

股票代码：300595

股票简称：欧普康视

2023年4月6日投资者关系活动记录表

编号：2023-003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 在线会议
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司欧普康视 2022 年度网上业绩说明会的投资者（未具名）
时间	2023年04月06日（星期四）下午 15:00-17:00
地点	“欧普康视 IR”微信小程序
上市公司接待人员姓名	创始人、董事长兼总经理：陶悦群博士 副总经理、董事、董事会秘书：施贤梅女士 董事、财务总监：卫立治先生 独立董事：许立新先生 董事长助理、证券事务代表：李谚女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q：1，请公司介绍替代材料和新一代材料各自性能特点？ 2，新一代角膜塑形镜的产品优势？有什么个性化和差异化特点？ 3，对阿托品药品有什么规划？两项 CDE 药品是自研还是委托参股公司研发？ 4，1年以上的应收款有没有风险？</p> <p>A：您好！替代材料和原有材料是完全一样的。新一代材料是在性能上较现有材料提高的材料。目前在临床试验的新一代角膜塑形镜使用的是超高透氧材料。关于药品方面的规划，如有进展，会按规定披露。一年以上的应收款大多数是大医院的货款，而且占比较小，约为 10%，风险可控，而且已经按照财务制度计提坏账。谢谢！</p> <p>Q：您好！公司股价在低位，公司是否有回购股票的计划</p>

A: 您好! 如有相关计划会按照规则发布公告。谢谢!

Q: 2022 年董事会工作报告上提到“中合欧普基金投资了生长素、肉毒素等消费医疗产品的研发企业-君合盟生物制药(杭州)有限公司”, 请问董事长, 公司未来有向医美进军的打算吗? 如果有医美在公司未来的发展战略中处于什么位置?

A: 您好! 公司投资的新技术、新产品很多都是和消费医疗相关的。中合基金只是参股君合盟生物公司。谢谢!

Q: 请问卫总监, 2022 年欧普康视经销业务成本比 2021 年上升 22.72%的主要原因是什么? 同期直销业务和自营终端业务营业成本只分别上升了 11.52%和 11.62%, 是否因为相比 2021 年欧普康视给经销商供货的折扣更大了? 如果是折扣率大概是多少?

A: 您好! (1) 主要是 2021 年 5 月新并入一家以线上经销护理品为主的子公司, 该公司 22 年/21 年经销收入同比增长 80%, 但其毛利率较低, 从而导致经销成本增长率大于经销收入增长率; (2) 直销业务中护理产品销售占比同比提高约 6%, 其毛利率低于镜片毛利率, 从而导致成本增幅较高。这些与公司销售折扣没有关系。谢谢!

Q: 董秘您好, 年报中提到 2022 年 5 月公司完成首轮定增, 募集资金主要投向连锁视光服务中心建设。公司也在多次调研中提到未来平均每年要建设 300 家自营服务终端, 可是 2022 年建设的自营服务终端数量明显不及预期, 请问是什么原因? 定增提出的视光服务中心建设建设任务还能如期完成吗?

A: 您好! 视光服务终端建设受到疫情影响, 导致投资收益具有不确定性, 因此公司决定以成功率为投资的主要考虑因素。相关投资进度延后。谢谢!

Q: 董事长您好。公司年报对河北集采与三明联盟集采的描述是错误的。三明联盟的公告: “三明联盟将委托河北医保局牵头开展第八

次医用耗材集中采购”；公司描述：“三明采购联盟随后也加入河北省的带量采购”；前一个表述“三明联盟”是集采主体，后一个表述“河北省”是主体，这两个表述有质的区别。请问董事长本人怎么看待这次集采事件？集采报价规则不是按产品报价而是按产品系统报价（标准片+环曲片）且不分品牌和档次，公司打算采取什么样的应对策略？

A：您好！目前医保的带量采购方案尚未正式公布，公司在集采带量采购投标结束之前，不宜公开讨论相关策略。谢谢理解。

Q：看到公司有那么多子公司，有的并表有的不并表，请问公司采取怎样的标准来判断这些子公司是否并表，公司是否存在利用并表和不并表来调节收入的增加额？另外这么多的子公司，公司在管理上如何提高运营效率和降本增效？

A：您好！公司根据企业会计准则，占被投资企业股权比例达半数以上，纳入合并会计报表范围。另有1家子公司持股比例虽未达到半数以上但实质上拥有被投资企业控制权的，也纳入合并范围，详情请查阅2022年年报第118页。不存在利用并表和不并表来调节收入的情况。总部对子公司施行统一的财务管理，对经营成本有统一的规章制度要求。谢谢！

Q：公司去年近7亿的净利润，到年底有近16亿未分配利润，为何在分红上这么保守，只有1.2亿多？留存的未分配利润和资本公积金合起来30多亿，请问公司将采取什么措施让这些留存在公司的资产持续挣钱？

A：您好！本年度的分红达到了扣非净利润的20%，不算少。公司还有很多关系到后续发展的项目需要使用资金，因此，不可能把利润都分掉。在公司账上的资金，公司都有相关的理财计划，理财的原则是通过股东大会审议的。谢谢！

Q：公司今年的业绩目标是多少？

A: 您好! 公司内部当然是有业绩目标的, 但是不宜公开讨论, 以免误导大家。公司的经营方案请见年报。谢谢!

Q: 请问陶总, 持续不断进行股权质押 的原因是什么。

A: 您好! 我没有进行中的股权质押。谢谢!

Q: 公司的竞品主要有哪些公司? 他们的利润率水平高于公司的有几家?

A: 您好! 竞品情况在年报第 15 页中有列出, 对他们的财务情况不了解。谢谢!

Q: 公司业务主要集中在华东地区, 请问外延存在哪些困难? 怎么去克服?

A: 您好! 华东地区相对来说, 直营和终端业务比较多, 因此销售占比比较大, 其他区域以经销为主。目前, 正在以增加销售力量、投资并购等方式努力提高销售收入。谢谢!

Q: 请问 巩膜镜 的技术难度和产品优势是什么, 目前巩膜镜在近视防控领域的相关进展, 以及行业内公司对该技术的掌握程度是怎样的

A: 您好! 巩膜镜在美国销量较多, 主要因为其消除了配戴异物感这一普通 RGP 使用的缺点。目前巩膜镜主要用于屈光不正患者, 尤其是不规则角膜、干眼患者的视力矫正。谢谢!

Q: 角膜塑形镜目前订单情况? 一季度增速如何?

A: 您好! 一月份以来, 各地的经济生活陆续恢复正常, 角膜塑形镜的订单也随之陆续恢复。总体上看, 一季度镜片的订单比上年第四季度有明显好转。已从下降转为增长。具体的请见一季报吧。谢谢!

Q: 您好, 这次业绩说明会是只有文字交流吗? 有视频和音频吗?

A: 您好! 是的。是文字交流。

Q: 角膜塑形镜在民营和公立医院的占比如何?

A: 您好! 我们没有统计、也不便公布这方面数据。谢谢!

Q: 请问陶总, 南京欧陶 参与转融通证券出借业务的必要性和原因是什么

A: 您好! 南京欧陶提交的业务告知函里是说“资金需求”, 我们已照此发布公告, 公司不便询问股东个人资金使用情况。谢谢!

Q: 请问贵公司, 目前 OK 镜的市场渗透率有多少?

A: 您好! 仍然没有官方统计的数据, 不便预测。谢谢!

Q: 请问陶总, 巩膜镜 和普通 RGP 相比, 技术难度等级大概有多大差距, 公司目前对这一产品的规划是怎样的

A: 您好! 巩膜镜的尺寸较大, 直径达到 17MM 以上, 超过了角膜的尺寸, 设计适配度良好的镜片及加工的难度都远高于普通 RGP。谢谢!

Q: 公司怎么看待眼科医疗器械集采的问题?

A: 您好! 角膜塑形镜的集采是一些省份的政府机构的决策, 作为企业, 只能理解、配合。目前集采的具体规则没有正式发布, 不便评论。谢谢!

Q: 请问公司巩膜镜进度如何? 商业化的推广策略是怎样的? 推广方向是什么?

A: 您好! 一款巩膜镜已在临床试验中。巩膜镜是验配技术要求较高的产品, 公司还是要通过技术培训, 通过专业视光服务机构推广。谢谢!

Q: 现有产能利用率情况如何?

A: 您好! 去年镜片总产量 71 万片, 如果按照正常的 8 小时、一周五天的工作制, 已经达到了总产能, 但是, 镜片的订单有淡季和旺季之分, 公司在旺季采用了 24 小时三班制工作, 而在淡季, 产能有适当的空余。公司每年都根据订单的变化情况, 提前考虑对产能的增加。谢谢!

Q: 陶总有没有考虑培养接班人的计划?

A: 您好! 公司现在已经有好几位副总经理和总监, 他们分别负责公司的各个板块。公司将继续培养和物色综合能力强的管理者, 逐步将公司的日常管理职责交给他们。谢谢!

Q: 公司的投资者交流纪要中提到: 国外和香港等地角膜塑形镜单一用户的总支出(产品+服务)都是逐年上升的, 请问香港、美国、欧洲角膜塑形镜用户的年度总支出金额上大概是多少? 产品和服务的占比是多少?

A: 您好! 据了解, 香港理工大学的视光中心角膜塑形镜的总费用 2 万多港元, 在美国的角膜塑形镜一年的总支出应也不低于 2 千美金。产品和服务是打包一起的。谢谢!

Q: 未来如何在视光领域强化领先地位? 计划做到多少的市占率?

A: 您好! 产品方面, 公司除通过完善产品系列和增加新产品, 继续加强在硬镜及其护理产品的优势之外, 正在向全视光产品方向拓展。同时, 公司积极开拓视光服务业务, 向全视光企业的目标迈进。谢谢!

Q: 请问公司管理层如何展望 2023 年?

A: 您好! 请您阅读公司 2022 年年报第 48 页, 有详细介绍。谢谢!

Q: 2023 年 1 季度同比 2022 年 1 季度, 表现怎样?

A: 您好! 因我们有 300 多家子公司及几十家参股公司, 目前尚未完成最终的统计, 无法得知并表后数据, 同时, 公司通常不在季报之外发布业绩数据, 所以要等到一季报才能有准确结果。请您关注将于 4 月 24 日收盘后发布的公司一季报。谢谢!

Q: 公司是否有老视产品的研发技术储备? 怎么看待该市场需求? 未来是否考虑布局?

A: 您好! 公司有针对老年人眼健康的相关产品在研。随着老年人口的增加和老年人知识结构的变化, 老年人老视产品的需求会越来越大。谢谢!

Q: 巩膜镜预计还需要多久可以真正的注册上市? 请给一个合理的时间表

A: 您好! 年报中已有介绍, 预计今年会完成临床试验并向国家药监局提交注册申报申请。谢谢!

Q: 请问贵公司觉得在中国市场最大的竞争对手是那家公司?

A: 您好! 公司的原则是从不讨论第三方。谢谢!

Q: 上半年有哪些重磅产品推出? 销售策略以及定价策略是怎样的?

A: 您好! 请您关注公司的微信公众号吧。已经推出的产品, 在微信公众号有详细的介绍, 尚未推出的, 不便在上市前提前公布计划。谢谢!

Q: 22 年新增 71 家并表子公司, 减少 27 家并表子公司, 减少的子公司都是在 22 年新纳入并表范围, 短时间内注销等原因又不并表了, 公司如何选择和管控拟新增的子公司, 确保新增投资子公司的有效性? 快速扩张中, 如何保证新增子公司的品质和安全?

A: 您好! (1) 减少的子公司只有 2 家是 22 年新纳入并表范围的,

	<p>减少的也不都是因注销而不并表的；（2）从 2022 年起，公司新建视光终端都要提交可行性分析报告，经过详细核实审批后才能设置，同时，按照可行性报告中的业绩指标，对管理方进行考核；（3）公司已建立连锁化视光服务终端管理体系和标准，目前正在推进当中，将逐步在子公司中实施该标准。谢谢！</p> <p>Q：公司是否有意在人工晶体方面发力？</p> <p>A：您好！公司主要聚焦眼视光产品和服务，如有其他重大业务相关的信息，会按照要求披露。谢谢！</p> <p>Q：公司年报显示应收账款 2.11 亿，同比上年同期增长了 35.37%，高于收入增速，请问是什么原因？</p> <p>A：您好！（1）并表的子公司很多是给大医院供货的，他们的应收账款的占比相对比较大；（2）公司会对一些信用较好的经销商给与适当的账期；（3）虽然应收账款增加，但一年以上应收账款占比较少，只有 10%左右，所以应收账款出现坏账的风险较小。谢谢！</p> <p>Q：公司年报提到要加大线上推广和销售力度，那么会不会对线下视光终端相同产品的销售造成影响？这个矛盾怎么解决？</p> <p>A：您好！线上销售是必然趋势，不是做和不做的问题，是怎么做的问题，我们主要是在价格管控上加大力度，做到线上线下同步。同时，我们会帮扶我们的合作伙伴开展线上销售和推广。谢谢！</p>
	<p>本次投资者交流会活动中，公司严格依照《上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等规定执行，未出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
<p>日期</p>	<p>2023 年 04 月 07 日</p>