

证券代码：688050

证券简称：爱博医疗

## 爱博诺德（北京）医疗科技股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：202504-01

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 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"/> 其他（电话会议）
参与单位名称	安本基金、爱尔眼科、安瑞置业、安信证券、奥博医疗、博时基金、北广华盖、诚旻投资、富纳投资、泓澄资管、北京凯世富乐资产、北京容光私募、曦晔投资、星石资管、禹田资本、致顺投资、彼得明奇私募基金、彬元资管、财通证券资管、大家资管、创金合信基金、东方阿尔法基金、澄金资管、敦和资管、淳厚基金、旦成投资、德邦基金、德邦证券、德福投资、德若私募基金、东北证券、东方证券、东方证券资管、东海基金、东吴证券、东方财富证券、东盈投资、方物私募基金、方瀛研究、方正证券、复星恒利资管、赋远私募、富安达基金、富国基金、高盛中国证券、高盛资管（香港）、高毅资管、格林基金、工银瑞信基金、光大保德信基金、光大证券资管、高恩私募、广发证券、广发证券资管、广益恒嘉基金、广州巴道私募、鼎熙私募、广州航长投资、广州玄甲私募、国海创新资本、国海证券、国泰君安创新投资、国泰海通证券、国彤创丰私募、国信证券、国源信达资本、国华兴益资管、国金证券、国联证券、国融证券、国盛证券、国泰基金、海富通基金、海通证券资管、韩国投资信托、瀚亚投资、杭州汇升投资、杭州谦象私募、合远私募基金、和谐汇一资管、红杉中国、红杉资本（天津）、华能信托、华商基金、华泰柏瑞基金、华泰保险、荷荷私募、贺腾资管、恒复投资、恒生银行、弘尚资管、弘盛资本、弘则弥道投资咨询、宏利基金、泓德基金、泓宁亨泰投资、汇安基金、汇丰晋信基金、汇华理财、汇添富基金、混沌

天成资产、鸿运私募基金、鸿竹资管、华安基金、华安证券、华宝基金、华宝证券、华创证券、华福证券、华盖资本、华金证券、华泰证券、华泰证券资管、华曦资本、华夏基金、怀澄基金、混沌投资、嘉实基金、嘉信基金、建信基金、建信养老金、交银施罗德基金、金投资管、金元顺安基金、精至资管、景顺投资、静远资本、九泰基金、九祥资管、开慧教育投资、开源证券、开源证券投资、凯昇投资、凯石基金、瞰道资管、理成资管、林孚私募基金、龙场投资、鲁信国际、陆玛文旅景观、民生加银基金、明亚基金、名禹资管、摩根大通证券（中国）、摩根基金（中国）、摩根士丹利基金（中国）、南方基金、南华基金、宁银理财、农银汇理、诺安基金、诺德基金、盘京投资、朋元资管、鹏华基金、平安养老保险、平安证券、平安资管、平石资管、浦银安盛基金、浦银国际证券、顾臻资管、启峰资本、千榕资管、勤远私募基金、青岛韬观投资、青榕资管、清池资本、人寿养老、人寿资管、荣泽石资管、融通基金、锐智资本、瑞华投资控股、瑞腾（平阳）私募基金、瑞银证券、睿富基金、润晖投资、润晖资产、三正健康投资、上海保银私募、纯达资管、大朴资管、贵源投资、景领投资、玖鹏资管、上海君和立成、瓴仁基金、明泐投资、上海摩旗投资、璞远资管、齐熙投资、启泰私募、上海人寿、上海森锦投资、慎知资管、拾贝能信、顺领资管、途灵资管、万吨资管、禧弘私募、盈象资管、元葵资管、长见投资、肇万资管、上海证券、中域投资、上银基金、尚诚资管、申万宏源资管、申万菱信基金、申银万国证券研究、SMC 中国基金、深圳九霄投资、深圳久久科技有限公司、深圳君茂投资、深圳市华皓汇金私募、深圳羊角基金、深圳泽鑫毅德、神农投资北京、施罗德投资（香港）、世诚投资、首创证券、苏州高新基金、太盟投资、太平基金、太平洋保险、太平洋证券、太朴生科私募、泰康养老保险、泰康资管、弢盛资产、天风证券、天弘基金、同犇投资、

	<p>同泰基金、万达信息、万和证券、威灵顿管理、西部证券、西南证券、玺萌财富投资、湘财证券、象舆行投资、谢诺辰阳资管、新华基金、新华联资本、新华资管、新思路投资、鑫诺嘉誉投资、鑫元基金、信达澳亚基金、信达证券、行知创业、兴业基金、兴业证券、兴银理财、玄元私募基金、循远资管、阳光资管、野村东方国际证券、野牛资管、易方达基金、永安国富资管、永安期货、永赢基金、易鑫安资管、易正朗投资、益和源资管、益民基金、翼虎投资、银华基金、盈峰资本、优益增投资、煜德投资、原点资产、粤佛私募基金管理（武汉）有限公司、匀升投资、长江证券、长江证券资管、长信基金、招商基金、招商信诺资管、招商证券、招银理财、浙江纳轩私募、浙商证券、浙商证券资管、正圆私募基金、知合私募基金、智诚海威资管、中庚基金、中广云信息、中国国际金融、中国银河证券、中海基金、中航基金、中金基金、中金资本运营、中粮资本、中欧基金、中融基金、中融信汇、中润投资、中天国富证券、中天汇富基金、中信保诚基金、中信保诚资管、中信建投证券、中信证券、中意资管、中银国际证券、中英人寿、中邮保险资产、中邮创业基金、中邮证券、中域资管、中再资管、中泽控股、众安财险、重庆穿石投资、朱雀基金、Balyasny Asset Management、barn capital、CI Global、Golden Nest、CPE、Goldman Sachs(Asia)L.L.C.、LMR Partners、Media Holy Capital、MILLENNIUM CAPITAL MANAGEMENT（HONGKONG）LIMITED、OXBOW CAPITAL MANAGEMENT、Point 72 Hong Kong、Valliance Asset、JANCHOR PARTNERS LIMITED 以及个人投资者等</p>
时间	2025 年 04 月 23 日 15:30
地点	进门财经线上会议
上市公司接待 人员姓名	<p>董事长兼总经理：解江冰</p> <p>副总经理兼财务总监：郭彦昌</p>

	<p>董事会秘书：周裕茜</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>一、请介绍一下 2024 年全年及 2025 年第一季度公司业绩情况。</b></p> <p>2024 年度，公司实现营业总收入 14.10 亿元，同比增长 48.24%；实现归属于母公司所有者的净利润 3.88 亿元，同比增长 27.77%；经营活动产生的现金流量净额同比增长 63.56%，增速高于净利润增速，销售回款情况改善。其中，手术治疗产品中人工晶状体销量同比增长 44.93%，营业收入同比增长 17.66%。受集中带量采购政策影响，叠加全视®多焦人工晶状体等高端产品占比仍较低等因素，公司营业收入增长幅度低于销量增长幅度。近视防控产品中普诺瞳®角膜塑形镜销量同比增长 2.40%，营业收入同比增长 8.03%。随着近视防控行业竞品不断涌现，防控方式日益多元，公司积极丰富产品布局，除了角膜塑形镜外，还推出了多种规格的离焦框架镜和离焦软镜等防控产品，近视防控产品整体营业收入实现 20.79% 的增长。在视力保健业务板块，以隐形眼镜为核心业务的产品销量同比增长 241.11%，营业收入同比增长 211.84%。得益于公司在并购后加大了隐形眼镜产线建设和市场投入，目前该产品营业收入增长较快，在公司总营业收入中占比达到 30.21%。</p> <p>2025 年第一季度，公司营业收入同比增长 15.07%，但归母净利润及归母扣非净利润均呈现下滑态势，远低于许多投资者的预期。这主要是因为 2024 年 5 月起，陆续实施的人工晶状体全国集采政策导致出厂价格下降，2025 年第一季度手术产品业务收入和毛利增速放缓。虽然公司的高端产品如多焦人工晶状体虽在销量上呈现逐月增长的趋势，但因受集采影响以及部分地区医院对高端晶状体使用的限制，加之去年下半年才开始陆续进入公立医院体系，其对业绩的贡献仍然偏低。不过，</p>

相较于 2024 年第四季度，2025 年第一季度公司人工晶状体平均出厂价已有环比提升，集采带来的不利影响在逐渐减弱。

在近视防控领域，受市场竞争激烈、竞品数量持续增加的影响，角膜塑形镜出厂价格略微下调，但属于正常波动范围，整体来看价格体系维持较好。总的来说，2025 年第一季度近视防控业务情况较去年全年略好。

隐形眼镜业务板块尚处于培育阶段，现有产能虽已达到一定规模，其收入有较大增长，但产能利用效率和产品合格率尚未达到公司预期，因此毛利率未见显著改观，目前对公司利润的贡献较小，未来存在较大的提升空间。

新产品进展方面，龙晶®PR 推广工作顺利推进，凭借其卓越的光学性能，获得了医生与患者的高度认可。该产品目前入院速度较快，上市 3 个多月以来已与多家眼科集团签署合作协议。公司通过扩充销售团队、加大市场宣传推广力度等方式强化新产品市场影响力。目前，公司拥有多条在研产品管线，其中非球面扩景深（EDoF）人工晶状体已进入产品注册阶段，非球面三焦散光矫正人工晶状体等临床项目进展顺利。第一季度销售费用和研发费用均同比增加较多。

面对上述困难与挑战，以及复杂多变的国内外形势，包括贸易战等因素带来的不确定性，公司将及时抓住战略机遇，持续加大研发创新投入，强化市场推广力度，稳步推进各项业务发展，并且有信心达成全年 20% 的利润增长目标。

## 二、龙晶®PR 产品进展情况，包括入院节奏、医生反馈、生产端情况以及关税展望？

龙晶®PR 产品目前推广进展顺利。

一是在产品性能验证方面：经过两个月的临床推广，医生对产品“博、大、精、稳”四大技术特点高度认可，并反馈患

者视觉质量优于竞品，与前期临床数据表现一致，性能达到了设计预期。

二是在市场准入效率方面：上市两月余已完成多家大型眼科集团进院签约，覆盖流程（医生培训、商务谈判等）推进迅速，体现出产品竞争力与市场需求匹配度。

三是生产端方面：目前龙晶®PR 的生产工艺正逐步完善，但现阶段产品合格率仍偏低。主要原因在于生产初期对各项指标实施严格品控，这直接导致第一季度晶状体平均单片生产成本显著高于去年全年平均水平。具体影响因素包括：一是集采政策推行后，预装型人工晶状体使用占比提升，该类产品生产成本高于普通人工晶状体；二是多焦点晶状体生产占比持续增加；三是龙晶®PR 与其他人工晶状体共用生产线及操作人员，导致资源分摊成本上升。随着后续产能释放及工艺稳定性增强，生产端成本有望逐步下降。

四是贸易战影响及国际化方面：我们了解到许多竞品依赖美国生产，但贸易战后续影响尚不明朗，需持续关注。国际业务方面，龙晶®PR 尚未取得海外市场注册认证，公司将密切关注外部环境变化，为产品海外上市做好筹备工作。

总的来说，我们认为龙晶®PR 二季度销量较一季度将显著增长，对产品下半年放量充满信心。

### **三、2025 年第一季度龙晶®PR 产品试生产对毛利有负向影响，预计什么时候这种负向影响可以基本消除？**

制造业产线的成熟度与稳定性依赖于生产的规模效应。目前，龙晶®PR 产品产线尚处在生产初期，为确保产品质量，产线设置了较多检测工序。随着龙晶®PR 产品销量的持续增长，产线每日保持稳定的生产节奏与产出水平，其成熟度和稳定性将逐步提升。待产线运行达到特定稳态后，可对检测工序进行

优化调整。预计其生产成熟期毛利率将显著高于竞品，公司将通过工艺优化和市场推广加速提升其毛利率。

**四、全视多焦人工晶状体在收入中目前占比多少？从长期来看，随着进院改善、医保覆盖更全面和消费升级，高端晶状体占比能提升到多少？**

目前，全视®系列产品与龙晶®产品的收入合计占人工晶状体业务收入的比例已超过三分之一，其中，龙晶®PR 产品的收入规模相对较小。2024 年度，全视®系列产品销量占比约为 10%，收入占比约为 25%。公司正持续推进产品结构向高端晶状体转型，人工晶状体业务的毛利率及平均单价已呈现环比上升趋势，正逐步回升。

**五、公司手术治疗业务 2023 年医院覆盖率 3,200 家左右，2024 年扩展到 6,000 多家，是否说明人工晶状体市占率虽高但继续提升空间较大？**

公司销售网络覆盖 6,000 多家医院是涵盖了医院及视光中心，具体表述内容详见《2024 年年度报告》“核心竞争力分析”章节。目前，手术治疗业务的医院覆盖量已超过 3,500 家。尽管目前医院覆盖率已处于较高水平，但值得注意的是，在去年国内白内障整体手术量呈下降趋势的背景下，我们的人工晶状体出货量仍实现了显著增长，这一数据充分表明公司市场占有率正进一步提升。这一成绩的取得，得益于销售团队持续不懈的努力。

**六、从财报数据来看，单焦点晶状体价格降幅，相较于公司管理层在去年第三季度业绩交流会上的预期更为显著，请问导致这一情况出现的原因是什么？人工晶状体的出厂价是否有明显改善？预装、散光、双焦晶状体等占比提升对价格改善幅度有多大？**

去年 5 月国家集采政策刚落地实施，当时公司基于对市场及客户需求的判断，认为价格降幅至两位数水平可以被客户接受。然而集采实施后，行业内出现恐慌性降价现象，部分医院实施单例手术甚至面临亏损，小型民营医院亦施压要求进一步降价。在此情形下，公司实际降价幅度超出最初预期，只能根据市场动态随行就市调整价格策略。现阶段，得益于龙晶®PR、全视®多焦以及预装产品的市场表现，高端人工晶状体产品在公司手术产品销售结构中的占比逐步提升，公司人工晶状体产品 2025 年第一季度的平均销售单价环比显著回升。但受产品结构调整进度以及市场推广效果等因素影响，公司尚无法明确产品单价最终将回升至何种水平，以及实现这一目标所需的时间。

#### **七、公司人工晶状体毛利率在产品降价的情况下为什么能保持稳定？**

根据募投项目规划及实际生产经营情况，公司于 2023 年开始，陆续将位于北京的人工晶状体生产转移到山东烟台生产基地，并通过优化产线布局及人员配置，降低了人工晶状体的综合生产成本。

#### **八、人工晶状体业务层面，是否有单独统计终端植入量的增速？出库量与植入量的差距是否在于渠道退换货的量？**

2024 年度，公司人工晶状体出库量同比增长超 40%，植入量同比增长超 30%。由于公司手术治疗产品的种类和度数型号繁多，代理商需储备一定库存，医院亦需配备各类型号的产品以保障手术当天的及时供应，因此出库量与植入量存在差异。公司虽安排销售人员统计终端实际使用量，但因无法逐一向医院医生或统计部门获取数据，导致统计数据存在一定偏差，且部分产品因集采逐步落地涉及到退换货及型号更换等情形，增加了数据统计的不确定性。公司人工晶状体出库量与终

端植入量的差异，主要受公司销售考核机制影响，终端植入存在时间差、且开票数据统计滞后，但从长期来说，渠道库存最终将通过临床使用转化为植入量，出库量与植入量最终将实现动态匹配。

#### **九、公司在研管线上的三焦点和 EDoF 产品能否赶上下一轮人工晶状体的集采续约？**

截至目前，公司尚未接到有关本年度集采续约启动时间的正式通知与确切消息。根据相关政策，前期未参与集采的人工晶状体仍可参照同类型产品的集采目录价格进入公立医院，但未参与集采的相关产品不属于带量采购，实际可使用的数量尚无法确定，其使用情况将受医疗机构实际需求、临床选择、各地医保政策等多种因素影响。

公司非球面扩景深（EDoF）人工晶状体已进入产品注册阶段，非球面三焦散光矫正人工晶状体等临床项目进展良好，依据当前的产品注册进度判断，公司预期非球面扩景深（EDoF）人工晶状体可以参与集采，而非球面三焦散光矫正人工晶状体实现这一目标面临较大挑战。公司将积极推进非球面三焦散光矫正人工晶状体及非球面扩景深（EDoF）人工晶状体的研发注册进度，争取早日上市，丰富公司手术产品矩阵，提升整体竞争力。

#### **十、从提升隐形眼镜产能利用率和技术角度来说，公司是否已有比较行之有效的途径？**

公司高度重视相关问题，已从北京总部组建跨领域工艺专项小组，针对材料、模具等关键环节实施一对一专项跟进。隐形眼镜产业在中国大陆尚处于初期发展阶段，专业人才储备相对不足，且此前大陆范围内该产业基础较为薄弱，难以直接引进具备成熟经验的专业人才。公司上线首条智能化产线进行规模化生产尚不足两年，尽管面临上述挑战，公司对自身整体技

术实力仍充满信心，凭借前期在眼科产品研发及生产技术领域的系统性研发储备，正有序解决问题，并有信心通过技术优化与工艺改进，实现产品合格率与产能的双重提升。

#### **十一、目前角膜塑形镜产品的出厂价情况以及全年预期？离焦镜目前的放量情况以及全年预期如何？**

角膜塑形镜方面，因去年公司推出普诺瞳®PRO 系列产品，根据年报披露计算得知，角膜塑形镜产品平均出厂价格有所提升。尽管市场竞品及品牌众多，今年一季度出厂价格略有下调，但属于正常波动范围，公司整体价格体系维持良好，正在持续提升市占率。

离焦框架镜近两年的市场热度较高，国际大牌价格体系屡被打破并呈持续下行趋势。公司离焦框架镜产品去年实现了较好增长，但今年一季度增长趋于平缓。公司将通过多元化的业务布局，增强公司在近视防控领域的整体抗风险能力和持续盈利能力。

#### **十二、公司医学修复材料产品的长期战略是什么？**

除眼科领域外，公司长期深耕生物医用材料领域，核心业务聚焦于该领域的技术研发与应用拓展，业务范畴以眼科为基础，同时延伸至医学修复、骨科、运动医学等多元场景。目前，相关技术研发及产品管线仍处于储备阶段，部分在研产品已进入临床试验阶段，未来有望发展成为公司独立业务板块。具体业务规划及推进节奏敬请关注公司定期报告和临时公告。

#### **十三、在中美贸易战的影响下，如何判断眼科耗材（晶状体、OK 镜、隐形眼镜）国产化率提升的趋势，公司在其中有怎样的机遇和挑战？**

在眼科医疗耗材领域，人工晶状体产品的供应链结构受地缘因素影响显著。当前，美国作为国际巨头人工晶状体的重要

生产基地，为全球市场供应相当比例的产品。尽管行业内部分企业已构建多产地协同生产体系，但部分核心产品仍依赖美国本土工厂制造。由于企业信息披露有限，美国工厂在全球产能中的具体占比尚未明晰，且在贸易战关税政策变动的情况下，相关企业能否通过其他产地工厂及时补充中国市场供应，仍存在较大不确定性。在角膜塑形镜和隐形眼镜市场，部分品牌的产品完全由美国本土生产，凭借先发优势占据较高的市场份额。此外，国内厂商普遍使用的关键原材料同样依赖美国进口，一旦关税政策收紧，从原材料供应到终端产品流通的多个环节都将面临成本上升压力。

在当前国际贸易环境中，公司凭借全链条自主研发生产的核心优势，于关税政策波动下迎来战略发展机遇。从原材料和技术研发，到生产制造、质量管控，各环节均由公司独立完成，形成了高度自主可控的闭环体系。这一模式不仅有效规避了因外部供应链受阻或关税增加带来的成本上涨风险，更使公司在产品定价与交付周期上占据主动权。

相较依赖海外进口原料的企业，公司能够以更具竞争力的价格和本土生产优势，快速响应市场需求可进一步抢占因竞品成本攀升而释放的市场空间，加速提升市场份额。

#### **十四、公司将如何实现 20%净利润增速？对应手术治疗和视力保健相关业务分别有什么展望预期？**

该目标系公司根据各业务部门业绩目标与资源情况汇总统计得出，主要来源于公司三大主营业务板块的增长，未包含贸易摩擦等因素影响。

手术治疗业务中的人工晶状体第一季度销量和销售收入实现双增长，尽管受集采执行后的价格调整影响，该业务毛利增长有所放缓，但预计未来其销量和收入仍将保持增长态势。考虑到公司人工晶状体业务去年下半年业绩已处于集采执行

	<p>价格调整后的低基数水平，且产品结构持续向高端晶状体转型，2025年度该业务无论在销售数量还是销售收入层面，均有望保持一定幅度的增长。</p> <p>在近视防控业务领域，基于当前的经营实际情况分析，公司视光业务将依托去年推出的高端产品，持续提升市场份额，继续发挥品牌和资源优势，2025年同比表现有望实现进一步提升。</p> <p>隐形眼镜业务尚处于培育期，当前存在两大核心问题：一是去年全年毛利率仅26%，显著低于行业正常水平；二是其中一家工厂第一季度产品合格率约65%左右，低于公司预期及去年同期水平，且产能利用率不足（实际产能与设计产能有一定差距）。改善方向在于：通过技术工艺优化（涵盖材料、光学设计、模具等核心环节）及人员管理提升，推动合格率与产能利用率提升，同时开发高毛利、高附加值产品。以毛利率提升为例，若毛利率从20%提升至30%-40%，对利润贡献将显著增加。</p> <p>综上，公司有信心实现全年20%的利润增长目标。</p>
附件清单	无
日期	2025年04月27日