

证券代码：300622

证券简称：博士眼镜

博士眼镜连锁股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2026-02

| | |
|-------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u> |
| 参与单位名称及人员姓名 | 长江证券 蔡方羿、仲敏丽 信达证券 姜文镗、李晨 国泰海通 范佳博、吴晨汐 国投证券 罗乾生、刘夏凡 申万宏源 张海涛 中金公司 刘玉雯 君茂资本 刘娜 国泰基金 谢佳怡 东北证券 易丁依 东方证券 陈笑 广发证券 曹敦鑫 国联民生 解慧新 原点资产 程夏颖 嘉世私募 李其东 银华基金 李宛达 天风证券 张彤 Jefferies 裴晶珏 上海德汇 张英杰 橡果资产 魏鑫 |

| | |
|---------------|--|
| | <p>平安证券 刘云坤</p> <p>Capital Group Cheryl Zhang</p> <p>(排名不分先后)</p> |
| 时间 | 2026年4月29日 |
| 地点 | 公司会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | <p>董事、总经理：LOUISA FAN</p> <p>董事会秘书、副总经理：丁芸洁</p> <p>财务总监、副总经理：康海文</p> <p>证券事务代表：方敏睿、陈芊芊</p> |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>1、Q：公司目前智能眼镜业务情况进展如何？</p> <p>A:在当前人工智能浪潮下，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。公司已开设1家智能眼镜概念店“SMART GLASSES”，现阶段公司正逐步推进连锁眼镜门店升级改造，已在160余家零售门店内铺设智能眼镜专柜。同时，公司针对智能眼镜品类组建起专业选品团队，深入分析各类产品的技术参数、功能特性及用户口碑，及时引入具有创新技术或独特设计的新品，确保门店选品始终处于行业前沿。此外，公司带着前瞻性的战略思维于业内首创“智能眼镜销售能力认证”证书，以确保销售团队能够紧跟时代步伐，展示了公司在智能眼镜销售领域的专业实力和领先地位。</p> <p>目前，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。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。敬请广大投资者注意投资风险。</p> <p>2、Q：公司未来门店拓展战略是什么？</p> <p>A: 2026年第一季度，公司已经完成可转换公司债券的发行</p> |

及上市，本次可转债募集资金总额为人民币 37,500.00 万元。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。其中，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，第一年至第三年分别拟新建门店 70 家、75 家和 80 家门店，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。

3、Q:2025 年公司功能性镜片营收增速亮眼，请问当前功能性镜片的核心增长动力是什么？针对不同消费群体，公司在产品推广策略上有哪些差异化举措？

A: 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%。

关于功能性镜片的核心增长动力，我们认为主要来自三个方面：一是消费需求升级及大众视力健康意识提升，当前越来越多消费者不再满足于基础的屈光矫正，开始关注缓解视疲劳、防控近视等功能性需求；二是专业验配能力的支撑，公司全面推行“全员持证活动”，持有眼镜验光员、验光师资格的员工人数已超过 1,500 人，已经建立了从视功能检测到个性化配镜方案定制的全流程服务体系，能精准匹配消费者的眼部状况和用眼场景，提升了功能性镜片的适配率和复购率。三是供应链协同优势，我们与依视路、蔡司等国际品牌及国内头部镜片厂商保持深度合作，能快速引入前沿技术产品，持续适应消费者多样化的配镜需求。

近两年，公司持续优化功能性镜片的甄选标准与流程，加大

| | |
|----------|--|
| | <p>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，包括针对青少年的“学生控度镜”（离焦镜片）、针对中老年群体的“全能花镜”（成人渐进镜片）、针对职场人群的“素颜看屏镜”及“缓解疲劳镜”。</p> <p>4、Q：公司 2025 年毛利率呈现下降趋势，是什么原因？</p> <p>A：公司整体毛利率由 2024 年的 61.71%微降至 2025 年的 60.57%，同比下滑约 1.14 个百分点。这一波动主要源于收入结构的阶段性调整，具体可从渠道与产品两个维度解析：</p> <p>从销售渠道看，2025 年公司线上业务收入占总营收的比重从 15.39%提升至 18.20%，成为拉动营收增长的重要引擎。虽然线上业务 45%的毛利率显著低于线下业务的 64%，但线上业务的 ROE 明显高于线下业务，线上业务的快速扩张能够更高效地提升投资者的整体回报率。</p> <p>从产品结构看，以太阳镜为核心的成镜业务表现亮眼，销售额同比增加 31.54%，营收占比从 2024 年的 14.82%提升至 2025 年的 17.24%。然而成镜约 46%的毛利率远低于光学眼镜的 70%，产品销售结构向成镜倾斜，进一步拉低了综合毛利率水平。此外，代理品牌镜片镜架的销售增速高于自有品牌，也对整体毛利率产生了影响。</p> |
| 说明 | 本次投资者交流活动未涉及应披露重大信息。 |
| 附件清单(如有) | 无 |
| 日期 | 2026 年 4 月 29 日 |