

明月镜片股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-002

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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位	投资者网上提问
时间	2022年5月18日
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	董事长：谢公晚先生 董事会秘书、副总经理：曾哲先生 财务执行总：尉静妮女士 独立董事：张银杰女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">投资者提出的问题及公司回复情况</p> <p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、尊敬的公司领导，您好，请问一下贵司近视防控镜片与国外品牌的优劣势，如何做好适龄儿童近视管理推广，提高渗透率？另一个问题，坏账单位较多，如何改善？谢谢</p> <p>您好，公司于2021年推出了两款近视管理镜片：折射率1.60的“轻松控”及折射率1.67的“轻松控Pro”，分别采用周边离焦眼轴控制技术（C.A.R.D）及多点近视离焦眼轴控制技术（C.A.M.D），通过膜前离焦抑制眼轴过快增长，有效延缓近视加深。视像区设计方面，“轻松控”的视像区采取非对称的NasalSide鼻侧近视区扩大技术，符合中国孩子“长时间近距离用眼”和“眼球内旋”的生理特点，更大化地实现舒适性，孩子更愿意长时间佩戴，防控效果更佳。“轻松控Pro”根据中国孩子“水平视野切换多、上下视野切换少”的习惯，采用光线追踪技术，使用了非对称的“贝壳形”设计，让孩子快速适应镜片且愿意长期佩戴。</p> <p>同时，公司技术团队还改善了其他外资同类产品表面不耐磨的缺点，利用3D内雕工艺，在镜片内部雕刻多达1295个正度数的立体微透镜，使微透镜度数恒定且避免磨损，延长使用时间。微透镜数量超过外资同类产品，可以提升实际使用效果。</p> <p>材料方面，“轻松控”采用自研的PMC超亮材料，阿贝数高达40，相较于外资同类的PC材料产品，树脂材料更耐磨，阿贝数、透光率等性能更优。“轻松控Pro”1.67的折射率大幅高于外资同类1.59的产品，性价比更高、重量更轻、边缘更薄，为孩子正处于发育阶段的鼻梁减轻负担。</p> <p>公司于2022年一季度发布了具有双重防蓝光功能的近视防控镜片新产品，目前近视管理镜片已经达到4个SKU，预计截至今年二季度还要发布4个SKU，届时公司在近视管理镜片品类将有8个SKU同时在售，在产品线丰富度方面继续保持明显领先。</p> <p>目前市场上近视管理镜片渗透率不足5%，作为一家具有社会责任感的</p>

企业，公司积极响应国家号召，正确引导青少年健康用眼，在青少年近视管理镜片领域持续发力，直销、经销及医院渠道协同推进，目前推出的近视管理镜片产品都获得市场良好反响、增长迅猛。

公司出于友好合作，互惠互利原则和客户建立长期关系，一般会给予较为合理的信用账期，并且采取非常严格有效的管控措施。但由于公司客户覆盖面广，也还是产生了少量长账龄应收账款。公司已计提了相应的信用资产减值准备，且其总额在整个业务中占比很低，远低于行业平均坏账水平，对公司的影响非常有限。公司既重视维护客户关系，也进一步加强应收账款管理工作，通过及时对账、定期拜访、遵守信用政策发货制度等方式管理应收账款。感谢您的关注！

2、公司未来的渠道发展计划，尤其是轻松控系列的发展计划，有没得一些实质的渠道进展案例。

您好，公司已经建立起全国范围的销售网络，覆盖全国全部省市自治区，通过官方微信公众号和网站即可马上找到最近的合作门店；在积极发展线下渠道的同时，也在天猫、京东、小米有品、抖音等平台开设了线上自营旗舰店。

公司未来将会推动直销、经销与医疗渠道协同发展。“轻松控”及“轻松控 Pro”系列产品与传统镜片产品渠道复用，一方面公司会快速推动直销客户即眼镜零售店积极销售近视管理镜片；另一方面通过经销客户实现对中小客户的快速覆盖。因为“轻松控”系列产品相较于外资同类产品具有显著优势，交付速度同行业最快，又推出“无忧销售”政策，目前客户对该系列产品反响热烈呼声很高。

当前“轻松控”及“轻松控 Pro”系列产品已经覆盖上千个客户，数千家门店以及眼科医院和诊所科室。医疗渠道作为近视管理产品销售的重要战场，公司今年计划进一步开拓医疗渠道，并即将成立专门的开拓部门，医疗客户合作量有望稳步增长。感谢您的关注！

3、公司6个月内是否有股东增减持计划？公司除了有与预案分红，是否考虑半年报给予高送转股份？

您好，董监高及大股东如有减持或增持计划将会按照规定及时予以披露。公司2021年度利润分配方案为每10股派发现金红利5.3元，不送红股，不进行转增。公司将综合考虑公司实际经营情况及财务情况等，制定合理的利润分配方案，充分回馈股东，具体请以公司披露的公告为准，感谢您的关注。

4、可以给股东一人送一副眼镜吗，既可以作为广告，又可以回馈股东

您好，欢迎您到公司合作的线下门店感受优质的产品和专业的服务。您可以通过“明月镜片”公众号中的菜单栏“买镜片”，找到离您最近的门店。感谢您的关注！

5、贵公司一直都拒绝外资收购，如果未来外资开出天价，贵司会考虑被收购么

您好，公司以前拒绝外资收购，目前也没有被收购的打算。近年来公司紧抓行业机遇，坚定推进“夺取中国镜片第一品牌”的大战略，加大品牌传播，加快渠道扩张，宣布永久性退出价格战，并有序退出过度竞争的低端低价市场，依托于突出的产品力及遍布全国的销售网络，连续多年稳居领先地位，引领行业良性发展。公司将始终以“用心呵护视觉健康”为使命，不断

研发适合中国人佩戴的镜片产品，坚持自主品牌道路，持续推进产品的科技研发，不断推出新产品、新技术，将积累的技术能力进行产品化应用。感谢您的关注！

6、尊敬的公司您好！请问：公司的轻松控、轻松控 Pro 产品，核心专利是完全自主研发，还是和上海理工大学庄松林院士合作的专利？如果是与上海理工大学合作的专利，请问是否每年要给对方支付专利使用费？

您好，轻松控系列产品的相关技术研发属于合作研发，对方在合作过程中提供技术支持服务，核心技术专利权属于公司，公司日后无需支付专利使用费用。公司和上海理工有一系列的技术合作，如眼镜片光学设计领域，渐变眼镜光学设计，双面非球面设计等，属于共同专利权的，也无需支付专利使用费用，感谢您的关注。

7、尊敬的公司您好！请问：从公司披露的信息来看，公司轻松控、轻松控 Pro 产品已经开始上市销售了，但实际上这两款产品截止目前一直没有看到发布临床预试验首阶段研究结果，请问：针对已经销售出去的产品，是如何给消费者进行真实的防控效果宣传？

您好，目前临床报告对于眼镜店和大部分民营医院非必需。公司近视管理产品在光学设计、产品研发阶段经过了充分的理论验证，采用周边离焦眼轴控制技术（C. A. R. D）及多点近视离焦眼轴控制技术（C. A. M. D），通过膜前离焦控制眼轴过快增长，有效延缓近视加深。感谢您的关注！

8、尊敬的公司您好！请问：公司轻松控、轻松控 Pro 产品，预计什么时候能出首次阶段性临床报告？

您好，公司目前与国内权威医院合作开展近视管理镜片的临床试验，国内出具临床报告的程序非常严密，公司对产品进行 3 个月、6 个月、12 个月、18 个月、24 个月、36 个月持续性的临床试验，目前临床试验的主体工作已经完成，因为疫情导致个别儿童复查复检有一定延迟，预计阶段性临床报告将于二季度发布。感谢您的关注！

9、尊敬的公司您好！请问：如果接下来轻松控 Pro 产品发布临床预试验首阶段研究结果，是否可以在全国范围（包括医疗机构和大量的终端眼镜店）开始大规模市场推广工作了？

您好，公司近视管理镜片产品的推广工作正在有序的开展，“轻松控”系列产品相较于外资同类产品具有显著优势，交付速度同行业最快，又推出“无忧销售”政策，下游客户对该系列产品反响热烈呼声很高。公司今年预计新增多个 SKU，医院渠道对近视管理产品线丰富度及公司高效的交付能力也非常认可。感谢您的关注！

10、尊敬的公司您好！请问：为什么公司的研发费用率只有 3%，而销售费用率确高达 20%，这和公司一直披露的注重研发严重背离，请简单说明主要原因？

您好，公司一直关注研发费用的投入，并及时了解国内外最新行业技术，研发投入正在有序、逐步开展中。公司长期坚持打造民族自有品牌，积极开展品牌建设活动，加强明月镜片在消费者心智中的品牌及品类认知，已在国内市场形成较强的品牌影响力，拥有领先的市场份额。公司未来将持续关注收入和品牌营销的投入产出比。感谢您的关注！

11、尊敬的公司您好！请问：公司一直强调 1.71 折射率的产品是公司竞争力较大的创新产品，但从最新的招股书信息披露看，1.71 防蓝光非球

面镜片毛利率从 18 年至 20 年持续下降：90.7%、74.62%、69.68%，具体是什么原因？

您好，折射率 1.71 系列产品是公司的明星产品之一，公司始终注重制造成本的精益改善，也不断进行产品的推陈出新，在生产成本有所上升的同时依然保持产品较高的毛利率。从市场趋势来看，镜片产品正处于从折射率 1.56 向 1.60、1.71 过渡的阶段，公司也在顺应市场趋势，近年中高折射率产品（折射率 1.67 及以上）的数量与占比都在持续提升。公司未来将继续推动品牌战略，保持明星产品的市场优势。感谢您的关注！

12、尊敬的公司您好！请问：在近视领域，医生端和消费端，最重视就是延缓屈光度和眼轴增长效果，如果轻松控 Pro 效果明显比轻松控好，为什么还要推相比效果差的轻松控，而不是全力推广轻松控 Pro？目的是为了很大一部分低消费群体吗？

您好，2021 年公司近视管理镜片有 2 个 SKU，折射率为 1.60（“轻松控”）和 1.67（“轻松控 Pro”），相较外资品牌（折射率 1.591）具有明显优势。2022 年一季度公司推出了两款具备防蓝光功能的单品，并计划于今年推出更高价格的 1.71 系列和更实惠的 1.60 轻松控 Pro，以及更多叠加新功能的产品，覆盖更广阔的市场。感谢您的关注！

13、尊敬的公司您好！请问：2021 年年报中，请简单介绍一下新增专利数据。

您好，根据公司披露的《2021 年年度报告》，截至 2021 年 12 月 31 日，公司拥有 143 项专利，其中 13 项发明专利、107 项实用新型专利、23 项外观设计专利，较公司招股书披露截至 2021 年 6 月 30 日的专利数（拥有专利 87 项，其中发明专利 12 项，实用新型专利 54 项、外观专利 21 项）有进一步增加。感谢您的关注！

14、现在公司在国内市场占比是多少呢？增速预估是多少？有无在海外布局业务？

您好，根据国际知名市场调研机构 Euromonitor 欧睿国际公布的权威市场调研数据显示，在 2020 年中国镜片行业零售格局中，按零售量计，明月镜片以 10.7% 的市场份额排名第一。根据公司 2022 年 4 月 25 日披露的《2021 年年度报告》，公司国内业务营收占比 93.42%，国外业务受海外疫情影响有所降低，占比为 6.58%。感谢您的关注！

15、零售店售价与厂家价格差别太大，什么原因？是人工设备吗？还是二级代理价格高？

您好，厂家价格属于镜片生产企业出厂价格，零售店售价属于零售环节的价格，产品从出厂到最终零售消费者，需承担运输、终端店铺费用、运营费用、零售端宣传费用、人工服务等等一系列流通环节的成本，因此后者定价高于出厂价格。感谢您的关注。

16、董秘，您好，请问公司跟博士眼睛是竞争关系还是客户关系

您好，公司与博士眼镜保持了长期良好的客户合作关系。感谢您的关注！

17、公司在海外有无布局业务？

您好，根据公司 2022 年 4 月 25 日披露的《2021 年年度报告》，公司国内业务营收占比 93.42%，国外业务受海外疫情影响有所降低，占比为 6.58%。感谢您的关注！

	<p>18、希望公司以更好的业绩回报广大股东，也希望董秘平时可以多点和股民交流</p> <p>感谢您的建议，公司未来将会通过多种渠道和广大投资者增加交流，增进了解。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022年5月18日