

证券代码：300622

证券简称：博士眼镜

公告编号：2026-019

# 博士眼镜连锁股份有限公司 2025 年年度报告摘要

## 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

政旦志远（深圳）会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.70 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	博士眼镜	股票代码	300622
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	丁芸洁	陈芊芊、方敏睿	
办公地址	深圳市罗湖区桂园街道深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 2201-02 单元	深圳市罗湖区桂园街道深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 2201-02 单元	
传真	0755-82095526	0755-82095526	
电话	0755-82095801	0755-82095801	
电子信箱	zqswb@doctorglasses.com.cn	zqswb@doctorglasses.com.cn	

### 2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司严格落实国家政策要求与行业发展导向，坚守“稳中求进、稳中提质”发展总基调，深化“差异化品牌定位、标准化门店运营、专业化视光服务”经营理念，将渠道优化、产品升级、智能化转型作为年度核心战略全力推进。公司紧扣新零售消费场景迭代趋势，持续深化线上线下并举的营销布局，加速人工智能与交互形态的落地应用，深挖数字化协同价值，同步强化“客户第一”核心价值观，着力构建全渠道、全品类、全覆盖的多元化销售服务体系，以战略落地实效与业务服务升级稳步提升核心竞争力，为企业持续健康发展筑牢根基。

2025 年全年实现营业收入 136,038.33 万元，同比增长 13.10%；实现归属于上市公司股东的净利润 14,860.60 万元，同比增长 43.40%。

### （一）推进渠道网络优化与精细化运营，构建全渠道协同、全国覆盖的眼视光服务网络

#### 1、精耕线下销售渠道，推进智能化门店改造，强化品牌多元营销

眼镜零售店是消费者购买眼镜产品的主要渠道，其选址的前瞻性和品牌定位的精准性，直接决定渠道效率与市场覆盖能力。面对消费需求多元化与购物场景迭代的行业趋势，公司以“主流市场深耕、下沉市场拓展、门店智能升级”为布局方针，构建全维度市场布局体系。

2025 年，公司继续保持与天虹、华润等大型商超机构及中免集团、海旅免税等免税集团的良好合作关系，加大与医院、社康中心合作建设视光中心的协同力度，持续完善差异化品牌体系建设，加强门店品牌的精准定位。通过巩固“President optical”品牌的高奢定制形象与深化“博士眼镜”品牌的专业服务形象，聚焦国内一、二线城市核心消费商圈，充分利用品牌效应加大对顾客的吸引力，从而夯实主流市场壁垒。依托“砣（石人工）”品牌开展加盟招商，加速低线城市零售网点布局，持续拓宽下沉市场渠道，稳步提升整体市场占有率。同时，公司积极推进现有门店智能化升级改造，打造集科技展示、场景互动与专业服务于一体的多元化体验空间，实现客流转化率的有效提升。截至本报告披露日，公司已开设 1 家智能眼镜概念店，并在 160 余家门店内铺设智能眼镜专柜。

报告期内，公司启动向不特定对象发行可转换公司债券的方案，募集资金将主要投向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等关键项目，通过资本赋能为公司全国性渠道扩张与智能化升级注入核心动力。本次连锁眼镜门店建设及升级改造项目计划在全国重点城市拓展 225 家眼镜门店，并同步对部分现有门店进行升级改造。公司将聚焦于一线、新一线及二线等消费能力较强的城市，一方面在公司传统优势区域，如华南、华东等地进一步加密门店布局，巩固市场领先地位；另一方面加大在西南、华北等地区的资源投入，提升市场竞争力。截至目前，公司已经完成可转换公司债券的发行及上市，本次公开发行可转换公司债券募集资金总额为人民币 37,500.00 万元。

截至 2025 年 12 月 31 日，公司共有门店 589 家，其中，直营门店 510 家，加盟门店 79 家。

报告期内，公司持续强化品牌传播力度，统一各门店广告宣传规范与季度营销主题，构建门店营销内容中心化管理体系，以信息化升级赋能门店焕新发展。同时，公司常态化开展节庆促销及季度主题营销，不断增加公交、地铁、电梯等场景化流动媒体及商场扶梯、中庭等核心广告位投放，延伸品牌营销覆盖范围，深化品牌内核传播，精准触达目标消费群体。公司通过与各大眼镜供应商联合打造限时快闪店、品质艺术沙龙等活动，不断挖掘眼镜时尚与专业配镜融合发展的新可能，既能实现跨生态流量聚合及价值共创，更能有效深化与消费者的情感连接，精准高效引流拉新。

#### 2、深耕新媒体内容生态，加强布局电商领域，推动线上线下双向赋能

随着新零售模式持续发展，线上消费凭借便捷的购物体验与广泛触达能力，已成为消费市场的重要形态。公司积极顺应消费场景互联网化趋势，加强新媒体内容运营，持续升级会员服务系统，通过构建成熟的线上引流矩阵赋能线下门店，推动线上线下服务资源深度协同与融合，形成全链路服务网络。

为顺应数字化消费变革，公司以前瞻性战略眼光全线布局电商领域，先后入驻天猫、京东、拼多多等头部主流电商平台并开设官方旗舰店，持续提升线上市场渗透力及电商服务能力。2025 年，公司天猫官方旗舰店实现连续 12 个月蝉联平台五星店铺荣誉，并获评金牌客服团队称号，成为行业服务标杆。同时，公司紧跟新媒体电商风口，依托小红书、抖音等兴趣社交平台开展品牌传播与产品推广，构建起品牌官方号、门店矩阵号、达人内容投放、搜索话题高效管理的一体化运营体系，通过持续输出产品卖点、实景化体验等高价值内容，实现精准触达与高效获客，不断夯实用户流量池与品牌影响力。截至本报告期末，小红书“博士眼镜”话题浏览量累计超过 1,629 万，“总统眼镜”话题浏览量累计超过 658 万。

2025 年，公司线上交易总额（GMV）为 27,859.42 万元，同比增长 45.20%，对应的营业收入（不含税）24,654.35 万元，合计占公司营业收入的 18.12%。

在本地生活服务赛道竞争日趋激烈的当下，公司已在抖音、大众点评、饿了么等主流本地生活平台开设官方账号，通过场景化短视频、实用护眼科普等优质内容积累大量高粘性用户，以高频直播专场、本地化福利活动刺激消费需求，打造了“内容种草、直播转化、本地核销”的一体化运营模式，实现线上流量与线下服务的高效对接。报告期内，公司

积极推动“抖音职人”孵化项目，共计培养内部员工 650 人，打造出一支兼具专业知识与内容创作能力的复合型运营团队。2025 年 11 月，公司在抖音生活服务 NKA 珠宝眼镜行业大会上成功摘得“本地生活服务眼镜行业影响力奖”，彰显出强劲的线上运营实力与品牌竞争力。

2025 年，公司线上团购券交易（即转化门店核销收入）合计金额为 15,808.92 万元。

## （二）优化升级产品结构，提高功能性镜片渗透率，加强智能眼镜生态布局

随着国民护眼意识提升与颜值经济兴起，眼镜已从单纯的视力辅助工具转变为彰显多元个性的时尚单品。公司始终聚焦多样化视觉需求，不断优化升级产品结构，始终坚持国际品牌代理与自有品牌发展双线并行，构建多元风格的产品体系，持续强化产品核心竞争力。目前，公司已与卡尔蔡司、开云集团、依视路、LVMH 等全球知名眼镜企业建立长期战略合作，通过品牌联名、独家代理等合作模式，融合双方的平台优势与前沿设计理念，向消费者呈现时尚潮流的全球眼镜产品。此外，公司大力培育自有品牌，不断升级迭代自有品牌产品矩阵，并通过与头部大 IP 深度合作，有效提升品牌热度与话题影响力，满足消费者日益多元、个性化的时尚消费需求。2025 年，公司自有品牌 zèle 与任天堂宝可梦 IP 达成正版合作，推出“zèle|宝可梦”联名青少年光学眼镜系列，把动漫文化与眼镜实用功能相结合，精准覆盖青少年及动漫爱好者客群。截至本报告期末，公司共拥有 9 个在售镜架自有品牌、4 个在售镜片自有品牌。2025 年，公司自有品牌镜片销量占总体镜片销量的 55.29%，自有品牌镜架销量占总体镜架销量的 60.52%。

随着科技发展与国民视觉健康意识不断提升，公司紧跟政策导向与行业发展机遇，聚焦“一老一少”核心群体需求，树立品牌专业形象以深度占领消费者心智，为不同用眼场景提供有针对性的解决方案。近两年，公司持续优化功能性镜片的甄选标准与流程，加大消费者教育与营销推广力度，致力于全方位守护全年龄段、全生命周期的眼健康。针对不同人群的视力需求，目前公司推出了四大配镜体验方案：

配镜方案名称	适配群体	简要介绍
学生控度镜	近视高发及进展期的青少年	通过多点离焦技术，提供科学的眼轴增长减缓与度数管理服务。
全能花镜	屈光不正合并老视的中老年群体	采用渐进多焦点镜片技术，实现一副眼镜即可满足远、中、近全距离的清晰视物需求。
素颜看屏镜	兼具视觉防护需求与面部美学修饰诉求的数字生活族群	从颜值美学、蓝光防护、适用场景到用眼时长进行全维度考量，镜片带有轻微柔焦效果，在守护视觉健康的同时提升佩戴者的气色。
缓解疲劳镜	高频多屏交互的职场视光人群	在延续基础护眼功能之上，重点强化对数字产品的适配性，优化大小屏切换时的视觉体验，完美兼顾护眼效能与色彩真实度。

2025 年，公司功能性镜片的销量已占总体镜片销量的 39.68%，同比增长 16.41%，其中，青少年近视防控镜片（包含离焦镜片）的销量同比增长 15.85%，成人渐进镜片的销量同比增长 13.56%，缓解疲劳镜片的销量同比增长 27.84%。

近年来，人工智能浪潮奔涌向前，可穿戴设备成为技术落地的核心场景，而眼镜凭借全民熟知的佩戴习惯、贴近视野的天然优势，成为 AI 可穿戴设备中最理想的载体之一。新一代智能眼镜不仅在性能上实现质的飞跃，更凭借场景化生态合作，重塑了人机交互的边界。公司主动把握智能穿戴设备行业变革机遇，深度洞察用户核心诉求，努力推动“前沿科技”与“专业服务”的深度融合，致力于智能眼镜“最后一公里”的验配服务。2025 年 5 月，公司与雷神科技、汇鼎光学达成战略合作，进一步加速智能眼镜在市场上的普及，为用户带来更前沿的视觉体验；2025 年 7 月，中电信人工智能科技(北京)有限公司在 2025 世界人工智能大会（WAIC）正式发布天翼 AI 眼镜，公司成为官方指定配镜服务商。2025 年 11 月，阿里推出首款自研旗舰双显 AI 眼镜——夸克 AI 眼镜 S1，公司被确立为夸克 AI 眼镜的核心合作伙伴，提供专业的验光、配镜及售后调整服务。

截至本报告披露日，公司已与业内头部智能眼镜厂商阿里、雷鸟创新、星纪魅族、XREAL、界环、李未可、小米 mijia、雷神科技等品牌开展合作。目前，公司智能眼镜镜片验配服务的营业收入规模和占比极小，短期内对公司经营活动不会产生重大影响。

## （三）夯实人才队伍建设，构建价值驱动引擎，数智化推动组织效能升级

公司坚定不移地贯彻“人才强企”战略，聚焦专业人才队伍建设。通过数智化转型落实人才管理和培养发展、优化招聘渠道及完善薪酬绩效机制，提升人力资源管理的前瞻性与精准度，真正实现“人尽其才、才尽其用”，为实现公司战略目标提供坚实的人才保障。

为筑牢公司可持续发展的人才根基，公司深度打造了系统化、规范化、层次化的员工培训体系，全方位激活人才效能。2025 年，公司扎实推进新员工入职赋能，累计开展新员工培训 10 期，助力新人快速融入团队并胜任岗位要求；全面落地管培生培养方案“筑梦营计划”，通过搭建覆盖“精准招聘、导师带教、绩效跟踪”的全流程人才跟进系统，实现对管培生成长轨迹的可视化监控与动态调整，确保人才供给与业务需求的高效匹配。同时，作为广东省视光行业第一家获得职业技能等级认定开展资格的企业，公司已将培训部打造成“专业认证中心”，通过整合优质学习资源、全面推行“全员持证活动”，进一步加大人才培养力度和培训覆盖面，并在业内树立专业资质建设标杆，推动行业规范化发展，实现员工职业价值与企业发展的同频共振。2025 年，公司开展眼镜验光员、眼镜定配工职业技能等级认定考核共计 14 场，为公司输送持有初级、中级、高级及二级技师眼镜验光员证书的人才 191 人。截至目前，公司持有眼镜验光员、验光师资格的员工人数已超过 1,500 人，整体持证率约达 75%，其中高级验光师占比超过 30%，专业人才密度居行业前列。

报告期内，公司大力拓宽招聘渠道，通过校企合作、网络招聘、社会招聘、企业内部推荐等多种方式招贤纳士，为实现公司战略目标提供坚实的人才保障。与此同时，公司通过“飞书”办公平台优化人力流程和报表体系，完成薪酬核算体系自动化改造和招聘系统升级，重构门店绩效考核机制，有效激发一线专业活力；同步提升员工面试、绩效考核、人员变动等模块的工作效率，打破部门数据壁垒，实现跨部门数据共享，为管理决策提供更及时、精准的信息支撑。2025 年 6 月，公司联合飞书举办“AI 先锋提效竞赛”，聚焦利用 AI 工具解决实际业务痛点，参赛方案深度覆盖商品运营、客户服务、门店管理、财务流程等核心业务场景，有效沉淀标准化的提效解决方案，真正实现了从技术引入到实际生产力转化的闭环。

2025 年，公司持续深化企业文化建设，发布企业文化营运计划，为文化落地提供系统性指引与阶段性目标，并创新推出“价值观银行”项目，构建基于信用体系的行为激励模式，将员工的协作、创新及学习行为量化为可积累的品德资产。通过明确的积分规则与兑换标准，实现动态激励与数字化评估，有效引导员工将核心价值观“客户第一、主动担当、结果导向、协作执行”融入日常工作中，显著提升了全员参与度与文化认同感，让企业文化真正落地生根。

### 3、主要会计数据和财务指标

#### (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	1,357,248,328.45	1,253,370,901.92	8.29%	1,121,775,074.61
归属于上市公司股东的净资产	908,226,051.54	760,633,819.81	19.40%	788,732,464.94
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	1,360,383,297.98	1,202,816,100.75	13.10%	1,175,865,495.37
归属于上市公司股东的净利润	148,605,952.42	103,628,433.57	43.40%	128,064,789.56
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	123,109,600.54	88,475,997.50	39.14%	116,454,595.15
经营活动产生的现金流量净额	296,962,725.29	275,514,887.24	7.78%	280,936,613.38

基本每股收益（元/股）	0.65	0.46	41.30%	0.57
稀释每股收益（元/股）	0.65	0.46	41.30%	0.57
加权平均净资产收益率	17.80%	13.17%	4.63%	17.64%

## （2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	326,159,936.89	360,213,307.10	394,122,878.70	279,887,175.29
归属于上市公司股东的净利润	30,177,843.86	25,855,603.36	31,797,813.57	60,774,691.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	27,413,129.86	22,232,087.55	29,353,677.89	44,110,705.24
经营活动产生的现金流量净额	96,035,273.73	32,119,131.78	149,649,947.42	19,158,372.36

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

## 4、股本及股东情况

### （1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	46,477	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	44,511	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		数量		
					股份状态	数量			
LOUISA FAN	境外自然人	21.29%	48,517,415.00	36,444,311.00	不适用		0.00		
ALEXANDER LIU	境外自然人	19.15%	43,628,344.00	34,604,373.00	不适用		0.00		
江西江南道企业管理有限公司	境内非国有法人	0.63%	1,444,501.00	0.00	不适用		0.00		
李渊杰	境内自然人	0.38%	862,280.00	0.00	不适用		0.00		
何时金	境内自然人	0.38%	860,580.00	0.00	不适用		0.00		
杨秋	境内自然人	0.37%	831,726.00	0.00	不适用		0.00		
徐利明	境内自然人	0.32%	730,460.00	0.00	不适用		0.00		

刘开跃	境内自然人	0.31%	702,144.00	0.00	不适用	0.00
刘之明	境内自然人	0.29%	652,969.00	489,727.00	不适用	0.00
香港中央结算有限公司	境外法人	0.26%	587,747.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明		ALEXANDER LIU 先生与 LOUISA FAN 女士为夫妻关系。ALEXANDER LIU 先生与刘开跃先生为兄弟关系。根据《上市公司收购管理办法》第八十三条的规定，ALEXANDER LIU 先生、LOUISA FAN 女士、刘开跃先生为一致行动人。除此之外，公司未知前 10 名无限售流通股股东和前 10 名股东之间是否存在关联关系或一致行动人。				

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

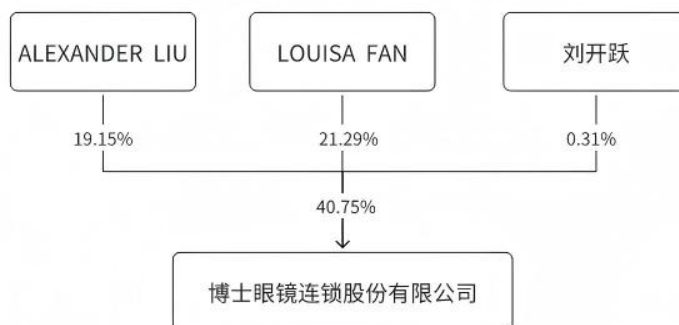
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

## (2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

## (3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



## 5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

### (1) 债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	发行日	到期日	债券余额（万元）	利率
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	博士转债	123266	2026年03月18日	2032年03月17日	37,500	第一年0.10%、第二年0.30%、第三年0.60%、第四年1.00%、第五年1.50%、第六年2.00%
报告期内公司债券的付息兑付情况	不适用					

**(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况**

不适用。

**(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标**

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	本年比上年增减
资产负债率	32.03%	38.47%	-6.44%
扣除非经常性损益后净利润	12,310.96	8,847.6	39.14%
EBITDA 全部债务比	139.97%	102.65%	37.31%
利息保障倍数	30.66	16.51	85.71%

**三、重要事项****1、关于向不特定对象发行可转换公司债券的相关情况**

(1) 公司于 2025 年 2 月 7 日召开第五届董事会第九次会议、公司第五届监事会第九次会议，并于 2025 年 4 月 9 日召开 2025 年第一次临时股东大会，分别审议通过了《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》等相关议案。

(2) 为推进本次向不特定对象发行可转换公司债券工作，并结合公司的实际情况，公司于 2025 年 4 月 14 日召开第五届董事会第十一次会议、公司第五届监事会第十次会议，分别审议通过了《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》等修订相关议案。根据公司 2025 年第一次临时股东大会的授权，本次修订相关议案事项无需提交股东大会审议。

(3) 公司于 2025 年 4 月 27 日收到深圳证券交易所（以下简称“深交所”）出具的《关于受理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申请文件的通知》（深证上审〔2025〕59 号），深交所对公司报送的向不特定对象发行可转换公司债券的申请文件进行了核对，认为申请文件齐备，决定予以受理。

(4) 公司于 2025 年 5 月 14 日收到深交所出具的《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》（审核函〔2025〕020022 号，以下简称“审核问询函”）。深交所对公司报送的向不特定对象发行可转换公司债券的申请文件进行了审核，并形成审核问询问题。

(5) 2025 年 6 月 3 日，公司按照审核问询函的要求，会同相关中介机构针对审核问询函所列问题进行了认真研究和回复，并对募集说明书等相关申请文件内容进行了更新。公司已在问询函的回复报告和更新后的申请文件披露后，通过深交所发行上市审核业务系统报送相关文件。

(6) 2025 年 9 月 9 日，根据深交所的进一步审核意见及相关要求，结合公司已披露的《2025 年半年度报告》，公司会同相关中介机构对审核问询函的回复内容进行了相应的补充与更新。

(7) 2025 年 12 月 2 日, 根据深交所进一步审核意见, 并鉴于公司《2025 年第三季度报告》已公开披露, 公司会同相关中介机构对募集说明书、审核问询函回复等相关申请文件进行了更新与补充; 2025 年 12 月 8 日, 根据深交所进一步审核意见, 公司会同相关中介机构对募集说明书、审核问询函回复等相关申请文件进行了相应的补充与修订。

(8) 2025 年 12 月 18 日, 深圳证券交易所上市审核委员会召开 2025 年第 31 次审议会议, 对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(以下简称“本次发行”)的申请进行了审核。根据会议审议结果, 公司本次发行的申请符合发行条件、上市条件和信息披露要求。2025 年 12 月 23 日, 根据本次发行事项实际进展以及相关审核要求, 公司会同相关中介机构对申请文件内容进行了更新和修订。

(9) 经中国证券监督管理委员会“证监许可〔2026〕84 号”文予以注册, 公司已于 2026 年 3 月 18 日向不特定对象发行可转换公司债券 3,750,000 张, 每张面值为人民币 100.00 元, 按面值发行, 发行总额为人民币 375,000,000.00 元, 期限为发行之日起 6 年。经深圳证券交易所同意, 公司可转换公司债券已于 2026 年 4 月 7 日在深圳证券交易所挂牌交易, 债券简称“博士转债”, 债券代码“123266”。

具体内容详见披露于巨潮资讯网(<http://www.cninfo.com.cn>)的相关公告。

## 2、综合授信

2023 年 8 月 28 日, 公司召开第四届董事会第二十一次会议, 审议通过了《关于申请银行综合授信的议案》, 同意公司向银行申请不超过人民币 3 亿元的综合授信额度, 上述综合授信额度及授权期限自董事会审议通过之日起 12 个月内有效。

2024 年 7 月 5 日, 公司召开第五届董事会第四次会议, 审议通过了《关于向金融机构申请综合授信额度的议案》, 同意公司向金融机构(包括银行、经银保监会批准设立的非银行金融机构)申请合计不超过人民币 4 亿元的综合授信额度, 上述综合授信额度及授权期限自董事会审议通过之日起 12 个月内有效。

2025 年 7 月 21 日, 公司召开第五届董事会第十四次会议, 审议通过了《关于向金融机构申请综合授信额度的议案》, 同意公司向金融机构(包括银行、经银保监会批准设立的非银行金融机构)申请合计不超过人民币 3.8 亿元的综合授信额度, 上述综合授信额度及授权期限自董事会审议通过之日起 12 个月内有效。

具体内容详见公司 2023 年 8 月 29 日、2024 年 7 月 6 日、2025 年 7 月 21 日于巨潮资讯网([www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn))披露的相关公告。

2023 年 11 月 28 日, 公司与中国工商银行股份有限公司深圳喜年支行签订《总授信融资合同》(编号: 工银深总融(喜年)字 2023 年第 169 号), 获取人民币 45,000,000.00 元的授信额度, 授信期限为 2023 年 11 月 27 日至 2024 年 11 月 30 日。

2024 年 2 月 23 日，公司与中国银行股份有限公司深圳中心区支行签订《授信额度协议》（编号：2024 圳中银额协字第 9000002 号），获取人民币 150,000,000.00 元的授信额度，授信期限为 2024 年 2 月 23 日至 2025 年 1 月 17 日。

2024 年 6 月 20 日，公司与招商银行股份有限公司深圳分行签订《授信协议》（编号：755XY240617T000218）及《最高额质押合同》（编号：755XY240617T00021801），获取 70,000,000.00 元的授信额度，授信期限为 2024 年 6 月 18 日至 2025 年 6 月 17 日。

2024 年 12 月 26 日，公司与中国工商银行股份有限公司深圳喜年支行签订《银行承兑协议》（编号：工银深银承（喜年）字 2024 年第 005 号），获取人民币 90,000,000.00 元的银行承兑汇票开立额度，期限为 2024 年 12 月 26 日至 2026 年 12 月 26 日。

2025 年 1 月 10 日，公司与中国银行股份有限公司深圳中心区支行签订《授信额度协议》（编号：2024 圳中银额协字第 9000070 号），获取人民币 80,000,000.00 元的授信额度，授信期限为 2025 年 1 月 10 日至 2025 年 12 月 23 日。

2025 年 7 月 25 日，公司与招商银行股份有限公司深圳分行签订《授信协议》（编号：755XY250723T000044）及《最高额质押合同》（编号：755XY250723T00004401），获取 70,000,000.00 元的授信额度，授信期限至 2026 年 7 月 23 日。

2025 年 11 月 19 日，公司与中国银行股份有限公司深圳中心区支行签订《授信额度协议》（编号：2025 圳中银额协字第 9000062 号），获取人民币 80,000,000.00 元的授信额度，授信期限至 2026 年 11 月 3 日。

2025 年 12 月 3 日，子公司江西博士新云程商贸有限公司与招商银行股份有限公司南昌分行签订《授信协议》（编号：791XY251126T000206），获取 10,000,000.00 元的授信额度，授信期限至 2026 年 11 月 27 日。

截至报告期末，公司已使用上述额度累计约 1.24 亿元。

博士眼镜连锁股份有限公司  
董事会  
二〇二六年四月二十四日