

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：2024-006

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	睿远基金：秦伟。
时间	2024年7月3日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：陈邦 董事会秘书：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	<p>1、请问目前人口变化的趋势对公司未来增长有什么样的影响？</p> <p>答：近年来，中国人口出生率出现下滑，但中国人口基数巨大，而且眼科诊疗渗透率还很低，人们对高质量视觉健康的追求不会改变。同时，公司持续提升市场占有率，未来增长空间很大。</p> <p>虽然近年来眼科普及率有较大提高，但渗透率仍处于很低水平，预计相当长时期内不会对行业产生影响，而且国家正在采取相关措施，以扭转人口下滑趋势。</p> <p>公司自身而言，虽然公司总体量较大，但院龄结构较为年轻，国内大部分医疗机构院龄低于5年，尚处于“儿童”阶段，未来将会快速成长；而公司院龄最高的医院，也仅处于20年出头的“青年”阶段，远未达到天花板。随着公司规模持续增大、口碑</p>

进一步提升，规模效应和口碑效应不断强化，市场占有率将不断提升。与此同时，公司也在积极拓展海外市场，寻求新增长点。

无论环境如何变化，公司始终专注于高水平医疗、高品质服务、高密度覆盖、高质量发展，把医院做好，把基础打牢，稳扎稳打，提高竞争力，未来的长期稳定健康成长将会水到渠成。

2、请问院龄较高的医院未来增长点在哪？

答：公司成熟医院所在地区，眼科市场仍在扩大，医院市占率也尚有提升空间；同时，随着技术迭代升级，新技术也将在服务价格上得到体现。

公司目前院龄较高的单体医院，如武汉爱尔、长沙爱尔、成都爱尔、辽宁爱尔等，已经颇具规模，但与北京同仁医院、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几家中国最顶尖公立眼科医院相比，还有极大增长空间。而我们的地级市医院，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。所以，“成熟”只是个相对的概念，即使这几家院龄较高的医院，也只有二十几年历史，还非常年轻。

医院的增长来自患者的信任，美誉度的形成则需要长期持续提供高质量医疗服务、顶尖的人才梯队、丰硕的科研产出，以及时间的积淀。

成熟医院作为区域领头羊，是公司医教研一体化发展的先锋。公司坚持夯实医疗基本盘，在医疗技术上与国际前沿同步，持续引入优质新技术、新产品，为患者提供更多、更好、更个性化的眼科医疗服务选择；与多所高校合作形成完善的医疗人才培养体系，现已实现硕士、博士、博士后等高端人才的自我造血；加大培训和考核力度，通过专家带教、临床手术中心实操、课程培训等多渠道方式打造优秀的多维度临床医疗人才。

成熟医院深耕当地眼科医疗市场，随着院龄增长，接受过优质医疗服务的患者持续积累，通过口口相传，实现门诊量和美誉

度的正向循环，市占率不断提升。同时，公司重视眼健康知识的科普宣传，随着人们眼健康意识加强，各项眼科服务渗透率上升，当地眼科市场将进一步扩容。未来，越来越多爱尔眼科医院将陪伴城市共同成长，逐步成为城市历史中的“眼科地标”。

3、如何看待公司的眼科研发投入？

答：公司对于眼科的研发投入，一方面是对手术、治疗方式的改进和创新；另一方面是基于公司巨量手术、门诊诊疗经验形成的，以需求为导向的眼科医疗产品合作研发等。

眼科研发投入“润物细无声”，将在长时间内持续提升公司品牌口碑、行业影响力。研发投入是一家眼科医院集团从“做大”到“做强”的必经之路。中国顶尖公立眼科医院已经走过了这条路，爱尔眼科正在路上奋力前行，希望我们速度更快、用时更短。

目前公司推行“1+8+N”战略，建设标志性的旗舰医院。旗舰医院不仅要提供高质量眼科医疗服务，更要肩负起科研重任，提升爱尔品牌在行业内和老百姓中的影响力。“筑巢引凤”，随着爱尔科研实力增强，品牌效应不断凸显，优秀人才将接踵而至，进一步加速公司发展。

4、公司如何给海外收购标的赋能？

答：通过近年来的全球调研，包括美国、南美、欧洲、东南亚、中东等地，我们发现海外眼科市场拥有巨大潜在空间。当然，海外市场情况也更加复杂，不能一概而论，并非仅有资金就能解决，无论是政治、经济、文化还是风俗习惯，都需要公司积极而慎重地因地探索。

从始至终，爱尔在海外布局既积极又谨慎，本着宁缺毋滥、去粗取精、优中选优的原则，追求高质量发展，不作粗放式扩张。以欧洲子公司 Clínica Baviera 为例，自 2017 年收购后，截至 2023 年底，实现营业收入超 15%、净利润超 25% 的年复合增长，

显著超过收购之前的增速。

对于海外收购的赋能：

一、商业模式调整。由于历史、政策等原因，海外商业模式与国内存在一定差异，海外眼科医疗机构服务侧重点不一，部分业务未有涉及；而爱尔覆盖全人群全生命周期，提供全眼科诊疗服务，在眼科各亚专科的诊疗、经营、管理都拥有丰富经验，能够帮助海外医疗机构进行业务优化调整；

二、治理结构调整。很多海外医疗机构的控股股东是专业投资基金，持有股权主要以收益率为导向，且变动相对频繁，导致员工归属感、安全感不强。公司作为专业医疗机构，收购医院以长期经营为目的，为医院赋能，推进高质量发展；同时稳定员工信心，自上而下建立企业文化，提高员工认同感，以此实现医院发展与员工提升相互促进的正向闭环；

三、员工激励。公司的海外并购完成后，一方面向海外员工输出爱尔的创业奋斗精神；另一方面，在保证控股的情况下，往往留出部分股权由关键员工持有，与公司形成利益共同体，享受与医院共同成长的红利，同时积极性得到充分激发。

5、公司对于眼科需求怎么判断？

答：从行业空间角度看：现代社会学习、工作、娱乐用眼强度大幅增加，导致各种眼病患率呈上升趋势，特别是近视人群高发化、低龄化，以及干眼症等眼病不断加剧。同时，人口老龄化带来的白内障、糖尿病视网膜病变等年龄相关性眼病持续增长，老花治疗需求不断提升，对医疗供给提出了更大、更高的要求。

从渗透率角度看：回看过去，纵向对比，中国眼科行业进步不可谓不大；放眼世界，横向比差距不可谓不小。中国人口基数巨大，眼科各亚专科渗透率很低，老百姓的眼健康意识普遍还比较欠缺，存在大量应就诊而未就诊的情况，很多眼病的诊疗仅处

	<p>于低水平满足阶段。</p> <p>从技术发展角度看：新技术如果解决了老难题，新方法带来了好效果，这项医疗服务就会不可遏制地从小众普及到大众，甚至催生新的细分需求，在患者受益的同时行业获得发展。</p> <p>未来，随着我国居民眼健康知识的逐步普及、经济持续不断发展，人们的眼保健观念将不断增强，对眼科医疗服务的需求持续增加，驱动增长的“牵引机”将越来越多。</p>
日期	2024年7月3日