

证券代码:300595

证券简称: 欧普康视

2022年5月25日投资者关系活动记录表

编号: 2022-006

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 checked="" type="checkbox"/> 在线会议
参与单位人员情况	1. 国元证券资本市场部、国元证券研究所相关工作人员 2. 机构投资者: 海通资管、诺德基金、大成基金、富国基金、江投资本、汇添富基金、平安资管、财通基金、国联安基金、海富通基金、恒大人寿、国信证券、嘉实基金、诺德基金、深圳君宜、江苏瑞华、睿亿投资、景唐投资、立华投资、银华基金、韶夏资本、齐翔投资、中水资产、中泰资管、鹿秀投资、明沅投资、汉汇投资、北方工业、广发自营、纽富斯投资、申万宏源证券、第一创业证券、中信建投证券、富善投资、云南信托、中国外贸信托、中邮理财等 53 家机构, 合计 144 位参会者。(排名不分先后)
时间	2022年5月25日
地点	线上
上市公司参会人员	董事长兼总经理陶悦群博士、副总经理兼董事会秘书施贤梅女士。
交流环节	董事长就投资者提出的问题进行交流。

投资者
关系活
动交流
主要内
容介绍

Q: 今年3月开始华东地区疫情严重，疫情对公司业绩影响情况如何？

A: 3月份疫情在全国较多区域发生，尤其是上海、江苏南京等华东区域，疫情对公司业绩有明显的影 响。从订单量来看，3月份单月订单量同比呈负增长，4月份疫情依然严重，但订单量同比的减少好于3月份，5月份的订单量目前同比已恢复正增长。公司已通过一季报披露3月份的经营情况，其他具体财务数据公司会通过半年报进行披露。

Q: 公司已有1400多家终端合作点，如何看待视光终端的发展空间？县级终端有多少？

A: 公司有产品合作关系的1400多家终端主要是医疗机构，多分布在城市区域，县级区域由于缺乏眼视光专业人才，下沉较少。因此，通过定向培养专业眼视光人才，县级视光终端的发展还有很大空间，这既是机会也是挑战。如果按照美国那样的视光服务体系，我国将会出现大量的社区化视光服务机构，与医院形成互补，类似于社区化的牙科诊所。这个数量是很大的，全国范围内是以万计的。

Q: 本次定增项目是不是只聚焦于角膜塑形镜？

A: 本次募集资金用于二个项目，其中一个建设眼视光服务终端。视光服务终端从事眼健康、视力矫正、近视防控等各类业务，包括验光配镜（如框架镜、隐形眼镜、功能性眼镜等）、视功能训练（如弱视、斜视、立体视等）、眼保健（如干眼症、视疲劳）等。视光服务终端不是角膜塑形镜的专营店，而是提供眼视光服务解决方案的专业机构。仿照美国的OD体系，打造我们自己的视光服务体系。

Q: 公司在塑形镜的研发方面有何成果？

A: 公司致力于研发创新，有专业的研发团队，公司产品也一直不断升级迭代。最早是经典的四区多弧设计的梦戴维DF产品，后来升级到定位区曲率可以连续变化的梦戴维AP，再到利用智能化设计大幅精简试戴过程、同时全自动生产的高端品牌DreamVision，更新一代的产品也已进入临床试验，公司将不断进行产品的创新升级。

投资者
关系活
动交流
主要内
容介绍

Q: 国内角膜塑形镜产品国产化趋势今年比较明显的原因是什么？

A: 个人观察主要有两个原因：一方面，国外疫情爆发后，进口产品交货时间周期延长；另一方面，通过长期使用国产角膜塑形镜，效果普遍较好，得到医生和用户的广泛认可。国产和进口产品效果不存在差异，公司研发、设计、软硬件、服务等方面均为国际领先，用户接受度逐步提高。

Q: 阿托品对 OK 镜空间有挤压吗？

A: 阿托品用于近视防控在国内已有很多年了，很多医院医疗机构早就自配低浓度阿托品给近视儿童使用。从市场情况来看，阿托品对塑形镜冲击不大。角膜塑形镜效果立竿见影，白天不需要戴眼镜，用户使用积极性高，口碑传播快，已大规模应用 17 年，效果普遍好，深受信任。其它产品没有立竿见影的效果，需要长期使用和观察，有些效果因人而异。目前多数专家建议首选角膜塑形镜，如果发生角膜塑形镜不能解决的情况，例如 8 岁以下、度数过高、近视加深过快的儿童，阿托品可作为备选或配合使用手段。角膜塑形镜的发展总体呈稳健增长的趋势，还在延续。

Q: 中国对于视光行业发展的政策导向？

A: 由于服务需求巨大，眼视光正在从眼科下面的一个很不起眼的亚专科迅速发展壮大。目前全国有 20 余家高等院校开设了眼视光医学专业，100 多所高校开设技师类眼视光专业。此外，国家卫健委在医疗系列里新增加了眼视光医学技师的职称系列。我们认为，我国的眼视光教育、医疗服务体系将继续快速发展，向发达国家看齐，从业人员的水平更加专业化，服务则会向医院+社区化视光服务终端的体系发展，类似于牙科的服务体系。

Q: 视光终端的资质和眼科医院、眼镜店相比有何区别？

A: 我们说的社区化视光服务终端分为眼科门诊部、眼科诊所、视光中心等三类经营主体，门诊部和诊所是医疗机构，视光中心是非医疗机构。视光中心一般由视光专业的技术人员提供眼健康、视力矫正、视功能训练等服务，国家尚未制定相关标准，通常在取得相关医疗器械经营许可证后销售相关产品。

<p>投资者 关系活 动交流 主要内 容介绍</p>	<p>今年 3 月，国家卫健委发布了开办各类诊所的标准征求意见稿，一旦实施，视光终端会更多以眼科诊所的形式存在并快速发展。</p> <p>Q：公司取得的互联网医院资质后情况如何？</p> <p>A：互联网医院资质取得后，医院可通过互联网开展线上医疗服务，如线上复诊、处方等。疫情下，线下就诊受到一定影响，互联网医院可解决很多用户问题。用户通过与医生线上连线复查，减少时间成本，大幅提高消费意愿。</p> <p>Q：公司相较于同行的竞争优势在哪里？</p> <p>A：公司拥有先发优势和综合优势，其一，公司深耕行业 17 年，行业经验丰富，客户渠道、合作医院、用户数量（突破 150 万）、产品矩阵等方面均表现优秀；其二，公司的角膜塑形镜批准的矫正幅度 600 度，同类产品中最高；其三，产品完全定制化，公司从接到参数订单后才开始加工设计，每个镜片参数都可以调整，镜片上有用户名缩写的激光打标，供货周期短；其四，公司生产规模在全球位居前列，研发团队和品牌效应兼具，已形成良性循环发展，未来公司会强化品牌建设、产品创新升级，力争保持行业的领先地位。</p> <p>Q：公司线上销售情况如何？</p> <p>A：去年已在京东平台开设镜特舒官方旗舰店，今年又增加了主要平台上的电商店铺，自己的线上商城也在推广。公司线上销售总体增速较快，发展趋势较好，公司拟成立专门电商销售部门开展此项业务。</p>
	<p>本次投资者交流会活动中，公司严格依照《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等规定执行，未出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
<p>日期</p>	<p>2022 年 5 月 27 日</p>