

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：2023-009

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 checked="" 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	东北证券、东方自营、敦和资产、复胜资产、富国基金、广银理财、国金证券、国联安基金、国融基金、国盛证券、国泰君安、和谐汇一资产、华创证券、华福证券、华商基金、华泰柏瑞、华泰自营、华夏久盈、幻方投研、汇添富、嘉实基金、交银基金、景顺长城基金、开源证券、路博迈、民生证券、明河投资、明世伙伴基金、南方基金、人保资产、睿郡投资、申万菱信、申万宏源、金泊投资、泰达宏利、西部利得、汐泰投资、新活力资本、信达证券、兴业基金、益菁汇、银河自营、盈峰资本、源峰基金、长盛基金、招商证券、浙商证券、智诚海威、中国太平、中融基金、中睿合银、中信保诚、中信建投自营、中信资本、中邮证券
时间	2023年8月29日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、总经理：LOUISA FAN 董事、董事会秘书、副总经理：杨秋 财务总监、副总经理：张晓明 镜联易购董事长：夏伟奇 IR 高级经理：蔡百合 证券事务代表：方敏睿

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p style="text-align: center;">一、2023 年上半年业绩回顾</p> <p>2023 年上半年，公司积极响应国家政策和行业号召，以消费者需求为导向，坚持“差异化品牌定位、标准化门店运营、专业化视光服务”的经营思路，实施“精耕核心区域、线上线下并举”的营销策略，夯实主营业务，聚焦发展核心市场，强化营销渠道建设，持续探索综合视光服务新模式，同时优化升级组织结构，完善人力资源体系，强化内生增长动力，进一步提升核心竞争力。</p> <p>2023 年上半年，公司实现营业收入 59,889.62 万元，同比增长 30.98%；实现归属于上市公司股东的净利润 6,656.72 万元，同比增长 229.74%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 6,265.14 万元，同比增长 311.85%。</p> <p>2023 年上半年，公司新开门店 24 家，其中直营门店 23 家，传统加盟店 1 家；关店 24 家，其中直营门店关店 23 家，传统加盟店关店 1 家。截至 2023 年 6 月 30 日，公司共有门店 513 家，其中，直营门店 492 家，传统加盟店 21 家。</p> <p style="text-align: center;">二、投资者问答环节</p> <p>1、Q：2023 年上半年直营门店开店、闭店数量相当，导致整体门店数量增长速度放缓，想请公司展望下半年的开店计划？</p> <p>A：2023 年上半年，消费市场延续疲弱，公司采取相对谨慎的开店扩张策略，重点围绕华东、华南、西南等优势市场的优质商超体系进行深挖，稳扎稳打。目前，新开店质量基本满足预期，下半年公司也将保持较为谨慎的开店思路，预计 2023 年全年净开店数约 20 家左右。未来，公司将以国家政策为导向，以消费者需求为指引，以稳健发展为目标，结合市场环境变化及行业发展趋势，持续完善全国线下销售网络。</p>
----------------------	--

2、Q：请介绍下公司数字化加盟的进展情况，比如加盟平台注册数、加盟门店用户数，以及加盟门店目前的经营情况？

A：截至公司《2023年半年度报告》披露日，镜联易购平台上完成注册流程的用户共计8,324家，完成加盟签约流程的加盟门店用户共计338家。目前，镜联易购平台仍处于起步摸索阶段，加盟门店用户的数量及其采购额还在爬升，镜联易购平台的注册用户转化为活跃用户及加盟门店用户仍存在不确定性。公司数字化加盟业务的下一步目标是进一步完善镜联易购平台的产品品牌矩阵，促进平台整体采购额提升。

3、Q：公司第二季度净利率较第一季度有一定回落，是否是因为抖音本地服务业务贡献的增量有所下降？

A：是的。抖音平台作为电商平台，上线初期爆发性强，中后期长尾性逐步显现。公司第一季度上线抖音本地生活后实现“开门红”，产品销量快速增长，第二季度的增速虽然已经趋于回落，但仍保持在稳健状态。与此同时，公司其他线上零售业务处于稳步上升水平。通过本次抖音引流尝试，公司不断加强线上线下联动，持续巩固门店服务能力、交付能力、品牌力、渠道力等核心优势，持续提升团队的流量运营能力和线上管理能力，继续保持行业中相对的领先优势。

4、Q：2023年上半年青少年近视防控镜片的增速超过50%是什么原因？

A：2023年上半年青少年近视防控镜片增速较快的主要原因如下：

- 1) 前期消费需求萎缩，上半年有部分配镜需求回补；
- 2) 随着线上课堂的日趋常态化，电子产品的全方位渗透加剧了学生的用眼负荷。同时，近视人群已呈现出高发化、低龄化、重度化的趋势，家长对子女视力健康问题也日益重视，

	<p>近视防控主战场的前移催生了近视防控镜片的巨大需求；</p> <p>3) 公司不断优化青少年近视防控镜片（含离焦镜片）的品牌 SKU 矩阵，打造自有品牌德纳司的同时，引入蔡司、豪雅、依视路等国际知名品牌，并与头部品牌联名进行了多场线下产品推广活动；</p> <p>4) 公司持续完善员工培训机制，构建多层次的培训体系，以内外训相结合的方式加强离焦镜片产品和青少年验光方面的培训。</p> <p>5、Q：请介绍 2023 年上半年公司青少年防控镜片的销售情况，尤其是离焦镜片的销售增速如何？自有品牌和代理品牌的占比是多少？</p> <p>A：2023 年上半年，公司青少年近视防控镜片（含离焦镜片）的销量同比增长 55.64%，其中离焦镜片销量同比增长 70% 以上。目前，近视防控类镜片销量占公司镜片整体销量的 18% 以上，其中代理品牌的近视防控镜片销量占比仍有 50% 以上，但自有品牌镜片也展现出比较好的销售增速。</p> <p>6、Q：2023 年上半年，许多线下零售企业业绩相对承压，公司如何看待这一情况，是否有做出相应调整和应对措施？</p> <p>A：目前消费市场环境还在信心恢复期中，公司营运策略相对谨慎。未来，随着经济运行整体趋稳，零售市场将逐渐回归常态，公司会坚定地深耕在中国眼视光赛道，坚持长期主义，积极把握市场机遇，通过不懈努力提升门店专业服务能力、提高市场占有率、优化自身数字化管理水平、加强员工价值创造力及归属感。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 8 月 29 日