

证券代码：301103

证券简称：何氏眼科

辽宁何氏眼科医院集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-004

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 checked="" 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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	中国经营报 陈婷
时间	2022年11月18日
地点	线上调研
上市公司接待人员姓名	财务总监、董事会秘书：邓明 投资部负责人：吴泽培 证券事务代表：孙琦
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要交流内容如下：</p> <p>1、根据披露，按照视光门店设置场所和功能，何氏眼科的视光门店可分为医院店、门诊店与验配店。截至目前，这三类门店的数量比例分别为多少？在收入表现上是否有所区别？</p> <p>答：截止目前，门诊店类占视光门店中一半以上，其次为医院店，验配店较少。在收入表现上依据定位、体量和覆盖人群不同，略有差别。</p> <p>2、何氏眼科对于视光门店布局区域的选取标准有哪些？基于哪些考量因素？</p> <p>答：公司三级眼保健体系中视光门店承担着初级眼保健的定位和作用，区域布局标准主要考虑：与二级眼保健的位置协同互补，目标人群分布情况，周边商业配套、交通配套，医疗资源及教育资源，同行业密集程度等因素。</p>

3、对于视光服务这一行业的发展来说，是否存在明显的区域限制？跨区域复制的难度如何？

答：视光服务主要针对青少年近视防控这个广阔的市场，对电子产品的过度依赖导致大部分青少年视力出现问题，疫情期间的线上授课加剧了这一现象，这部分业务属于刚需性消费，不存在明显的区域限制。

视光人才的储备规模是视光业务跨区域复制的关键因素，何氏眼科独有的人才储备体系及培训机制使得该业务板块跨区域复制较为容易。

4、就目前实现的成效来说，视光门店对眼科医院的导流/转诊效果如何？

答：何氏眼科在辽宁已经深度建立了三级眼保健体系，其中以视光中心为初级眼健康金字塔底层的成功模式。承担着对眼科医院的导流/转诊作用，目前看来，整体的导流/转诊效果非常好，一方面，视光门店承担着以社区为主的家庭眼健康管理职责，把需要进一步手术、精准治疗的患者转诊到眼科医院，同时眼科医院也把术后复查、近视防控、康复训练患者导流到老百姓家门口的视光门店，真正成为了老百姓身边的眼健康专家。

5、截至目前，何氏眼科已合计布局多少家视光门店？已经实现盈利的比例为多少？对于未实现盈利的视光中心，公司将采取哪些措施以实现盈利？

答：截止目前，公司已布局近百家视光门店，已盈利占比约80%。未盈利的主要原因为一些门店为新开门店，还未进入到盈利期。这些新开门店会按照既定的投资计划进入到盈利阶段，同时我们也会加大对新建未盈利门店的整体支持，包括但不限于技术专家定点扶持、市场拓展及新项目引入等。

6、何氏眼科所提供的视光服务的主要内容有哪些？这一业务的收入结构是怎么样的？盈利主要依靠哪一部分？公司视光服务的核心竞争力是什么？

答：何氏眼科提供的视光服务主要包括：眼科视光相关诊疗服务、青少年近视防控、医学验光配镜、家庭眼健康托管服务、眼健康相关产品销售等，含基因检测、视功能检测与评估、眼脑视觉训练、365视力托管方案，角膜塑形镜，家庭眼健康管理。盈利主要依靠青少年近视防控、医学验光配镜、眼健康相关产品销售等。

视光服务的核心竞争力主要为：

（一）模式优势：通过二十余年时间，何氏眼科探索出一条具有自身特色的可持续、可复制的三级眼健康医疗服务模式，其中以视光中心为初级眼健康金字塔底层的成功模式，完全具备了可复制性；

（二）人才优势：沈阳何氏眼科医院作为国家卫健委“防盲治盲培训基地”与国际眼科理事会眼科专科医师培训基地，建构了全方位眼保健人才培养体系，并专项设立“菁才计划”及“卓越人才计划”，可为公司持续输出视光师团队及高素质的管理团队；

（三）标准化运营管理优势：从1999年开始建立的国际ISO质量管理体系，强大的连锁标准化运营管理模式，为扩充提供有力保障。

7、与公立医疗机构相比，民营体系提供的视光服务存在哪些区别？价格方面是否具有优势？

答：眼科医疗服务领域主要包含手术和青少年近视防控两大业务板块，公立医疗机构主要以手术业务为主，视光业务主要以民营医疗机构为主，同时在软硬件环境、服务态度、患者体验、专业程度、就医便利程度等方面民营医疗机构更具优势。价格方面相差不大。

8、当前，市场上所提供的视光服务的收入主要来源于镜片镜架、角膜塑形镜等产品的销售，服务本身的收费较低甚至免费。近期，有关角膜塑形镜纳入集采的消息传出。面对来自产品集采等层面的环境变化，何氏眼科认为，“视光服务收入及盈利主要依靠产品”的模式是否可持续？

答：何氏眼科建立的基于数据驱动全方位眼健康管理体系中的精准近视防控模式，包含终身的眼健康档案的建立，智能的眼科机器人筛查，365眼健康视力托管计划，近视基因筛查，综合的眼检查及数据

收集，个性化的视觉功能评估及眼脑视觉训练，低浓度阿托品滴眼液和全品类的光学产品、保健品等的综合应用。角膜塑形镜只是其中一个近视防控的手段。

目前，OK镜集采信息有待进一步明确，如果国家推进角膜塑形镜集采将会扩大角膜塑形镜的普及率及增加验配数量，一方面会带来患者数量的增加，同时，医疗服务的频次和价值也会相应增加和提高。

9、目前，何氏眼科旗下视光中心的发展有赖于高质量的采购渠道。未来，公司自身是否考虑进行镜架、镜片等视光材料的研发、生产？

答：目前，何氏眼科实际控制人何伟博士建立的眼产业集团、辽宁何氏医学院、研究院等具备较强的科学技术研发、高端人才优势，一直在布局中眼视光材料、产品的研发和制造业务。公司是一家主要从事眼科医疗及眼健康服务的全生命周期眼健康服务的企业。基于我国眼科医疗服务需求空间越来越大，公司将专注于眼科领域，致力于全生命周期眼健康服务发展。未来如有相关发展规划，公司会及时披露，请您关注公司后续公告。

10、中国视光市场发展迅速，从2015年的约712亿元攀升至2019年的约990.8亿元，期间年化复合增长率约为8.6%。随着中国屈光不正患者人数的增加以及视光矫正单次价格的增长，预计2025年中国视光市场将增长至约1273.6亿元。目前，眼科连锁、上游制造商、创新公司等争相加快布局。面对来自市场上不同主体的竞争，何氏眼科的应对策略及措施分别是什么？

答：视光业务兼具医疗和消费双重属性，患者对安全性极为关注，安全性也是患者选择视光服务主体的首要因素。相较而言，眼科连锁医院进入视光领域具有独有的先天优势。

公司深耕眼健康领域二十余年，拥有成熟的医师培养体系、良好的患者口碑及完善的三级眼健康医疗服务模式，致力于通过高质量的眼健康服务为民众提供更好的视觉效果。公司将一如既往的按照严肃医疗标准提供视光业务，何氏眼科将通过“1+N”战略布局推进医疗及

	视光业务，让更多患者在家门口能体验何氏眼科高标准的视光服务。
附件清单（如有）	无
日期	2022年11月18日