

证券代码：300622

证券简称：博士眼镜

博士眼镜连锁股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-01

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☒ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他__电话会议__
参与单位名称	博时基金、摩根士丹利基金、国泰基金、海南羊角私募基金、红土创新基金、鸿运私募基金、汇丰晋信基金、诺安基金、上海玖鹏资管、上海宽潭私募基金、西部利得基金、益民基金、新华基金、中信保诚资管、上海翀云投资、上海五聚资产、上海优思投资、百达世瑞(上海)、耕霖（上海）投资、宽潭资本、深圳创富兆业金融、深圳市辰禾投资、深圳市君茂投资、遠東宏信、德邦证券、方正证券、广发证券、国海证券、国联证券、国盛证券、国泰君安证券、国信证券、华创证券、华福证券、华西证券、开源证券、申万宏源证券、天风证券、信达证券、长江证券、招商证券资管、浙商证券、中国国际金融、中信证券、中邮证券、中原证券、上海申银万国、上海甬兴证券（排名不分先后）
时间	2025 年 4 月 16 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、总经理：LOUISA FAN 财务总监、副总经理：康海文 董事会秘书、副总经理：丁芸洁 证券事务代表：方敏睿
投资者关系活动主要内容介绍	1、Q：公司目前智能眼镜业务情况如何？ A:近年来，公司积极拥抱智能化浪潮，洞察真实消费需求，

	努力将传统与智能进行更好的融合，致力于智能眼镜“最后一公里”的验配服务。现阶段，公司逐步构建专业的智能眼镜选品团队，及时引入新品，确保门店选品始终处于行业前沿；强化与科创企业的合作力度，根据消费者反馈与市场需求，为智能眼镜厂商提供产品改进建议，实现互利共赢；公司依据门店位置、客流量以及周边消费群体的特征，合理增加智能眼镜专柜的铺设布局，打造智能眼镜展示专区，目前已在 100 余家零售门店内铺设智能眼镜专柜，使消费者能亲身体验到智能眼镜带来的科技魅力，利用“先体验、后购买”的模式提升产品转化率；同时，公司带着前瞻性的战略思维于业内首创“智能眼镜销售能力认证”证书，以确保销售团队能够紧跟时代步伐，展示了公司在智能眼镜销售领域的专业实力和领先地位。 2024 年 8 月，公司与雷鸟创新签订了合作协议，双方共同出资设立合资公司，共同研发智能眼镜产品。在公司提供产品舒适度、美观性等设计研发支持的基础上，雷鸟 V3 AI 拍摄眼镜于 2025 年 1 月 7 日正式上市。目前，公司已与业内头部智能眼镜厂商星纪魅族、雷鸟创新、XREAL、界环、李未可等品牌开展合作。公司智能眼镜镜片验配服务的营业收入规模和占比极小，短期内对公司经营活动不会产生重大影响。敬请广大投资者注意投资风险。 2、Q：请简单介绍公司未来眼镜门店拓展规划？ A：为进一步拓展优质线下渠道，抓住智能眼镜快速发展的重大市场机会，提升公司门店收入和盈利能力，公司拟投资 35,012.20 万元（拟使用募集资金投入金额 18,000.00 万元）在全国重点城市新建 225 家眼镜门店，同时升级改造公司部分现有门店，提升公司的市场占有率和品牌知名度，满足消费者不断升级的消费需求。公司本次门店改造及拓展将主要位于一线、新一线及二线等消费能力较强的城市，一方面将继续在公司传统优势
--	---

	区域如华南、华东等地区加密门店布局，拓展营销网络，另一方面将在西南、华北等地区投入资源增强市场竞争力。具体内容可以详见公司于4月15日披露的《向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告（修订稿）》。 3、Q：公司是通过哪些举措来夯实自身优势呢？ A：为夯实自身优势，实现业务的可持续发展，公司积极推进了一系列行之有效的举措。 在开店拓展上，公司实现全渠道布局，线上线下联动发展，并对商圈地段、消费客群、盈利周期、商业属性等方面进行深度研究，精准分析“人、货、场”，多维度锤炼开店模型。 在运营模式上，公司大力开展数字化组织变革。其中，引入飞书系统优化内部协作流程，并借助有赞系统显著提升了售后服务质量。同时，公司在眼镜零售行业率先倡导全员持证上岗，有力地规范了服务标准。 在产品供应方面，公司一方面强化上游供应链的新品引进能力，与众多知名品牌建立深度合作，在全球范围内为客户挑选兼具高品质、时尚感和舒适度的眼镜产品，遴选解决消费者视力痛点的功能性镜片，推动客单价稳步提升；另一方面稳固自有品牌产品的销售占比，使其稳定维持在五六成。 在营销推广层面，公司积极拓展线上渠道，内部积极培育小红书 KOS 及挖掘抖音职人，通过多元化的社交平台扩大品牌影响力。此外，公司精准布局智能眼镜这一新兴领域，凭借敏锐的市场洞察力，为公司的长远发展开辟新的增长路径。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 4 月 16 日