

证券代码：300622

证券简称：博士眼镜

公告编号：2018-022

博士眼镜连锁股份有限公司 2017 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为大华会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 85,800,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	博士眼镜	股票代码	300622
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	杨秋	熊丹	
办公地址	深圳市福田区金田路与福中路交界东南荣超经贸中心 502	深圳市福田区金田路与福中路交界东南荣超经贸中心 502	
传真	0755-82095526	0755-82095526	
电话	0755-82095801	0755-82095801	
电子信箱	zqswb@doctorglasses.com.cn	zqswb@doctorglasses.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主营业务

公司是从事眼镜零售的连锁经营企业，主要业务包括销售镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜、隐形护理液等主要产品，同时向消费者提供验光配镜相关服务，包括视光校正方案咨询服务、视光产品装配及维修服务、视光保健服务等。截至目前，公司已拥有四个眼镜零售品牌，其中，“President optical”为定位于“高端定制”的眼镜连锁品牌；“博士眼镜”为定位

于“专业视光”的眼镜连锁品牌；“zèle”为定位于“时尚快消”的眼镜连锁品牌以及“砦”为定位于“个性潮牌”的眼镜连锁品牌，通过对不同品牌的差异化定位，以满足不同的市场需求。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

（二）公司主要经营模式

1、公司采购模式

公司采用统一进货、集中采购，统一定价的采购运作模式。采购部负责调查和选择合适的供应商，并一年一次对供应商进行综合评审，对合格供应商名册进行调整、更新，实现供应商的动态管理。采购部在每年年底制定次年的年度及月度商品采购计划。公司营运部、配镜中心按照库存定量管理标准向采购部发送产品需求，采购部根据产品的销售情况、周转率、库存情况等，制定订货计划，以实施品类优化措施，不断调整产品结构。

2、公司销售模式

公司的销售模式主要分为直营门店、电子商务和批发三大类型，具体情况如下：

（1）公司经过多年的经营和发展，已经建立起较为广泛的直营门店销售网络，在直营销售模式下，公司通过自营和联营的形式进行商品销售。其中，自营模式为公司与商场、超市或者个人等主体签订租赁协议，按照约定支付租金，公司通过子公司或分公司形式开设门店；联营模式为公司与百货、超市、购物中心等主体签订联营合同，由联营方提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，联营对方按照联营合同约定零售额的一定比例收取应得费用。

截至报告期末，公司拥有353家直营门店，直营门店根据渠道类型分为百货、超市、购物中心、街铺、眼科医院等销售终端类型。

（2）公司的电子商务销售模式主要为电商平台模式，公司在天猫平台、京东平台运营博士眼镜官方旗舰店。同时，公司还通过运营官方微信平台，推送产品信息、优惠咨询、流行趋势等相关信息，以增加顾客粘度，实现线上导入线下体验式销售。

（3）公司的批发销售模式不仅包括对加盟商的批发，还包括对除加盟商以外客户的批发。公司为加盟店提供统一供货渠道，加盟商向公司直接采购产品并以零售价向消费者销售。

截至报告期末，公司拥有加盟门店24家。

（三）公司所处行业的基本情况 & 行业地位

2017年我国经济延续了稳中有进向好的发展态势，居民收入较快增长，居民消费水平继续提高，根据国家统计局发布的统计数据，2017年全年，社会消费品零售总额为36.63万亿元，比上年增长10.2%，其中，全国网上零售额为7.18万亿元，比上年增长32.2%。宏观经济的稳定发展、居民消费能力的提升将推进眼镜零售行业的发展，同时，健康用眼理念的强化和深入，消费者对视力健康要求的提升，对镜架色调、风格、材质和镜片品质、功能等要求也日益提高，随着“一人多镜”理念逐渐被接受，越来越多的消费者选择购买多种眼镜用于满足不同场合的需要，这些都促进了眼镜零售行业的快速发展。

我国眼镜零售业规模化程度较低，行业集中度不高。随着消费者需求的不断提高、经营成本的持续攀升以及电子商务带来的冲击，为了获取更多的利润空间和竞争优势，眼镜零售企业一般需要通过扩大销售网络、连锁规模化及品牌影响力以保障自身的持续发展。

近年来，“线上+线下”的新零售模式逐渐步入眼镜零售行业且已初具规模，线上引流、线下体验销售的方式在一定程度上为眼镜零售企业拓展了消费群体，降低了营运成本，也为企业实现精准营销奠定了基础。

公司作为国内领先的眼镜零售连锁企业之一，经过多年精耕细作的发展，积累了大量的行业经验和品牌知名度，凭借较强的专业服务水平 and 区域扩张复制能力，形成了全国布局的销售网络规模优势，同时，顺应“新零售”发展趋势，公司积极探索业务模式创新，不断开拓电子商务业务，与专业团队合作成立合资公司，充分发挥各自优势，以实现眼镜零售业务线上和线下的协同发展，提升公司盈利能力和核心竞争力，促进公司稳定健康发展。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入	471,321,887.98	415,956,855.22	13.31%	375,683,540.98
归属于上市公司股东的净利润	52,196,613.20	37,784,726.10	38.14%	35,292,606.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	45,757,964.66	36,704,597.08	24.67%	32,654,724.51
经营活动产生的现金流量净额	61,705,247.04	67,110,660.44	-8.05%	48,009,984.28
基本每股收益（元/股）	0.650	0.590	10.17%	0.550
稀释每股收益（元/股）	0.650	0.590	10.17%	0.550
加权平均净资产收益率	13.40%	16.37%	-2.97%	15.30%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	523,868,979.29	298,698,520.60	75.38%	282,879,949.60
归属于上市公司股东的净资产	453,130,020.09	245,391,847.95	84.66%	233,347,121.85

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	112,678,988.74	114,147,876.16	130,706,210.82	113,788,812.26
归属于上市公司股东的净利润	9,338,361.18	12,074,800.09	16,303,577.56	14,479,874.37
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	9,189,711.85	10,511,138.11	14,186,577.75	11,870,536.95
经营活动产生的现金流量净额	20,390,032.50	8,603,155.50	32,067,591.34	644,467.70

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	10,469	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	9,630	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
ALEXANDER	境外自然人	27.46%	23,562,000	23,562,000	质押	4,645,000	

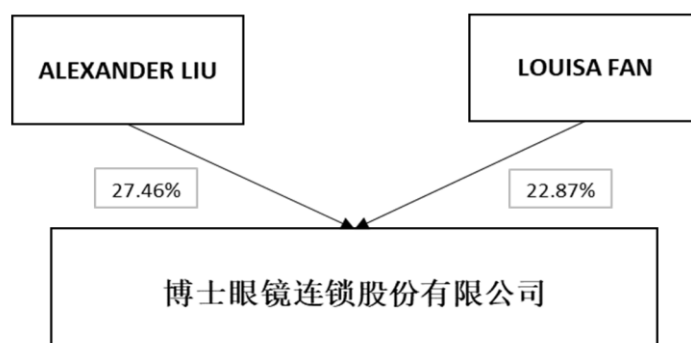
LIU						
LOUISA FAN	境外自然人	22.87%	19,620,500	19,620,500		
上海豪石九鼎股权投资基金合伙企业(有限合伙)	其他	5.10%	4,375,900	4,375,900		
深圳市江南道投资有限责任公司	境内非国有法人	4.52%	3,880,000	3,880,000		
苏州工业园区昆吾民乐九鼎投资中心(有限合伙)	其他	3.31%	2,844,220	2,844,220		
苏州工业园区昆吾民安九鼎投资中心(有限合伙)	其他	3.06%	2,625,480	2,625,480		
杭州华青投资有限公司	境内非国有法人	2.05%	1,755,000	1,755,000		
深圳市陶润管理咨询合伙企业(有限合伙)	其他	1.70%	1,462,500	1,462,500	质押	1,170,000
苏州嘉赢九鼎投资中心(有限合伙)	其他	1.27%	1,093,900	1,093,900		
吴军	境内自然人	0.95%	814,500	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	ALEXANDER LIU 与 LOUISA FAN 为夫妻关系；上海豪石九鼎股权投资基金合伙企业(有限合伙)、苏州工业园区昆吾民乐九鼎投资中心(有限合伙)、苏州工业园区昆吾民安九鼎投资中心(有限合伙)、苏州嘉赢九鼎投资中心(有限合伙)的基金管理人为同一法人。					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

是

零售相关业

（一）公司经营情况概述

2017年，公司面对眼镜零售行业竞争不断加剧、经营成本持续攀升等挑战，在董事会领导下继续坚持实施“区域领先、稳健扩张”的发展战略，加快主营业务的发展，在覆盖全国营销网络、专业服务水平、品牌影响力等方面，继续保持了有力的竞争优势，巩固了公司的行业地位，公司经营业绩保持了稳健增长，整体上达到了预期。

报告期内，公司实现营业收入47,132.19万元，比上年同期增长13.31%，实现归属于上市公司股东净利润5,219.66万元，比上年同期增长38.14%，其中扣除非经常性损益后归属于上市公司股东净利润4,575.80万元，比上年同期增长24.67%。

报告期内，公司重点开展了以下工作：

1、积极推进营销服务平台建设

报告期内，公司持续推进门店销售网络布局，根据实际调研情况及行业经验，合理调整开店策略，在延伸公司服务的区域范围的同时，深耕已布局的市场，拓展核心商圈，努力提高门店的数量和质量，同时，公司根据门店实际经营情况以及布局策略，关闭一些销售不理想的门店，使营销服务平台布局更为合理，保障了公司盈利水平的提升。

报告期内，公司直营门店新开64家，关店15家；加盟店新开13家，关店3家。截至2017年12月31日，公司共有门店377家，其中直营门店353家，加盟门店24家。2017年度，公司收入排名在前10名的门店情况如下：

序号	门店名称	地址	开业日期	合同面积 (m ²)	经营业态	经营模 式	物业权属状 态
1	深圳市1098号门店	深圳市福田区	2013年7月16日	250	商超场所及医疗机构	直营	租赁物业
2	深圳市1191号门店	深圳市罗湖区	2012年10月26日	94	商超场所及医疗机构	直营	租赁物业
3	深圳市1046号门店	深圳市福田区	2009年12月10日	115	商超场所及医疗机构	直营	租赁物业
4	深圳市1235号门店	深圳市南山区	2013年10月16日	120	商超场所及医疗机构	直营	租赁物业
5	杭州市6466号门店	杭州市江干区	2013年5月21日	131	商超场所及医疗机构	直营	租赁物业
6	深圳市1018号门店	深圳市南山区	2008年10月13日	129.36	商超场所及医疗机构	直营	租赁物业
7	深圳市1048号门店	深圳市福田区	2009年12月31日	180.80	商超场所及医疗机构	直营	租赁物业
8	深圳市1198号门店	深圳市宝安区	2012年11月9日	88	商超场所及医疗机构	直营	租赁物业
9	广州市6505号门店	广州市番禺区	2011年11月17日	73	商超场所及医疗机构	直营	租赁物业
10	深圳市1792号门店	深圳市福田区	2010年12月30日	234	独立街铺	直营	租赁物业

2、进一步推进信息化建设项目进度

报告期内，公司按照既定计划积极推进信息化建设项目，成立专项的项目组，该项目组由公司总经理担任负责人，各部门抽调业务骨干担任项目组成员，并邀请行业内信息化建设专家参与研讨，商定系统架构与具体软件选型等各项具体工作。根据行业特点及公司实际情况，公司信息化建设以ERP为基础，整合人事管理、培训平台、营运巡店管理和客户管理系统（CRM系统）等业务模块，并建立涵盖微信公众号、企业微信、小程序及微商城等平台在内的消费者沟通渠道的系统。截至目前，公司已经完成OA系统的人事管理、固定资产管理模块、ERP系统的门店零售，特定加工，物流配送，商品管理等业务模块的上线工作，后续相关工作正在按计划有序地推进。

3、持续深化品牌体系建设

报告期内，公司根据外部调研及内部研讨、分析的情况，逐步实施公司品牌系统升级，目前，公司旗下的四个品牌分别为“President optical”、“博士眼镜”、“zèle”及“聆”，本次公司最先将定位于“高端定制”的眼镜连锁品牌“President optical”进行标准化升级，对品牌形象及服务流程进行优化，不断完善适应市场需求的品牌标准化。截至目前，该品牌的标准化升级已初步完成，公司将根据“President optical”品牌在升级过程中的实际经验及市场反馈情况，依此对其他三个品牌升级，持续打造品牌核心竞争力，实现品牌效益与经济效益的不断提升。

4、成功上市助力公司发展上新平台

报告期内，经中国证券监督管理委员会核准，并经深圳证券交易所同意，公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票 2,145 万股，于 2017 年 3 月 15 日在深圳证券交易所创业板上市交易，发行价格为每股人民币 9.83 元，募集资金总额为人民币 21,085.35 万元，扣除发行费用总额人民币 4,030.95 万元后，募集资金净额为人民币 17,054.40 万元。成功上市是公司发展过程中的重要跨越，不仅意味着公司的经营模式和发展能力得到资本市场的认可，提高了公司的知名度和影响力，同时募集资金有效地保证了公司“营销服务平台建设项目”及“信息化建设项目”的资金需求，为公司提升运营管理效率和市场地位奠定基础，未来公司将在新的发展平台上规范运营、科学管理，不断提升公司的整体竞争力。

5、全面加强公司内部管理

报告期内，为有效提高公司管理水平，公司根据实际经营情况，对组织架构进行了相关调整，进一步明确各个职能部门的职责与分工，强化各个部门之间的联动机制，同时，公司引进了多名中高层管理人员及营销人员，优化公司人才结构，加大人才梯队建设力度，提升公司整体实力。另外，公司推行门店管理人员轮岗试行方案，优化价值分配和激励机制，激发包括门店经理、督导及分区负责人在内的门店管理人员的积极性，对提升单店盈利水平、选拔和储备人才起到了一定的积极作用。

公司以上市为契机，结合上市公司治理专项活动及规范财务会计基础工作专项活动的开展，按照相关法律法规的规定及监管要求，建立及修订公司内部控制管理制度并严格执行，完善公司内部控制体系，提高公司规范运作水平。

6、加强与国际市场的交流与合作

报告期内，为了及时获取国际市场的最新信息以加强国际业务拓展力度，公司在香港设立全资子公司博士眼镜（香港）有限公司作为与国际市场联络的窗口。博士眼镜（香港）有限公司通过参与认购拥有利用光学技术测量视力创新技术的以色列公司 6over6 Vision Ltd. 的 B 轮优先股对其进行投资，为双方未来在移动数字健康领域开展合作提供了机会，有利于公司未来眼镜线上零售业务的开展，有利于公司长远发展的需要。截至目前，公司已经完成了商务主管部门等国家有关部门的审批，正在办理银行相关付款手续，将按照约定时间完成交割。

（二）公司门店的经营情况

1、报告期末门店经营情况

截至报告期末，公司共有门店 377 家，其中直营门店 353 家，加盟门店 24 家。经营网点已遍布甘肃省、青海省、辽宁省、山西省、山东省、浙江省、江苏省、安徽省、江西省、湖南省、广东省、四川省、云南省、宁夏回族自治区、广西壮族自治区、北京市及重庆市共计 17 个省、自治区、直辖市。

（1）报告期末门店的分布情况

①报告期末直营门店的分布情况

所在地区	经营业态			
	商超场所及医疗机构		独立街铺	
	数量（家）	面积（㎡）	数量（家）	面积（㎡）
东北	7	710.00	0	—
华北	7	326.00	1	55.00
华东	69	4,387.21	22	2,156.00
华南	127	7,697.34	63	4,907.50

华中	0	—	0	—
西南	54	3,724.88	3	207.00
合计	264	16,845.43	89	7,325.50

②报告期末加盟门店的分布情况

所在地区	经营业态			
	商超场所及医疗机构		独立街铺	
	数量(家)	面积(m ²)	数量(家)	面积(m ²)
东北	0	-	0	-
华北	2	85.90	0	-
华东	7	420.89	0	-
华南	9	472.76	0	-
华中	2	96.00	0	-
西北	3	250.58	0	-
西南	1	94.00	0	-
合计	24	1,420.13	0	0

(2) 直营店营业收入和公司加盟店批发收入情况

报告期末，公司直营门店主营业务收入共计461,360,546.30元，占公司营业收入的97.89%，公司对加盟门店批发收入共计4,123,928.19元，占公司营业收入的0.87%。

2、门店的变动情况

报告期内，公司新增门店数量共77家，其中，直营门店新增64家，加盟店新增13家；关闭门店数量共18家，其中，直营门店关闭15家，加盟店关店3家，均不存在对公司业绩有重大影响的情况。

(1) 报告期内新增门店情况

①报告期内新增直营门店情况

所在地区	经营业态			
	商超场所及医疗机构		独立街铺	
	数量(家)	面积(m ²)	数量(家)	面积(m ²)
东北	5	566.00	0	—
华北	2	75.00	0	—
华东	21	1,202.10	0	—
华南	22	1,258.10	0	—
华中	0	—	0	—
西南	14	880.70	0	—
合计	64	3,981.90	0	—

②报告期内新增加盟门店情况

所在地区	经营业态			
	商超场所及医疗机构		独立街铺	
	数量(家)	面积(m ²)	数量(家)	面积(m ²)
东北	0	-	0	-
华北	0	-	0	-
华东	4	254.00	0	-
华南	5	270.86	0	-
华中	2	96.00	0	-
西北	1	42.00	0	-
西南	1	94.00	0	-
合计	13	756.86	0	0

(2) 报告期内关闭门店情况

①报告期内关闭直营门店情况

所在地区	经营业态			
	商超场所及医疗机构		独立街铺	
	数量 (家)	面积 (m ²)	数量 (家)	面积 (m ²)
东北	1	50.00	0	—
华北	2	170.00	0	—
华东	2	97.00	0	—
华南	4	157.00	4	312.00
华中	1	99.00	0	—
西南	0	—	1	140.00
合计	10	573.00	5	452.00

②报告期内关闭加盟门店情况

所在地区	经营业态			
	商超场所及医疗机构		独立街铺	
	数量 (家)	面积 (m ²)	数量 (家)	面积 (m ²)
东北	0	-	0	-
华北	1	21.00	0	-
华东	0	-	0	-
华南	0	-	0	-
华中	1	35.00	0	-
西北	0	-	0	-
西南	1	20.00	0	-
合计	3	76.00	0	0

3、门店店效信息

(1) 分区域门店情况

地区	数量 (家)	店面平效	营业收入 (万元)		营业收入同比增幅 (%)	营业利润同比增幅 (%)
			上年	本年		
东北	7	13,184.13	308.37	364.49	18.20%	-105.76%
华北	8	24,100.42	1,017.32	1,167.26	14.74%	2921.22%
华东	91	14,409.71	6,821.34	8,447.49	23.84%	17.56%
华南	190	25,840.00	28,053.86	30,726.60	9.53%	16.78%
华中	---	---	15.72	---	-100.00%	38.03%
西南	57	16,548.44	4,220.24	5,430.21	28.67%	125.89%
合计	353	21,167.55	40,436.85	46,136.05	14.09%	21.21%

(2) 分经营业态情况

经营业态	数量 (家)	店面平效 (元/m ² 年)	营业收入 (万元)		营业收入同比增幅 (%)	营业利润同比增幅 (%)
			上年	本年		
商超场所及医疗机构	264	20,039.39	28,521.45	33,757.22	18.36%	23.96%
独立街铺	89	16,598.81	11,915.40	12,378.84	3.89%	14.39%
合计	353	21,167.55	40,436.85	46,136.05	14.09%	21.21%

(三) 公司线上销售情况

公司通过在天猫平台、京东平台运营博士眼镜官方旗舰店进行线上销售，2017年度的交易额 (GMV) 为175.71万元，公司在天猫平台、京东平台上的营业收入分别为148.67万元、1.51万元，合计占公司营业收入的0.32%。

(四) 采购、仓储及物流情况

1、商品采购与存货情况

(1) 商品采购情况

公司采用统一进货、集中采购、统一定价的采购运作模式。采购部在每年年底制定次年全公司的年度及月度商品采购计划。按照库存定量管理标准，营运部、新渠道部、加盟业务部、配镜中心向采购部发送不同销售模式下的产品需求，同时采购部根据产品的销售情况、周转率、库存情况等，制定订货计划，以实施品类优化措施，不断调整产品结构。

2017年度，公司前五名镜片供应商的供货比例分别为19.65%、19.31%、17.44%、16.64%及14.54%；前五名镜架供应商的供货比例分别为15.41%、10.00%、6.47%、4.92%及4.78%；前五名太阳镜供应商的供货比例分别为16.31%、16.17%、12.30%、9.78%及6.70%；前五名老花镜供应商的供货比例分别为56.64%、17.99%、12.50%、10.74%及1.09%；公司隐形眼镜供应商共四家，供货比例分别为35.39%、30.04%、26.40%及8.17%；公司护理液供应商共四家，供货比例分别为42.84%、35.88%、16.88%及4.41%。

(2) 存货管理情况

为避免因款式老旧对公司经营造成不良影响，公司一般会与供应商约定退换货条款，以保证公司存货的合理库存。对于库龄长、周转慢的存货，每月将对其进行检查、分析，并制定不同的促销及销售激励政策，以加快存货周转；对于因质量问题或者磨损瑕疵而导致已无销售价值的存货，定期进行报损清理。

2、仓储与物流情况

公司销售业务按渠道分为直营实体店、电子商务渠道、批发及加盟渠道。公司在深圳设有总仓，在南昌设有分仓，其他地区存货都直接存放于门店，未单独设立仓库。

公司直营门店内陈列的商品是由公司配送中心通过公司自有车辆、第三方快递/物流公司、门店员工自提等方式向各直营门店进行配送。对于直营实体店需要验配加工的眼镜产品，也通过上述物流方式在各直营门店与配镜中心之间往来；对于电子商务渠道销售的产品，公司通过第三方快递公司直接将商品邮寄给消费者；对于批发及加盟渠道销售的产品，公司通过第三方物流/快递公司邮寄给批发客户，或者由批发客户自行提货。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
镜架	140,314,508.65	108,871,337.26	77.59%	14.40%	16.30%	1.27%
镜片	178,658,505.14	151,762,564.85	84.95%	16.73%	15.02%	-1.26%
太阳镜	50,824,768.54	33,943,068.59	66.78%	0.28%	3.39%	2.01%
隐形眼镜	74,748,123.35	49,530,380.16	66.26%	14.97%	19.71%	2.62%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

(1) 2017 年 5 月 10 日，财政部公布了修订后的《企业会计准则第 16 号——政府补助》，该准则修订自 2017 年 6 月 12 日起施行，同时要求企业对 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助采用未来适用法处理，对 2017 年 1 月 1 日至该准则施行日之间新增的政府补助根据修订后的准则进行调整。

公司利润表中增加项目“其他收益”，对于 2017 年 1 月 1 日至该规定施行之间发生的交易由于该规定而影响的资产、负债和损益等财务报表列报项目金额进行了调整，从“营业外收入”调整至“其他收益”3,323,948.05 元，对 2016 年财务报表不进行追溯调整。

(2) 2017 年 4 月 28 日，财政部发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，该准则自 2017 年 5 月 28 日起施行。公司根据该准则及财政部《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2017〕30 号）的规定，在利润表中新增了“资产处置收益”项目，并对上期期末营业外收入追溯调整-7,606.07 元，营业外支出调整-26,821.73 元，资产处置收益调整-19,215.66 元。公司本期固定资产处置收益调整金额为 3,185.40 元。

本次会计政策变更是公司根据财政部相关文件要求进行的变更，符合相关法律法规和《公司章程》的规定，不会对公司的财务报表产生重大影响。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

2017 年度，公司纳入合并财务报表范围的主体数量比上年度新增加 2 户。本期新纳入合并范围的主体情况如下：

公司名称	变动原因
青岛澳星博士眼镜有限责任公司	新设子公司
博士眼镜（香港）有限公司	新设子公司

博士眼镜连锁股份有限公司
董事会
二〇一八年四月十八日