

千叶眼镜连锁股份公司
关于全国中小企业股份转让系统有限责任公司
对千叶眼镜连锁股份公司的年报问询函回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

千叶眼镜连锁股份公司（以下简称“公司”）于 2024 年 8 月 1 日收到全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具的《关于对千叶眼镜连锁股份公司的年报问询函》，公司已按照要求认真自查，并对反馈意见所列问题做出书面说明，现就有关具体问题回复如下：

如无特别说明，本回复中出现的简称均与《千叶眼镜 2023 年年度报告》中的释义内容相同，本回复中若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，为四舍五入原因造成。

目 录

1、关于业绩大幅增长.....	3
2、关于主要客户及应收账.....	23
3、关于采购及供应商.....	30
4、关于商誉.....	34
5、关于固定资产及装修费增.....	54

1、关于业绩大幅增长

请你公司：

(1) 结合报告期内下游市场需求、公司经营策略、公司产品竞争优势、报告期内业务拓展情况、销售产品单价、业务结算模式、同行业可比公司情况等，说明本期净利润增幅远高于营业收入、营业成本增幅的原因及合理性，营业收入增长是否具有可持续性。

回复：

(1) 结合报告期内下游市场需求、公司经营策略、公司产品竞争优势、报告期内业务拓展情况、销售产品单价、业务结算模式、同行业可比公司情况等，说明本期净利润增幅远高于营业收入、营业成本增幅的原因及合理性，营业收入增长是否具有可持续性。

1) 报告期内各产品营业收入、营业成本、毛利率的主要构成如下：

单位：万元

类别/项目	2023 年			2022 年		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
镜片	19,987.10	4,900.62	75.48%	14,158.88	3,388.89	76.07%
镜架	11,646.60	4,578.83	60.69%	7,834.60	2,780.12	64.51%
隐形镜片	5,078.30	2,643.45	47.95%	4,026.50	1,898.57	52.85%
诊疗业务	2,231.05	1,547.73	30.63%	1,636.59	1,145.13	30.03%
太阳镜	2,193.39	1,131.40	48.42%	1,195.38	572.31	52.12%
隐形护理产品	1,130.96	768.77	32.03%	954.71	612.5	35.84%
功能镜	428.97	172.29	59.84%	515.56	259.89	49.59%
服务费	419.78			481.21		
其他	1,633.59	681.38	58.29%	1,133.30	400.6	64.65%
加盟管理费	424.04	94.47		411.22	88.32	
租赁收入	234.59	272.49		288.27	291.46	
其他	45.62			156.47	26.48	

合计	45,453.98	16,791.43	63.06%	32,792.69	11,464.27	65.04%
----	-----------	-----------	--------	-----------	-----------	--------

2023 年公司主营业务仍以眼镜及周边产品批发零售为主，总体而言各品类的产品收入、成本构成，毛利率与上年相比未发生重大变化。

2) 报告期内镜片、镜架、太阳镜、隐形眼镜、隐形护理产品等主要产品的销售单价、采购单价、毛利率的变动情况如下：

产品类型	2023 年			2022 年		
	销售单价 (元/个)	采购单价 (元/个)	毛利率	销售单价 (元/个)	采购单价 (元/个)	毛利率
镜片	185.91	40.38	75.48%	265.65	61.83	76.07%
镜架	219.31	77.40	60.69%	327.15	114.41	64.51%
太阳镜	215.69	99.16	48.42%	247.16	110.41	52.12%
隐形眼镜	63.55	27.63	47.95%	99.6	35.82	52.85%
隐形护理产品	24.76	15.93	32.03%	18.52	19.32	35.84%

由上表可见，报告期内镜架、太阳镜、隐形眼镜、隐形护理产品等主要产品销售单价均有所下调，毛利率也有所下降，但毛利率的变动幅度不大。主要原因系 2023 年，公司结合国内消费行业的变化和销售模式的发展，调整销售策略，加大电商销售宣传力度，针对部分商品进行促销和线上销售。线上销售带来了销量的增加，但同时因促销和各品类中产品结构的调整导致毛利率较去年略有下降。

3) 下游市场需求、公司产品的竞争优势

我国眼镜零售行业规模较大且持续增长，伴随消费升级趋势下消费者对于优质眼镜产品和服务的需求越来越高。2023 年公共卫生事件的影响消除后，终端市场需求有所回升；此外，公司依托抖音本地生活的推广方式获取了大量客户需求。同时公司在成都、西安等地新开了直营门店，外地市场需求促进了公司销售收入增长。

公司一直以“专业、品质、服务”为核心经营理念，经过三十年沉淀，公司已经形成了完整商品供应体系，具有一批专业的验光人员及眼镜定配技工，相较于本地其他中小型眼镜验配服务商而言，已经在消费者群体形成了良好的口碑并具有核心竞争优势。

4) 公司 2022 年、2023 年利润表主要数据情况如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	增减比例
营业收入	45,453.98	32,792.69	38.61%
减：营业成本	16,791.43	11,464.27	46.47%
税金及附加	254.35	204.19	24.57%
销售费用	19,249.92	15,916.78	20.94%
管理费用	3,360.80	2,975.32	12.96%
财务费用	505.62	513.54	-1.54%
加：其他收益	213.36	71.17	199.79%
投资收益（损失以“资收号填列”）	31.38	5.72	448.60%
公允价值变动收益（损失以“允价号填列”）	225.07	187.50	20.04%
信用减值损失（损失以“用减号填列”）	-40.96	14.22	-388.05%
资产减值损失（损失以“产减号填列”）	-172.20	-304.00	-43.36%
资产处置收益（损失以“产处号填列”）	147.58	56.65	160.51%
营业利润	5,696.11	1,749.87	225.52%
加：营业外收入	35.98	62.36	-42.30%
减：营业外支出	31.24	55.18	-43.39%
利润总额	5,700.85	1,757.05	224.46%
减：所得税费用	1,115.22	326.90	241.15%
净利润	4,585.63	1,430.15	220.64%
毛利率	63.06%	65.04%	-1.98%
期间费用率	50.86%	59.18%	-8.32%
净利率	10.09%	4.36%	5.73%

报告期内，千叶眼镜营业收入较上年增长 38.61%，营业成本较上年增长 46.47%，净利润较上年增长 220.64%，毛利率较上年下降 1.98%，期间费用率较上年下降 8.32%，净利率较上年增长 5.73%；净利润增长幅度远高于营业收入增长幅度，主要系管理费用、销售费用增长幅度低于营业收入增长幅度，其他收益较上年增长、千叶眼科商誉减值以及存货导致资产减值损失较上年减少，使得本报告期净利润较上年大幅增长。

（1）销售费用

销售管理费用较上期增长 19.68%，主要原因系①抖音等线上引流费用投入；②营业收入增长，人工薪酬同方向增长；③2023 年新增子公司及新开门店，公司根据战略发展及销售区域拓展的需要，于 2023 年 2 月新设千叶眼科诊所，2023 年度新开直营门店共 36 家，撤店 11 家，新开眼科诊所 4 家，眼科门诊 1 家。

2023 年和 2022 年销售费用明细、增加额和增长率如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	增长额	增长率	变化原因
职工薪酬	8,449.56	7,104.55	1,345.01	18.93%	新设门店
广告及业务宣传	965.52	589.80	375.72	63.70%	为提升营业收入加大投入宣传
电商平台及代运营费用	855.27	233.03	622.24	267.02%	抖音生活等线上业务占比加大投入流量
办公费用	312.67	198.63	114.05	57.42%	新设门店、更换工作服
折旧及摊销	1,943.10	1,820.82	122.28	6.72%	新设门店
租赁费用	5,431.69	4,979.93	451.77	9.07%	新设门店
物管水电	1,095.40	905.11	190.28	21.02%	
其他	196.71	84.91	111.79	131.66%	
合计	19,249.92	15,916.78	3,333.14	20.94%	

（2）管理费用

2023 年和 2022 年管理费用明细、增加额和增长率如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	增长额	增长率	变化原因
职工薪酬	2,342.99	1,922.85	420.14	21.85%	新增员工人数
股份支付	79.16	90.12	-10.96	-12.16%	
折旧摊销	162.87	112.50	50.37	44.77%	
租金费用	114.45	88.15	26.30	29.84%	
办公费用	308.29	244.24	64.05	26.22%	
中介机构费	63.40	270.57	-207.17	-76.57%	上期挂牌新三板需支付三方中介机构服务费，本期无此类费用发生。
残保金	9.65	6.69	2.96	44.25%	

业务招待费	61.84	69.71	-7.87	-11.29%	
物业管理费	59.07	37.11	21.96	59.18%	
其他费用	159.07	133.38	25.69	19.26%	
合计	3,360.80	2,975.32	385.48	12.96%	

由上表可知，2023 年管理费用增长 385.48 万元，增长率 12.96%。主要系新开设直营门店导致相应的供应链等管理人员数量和薪酬增长所致。

2022 年底公共卫生环境管理政策发生改变，导致年底门店客流量大幅减少。但人工薪酬、店面租金等固定费用均应支出。

销售费用、管理费用中存在较多固定性质的费用，因此 2023 年销售费用、管理费用增长幅度低于营业收增长幅度符合实际情况。

（3）其他收益

其他收益较上期增长 142.19 万元，主要系本期收到新三板挂牌扶持资金所致。

（4）资产减值损失

单位：万元

项目	2023 年		2022 年		增长额	增减比例
	金额	占比	金额	占比		
存货跌价损失	-172.20	100.00%	-129.07	42.46%	-43.13	-33.41%
商誉减值损失			-174.93	57.54%	174.93	-100%
合计	-172.20	100.00%	-304.00	100.00%	131.80	-43.36%

2023 年公司资产减值损失减少 131.80 万元，增长率-43.36%的主要原因有以下几方面：

①商誉减值损失：上期 174.93 万元，本期商誉未减值。公司于 2021 年 12 月收购了千叶眼科并形成商誉。2023 年 12 月 31 日，北京国融兴华资产评估有限责任公司出具的国融兴华评报字[2024]第 670010 号评估报告，采用收益法评估的千叶眼科资产组可收回金额为 4,310.00 万元，该资产组账面价值（合并日公允价值基础上持续计量的金额和商誉账面价值合计）为 4,121.90 元，商誉不存在减值迹象。

②存货跌价损失：较上年增长 43.13 万元，主要系为新增千叶眼科诊所以及新设直营门店导致存货规模增长所致。

综上所述，管理费用、销售费用增长幅度低于营业收入增长幅度，其他收益较上年增长、千叶眼科商誉减值以及存货导致资产减值损失较上年减少，使得本报告期净利润较上年大幅增长，符合公司实际情况，具有合理性。

公司在毛利率相对稳定的情况下，净利润涨幅远高于营业收入、营业成本涨幅的原因主要系销售费用、管理费用增长以及资产减值损失较上年未等比例增长。上述费用及损失均与营业收入、营业成本规模不完全正相关，故出现净利润涨幅远高于营业收入、营业成本涨幅的现象，具有合理性。

5) 可比公司博士眼镜 2023 年经营情况情况如下：

项目	2023 年	2022 年	增长率
营业收入	117,586.55	96,223.70	22.20%
归属于上市公司股东的净利润	12,806.48	7,580.99	68.93%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	11,645.46	6,366.96	82.90%

根据博士眼镜对外公布年报所示，2023 年度营业收入增长主要来自于以下几个因素：

①完善门店品牌体系，深化线下营销渠道。

②探索新零售营销模式，线上线下互联互通，抓住行业风口开拓了本地生活业务的新市场，线上团购券交易（即转化门店核销收入）同比增长 79.42%。

公司增长趋势与增长因素基本与可比公司一致。

6) 营业收入增长是否具有可持续性。

公司 2023 年本地生活服务平台累计实现线上团购券交易(即转化门店核销收入)5005 万元，对营业收入增长具有积极影响。抖音作为电商平台，上线初期爆发性强，公司 2023 年第一季度上线抖音本地生活后实现“开门红”，产品销量快速增长，目前抖音等线上引流效果已经趋于回落，但仍保持在稳健状态。若宏观经济状况、居民消费意愿等对营业收入的影响因素持续保持 2023 年情况，公司预计营业收入可以持续增长。

(2) 结合你公司的销售模式收入确认政策，列示报告期内直营门店销售、加盟门店销售、电商平台销售及诊疗服务收入的具体情况，包括但不限于收入金

额、提供的主要产品及服务、收入确认时点，确认收入的具体依据及其合理性等；并结合你公司直营门店数量变化及经营状态等，说明报告期内直营门店销售业务收入变动是否与门店经营情况匹配。

回复：

(2) 结合你公司的销售模式收入确认政策，列示报告期内直营门店销售、加盟门店销售、电商平台销售及诊疗服务收入的具体情况，包括但不限于收入金额、提供的主要产品及服务、收入确认时点，确认收入的具体依据及其合理性等；并结合你公司直营门店数量变化及经营状态等，说明报告期内直营门店销售业务收入变动是否与门店经营情况匹配。

1) 各类业务提供的主要产品及服务、销售收入的确认条件如下

项目	提供的主要产品和服务	销售模式	收入确认时点	收入确认依据
直营门店	销售视光产品	自营	将商品交付给顾客时确认收入	取货单
		联营	公司与联营方进行对账确认并取得结算凭证，以扣除联营方分成后的金额确认收入	对账单
	验光、维修等	自营	收到顾客价款或取得收款权利时，确认服务收入	费用单
		联营	公司与联营方进行对账确认并取得结算凭证，以扣除联营方分成后的金额确认收入	对账单
加盟商	销售商品		公司根据加盟商订单发货，商品交付给加盟商并取得收款权利时确认收入	取货单
	加工维修等		服务完成取得收款权利，取得收款权利	取货单
批发	销售视光产品		商品交付给批发商并取得收款权利时确认收入	取货单
电子商务	销售视光产品		商品交付给顾客后根据合同取得收款权利时确认销售	取货单
诊疗服务	挂号		在患者办理就诊并缴纳挂号费时，确认挂号收入	挂号单、现金缴款单等
	门诊及检查		在收到患者检查治疗费用，并提供治疗服务完毕后，确认门诊检查及治疗收入	现金缴款单等
	手术		为患者提供相关诊疗服务，根据经患者确认的各项具体医疗服务费用，确认手术及住院治疗收入	结算单、手术报表等

2) 直营门店销售、加盟门店销售、电商平台销售及诊疗服务收入的具体情况如下：

业务类型	门店	2023 年收 入金额	2022 年收 入金额	增减比例%	主要产品和服务
直营门店		37,839.04	27,228.22	38.97%	销售视光产品、验光、 维修等
诊疗服务	千叶眼科诊 所	13.17			门诊及检查
	千叶眼科医 院	2,217.88	1,636.59	35.52%	挂号、门诊及检查、手 术
加盟商业 务	加盟业务	3,508.22	2,499.94	40.33%	销售商品
电商业务	京东店	375.18	86.90	331.74%	销售视光产品
	天猫旗舰店	629.51	437.23	43.98%	销售视光产品
	微商城等其 他平台	104.17	12.22	752.82%	销售视光产品
其他业务		62.55	35.64		
小计		44,749.73	31,936.73	40.12%	

3) 报告期内, 公司直营门店数量持续增长, 经营区域从重庆逐渐扩大到四川和陕西。

地区	2022 年期末门 店数量	开店	关店	2023 期末门店 数量
重庆	189	14	8	183
北京	1		1	0
四川	8	12	3	17
陕西	3	10		13
合计	188	36	11	213

2023 年新开门店收入总计 1386.44 万元, 占 2023 年主营业务收入 3.1%, 2023 年新开门店具体销售情况见下表:

序号	门店号	门店 类型	开设时间	2023 年收 入金额	门店地址
1	130	自营	2023-04-22	72.86	重庆市北碚区梨园村 60 号北碚吾 悦广场 1007 号
2	131	自营	2023-04-01	52.53	重庆市渝北区回兴街道宝桐路 148 号 1 幢 1-13 部分面积

3	132	联营	2023-04-21	53.40	重庆市永川区昌州大道东段889号 永川里奥特莱斯L1层A37号
4	133	自营	2023-04-19	58.37	重庆市万州区太白路81-89号第一 层部分面积
5	134	自营	2023-07-27	62.57	重庆市万州区步云路167号附8号 部分面积
6	135	自营	2023-08-11	42.25	重庆市彭水县汉葭街道石嘴社区 北大街金山广场B栋第一层临街1 号门面
7	136	自营	2023-09-28	25.49	重庆市渝中区嘉陵江滨江路456号 附7号重庆印象城LG12号
8	137	自营	2023-09-29	13.61	重庆市北部新区龙睛路7号复城国 际1单元1-商业10部分
9	138	自营	2023-10-29	16.88	江津区鼎山街道江州大道600号御 景华庭港龙商场L1层L1003号商 铺
10	139	自营	2023-11-01	5.63	巫山县龙门街道平湖东路318号商 业吊3-商铺12、商铺13
11	140	自营	2023-12-15	2.18	渝中区中山一路109号附8号 2-5L1-16
12	800	自营	2023-01-06	182.39	重庆市南岸区江南大道28号协信 星光时代广场4F层007号
13	山姆 001店	自营	2023-12-08	14.66	重庆市渝北区两江新区龙湖礼嘉 天街礼慈路重庆山姆会员店
14	山姆 002店	自营	2023-12-08	14.62	重庆市九龙坡区翼龙路10号九龙 坡山姆会员商店
15	617	自营	2023-05-19	96.58	四川省成都市天府新区麓山大道 二段199号天府和悦广场A馆 -B1-52
16	618	自营	2023-04-20	75.21	陕西省西安市未央区太华北路369 号西安大明宫万达广场1F层 1055B号
17	619	自营	2023-04-27	87.74	陕西省西安市经济技术开发区未 央路170号熙地港(西安)商场B1 层011号

18	620	自营	2023-04-29	65.03	四川省成都市郫都区犀浦镇国宁东路919号成都后花园爱琴海购物公园1层F1005号
19	621	自营	2023-05-19	45.55	陕西省渭南市临渭区仓程路渭南新城吾悦广场1013商铺
20	622	自营	2023-05-28	26.79	陕西省西安市浐灞生态区浐灞大道1228号附12号U Plaza城开优享家商场FB-06商铺
21	623	自营	2023-06-16	44.57	四川省成都市高新区天府大道北段8号成都苏宁广场1层128B商铺
22	624	自营	2023-07-01	41.53	陕西省西安市浐灞生态区浐河东路(北段)439号凯德广场·御锦城01层20号
23	625	自营	2023-07-15	15.56	陕西省西安市莲湖区大兴东路2号第1幢1单元4层10406号龙湖西安大兴星悦荟A馆-1F-021, A馆-1F-022, A馆-1F-023
24	626	联营	2023-07-16	32.99	四川省成都市锦江区喜树街35号伊藤洋华堂广场店1楼L101商铺
25	627	联营	2023-08-19	55.39	四川省成都市二环路西一段逸都路6号伊藤洋华堂双楠店3F-27
26	628	自营	2023-07-21	28.09	西安市西咸新区白马河路和统一路交汇处路643号西安沣西新城吾悦广场1042商铺
27	629	自营	2023-08-16	28.79	四川省成都市成华区万科路9号凯德广场·魅力城”01层28号
28	630	自营	2023-08-25	18.07	四川省成都市双流区星空路二段399号成都双流万达广场的1F层部分区域
29	631	自营	2023-09-15	27.10	成都高新区天府大道南段321号远大商场成都店B馆L1层B-L126号
30	632	自营	2023-09-16	30.09	武侯区大悦路518号成都大悦城商场LG-025A号商铺

31	633	自营	2023-09-19	12.41	西安市西咸新区沣明路 1633 号西咸吾悦广场 1009-1
32	634	自营	2023-09-30	15.92	四川省达州市达川区杨柳街道汉兴大道二段 240 号商场 1F-34-1
33	635	自营	2023-11-03	7.66	陕西省西安市莲湖区元谷 Mall 商业广场室内步行街一层 1-7 号商铺
34	636	自营	2023-10-19	10.79	西安市经开区凤城五路十字西南角的赛高世纪金花商业广场一层 1-B-14 铺位
35	637	自营	2023-12-30	0.19	四川省成都市天府新区天府大悦城 B1-A-33 号商铺
36	638	自营	2023-12-23	2.95	泸州市江阳区泰安桥路 39 号 22 栋的泸州高新爱琴海购物中心 F1028
合计				1,386.44	

综上所述，报告期内直营门店销售业务收入变动与门店经营情况匹配。

(3) 结合你公司抖音本地生活等线上业务引流具体内容，包括但不限于推广内容、推广模式、投放对象、投放频次等，说明相关线上推广业务与线下业务的协同关系；并列示报告期内受到线上引流门店影响较大门店的具体情况，包括但不限于门店位置、订单增长数量、平均客单价变化情况、年销售额变动情况等，说明你公司期后是否仍持续进行相关线上引流推广行为，预计对你公司业务产生的影响。

回复：

(3) 结合你公司抖音本地生活等线上业务引流具体内容，包括但不限于推广内容、推广模式、投放对象、投放频次等，说明相关线上推广业务与线下业务的协同关系；并列示报告期内受到线上引流门店影响较大门店的具体情况，包括但不限于门店位置、订单增长数量、平均客单价变化情况、年销售额变动情

况等，说明你公司期后是否仍持续进行相关线上引流推广行为，预计对你公司业务产生的影响。

1) 抖音本地生活线上引流方式及频次

2023 年公司在抖音本地生活等线上平台有计划进行投放，主要有以下几种方式：

序号	推广内容	推广模式	投放对象	投放频次
1	产品套餐	达人投放	平台上全门店推广	每日 10 条视频
		视频投流		长期
2	门店开业	自主拍摄投流	单门店进行投流推广	开店后一周内 3-5 条视频
3	直播推广	直播间投流	直播间转化投放	长期
4	活动货盘	大场直播	平台上全门店推广	一季度一次

2) 抖音本地生活引流的效果

2023 年公司通过抖音本地生活线上销售团购券，线下门店消费核销的形式产生营业收入 5005.47 万元。占 2023 年主营业务收入 11.19%，2023 年抖音本地生活影响前十的门店见下表：

门店号	收入合计（万元）			抖音收入（万元）		抖音单据（单）	单据总数量（单）	抖音单据量占比	门店地址
	2023 年	2022 年	增长率	2023 年	2023 年抖音收入占比				
13	1,724	1,324	30%	114	7%	4,733	24,064	20%	重庆市沙坪坝区渝碚路 39 号 3 号营业房
1	2,354	1,959	20%	108	5%	4,237	24,300	17%	重庆市渝中区八一路 164 号商业大厦
22	1,203	948	27%	96	8%	3,771	26,977	14%	重庆市江北区观音桥步行街 6 号负 2 层 4 号 英

									利
240	312	235	33%	72	23%	2,570	8,432	30%	重庆市江北区红原路166号 L G 73
315	277	163	69%	69	25%	2,301	7,806	29%	重庆市南岸区茶园新区茶园城市天地 1003 号
206	227	118	93%	67	30%	2,747	9,156	30%	江北区观音桥步行街 8 号附 5 号 3-1 至附 5 号 3-3
6	751	559	34%	65	9%	2,828	12,910	22%	重庆市九龙坡区杨家坪正街 26 号附 1 号 1-4、1-6、1-8 号
312	346	236	47%	63	18%	2,236	10,935	20%	重庆市巴南区渝南大道 301 号附 32 号
212	320	256	25%	58	18%	2,019	7,992	25%	重庆市合川区合办交通街 15 号 3-1

27	342	307	12%	58	17%	2,294	8,783	26%	重庆市大渡口区春晖路街道松青路1016号裙楼174-1号、174-2号
合计	7,856	6,103	29%	770	10%	29,736	141,355	21%	

注：2022 年无抖音本地生活引流销售额。

3) 线上推广业务与线下业务的协同关系

公司线上渠道以天猫、京东、微信商城、抖音商城等渠道为主。由于光学眼镜需要进行验光、配镜，消费者更加关注验光配镜的体验，而太阳眼镜、隐形眼镜和护理液等不需要验光配镜或复购率高的产品，线上购物的品类多、价格优惠和方便快捷等优势能够得到充分发挥。眼镜零售行业线上和线下主要销售的产品品类存在一定的差异，能够更好发挥线上线下各自的优势，实现线上线下互相引流和渠道融合发展。

综上所述，公司通过线上渠道，包括线上引流线下销售转化及线上销售等两部分增量明显，已经逐渐成为公司重要的销售渠道之一，公司将持续保持线上线下并行的营销策略，持续提升公司业绩。由于线上引流线下销售转化方式带来的营业收入占比仅为 10%左右，对公司整体营业收入有一定的影响，但影响幅度有限。

(4) 结合 7 家控股子公司经营范围及主营业务、报告期内业务拓展及业务开展情况，说明西南地区以外销售是否符合业务拓展预期，后续公司拓展眼科诊疗业务板块拟采取的措施；并说明上述业务拓展是否对你公司利润水平产生进一步积极影响。

回复：

(4) 结合 7 家控股子公司经营范围及主营业务、报告期内业务拓展及业务开展情况，说明西南地区以外销售是否符合业务拓展预期，后续公司拓展眼科诊疗业务板块拟采取的措施；并说明上述业务拓展是否对你公司利润水平产生进一步积极影响。

1) 公司 7 家控股子公司基本情况如下：

单位：元

序号	公司名称	经营范围	主营业务	营业收入	
				2022 年	2023 年
1	千叶眼科医院（重庆）有限公司	医疗服务；第三类医疗器械经营；依托实体医院的互联网医院服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：第二类医疗器械销售；保健食品（预包装）销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；眼镜制造；诊所服务；第一类医疗器械销售；光学玻璃销售；光学仪器销售；日用品销售；日用杂品销售；日用百货销售；化妆品批发；化妆品零售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；针纺织品销售；服装服饰零售；通讯设备销售；	医疗服务、第三类医疗器械经营、眼镜销售	20,402,885.98	28,465,355.72

		电子产品销售；体育用品及器材零售；文具用品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；食品销售（仅销售预包装食品）；医院管理。			
2	四川千叶眼镜有限公司	一般项目：眼镜制造【分支机构经营】；眼镜销售（不含隐形眼镜）；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；光学玻璃销售；光学仪器销售；日用品销售；日用杂品销售；日用百货销售；化妆品零售；化妆品批发；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；针纺织品销售；服装服饰零售；五金产品零售；钟表销售；通讯设备销售；家用电器销售；电子产品销售；体育用品及器材零售；文具用品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场营销策划；企业形象策划；软件开发；网络与信息安全软件开发；计算机软硬件及辅助设备零售；摄影扩印服务；食品销售（仅	眼镜销售、第三类医疗器械经营	1,603,564.46	9,192,294.32

		销售预包装食品)			
3	重庆千叶眼科 诊所管理连锁 有限公司	许可项目：第三类 医疗器械经营。(依 法须经批准的项 目，经相关部门批准 后方可开展经营 活动，具体经营项 目以相关部门批准 文件或许可证件为 准) 一般项目：企 业管理；诊所服务； 眼镜制造；眼镜销 售（不含隐形眼 镜）；食品销售（仅 销售预包装食品）； 第一类医疗器械销 售；第二类医疗器 械销售；日用品销 售；日用杂品销售； 日用百货销售；化 妆品零售；化妆品 批发；卫生用品和 一次性使用医疗用 品销售；消毒剂销 售（不含危险化学 品）；电子产品销 售；针纺织品销售； 服装服饰零售；互 联网销售（除销售 需要许可的商品）； 软件开发；信息咨 询服务（不含许可 类信息咨询服务）； 信息技术咨询服 务；市场营销策划； 广告发布。（除依 法须经批准的项目 外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	第三类医 疗器械经 营、眼镜 销售	未设立	2,428,801.17
4	千叶眼镜连锁 （西安）有限公 司	一般项目：眼镜销 售（不含隐形眼 镜）；第一类医疗 器械销售；第二类	第三类医 疗器械经 营、眼镜 销售	389,888.28	6,209,781.20

		医疗器械销售；食品销售（仅销售预包装食品）；日用品销售；化妆品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动） 许可项目：第三类医疗器械经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）			
5	千叶眼镜（成都）有限公司	一般项目：眼镜销售（不含隐形眼镜）；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；光学玻璃销售；光学仪器销售；日用品销售；日用杂品销售；日用百货销售；化妆品零售；化妆品批发；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；针纺织品销售；服装服饰零售；五金产品零售；钟表销售；通讯设备销售；家用电器销售；电子产品销售；体育用品及器材零售；文具用品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；信息咨询服务（不含许可	眼镜销售	10,044.00	2,399,805.06

		类信息咨询服务)；市场营销策划；企业形象策划；软件开发；网络与信息安全软件开发；计算机软硬件及辅助设备零售；摄影扩印服务；食品销售（仅销售预包装食品）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动） 许可项目：第三类医疗器械经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）			
6	重庆星元眼镜连锁有限公司	许可项目：第三类医疗器械经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准） 一般项目：眼镜销售（不含隐形眼镜）；软件开发；软件销售；信息技术咨询服务；5G 通信技术服务；信息系统集成服务；信息系统运行维护服务；计算机系统服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网销售（除销售	眼镜销售	0	0

		需要许可的商品)；组织文化艺术交流活动；摄影扩印服务；摄像及视频制作服务；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；食品销售（仅销售预包装食品）；日用品销售；化妆品零售；化妆品批发；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；针纺织品销售；服装服饰零售；通讯设备销售；家用电器销售；电子产品销售；会议及展览服务；娱乐性展览。 （除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）			
7	温州市浙渝眼镜有限公司（已于 2024 年 4 月 25 日注销）	一般项目：眼镜销售（不含隐形眼镜）；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用品销售；专业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；眼镜制造（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：第三类医疗器械经营；食品经营；货物进出口；技术进出口（依法须经批	眼镜销售、专业设计服务	0	0

		准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。			
--	--	---------------------------------------	--	--	--

2) 西南地区以外销售情况

地区	2022 年收入	2023 年收入	增长率
西南以外区域	183.98	756.87	311.39%
其中：直营店	38.99	620.98	1492.71%
加盟批发收入	144.99	135.89	-6.27%

陕西作为公司第二大战略布局省份，公司自 2022 年 6 月成立千叶眼镜连锁（西安）有限公司，着力发展西北市场，截至 2023 年 12 月 31 日，报告期内，公司在西安地区新增了 10 家门店。报告期营业收入较 2022 年增长 1492.71%。加盟批发收入略有下滑。西南地区以外的销售情况基本达预期。

2) 拓展眼科诊疗业务板块拟采取的措施

① 科普宣教促引流

② 打造名医 IP 吸人气。患者就诊首先想的就是找名院名医。名医 IP，能够起到聚流作用。

③ 线上线下广覆盖。

3) 上述业务拓展对公司利润水平产生的影响

公司	利润情况	
	2022 年	2023 年
千叶眼镜连锁（西安）有限公司	-212.68	-624.83
重庆千叶眼科诊所管理连锁有限公司	0.00	-111.23
千叶眼科医院（重庆）有限公司	-215.36	51.14

陕西地区以及眼科诊疗业务板块均为公司均处于投资初期，为扩大当地市场，初期投入大，利润暂处于亏损状态。

2、关于主要客户及应收账款

(1) 补充列示报告期内公司向前五大客户销售的具体情况（合并计算的客户请分拆列示），包括但不限于销售内容、销售金额、毛利率、信用政策等；

如客户为加盟商，说明加盟商是否专营你公司产品，并结合报告期内加盟商门店数量变动情况、销售金额变动情况、期末库存结余情况等，说明报告期内是否存在向加盟商集中销售确认收入的情形，收入确认是否符合《企业会计准则》的规定；

回复：

1) 报告期内公司向前五大客户销售的具体情况

公司视光产品的销售方式主要包括直营、加盟、电子商务等形式。其中直营和电子商务的客户均为个人消费者，加盟的客户为各加盟商成立的公司或门店。加盟商的采购量较大，报告期内公司前五大客户均为加盟商。

公司与加盟商的合作背景具体为：加盟商与公司签订加盟协议，获得公司授权，在特许区域使用公司的商标、统一形象等特许经营体系，加盟商出资设立加盟店并在公司的指导和监督下从事加盟协议中授权范围的经营活动。加盟商向公司直接采购产品并在公司规定的零售价格范围内自主定价，向消费者销售视光产品、提供眼镜加工维修等。

前五名客户销售的具体情况见下表：

前五名客户	客户具体名称	开始合作时间	销售内容	销售金额	毛利率	信用政策	是否专营公司产品
奉节县雪亮眼镜有限公司及其关联方	奉节县雪亮眼镜有限公司天桥分公司	2004 年 7 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	67.79	22.39%	次月 15 日前付款	是
	奉节县雪亮眼镜有限公司三峡风经营部	2011 年 6 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	13.59	20.47%	次月 15 日前付款	是
	开江县林中眼镜经营部东方国际店	2013 年 10 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	23.57	22.88%	次月 15 日前付款	是
	奉节县中林眼镜有限公司第一分公司	2016 年 1 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	51.53	18.66%	次月 15 日前付款	是
	赫章袁赫林眼镜有限公司	2018 年 5 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	27.74	23.38%	次月 15 日前付款	是

	开江县林中眼镜经营部	2018 年 11 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	7.69	25.95%	次月 15 日前付款	是
	奉节县雪亮眼镜有限公司	2019 年 1 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	15.39	19.29%	次月 15 日前付款	是
	开江县千叶眼镜经营部	2019 年 10 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	10.41	32.00%	次月 15 日前付款	是
	毕节七星关区千叶眼镜经营部	2020 年 8 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	6.80	19.66%	次月 15 日前付款	是
	毕节市七星关区千叶眼镜麻园店	2020 年 8 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	4.47	17.13%	次月 15 日前付款	是
	奉节县鑫宇眼镜经营部	2021 年 3 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	13.74	23.09%	次月 15 日前付款	是
	奉节县鑫宇眼镜经营部吐祥店	2022 年 5 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	8.03	23.03%	次月 15 日前付款	是
	奉节县鑫宇眼镜经营部西部新区店	2023 年 4 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	6.75	24.86%	次月 15 日前付款	是
	赫章袁赫林眼镜有限公司帝景湾畔分公司	2023 年 10 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	7.35	20.42%	次月 15 日前付款	是
	合计			264.84	21.92%		
重庆市綦江区睛彩眼镜行及其关联方	重庆名镜堂眼镜中心	2002 年 12 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	63.65	22.49%	次月 15 日前付款	是
	重庆市万盛经开区千眸眼镜行	2019 年 5 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	32.77	22.02%	次月 15 日前付款	是
	重庆市綦江区睛彩眼镜行	2011 年 5 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	15.36	26.45%	次月 15 日前付款	是
	重庆市綦江区伯乐眼镜行	2012 年 9 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	39.58	24.45%	次月 15 日前付款	是
	重庆市綦江区明辉眼镜行	2015 年 2 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	17.98	21.85%	次月 15 日前付款	是

	重庆市万盛经开区恩豪眼镜行	2016 年 1 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	8.07	20.80%	次月 15 日前付款	是
	重庆市綦江区华西眼镜行	2016 年 4 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	41.59	22.45%	次月 15 日前付款	是
	重庆市綦江区心眸眼镜行	2019 年 5 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	23.17	24.39%	次月 15 日前付款	是
	重庆顺视达眼镜有限公司	2023 年 8 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	20.87	17.72%	次月 15 日前付款	是
	合计			263.04	22.64%		
重庆市潼南区晴典眼镜店及其关联方	重庆市潼南区晴典眼镜店书院街分店	2004 年 1 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	53.31	21.79%	次月 15 日前付款	是
	重庆市潼南区晴典眼镜店	2013 年 1 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	22.91	20.71%	次月 15 日前付款	是
	忠县优品眼镜中心东坡店	2013 年 5 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	14.92	20.68%	次月 15 日前付款	是
	忠县优品眼镜中心	2015 年 4 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	64.86	25.59%	次月 15 日前付款	是
	忠县优品眼镜中心三店	2018 年 10 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	15.38	22.38%	次月 15 日前付款	是
	重庆市潼南区晴典眼镜店时代广场分店	2021 年 1 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	16.02	20.16%	次月 15 日前付款	是
	忠县优品眼镜中心四店	2021 年 9 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	20.19	20.82%	次月 15 日前付款	是
	重庆市潼南区晴典眼镜店隆鑫店	2022 年 10 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	31.42	22.78%	次月 15 日前付款	是
	合计			238.99	22.63%		
重庆市江津区世纪眼	重庆市江津区世纪眼镜有限公司金科分公司	2003 年 1 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	4.66	21.72%	次月 15 日前付款	是

镜有限公司及其关联方	重庆市江津区世纪眼镜有限公司璧山眼镜门市部	2004 年 10 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	9.28	18.37%	次月 15 日前付款	是
	重庆市江津区世纪眼镜有限公司	2011 年 1 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	95.33	20.30%	次月 15 日前付款	是
	重庆市江津区世纪眼镜有限公司白沙眼镜门市部	2012 年 6 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	14.38	19.78%	次月 15 日前付款	是
	重庆市江津区世纪眼镜有限公司时代广场步行街门市	2015 年 6 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	23.19	17.48%	次月 15 日前付款	是
	重庆市江津区世纪眼镜有限公司璧山中央大街分店	2020 年 1 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	37.88	20.23%	次月 15 日前付款	是
	重庆市江津区世纪眼镜有限公司璧山分公司	2020 年 5 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	34.83	19.39%	次月 15 日前付款	是
	合计			219.56	19.76%		
重庆市精品眼镜有限公司及其关联方	重庆精英视力眼镜有限公司新区分公司	2021 年 2 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	27.77	21.45%	次月 15 日前付款	是
	重庆健视达眼镜有限公司巴江巷分公司	2020 年 6 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	4.80	28.11%	次月 15 日前付款	是
	重庆精英视力眼镜有限公司	2014 年 3 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	127.33	18.68%	次月 15 日前付款	是
	重庆市精品眼镜有限公司龙城大道分公司	2018 年 12 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	4.78	27.62%	次月 15 日前付款	是
	重庆健视达眼镜有限公司	2019 年 5 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	11.68	27.45%	次月 15 日前付款	是
	重庆健视达眼镜有限公司万达分公司	2023 年 10 月	销售视光产品、提供眼镜加工维修等服务	8.01	12.58%	次月 15 日前付款	是
	合计			184.36	19.87%		

2) 报告期内加盟店数量变动如下

地区	2022 年期末门店数量	开店	关店	2023 期末门店数量
----	--------------	----	----	-------------

重庆	98	4		102
四川	40	2	1	41
贵州	10	1	1	10
北京	1			1
甘肃	4	1		5
湖北	1			1
内蒙古	2			2
山东	1			1
云南	1			1
西藏		4		4
合计	158	12	2	168

3) 报告期内加盟商商品销售收入以及库存情况

加盟批发收入			加盟商库存余额		
2022 年	2023 年	增长率	2022 年	2023 年	增长率
2,493.72	3,521.40	41.21%	3,133.12	3,239.18	3.39%

根据以上数据，报告期内加盟商库存余额并未出现大幅度增长，加盟批发收入的增长主要是因为以下两个因素导致加盟店销售增长从而导致公司加盟批发销售增长。

- 1) 公共卫生事件的影响得到缓解，加盟门店销售回升。
- 2) 公司通过抖音等平台线上推广促进线下销售。

综上所述，报告期内，公司特许业务营业收入增长基于加盟商自身业务增长，且增长速度与直营业务营业收入增速保持一致，不存在集中销售确认的情形，且收入确认复核《企业会计准则》的规定。

(2) 按销售渠道列示报告期末应收账款情况，包括但不限于账面余额、账龄、计提坏账准备金额、期后回款情况等；并结合报告期内销售对象变动情况，

说明应收账款余额大幅增长的原因及合理性，是否存在放宽信用政策促进销售的情形。

回复：

（2）按销售渠道列示报告期末应收账款情况，包括但不限于账面余额、账龄、计提坏账准备金额、期后回款情况等；并结合报告期内销售对象变动情况，说明应收账款余额大幅增长的原因及合理性，是否存在放宽信用政策促进销售的情形。

1) 报告期内 2023 年、2022 年应收账款余额分别为为 825.86 万元、371.79 万元，，应收账款账面价值占营业收入的比例分别为 2.21%、1.09%。2023 年增长原因为 2022 年因公共卫生事件，11 月、12 月重庆地区实行封控，导致直营店、加盟店无法营业，2023 年同期为正常营业。故应收账款的增长主要为直营店营业款以及加盟批发收入的的增长所致，具体情况详见下表：

项目	期末余额		增长额
	2023 年	2022 年	
加盟商货款	262.62	129.68	132.94
联营门店营业款	70.51	4.00	66.51
直营店营业款	371.43	163.90	207.52
医保营业款	100.80	39.03	61.77
其他	20.50	35.17	-14.67
合计	825.86	371.79	454.07

2) 报告期内 2023 年应收账款账龄、坏账计提情况

项目	账龄						坏账准备金额
	3 个月以内	3-6 个月	6 个月-1 年	1 至 2 年	2 至 3 年	3 至 4 年	
加盟商货款	262.62						13.13
联营门店营业款	70.51						3.53
直营店营业款	371.43						5.24
医保营业款	99.60		0.24	0.96			0.53
其他	20.50						1.03
合计	824.66		0.24	0.96			23.46

3) 期后回款情况

公司应收账款账龄较短，账龄结构良好。公司已经对应收账款收回情况进行充分估计，并按照会计政策足额计提坏账准备。截至目前公司报告期各期末的应收账款回款比例为 99.85%，具体回款情况如下：

项目	2023 年 期 末 余 额	期后回款					
		1 月回款	2 月回款	3 月回款	4 月回款	5 月回款	未回款金 额
加盟商货款	262.62	262.61	0.02				
联营门店 营业款	70.51	28.67	8.75			33.09	
直营店营 业款	371.43	360.09	9.91	1.00			0.43
医保营业 款	100.80	20.73	40.96	8.87	29.47		0.77
其他	20.50	5.41	1.22		13.88		
合计	825.86	677.51	60.85	9.87	43.34	33.09	1.20

综上所述，2023 年应收账款额大幅增长为公司正常业务开展。不存在放宽信用政策促进销售的情形。

3、关于采购及供应商

(1) 结合与德仪林医疗的交易背景、交易时间、采购内容、约定的交货时间、结算时点及方式等，说明存在大额预付款未及时结算 的原因及合理性，是否与合同约定一致，是否存在通过预付款体外资金循环情形，是否存在无法收回风险

(2) 结合供应商遴选标准、采购内容、执行的信用政策等，说明报告期内向鑫康视频进行大额采购的原因及合理性，采购规模是否 与其经营规模相匹配。

回复：

(1) 结合与德仪林医疗的交易背景、交易时间、采购内容、约定的交货时间、结算时点及方式等，说明存在大额预付款未及时结算 的原因及合理性，是

否与合同约定一致，是否存在通过预付款体外资金循环情形，是否存在无法收回风险

1) 采购背景及时间

为推进医院白内障医疗项目新技术的持续发展，原泰恒眼科医院（现千叶眼科医院）院长郑汉及医院核心医疗团队经过充分考察与研究后，于 2019 年 9 月 9 日与德仪林医疗器械（上海）有限公司签订了关于“飞秒眼科固体激光治疗仪”等设备的采购合同。

2) 采购内容

序号	产品名称	产地品牌	规格型号	订购数量	总价
1	飞秒眼科固体激光治疗仪	瑞士/ziemers	FEMTO LDV Z8	1 套	6000000 元
2	数字眼底照相机	日本/canon	CX-1	1 套	
3	眼科光学生物测量仪	瑞士 /Haag-Streit	Ls900	1 套	
4	非接触式眼压仪	日本/canon	TX-20	2 套	
5	飞秒手术包	瑞士/ziemers		320 包	
6	维保期			2 年	
合计：					6000000 元

2019 年 10 月通过转账方式支付 200 万。发采购内容中序号 2-4 价值 78 万的设备如期到货，预付账款余额为 122 万。

2020 年 6 月 30 日签订补充协议一，协议中约定：如我院与 2020 年 7 月 15 日前支付供方 250 万元，余款 150 万在供方升级量化角膜层间切削术（全飞）前付清。且从 2020 年 7 月起，享受供方每月赔偿 20 个屈光手术包直至乙方升级量化角膜层间切削术功能（全飞）止。如 2022 年 12 月 31 日前，供方不能升级量化角膜层间切削术功能（全飞），则做退货处理。

我院按照约定支付第二笔预付款 250 万，预付账款余额为 372 万。

由于供方未能升级量化角膜层间切削术功能（全飞），双方于 2020 年 12 月 23 日签订补充协议二，协议中约定：余款 150 万元在供方升级飞秒白内障功能前付清；如 2023 年 6 月 30 日前，供方不能升级量化角膜层间切削术功能，则做退货处理。

截止 2022 年 7 月 26 日，由于供方一直未能升级量化角膜层间切削术功能（全飞），经过我院研究决定后，该设备只保留飞白和半飞功能，经与设备供方洽谈，最终达成一致：飞秒眼科固体激光治疗仪作价 252 万，设备已于 2022 年 9 月 30 日前安装到位。同时向供方采购与该设备配套手术包 800 个（半飞和飞白可自由选择发货），单价 1500 元。合计 120 万。鉴于手术包均有有效期限，故我院根据手术安排，陆续要货。手术包到货明细见下表：

月份	名称	单位	数量	单价	金额 (万元)	备注
2022 年 12 月	一次性手术包(飞白)	盒	70	1500	10.50	白内障手术
2022 年 12 月	一次性手术包(飞准)	盒	20	1500	3.00	近视手术
2023 年 10 月	一次性手术包(飞白)	盒	30	1500	4.50	白内障手术
2024 年 3 月	一次性手术包(飞白)	盒	30	1500	4.50	白内障手术
2024 年 5 月	一次性手术包(飞白)	盒	30	1500	4.50	白内障手术
合计			180		27.00	

截止至 2024 年 7 月 31 日，预付账款余额为 93 万元。

德仪林医疗采购事项是基于原泰恒眼科医院发展需要作出的经营决策，交易过程受多方面因素影响，经过友好协商、多次调整，不存在预付款体外资金循环的情形及无法收回的风险。

（2）结合供应商遴选标准、采购内容、执行的信用政策等，说明报告期内向鑫康视频进行大额采购的原因及合理性，采购规模是否与其经营规模相匹配。

1) 公司采购模式

公司对于眼镜及周边产品采用统一选品、集中采购和统一定价的采购模式，由公司商品部统一负责供应商选择、产品选择及具体采购事宜，并负责供应商管理。根据采购渠道的不同，可分为向品牌生产商直接采购和向品牌商的区域经销商、代理商等中间商间接采购两种模式。同时，为了进一步提升品牌影响力，根据消费市场趋势及终端消费者需求调查情况，公司选择与优质的 OEM 代工厂商合作设计开发公司自主品牌产品，创造性的满足消费者需求。

2) 供应商遴选及管理

公司在选择新供应商前，需要对供应商相应的资金规模、经营状况、市场信誉度、产品设计能力、物流配送能力和售后服务能力等进行全面评估。在评估完成后，公司还会进一步审核供应商的相关资质及品牌授权文件，确保供应商主体资质合法，产品质量合格，不侵犯第三者权利。同时，公司会对供应商进行动态管理，根据供应商产品质量、物流配送情况和售后服务情况，建立供应商的考核机制，并对供应商进行分类分级管理，对于考核情况不理想的供应商，公司会采取逐步减少对其采购等措施。

3) 与鑫康视频合作的原因及历年合作情况

尼康镜片为北京尼康公司所品牌持有，但由于该品牌营运销售北京公司只采取区域代理，不执行直接供货，自 2003 年起，四川鑫康视频科技有限公司做为北京尼康眼镜有限公司重庆地区的唯一且有实力的授权代理商，负责对全区域零售及医疗渠道客户提供服务。在授权有效期内代理北京尼康眼镜有限公司在重庆区域全渠道客户的业务合作和相关服务，业务及服务内容包括：合同洽谈、市场支持、接收订单、处理售后、日常对账、铺底管理；在授权期内通过代理商提供品牌支持，包括：品牌形象展示、道具陈列，路演活动所需物料等。自 2008 年起销售尼康镜片，四川鑫康视频科技有限公司与公司达成合作，采购额随着公司业务规模的扩大逐年增长。该公司完全符合千叶甄选供应商标准。

4、关于商誉

(1) 结合报告期内千叶眼科业务开展情况，说明千叶眼科未能达成业绩承诺的原因。

(2) 结合千叶眼科的经营及业绩情况、盈利能力、核心优势，说明采用预计未来现金流现值的方法计算资产组的可收回金额的具体确定方法，包括但不限于预测期的年限及预测期内的收入增长率、利润率等参数及其确定依据，以及稳定期增长率、利润率、折现率等参数及其确定依据，说明你公司商誉减值准备计提是否充分、合理。

回复：

(1) 结合报告期内千叶眼科业务开展情况，说明千叶眼科未能达成业绩承诺的原因。

1) 报告期内千叶眼科业务开展情况

序号	类别	2021 年	2022 年	2023 年
1	医疗收入	15,797,684.95	14,863,229.77	21,921,501.66
1.1	屈光项目	2,060,797.02	3,825,929.00	4,484,050.20
1.2	白内障项目	11,076,122.84	8,180,732.34	12,672,111.80
1.3	眼底病手术	965,117.15	840,425.94	1,006,320.25
1.4	综合服务项目	1,695,647.94	2,016,142.49	3,759,019.41
2	药品收入	1,169,058.33	1,511,901.32	1,801,557.51
3	商品（眼镜）销售收入	3,935,944.00	4,027,754.89	4,730,981.60
4	其他业务收入	3271.19		11,314.95
合 计		20,905,958.47	20,402,885.98	28,465,355.72

报告期内，千叶眼科的各项业务均出现一定幅度的增长，其中，屈光项目，综合服务项目、药品收入以及商品销售收入均出现了持续上升，而白内障项目及眼底病项目也恢复到历史较高水平。

2) 报告期内千叶眼科未能达成业绩承诺的原因

报告期内千叶眼科未能达成业绩承诺的主要原因：

(1) 收购完成以后，公司经过持续整合，为了进一步提高现有医疗团队的积极性，同时，建立符合高水平医疗服务的人员薪酬及激励方式以完善人才引进体系，经过董事会决定对千叶眼科医院的薪酬方案进行了调整，提升了核心医疗团队的总体薪酬水平，主要包括手术提成比例等；

(2) 鉴于千叶眼科医院在屈光项目方面以及视光方面持续提升能力与较大的市场空间，公司于 2023 年拓展了解放碑门诊的布局，新增加了场地、人员与设施设备投入，增加了报告期内的运行成本；

(3) 为了提升经营效果，千叶眼科医院也加强了品牌推广力度，加大了屈光、白内障、视光项目的推广成本，增加了报告期内的销售费用。

综上所述，千叶眼科医院在报告期内营业收入大幅增长，同时，为了激发医疗团队的积极性，提升千叶眼科医院服务能力与品牌效应，公司也承担了更高的费用，在保证千叶眼科医院持续盈利的基础上，提升潜在的营业收入增长空间及远期盈利空间。

(2) 结合千叶眼科的经营及业绩情况、盈利能力、核心优势，说明采用预计未来现金流现值的方法计算资产组的可收回金额的具体确定方法，包括但不限于预测期的年限及预测期内的收入增长率、利润率等参数及其确定依据，以及稳定期增长率、利润率、折现率等参数及其确定依据，说明你公司商誉减值准备计提是否充分、合理。

一、评估方法

1、商誉资产组的认定

发行人综合考虑了《企业会计准则第8号——资产减值》的相关规定，对于非同一控制下收购的子公司与其商誉有关的资产或资产组进行了判断。在认定商誉所应分摊至的资产组组合时，发行人考虑了管理层对生产经营活动的管理方式和对资产的持续使用或处置的决策方式，认定的资产组组合能够独立产生现金流量。在确认商誉所在资产组组合时，发行人没有包括与商誉无关的不应纳入资产组组合的资产及负债。

发行人将与商誉相关的经营性长期资产确认为商誉资产组，进行减值测试。

2、商誉减值测试方法

根据《以财务报告为目的的评估指南》《企业会计准则第8号—资产减值》的相关规定，资产评估专业人员执行以财务报告为目的的评估业务，应当根据评估对象、价值类型、资料收集情况和数据来源等相关条件，参照会计准则关于评估对象和计量方法的有关规定，选择评估方法。

本次评估目的是为委托人进行商誉减值测试提供其申报的含商誉及相关资产的资产组于评估基准日的可收回金额参考意见。根据《企业会计准则第8号—资产减值》的规定：可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

（1）公允价值减处置费用后的净额

根据《企业会计准则第8号——资产减值》（2006）第八条规定，按照公允价值计量层次，公允价值减处置费用的确定依次考虑以下方法计算：

- ①根据公平交易中销售协议价格减去可直接归属于该资产处置费用的金额确定。
- ②不存在销售协议但存在资产活跃市场的，按照该资产的市场价格减去处置费用后的金额确定。资产的市场价格通常应当根据资产的买方出价确定。
- ③在不存在销售协议和资产活跃市场的情况下，以可获取的最佳信息为基础，估计资产的公允价值减去处置费用后的净额，该净额可以参考同行业类似资产的最近交易价格或者结果进行估计。

（2）资产预计未来现金流量的现值

根据《企业会计准则第8号——资产减值》（2006）第九条规定，资产预计未来现金流量的现值，应当按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。

本次资产评估中，评估人员取得了企业提供的经管理层批准的未来预测资料，并对其预测数据的可行性进行了核实，以此为基础，评估人员计算包含商誉及相关资产的资产组的预计未来现金流量现值。

（3）可收回金额的确认

可收回金额等于资产预计未来现金流量的现值或者公允价值减去处置费用的净额孰高者。在已确信资产预计未来现金流量的现值或者公允价值减去处置费用的净额其中任何一项数值已经超过所对应的账面价值,并通过减值测试的前提下,可以不必计算另一项数值。

本次首先采用未来现金流量折现法估算评估对象预计未来现金流量的现值,如经测算评估对象不存在减值则截止测试,如存在减值的情况,评估专业人员根据评估对象的特点,资料收集的情况,考虑各种评估方法的适用性,采用恰当的评估方法估算评估对象的公允价值,估算评估对象在处置方式下的可收回金额。

2022年减值测试,经测试资产组公允价值减处置费计算可回收金额小于预计未来现金流量现值,故取预计未来现金流量现值作为最终结论;2023年减值测试,经预计未来现金流量现值测试不存在减值迹象,故用预计未来现金流量现值法测算。

3、未来现金流量折现法模型与基本公式

本次评估中,我们考虑到商誉减值测试的一般要求,结合被评估资产的特点,基于持续经营的假设前提,采用永续模型分段预测折现的思路,估算资产预计未来现金流量的现值。其基本估算公式如下:

$$P = \sum_{i=1}^t \frac{A_i}{(1+r)^i} + \frac{A_t}{r(1+r)^t}$$

上式中:P—评估对象未来现金流量的现值(NPV);

t—预测前段收益年限;

A_i —预测前段第*i*年未来现金流量;

A_t —预测后段第*t*年预期现金流量;

r—折现率(此处为加权平均资本成本,WACC)(税前);

i—折现计算期(年)。

模型中关键参数的确定:

(1) 预期收益的确定

通常根据资产未来每期最有可能产生的现金流量进行预测,其中,资产使用过程中产生的现金流量(NCF)的计算公式如下:

$$NCF = EBITDA - \text{资本性支出} - \text{营运资金初始投资及增加额}$$

EBITDA=营业收入－营业成本－税金及附加－营业费用－管理费用+折旧摊销

资本性支出是指为了维持资产正常运转或者资产正常产出水平而必要的支出和资产维护支出。

未来现金流量是根据委估资产组或资产组组合在其经营者现有管理水平和经营模式，以资产组或资产组组合当前的经营规模为基础，并维持其持续经营能力的前提下的正常经营活动预计产生现金净流量最佳估算数。不涉及企业筹资活动产生的现金流入或者流出以及与所得税收付有关的现金流量。

（2）收益期限的确定

收益期限通常是指委估资产或资产组未来获取收益的年限，分为有限期限和无限期限。由于评估基准日委估资产组运营正常，没有对影响企业继续经营的核心资产的使用年限、企业生产经营期限、投资者所有权期限等进行限定，或者上述限定可以解除，并可以通过延续方式永续使用。故本评估报告假设委估资产组在考虑维持性资本性支出的情况下于评估基准日后永续使用，企业持续经营，相应的收益期为无限期。

本次评估采用永续年期作为收益期，分两阶段预测，即明确预测期和永续年期。

（3）折现率的确定

根据企业会计准则的规定，为了资产减值测试的目的，计算资产未来现金流量现值时所使用的折现率应当是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率。该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率。本次评估中采用资本加权平均成本模型(WACC)确定税后折现率WACC，再将其调整为税前折现率，计算公式如下：

$$WACC = E / (D + E) \times R_e + D / (D + E) \times (1 - t) \times R_d$$

上式中：WACC：税后加权平均资本成本；

D：债务资本的市场价值；

E：权益资本的市场价值；

R_e：权益资本成本；

R_d：债务资本成本；

t: 企业所得税率。

权益资本成本按资本资产定价模型的估算公式如下:

$$\begin{aligned} R_e &= R_f + \beta (R_m - R_f) + R_s \\ &= R_f + \beta \times ERP + R_s \end{aligned}$$

上式中: R_e : 权益资本成本;

R_f : 无风险收益率;

β : Beta系数;

R_m : 资本市场平均收益率;

ERP: 市场风险溢价 ($R_m - R_f$);

R_s : 特有风险收益率。

由于在预计资产的未来现金流量时均以税前现金流量作为预测基础的,而用于估计折现率的基础是税后的,因此需要将其调整为税前折现率(WACC),即:

$$\text{税前WACC} = \text{WACC} / (1 - T)$$

二、预测期的年限及预测期内的收入增长率、利润率等参数及其确定依据,以及稳定期增长率、利润率、折现率等参数及其确定依据,说明你公司商誉减值准备计提是否充分、合理。具体评估过程如下:

(一) 收入增长率分析

1、历史营业收入情况

单位: 元

序号	类别	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
1	医疗收入	16,597,144.56	13,773,927.28	15,797,684.95	14,863,229.77	21,921,501.66
1.1	屈光项目			2,060,797.02	3,825,929.00	4,484,050.20
1.2	白内障项目			11,076,122.84	8,180,732.34	12,672,111.80
1.3	眼底病手术			965,117.15	840,425.94	1,006,320.25
1.4	综合服务项目			1,695,647.94	2,016,142.49	3,759,019.41
2	药品收入	1,545,696.78	1,164,863.05	1,169,058.33	1,511,901.32	1,801,557.51
3	商品(眼镜)销售收入	2,738,072.00	3,729,045.40	3,935,944.00	4,027,754.89	4,730,981.60
4	其他业务收入	198,056.60	45,566.04	3271.19		11,314.95
合 计		21,078,969.94	18,713,401.77	20,905,958.47	20,402,885.98	28,465,355.72
序号	类别	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年

1	医疗收入	15%	-17%	15%	-6%	47%
1.1	屈光项目				86%	17%
1.2	白内障项目				-26%	55%
1.3	眼底病手术				-13%	20%
1.4	综合服务项目				19%	86%
2	药品收入	20%	-25%	0%	29%	19%
3	商品（眼镜）销售收入	1591%	36%	6%	2%	17%
4	其他业务收入	2012%	-77%	-93%	-100%	-
收入增长率		32%	-11%	12%	-2%	40%
收入正常化增长率		32%	0%	1%	5%	40%

2、未来收入预测情况

根据宏观环境、行业状况及未来市场需求、公司业务结构及特点、销售推动措施等情况，公司预测其未来销售收入情况如下：

单位：元

预测年度收入						
序号	类别	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年
1	医疗收入	21,652,375.50	25,220,206.55	28,809,952.65	32,262,176.99	35,655,837.49
1.1	屈光项目	5,605,062.75	7,006,328.44	8,407,594.13	9,668,733.25	10,635,606.58
1.2	白内障项目	12,026,577.56	13,590,032.64	15,084,936.23	16,744,279.22	18,586,149.93
1.3	其他眼底病手术	1,207,584.30	1,388,721.95	1,597,030.24	1,756,733.26	1,932,406.59
1.4	综合服务项目	2,813,150.89	3,235,123.52	3,720,392.05	4,092,431.26	4,501,674.39
2	药品收入	1,909,650.96	2,215,195.11	2,525,322.43	2,828,361.12	3,139,480.84
3	商品销售收入	7,989,421.18	9,986,776.48	11,984,131.78	13,781,751.55	15,159,926.71
合 计		31,551,447.64	37,422,178.14	43,319,406.86	48,872,289.66	53,955,245.04
预测年度收入增长率						
序号	类别	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年
1	医疗收入	6%	16%	14%	12%	11%
1.1	屈光项目	25%	25%	20%	15%	10%
1.2	白内障项目	-5%	13%	11%	11%	11%
1.3	其他眼底病手术	20%	15%	15%	10%	10%
1.4	综合服务项目	20%	15%	15%	10%	10%
2	药品收入	6%	16%	14%	12%	11%
3	商品销售收入	30%	25%	20%	15%	10%
收入增长率		11%	19%	16%	13%	10%

备注：2028 年以后收入稳定在 2028 年收入水平。

3、收入增长合理性分析

（1）行业情况

目前眼科医疗服务主要分为屈光手术、眼病诊疗和医学视光，屈光手术主要有近视、远视、老花眼和散光，眼病诊疗包括白内障、青光眼和眼底病。随着我国老龄化程度严重、我国近视人数持续攀升（2020 年，我国儿童青少年总体近视率为 53.7%）、居民人均可支配收入和医疗保健支出持续增加（2009 至 2019 年人均医疗保健支出复合增长率为 14.2%）、眼科疾病治疗技术持续进步、居民的眼科疾病治疗意愿增强（2017—2021 年、我国眼科医院的诊疗人数持续上涨（2021 年上涨至 4340.73 万人，同比增长 25.36%）、我国医院眼科用药市场规模增长（2021 年同比增长 15.62%），眼科医疗服务发展前景良好。

近年来我国眼科医疗服务市场飞速发展，市场规模由 2015 年的 507.1 亿元增长到 2021 年的 1337.1 亿元，复合增长率为 17.54%，其中，2021 年较 2020 年增长比率为 18.78%。我国眼科医疗服务市场未来仍将继续保持增长，预计 2025 年市场规模将达到 2521.5 亿元，复合增长率为 17.19%，中国眼科医疗市场持续扩容确定性高。

2017—2021 年，我国眼科医院的诊疗人数持续上涨，2021 年上涨至 4340.73 万人，同比增长 25.36%，2021 年，我国眼科医院手术人数为 216.83 万人，同比增长 20.24%。数据显示，2021 年我国白内障手术市场规模达 230.6 亿元，同比增长 11.19%。预计 2025 年我国白内障手术市场规模将达到 338.5 亿元；2021 年中国屈光手术市场规模达 273.3 亿元，同比增长 31.33%，未来将继续保持增长，预计 2025 年中国屈光手术市场规模将达到 725 亿元。

另外，评估人员通过查询同花顺资讯医药生物—医疗服务—医院中—眼科医院 2018 年度-2022 年度营业收入增长率，情况如下表：

项 目	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
收入增长比率	21%	21%	12%	24%	5%

（2）公司自身情况

根据公司提供历史收入状况，疫情前，公司 2019 年整体收入较 2018 年大幅增长，增长比率达 34%。随着新冠疫情的蔓延，公司 2020 年-2022 年整体收入在 2000 万左右上下波动，其中 2020 年、2022 年较上一年分别下降 11%、2%，主要系部分月份全城大面积风控所致，如将该部分月份恢复至历史正常水平，2020 年、2022 年较上一年度收入增长比率 0%、5%。分项目看，药品收入、屈光项目、综合服务项目增长明显，实际增长率分别为 29%、86%、19%，正常化增长率为

40%、101%、28%；商品销售收入即医学视光收入持续上涨，2022 年实际增长率 2%，正常化增长率为 11%；白内障项目和眼底病手术大幅下降，实际下降比率 26%、13%，正常化下降比率 20%、6%。2023 年新冠疫情政策放开之后，公司收入大幅增长，增长比率达 40%。

2021 年母公司千叶眼镜收购千叶眼科医院后，通过派驻管理人员入驻千叶眼科医院，引进先进管理经验，医院更名为千叶眼科医院，在千叶眼镜店开设诊所以及“千叶”整体宣传和引流，新组建市场部拓展业务，调整激励机制，引进行业专家，加强医师跟进提高转化率等系列措施促进业务收入的增长，随着以上措施持续深入的开展及疫情得到有效控制，2023 年销售收入增长幅度达 40%。

综上分析，结合宏观环境、行业状况及未来市场需求、疫情控制情况、公司业务结构调整及销售推动措施等，评估人员认为公司预测未来销售收入预测合理。

（二）利润率合理性

1、成本费用率

项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年
营业成本/营业收入	58.72%	60.79%	59.36%	59.24%	61.20%	58.10%	56.14%	54.67%	54.20%
税金及附加/营业收入	0.01%	0.01%	0.01%	0.04%	0.11%	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%
销售费用/营业收入	2.88%	3.05%	35.64%	31.22%	30.26%	27.51%	25.52%	23.97%	22.97%
管理费用/营业收入	34.08%	34.56%	14.57%	6.27%	6.34%	5.70%	5.24%	4.92%	4.70%
营业利润率	3.70%	1.27%	-11.58%	3.24%	2.08%	8.57%	12.98%	16.32%	18.00%
营业利润	71.32	28.26	-233.05	92.30	65.70	320.75	562.08	797.36	971.43

备注：2028 年以后利润稳定在 2028 年利润水平。

2、合理性分析

根据上表，2022 年亏损原因系重庆 7、8、11、12 月因为新冠疫情导致大面积封控，使得 2022 年收入下降，然而大部分成本为固定成本，导致利润出现亏损，2023 年疫情政策解除，收入利润回归正常水平；2024 年营业成本率略有上升，原因是 2023 年 4 季度在解放碑新成立一个门店所购了大量固定资产，2024 年折旧费用增加 74 万使得成本率上升，最终导致营业利润率较 2023 年略微下降；2025 年之后，随着收入的不断增加，规模效应逐渐发挥，公司未来净利润率逐年上升合理。

（三）折现率的估算

根据折现率应与所选收益指标配比的原则，本次评估采用税前口径折现率，估算公式如下：

$$WACC = E / (D + E) \times R_e + D / (D + E) \times (1 - t) \times R_d$$

上式中：WACC：税后加权平均资本成本；

D：债务资本的市场价值；

E：权益资本的市场价值；

R_e ：权益资本成本；

R_d ：债务资本成本；

t：企业所得税率。

权益资本成本按资本资产定价模型的估算公式如下：

$$\begin{aligned} R_e &= R_f + \beta (R_m - R_f) + R_s \\ &= R_f + \beta \times ERP + R_s \end{aligned}$$

上式中： R_e ：权益资本成本；

R_f ：无风险收益率；

β ：Beta系数；

R_m ：资本市场平均收益率；

ERP：市场风险溢价 ($R_m - R_f$)；

R_s ：特有风险收益率。

由于在预计资产的未来现金流量时均以税前现金流量作为预测基础的，而用于估计折现率的基础是税后的，因此需要将其调整为税前折现率(WACC)，即：

$$\text{税前WACC} = WACC / (1 - T)$$

1、无风险报酬率的确定：

通常认为国债收益是无风险的，因为持有国债到期不能兑付的风险很小，小到可以忽略不计，故评估界一般以国债持有期收益率作为无风险收益率。考虑到股权投资一般并非短期投资行为，我们在中国债券市场选择从评估基准日至“国债到期日”的剩余期限超过 10 年的国债作为估算国债到期收益率的样本，经测算于 2023 年 12 月 31 日剩余期限在十年以上的国债到期收益率为 2.8819%，以此作为本次评估的无风险收益率。

2、估算资本市场平均收益率及市场风险溢价 ERP

市场风险溢价，是指投资者对与整体市场平均风险相同的股权投资所要求的预期超额收益，即超过无风险利率的风险补偿。股市投资收益率是资本市场收益

率的典型代表,股市风险收益率是投资者投资股票市场所期望的超过无风险收益率的部分,亦可认为是市场风险溢价的典型代表。

我们借鉴国内外测算市场风险溢价的思路,按如下方法测算中国股市的投资收益率(R_m)及市场风险溢价 $ERP(R_m-R_f)$ 。

①选取衡量投资收益率的指数

沪深 300 指数是覆盖沪深两市的指数,反映的是流动性强和规模大的代表性股票的股价的综合变动,该指数成份股可以更真实反映市场主流投资的收益情况,因此我们选用沪深 300 指数估算中国股票市场的投资收益率。

②投资收益率计算的时间跨度

选择 10 年期为计算投资收益率的时间跨度,对沪深 300 只成份股均计算其过去十年的投资收益率,以最大程度地降低股票非系统波动产生的影响。计算 2023 年度投资收益率时采用的年期为 2012 年到 2022 年,以此类推计算以后年度的投资收益率。

③指数成份股及其数据采集

采用每年年底沪深 300 指数的成份股计算当年的投资收益率,计算每只成份股 10 年期投资收益率时,采用各成份股每年年末的交易收盘价,该收盘价采用包括每年分红、派息等收益的年末复权价。

④年投资收益率(R_m)计算方法

采用算术平均值和几何平均值两种计算方法。

经过对比分析我们认为几何平均值能更好地反映收益率的增长情况,因此以几何平均值作为最终的年投资收益率(R_m)计算结果。

⑤市场风险溢价 $ERP(R_m-R_f)$ 计算方法

选取距每年年末剩余年限超过 10 年的国债到期收益率作为当年的无风险利率 R_f ,经以上步骤,我们估算的 2023 年股权市场风险溢价 ERP 为 6.40%。

3、Beta系数

①选择与评估对象具有可比性的参考企业

由于被评估单位目前尚未上市,因而不能直接计算确定其市场价值,也无法直接计算其风险回报率等重要参数。我们采用在国内上市的公司中选取参考企业并对“参考企业”的风险进行估算的方法估算评估对象的折现率。选取参考企业的原则如下:

对比公司所从事的行业或其主营业务与评估对象的主营业务基本类似;

对比公司近年为盈利公司；

对比公司必须为至少有三年上市历史；

对比公司为国内A股。

根据上述标准，我们选取了以下3家上市公司作为参考企业：

股票代码	股票名称	经营范围	主营业务构成
002524.SZ	光正眼科	各类眼科疾病诊疗,医学验光配镜,眼科医院的投资,眼科医院经营管理服务,眼科医疗技术的研究;天然气的销售、运输;建筑钢结构;对外投资;房屋租赁;物业服务;咨询服务。	医疗行业:73.2461%;钢结构行业:18.4490%;能源行业:8.3048%
300015.SZ	爱尔眼科	眼科医院的投资和医院经营管理服务（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发行票据、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；眼科医疗技术的研究，远程医疗软件的研发、生产、销售；眼科、内科、麻醉科、检验科、影视像科、验光配镜；三类医疗器械销售。	医疗行业:99.7447%;其他业务:0.2553%
300595.SZ	欧普康视	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；医学研究和试验发展；新材料技术研发；合成材料制造（不含危险化学品）；合成材料销售；第二类医疗器械销售；光学仪器销售；光学仪器制造；消毒剂销售（不含危险化学品）；眼镜制造；眼镜销售（不含隐形眼镜）；日用品销售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；照明器具制造；照明器具销售；电子产品销售；保健食品（预包装）销售；食品销售（仅销售预包装食品） 许可项目：第三类医疗器械生产；第三类医疗器械经营；第二类医疗器械生产；药品生产；药品批发；药品零售；检验检测服务	硬性角膜接触镜行业:83.4180%;医疗行业:16.5820%

②Beta 的计算

通过同花顺等专用数据终端查得各参考企业的具有财务杠杆的 Beta 系数(计算期间：评估基准日前 3 年；周期：周；参考指标：沪深 300；收益计算方式：普通收益率；剔除财务杠杆不作剔除)；同时进行 T 检验，只有参考企业的原始 Beta 系数通过 T 检验的才作为估算被评估企业 Beta 系数的基础。

股票代码	证券简称	原始 Beta	Beta 标准差	观察值数量	T 统计量	样本容量 95%双尾检验临界值	是否通过 T 检验
002524.SZ	光正眼科	1.1271	0.1937	153	5.82	0%	通过
300015.SZ	爱尔眼科	1.8278	0.2884	153	6.34	0%	通过

300595.SZ	欧普康视	1.3569	0.2287	153	5.93	0%	通过
平均值		1.4373					

采用布鲁姆调整模型（预期的 Beta 系数=原始 Beta*0.65+0.35）将参考企业历史 Beta 调整为预期的 Beta 系数，采用基准日或最近一期参考企业财务杠杆(D/E)及所得税率计算参考企业剔除资本结构 Beta，采用算术平均方法估算被评估企业的不含资本结构的 Beta，平均值为 1.2485，见下表。

股票代码	证券简称	采用布鲁姆调整模型调整后 Beta	所得税率	基准日参考企业财务杠杆(D/E)	参考企业 Unlevered Beta
002524.SZ	光正眼科	1.0826	25	12.773	0.9880
300015.SZ	爱尔眼科	1.5381	15	0.6665	1.5294
300595.SZ	欧普康视	1.2320	15	0.3627	1.2282
平均值					1.2485

本次评估采用企业自由现金流量模型，需要将被评估企业 Unlevered Beta 转换为包含被评估企业自身资本结构的 Re-levered Beta。在确定被评估单位目标资本结构时参考对比公

司资本结构平均值、被评估单位自身账面价值计算的资本结构，同时考虑企业未来的发展及举债方式，最后以行业平均资本结构作为被评估单位目标资本结构，经测算目标资本结构为 D/E 为 4.30%，并以此计算包含被评估企业自身资本结构的 Re-levered Beta。估算公式为：

$$\beta_L = \beta_U \times [1 + (1 - T) \frac{D}{E}]$$

当所得税率取 15%，经测算，被评估单位考虑资本结构的 Beta 系数为 1.2941；当所得税率取 25%，经测算，被评估单位考虑资本结构的 Beta 系数为 1.2887。

4、估算被评估单位特有风险收益率(包括企业规模超额收益率)Rs

特有风险收益率包括规模超额收益率和其他特有风险收益率两部分，目前国际上比较多的是考虑规模因素的影响，资产规模小、投资风险就会相对增加，反之，资产规模大，投资风险就会相对减小，企业资产规模与投资风险这种关系已被投资者广泛接受，另外特有风险也与被评估单位其他的一些特别因素有关，如销售渠道较为单一、依赖特定供应商或销售产品类别较少等。

与上市公司相比资产及业务规模相对小，企业处于发展期，面临行业市场竞争对手较多等。综合考虑上述情况，我们将本次评估中的企业特定风险调整系数

确定为 2%。

5、权益资本成本 R_e 的确定

$$\begin{aligned} \text{当所得税为15\%时, } R_e &= R_f + \beta \times ERP + R_c \\ &= 13.16\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{当所得税为25\%时, } R_e &= R_f + \beta \times ERP + R_c \\ &= 13.13\% \end{aligned}$$

6、债务资本成本

目前，全国银行间同业拆借中心只发布 1 年期和 5 年期以上两个期限品种 LPR，对于计算期为 1 年以内的按当月发布的 1 年期 LPR 估算，计算期为 1-5 年期的按当月发布的两种品种 LPR 的平均值取值。根据五年期以上 LPR 确定债务资本成本 4.30%。

7、税前折现率的确定

$$\begin{aligned} \text{当所得税为 15\%时, 折现率} &= WACC \\ &= E / (D + E) \times R_e + D / (D + E) \times (1 - t) \times R_d \\ &= 12.76\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{当所得税为 25\%时, 折现率} &= BTWACC \\ &= E / (D + E) \times R_e + D / (D + E) \times (1 - t) \times R_d \\ &= 12.72\% \end{aligned}$$

8、评估对象资产组折现率的确定

$$\text{资产组税后折现率} = WACC / (1 - T)$$

$$\begin{aligned} \text{当所得税为15\%时, 资产组税前折现率} &= \text{资产组税后折现率} / (1 - 15\%) \\ &= 15.01\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{当所得税为25\%时, 资产组税前折现率} &= \text{资产组税后折现率} / (1 - 25\%) \\ &= 16.96\% \end{aligned}$$

(四) 评估结果

1、税前自由现金流

单位：万元

项目	未来预测数据							
	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年	2030 年	永续期
一、利润总额	65.70	320.75	562.09	797.36	971.43	971.43	971.43	971.43

营业利润率	2.08%	8.57%	12.98%	16.32%	18.00%	18.00%	18.00%	18.00%
二、息税前营业利润	65.70	320.75	562.09	797.36	971.43	971.43	971.43	971.43
加：折旧	228.65	221.64	226.91	220.54	246.14	246.14	246.14	246.14
减：营运资金变动（负数为回收）	-65.40	35.75	36.09	33.60	25.00	0.00	0.00	0.00
减：资本性支出	509.42	63.61	65.21	48.70	849.02	246.14	246.14	246.14
三、税前自由现金流	-149.67	443.03	687.70	935.60	343.55	971.43	971.43	971.43

永续期现金流合计：4,610.38 万元

2、资产组未来年度现金流量现值

资产组未来年度现金流量现值=资产组未来现金流量-营运资金初始投资额

$$=4,610.38 - 296.43=4,310.00 \text{ 万元}$$

2022 年千叶商誉减值 174.93 万元，2023 年销售收入及净利率皆超预期完成，高于 2022 年商誉减值测试的预期，结合宏观环境、行业状况及未来市场需求、疫情控制情况、销售推动措施等，2023 年商誉及相关资产组的可收回金额为 4,310.00 万元，高于商誉的资产组账面价值，不存在明显减值迹象。

5、关于固定资产及装修费增加

（1）说明报告期内购置机器设备的具体情况，包括但不限于设备名称、用途、是否与业务拓展方向及新增门店规模相匹配；

报告期内购置固定资产金额 1,141.88 万，其中老店新增或更换设备金额 427.05 万，新开门店购置设备金额 714.83 万。具体新增情况如下：

新增原因	门店数量	设备数量	金额
老店新增或更换设备	23	54	259.55
新开门店购置	31	134	714.83
更新设备	1	3	167.50
合计	55	191	1,141.88

新增设备的具体情况如下：

序号	资产名称	计量单位	设备用途	数量	金额
1	蔡司焦度计	台	眼镜检测设备	1	26,125.00
2	蔡司屈光分析仪（ZEISS i.Profiler）	台	验配设备	1	195,937.50

3	蔡司三维定位配镜系统 (ZEISS VISUFIT 1000)	台	验配设备	1	106,875.00
4	蔡司设备返利调整原值		验配设备		-562,083.33
5	蔡司生物测量仪 IOL Master	台	验配设备	1	36,020.83
6	蔡司数码裂隙灯	台	验配设备	1	34,833.33
7	蔡司验配数字定位系统 terminal2	台	验配设备	1	53,437.50
8	蔡司综合验光仪 VISUPHOR 500 蔡司液晶视力表 VISUSCREEN 500	台	验配设备	2	108,854.17
9	电脑验光仪	个	验配设备	2	78,000.00
10	电脑验光仪	台	验配设备	11	266,000.00
11	电脑验光仪湖碧驰 HRK-7000A	台	验配设备	2	63,683.17
12	电脑验光仪佳乐普电脑验光 仪 HRK-7000A	台	验配设备	1	32,000.00
13	电脑验光仪拓普康 KR-800	个	验配设备	1	40,707.96
14	电脑验光仪拓普康 RM-800	个	验配设备	2	64,000.00
15	飞秒激光角膜屈光治疗机	台	手术设备	1	4,300,000.00
16	非接触式眼压计	台	检查设备	1	80,000.00
17	工业冷水机	台	眼镜加工进排 水设备	1	15,486.73
18	光相干断层扫描仪	台	检查设备	1	890,000.00
19	佳乐普磨边机 (CEP-8800)	台	眼镜加工设备	1	72,000.00
20	佳乐普磨边机 CEP-8800	台	眼镜加工设备	4	285,148.52
21	佳乐普全自动组合台 CRT-8800	套	验配设备	1	13,000.00
22	佳乐普中心定位仪 CMB-8800	台	眼镜加工设备	1	2,970.30
23	焦度计	个	眼镜检测设备	2	22,000.00
24	焦度计	台	眼镜检测设备	9	49,500.00
25	焦度计	套	眼镜检测设备	3	16,500.00

26	焦度计佳乐普 CLM-1	台	眼镜检测设备	3	24,000.00
27	焦度计拓普康 CL-200T	个	眼镜检测设备	3	31,734.51
28	角膜地形图仪	套	检查设备	1	475,000.00
29	镜片割边机循环水系统	套	眼镜加工进排水设备	1	530,973.45
30	裂隙灯万灵帮桥 OVS- I	台	验配设备	6	48,000.00
31	裂隙灯万灵帮桥 OVS- II	台	验配设备	1	24,500.00
32	裂隙灯万灵帮桥 OVS-I	台	验配设备	1	8,000.00
33	裂隙灯显微镜	台	验配设备	4	52,800.00
34	螺杆空压机	套	眼镜加工进排水设备	1	7,389.39
35	牛眼	套	验配设备	1	67,000.00
36	牛眼拓普康验光头 VT-10	台	验配设备	1	22,123.89
37	牛眼验光头	个	验配设备	2	48,600.00
38	牛眼验光头拓普康 CV-5000	个	验配设备	1	59,292.04
39	视康仪鹰瞳 sky-n1201c	台	验配设备	5	12,500.00
40	视力投影仪	台	验配设备	3	15,100.00
41	视力投影仪雄博 ACP-800	台	验配设备	2	9,600.00
42	视琦多媒体训练站全能版	台	验配设备	4	120,000.00
43	数码裂隙灯	台	验配设备	4	101,033.63
44	数码裂隙灯万灵帮桥 OVS- V	台	验配设备	2	53,600.00
45	索维角膜地形图	台	验配设备	1	33,000.00
46	索维眼压计	台	验配设备	3	111,000.00
47	投影	台	验配设备	1	11,800.00
48	拓普康全自动牛眼	台	验配设备	1	68,000.00
49	拓普康全自动组合台	台	验配设备	1	13,500.00
50	拓普康组合台	台	验配设备	1	8,849.56
51	污水投加器	台	用水消毒设备	1	4,299.00
52	雄博 ACP-8 投影仪	台	验配设备	1	4,800.00
53	雄博 US-200 组合台	台	验配设备	1	5,900.00
54	雄博电脑验光仪	台	验配设备	1	22,000.00
55	雄博液晶视力表	台	验配设备	2	4,513.27

56	眼底照相机	台	检查设备	1	650,000.00
57	眼底照相机新视野 K3100M	台	验配设备	3	159,546.90
58	眼底照相机鹰瞳 AI-FD16af	台	验配设备	7	60,573.46
59	眼科超声乳化治疗仪	套	手术设备	1	310,000.00
60	验光头	台	验配设备	11	103,000.00
61	验光头	套	验配设备	2	134,000.00
62	验光头佳乐普全自动牛眼 CDR-900	台	验配设备	2	70,000.00
63	验光投影仪	个	验配设备	1	12,000.00
64	验光投影仪	台	验配设备	3	14,400.00
65	验光组合台	台	验配设备	9	81,526.54
66	验光组合台	套	验配设备	4	29,500.00
67	验光组合台拓普康 ES-600	台	验配设备	1	10,000.00
68	验光组合台拓普康 ES-700(反向)	台	验配设备	1	13,000.00
69	验光组合台拓普康 ES-700(正向)	台	验配设备	1	13,000.00
70	液晶视力表	台	验配设备	12	70,836.28
71	液晶视力表佳乐普视力表暗 箱 CDC-9000	台	验配设备	1	18,000.00
72	液晶视力表远视 YBP-2100	台	验配设备	1	4,800.00
73	医疗污水消毒投加器	台	用水消毒设备	1	4,299.00
74	依视路全自动磨边机 Mr. Orange (M22075)	台	眼镜加工设备	1	139,380.53
75	依视路全自动磨边机 Neksia500 (M25075)	台	眼镜加工设备	8	815,575.23
76	依视路全自动磨边机 ProE700 (M40059)	台	眼镜加工设备	1	302,654.87
77	远视液晶视力表	台	验配设备	1	4,800.00
78	蒸汽灭菌器	台	消毒设备	1	58,000.00
79	组合台	台	验配设备	3	30,000.00
80	组合台佳乐普全自动组合台 CRT-8800(正向)	台	验配设备	1	13,000.00
81	组合台雄博 US-200	台	验配设备	1	7,000.00
	合计			191	11,418,798.23

综上所述，报告期内购置机器设备符合业务拓展方向，且与新增门店规模相匹配。

（2）结合报告期内新增装修门店数量、装修费用投入情况及资金来源、单位面积装修费等，说明装修费用增加额较大的原因及合理性。

1) 报告期内装修费用投入情况

报告期内装修费用投入 1,854.91 万，其中新开门店装修 1,241 万元，已开门店装修更新 613.82 万元。装修费用投入明细表如下：

单位：元

序号	门店名称	装修类型	装修金额	门店面积	装修单价	资金来源	备注
1	130	新开门店装修	243,554.40	117	2,081.66	自有资金	
2	131	新开门店装修	213,218.00	87	2,450.78	自有资金	
3	132	新开门店装修	181,019.00	53	3,415.45	自有资金	
4	133	新开门店装修	197,297.00	58	3,401.67	自有资金	
5	134	新开门店装修	368,526.00	139	2,651.27	自有资金	
6	135	新开门店装修	177,884.00	41	4,338.63	自有资金	
7	136	新开门店装修	218,331.00	85	2,568.60	自有资金	
8	137	新开门店装修	140,243.00	45	3,116.51	自有资金	
9	138	新开门店装修	269,979.00	80	3,374.74	自有资金	
10	139	新开门店装修	294,830.30	114	2,586.23	自有资金	
11	140	新开门店装修	190,769.00	55	3,468.53	自有资金	
12	617	新开门店装修	300,387.00	115	2,612.06	自有资金	
13	617	新开门店装修	247,325.86	115	2,150.66	自有资金	
14	618	新开门店	307,541.82	102	3,015.12	自有资	

		装修				金	
15	619	新开门店 装修	385,396.21	74	5,208.06	自有资金	A 级商 场门店 装修级 次高
16	620	新开门店 装修	277,489.00	80	3,468.61	自有资金	
17	620	新开门店 装修	220,053.64	80	2,750.67	自有资金	
18	621	新开门店 装修	170,737.00	45	3,794.16	自有资金	
19	622	新开门店 装修	213,690.42	68	3,142.51	自有资金	
20	623	新开门店 装修	221,932.00	70	3,170.46	自有资金	
21	624	新开门店 装修	233,324.00	69	3,381.51	自有资金	
22	625	新开门店 装修	263,845.00	76	3,471.64	自有资金	
23	626	新开门店 装修	262,766.00	128	2,052.86	自有资金	
24	627	新开门店 装修	196,407.66	53	3,705.80	自有资金	
25	628	新开门店 装修	269,284.66	94	2,864.73	自有资金	
26	629	新开门店 装修	198,428.00	41	4,839.71	自有资金	
27	630	新开门店 装修	268,671.50	70	3,838.16	自有资金	
28	631	新开门店 装修	490,971.00	95	5,168.12	自有资金	A 级商 场门店 装修级 次高
29	632	新开门店 装修	296,342.00	67	4,423.01	自有资金	
31	634	新开门店 装修	202,172.00	85	2,378.49	自有资金	
32	635	新开门店 装修	277,743.00	85	3,267.56	自有资金	
33	636	新开门店 装修	367,605.00	114	3,224.61	自有资金	
34	637	新开门店 装修	217,746.00	81	2,688.22	自有资金	

35	638	新开门店 装修	254,892.00	83	3,070.99	自有资金	
36	800	新开门店 装修	323,712.55	70	4,624.47	自有资金	
37	900	新开门店 装修	257,540.97	128	2,012.04	自有资金	
38	901	新开门店 装修	261,013.00	140	1,864.38	自有资金	
39	902	新开门店 装修	467,574.00	178	2,626.82	自有资金	
40	成都装配室	新开门店 装修	20,000.00	31	653.59	自有资金	办公室 装修
41	解放碑门诊	新开门店 装修	2,003,311.72	819	2,447.12	自有资金	
42	山姆 01	新开门店 装修	84,699.00	53	1,598.09	自有资金	
43	山姆 02	新开门店 装修	88,096.50	62	1,420.91	自有资金	
44	1	已开门店 重装	724,225.88	272	2,662.60	自有资金	
45	90	已开门店 重装	994,774.88	292	3,406.76	自有资金	
46	106	已开门店 重装	227,541.00	70	3,250.59	自有资金	
47	167	已开门店 重装	51,500.00	25	2,060.00	自有资金	
48	207	已开门店 重装	210,081.00	61	3,443.95	自有资金	
49	281	已开门店 重装	245,273.74	91	2,695.32	自有资金	
50	282	已开门店 重装	138,214.88	51	2,710.10	自有资金	
51	287	已开门店 重装	193,834.00	61	3,177.61	自有资金	
52	293	已开门店 重装	183,769.00	63	2,916.97	自有资金	
53	390	已开门店 重装	137,327.00	92	1,492.68	自有资金	
54	606	已开门店 重装	229,244.00	62	3,697.48	自有资金	
55	608	已开门店 重装	237,159.00	64	3,705.61	自有资金	
56	613	已开门店 重装	18,534.55	70	264.78	自有资金	局部改 造

57	615	已开门店 重装	11,925.00	68	175.37	自有资金	局部改造
58	616	已开门店 重装	280,134.00	84	3,338.90	自有资金	
59	704	已开门店 重装	142,484.00	36	3,957.89	自有资金	
60	物流中心	已开门店 重装	2,112,200.09	2,316	912.00	自有资金	

综上所述，公司 2023 年装修费用与新增及老店重装需求一致，单平米装修成本无明显异常差异。装修费用投入与业务发展需要匹配，具有合理性。

（本页无正文，为《千叶眼镜连锁股份公司关于全国中小企业股份转让系统有限责任公司 2023 年年度报告的反馈意见回复》的签章页）



