大诉讼。

除此之外，截至本补充法律意见书出具之日，已出具律师文件已披露的 6 起商标权撤销复审行政纠纷诉讼的进展情况详见本补充法律意见书第二节“问题 1”。

本所律师认为，上述诉讼不会对发行人的经营产生实质性影响，亦不会对发行人本次发行构成重大不利影响。

2、仲裁

经本所律师核查，截至期间末，发行人及其控股子公司不存在尚未了结的或可以合理预见的、对发行人持续经营有重大不利影响的重大仲裁案件。

除此之外，根据发行人提供的资料及说明，截至本补充法律意见书出具之日，发行人新增 1 起案件标的金额超过 1,000 万元的仲裁案件，具体情况如下：

2023 年 2 月 28 日，发行人与汉高信息、洪良勇签署《关于杭州汉高信息科技有限公司之股权转让协议》（以下简称“《股权转让协议》”），约定发行人以 2,293.9528 万元受让洪良勇对汉高信息 204 万元的出资（对应汉高信息 68% 的股权）。

2023 年 3 月 28 日、2023 年 9 月 22 日，发行人分别向洪良勇支付股权转让款 1,146.9764 万元、81.9764 万元，合计 1,228.9528 万元。

2025 年 3 月 19 日，发行人与汉高信息、洪良勇签署《关于杭州汉高信息科技有限公司之股权转让协议之补充协议》（以下简称“《补充协议》”），约定发行人尚未支付的剩余股权转让款 1,065 万元延期至 2025 年 6 月 30 日支付，发行人无需承担任何违约责任。为降低发行人无法足额获得洪良勇因汉高信息子公司镜联易购未达成《股权转让协议》约定业绩承诺而应当向发行人支付的现金补偿的风险，发行人未根据《补充协议》的约定向洪良勇支付剩余股权转让价款。

2025 年 9 月 2 日，洪良勇以发行人未按照约定时间向其支付剩余股权转让款 1,065 万元为由，向深圳国际仲裁院提出仲裁申请，请求裁决发行人支付剩余股权转让款以及资金占用损失暂合计 10,706,021.92 元，并承担洪良勇就本案支付的律师费、仲裁费。

发行人于 2025 年 10 月收到本案仲裁通知书等仲裁资料，并于 2025 年 11 月向深圳国际仲裁院提出反请求申请，请求裁决洪良勇向发行人支付现金补偿 14,249,314.45 元，并承担发行人就本案支付的律师费、仲裁费。截至本补充法律意见书出具之日，本案尚未作出生效裁决。

根据发行人的说明，《股权转让协议》中约定了镜联易购在 2023 年、2024 年、2025 年（以下合称“业绩承诺期”）需完成的业绩指标。因业绩承诺期即将届满，根据镜联易购的经营情况，预计其已无法实现业绩承诺目标，因此，根据《股权转让协议》的约定，洪良勇将在业绩承诺期届满后向发行人支付现金补偿，且预计该现金补偿金额将高于发行人应支付的剩余股权转让价款金额。由于洪良勇向发行人支付现金补偿的债务到期后，发行人可以向其主张互负债务抵销，为降低发行人无法获得足额现金补偿的风险，发行人未根据《补充协议》的约定支付剩余股权转让价款。鉴于洪良勇已就该事项提请仲裁，故发行人依据《中华人民共和国民法典》第五百二十七条不安抗辩权提起了反请求申请。

上述仲裁所涉争议事项与发行人的主营业务无关，同时，即使按照最坏结果原则预计，假设仲裁机构裁决发行人向洪良勇支付剩余股权转让价款及其资金占用损失，且在发行人支付前述费用后，洪良勇最终未能向发行人足额支付现金补偿，则该等损失金额占发行人最近一年经审计净资产的比例也很低，不会对发行人的经营产生重大不利影响。

综上所述，本所律师认为，上述仲裁不会对发行人的经营产生实质性影响，亦不会对发行人本次发行构成重大不利影响。

3、行政处罚

根据相关政府主管部门出具的无违法违规证明文件、发行人的说明及其提供的营业外支出明细，并经本所律师核查，发行人及其控股子公司期间内不存在受到重大行政处罚的情形。

（三）持有发行人 5% 以上股份的股东及实际控制人的重大诉讼、仲裁及行政处罚情况

根据持有发行人 5% 以上股份的股东及实际控制人出具的文件，并经本所律师核查，截至期间末，持有发行人 5% 以上股份的股东及实际控制人不存在尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

（四）发行人董事长、总经理的重大诉讼、仲裁及行政处罚情况

根据发行人董事长、总经理出具的文件，并经本所律师核查，截至期间末，发行人的董事长、总经理不存在尚未了结的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

二十、发行人募集说明书法律风险的评价

本所律师未参与募集说明书的编制，但就募集说明书所涉及的相关法律问题与发行人及保荐机构进行了讨论。本所律师已审阅募集说明书，并特别审阅募集说明书引用的已出具律师文件及本补充法律意见书相关内容，确认募集说明书对已出具律师文件及本补充法律意见书的引用真实、准确，不存在因引用的已出具律师文件及本补充法律意见书的相关内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏引致的法律风险。

二十一、需要说明的其他问题

（一）财务性投资

根据发行人出具的说明及提供的资料，并经本所律师核查，截至最近一期末，发行人持有的财务性投资金额占合并报表归属母公司净资产金额的 6.23%，低于 30%，不存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资（包括类金融）的情形。发行人不存在本次发行董事会决议日前六个月起至今实施或拟实施的财务性投资（包括类金融）情况。具体情况详见本补充法律意见书第二节“问题 3”。

（二）关于发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员参与本次可转债的发行认购情况

根据发行人提供的资料，并经本所律师核查，除发行人独立董事已承诺不参与本次可转债的发行认购外，发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员已就是否参与本次可转债的发行认购以及本次可转债认购前后六个月内是否存在减持发行人股份的计划或安排出具承诺，前述承诺已于募集说明书披露，上述承诺内容符合相关法律法规要求，合法有效。在遵守上述公开承诺的前提下，发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员参与本次可转债发行认购不会涉及短线交易。

二十二、结论

综上所述，本所律师认为：

发行人为依法设立并有效存续的上市公司，具有本次发行的主体资格；根据《证券法》《公司法》及《注册管理办法》的相关规定，发行人符合本次发行的实质条件；发行人本次发行已获得发行人股东大会和董事会的批准，尚需经深交所审核通过及中国证监会予以注册。

本补充法律意见书正本四份，无副本。

（以下无正文，下接签署页）

第四节 签署页

（本页无正文，为《国浩律师（深圳）事务所关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之补充法律意见书（三）》的签署页）

本补充法律意见书于2025年12月8日出具，正本一式四份，无副本。



负责人：

马卓檀

律师：

程静

程 静

律师：

童曦

童 曦

附件：发行人的业务资质

1、医疗器械经营许可证

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
1	博士眼镜连锁股份有限公司 西丽宝能环球汇店	粤深食药监械经营许 20200777 号	深圳市市监局	2030.09.29
2	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安大悦城二店	粤深药监械经营许 20250886 号	深圳市市监局	2030.09.22
3	博士眼镜连锁股份有限公司 坂田湾畔 MALL 店	粤深药监械经营许 20250808 号	深圳市市监局	2030.09.01
4	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区京基金融中心店	粤深食药监械经营许 20200662 号	深圳市市监局	2030.08.24
5	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安大悦城博士店	粤深药监械经营许 20250768 号	深圳市市监局	2030.08.18
6	博士眼镜连锁股份有限公司 平湖天虹店	粤深药监械经营许 20250737 号	深圳市市监局	2030.08.10
7	博士眼镜连锁股份有限公司 前海泰康医院视光店	粤深药监械经营许 20250678 号	深圳市市监局	2030.07.30
8	博士眼镜连锁股份有限公司 盐田区壹海城万茂博士店	粤深药监械经营许 20250631 号	深圳市市监局	2030.07.16
9	博士眼镜连锁股份有限公司 南山太子湾总统店	粤深药监械经营许 20250579 号	深圳市市监局	2030.07.01
10	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区喜荟城时尚店	粤深食药监械经营许 20200387 号	深圳市市监局	2030.06.09
11	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区城市广场博士店	粤深药监械经营许 20250487 号	深圳市市监局	2030.06.05
12	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区平安金融中心店	粤深药监械经营许 20250464 号	深圳市市监局	2030.05.28
13	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区沙井形色店	粤深食药监械经营许 20200309 号	深圳市市监局	2030.05.21
14	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区锦绣东方花园店	粤深食药监械经营许 20200145 号	深圳市市监局	2030.03.26
15	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区布吉东大街店	粤深食药监械经营许 20200147 号	深圳市市监局	2030.03.26
16	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区人民医院视光中心	粤深药监械经营许 20250217 号	深圳市市监局	2030.03.19
17	博士眼镜连锁股份有限公司 深圳中大八院店	粤深药监械经营许 20250113 号	深圳市市监局	2030.01.25
18	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区布吉沃尔玛店	粤深药监械经营许 20250088 号	深圳市市监局	2030.01.20
19	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区福永天虹店	粤深药监械经营许 20250024 号	深圳市市监局	2030.01.06
20	博士眼镜连锁股份有限公司 坪山悦岭空间博士店	粤深药监械经营许 20250016 号	深圳市市监局	2030.01.05
21	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区大仟里店	粤深食药监械经营许 20190852 号	深圳市市监局	2029.12.29

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
22	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区第五大道万家店	粤深食药监械经营许 20190797 号	深圳市市监局	2029.12.16
23	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华壹方城精品店	粤深药监械经营许 20241299 号	深圳市市监局	2029.12.09
24	博士眼镜连锁股份有限公司 中航城君尚购物中心二店	粤深药监械经营许 20241240 号	深圳市市监局	2029.11.24
25	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华民治天虹博士店	粤深药监械经营许 20241215 号	深圳市市监局	2029.11.19
26	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区民乐星河店	粤深食药监械经营许 20190671 号	深圳市市监局	2029.11.11
27	博士眼镜连锁股份有限公司 南山常兴天虹博士店	粤深药监械经营许 20241164 号	深圳市市监局	2029.11.05
28	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安华强广场博士店	粤深药监械经营许 20241147 号	深圳市市监局	2029.11.04
29	博士眼镜连锁股份有限公司 观澜福城天虹店	粤深药监械经营许 20241112 号	深圳市市监局	2029.10.23
30	博士眼镜连锁股份有限公司 坂田万科广场博士店	粤深药监械经营许 20241106 号	深圳市市监局	2029.10.22
31	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区沙井老天虹店	粤深药监械经营许 20241089 号	深圳市市监局	2029.10.16
32	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区益田假日里店	粤深食药监械经营许 20190554 号	深圳市市监局	2029.09.28
33	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区宝利豪庭博士店	粤深食药监械经营许 20190479 号	深圳市市监局	2029.09.03
34	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区吉祥万家店	粤深药监械经营许 20240840 号	深圳市市监局	2029.07.30
35	博士眼镜连锁股份有限公司 福永同泰时代广场博士店	粤深药监械经营许 20240820 号	深圳市市监局	2029.07.23
36	博士眼镜连锁股份有限公司 盐田区壹海城店	粤深食药监械经营许 20190351 号	深圳市市监局	2029.07.21
37	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区莲塘万家店	粤深食药监械经营许 20190349 号	深圳市市监局	2029.07.18
38	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区翠竹万家店	粤深食药监械经营许 20190348 号	深圳市市监局	2029.07.18
39	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区太安店	粤深药监械经营许 20240778 号	深圳市市监局	2029.07.10
40	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区松柏天虹店	粤深药监械经营许 20240772 号	深圳市市监局	2029.07.08
41	博士眼镜连锁股份有限公司 学苑大道分公司	粤深食药监械经营许 20190294 号	深圳市市监局	2029.07.04
42	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区眼科店	粤深食药监械经营许 20190292 号	深圳市市监局	2029.07.04
43	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区布吉南岭人人购物广 场店	粤深食药监械经营许 20190267 号	深圳市市监局	2029.06.30

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
44	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区侨香路深国投广场分店	粤深食药监械经营许 20190158 号	深圳市市监局	2029.05.13
45	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区皇庭广场店	粤深食药监械经营许 20190151 号	深圳市市监局	2029.05.09
46	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区侨乡万家店	粤深药监械经营许 20240513 号	深圳市市监局	2029.05.08
47	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区华侨城中旅广场店	粤深食药监械经营许 20190139 号	深圳市市监局	2029.05.05
48	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安欢乐港湾店	粤深药监械经营许 20240472 号	深圳市市监局	2029.04.29
49	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区坂田嘉御豪园天虹店	粤深药监械经营许 20240428 号	深圳市市监局	2029.04.23
50	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区海岸城店	粤深食药监械经营许 20190049 号	深圳市市监局	2029.03.28
51	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗布吉天虹店	粤深药监械经营许 20240229 号	深圳市市监局	2029.03.10
52	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区中航天逸花园天虹店	粤深药监械经营许 20240165 号	深圳市市监局	2029.02.05
53	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗世贸博士店	粤深药监械经营许 20240107 号	深圳市市监局	2029.01.29
54	博士眼镜连锁股份有限公司 光明大仟里博士店	粤深药监械经营许 20240117 号	深圳市市监局	2029.01.25
55	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区翠竹路沃尔玛店	粤深药监械经营许 20240075 号	深圳市市监局	2029.01.17
56	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗天玑城博士店	粤深药监械经营许 20240071 号	深圳市市监局	2029.01.17
57	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区万科二店	粤深药监械经营许 20240051 号	深圳市市监局	2029.01.15
58	博士眼镜连锁股份有限公司 前海壹方汇博士店	粤深药监械经营许 20240040 号	深圳市市监局	2029.01.09
59	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区 1C0 博士店	粤 SZ32129(门店-19- 龙-1)	深圳市市监局	2029.01.03
60	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区怡景中心分店	粤 328606	深圳市市监局	2028.12.17
61	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区星河 World 精品店	粤深药监械经营许 20231498 号	深圳市市监局	2028.12.06
62	博士眼镜连锁股份有限公司 南昌碟子湖大道分公司	赣洪药监械经营许 20232300 号	南昌市市监局	2028.12.03
63	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区中旅店	粤 328576	深圳市市监局	2028.11.28
64	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区假日二分店	粤 SZ12108(门店-18- 南-1)	深圳市市监局	2028.11.25
65	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区前进沃尔玛店	粤深药监械经营许 20231434 号	深圳市市监局	2028.11.22
66	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区南国丽城店	粤 SZ12096(门店-18- 南-1)	深圳市市监局	2028.11.21

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
67	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区通心岭分公司	粤深药监械经营许 20231404 号	深圳市市监局	2028.11.13
68	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区松岗宝利豪庭店	粤深药监械经营许 20231387 号	深圳市市监局	2028.11.12
69	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区溢芳园店	粤深药监械经营许 20231391 号	深圳市市监局	2028.11.08
70	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区青春家园店	粤 SZ12091(门店-18- 南-1)	深圳市市监局	2028.11.05
71	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区金宝分店	粤 SZ12092(门店-18- 南-1)	深圳市市监局	2028.11.05
72	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区缤纷年华店	粤 SZ12093(门店-18- 南-1)	深圳市市监局	2028.11.05
73	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区 ATMALL 博士店	粤深药监械经营许 20231336 号	深圳市市监局	2028.10.29
74	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区华强北顺电分店	粤深药监械经营许 20231340 号	深圳市市监局	2028.10.29
75	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区沙井京基店	粤深药监械经营许 20231331 号	深圳市市监局	2028.10.26
76	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区蛇口南水步行街分店	粤深药监械经营许 20231278 号	深圳市市监局	2028.10.12
77	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区紫薇阁店	粤深药监械经营许 20231270 号	深圳市市监局	2028.10.11
78	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖水贝京基博士店	粤深药监械经营许 20231240 号	深圳市市监局	2028.09.26
79	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安前进天虹博士店	粤深药监械经营许 20231188 号	深圳市市监局	2028.09.14
80	博士眼镜连锁股份有限公司 西丽天虹博士店	粤深药监械经营许 20231160 号	深圳市市监局	2028.09.06
81	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区欢乐颂博士店	粤深药监械经营许 20231162 号	深圳市市监局	2028.09.06
82	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区福民天虹店	粤深药监械经营许 20231150 号	深圳市市监局	2028.09.05
83	博士眼镜连锁股份有限公司 沙井百佳华佳漾汇博士店	粤深药监械经营许 20231115 号	深圳市市监局	2028.08.29
84	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗龙新天虹博士店	粤深药监械经营许 20231104 号	深圳市市监局	2028.08.24
85	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区御景东方花园店	粤 328396	深圳市市监局	2028.08.20
86	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区桃苑分店	粤 328395	深圳市市监局	2028.08.20
87	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区松岗吉祥大道店	粤 328393	深圳市市监局	2028.08.20
88	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区建安缤纷城店	粤 328391	深圳市市监局	2028.08.19
89	博士眼镜连锁股份有限公司 海上世界汇港购物中心店	粤深药监械经营许 20231000 号	深圳市市监局	2028.08.01

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
90	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区东海坊店	粤 328353	深圳市市监局	2028.08.01
91	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华壹方天地 A 区博士店	粤深药监械经营许 20230960 号	深圳市市监局	2028.07.25
92	博士眼镜连锁股份有限公司 光明华润购物中心博士店	粤深药监械经营许 20230952 号	深圳市市监局	2028.07.24
93	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区福民沃尔玛分店	粤深药监械经营许 20230930 号	深圳市市监局	2028.07.18
94	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区香榭峰景店	粤深药监械经营许 20230919 号	深圳市市监局	2028.07.16
95	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区民治香颂购物店	粤深药监械经营许 20230881 号	深圳市市监局	2028.07.09
96	博士眼镜连锁股份有限公司 沙头角广富百货店	粤深药监械经营许 20230849 号	深圳市市监局	2028.07.03
97	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗颐安智富里博士店	粤深药监械经营许 20230798 号	深圳市市监局	2028.06.20
98	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区下梅林店	粤 328263	深圳市市监局	2028.06.14
99	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区景田北店	粤 328262	深圳市市监局	2028.06.14
100	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安会展湾花园里博士店	粤深药监械经营许 20230767 号	深圳市市监局	2028.06.09
101	博士眼镜连锁股份有限公司 福田梅林梅华苑博士店	粤深药监械经营许 20230623 号	深圳市市监局	2028.05.11
102	博士眼镜连锁股份有限公司 福田福源印象里博士店	粤深药监械经营许 20230589 号	深圳市市监局	2028.05.04
103	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区太古广场店	粤 SZ11966（门店 -18--1）	深圳市市监局	2028.04.23
104	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗万科里博士店	粤深药监械经营许 20230491 号	深圳市市监局	2028.04.18
105	博士眼镜连锁股份有限公司 布吉万象汇博士店	粤深药监械经营许 20230505 号	深圳市市监局	2028.04.18
106	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区创业分店	粤深药监械经营许 20230339 号	深圳市市监局	2028.03.16
107	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗福新路分公司	粤深药监械经营许 20230272 号	深圳市市监局	2028.02.29
108	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区东方欣悦店	粤深药监械经营许 20230256 号	深圳市市监局	2028.02.22
109	博士眼镜连锁股份有限公司 观澜天虹店	粤深药监械经营许 20230179 号	深圳市市监局	2028.01.19
110	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗仁恒梦中心博士店	粤深药监械经营许 20230165 号	深圳市市监局	2028.01.01
111	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华壹方天地博士店	粤深药监械经营许 20220967 号	深圳市市监局	2027.11.20
112	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区卓悦中心店	粤深药监械经营许 20220965 号	深圳市市监局	2027.11.17

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
113	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区万象店	粤深药监械经营许 20220925 号	深圳市市监局	2027.11.06
114	博士眼镜连锁股份有限公司 观澜佳纷天地博士店	粤深药监械经营许 20220923 号	深圳市市监局	2027.11.03
115	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖笋岗万象汇博士店	粤深药监械经营许 20220907 号	深圳市市监局	2027.10.26
116	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区坪地沃尔玛博士店	粤深药监械经营许 20220887 号	深圳市市监局	2027.10.20
117	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区花园城分店	粤深药监械经营许 20220831 号	深圳市市监局	2027.09.28
118	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区壹方城购物中心总统 店	粤深药监械经营许 20220827 号	深圳市市监局	2027.09.28
119	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区杉杉奥特莱斯广场店	粤深药监械经营许 20220793 号	深圳市市监局	2027.09.19
120	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区玫瑰园店	粤深药监械经营许 20220784 号	深圳市市监局	2027.09.14
121	博士眼镜连锁股份有限公司 光明区乐府万达店	粤深药监械经营许 20220782 号	深圳市市监局	2027.09.14
122	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区华润万象天地总统店	粤深药监械经营许 20220775 号	深圳市市监局	2027.09.08
123	博士眼镜连锁股份有限公司 沙井卓悦时光店	粤深药监械经营许 20220743 号	深圳市市监局	2027.08.28
124	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区海上世界砵店	粤深药监械经营许 20220680 号	深圳市市监局	2027.08.03
125	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区福永益田假日天地博 士店	粤深药监械经营许 20220644 号	深圳市市监局	2027.07.26
126	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区龙华花园街店	粤深药监械经营许 20220586 号	深圳市市监局	2027.07.07
127	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区水榭春天店	粤深药监械经营许 20220524 号	深圳市市监局	2027.06.22
128	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区八卦二路店	粤深药监械经营许 20220507 号	深圳市市监局	2027.06.16
129	博士眼镜连锁股份有限公司 坪山京基御景店	粤深药监械经营许 20220473 号	深圳市市监局	2027.06.08
130	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区万科城店	粤深药监械经营许 20220420 号	深圳市市监局	2027.05.26
131	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区爱华店	粤深药监械经营许 20220427 号	深圳市市监局	2027.05.26
132	博士眼镜连锁股份有限公司 坪山区益田假日世界博士店	粤深药监械经营许 20220405 号	深圳市市监局	2027.05.24
133	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区福永益田假日天地砵 店	粤深药监械经营许 20220397 号	深圳市市监局	2027.05.22
134	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区松岗联投店	粤深食药监械经营许 20220351 号	深圳市市监局	2027.05.09

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
135	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区蛇口沃尔玛店	粤深食药监械经营许 20220336 号	深圳市市监局	2027.05.05
136	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗万科天誉店	粤深食药监械经营许 20220289 号	深圳市市监局	2027.04.21
137	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华奥特莱斯店	粤深食药监械经营许 20220233 号	深圳市市监局	2027.04.12
138	博士眼镜连锁股份有限公司 光明龙光店	粤深食药监械经营许 20220090 号	深圳市市监局	2027.01.28
139	博士眼镜连锁股份有限公司 布吉佳兆业店	粤深食药监械经营许 20220079 号	深圳市市监局	2027.01.26
140	博士眼镜连锁股份有限公司 香缤广场店	粤深食药监械经营许 20220068 号	深圳市市监局	2027.01.24
141	博士眼镜连锁股份有限公司 石岩汇邦中心店	粤深食药监械经营许 20220053 号	深圳市市监局	2027.01.24
142	博士眼镜连锁股份有限公司 龙坪天虹店	粤深食药监械经营许 20220069 号	深圳市市监局	2027.01.24
143	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区佐岭红树林店	粤深食药监械经营许 20220063 号	深圳市市监局	2027.01.24
144	博士眼镜连锁股份有限公司 新沙天虹博士店	粤深食药监械经营许 20220034 号	深圳市市监局	2027.01.13
145	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区华侨城沃尔玛店	粤深食药监械经营许 20220030 号	深圳市市监局	2027.01.11
146	博士眼镜连锁股份有限公司 光明新区公明天虹店	粤深食药监械经营许 20220002 号	深圳市市监局	2027.01.03
147	博士眼镜连锁股份有限公司 东门天虹店	粤深食药监械经营许 20211135 号	深圳市市监局	2026.12.30
148	博士眼镜连锁股份有限公司 万象前海店	粤深食药监械经营许 20211132 号	深圳市市监局	2026.12.28
149	博士眼镜连锁股份有限公司 百花店	粤深食药监械经营许 20211095 号	深圳市市监局	2026.12.20
150	博士眼镜连锁股份有限公司 双龙天虹店	粤深食药监械经营许 20211083 号	深圳市市监局	2026.12.16
151	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华华著公馆店	粤深食药监械经营许 20211071 号	深圳市市监局	2026.12.14
152	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华和平里店	粤深食药监械经营许 20211064 号	深圳市市监局	2026.12.12
153	博士眼镜连锁股份有限公司 南山前海卓越店	粤深食药监械经营许 20211005 号	深圳市市监局	2026.11.21
154	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区中洲店	粤深食药监械经营许 20210972 号	深圳市市监局	2026.11.14
155	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区龙华苹果园店	粤深食药监械经营许 20210970 号	深圳市市监局	2026.11.09
156	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区大新前海分店	粤深食药监械经营许 20210965 号	深圳市市监局	2026.11.07
157	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区东环二路店	粤深食药监械经营许 20210966 号	深圳市市监局	2026.11.07

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
158	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区潜龙分店	粤深食药监械经营许 20210955 号	深圳市市监局	2026.10.31
159	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区龙华大润发店	粤深食药监械经营许 20210956 号	深圳市市监局	2026.10.31
160	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区五洲星苑店	粤深食药监械经营许 20210945 号	深圳市市监局	2026.10.29
161	博士眼镜连锁股份有限公司 福田区皇庭广场总统店	粤深食药监械经营许 20210944 号	深圳市市监局	2026.10.27
162	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区西乡沃尔玛店	粤深食药监械经营许 20210926 号	深圳市市监局	2026.10.21
163	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区金港华庭店	粤深食药监械经营许 20210927 号	深圳市市监局	2026.10.21
164	博士眼镜连锁股份有限公司 南山区天利苏宁店	粤深食药监械经营许 20210914 号	深圳市市监局	2026.10.17
165	博士眼镜连锁股份有限公司 平湖平吉上苑店	粤深食药监械经营许 20210898 号	深圳市市监局	2026.10.14
166	博士眼镜连锁股份有限公司 龙岗区摩尔城店	粤深食药监械经营许 20210902 号	深圳市市监局	2026.10.14
167	博士眼镜连锁股份有限公司 华侨城天鹅湖店	粤深食药监械经营许 20210886 号	深圳市市监局	2026.10.07
168	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区洪湖花园分店	粤深食药监械经营许 20210879 号	深圳市市监局	2026.09.29
169	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区喜荟城店	粤深食药监械经营许 20210872 号	深圳市市监局	2026.09.28
170	博士眼镜连锁股份有限公司 龙华区观澜店	粤深食药监械经营许 20210855 号	深圳市市监局	2026.09.22
171	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区建安路店	粤深食药监械经营许 20210852 号	深圳市市监局	2026.09.22
172	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖区金光华店	粤深食药监械经营许 20210828 号	深圳市市监局	2026.09.15
173	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区易达店	粤深食药监械经营许 20210824 号	深圳市市监局	2026.09.14
174	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区松岗佳华店	粤深食药监械经营许 20210794 号	深圳市市监局	2026.09.07
175	博士眼镜连锁股份有限公司 梅林卓悦汇店	粤深食药监械经营许 20210777 号	深圳市市监局	2026.08.26
176	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区新安花园店	粤深食药监械经营许 20210774 号	深圳市市监局	2026.08.26
177	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安区君逸世家店	粤深食药监械经营许 20210773 号	深圳市市监局	2026.08.26
178	博士眼镜连锁股份有限公司 坂田嘉御山店	粤深食药监械经营许 20210775 号	深圳市市监局	2026.08.26
179	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安创业天虹店	粤深食药监械经营许 20210771 号	深圳市市监局	2026.08.25
180	博士眼镜连锁股份有限公司 中航城君尚购物中心一店	粤深食药监械经营许 20210744 号	深圳市市监局	2026.08.12

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
181	博士眼镜连锁股份有限公司 沙井博林君瑞店	粤深食药监械经营许 20210716 号	深圳市市监局	2026.08.03
182	博士眼镜连锁股份有限公司 京基滨河时代广场店	粤深食药监械经营许 20210686 号	深圳市市监局	2026.07.19
183	博士眼镜连锁股份有限公司 平湖华盛奥特莱斯店	粤深食药监械经营许 20210652 号	深圳市市监局	2026.07.07
184	博士眼镜连锁股份有限公司 罗湖投控大厦店	粤深食药监械经营许 20210604 号	深圳市市监局	2026.06.21
185	博士眼镜连锁股份有限公司 宝安领航城店	粤深食药监械经营许 20210600 号	深圳市市监局	2026.06.20
186	博士眼镜连锁股份有限公司 安托山万科里店	粤深食药监械经营许 20210573 号	深圳市市监局	2026.06.09
187	博士眼镜连锁股份有限公司 福田星河 COCOPARK 总统店	粤深食药监械经营许 20210537 号	深圳市市监局	2026.05.25
188	博士眼镜连锁股份有限公司 西丽悦方广场店	粤深食药监械经营许 20210400 号	深圳市市监局	2026.04.06
189	博士眼镜连锁股份有限公司 南山来福士店	粤深食药监械经营许 20210310 号	深圳市市监局	2026.03.07
190	深圳市博士视觉健康科技有 限公司	粤深食药监械经营许 20200678 号	深圳市市监局	2030.08.30
191	深圳市博士视觉健康科技有 限公司罗湖区莲塘仙桐路分 公司	粤深药监械经营许 20250246 号	深圳市市监局	2030.03.26
192	深圳市博士视觉健康科技有 限公司罗湖莲塘分公司	粤深药监械经营许 20241347 号	深圳市市监局	2029.12.23
193	深圳市博士视觉健康科技有 限公司天地大厦店	粤深药监械经营许 20230996 号	深圳市市监局	2028.07.31
194	深圳市博士视觉健康科技有 限公司罗湖区东门社康中心 店	粤深药监械经营许 20230427 号	深圳市市监局	2028.03.30
195	深圳市博士视觉健康科技有 限公司罗湖笋岗社区分店	粤深药监械经营许 20230399 号	深圳市市监局	2028.03.27
196	深圳市博士视觉健康科技有 限公司罗湖翠竹社康中心店	粤深药监械经营许 20230361 号	深圳市市监局	2028.03.20
197	深圳市博士视觉健康科技有 限公司罗湖区友谊路分公司	粤深食药监械经营许 20211113 号	深圳市市监局	2026.12.27
198	深圳市博士视觉健康科技有 限公司大鹏新区葵涌视光中 心	粤深食药监械经营许 20210721 号	深圳市市监局	2026.08.03
199	广州诗琪眼镜有限公司天河 区珠江东路分公司	粤穗药监械经营许 20241804 号	广州市市监局	2029.12.23
200	广州诗琪眼镜有限公司正佳 广场分公司	粤穗食药监械经营许 20190936 号	广州市市监局	2029.11.14
201	广州诗琪眼镜有限公司天河 区花城大道分公司	粤穗药监械经营许 20241339 号	广州市市监局	2029.09.08
202	广州诗琪眼镜有限公司天河 区华观路万科分公司	粤穗食药监械经营许 20190244 号	广州市市监局	2029.04.01

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
203	广州诗琪眼镜有限公司天河区天环广场分公司	粤穗药监械经营许20240366号	广州市市监局	2029.03.25
204	广州诗琪眼镜有限公司海珠区叠景路分公司	粤穗药监械经营许20240027号	广州市市监局	2029.01.03
205	广州诗琪眼镜有限公司惠州文昌路分公司	粤惠药监械经营许20230457号	惠州市市监局	2028.12.06
206	广州诗琪眼镜有限公司番禺区福德奥园分公司	粤穗药监械经营许20231652号	广州市市监局	2028.12.04
207	广州诗琪眼镜有限公司从化区广从南路分公司	粤穗药监械经营许20231586号	广州市市监局	2028.11.22
208	广州诗琪眼镜有限公司白云区黄边北路分公司	粤穗药监械经营许20230806号	广州市市监局	2028.06.14
209	广州诗琪眼镜有限公司天河区马场路分公司	粤穗药监械经营许20221332号	广州市市监局	2027.12.19
210	广州诗琪眼镜有限公司华贸天地分公司	粤惠食药监械经营许20220169号	惠州市市监局	2027.06.19
211	广州诗琪眼镜有限公司海珠区江燕路分公司	粤穗食药监械经营许20220082号	广州市市监局	2027.01.16
212	广州诗琪眼镜有限公司天河区维多利广场分公司	粤穗食药监械经营许20211141号	广州市市监局	2026.12.16
213	广州诗琪眼镜有限公司黄埔区石化路分公司	粤穗食药监械经营许20170077号	广州市市监局	2026.12.12
214	广州诗琪眼镜有限公司黄埔区佳纷天地分公司	粤穗食药监械经营许20210115号	广州市市监局	2026.01.28
215	广州诗琪眼镜有限公司黄埔区万科尚城分公司	粤穗食药监械经营许20210074号	广州市市监局	2026.01.21
216	广州诗琪眼镜有限公司白云区黄石东路分公司	粤穗食药监械经营许20200853号	广州市市监局	2025.10.27
217	东莞市澳星博士眼镜有限公司凤岗第二分店	粤东药监械经营许20250131号	东莞市市监局	2030.06.23
218	东莞市澳星博士眼镜有限公司万江第一分店	粤东药监械经营许20250072号	东莞市市监局	2030.03.30
219	东莞市澳星博士眼镜有限公司长安第二分店	粤东药监械经营许20240174号	东莞市市监局	2029.09.26
220	东莞市澳星博士眼镜有限公司南城第七分店	粤东药监械经营许20230259号	东莞市市监局	2028.10.30
221	东莞市澳星博士眼镜有限公司莞城第三分店	粤东药监械经营许20230025	东莞市市监局	2028.02.09
222	东莞市澳星博士眼镜有限公司东城第六分店	粤东食药监械经营许20220032号	东莞市市监局	2027.03.21
223	东莞市澳星博士眼镜有限公司东城第四分店	粤东食药监械经营许20210213号	东莞市市监局	2026.12.26
224	东莞市澳星博士眼镜有限公司东城第一分店	粤东食药监械经营许20162011号	东莞市市监局	2026.12.06
225	东莞市澳星博士眼镜有限公司莞城第一分店	粤东食药监械经营许20200068号	东莞市市监局	2026.12.01

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
226	东莞市澳星博士眼镜有限公司南城第一分店	粤东食药监械经营许20172505号	东莞市市监局	2026.11.07
227	东莞市澳星博士眼镜有限公司南城第三分店	粤东食药监械经营许20172506号	东莞市市监局	2026.11.07
228	东莞市澳星博士眼镜有限公司东城第二分店	粤东食药监械经营许20162012号	东莞市市监局	2026.11.07
229	东莞市澳星博士眼镜有限公司长安第一分店	粤东食药监械经营许20173905号	东莞市市监局	2026.11.01
230	东莞市澳星博士眼镜有限公司虎门第一分店	粤东食药监械经营许20210170号	东莞市市监局	2026.10.12
231	东莞市澳星博士眼镜有限公司	粤东食药监械经营许20162005号	东莞市市监局	2026.09.21
232	东莞市澳星博士眼镜有限公司石龙第一分店	粤东食药监械经营许20172309号	东莞市市监局	2026.09.08
233	东莞市澳星博士眼镜有限公司厚街第一分公司	粤东食药监械经营许20210127号	东莞市市监局	2026.08.10
234	佛山市博士眼镜有限公司禅城区季华一路分公司	粤禅药监械经营许20251035号	佛山市市监局	2030.05.12
235	佛山市博士眼镜有限公司禅城区季华四路分公司	粤禅药监械经营许20251034号	佛山市市监局	2030.05.12
236	佛山市博士眼镜有限公司	粤禅药监械经营许20240099号	佛山市市监局	2029.12.11
237	惠州市德勤眼镜有限公司天益城分公司	粤惠药监械经营许20240149号	惠州市市监局	2029.05.12
238	惠州市德勤眼镜有限公司佳兆业分公司	粤惠药监械经营许20230458号	惠州市市监局	2028.12.06
239	惠州市德勤眼镜有限公司惠阳区星河丹堤分公司	粤惠食药监械经营许20210261号	惠州市市监局	2026.12.15
240	惠州市德勤眼镜有限公司隆生广场东湖分公司	粤惠食药监械经营许20162013号	惠州市市监局	2026.12.02
241	惠州市德勤眼镜有限公司南坛路分公司	粤惠食药监械经营许20210224号	惠州市市监局	2026.11.07
242	惠州市德勤眼镜有限公司	粤惠食药监械经营许20210225号	惠州市市监局	2026.11.07
243	惠州市德勤眼镜有限公司大亚湾区万达广场分公司	粤惠食药监械经营许20210214号	惠州市市监局	2026.10.24
244	惠州市德勤眼镜有限公司大亚湾区龙光城分公司	粤惠食药监械经营许20210130号	惠州市市监局	2026.08.11
245	惠州市德勤眼镜有限公司大亚湾区分公司	粤惠食药监械经营许20210129号	惠州市市监局	2026.08.11
246	惠州市德勤眼镜有限公司惠阳区淡水分公司	粤惠食药监械经营许20210125号	惠州市市监局	2026.08.10
247	惠州市德勤眼镜有限公司惠城区汇乐城分公司	粤惠食药监械经营许20210066号	惠州市市监局	2026.04.22
248	北京市澳星博士眼镜有限公司通州分公司	京通药监械经营许20241822号	北京市通州区市监局	2029.12.25

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
249	北京市澳星博士眼镜有限公司东直门分公司	京东药监械经营许20190012号	北京市东城区市监局	2029.03.26
250	江西省博士眼镜有限责任公司吉安南大道分公司	赣吉药监械经营许20250099号	吉安市市监局	2030.08.03
251	江西省博士眼镜有限责任公司九洲天虹分公司	赣洪药监械经营许20200141号	南昌市市监局	2030.06.14
252	江西省博士眼镜有限责任公司经开天虹分公司	赣洪药监械经营许20200142号	南昌市市监局	2030.06.14
253	江西省博士眼镜有限责任公司中山天虹分公司	赣洪药监械经营许20200129号	南昌市市监局	2030.06.04
254	江西省博士眼镜有限责任公司凤凰北大道分公司	赣洪药监械经营许20250137号	南昌市市监局	2030.03.30
255	江西省博士眼镜有限责任公司新建新城吾悦分公司	赣洪药监械经营许20241114号	南昌市市监局	2029.11.20
256	江西省博士眼镜有限责任公司青山湖万达广场分公司	赣洪药监械经营许20190304号	南昌市市监局	2029.10.15
257	江西省博士眼镜有限责任公司王府井分公司	赣洪药监械经营许20190226号	南昌市市监局	2029.07.29
258	江西省博士眼镜有限责任公司世贸路分公司	赣洪药监械经营许20190225号	南昌市市监局	2029.07.29
259	江西省博士眼镜有限责任公司青山南路店	赣洪药监械经营许20190094号	南昌市市监局	2029.04.09
260	江西省博士眼镜有限责任公司吉州区井冈山大道分公司	赣吉药监械经营许20240089号	吉安市市监局	2029.04.07
261	江西省博士眼镜有限责任公司抚州硕果时代分公司	赣抚药监械经营许20240012号	抚州市市监局	2029.02.26
262	江西省博士眼镜有限责任公司南昌县莲塘澄湖分公司	赣洪药监械经营许20231171号	南昌市市监局	2028.05.23
263	江西省博士眼镜有限责任公司红谷滩万达广场分公司	赣洪药监械经营许20231029号	南昌市市监局	2028.05.01
264	江西省博士眼镜有限责任公司广州路分公司	赣洪药监械经营许20180059号	南昌市市监局	2028.02.27
265	江西省博士眼镜有限责任公司南昌万象城分公司	赣洪药监械经营许20221496号	南昌市市监局	2027.10.30
266	江西省博士眼镜有限责任公司乐世界分公司	赣洪药监械经营许20170300号	南昌市市监局	2027.10.23
267	江西省博士眼镜有限责任公司象湖新力分公司	赣洪药监械经营许20220842号	南昌市市监局	2027.08.16
268	江西省博士眼镜有限责任公司抚州万达广场分公司	赣抚食药监械经营许20170005号	抚州市市监局	2027.08.08
269	江西省博士眼镜有限责任公司西湖万达广场分公司	赣洪药监械经营许20220402号	南昌市市监局	2027.05.30
270	江西省博士眼镜有限责任公司江信花园分公司	赣洪药监械经营许20220284号	南昌市市监局	2027.04.28
271	江西省博士眼镜有限责任公司医学院分公司	赣洪食药监械经营许20170104号	南昌市市监局	2027.03.30

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
272	江西省博士眼镜有限责任公司万达广场分公司	赣洪食药监械经营许20170132号	南昌市市场监管局	2027.03.30
273	江西省博士眼镜有限责任公司胜利路分公司	赣洪食药监械经营许20170103号	南昌市市场监管局	2027.03.30
274	江西省博士眼镜有限责任公司南京西分公司	赣洪食药监械经营许20170106号	南昌市市场监管局	2027.03.30
275	江西省博士眼镜有限责任公司民德路分公司	赣洪食药监械经营许20170108号	南昌市市场监管局	2027.03.30
276	江西省博士眼镜有限责任公司洪客隆分公司	赣洪食药监械经营许20170105号	南昌市市场监管局	2027.03.30
277	江西省博士眼镜有限责任公司八一桥分公司	赣洪食药监械经营许20170107号	南昌市市场监管局	2027.03.30
278	江西省博士眼镜有限责任公司铁路二村分公司	赣洪食药监械经营许20170049号	南昌市市场监管局	2027.03.07
279	江西省博士眼镜有限责任公司建设西路菜茵半岛分公司	赣洪食药监械经营许20170048号	南昌市市场监管局	2027.03.07
280	江西省博士眼镜有限责任公司八一大道一部分分公司	赣洪食药监械经营许20170050号	南昌市市场监管局	2027.03.07
281	江西省博士眼镜有限责任公司高新大道分公司	赣洪食药监械经营许20170029号	南昌市市场监管局	2027.02.16
282	江西省博士眼镜有限责任公司新建中心分公司	赣洪食药监械经营许20220068号	南昌市市场监管局	2027.01.27
283	江西省博士眼镜有限责任公司新建区第一分公司	赣洪食药监械经营许20220042号	南昌市市场监管局	2027.01.20
284	江西省博士眼镜有限责任公司江大南路分公司	赣洪食药监械经营许20170019号	南昌市市场监管局	2027.01.18
285	江西省博士眼镜有限责任公司地铁万科时代广场分公司	赣洪食药监械经营许20211305号	南昌市行政审批局	2026.12.13
286	江西省博士眼镜有限责任公司莲塘分公司	赣洪食药监械经营许20210742号	南昌市行政审批局	2026.11.07
287	江西省博士眼镜有限责任公司九龙湖万达城分公司	赣洪食药监械经营许20160322号	南昌市行政审批局	2026.10.08
288	江西省博士眼镜有限责任公司赣州华润万象城分公司	赣市食药监械经营许20210084号	赣州市行政审批局	2026.09.29
289	江西省博士眼镜有限责任公司绿茵路分公司	赣洪食药监械经营许20210673号	南昌市市场监管局	2026.09.28
290	江西省博士眼镜有限责任公司丽景天虹分公司	赣洪食药监械经营许20210672号	南昌市行政审批局	2026.09.28
291	江西省博士眼镜有限责任公司赣州九方商场分公司	赣市食药监械经营许20210075号	赣州市行政审批局	2026.08.31
292	江西省博士眼镜有限责任公司北京东路分公司	赣洪食药监械经营许20160297号	南昌市行政审批局	2026.07.25
293	江西省博士眼镜有限责任公司京东天虹分公司	赣洪食药监械经营许20210312号	南昌市行政审批局	2026.05.27
294	江西省博士眼镜有限责任公司奥体天虹分公司	赣洪食药监械经营许20210313号	南昌市市场监管局	2026.05.27

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
295	江西省博士眼镜有限责任公司红谷滩万达万家分公司	赣洪食药监械经营许20160123号	南昌市行政审批局	2026.04.18
296	江西省博士眼镜有限责任公司恒茂梦时代广场分公司	赣洪食药监械经营许20210092号	南昌市行政审批局	2026.02.22
297	南昌诗琪眼镜有限责任公司大悦城分公司	赣洪药监械经营许20250378号	南昌市市监局	2030.08.27
298	南昌诗琪眼镜有限责任公司萍乡天虹分公司	赣萍药监械经营许20250045号	萍乡市市监局	2030.02.27
299	南昌诗琪眼镜有限责任公司万象汇分公司	赣洪药监械经营许20250064号	南昌市市监局	2030.01.21
300	南昌诗琪眼镜有限责任公司高新吾悦分公司	赣洪药监械经营许20250042号	南昌市市监局	2030.01.14
301	南昌诗琪眼镜有限责任公司萍乡润达分公司	赣萍药监械经营许20250001号	萍乡市市监局	2030.01.08
302	南昌诗琪眼镜有限责任公司上饶吾悦分公司	赣饶药监械经营许20250003号	上饶市市监局	2030.01.07
303	南昌诗琪眼镜有限责任公司金融大街分公司	赣洪药监械经营许20240200号	南昌市市监局	2029.01.31
304	南昌诗琪眼镜有限责任公司中山路分公司	赣洪药监械经营许20232083号	南昌市市监局	2028.11.01
305	南昌诗琪眼镜有限责任公司广场北路分公司	赣洪药监械经营许20231346号	南昌市市监局	2028.07.11
306	南昌诗琪眼镜有限责任公司龙湖天街分公司	赣洪药监械经营许20221008号	南昌市市监局	2027.09.08
307	南昌诗琪眼镜有限责任公司恒大御景分公司	赣洪药监械经营许20220655号	南昌市市监局	2027.07.20
308	南昌诗琪眼镜有限责任公司经开旭辉广场分公司	赣洪药监械经营许20220468号	南昌市市监局	2027.06.20
309	安徽省澳星眼镜有限公司万达文旅城分公司	皖合药监械经营许20250009号	合肥市市监局	2030.01.05
310	安徽省澳星眼镜有限公司万象城分公司	皖合药监械经营许20240507号	合肥市市监局	2029.12.18
311	安徽省澳星眼镜有限公司颍河路分公司	皖合药监械经营许20190654号	合肥市市监局	2029.12.12
312	安徽省澳星眼镜有限公司四里河路万科广场分公司	皖合药监械经营许20190395号	合肥市市监局	2029.08.20
313	安徽省澳星眼镜有限公司高新银泰分公司	皖合药监械经营许20240326号	合肥市市监局	2029.07.14
314	安徽省澳星眼镜有限公司华润五彩城分公司	皖合药监械经营许20240072号	合肥市市监局	2029.02.06
315	安徽省澳星眼镜有限公司悦方分公司	皖合药监械经营许20230887号	合肥市市监局	2028.12.03
316	安徽省澳星眼镜有限公司保利广场分公司	皖合药监械经营许20170490号	合肥市市监局	2027.12.10
317	安徽省澳星眼镜有限公司金寨路分公司	皖合药监械经营许20220740号	合肥市市监局	2027.12.07

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
318	安徽省澳星眼镜有限公司庐阳万象汇分公司	皖合药监械经营许20220672号	合肥市市监局	2027.11.08
319	安徽省澳星眼镜有限公司	皖合食药监械经营许20210924号	合肥市市监局	2026.10.28
320	安徽省澳星眼镜有限公司滨湖银泰分公司	皖合食药监械经营许20210155号	合肥市市监局	2026.02.02
321	杭州普立奥眼镜有限公司	浙杭药监械经营许20250001号	杭州市市监局	2029.12.31
322	杭州普立奥眼镜有限公司拱墅区第一分公司	浙杭药监械经营许20230358号	杭州市市监局	2028.04.02
323	杭州普立奥眼镜有限公司滨江江二分公司	浙杭药监械经营许20221101号	杭州市市监局	2027.09.27
324	杭州普立奥眼镜有限公司宁波第一分公司	浙甬药监械经营许20220117号	宁波市市监局	2027.07.11
325	苏州普立奥眼镜有限公司相城区第一分公司	苏苏药监械经营许20249022号	苏州市市监局	2029.06.04
326	苏州普立奥眼镜有限公司	苏苏药监械经营许20229039号	苏州市市监局	2027.11.15
327	昆山市普立奥眼镜有限公司玉山第一分公司	苏苏药监械经营许20236031号	苏州市市监局	2028.07.03
328	昆山市普立奥眼镜有限公司昆山天虹分公司	苏苏药监械经营许20236028号	苏州市市监局	2028.06.20
329	昆山市普立奥眼镜有限公司	苏苏食药监械经营许20206036号	苏州市市监局	2025.10.24
330	南京市普立奥眼镜有限公司	苏宁食药监械经营许20220735号	南京市市监局	2027.11.01
331	成都市博士眼镜有限公司高新区吉瑞二路分公司	川蓉药监械经营许20241940号	成都市市监局	2029.11.18
332	成都市博士眼镜有限公司天府新区第一分公司	川蓉药监械经营许20241918号	成都市市监局	2029.11.14
333	成都市博士眼镜有限公司武侯人民南路四段分公司	川蓉药监械经营许20241680号	成都市市监局	2029.09.29
334	成都市博士眼镜有限公司高新天仁路分公司	川蓉药监械经营许20241664号	成都市市监局	2029.09.28
335	成都市博士眼镜有限公司金牛花照壁西顺街第一分公司	川蓉药监械经营许20241338号	成都市市监局	2029.08.05
336	成都市博士眼镜有限公司金牛交大路分公司	川蓉药监械经营许20241337号	成都市市监局	2029.08.04
337	成都市博士眼镜有限公司高新天府大道分公司	川蓉药监械经营许20160865号	成都市市监局	2029.07.21
338	成都市博士眼镜有限公司金牛花照壁西顺街分公司	川蓉药监械经营许20240220号	成都市市监局	2029.01.28
339	成都市博士眼镜有限公司高新剑南大道分公司	川蓉药监械经营许20232164号	成都市市监局	2028.11.28
340	成都市博士眼镜有限公司成华大道杉板桥路分公司	川蓉药监械经营许20232124号	成都市市监局	2028.11.19

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
341	成都市博士眼镜有限公司高新府城大道分公司	川蓉药监械经营许20232058号	成都市市监局	2028.11.07
342	成都市博士眼镜有限公司高新悠方购物中心分公司	川蓉药监械经营许20231903号	成都市市监局	2028.10.22
343	成都市博士眼镜有限公司双庆路第三分公司	川蓉药监械经营许20220175号	成都市市监局	2027.01.25
344	成都市博士眼镜有限公司海滨城分公司	川蓉药监械经营许20160858号	成都市市监局	2026.10.12
345	成都市博士眼镜有限公司高新区天目分公司	川蓉药监械经营许20211163号	成都市市监局	2026.08.10
346	成都市博士眼镜有限公司龙泉驿区金枫路分公司	川蓉药监械经营许20211043号	成都市市监局	2026.07.25
347	昆明德勤眼镜有限公司瑞鼎城一分公司	滇昆药监械经营许20240948号	昆明市市监局	2029.11.14
348	昆明德勤眼镜有限公司大悦城分公司	滇昆药监械经营许20240215号	昆明市市监局	2029.03.25
349	昆明德勤眼镜有限公司万象城分公司	滇昆药监械经营许20240045号	昆明市市监局	2029.01.15
350	昆明德勤眼镜有限公司世纪金源分公司	滇昆药监械经营许20231079号	云南省昆明市市监局	2028.11.29
351	昆明德勤眼镜有限公司广福路分公司	滇昆药监械经营许20230098号	云南省昆明市市监局	2028.02.15
352	昆明德勤眼镜有限公司西城时代分公司	滇昆药监械经营许20170557号	云南省昆明市市监局	2027.11.26
353	昆明德勤眼镜有限公司南亚风情分公司	滇昆药监械经营许20220897号	云南省昆明市市监局	2027.10.24
354	昆明德勤眼镜有限公司呈贡区彩云路分公司	滇昆药监械经营许20170412号	云南省昆明市市监局	2027.08.07
355	昆明德勤眼镜有限公司西山万达分公司	滇昆药监械经营许20220653号	云南省昆明市市监局	2027.07.20
356	昆明德勤眼镜有限公司盘龙区恒隆广场分公司	滇昆药监械经营许20220449号	云南省昆明市市监局	2027.05.17
357	昆明德勤眼镜有限公司盘龙区新迎新城分公司	滇昆食药监械经营许20220310号	云南省昆明市市监局	2027.04.01
358	昆明德勤眼镜有限公司官渡区海乐世界分公司	滇昆食药监械经营许20220202号	云南省昆明市市监局	2027.02.24
359	昆明德勤眼镜有限公司呈贡区万达广场分公司	滇昆食药监械经营许20220170号	云南省昆明市市监局	2027.02.14
360	昆明德勤眼镜有限公司云立方分公司	滇昆食药监械经营许20211280号	云南省昆明市市监局	2026.12.13
361	昆明德勤眼镜有限公司呈贡区七彩云时尚分公司	滇昆食药监械经营许20211251号	云南省昆明市市监局	2026.12.08
362	昆明德勤眼镜有限公司海宏路分公司	滇昆食药监械经营许20210618号	云南省昆明市市监局	2026.05.27
363	昆明德勤眼镜有限公司湖岸花园分公司	滇昆食药监械经营许20210432号	云南省昆明市市监局	2026.04.11

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
364	昆明德勤眼镜有限公司同德广场分公司	滇昆食药监械经营许20160222号	昆明市市监局	2026.02.07
365	青岛澳星博士眼镜有限责任公司金狮广场店	鲁青药监械经营许20190531号	青岛市行政审批服务局	2029.08.11
366	青岛澳星博士眼镜有限责任公司崂山万象汇店	鲁青药监械经营许20220704号	青岛市行政审批服务局	2027.10.11
367	青岛澳星博士眼镜有限责任公司市南万象城三店	鲁青药监械经营许20220341号	青岛市行政审批服务局	2027.05.10
368	青岛澳星博士眼镜有限责任公司	鲁青食药监械经营许20210838号	青岛市食品药品监督管理局	2026.11.28
369	南宁市普立奥眼镜有限公司北湖大唐天城店	桂南药监械经营许20240998号	南宁市政务服务中心	2029.11.11
370	南宁市普立奥眼镜有限公司平乐大道分店	桂南药监械经营许20230681号	南宁市行政审批局	2028.08.31
371	南宁市普立奥眼镜有限公司航洋国际城店	桂南药监械经营许20180196号	南宁市行政审批局	2028.05.29
372	南宁市普立奥眼镜有限公司五象二十四城店	桂南食药监械经营许20220270号	南宁市行政审批局	2027.04.21
373	南宁市普立奥眼镜有限公司万象城店	桂南食药监械经营许20170007号	南宁市行政审批局	2027.01.05
374	南宁市普立奥眼镜有限公司万象城一店	桂南药监械经营许20210528号	南宁市行政审批局	2026.08.01
375	南宁博镜贸易有限公司	桂南药监械经营许20230062号	南宁市行政审批局	2028.01.19
376	三亚博镜品牌管理有限公司海口万象城分公司	琼海口药监械经营许20220162号	海口市药品监督管理局	2029.11.20
377	海南博郡贸易有限公司观澜湖新城分公司	琼海口药监械经营许20240004号	海口市药品监督管理局	2029.01.15
378	三亚博镜贸易有限公司儋州夏日百货分公司	琼儋州药监械经营许20220017号	儋州市市监局	2027.11.24
379	三亚博镜贸易有限公司亚龙湾奥特莱斯分公司	琼三亚食药监械经营许20220002号	三亚市市监局	2027.01.06
380	三亚博镜贸易有限公司夏日百货分公司	琼三亚食药监械经营许20210041号	三亚市市监局	2026.12.19
381	海口博镜贸易有限公司远大二分公司	琼海口食药监械经营许20220028号	海口市药品监督管理局	2027.02.20
382	天津市普立奥眼镜有限公司	津西食药监械经营许20220006号	天津河西区市监局	2027.04.01
383	沈阳市澳星博士眼镜有限公司和平鑫聚分公司	辽沈药监械经营许20231163号	沈阳市市监局	2028.06.29
384	武汉普立奥眼镜有限公司	鄂汉药监械经营许20222788号	武汉市江岸区行政审批局	2027.07.31
385	无锡市普立奥眼镜有限公司锡山区第一分公司	苏锡药监械经营许20200044号	无锡市数据局	2030.05.18
386	无锡市普立奥眼镜有限公司滨湖区第一分公司	苏锡药监械经营许20200041号	无锡市数据局	2030.05.13

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
387	无锡市普立奥眼镜有限公司	苏锡药监械经营许 20240061 号	无锡市行政审批局	2029.04.11
388	无锡市普立奥眼镜有限公司 惠山区第一分公司	苏锡药监械经营许 20220103 号	无锡市行政审批局	2027.11.13
389	无锡市普立奥眼镜有限公司 锡山区第三分公司	苏锡械经营许 20210145 号	无锡市行政审批局	2026.09.21
390	重庆市博士眼镜有限公司渝 中区时代分公司	渝渝药监械经营许 20250018 号	重庆市渝中区 市监局	2030.03.16
391	重庆市博士眼镜有限公司大 石坝东原分公司	渝江食药监械经营许 20150016 号	重庆市江北区 市监局	2030.01.20
392	重庆市博士眼镜有限公司长 嘉汇分公司	渝南药监械经营许 20240062 号	重庆市南岸区 市监局	2029.09.18
393	重庆市博士眼镜有限公司九 龙坡区云岭分公司	渝九药监械经营许 20240121 号	重庆市九龙坡 区市监局	2029.07.04
394	重庆市博士眼镜有限公司两 江新区金开大道分公司	渝两江药监械经营许 20240044 号	重庆两江新区 市监局	2029.05.30
395	重庆市博士眼镜有限公司九 龙坡万象分公司	渝九药监械经营许 20190077 号	重庆市九龙坡 区市监局	2029.05.08
396	重庆市博士眼镜有限公司两 江新区石人街分公司	渝两江药监械经营许 20240030 号	重庆两江新区 市市监局	2029.04.23
397	重庆市博士眼镜有限公司源 著分公司	渝江药监械经营许 20240017 号	重庆市江北区 市监局	2029.03.14
398	重庆市博士眼镜有限公司新 都汇分公司	渝北食药监械经营许 20190011 号	重庆市渝北区 市监局	2029.03.14
399	重庆市博士眼镜有限公司翼 龙路分公司	渝九药监械经营许 20240025 号	重庆市九龙坡 区市监局	2029.02.04
400	重庆市博士眼镜有限公司两 江新区礼慈路分公司	渝两江药监械经营许 20240002 号	重庆两江新区 市监局	2029.02.03
401	重庆市博士眼镜有限公司青 枫南路分公司	渝两江药监械经营许 20240007 号	重庆两江新区 市监局	2029.01.25
402	重庆市博士眼镜有限公司斑 竹路分公司	渝 20 食药监械经营 许 20190007 号	重庆两江新区 市监局	2029.01.02
403	重庆市博士眼镜有限公司南 坪星光时代分公司	渝 08 食药监械经营 许 20180103 号	重庆市南岸区 市监局	2028.10.30
404	重庆市博士眼镜有限公司大 坪石人街分公司	渝渝药监械经营许 20180088 号	重庆市渝中区 市监局	2028.09.05
405	重庆市博士眼镜有限公司华 融分公司	渝北食药监械经营许 20180091 号	重庆市食品药 品监督管理局 渝北区分局	2028.08.06
406	重庆市博士眼镜有限公司谢 家湾分公司	渝九药监械经营许 20230293 号	重庆市九龙坡 区市监局	2028.06.28
407	重庆市博士眼镜有限公司	渝江药监械经营许 20180036 号	重庆市江北区 市监局	2028.06.25
408	重庆市博士眼镜有限公司嘉 州新光天地分公司	渝北药监械经营许 20230089 号	重庆市渝北区 市监局	2028.05.15

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
409	重庆市博士眼镜有限公司星光分公司	渝 20 食药监械经营许 20180009 号	重庆两江新区市场和质量监督管理局	2028.02.13
410	重庆市博士眼镜有限公司洪湖东路财富分公司	渝 20 食药监械经营许 20180008 号	重庆两江新区市场和质量监督管理局	2028.02.13
411	重庆市博士眼镜有限公司沙坪坝区高新分公司	渝沙药监械经营许 20230001 号	重庆市沙坪坝区市场监管局	2028.01.17
412	重庆市博士眼镜有限公司两江新区金渝大道分公司	渝两江新区食药监械经营许 20220053 号	重庆两江新区市场监管局	2027.07.07
413	重庆市博士眼镜有限公司金辉广场分公司	渝 08 食药监械经营许 20210112 号	重庆市南岸区市场监管局	2026.11.17
414	重庆市博士眼镜有限公司大学城天街分公司	渝高新区食药监械经营许 20210035 号	重庆市高新技术产业开发区管理委员会市场监管局	2026.08.12
415	重庆市博士眼镜有限公司国瑞城分公司	渝大食药监械经营许 20160006 号	重庆市大渡口区市场监管局	2026.08.01
416	重庆市博士眼镜有限公司大渡口区万象汇分公司	渝大食药监械经营许 20210024 号	重庆市大渡口区市场监管局	2026.07.18
417	重庆市博士眼镜有限公司两江光环分公司	渝 20 食药监械经营许 20210028 号	重庆两江新区市场监管局	2026.05.17

注：截至本补充法律意见书出具之日，上述第 216 项资质已办理续期并在有效期内；上述第 329 项资质过期后未续办，对应主体在资质过期后不存在第三类医疗器械销售行为

2、公司及子公司医疗器械网络销售备案凭证

序号	备案主体	医疗器械网络交易服务第三方平台	备案编号	备案机关
1	南昌发轲	小红书、得物、京东商城、唯品会、拼多多商城、天猫、抖店、抖音电商、淘宝	赣洪械网备 20250039 号	南昌市市场监管局
2	南昌维睛	小红书、得物、京东商城、唯品会、拼多多商城、天猫、抖店、抖音电商、淘宝	赣洪械网备 20250036 号	南昌市市场监管局
3	发行人	北京三快科技有限公司、阿里健康科技（广州）有限公司、上海京东到家友恒电商信息技术有限公司、上海拉扎斯信息科技有限公司、杭州有赞科技有限公司	粤深械网备 201905240091	深圳市市场监管局
4	江西新云程	小红书、有赞网、得物网、宁波商量网上商城、京东、唯品会、拼多多、天猫、饿了么、美团网、阿里巴巴、快手、抖音	赣洪药监械网备 20230296 号	南昌市市场监管局
5	博镜三亚	有赞	2022040154077000023	三亚市市场监管局

3、特许经营权备案

序号	特许人	备案号	特许品牌	权利类型	权利号	权利性质	注册类别	权利期限
1	发行人	0440300111600107	zèle	注册商标	13241520	所有权	9	2035.01.13
2			zèle	注册商标	13241488	所有权	44	2035.01.13
3			砣	注册商标	19943997	所有权	44	2027.06.27
4			砣	注册商标	19943996	所有权	9	2027.06.27
5			砣	注册商标	18589502	所有权	9	2027.01.20
6			砣	注册商标	18589746	所有权	44	2027.01.20