

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：2022-019

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u> <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	财通基金、民生证券
时间	2022年8月31日 15:30-16:30
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书、副总经理：杨秋 投资总监：蔡百合
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司 2022 年上半年经营情况的简要介绍</p> <p>首先，公司对 2022 年上半年整体经营情况和业务发展进行简单回顾。公司 2022 年上半年实现营业收入 45,723.16 万元，比上年同期增长 8.40%，实现营业利润 2,385.42 万元，比上年同期减少 57.74%。报告期内，公司直营门店的主要分布区域受疫情影响存在阶段性闭店歇业情况，尤其是华东、华南地区。2022 年上半年，有暂停营业记录的直营门店数量是 308 家，占公司整体直营门店数量的 65.25%，平均被暂停营业的时间达到了 10 天以上。</p> <p>从业务发展方面看，公司持续完善销售网络布局，报告期末公司门店数量达到 490 家。同时，公司积极调整产品结构，且取得了不错的销售表现，公司镜片、镜架（含太阳镜）客单价均有提升。视力问题人口持续增加，人们对延缓近视发展、降低光源伤害、缓解长期办公视觉疲劳的功能性镜片的需求不</p>

<p>断上升，也带动了功能性镜片的客单价持续攀升；功能性镜片的增速也侧面证明了公司门店的专业服务能力持续稳定地输出。</p> <p>二、关于投资者问题及回复</p> <p>1、Q:公司上市已经有5年了，但是门店拓展的进程仍比较缓慢，是否被历史原因或者行业特性所影响？</p> <p>A:我国眼镜零售店数量众多，呈高度分散化；头部企业的区域化、地域化特征明显，并且眼镜零售行业具有“半医半商”性质，在具有高商业服务属性的同时有一定的医疗服务性质。公司在眼镜零售行业深耕近三十年，一直秉承紧握核心商圈资源、稳中求进的理念实现精准布局，避免快速盲目扩张带来的品牌反噬效果。</p> <p>2、Q:公司今年上半年门店拓展不及预期，同比增速下降，未来是什么样的拓展战略，将重点布局哪些城市？</p> <p>A:受疫情等多方面因素影响，公司对2022年的开店拓展策略进行了战略性回调，相对去年增速有所下滑。未来，公司将结合疫情变化，及时调整开店扩张策略，保持合理的开店、撤店比例。由于公司主力门店品牌定位于中高端消费市场，因此公司目前重点布局国内一二线城市，同时也在思考拓展下沉市场以寻求新的利润增长点。</p> <p>3、各个行业都会面临渠道变革，眼镜零售行业也分为线上、线下渠道，未来线上购买渠道会替代线下吗？</p> <p>A:从目前的销售情况看，线上成交的标准化商品居多，像隐形眼镜、老花镜等。光学眼镜验配的个性化、定制化属性仍需依赖线下门店场景，门店高标准化和高度专业的验配服务为眼镜的验光准确和佩戴舒适提供保障。因此，短时间内线上渠道无法替代线下渠道。</p> <p>4、Q:公司的视光中心与普通零售门店在产品结构上有哪些差异？</p>
--

	<p>A:在产品结构上，视光中心主要聚焦青少年近视防控场景，产品包含青少年功能性眼镜验配、角膜塑形镜验配，同时还包含视觉训练、干眼症康复等服务项目以及眼健康周边产品销售。普通零售门店消费者客群覆盖面更广，为大众消费者提供验光配镜服务的同时销售太阳镜、隐形眼镜等产品。</p> <p>5、Q:公司在门店布局上是如何考虑的，比如视光中心和普通零售门店的比例？</p> <p>A: 在门店布局上，普通零售门店的数量占比一定是多于视光中心的。视光中心的消费群体以儿童青少年为主，目前公司主要与公立医院合作搭建视光中心，围绕近视防控开展综合业务。而普通零售门店的消费群体覆盖全年龄段，除了开拓独立街铺，公司已与山姆、华润、天虹、奥特莱斯等大型商超机构建立稳固的合作关系通过开设直营店、联营店以满足消费者多样化的产品需求。</p> <p>6、Q:公司视光中心的客单价一般会做到什么水平？</p> <p>A:在视光中心产品线完备的情况下，视光中心客单价会超过普通眼镜零售门店一倍以上。</p> <p>7、Q:公司现在销售哪些离焦镜的品牌？</p> <p>A:目前公司销售的离焦镜片主要有豪雅、蔡司、依视路、尼康，还同时销售公司的自有品牌德纳司。</p> <p>8、Q:面对行业的变化，公司会对内部员工有一些激励机制的考量吗？</p> <p>A:公司管理层持续不断地完善、健全员工的长效激励机制以激发员工的积极性和创造性。2022年上半年，公司根据2021年限制性股票与股票期权激励计划对预留部分限制性股票与股票期权进行分配，完成了该激励计划首次授予部分第一期解锁，本次激励对象惠及高级管理人员、中层管理人员、核心业务人员、区域负责人、门店经理等401人。公司将持续完善员工的激励约束机制，进一步提升人才稳定性、积极性、创造性，</p>
--	--

	增强公司凝聚力。
附件清单（如有）	无
日期	2022年9月1日