

证券代码：300015

证券简称：爱尔眼科

爱尔眼科医院集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-011

投资者关系活动类别	√ 特定对象调研 □ 分析师会议 □ 媒体采访 □ 业绩说明会 □ 新闻发布会 □ 路演活动 □ 现场参观 □ 其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	淡水泉投资管理有限公司 王沛、贾婷婷、吴竞尧；
时间	2023 年 12 月 27 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董秘：吴士君 董事会办公室工作人员
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司未来利润率的提升空间还有多大？ 答：公司利润率还有上升空间，主要基于以下三个原因： 一、非医保类眼科业务占比提升。从全人群角度来看，中国所有眼病患者中，近视眼占比最高、人数最多，而近视眼对应的主要治疗方式为近视手术（屈光手术）和配镜（视光服务）。目前，国内屈光手术和 OK 镜、离焦镜等视光服务渗透率极低，还有很大增长空间。此外，公司近年推出的干眼治疗、老花眼手术等，在国内尚处于起步阶段，发展空间极大，势头良好。 二、规模效应进一步体现。对于眼科医院来说，初期投入过后，固定成本变化较小，随着门诊量、手术量爬坡，规模效应会不断增强。虽然公司已是全球规模最大的连锁眼科医院集团，但公司境内大多数医疗机构比较年轻，成长空间还很大，同时成熟

	医院也还在不断增长。随着公司医院成长，规模效应进一步增强，公司毛利率、净利率也会随之提高。 三、销售费用率尚有下降空间。公司旗下成熟医院销售费用率显著低于新医院。原因是成熟医院经过持续多年提供高质量医疗服务，在当地积累了良好口碑和影响力；同时成熟医院收入规模较大，因此销售费用与收入比值较低。随着公司体内医院逐步成熟，销售费用率也将逐渐降低。当然，从整体上看，公司近年销售费用率处于缓慢降低、螺旋下降趋势，原因是：一方面体内医院逐步成熟；另一方面公司还在不断开设新医疗机构。随着销售费用率的下降，将对公司净利率带来正面帮助。 由于上述原因，公司利润率尚有提升空间。 2、如何看待老龄化趋势下的眼科行业发展？ 答：近年来，国内出现老龄人口占比和绝对值双升的现象。对于眼科行业而言，人口老龄化带来年龄相关性眼病需求持续增长，对相应诊疗项目起到了很强的带动作用。 从业务角度来看，除青光眼、白内障、老年性黄斑等年龄相关性眼病需求不断提升外，老花手术治疗等新兴赛道也将迎来大发展。 老花手术业务属于特殊的屈光手术，根据发达国家的经验，未来的需求空间也非常大。参考欧美的老花手术渗透率，目前国内老花手术的发展还处于早期阶段，市场空间非常宽广。中国目前大多数老年人对老花的认识程度不高，甚至他们所使用的老花镜都未经过科学验配。受人们了解程度的限制，老花市场需要一定时间成长。一方面，需要行业进一步的眼健康教育工作和正确引导，让大家意识到进行老花手术不仅可以治疗老花，还能解决未来白内障的问题；另一方面，随着适龄段人群支付能力的提高和对视觉品质的追求，老花市场未来必然出现较大的增长。 随着国家经济发展，老年人对新事物的接受程度、消费意愿、支付能力等都不断提升；多种眼健康问题与年龄具有正相关性，
--	--

	随着中国人均寿命提升，眼健康需求会进一步增长；同时，人们对于高品质生活的追求，也将孕育更多品种、更高质量的新技术。眼科行业空间也将持续扩大。 3、请问公司如何看待近期贵港爱尔的舆情问题？ 答：贵港爱尔事件发生后，公司第一时间成立调查小组，对医院进行深入全面调查，并及时发布声明，具体内容详见 12 月 21 日公司官方微博“爱尔关怀”。 由于查清事实客观上需要一定时间，在相关部门调查结论正式发布之前，请大家理性看待一些媒体自媒体的报道，大量传闻未与公司或医院核实，存在以偏概全、夸大事实的情况。对于此类事件，我们实事求是，依法依规依纪处理；公司爱护所有员工，但也绝不放过任何错误。 多年来，爱尔眼科通过先进的医疗技术和优良服务获得了各地民众的广泛认可，多项医疗指标均达到三甲或以上水平。由于公司体量规模大，门诊量多，虽然医疗纠纷发生率极低，但在高基数下，难以完全避免。正因如此，出现问题时更要重视。未来，公司将继续推行高质量发展，对出现的问题举一反三，进一步加强管理，检视薄弱环节，补齐短板，确保规范运行。 4、公司未来的增长空间如何？ 答：公司目前总体量虽为全球最大，但离天花板尚远，无论是境内还是境外，都有广阔的增长空间。其实，“天花板”并不是静态的，而是持续上升的。 境内而言，公司现有医院或中心还有很长的路要走。目前公司单体收入最高的医院，如武汉爱尔、长沙爱尔、成都爱尔、辽宁爱尔等，与北京同仁医院、广州中山大学中山眼科中心、上海复旦大学附属眼耳鼻喉科医院等中国最顶尖公立眼科医院相比，还有极大增长空间。当然这几家公立医院都有七、八十年甚至上百年的历史，我们希望能用更灵活的机制、更短的时间达到他们
--	--

	的水平。我们的地级市医院，有的收入已经超过或接近 2 亿，但与其覆盖的人口相比，也还有很大成长空间；另一方面，爱尔品牌下（上市公司+并购基金）整体院龄结构较为年轻，开业小于等于五年的医疗机构约占 3/4，这部分医疗机构医疗标准很高，但从收入角度看，相当于是幼儿园和小学生。同时，公司将继续完善各省区区域内的纵向分级连锁网络体系，加快省会城市一城多院、眼视光门诊部（诊所）横向同城分级诊疗网络建设，多个省区逐步形成“横向成片、纵向成网”的布局。 境外而言，目前公司已布局欧洲、东南亚、美国、中国香港。一方面，境外眼科医疗行业高度分散，虽然公司境外机构在当地已有较强影响力，如欧洲分支机构巴伐利亚眼科已是欧洲最大规模眼科连锁机构，但其市占率并不高，即便在其发源地西班牙，市场份额也仅占不到 20%，提升空间较大；另一方面，公司将夯实现有医院布局，同时把握时机，进军海外其他地区，加大海外布局。 此外，对于行业而言，眼科各亚专科渗透率都处于极低水平，未来随着技术进步、人民眼健康意识提升、经济发展等，渗透率将不断提高，市场空间将不断扩大，公司也会从中受益。 “做大”是公司增长的自然结果，“做强”才是公司的核心追求。只有“做强”，“大”才可以持续，才有质量。 5、在当前经济环境下，竞争是否加剧？ 答：经济大环境影响各行各业，但公司所处的眼科医疗服务行业受影响相对较小。无论经济环境如何变化，人民对于健康生活的追求是始终如一的，并会随着国家经济发展出现不同层次需求，高品质医疗需求也将不断提升，眼科市场空间也将持续扩大。 竞争并不是由经济环境造就的，而是始终存在的，只是当前大环境让竞争更被市场所关注。眼科作为一个蓬勃发展，有长远潜力的行业，自然会被更多的人注意到。 从企业的角度来看，医院竞争的核心是提升医疗质量和服务
--	--

	品质，树立口碑和声誉。比如国内顶尖的北京协和医院，无论竞争环境如何变化，始终熙熙攘攘。这就是品牌和技术的力量，掌握了核心竞争力，就不用担心受到其他因素的影响而流失患者。 公司始终牢牢抓住核心点，不断推进医教研实现更高水平的一体化，让人才队伍不断壮大、医疗水平持续提高，把爱尔品牌打造为金字招牌。在经营管理上，有短、中、长期安排和措施，也会协调各方资源，赋能各省区。外部格局或许有变化，竞争的核心不会变。爱尔眼科作为先行者，多年来通过完善的战略规划和网络布局，形成了独具特色的竞争优势和综合优势。医疗机构的竞争，归根结底是人才、实力的竞争，理念、执行的竞争，文化、管理的竞争。我们认为无论是公立还是非公，良性竞争与合作有利于壮大整体眼科行业，激发行业动能，也更利于医院积极稳健地发展，最终受益的是全国各地的老百姓。 6、在经济承压的背景下，公司屈光业务是否会受到影响？ 答：中国市场庞大，在目前经济环境下，即使部分人受到影响，不受影响的还大有人在，屈光渗透率目前逐步提高的趋势不改。同时，我们明显感觉到，屈光手术的安全性得到越来越多人的认可。随着经济触底回升，一些因经济、就业等因素推迟手术的人士就会发生现实的转化。 其实，企业发展如同行船，潮起潮落非常正常，关键是时刻注意水位的变化，及时向水深的区域开进。 公司的屈光技术保持与国际先进水平同步，同时，公司坚持“适合的才是最好的”基本理念，为患者提供个性化的、针对性的屈光手术服务。从最初的基础术式到半飞秒、全飞秒、ICL以及最新的全光塑等术式，技术不断迭代进步，患者也更多地选择新技术、高端技术。公司将医疗质量和服务水平放在第一位，保障医疗服务高质量发展、给患者提供个性化的全面手术解决方案、提供优质的医疗服务。
--	---

	7、请问白内障业务增速较快的原因？ 答：今年白内障呈现出较快增长。主要原因包括：一、疫情积压需求释放；二、公司医疗技术和服务质量进一步提升，影响力不断扩大，口碑持续提升；三、公司提供不同术式选择，多种晶体品类适配，满足患者多样性需求，帮助患者解决基本问题，同时能满足个性化、定制化手术服务需求。 《“十四五”全国眼健康规划》明确提出，全国百万人口白内障手术率（CSR）要从 3000 以上达到 3500 以上，在人口老龄化的环境下，渗透率还需要进一步上升，白内障市场前景非常广阔。
日期	2023 年 12 月 27 日