

证券简称：博士眼镜

证券代码：300622



博士眼镜连锁股份有限公司

Doctorglasses Chain Co., Ltd.

广东省深圳市罗湖区桂园街道深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 2201-02 单元

向不特定对象发行可转换公司债券 募集说明书 (修订稿)

保荐机构（主承销商）

平安证券
PING AN SECURITIES

深圳市福田区福田街道益田路 5023 号平安金融中心 B 座第 22-25 层

二〇二五年六月

声 明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺募集说明书及其他信息披露资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证募集说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、深圳证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，证券依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责。投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担证券依法发行后因发行人经营与收益变化或者证券价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

一、特别风险提示

公司提请投资者仔细阅读本募集说明书第三节“风险因素”全文，并特别注意以下风险：

（一）商标存在争议的风险

截至本募集说明书签署日，公司注册证号为 1091684 号的商标  已被国家知识产权局撤销，公司就此提起的相关行政诉讼正在由最高人民法院审理。

公司针对注册证号为 17924728、17924729 号的商标  已在法定期限届满前提起行政诉讼，以应对国家知识产权局的撤销宣告。公司针对注册证号为 1091685 的商标 **DOCTOR** 撤销宣告申请正在履行国家知识产权局的复审程序。尽管 17924728 号、17924729 号、第 1091685 号商标截至目前仍为有效注册商标且公司生产经营对诉争商标的依赖程度较小，但公司未来存在面临相关商标撤销或诉讼败诉的可能性，若公司监测防范机制未能有效运作，可能致使商标被抢注或引发其他商标争议等风险。一旦发生上述情况，公司可能需要修改商标形象，还将产生门店及宣传品商标标识的修改费用等支出，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

（二）新开门店拓展风险

经过多年发展，截至 2024 年末公司已在全国范围内的 25 个省、市、自治区拥有 557 家门店，本次公司拟在全国重点城市扩展 225 家眼镜门店，根据测算连锁眼镜门店建设及升级改造项目在经营期内的净利率预计为 6.48%。在特定城市，成熟商圈和大型社区的优质门店资源数量有限，主要竞争对手已在有利地段布局了具有一定竞争优势的营销网络，门店选址面临激烈竞争。公司在新商业地段开店时会对该地段的未来商业环境做分析预测，并做出是否开设新

门店的决定，但新商业地段的客流需要时间培育。虽然公司已建立相对成熟的门店选址模型和内部决策机制，但如果选址不当或判断失误，将会对新设门店的盈利能力产生不利影响，甚至导致该门店的关闭停业，进而影响公司业绩。

（三）募投项目效益未达预期的风险

公司本次募集资金投资项目为连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目和补充流动资金，公司董事会已对本次募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募集资金投资项目亦符合监管政策规定、行业发展趋势及公司战略发展方向。根据项目可行性研究报告，连锁眼镜门店建设及升级改造项目建设完毕后，预计经营期可实现年均营业收入 31,087.20 万元，年均预计利润总额 3,320.31 万元，项目预期效益良好。但在项目实施过程中，仍存在宏观政策和市场环境发生不利变动、行业竞争加剧、市场需求发生重大变动等原因造成募投项目建设延期或者无法产生预期收益的风险。同时，在募投项目实施过程中，可能存在经营风险、意外事故或其他不可抗力因素而导致募投项目投资周期延长、投资超支、投产延迟等情况，从而产生募投项目未能实现预期效益的风险。

（四）募投项目未能如期实施的风险

本次募投项目包括连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目等，鉴于公司前次募投项目存在建设延期的情况，虽然公司对本次募投项目的市场、供应链、技术、管理、人员等方面进行了慎重、充分的调研和论证，在决策过程中综合考虑了各方面的情况，认为募集资金投资项目符合公司的发展战略，有利于公司增强持续盈利能力，但可能存在项目建设进度管理、预算管控不及预期，以及宏观经济波动、市场需求与竞争格局变化等因素影响募集资金投资项目的实施进度，存在项目未能按期投入运营或无法实施的风险。

（五）募投项目折旧摊销增加导致业绩下滑的风险

本次募投项目包括连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目等项目，由于本次募集资金投资项

目资本性支出规模较大，项目建成后将产生较高金额的折旧摊销费用。结合本次募投项目的投资进度、项目收入、利润预测，本次募投项目新增折旧摊销金额对公司未来业绩影响如下：

单位：万元

序号	项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10
本次募投资项目新增折旧摊销											
1	固定资产折旧	705.23	2,110.25	3,144.21	2,811.58	2,382.46	2,012.61	2,307.29	2,026.27	1,867.50	1,826.99
2	无形资产摊销	333.69	803.39	1,481.09	1,481.09	1,481.09	1,147.40	677.70	-	-	-
3	新增折旧摊销（3=1+2）	1,038.92	2,913.64	4,625.30	4,292.67	3,863.55	3,160.01	2,984.99	2,026.27	1,867.50	1,826.99
对营业收入的影响											
4	现有营业收入	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61
5	本次募投资项目收入	7,192.80	19,281.60	32,259.60	36,283.20	33,594.00	30,738.00	29,248.80	29,248.80	29,248.80	29,248.80
6	预计营业收入（6=4+5）	127,474.41	139,563.21	152,541.21	156,564.81	153,875.61	151,019.61	149,530.41	149,530.41	149,530.41	149,530.41
7	新增折旧摊销占预计营业收入比重（7=3/6）	0.82%	2.09%	3.03%	2.74%	2.51%	2.09%	2.00%	1.36%	1.25%	1.22%
对净利润的影响											
8	现有净利润	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84
9	本次募投资项目利润	-434.14	39.66	857.22	2,378.13	2,792.43	2,665.32	2,200.39	2,366.84	2,498.61	2,529.90
10	预计净利润（10=8+9）	9,928.70	10,402.50	11,220.06	12,740.97	13,155.27	13,028.16	12,563.23	12,729.68	12,861.45	12,892.74
11	新增折旧摊销占预计净利润比重（11=3/10）	10.46%	28.01%	41.22%	33.69%	29.37%	24.26%	23.76%	15.92%	14.52%	14.17%

注 1：上述测算不考虑除本次募投资项目直接收益以外的其他因素对公司收入或利润的影响；

注 2：现有营业收入、现有净利润为公司 2024 年度营业收入、净利润，并假设上述测算期间内公司营业收入、净利润与 2024 年度一致；

注 3：上述假设不构成公司对 2025 年及以后期间盈利情况的承诺，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此投资造成损失的，公司不承担赔偿责任。

本次募投项目建成后，预计经营年度新增年折旧摊销金额为 1,038.92 万元至 4,625.30 万元，占公司预计营业收入的比例为 0.82%至 3.03%，占预计净利润的比例为 10.46%至 41.22%。虽然根据测算该项目建成后对公司贡献的净利润将超过增加的折旧摊销费用，但若未来市场环境发生重大不利变化或者项目经营管理不善，使得募投项目产生的收入及利润水平未能达到既定目标，新增的折旧及摊销将对公司经营业绩带来一定程度的不利影响。

（六）市场竞争加剧的风险

目前国内眼镜零售市场行业集中度相对较低，竞争较为充分，并呈现出一定的区域市场分割，公司在不同区域除面对当地具有优势地位的竞争对手外，还需要面对大量以个体工商户名义经营的众多竞争对手，行业竞争激烈，且随着公司不同区域竞争对手的跨区域扩张，公司将面临越来越广泛而激烈的竞争。若公司不能适应市场和竞争格局的变化，并在品牌、服务、销售网络、供应链管理、数字化等方面进一步增强实力，未来将面临更大的竞争压力，公司面临市场竞争加剧的风险，并可能造成销售费用增加、毛利率下降、收入增长放缓乃至下滑等不利变动，继而对公司经营业绩造成不利影响。

（七）经营场所租赁瑕疵产生的风险

公司经营的直营连锁门店均系通过租赁或与渠道方合作的方式取得，截至 2024 年 12 月 31 日，公司直营门店共计 510 家，其中自营门店主要使用租赁等方式经营，存在部分所租赁房产未取得出租方的合法房屋产权证明、部分未办理租赁备案登记手续的情形，存在一定的合规风险。虽然目前公司使用上述房产未受到任何限制，且公司实际控制人已经出具承诺，若未来公司及其分/子公司因所租赁的房产存在瑕疵导致公司及其分/子公司被主管部门处罚或受到其他任何损失的，将由其承担全部责任，补偿公司及其分/子公司因此而遭受的全部损失。但是上述房屋租赁瑕疵产生的风险，可能导致公司无法继续使用现有所租赁房产，并且可能会影响公司短期业绩。

（八）可转债二级市场价格波动的风险

可转债作为一种具有债券特性且附有股票期权的混合型证券，其二级市场价格受市场利率、票面利率、债券剩余期限、转股价格、转股价格向下修正条

款、上市公司股票价格走势、赎回条款、回售条款及投资者心理预期等诸多因素的影响，需要可转债的投资者具备一定的专业知识。本次向不特定对象发行的可转债在上市交易过程中，市场价格存在波动风险，甚至可能会出现异常波动或与其投资价值背离的现象，从而使投资者不能获得预期的投资收益。因此，公司提醒投资者须充分认识到债券市场和股票市场中可能遇到的风险，以便作出正确的投资决策。

二、关于本次可转债发行符合发行条件的说明

根据《公司法》《证券法》《上市公司证券发行注册管理办法》等规定，公司本次向不特定对象发行可转换公司债券符合法定的发行条件。

三、关于公司本次发行的可转换债券信用评级

公司聘请大公国际对本次可转债进行了评级，根据评级机构出具的信用评级报告，公司主体信用等级为“AA”，本次可转债信用等级为“AA”，评级展望稳定。在本次发行的可转债存续期间，大公国际将每年至少进行一次跟踪评级，并出具跟踪评级报告。如果由于公司外部经营环境、自身或评级标准变化等因素，导致本次可转债的信用评级级别变化，将会增大投资者的风险，对投资者的利益产生一定影响。

四、公司本次发行可转换债券不提供担保

公司本次发行可转债未提供担保措施，如果存续期间出现对经营管理和偿债能力有重大负面影响的事件，可转债可能因未提供担保而增加投资者的风险。

五、公司的利润分配政策及最近三年利润分配情况

（一）公司的利润分配政策

公司现行有效的《公司章程》对利润分配政策规定如下：

“（一）利润分配的原则和形式

公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，利润分配注重对股东合理的投资回报，按照同股同权、同股同利的原则，利润分配不得超过累计可分配利润范围。公司遵循重视对投资者的合理回报并兼顾公司当年的实际经营情况和

可持续发展的原则，采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。公司优先采用现金分红的利润分配方式。

（二）现金分红的条件

公司拟实施现金分红时应同时满足以下条件：

- 1、公司该年度实现盈利，且该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润）、累计可分配利润均为正值；
- 2、审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- 3、公司无重大投资计划或重大现金支出计划等事项发生（公司首次公开发行股票或再融资的募集资金投资项目除外）；重大投资计划或重大现金支出计划是指公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%。

（三）现金分红的比例及时间

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 20%，且最近三年公司以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

- 1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；
- 2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；
- 3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

在满足上述现金分红条件的情况下，公司将积极采取现金方式分配股利，公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分配。现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

（四）股票股利分配的条件

公司可以根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模合理的前提下，为保持股本扩张与业绩增长相适应，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

（五）利润分配的决策程序和机制

公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。

独立董事认为现金分红方案可能损害上市公司或者中小股东权益的，有权发表独立意见。董事会对独立董事的意见未采纳或者未完全采纳的，应当在董事会决议公告中披露独立董事的意见及未采纳或者未完全采纳的具体理由。

监事会对董事会执行现金分红政策和股东回报规划以及是否履行相应决策程序和信息披露等情况进行监督。监事会发现董事会存在未严格执行现金分红政策和股东回报规划、未严格履行相应决策程序或者未能真实、准确、完整进行相应信息披露的，应当发表明确意见，并督促其及时改正。

分红预案经董事会审议通过，方可提交股东大会审议。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以所持二分之一以上的表决权通过。

（六）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（七）公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- 1、是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；

- 2、分红标准和比例是否明确和清晰；
- 3、相关的决策程序和机制是否完备；
- 4、中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。”

（二）最近三年利润分配情况

公司最近三年的现金分红情况具体如下：

单位：万元

分红年度	合并报表归属于母公司所有者净利润	现金分红	现金分红比率（现金分红/合并报表归属于母公司所有者净利润）
2022年	7,580.99	5,211.20	68.74%
2023年	12,806.48	10,457.01	81.65%
2024年	10,362.84	4,732.51	45.67%
最近三年年均可分配利润			10,250.10
最近三年累计现金分红			20,400.72
最近三年累计现金分红占最近三年实现的年均可分配利润的比例			199.03%

注：2022年净利润为会计政策变更追溯调整后数据。

1、2022年度利润分配

2023年5月19日，公司2022年年度股东大会审议通过《关于2022年度利润分配预案的议案》，决定以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币3元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。公司本次实施现金分红金额5,211.20万元占合并报表归属上市公司普通股股东的净利润的68.74%，符合《公司章程》的有关规定。

2、2023年利润分配

2024年5月22日，公司2023年年度股东大会审议通过《关于2023年度利润分配预案的议案》，决定以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币6元（含税），不送红股，不以资本公

积金转增股本。公司本次现金分红金额 10,457.01 万元占合并报表归属上市公司普通股股东的净利润的 81.65%，符合《公司章程》的有关规定。

3、2024 年利润分配

2024 年 5 月 22 日，公司 2023 年度股东大会审议通过了《关于提请股东大会授权董事会决定 2024 年中期或春节前利润分配的议案》，授权董事会全权办理 2024 年中期（包含半年度、前三季度）或春节前利润分配方案的相关事宜。公司于 2024 年 8 月 27 日召开第五届董事会第五次会议和第五届监事会第五次会议，分别审议通过了《关于 2024 年半年度利润分配预案的议案》，决定以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 1.60 元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。公司于 2024 年 12 月 26 日召开了第五届董事会第八次会议、第五届监事会第八次会议，分别审议通过了《关于 2024 年第三季度利润分配方案的议案》。决定以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 1.10 元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。

2025 年 4 月 14 日，公司第五届董事会第十一次会议审议通过了《关于 2024 年度资本公积金转增股本预案的议案》，以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 3 股，不送红股，不派发现金红利。此项议案尚需提交公司 2024 年年度股东大会审议。

公司 2024 年度上述分红占合并报表归属上市公司普通股股东的净利润的 45.67%，符合《公司章程》的有关规定。

目 录

声 明.....	1
重大事项提示.....	2
一、特别风险提示.....	2
二、关于本次可转债发行符合发行条件的说明.....	7
三、关于公司本次发行的可转换债券信用评级.....	7
四、公司本次发行可转换债券不提供担保.....	7
五、公司的利润分配政策及最近三年利润分配情况.....	7
目 录.....	12
第一节 释义.....	14
一、普通术语.....	14
二、专业术语.....	16
第二节 本次发行概况.....	19
一、公司基本情况.....	19
二、本次发行的背景和目的.....	20
三、本次发行基本情况.....	22
四、本次发行的相关机构.....	37
五、发行人与本次发行有关机构及人员之间的关系.....	39
第三节 风险因素.....	40
一、与发行人相关的风险.....	40
二、与行业相关的风险.....	49
三、其他风险.....	50
第四节 发行人基本情况.....	53
一、公司发行前股本总额及前十名股东持股情况.....	53
二、组织结构及对其他企业的重要权益投资情况.....	54
三、控股股东和实际控制人基本情况.....	60
四、重要承诺及履行情况.....	62
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员.....	73
六、公司所处行业的基本情况.....	83
七、发行人主营业务情况.....	110
八、公司的主要固定资产和无形资产.....	131
九、公司特许经营权情况.....	140
十、公司重大资产重组情况.....	140
十一、公司境外经营的情况.....	140

十二、公司报告期内的分红情况.....	140
十三、公司最近三年发行的债券情况.....	144
第五节 财务会计信息与管理层分析.....	146
一、会计师事务所的审计意见类型及重要性水平.....	146
二、最近三年合并财务报表.....	146
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	151
四、会计政策、会计估计变更以及会计差错更正.....	154
五、最近三年的主要财务指标.....	156
六、财务状况分析.....	158
七、经营成果分析.....	188
八、现金流量分析.....	201
九、资本性支出分析.....	204
十、技术创新分析.....	204
十一、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项对发行人的影响.....	204
十二、本次发行的影响.....	205
第六节 合规经营与独立性.....	206
一、合规经营.....	206
二、关联方资金占用情况.....	208
三、同业竞争情况.....	208
四、关联方和关联交易情况.....	209
第七节 本次募集资金运用.....	215
一、本次募集资金使用计划.....	215
二、本次募集资金投资项目的具体情况.....	215
三、发行人的实施能力及资金缺口的解决方式.....	244
四、本次募集资金投资项目与现有业务或发展战略的关系、与前次募投项目的区别和联系.....	246
五、关于主营业务与募集资金投向的合规性.....	248
六、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响.....	249
第八节 最近五年内募集资金运用.....	250
一、最近五年内募集资金情况.....	250
二、公司前次募集资金情况.....	250
第九节 声明.....	253
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	253
二、发行人控股股东声明.....	256
三、发行人实际控制人声明.....	257
四、保荐机构（主承销商）声明.....	258
五、律师事务所声明.....	260

六、会计师事务所声明.....	261
七、信用评级机构声明.....	262
八、董事会关于本次发行的相关声明及承诺.....	263
第十节 备查文件.....	265
附件一：商标.....	266
附件二：公司的业务资质.....	277

第一节 释义

本募集说明书中，除非文意另有所指，下列简称具有如下含义：

一、普通术语

发行人、公司、本公司、博士眼镜	指	博士眼镜连锁股份有限公司
本次发行	指	本次博士眼镜向不特定对象发行可转换公司债券
可转债	指	可转换公司债券
募集说明书、本募集说明书	指	博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书
控股股东	指	ALEXANDER LIU
实际控制人	指	ALEXANDER LIU、LOUISA FAN
江南道	指	江西江南道企业管理有限公司，公司股东
汉高信息	指	杭州汉高信息科技有限公司，公司控股子公司
镜联易购	指	杭州镜联易购网络科技有限公司，公司控股子公司
新云程	指	江西博士新云程商贸有限公司，公司控股子公司
博镜投控	指	博镜（海南）投资控股有限公司，公司子公司
博镜电商	指	博镜（三亚）电子商务有限公司，公司控股子公司
南昌发轶	指	南昌发轶光学实业有限公司，公司控股子公司
南昌维晴	指	南昌维晴光学实业有限公司，公司控股子公司
保荐机构、保荐人、主承销商、平安证券	指	平安证券股份有限公司
发行人律师、国浩律师	指	国浩律师（深圳）事务所
发行人会计师、政旦会计师	指	政旦志远（深圳）会计师事务所（特殊普通合伙）
评级机构、大公国际	指	大公国际资信评估有限公司
京基集团	指	京基集团有限公司及其集团旗下子公司
华润集团	指	华润集团旗下与公司存在业务合作的华润万家有限公司、润家商业（深圳）有限公司等商场和商业地产公司
天虹股份	指	天虹数科商业股份有限公司，深圳证券交易所上市公司，证券代码 002419
海旅免税	指	海南旅投免税品有限公司
雷鸟创新	指	雷鸟创新技术（深圳）有限公司

Xreal	指	深圳太若科技有限公司旗下的智能眼镜品牌
界环	指	北京蜂巢世纪科技有限公司旗下的智能眼镜品牌
星纪魅族	指	湖北星纪魅族集团有限公司旗下的智能眼镜品牌
李未可	指	杭州李未可科技有限公司旗下的智能眼镜品牌
LVMH	指	酩悦 轩尼诗-路易 威登集团，公司供应商
依视路集团	指	依视路陆逊梯卡，Essilor Luxottica Group，公司供应商
开云眼镜	指	开云瓊维（上海）眼镜贸易有限公司，开云集团旗下品牌，公司供应商
卡尔蔡司	指	卡尔蔡司集团，包括卡尔蔡司光学（广州）有限公司等子公司，公司供应商
爱尔康	指	爱尔康（中国）眼科产品有限公司，公司供应商
特丽奥思	指	特丽奥思眼镜（上海）有限公司，公司供应商
博士眼镜	指	公司简称，亦为公司品牌
President optical、总统眼镜	指	公司品牌
Boojing	指	公司品牌，也称为“博镜”
zde	指	公司品牌，也称为“泽乐”
砦（石人工）	指	公司特许经营品牌
ZORRO	指	公司品牌，也被称为“佐罗”
视光中心	指	公司与医院、社康中心等合作建设的销售渠道类型
渠道合作配镜中心	指	公司与合作伙伴建设的销售渠道类型
飞书	指	字节跳动自研的一站式高效协作的办公工具与管理平台，整合了即时消息、日历、云文档、视频会议等功能
报告期	指	2022 年度、2023 年度、2024 年度
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
股东大会	指	博士眼镜连锁股份有限公司股东大会
董事会	指	博士眼镜连锁股份有限公司董事会
监事会	指	博士眼镜连锁股份有限公司监事会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《博士眼镜连锁股份有限公司公司章程》
《注册管理办法》	指	《上市公司证券发行注册管理办法》
《募集资金管理制度》	指	《博士眼镜连锁股份有限公司募集资金管理制度》

《受托管理协议》	指	《博士眼镜连锁股份有限公司与平安证券股份有限公司关于博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之债券受托管理协议》
《证券期货法律适用意见第 18 号》	指	《<上市公司证券发行注册管理办法>第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 18 号》

二、专业术语

青少年近视管理镜片	指	通过光学镜片的独特设计，使光学信号通过镜片成像在视网膜前，形成近视性离焦，达到延缓眼轴的增长，延缓近视度数的增长
多点离焦镜片	指	一种采用中心及周边近视离焦原理设计的框架镜片，主要用于延缓近视度数增长，尤其适用于儿童青少年近视防控
周边离焦镜片	指	一种特殊设计的近视防控镜片，其核心原理是通过改变周边视网膜的成像位置，形成近视性离焦状态，从而延缓眼轴增长，控制近视加深
Deepseek	指	一款由深度求索人工智能公司开发的人工智能系统，集成了深度学习、自然语言处理、计算机视觉等多种前沿技术，旨在模拟人类认知和决策过程，提供智能化信息处理和服务
ChatGPT	指	一种由 OpenAI 开发的高级 AI 语言模型，基于 GPT（生成式预训练 Transformer）架构构建，能够进行自然对话、回答问题、撰写文章、提供创意内容
Kimi	指	由北京月之暗面科技有限公司（Moonshot AI）开发的一款先进的人工智能助手，能够与用户进行交互、回答问题、协作创作，并支持长文本处理能力、多语言支持、多模态能力等功能
豆包	指	由字节跳动开发的一款 AI 工具，基于云雀模型开发，提供聊天机器人、写作助手、英语学习助手等多种功能
通义千问	指	由阿里云自主研发的超大规模语言模型，具备多轮对话、文案创作、逻辑推理、多模态理解以及多语言支持等功能
Ray-Ban Meta	指	由 Meta 和雷朋（Ray-Ban）合作推出的智能眼镜产品，首款内置 Meta AI 的智能眼镜，可用于拍摄照片和视频、听音乐、拨打电话、语音交互等
AR	指	增强现实，Augmented Reality，简称 AR，是一种将虚拟信息与现实世界巧妙结合的技术，通过计算机生成图像、文本、音频等数字内容叠加到现实环境中，增强用户对现实世界的感知和交互
VR	指	虚拟现实，Virtual Reality，简称 VR，是一种通过计算机技术生成高度沉浸式的虚拟环境，让用户感觉自己置身于一个完全由数字构建的世界中的技术

AI	指	人工智能, Artificial Intelligence, 简称 AI, 是一门研究如何使计算机模拟人类智能行为的科学和技术, 旨在通过算法、模型和系统让计算机能够像人类一样感知、推理、学习、决策和创造
物联网 IoT	指	Internet of Things, 一种通过互联网将各种物理设备、传感器、机械等相互连接的网络系统, 使这些设备能够收集、传输和处理数据, 实现智能化交互和管理
Wellseenn XR	指	一家垂直研究机构和咨询公司, 专注于 VR (虚拟现实)、AR (增强现实) 和 MR (混合现实) 产业的系统性跟踪与研究
LCOS	指	Liquid Crystal on Silicon, 硅基液晶, 一种反射式微型显示技术, 结合了液晶技术和硅基 CMOS 集成电路的优势, 具有高分辨率、高开口率、低功耗等特点
Micro OLED	指	一种在单晶硅片上制备的主动发光型 OLED 显示技术, 以单晶硅作为驱动背板, 将传统外置的显示芯片集成在硅基背板中, 像素尺寸仅为传统显示器件的 1/10, 精细度更高
Micro LED	指	一种由微米级尺寸的 LED 芯片组成的显示技术, 其核心是基于尺寸小于 100 微米的微型发光二极管 (LED), 这些微型 LED 由无机材料如氮化镓制成, 具有出色的发光特性和高热稳定性
IMU	指	惯性测量单元传感器, 一种用于测量物体运动状态的设备, 通常由加速度计和陀螺仪组成, 部分 IMU 配备磁力计
ODM	指	Original Design Manufacturer, 中文释义为原始设计制造商, ODM 模式下委托方负责提出产品概念, 制造商负责进行产品研发、设计和制造
OEM	指	Original Equipment Manufacturer, 中文释义为原始设备制造商, OEM 模式下, 委托方负责产品的设计、研发、销售等, 制造商仅负责产品制造环节
CAD	指	一种利用计算机及其图形设备帮助设计人员进行设计工作的技术, 通过计算机软件 and 硬件的支持, 实现设计过程的自动化和智能化, 从而提高设计效率、缩短设计周期
兴趣电商	指	一种基于人们对美好生活的向往, 满足用户潜在购物兴趣, 提升消费者生活品质的电商
O2O	指	Online To Offline, 即线上到线下的商业模式, 指将线下的商务机会与互联网结合, 让互联网成为线下交易的平台
砭眼镜联盟平台	指	原镜联易购平台
内容营销	指	以图片、文字、动画等介质传达有关企业的相关内容来给客户, 促进销售的行为, 内容营销通过合理的内容创建、发布及传播, 向用户传递有价值的信息, 从而实现网络营销的目的
本地生活服务、本地生活化	指	将当地、线下、具有实体店铺的餐饮、生活服务、休闲娱乐等商家服务信息, 以一种“网店”的方式呈现给消费者

		的服务方式
ERP	指	Enterprise Resource Planning, 即企业资源计划, 指整合了企业管理理念、业务流程、基础数据、人力物力、计算机软硬件于一体的企业资源管理系统
直营模式	指	一种由公司自主选择合适地址开设门店, 自行负责门店的经营管理, 并以零售价直接向消费者销售公司产品的销售模式, 包括自营和联营两种模式
自营模式	指	公司通过租赁物业开设门店, 以零售方式向消费者销售商品, 以 POS 机刷卡、现金结算或商场进行代收银
联营模式	指	公司与联营方签订合同的销售模式, 由联营方提供场地和收款服务, 公司提供产品和销售管理等门店经营管理, 联营方按联营合同约定零售额的一定比例扣取应得部分, 并将扣除后的销售款净额汇入公司账户
加盟模式	指	一种以特许经营权为核心的经营模式, 公司通过与具备一定资质的企业或个人签订特许经营合同, 授予其成为公司加盟商, 在一定时间和市场区域内代理销售公司产品的权利
GMV	指	Gross Merchandise Volume 的简称, 即网站成交金额
SKU	指	库存进出计量的基本单位, 用于区分不同商品的属性, 如规格、颜色、款式等, 是供应链管理中用于区分不同产品的唯一编号或代码
OA 系统	指	Office Automation System, 办公自动化系统, 一种通过信息技术实现企业内部办公流程自动化和信息化的工具, 旨在提高企业办公效率、优化管理流程、降低运营成本
SLAM	指	即时定位与地图构建(Simultaneous Localization and Mapping, 简称 SLAM), 专用术语, 也称为 CML(Concurrent Mapping and Localization)或并发定位与建图

注: 本募集说明书除特别说明外所有数值保留 2 位小数, 若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况, 均为四舍五入原因造成。

第二节 本次发行概况

一、公司基本情况

中文名称	博士眼镜连锁股份有限公司
英文名称	Doctorglasses Chain Co.,Ltd.
成立日期	1997年4月23日
上市日期	2017年3月15日
公司类型	其他股份有限公司（上市）
统一社会信用代码	914403002793301026
法定代表人	ALEXANDER LIU
注册资本（2024年末）	17,530.39万元
注册地址	深圳市罗湖区桂园街道深南东路5016号京基一百大厦A座2201-02单元
办公地址	深圳市罗湖区桂园街道深南东路5016号京基一百大厦A座2201-02单元
股票上市地	深圳证券交易所
股票简称	博士眼镜
股票代码	300622.SZ
董事会秘书	丁芸洁
邮政编码	518001
互联网网址	https://www.doctorglasses.com.cn/
电子邮箱	zqswb@doctorglasses.com.cn
电话号码	86-755-82095801
传真号码	86-755-82095526
经营范围	眼镜的购销及其它国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；验光配镜（取得相关资质证书后方可经营）；货物及技术进出口（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；企业管理咨询、经济信息咨询、投资咨询（不含证券、保险、基金、金融业务、人才中介服务及其它限制项目）；企业形象策划，日用杂品综合零售及批发，商品信息咨询服务，信息技术咨询服务，化妆品及卫生用品零售及批发，健康咨询（不含医疗行为）；（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）养生保健服务（非医疗）；康复辅具适配服务；眼镜制造；光学玻璃销售；光学仪器销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；电子产品销售。许可经营项目是：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营；预包装食品零售及批

发。（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）药品批发；药品零售；保健食品(预包装)销售。
--

二、本次发行的背景和目的

（一）本次发行的背景

1、眼镜零售市场规模扩张与增长潜力

近年来，随着居民生活水平的稳步提升以及健康意识的显著增强，眼镜不仅仅是视力矫正的工具，更成为时尚与个性化的象征，推动了中国眼镜零售市场的持续扩容。艾瑞咨询数据显示，2023-2027年期间，中国眼镜产品市场零售额预计将以9.6%的年均复合增长率稳健增长，到2027年市场零售额有望突破1,245亿元大关。为了在激烈的市场竞争中脱颖而出，快速响应市场需求，扩大市场份额，公司需持续进行市场拓展、门店扩张，同时进行品牌推广、供应链优化，充分把握市场增长机遇。

2、智能眼镜领域的技术革新与市场崛起

随着智能电子市场的蓬勃发展、AI大模型的广泛应用，智能眼镜迎来了技术突破的关键时期。先进的计算能力和智能化功能被深度融入智能眼镜产品中，使其功能得到极大拓展，从单纯的信息显示逐渐向智能交互、健康监测等多元化方向发展，市场需求前景乐观。公司近年来积极布局智能眼镜领域，目前已与部分业内头部智能眼镜品牌建立了稳定合作关系，通过定制化服务以及线上线下联动售后体系，为智能眼镜消费群体提供专业的视力矫正综合解决方案。当前智能眼镜市场尚处于发展初期，市场渗透率较低，但增长潜力较大。根据Wellseenn XR预测数据，2024年全球AI智能眼镜销量达200万副，预计2025年全球出货量将跃升至400万副，到2030年有望突破8,000万副。

3、消费者购物体验要求不断提高

随着国民人均可支配收入水平的不断提升，消费者对于购物体验的要求不断提高，眼镜零售行业也不例外。如今消费者在选购眼镜时，不仅关注产品本身的质量与价格，购物过程中的体验感成为影响其购买决策的重要因素，包括舒适宜人的购物环境、专业细致且个性化的服务以及便捷高效的购物流程等。

公司部分现有门店由于开业时间较长，在门头标识、内外部装修风格以及商品陈列等方面已显得陈旧，难以满足消费者日益升级的需求。连锁门店作为公司与消费者直接接触的场所，其形象与服务质量直接关系到消费者的购买意愿以及对公司品牌的认知。为了提升消费者购物体验，增强客户黏性，博士眼镜迫切需要对现有部分门店进行升级改造，通过优化门店布局、更新装修风格、提升服务水平，不仅能够为更多消费者提供优质服务，还能有效提升品牌知名度与美誉度。

（二）本次发行的目的

1、加速连锁眼镜门店拓展，提升市场份额

博士眼镜计划在全国重点城市拓展 225 家眼镜门店，并同步对部分现有门店进行升级改造。本次门店拓展将聚焦于一线、新一线及二线等消费能力较强的城市，一方面在公司传统优势区域，如华南、华东等地进一步加密门店布局，巩固市场领先地位；另一方面加大在西南、华北等地区的资源投入，提升市场竞争力。公司通过加大门店拓展力度，优化门店网络布局，提升对线上销售流量的承载能力，增加智能眼镜产品的展示与销售空间，提升公司在连锁眼镜零售市场的占有率，进一步增强公司在行业内的影响力与话语权，实现规模经济效应，提升公司的盈利能力与市场竞争力。

2、强化总部运营与品牌建设，提升品牌实力

公司拟在深圳市购置办公场地用于建设总部运营管理中心，并在深圳、上海、北京等国内核心城市建立公司品牌形象体验中心。建设总部运营管理中心对于提升公司运营管理效率具有关键意义，通过整合公司内部资源，优化管理流程，能够实现各部门之间的高效协同，提高决策的科学性与执行的有效性，使公司能够更加敏捷地应对复杂多变的市场环境和业务发展需求。在核心城市建立品牌形象体验中心，则为消费者提供了一个近距离接触、了解品牌的平台，通过沉浸式的品牌体验，能够加深消费者对公司品牌理念、产品特色以及服务优势的认知与理解。消费者在体验中心可以亲身感受公司的专业服务、创新产品以及独特的品牌文化，从而增强品牌与消费者之间的互动与情感连接。在竞争激烈的眼镜零售市场中，强大的品牌实力是公司脱颖而出的关键，通过本次

投资总部运营管理中心及品牌建设项目，有助于公司树立独特的品牌形象，提升品牌在消费者心目中的地位，为公司长期发展奠定坚实的品牌基础。

3、推动数字化平台升级与补充流动资金，增强综合竞争力

本次可转债募集资金部分将用于数字化平台升级建设，旨在通过数字化手段全面优化公司的供应链管理、客户关系管理以及线上线下营销体系。在供应链管理方面，数字化升级能够实现对采购、库存、物流等环节的精准调配，提高供应链的响应速度与灵活性。在客户关系管理方面，利用最新的信息技术能够深入了解消费者的需求与偏好，实现精准营销与个性化服务，提升客户满意度与忠诚度。在线上线下营销体系方面，数字化平台升级有助于打破线上线下的界限，实现不同销售渠道业务的深度融合，为消费者提供无缝衔接的购物体验。此外，本次部分募集资金将用于补充流动资金，以进一步增强公司的资金流动性，使公司在面对市场波动、突发情况以及业务扩张需求时，具备更强的资金保障能力。通过数字化平台升级建设和补充流动资金，公司能够从运营效率、客户服务、业务流程、资金保障等多个维度全面提升自身综合竞争力。

三、本次发行基本情况

（一）本次发行注册情况

本次发行已经公司 2025 年 2 月 7 日召开的第五届董事会第九次会议、2025 年 4 月 14 日召开的第五届董事会第十一次会议，以及 2025 年 4 月 9 日召开的 2025 年第一次临时股东大会审议通过。

本次发行尚需深圳证券交易所审核通过和中国证监会同意注册。

（二）本次可转债基本条款

1、发行证券的种类和上市地点

本次发行证券的种类为可转换为公司 A 股股票的可转换公司债券。本次可转换公司债券及未来转换的公司 A 股股票将在深圳证券交易所上市。

2、发行规模

根据相关法律法规的规定并结合公司财务状况和投资计划，本次拟发行可转换公司债券募集资金总额不超过人民币 37,500.00 万元（含 37,500.00 万元），具体发行数额由公司股东大会授权公司董事会或董事会授权人士在上述额度范围内确定。

3、票面金额和发行价格

本次发行的可转换公司债券按面值发行，每张面值人民币 100.00 元。

4、债券期限

根据相关法律法规和本次可转债募集资金拟投资项目的实施进度安排，结合本次可转债的发行规模及公司未来的经营和财务情况，本次可转债的期限为自发行之日起六年。

5、票面利率

本次发行的可转换公司债券票面利率的确定方式及每一计息年度的最终利率水平，在符合国家有关规定的前提下，提请公司股东大会授权公司董事会或董事会授权人士在发行前根据国家政策、市场状况和公司具体情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

6、还本付息的期限和方式

本次发行的可转换公司债券采用每年付息一次的付息方式，到期归还所有未转股的可转债本金和最后一年利息。

（1）年利息计算

年利息指可转换公司债券持有人按持有的可转换公司债券票面总金额自可转换公司债券发行首日起每满一年可享受的当期利息。

年利息的计算公式为： $I=B \times i$

I：指年利息；

B：指本次发行的可转换公司债券持有人在计息年度（以下简称“当年”或“每年”）付息债权登记日持有的本次可转换公司债券票面总金额；

i: 指本次可转换公司债券当年票面利率。

(2) 付息方式

1) 本次可转换公司债券采用每年付息一次的付息方式，计息起始日为本次可转换公司债券发行首日。

2) 付息日：每年的付息日为自本次可转换公司债券发行首日起每满一年的当日。如该日为法定节假日或休息日，则顺延至下一个交易日，顺延期间不另付息。每相邻的两个付息日之间为一个计息年度。

3) 付息债权登记日：每年的付息债权登记日为每年付息日的前一交易日，公司将在每年付息日之后的五个交易日内支付当年利息。在付息债权登记日前（包括付息债权登记日）申请转换成公司股票的可转换公司债券，公司不再向其持有人支付本计息年度及以后计息年度的利息。

4) 本次可转换公司债券持有人所获得利息收入的应付税项由可转换公司债券持有人承担。

5) 公司将在本次可转换公司债券期满后五个工作日内办理完毕偿还债券余额本息的事项。

7、转股期限

本次发行的可转换公司债券转股期自可转换公司债券发行结束之日起满六个月后的第一个交易日起至可转换公司债券到期日止。债券持有人对转股或者不转股有选择权，并于转股的次日成为公司股东。

8、转股价格的确定及其调整

(1) 初始转股价格的确定

本次发行的可转债的初始转股价格不低于募集说明书公告日前二十个交易日公司 A 股股票交易均价（若在该二十个交易日内发生过因除权、除息引起股价调整的情形，则对调整前交易日的交易均价按经过相应除权、除息调整后的价格计算）和前一个交易日公司 A 股股票交易均价，且不得向上修正。具体初

始转股价格提请公司股东大会授权公司董事会或董事会授权人士在发行前根据市场状况与保荐机构（主承销商）协商确定。

前二十个交易日公司股票交易均价=前二十个交易日公司股票交易总额÷该二十个交易日公司股票交易总量；

前一个交易日公司股票交易均价=前一个交易日公司股票交易总额÷该日公司股票交易总量。

（2）转股价格的调整方式及计算公式

在本次发行之后，当公司发生配股、增发、送股、转增股本、派息（不包括因本次发行的可转债转股而增加的股本），将按下述公式进行转股价格的调整（保留小数点后两位，最后一位四舍五入）：

派送股票股利或转增股本： $P1=P0/(1+n)$ ；

增发新股或配股： $P1=(P0+A \times k)/(1+k)$ ；

上述两项同时进行： $P1=(P0+A \times k)/(1+n+k)$ ；

派送现金股利： $P1=P0-D$ ；

上述三项同时进行： $P1=(P0-D+A \times k)/(1+n+k)$ 。

其中： $P0$ 为调整前转股价， n 为派送股票股利或转增股本率， k 为增发新股或配股率， A 为增发新股价或配股价， D 为每股派送现金股利， $P1$ 为调整后转股价。

当公司出现上述股份和/或股东权益变化情况时，将依次进行转股价格调整，并在深圳证券交易所网站（<http://www.szse.cn>）或具备证券市场信息披露媒体条件的媒体上刊登董事会决议公告，并于公告中载明转股价格调整日、调整办法及暂停转股期间（如需）；当转股价格调整日为本次发行的可转换公司债券持有人转股申请日或之后，转换股份登记日之前，则该持有人的转股申请按公司调整后的转股价格执行。

当公司可能发生股份回购、合并、分立或任何其他情形使公司股份类别、数量和/或股东权益发生变化从而可能影响本次发行的可转换公司债券持有人的债权利益或转股衍生权益时，公司将视具体情况按照公平、公正、公允的原则以及充分保护本次发行的可转换公司债券持有人权益的原则调整转股价格。有关转股价格调整内容及操作办法将依据当时国家有关法律法规、证券监管部门和深圳证券交易所的相关规定来制订。

9、转股价格的向下修正条款

(1) 修正权限与修正幅度

在本次发行的可转换公司债券存续期间，当公司股票在任意连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价低于当期转股价格的 85%时，公司董事会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会表决。

上述方案须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过方可实施。股东大会进行表决时，持有本次发行的可转换公司债券的股东应当回避。修正后的转股价格应不低于本次股东大会召开日前二十个交易日公司股票交易均价和前一个交易日股票交易均价之间的较高者。

若在前述三十个交易日内发生过转股价格调整的情形，则在转股价格调整日前的交易日按调整前的转股价格和收盘价计算，在转股价格调整日及之后的交易日按调整后的转股价格和收盘价计算。

(2) 修正程序

如公司决定向下修正转股价格时，公司将在深圳证券交易所网站（<http://www.szse.cn/>）或具备证券市场信息披露媒体条件的媒体上刊登相关公告，公告修正幅度、股权登记日及暂停转股期间（如需）等。从股权登记日后的第一个交易日（即转股价格修正日），开始恢复转股申请并执行修正后的转股价格。若转股价格修正日为转股申请日或之后，转换股份登记日之前，该类转股申请应按修正后的转股价格执行。

10、转股股数的确定方式以及转股时不足一股金额的处理办法

本次发行的可转债持有人在转股期内申请转股时，转股数量的计算方式为： $Q=V/P$ ，并以去尾法取一股的整数倍。其中：Q 为转股数量，V 为可转债持有人申请转股的可转债票面总金额，P 为申请转股当日有效的转股价格。

可转换公司债券持有人申请转换成的股份须为整数股。转股时不足转换 1 股的可转换公司债券部分，公司将按照中国证监会、深圳证券交易所等部门的有关规定，在转股日后的五个交易日内以现金兑付该部分可转换公司债券的票面金额以及该余额对应的当期应计利息。

11、赎回条款

（1）到期赎回条款

在本次发行的可转换公司债券期满后五个交易日内，公司将赎回全部未转股的可转换公司债券，具体赎回价格由股东大会授权董事会或董事会授权人士根据发行时市场情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

（2）有条件赎回条款

在本次发行的可转换公司债券转股期内，当下述两种情形中任意一种情形出现时，公司董事会或董事会授权人士有权决定按照债券面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的可转换公司债券：

1) 转股期内，如果公司股票在任何连续三十个交易日中至少十五个交易日的收盘价格不低于当期转股价格的 130%（含 130%）；

2) 本次发行的可转换公司债券未转股余额不足 3,000 万元时。

当期应计利息的计算公式为： $I_A=B \times i \times t/365$

I_A ：指当期应计利息；

B ：指本次发行的可转换公司债券持有人持有的将被赎回的可转换公司债券票面总金额；

i ：指可转换公司债券当年票面利率；

t: 指计息天数, 即从上一个付息日起至本计息年度赎回日止的实际日历天数 (算头不算尾)。

若在前述三十个交易日内发生过转股价格调整的情形, 则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价计算, 调整日及之后的交易日按调整后的转股价格和收盘价计算。

12、回售条款

(1) 有条件回售条款

在本次发行的可转换公司债券最后两个计息年度内, 如果公司股票在任何连续三十个交易日收盘价格低于当期转股价格的 70%, 可转换公司债券持有人有权将其持有的可转换公司债券全部或部分按债券面值加上当期应计利息的价格回售给公司。

若在上述交易日内发生过转股价格因发生配股、增发、送股、转增股本、派息 (不包括因本次发行的可转债转股而增加的股本) 而调整的情形, 则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算, 在调整后的交易日按调整日及之后的转股价格和收盘价格计算。如果出现转股价格向下修正的情况, 则上述“连续三十个交易日”须从转股价格调整之后的第一个交易日起重新计算。

在可转换公司债券最后两个计息年度内, 可转换公司债券持有人在每年回售条件首次满足后可按上述约定条件行使回售权一次; 若首次满足回售条件而可转换公司债券持有人未在公司届时公告的回售申报期内申报并实施回售的, 该计息年度不能再行使回售权, 可转换公司债券持有人不能多次行使部分回售权。

(2) 附加回售条款

若本次发行可转换公司债券募集资金运用的实施情况与公司在募集说明书中的承诺情况相比出现重大变化, 且该变化被中国证监会或深圳证券交易所认定为改变募集资金用途的, 可转换公司债券持有人享有一次回售的权利。可转换公司债券持有人有权将其持有的可转换公司债券全部或部分按债券面值加上当期应计利息价格回售给公司。可转换公司债券持有人在附加回售条件满足后,

可以在公司公告后的附加回售申报期内进行回售，在该次附加回售申报期内不实施回售的，不能再行使附加回售权。

上述当期应计利息的计算公式为： $I_A = B \times i \times t / 365$

I_A：指当期应计利息；

B：指本次发行的可转换公司债券持有人持有的将回售的可转换公司债券票面总金额；

i：指可转换公司债券当年票面利率；

t：指计息天数，即从上一个付息日起至本计息年度回售日止的实际日历天数（算头不算尾）。

13、转股后的利润分配

因本次发行的可转换公司债券转股而增加的公司股票享有与原股票同等的权益，在股利分配股权登记日当日登记在册的所有普通股股东（含因可转换公司债券转股形成的股东）均参与当期股利分配，享有同等权益。

14、发行方式及发行对象

本次可转换公司债券的具体发行方式由股东大会授权董事会或董事会授权人士与保荐机构（主承销商）确定。本次可转换公司债券的发行对象为持有中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司证券账户的自然人、法人、证券投资基金、符合法律规定的其他投资者等（国家法律、法规禁止者除外）。

15、向原股东配售的安排

本次发行的可转换公司债券向公司原股东实行优先配售，原股东有权放弃配售权。向原股东优先配售的具体比例由股东大会授权董事会或董事会授权人士在本次发行前根据市场情况与保荐机构（主承销商）协商确定，并在本次可转换公司债券的发行公告中予以披露。

本次发行的可转债在原股东优先配售之外和原股东放弃优先配售后的部分采用网下对机构投资者发售及/或通过深圳证券交易所系统网上定价发行相结合的方式，余额由承销商包销。

16、债券持有人会议相关事项

(1) 可转债债券持有人的权利

1) 根据《募集说明书》约定条件将所持有的本次可转债转为公司 A 股股票；

2) 根据《募集说明书》约定的条件行使回售权；

3) 依照法律、行政法规及《公司章程》的规定转让、赠与或质押其所持有的本次可转债；

4) 依照法律、《公司章程》的规定获得有关信息；

5) 按《募集说明书》约定的期限和方式要求公司偿付本次可转债的本金和利息；

6) 依照法律、行政法规等相关规定参与或委托代理人参与债券持有人会议并行使表决权；

7) 法律、行政法规及《公司章程》所赋予的其作为公司债权人的其他权利。

若公司发生因持股计划、股权激励、履行业绩补偿承诺或为维护公司价值及股东权益回购股份而导致减资的情形时，本次可转换债券持有人不得因此要求公司提前清偿或者提供相应的担保。

(2) 可转债债券持有人的义务

1) 遵守公司所发行本次可转债条款的相关规定；

2) 依其所认购的本次可转债数额缴纳认购资金；

3) 遵守债券持有人会议形成的有效决议；

4) 除法律、法规规定及《募集说明书》约定之外, 不得要求公司提前偿付本次可转债的本金和利息;

5) 法律、行政法规及《公司章程》规定应当由本次可转债债券持有人承担的其他义务。

(3) 债券持有人会议的召开情形

本次可转债存续期间, 出现下列情形之一的, 应当通过债券持有人会议决议方式进行决策:

1) 拟变更《募集说明书》的重要约定:

- ①变更债券偿付基本要素(包括偿付主体、期限、票面利率调整机制等);
- ②变更债券投资者保护措施及其执行安排;
- ③变更《募集说明书》约定的募集资金用途;
- ④其他涉及债券本息偿付安排及与偿债能力密切相关的重大事项变更。

2) 拟修改债券持有人会议规则;

3) 拟解聘、变更受托管理人或者变更债券受托管理协议的主要内容(包括但不限于受托管理事项授权范围、利益冲突风险防范解决机制、与债券持有人权益密切相关的违约责任等约定);

4) 发生下列事项之一, 需要决定或授权采取相应措施(包括但不限于与公司等相关方进行协商谈判, 提起、参与仲裁或诉讼程序或者其他有利于投资者权益保护的措施等)的:

①公司已经或预计不能按期支付本次可转债的本金或者利息;

②公司已经或预计不能按期支付除本次可转债以外的其他有息负债, 未偿金额超过 5,000 万元且达到公司母公司最近一期经审计净资产 10%以上, 且可能导致本次可转债发生违约的;

③公司发生减资(因实施员工持股计划、股权激励计划、履行业绩补偿承诺或公司为维护公司价值及股东权益所必需的股份回购、注销限制性股票致使

的减资除外）、合并、分立、被责令停产停业、被暂扣或者吊销许可证、被托管、解散、申请破产或者依法进入破产程序等可能导致偿债能力发生重大不利变化的；

④公司管理层不能正常履行职责，导致公司偿债能力面临严重不确定性的；

⑤公司或其控股股东、实际控制人因无偿或以明显不合理对价转让资产或放弃债权、对外提供大额担保等行为导致公司偿债能力面临严重不确定性的；

⑥发生其他对债券持有人权益有重大不利影响的事项。

5) 公司提出重大债务重组方案的；

6) 法律、行政法规、部门规章、规范性文件规定或者《募集说明书》《博士眼镜连锁股份有限公司可转换公司债券持有人会议规则》约定的应当由债券持有人会议作出决议的其他情形。

债券持有人会议主要由受托管理人负责召集，公司董事会、单独或者合计持有本次可转债未偿还份额 10% 以上的债券持有人有权提议受托管理人召集债券持有人会议。受托管理人不同意召集会议或者应当召集而未召集会议的，公司董事会和单独或者合计持有本次可转债未偿还份额 10% 以上的债券持有人有权自行召集债券持有人会议。

17、本次募集资金用途

本次发行可转换公司债券的募集资金总额不超过人民币 37,500.00 万元（含 37,500.00 万元），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资金额	拟使用募集资金
1	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	35,012.20	18,000.00
2	总部运营管理中心及品牌建设项目	22,998.80	7,000.00
3	数字化平台升级建设项目	9,277.31	7,000.00
4	补充流动资金	5,500.00	5,500.00
合计		72,788.31	37,500.00

如本次发行实际募集资金（扣除发行费用后）少于拟投入本次募集资金总

额，公司董事会或董事会授权人士将根据募集资金用途的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，不足部分将通过自筹方式解决。在不改变本次募集资金投资项目的前提下，公司董事会或董事会授权人士可根据项目实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

在本次发行可转换公司债券募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目实施进度的实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

18、担保事项

本次发行的可转换公司债券不提供担保。

19、评级事项

公司聘请大公国际对本次可转债进行了评级，根据评级机构出具的信用评级报告，公司主体信用等级为 AA，本次可转债信用等级为 AA。在本次发行的可转债存续期间，大公国际将每年至少进行一次跟踪评级，并出具跟踪评级报告。

20、募集资金存管

公司已建立《募集资金管理制度》，本次发行可转换公司债券的募集资金将存放于公司董事会决定的专项账户中，具体开户事宜将在发行前由公司董事会确定。

21、本次发行方案的有效期限

公司本次向不特定对象发行可转换公司债券方案的有效期限为十二个月，自发行方案经股东大会审议通过之日起计算。

（三）预计募集资金量和募集资金专项存储账户

1、预计募集资金量

本次发行可转债的预计募集资金量为不超过 37,500.00 万元（含 37,500.00 万元）。

2、募集资金专项存储账户

本次发行可转债募集资金将存放于公司募集资金存储的专项账户。

（四）本次可转债的受托管理人

公司聘任平安证券作为本期债券的受托管理人，并同意接受平安证券的监督。在本期可转债存续期内，平安证券应当勤勉尽责，根据相关法律、法规和规则、募集说明书及《受托管理协议》的规定，行使权利和履行义务。凡通过认购、交易、受让、继承、承继或其他合法方式取得并持有本期可转债的投资者，均视同自愿接受平安证券担任本期可转债的受托管理人，同意《受托管理协议》中关于甲方、乙方、可转债持有人权利义务的相关约定。经可转债持有人会议决议更换受托管理人时，亦视同可转债持有人自愿接受继任者作为本期可转债的受托管理人。

（五）承销方式及承销期

本次发行由保荐机构（主承销商）以余额包销的方式承销，本次可转债发行的承销期为【】年【】月【】日至【】年【】月【】日。

（六）发行费用

序号	项目	金额（万元）
1	承销及保荐费用	【】
2	律师费	【】
3	审计及验资费	【】
4	资信评级费	【】
5	手续费、信息披露、路演推介等费用	【】
合计		【】

（七）主要日程与停、复牌安排

日期	交易日	发行安排	停牌安排
【】	T-2 日	刊登《募集说明书》及其摘要、《发行公告》《网上路演公告》	正常交易
【】	T-1 日	网上路演； 原股东优先配售股权登记日	正常交易
【】	T 日	刊登《发行提示性公告》； 原股东优先配售认购日（缴付足额资	正常交易

		金)； 网上申购日(无需缴付申购资金)； 确定网上中签率	
【】	T+1 日	刊登《网上发行中签率及网下发行配售结果公告》； 根据中签率进行网上申购的摇号抽签	正常交易
【】	T+2 日	刊登《网上中签结果公告》； 网上投资者根据中签号码确认认购数量并缴纳认购款(投资者确保资金账户在 T+2 日日终有足额的转债认购资金)； 网下申购投资者根据配售金额缴款(如申购保证金低于配售金额)	正常交易
【】	T+3 日	保荐机构(主承销商)根据网上资金到账情况确定最终配售结果和包销金额	正常交易
【】	T+4 日	刊登《发行结果公告》	正常交易

上述日期均为交易日。若相关监管部门要求对上述日程安排进行调整或遇不可抗力、重大突发事件影响发行，公司将与保荐机构(主承销商)协商后修改发行日程并及时公告。

(八) 本次发行证券的上市流通

本次发行的证券不设持有期限限制。发行结束后，公司将尽快向深圳证券交易所申请上市交易，具体上市时间将另行公告。

(九) 违约情形、责任及争议解决

1、违约情形

以下事件构成《受托管理协议》项下的公司违约事件：

- (1) 公司已经或预计不能按期支付本次债券的本金或者利息；
- (2) 公司已经或预计不能按期支付除本次债券以外的其他有息负债，未偿金额超过 5,000 万元且达到公司母公司最近一期经审计净资产 10%以上，且可能导致本次债券发生违约的；
- (3) 公司合并报表范围内的重要子公司(指最近一期经审计的总资产、净资产或营业收入占发行人合并报表相应科目 30%以上的子公司)已经或预计不

能按期支付有息负债，未偿金额超过 5,000 万元，且可能导致本次债券发生违约的；

(4) 公司发生减资、合并、分立、被责令停产停业、被暂扣或者吊销许可证且导致公司偿债能力面临严重不确定性的，或其被托管/接管、解散、申请破产或者依法进入破产程序的；

(5) 公司管理层不能正常履行职责，导致公司偿债能力面临严重不确定性的；

(6) 公司或其控股股东、实际控制人因无偿或以明显不合理对价转让资产或放弃债权、对外提供大额担保等行为导致公司偿债能力面临严重不确定性的；

(7) 增信主体、增信措施或者其他偿债保障措施（如有）发生重大不利变化的；

(8) 本次债券存续期内，公司违反受托管理协议项下的陈述与保证、未能按照规定或约定履行信息披露义务、通知义务等义务与职责以致对公司对本次债券的还本付息能力产生重大不利影响，且一直持续 20 个连续工作日仍未得到纠正；

(9) 公司发生其他对债券持有人权益有重大不利影响的事项。

2、违约责任及其承担方式

如果受托管理协议项下的公司违约事件发生，根据债券持有人会议规则的约定，有表决权的债券持有人可以通过债券持有人会议形成有效决议，以书面方式通知公司，宣布本次债券本金和相应利息，立即到期应付。

在宣布加速清偿后，如果公司在不违反适用法律规定的前提下采取了以下救济措施，受托管理人经债券持有人会议决议后可以书面方式通知公司，宣布取消加速清偿的决定：

(1) 向受托管理人提供保证金，且保证金数额足以支付以下各项金额的总和：1) 受托管理人的合理赔偿、费用和开支；2) 所有迟付的利息；3) 所有到期应付的本金；4) 适用法律允许范围内就延迟支付的债券本金计算的复利；或

(2) 相关的公司违约事件已得到救济；或

(3) 债券持有人会议同意的其他救济措施。

公司保证按照本次债券发行条款约定的还本付息安排向债券持有人支付本次债券利息及兑付本次债券本金，若不能按时支付本次债券利息或本次债券到期不能兑付本金，对于延迟支付的本金或利息，发行人将根据逾期天数按逾期利率向债券持有人支付逾期利息，逾期利率为本次债券票面利率上浮 20%。

3、争议解决机制

因受托管理协议所引起的或与受托管理协议有关的任何争议，争议各方之间应协商解决。如果协商不成，应提交深圳仲裁委员会仲裁。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。

四、本次发行的相关机构

(一) 发行人

名称	博士眼镜连锁股份有限公司
法定代表人	ALEXANDER LIU
董事会秘书	丁芸洁
联系人	丁芸洁、方敏睿
办公地址	广东省深圳市罗湖区桂园街道深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 2201-02 单元
联系电话	0755-82095801
传真	0755-82095526

(二) 保荐机构（主承销商）、受托管理人

名称	平安证券股份有限公司
法定代表人	何之江
保荐代表人	杨惠元、甘露
项目协办人	姜雄健
项目经办人	傅鹏翔、裴英州、梁智喻
住所	深圳市福田区福田街道益田路 5023 号平安金融中心 B 座第 22-25 层

联系电话	0755-22622233
传真	0755-82434614

（三）律师事务所

名称	国浩律师（深圳）事务所
负责人	马卓檀
经办律师	程静、童曦
住所	广东省深圳市福田区深南大道 6008 号特区报业大厦 42、41、31DE、2403、2405
联系电话	0755-83515666
传真	0755-83515333

（四）审计机构

名称	政旦志远（深圳）会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	李建伟
签字注册会计师	陈磊、张吉宝
住所	深圳市福田区莲花街道福新社区鹏程一路 9 号广电金融中心 11F
联系电话	0755-88605026

（五）资信评级机构

名称	大公国际资信评估有限公司
法定代表人	吕柏乐
签字评级人员	刘银玲、曹李慧
住所	北京市海淀区西三环北路 89 号外文大厦 A 座 3 层
联系电话	010-67413300
传真	010-67413555

（六）主承销商收款银行

户名	平安证券股份有限公司
账号	【】
开户行	【】

（七）申请上市的证券交易所

名称	深圳证券交易所
----	---------

办公地址	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话	0755-88668888
传真	0755-88666000

(八) 股份登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
办公地址	深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
联系电话	0755-21899999
传真	0755-21899000

五、发行人与本次发行有关机构及人员之间的关系

截至本募集说明书签署之日，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

第三节 风险因素

一、与发行人相关的风险

（一）经营管理风险

1、品牌风险

（1）商标存在争议的风险

截至本募集说明书出具日，公司注册证号为 1091684 号的商标  已被国家知识产权局撤销，公司就此提起的相关行政诉讼正在由最高人民法院审理。

公司针对注册证号为 17924728、17924729 号的商标  已在法定期限届满前提起行政诉讼，以应对国家知识产权局的撤销宣告。公司针对注册证号 1091685 的商标 **DOCTOR** 撤销宣告申请正在履行国家知识产权局的复审程序。尽管 17924728 号、17924729 号、第 1091685 号商标截至目前仍为有效注册商标且公司生产经营对诉争商标的依赖程度较小，但公司未来存在面临相关商标撤销或诉讼败诉的可能性，若公司监测防范机制未能有效运作，可能致使商标被抢注或引发其他商标争议等风险。一旦发生上述情况，公司可能需要修改商标形象，还将产生门店及宣传品商标标识的修改费用等支出，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

（2）商号和商标被仿冒的风险

商号和商标是影响消费者购买产品的重要因素之一，市场上某些不法厂商仿冒知名商号和品牌进行生产和销售，对被仿冒商号和品牌造成了不利影响。公司在我国华南、华东等地区具有一定的品牌知名度。尽管公司已经积极采取各种手段保护公司商号和品牌形象，但侵权信息较难及时获得，如果未来公司商号和品牌被大量仿冒，将有损公司商号和品牌的形象，进而对公司盈利能力产生不利影响。

（3）品牌美誉度风险

品牌是企业重要的无形资产，自成立以来，公司高度重视品牌建设，致力于为消费者提供时尚化、个性化的眼镜产品和专业的视觉健康解决方案，公司在国内眼镜连锁市场上已具有较高的知名度和美誉度。如公司在门店形象、产品质量及售后服务等方面出现问题，会直接影响公司的品牌形象和美誉度，将对公司经营带来不利影响。

2、新开门店拓展风险

经过多年发展，截至 2024 年末公司已在全国范围内的 25 个省、市、自治区拥有 557 家门店，本次公司拟在全国重点城市扩展 225 家眼镜门店，根据测算连锁眼镜门店建设及升级改造项目在经营期内的净利率预计为 6.48%。在特定城市，成熟商圈和大型社区的优质门店资源数量有限，主要竞争对手已在有利地段布局了具有一定竞争优势的营销网络，门店选址面临激烈竞争。公司在新商业地段开店时会对该地段的未来商业环境做分析预测，并做出是否开设新门店的决定，但新商业地段的客流需要时间培育。虽然公司已建立相对成熟的门店选址模型和内部决策机制，但如果选址不当或判断失误，将会对新设门店的盈利能力产生不利影响，甚至导致该门店的关闭停业，进而影响公司业绩。

3、经营场所租赁瑕疵产生的风险

公司经营的直营连锁门店均系通过租赁或与渠道方合作的方式取得，截至 2024 年 12 月 31 日，公司直营门店共计 510 家，其中自营门店主要使用租赁等方式经营，存在部分所租赁房产未取得出租方的合法房屋产权证明、部分未办理租赁备案登记手续的情形，存在一定的合规风险。虽然目前公司使用上述房产未受到任何限制，且公司实际控制人已经出具承诺，若未来公司及其分/子公司因所租赁的房产存在瑕疵导致公司及其分/子公司被主管部门处罚或受到其他任何损失的，将由其承担全部责任，补偿公司及其分/子公司因此而遭受的全部损失。但是上述房屋租赁瑕疵产生的风险，可能导致公司无法继续使用现有所租赁房产，并且可能会影响公司短期业绩。

4、业务规模扩大导致的管理风险

2022 年末至 2024 年末，公司资产总额分别为 97,667.10 万元、112,177.51 万元及 125,337.09 万元，2022 年度至 2024 年度公司实现营业收入分别为 96,223.70 万元、117,586.55 万元及 120,281.61 万元，公司资产和营收规模持续扩大，公司在经营过程中不断完善自身的内控管理体系。本次发行完成后，公司的资产规模、经营规模将进一步提高，本次募投项目的建设将在门店选址、市场营销、供应链管理、内部控制、员工管理以及各部门工作协调性、连续性等方面对公司管理层提出更高的要求，公司将面临一定的管理风险。若公司的管理制度和管理体系无法持续满足经营规模扩大的需求，将会对公司的经营效率带来不利影响。

5、经营区域相对集中的风险

截至 2024 年末，公司拥有 557 家连锁门店，其中直营门店 510 家，加盟门店 47 家，经营网点已遍布广东、江西、重庆、江苏、四川等共计 25 个省、市、自治区。其中，公司在华南地区开设的直营门店数量为 278 家，占公司直营门店总数的比例为 54.51%。2022 年度、2023 年度和 2024 年度，华南地区产生的营业收入分别占公司营业收入的 53.37%、49.70%和 49.99%，如果因任何因素导致华南地区客户需求出现波动或该地区竞争加剧，可能会影响公司的财务状况及经营业绩。

6、智能眼镜业务相关风险

为紧跟眼镜行业智能化的发展浪潮，公司积极布局智能眼镜业务，在门店设置智能眼镜专区，同时进行智能眼镜产业链投资与布局，但该领域的发展存在诸多不确定性。一是，智能眼镜市场尚处发展初期，消费者认知度与接受度有待提升，若市场培育不及预期，将导致产品销量不达标，影响公司盈利水平；二是，智能眼镜技术迭代迅速，若公司在与包括星纪魅族、雷鸟创新、XREAL、界环、李未可等企业业务合作中，未能及时跟上行业技术发展趋势，或无法持续推出符合市场需求的产品，将削弱公司在该领域的竞争力；三是，公司通过产业基金、合资方式参与了对雷鸟创新的战略投资，并拟持续跟踪智能眼镜产业链其他相关标的。若战略合作方业务发展不及预期，或与合资公司在经营管理、战略决策等方面出现分歧，将对公司投资收益及业务发展产生负

面影响，公司在智能眼镜领域的产业投资存在一定不确定性。同时，智能眼镜业务的快速发展对公司人才储备、运营管理、战略投资等能力提出更高要求，若公司在人员配置、管理模式等方面无法有效匹配，也将给公司相关业务推进带来风险。

7、人力资源管理风险

公司从事的眼镜零售连锁行业“半医半商”的性质要求该行业的从业人员必须具备一定的专业技术、服务和管理等方面的能力，未来公司业务的扩展和发展速度与公司所拥有专业人才的数量和素质直接相关。近年来随着我国经济的快速发展和劳动力供需关系的变化，公司的人力成本在不断上升。虽然公司已经不断加强人才梯队建设，通过建立和完善薪酬与考核体系，吸引和留住更多高质量人才，但仍存在人力资源不能满足公司快速发展的风险。

8、产品质量控制风险

报告期内，公司不断完善产品质量控制体系，对商品采购、验配加工、产品流转、服务过程等环节进行把控，覆盖了对供应商的甄选与评估、对验光服务及眼镜验配的管理、对产品质量的出库检验、对客户服务的反馈等全业务周期。若未来公司无法对产品质量实施有效的控制措施，或出现重大产品质量问题及纠纷，将对公司品牌和经营造成不利影响。

9、加盟业务发展不及预期、加盟商管理不当的风险

公司将砣（石人工）品牌加盟作为拓展下沉市场的重要途径，加盟业务处于起步摸索阶段，加盟门店模型尚在测试阶段，且其他眼镜零售品牌对加盟门店资源的争夺日益激烈。同时，在加盟业务快速发展的过程中，若公司管理水平无法匹配业务扩张速度、对加盟商管理不当，可能存在加盟模式发展效果不及预期，以及加盟商经营活动未达标准，对公司的整体品牌形象造成不利影响的风险。

10、渠道风险

目前消费者购买眼镜产品和服务的部分环节如验光、装配及售后服务等依赖于实体门店支持，且多数眼镜产品属于定制化产品，需要通过试戴和装配师

现场调试等方式满足消费者佩戴舒适度和视物清晰度等个性化体验，所以线下门店销售仍为眼镜零售的主要渠道。同时，随着数字经济的蓬勃发展，公司业务线上线下融合的推进，公司业务中较高比例涉及与电商渠道合作。因此，如果部分线下门店合作到期后出现不能续约、续约后不能在原址经营、租金大幅上涨等情形，或线上电商渠道因平台流量扶持政策出现变化、其他眼镜零售企业流量竞争等因素导致线上流量投放效果及投资回报率不及预期等情形，将会对公司销售渠道的拓展和经营业绩带来不利影响。

11、自有品牌推广不力的风险

公司聚焦消费者多样化的视觉需求，采取国际化品牌代理和自有品牌发展并举的策略，除与全球知名眼镜产品生产制造商保持长期合作关系外，亦积极培育自有产品品牌，不断升级迭代自有品牌产品矩阵。截至 2024 年末，公司共拥有 13 个镜架自有品牌、4 个镜片自有品牌。若公司不能有效发展或迭代自有品牌产品矩阵，发展或提升自有品牌产品的销售占比，存在影响公司毛利率提升，继而对经营业绩造成不利影响的可能。

（二）财务风险

1、存货规模较大及存货跌价风险

报告期内随着公司经营规模的扩大，用来铺货的商品不断增加，同时针对销售旺季和线上交易对交货及时性的要求，需要进行一定规模的备货，公司存货余额较大。2022 年末、2023 年末、2024 年末，公司存货账面价值分别为 16,175.77 万元、17,441.75 万元和 18,646.33 万元，占当期公司总资产的比例分别为 16.56%、15.55%及 14.88%。虽然公司主要产品镜架、镜片、太阳镜等可以较长时期保存，且与供应商协商有一定比例的退换货机制，并可通过促销及特卖会等市场活动消化长库龄库存并保留部分毛利，但是随着公司门店数量的不断增多，公司存货将保持较大规模。如果未能准确把握流行趋势的变化或者市场竞争加剧，将导致公司部分库存商品滞销，或者市场环境发生重大变化、竞争加剧导致存货销售放缓或售价出现下跌，将在一定程度上影响公司未来的盈利能力。

2、毛利率下滑风险

2022年、2023年、2024年，公司的销售毛利率分别为61.84%、63.07%和61.71%，受产品购入价格、产品销售结构、销售模式、租金模式等因素的影响，公司主营业务毛利率存在一定的波动。如果未来行业竞争进一步加剧导致公司产品销售价格下降，而公司未能及时通过提高产品丰富度、质量以应对市场竞争，或者压低产品购入价格，则存在毛利率下滑、盈利能力下降的风险。

3、采购成本波动对公司经营业绩影响的风险

报告期内，公司经营的产品主要通过采购方式获取。基于行业特点，产品供应商根据其销售额向下游提供一定比例返利，实质上是供应商的价格折让。具体商品的返利比例和返利额由供应商及公司协商确定。2022年至2024年，公司计入当期损益的供应商返利金额分别为6,634.31万元、7,970.19万元和9,524.67万元，占当期营业收入的比例分别为6.89%、6.78%及7.92%。若公司未来出现采购单价上升，或供应商返利政策调整，可能对公司营业成本及经营业绩造成不利影响。

4、本次发行摊薄即期股东收益的风险

报告期内，公司加权平均净资产收益率为11.69%、17.64%和13.17%。本次可转债发行后，公司可转债投资者持有的可转换公司债券将可能部分或全部转股，公司的总股本和净资产将有一定幅度的增加，而募集资金投资项目从开始实施至产生预期效益需要一定时间，公司收益增长可能不会与净资产增长保持同步，因此公司存在短期内净资产收益率下降的风险。

5、应收账款发生损失的风险

2022年末、2023年末和2024年末，公司应收账款账面价值分别为4,867.68万元、6,434.89万元和7,597.93万元，金额较大。随着公司连锁门店数量的增长及与渠道合作方交易金额的增加，未来公司的应收账款规模可能会进一步提高。尽管上述渠道合作客户为消费领域的国际知名企业，其资金实力较强，但由于宏观经济环境、居民消费结构调整等内外部因素影响下可能发生一

定不利变化，从而出现主要客户信用下降导致公司应收账款发生损失的风险，进而对公司财务状况和经营成果产生一定程度的不利影响。

6、公司经营业绩下滑的风险

报告期内，公司营业收入分别为 96,223.70 万元、117,586.55 万元和 120,281.61 万元，呈现持续增长态势，归属于母公司的净利润分别为 7,580.99 万元、12,806.48 万元和 10,362.84 万元。受宏观经济波动、互联网新零售模式发展、行业需求波动、眼镜零售行业竞争等多重因素影响，存在公司经营状况波动，营业收入和净利润等经营业绩下滑的风险。

7、公司现金交易风险

公司主营业务为眼镜连锁零售，主要面对终端自然人客户，部分个人消费者习惯用现金支付。报告期内，公司存在少量现金销售行为，销售收入中现金收款金额分别为 1,094.30 万元、1,287.32 万元及 1,188.59 万元，占营业收入的比例分别为 1.14%、1.09%及 0.99%。公司针对现金销售制定了严格的内部控制制度并得以执行。但如果公司上述现金管理内控制度不能严格有效执行，因现金交易相对银行转账安全性较差，存在现金保管不善，造成资金损失的风险。

8、其他应收款发生损失的风险

2022 年末、2023 年末和 2024 年末，公司其他应收款账面价值分别为 5,030.25 万元、5,216.49 万元和 5,233.70 万元，金额较大。随着公司连锁门店数量的增长，未来公司的其他应收账款中押金规模可能会进一步提高。尽管公司主要合作方为国内知名商超企业，其资金实力较强，但由于宏观经济环境、居民消费结构调整等内外部因素影响下可能发生一定不利变化，从而出现合作方信用下降导致公司其他应收款发生损失的风险，进而对公司财务状况和经营成果产生一定程度的不利影响。

（三）募投项目实施风险

1、募投项目效益未达预期的风险

公司本次募集资金投资项目为连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目和补充流动资金，公司董事会已对本次募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募集资金投资项目亦符合监管政策规定、行业发展趋势及公司战略发展方向。根据项目可行性研究报告，连锁眼镜门店建设及升级改造项目建设完毕后，预计经营期可实现年均营业收入 31,087.20 万元，年均预计利润总额 3,320.31 万元，项目预期效益良好。但在项目实施过程中，仍存在宏观政策和市场环境发生不利变动、行业竞争加剧、市场需求发生重大变动等原因造成募投项目建设延期或者无法产生预期收益的风险。同时，在募投项目实施过程中，可能存在经营风险、意外事故或其他不可抗力因素而导致募投项目投资周期延长、投资超支、投产延迟等情况，从而产生募投项目未能实现预期效益的风险。

2、募投项目未能如期实施的风险

本次募投项目包括连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目等项目。鉴于公司前次募投项目存在建设延期的情况，虽然公司对本次募投项目的市场、供应链、技术、管理、人员等方面进行了慎重、充分的调研和论证，在决策过程中综合考虑了各方面的情况，认为募集资金投资项目符合公司的发展战略，有利于公司增强持续盈利能力，但可能存在项目建设进度管理、预算管控不及预期，以及宏观经济波动、市场需求与竞争格局变化等因素影响募集资金投资项目的实施进度，存在项目未能按期投入运营或无法实施的风险。

3、募投项目折旧摊销增加导致业绩下滑的风险

本次募投项目包括连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目等项目，由于本次募集资金投资项目资本性支出规模较大，项目建成后将产生较高金额的折旧摊销费用。结合本次募投项目的投资进度、项目收入、利润预测，本次募投项目新增折旧摊销金额对公司未来业绩影响如下：

单位：万元

序号	项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10
本次募投项目新增折旧摊销											
1	固定资产折旧	705.23	2,110.25	3,144.21	2,811.58	2,382.46	2,012.61	2,307.29	2,026.27	1,867.50	1,826.99
2	无形资产摊销	333.69	803.39	1,481.09	1,481.09	1,481.09	1,147.40	677.70	-	-	-
3	新增折旧摊销（3=1+2）	1,038.92	2,913.64	4,625.30	4,292.67	3,863.55	3,160.01	2,984.99	2,026.27	1,867.50	1,826.99
对营业收入的影响											
4	现有营业收入	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61	120,281.61
5	本次募投项目收入	7,192.80	19,281.60	32,259.60	36,283.20	33,594.00	30,738.00	29,248.80	29,248.80	29,248.80	29,248.80
6	预计营业收入（6=4+5）	127,474.41	139,563.21	152,541.21	156,564.81	153,875.61	151,019.61	149,530.41	149,530.41	149,530.41	149,530.41
7	新增折旧摊销占预计营业收入比重（7=3/6）	0.82%	2.09%	3.03%	2.74%	2.51%	2.09%	2.00%	1.36%	1.25%	1.22%
对净利润的影响											
8	现有净利润	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84	10,362.84
9	本次募投项目利润	-434.14	39.66	857.22	2,378.13	2,792.43	2,665.32	2,200.39	2,366.84	2,498.61	2,529.90
10	预计净利润（10=8+9）	9,928.70	10,402.50	11,220.06	12,740.97	13,155.27	13,028.16	12,563.23	12,729.68	12,861.45	12,892.74
11	新增折旧摊销占预计净利润比重（11=3/10）	10.46%	28.01%	41.22%	33.69%	29.37%	24.26%	23.76%	15.92%	14.52%	14.17%

注 1：上述测算不考虑除本次募投项目直接收益以外的其他因素对公司收入或利润的影响；

注 2：现有营业收入、现有净利润为公司 2024 年度营业收入、净利润，并假设上述测算期间内公司营业收入、净利润与 2024 年度一致；

注 3：上述假设不构成公司对 2025 年及以后期间盈利情况的承诺，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此投资造成损失的，公司不承担赔偿责任。

本次募投项目建成后，预计经营年度新增年折旧摊销金额为 1,038.92 万元至 4,625.30 万元，占公司预计营业收入的比例为 0.82%至 3.03%，占预计净利润的比例为 10.46%至 41.22%。虽然根据测算该项目建成后对公司贡献的净利润将超过增加的折旧摊销费用，但若未来市场环境发生重大不利变化或者项目经营管理不善，使得募投项目产生的收入及利润水平未能达到既定目标，新增的折旧及摊销将对公司经营业绩带来一定程度的不利影响。

二、与行业相关的风险

（一）行业受宏观经济波动影响较大的风险

公司所属零售行业受宏观经济景气度的影响较为明显，宏观经济波动将制约公司主要产品和服务的市场需求。为了推动居民消费的增长，国务院及有关政府部门先后颁布了一系列消费刺激政策，为居民消费的增长建立了良好的政策环境，将在较长时期内对行业发展带来促进作用。虽然如此，如果我国宏观经济形势发生重大不利变化将会对公司经营业绩造成不利影响，存在业绩下滑的可能。

（二）市场竞争加剧的风险

目前国内眼镜零售市场行业集中度相对较低，竞争较为充分，并呈现出一定的区域市场分割，公司在不同区域除面对当地具有优势地位的竞争对手外，还需要面对大量以个体工商户名义经营的众多竞争对手，行业竞争激烈，且随着公司不同区域竞争对手的跨区域扩张，公司将面临越来越广泛而激烈的竞争。若公司不能适应市场和竞争格局的变化，并在品牌、服务、销售网络、供应链管理、数字化等方面进一步增强实力，未来将面临更大的竞争压力，公司面临市场竞争加剧的风险，**并可能造成销售费用增加、毛利率下降、收入增长放缓乃至下滑等不利变动，继而对公司经营业绩造成不利影响。**

（三）供应商相对集中的风险

2022 年至 2024 年，公司向前五大供应商的采购额分别占公司当期采购总额的比例为 53.04%、48.13%和 48.68%，主要供应商相对集中。公司采购的产品主要为镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜和护理液等，相对于眼镜零售市场，高端和国际品牌相关产品的市场供应相对集中，同时公司为控制采购

成本、获得持续的售后服务选择向长期合作的供应商进行集中采购。如果这些供应商的经营环境、生产状况发生重大变化，可能在短期内对公司的生产经营造成一定影响。

三、其他风险

（一）本息兑付风险

在本次可转债的存续期内，公司需按可转债的发行条款就可转债未转股的部分每年偿付利息及到期兑付本金。除此之外，在可转债触发回售条件时，公司还需承兑投资者可能提出的回售要求。受国家政策、法规、行业和市场等多种不可控因素的影响，如公司的经营活动未达到预期回报，将可能使公司无法从预期还款来源获得足够资金，进而影响公司对可转债本息按时足额兑付，以及对投资者回售要求的承兑能力。

（二）审核风险

本次发行尚需取得深圳证券交易所的审核通过以及中国证监会的注册批复，能否获得审核通过及注册批复，以及最终取得相关主管部门批复的时间存在一定的不确定性。

（三）本次发行失败或募集资金不足的风险

本次募集资金将用于连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目和补充流动资金。如本次发行失败或募集资金未达到本次募投项目建设需求，公司将利用经营积累和银行融资等多种融资方式继续推进募投项目建设，在一定期间内可能造成公司资金紧张，对公司经营管理及募投项目建设存在一定影响。若未来公司自身财务状况出现重大不利变化，亦将导致项目实施存在不确定性。

（四）可转债二级市场价格波动的风险

可转债作为一种具有债券特性且附有股票期权的混合型证券，其二级市场价格受市场利率、票面利率、债券剩余期限、转股价格、转股价格向下修正条款、上市公司股票价格走势、赎回条款、回售条款及投资者心理预期等诸多因素的影响，需要可转债的投资者具备一定的专业知识。本次向不特定对象发行

的可转债在上市交易过程中，市场价格存在波动风险，甚至可能会出现异常波动或与其投资价值背离的现象，从而使投资者不能获得预期的投资收益。因此，公司提醒投资者须充分认识到债券市场和股票市场中可能遇到的风险，以便作出正确的投资决策。

（五）公司股价波动的风险

股票的价格不仅受公司盈利水平和公司未来发展前景的影响，还受投资者心理、股票供求关系、公司所处行业的发展与整合、国家宏观经济状况以及政治、经济、金融政策等诸多因素的影响。因此，本次发行完成后，公司二级市场股价存在不确定性，若股价表现低于预期，则存在导致投资者遭受投资损失的风险。

（六）信用评级变化的风险

公司聘请大公国际对本次可转债进行了评级，根据评级机构出具的信用评级报告，公司主体信用等级为“AA”，本次可转债信用等级为“AA”。在本次发行的可转债存续期间，大公国际将每年至少进行一次跟踪评级，并出具跟踪评级报告。如果由于公司外部经营环境、自身或评级标准变化等因素，导致本次可转债的信用评级级别变化，将会增大投资者的风险，对投资者的利益产生一定影响。

（七）可转换公司债券提前赎回的风险

在本次发行的可转换公司债券的转股期内，如果公司股票在任何连续 30 个交易日中至少 15 个交易日的收盘价格超过当期转股价格的 130%（含 130%），或当本次发行的可转换公司债券未转股余额不足人民币 3,000 万元时，公司董事会会有权决定按照债券面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的可转换公司债券。可转换公司债券的存续期内，在相关条件满足的情况下，如果公司行使了上述有条件赎回条款，可能促使本次可转债的投资者提前转股，从而导致投资者面临投资期限缩短、丧失未来预期利息收入的风险。

（八）可转债存续期内转股价格向下修正条款不实施以及修正幅度不确定的风险

在本次发行的可转换公司债券存续期间，当公司股票在任意连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价低于当期转股价格的 85%时，公司董事会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会审议表决。修正后的转股价格应不低于该次股东大会召开日前二十个交易日公司股票交易均价和前一交易日公司股票的交易均价之间的较高者。在满足可转债转股价格向下修正条件的情况下，发行人董事会可能基于公司的实际情况、股价走势、市场因素等多重考虑，不提出转股价格向下调整方案。因此，存续期内可转债持有人可能面临转股价格向下修正条款不能实施的风险。此外，在满足可转债转股价格向下修正条件的情况下，即使董事会提出转股价格向下调整方案且方案经股东大会审议通过，但仍存在转股价格修正幅度不确定的风险。

（九）不满足投资者适当性的投资者进入转股期后所持可转换债券不能转股的风险

公司为创业板上市公司，参与转股的本次可转债持有人应当符合创业板股票投资者适当性管理要求。如可转债持有人不符合创业板股票投资者适当性管理要求，可转债持有人将不能将其所持的可转债转换为公司股票。

公司本次发行可转债设置了赎回条款，包括到期赎回条款和有条件赎回条款，到期赎回价格由公司股东大会授权公司董事会根据发行时市场情况与保荐机构（主承销商）协商确定；有条件赎回价格为面值加当期应计利息。如果公司可转债持有人不符合创业板股票投资者适当性要求，在所持可转债面临赎回的情况下，考虑到其所持可转债不能转换为公司股票，如果公司按事先约定的赎回条款确定的赎回价格低于投资者取得可转债的价格（或成本），投资者存在因赎回价格较低而遭受损失的风险。

（十）可转债未设立担保的风险

公司本次发行可转债未设立担保。如在本次可转债存续期间出现对公司经营能力和偿债能力有重大负面影响的事件，本次发行可转债可能因未设担保而增加兑付风险。

第四节 发行人基本情况

一、公司发行前股本总额及前十名股东持股情况

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人股本总额为 175,303,931 股，股本结构如下：

股份性质	股份数量（股）	比例
一、限售条件流通股/非流通股	56,548,114	32.26%
其中：高管锁定及股权激励限售股	56,548,114	32.26%
二、无限售条件流通股	118,755,817	67.74%
三、总股本	175,303,931	100.00%

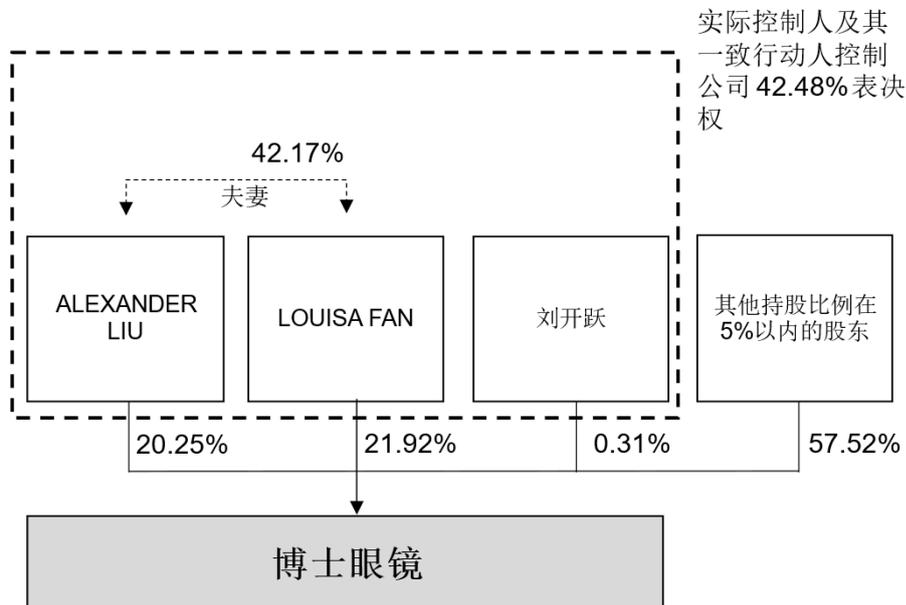
截至 2024 年 12 月 31 日，公司前十名股东及其持股情况如下表所示：

序号	股东名称	股份性质	持股数量（股）	持股比例（%）	持有有限售条件股份数量（股）	质押或冻结的股份数量
1	LOUISA FAN	境外自然人	38,420,935	21.92	28,815,701	-
2	ALEXANDER LIU	境外自然人	35,491,665	20.25	26,618,749	-
3	江南道	境内一般法人	1,859,539	1.06	-	-
4	上海银行股份有限公司—中欧产业前瞻混合型证券投资基金	基金、理财产品等	1,500,094	0.86	-	-
5	上海浦东发展银行股份有限公司—鹏华创新未来混合型证券投资基金（LOF）	基金、理财产品等	1,422,530	0.81	-	-
6	全国社保基金一零四组合	基金、理财产品等	1,406,765	0.80	-	-
7	中国银行股份有限公司—广发中小盘精选混合型证券投资基金	基金、理财产品等	1,395,000	0.80	-	-
8	浙江浩坤昇发资产管理有限公司—浩坤星空飞马六期私募证券投资基金	基金、理财产品等	1,167,000	0.67	-	-
9	杨秋	境内自然人	699,789	0.40	60,000	-
10	中国农业银行股份有限公司—交银施罗德定期支付双息平衡混合型证券投资基金	基金、理财产品等	556,192	0.32	-	-
	合计	-	83,919,509	47.89	55,494,450	-

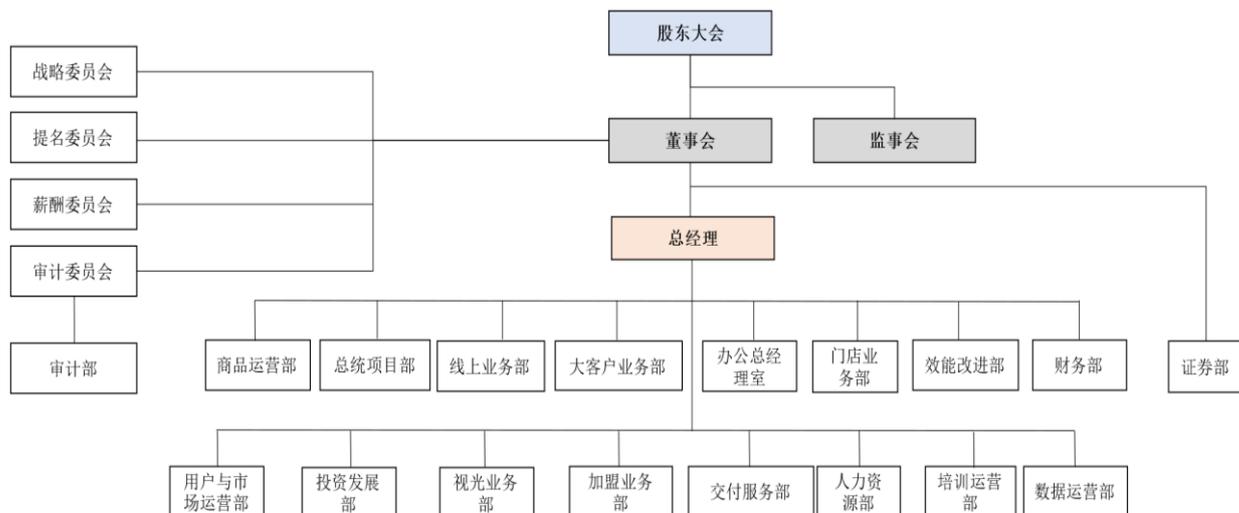
二、组织结构及对其他企业的重要权益投资情况

(一) 股权结构图

截至 2024 年 12 月 31 日，公司股权结构图如下：



(二) 组织架构图



(三) 对其他企业的重要权益投资情况

1、控股子公司、参股公司基本情况

截至报告期末，公司拥有 58 家控股子公司，持有 6 家参股公司股权，具体情况如下：

序号	公司名称	成立时间	主要经营地	注册资本	实收资本	持股比例		主要业务
						直接	间接	
一、控股子公司								
1	汉高信息	2001/6/6	浙江省杭州市	300 万元人民币	300 万元人民币	68%	-	软件开发
2	江西省博士眼镜有限责任公司	2008/01/18	江西省南昌市	179.51 万元人民币	179.51 万元人民币	100%	-	销售眼镜
3	北京市澳星博士眼镜有限公司	2010/11/09	北京市	100 万元人民币	100 万元人民币	100%	-	销售眼镜
4	重庆市博士眼镜有限公司	2010/12/07	重庆市	100 万元人民币	100 万元人民币	100%	-	销售眼镜
5	东莞市澳星博士眼镜有限公司	2010/12/16	广东省东莞市	100 万元人民币	100 万元人民币	100%	-	销售眼镜
6	昆明德勤眼镜有限公司	2011/3/16	云南省昆明市	100 万元人民币	100 万元人民币	100%	-	销售眼镜
7	广州诗琪眼镜有限公司	2011/11/17	广东省广州市	100 万元人民币	100 万元人民币	100%	-	销售眼镜
8	成都市博士眼镜有限公司	2012/6/14	四川省成都市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
9	安徽省澳星眼镜有限公司	2013/01/05	安徽省合肥市	100 万元人民币	100 万元人民币	100%	-	销售眼镜
10	南宁市普立奥眼镜有限公司	2013/01/11	广西壮族自治区南宁市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
11	杭州普立奥眼镜有限公司	2013/05/21	浙江省杭州市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
12	深圳市伯爵网络科技有限公司	2013/07/26	广东省深圳市	500 万元人民币	500 万元人民币	100%	-	仓储服务

序号	公司名称	成立时间	主要经营地	注册资本	实收资本	持股比例		主要业务
						直接	间接	
13	沈阳市澳星博士眼镜有限公司	2015/09/07	辽宁省沈阳市	50万元人民币	50万元人民币	100%	-	销售眼镜
14	昆山市普立奥眼镜有限公司	2015/10/30	江苏省苏州市	50万元人民币	50万元人民币	100%	-	销售眼镜
15	惠州市德勤眼镜有限公司	2016/04/17	广东省惠州市	50万元人民币	50万元人民币	100%	-	销售眼镜
16	无锡市普立奥眼镜有限公司	2016/06/17	江苏省无锡市	50万元人民币	50万元人民币	100%	-	销售眼镜
17	青岛澳星博士眼镜有限责任公司	2017/08/17	山东省青岛市	50万元人民币	50万元人民币	100%	-	销售眼镜
18	博士眼镜（香港）有限公司	2017/8/21	中国香港	410万美元	410万美元	100%	-	货物进出口/销售眼镜
19	新云程	2018/2/14	江西省南昌市	2000万元人民币	1300万元人民币	60%		国内贸易
20	苏州普立奥眼镜有限公司	2019/7/24	江苏省苏州市	50万元人民币	50万元人民币	100%	-	销售眼镜
21	西安普立奥眼镜有限公司	2019/8/20	陕西省西安市	50万元人民币	50万元人民币	100%	-	销售眼镜
22	上海朴宿眼镜有限公司	2019/8/22	上海市	50万元人民币	50万元人民币	100%	-	销售眼镜
23	深圳市博士视觉健康科技有限公司	2020/6/23	广东省深圳市	500万元人民币	500万元人民币	100%	-	眼视光健康管理
24	南通市普立奥眼镜有限公司	2021/3/12	江苏省南通市	50万元人民币	50万元人民币	100%	-	销售眼镜
25	博镜投控	2021/5/28	海南省三亚市	5,000万元人民币	5,000万元人民币	100%	-	销售眼镜
26	三亚博镜品牌管理有限公司	2021/6/9	海南省三亚市	200万元人民币	200万元人民币	-	100%	销售眼镜
27	三亚博镜贸易有限公司	2021/6/11	海南省三亚市	150万元人民币	150万元人民币	-	70%	销售眼镜

序号	公司名称	成立时间	主要经营地	注册资本	实收资本	持股比例		主要业务
						直接	间接	
28	海口博镜贸易有限公司	2021/6/16	海南省海口市	100 万元人民币	100 万元人民币	-	70%	销售眼镜
29	厦门市博镜眼镜有限公司	2021/6/29	福建省厦门市	20 万元人民币	20 万元人民币	100%	-	销售眼镜
30	南京市普立奥眼镜有限公司	2021/7/16	江苏省南京市	20 万元人民币	20 万元人民币	100%	-	销售眼镜
31	博镜电商	2021/8/10	海南省三亚市	800 万元人民币	200 万元人民币	-	80%	销售眼镜
32	博镜（香港）贸易有限公司	2021/8/17	中国香港	500 万美元	500 万美元	-	100%	货物进出口/ 销售眼镜
33	天津市普立奥眼镜有限公司	2021/8/19	天津市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
34	博镜（重庆）电子商务有限公司	2021/9/3	重庆市	100 万元人民币	50 万元人民币	-	80%	销售眼镜
35	宁波诗琪眼镜有限公司	2021/9/16	浙江省宁波市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
36	镜联易购	2021/9/18	浙江省杭州市	170.3273 万元人民币	170.3273 万元人民币	21.29%	29.77%	眼镜行业 供应链服务
37	北京普立奥眼镜有限公司	2021/10/28	北京市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
38	上海诗琪眼镜有限公司	2021/11/5	上海市	50 万元人民币	50 万元人民币	-	100%	销售眼镜
39	武汉普立奥眼镜有限公司	2021/12/24	湖北省武汉市	50 万元人民币	50 万元人民币	-	100%	销售眼镜
40	南昌诗琪眼镜有限责任公司	2022/3/25	江西省南昌市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
41	海南博郡贸易有限公司	2022/4/26	海南省三亚市	300 万元人民币	30 万元人民币	-	60%	销售眼镜

序号	公司名称	成立时间	主要经营地	注册资本	实收资本	持股比例		主要业务
						直接	间接	
42	海南博炯贸易有限公司	2022/6/13	海南省三亚市	500 万元人民币	63 万元人民币	-	60%	销售眼镜
43	长沙市博士眼镜有限公司	2022/6/29	湖南省长沙市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
44	大连市普立奥眼镜有限公司	2022/6/30	辽宁省大连市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
45	贵阳博视贸易有限公司	2022/7/15	贵州省贵阳市	100 万元人民币	20 万元人民币	-	60%	销售眼镜
46	常州市博士眼镜有限公司	2022/7/19	江苏省常州市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
47	福州市普立奥眼镜有限公司	2022/8/10	福建省福州市	100 万元人民币	100 万元人民币	100%	-	销售眼镜
48	珠海市博士眼镜有限公司	2022/8/12	广东省珠海市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
49	南宁博镜贸易有限公司	2022/9/15	广西壮族自治区南宁市	100 万元人民币	20 万元人民币	-	60%	销售眼镜
50	三亚澳星眼镜有限公司	2022/10/25	海南省三亚市	10 万元人民币	-	-	100%	销售眼镜
51	北京朴宿眼镜有限公司	2023/8/10	北京市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
52	南昌发轫光学实业有限公司	2023/11/9	江西省南昌市	50 万元人民币	50 万元人民币	-	60%	销售眼镜
53	南昌维睛光学实业有限公司	2023/11/22	江西省南昌市	50 万元人民币	50 万元人民币	-	60%	销售眼镜
54	海口朗目贸易有限公司	2023/12/8	海南省海口市	100 万元人民币	-	-	60%	销售眼镜
55	南昌发轫壹企业管理有限公司	2024/02/23	江西省南昌市	50 万元人民币	30 万元人民币	-	60%	商业服务
56	南昌发轫贰企业管理有限公司	2024/02/23	江西省南昌市	50 万元人民币	50 万元人民币	-	60%	商业服务

序号	公司名称	成立时间	主要经营地	注册资本	实收资本	持股比例		主要业务
						直接	间接	
57	杭州诗琪眼镜有限公司	2024/3/29	浙江省杭州市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
58	佛山市博士眼镜有限公司	2024/4/2	广东省佛山市	50 万元人民币	50 万元人民币	100%	-	销售眼镜
二、参股公司								
1	温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）	2020/1/6	浙江省温州市	10,000 万元人民币	10,000 万元人民币	20%	-	产业基金
2	无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）	2022/09/14	江苏省无锡市	115,100 万元人民币	34,530 万元人民币	8.69%	-	产业基金
3	无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	2022/12/28	江苏省无锡市	3,516 万元人民币	3,516 万元人民币	14.22%	2.97%	投资平台
4	雷鸟博士智能眼镜（深圳）有限公司	2024/09/03	广东省深圳市	1,500 万元人民币	-	20%	0.53%	智能眼镜
5	成都市高新眼视光眼科诊所有限公司	2021-10-13	四川省成都市	400 万元人民币	360 万元人民币	16%	2%	眼科诊疗
6	成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）	2021/09/23	四川省成都市	82 万元人民币	53.3 万元人民币	10%	-	投资平台

注：2025 年 3 月 19 日，公司已公告决策不再对无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）出资。

2、重要子公司经营情况

公司重要子公司最近一年的简要财务情况如下表所示：

单位：万元

序号	子公司名称	财务指标	2024 年度/2024 年 12 月 31 日
1	新云程	总资产	4,405.28

		净资产	2,271.95
		营业收入	15,490.55
		净利润	803.86
2	博镜投控	总资产	9,940.29
		净资产	7,135.87
		营业收入	7,055.95
		净利润	1,130.24

三、控股股东和实际控制人基本情况

（一）控股股东和实际控制人

公司的控股股东为 ALEXANDER LIU，公司的实际控制人为 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN。其中 LOUISA FAN 持有公司 38,420,935 股，占公司股本总额 21.92%；ALEXANDER LIU 持有公司 35,491,665 股，占公司股本总额 20.25%。ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 为夫妻关系，合计持有公司 73,912,600 股，占公司股本总额的 42.17%。刘开跃与 ALEXANDER LIU 为兄弟关系，是实际控制人的一致行动人。上述实际控制人及其一致行动人合计持有公司 74,452,711 股，占公司股本总额 42.48%。自上市以来，公司控股股东、实际控制人未发生过变动，公司控股权亦未发生变动。

1、控股股东、实际控制人简历

ALEXANDER LIU 先生，1962 年出生，澳大利亚国籍，拥有中国永久居留权，中专学历。自 1993 年 3 月起，与 LOUISA FAN 女士以个体工商户形式开始经营管理博士眼镜品牌和 President optical 品牌的眼镜连锁零售门店，并于 1997 年 4 月与 LOUISA FAN 女士创立公司，现任公司董事长。2022 年至今担任博士眼镜（香港）有限公司董事；2022 年至今担任博成（香港）有限公司董事。

LOUISA FAN 女士，1969 年出生，澳大利亚国籍，拥有香港永久居留权。1990 年毕业于长春光学精密机械学院（现长春理工大学），取得光学材料专业学士学位；2019 年毕业于长江商学院，取得工商管理硕士学位。自 1993 年 3 月起，与 ALEXANDER LIU 先生以个体工商户形式开始经营管理博士眼镜品牌和 President optical 品牌的眼镜连锁零售门店，并于 1997 年 4 月与

ALEXANDER LIU 先生创立公司，现任公司董事、总经理。2012 年至 2021 年担任深圳市视光学会副会长；2017 年至今担任博士眼镜（香港）有限公司董事；2022 年至今担任博成（香港）有限公司董事。

2、实际控制人未来潜在变动情况

根据发行人第五届董事会第九次会议、2025 年第一次临时股东大会审议的相关议案，本次发行给予发行人原股东优先配售权，原股东有权放弃配售权，具体比例由股东大会授权董事会在发行前根据具体情况确定，并在本次可转债发行公告中予以披露。

本次发行前，ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 及其一致行动人合计持有公司 74,452,711 股，占发行人总股本的 42.48%，是公司实际控制人。若实际控制人及其一致行动人行使优先认购权，合计认购本次发行可转换公司债券的 42.48%，在全部可转换公司债券转股后，实际控制人控制发行人的股份比例将不发生变化，ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 仍为发行人控股股东、实际控制人；如实际控制人及其一致行动人不行使优先认购权，按转股价 52.89 元/股计算（参考本次发行董事会召开日的前二十个交易日公司 A 股股票交易均价和前一个交易日公司 A 股股票交易均价孰高者），本次发行总额共计可转股 709.02 万股，可转债全部转股后，ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 及其一致行动人合计持股比例将降至 40.82%，在此情况下，ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 仍为发行人实际控制人。

综上，本次发行完成后，发行人实际控制人不会发生变动。

3、实际控制人股权质押情况

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人控股股东及实际控制人持有的发行人股份不存在质押情形。

4、控股股东及实际控制人投资的其他企业及兼职情况

截至本募集说明书出具日，控股股东、实际控制人投资的其他企业主要是博成（香港）有限公司。

截至本募集说明书出具日，控股股东及实际控制人兼职情况如下：

姓名	职务	任职的其他单位名称	兼职职务	兼职单位与 公司关系
ALEXAND ER LIU	董事长	博士眼镜（香港）有限公司	董事	公司子公司
		博成（香港）有限公司	董事	关联公司
LOUISA FAN	董事 总经理	博士眼镜（香港）有限公司	董事	公司子公司
		新云程	董事	公司子公司
		博成（香港）有限公司	董事	关联公司

（二）持有发行人 5%以上股份的其他股东

截至 2024 年 12 月 31 日，除发行人控股股东、实际控制人外，不存在持有发行人 5%以上股份的其他股东。

四、重要承诺及履行情况

（一）报告期内发行人、控股股东、实际控制人以及发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员作出的重要承诺及其履行情况

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
首次公开发行或再融资时所作承诺	ALEXANDER LIU; LOUISA FAN; 江南道; 上海豪石九鼎股权投资基金合伙企业(有限合伙)	关于同业竞争、关联交易、资金占用方面的承诺	<p>一、避免同业竞争的承诺</p> <p>1、在本承诺函签署之日, 本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的公司均未生产、销售任何与贵公司及其下属子公司生产、销售的产品构成竞争或可能竞争的产品, 未直接或间接经营任何与贵公司及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务, 也未参与投资任何与贵公司及其下属子公司生产、销售的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。</p> <p>2、自本承诺函签署之日起, 本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的公司将不生产、销售任何与贵公司及其下属子公司生产、销售的产品构成竞争或可能构成竞争的产品, 不直接或间接经营任何与贵公司及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务, 也不参与投资任何与贵公司及其下属子公司生产、销售的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。</p> <p>3、自承诺函签署之日起, 如本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的公司进一步拓展产品和业务范围, 本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的公司将不与贵公司及其下属子公司拓展后的产品或业务相竞争; 若与贵公司及其下属子公司拓展后的产品或业务产生竞争, 则本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的公司将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式, 或者将相竞争的业务纳入到贵公司经营的方式, 或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。</p> <p>4、在本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的公司与贵公司存在关联关系期间, 本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守, 本人/本公司/本企业将向公司赔偿一切直接和间接损失, 并承担相应的法律责任。</p> <p>二、规范和减少关联交易出具如下承诺:</p> <p>1、本人/本公司/本企业将采取措施尽量避免与贵公司发生关联交易。对于无法避免的任何关联业务往来或交易均按照公平、公允和等价有偿的原则进行, 交易价格应按市场公认的合理价格确定, 并按照规定履行相关决策程序和信息披露义务;</p> <p>2、按相关规定履行必要的关联董事、关联股东回避表决等义务, 遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务;</p> <p>3、保证不通过关联交易损害贵公司及其他股东的合法权益;</p> <p>4、双方就相互间关联事务及交易所做出的任何约定及安排, 均不妨碍对方为其自身利益、在市场同等竞争条件下与任何第三方进行业务往来或交易;</p> <p>5、本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的公司在此承诺并保证, 若违反上述承诺, 本人/本公司/本企业将承担由此引起的一切法律责任和后果, 并对相关各方造成的损失予以赔偿和承担。</p>	2017年03月15日	长期有效	正常履行中
首次公开发行或再融	ALEXANDER LIU; LOUISA FAN; 郭维; 胡建	其他承诺	<p>为保障公司摊薄即期回报填补措施能够得到切实履行, 并作出以下承诺:</p> <p>1、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益, 也不采用其他方式损害公司利益;</p> <p>2、对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束;</p>	2017年03月15日	长期有效	正常履行中

资时所作承诺	军；江志斌；刘开跃；刘之明；杨秋；张晓明；钟兴武		3、不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动； 4、由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩； 5、拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。			
首次公开发行或再融资时所作承诺	博士眼镜连锁股份有限公司	其他承诺	为维护广大股东利益，增强投资者信心，公司承诺，将采取如下措施在首次公开发行股票后填补被摊薄的即期回报： 1、规范募集资金使用，强化募集资金管理，提高募集资金的使用效率 首次公开发行股票募集资金到位后，公司将在募集资金的使用、核算、风险防范等方面强化管理，确保募集资金科学、合理地投入到相关的募投项目中。同时，公司将严格按照募集资金管理制度的相关规定，执行严格的募集资金监管制度，保证募集资金合理、合法、规范的使用。同时，在符合上述要求的基础上，公司将结合当时的市场状况、行业发展等多种因素，优化募集资金的使用，提高募集资金的使用效率。 2、加快募集资金投资项目的建设进度 在符合法律、法规、规范性文件以及公司募集资金管理制度规定的前提下，将根据市场状况、行业发展的客观条件，在确保公司募集资金规范、科学、合理使用的情况下，尽快完成募集资金投资项目的开发、建设，加快实现募集资金投资项目的预期经济效益。 3、加强品牌和信息化建设，提升核心竞争力 将依托首次公开发行股票并上市以及募集资金投资项目建设的契机，进一步提升公司在眼镜零售连锁经营领域的品牌影响力和行业地位，同时借助信息化建设，进一步提升客户服务水平、市场快速反应能力和管理效率等，从而整体上提升公司的核心竞争力。 4、建立健全投资者回报机制，完善利润分配政策 将依照公司上市后适用的公司章程以及股东分红回报规划的相关内容，建立和健全利润分配政策，既符合公司发展战略需要，又紧密结合公司发展阶段、经营状况、行业前景，并在充分考虑投资者利润分配意愿的基础上，完善利润分配政策，持续优化对投资者的回报机制，确保及时给予投资者合理的预期回报。	2017年03月15日	长期有效	正常履行中
首次公开发行或再融资时所作承诺	ALEXANDER LIU; LOUISA FAN	其他承诺	为保障公司摊薄即期回报填补措施能够得到切实履行，本人不滥用公司的控股股东或实际控制人地位，不侵占公司利益，不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送公司利益，也不采用其他方式损害公司利益。	2017年03月15日	长期有效	正常履行中
首次公开发行或再融资时所作承诺	博士眼镜连锁股份有限公司	其他承诺	如不能履行所作出的相关承诺，自愿提供如下保障措施： 1、应及时公告未履行相关承诺的原因，并立即采取措施消除相关违反承诺事项； 2、以自有资金履行相关承诺； 3、在自有资金不足以履行相关承诺时，处置公司其他资产保障相关承诺有效履行； 4、严格执行董事会决议采取的其他保障措施； 5、发生违反有关承诺之日起一个月内未开始执行上述消除违反承诺事项时，本公司认可董事会或	2017年03月15日	长期有效	正常履行中

			<p>董事会委托的第三方执行上述保障措施。</p> <p>6、如未履行相关承诺事项，致使相关利益方遭受损失的，将依法赔偿相关利益方损失，相关利益方具有依据此说明向本公司提起诉讼的权利。</p>			
首次公开发行或再融资时所作承诺	ALEXANDER LIU; LOUISA FAN	其他承诺	<p>如不能履行所作出的相关承诺，自愿提供如下保障措施：</p> <p>1、采取措施立即消除相关违反承诺事项；</p> <p>2、在消除相关违反承诺事项前，本人持有的发行人尚未转让股份不申请解锁和转让，并暂停领取归属于本人的发行人已宣告尚未发放和未来应得的现金股利；</p> <p>3、同意以本人自有财产履行相关承诺；</p> <p>4、如本人未在违反相关承诺事项后一个月内启动上述保障措施，授权发行人董事会、同意发行人董事会委托第三方执行上述保障措施；</p> <p>5、如本人未履行相关承诺事项，致使相关利益方遭受损失的，本人将依法赔偿相关利益方损失，相关利益方具有依据此说明向本人提起诉讼的权利。</p> <p>本说明一经作出，即构成本人对相关利益方不可撤销的单方面合同义务。</p>	2017年03月15日	长期有效	正常履行中
首次公开发行或再融资时所作承诺	ALEXANDER LIU; LOUISA FAN; 郭维; 何庆柏; 胡建军; 江志斌; 刘开跃; 刘之明; 杨秋; 张晓明; 郑庆秋; 钟兴武; 周演文	其他承诺	<p>如不能履行所作出的相关承诺，自愿提供如下保障措施：</p> <p>1、采取措施立即消除相关违反承诺事项；</p> <p>2、在消除相关违反承诺事项前，本人持有的发行人尚未转让股份不申请解锁和转让，并暂停领取归属于本人的发行人已宣告尚未发放和未来应得的现金股利；</p> <p>3、在消除相关违反承诺事项前，同意暂停向发行人领取50%的当月薪酬或津贴；</p> <p>4、如本人未在违反相关承诺事项后一个月内启动上述保障措施，授权发行人董事会、同意发行人董事会委托第三方执行上述保障措施；</p> <p>5、如本人未履行相关承诺事项，致使相关利益方遭受损失的，本人将依法赔偿相关利益方损失，相关利益方具有依据此说明向本人提起诉讼的权利。</p> <p>本说明一经作出，即构成本人对相关利益方不可撤销的单方面合同义务，且不得因本人职务变更、离职等原因而放弃履行承诺。</p>	2017年03月15日	长期有效	正常履行中
首次公开发行或再融资时所作承诺	ALEXANDER LIU; LOUISA FAN	其他承诺	<p>1、如发行人招股说明书中存在虚假记载、误导性陈述，或者在披露信息时发生重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股。同时，本人以市场价格购回首次公开发行股票时公开发售的股份。</p> <p>2、如因发行人招股说明书中存在的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将对上述发行人的赔偿义务承担连带责任。</p>	2017年03月15日	长期有效	正常履行中
首次公开发行或再融资时所作承诺	博士眼镜连锁股份有限公司	其他承诺	<p>1、如本公司招股说明书中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。本公司将在中国证监会出具有关违法事实的认定结果后及时进行公告，并在公告后5个交易日内根据相关法律法规及公司章程的规定召开董事会审议股份回购具体方案，并提交股东大会，本公司将根据股东大会决议及相关主管部门的审批依法启动回购首次公开发行的全部新股的相关程序，回购价格为市场价格。</p> <p>2、如因本公司招股说明书中存在的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易</p>	2017年03月15日	长期有效	正常履行中

			中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。			
首次公开发行或再融资时所作承诺	ALEXANDER LIU; LOUISA FAN; 郭维; 何庆柏; 胡建军; 江志斌; 刘开跃; 刘之明; 杨秋; 张晓明; 郑庆秋; 钟兴武; 周演文	其他承诺	如果发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将对发行人的赔偿义务承担个别及连带责任。	2017年03月15日	长期有效	正常履行中
首次公开发行或再融资时所作承诺	ALEXANDER LIU; LOUISA FAN	其他承诺	若公司及其子公司被国家有权部门要求补缴社会保险或住房公积金，本人将无条件全额承担公司及其子公司应补缴的费用以及因此所产生的所有相关费用，保证公司及其子公司不因此遭受任何直接和间接损失。本人前述声明、承诺与保证若存在虚假记载、误导性陈述与重大遗漏，本人将对信赖并依据前述声明、保证与承诺行事的公司及所有相关各方给予充分、及时而有效的赔偿，赔偿所及的范围将包括（但不限于）直接损失、间接损失及 / 或可得利益等。	2017年03月15日	长期有效	正常履行中
首次公开发行或再融资时所作承诺	ALEXANDER LIU; LOUISA FAN; 何庆柏; 刘开跃; 刘之明; 王伟; 王扬; 王瑛; 闫寒; 杨秋; 杨晓民; 曾骏文; 张晓明; 张笑丽; 郑庆秋; BING XIA	其他承诺	在任职期间每年转让的公司股份不超过本人所直接持有公司股份总数的百分之二十五；在申报离任后六个月内，不转让所持有的该等股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占本人所持有公司股票总数的比例不超过百分之五十。若本人在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职，自申报离职之日起十八个月内不转让所直接持有的公司股份；在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职，自申报离职之日起十二个月内不转让所直接持有的公司股份。	2017年03月15日	长期有效	正常履行中
首次公开发行或再融资时所作承诺	何庆柏; 刘开跃; 刘之明; 杨秋; 张晓明; 周演文	其他承诺	自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理所持有的江南道股权，也不由江南道回购该等股权；在本人任职期间每年转让的江南道股权不超过本人所持有的该公司股权总数的百分之二十五；在本人申报离任后六个月内，不转让所持有的该等股权；在申报离任六个月后的十二个月内转让股权占本人所持有该等股权总数的比例不超过百分之五十；若本人在公司首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职，自申报离职之日起十八个月内不转让所持有的江南道股权；在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职，自申报离职之日起十二个月内不转让所持有的江南道股权。	2017年03月15日	长期有效	正常履行中
股权激励承诺	博士眼镜连锁股份有限公司	其他承诺	公司 2018 年限制性股票激励计划信息披露文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。	2018年04月27日	至本次股权激励计划终止或有效期结束	正常履行中
股权激	博士眼镜连锁股份有限公司	其他承诺	2018 年限制性股票激励计划公司承诺不为激励对象依本激励计划获取有关限制性股票提供贷款以及其他任何形式的财务资助，包括为其贷款提供担保。	2018年04月27日	至本次股权激励计划终	正常履行

励承诺					止或有效期结束	中
股权激励承诺	激励对象名单详见巨潮资讯网上披露的《2018年限制性股票激励计划激励对象名单》及《2018年限制性股票激励计划预留部分授予日激励对象名单》	其他承诺	激励对象关于公司2018年限制性股票激励计划相关信息披露文件虚假记载等情况下所获利益返还公司的承诺:公司因信息披露文件中有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,导致不符合授予权益或行使权益安排的,本人应当自相关信息披露文件被确认存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后,将由本激励计划所获得的全部利益返还公司。	2018年04月27日	至本次股权激励计划终止或有效期结束	正常履行中
股权激励承诺	博士眼镜连锁股份有限公司	其他承诺	2021年限制性股票与股票期权激励计划公司承诺不为任何激励对象依本激励计划获取有关权益提供贷款以及其他任何形式的财务资助,包括为其贷款提供担保。	2021年04月20日	至本次股权激励计划终止或有效期结束	正常履行中
股权激励承诺	博士眼镜连锁股份有限公司	其他承诺	公司承诺2021年限制性股票与股票期权激励计划相关信息披露文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。	2021年04月20日	至本次股权激励计划终止或有效期结束	正常履行中
股权激励承诺	激励对象名单详见巨潮资讯网上披露的《2021年限制性股票与股票期权激励计划首次授予激励对象名单(授予日)》及《2021年限制性股票与股票期权激励计划预留部分授予激励对象名单(授予日)》	其他承诺	2021年限制性股票与股票期权激励计划的激励对象承诺:若公司因信息披露文件中有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,导致不符合授予权益或行使权益安排的,激励对象应当自相关信息披露文件被确认存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后,将由本激励计划所获得的全部利益返还公司。	2021年04月20日	至本次股权激励计划终止或有效期结束	正常履行中
其他承诺	汉高信息;洪良勇	业绩承诺及补偿安排	杭州汉高信息科技有限公司应全力支持其子公司杭州镜联易购网络科技有限公司的发展,杭州镜联易购网络科技有限公司在2023年、2024年、2025年(“业绩承诺期”)内需完成活跃眼镜零售门店在杭州镜联易购网络科技有限公司之镜联易购平台(现名:砦眼镜联盟平台,下同)注册和《合作协议书》签署的门店总家数分别不低于4,000家,7,000家,10,000家;且2024年、2025年需完成活跃眼镜零售门店在镜联易购平台产生的交易额(GMV)分别不低于壹亿伍仟万(150,000,000.00)元人民币、叁亿(300,000,000.00)元人民币。 活跃眼镜零售门店应符合下述标准:	2023年	2025年	正常履行中

			<p>(1) 自注册之日起每 365 天通过镜联易购平台完成不少于 4 次货品交易。若至 2025 年 12 月 31 日注册不满 365 天的, 则按每 30 天通过镜联易购平台完成不少于 1 次货品交易进行考核;</p> <p>(2) 各活跃眼镜零售门店首次完成注册后, 不得在任何时点和条件下再次注册。为免疑义, 各活跃眼镜零售店应以工商营业执照号作为 IP 的确认标准, 任一 IP 在镜联易购平台上仅能注册一次。若至业绩承诺期届满之日, 杭州镜联易购网络科技有限公司累计完成的业绩不足其所承诺目标累计值的 80% 且补偿系数大于 0, 则公司有权要求创始股东以现金方式进行补偿, 且应于杭州镜联易购网络科技有限公司 2025 年度审计报告出具 60 日内完成。</p> <p>补偿系数= (8,000-截至承诺期末累计实现的活跃眼镜零售门店数) /8,000*40% + (360,000,000-截至承诺期末累计实现的活跃眼镜零售门店交易额) /360,000,000*60%;</p> <p>现金补偿金额=补偿系数*股权转让交易对价*(1+6%单利*3 年)。</p>			
其他承诺	镜联易购; 洪良勇; 安吉视通企业管理合伙企业(有限合伙)	业绩承诺及补偿安排	<p>杭州镜联易购网络科技有限公司在 2023 年、2024 年、2025 年 (“业绩承诺期”) 内需完成活跃眼镜零售门店在杭州镜联易购网络科技有限公司之镜联易购平台 (现名: 砼眼镜联盟平台, 下同) 注册和《合作协议书》签署的门店总家数分别不低于 4,000 家, 7,000 家, 10,000 家; 且 2024 年、2025 年需完成活跃眼镜零售门店在镜联易购平台产生的交易额 (GMV) 分别不低于壹亿伍仟万 (150,000,000.00) 元人民币、叁亿 (300,000,000.00) 元人民币。</p> <p>活跃眼镜零售门店应符合下述标准:</p> <p>(1) 自注册之日起每 365 天通过镜联易购平台完成不少于 4 次货品交易。若至 2025 年 12 月 31 日注册不满 365 天的, 则按每 30 天通过镜联易购平台完成不少于 1 次货品交易进行考核;</p> <p>(2) 各活跃眼镜零售门店首次完成注册后, 不得在任何时点和条件下再次注册。为免疑义, 各活跃眼镜零售店应以工商营业执照号作为 IP 的确认标准, 任一 IP 在镜联易购平台上仅能注册一次。若杭州镜联易购网络科技有限公司未完成上述业绩承诺, 公司和杭州镜联企业管理合伙企业 (有限合伙) (“投资方”) 有权要求杭州镜联易购网络科技有限公司的实际控制人收购其所持有的股权, 且应于杭州镜联易购网络科技有限公司 2025 年度审计报告出具 60 日内完成, 或公司有权要求收购杭州镜联企业管理合伙企业 (有限合伙) /杭州镜联易购网络科技有限公司全部股东所持有的股权。具体如下:</p> <p>若截至业绩承诺期届满之日, 杭州镜联易购网络科技有限公司累计完成的活跃眼镜零售门店数不足其所承诺目标累计值的 50%, 或累计完成的活跃眼镜零售门店交易额不足其所承诺目标累计值的 50%; 则经投资方要求, 杭州镜联易购网络科技有限公司的实际控制人应按照投资方的认购对价加上该认购对价按 6% 年单利计算的利息 (前述利息的计算期间从投资方实际支付认购对价之日起计算至杭州镜联易购网络科技有限公司向投资方支付全部回购价格之日止) 回购该投资方所持有的全部股权。任一投资方不要求实际控制人根据本条回购公司股权的, 不影响其他投资方行使权利。</p> <p>若截至业绩承诺期届满之日, 杭州镜联易购网络科技有限公司累计完成的活跃眼镜零售门店数及累计完成的活跃眼镜零售门店交易额, 均大于其所承诺目标累计值的 50% (杭州镜联易购网络科技有限公司累计完成的活跃眼镜零售门店数及累计完成的活跃眼镜零售门店交易额, 均大于其所承诺目标累计值的 80% 的情况除外), 则公司或其指定方有权按照杭州镜联企业管理合伙企业的认购对价加上该认购对价按 6% 年单利计算的利息 (前述利息的计算期间从杭州镜联企业管理合伙</p>	2023 年	2025 年	正常履行中

			<p>企业实际支付认购对价之日起计算至业绩承诺期届满止) 回购杭州镜联企业管理合伙企业所持有的全部股权。</p> <p>若截至业绩承诺期届满之日, 杭州镜联易购网络科技有限公司累计完成的活跃眼镜零售门店数及累计完成的活跃眼镜零售门店交易额, 均大于其所承诺目标累计值的 80%, 则无需执行上述补偿措施。且公司或其指定方有权收购业绩承诺期届满时点上杭州镜联易购网络科技有限公司其他股东的所持有的全部公司股权, 收购价格以按收益法对杭州镜联易购网络科技有限公司评估的价值为基准确定。</p>			
--	--	--	--	--	--	--

（二）与本次发行相关的承诺

1、关于填补被摊薄即期回报措施得以切实履行的承诺

（1）公司控股股东、实际控制人

为保证公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，公司控股股东、实际控制人作出承诺如下：

“1、不会越权干预公司的经营管理活动，不会侵占公司利益。

2、自本承诺函出具日至公司本次向不特定对象发行可转换公司债券实施完毕前，若中国证监会、深圳证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足中国证监会、深圳证券交易所该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所的最新规定出具补充承诺。

3、本人承诺严格履行所作出的上述承诺事项，确保公司填补回报措施能够得到切实履行。如果本人违反所作出的承诺或拒不履行承诺，本人将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）等相关规定履行解释、道歉等相应义务，并同意中国证监会、深圳证券交易所和中国上市公司协会依法作出的监管措施或自律监管措施；给公司或者股东造成损失的，本人愿意依法承担相应补偿责任。”

（2）公司董事、高级管理人员

为保证公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，公司董事、高级管理人员作出承诺如下：

“1、忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法利益；

2、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

3、对本人的职务消费行为进行约束；

4、不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

5、由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、如公司未来拟实施股权激励，则未来股权激励方案的行权条件将与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

7、本人承诺严格履行所作出的上述承诺事项，确保公司填补回报措施能够得到切实履行。如果本人违反所作出的承诺或拒不履行承诺，本人将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）等相关规定履行解释、道歉等相应义务，并同意中国证监会、深圳证券交易所和中国上市公司协会依法作出的监管措施或自律监管措施；给公司或者股东造成损失的，本人愿意依法承担相应补偿责任；

8、本承诺函出具日后至公司本次向不特定对象发行可转换公司债券实施完毕前，若中国证监会、深圳证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会、深圳证券交易所该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所的最新规定出具补充承诺。”

2、关于持续满足债券余额不超过净资产 50%的承诺

本公司现就本次可转债发行相关事项作出如下承诺：

“1、截至本承诺函出具之日，公司拟申请发行不超过人民币 37,500.00 万元（含人民币 37,500.00 万元）可转债，本次发行可转债的期限为自发行之日起六年。除前述情况外，公司不存在其他已发行、已注册未发行或拟注册的债务融资工具。

2、本公司承诺将综合考虑资金需求、净资产情况、资本结构、偿债能力、市场情况等因素，确保本次发行不会导致公司累计债券余额超过最近一期末净资产额的 50%。若本次可转债未出现终止注册的情况，公司计划在本次可转债发行前，不发行任何其他计入累计债券余额的公司债及企业债，并且不向相关监管机构提交公司债/企业债的注册/备案申请文件。”

3、发行人持股 5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员针对认购本次可转债的说明及承诺

公司持股 5%以上股东及董事、监事、高级管理人员将根据市场情况决定是否参与本次可转债发行认购。

1、控股股东、实际控制人及其一致行动人承诺

针对本次可转债发行认购，公司控股股东、实际控制人及其一致行动人已承诺：

“1、若本人、本人之配偶、父母、子女（以下合称“关系密切的家庭成员”）及本人之一致行动人在本次可转换公司债券发行期首日起前六个月存在减持公司股票的情形，本人承诺本人及关系密切的家庭成员、一致行动人不参与本次可转换公司债券的发行认购，亦不会委托其他主体参与本次可转换公司债券的发行认购。

2、若在本次可转换公司债券发行首日前六个月内，本人及关系密切的家庭成员、一致行动人不存在减持公司股票的情形，将根据本次发行时的市场情况及资金安排决定是否参与本次可转换公司债券的认购，并严格履行相应信息披露义务。若认购成功，本人承诺本人及关系密切的家庭成员、一致行动人严格遵守相关法律法规关于短线交易的要求，自本次可转换公司债券发行首日（募集说明书公告日）起至本次可转换公司债券发行完成后六个月内不减持公司股票及本次发行的可转换公司债券。

3、本人自愿作出本承诺，并自愿接受本承诺的约束。若本人及本人关系密切的家庭成员、一致行动人违反本承诺减持公司股票或可转换公司债券的，因此所得收益全部归公司所有，并依法承担由此产生的法律责任。”

2、其他董事（不含独立董事）、监事、高管承诺

针对本次可转债发行认购，公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员已承诺：

“1、若本人、本人之配偶、父母、子女（以下合称“关系密切的家庭成员”）在本次可转换公司债券发行期首日起前六个月存在减持公司股票的情形，本人承诺本人及关系密切的家庭成员、一致行动人不参与本次可转换公司债券的发行认购，亦不会委托其他主体参与本次可转换公司债券的发行认购。

2、若在本次可转换公司债券发行首日前六个月内，本人及关系密切的家庭成员不存在减持公司股票的情形，将根据本次发行时的市场情况及资金安排决定是否参与本次可转换公司债券的认购，并严格履行相应信息披露义务。若认

购成功，本人承诺本人及关系密切的家庭成员严格遵守相关法律法规关于短线交易的要求，自本次可转换公司债券发行首日（募集说明书公告日）起至本次可转换公司债券发行完成后六个月内不减持公司股票及本次发行的可转换公司债券。

3、本人自愿作出本承诺，并自愿接受本承诺的约束。若本人及本人关系密切的家庭成员违反本承诺减持公司股票或可转换公司债券的，因此所得收益全部归公司所有，并依法承担由此产生的法律责任。”

3、独立董事承诺

针对本次可转债发行认购，公司独立董事已承诺：

“1、本人承诺本人及本人配偶、父母、子女不参与认购博士眼镜本次向不特定对象发行的可转换公司债券，亦不会委托其他主体参与本次可转换公司债券的发行认购。

2、本人自愿作出本承诺，并自愿接受本承诺函的约束。如本人及本人之配偶、父母、子女违反上述承诺，因此所得收益全部归公司所有，并依法承担由此产生的法律责任。”

五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的基本情况

1、现任董事的基本情况

截至本募集说明书签署之日，公司现任董事 9 名，基本情况如下：

单位：万元

姓名	职务	性别	年龄	任职期限	2024 年从公司领取税前报酬总额
ALEXANDER LIU	董事长	男	63	2024-02-26 至 2027-02-26	174.91
LOUISA FAN	董事、总经理	女	56	2024-02-26 至 2027-02-26	164.78
刘之明	董事	男	53	2024-02-26 至 2027-02-26	86.78
何庆柏	董事、副总经理	男	49	2024-02-26 至 2027-02-26	86.76
郑庆秋	董事、副总经理	女	52	2024-02-26 至 2027-02-26	86.94

戴新召	董事	男	40	2025-05-19 至 2027-02-26	-
兰佳	独立董事	女	45	2024-02-26 至 2027-02-26	8.47
王伟	独立董事	男	48	2024-02-26 至 2027-02-26	9.20
廖素华	独立董事	女	68	2024-02-26 至 2027-02-26	8.47

2、现任监事的基本情况

截至本募集说明书签署之日，公司现任监事 3 名，基本情况如下：

单位：万元

姓名	职务	性别	年龄	任职期限	2024 年从公司 领取税前报酬 总额
杨晓民	监事会主席	男	38	2024-02-26 至 2027-02-26	27.30
闫寒	监事	女	41	2024-02-26 至 2027-02-26	15.46
张笑丽	职工监事	女	45	2024-02-26 至 2027-02-26	23.93

3、现任高级管理人员的基本情况

截至本募集说明书签署之日，公司现任除董事以外的高级管理人员 4 名，基本情况如下：

单位：万元

姓名	职务	性别	年龄	任职期限	2024 年从公司 领取税前报酬 总额
丁芸洁	副总经理、董事 会秘书	女	40	2024-02-26 至 2027-02-26	78.47
康海文	副总经理、 财务总监	男	44	2024-02-26 至 2027-02-26	78.00
周演文	副总经理	男	50	2024-02-26 至 2027-02-26	68.01
杨勇	副总经理	男	43	2024-02-26 至 2027-02-26	79.19

(二) 现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简历

1、董事

ALEXANDER LIU 先生，参见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“三、控股股东和实际控制人基本情况”之“(一) 控股股东和实际控制人”。

LOUISA FAN 女士，参见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“三、控股股东和实际控制人基本情况”之“（一）控股股东和实际控制人”。

刘之明先生，1972 年出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。1997 年开始就职于公司，先后担任人力资源部经理、总经办主任、工程部经理、投资发展部总监、副总经理；2011 年至今任公司董事，并兼任公司多家子公司董事长、董事、监事等职务。

何庆柏先生，1976 年出生，中国国籍，无境外居留权，中专学历。2000 年开始就职于公司，先后担任区域营运总监、区域营运高级总监、监事会主席；2018 年至今任公司副总经理；2023 年至今任公司营运副总裁；现任公司董事、副总经理，并兼任公司多家子公司董事、监事等职务。

郑庆秋女士，1973 年出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。1997 年开始就职于公司，先后担任质检部经理、采购部经理、采购部副总监、监事；2014 年至今任商品运营部总监；2018 年至今任公司副总经理；现任公司董事、副总经理，并兼任公司多家子公司董事长、董事、监事等职务。

戴新召先生，1981 年出生，中国国籍，无境外居留权。本科学历，曾先后任职于华侨城洲际酒店、华润凯悦国际酒店、中国电信大运项目组、酷派股份有限公司、华孚纺织股份有限公司。2016 年入职本公司，先后在公司担任行政经理、拓展经理，2023 年至今担任本公司门店开发负责人；现任公司董事，并兼任公司两家子公司董事长、董事职务。

兰佳先生，1980 年出生，中国国籍，中共党员，无境外永久居留权，毕业于中南财经政法大学，取得金融学专业硕士学位，持有注册会计师证。曾先后任职于国家审计署资源环保局、中国证监会、上海猎鹰网络有限公司、国光电器股份有限公司、智度科技股份有限公司；2021 年至 2025 年 4 月担任新希望六和股份有限公司董事会秘书、首席战略投资官；2023 年至今担任鸿合科技股份有限公司独立董事；现任公司独立董事。

王伟先生，1977 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于郑州大学法律专业，本科学历。曾先后任职于河南达成律师事务所、兴华企业（集团）有限公司、广东金地律师事务所；2025 年 2 月至今担任上海功承瀛泰（深圳）

律师事务所执行主任；2021 年至今担任深圳市律师协会副会长；现任公司独立董事。

廖素华女士，1957 年出生，中国国籍，无境外居留权，毕业于亚洲（澳门）国际公开大学，取得工商管理硕士学位。曾先后任职于深圳市罗湖区中医院、深圳市中医院、深圳市滨海医院、北京大学深圳医院；2018 年至 2021 年担任公司董事；2017 年至今担任深圳市视光学会会长；2021 年至今担任广东省康复医学会视觉康复分会副会长；2022 年至今担任深圳市医学会眼科专业委员会顾问；2023 年至今担任广东省视光学学会名誉理事长；现任公司独立董事。

2、监事

杨晓民先生，1987 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于肇庆学院，本科学历。曾先后任职于雷柏科技股份有限公司、华行玩具（深圳）有限公司。2018 年入职公司，先后担任内控主管、监察副经理，2021 年至今任公司核算经理、监事会主席。

闫寒女士，1984 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2005 年开始就职于公司，先后担任商品专员、采购专员、财务会计，2013 年至今任公司商品专员，2021 年至今任公司监事。

张笑丽女士，1980 年出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。2002 年开始就职于公司，2002 年至 2018 年任公司会计，2018 年至今任公司续约主管，2021 年至今任公司职工代表监事。

3、除董事以外的高级管理人员

丁芸洁女士，1985 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于厦门大学 and 早稻田大学，取得会计学硕士学位和经济学硕士学位，已取得深圳证券交易所上市公司董事会秘书资格证书。曾先后任职于平安证券有限责任公司、广东乐心医疗电子股份有限公司、大连智云自动化装备股份有限公司；2024 年 1 月入职公司，现任公司副总经理、董事会秘书。

康海文先生，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于中山大学管理学院，取得会计学学士学位和工商管理硕士学位，持有注册会计师、中级会计师证。曾先后任职于毕马威（华振）会计师事务所广州分所、广州立白

企业集团有限公司、深圳市名家汇科技股份有限公司、深圳市讯方技术股份有限公司、深圳市普路通供应链管理股份有限公司、深圳前海翼联科技有限公司；2022 年至今担任广东奥飞数据科技股份有限公司独立董事；2023 年 3 月至 2024 年 11 月担任宝德计算机系统股份有限公司独立董事；2024 年 1 月入职公司，现任公司副总经理副总经理、财务总监。

周演文先生，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。2001 年开始就职于公司，先后担任店经理、督导、分区经理、区域运营总监、职工代表监事；2023 年至今任公司营运副总裁；现任公司副总经理，并兼任公司多家子公司监事等职务。

杨勇先生，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2008 年开始就职于公司，先后担任配镜顾问、店经理、督导、分区副经理、分区经理、区域运营总监；2023 年至今任公司营运副总裁；现任公司副总经理，并兼任公司多家子公司监事等职务。

（三）现任董事、监事和高级管理人员及其他核心人员的对外兼职情况

截至 2024 年 12 月 31 日，公司控股股东、实际控制人对外投资及兼职情况参见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“三、控股股东和实际控制人基本情况”之“（一）控股股东及实际控制人”之“4、控股股东及实际控制人投资的其他企业及兼职情况”。

截至 2024 年 12 月 31 日，除公司及其子公司外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位名称	担任职务	兼职单位与公司关系
ALEXANDER LIU	董事长	博成（香港）有限公司	董事	公司实际控制人控制的其他企业
LOUISA FAN	董事、总经理	博成（香港）有限公司	董事	公司实际控制人控制的其他企业
夏伟奇	董事	杭州狸仔科技有限公司	董事	-
		杭州知鱼之乐企业管理有限公司	执行董事兼总经理	-
		虎虎健康科技（杭州）有限公司	董事	-
		飞象（杭州）资产管理有限公司	投资总监、监事	-

		杭州云之核科创发展有限公司	监事	-
兰佳	独立董事	西藏智恒实业有限公司	执行董事、总经理	-
		拉萨经济技术开发区智恒咨询有限公司	执行董事、经理	-
		北京智度德正投资有限公司	执行董事、经理	-
		新希望六和股份有限公司	董事会秘书、首席战略投资官	-
		广东新希望新农业股权投资基金管理有限公司	董事	-
		鸿合科技股份有限公司	独立董事	-
王伟	独立董事	上海功承瀛泰（深圳）律师事务所	执行主任	-
		深圳市律师协会	副会长	-
		华强方特文化科技集团股份有限公司	独立董事	-
廖素华	独立董事	深圳市视光学会	会长	-
		广东省康复医学会视觉康复分会	副会长	-
		深圳市医学会眼科专业委员会	顾问	-
康海文	副总经理、财务总监	广东奥飞数据科技股份有限公司	独立董事	-
		宝德计算机系统股份有限公司	独立董事	-

(四) 现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持有公司股份及变动情况

单位：万股

姓名	职务	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
ALEXANDER LIU	董事长	3,549.17	3,549.17	3,549.17
LOUISA FAN	董事、总经理	3,842.09	3,842.09	3,842.09
刘之明	董事	50.23	-	-
何庆柏	董事、副总经理	17.10	22.60	22.60
郑庆秋	董事、副总经理	34.05	45.40	45.40
戴新召	董事	-	-	-
王伟	独立董事	-	-	-

兰佳	独立董事	-	-	-
廖素华	独立董事	-	-	-
杨晓民	监事会主席	-	-	-
闫寒	监事	-	-	-
张笑丽	职工监事	-	-	-
丁芸洁	副总经理、董事会秘书	-	-	-
康海文	副总经理、财务总监	-	-	-
杨勇	副总经理	0.96	0.96	2.70
周演文	副总经理	1.80	1.80	7.33

（五）公司对董事、高级管理人员及其他员工的激励情况

1、2018 年限制性股票激励计划

（1）2018 年 5 月，向激励对象首次授予 2018 年限制性股票

2018 年 5 月 18 日，发行人 2017 年度股东大会审议通过了《关于公司〈2018 年限制性股票激励计划（草案）〉及其摘要的议案》，同意实施 2018 年激励计划。

2018 年 5 月 31 日，发行人第三届董事会第六次会议审议通过了《关于向公司 2018 年限制性股票激励计划激励对象首次授予限制性股票的议案》，同意以 2018 年 5 月 31 日为首次授予日，向 24 名首次授予激励对象授予限制性股票 1,260,000 股。

在确定授予日后的资金缴纳过程中，1 名激励对象由于个人原因自愿放弃参与 2018 年激励计划的资格以及放弃认购全部拟授予其的限制性股票，经调整后，2018 年激励计划首次授予对象人数由 24 名调整为 23 名，授予限制性股票总数由 1,580,000 股调整为 1,530,000 股，其中首次授予限制性股票数量由 1,260,000 股调整为 1,210,000 股，预留 230,000 股不变。

（2）2019 年 4 月，2018 年激励计划预留部分限制性股票授予

2019 年 4 月 18 日，发行人第三届董事会第十三次会议审议通过了《关于向激励对象授予 2018 年限制性股票激励计划预留部分限制性股票的议案》，同

意以 2019 年 4 月 18 日为预留授予日，向 5 名预留授予激励对象授予限制性股票 320,000 股。

在授予之后的资金缴纳及股份登记过程中，不存在激励对象放弃拟授予限制性股票的情形。

（3）2019 年 5 月，2018 年激励计划限制性股票回购注销

2019 年 5 月 9 日，发行人 2018 年度股东大会审议通过了《关于回购注销部分激励对象已获授但尚未解锁的限制性股票的议案》，决定回购注销 2 名离职激励对象已获授但尚未解锁的 40,000 股限制性股票。

（4）2021 年 7 月，2018 年激励计划限制性股票回购注销

2021 年 7 月 19 日，发行人 2021 年第二次临时股东大会审议通过了《关于回购注销 2018 年限制性股票激励计划激励对象已获授但尚未解锁的限制性股票的议案》，决定回购注销 1 名离职激励对象已获授但尚未解锁、首次授予部分第三个限售期及预留授予部分第二个限售期 25 名激励对象已获授但不符合解锁条件的限制性股票共计 233,026 股。

2、2021 年限制性股票与股票期权激励计划

2021 年 5 月 11 日，发行人 2020 年度股东大会审议通过了《关于<博士眼镜连锁股份有限公司 2021 年限制性股票与股票期权激励计划（草案）>及其摘要的议案》，同意实施 2021 年激励计划。

（1）限制性股票

1) 2021 年 5 月，2021 年激励计划限制性股票首次授予

2021 年 6 月 11 日，发行人第四届董事会第五次会议审议通过了《关于向公司 2021 年限制性股票与股票期权激励计划激励对象首次授予限制性股票与股票期权的议案》，同意以 2021 年 6 月 11 日为首次授予日，向 27 名首次授予激励对象授予限制性股票 1,570,000 股。

在授予之后的资金缴纳及股份登记过程中，不存在激励对象放弃拟授予限制性股票的情形。

2) 2022 年 1 月，2021 年激励计划预留部分限制性股票授予

2022年1月27日，发行人第四届董事会第十次会议审议通过了《关于向激励对象授予2021年限制性股票与股票期权激励计划预留限制性股票与股票期权的议案》，同意以2022年1月27日为预留授予日，向2名预留授予激励对象授予限制性股票150,000股。

在授予之后的资金缴纳及股份登记过程中，不存在激励对象放弃拟授予限制性股票的情形。

3) 2022年8月，2021年激励计划限制性股票回购注销

2022年8月2日，发行人2022年第一次临时股东大会审议通过了《关于调整2021年限制性股票与股票期权激励计划限制性股票回购价格及回购注销部分限制性股票的议案》，决定回购注销1名离职激励对象已获授但尚未解锁、首次授予部分第一个限售期4名激励对象已获授但不符合解锁条件的限制性股票共计51,200股。

4) 2023年9月，2021年激励计划限制性股票回购注销

2023年9月18日，发行人2023年第一次临时股东大会审议通过了《关于调整2021年限制性股票与股票期权激励计划限制性股票回购价格及回购注销部分限制性股票的议案》，决定回购注销1名离职激励对象已获授但尚未解锁、首次授予部分第二个限售期7名激励对象已获授但不符合解锁条件的限制性股票共计44,400股。

5) 2024年5月，2021年激励计划限制性股票回购注销

2024年5月22日，发行人2023年度股东大会审议通过了《关于2021年限制性股票与股票期权激励计划回购注销部分限制性股票的议案》，决定回购注销3名离职激励对象已获授但尚未解锁的限制性股票共计73,500股。

2024年9月20日，发行人2024年第二次临时股东大会审议通过了《关于调整2021年限制性股票与股票期权激励计划限制性股票回购价格及回购注销部分限制性股票的议案》，决定回购注销首次授予部分第三个限售期2名激励对象已获授但不符合解锁条件的限制性股票共计7,200股。

(2) 股票期权激励

1) 股票期权的首次授予

2021年6月11日，发行人第四届董事会第五次会议审议通过了《关于向公司2021年限制性股票与股票期权激励计划激励对象首次授予限制性股票与股票期权的议案》，同意以2021年6月11日为首次授予日，向341名首次授予激励对象授予股票期权3,961,000份。

发行人于2021年6月28日披露《关于2021年限制性股票与股票期权激励计划激励对象首次授予股票期权登记完成的公告》，本次授予股票期权登记完成的激励对象名单与发行人此前已公示的2021年激励计划首次授予激励对象名单完全一致。

2022年7月1日，发行人第四届董事会第十二次会议审议通过了《关于2021年限制性股票与股票期权激励计划首次授予股票期权第一个行权条件成就的议案》，同意公司办理首次授予股票期权第一个行权期行权事宜，符合行权条件的激励对象共计315人，可行权的股票期权数量为1,377,600份。

2023年7月3日，公司第四届董事会第二十次会议审议通过了《关于2021年限制性股票与股票期权激励计划首次授予股票期权第二个行权条件成就的议案》，同意公司办理首次授予股票期权第二个行权期行权事宜，符合行权条件的激励对象共计277人，可行权的股票期权数量为931,740份。

2024年7月5日，公司第五届董事会第四次会议审议通过了《关于2021年限制性股票与股票期权激励计划首次授予股票期权第三个行权条件成就的议案》，同意公司办理首次授予股票期权第三个行权期行权事宜，符合行权条件的激励对象共计262人，可行权的股票期权数量为923,880份。

2) 股票期权的预留授予

2022年1月27日，发行人第四届董事会第十次会议审议通过了《关于向激励对象授予2021年限制性股票与股票期权激励计划预留限制性股票与股票期权的议案》，同意以2022年1月27日为预留授予日，向57名预留授予激励对象授予股票期权500,000份。

根据发行人于2022年2月25日披露的《关于2021年限制性股票与股票期权激励计划预留部分授予股票期权登记完成的公告》，1名核心业务人员因离

职不符合激励资格，2名核心业务人员因个人原因自愿放弃参与激励计划的资格，激励对象人数由57名调整为54名，预留授予股票期权总数由500,000份调整为480,000份。

2023年4月25日，公司第四届董事会第十八次会议审议通过了《关于2021年限制性股票与股票期权激励计划预留部分授予股票期权第一个行权条件成就的议案》，同意公司办理预留部分授予股票期权第一个行权期行权事宜，符合行权条件的激励对象共计43人，可行权的股票期权数量为180,400份。

2024年4月1日，公司第五届董事会第二次会议审议通过了《关于2021年限制性股票与股票期权激励计划预留部分授予股票期权第二个行权条件成就的议案》，同意公司办理预留部分授予股票期权第二个行权期行权事宜，符合行权条件的激励对象共计38人，可行权的股票期权数量为161,400份。

3) 期权行权情况

截至2024年12月31日，2021年限制性股票与股票期权激励计划股票期权行权情况如下表所示：

行权期间	行权数量
2022年度	866,311份
2023年度	1,013,567份
2024年度	1,101,082份

六、公司所处行业的基本情况

（一）公司所处行业概况

公司是一家专业从事眼镜零售连锁经营的企业，致力于为消费者提供时尚、个性的眼镜产品和专业的视觉健康解决方案。公司产品结构丰富多样，通过线上线下一体化方式销售镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜系列产品及眼健康周边产品，为消费者提供引导挑选合适眼镜产品、验光配镜、佩戴调试、售后服务与回访的一站式服务以及医疗场景下的视光服务。

为满足不同客群的多场景消费需求，公司积极打造六大眼镜零售品牌，进行多层次市场布局，形成了差异化的品牌矩阵，具体包括定位于“高端定制”的“President optical”总统眼镜品牌、定位于“专业视光”的“博士眼镜”品

牌、定位于“新消费零售”的“Boojing”品牌、定位于“时尚快消”的“zèle”品牌、定位于“全国加盟”的“砫（石人工）”品牌、定位于“复古文化主题”的“ZORRO”品牌。

公司所属行业为眼镜零售行业，公司采用的经营方式为连锁经营模式。按照中国证监会颁布的《上市公司行业统计分类与代码》，公司属于“F52 零售业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司主营业务属于“F52 零售业”。

（二）行业主管部门和监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门和监管体制

我国对眼镜零售连锁行业的监管采取国家宏观调控和行业自律相结合的方式。国家通过发展和改革委员会、商务部、工业和信息化部、国家市场监督管理总局、国家药品监督管理局等部门负责规范眼镜行业市场监督管理，引导眼镜零售业规范发展，中国眼镜协会为中国眼镜零售行业的自律性组织。

国家发展和改革委员会综合研究经济和社会发展政策，进行总量平衡，指导总体经济体制改革；商务部负责拟订国内外贸易和国际经济合作的发展战略、方针、政策，起草国内外贸易、国际经济合作和外商投资的法律法规，制定实施细则、规章，规范市场运行、流通秩序等；工业和信息化部负责制定行业技术法规、行业标准、行业政策、行业规划，对行业的发展方向进行宏观调控，推进产业结构战略调整和优化升级；国家市场监督管理总局负责市场综合监督管理，起草眼镜零售行业市场监督管理有关法律法规草案，制定有关规章、政策、标准，负责市场主体统一登记注册，推动市场主体信用体系建设；国家药品监督管理局负责药品、医疗器械和化妆品安全监督管理，拟订监督管理政策规划，组织起草法律法规草案、拟定部门规章，负责药品、医疗器械和化妆品标准管理、注册管理，制定注册管理制度，严格上市审评审批并组织实施。

中国眼镜协会是眼镜行业唯一的全国性行业组织，是由中国境内从事眼镜及相关产品生产、验配、经营和服务的企业，教学培训单位，技术机构以及相关社会团体和个人自愿组成的非营利性社会团体法人，主要承担企业服务，行业自律、协调、监督以及企业合法权益保护等职能，协助政府加强行业管理的

职能。协会下设眼镜架及成镜、眼镜片及毛坯、角膜接触镜、设备仪器、验光配镜、质量标准、眼镜零配件七个专业委员会和视光师分会，各分支机构根据协会的委托开展专业活动。

3、行业主要法律法规和政策

序号	发布者	发布时间	法律法规或政策名称	相关内容
1	中共中央办公厅、国务院办公厅	2025年3月	《提振消费专项行动方案》	深入实施数字消费提升行动，大力培育品质电商。开展“人工智能+”行动，促进“人工智能+消费”，加速推动自动驾驶、智能穿戴、超高清视频、脑机接口、机器人、增材制造等新技术新产品开发与应用推广，开辟高成长性消费新赛道
2	商务部、国家发改委等七部门	2024年12月	《零售业创新提升工程实施方案》	鼓励应用数字技术优化标准流程，赋能开店布局、进销存管理、物流配送、防伪溯源等环节，推动信息系统等智能化升级，推动实体零售与数字经济深度融合，形成新质生产力
3	中国连锁经营协会	2024年11月	《连锁经营及互联网消费领域标准化发展规划（2024-2028年）》	推动连锁经营及互联网消费领域高质量发展的标准体系不断完善，标准体系的系统性、协调性、开放性和适用性显著增强，标准供给和保障能力明显提升，标准化质量效益与实施成效不断显现
4	国务院	2024年3月	《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》	国家加大消费者合法权益保护力度，建立和完善经营者守法、行业自律、消费者参与、政府监管和社会监督相结合的消费者权益保护共治体系。国家加强消费商品和服务的标准体系建设，鼓励经营者制定实施严于国家标准或者行业标准的企业标准，不断提升商品和服务质量
5	国家卫生健康委员会	2024年5月	《近视防治指南（2024年版）》	针对近视的矫正与控制，提出可采用框架眼镜、角膜接触镜、药物、手术矫正等方式
6	国家卫生健康委员会	2023年7月	《防控儿童青少年近视核心知识十条》	提出确诊近视应及时科学干预，通过配戴眼镜等进行矫正
7	教育部	2023年3月	《2023年全国综合防控儿童青少年近视重点工作计划》	指出“提升近视矫治水平”“支持和引导相关认证机构大力推广眼视光产品及验光配镜服务认证，以高水平的认证制度保障近视防控工作的开展”
8	工业和信息化部等5部门	2022年6月	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	强调眼镜行业以有害光防护、光敏感防护、抗疲劳、青少年近视管控、成人渐进等多功能镜片产品等方向增加升级创新产品
9	国家卫生健康	2022年1	《国家卫生健康	提升近视防控和矫治水平，推动近视科

	康委员会	月	委关于印发“十四五”全国眼健康规划（2021-2025年）的通知》	学矫治，搭建眼健康服务支撑平台等
10	中国眼镜协会	2021年11月	《眼镜行业“十四五”高质量发展指导意见》	提出解决民生多层次视觉健康、时尚消费需求，同时将儿童青少年近视防控作为眼镜行业“十四五”发展的重要任务
11	教育部、国家卫健委等	2021年4月	《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021—2025年）》	聚焦儿童青少年近视防控，指出需要提升专业指导和矫正质量
12	全国人大	2021年3月	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	完善现代商贸流通体系，培育一批具有全球竞争力的现代流通企业，支持便利店、农贸市场等商贸流通设施改造升级，发展无接触交易服务，加强商贸流通标准化建设和绿色发展
13	国务院	2021年2月	《医疗器械监督管理条例》	规定了对从事医疗器械的研制、生产、经营、使用活动的监督管理
14	国家市场监督管理总局	2020年10月	《眼镜制配计量监督管理办法》	规定了境内从事眼镜制配计量活动和相关的计量监督管理，规范眼镜制配的计量行为

（三）行业近三年在新技术、新产业、新业态、新模式方面的发展情况和未来发展趋势

1、眼镜行业简介

眼镜是一种兼具保护与装饰的消费品，由镜片和镜架组合起来的，用来改善视力、保护眼睛或用作装饰用途的用品。

眼镜的保护功能主要体现在镜片上，镜片为眼镜的重要组成部分，为曲面透明材料，具有调节进入眼睛之光量、矫正视力、保护眼睛的作用。随着消费者的成熟，视力保护理念日益提高，越来越多的消费者开始关心镜片的品质与功能，如防蓝光、防辐射，耐刮伤等。渐进式眼镜片可以同时解决近视和老花的问题而越来越受到消费者的青睐。

眼镜的装饰功能主要体现在镜架上，不仅为眼镜配套时起到支架作用，还具有装饰性作用。镜架材料主要包括金属、塑料或树脂以及天然材料等，作为个人的重要配饰，由于色调、风格和材质的不同，镜架产品能够改变个人形象。

近年来眼镜零售市场的业态越来越细分化，眼镜消费的市场规模不断扩大，消费需求也更加多元化、个性化。随着科技发展，虚拟现实（VR）、人工智能（AI）等智能眼镜产品也越来越多地出现，眼镜产品的概念和应用范围进一步扩大。

2、眼镜的分类

结合眼镜产品主要功能和通用的分类方法，眼镜产品可以分为以下几类：

按产品功能分类	矫正眼镜	视力矫正眼镜，一种用于改善视力问题的眼镜，如近视矫正眼镜、远视矫正眼镜、散光矫正眼镜等
	太阳镜	一种为防止太阳强光及紫外线刺激造成人眼伤害的视力保护用品，也作为时尚装饰使用
	老花镜	一种为了满足眼睛老花人群需要的光学产品
	工业防护眼镜	专为工业生产中保护眼睛和面部免受伤害设计的防护眼镜
	青少年近视管理镜片	通过光学镜片的独特设计，使光学信号通过镜片成像在视网膜前，形成近视性离焦，达到延缓眼轴的增长，延缓近视度数的增长
	智能眼镜	一种集成了微型显示器、传感器和处理器等高科技组件的可穿戴设备，通过科技融合提供除视力矫正以外的其他用途，通常具备语音或动作操控能力，可以部分实现添加日程、地图导航、拍摄照片和视频、视频通话等功能
	运动眼镜	运动中所佩戴的安全防护眼镜，通常具有安全、保护、舒适、美观的功效
	其他功能眼镜	特殊设计的功能眼镜，除了具备基本的视力矫正功能以外，还提供额外的特定功能，以满足不同用户群体的需求，如变色眼镜、防蓝光眼镜、抗疲劳眼镜、渐进多焦点镜
按产品形态分类	框架眼镜	日常最常见的一种眼镜，由镜框和镜片组成的眼镜
	隐形眼镜	一种戴在眼球角膜上，用以矫正视力或保护眼睛的镜片，根据材料的软硬包括硬性、半硬性、软性三种
	可穿戴智能眼镜	一种集成了微型显示器、传感器和处理器等高科技组件的可穿戴设备

3、智能眼镜简介

近年来由于智能硬件技术及 Deepseek、ChatGPT、Kimi、豆包、通义千问等 AI 大模型的快速发展，大量创业公司和知名品牌大厂开始瞄准智能眼镜领域，尤其是 Ray-Ban Meta 产品的市场成功进一步激发了市场对智能眼镜领域的关注。技术进步为智能眼镜注入了强大的计算能力和智能化功能，使智能眼镜从简单的信息显示设备逐渐演变为集语音交互、实时翻译、AR 导航、健康监测、智能助手等多功能于一体的智能终端。智能眼镜作为可穿戴设备领域的核心技术载

体，融合增强现实（AR）、虚拟现实（VR）、人工智能（AI）及物联网（IoT）等前沿技术，正在重塑消费电子、工业制造、医疗健康及军事安防等领域的交互模式。

AI 智能眼镜特征



资料来源：艾瑞咨询

目前 AI 智能眼镜主要分为三类：无摄像头智能眼镜、带摄像头智能眼镜以及带显示屏智能眼镜。无摄像头智能眼镜主要指集成了音频、无线通讯等模块，主打 AI 语音交互、音乐、通话等功能；带摄像头智能眼镜可进一步提供图像拍摄能力，同时根据 AI 软件算法可实现图像识别等功能；带显示屏智能眼镜（即 AI+AR 智能眼镜）则主要集成了 AR 光学显示技术，可以实时输出显示画面，能够配合摄像头模块进行手势交互等识别功能。

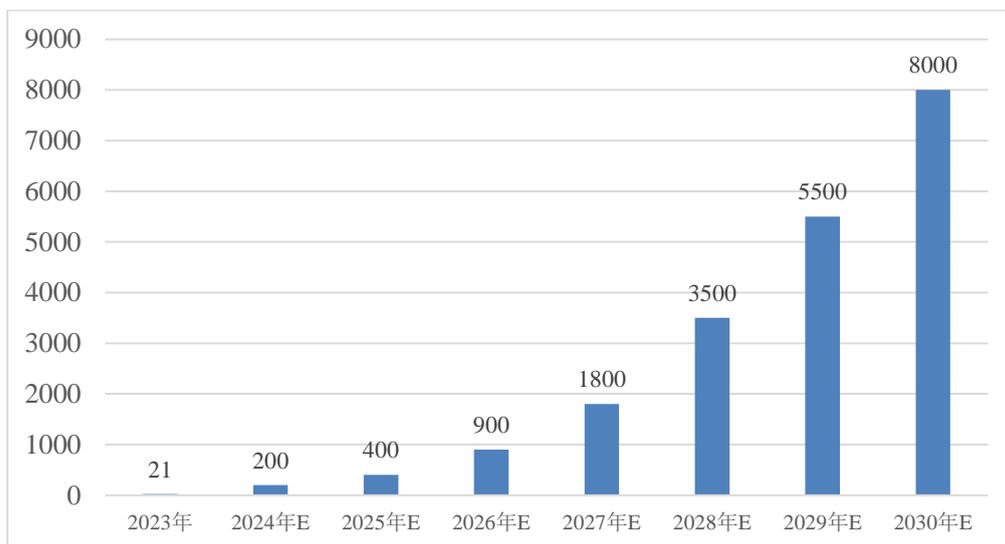
智能眼镜发展趋势



智能眼镜作为下一代人机交互核心入口，正处于技术红利向商业价值转化的关键窗口期。根据 WellSenn XR 预测数据，2024 年全球 AI 智能眼镜销量将达 200 万副，2025 年预计部分传统手机厂商、互联网厂商等企业将会积极布局探索智能眼镜领域，推动 2025 年全球出货量进一步增长至 400 万副。到 2030

年，AI+AR 技术有望发展到成熟阶段，智能眼镜将进入到高速发展期，2030 年全球 AI 智能眼镜出货量有望增长至 8,000 万副，2023-2030 年智能眼镜销售量年均复合增长率将达 134%。

AI 智能眼镜销量规模预测（万副）



数据来源：Wellsenn XR

4、行业发展概况及发展前景

（1）中国零售业总体情况

1）中国社会消费品零售总额概况

近年来随着国民收入水平的不断提高、消费市场规模的不断壮大，中国社会消费品零售市场展现出稳健增长态势，消费作为经济增长的主引擎持续发挥着重要作用。根据国家统计局数据，中国社会消费品零售总额由 2013 年的 23.23 万亿增长到 2023 年的 47.15 万亿，复合增长率达 7.34%，增长势头良好。随着经济结构的不断优化，高品质、个性化、智能化产品将更受消费者青睐，进一步推动市场规模持续增长。同时，国家政策层面的支持也将为市场发展创造有利条件，如鼓励消费、优化消费环境、加强市场监管等。

2013-2023 年中国社会消费品零售总额（万亿元）



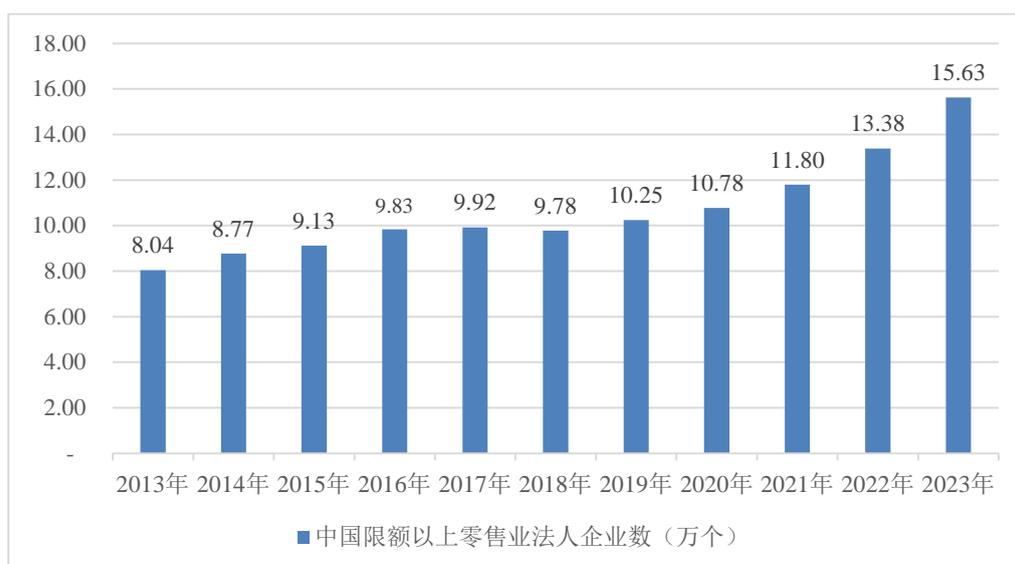
数据来源：国家统计局

2) 中国零售企业发展状况

零售业事关国计民生，是国民经济的基础行业，在引导生产、扩大消费、吸纳就业、保障民生等方面发挥着重要的作用。根据国家统计局数据，2013 年我国限额以上零售业法人企业单位数为 8.04 万个，至 2023 年增长到 15.63 万个，复合增长率达 6.88%，我国零售市场主体持续增长。

国民经济持续快速增长为消费市场发展壮大提供了有力支撑，预计未来我国零售市场将继续保持良好增长势头，零售行业线上线下融合将成为主流趋势。物联网、人工智能及数字化营销的深入应用，将重塑零售行业的运营模式，构建起高效、智能且个性化的消费生态系统。

我国限额以上零售企业家数（万个）



数据来源：国家统计局

3) 连锁零售企业发展情况

近年来我国连锁零售市场持续扩大，增速良好。根据国家统计局数据，2013年我国连锁零售企业门店为20.41万个，至2023年增长至39.83万个，复合增长率达6.92%，增速较快。2013年我国连锁零售企业商品销售额为3.80万亿元，至2023年已经增长到4.26万亿元，其中2023年同比增长率达9.09%。

中国连锁零售企业门店及商品销售额（个、亿元）



数据来源：国家统计局

随着消费者需求的多样化和市场竞争的加剧，连锁零售企业需要在产品创新、服务升级和数字化转型等方面不断探索和突破，以适应市场的快速变化。同时新兴业态如无人零售、自助技术等不断兴起，提升了零售效率和便捷性。

（2）眼镜零售行业发展状况

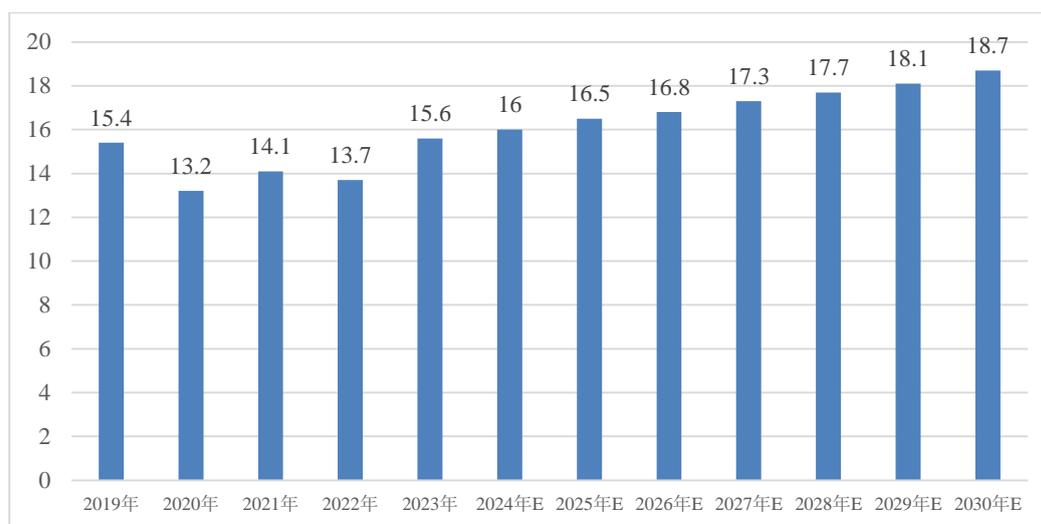
1) 全球眼镜零售行业概况

根据 WellSenn XR 数据及预测，目前全球人口已增长至约 80 亿人，预计至 2035 年全球人口将接近 89 亿人，同时全球人口增速正在放缓。根据世界卫生组织 2019 年发布《世界视力报告》，全球视力受损或失明人群超 22 亿人，占全球人口总数约 28%，以近视人群为主体。随着手机、电脑、游戏机等消费电子产品越来越普及，预计全球近视人数还会随着人口增长而不断增加，至 2035 年全球近视人口或超过 27 亿。由于人口增速放缓、市场渗透率提高、眼镜复购率稳定等因素影响，全球视光矫正的需求非常庞大，支撑起眼镜产品最基础的市场需求，且随着全球近视人口的增加而缓慢增加。

此外，受益于人们眼部保护意识提高、全球旅游业的恢复、社交媒体的影响以及生活方式多样化的大趋势，人们对眼睛保护、眼镜装饰的需求不断提高，对各类眼镜产品的购买需求不断增长。

根据 WellSenn XR 预测，2023 年全球眼镜销量约 15.6 亿副，在经历 2020 年的短暂下挫后目前已逐渐回归增长趋势，预测在 2030 年全球眼镜销量将达 18.7 亿副左右。

全球眼镜销量（亿副）



数据来源：Wellsenn XR

眼镜零售市场主要由镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜和隐形眼镜护理液等产品零售市场组成。据全球调研机构 Statista 数据显示，除个别年份全球眼镜产品市场规模总体保持良好的增长态势，从 2018 年的 1,293 亿美元增长至 2023 年的 1,453 亿美元。未来随着全球眼镜产品人均支出额的进一步提高，全球眼镜产品市场规模将保持稳步增长，预计到 2025 年全球眼镜产品市场规模有望增长至 1,585 亿美元，2018-2025 年年均复合增长率达 2.95%。

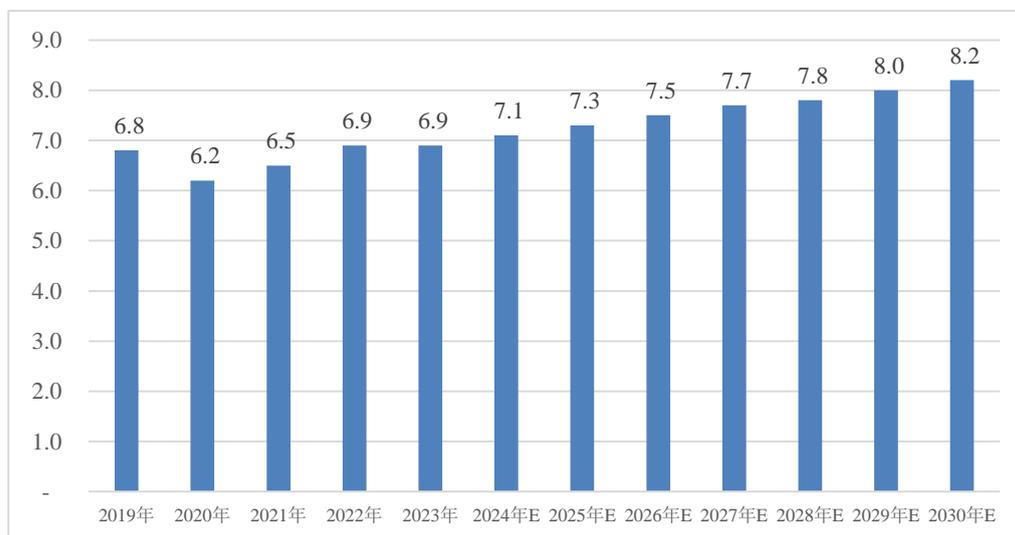
全球眼镜行业市场规模及预测（亿美元）



数据来源：Statista

根据 Wellseenn XR 数据整理及预测，近年全球近视眼镜销量稳定在 7 亿副左右，且随着全球人口的增长呈现稳定地缓慢增长趋势，至 2030 年预计全球近视眼镜的销量将达到 8.2 亿副。

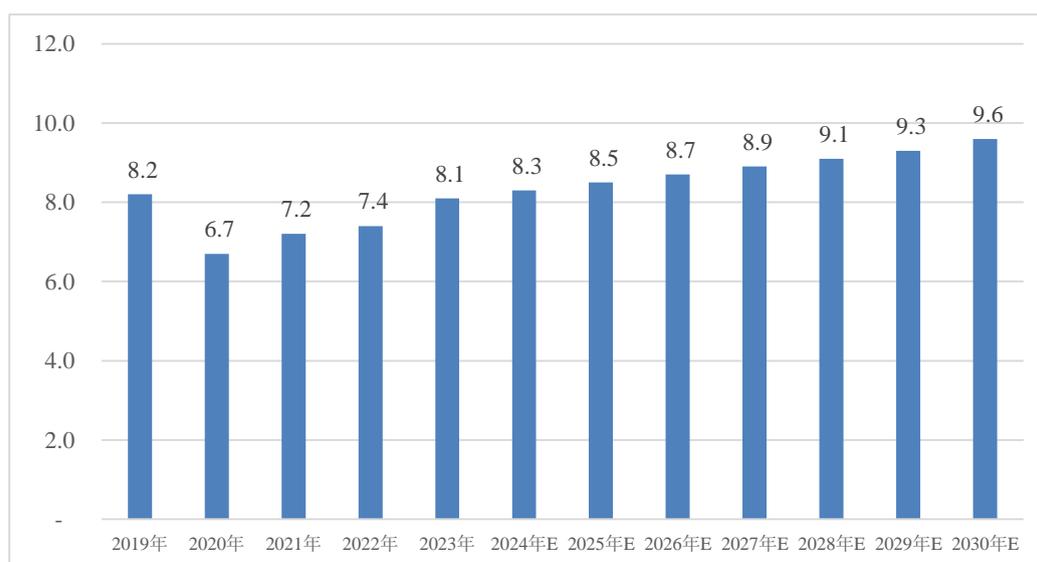
全球近视眼镜销量及预测（亿副）



数据来源：Wellseenn XR

根据 Wellseenn XR 数据整理及预测，目前全球太阳眼镜销量略高于近视眼镜，2023 年全球太阳眼镜销量在 8.1 亿副左右，预测后期会呈现缓慢增长的趋势，至 2030 年全球太阳眼镜销量或达 9.6 亿副。

全球太阳眼镜销量及预测（亿副）



数据来源：Wellseenn XR

2) 中国眼镜零售行业概况

根据艾瑞咨询数据，2023 年中国眼镜零售市场呈现出稳定增长的趋势，眼镜行业市场规模约 862 亿元。我国人口基数庞大，为眼镜市场提供了广阔的消费基础。随着近视人群、老龄化人口增加，以及消费水平提升，消费者对眼镜产品的需求从基本功能性向时尚、健康、智能等多功能方向发展，推动了市场规模的扩大，预计到 2027 年中国眼镜产品市场零售额将达到 1,245 亿元，2023 年至 2027 年的年均复合增长率预估约为 9.6%，尤其在离焦眼镜、运动眼镜、成人渐进眼镜市场将表现出较好的增长态势。

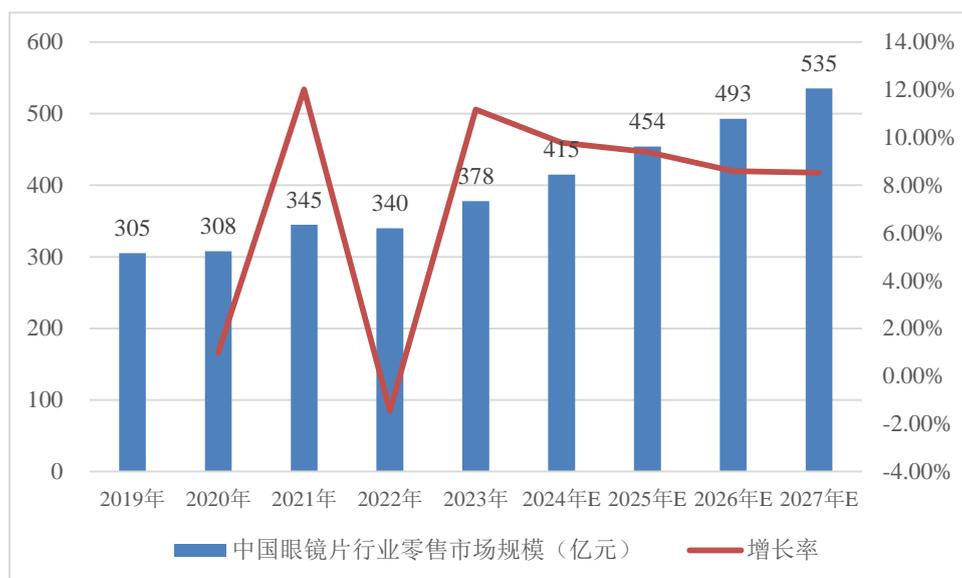
中国眼镜零售市场规模及预测（亿元）



数据来源：艾瑞咨询

居民消费能力提升和消费需求多元化推动了中国眼镜片行业的稳定增长。根据艾瑞咨询数据，2019 年至 2023 年镜片行业市场规模年均复合增长率约 5.5%，零售额从 305 亿元增长至 378 亿元，预计到 2027 年将达到 535 亿元的市场规模，2023 年至 2027 年年均复合增长率达 9.1%。随着居民可支配收入的进一步提升、人们消费理念的转变、眼镜行业连锁发展，我国眼镜零售市场发展前景乐观。

中国眼镜片行业零售市场规模及预测（亿元）



数据来源：艾瑞咨询

5、影响行业发展的有利和不利因素

（1）有利因素

1) 产业政策支持

近年来，企业的数字技术创新和迭代速度明显加快，眼镜零售行业的数字化转型是行业发展的重要方向。2022年1月，国务院发布《“十四五”数字经济发展规划》，提出顺应数字经济时代需求，紧扣数字经济特征优势，促进数字技术与实体经济深度融合，通过数字化赋能零售等传统行业转型升级；2023年2月，中共中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》，旨在推动数字技术和实体经济深度融合，在重点领域加快数字技术创新应用，加快数字中国建设；2024年12月，商务部等七部门印发《零售业创新提升工程实施方案》，鼓励应用数字技术优化标准流程，赋能开店布局、进销存管理、物流配送、防伪溯源等环节，推动信息系统等智能化升级，提出推动实体零售与数字经济深度融合，形成新质生产力。随着国家一系列鼓励性政策措施的出台，以及数字经济对零售业的赋能，将有效促进眼镜连锁零售行业提升运行效率，推动企业通过数字化转型提升竞争力，促进产业升级和经济高质量发展。

2) 国民人均可支配收入提高，促进眼镜消费升级

近年来，随着我国经济持续发展，居民人均可支配收入不断提高，为眼镜零售行业带来了广阔的发展空间。根据国家统计局数据，2023 年我国居民人均可支配收入为 3.92 万元，同比增长 6.33%，2013 年至 2023 年均复合增长率达 7.91%。随着居民收入水平提高，人们对视力健康的重视程度也在不断提升，促使消费者对眼镜产品的品质、功能和设计有了更高要求。随着消费者对眼镜需求的多样化，“一人多镜”的趋势越来越明显，消费者在不同场合、不同时间佩戴不同类型的眼镜。从市场规模来看，预计中国眼镜零售市场规模将从 2019 年的 804 亿元增长至 2027 年的 1,245 亿元，年均复合增长率将达 5.62%。未来随着居民收入的进一步提升和消费理念的转变，我国眼镜片人均支出额、人均购买量仍有提升空间，眼镜市场规模有望继续保持稳步增长。

3) 消费者视力健康意识增强

近年来我国视力受损人群占比不断攀升，消费者视力健康意识增强推动眼镜市场快速增长。根据 Welsenn XR 数据及预测，目前国内近视人群比率接近人口的 50%，需要佩戴近视眼镜的人群约 7 亿人，且随着时间推移近视人数仍保持一定程度增长。例如随着电子产品使用的普及和网课时长的延长，儿童青少年近视防控任务尤其严峻，国民视觉健康问题成为我国面临的重要社会问题。我国政府对儿童青少年视力问题的重视有效拉升了近视防控相关产品的需求，并将国民视觉健康问题上升到战略高度，给眼镜行业带来了机遇与挑战，青少年近视管理镜片产品逐渐成为眼镜产业布局的重点方向之一。

4) 智能眼镜的发展为眼镜市场增长提供新的动力源泉

伴随智能电子市场的加速发展，消费者对智能眼镜等产品的需求不断增加，当前除了传统智能硬件厂商，包括互联网企业和消费电子厂商也纷纷入局智能眼镜领域。随着进入智能眼镜领域的厂商不断增加预计 2025 年智能眼镜将进入到新品密集发布期。智能眼镜等设备眼镜集成了图像识别、语音助手、翻译、实时拍照等功能，不仅提供视力矫正功能，还满足消费者的多种需求，使得智能眼镜在教育、娱乐、运动、出行等多个领域展现出广泛的应用前景，智能眼镜有望成为 AI 技术落地的最佳硬件载体之一，也是近年来增速最快的智能硬件之一，市场渗透率正在快速提高。智能眼镜的发展为眼镜市场增长提供新的动力源泉。

（2）不利因素

1) 眼镜行业集中度较低

中国眼镜零售门店数量众多，占据市场较大份额的大型龙头企业集团较少，市场集中度低导致了市场竞争激烈、品牌影响力有限、区域特征明显以及供应链管理的挑战，使得企业难以形成规模经济和品牌效应。行业集中度低意味着市场上存在大量的小规模企业，这些企业往往缺乏足够的资源进行品牌建设和市场推广，导致产品同质化严重，创新能力不足。区域化特征限制了企业市场拓展和资源整合能力，影响了行业发展效率和创新能力，进而影响行业的盈利能力。随着连锁眼镜企业规模发展壮大、行业内企业之间的兼并重组，眼镜行业集中度将逐步提升。促进企业规模化、品牌化发展，是推动眼镜行业健康发展的重要途径。

2) 行业信息化水平有待提升

我国眼镜零售企业普遍存在信息化技术水平较低的问题，即便是规模较大的眼镜连锁零售企业与跨国眼镜零售巨头相比，在标准化与流程化管理、供应链管理等方面仍存在较大差距，未能充分发挥连锁经营的规模效益。对于消费者的购买行为、偏好、消费习惯等数据的收集不够系统和全面，导致无法准确把握市场需求和消费者动态。随着大数据、人工智能、物联网等新技术日益进步，智能化、数字化对眼镜零售的整个供应链上下游的管理、调控、数据挖掘和共享将产生重大影响。而国内中小眼镜零售企业信息化水平相对滞后，不利于行业的长期健康发展。

6、发行人所处行业与上下游行业之间的关联性及上下游发展状况

（1）传统眼镜产业链及上下游行业之间的关联性及发展状况

眼镜行业产业链主要由上游原材料、设备，中游镜片与镜架产品生产制造，以及下游线上线下多元化销售渠道组成。

传统眼镜行业产业链情况



数据来源：艾瑞咨询

上游由原材料和辅料供应商、设备供应商构成。上游厂商主要向中游生产商提供树脂、玻璃、塑料、合金、板材及模具等生产原料和生产设备，上游材料环节为充分竞争市场，还向下游零售商提供验配设备。

中游的镜片及镜架生产厂商除了加工、生产与定制产品，也会承担眼镜新品研发设计工作，并为下游销售渠道提供销售专业设备、加工、售后及视光师专业培训等支持。虽然中国是眼镜制造业生产大国，但国产品牌与国际品牌相比在研发、设计和品牌知名度等方面还有一定差距，如在眼镜产品最核心的镜片领域法国依视路、德国卡尔蔡司和日本豪雅等国际镜片品牌商占据全球高端市场重要的市场份额。

多元化的下游销售渠道为消费者提供验光、配镜、镜片镜架装配、试戴体验、销售配送等专业服务，分为线下和线上两种主要销售渠道模式，包括商超、眼镜零售门店、眼科医院或综合医院附属配镜中心，以及互联网线上零售渠道。眼镜属于体验型商品，消费者购买眼镜前有较强的体验需求，因此眼镜零售行业的销售渠道仍以线下渠道为主，其中零售门店是眼镜销售的主要经营场所，也是眼镜零售企业主要的利润来源。

上下游行业之间的关联性方面，上游眼镜产品原材料和设备的质量和供应稳定性直接影响中游眼镜制造企业的生产效率和产品质量，先进的生产设备能够提高生产效率、降低生产成本，并提升眼镜产品质量。中游制造商需要根据

下游市场的需求变化及时调整产品设计和生产计划，随着消费者对眼镜品质和个性化需求的提高，中游企业需要加大研发投入，推出更多创新性、时尚性产品。下游销售渠道的拓展和优化对中游企业的市场竞争力有重要影响，会通过中游传导至上游，促使上游企业调整原材料的研发和生产方向，下游销售渠道的多元化也对上游原材料的供应效率和成本控制能力提出了更高要求。

（2）智能眼镜产业链及上下游行业之间的关联性与发展状况

与传统眼镜产业链有所不同，智能眼镜由于功能较多，相关产业链市场规模更大，涵盖的相关厂商更多。智能眼镜的上游产业链包括除了传统眼镜涉及的镜片、镜架等部件以外，主要为智能眼镜硬件结构供应商，如光学模组、显示模组、音频组件、传感器模组、交互模组、电源、结构件等。光学模组主要厂商为传统眼镜镜片厂商以及光波导镜片厂商，显示模组包括 LCOS、Micro OLED、Micro LED 等屏幕厂商；音频模组厂商包括麦克风、扬声器厂商等；传感器模组厂商包括 IMU 传感器厂商、摄像头厂商等；交互模组涉及语音交互解决方案厂商；电源厂商涉及电池厂商；结构件涉及转轴结构件以及镜架厂商等。智能眼镜的中游产业链则包括 ODM/OEM 厂商、软件/系统厂商、AI 大模型厂商、智能眼镜销售品牌厂商及售后，主要涉及 AI 智能眼镜的软件构成、系统构成、方案解决、生产解决以及零售商。智能眼镜的下游为各种智能眼镜产品使用的商业场景和个人场景，如工业、融媒体、安防、医疗、运动、娱乐、户外、工作、学习等。

智能眼镜产业链



上下游行业之间的关联性方面，上游零部件供应商为中游制造环节提供了核心技术部件和基础材料。例如，芯片作为智能眼镜的核心部件直接影响产品的性能和功耗，芯片厂商积极布局 AI 芯片市场为智能眼镜提供了强大的运算能力。中游品牌厂商和代工厂需要根据下游市场需求调整产品设计和功能，随着消费者对智能眼镜功能需求的多样化，中游企业加大研发投入推出支持 AI 语音助手、翻译、导航、拍照等功能的产品，相关的技术进步为智能眼镜带来了更清晰、更细腻的视觉效果。下游应用场景的拓展推动上游技术创新，随着智能眼镜在教育、医疗、工业、运动、安防等领域的应用增加，上游企业需要研发更高性能的零部件以满足专业领域需求，同时下游市场的反馈也促使上游企业进一步优化成本结构。例如，相关厂商通过提升光学镜片的轻量化设计和性能，提升消费者体验及终端销售量。

7、行业未来发展趋势

（1）消费需求多元化与个性化趋势

随着人们生活水平和健康意识的提升，消费者对眼镜的需求不再局限于单纯的视力矫正，而是朝着多元化与个性化方向发展。从功能角度看，除了常见的近视、远视、散光矫正镜片，具备防蓝光、防紫外线、抗疲劳、变色等特殊功能的镜片需求日益旺盛。尤其是在数字化时代，人们长时间面对电子屏幕，防蓝光镜片能有效过滤有害蓝光，保护眼睛免受伤害，备受消费者青睐。以学生群体为例，由于学业压力大，长时间用眼导致近视问题愈发严重，近视管理镜片如周边离焦镜片、多点离焦镜片等成为家长和学生的热门选择。

在个性化方面，眼镜作为一种时尚配饰，消费者对其款式、材质、颜色等有着极高的个性化要求。不同脸型、不同穿搭风格、不同社交场合，都需要与之匹配的眼镜款式。比如，复古风格的金属镜框、简约时尚的板材镜框、轻巧舒适的钛合金镜框等，满足了不同消费者的审美需求。同时，定制化眼镜服务逐渐兴起，消费者可以根据自己的喜好选择镜框材质、镜片功能、镜腿设计等，打造独一无二的专属眼镜，这种个性化定制服务将成为未来眼镜零售行业吸引消费者的重要手段。

（2）技术创新推动产品升级与体验提升

技术创新是眼镜零售行业发展的核心驱动力之一，将持续推动产品升级和消费者体验提升。在镜片技术领域，制造商不断研发新型材料和工艺，以生产更轻薄、更清晰、光学性能更优的镜片。高折射率镜片的出现，使得镜片在保持良好光学性能的同时，厚度大幅降低，佩戴更加美观舒适。如 1.74 折射率的镜片相比传统镜片更轻薄，能有效减轻鼻梁负担，特别适合高度近视患者。同时，镜片的镀膜技术也在不断革新，如采用更先进的减反射镀膜、防水镀膜、防尘镀膜等，提高镜片的综合性能。

智能眼镜作为技术创新的前沿产品，正逐渐走进大众生活。随着 AI 技术、通信技术、传感器技术的飞速发展，智能眼镜的功能日益强大。它们不仅能实现基本的视力矫正，还具备拍照、录像、语音通话、导航、信息提醒、健康监测等多种功能。智能眼镜的出现，为消费者带来了全新的穿戴体验，未来有望成为眼镜零售市场的重要增长点。此外，在配镜过程中，数字化技术的应用也将提升配镜的精准度和效率。通过先进的验光设备和软件，能够快速、准确地获取消费者的眼部数据，为定制个性化的镜片提供依据，同时减少人为误差，提高配镜质量。

（3）线上线下融合的全渠道零售模式发展

在互联网和电子商务蓬勃发展的背景下，线上线下融合的全渠道零售模式已成为眼镜零售行业的必然趋势。线上渠道具有便捷性、信息丰富性和价格优势，消费者可以随时随地浏览海量的眼镜产品信息，比较不同品牌、款式和价格，还能通过线上客服咨询相关问题。同时，线上平台的大数据分析功能，能够帮助零售商精准把握消费者需求，进行精准营销和商品推荐。然而，眼镜作为一种特殊的商品，其购买过程涉及验光、试戴等环节，线下门店的体验优势不可替代。线下门店可以为消费者提供专业的验光服务，确保镜片度数准确无误；消费者通过试戴不同款式的眼镜，能够直观感受佩戴的舒适度和美观度，从而做出更合适的购买决策。此外，线下门店还能提供售后服务，如眼镜维修、保养、调整等，增强消费者的购买信心。未来眼镜零售商将通过线上线下渠道的深度融合，为消费者打造无缝购物体验。通过全渠道零售模式，眼镜零售商能够扩大市场覆盖范围，提高运营效率，提升消费者满意度。

（四）行业的竞争状况

1、行业竞争格局

（1）国际眼镜零售行业竞争格局

国际眼镜零售行业的竞争格局呈现出品牌集中度高、地域性强、消费趋势多样化的特点。

从品牌集中度看，国际眼镜零售行业呈现高度集中态势，头部效应显著。国际知名零售品牌于市场中占据主导地位，如依视路·陆逊梯卡集团（Essilor Luxottica Group）凭借其全球广泛布局的生产基地、庞大且高效的分销网络，在全球眼镜零售市场稳居龙头地位。德国的菲尔曼（Fielmann AG）则在欧洲地区深耕细作，通过长期积累的品牌信誉、完善的本地化服务网络主导着欧洲区域的眼镜零售市场，区域性优势较为突出。印度的 Lenskart 借助对本土市场消费特性的精准把握在南亚及周边地区构建起密集的销售渠道，成为区域市场的重要力量。

在地域性方面，各区域市场因文化、消费习惯及经济发展水平差异，呈现出较强的地域特色。发达经济体市场，如欧美地区，消费者对眼镜的品质、设计及品牌附加值要求较高，高端品牌在此类市场竞争优势明显；而在发展中经济体集中区域，如亚洲、非洲部分地区，消费者在注重性价比的同时，对时尚设计也逐渐重视，这为部分新兴品牌提供了生存发展空间。

消费趋势层面，国际眼镜零售市场已步入多样化阶段。消费者不再仅仅满足于眼镜的矫正视力基本功能，时尚美观、个性化定制、智能科技融入等多元化需求不断涌现。在此背景下，部分新兴品牌精准洞察市场需求，以创新设计、差异化功能，诸如推出具有独特外观设计且价格亲民的时尚眼镜款式，或是融入简易健康监测功能的智能眼镜等，成功在中低端市场获取了一定份额，逐步打破传统品牌的市场垄断格局。

整体而言，国际眼镜零售行业竞争格局既存在传统优势品牌凭借资源与品牌影响力稳固市场地位的局面，又面临着新兴品牌借助创新与差异化不断冲击、拓展市场的动态变化。

（2）国内眼镜零售行业竞争格局

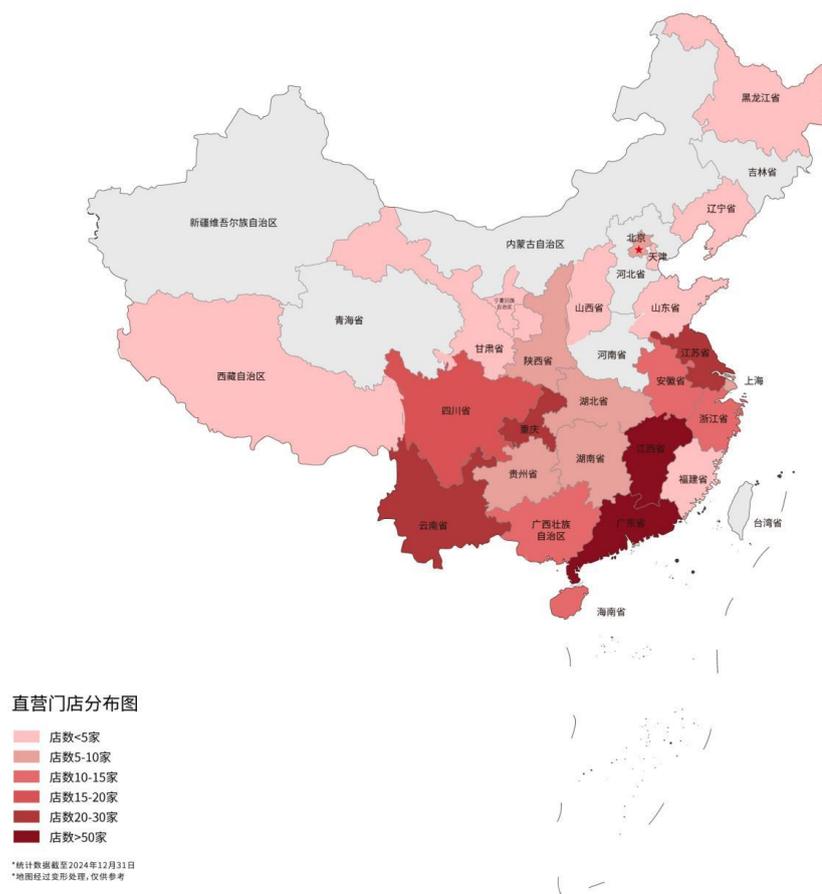
国内眼镜零售市场当前展现出独特且复杂的竞争格局。从市场参与者结构来看，呈现高度分散化态势，从业者构成多元，零售形式涵盖连锁品牌店、视光中心以及数量庞大的沿街店铺。众多地方头部企业虽在区域市场具备一定影响力，然而区域化、地域化特征显著，尚未形成在全国范围内占据绝对主导市场的行业巨头，导致行业整体规范化程度欠佳。在此情形下，产品同质化竞争激烈，各零售主体在产品品类、款式以及服务模式上存在较高相似性，难以通过差异化形成有效的市场区隔。

不过国内眼镜零售行业正处于关键变革期。随着头部零售企业持续加大门店拓展力度，市场资源逐步向优势企业集中，规模化发展趋势初现端倪。同时，“内容营销 + 本地生活化”趋势不断深化，驱动眼镜零售行业朝着标准化、规范化迈进。诸如宝岛眼镜、博士眼镜、亮视点、大明眼镜、千叶眼镜等大型眼镜零售连锁企业，凭借自身在供应链管理、专业人才储备以及品牌运营等方面的积累，逐步构建起较强的竞争优势。大型连锁眼镜零售企业能够为消费者提供专业、精准的验配服务，依托广泛且稳定的采购渠道，实现多元化的商品选择，充分满足消费者日益增长的多样化、时尚化配镜需求，有望在未来市场竞争中进一步扩大市场份额，重塑行业竞争格局。

2、公司市场地位

公司是国内眼镜零售市场中领先的连锁企业之一，也是国内直营门店数量领先的眼镜连锁企业之一，处于全国性眼镜连锁品牌的第一梯队。公司自 2014 年起连续 10 年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营 50 强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度。经过多年发展公司的营运能力持续提升，在品牌知名度、销售渠道、产品丰富性、服务与交付等方面形成了一定的竞争优势。依托于行业领先的供应链管理和专业服务水平，公司已与大型商超机构、免税集团、医疗机构建立了密切的合作关系，通过多方的资源整合、优势互补，有序扩大销售渠道规模和盈利能力，共同构建视光综合服务体系。

截至 2024 年末，公司共拥有 557 家门店，其中直营门店 510 家，加盟门店 47 家，公司门店分布如下图：



注：加深区域为公司已开设门店区域，颜色越深门店家数越多。

近年来公司营业规模持续增长，公司在中国眼镜零售市场的占有率如下：

项目	2023年	2022年	2021年
行业销售规模（亿元）	862	777	850
公司营业收入（亿元）	11.76	9.62	8.87
公司市场占有率	1.36%	1.24%	1.04%

注：由于我国尚未有权威机构公开发表关于眼镜连锁行业的市场份额排行数据，根据艾瑞咨询研究报告并结合公司自身经营成果，计算得出公司营业收入在市场中的占有率。

3、行业内主要企业的情况

(1) 宝岛眼镜

宝岛眼镜成立于1972年，是星创视界集团旗下零售渠道，拥有超过40多年历史，目前在中国内地、中国台湾分别开拓市场，自1997年至今宝岛眼镜遍布全国近100多座城市。

（2）亮视点

亮视点成立于 1983 年，是国际眼镜制造商依视路·陆逊梯卡集团旗下最大的连锁零售品牌，在全球设立超过 2,000 家零售门店，在中国有 300 余家门店。

（3）上海三联（集团）有限公司

上海三联（集团）有限公司隶属于国内零售业的龙头百联集团，专业经营钟表、眼镜、照相器材零售批发的企业集团，旗下拥有吴良材、茂昌等老字号眼镜品牌。

（4）大明眼镜

大明眼镜是一家具有 80 余年历史的眼镜连锁品牌，是中华老字号企业，以北京、天津、河北、山东等周边省市门店较多。

（5）千叶眼镜

千叶眼镜成立于 1992 年，是重庆地区销售规模最大、门店数量最多的眼镜零售连锁企业，设立了眼科医院以及眼科诊所，其门店主要覆盖西南地区，该公司于 2022 年 6 月在新三板挂牌，并于 2024 年 9 月终止挂牌。

（6）木九十眼镜

木九十眼镜是一家新锐眼镜品牌，主要面向年轻消费群体，在中国大陆重要的一、二线城市和地区眼镜门店数量约 800 家。

（7）LOHO 眼镜

LOHO 眼镜品牌创立于 2012 年，隶属于深圳市乐活电子商务有限公司，已在全国布局超过 1,000 家品牌门店，业务主要覆盖中国大陆地区。

4、所处行业的主要壁垒

眼镜零售行业除隐形眼镜等产品需要取得医疗器械经营企业许可证等证书外，不需要特别审批程序，因此行业整体呈现市场集中度低、竞争激烈的特点。随着眼镜零售行业的发展及不断规范，眼镜零售行业龙头企业仍然有一定的壁垒。

（1）品牌壁垒

消费者对眼镜渠道和产品的品牌形象、产品质量和功能性等关注度日益提升，良好的品牌知名度是推广产品、扩大市场占有率的重要保障，品牌竞争已成为影响公司发展的关键因素。眼镜零售企业在面对上游供应商时，较高知名度和较大规模的零售商往往能够获得更多的品牌授权及更优惠的采购条件。因此，眼镜零售行业竞争中存在一定的品牌及规模壁垒，具备品牌知名度和规模的企业能够在竞争中取得优势。

（2）资金壁垒

眼镜零售行业分为线上和线下两种渠道，线下渠道主要是商超、零售门店和医疗机构等渠道，线上渠道以天猫、京东、抖音、小红书、微信商城等渠道为主。线下渠道方面，企业在线下铺设大量连锁门店，需要在相应城市进行物业租赁或购置，进行统一装修并培训优秀合格的员工；线上渠道方面，为了更直接地触达消费者、更便捷地满足消费者需求，与消费者建立互动和链接，进行线上引流赋能，需要投入大量资金进行多个线上渠道的品牌建设和客户营销。此外，大型眼镜零售企业一般需要建立覆盖供应商管理、存货流转、门店开设与管控、资金规划、营销策划、服务与售后、人才培养等流程的信息化系统，支撑连锁门店的正常运营和管理决策，均需要重金投入。这些对眼镜零售企业构成较大的资金压力，对于行业新进入者且致力于成为行业头部企业的公司而言，存在较高的资金壁垒。

（3）人才壁垒

眼镜零售行业属于“半医半商”行业，人才是行业最重要的核心竞争力之一，优秀的专业知识储备和营销人才的培养有赖于完整科学的培训体系和时间积淀，主要体现在店铺选址与运营能力、验光与配镜技能、服务与沟通能力、连锁管理能力、系统化管理经验以及客户营销能力等方面。同时眼镜连锁企业需要针对不同区域的人口数量、市场需求和消费人群特点，建立覆盖全国不同城市、不同商圈的门店网络，通过对新进城市的人口数量、密度、消费能力及消费习惯的分析确定具体店址。若眼镜零售商无法形成稳定的人才培养体系和深厚的人力储备，将在市场拓展和竞争中处于不利地位。

5、发行人的竞争优势和劣势

（1）发行人的竞争优势

1) 品牌优势

消费者对眼镜渠道知名度、品牌形象、产品质量和功能性等关注度日益提升，良好的品牌知名度是进一步推广产品、扩大市场占有率的重要保障，品牌竞争已成为影响公司发展的关键因素，是企业软实力的重要象征。公司自 2014 年起连续 10 年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营 50 强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度。同时，公司自成立以来一直注重差异化品牌定位，倾力打造六大品牌以满足不同消费者的多层次需求，包括“President optical”定位于“高端定制”、“博士眼镜”定位于“专业视光”、“Boojing”定位于“新消费零售”、“zèle”定位于“时尚快消”、“砦（石人工）”定位于“全国加盟”以及“ZORRO”定位于“复古文化主题”。公司持续优化门店品牌体系化建设，开展多元化品牌营销活动，从而拓宽目标消费群体的范围，实现品牌效应和连锁优势，进一步夯实公司在眼镜零售领域的领先地位。

2) 销售渠道优势

公司拥有较强的销售渠道优势，销售网络和服务体系覆盖国内 60 余个城市。公司门店统一管理、统一采购、统一配送，各品牌门店采用统一的形象设计和装修风格，形成了具有一定竞争力的规模优势和品牌效应，并建立起信息化营销网络管理系统，有效地提升了公司连锁经营的效率。多年来公司深耕国内一、二线核心消费市场，如华东、华南区域，并且通过加盟模式积极扩张下沉市场，不断优化升级销售渠道布局，持续完善销售网络。依托于行业领先的供应链管理能力和专业服务水平，公司牢牢把握渠道变革机会，已与大型商超机构、免税集团、医疗机构等合作伙伴建立了密切的合作关系，通过多方资源整合、优势互补，有序扩大销售渠道规模和提高单店盈利水平，共同构建视光综合服务体系。同时，公司积极打造线上线下一体化发展的销售模式，通过线上优质渠道不断扩大业务覆盖面，实现全渠道销售业务的发展。

3) 产品优势

为满足不同消费者群体对眼镜高品质、时尚性、舒适度、科技感的多元需求，公司在全球范围内遴选解决消费者视力痛点的功能性镜片与镜架产品，积

极布局智能眼镜赛道，在推动行业资源对接中持续发力，升级迭代眼镜产品矩阵。经过多年经营发展，公司与国内外知名镜架、镜片供应商及生产商建立了长期稳定的业务合作关系，如卡尔蔡司、开云眼镜、依视路、LVMH。稳定高效的供货渠道为公司产品多样性提供了有力支持，使公司在不断丰富代理品牌的同时还能发展自有品牌。产品的规模化采购使公司获得了供应商在品牌推广、市场活动、采购返利等方面的支持，也在一定程度上降低了公司的经营成本，提高了市场竞争力。

4) 专业人才优势

公司自设立以来一直高度重视人才梯队建设，拥有先进的人才管理平台，不断完善员工培养体系，培育出了一支高素质、高境界和高度团结的经营管理人才队伍。公司管理团队主要成员深耕连锁眼镜行业多年，具有专业的行业知识和敏锐的市场洞察能力，为公司的快速成长和高效运作提供了坚实保障。公司持续贯彻人才强企战略，加强专业人才队伍的建设工作，建立完善的人才培养体系和薪酬激励机制，提高人力资源管理的前瞻性，做到人尽其用、人尽其才。公司坚持“以人为本”是企业基业长青的基石，通过提供广阔的学习资源、搭建多层次的培训体系以全面落实年度培训计划，深化培训工作创新，加大人才培养力度，有效实现员工价值创造最大化。

5) 服务与交付优势

公司一直坚持“客户第一”的价值观，致力于为消费者提供定制化的眼镜产品和专业化的验配服务。作为广东省视光行业第一家获得职业技能等级认定开展资格的企业，公司持续在人员培训方面加强投入，通过精细化管理模式、标准化流程和系统性培训机制为公司加速拓展营销网络提供坚实基础。公司持续打造数字化供应链，引进先进的仪器设备，升级优化交付服务流程，凭借高效优质的供应链和会员体系，加强销售终端到交付各个环节间的联动，不断提升客户订单处理能力，提高加工配镜的交付效率，有助于提升客户满意度，为实现再次销售创造了有利条件，进而更好地支持公司零售连锁业务的稳步发展。

(2) 发行人的竞争劣势

1) 信息化系统有待升级加强

信息系统的建设是连锁零售企业供应链整合的基础，高效的信息系统是连锁企业核心竞争力的重要支撑。目前公司已有了覆盖了门店管理、财务管理、供应商、存货和客户管理在内的信息化系统，但系统应用的深度与广度、各系统间的连接与协同、可拓展性有待加强，部分系统数据流通环节未完全打通，尚需人工操作。随着公司发展规模的扩大、连锁网络门店的拓展，现有信息系统难以满足公司业务发展的需求。公司亟需建设覆盖供应链管理全程、满足公司线上线下融合发展需要、安全高效的数字化信息系统，以进一步降低运营成本，提升管理效率。

2) 品牌建设力度、门店网络建设有待加强

博士眼镜作为国内眼镜零售行业的领先企业，在行业内建立一定的品牌知名度和美誉度，与渠道资源、供应商建立起稳定的合作关系，且具备了一定规模的客户群体，但与实力强劲的国内外同行业公司相比，公司品牌建设力度和线下门店网络仍需进一步加强，公司的连锁门店规模、业务覆盖范围仍需进一步提高，进而带动公司利润规模和市场占有率的提升。

七、发行人主营业务情况

(一) 公司的主营业务及主要产品

公司是一家专业从事眼镜零售连锁经营的企业，致力于为消费者提供时尚化、个性化的眼镜产品和专业的视觉健康解决方案。公司产品结构丰富多样，通过线上线下一体化方式销售镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜系列产品。截至 2024 年末，公司拥有 557 家连锁门店，其中直营门店 510 家，加盟门店 47 家，经营网点遍布深圳、南昌、重庆、广州、昆明、惠州、成都、合肥、南宁、海口、杭州、北京、上海、无锡、苏州、宁波、武汉、西安、南京、昆山、青岛、三亚、长沙、天津、银川等 60 多个大中城市，覆盖全国 25 个省、市、自治区。自设立以来，公司的主营业务未发生变化。

1、公司的主要品牌

为满足不同客群的多场景消费需求，公司积极打造六大眼镜零售品牌进行多层次市场布局，形成差异化品牌矩阵效应，具体包括定位于“高端定制”的“President optical”总统眼镜品牌、定位于“专业视光”的“博士眼镜”品牌、

定位于“新消费零售”的“Boojing”品牌、定位于“时尚快消”的“zèle”品牌、定位于“全国加盟”的“砣（石人工）”品牌、定位于“复古文化主题”的“ZORRO”品牌。

品牌	门店图例	品牌定位
President optical 总统眼镜		高端定制
博士眼镜		专业视光
Boojing		新消费零售
z èle		时尚快消
砣		全国加盟
ZORRO		复古文化主题

报告期各期发行人销售收入按不同品牌分类列示如下：

单位：万元、%

项目	2024年		2023年		2022年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
博士眼镜	46,164.07	38.38	47,754.43	40.61	40,922.76	42.53
President optical	16,446.83	13.67	16,249.65	13.82	14,557.70	15.13
渠道合作配镜中心	25,446.56	21.16	22,005.97	20.26	14,229.63	14.79
视光中心	5,359.96	4.46	5,106.49	4.34	4,769.59	4.96
其他	985.81	0.82	1,142.76	0.97	1,048.60	1.09
直营门店收入小计	94,403.23	78.49	92,259.31	78.46	75,528.27	78.49
线上零售	16,979.71	14.12	18,392.38	15.64	12,712.88	13.21
分销	8,898.68	7.40	6,934.86	5.90	7,982.55	8.30
营业收入合计	120,281.61	100.00	117,586.55	100.00	96,223.70	100.00

近年来公司持续深化渠道合作，与大型商超机构、购物中心、免税集团、医疗机构建立稳固的合作关系，联合打造配镜中心，有序推进综合视光服务新模式，合作开设视光中心，不断提升自身行业地位和市场竞争力。

2、公司的主要产品

公司销售的主要产品包括镜架、镜片、太阳镜、老花镜、隐形眼镜、隐形护理液及其他附属产品等，并向消费者提供视光校正方案咨询、视光产品装配及维修、视光保健服务。报告期内，公司按产品分类的营业收入及其构成情况如下：

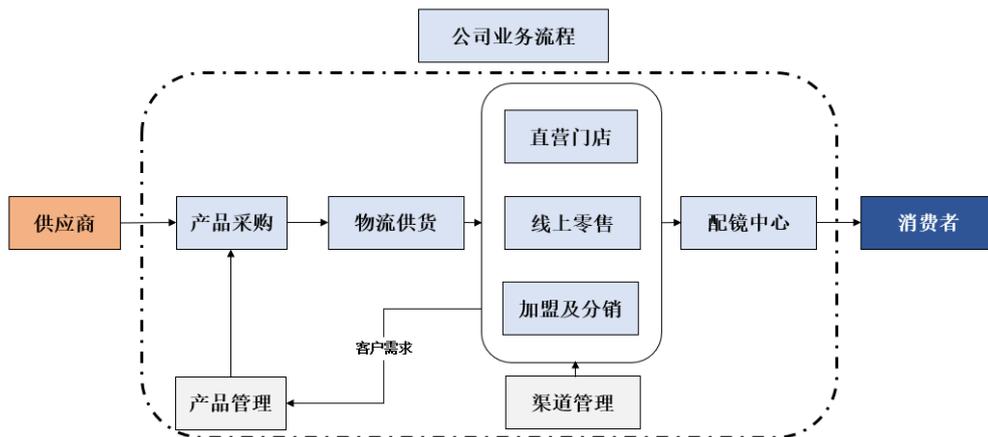
单位：万元、%

产品类别	2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜架	31,120.47	25.87	32,697.94	27.81	26,173.15	27.20
镜片	49,475.90	41.13	46,486.20	39.53	39,316.89	40.86
老花镜	1,272.66	1.06	946.24	0.80	687.79	0.71
太阳镜	16,556.45	13.76	14,977.43	12.74	9,498.11	9.87
隐形护理液	2,262.56	1.88	2,649.81	2.25	2,798.80	2.91
隐形眼镜	13,333.46	11.09	13,772.50	11.71	11,821.56	12.29
其他	6,260.11	5.20	6,056.43	5.15	5,927.40	6.16
合计	120,281.61	100.00	117,586.55	100.00	96,223.70	100.00

（二）公司的主要经营模式

1、业务模式

自设立以来，公司一直以眼镜连锁零售为主营业务，逐步开拓线上零售、加盟等销售模式。公司不涉及生产环节，将经营重点放在品牌运营和销售渠道建设等方面。公司的主要业务流程如下：



公司目前采取的业务模式是由行业特点、产品特点及客户需求等因素所决定的。报告期内公司的经营模式未发生重大变化。

2、采购模式

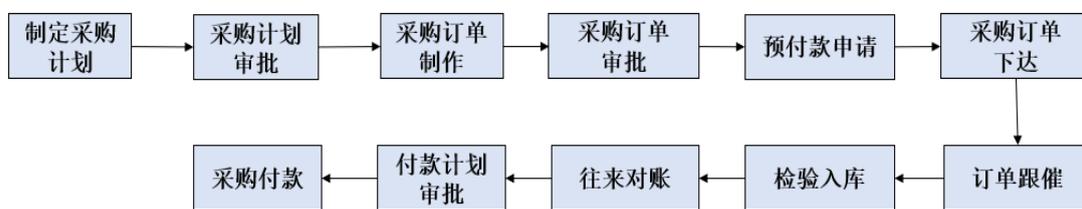
公司采用统一进货、集中采购的运作模式。商品运营部在每年年底制定次年的年度及月度商品采购计划，结合门店和市场的的需求，协同交付服务部、用户运营部，根据库存定量管理标准、产品销售情况、周转率、库存情况等制定订货计划，实施品类优化措施，不断调整产品结构。公司通常向品牌厂商或区域经销商、代理商进行货品采购。

（1）供应商准入及评估管理

公司商品运营部负责调查和遴选合适供应商，并对供应商进行一年一次综合评审，对合格供应商名册进行调整、更新，实现供应商动态管理。公司在选择新供应商时，需要对供应商经营状况、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。

（2）公司采购流程

报告期内，为使采购业务流程标准化，保障采购业务顺畅，公司建立了完善的采购管理体系，具体采购流程如下：



(3) 门店采购流程

公司基于汉高管理系统开发了采购执行模块，可以根据各个直营门店的库存情况、历史销售数据、销售预测情况等因素构建补货模型，对于直营门店，在执行补货程序时，系统会提醒门店建议补货数量，门店应当根据系统提示向物流部提出补货申请，以保证门店产品库存稳定。

根据公司加盟政策，加盟商也应当使用汉高管理系统，根据加盟门店库存情况和销售情况向加盟门店提供补货建议，加盟门店可自行评估是否需要补货，若决定补货可在系统中直接下单，公司会根据订单情况向加盟商发货。

3、销售模式

公司的营销服务体系包括直营门店、线上销售、加盟模式等，具体如下：

(1) 直营门店模式

公司直营门店根据渠道类型分为大型商超、独立街铺、医疗机构等销售终端类型，按照管理模式分为自营和联营两种方式：①自营模式：公司通过与出租方签署租赁协议的形式来开设门店，该模式下门店以现金、POS 机刷卡、微信、支付宝、团购券等方式自行收款或由商场作为出租方代为收款；②联营模式：公司与联营方签署联营合同，由联营方提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，联营方按联营合同约定零售额的一定比例扣取应得部分后，将销售款净额汇入公司账户。

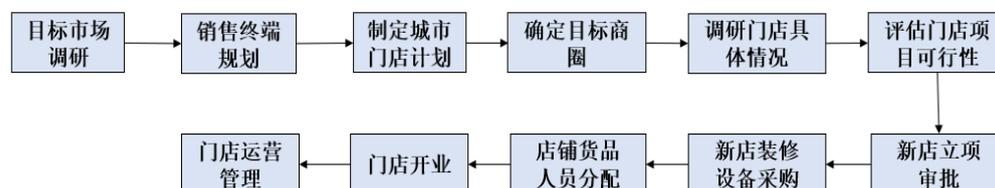
项目	自营模式	联营模式
场地提供	公司租赁	联营方提供
销售模式	公司自营门店直接向消费者销售商品	通过联营门店或专柜形式向消费者销售商品

货款结算	公司门店自行收银或由商场代收银	联营方先行收款，后根据双方对账结算情况将扣除联营方分成后的净额支付至公司
开票方式	公司开具发票给终端消费者（如需），出租方开具租赁发票给公司	公司开具销售发票给联营方
典型门店	深圳罗湖区万象城店	南昌红谷滩丽景路天虹商场店

①门店拓展方式

消费者在采购光学眼镜产品时，需要通过验光、装配和调试等方式来选择适合自己的镜片和镜架，消费者对于自身消费体验、眼镜门店专业度等有较高的需求，因此形成了眼镜零售行业目前以线下体验、线下销售为主的行业特征。眼镜零售门店作为消费者购买眼镜及验配服务最主要的渠道，其选址至关重要。

随着民众消费习惯与需求的不断改变，眼镜门店选址逐步从独立街铺向综合商超等场所分化。报告期内公司持续完善线下销售网络布局，通过与大型商超机构、免税集团、医疗机构建立良好的战略合作关系，深耕国内一二线城市核心消费市场。公司设立了多部门、多层级的门店设立审批流程，通过系统化、科学化的决策流程降低新店开设风险，公司的门店开设流程如下：



公司在评估门店开设可行性时会重点考虑以下因素：

序号	调研维度	具体内容
1	城市商业氛围	考虑在当地开业的全国性或地区性连锁商场门店数量、城市规模、人口结构、居民分布、城市规划、城市常住人口消费力、商圈分布、自然环境和交通条件等因素
2	城市消费能力	主要考虑城市面积、GDP 总量、人均 GDP、GDP 年均增长速度、城市人口规模、人口结构状况、人口流动性、居民收入水平、人均消费水平和消费习惯等
3	商圈成熟度	主要考虑商圈发展历史、商圈规模、特色、成长趋势，其中成长趋势是考察和关注的重点
4	商业环境消费力水平	主要考虑新店所在商圈客流、人口结构、商业地位、零售总额、眼镜行业特点，眼镜品类、总量、客单价、平均消费周期等因素
5	竞争对手调研	主要考察竞争对手在该地区的发展历史、销售能力、市场份额、知名度、地域分布、服务水平、盈利能力、装修风

		格、货品配置、经营策略、营销推广、定价策略等
6	店面（或专柜）合作条件	主要考虑位置、面积、合同期、合作模式、租金单价（或扣点比例）、租金增长趋势、押金方式、管理费用、推广费用、POS机费用、免租装修期等因素
7	经营预期	店面培育期评估、月营业额预估、盈亏平衡点测算、可盈利时间预估、整体店面效益预估
8	现有门店影响评估	在新店选址时会考虑对现有门店的影响，分析周边商圈分布、交通状况、辐射消费人口、企事业单位等综合状况，避免由于开店过密造成门店之间的竞争

② 公司门店情况

截至 2024 年 12 月 31 日，公司门店开设数量如下：

单位：家

门店品牌	直营店	加盟店	合计
博士眼镜	384	-	384
President optical	54	-	54
渠道合作配镜中心	48	-	48
视光中心	14	-	14
Boojing	1	-	1
zǎe	3	6	9
砣	5	41	46
ZORRO	1	-	1
合计	510	47	557

报告期各期末，公司直营店的数量分别为 492 家、495 家和 510 家，公司按品牌分类的直营门店数量及变动情况如下：

单位：家

门店品牌	2021 年	2022 年				2023 年				2024 年			
	期末	开店	关店	品牌更换	期末	开店	关店	品牌更换	期末	开店	关店	品牌更换	期末
博士眼镜	332	35	23	5	349	39	38	18	368	36	24	4	384
President optical	65	15	6	-	74	2	3	-18	55	5	5	-1	54
渠道合作配镜中心	38	6	-	-2	42	6	2	-	46	3	1	-	48
视光中心	8	6	2	-	12	3	1	-	14	2	1	-1	14
Boojing	1	-	-	1	2	-	-	-	2	-	-	-1	1
zǎe	9	-	2	-3	4		1	-	3	-	-	-	3

砵	9	1	2	-1	7	-	2	-	5	2	1	-1	5
ZORRO	2	-	-	-	2	-	-	-	2	-	1	-	1
合计	464	63	35	-	492	50	47	-	495	48	33	-	510

注：报告期各期末公司门店数的统计口径为正常营业并存在营业收入的门店，各期开店数的统计口径为开始正式营业并产生营业收入的门店，各期关店数的统计口径为停止正常营业且不再产生收入的门店。

报告期内，公司将部分总统眼镜、z de 等品牌更换为博士眼镜品牌，主要原因系，随着市场竞争日益激烈，清晰且差异化的品牌战略是提升品牌辨识度和竞争力的关键，公司对整体品牌体系进行了重新厘定，明确各品牌定位与特色，以形成品牌区隔。

公司按销售区域的直营门店数量及变动情况如下：

单位：家

销售区域	2021年	2022年			2023年			2024年		
	期末	开店	关店	期末	开店	关店	期末	开店	关店	期末
华南地区	254	34	15	273	27	27	273	21	16	278
华东地区	114	15	3	126	15	5	136	12	10	138
西南地区	75	7	14	68	5	14	59	13	5	67
华北地区	7	1	-	8	1	-	9	1	1	9
东北地区	3	1	-	4	-	-	4	-	-	4
华中地区	3	3	-	6	2	-	8	-	1	7
西北地区	8	2	3	7	-	1	6	1	-	7
合计	464	63	35	492	50	47	495	48	33	510

公司部分门店选择关闭的主要原因为租赁物业因城市规划被拆除、物业方铺位调整导致公司无法续租、租金上涨幅度超出可承受范围、商圈周边环境发生重大变化、商圈内所处位置不佳，以及所在购物中心、百货商场或超市整体经营状况不佳等。报告期内，公司选择关店的主要原因如下：

关店原因	关店数量（家）		
	2024年	2023年	2022年
所在百货商场或超市整体关闭、商场主题整体调整、经营状况不佳	10	15	14
自身发展战略发生变化而主动撤店	8	18	12
商圈周边环境发生重大变化、发展不佳	6	5	2

联营方未与业主续签合同	4	1	-
租金上涨幅度超出可承受范围	3	3	3
原址或临近地址开设新品牌线门店而选择关闭原品牌线门店	2	1	1
物业方铺位调整导致公司无法续租	-	2	3
位置不佳，经协商未能调整商铺位置	-	2	-
合计	33	47	35

③报告期公司主要品牌直营门店单店营业收入情况

单位：万元

品牌	单店平均营业收入		
	2024年	2023年	2022年
博士眼镜	133.68	147.28	127.89
President optical	295.70	271.86	237.10
渠道合作配镜中心	559.73	513.22	385.34
视光中心	429.58	489.91	756.27

注：以上单店平均营业收入已剔除当年闭店、当年开店因素影响。

报告期内公司博士眼镜门店体系单店平均营收变动幅度较小；总统门店自2023年起单店收入规模有所增长，主要系2023年公司为加强品牌聚焦、精准市场定位将部分总统眼镜门店转换为博士品牌门店，剩余总统眼镜单店平均创收规模有所增长。渠道合作配镜中心单店平均营业收入自2023年起涨幅较大，主要原因系：①该渠道合作伙伴的国内门店近年来在国内受到消费者认可，其商场客流量不断攀升，带动公司相应渠道类别的门店业绩不断提高；②2023年、2024年该渠道体系门店进行了部分市场推广活动，给予会员客户更大力度的优惠折扣，使得单店销售量提高；③公司持续优化产品结构，门店通过推广青少年近视防控镜片、成人缓解疲劳眼镜等功能性产品，以促进门店收入提升与转化。视光中心单店平均营业收入在报告期内呈下降趋势，主要系公司前期与医院合作开设的视光中心门店的客流量更大，单店营业收入和盈利能力更强，近年新开设的部分门店处于增长期，摊薄了整体单店营业收入。

(2) 线上销售模式

线上销售模式主要包括线上零售模式和线上销售团购券、线下核销模式。公司通过在天猫、京东、拼多多、得物等电商平台上开设官方旗舰店、官方商

城等方式向消费者销售商品，也通过美团、大众点评等 O2O 平台和抖音、快手等兴趣电商平台宣传产品信息、优惠活动并销售团购券，吸引粉丝和会员群体、维护客户关系、引导顾客到店体验等，实现线上线下融合发展。公司线上销售主要通过新云程、博镜电商等子公司开展业务。

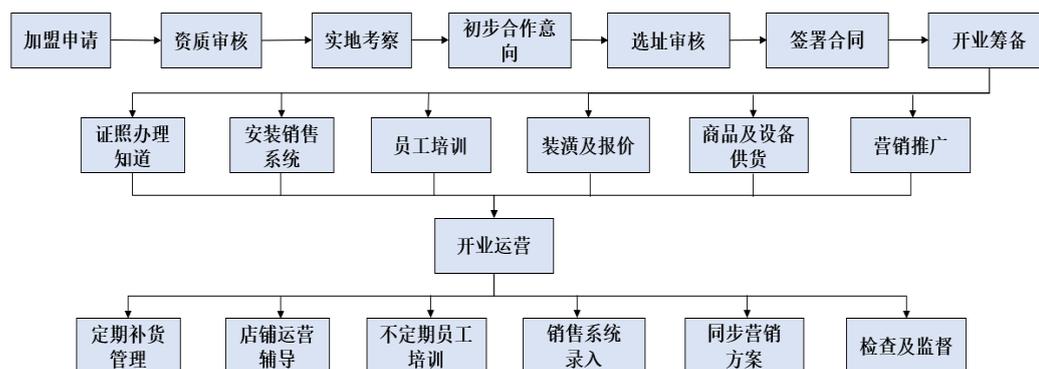
(3) 分销模式

公司分销模式主要包括加盟模式、批发模式等类别。

加盟模式是指加盟商与公司签订特许经营合同，获得公司授权在特许区域使用公司商标、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特许经营范围的经营。公司为加盟店提供统一供货渠道，加盟商向公司直接采购产品并向消费者销售。公司为加盟门店提供人员管理培训、商品供应链、上市公司品牌背书、信息化系统工具、流量运营等方面的支持，加盟门店可以通过公司采购系统及砣眼镜联盟平台直接采购眼镜产品。

批发模式是指公司作为供应商将产品批量销售给下游零售商、批发商等，通过这些商业伙伴将产品销售给终端消费者，满足不同客户对各类产品的采购需求，扩大市场占有率。

公司制定了一整套完善的标准化加盟运营制度，具体加盟运营流程如下：



在加盟商选择方面，公司采用资质审核和实地考察对加盟商进行考核和筛选。在确定合作对象之后，公司对加盟商的选址情况进行评估和审核，帮助加盟商找到合适铺位，进而确定开业时间及筹备事宜。在开业筹备阶段，公司多个部门可对加盟店开业进行全方位支持，包括对加盟店员工进行销售、镜片加工和验光配镜的培训、为加盟商设计统一形象并提供展柜道具、提供装潢施工

服务、制定开业所需商品及设备准备计划等。加盟店开业运营后，公司可在员工培训、营销推广等方面对加盟店持续予以支持，并根据库存情况定期向加盟商提供可补货清单，为加盟商提供统一的订货渠道。

为了确保加盟店的产品和服务质量的一致性，公司制定并向加盟商下发《加盟店铺运营手册》，将店铺运营标准化，使加盟店员工在顾客接待流程、现场服务纪律的规范以及店铺形象管理的统一等方面和直营店铺保持一致水准。现有加盟门店特许经营权到期之后，公司根据合作的情况选择与加盟商继续签订特许经营权合同或者终止合作。

（三）发行人销售情况

1、公司营业收入分类情况

（1）公司营业收入按产品类别列示如下：

单位：万元、%

产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜架	31,120.47	25.87	32,697.94	27.81	26,173.15	27.20
镜片	49,475.90	41.13	46,486.20	39.53	39,316.89	40.86
老花镜	1,272.66	1.06	946.24	0.80	687.79	0.71
太阳镜	16,556.45	13.76	14,977.43	12.74	9,498.11	9.87
隐形护理液	2,262.56	1.88	2,649.81	2.25	2,798.80	2.91
隐形眼镜	13,333.46	11.09	13,772.50	11.71	11,821.56	12.29
其他	6,260.11	5.20	6,056.43	5.15	5,927.40	6.16
合计	120,281.61	100.00	117,586.55	100.00	96,223.70	100.00

（2）公司营业收入按销售区域列示如下：

单位：万元、%

区域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华南地区	60,132.55	49.99	58,445.26	49.70	51,351.92	53.37
华东地区	25,499.45	21.20	23,699.44	20.15	18,823.12	19.56
西南地区	9,536.92	7.93	9,676.15	8.23	8,369.36	8.70
华北地区	4,367.00	3.63	4,018.49	3.42	2,178.62	2.26

华中地区	2,119.65	1.76	1,656.02	1.41	1,002.36	1.04
东北地区	1,191.54	0.99	1,210.44	1.03	1,355.20	1.41
西北地区	454.80	0.38	488.38	0.42	430.23	0.45
线上零售	16,979.71	14.12	18,392.38	15.64	12,712.88	13.21
合计	120,281.61	100.00	117,586.55	100.00	96,223.70	100.00

报告期内，公司营业收入以华南地区、华东地区为主，与主要门店分布情况相符。

(3) 公司营业收入按销售模式列示如下：

单位：万元、%

客户类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直营零售	94,403.22	78.49	92,259.31	78.46	75,528.28	78.49
其中：自营门店	63,589.78	52.87	63,907.35	54.35	56,626.74	58.85
联营门店	30,813.44	25.62	28,351.96	24.11	18,901.54	19.64
线上零售	16,979.71	14.12	18,392.38	15.64	12,712.88	13.21
分销	8,898.68	7.40	6,934.86	5.90	7,982.55	8.30
合计	120,281.61	100.00	117,586.55	100.00	96,223.70	100.00

2、销售数量与单价情况

公司产品采取全国统一定价策略，零售价格的制定综合考虑成本、目标利润率、产品定位、顾客接受程度和竞争环境等因素；同时，根据市场供求、季节性差异、产品推广、库存调整、会员级别等因素，公司在零售价格的基础上会提供不同程度的销售折扣。报告期内，随着公司直营门店数量的逐年增长，公司产品销售规模也逐年扩大。

(1) 直营门店零售收入中，主要产品的销售量和销售单价

单位：元/副、元/片、元/盒、元/支

产品类别	2024 年		2023 年		2022 年	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
镜架（副）	477,735	585.97	523,228	561.91	364,286	670.86
镜片（片）	978,823	444.89	1,081,824	378.24	769,842	433.52
太阳镜（副）	127,195	866.81	124,624	794.91	108,966	666.38

老花镜（副）	38,503	129.99	35,165	136.15	28,905	149.00
隐形眼镜（盒）	797,869	96.02	644,363	125.63	436,894	162.01
隐形护理液（支）	140,764	55.80	142,149	61.35	132,922	67.52

在直营模式下，从产品销量方面看，2023 年公司为满足市场需要，推出更多单价较低的镜架及镜片产品，使得公司镜架及镜片销量上升；公司门店隐形眼镜销售量逐年上升，主要系公司隐形眼镜包装由大包装逐渐向小包装转变所致。从销售单价方面看，为满足市场需求及争取抖音合作推广活动等市场机遇，公司 2023 年推出单价较低的镜架及镜片产品。2024 年镜片销售单价同比上升，主要是公司推广青少年视力防控等价格较高的功能性镜片所致。2023 年以来公司太阳镜购销价格上升，主要是知名品牌太阳镜占比提高，该等品牌太阳镜采购、销售单价均较高。

（2）线上零售收入中，主要产品的销量和销售单价

单位：元

产品类别	2024 年		2023 年		2022 年	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
镜架（副）	213,518	116.83	146,238	175.68	82,405	146.84
镜片（片）	403,374	78.73	273,784	116.51	108,813	137.51
太阳镜（副）	84,649	441.58	68,404	535.74	46,767	374.92
老花镜（副）	133,934	57.24	48,664	95.22	47,714	52.92
隐形眼镜（盒）	793,093	37.34	1,074,356	37.75	1,146,569	35.68
隐形护理液（支）	943,537	15.12	884,617	19.55	704,583	26.89

在线上零售模式中，从产品销量方面看，报告期内公司镜架、镜片、太阳镜及老花镜均随线上推广力度的加大销量增加明显，隐形眼镜 2024 年线上销量有所下滑主要受到市场竞争加剧的影响，部分友商通过调整价格策略来吸引消费者，导致公司相关产品销量有所下降；从销售单价方面看，公司镜架产品 2023 年售价较高主要系公司微商城等线上销售渠道镜架单价水平较高所致。太阳镜 2023 年的售价较高主要系当年销售知名品牌太阳镜占比提高使得太阳镜销售单价提高。隐形护理液的销售单价在报告期内的下降幅度较大，主要系销售小包装产品所致。

3、报告期前五大销售客户情况

公司是眼镜零售连锁企业，主要直接面向广大个人消费者。公司部分门店采用联营模式，面向联营方或分销客户进行交易，报告期内公司向前五名客户（联营方或分销客户）的销售情况如下：

单位：万元

2024 年度			
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
1	客户 A	29,611.05	24.62%
2	深圳市鹏城杰视科技有限公司及其关联方	643.82	0.54%
3	天虹股份	497.27	0.41%
4	海旅免税	454.31	0.38%
5	华润集团	390.79	0.32%
合计		31,597.24	26.27%
2023 年度			
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
1	客户 A	23,845.59	20.28%
2	海旅免税	667.52	0.57%
3	天虹股份	585.94	0.50%
4	罗志诚	543.89	0.46%
5	深圳市鹏城杰视科技有限公司及其关联方	531.24	0.45%
合计		26,174.18	22.26%
2022 年度			
序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
1	客户 A	14,727.89	15.31%
2	镜联易购	1,326.96	1.38%
3	深圳市鹏城杰视科技有限公司及其关联方	1,124.48	1.17%
4	南昌同城网络服务有限公司	1,064.45	1.11%
5	维基眼镜（丹阳）有限公司	809.27	0.84%
合计		19,053.05	19.80%

注 1：上表已将同一控制下相关主体数据合并计算，销售口径含直营、线上、分销等销售金额；

注 2：镜联易购自 2023 年 3 月纳入公司合并报表范围。

报告期内，公司向前五名客户销售合计金额占当期主营业务收入比例分别为 19.80%、22.26% 和 26.27%。公司属于零售行业，下游主要的客户为终端零

售消费者。公司前五大客户中，公司不存在单个客户销售占比超过 50%的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有 5%以上股份的股东在报告期内前五名客户中不占有权益、与前五名客户不存在关联关系，不存在前五名客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（四）公司的采购情况

1、主要产品采购情况

单位：万元、%

产品	2024 年		2023 年		2022 年	
	采购额	占采购总额比例	采购额	占采购总额比例	采购额	占采购总额比例
镜架	10,137.93	18.33	10,879.36	21.34	9,344.06	22.40
镜片	17,833.72	32.25	15,018.37	29.46	13,180.69	31.59
老花镜	278.28	0.50	211.25	0.41	187.36	0.45
太阳镜	12,613.36	22.81	9,720.25	19.07	6,675.05	16.00
隐形眼镜	11,406.27	20.63	10,719.69	21.03	9,022.45	21.63
隐形护理液	1,853.89	3.35	2,224.97	4.37	1,960.51	4.70
其他	1,173.75	2.12	2,196.38	4.32	1,351.94	3.24
合计	55,297.20	100.00	50,970.27	100.00	41,722.06	100.00

注：以上采购额均为不含税、包含返利的数据，下同。

报告期内公司太阳镜采购金额及占比逐年增加，主要系公司太阳镜销量提高，且公司与特丽奥思等供应商合作，公司采购相关知名品牌产品单价较高所致。

2、主要产品采购数量与单价

单位：元，元/副、元/片、元/盒、元/支

产品	2024 年		2023 年		2022 年	
	采购数量	采购均价	采购数量	采购均价	采购数量	采购均价
镜架（副）	730,870	138.71	749,605	145.13	429,708	217.45
镜片（片）	1,586,572	112.40	1,570,869	95.61	1,076,785	122.41
太阳镜（副）	290,818	433.72	214,329	453.52	191,181	349.15
老花镜（副）	186,913	14.89	88,577	23.85	78,395	23.90

产品	2024年		2023年		2022年	
	采购数量	采购均价	采购数量	采购均价	采购数量	采购均价
隐形眼镜（盒）	1,852,793	61.56	1,820,041	58.90	1,754,452	51.43
隐形护理液（支）	1,116,903	16.60	1,032,059	21.56	820,964	23.88

采购数量方面，报告期内公司主要产品的采购数量均有不同程度地增加，主要是为了满足公司日益扩大的门店数量和销售规模，提高了产品采购量。

采购均价方面，2023年以来公司镜架、镜片采购单价有所下降，主要是为了更好地满足市场需求、优化产品结构，在综合考虑市场趋势和消费者需求后，公司适当增加了部分性价比更高的镜架、镜片产品的采购比例。2023年公司太阳镜采购价格上升，主要系公司采购知名品牌太阳镜增加导致采购单价上涨。报告期内公司隐形眼镜护理液的采购单价均下降，主要是采购更多小包装护理液产品所致。

3、主要能源采购情况

公司经营主要消耗的能源为电力，报告期内公司电力采购情况如下：

单位：万元

能源消耗	2024年	2023年	2022年
电力采购金额	694.44	667.14	621.33
电力采购金额占营业成本的比例	1.51%	1.54%	1.69%

4、报告期向前五大供应商采购情况

单位：万元、%

2024年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	依视路集团	10,675.70	19.31
2	开云瓊维（上海）眼镜贸易有限公司	6,092.25	11.02
3	卡尔蔡司光学（广州）有限公司	4,254.22	7.69
4	爱尔康（中国）眼科产品有限公司	3,013.58	5.45
5	特丽奥思眼镜（上海）有限公司	2,881.09	5.21
合计		26,916.83	48.68
2023年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例

1	依视路集团	9,024.04	17.70
2	开云瑗维（上海）眼镜贸易有限公司	5,119.98	10.05
3	卡尔蔡司光学（广州）有限公司	4,154.52	8.15
4	爱尔康（中国）眼科产品有限公司	3,368.72	6.61
5	豪雅（上海）光学有限公司	2,864.08	5.62
合计		24,531.34	48.13
2022 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	依视路集团	6,300.74	15.10
2	卡尔蔡司光学（广州）有限公司	4,555.55	10.92
3	开云瑗维（上海）眼镜贸易有限公司	4,357.17	10.44
4	豪雅（上海）光学有限公司	3,730.83	8.94
5	爱尔康（中国）眼科产品有限公司	3,183.76	7.63
合计		22,128.05	53.04

注：上表已将同一控制下相关主体的数据合并披露。

报告期内，发行人向前五名供应商采购金额合计占当期采购总额的比例分别为 53.04%、48.13% 和 48.68%，供应商相对集中。发行人与前五名供应商合作时间较长，业务合作稳定持续。报告期内，公司不存在向单一供应商采购金额占采购总额的比例超过 50% 的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有 5% 以上股份的股东在报告期内前五名供应商中不占有权益，与前五名供应商不存在关联关系；不存在前五名供应商或其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（五）公司质量控制情况

1、产品质量控制

公司在发展过程中，始终关注验光、服务、环境等综合条件，力求带给客户更卓越、更舒适的购物体验。公司在业界较早通过质量体系认证，并结合公司的实际情况和企业文化，形成了一整套连锁店服务流程与管理制度。为确保

公司产品服务质量符合企业标准及国家、行业标准、团体标准，公司对验光配镜服务全过程进行了严格的质量管理和控制。

为保证验光配镜的适配性和准确性，公司引进了先进的电脑综合验光仪、裂隙灯、电脑全自动镜片加工机、磨边机等设备，并在各眼镜店都配有专业的验光师以及检测仪器。在质量保证方面，公司交付服务部负责对入库产品的检验，定配工负责加工过程中产品工艺控制，质检员负责加工完成的配装眼镜与国家标准和企业标准的符合性，门店负责对到店产品以及交付给顾客产品的复检，多道审核程序确保眼镜质量合格。

公司对产品质量控制的主要流程如下：

流程环节	质量控制方式
供应商遴选	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 由商品运营部建立合格供应商名册，作为物资采购的依据 ✓ 所有物资的采购应从合格供应商名册内采购
产品入库前	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 采购产品的验收一般采用到货检验、下厂检验的方式 ✓ 若检验不合格的，按《不合格品控制程序》执行
产品进店后	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 店面工作人员进行质量复核。 ✓ 营运部对各门店的质量异常定期分析
产品加工阶段	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 定配工和质检员应按工艺文件要求进行检验 ✓ 配镜中心对重要工序和特殊工序，应重点检查
产品交付前	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 店员应对交付产品进行检验，经检验合格后指导顾客试戴，经过调校顾客佩戴舒适完成交付，并告知质量问题的售后承诺

2、服务质量控制

为提高门店服务的专业性，保证客户服务质量，公司建立了《博士眼镜体系课程目录》，公司深度打造系统化、规范化、层次化的员工培训体系，具体分为新员工入职培训、在职员工提升培训、储干培训和核心骨干培训四个层级，通过培训改善公司员工的知识结构、提高综合素质和工作技能。公司定期对门店员工的专业知识、技能、产品等方面进行现场考核，并建立奖惩机制，提升员工验光服务水平。

公司结合自身发展需求，积极开展校企合作深化产教融合，与高校通过校企合作项目，以工学交替、参与教学等形式，大力推进技能人才培养工作，扩大技能人才的培养规模，为公司业务扩展和持续发展提供有力的人才支撑。公司也是广东省视光行业第一家获得职业技能等级认定开展资格的企业。

为保证门店服务质量，公司推进服务标准化项目，对门店营业人员的仪容仪表、迎送客、专业操作进行了严格规定，制定了《门店服务流程标准》，其中包含基础服务、验光服务、销售服务、交付/售后服务等专业流程，确保门店服务标准统一、专业。公司始终秉承服务一对一，专业百分百的经营宗旨，肩负着还你清晰视界，引领眼镜潮流的企业使命，坚持以顾客需求为导向，获得了较高的客户满意度和忠诚度。

为保证售后服务质量，公司严格遵循国家产品质量监督管理法规及商品售后服务要求，建立了完善的售后服务体系，并制定了《售后服务指南》《售后服务执行标准》等相关制度。

在服务管理方面，公司通过交付服务部与用户运营部协同优化售前、售后服务模式，提升客户服务体验与运营效率。同时，交付服务部设立业务保障模块，确保售后履约的稳定性与客户体验，为消费者提供高效、专业的售后支持。

3、供应商质量控制

公司采用统一进货、集中采购的采购模式，与公司合作的供应商较为稳定，且具有市场影响力的知名品牌供应商占比较高。在引进供应商时，公司按经营布局策划，由商品运营部与其联系，达成商务合作意向-采购框架协议后，交由合同管理部门进行审核，然后进行商务洽谈、签订合同。在签订合同并取得公司批准后，供应商根据合同的约定负责将货物运送至指定地点。公司引进新供应商的主要流程如下：

(1) 商品运营部商品采购负责收集门店及市场商品需求计划；

(2) 采购员根据需求计划，结合现有供应商的供应情况、商品成本和质量因素制定新供应商开发计划；

(3) 对于知名品牌供应商，采购员考核其公司规模、品牌知名度、研发（技术领先）能力、产品独特性与竞争力、市场潜力度、供货价格、付款条件、售后服务质量保证等；

(4) 对于其他供应商，采购员通过参加眼镜行业展会、网络媒体资源收集供应商信息，并通过邮件、传真或电话等方式联络，了解并记录各个供应商基本资料、合作条件、生产和供应周期等信息，填写《供应商基本情况调查表》；

(5) 对于考察审批合格的供应商，与供应商签订合同，并列入合格供应商名册。

对于供货渠道的持续管理，商品运营部一年一次对供应商进行综合评审，主要评审内容包括供应商的商品质量、售后服务、市场支持等，使用《供应商评估档案表》记录评审过程、结果，按分数对供应商进行评级，对合格供应商名册进行调整、更新，实现供应商动态管理。

公司还建立了完善的采购商品质量控制手段：（1）下厂检验：针对自有品牌的产品，在批量到货前到生产工厂进行随机抽样，并进行参数检测，符合标准合格的，方可推动批量到货；（2）到货检验：供应商到货采用抽样检验与全检相结合的方式，并结合检测仪器按照标准进行检测，合格率符合标准的方可入库；（3）委外检验：公司会定期送样委外检验，送至外部实验室检测，并出具报告。

综上，发行人建立了完整的商品供货渠道质量控制体系，报告期内发行人合作的前五大供应商均为全球或国内知名品牌，具有较高的市场影响力，信用状况良好。

4、报告期内发行人质量控制执行情况

报告期内，公司未发生重大质量投诉，未出现因质量问题引起的重大诉讼、仲裁或行政处罚的情形。

（六）环保情况

公司是专门从事眼镜零售业务的连锁企业，主要经营内容为商业流通，无生产型排污，对周围环境基本没有影响。根据环保行政主管部门出具的合规证明，报告期内，发行人及其控股子公司在报告期内遵守有关环境保护方面的法律法规，发行人及其控股子公司不存在因违反生态环境保护方面的法律法规而受到行政处罚的情形，不存在环保方面重大违法违规的情形。

（七）现有业务发展安排及未来发展战略

1、公司发展战略

在当前眼镜市场规模持续扩张、新零售业态蓬勃发展、人工智能技术进一步升级的背景下，公司将始终坚持“服务一对一，专业百分百”的经营理念，秉承“还你清晰视界，引领眼镜潮流”的企业愿景，继续响应国家产业和经济政策，洞察真实消费需求，努力将传统与智能进行更好的融合，充分发挥自身在品牌、渠道、产品、服务等方面的优势。

未来三年，公司将通过强化企业核心竞争力，整合行业资源，持续推进数字化、智能化升级，同时积极扩张线下门店销售网络，逐步推进连锁眼镜门店升级改造，全面提升市场占有率，通过直营与加盟齐头并进的方式，进一步强化公司在行业中的规模效应和头部优势，为消费者创造舒适清晰视界、助力美好生活。

2、现有业务发展安排

公司将以国家政策为导向，以消费者需求为指引，继续加强数字化运营管理水平，提升服务与交付能力，优化线上线下渠道经营策略，打造专业化人才队伍，不断夯实公司核心竞争力，使公司业务实现长期可持续发展，具体业务发展安排如下：

（1）完善销售渠道布局，优化升级现有门店，提升市场占有率和到店转化率

公司将结合未来市场环境及行业发展趋势，不断加强线上线下一体化零售网络建设。公司在深耕核心区域提升品牌竞争力、优化升级现有门店的同时，依托加盟模式积极拓展新兴区域市场，持续提升市场占有率；同时持续布局兴趣电商、O2O、新媒体等线上平台，加大引流力度，提升用户体验和到店转化率，推动企业进入高质量发展新阶段。

（2）加强智能眼镜选品能力及合作力度，提高智能眼镜专柜铺设数量

公司将针对智能眼镜品类构建专业的选品团队，紧密跟踪科技发展趋势，深入研究市场上各类智能眼镜的技术参数、功能特性、用户口碑等信息，及时引入具有创新性技术或独特设计的新品，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；同时，公司将依据门店位置、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，营造科技感的购物体验，吸引更多消费者的关注。

（3）聚焦多样化视觉需求，提高功能型镜片渗透率

为满足消费者更多的视觉需求，公司将遴选优质可靠的功能型镜片供应商，着力完善功能型眼镜产品矩阵；加强专业验配能力的培训投入，大幅提升员工验光服务水平；通过巩固优化会员体系、升级售前售后服务、推进基于客户画像的精细化营销等方式加深消费者教育宣传力度，在日常服务中普及眼健康知识，拉动功能性眼镜渗透率的提升。

（4）加强信息化管理水平，打造零售行业数字化标杆

随着企业规模逐渐扩大、业务管理复杂程度不断提升，公司将围绕核心业务建立规模化运营的数据管理体系，全面提升信息化管理水平。通过对业务系统的升级改造，构建可量化的管理评价系统，全面激活门店端与中后台各部门之间的协同作业效率以推动科学决策，提升人均产出，打造眼镜零售行业的专业化、数字化标杆。

（5）推进组织升级，提高人才密度和运营效能

人才是企业发展的核心力量，组织是战略落地的关键载体。公司管理层将聚焦内部科学管理体系，不断推进组织结构科学合理地升级，完善绩效考核和薪酬激励机制，提高对骨干队伍的待遇和要求。与此同时，公司将加大人才招聘和培养力度，创造成长晋升空间，增强员工企业文化认同感和主人翁意识，实现员工和公司共同价值成就。

八、公司的主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产

1、设备

截至 2024 年 12 月 31 日，公司固定资产主要是验光设备、仪器设备、运输及办公设备，账面原值 8,354.23 万元，累计折旧 4,621.08 万元，账面价值 3,733.16 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	折旧年限	账面原值	累计折旧	账面价值	成新率
验光设备	6-10年	5,321.59	2,666.82	2,654.77	49.89%
仪器设备	3-5年	1,404.98	614.62	790.36	56.25%
运输设备	3-5年	585.95	310.70	275.25	46.97%
办公设备	3-5年	1,041.72	1,028.95	12.77	1.23%
合计		8,354.23	4,621.08	3,733.16	44.69%

2、房屋建筑物

(1) 自有房产

截至 2024 年 12 月 31 日，公司的自有房产情况如下：

序号	产权证号	坐落地	建筑面积 (平方米)
1	深房地字第 3000742202 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南	311.38
2	深房地字第 3000742203 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南	121.22
3	深房地字第 3000742204 号	深圳市福田区金田路与福中路交界东南	123.61

(2) 租赁房产

1) 仓储物流、加工、宿舍及办公用房租赁情况

截至 2024 年 12 月 31 日，公司及其子公司共租赁 13 处房产供其仓储物流、镜片加工、宿舍及办公使用，承租房产的情况如下：

序号	承租人	出租人	地址	面积 (m ²)	租赁期限
1	发行人	深圳市京基房地产股份有限公司	深圳市深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 2201-02 单元	1,621.83	2017.10.10-2027.10.09
2	发行人	深圳市罗湖投资控股有限公司	深圳市罗湖区清水河街道清水河一路 112 号罗湖投资控股大厦 A 座 5 层 501A、501 中庭	4,449.27	2023.01.01-2027.12.31
3	发行人	深圳市加劲燃料有限公司	深圳市罗湖区清水河一路（宝洁路）8 号 2 栋仓库 3 层 301 单元	438.00	2024.06.05-2025.06.04
4			深圳市罗湖区清水河一路（宝洁路）8 号 2 栋仓库 5 层 502 单元	512.00	2024.06.05-2025.06.04

序号	承租人	出租人	地址	面积 (m ²)	租赁期限
5	发行人	惠州市凯昌旺实业投资有限公司	惠州市惠阳区新圩镇红卫村榄树坑地段工业园宿舍第D栋第1层厂房	388.58	2022.05.01-2025.04.30
6	博镜投控	蒲亭玉	三亚市吉阳区凤凰路与迎宾路交叉口中环广场1#写字楼2015号房	53.52	2024.01.20-2026.01.19
7	博镜投控	贾宏	海口市秀英区白水塘路锦地翰城二期9号楼第25层2504号房	104.95	2023.12.15-2025.12.14
8	三亚博镜贸易有限公司	张小耐	三亚市下洋田望鹿山庄D3栋-102房	120.00	2024.08.15-2025.08.15
9	三亚澳星眼镜有限公司	三亚凤凰机场保税物流有限公司	三亚市天涯区三亚保税物流中心(B型)2号库A区	72.35	2024.04.08-2025.10.07
10	江西省博士眼镜有限责任公司	江西宇晟实业发展有限公司	南昌市青山湖区高新大道1970号文化创意大厦14楼1401、1408、1404、1405、1406、1407号房	485.61	2020.12.01-2025.11.30
11	新云程	南昌青山湖产业园管理有限公司	南昌市青山湖区北京东路1616号青山湖创业大厦9楼整层	1,080.00	2023.06.01-2025.05.31
12	南昌发韧贰企业管理有限公司	江西中天商贸有限公司	南昌市青山湖区京东镇黄城村工贸城4号楼	3,079.00	2024.04.01-2026.09.30
13	镜联易购	浙江海创企业管理有限公司	杭州市文一西路1338号海创大厦(科技园)A座2层201室	396.00	2024.03.05-2026.04.04

注：上述第5项、第9-12项租赁房屋的出租方尚未取得房屋产权证或有权出租证明，上述第2-13项租赁房屋未办理房屋租赁备案登记手续。

2) 自营门店房屋租赁情况

截至报告期末，发行人及其子公司共租赁393处房产供其自营门店使用。

①房屋产权证书及有权出租证明情况

截至本募集说明书签署之日，公司上述自营门店所涉租赁房产取得房屋产权证书及有权出租证明的情况如下：

A、共215处租赁房产的出租方已提供房屋产权证书，且该等出租方均为租赁房产的产权人或提供了有权出租证明；

B、共58处租赁房产的出租方已提供房屋产权证书，未能提供有权出租证

明。

C、未提供房屋产权证书或转租证明的租赁房产中，共 72 处已取得由政府机构或事业单位、街道办出具的产权证明、产权人购房合同、土地权属证书及施工三证、商品房预售许可或法院文书等作为替代性产权证明或有权出租证明；

其他租赁房产未取得上述证明文件的主要原因包括出租方不愿提供或仅提供产权人、集体组织等不具有房屋产权管理职能的单位出具的产权证明等。该等未能提供房屋产权证明的租赁房产中，有较大比例的房产选址位于大型购物中心及百货商超，相关房产因违规建设而需拆迁或相关门店被要求停业、搬迁的可能性相对较低。

②租赁备案情况

公司上述自营门店所涉租赁房产中共 4 处租赁房产办理了租赁备案登记手续。

根据《中华人民共和国民法典》《商品房屋租赁管理办法》，公司及其子公司未办理房屋租赁备案登记手续，存在被当地主管部门责令限期改正以及如未能按要求改正而受到罚款的风险，但不影响租赁合同本身的法律效力。

基于上述，发行人及其子公司承租的上述房产存在因产权瑕疵或出租方权利瑕疵而不能使用的风险，以及因未办理租赁备案登记手续而被主管部门责令限期改正或处以罚款等行政处罚的风险，但租赁合同本身的法律效力不受影响。截至本报告出具之日，发行人及其控股子公司均不涉及与上述租赁房产相关的纠纷，未被要求搬迁，亦未因前述事项受到相关主管部门的行政处罚，上述承租房屋均在正常使用中。同时，发行人实际控制人 ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 已承诺将承担因前述租赁事项可能给发行人及其分/子公司造成的全部损失。

（二）主要无形资产

1、最近一期末无形资产情况

截至 2024 年 12 月 31 日，公司无形资产账面原值 4,657.47 万元，累计摊销 3,075.64 万元，账面价值 1,228.97 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	摊销年限	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
软件使用权	3-5 年	2,507.46	2,143.97	-	363.48
软件著作权	5 年	2,150.01	931.67	352.85	865.49
合计		4,657.47	3,075.64	352.85	1,228.97

上述无形资产中，软件使用权系公司外购的业务支持和管理软件，软件著作权系收购汉高信息时识别并评估定价的知识产权。

2、商标

(1) 商标情况

截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有注册商标 207 件，其中境内商标 203 件，境外商标 4 件。截至 2024 年 12 月 31 日，公司商标之上未设定质押等权利限制。详见“附件一 商标”。

(2) 被第三方向国家知识产权局申请撤销且未决的商标、与商标撤销相关且尚未了结的诉讼

1) 与商标撤销相关且尚未了结的诉讼

与商标撤销相关且尚未了结的诉讼主要涉及第 1091684 号、第 17924728 号、第 17924729 号三项商标，具体情况如下：

序号	诉争商标	第三人	案件基本情况及进展
----	------	-----	-----------

1	第 1091684 号“博士 DOCTOR 及图”商标	于辉	<p>2023年12月20日，因不服国家知识产权局对左述商标作出的“复审商标在复审服务上的注册予以撤销”决定，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。</p> <p>2024年10月28日，北京知识产权法院作出一审判决，判决驳回发行人的诉讼请求。发行人向北京市高级人民法院提起上诉。</p> <p>2025年1月13日，北京市高级人民法院作出二审判决，判决驳回上诉，维持原判。</p> <p>2025年1月27日，国家知识产权局作出上述注册商标的撤销公告，其注册商标专用权自公告之日终止。</p> <p>2025年3月7日，发行人向最高人民法院提出再审申请，请求撤销上述一审、二审判决并依法改判，撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。2025年3月25日，最高人民法院向发行人出具案件受理通知书。</p>
2	第 1091684 号“博士 DOCTOR 及图”商标	马赫汀博士国际贸易有限公司	<p>2024年4月22日，因不服国家知识产权局对左述商标作出的“复审商标在复审服务上的注册予以撤销”决定，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局对诉争商标的复审决定，并责令其重新作出决定。</p> <p>2025年1月24日，北京知识产权法院向发行人出具（2025）京73行初3613号行政案件受理通知书，截至本募集说明书出具之日，北京知识产权法院尚未作出一审判决。</p>
3	第 17924729 号“博士 DOCTOR 及图”商标	马赫汀博士国际贸易有限公司	<p>2024年8月13日，因不服国家知识产权局对左述商标作出的“复审商标在复审服务上的注册予以撤销”决定，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。</p> <p>2025年1月15日，北京知识产权法院向发行人出具行政案件受理通知书，截至本募集说明书出具之日，北京知识产权法院尚未作出一审判决。</p>
4	第 17924728 号“博士 DOCTOR 及图”商标	马赫汀博士国际贸易有限公司	<p>2024年8月13日，因不服国家知识产权局对左述商标作出的“复审商标在复审服务上的注册予以撤销”决定，发行人向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求依法撤销国家知识产权局上述复审决定，并责令其重新作出决定。</p> <p>2025年1月15日，北京知识产权法院向发行人出具行政案件受理通知书，截至本募集说明书出具之日，北京知识产权法院尚未作出一审判决。</p>

2) 被第三方向国家知识产权局申请撤销且未决的商标

公司 1091685 号“DOCTOR”商标被第三人以“无正当理由连续三年不使用”为由，于 2023 年 12 月 28 日向国家知识产权局申请撤销在第 35 类“推销（替他人）”等全部核定使用服务上的注册，2024 年 8 月 23 日，国家知识产权局作出商标撤三字[2024]第 Y031632 号《关于第 1091685 号第 35 类

"DOCTOR"注册商标连续三年不使用撤销申请的决定》。公司已在法定期限届满前就前述撤销决定向国家知识产权局申请复审，截至本募集说明书出具之日，国家知识产权局尚未作出复审决定。

3) 该等商标撤销事项不会对公司的持续经营造成重大不利影响

该等商标撤销事项不会对公司的持续经营造成重大不利影响，其主要原因：

A、公司已积极采取措施应对上述诉讼，截至本募集说明书出具之日，第

17924728、17924729 号  商标所涉行政诉讼尚未作出生效判决，第 1091685 号 **DOCTOR** 商标所涉撤销申请仍在国家知识产权局审理，该等商标仍为有效注册商标，公司有权继续使用。

B、公司生产经营对诉争商标的依赖程度较小。公司未在自有品牌产品的镜片和镜架上使用诉争商标，不存在经营销售诉争商标所涉产品的情况；公司从事眼镜零售连锁经营，打造了多层次的体系，以及具有识别度的字号、装修风格及商品陈列形式，且诉争商标主要使用在包括公司字号“博士眼镜”在内的商标组合，单一的图标样式并非消费者和供应商识别并选择商家或商品的唯一决策依据。

C、公司拥有  对应图案著作权，且商标长期在先使用并具有较强的市场影响。公司可基于对该等商标图案的在先权利，结合监测防范机制进行保护，防止他人注册相同或相似商标。

D、公司目前涉及的商标事项，是相关申请方对公司商标提出“撤三”申请，即没有正当理由连续三年不使用的，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标。该等申请及相关行政诉讼不会导致公司构成直接的侵权或者承担赔偿责任，不涉及诉讼赔偿等。

3、专利

截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有 13 项专利，其中外观设计专利 9 项，实用新型专利 4 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利申请日	专利类型	专利来源
1	一种骨传导眼镜	公司	2017212696304	2017/09/29	实用新型	原始取得
2	一种骨传导眼镜	公司	2017212742410	2017/09/29	实用新型	原始取得
3	一种骨传导眼镜	公司	2017212779491	2017/09/29	实用新型	原始取得
4	骨传导眼镜	公司	2017304708057	2017/09/29	外观设计	原始取得
5	展示柜（标准中高柜 B）	公司	201630303778X	2016/07/05	外观设计	原始取得
6	展示柜（ZELE 中岛矮柜）	公司	2016303037775	2016/07/05	外观设计	原始取得
7	展示柜（ZELE 半高柜 A）	公司	2016303035591	2016/07/05	外观设计	原始取得
8	展示柜（ZELE 高柜 B）	公司	2016303036768	2016/07/05	外观设计	原始取得
9	展示柜（ZELE 高柜 A）	公司	2016303035587	2016/07/05	外观设计	原始取得
10	展示柜（标准高柜 B）	公司	2016303034917	2016/07/05	外观设计	原始取得
11	桌子（ZELE 大平桌）	公司	2016303036518	2016/07/05	外观设计	原始取得
12	超声波清洗机	新云程	201930744179.5	2019/12/30	外观设计	原始取得
13	一种金属贴章火机	新云程	201921515489.0	2019/09/12	实用新型	原始取得

截至 2024 年 12 月 31 日，公司 2017212696304、2017212779491 专利质权人为招商银行股份有限公司深圳分行。其余专利之上未设定质押等权利限制。

4、著作权登记证书

截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有 15 项计算机软件著作权登记证书，具体情况如下：

序号	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	著作权人
1	团购券核销系统 V1.0	2024SR2137745	2024.12.19	原始取得	公司
2	镜联眼镜商品定价平台 V1.0	2024SR0913181	2024.07.02	原始取得	镜联易购
3	镜联眼镜商品动态 SKU 组装系统 V1.0	2024SR0913195	2024.07.02	原始取得	镜联易购
4	汉高眼镜行业标准交易平台 V2.0	2019SR1271682	2019.12.03	原始取得	汉高信息
5	汉高微信商城管理系统 V2.0	2019SR1271671	2019.12.03	原始取得	汉高信息

序号	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	著作权人
6	汉高智慧屏视力系统 V2.0	2019SR1264824	2019.12.03	原始取得	汉高信息
7	汉高智能视力表软件 V2.0	2019SR1271203	2019.12.03	原始取得	汉高信息
8	汉高 Pad 门店管理软件	2019SR1171856	2019.11.19	原始取得	汉高信息
9	汉高 PDA 全程扫码软件	2019SR1168415	2019.11.19	原始取得	汉高信息
10	汉高智能仓库管理软件 V2.0	2019SR1161013	2019.11.18	原始取得	汉高信息
11	眼科医生服务平台[简称: 眼科医生]V2.0	2019SR1000546	2019.09.26	原始取得	汉高信息
12	汉高数字物联软件	2019SR0762402	2019.07.23	原始取得	汉高信息
13	青少年视力普查防控系统 V2.0	2019SR0250254	2019.03.14	原始取得	汉高信息
14	汉高眼镜行业管理系统平台软件 V8.0	2018SR040013	2018.01.17	原始取得	汉高信息
15	汉高眼镜行业管理系统平台软件 V7.0[简称: HG 2000]	2006SR14274	2006.10.18	原始取得	汉高信息

截至本募集说明书出具日, 公司作品著作权均处于有效状态, 不存在权利质押或其他权利受限情况, 具体情况如下:

序号	作品名称	登记号	作品类别	创作完成日
1	《博士眼镜门店形象 5.1》	国作登字-2021-F-00221745	美术作品	2019 年 11 月
2	HIPSTER	国作登字-2015-F-00183322	美术作品	2013 年 10 月
3	缤纷彩虹桥	国作登字-2015-F-00183323	美术作品	2013 年 10 月
4	博士 DOCTOR	国作登字-2024-F-00218758	美术作品	1993 年 3 月
5	小博士系列	国作登字-2025-F-00006545	美术作品	2022 年 7 月
6	博士 DoctorGlass 系列图文组合	国作登字-2025-F-00006546	美术作品	2019 年 11 月
7	博士 DOCTOR+博士眼镜图文组合	国作登字-2025-F-00006547	美术作品	1993 年 3 月
8	双马图案	国作登字-2025-F-00006548	美术作品	1993 年 3 月

5、域名

截至 2024 年 12 月 31 日, 公司拥有 5 项域名证书, 具体情况如下:

序号	域名	域名持有人	审核通过日期
1	doctorglasses.cn	博士眼镜	2011/09/27
2	doctorglasses.com.cn	博士眼镜	2003/06/09
3	jinglianyigou.com	镜联易购	2021/12/13

序号	域名	域名持有人	审核通过日期
4	unionglasses.com	汉高信息	2007/06/13
5	hencego.com	汉高信息	2001/08/27

6、资质认证情况

(1) 医疗器械资质

根据《医疗器械经营监督管理办法》《医疗器械网络销售监督管理办法》等规定，公司在经营活动中涉及的资质主要为销售隐形眼镜、隐形眼镜护理液等产品所需的《医疗器械经营许可证》《医疗器械网络销售备案凭证》（联营及加盟门店相关许可由合作方负责办理）。医疗器械资质具体情况详见“附件二 公司的业务资质”之“1”“2”。

(2) 特许经营备案

公司通过与具备一定资质的企业或个人签订特许经营合同，授予其成为公司加盟商、在一定时间和市场区域内使用“砦”等品牌的权利。公司按照《商业特许经营管理条例》已在商务主管部门就其拥有的特许经营权进行了商业特许经营备案，备案号为 0440300111600107，详见“附件二 公司的业务资质”之“3”。

九、公司特许经营权情况

截至本募集说明书签署日，公司未被授予特许经营权。

十、公司重大资产重组情况

报告期内，公司未发生过重大资产重组情况。

十一、公司境外经营的情况

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人在境外开展的经营活动主要是在中国香港设立子公司博士眼镜（香港）有限公司、博镜（香港）贸易有限公司。该等子公司业务规模相对较小。

十二、公司报告期内的分红情况

(一) 公司的利润分配政策

公司现行有效的《公司章程》对利润分配政策规定如下：

“（一）利润分配的原则和形式

公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，利润分配注重对股东合理的投资回报，按照同股同权、同股同利的原则，利润分配不得超过累计可分配利润范围。公司遵循重视对投资者的合理回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展的原则，采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。公司优先采用现金分红的利润分配方式。

（二）现金分红的条件

公司拟实施现金分红时应同时满足以下条件：

- 1、公司该年度实现盈利，且该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润）、累计可分配利润均为正值；
- 2、审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- 3、公司无重大投资计划或重大现金支出计划等事项发生（公司首次公开发行股票或再融资的募集资金投资项目除外）；重大投资计划或重大现金支出计划是指公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%。

（三）现金分红的比例及时间

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 20%，且最近三年公司以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

- 1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；
- 2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

在满足上述现金分红条件的情况下，公司将积极采取现金方式分配股利，公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分配。现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

（四）股票股利分配的条件

公司可以根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模合理的前提下，为保持股本扩张与业绩增长相适应，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

（五）利润分配的决策程序和机制

公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。

独立董事认为现金分红方案可能损害上市公司或者中小股东权益的，有权发表独立意见。董事会对独立董事的意见未采纳或者未完全采纳的，应当在董事会决议公告中披露独立董事的意见及未采纳或者未完全采纳的具体理由。

监事会对董事会执行现金分红政策和股东回报规划以及是否履行相应决策程序和信息披露等情况进行监督。监事会发现董事会存在未严格执行现金分红政策和股东回报规划、未严格履行相应决策程序或者未能真实、准确、完整进行相应信息披露的，应当发表明确意见，并督促其及时改正。

分红预案经董事会审议通过，方可提交股东大会审议。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以所持二分之一以上的表决权通过。

（六）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

(七) 公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- 1、是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；
- 2、分红标准和比例是否明确和清晰；
- 3、相关的决策程序和机制是否完备；
- 4、中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。”

(二) 最近三年利润分配情况

公司最近三年的现金分红情况具体如下：

单位：万元

分红年度	合并报表归属于母公司所有者净利润	现金分红	现金分红比率（现金分红/合并报表归属于母公司所有者净利润）
2022年	7,580.99	5,211.20	68.74%
2023年	12,806.48	10,457.01	81.65%
2024年	10,362.84	4,732.51	45.67%
最近三年年均可分配利润			10,250.10
最近三年累计现金分红			20,400.72
最近三年累计现金分红占最近三年实现的年均可分配利润的比例			199.03%

注：2022年净利润为会计政策变更追溯调整后数据。

1、2022年利润分配

2023年5月19日，公司2022年年度股东大会审议通过《关于2022年度利润分配预案的议案》，决定以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币3元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。公司本次现金分红金额5,211.20万元占合并报表归属上市公司普通股股东的净利润的68.74%，符合《公司章程》的有关规定。

2、2023年利润分配

2024年5月22日，公司2023年年度股东大会审议通过《关于2023年度利润分配预案的议案》，决定以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币6元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。公司本次现金分红金额10,457.01万元占合并报表归属上市公司普通股股东的净利润的81.65%，符合《公司章程》的有关规定。

3、2024年利润分配

2024年5月22日，公司2023年度股东大会审议通过了《关于提请股东大会授权董事会决定2024年中期或春节前利润分配的议案》，授权董事会全权办理2024年中期（包含半年度、前三季度）或春节前利润分配方案的相关事宜。公司于2024年8月27日召开第五届董事会第五次会议和第五届监事会第五次会议，分别审议通过了《关于2024年半年度利润分配预案的议案》，决定以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币1.60元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。公司于2024年12月26日召开了第五届董事会第八次会议、第五届监事会第八次会议，分别审议通过了《关于2024年第三季度利润分配方案的议案》。决定以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币1.10元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本。

2025年4月14日，公司第五届董事会第十一次会议审议通过了《关于2024年度资本公积金转增股本预案的议案》，以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，以资本公积向全体股东每10股转增3股，不送红股，不派发现金红利。此项议案尚需提交公司2024年年度股东大会审议。

公司2024年度上述分红占合并报表归属上市公司普通股股东的净利润的45.67%，符合《公司章程》的有关规定。

十三、公司最近三年发行的债券情况

（一）最近三年债券发行和偿还情况

报告期内，公司不存在对外发行债券的情形。

（二）最近三年平均可分配利润足以支付各类债券一年的利息

2022 年度、2023 年度及 2024 年度，公司归属于上市公司股东的净利润分别为 7,580.99 万元、12,806.48 万元和 10,362.84 万元，2022 年至 2024 年三年平均可分配利润为 10,250.10 万元；同期公司经营活动产生的现金流量净额分别为 20,841.41 万元、28,093.66 万元及 27,551.49 万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额平均值为 25,495.52 万元。

本次向不特定对象发行可转换公司债券拟募集资金不超过 37,500.00 万元，参考近期债券市场的发行利率水平并经合理估计，公司最近三年平均可分配利润足以支付公司债券一年的利息。

第五节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据反映了公司最近三年的财务状况，引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自公司 2022 年度、2023 年度和 2024 年度已经审计的财务报告，财务指标根据上述财务报表为基础编制。投资者欲对公司的财务状况、经营成果、现金流量及会计政策进行更详细的了解，请仔细阅读公司的财务报告和审计报告全文。

一、会计师事务所的审计意见类型及重要性水平

（一）审计意见类型

公司 2022 年度、2023 年度财务报表经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了大华审字[2023]0014499 号、大华审字[2024]0011007834 号的标准无保留意见审计报告。公司 2024 年度财务报表经政旦志远（深圳）会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了政旦志远审字第 2500277 号的标准无保留意见审计报告。

（二）重要性水平

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在此基础上，公司进一步判断项目金额的重要性。发行人在本节披露的财务会计信息相关重大事项标准为当年利润总额的 5%，或金额虽未达到当年利润总额的 5%但公司认为重要的相关事项。

二、最近三年合并财务报表

（一）合并资产负债表

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	19,933.56	19,354.09	22,600.43

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
交易性金融资产	12,814.70	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	7,597.93	6,434.89	4,867.68
应收款项融资	-	-	-
预付款项	4,433.84	2,592.40	3,806.73
其他应收款	5,167.20	5,161.20	4,897.89
存货	18,646.33	17,441.75	16,175.77
其他流动资产	21,007.96	6,707.69	6,140.10
流动资产合计	89,601.52	57,692.02	58,488.61
非流动资产：			
长期应收款	-	-	-
其他非流动金融资产	7,033.55	24,732.77	10,918.24
投资性房地产	2,235.69	2,307.43	2,379.17
长期股权投资	-	-	-
固定资产	3,733.16	2,872.38	2,905.42
在建工程	51.58	98.81	68.71
使用权资产	17,304.59	16,015.13	16,919.69
无形资产	1,228.97	2,288.87	812.61
商誉	-	1,214.16	-
长期待摊费用	3,145.41	3,199.93	4,035.08
递延所得税资产	1,002.62	1,073.21	1,060.15
其他非流动资产	-	682.79	79.42
非流动资产合计	35,735.57	54,485.49	39,178.49
资产总计	125,337.09	112,177.51	97,667.10
流动负债：			
短期借款	8,313.50	-	-
应付票据	5,266.90	-	-
应付账款	4,407.35	4,662.17	4,381.93
预收款项	-	-	-
合同负债	1,651.25	1,669.93	1,220.16
应付职工薪酬	3,000.98	2,835.50	1,691.42
应交税费	1,901.06	1,661.52	1,380.28

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
其他应付款	3,799.96	2,302.58	1,460.02
一年内到期的非流动负债	8,863.09	8,106.19	9,465.70
其他流动负债	608.42	157.53	67.96
流动负债合计	37,812.51	21,395.42	19,667.47
非流动负债：			
租赁负债	8,728.75	8,326.63	8,032.97
长期应付款	-	-	-
递延所得税负债	1,673.51	1,226.60	602.73
递延收益	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	10,402.25	9,553.23	8,635.71
负债合计	48,214.76	30,948.64	28,303.17
所有者权益：			
股本	17,530.39	17,424.72	17,323.37
资本公积	28,193.25	26,920.69	24,729.20
减：库存股	-	435.68	867.48
其他综合收益	494.56	340.66	242.12
盈余公积	7,481.96	6,725.31	5,806.04
未分配利润	22,363.21	27,897.55	21,270.54
归属于母公司所有者权益合计	76,063.38	78,873.25	68,503.78
少数股东权益	1,058.94	2,355.62	860.14
所有者权益合计	77,122.33	81,228.86	69,363.93
负债和所有者权益总计	125,337.09	112,177.51	97,667.10

注：2022年财务数据已根据《企业会计准则解释第16号》追溯调整，下同。

（二）合并利润表

单位：万元

项目	2024年度	2023年度	2022年度
一、营业总收入	120,281.61	117,586.55	96,223.70
减：营业成本	46,053.59	43,422.65	36,721.42
税金及附加	414.82	498.52	307.61
销售费用	50,084.45	47,616.34	41,278.26

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
管理费用	9,545.57	9,201.18	8,815.46
研发费用	307.98	466.94	-
财务费用	791.94	472.11	951.78
其中：利息费用	832.60	768.67	901.78
减：利息收入	568.27	632.02	257.92
加：其他收益（损失以“-”号填列）	602.09	389.65	837.77
投资收益（损失以“-”号填列）	1,061.60	892.39	685.18
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	220.87	457.92	-83.19
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-72.94	-63.31	-50.63
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-2,122.58	-999.89	-443.97
资产处置收益（损失以“-”号填列）	234.85	87.54	-
二、营业利润	13,007.15	16,673.12	9,094.32
加：营业外收入	47.27	132.68	269.42
减：营业外支出	142.83	393.25	79.88
三、利润总额	12,911.59	16,412.54	9,283.86
减：所得税费用	2,779.86	3,237.04	1,839.99
四、净利润	10,131.74	13,175.50	7,443.87
（一）按经营持续性分类			
1、持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	10,131.74	13,175.50	7,443.87
2、终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
（二）按所有权归属分类			
1.归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	10,362.84	12,806.48	7,580.99
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-231.11	369.02	-137.12
五、其他综合收益的税后净额	153.90	98.54	515.14
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	153.90	98.54	515.14
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额		-	-
六、综合收益总额	10,285.64	13,274.05	7,959.01
归属于母公司普通股股东综合收益总额	10,516.75	12,905.02	8,096.13
七、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	0.59	0.74	0.45
（二）稀释每股收益（元/股）	0.59	0.74	0.44

（三）合并现金流量表

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	122,626.22	119,609.51	97,726.30
收到的税费返还	5.08	7.05	-
收到其他与经营活动有关的现金	3,257.96	1,785.27	2,493.81
经营活动现金流入小计	125,889.26	121,401.82	100,220.10
购买商品、接受劳务支付的现金	50,420.64	48,553.46	45,061.32
支付给职工以及为职工支付的现金	26,779.46	24,512.97	20,406.89
支付的各项税费	6,012.22	7,369.57	4,522.55
支付其他与经营活动有关的现金	15,125.45	12,872.16	9,387.94
经营活动现金流出小计	98,337.77	93,308.16	79,378.69
经营活动产生的现金流量净额	27,551.49	28,093.66	20,841.41
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	76,266.83	18,797.29	37,074.49
取得投资收益收到的现金	513.50	451.93	685.18
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	19.47	-	3.73
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	76,799.79	19,249.22	37,763.39
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,598.17	2,159.39	2,628.60
投资支付的现金	85,321.08	32,194.41	40,032.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	611.80	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	87,919.25	34,965.60	42,660.60
投资活动产生的现金流量净额	-11,119.46	-15,716.38	-4,897.21
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	1,860.20	1,743.42	1,589.79
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	15.00	-
取得借款收到的现金	10,765.66	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	12,625.86	1,743.42	1,589.79
偿还债务支付的现金	2,529.61	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	14,708.48	6,028.86	9,522.71

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
支付其他与筹资活动有关的现金	11,395.52	11,636.53	12,401.97
筹资活动现金流出小计	28,633.61	17,665.39	21,924.68
筹资活动产生的现金流量净额	-16,007.75	-15,921.97	-20,334.90
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	126.33	140.37	615.33
五、现金及现金等价物净增加额	550.60	-3,404.33	-3,775.36
加：期初现金及现金等价物余额	19,184.97	22,589.30	26,364.66
六、期末现金及现金等价物余额	19,735.58	19,184.97	22,589.30

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定（2014 年修订）》的披露规定编制财务报表。

（二）合并财务报表范围

截至 2024 年 12 月 31 日，纳入公司合并报表范围的子公司情况如下：

序号	子公司名称	主要经营地	持股比例	取得方式
1	江西省博士眼镜有限责任公司	南昌市	100.00%	同一控制下企业合并
2	北京市澳星博士眼镜有限公司	北京市	100.00%	投资设立
3	重庆市博士眼镜有限公司	重庆市	100.00%	投资设立
4	东莞市澳星博士眼镜有限公司	东莞市	100.00%	投资设立
5	昆明德勤眼镜有限公司	昆明市	100.00%	投资设立
6	广州诗琪眼镜有限公司	广州市	100.00%	投资设立
7	成都市博士眼镜有限公司	成都市	100.00%	投资设立
8	安徽省澳星眼镜有限公司	合肥市	100.00%	投资设立
9	南宁市普立奥眼镜有限公司	南宁市	100.00%	投资设立
10	杭州普立奥眼镜有限公司	杭州市	100.00%	投资设立
11	深圳市伯爵网络科技有限公司	深圳市	100.00%	投资设立

序号	子公司名称	主要经营地	持股比例	取得方式
12	沈阳市澳星博士眼镜有限公司	沈阳市	100.00%	投资设立
13	昆山市普立奥眼镜有限公司	昆山市	100.00%	投资设立
14	惠州市德勤眼镜有限公司	惠州市	100.00%	投资设立
15	无锡市普立奥眼镜有限公司	无锡市	100.00%	投资设立
16	青岛澳星博士眼镜有限责任公司	青岛市	100.00%	投资设立
17	博士眼镜（香港）有限公司	中国香港	100.00%	投资设立
18	江西博士新云程商贸有限公司	南昌市	60.00%	投资设立
19	苏州普立奥眼镜有限公司	苏州市	100.00%	投资设立
20	上海朴宿眼镜有限公司	上海市	100.00%	投资设立
21	西安普立奥眼镜有限公司	西安市	100.00%	投资设立
22	深圳市博士视觉健康科技有限公司	深圳市	100.00%	投资设立
23	南通市普立奥眼镜有限公司	南通市	100.00%	投资设立
24	博镜（海南）投资控股有限公司	三亚市	100.00%	投资设立
25	三亚博镜品牌管理有限公司	三亚市	100.00%	投资设立
26	三亚博镜贸易有限公司	三亚市	70.00%	投资设立
27	海口博镜贸易有限公司	海口市	70.00%	投资设立
28	厦门市博镜眼镜有限公司	厦门市	100.00%	投资设立
29	南京市普立奥眼镜有限公司	南京市	100.00%	投资设立
30	博镜（三亚）电子商务有限公司	三亚市	80.00%	投资设立
31	天津市普立奥眼镜有限公司	天津市	100.00%	投资设立
32	博镜（重庆）电子商务有限公司	重庆市	80.00%	投资设立
33	宁波诗琪眼镜有限公司	宁波市	100.00%	投资设立
34	北京普立奥眼镜有限公司	北京市	100.00%	投资设立
35	上海诗琪眼镜有限公司	上海市	100.00%	投资设立
36	博镜（香港）贸易有限公司	中国香港	100.00%	投资设立
37	武汉普立奥眼镜有限公司	武汉市	100.00%	投资设立
38	南昌诗琪眼镜有限责任公司	南昌市	100.00%	投资设立
39	海南博炯贸易有限公司	三亚市	60.00%	投资设立
40	海南博郡贸易有限公司	三亚市	60.00%	投资设立
41	长沙市博士眼镜有限公司	长沙市	100.00%	投资设立
42	大连市普立奥眼镜有限公司	大连市	100.00%	投资设立
43	贵阳博视贸易有限公司	贵阳市	60.00%	投资设立

序号	子公司名称	主要经营地	持股比例	取得方式
44	常州市博士眼镜有限公司	常州市	100.00%	投资设立
45	福州市普立奥眼镜有限公司	福州市	100.00%	投资设立
46	珠海市博士眼镜有限公司	珠海市	100.00%	投资设立
47	南宁博镜贸易有限公司	南宁市	60.00%	投资设立
48	三亚澳星眼镜有限公司	三亚市	100.00%	投资设立
49	杭州汉高信息科技有限公司	杭州市	68.00%	非同一控制下企业合并
50	杭州镜联易购网络科技有限公司	杭州市	51.06%	非同一控制下企业合并
51	北京朴宿眼镜有限公司	北京市	100.00%	投资设立
52	南昌发轫光学实业有限公司	南昌市	60.00%	投资设立
53	南昌维睛光学实业有限公司	南昌市	60.00%	投资设立
54	海口朗目贸易有限公司	海口市	60.00%	投资设立
55	南昌发轫壹企业管理有限公司	南昌市	60.00%	投资设立
56	南昌发轫贰企业管理有限公司	南昌市	60.00%	投资设立
57	杭州诗琪眼镜有限公司	杭州市	100.00%	投资设立
58	佛山市博士眼镜有限公司	佛山市	100.00%	投资设立

(三) 合并财务报表范围的变化情况

1、2022 年度合并报表范围变化情况

序号	子公司名称	变动方向	变动原因
1	南昌诗琪眼镜有限责任公司	增加	新设子公司
2	海南博炯贸易有限公司	增加	新设子公司
3	海南博郡贸易有限公司	增加	新设子公司
4	长沙市博士眼镜有限公司	增加	新设子公司
5	大连市普立奥眼镜有限公司	增加	新设子公司
6	贵阳博视贸易有限公司	增加	新设子公司
7	常州市博士眼镜有限公司	增加	新设子公司
8	福州市普立奥眼镜有限公司	增加	新设子公司
9	珠海市博士眼镜有限公司	增加	新设子公司
10	南宁博镜贸易有限公司	增加	新设子公司
11	三亚澳星眼镜有限公司	增加	新设子公司
12	武汉市博士视觉健康科技有限公司	减少	注销子公司

2、2023 年度合并报表范围变化情况

序号	子公司名称	变动方向	变动原因
1	杭州汉高信息科技有限公司	增加	非同控下合并
2	杭州镜联易购网络科技有限公司	增加	非同控下合并
3	无锡添翼医疗科技有限公司	增加	新设子公司
4	深圳市博士视光运营管理有限公司	增加	新设子公司
5	江西博炯贸易有限公司	增加	新设子公司
6	北京朴宿眼镜有限公司	增加	新设子公司
7	南昌发韧光学实业有限公司	增加	新设子公司
8	南昌维睛光学实业有限公司	增加	新设子公司
9	海口朗目贸易有限公司	增加	新设子公司

3、2024 年度合并报表范围变化情况

序号	子公司名称	变动方向	变动原因
1	南昌发韧壹企业管理有限公司	增加	新设子公司
2	南昌发韧贰企业管理有限公司	增加	新设子公司
3	杭州诗琪眼镜有限公司	增加	新设子公司
4	佛山市博士眼镜有限公司	增加	新设子公司
5	深圳市博士视光运营管理有限公司	减少	注销子公司
6	江西博炯贸易有限公司	减少	注销子公司
7	无锡添翼医疗科技有限公司	减少	注销子公司

四、会计政策、会计估计变更以及会计差错更正

（一）会计政策变更

1、2023 年度变更情况说明

2022 年 12 月 13 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号，以下简称“解释 16 号”），解释 16 号“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”自 2023 年 1 月 1 日起施行，允许企业自发布年度提前执行。本公司于本年度施行该事项相关的会计处理。

对于在首次施行解释 16 号的财务报表列报最早期间的期初（即 2022 年 1 月 1 日）因适用解释 16 号单项交易而确认的租赁负债和使用权资产，以及确认的弃置义务相关预计负债和对应的相关资产，产生可抵扣暂时性差异和应纳税

暂时性差异的，本公司按照解释 16 号和《企业会计准则第 18 号——所得税》的规定，将累积影响数调整财务报表列报最早期间的期初（即 2022 年 1 月 1 日）留存收益及其他相关财务报表项目。

根据解释 16 号的相关规定，本公司对财务报表相关项目累积影响调整如下：

单位：元

项目	2022 年 1 月 1 日	累积影响金额	2022 年 1 月 1 日
	原列报金额		调整后列报金额
递延所得税资产	9,023,410.44	888,592.85	9,912,003.29
资产总计	987,929,214.36	888,592.85	988,817,807.21
递延所得税负债	4,887,885.52	268,548.07	5,156,433.59
负债合计	322,392,589.17	268,548.07	322,661,137.24
盈余公积	50,686,627.14	82,455.03	50,769,082.17
未分配利润	229,858,528.89	537,589.75	230,396,118.64
归属于母公司所有者权益合计	657,892,247.78	620,044.78	658,512,292.56
所有者权益合计	665,536,625.19	620,044.78	666,156,669.97
负债和所有者权益总计	987,929,214.36	888,592.85	988,817,807.21

对于在首次施行本解释的财务报表列报最早期间的期初（即 2022 年 1 月 1 日）至解释施行日（2023 年 1 月 1 日）之间发生的适用解释 16 号的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产，以及确认的弃置义务相关预计负债和对应的相关资产，本公司按照解释 16 号的规定进行处理。

根据解释 16 号的规定，本公司对资产负债表相关项目调整如下：

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日		
	变更前	累计影响金额	变更后
递延所得税资产	9,329,318.74	1,272,143.88	10,601,462.62
资产总计	975,398,854.28	1,272,143.88	976,670,998.16
递延所得税负债	6,022,807.31	4,523.60	6,027,330.91
负债合计	283,027,198.48	4,523.60	283,031,722.08
盈余公积	57,941,602.30	118,753.12	58,060,355.42
未分配利润	211,556,569.99	1,148,867.16	212,705,437.15

归属于母公司所有者权益合计	683,770,207.38	1,267,620.28	685,037,827.66
所有者权益合计	692,371,655.80	1,267,620.28	693,639,276.08
负债和所有者权益总计	975,398,854.28	1,272,143.88	976,670,998.16

根据解释 16 号的规定，本公司对利润表相关项目调整如下：

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日		
	变更前	累计影响金额	变更后
所得税费用	19,047,510.71	-647,575.50	18,399,935.21

2、2024 年度变更情况说明

(1) 2023 年 10 月 25 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 17 号》（财会〔2023〕21 号，以下简称“解释 17 号”），本公司自 2024 年 1 月 1 日起施行（“施行日”）解释 17 号。本公司自施行日起执行解释 17 号，执行解释 17 号对本报告期内财务报表无重大影响。

(2) 本公司自 2024 年 1 月 1 日起执行企业数据资源相关会计处理暂行规定（以下简称“暂行规定”），执行暂行规定对本报告期内财务报表无重大影响。

(3) 2024 年 12 月 6 日，财政部印发了《企业会计准则解释第 18 号》（财会〔2024〕24 号，以下简称“解释 18 号”），本公司自 2024 年 12 月 6 日起施行。执行解释 18 号对本报告期内财务报表无重大影响。

(二) 会计估计变更情况

报告期内，公司主要会计估计未发生变更。

(三) 会计差错更正

报告期内，公司无会计差错更正事项。

五、最近三年的主要财务指标

(一) 主要财务指标

项目	2024-12-31 /2024 年度	2023-12-31 /2023 年度	2022-12-31 /2022 年度
----	------------------------	------------------------	------------------------

流动比率（倍）	2.37	2.70	2.97
速动比率（倍）	1.88	1.88	2.15
资产负债率（合并）	38.47%	27.59%	28.98%
资产负债率（母公司）	40.41%	29.70%	27.25%
应收账款周转率（次）	17.14	20.81	20.27
存货周转率（次）	2.55	2.58	2.49
总资产周转率（次）	1.01	1.12	0.98
每股经营性现金净流量（元）	1.57	1.61	1.20
每股净现金流量（元）	0.03	-0.20	-0.22
利息保障倍数	16.51	22.35	11.30

注：主要财务指标计算说明：

- （1）流动比率=期末流动资产/期末流动负债
- （2）速动比率=（期末流动资产-期末存货）/期末流动负债
- （3）资产负债率（合并）=（合并报表负债总额/合并报表资产总额）×100%
- （4）资产负债率（母公司）=（母公司负债总额/母公司资产总额）×100%
- （5）应收账款周转率=营业收入/（期初应收账款余额+期末应收账款余额）*2
- （6）存货周转率=营业成本/（期初存货余额+期末存货余额）*2
- （7）总资产周转率=营业收入/（期初总资产+期末总资产）*2
- （8）每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
- （9）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加（或减少）额/期末总股本
- （10）利息保障倍数=（利润总额+利息费用）/利息费用

（二）净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的要求，公司加权平均净资产收益率及每股收益如下：

项目	报告期	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
归属于公司普通股股东的净利润	2024年度	13.17	0.59	0.59
	2023年度	17.64	0.74	0.74

	2022 年度	11.69	0.45	0.44
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2024 年度	11.25	0.51	0.51
	2023 年度	16.04	0.68	0.67
	2022 年度	9.72	0.37	0.37

六、财务状况分析

（一）资产构成及变化分析

报告期各期末，公司资产总体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	89,601.52	71.49	57,692.02	51.43	58,488.61	59.89
非流动资产	35,735.57	28.51	54,485.49	48.57	39,178.49	40.11
资产总计	125,337.09	100.00	112,177.51	100.00	97,667.10	100.00

报告期各期末，公司总资产分别为 97,667.10 万元、112,177.51 万元和 125,337.09 万元，总资产规模保持稳步增长态势。报告期各期末，公司流动资产分别为 58,488.61 万元、57,692.02 万元和 89,601.52 万元，占总资产比例分别为 59.89%、51.43% 和 71.49%；公司非流动资产分别为 39,178.49 万元、54,485.49 万元和 35,735.57 万元，占总资产比例分别为 40.11%、48.57% 和 28.51%。2024 年末，公司流动资产及非流动资产占比变化较大，主要系公司购买理财产品类别有所变化以及一年内大额存款重分类所致。

报告期各期末，公司的流动资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	19,933.56	22.25	19,354.09	33.55	22,600.43	38.64
交易性金融资产	12,814.70	14.30	-	-	-	-
应收账款	7,597.93	8.48	6,434.89	11.15	4,867.68	8.32
预付款项	4,433.84	4.95	2,592.40	4.49	3,806.73	6.51
其他应收款	5,167.20	5.77	5,161.20	8.95	4,897.89	8.37

存货	18,646.33	20.81	17,441.75	30.23	16,175.77	27.66
其他流动资产	21,007.96	23.45	6,707.69	11.63	6,140.10	10.50
流动资产合计	89,601.52	100.00	57,692.02	100.00	58,488.61	100.00

报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他非流动金融资产	7,033.55	19.68	24,732.77	45.39	10,918.24	27.87
投资性房地产	2,235.69	6.26	2,307.43	4.23	2,379.17	6.07
固定资产	3,733.16	10.45	2,872.38	5.27	2,905.42	7.42
在建工程	51.58	0.14	98.81	0.18	68.71	0.18
使用权资产	17,304.59	48.42	16,015.13	29.39	16,919.69	43.19
无形资产	1,228.97	3.44	2,288.87	4.20	812.61	2.07
商誉	-	-	1,214.16	2.23	-	-
长期待摊费用	3,145.41	8.80	3,199.93	5.87	4,035.08	10.30
递延所得税资产	1,002.62	2.81	1,073.21	1.97	1,060.15	2.71
其他非流动资产	-	-	682.79	1.25	79.42	0.20
非流动资产合计	35,735.57	100.00	54,485.49	100.00	39,178.49	100.00

公司资产主要项目具体情况如下：

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
库存现金	21.59	34.82	38.69
银行存款	6,991.68	6,766.60	14,284.17
其他货币资金	12,722.30	12,383.56	8,266.44
未到期应收利息	197.99	169.12	11.14
合计	19,933.56	19,354.09	22,600.43

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 22,600.43 万元、19,354.09 万元和 19,933.56 万元，主要由银行存款和其他货币资金构成，其他货币资金主要为

定期存款，其中 2024 年末一年内到期的定期存款本金为 12,433.50 万元。2023 年末货币资金余额略有减少，主要系公司当年购买理财产品较多所致。2024 年末，货币资金余额与上年末相比基本保持稳定。

报告期内，发行人不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

2、交易性金融资产

2024 年末，公司交易性金融资产为以公允价值计量的理财产品，金额为 12,814.70 万元，该等产品主要为安全性高、期限较短、流动性好、风险较低的非保本浮动收益型理财产品，具体详见本章节之“六 财务状况分析”之“（五）截至最近一期末公司不存在金额较大的财务性投资的基本情况”之“3、公司最近一期末财务性投资的情况”。

3、应收账款

（1）应收账款变动分析

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
应收账款余额	8,012.77	6,817.31	5,173.67
减：坏账准备	414.84	382.42	306.00
应收账款账面价值	7,597.93	6,434.89	4,867.68
营业收入	120,281.61	117,586.55	96,223.70
应收账款账面价值/营业收入	6.32%	5.47%	5.06%

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 4,867.68 万元、6,434.89 万元和 7,597.93 万元，占各期营业收入的比例依次为 5.06%、5.47%和 6.32%。报告期内，公司属于零售行业，应收账款规模较小，主要为与商场等单位月度结算的往来款项。2022 年-2024 年，公司应收账款账面价值占营业收入比例总体略有提升，主要系公司与重要联营客户结算的收入上升，导致公司期末的应收账款有所增加。

(2) 坏账准备计提情况

报告期内，应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元、%

2024-12-31					
项目	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	比例	
单项计提预期信用损失的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提预期信用损失的应收账款	8,012.77	100.00	414.84	5.18	7,597.93
其中：风险组合	8,012.77	100.00	414.84	5.18	7,597.93
合计	8,012.77	100.00	414.84	5.18	7,597.93
2023-12-31					
项目	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	比例	
单项计提预期信用损失的应收账款	519.06	7.61	11.37	2.19	507.68
按组合计提预期信用损失的应收账款	6,298.25	92.39	371.04	5.89	5,927.21
其中：风险组合	6,298.25	92.39	371.04	5.89	5,927.21
合计	6,817.31	100.00	382.42	5.61	6,434.89
2022-12-31					
项目	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	比例	
单项计提预期信用损失的应收账款	925.70	17.89	23.27	2.51	902.43
按组合计提预期信用损失的应收账款	4,247.97	82.11	282.72	6.66	3,965.25
其中：风险组合	4,247.97	82.11	282.72	6.66	3,965.25
合计	5,173.67	100.00	306.00	5.91	4,867.68

报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提比例分别为 5.91%、5.61%和 5.18%，公司坏账准备计提比例稳定。

(3) 同行业坏账准备计提情况对比分析

2022 年末、2023 年末及 2024 年末，公司应收账款坏账准备计提比例与同行业公司对比情况如下：

证券简称	计提方式	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
千叶眼镜	账龄组合	未披露	5.09%	6.66%
博士眼镜	账龄组合	5.18%	5.61%	5.91%

注：千叶眼镜于 2024 年 9 月自新三板摘牌，因此无 2024 年数据，下同。

公司应收账款坏账准备计提比例与同行业公司按照同样方式计提的比例基本保持一致，坏账准备计提比例充分。

（4）应收账款账龄结构分析

报告期内，公司应收账款账龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1 年以内	7,997.92	99.81	6,380.73	93.60	5,158.81	99.71
1-2 年	7.70	0.10	417.81	6.13	2.26	0.04
2-3 年	-	-	6.17	0.09	-	-
3 年以上	7.15	0.09	12.59	0.18	12.59	0.24
合计	8,012.77	100.00	6,817.31	100.00	5,173.67	100.00

注：由于 2023 年公司将汉高信息、镜联易购等主体纳入合并范围，导致应收账款的合并口径账龄结构存在变化。

报告期各期末，公司应收账款账龄主要集中在一年之内，占比分别为 99.71%、93.60%和 99.81%，公司应收账款账龄结构良好。

（5）应收账款客户前五名情况

报告期各期末，公司应收账款前五大客户余额如下：

单位：万元、%

2024-12-31			
序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例
1	客户 A	5,352.78	66.80
2	华润集团	624.70	7.80
3	天虹股份	344.57	4.30
4	汉海信息技术（上海）有限公司	170.68	2.13
5	北京京东世纪贸易有限公司	135.89	1.70

合计		6,628.62	82.73
2023-12-31			
序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例
1	客户 A	3,511.05	51.50
2	华润集团	586.57	8.60
3	南昌同城网络服务有限公司	517.94	7.60
4	天虹股份	230.38	3.38
5	汉海信息技术（上海）有限公司	204.23	3.00
合计		5,050.16	74.08
2022-12-31			
序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额的比例
1	客户 A	1,280.22	14.65
2	南昌同城网络服务有限公司	924.59	13.77
3	镜联易购	527.16	10.54
4	华润集团	439.31	8.02
5	深圳市益田假日广场有限公司	202.52	6.23
合计		3,373.80	53.22

注：上表中同一控制下的关联方已合并计算。

报告期各期末，公司客户应收账款相对集中，公司前五名应收账款金额占当期末应收账款金额的比重分别为 53.22%、74.08%和 82.73%，公司应收账款金额较大的客户相对稳定。报告期各期，公司应收客户 A 的款项逐年增加，主要系公司与其合作的业务规模不断增加所致。

（6）各期坏账准备的计提和转回

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
计提金额	43.80	106.44	33.18
转回金额	10.26	32.84	-
核销金额	1.11	2.99	-
利润总额	12,911.59	16,412.54	9,283.86
计提占比	0.34%	0.65%	0.36%

报告期各期，应收账款坏账准备计提金额分别为 33.18 万元、106.44 万元和 43.80 万元，占利润总额的比例分别为 0.36%、0.65%和 0.34%，对公司的经营业绩未形成重大影响。

4、预付款项

报告期各期末，公司预付款项情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
预付货款	4,149.30	2,345.49	3,663.67
其他	284.54	246.91	143.06
合计	4,433.84	2,592.40	3,806.73

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 3,806.73 万元、2,592.40 万元和 4,433.84 万元，主要为公司预付的货款。2024 年末，公司预付货款增加主要系：一是公司与主要供应商如陆逊梯卡、开云眼镜、爱尔康等结算确认年度返利较上年增加导致年末预付货款金额的变动；二是受次年寒假及春节时间影响，导致公司在 2022 年及 2024 年末提前备货，相应预付款有所增加；三是根据合同约定，公司将部分货品进行退货处理，相关款项冲减供应商期末应付账款，仍有剩余部分计入预付款项核算。

截至 2024 年末，公司预付款项前五大供应商具体如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占预付账款金额比例
1	上海依视路光学有限公司	913.90	20.61%
2	开云瓊维（上海）眼镜贸易有限公司	897.28	20.24%
3	特丽奥思眼镜（上海）有限公司	863.53	19.48%
4	卡尔蔡司光学（广州）有限公司	672.48	15.17%
5	爱尔康（中国）眼科产品有限公司	447.24	10.09%
	合计	3,794.43	85.58%

5、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款余额及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
其他应收款账面余额	5,233.70	5,216.49	5,030.25
坏账准备	66.50	55.29	132.35
其他应收款账面价值	5,167.20	5,161.20	4,897.89

报告期各期末，公司其他应收款余额构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
租赁及水电押金、保证金	5,215.70	99.66	5,115.32	98.06	4,931.18	98.03
其他	18.00	0.34	101.17	1.94	99.07	1.97
合计	5,233.70	100.00	5,216.49	100.00	5,030.25	100.00

报告期各期末，公司其他应收款主要由往来款、押金和保证金、其他等项目构成。截至 2024 年末，公司其他应收款前五大单位情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	账面余额	内容	占其他应收款 账面余额比例
1	华润集团	670.04	保证金	12.80
2	天虹股份	184.97	保证金	3.53
3	京基集团	140.04	保证金	2.68
4	客户 A	134.49	保证金	2.57
5	深圳市罗湖投资控股有限公司	89.11	保证金	1.70
	合计	1,218.65	/	23.28

6、存货

(1) 存货基本情况及跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31			
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面价值
库存商品	19,532.32	1,214.06	6.22%	18,318.26
周转材料	19.02	-	-	19.02
发出商品	309.06	-	-	309.06

合计	19,860.39	1,214.06	6.11%	18,646.33
项目	2023-12-31			
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面价值
库存商品	17,966.49	1,083.56	6.03%	16,882.93
周转材料	35.35	-	-	35.35
发出商品	523.47	-	-	523.47
合计	18,525.31	1,083.56	5.85%	17,441.75
项目	2022-12-31			
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面价值
库存商品	16,600.37	947.52	5.71%	15,652.85
周转材料	21.93	-	-	21.93
发出商品	500.99	-	-	500.99
合计	17,123.29	947.52	5.53%	16,175.77

报告期各期末，公司存货规模逐年增加，主要是公司业务规模增长所致。

报告期各期末，公司存货按照不同产品类别情况如下表所示：

单位：万元

产品类别	2024 年末		2023 年末		2022 年末	
	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
镜架	7,962.72	502.89	8,114.11	449.87	7,870.59	391.76
镜片	979.33	36.52	1,008.53	32.88	736.55	15.73
老花镜	132.69	9.05	110.83	11.28	104.30	11.56
太阳镜	7,643.00	626.91	5,915.08	517.98	4,946.92	485.04
隐形护理液	216.78	1.55	259.07	33.29	705.37	6.52
隐形眼镜	2,457.02	37.14	2,735.86	38.26	2,395.85	36.91
其他	468.86	-	381.82		363.71	-
合计	19,860.39	1,214.06	18,525.31	1,083.56	17,123.29	947.52

公司期末存货中，太阳镜的金额占比逐年提升，与公司来自太阳镜的收入变动趋势一致。

(2) 同行业存货跌价准备计提比例对比分析

单位：%

证券简称	2024 年末	2023 年末	2022 年末
------	---------	---------	---------

千叶眼镜	未披露	3.99	3.84
博士眼镜	6.11	5.85	5.53

报告期各期末，公司按照库龄对存货计提相应的跌价准备，总体比例略有增长，符合公司经营的实际情况。公司存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司，会计处理较为谨慎，存货跌价准备计提充分。

7、其他流动资产

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
待认证待抵扣的增值税	120.30	165.32	95.61
理财产品	-	6,508.71	6,029.67
一年内到期的大额存款	20,517.97	-	-
预计退货成本	354.04	33.65	-
预缴税款	15.66	-	14.83
合计	21,007.97	6,707.69	6,140.10

2022-2023 年末，公司其他流动资产主要构成为理财产品。2024 年末，公司其他流动资产主要为一年内到期的大额存款，由于该部分大额存单到期日在一年以内，因此从其他非流动金融资产科目调整至其他流动资产核算。2024 年末，公司其他流动资产中理财产品较 2023 年末减少 6,508.71 万元，主要系公司新购入的非保本浮动收益型理财产品，该等产品通过交易性金融资产科目进行核算；公司预计退货成本较 2023 年末增加 320.39 万元，主要系随着公司来自渠道合作配镜中心渠道体系的批发业务收入增加，公司预计来自该渠道的退货成本有所增加。

8、其他非流动金融资产

报告期各期末，公司其他非流动金融资产情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
权益工具投资	5,975.80	5,883.66	4,918.24
其中：温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）	1,864.41	1,885.41	1,889.30
无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）	3,250.77	3,385.37	2,991.99

无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	855.74	602.25	-
成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）	0.71	0.84	4.28
成都高新区眼视光眼科诊所有限公司	4.17	5.19	32.67
镇江镜联易购网络科技有限公司	-	4.59	-
其他：大额定期存单	1,057.75	18,849.11	6,000.00
合计	7,033.55	24,732.77	10,918.24

报告期各期末，公司其他非流动金融资产余额分别为 10,918.24 万元、24,732.77 万元及 7,033.55 万元，主要包含公司对温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）等基金的投资以及购买的到期日在一年以上的大额定期存单理财产品。受部分大额定期存单到期日在一年以内因素影响，公司将其调整至“其他流动资产”科目核算，公司其他非流动金融资产在报告期各年末随之变动。

9、投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产构成如下表所示：

单位：万元

房屋建筑物	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
账面原值	3,020.73	3,020.73	3,020.73
累计折旧	785.04	713.30	641.56
减值准备	-	-	-
账面价值	2,235.69	2,307.43	2,379.17

公司持有的投资性房地产主要系公司将旧办公楼出租所形成。公司按照成本法进行后续计量，按其预计使用寿命 40 年及净残值率 5%对建筑物和土地使用权计提折旧或摊销。

10、固定资产

（1）固定资产构成

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
一、账面原值	8,354.23	7,389.40	6,944.07

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
验光设备	5,321.59	4,338.71	4,360.05
仪器设备	1,404.98	1,440.23	1,024.55
运输工具	585.95	368.87	312.26
办公设备	1,041.72	1,241.59	1,247.21
二、累计折旧	4,621.08	4,517.03	4,038.65
验光设备	2,666.82	2,448.51	2,280.38
仪器设备	614.62	617.84	485.17
运输工具	310.70	339.48	251.27
办公设备	1,028.95	1,111.20	1,021.83
三、减值准备	-	-	-
验光设备	-	-	-
仪器设备	-	-	-
运输工具	-	-	-
办公设备	-	-	-
四、账面价值	3,733.16	2,872.38	2,905.42
验光设备	2,654.77	1,890.20	2,079.67
仪器设备	790.36	822.39	539.38
运输工具	275.25	29.39	60.99
办公设备	12.77	130.39	225.38

公司固定资产主要包括验光设备、仪器设备、运输工具、办公设备等。报告期各期末，公司固定资产原值分别为 6,944.07 万元、7,389.40 万元和 8,354.23 万元。2024 年末，公司验光设备增加约 982.88 万元，主要系随着公司门店业务增长，公司采购蔡司的验光设备增加所致。

报告期内，公司固定资产运行状况良好，不存在闲置的固定资产，因此公司固定资产不存在减值迹象，无需计提减值准备。

(2) 可比公司固定资产折旧方法

报告期内，公司的固定资产折旧年限与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：年

公司名称	验光设备	仪器设备	运输工具	办公设备
千叶眼镜	3-10	3-10	5-10	3-10

博士眼镜	6-10	3-5	3-5	3-5
------	------	-----	-----	-----

注：以上数据来自千叶眼镜的定期报告等资料。

如上表所示，公司固定资产折旧年限与同行业可比公司相比不存在显著差异，固定资产折旧计提政策具有合理性。

11、使用权资产

使用权资产是指承租人可在租赁期内使用租赁资产的权利，公司使用权资产采用年限平均法计提折旧。公司于2021年1月1日起执行新租赁准则，对公司租赁的办公场地等经营性租赁确认为使用权资产和租赁负债。

报告期各期末，公司使用权资产构成如下表所示：

单位：万元

房屋建筑物	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
账面原值	30,206.57	29,270.29	29,103.29
累计折旧	12,901.98	13,255.16	12,183.60
减值准备	-	-	-
账面价值	17,304.59	16,015.13	16,919.69

12、无形资产

(1) 无形资产具体构成情况

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
一、账面原值	4,657.47	4,657.64	2,328.41
软件使用权	2,507.46	2,507.63	2,328.41
软件著作权	2,150.01	2,150.01	-
二、累计摊销	3,075.64	2,368.76	1,515.80
软件使用权	2,143.97	1,867.09	1,515.80
软件著作权	931.67	501.67	-
三、减值准备	352.85	-	-
软件使用权	-	-	-
软件著作权	352.85	-	-
四、账面价值	1,228.97	2,288.87	812.61
软件使用权	363.48	640.53	812.61

软件著作权	865.49	1,648.34	-
-------	--------	----------	---

2023 年末，公司无形资产账面原值增加 2,329.23 万元，主要系公司因收购汉高信息而产生的软件著作权。

2024 年末，公司根据国众联资产评估土地房地产估价有限公司出具的《资产评估报告》（国众联评报字（2025）第 3-0084 号），对软件著作权资产计提了 352.85 万元的减值准备。

（2）无形资产累计摊销与计提减值准备情况

报告期内，公司无形资产摊销年限与同行业公司的比较情况如下：

单位：年

公司名称	软件使用权	软件著作权
千叶眼镜	5	/
博士眼镜	3-5	5

注：以上数据来自各家公司的定期报告、招股说明书等资料。

公司无形资产的摊销年限与同行业可比公司相比不存在显著差异，无形资产摊销政策具有合理性。

13、商誉

报告期各期末，公司商誉构成如下表所示：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
一、账面原值	1,744.25	1,744.25	-
汉高信息	518.55	518.55	-
镜联易购	1,225.69	1,225.69	-
二、减值准备	1,744.25	530.09	-
汉高信息	518.55	202.22	-
镜联易购	1,225.69	327.87	-
三、账面价值	-	1,214.16	-
汉高信息	-	316.33	-
镜联易购	-	897.83	-

自 2023 年并购以来，镜联易购根据市场反馈实际情况以及上游品牌供应商、

经销商，下游加盟商等不同相关方的实际需求，规划的采购联盟业务与部分品牌商的供货体系存在价格管控冲突。2023 年下半年，镜联易购尝试调整加盟分销体系和营销管理模式等，拓展博士眼镜旗下的“全渠道”特许经营品牌石人工（砣）的线下加盟模式，线上活跃门店数量、线上成交额等指标下滑较多。

2023 年末，评估机构国众联资产评估土地房地产估价有限公司根据标的公司上述定位调整及预计市场发展情况对镜联易购、汉高所形成的商誉及相关资产组进行了重新评估。公司根据国众联资产评估土地房地产估价有限公司出具的《资产评估报告》[国众联评报字（2024）第 3-0039 号]、《资产评估报告》[国众联评报字（2024）第 3-0040 号]等报告，对因收购汉高信息、镜联易购形成的商誉于 2023 年末分别确认商誉减值 202.22 万元、327.87 万元。

2024 年公司大力发展加盟业务，但由于宏观经济波动，市场竞争加剧，加盟市场选址与开业发展速度不如预期。2024 年末，公司根据国众联资产评估土地房地产估价有限公司出具的《资产评估报告》[国众联评报字（2025）第 3-0084 号]、《资产评估报告》[国众联评报字（2025）第 3-0085 号]等报告，对相关商誉全额计提了相应的减值准备。

14、长期待摊费用

报告期内，公司长期待摊费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
门店装修费用	3,145.41	3,199.93	4,035.08

15、递延所得税资产

报告期内，公司递延所得税资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
信用减值损失	106.45	86.32	98.24
资产减值准备	292.24	376.70	221.32
可抵扣亏损	124.04	124.57	221.31
股权激励	52.30	305.99	319.39
公允价值变动损益	3.79	-	29.68

递延收益	21.76	30.23	42.99
预计退货款	128.51	5.54	-
租赁负债	273.52	143.86	127.21
合计	1,002.62	1,073.21	1,060.15

报告期各期末，公司递延所得税资产余额基本保持稳定。

16、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产主要为预付设备款和预付工程款，公司其他非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
预付设备款	-	661.64	51.96
预付工程款	-	21.15	27.46
合计	-	682.79	79.42

2023 年末，公司预付设备款增长较多，主要系 2023 年公司将供应商的设备返还款重分类至其他非流动资产所致。2024 年末，公司其他非流动资产较上年末同比大幅下降，主要系公司本年增加采购蔡司验光相关设备，导致相应的设备预付款使用较多所致。

（二）负债构成及变化分析

报告期各期末，公司负债总体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	37,812.51	78.43	21,395.42	69.13	19,667.47	69.49
非流动负债	10,402.25	21.57	9,553.23	30.87	8,635.71	30.51
负债合计	48,214.76	100.00	30,948.64	100.00	28,303.17	100.00

报告期各期末，公司负债总额分别为 28,303.17 万元、30,948.64 万元和 48,214.76 万元，公司负债规模呈增长趋势。

报告期各期末，流动负债分别为 19,667.47 万元、21,395.42 万元和 37,812.51 万元，占总负债比例分别为 69.49%、69.13%和 78.43%。公司 2024 年

末流动负债增加较多，主要系公司为优化财务结构，向银行借款并使用票据向供应商进行支付，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	8,313.50	21.99	-	-	-	-
应付票据	5,266.90	13.93	-	-	-	-
应付账款	4,407.35	11.66	4,662.17	21.79	4,381.93	22.28
合同负债	1,651.25	4.37	1,669.93	7.81	1,220.16	6.20
应付职工薪酬	3,000.98	7.94	2,835.50	13.25	1,691.42	8.60
应交税费	1,901.06	5.03	1,661.52	7.77	1,380.28	7.02
其他应付款	3,799.96	10.05	2,302.58	10.76	1,460.02	7.42
一年内到期的非流动负债	8,863.09	23.44	8,106.19	37.89	9,465.70	48.13
其他流动负债	608.42	1.61	157.53	0.74	67.96	0.35
流动负债合计	37,812.51	100.00	21,395.42	100.00	19,667.47	100.00

报告期各期末，非流动负债分别为 8,635.71 万元、9,553.23 万元和 10,402.25 万元，占总负债比重分别为 30.51%、30.87%和 21.57%。报告期各期末，租赁负债为公司非流动负债的主要组成部分，各期末规模基本保持稳定，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2024-12-31		2023-12-31		2022-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
租赁负债	8,728.75	83.91	8,326.63	87.16	8,032.97	93.02
递延所得税负债	1,673.51	16.09	1,226.60	12.84	602.73	6.98
非流动负债合计	10,402.25	100.00	9,553.23	100.00	8,635.71	100.00

公司负债主要项目具体情况如下：

1、短期借款

报告期各期末，公司短期借款构成情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31

信用借款-已贴现尚未到期的银行承兑汇票	5,163.50	-	-
质押借款	3,150.00	-	-
合计	8,313.50	-	-

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 0 万元、0 万元、8,313.50 万元，占流动负债比例分别为 0%、0%和 21.99%。2024 年度，为优化财务结构、合理利用财务杠杆，公司自银行进行短期贷款，同时使用银行承兑票据作为结算工具，导致期末公司短期借款增加。

2、应付票据

报告期各期末，公司应付票据构成情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
银行承兑汇票	5,266.90	-	-
合计	5,266.90	-	-

报告期各期末，公司应付票据余额分别为 0 万元、0 万元和 5,266.90 万元，占流动负债的比例分别为 0%、0%和 13.93%，公司应付票据均为银行承兑汇票。2024 年末，公司应付票据增加较多的主要原因系随着公司业务规模扩大，为充分利用银行信用、提高资金运用效率，公司采用了银行承兑汇票形式进行结算，从而使得应付票据余额增加。

3、应付账款

报告期各期末，公司应付账款构成情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
应付货款	3,564.37	3,677.97	3,389.05
应付装修款	619.38	746.62	672.21
应付设备款	62.11	43.81	44.03
其他	161.49	193.78	276.64
合计	4,407.35	4,662.17	4,381.93

报告期各期末，公司应付账款的余额分别为 4,381.93 万元、4,662.17 万元和 4,407.35 万元，占同期流动负债的比例分别为 22.28%、21.79%和 11.66%。2022 至 2024 年，公司应付账款基本保持稳定。

4、合同负债

报告期各期末，公司合同负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
预收货款	1,651.25	1,669.93	1,220.16
合计	1,651.25	1,669.93	1,220.16

报告期内，公司合同负债主要系已向客户收取而尚未达到收入确认条件（取件）的货款，报告期各期末金额及占流动负债的比例较小。2023 年末，公司预收货款有所增加，主要系公司期末销售规模有所增长所致；2024 年末，公司预收客户的款项与上年同期相比基本保持稳定。

5、应付职工薪酬

公司应付职工薪酬主要内容是短期薪酬中的工资、奖金、津贴和补贴，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
短期薪酬	2,989.25	2,817.86	1,685.23
离职后福利-设定提存计划	11.73	17.64	6.19
合计	3,000.98	2,835.50	1,691.42

2023 年末，公司应付职工短期薪酬较 2022 年末同比增加 1,132.63 万元，主要系 2023 年末公司计提年终奖所致。

6、应交税费

报告期各期末，公司应交税费主要是企业所得税、增值税等，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
增值税	562.36	275.12	253.17

企业所得税	1,211.34	1,303.83	1,063.19
代扣代缴个人所得税	60.91	48.22	26.76
城市维护建设税	35.68	13.28	16.89
教育费附加及地方教育费附加	22.53	9.47	12.07
其他	8.25	11.60	8.19
合计	1,901.06	1,661.52	1,380.28

7、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
押金及保证金	382.12	344.70	351.63
限制性股票回购义务款	-	400.47	867.48
股权收购款	1,065.00	1,065.00	-
普通股股利	1,928.34	-	-
其他	424.50	492.41	240.91
合计	3,799.96	2,302.58	1,460.02

2023 年末，公司因收购汉高信息产生股权收购款，截至 2024 年末部分款项尚未支付。2024 年末，公司因利润分配产生应付股利 1,928.34 万元，导致期末其他应付增加较大。

8、一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
一年内到期的租赁负债	8,863.09	8,106.19	9,465.70
合计	8,863.09	8,106.19	9,465.70

9、其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
预收货款税额	94.36	95.74	67.96

应付退货款	514.06	61.79	-
合计	608.42	157.53	67.96

2024 年末，公司其他流动负债同比增加 450.89 万元，主要系公司随着公司来自渠道合作配镜中心渠道体系批发业务收入增加，公司预计来自该渠道的退货成本有所增加，相应的应付退货款有所增加。

10、租赁负债

报告期各期末，公司租赁负债情况如下：

单位：万元

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
房屋租金	17,591.84	16,432.81	17,498.67
减：一年内到期的租赁负债	8,863.09	8,106.19	9,465.70
合计	8,728.75	8,326.63	8,032.97

根据财政部于 2018 年 12 月发布了修订后的《企业会计准则第 21 号——租赁》，公司自 2021 年 1 月 1 日起执行。报告期各期末租赁负债余额分别为 8,032.97 万元、8,326.63 万元和 8,728.75 万元。

11、递延所得税负债

报告期各期末公司递延所得税负债余额分别为 602.73 万元、1,226.60 万元和 1,673.51 万元。公司递延所得税负债主要是由于购入的设备等加速折旧以及非同一控制下企业合并资产评估增值所产生的应纳税暂时性差异。

（三）资产周转能力分析

1、资产周转能力指标分析

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

主要财务指标	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应收账款周转率（次）	17.14	20.81	20.27
存货周转率（次）	2.55	2.58	2.49
总资产周转率（次）	1.01	1.12	0.98

报告期内，公司应收账款周转率分别为 20.27 次、20.81 次和 17.14 次。报告期内，应收账款周转率整体保持稳定，周转效率较高，回款情况良好。2024

年，公司应收账款周转率有所下降，主要系公司来自重要联营客户体系的收入及应收账款增加所致。

报告期内，公司存货周转率分别为 2.49 次、2.58 次和 2.55 次，公司存货周转速度总体保持稳定。

报告期内，公司总资产周转率分别为 0.98 次、1.12 次和 1.01 次，整体较为稳定。

2、与同行业公司相关指标对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司的总资产周转率、应收账款周转率以及存货周转率比较情况如下：

单位：次/年

项目	公司简称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应收账款周转率	千叶眼镜	未披露	78.41	57.25
	博士眼镜	17.14	20.81	20.27
存货周转率	千叶眼镜	未披露	2.80	2.17
	博士眼镜	2.55	2.58	2.49
总资产周转率	千叶眼镜	未披露	1.08	0.82
	博士眼镜	1.01	1.12	0.98

资料来源：Wind 资讯

与同行业可比公司相比，报告期内公司总资产周转率及存货周转率与可比公司基本保持一致。

公司应收账款周转率低于同行业公司千叶眼镜，主要系：①客户结构不同：公司销售模式与千叶眼镜存在差异，公司应收账款主要为与商场的结算款项，该等款项通常以月度为单位进行结算，因此月末存在与商场的往来款项。同时报告期内随着公司与重要联营客户合作的深入及销售额的提高，产生的应收账款金额不断增加，导致公司的应收账款周转率下降。千叶眼镜的客户结构中采取类似销售模式的比例与公司相比相对较小；②主营业务存在差异：公司主营业务以眼镜及相关产品销售为主，千叶眼镜的主营业务中除包括眼镜及相关产品的销售，还存在一定比例的眼科医院、眼科诊所等业态，眼科医院、眼科诊

所等业务的下游为患者终端个人客户，该业务的现金流状况较好。其与公司主营业务存在一定程度的区别，导致应收账款周转率存在差异。

综上所述，发行人应收账款、存货和总资产的周转率的变动趋势符合行业特点和公司经营特征，公司整体资产营运情况良好。

（四）偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

报告期内，公司主要偿债能力指标情况如下：

财务指标	2024-12-31/ 2024 年度	2023-12-31/ 2023 年度	2022-12-31/ 2022 年度
流动比率（倍）	2.37	2.70	2.97
速动比率（倍）	1.88	1.88	2.15
资产负债率（合并）	38.47%	27.59%	28.98%
资产负债率（母公司）	40.41%	29.70%	27.25%
利息保障倍数（倍）	16.51	22.35	11.30

报告期各期末，公司流动比率分别为 2.97、2.70 和 2.37，速动比率分别为 2.15、1.88 和 1.88，公司合并层面的资产负债率分别为 28.98%、27.59% 和 38.47%，利息保障倍数分别为 11.30、22.35 和 16.51。

2023 年末，公司流动比率及速动比率与 2022 年末相比有所下降，主要系公司期末其他应付款中股权收购款同比增加所致。2024 年末，公司流动比率有所下降，主要系公司为优化财务结构，提升资金使用效率，流动负债增加较多所致。公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货及其他流动资产组成，其中其他流动资产主要系理财产品，公司短期偿债风险较小。

报告期各期末，公司合并口径资产负债率分别为 28.98%、27.59% 和 38.47%，母公司资产负债率分别为 27.25%、29.70% 和 40.41%。公司合并口径资产负债率处于合理范围内。

报告期各期末，公司利息保障倍数较高，分别是 11.30、22.35 和 16.51，偿债能力良好。

2、与同行业公司相关指标对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司偿债能力指标对比情况如下：

项目	公司简称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
流动比率	千叶眼镜	未披露	0.78	0.64
	博士眼镜	2.37	2.70	2.97
速动比率	千叶眼镜	未披露	0.40	0.26
	博士眼镜	1.88	1.88	2.15
资产负债率	千叶眼镜	未披露	53.73%	56.64%
	博士眼镜	38.47%	27.59%	28.98%

资料来源：Wind 资讯

从偿债能力指标看，报告期内与同行业公司相比，发行人流动比率、速动比率高于同行业公司水平，资产负债率低于同行业公司水平。公司偿债能力优于千叶眼镜，主要系公司经营情况良好，财务结构保持健康状态。

（五）截至最近一期末公司不存在金额较大的财务性投资的基本情况

1、财务性投资的认定

根据中国证监会 2023 年 2 月发布的《证券期货法律适用意见第 18 号》，对于财务性投资的要求如下：

“（一）财务性投资包括但不限于：投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营业务无关的股权投资或投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等。

（二）围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，以收购或者整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的拆借资金、委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

（三）上市公司及其子公司参股类金融公司的，适用本条要求；经营类金融业务的不适用本条，经营类金融业务是指将类金融业务收入纳入合并报表。

（四）基于历史原因，通过发起设立、政策性重组等形成且短期难以清退的财务性投资，不纳入财务性投资计算口径。

（五）金额较大指的是，公司已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并报表归属于母公司净资产的 30%（不包括对合并报表范围内的类金融业务的投资金额）。

（六）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资金额应从本次募集资金总额中扣除。投入是指支付投资资金、披露投资意向或者签订投资协议等。

（七）发行人应当结合前述情况，准确披露截至最近一期末不存在金额较大的财务性投资的基本情况。”

2、发行人自本次发行董事会决议日前六个月起至今不存在实施或拟实施财务性投资的业务情形

本次可转债的方案于 2025 年 2 月 7 日经公司第五届董事会第九次会议审议通过。自本次发行相关董事会决议日前六个月（即 2024 年 8 月 7 日）至今，公司已实施或拟实施的财务性投资及类金融业务情况逐项说明如下：

（1）类金融业务

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在对融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务投资的情况。

（2）投资产业基金、并购基金

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在支付产业基金、并购基金投资资金，或披露对产业基金的投资意向、新签投资协议的情况。

（3）拆借资金

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在对外资金拆借、借予他人的情况。

（4）委托贷款

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在将资金以委托贷款的形式借予他人的情况。

（5）以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资的情况。

（6）购买收益波动大且风险较高的金融产品

本次发行相关董事会决议日前六个月至今，公司存在使用暂时闲置资金购买结构性存款或保本理财产品的情形，但上述产品不属于收益波动大且风险较高的金融产品。

（7）非金融企业投资金融业务

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在投资金融业务的情况。

（8）财务性股权投资

本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在财务性股权投资。

综上所述，公司自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务情况，符合《证券期货法律适用意见第18号》《监管规则适用指引—发行类第7号》的相关要求。

3、公司最近一期末财务性投资的情况

截至2024年12月31日，公司财务报表中可能涉及财务性投资（包括类金融投资）的报表项目列示分析如下：

单位：万元

序号	项目	账面价值	财务性投资金额	占归属于母公司净资产的比例
1	交易性金融资产	12,814.70	25.12	0.03%
2	预付账款	4,433.84	-	-
3	其他流动资产	21,007.97	-	-
4	投资性房地产	2,235.69	-	-
5	其他非流动金融资产	7,033.55	5,115.18	6.73%
	合计	47,525.75	5,140.30	6.76%

（1）交易性金融资产

截至2024年末，公司交易性金融资产主要为购买的理财产品，具体如下：

单位：万元

项目	2024-12-31
以公允价值计量的理财产品	12,814.70
合计	12,814.70

理财产品主要是公司为充分利用闲置营运资金，提高资金使用效率而购买，其安全性高、期限较短、流动性好、风险较低，具体明细如下：

单位：万元

序号	理财产品名称	管理人	风险等级	期限	产品业绩比较基准	期末余额
1	招商银行聚益生金系列公司（63天）A款理财计划	招商银行	R2（稳健型）	63天	预计2.60%	3,004.70
2	兴银理财稳添利双周盈（14天最短持有）1号日开固收类理财产品	兴银理财有限责任公司	R2（综合风险较低）	最短持有14天	预计2.69%	2,002.65
3	杭银理财幸福99添益（安享优选）7天持有期理财	杭银理财有限责任公司	R2（中低）	最低持有7天	中枢2.65%	1,806.19
4	阳光金双周盈（14天滚动持有）	光大理财有限责任公司	较低	14天滚动	2.35%-2.75%	1,508.07
5	浦银理财天添鑫中短债30号理财产品	浦银理财有限责任公司	R2（较低风险）	滚动持有	中债-综合财富（一年以下）指数收益率	1,501.03
6	工银理财·鑫悦优先股策略优选最短持有180天混合类开放式理财产品（24HH6000）	工银理财有限责任公司	R2	最短持有180天	2.40%-3.40%	1,009.23
7	阳光金双周盈（14天滚动持有）	光大理财有限责任公司	较低	14天滚动	2.35%-2.75%	1,004.90
8	华夏理财固定收益纯债最短持有14天理财产品E款	华夏理财有限责任公司	R2	最短持有14天	2.25%-2.75%	503.74
9	幸福99添益（安享优选）90天持有期理财	杭银理财有限责任公司	R2（中低）	最短持有90天	业绩比较基准的中枢预计在2.10%左右	404.08
10	招商银行点金系列看涨两层区间52天结构性存款	招商银行	低	52天	2.00%	45.00

11	国信鑫私享固收策略信久 19 号 FOF 单一资产管理计划	国信证券股份有限公司	R3（中风险）	提前 7 个工作日告知管理人	不设业绩比较基准（截至期末收益率 5.58%）	25.12
合计						12,814.70

在以上理财产品中，国信鑫私享固收策略信久 19 号 FOF 单一资产管理计划属于 R3 中风险，属于财务性投资。除该产品以外，发行人购买的其他理财产品目的是在充分满足流动性的前提下进行现金管理，风险较低，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资。

（2）预付账款

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人预付账款 4,433.84 万元，主要为预付供应商的货款等，与公司主营业务密切相关，不属于财务性投资或类金融投资。

（3）其他流动资产

截至 2024 年末，公司其他流动资产主要为一年内到期的大额存款，具体如下：

单位：万元

项目	2024-12-31
待认证待抵扣的增值税	120.30
一年内到期的大额存款	20,517.97
预计退货成本	354.04
预缴税款	15.66
合计	21,007.97

1) 一年内到期的大额存款

公司定期存款、大额存单均系大型商业银行提供的存款产品，本金及利息收益固定且风险极低，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资。

2) 其他

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人剩余其他流动资产主要是待认证待抵扣的增值税及预计退货成本等。公司其他流动资产中应收退货成本、增值税进项税

额和预缴税金，均为日常经营活动产生，不属于财务性投资或类金融投资。

（4）投资性房地产

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人投资性房地产 2,235.69 万元，系公司对外出租的旧办公楼使用权，不属于财务性投资。

（5）其他非流动金融资产

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人其他非流动金融资产余额合计 7,033.55 万元，主要为公司投资的产业基金、股权投资及部分理财产品，其中属于财务性投资的金额为 5,115.18 万元。具体明细如下：

单位：万元

项目	截至 2024 年末账面金额	财务性投资金额
1、产业基金	5,970.92	5,115.18
其中：温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）	1,864.41	1,864.41
其中：无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）	3,250.77	3,250.77
其中：无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	855.74	-
2、对眼科诊所的股权投资	4.88	-
其中：成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）	0.71	-
其中：成都高新眼视光眼科诊所有限公司	4.17	-
3、大额定期存单	1,057.75	-
合计	7,033.55	5,115.18

1) 产业基金

公司投资的产业基金情况如下表所示：

单位：万元

名称	投资标的	投资时点	占产业基金的份额比例	账面价值
温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）	CAD 设计： 上海新迪数字技术有限公司	2019 年 12 月	20.00%	1,864.41
	眼镜产品及销售： 深圳市大仕城光学科技有限公司、厦门海湾趋势网络科技有			

	限公司			
无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）	半导体： 强一半导体（苏州）股份有限公司、圆周率半导体（南通）有限公司、辽宁拓邦鸿基半导体材料股份有限公司 AI 眼镜： 无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	2022 年 8 月	8.69%	3,250.77
无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）	AI 眼镜： 雷鸟创新技术（深圳）有限公司	2022 年 12 月	14.22%	855.74

如上表所示，因温州九派博士眼镜视光产业股权投资合伙企业（有限合伙）、无锡滨湖南钢星博创业投资合伙企业（有限合伙）投资标的中存在 CAD、半导体等产业标的，公司基于谨慎性考虑将其认定为财务性投资。

无锡滨湖复羽创业投资合伙企业（有限合伙）是用于投资雷鸟创新的特殊目的实体。雷鸟创新主营业务属于博士眼镜的上游 AR 眼镜领域，公司目前已在 100 余家的眼镜门店中销售雷鸟创新生产的雷鸟 Air 2、Air 2s、Air3 等系列产品，并已产生部分销售收入。该投资与公司的协同效应强，公司对其的股权投资属于围绕产业链上下游以获取技术、原料为目的的产业投资，不属于财务性投资。

2) 对眼科诊所的股权投资

公司投资的眼科诊所具体情况如下表所示：

单位：万元

名称	投资时点	投资标的	直接/间接份额比例	账面价值
成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）	2021 年 8 月	成都高新眼视光眼科诊所有限公司	10%	0.71
成都高新眼视光眼科诊所有限公司	2021 年 8 月	不适用	18%	4.17

公司投资成都益眼医疗科技合伙企业（有限合伙）、成都高新眼视光眼科诊所有限公司，系公司为扩大与医疗机构合作而进行的战略布局，投资目的是

建立该诊所与公司连锁门店之间的客户资源互推机制，由诊所负责眼病诊疗、博士眼镜门店承接验光配镜等非医疗性质需求。因此上述股权投资属于围绕产业链上下游以获取技术、渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

3) 大额定期存单

公司在中国建设银行股份有限公司深圳罗湖商业城支行购买大额定期存单 1,000.00 万元，截至期末余额合计 1,057.75 万元。该等大额存单系向大型商业银行购买的保本保息固定收益产品，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资或类金融投资。

综上所述，截至 2024 年 12 月 31 日，公司持有及拟持有的财务性投资或类金融业务的金额为 5,140.30 万元，仅占合并报表归属于母公司净资产的 6.76%，低于 30%。公司最近一期末不存在金额较大的财务性投资。

七、经营成果分析

(一) 营业收入

报告期内，公司营业收入情况如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	119,013.22	98.95	116,123.34	98.76	95,151.48	98.89
其他业务收入	1,268.39	1.05	1,463.21	1.24	1,072.22	1.11
营业收入	120,281.61	100.00	117,586.55	100.00	96,223.70	100.00

公司是一家专业从事眼镜零售连锁经营企业，致力于为消费者提供时尚化、个性化的眼镜产品和专业的视觉健康解决方案。报告期各期，公司主营业务占比分别为 98.89%、98.76% 及 98.95%，公司主营业务突出。公司其他业务收入主要包括推广服务收入、租赁收入。

报告期内，发行人营业收入的具体情况如下：

1、按产品类别分析

单位：万元、%

产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜架	31,120.47	25.87	32,697.94	27.81	26,173.15	27.20
镜片	49,475.90	41.13	46,486.20	39.53	39,316.89	40.86
老花镜	1,272.66	1.06	946.24	0.80	687.79	0.71
太阳镜	16,556.45	13.76	14,977.43	12.74	9,498.11	9.87
隐形护理液	2,262.56	1.88	2,649.81	2.25	2,798.80	2.91
隐形眼镜	13,333.46	11.09	13,772.50	11.71	11,821.56	12.29
其他	6,260.11	5.20	6,056.43	5.15	5,927.40	6.16
合计	120,281.61	100.00	117,586.55	100.00	96,223.70	100.00

报告期内，公司营业收入分别为 96,223.70 万元、117,586.55 万元和 120,281.61 万元，保持稳步增长的趋势，其中太阳镜销售收入占比逐年增加，主要系：①2023 年公司线上平台的收入增加，带动成镜产品（主要是太阳镜）收入的增加；②2024 年，随着与重要联营客户合作的深入，公司来自其联营及分销的太阳镜收入同比增加较多。

2、按区域分布分析

单位：万元、%

区域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华南地区	60,132.55	49.99	58,445.26	49.70	51,351.92	53.37
华东地区	25,499.45	21.20	23,699.44	20.15	18,823.12	19.56
西南地区	9,536.92	7.93	9,676.15	8.23	8,369.36	8.70
华北地区	4,367.00	3.63	4,018.49	3.42	2,178.62	2.26
华中地区	2,119.65	1.76	1,656.02	1.41	1,002.36	1.04
东北地区	1,191.54	0.99	1,210.44	1.03	1,355.20	1.41
西北地区	454.80	0.38	488.38	0.42	430.23	0.45
线上零售	16,979.71	14.12	18,392.38	15.64	12,712.88	13.21
合计	120,281.61	100.00	117,586.55	100.00	96,223.70	100.00

公司门店主要分布在华南及华东地区，因此客户主要分布在该等区域。华南地区主要以广东、海南等省份为主，华东地区主要以江西、江苏、浙江为主。

3、按销售模式分析

单位：万元、%

客户类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直营零售	94,403.22	78.49	92,259.31	78.46	75,528.28	78.49
其中：自营门店	63,589.78	52.87	63,907.35	54.35	56,626.74	58.85
联营门店	30,813.44	25.62	28,351.96	24.11	18,901.54	19.64
线上零售	16,979.71	14.12	18,392.38	15.64	12,712.88	13.21
分销	8,898.68	7.40	6,934.86	5.90	7,982.55	8.30
合计	120,281.61	100.00	117,586.55	100.00	96,223.70	100.00

报告期内，公司采用以直营门店零售为主的销售模式，绝大部分销售订单直接面向终端客户。报告期内，公司直营零售销售收入占营业收入的比例分别为 78.49%、78.46% 和 78.49%，其中联营门店是指联营门店向顾客销售眼镜、为顾客配镜，由联营方向顾客收取销售款，公司与联营方进行对账确认并取得结算凭据后，以扣除联营方分成后的金额确认收入。联营收入增长较快，主要系公司与重要联营客户合作规模的增长。

线上销售模式主要通过电商平台开设官方旗舰店、官方商城等方式向消费者销售，2023 年度公司线上零售规模增加较多，主要系公司在抖音、微商城等平台开展的业务规模增加所致。

分销收入主要来自加盟商及批发商的销售收入，2024 年度，公司分销收入略有增长。

4、按季节性分析

报告期内，公司营业收入按季度划分如下：

单位：万元、%

季度	2024 年度		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	29,592.73	24.60	30,976.01	26.34	22,115.81	22.98
二季度	30,502.09	25.36	28,913.61	24.59	23,607.35	24.53
三季度	31,431.86	26.13	30,652.76	26.07	27,385.22	28.46
四季度	28,754.93	23.91	27,044.17	23.00	23,115.32	24.02
合计	120,281.61	100.00	117,586.55	100.00	96,223.70	100.00

公司销售不存在明显的季节性，受假期等因素影响，不同季节之间营业收入略有差距，但变化幅度较小。

（二）营业成本

报告期内，公司营业成本的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2024年		2023年		2022年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	45,928.05	99.73	43,049.85	99.14	36,575.56	99.60
其他业务成本	125.53	0.27	372.80	0.86	145.86	0.40
营业成本合计	46,053.59	100.00	43,422.65	100.00	36,721.42	100.00

报告期内，公司的主营业务成本分别为 36,575.56 万元、43,049.85 万元和 45,928.05 万元，主营业务成本占营业成本的比重分别为 99.60%、99.14% 和 99.73%，与营业收入的构成基本匹配。

报告期内，公司营业成本的具体情况如下：

1、按产品类别构成分析

单位：万元、%

产品类别	2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜架	9,932.78	21.57	10,239.10	23.58	8,194.63	22.32
镜片	14,062.85	30.54	12,707.69	29.27	11,400.88	31.05
老花镜	281.75	0.61	235.02	0.54	199.56	0.54
太阳镜	9,212.30	20.00	7,930.31	18.26	4,682.65	12.75
隐形护理液	1,472.59	3.20	1,823.04	4.20	1,904.83	5.19
隐形眼镜	8,367.40	18.17	7,998.49	18.42	7,379.40	20.10
其他	2,723.92	5.91	2,489.00	5.73	2,959.47	8.06
合计	46,053.59	100.00	43,422.65	100.00	36,721.42	100.00

2、按销售模式分析

单位：万元、%

客户类型	2024年度	2023年度	2022年度
------	--------	--------	--------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直营零售	29,416.71	63.88	27,793.17	64.01	22,023.59	59.97
其中：自营门店	16,089.79	34.94	15,672.32	36.09	14,143.27	38.52
联营门店	13,326.92	28.94	12,120.85	27.91	7,880.32	21.46
线上零售	10,016.66	21.75	10,513.18	24.21	8,258.33	22.49
分销	6,620.22	14.38	5,116.30	11.78	6,439.50	17.54
合计	46,053.59	100.00	43,422.65	100.00	36,721.42	100.00

（三）毛利及毛利率分析

1、毛利情况

报告期内，公司实现的毛利情况如下：

单位：万元、%

产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比
镜架	21,187.69	28.54	22,458.84	30.28	17,978.52	30.21
镜片	35,413.05	47.71	33,778.51	45.55	27,916.01	46.92
老花镜	990.91	1.33	711.22	0.96	488.23	0.82
太阳镜	7,344.15	9.89	7,047.12	9.50	4,815.46	8.09
隐形护理液	789.97	1.06	826.77	1.11	893.97	1.50
隐形眼镜	4,966.06	6.69	5,774.01	7.79	4,442.16	7.47
其他	3,536.19	4.76	3,567.43	4.81	2,967.93	4.99
合计	74,228.02	100.00	74,163.90	100.00	59,502.28	100.00

报告期内，公司毛利主要由传统光学眼镜中的镜片及镜架贡献，营业毛利分别为 45,894.53 万元、56,237.35 万元和 56,600.74 万元，毛利额占比分别为 77.13%、75.83% 及 76.25%。

2、综合毛利率情况

报告期内，公司综合毛利率情况如下：

产品类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
主营业务毛利率	61.41%	62.93%	61.56%
其他业务毛利率	90.10%	74.52%	86.40%
综合毛利率	61.71%	63.07%	61.84%

报告期内，公司的综合毛利率为 61.84%、63.07%和 61.71%，主营业务毛利率分别为 61.56%、62.93%和 61.41%。公司经营模式及业务未发生重大变化，报告期内毛利率基本保持稳定。

3、毛利率分析

(1) 按产品类别毛利率分析

报告期各期，公司按照不同产品类型的毛利率如下：

产品类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
镜架	68.08%	68.69%	68.69%
镜片	71.58%	72.66%	71.00%
老花镜	77.86%	75.16%	70.99%
太阳镜	44.36%	47.05%	50.70%
隐形护理液	34.91%	31.20%	31.94%
隐形眼镜	37.25%	41.92%	37.58%
其他	56.49%	58.90%	50.07%
合计	61.71%	63.07%	61.84%

报告期各期，公司综合毛利率分别为 61.84%、63.07%及 61.71%。2023 年公司毛利率有所上升主要与当期公司镜片销售毛利率有所上升相关。2023 年公司太阳镜毛利率下降 3.65 个百分点，主要系渠道合作配镜中心体系的批发零售及联营销售产品毛利率降低所致。2024 年公司毛利率下降主要系镜架及镜片毛利率略有下降所致。

(2) 按销售模式毛利率分析

报告期各期，公司不同销售模式下毛利率变化如下表所示：

客户类型	2024 年度	2023 年度	2022 年度
直营零售	68.84%	69.87%	70.84%
其中：自营门店	74.70%	75.48%	75.02%
联营门店	56.75%	57.25%	58.31%
线上零售	41.01%	42.84%	35.04%
分销模式	25.60%	26.22%	19.33%
合计	61.71%	63.07%	61.84%

报告期内，公司采用以直营零售为主的销售模式，直营零售毛利率较高，报告期各期分别为 70.84%、69.87%及 68.84%。线上零售及批发零售的毛利率低于综合毛利率。

4、与同行业上市公司毛利率比较分析

证券简称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
千叶眼镜	未披露	63.06%	65.04%
博士眼镜	61.71%	63.07%	61.84%

数据来源：Wind 资讯

报告期各期，公司与同行业可比公司综合毛利率不存在重大差异。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及其占营业收入的比例如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	50,084.45	82.47	47,616.34	82.44	41,278.26	80.87
管理费用	9,545.57	15.72	9,201.18	15.93	8,815.46	17.27
研发费用	307.98	0.51	466.94	0.81	-	-
财务费用	791.94	1.30	472.11	0.82	951.78	1.86
合计	60,729.94	100.00	57,756.57	100.00	51,045.50	100.00

报告期各期，公司期间费用占营业收入的比例分别为 53.05%、49.12%和 50.49%。

1、销售费用分析

报告期内，公司销售费用各项目支出情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
工资、社保	21,128.30	20,089.00	16,407.07
房租、物业、水电费	18,865.88	17,991.00	17,023.95
线上平台费用	5,123.04	5,056.79	3,869.67
装修费摊销	1,897.88	2,005.94	2,242.54

折旧费	553.16	433.89	382.26
广告业务宣传费	768.97	697.73	422.79
物料消耗	462.45	419.44	318.00
维修检测费	428.00	325.21	224.43
其他费用	856.78	597.34	387.54
合计	50,084.45	47,616.34	41,278.26

报告期内销售费用主要为员工薪酬、房屋租赁相关费用、线上平台费用及装修费用摊销。报告期各期，公司销售费用率分别为 42.90%、40.49% 和 41.64%，公司销售费用率较为稳定。

2、管理费用分析

报告期内，公司管理费用的各费用项目支出情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
工资、社保	5,831.71	5,014.65	4,090.77
股权激励费用	25.36	523.23	1,374.06
房租、物业、水电费	821.54	826.22	855.95
装修费摊销	273.80	436.97	561.20
折旧费	157.53	177.84	160.14
无形资产摊销	699.16	666.35	394.08
办公费用	147.12	237.04	151.40
中介费	385.05	296.12	372.19
差旅费	161.89	173.07	102.91
业务招待费	125.79	192.34	177.62
低值易耗品	24.31	55.64	64.68
存货损失	418.06	142.73	111.75
信息系统费用	173.77	190.09	130.15
其他费用	300.47	268.89	268.55
合计	9,545.57	9,201.18	8,815.46

报告期内，公司管理费用分别为 8,815.46 万元、9,201.18 万元和 9,545.57 万元，占营业收入的比例分别为 9.16%、7.83% 和 7.94%。公司管理费用主要包括职工薪酬、股权激励费用、房屋租赁相关费用等。2023 年，管理费用增加主

要系公司提高员工待遇导致人员工资、社保费用增加 923.88 万元，同时，公司因员工行权数量下降导致股权激励费用同比下降 850.83 万元。2024 年，公司管理费用较上年同期上升 344.39 万元，主要系公司员工工资、社保费用上升所致。

3、研发费用分析

报告期内，公司研发费用各项目支出情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
人工费	287.98	455.79	-
其他费用	20.01	11.15	-
合计	307.98	466.94	-

2023 年以前，公司主要从事眼镜连锁零售，属于零售业，其核心竞争力在品牌影响力、销售网络规模、专业的服务水平和渠道优势等，未进行研发费用归集和列示。2023 年之后，公司存在研发费用，主要系公司收购汉高信息及镜联易购所产生 IT 软件开发方面的研发费用。

4、财务费用分析

报告期内，公司财务费用各项目支出情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利息支出	832.60	768.67	901.78
减：利息收入	568.27	632.02	257.92
汇兑损益	77.44	-51.69	-31.31
手续费及其他	450.17	387.15	339.23
合计	791.94	472.11	951.78

报告期内，公司财务费用分别为 951.78 万元、472.11 万元和 791.94 万元，主要系利息支出、汇兑损益及手续费等相关支出。2023 年财务费用同比下降 479.67 万元，主要系公司当年购买定期理财产品规模较大，产生的利息收入较多所致。2024 年，公司财务费用同比上升 319.83 万元，主要系公司利息收入下降、汇兑损失增加以及手续费等增加所致。

（五）利润表其他科目分析

1、税金及附加

报告期内，公司的税金及附加明细如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
城市维护建设税	199.98	246.97	137.68
教育费附加及地方教育费附加	139.66	176.19	97.86
印花税	48.72	48.80	44.75
房产税	24.62	24.62	24.62
其他	1.84	1.94	2.70
合计	414.82	498.52	307.61

2、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失主要由坏账准备构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
坏账损失	-72.94	-63.31	-50.63
合计	-72.94	-63.31	-50.63

3、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失主要由存货跌价及商誉减值损失构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
存货跌价损失	-555.57	-469.80	-443.97
无形资产减值损失	-352.85	-	-
商誉减值损失	-1,214.16	-530.09	-
合计	-2,122.58	-999.89	-443.97

报告期内，公司资产减值损失分别为 443.97 万元、999.89 万元及 2,122.58 万元，主要由存货跌价准备及商誉减值损失构成。公司资产减值准备计提政策符合《企业会计准则》的规定，主要资产的减值准备提取充分。2024 年，公司根据会计师、评估机构对汉高信息和镜联易购资产组出具的审计报告和评估报

告，对相关资产组的商誉全额计提了减值准备，计提后报告期期末商誉金额为0。

4、投资收益

报告期内，公司的投资收益明细如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
理财产品投资收益	1,012.77	892.39	685.18
基金投资分红	53.25	-	-
处置非流动金融资产损益	-4.43	-	-
合计	1,061.60	892.39	685.18

报告期内，公司投资收益分别为 685.18 万元、892.39 万元和 1,061.60 万元，主要系购买理财产品产生的投资收益。

5、其他收益

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
政府补助	431.24	195.96	720.89
个税返还	12.72	13.93	11.06
小规模纳税人增值税费减免	153.06	172.72	105.82
即征即退	5.08	7.05	-
合计	602.09	389.65	837.77

报告期各期，公司其他收益金额分别为 837.77 万元、389.65 万元及 602.09 万元。2022 年公司政府补助主要包括当年获取“产业转型升级专项资金优势产业提升专项应用及创新奖励”“2022 年质量品牌提升项目扶持资助补贴”等政府补助项目；2023 年公司政府补助主要包括“时尚产业高质量发展扶持计划金”等；2024 年公司的政府补助主要包括“青山湖区京东镇人民政府 2022 年及 2023 年扶持资金”等。

6、公允价值变动损益

报告期内，公司的公允价值变动损益明细如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
非流动金融资产投资损益	175.03	457.92	-83.19
交易性金融资产变动损益	45.84	-	-
合计	220.87	457.92	-83.19

报告期内，公司投资收益分别为-83.19 万元、457.92 万元和 220.87 万元。2023 年，公司公允价值变动损益同比增加，主要系公司对外投资设立的产业投资基金公允价值变动收益增加所致。

7、营业外收支

报告期内，公司营业外收入具体如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
使用权资产撤店损益	-	-	251.43
无需支付的款项	19.06	104.49	-
固定资产报废收益	3.94	1.07	-
其他	24.28	27.12	17.99
合计	47.27	132.68	269.42

报告期各期，公司营业外收入分别为 269.42 万元、132.68 万元和 47.27 万元。2022 年，公司营业外收入中因门店租赁终止导致产生使用权资产撤店收益 251.43 万元，2023 年及 2024 年该等科目调整至资产处置损益中核算。

报告期内，公司营业外支出具体构成如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对外捐赠	13.45	91.91	0.55
滞纳金支出	14.64	59.30	3.31
无法收回的款项	32.54	117.43	21.11
非流动资产毁损报废损失	54.85	15.57	10.38
使用权资产撤店损益	-	-	25.10
税款设备抵扣款补缴	-	71.57	-
其他	27.35	37.48	19.44
合计	142.83	393.25	79.88

报告期各期，公司营业外支出分别为 79.88 万元、393.25 万元和 142.83 万元。其中 2023 年公司营业外支出金额较大，主要包括公司对外捐赠支出 91.91 万元、因支付税控设备费用减免增值税更正导致产生滞纳金支出 52.31 万元及税款补缴 71.57 万元，以及公司当年因确认部分押金无法收回导致产生相应的营业外支出 117.32 万元。

（六）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益项目及其金额如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	183.93	73.04	216.85
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	431.24	195.96	720.83
委托他人投资或管理资产的损益	1,061.60	892.39	685.18
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	220.87	457.92	-83.19
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	10.26	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	126.22	-52.39	89.62
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
小计	2,034.12	1,566.92	1,629.29
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	462.39	380.32	384.78
少数股东损益	56.48	25.58	30.49
归属于母公司股东的非经常性损益净额	1,515.24	1,161.02	1,214.03

报告期内，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 1,214.03 万元、1,161.02 万元和 1,515.24 万元，占当期归属于母公司股东的净利润的比例分别为 16.01%、9.07%和 14.62%。2022 年非经常性损益占当期归属于母公司股东的净利润的比例较高，主要系计入当期损益的政府补助金额较大，政府补助主要包括公司当年获取“产业转型升级专项资金优势产业提升专项应用及创新

奖励”“2022 年质量品牌提升项目扶持资助补贴”等政府补助项目；2023 年公司非经常性损益项目主要包括委托他人投资或管理资产收益、公司投资产业基金产生的收益；2024 年，公司非经常性损益金额同比上升，主要系公司来自政府补助的收益及委托他人投资或管理资产的收益增加所致。

八、现金流量分析

报告期内，公司现金流量基本情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量净额	27,551.49	28,093.66	20,841.41
投资活动产生的现金流量净额	-11,119.46	-15,716.38	-4,897.21
筹资活动产生的现金流量净额	-16,007.75	-15,921.97	-20,334.90
现金及现金等价物净增加额	550.60	-3,404.33	-3,775.36

（一）经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	122,626.22	119,609.51	97,726.30
收到的税款返还	5.08	7.05	-
收到其他与经营活动有关的现金	3,257.96	1,785.27	2,493.81
经营活动现金流入小计	125,889.26	121,401.82	100,220.10
购买商品、接受劳务支付的现金	50,420.64	48,553.46	45,061.32
支付给职工以及为职工支付的现金	26,779.46	24,512.97	20,406.89
支付的各项税费	6,012.22	7,369.57	4,522.55
支付其他与经营活动有关的现金	15,125.45	12,872.16	9,387.94
经营活动现金流出小计	98,337.77	93,308.16	79,378.69
经营活动产生的现金流量净额	27,551.49	28,093.66	20,841.41

报告期内，销售商品、提供劳务收到的现金流量为经营活动现金流入主要来源，经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金和支付给职工以及为职工支付的现金。报告期内公司经营活动产生的现金流量净额呈增长趋势，经营活动产生的现金流量净额较高，公司经营活动获取现金的能力较强。

报告期内，公司经营活动现金流量净额与净利润之间的关系如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
净利润	10,131.74	13,175.50	7,443.87
加：信用减值损失	72.94	63.31	50.63
资产减值准备	2,122.58	999.89	443.97
固定资产折旧	769.01	718.67	660.25
使用权资产折旧	12,343.90	12,871.72	13,539.83
无形资产摊销	707.05	673.79	397.13
长期待摊费用摊销	2,239.58	2,353.99	2,774.60
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-234.85	-87.54	-
固定资产报废损失	50.92	14.50	9.47
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-220.87	-457.92	83.19
财务费用（收益以“-”号填列）	740.34	599.55	901.78
投资损失（收益以“-”号填列）	-1,061.60	-892.39	-685.18
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	70.60	-16.21	-121.69
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	446.91	210.51	87.09
存货的减少（增加以“-”号填列）	-1,335.08	-1,068.26	-2,998.66
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-3,054.11	-615.55	-2,146.70
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	3,737.09	-973.12	-972.23
其他	25.36	523.23	1,374.06
经营活动产生的现金流量净额	27,551.49	28,093.66	20,841.41
经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额	17,419.75	14,918.16	13,397.54

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异主要系使用权资产折旧、长期待摊费用摊销、存货金额变动、经营性应收、应付项目的变动所致。

（二）投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司各期投资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
收回投资收到的现金	76,266.83	18,797.29	37,074.49
取得投资收益收到的现金	513.50	451.93	685.18
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	19.47	-	3.73
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	76,799.79	19,249.22	37,763.39
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,598.17	2,159.39	2,628.60
投资支付的现金	85,321.08	32,194.41	40,032.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	611.80	-
投资活动现金流出小计	87,919.25	34,965.60	42,660.60
投资活动产生的现金流量净额	-11,119.46	-15,716.38	-4,897.21

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额为负，主要是由于公司购买理财产品导致的时间性差异。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
吸收投资收到的现金	1,860.20	1,743.42	1,589.79
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	15.00	-
取得借款收到的现金	10,765.66	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	12,625.86	1,743.42	1,589.79
偿还债务支付的现金	2,529.61	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	14,708.48	6,028.86	9,522.71
支付其他与筹资活动有关的现金	11,395.52	11,636.53	12,401.97
筹资活动现金流出小计	28,633.61	17,665.39	21,924.68
筹资活动产生的现金流量净额	-16,007.75	-15,921.97	-20,334.90

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量主要由公司银行借款的借入、分配现金股利以及支付门店租赁费用构成。2024 年，公司取得借款收购的现金为

10,765.66 万元，主要系公司取得银行借款 3,500 万元及票据贴现产生的现金流入；公司支付其他与筹资活动有关的现金主要为支付的门店租金。

九、资本性支出分析

（一）最近三年资本性支出情况

报告期内，公司的资本性支出主要围绕主营业务展开，主要用于购入固定资产及收购子公司等。公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 2,628.60 万元、2,159.39 万元和 2,598.17 万元。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

公司已公布或未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目及公司其他资本性支出。本次募集资金投资项目具体内容参见本募集说明书“第七节 本次募集资金运用”之内容，均系公司围绕主营业务进行的项目，可以扩大公司的门店规模和提高公司知名度及品牌力，提升公司运营管理效率。公司其他资本性支出主要包括战略门店资源收购支出、智能眼镜专项投资储备、专项品牌收购资金等。公司拟通过公司自有资金、本次发行可转债及银行授信等多种资金来源进行筹资。

十、技术创新分析

公司主要从事眼镜连锁零售，属于零售业，其核心竞争力主要体现在品牌影响力、销售网络规模、专业的服务水平和渠道优势等方面，不涉及核心技术人员及核心技术。

十一、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项对发行人的影响

（一）重大担保

截至本募集说明书出具日，公司不存在对外担保事项。

（二）重大诉讼

截至本募集说明书出具日，公司及其子公司不存在涉及金额在人民币 100 万元以上的重大诉讼案件。

除此之外，报告期内，发行人涉及 4 起作为原告向国家知识产权局提起的商标权撤销复审行政纠纷诉讼，具体情况详见第四节之“八”之“（二）”之“2、商标”。

（三）其他或有事项和重大期后事项

公司 2024 年度的利润分配预案为：公司拟以实施权益分派登记日登记的股份总数为基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 3 股，不送红股，不派发现金红利。公司的未分配利润结转以后年度分配。公司将按照转增股本比例不变的原则对转增股本总额进行相应调整，实际分派结果以中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司的结果为准。

十二、本次发行的影响

（一）本次发行完成后，上市公司业务及资产的变动或整合计划情况

本次向不特定对象发行可转债募集资金投资项目为连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目及补充流动资金。本次发行完成后，公司业务未发生变化。随着募投项目建设的逐渐推进，公司整体资产及业务规模均将随之提升，上市公司不存在其他业务及资产的变动或整合计划情况。

（二）本次发行完成后，上市公司新旧产业融合情况的变化情况

本次向不特定对象发行可转债募集资金投资项目是建立在公司现有业务基础上的拓展，有助于进一步提升公司业务规模、品牌形象等，有利于公司保持并进一步提升实力，不存在新旧产业融合情况的变化。

（三）本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化情况

本次发行完成后，上市公司控股股东、实际控制人不会发生变化，公司控制权结构不会发生变化。

第六节 合规经营与独立性

一、合规经营

（一）与生产经营相关的重大违法违规行为及受到处罚的情况

报告期内，发行人及其子公司存在金额在 1 万元以上的行政处罚事项，具体情况如下：

序号	行政机关	处罚对象	文件名称	处罚时间	处罚事由	处罚措施
1	北京市东城区市场监督管理局	北京市澳星博士眼镜有限公司	京东市监处罚（2022）1268 号	2022 年 12 月 30 日	2021 年度，当事人未在年底前向食品药品监督管理部门提交年度自查报告	罚款 1.5 万元
2	深圳市宝安区应急管理局	博士眼镜连锁股份有限公司西丽悦方广场店	深南消行罚决字（2023）第 0196 号	2023 年 12 月 8 日	未经消防救援机构许可，擅自投入使用	罚款 3 万元

1、事项一

2021 年，北京市澳星博士眼镜有限公司未在年底前向食品药品监督管理部门提交年度自查报告规定。北京市东城区市场监督管理局按照当时有效的《医疗器械经营监督管理办法》第五十三条第一款第（三）项的规定，下发《行政处罚决定书》（京东市监处罚〔2022〕1268 号），决定对北京市澳星博士眼镜有限公司处以 1.5 万元罚款。

公司收到上述行政处罚决定后，依法缴纳了罚款并完成相应整改，相关违法情形已消除。

根据其时有效的《北京市医疗器械监管行政处罚裁量基准（试行）》，第三类医疗器械经营企业未在每年年底前向药品监督管理部门提交年度自查报告，拒不改正的，其行为属于基础裁量 B 档，前述处罚属于一般处罚。且北京市澳星博士眼镜有限公司未提交年度自查报告系人员变动导致的工作失误，已及时缴纳罚款并积极整改，后续未再出现因自查报告报送不及时而被处罚的情形。该行政处罚事项不属于导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣或严

重损害发行人及投资者合法权益的情形，亦未对发行人的生产经营造成重大不利影响。因此，该行政处罚事项不构成发行人本次发行的实质性障碍。

2、事项二

2023年10月，因发行人西丽悦方广场店未经消防救援机构许可，擅自投入使用、营业，深圳市南山区消防救援大队根据《中华人民共和国消防法》第五十八条第一款第四项的规定，向发行人下发了《行政处罚决定书》（深南消行罚决字（2023）第0196号），对发行人作出人民币3万元罚款的行政处罚。

公司收到上述行政处罚决定后，依法缴纳了罚款，且获得了消防救援机构的经营许可，西丽悦方广场店目前处于正常经营状态。

根据《中华人民共和国消防法》第五十八条规定，“有下列行为之一的，由住房和城乡建设主管部门、消防救援机构按照各自职权责令停止施工、停止使用或者停产停业，并处三万元以上三十万元以下罚款：……（四）公众聚集场所未经消防救援机构许可，擅自投入使用、营业的，或者经核查发现场所使用、营业情况与承诺内容不符的。”公司已获得消防救援机构的经营许可，处罚金额系按该项规定处罚下限进行处罚，不属于《中华人民共和国消防法》规定的情节严重的情形，不属于导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣或严重损害发行人及投资者合法权益的情形，亦未对发行人的生产经营造成重大不利影响。该行政处罚事项不构成发行人本次发行的实质性障碍。

（二）公司及董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人被证券监管部门和交易所行政处罚、公开批评或公开谴责的情况

报告期内，公司及公司的董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人不存在被证监会行政处罚、公开批评或证券交易所公开谴责的情形。

（三）公司及董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人被证券监管部门和交易所采取监管措施、涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被证监会立案调查的情况

报告期内，公司及公司的董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人不存在被证券监管部门和交易所采取监管措施的情形。公司及公司的董事、

监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人不存在因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被证监会立案调查的情形。

二、关联方资金占用情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

三、同业竞争情况

（一）公司不存在同业竞争的情况

截至本募集说明书签署之日，发行人实际控制人为 ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN。发行人控股股东、实际控制人基本情况参见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“三、控股股东和实际控制人基本情况”之“（一）控股股东和实际控制人”。

1、发行人与控股股东不存在同业竞争

截至本募集说明书签署之日，除持有发行人的股份以外，发行人实际控制人控制的或者担任董事、高级管理人员的其他企业如下表所示：

企业名称	注册资本	主营业务	控制关系/任职情况	与发行人关系
博成（香港）有限公司	10.00 万元港币	化妆品贸易	ALEXANDER LIU、LOUISA FAN 合计持股 100%，分别担任董事	实际控制人控制的其他企业

博成（香港）有限公司主要从事化妆品贸易业务，与发行人的主营业务不存在同业竞争关系。

综上所述，发行人与实际控制人控制的或者担任董事、高级管理人员的其他企业不存在同业竞争。

2、发行人与实际控制人控制的或者担任董事、高级管理人员的其他企业不存在同业竞争

除前述博成（香港）有限公司主要从事化妆品贸易业务，不存在同业竞争

之外，截至本募集说明书签署之日，发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，或者担任董事、高级管理人员的其他企业均未从事与公司相同、相似或构成竞争的业务，本次发行不会导致发行人控股股东及实际控制人发生变化，不会导致实际控制人、控股股东控制的其他公司从事与公司相同或类似业务的情况，也不会导致新增同业竞争的情况。

综上所述，发行人与实际控制人控制的或者担任董事、高级管理人员的其他企业不存在同业竞争。

3、实际控制人及其配偶、其他亲属不存在同业竞争

截至本募集说明书签署之日，除前述博成（香港）有限公司主要从事化妆品贸易业务，不存在同业竞争外，公司实际控制人及其配偶、其他亲属未从事与公司相同或相似业务，不存在与公司客户、供应商重叠情形，不存在构成重大不利影响的同业竞争。

发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均未从事与公司相同、相似或构成竞争的业务，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。本次发行不会导致发行人控股股东及实际控制人发生变化，不会导致实际控制人、控股股东控制的其他公司从事与公司相同或类似业务的情况，也不会导致新增同业竞争的情况。

（二）避免同业竞争的措施

为避免与发行人及其子公司存在同业竞争，发行人控股股东、实际控制人 ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 于发行人首次公开发行股份并上市前出具了避免同业竞争的承诺，具体内容请参见本募集说明书第四节之四、重要承诺及履行情况。自上市以来，公司控股股东、实际控制人严格遵守作出的相关承诺，未发生新增同业竞争情况，不存在违反避免同业竞争承诺的情况。

四、关联方和关联交易情况

（一）主要关联方及关联关系

根据《公司法》《证券法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《上市规则》等文件的有关规定，经查阅发行人提供的关联企业工商登记资料、发

行人组织结构、股权控制结构、董事会和股东大会决议等资料，发行人的关联方如下：

1、控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员

截至 2024 年 12 月 31 日，ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 合计持有公司 73,912,600 股，占公司股本总额的 42.17%。ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 为夫妻关系，因此，ALEXANDER LIU 和 LOUISA FAN 是公司的控股股东、实际控制人。

发行人控股股东、实际控制人关系密切的家庭成员均为公司的关联方。

2、控股股东和实际控制人及其关系密切的家庭成员控制或兼任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他组织

发行人控股股东、实际控制人控制或兼任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他组织情况参见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“三、控股股东及实际控制人基本情况”之“（一）控股股东及实际控制人”。

3、其他持有公司 5%以上股份的股东

截至本募集说明书签署之日，公司不存在其他直接持有公司 5%以上股份的股东。

4、公司控股子公司、孙公司及联营企业

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人拥有 58 家子公司、6 家参股公司股权，具体情况参见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“二、组织结构图及对其他企业的重要权益投资情况”之“（三）对其他企业的重要权益投资情况”。

5、发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

发行人的董事、监事、高级管理人员具体情况参见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”。上述董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员均为公司的关联方。

6、发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或兼任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他组织

除公司控股股东、实际控制人以外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或兼任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他组织情况如下：

序号	关联方	关联关系
1	新希望六和股份有限公司	独立董事兰佳担任董事会秘书、首席战略投资官
2	共青城筑粤新能源产业投资合伙企业（有限合伙）	独立董事兰佳担任执行事务合伙人、持有99%份额
3	共青城中陆海新能源产业投资合伙企业（有限合伙）	独立董事兰佳担任执行事务合伙人、持有99%份额
4	西藏智恒实业有限公司	独立董事兰佳担任执行董事兼总经理
5	拉萨经济技术开发区智恒咨询有限公司	独立董事兰佳担任执行董事兼经理
6	北京智度德正投资有限公司	独立董事兰佳担任执行董事兼经理
7	广东新希望新农业股权投资基金管理有限公司	独立董事兰佳担任董事
8	深圳市视光学会	独立董事廖素华担任会长
9	广州华科生物科技有限公司	高级管理人员康海文持股51%的企业

7、其他关联方

其他关联方包括（1）除公司控股股东、实际控制人以外，公司其他董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员控制或兼任董事（独立董事除外）、高级管理人员的企业，（2）报告期内因注销或公司关联方终止任职而与公司解除关联关系的企业，（3）公司报告期内注销的子公司。

（二）关联交易情况

1、重大关联交易的判断标准及依据

公司判断是否构成重大关联交易参照《公司章程》及《关联交易管理制度》的相关规定，将公司与关联自然人、关联法人发生的交易（提供担保除外）金额超过人民币3,000万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上（含5%）的关联交易，或为关联人提供担保等应当提交股东大会审议的关联交易界定为重大关联交易，不符合重大关联交易认定标准的为一般关联交易。

报告期内，公司与关联方的交易根据自愿、平等、互惠互利、公平公允的原则进行。交易价格均按照市场公允价格，并签订相关交易协议。报告期内公司关联交易情况如下：

2、一般经常性关联交易

(1) 采购商品/接受劳务情况

报告期内发行人向关联方采购商品、接受劳务的情况，主要是向深圳市视光学会缴纳的会议费、会员费。

单位：万元

项目	2024年	2023年度	2022年度
会议费、会员费	9.14	16.39	5.14

注：深圳市视光学会的会长为廖素华，2024年2月起担任公司独立董事，公司将其认定为关联方。

(2) 出售商品/提供劳务情况

报告期内发行人不存在向关联方出售商品、提供劳务的情况。

(3) 关键管理人薪酬

报告期内，公司关键管理人员包括公司董事、监事、高级管理人员，其薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2024年	2023年度	2022年度
关键管理人员薪酬	1,222.89	1,111.58	697.31

注：各年关键管理人员薪酬含已离职人员当年薪酬

(4) 关联租赁情况

报告期内，公司不存在关联租赁的情况。

3、一般偶发性关联交易

(1) 关联担保

报告期内，公司不存在关联担保。

(2) 关联方资金拆借

报告期内，公司不存在关联方资金拆借。

4、关联方往来款项余额

报告期各期末，公司不存在关联方往来款项余额。

（三）报告期内关联交易必要性、公允性以及对公司财务状况、经营成果影响情况

报告期内，公司的经常性关联交易金额较小，占公司营业收入比例较低，交易价格为市场公允价格，对公司财务状况和经营成果均不构成重大影响。公司发生的关联交易主要系公司关键管理人员薪酬，有利于公司主营业务的发展。

（四）履行的程序及独立董事对关联交易的意见

发行人报告期内的关联交易均已按照审批权限报董事会、股东大会批准，需关联董事、关联股东回避表决的事项，该等关联董事或关联股东均回避表决；关联交易如需经独立董事发表意见的，独立董事均已发表意见。发行人报告期内关联交易按照《公司章程》《关联交易管理制度》《股东大会议事规则》等公司治理文件的要求审批、公允定价、完整披露，不存在损害发行人股东利益的情形。

（五）规范关联交易的措施

公司已就规范关联交易采取了以下措施：

1、本公司在《公司章程》中严格规定了关联交易的表决程序和回避制度；本公司还制定了《关联交易管理制度》等一系列制度对《公司章程》中有关关联交易的规定进行量化细化，强化了相关制度的可操作性，进一步规范了关联交易行为；

2、本公司聘任了 3 名独立董事，占董事会人数的 1/3，并通过《公司章程》中的有关规定，增强独立董事在关联交易决策中的监督作用；

3、发行人控股股东、实际控制人于发行人首次公开发行股份并上市前作出《关于减少和规范关联交易的承诺》，具体情况请参见本募集说明书第四节 发行人基本情况之四、重要承诺及履行情况。

在本次发行中，为保障发行人及广大投资者的权益，发行人现任董事、监事及高级管理人员均出具了《关于减少和规范关联交易的承诺》，具体承诺

请参见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、重要承诺及履行情况”之内容。截至本募集说明书签署之日，上述承诺主体不存在违反承诺的情况。

第七节 本次募集资金运用

一、本次募集资金使用计划

本次发行可转换公司债券的募集资金总额不超过人民币 37,500.00 万元（含 37,500.00 万元），扣除发行费用后的募集资金净额拟用于投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资金额	拟使用募集资金
1	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	35,012.20	18,000.00
2	总部运营管理中心及品牌建设项目	22,998.80	7,000.00
3	数字化平台升级建设项目	9,277.31	7,000.00
4	补充流动资金	5,500.00	5,500.00
合计		72,788.31	37,500.00

如本次发行实际募集资金（扣除发行费用后）少于拟投入本次募集资金总额，公司董事会或董事会授权人士将根据募集资金用途的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，不足部分将通过自筹方式解决。在不改变本次募集资金投资项目的前提下，公司董事会或董事会授权人士可根据项目实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

在本次发行可转换公司债券募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目实施进度的实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）连锁眼镜门店建设及升级改造项目

1、项目概况

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 万元在全国重点城市扩展 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。

2、项目必要性

（1）中国眼镜零售市场空间较大

随着近视人群、老龄化人口增加，以及消费水平的提升和消费观念的转变，消费者对眼镜产品的需求从基本功能性向时尚、健康、智能等多功能方向发展，推动了市场规模的扩大。根据艾瑞咨询预计，到 2027 年中国眼镜产品市场零售额将达到 1,245 亿元，2023 年至 2027 年的年均复合增长率达 9.6%。

中国眼镜零售市场规模及预测（亿元）



数据来源：艾瑞咨询

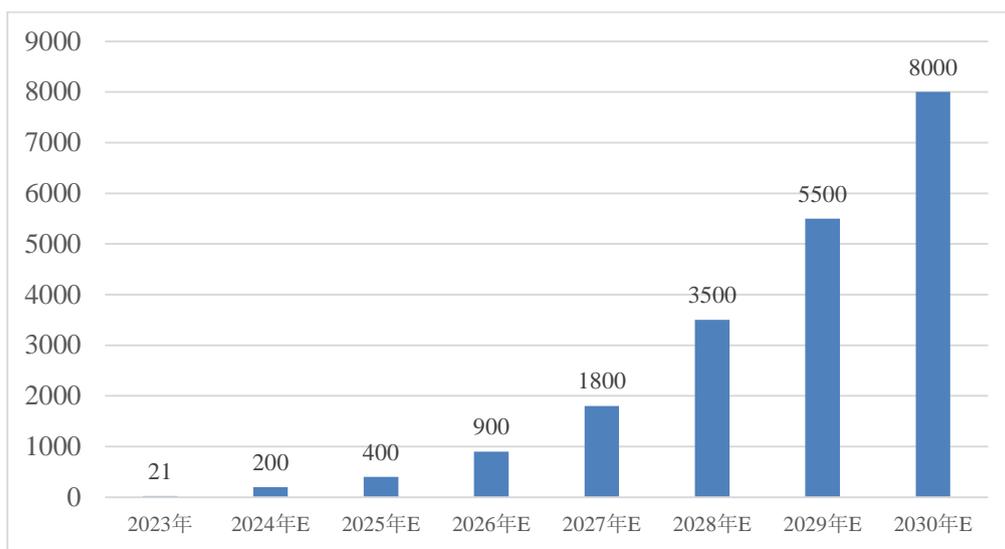
建立完善的营销服务渠道网络，是眼镜连锁行业公司争夺市场份额和品牌制高点的必然选择。随着我国眼镜行业市场规模持续增长，作为我国主要的眼镜零售连锁企业之一，公司拟通过本项目的建设拓展营销渠道，在全国重点城市开设连锁眼镜门店，及时抢占目标区域的高价值门店资源。目前公司营销网络主要覆盖华南、华东等地区，从全国角度考虑面临区域发展不平衡问题。一方面，重点区域由于市场容量不断扩大和居民消费能力不断提升，公司的营销网络需要进一步加密扩展来满足市场需求；另一方面西南、华北等市场营销渠道仍待进一步完善，需要不断投入营销资源增强销售网络建设。本项目的实施将有助于公司拓展线下销售渠道，优化全国门店网络布局，提升市场占有率。

（2）智能眼镜产品需求不断增加，紧抓行业智能化市场机遇

近年来智能电子产品及 Deepseek、ChatGPT、Kimi、通义千问等 AI 大模型快速发展，为智能眼镜注入了强大的计算能力和智能化功能，使其从简单的信

息显示设备逐渐演变为集语音交互、实时翻译、AR 导航、健康监测、智能助手等多功能于一体的智能终端，AI 智能眼镜的未来前景愈发广阔。当前除了传统智能硬件厂商，互联网企业和消费电子厂商也纷纷入局智能眼镜领域。随着进入智能眼镜领域的厂商不断增加，预计 2025 年智能眼镜将进入新品密集发布期。Ray-Ban Meta 作为 AI 智能眼镜的代表性作品，自发布以来全球销量已突破百万台，成功激起行业和市场对于 AI 智能眼镜赛道的关注。国内互联网、消费电子、AR 类智能硬件厂商，包括华为、小米、雷鸟创新、Xreal、李未可、魅族等均不断加码 AI 眼镜，近年来也先后发布了多款智能眼镜产品。根据 Wellsenn 数据，2024 年全球 AI 智能眼镜销量达 200 万副，预计 2025 年开始 AI 智能眼镜将迅速提高市场渗透率，全球出货量将进一步增长至 400 万副，至 2030 年 AI 智能眼镜全球销量规模有望达到 8,000 万副。

AI 智能眼镜销量规模预测（万副）



数据来源：Wellsenn

智能眼镜等设备通过集成 AI、AR 等技术实现语音控制和视觉感知的同步，提供了更为直观和自然的交互方式，使智能眼镜在教育、娱乐、运动、出行等多个领域展现出广泛的应用前景，具备音频和摄像头的智能眼镜是当下 AI 模型应用落地的最佳硬件载体之一，预计未来将与更多行业深度融合，创造出新的应用场景和商业模式。例如，通过与 AI 大模型结合，智能眼镜可以实现更自然的语音对话、个性化推荐以及复杂任务的执行，并迅速响应个人需求；结合 AR 技术，用户可以在视野中直接获取实时信息，如导航路线、商品详情或远程协

作指导；智能眼镜通过摄像头可以对周围环境中的物体、人物进行快速识别与分类，为用户提供实时的信息解读。作为我国销售规模、门店数量领先的眼镜连锁零售企业之一，公司需要进一步扩展门店渠道网络，抓住眼镜行业智能化的重大市场机遇。

（3）提升消费者购物体验、促进门店销售收入持续增长

目前公司的部分门店由于开业时间较长，存在门头标识、内外部装修风格已显得较为陈旧，室内功能区布置和商品陈列有待升级等问题。连锁门店作为公司与消费者直接对接的场所，代表着公司整体品牌形象，门店的环境和氛围直接关系到消费者的购买决策和对公司的品牌认知度。为提升公司门店整体形象、为顾客创造更加良好的购物环境，公司计划对现有部分老旧门店进行升级改造。通过升级焕新，公司拟引入新的商品陈列及展示体系，统一新老门店的整体装修风格，可进一步提升公司门店专业化的卖场形象，为顾客营造更加舒适、良好的购物环境，以促进门店销售收入的持续增长。

此外，部分门店在初次开设时未能占据商场最佳位置或最佳营业面积的铺位，在经过一段时间运营后或合同到期后商场中其他铺位出现空缺，公司会及时进行新铺位的选择，并对门店进行移位装修，构成门店升级改造的一部分。

（4）加速线上线下融合，推动业务创新与增长

报告期公司持续完善本地生活服务平台的布局，通过精细化运营、优化团购产品、加大引流力度来深度满足消费者的本地生活需求，加速线上线下融合发展，推动公司全渠道布局。这一系列举措显著提升了公司的市场覆盖面和服务能力，为消费者提供了更加便捷、高效的购物体验。

随着公司本地生活服务平台的持续优化和线上线下互动的深化，终端门店将能够更加高效地获取流量、提高转化率，并通过精准的会员营销和个性化产品推荐，进一步提升品牌价值与消费者忠诚度。本项目通过加大门店建设力度、提升门店硬件设施，旨在增强门店对线上流量的承接能力，通过线上赋能为线下门店注入新的活力。本项目的实施能够强化门店的销售和服务能力，助力公司在不断变化的市场环境中抢占先机，为未来在眼镜零售行业的持续创新和发展奠定坚实基础。

3、项目可行性

(1) 公司具备良好的门店选址能力

眼镜零售门店作为消费者购买眼镜产品最主要的渠道，其选址至关重要。公司根据多年的选址经验和决策体系，已建立了一整套完善的门店选址方法。通过对新进城市的人口数量、密度、消费能力及消费习惯的分析，锁定拟进入城市商圈，根据不同的商圈特点，确定预选门店的店型和店址范围，运用选店模型确定具体店址。公司在新开门店选址过程中会进行充分论证，重点考虑城市商业氛围、城市消费能力、商圈成熟度、商业环境消费力水平、竞争对手情况、店面（或专柜）合作条件、经营预期以及对现有门店的影响等因素，以降低新开门店的经营风险。

公司门店选址重点考察维度		
序号	调研维度	具体内容
1	城市商业氛围	考虑在当地开业的全国性或地区性连锁商场门店数量、城市规模、人口结构、居民分布、城市规划、城市常驻人口消费力、商圈分布、自然环境和交通条件等因素
2	城市消费能力	考虑城市面积、GDP 总量、人均 GDP、GDP 年均增长速度、城市人口规模、人口结构状况、人口流动性、居民收入水平、人均消费水平和消费习惯等因素
3	商圈成熟度	主要考虑商圈发展历史、商圈规模、特色、成长趋势，其中成长趋势是考察和关注的重点
4	商业环境消费力水平	主要考虑新设门店所在商圈客流、人口结构、商业地位、零售总额、眼镜行业特点，眼镜品类、总量、客单价、平均消费周期等因素
5	竞争对手调研	主要考察竞争对手在该地区的发展历史、销售能力、市场份额、知名度、地域分布、服务水平、盈利能力、装修风格、货品配置、经营策略、营销推广、定价策略等
6	店面（或专柜）合作条件	主要考虑位置、面积、合同期、合作模式、租金单价（或扣点比例）、租金增长趋势、押金方式、管理费用、推广费用、POS 机费用、免租装修期等因素
7	经营预期	店面培育期评估、月营业额预估、盈亏平衡点测算、可盈利时间预估、整体店面效益预估
8	现有门店影响评估	在新店选址时会考虑对现有门店的影响，分析周边的商圈分布情况、交通状况、辐射消费人口、企事业单位等综合状况，避免由于开店过密造成门店之间的竞争

公司已与多家大型商超集团、免税企业、医疗机构等建立了良好的战略合作关系，进一步丰富了公司的选址资源。2022 年、2023 年、2024 年公司分别新开门店 67 家、51 家和 78 家。公司良好的门店选址能力为本项目的实施提供了坚实基础。

（2）公司具备成熟的门店运营管理经验

截至 2024 年底公司已在全国范围内的 25 个省、市、自治区拥有 557 家门店，积累了丰富的连锁眼镜门店运营管理经验、线上线下场景融合推广营销经验，在跨区域门店的管控力、复制力、品牌建设等方面具有突出优势。公司通过商品运营部门对市场需求的精准把握、用户运营部门对用户售前售后服务的流程管理、信息化部门对业务流程的优化梳理、线上运营部门的流量导入、门店员工的专业验光配镜服务等，支撑公司销售渠道体系的高效运营。公司成熟的门店运营管理经验，为新设门店的跨区域经营、快速高效复制提供了有力支撑，募投项目实施具备成熟的组织保障。

（3）公司优秀的选品能力，为本项目的实施奠定了良好的业务基础

公司根据商品品类筛选相应的合格供应商或者经销商，经过多年发展，公司与卡尔蔡司、开云眼镜、依视路集团、LVMH 等国际及国内著名眼镜生产厂商建立了稳定的合作关系。智能眼镜方面，公司也与业内头部智能眼镜品牌星纪魅族、雷鸟创新、XREAL、界环、李未可等建立了良好的合作关系，通过定制化服务、线上线下联动售后为智能眼镜的消费群体提供视力矫正综合解决方案。此外，近年公司持续关注“一老一少”群体的消费需求，及时优化升级产品结构，加强功能性产品的科普力度和营销推广活动，为多样化的用眼需求提供有针对性的解决方案。同时公司也积极培育自有品牌，不断升级迭代自有品牌产品矩阵。公司优秀的选品能力为本次募投项目的顺利实施奠定了良好的业务基础。

4、项目投资概算

本项目预计总投资为 35,012.20 万元，拟使用募集资金投入金额 18,000.00 万元，全部投向本项目的资本性支出，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目建设内容	项目资金	占比	募集资金投入金额
一	新店拓展投资	28,103.30	80.27%	11,420.10
1	装修费用	7,865.40	22.46%	11,420.10
2	仪器设备投入	3,701.63	10.57%	
3	初始年物业租赁费用	9,722.88	27.77%	-

4	铺货资金	4,198.00	11.99%	-
5	预备费	1,274.40	3.64%	-
6	铺货资金	1,341.00	3.83%	-
二	老店升级改造投资	6,908.90	19.73%	6,579.90
1	装修费用	6,579.90	18.79%	6,579.90
2	预备费	329.00	0.94%	-
三	项目总投资	35,012.20	100.00%	18,000.00

本项目主要由两个部分构成，一是公司拟在重点城市开设 225 家智能眼镜门店，二是公司拟对目前的老旧门店进行升级改造。本项目的投资构成、测算依据和测算过程如下：

(1) 智能眼镜门店建设投资

本项目中新建智能眼镜门店部分的主要内容包括新店的装修费用、仪器设备投入、租赁费用、铺货资金及预备费等，具体如下：

1) 装修费用

本项目的装修费用主要依据单店装修费用及装修店铺数量确定。根据公司近年来店铺装修标准及历史经验确定装修成本，具体测算过程如下：

项目	单店规划平均面积（平米）	装修单价（元/平米）	单店装修费用（万元）	规划店铺数量（家）	装修费用（万元）
博士眼镜店	70	4,800	33.60	184	6,182.40
总统店	80	7,500	60.00	18	1,080.00
渠道合作配镜中心	60	5,500	33.00	15	495.00
视光中心	30	4,500	13.50	8	108.00
合计	240	22,300	140.10	225	7,865.40

2) 仪器设备投入

根据公司历史开店铺设仪器设备品类、规格及数量进行预估，进而确定单店仪器设备投资，具体测算过程如下：

单位：万元

项目	单店仪器设备投资	门店数量（家）	设备投资
博士眼镜店	13.03	184	2,398.26

总统店	33.48	18	602.71
渠道合作配镜中心	33.48	15	502.26
视光中心	24.80	8	198.40
合计	104.80	225	3,701.63

3) 初始物业租赁费用

公司根据公司历史租售比等指标进行租金单价的预估，具体测算过程如下：

项目	单店规划平均面积 (平方米)	租赁单价 (元/月/平米)	单店年租赁费用 (万元)	规划门店数量	租金 (万元)
博士眼镜店	70	480	40.32	184	7,418.88
总统店	80	1,000	96.00	18	1,728.00
渠道合作配镜中心	60	(注)	/	15	/
视光中心	30	2,000	72.00	8	576.00
合计	240	/	208.32	225	9,722.88

注：根据公司历史与渠道方合作配镜中心的合作情况一般采用联营模式结算，无固定租金，因此本次测算对渠道合作配镜中心类门店暂不做固定租金预测。

4) 铺货资金

根据公司历史开店时的铺货品类及数量进行预估，进而确定单店铺货投资，具体测算过程如下：

单位：万元

铺货资金总额	单店铺货投资	规划门店数量	小计
博士眼镜店	10.50	184	1,932.00
总统店	69.00	18	1,242.00
渠道合作配镜中心	64.00	15	960.00
视光中心	8.00	8	64.00
合计	151.50	225	4,198.00

5) 预备费

预备费按照以上装修费用、仪器设备、初始物业租赁费、铺货资金等四项金额的5%进行测算。

(2) 门店升级改造投资

本项目中老店升级改造投资部分的主要内容为门店装修费用，根据公司目前在运营店铺的装修情况，公司预计未来三年中每年需进行更新改造升级的门店平均家数为 62 家，三年合计 186 家，则公司现有门店升级改造投资明细如下：

项目	单店规划平均面积（平米）	装修单价（元/平米）	单店装修费用（万元）	老店升级改造数量	装修费用（万元）
博士眼镜店	70	4,800	33.60	159	5,342.40
总统店	80	7,500	60.00	15	900.00
渠道合作配镜中心	60	5,500	33.00	9	297.00
视光中心	30	4,500	13.50	3	40.50
合计	240	22,300	140.10	186	6,579.90

公司升级改造门店主要分为两种情况：一是公司门店在经营一定时间周期后，存在门头标识、内外部装修风格已显得较为陈旧，室内功能区布置和商品陈列有待升级等问题，存在门店形象更新迭代、升级焕新的需求，即原位翻新；二是部分门店在初次开设时未能占据商场最佳位置，或最佳营业面积的铺位，在经过一段时间运营后或合同到期后商场中其他铺位出现空缺，公司及时进行新铺位的选择，对门店进行移位装修。目前公司的存量门店不断增加，部分门店将在合同到期或更佳位置出现时及时进行移位装修。

5、项目实施主体、建设周期

项目实施主体为博士眼镜连锁股份有限公司及其全资子公司，本项目计划建设实施周期为 36 个月，项目整体进度安排如下：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
第一批门店评估洽谈												
第一批门店立项、装修、铺货、开业												
第一批门店正式运营												
第二批门店评估洽谈												
第二批门店立项、装修、铺货、开业												
第二批门店正式运营												
第三批门店评估洽谈												

第三批门店立项、装修、铺货、开业													
第三批门店正式运营													

6、项目预期效益的假设条件及主要计算过程

本项目包括建设期在内的效益测算期为 10 年，其中建设期 36 个月，该项目的效益预测的假设条件和计算过程具体如下：

（1）销售收入预测

①新开门店收入指标预测

本项目效益测算中，新开门店的收入指标主要依据公司历史年份门店坪效水平与规划面积确定，公司预测的坪效数据均低于历史均值，主要系基于历史情况结合公司预计未来的经营情况作出的谨慎假设。以本项目可行性研究报告出具时点（2021 年至 2024 年 1-6 月）历史财务数据作为参考，本项目门店坪效数据如下：

单位：万元/m²/年

门店体系	2024 年 1-6 月	2023 年	2022 年	2021 年	均值	本次募投项目预测坪效值
博士眼镜	2.02	2.25	1.95	2.45	2.17	2.06
总统门店	3.90	3.83	3.79	5.71	4.31	4.20
渠道合作配镜中心	9.53	8.36	6.48	6.89	7.82	7.60
视光中心	7.39	9.31	20.14	18.16	13.75	10.00

注：以上坪效数据是根据当年正常运营门店数据进行测算，已剔除当年新开门店及当年已关店的门店坪效数据的影响；2024 年 1-6 月公司坪效数据已进行年化处理。

本次规划门店的建设面积主要考虑公司历史门店统计情况、公司品牌体系规划建设标准面积等因素确定，截至 2024 年末公司直营门店面积按品牌体系的统计情况如下：

单位：m²

序号	品牌体系	截至 2024 年末门店面积均值	本次募投项目规划面积
1	博士眼镜	70.66	70
2	总统门店	83.56	80
3	渠道合作配镜中心	59.44	60

4	视光中心	42.81	30
---	------	-------	----

注：上述门店已剔除截至 2024 年末已关闭的门店及建设标准差异较大的部分门店。

根据以上坪效假设值及新开门店的规划面积，则公司新开门店的营业收入测算如下：

门店体系	规划单店面积 (平米)	本次预测坪效值 (万元/m ² /年)	单店月收入预 测(万元)	单店年收入预 测(万元)
博士眼镜	70	2.06	12.00	144.00
总统门店	80	4.20	28.00	336.00
渠道合作配镜中心	60	7.60	38.00	456.00
视光中心	30	10.00	25.00	300.00

②门店销售达标率、正常运营比例

关于门店的销售达标率，根据本项目《可行性研究报告》公司开设新店后，对于博士眼镜、总统眼镜品牌体系的门店来说，一般运营期在 6 个月至 9 个月之间能够达到盈亏平衡状态，12 个月左右可以达到正常运营状态，即满产状态；对于渠道配镜中心、视光中心门店一般在 6 个月以内即可达到正常运营状态。在本次项目测算时考虑到首年门店建设周期、开业准备时间等因素，对门店的年度达标率进行递进式增长假设，即假设博士眼镜、总统门店在第一年至第三年销售达标率分别为 70%、90%、100%，渠道合作配镜中心、视光中心门店在第一年至第三年销售达标率分别为 80%、90%、100%，产能逐步释放，该假设符合门店经营规律，并具备一定的谨慎性，具体情况如下：

销售达标率	第一年	第二年	第三年及以后年度
博士眼镜	70%	90%	100%
总统门店	70%	90%	100%
渠道合作配镜中心	80%	90%	100%
视光中心	80%	90%	100%

关于正常运营比例，根据公司历史运营情况，部分门店在运营一段时间后会因外部、内部等各种因素出现门店无法续租、卖场拆迁关闭或门店业绩不达预期等情形，公司在综合各方面因素后会进行关店处理。正常情况下，门店在运营两年至三年周期时，可以判断该门店能否持续达到预计业绩水平，并决定是否继续营业。因此本项目在测算过程中假设在第三年至第五年达到正常运营

的门店分别比例为 90%、80%、70%，年闭店率为 10%，在五年后剩余门店经营达到稳定期，运营比例保持不变。该闭店率主要参考报告期内公司闭店率情况进行谨慎假设，具体如下：

项目	2022 年	2023 年	2024 年	本次募投项目 假设年闭店率
直营门店年闭店率	7.54%	9.55%	6.67%	10.00%

③本次新建门店的开设数量及节奏

公司历史年度的开店速度与战略规划布局节奏、城市商圈成熟度、区域扩张策略、合作方商务谈判、内部决策效率以及同行业门店开设情况等多个因素密切相关。2020 年以来公司新开门店的建设速度如下：

单位：家

项目	2024 年	2023 年	2022 年	2021 年	2020 年	均值
新开门店数量	78	51	67	114	52	72.4

根据公司历史新开门店的数据，2020 年至 2024 年公司年均新开门店数量为 72.4 家。公司本项目的计划建设期为 36 个月，项目建设第一年至第三年分别拟新建门店 70 家、75 家和 80 家，占公司 2024 年末门店总数的比例分别为 12.57%、13.46%、14.36%，建设速度符合公司近年来的开店节奏，门店扩展速度比较合理。公司本次募投项目将稳步实施，新建门店的投入运营将呈渐进式释放的节奏，项目规划节奏合理。

根据公司的业务规划，公司拟建设的门店品牌及数量如下：

单位：家

序号	门店品牌	T+1	T+2	T+3	小计
1	博士眼镜店	57	62	65	184
2	总统店	5	6	7	18
3	渠道合作配镜中心	6	4	5	15
4	视光中心	2	3	3	8
合计		70	75	80	225

基于规划，公司在实际门店拓展过程中会根据市场调研情况、商务谈判情况、资源匹配度、合作方情况等综合确定具体的门店选址，届时可能会对具体城市的开店数量、级别等进行灵活调整，但不影响公司规划的拟开店总数。

④产品销售收入

根据《可行性研究报告》的测算，本项目在达产后将实现年均销售收入31,087.20万元。

单位：万元

期间	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10
营业收入	7,192.80	19,281.60	32,259.60	36,283.20	33,594.00	30,738.00	29,248.80	29,248.80	29,248.80	29,248.80

(2) 销售毛利率预测

公司销售毛利率根据历史数据进行测算，具体如下表：

项目	2024年 1-6月	2023年	2022年	2021年	毛利率 均值	本次募投 毛利率假设
博士眼镜	74.32%	76.03%	76.33%	75.55%	75.56%	75.00%
总统店	65.86%	68.80%	67.76%	68.05%	67.62%	67.00%
渠道合作配镜中心	50.47%	56.54%	57.62%	61.31%	56.49%	56.00%
视光中心	71.15%	73.70%	73.20%	76.81%	73.72%	73.00%

注：以上门店除渠道合作配镜中心为联营门店毛利率，其他品牌体系均为公司自营门店毛利率情况。

(3) 销售费用、管理费用、研发费用预测

本项目销售费用主要包含人员工资、折旧摊销、租金及业务费、其他销售费用组成。其中人员工资主要依据历史门店配备的人员数量结合历史人员工资水平测算，折旧摊销金额依据本项目涉及固定资产结合公司目前的折旧政策进行测算，租金及物业费依据前述门店租金水平进行确定。除上述以外的其他销售费用，根据公司运营经验，依据可行性研究报告出具时点历史财务数据（2021年至2024年1-6月）费率的基础上按6%计算；本项目的管理费用、研发费用等期间费用主要参考公司历史财务数据费率均值进行预测，假设管理费用率、研发费用率分别为项目营业收入7.50%、1.00%。

本项目的总成本费用情况测算如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10
营业成本	2,187.86	5,723.42	9,507.28	10,652.47	9,860.96	9,030.44	8,594.21	8,594.21	8,594.21	8,594.21
博士眼镜店	1,077.30	3,018.60	5,084.10	5,756.40	5,328.00	4,870.80	4,636.80	4,636.80	4,636.80	4,636.80

总统店	291.06	848.23	1,505.20	1,740.82	1,618.85	1,474.70	1,397.09	1,397.09	1,397.09	1,397.09
渠道合作配镜中心	722.30	1,564.99	2,407.68	2,588.26	2,387.62	2,207.04	2,106.72	2,106.72	2,106.72	2,106.72
视光中心	97.20	291.60	510.30	567.00	526.50	477.90	453.60	453.60	453.60	453.60
销售费用	4,811.53	11,764.21	18,774.88	19,063.10	16,878.49	15,291.43	14,999.30	14,757.88	14,599.11	14,558.60
人员工资	1,736.37	4,140.81	6,502.56	6,661.56	5,925.02	5,417.63	5,155.75	5,155.75	5,155.75	5,155.75
折旧摊销	632.87	1,520.52	2,473.91	2,156.84	1,762.13	1,468.31	1,844.57	1,603.15	1,444.38	1,403.87
租赁费用	2,010.72	4,945.98	7,862.83	8,067.71	7,175.70	6,561.21	6,244.05	6,244.05	6,244.05	6,244.05
其他销售费用	431.57	1,156.90	1,935.58	2,176.99	2,015.64	1,844.28	1,754.93	1,754.93	1,754.93	1,754.93
管理费用	539.46	1,446.12	2,419.47	2,721.24	2,519.55	2,305.35	2,193.66	2,193.66	2,193.66	2,193.66
研发费用	71.93	192.82	322.60	362.83	335.94	307.38	292.49	292.49	292.49	292.49
总成本费用	7,610.78	19,126.57	31,024.22	32,799.65	29,594.95	26,934.61	26,079.66	25,838.24	25,679.47	25,638.96
其中：可变成本	6,366.52	15,967.11	25,808.24	27,558.73	24,977.33	22,853.57	21,748.94	21,748.94	21,748.94	21,748.94
固定成本	1,244.26	3,159.46	5,215.98	5,240.91	4,617.62	4,081.04	4,330.72	4,089.30	3,930.53	3,890.02

(4) 税金及附加

本项目税收执行标准，各计算参数如下：

税种	税率/单位税额
增值税（房屋建筑物）	9%
增值税（销售货物、设备、原材料）	13%
城市维护建设税	7%
教育费附加	3%
地方教育附加	2%
企业所得税	25%

本项目产品销售增值税税率 13%，城建税及教育费附加、地方教育附加按实缴流转税的 7%、3%和 2%征收，所得税按照母公司博士眼镜的所得税税率 25%进行测算。

(5) 项目利润情况

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10
营业收入	7,192.80	19,281.60	32,259.60	36,283.20	33,594.00	30,738.00	29,248.80	29,248.80	29,248.80	29,248.80
营业成本	2,187.86	5,723.42	9,507.28	10,652.47	9,860.96	9,030.44	8,594.21	8,594.21	8,594.21	8,594.21
毛利	5,004.94	13,558.18	22,752.32	25,630.73	23,733.04	21,707.56	20,654.59	20,654.59	20,654.59	20,654.59
毛利率	69.58%	70.32%	70.53%	70.64%	70.65%	70.62%	70.62%	70.62%	70.62%	70.62%
税金及附加	16.16	115.37	223.91	312.71	275.81	249.63	235.29	254.78	237.85	236.63

销售费用	4,811.53	11,764.21	18,774.88	19,063.10	16,878.49	15,291.43	14,999.30	14,757.88	14,599.11	14,558.60
管理费用	539.46	1,446.12	2,419.47	2,721.24	2,519.55	2,305.35	2,193.66	2,193.66	2,193.66	2,193.66
研发费用	71.93	192.82	322.60	362.83	335.94	307.38	292.49	292.49	292.49	292.49
利润总额	-434.14	39.66	1,011.47	3,170.85	3,723.24	3,553.76	2,933.85	3,155.79	3,331.48	3,373.21
企业所得税	-	-	154.25	792.71	930.81	888.44	733.46	788.95	832.87	843.30
净利润	-434.14	39.66	857.22	2,378.13	2,792.43	2,665.32	2,200.39	2,366.84	2,498.61	2,529.90
净利润率	-6.04%	0.21%	2.66%	6.55%	8.31%	8.67%	7.52%	8.09%	8.54%	8.65%

(6) 财务效益分析

本项目现金流量情况如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10
现金流入	7,192.80	19,281.60	32,259.60	40,481.20	33,594.00	30,738.00	29,248.80	29,248.80	29,248.80	36,198.48
营业收入	7,192.80	19,281.60	32,259.60	36,283.20	33,594.00	30,738.00	29,248.80	29,248.80	29,248.80	29,248.80
回收固定/无形资产余值	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,479.27
回收铺货资金	-	-	-	4,198.00	-	-	-	-	-	-
回收流动资金	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,470.41
现金流出	13,457.36	25,164.84	36,847.44	31,557.51	29,264.25	26,962.26	26,047.50	24,489.86	26,040.04	26,151.53
装修费用	2,440.20	2,615.70	2,809.50	-	-	-	-	-	-	-
设备购置费	1,160.86	1,217.35	1,323.42	-	-	-	-	-	-	-
铺货资金流出	1,343.50	1,345.00	1,509.50	-	-	-	-	-	-	-
预备费	393.34	423.49	457.56	-	-	-	-	-	-	-
经营成本	6,977.91	17,606.05	28,550.31	30,642.81	27,832.82	25,466.30	24,235.09	24,235.09	24,235.09	24,235.09
流动资金	1,125.39	1,841.89	1,973.25	602.00	-411.49	-433.48	-227.14	-	-	-
税金及附加	16.16	115.37	223.91	312.71	275.81	249.63	235.29	254.78	237.85	236.63
维持运营再投资	-	-	-	-	1,567.10	1,679.81	1,804.27	-	1,567.10	1,679.81
所得税前净现金流量	-6,264.56	-5,883.24	-4,587.84	8,923.69	4,329.75	3,775.74	3,201.30	4,758.94	3,208.76	10,046.95
累计所得税前净现金流量	-6,264.56	-12,147.80	-16,735.65	-7,811.96	-3,482.20	293.54	3,494.84	8,253.78	11,462.54	21,509.49
调整所得税	-	-	154.25	792.71	930.81	888.44	733.46	788.95	832.87	843.30
所得税后净现金流量	-6,264.56	-5,883.24	-4,742.09	8,130.98	3,398.94	2,887.31	2,467.84	3,969.99	2,375.89	9,203.65
累计所得税后净现金流量	-6,264.56	-12,147.80	-16,889.89	-8,758.92	-5,359.98	-2,472.67	-4.83	3,965.16	6,341.05	15,544.70

根据上述测算，本项目建设完毕后，预计经营期可实现年均营业收入 31,087.20 万元，年均预计利润总额 3,320.31 万元，平均销售毛利率 70.63%，税后内部收益率 14.50%，具体指标如下：

序号	指标名称	指标值	备注
1	销售收入（万元）	31,087.20	经营期（不含建设期）
2	销售毛利率	70.63%	经营期（不含建设期）
3	利润总额（万元）	3,320.31	经营期（不含建设期）
4	税后内部收益率（%）	14.50	经营期
5	税后投资回收期（年）	7.00	含建设期（静态）

本项目毛利率、净利率与 2022 年至 2024 年公司直营门店销售毛利率、公司净利率对比如下：

项目	2024 年	2023 年	2022 年	均值	本次募投项目测算值
销售毛利率	68.84%	69.87%	70.84%	69.85%	70.48%
净利率	8.42%	11.20%	7.74%	9.12%	6.48%

本项目的预计销售毛利率与 2022 年至 2024 年公司直营销售毛利率差异较小，本项目的预计净利率低于公司 2022 年至 2024 年净利率均值，本项目整体测算较为谨慎、合理。

7、公司既有业务发展概况及扩大业务规模的必要性、新增产能规模的合理性

（1）公司既有业务发展概况及扩大业务规模的必要性

2022 年、2023 年及 2024 年，公司营业收入分别为 96,223.70 万元、117,586.55 万元、120,281.61 万元，公司实现归属于母公司的净利润分别为 7,580.99 万元、12,806.48 万元、10,362.84 万元，公司业务发展良好。为进一步拓宽公司自有营销渠道，公司拟实施本次融资新建连锁眼镜门店及改造现有部分门店。

建立全国范围内的营销服务渠道网络，是眼镜连锁行业公司争夺品牌制高点的必然选择。作为我国主要的眼镜零售连锁企业之一，为进一步提升公司营业收入和利润水平，公司拟通过本项目扩大营销渠道布局，在重点城市拓展连锁眼镜门店网络，及时抢占上述区域的高价值门店资源，优化全国门店布局。同时公司拟升级改造目前部分门店，统一新老门店的整体装修风格，为顾客营造更加舒适、良好的购物环境，以促进门店销售收入的持续增长，抓住眼镜行业智能化的重大市场机遇。公司本次新建及升级部分销售门店、扩大业务规模

具备必要性。

（2）新增产能规模的合理性

1) 眼镜零售市场空间较大，为本项目的实施奠定良好的市场基础

根据 WellSenn XR 数据及预测，目前全球人口已增长至约 80 亿，预计至 2035 年全球人口将接近 89 亿，同时全球人口增长速度正在放缓。根据世界卫生组织 2019 年发布《世界视力报告》，全球视力受损或失明人群超 22 亿人，占全球人口总数约 28%，以近视人群为主体。随着手机、电脑、游戏机等消费电子产品越来越普及，预计全球近视人数还会随着人口的增长会不断增加，至 2035 年全球近视人口或超过 27 亿。而由于人口增长速度放缓、市场渗透率、眼镜复购率等因素影响，全球视光矫正的需求非常庞大，支撑起眼镜产品最基础的市场需求，并随着全球近视人口的增加而缓慢增加。

此外，受益于人们眼部保护意识提高、全球旅行和旅游业的恢复、社交媒体的影响以及气候变化和生活方式多样化的大趋势，人们对保护眼睛和眼镜装饰的需求不断提高，对各类眼镜产品的购买需求不断增长。全球视光矫正的需求非常庞大，支撑起眼镜产品最基础的市场需求。据全球调研机构 Statista 数据显示，2018 年以来至今除个别年份以外，全球眼镜产品市场规模均保持良好增长态势，从 2018 年的 1,293 亿美元增长至 2023 年的 1,453 亿美元，年均复合增长率为 2.36%。未来随着全球眼镜产品人均支出额的进一步提高，全球眼镜产品市场规模将保持稳步增长，预计到 2025 年全球眼镜产品市场规模有望增长至 1,585 亿美元，2018-2025 年年均复合增长率达 2.95%。

中国市场方面，随着近视人群、老龄化人口增加，以及消费水平的提升和消费观念的转变，消费者对眼镜产品的需求从基本功能性向时尚、健康、智能等多功能方向发展，推动了市场规模的扩大，预计到 2027 年中国眼镜产品市场零售额将达到 1,245 亿元，2023 年至 2027 年的年均复合增长率预估约为 9.6%，尤其在离焦眼镜、运动眼镜、成人渐进眼镜市场将表现出较好的增长态势。

2) 本项目的门店建设速度较为合理

根据公司历史开店数据，2020 年至 2024 年公司年度新开门店分别为 52 家、114 家、67 家、51 家、78 家，年均新开门店数量为 72.4 家。公司本次门店建

设项目计划建设期为 36 个月，根据本项目可行性研究报告，本项目的门店分为博士眼镜店、总统店、渠道合作配镜中心和视光中心四个品牌渠道体系进行建设，项目建设的第一年至第三年分别新建门店 70 家、75 家和 80 家，占公司 2024 年末门店总数分别为 12.57%、13.46%、14.36%，建设速度符合公司近年来的开店节奏，门店扩展速度较为合理。公司本次募投项目将稳步实施，新建门店的投入运营将呈渐进式释放，公司产能消化存在一定周期。

3) 突出的品牌优势为本项目的实施提供了有力支撑

消费者对眼镜渠道和产品的品牌形象、产品质量和功能性等关注度日益提升，良好的品牌知名度是进一步推广公司产品、扩大公司市场占有率的重要保障，品牌竞争已成为影响公司发展的关键因素，是企业软实力的重要象征。公司自 2014 年起连续 10 年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营 50 强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度。同时，公司自成立以来一直注重差异化品牌定位，倾力打造六大品牌以满足不同消费者的多层次需求，包括“President optical”定位于“高端定制”、“博士眼镜”定位于“专业视光”、“Boojing”定位于“新消费零售”、“zèle”定位于“时尚快消”、“砦（石人工）”定位于“全国加盟”以及“ZORRO”定位于“复古文化主题”。公司持续优化门店品牌体系化建设，开展多元化品牌营销活动，从而拓宽目标消费群体的范围，实现品牌效应和连锁优势，进一步夯实公司在眼镜零售领域的领先地位。

4) 丰富的门店选址经验和选址资源为本次项目的成功实施提供有力支持

眼镜零售门店作为消费者购买眼镜产品最主要的渠道，其选址至关重要。公司根据多年的选址经验和大数据分析，已建立了一整套完善的门店选址方法。通过对新进城市的人口数量、密度、消费能力及消费习惯的分析，锁定拟进入商圈，根据不同的商圈特点，确定预选门店的店型和店址范围，运用选店模型确定具体店址。公司在新开门店选址过程中会进行充分论证，会重点考虑城市商业氛围、城市消费能力、商圈成熟度、商业环境消费力水平、竞争对手情况、店面合作条件、经营预期以及对现有门店的影响等因素。此外，公司与大型商超集团、免税企业、医疗机构等建立了良好的战略合作关系，进一步增强了公

公司的选址资源。公司设立了多部门、多层级的门店设立流程，通过系统化、科学化的决策流程降低新店开设风险。

5) 公司具备成熟的门店运营管理经验

经过多年发展，截至 2024 年末，公司已在全国范围内的 25 个省、市、自治区拥有 557 家门店，积累了丰富的连锁眼镜门店运营管理经验、线上线下场景融合推广营销经验，在跨区域门店的管控力、复制力、品牌建设等方面具有突出优势。公司通过商品运营部门对市场需求的精准把握、用户运营部门对用户售前售后服务的流程管理、信息化部门对业务流程的梳理、线上运营部门的流量导入、门店员工的专业验光配镜服务等，支撑公司销售渠道体系的高效运营。公司成熟的门店运营管理经验，为新设门店的跨区域经营、快速高效复制提供了有力支撑，募投项目实施具备组织保障。

综上所述，眼镜产品需求持续增长，市场空间较大，公司突出的品牌优势、丰富的门店选址经验和选址资源为本项目的实施提供了有力支撑，有效降低了新店开设风险。本项目门店建设速度合理，具备成熟的门店运营管理经验，公司目前建立起的品牌优势、门店渠道优势、服务与交付优势等可以顺利保障募投项目的实施和新增产能的消化，本次新增产能规模具备合理性。

8、本次募集资金投资项目涉及的立项、土地、环保等有关审批、批准或备案事项的进行、尚需履行的程序及是否存在重大不确定性

本项目已履行项目建设所需的备案程序，并取得了投资项目备案证《深圳市企业投资项目备案证明》（备案编号：深罗湖发改备案[2025]27号）。

根据《环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》的规定，本项目无需办理环评审批备案手续。

本项目拟通过采用租赁或与商场联营的方式取得开店场地使用权，单个新建直营店所需物业面积约在30平方米至80平方米之间。

（二）总部运营管理中心及品牌建设项目

1、项目概况

为进一步提高品牌知名度与市场影响力，巩固提升公司的市场地位，公司

拟投资22,998.80万元计划在深圳市购置办公场地建设总部运营管理中心，并在深圳、上海、北京等地建立公司品牌形象体验中心。本项目的建设有利于公司加强战略管理能力、资源调配能力、人才培养能力，可以使企业管理更加集约化、系统化，有利于公司品牌建设和未来发展，增强企业核心竞争力。

本项目分为两个部分，一是公司在深圳建设总部运营管理中心，优化公司运营管理环境，对相关场地、人员、设备进行补充，满足公司日益增长的管理和办公需求；二是公司将加大品牌建设投入，建立品牌形象体验中心。本项目的实施，将有利于增强公司业务稳定性，增强员工的归属感和认同感，为公司的长远发展提供基础保障。同时，该项目将有利于加强公司品牌竞争力建设，为公司未来的可持续发展奠定基础。

本项目的具体建设内容如下：

序号	主要内容	规划建筑面积 (m ²)	实现职能
总部运营管理中心	办公区	3,100.00	将深圳三处办公场所集中办公，改善目前公司办公环境，实现总部统一管理
	会议室	300.00	扩充会议室数量和面积，满足各个部门的会议需要
	培训中心及产学研基地	280.00	1、门店验光师统一培训 2、新验光设备、新产品教学培训 3、与医院、高校等的产学研基地
	总部展厅	450.00	1、最新时尚眼镜及功能性镜片产品、最新科技验光技术体验专区 2、最新智能眼镜产品体验专区 3、博士眼镜发展历程及公司文化展区
	直播基地	220.00	抖音等平台电商直播间、线上作战指挥中心
	其他配套功能区	150.00	其它配套功能区，如机房、档案室、茶水间等
品牌建设推广	品牌形象体验中心建设	450.00	通过在深圳、上海、北京等一线城市建设品牌形象店，强化品牌认知，传递品牌价值，促进产品销售
	营销推广投入	/	主要为地铁、商超、电梯、公共汽车、新媒体等形式的广告投放

2、项目必要性

(1) 可以提高公司经营管理效率，实现降本增效

随着业务规模的持续扩展和职能部门的不断细化，公司人员数量不断增加，目前公司租赁的办公场地已不能满足日益增长的经营需要，影响了公司的运营效率。公司总部位于深圳市罗湖区，总部目前办公场所均为租赁，分散在三处

办公场所，总部运营场地紧张，办公场所的租赁费用较高。这种分散的办公模式不利于内部紧密沟通与协作，也不能满足公司持续健康发展的内在管理需求。本项目计划购置地理位置优越、配套设施完善、交通便利的办公场所，实现总部各部门集中办公，提升内部协同效率，打造高效、稳定的工作环境，为公司可持续发展提供基础保障，同时新办公场所的购置有利于公司未来容纳更多新增人员。新的办公环境将进一步提升公司整体形象，增强合作方的认可度。

此外，从经济效益角度分析，本次募投项目拟购置的房产预计年折旧摊销费用低于目前办公场所的年租金，购置办公场所更具有经济效益，有利于公司实现降本增效。

（2）有利于增强公司业务开展的稳定性

公司总部目前办公场所均为租赁，若公司长期依赖租赁方式经营业务，可能面临租赁场地被收回、租赁期满后难以续租，以及租金费用持续攀升等潜在风险，给公司的正常运营带来诸多不便和不确定性。通过购置固定办公场所，公司能够为员工提供一个独立且稳定的办公环境。这不仅有助于公司进行长期的场地规划与布局，还有助于提升公司业务发展的稳定性与持续性，为公司的长期发展奠定坚实基础，使公司能够在稳定的环境中专注于核心业务，实现战略目标。

（3）有助于全方位提升公司品牌影响力

品牌是公司重要的无形资产，体现了企业的市场地位和核心竞争力。良好的品牌知名度是进一步推广公司产品、扩大公司市场占有率的重要保障，也是消费企业持续增长和基业长青的保障。自成立以来，公司高度重视品牌建设，致力于为消费者提供时尚化、个性化的眼镜产品和专业的视觉健康解决方案。为满足不同客群的多场景消费需求，公司积极打造差异化的品牌矩阵，进行多层次市场布局，形成更有针对性的营销策略。为进一步提升公司品牌影响力，本项目将选择当地核心商圈的优越位置，结合创新设计和智能化体验，打造全品类SKU的品牌形象体验中心。体验中心将从设计感、体验感、个性化场景打造等方面，形成与智能眼镜深度体验的多维度功能布局，构建一个全方位、沉浸式的品牌体验空间。通过设计各种触点和交互模式，以及优质专业的服务，项目将打造差异性品牌特色，让顾客获得独特的体验感，深入了解公司品牌，

形成深刻的品牌认知。

3、项目可行性

(1) 公司拥有成熟的运营管理团队，为本项目提供了坚实的人才保障

公司作为国内领先的眼镜零售连锁企业，经过多年发展与沉淀，拥有一支成熟的运营管理团队，在品牌建设、销售渠道、产品丰富性、服务与交付等方面形成了独特的竞争优势，公司管理层对眼镜连锁行业具有深刻的理解。同时，公司坚持“客户第一、主动担当、结果导向、协作执行”的价值观，大力加强人力资源管理体系建设，不断完善人才培养机制。公司注重在职员工整体素质和专业技能的提升，全面、多样地拓展员工的专业知识面，有效提升员工素质。同时公司优化完善了员工职级、工资薪酬、福利保障、绩效考核等机制，并以业绩为导向，推行股权激励计划的实施，充分调动员工积极性，为本项目的成功实施提供了坚实的人才保障。

(2) 公司拥有丰富的品牌运营经验，为本项目提供有力的经验支撑

品牌是企业软实力的重要象征。公司自2014年起连续10年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营50强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度，品牌价值不断提升。为满足不同客群的多场景消费需求，公司积极打造六大眼镜零售品牌，进行多层次市场布局，形成差异化的品牌矩阵效应，包括“President optical”定位于“高端定制”、“博士眼镜”定位于“专业视光”、“Boojing”定位于“新消费零售”、“zèle”定位于“时尚快消”、“砣（石人工）”定位于“全国加盟”“ZORRO”定位于“复古文化主题”。经过多年发展，公司拥有丰富的品牌运营经验，可为本项目建设提供有力的经验支撑。

4、项目投资概算

本项目预计总投资为22,998.80万元，拟使用募集资金投入金额7,000.00万元，全部投向本项目的资本性支出，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	项目资金	占比	募集资金投入金额
1	总部运营管理中心场地购置	17,613.00	76.58%	7,000.00
2	装修费用支出	1,239.50	5.39%	

3	体验中心场地租赁	1,530.00	6.65%	-
4	体验中心设备投入	234.30	1.02%	-
5	体验中心货品投入	450.00	1.96%	-
6	品牌建设推广费用	1,500.00	6.52%	-
7	体验中心人员投入	432.00	1.88%	-
8	项目总投资	22,998.80	100.00%	7,000.00

5、项目实施主体、建设周期

本项目的实施主体为博士眼镜连锁股份有限公司，计划建设实施周期为36个月。

6、项目预期效益

本项目建成后将全面提升公司的运营效率及品牌形象，项目不直接产生经济效益，不涉及效益测算。

7、项目审批、核准或备案情况

本项目已履行项目建设所需的备案程序，并取得了投资项目备案证《深圳市企业投资项目备案证明》（备案编号：深罗湖发改备案[2025]35号）。

根据《环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》的规定，本项目无需办理环评审批备案手续。

本项目中公司拟通过购置办公场地建设总部运营管理中心，不存在土地相关方面的审批程序。

（三）数字化平台升级建设项目

1、项目概况

在AI、大数据、物联网等新兴技术迅速发展的影响下，零售企业纷纷加快数字化转型升级的步伐。本项目拟在公司现有信息化基础上，升级改造业务支持和管理系统，加大IT基础设施以及数据安全投入，从数字化门店、数字化运营管理、数字化营销、数字化作业、数字化交易、数字化加盟、业务中台和数据中台等方面进行全面优化，提升公司整体的数字化水平，保障各连锁门店高效有序运转，提升公司运营管理效率。本项目建设是公司顺应数字化转型趋势，增强综合竞争力的重要举措。

公司的数字化平台规划升级架构设计如下：



2、项目必要性

(1) 顺应行业发展趋势，助力公司数字化升级

随着互联网技术的不断成熟和发展，数字化转型已成为零售行业的必然趋势。报告期公司业务规模持续扩大，现有信息系统将难以满足日益提升的经营管理科学化、精细化等要求。公司多元化的产品种类、逐年增加的客户数量以及众多销售门店对公司销售、存货、物流、营销及后期服务等流程提出了新的考验。公司现有的财务管理系统和业务管理系统尚未实现高效对接，部分系统流程固化，导致各业务板块间无法充分协同发展，在数据安全等方面仍存在优化完善的空间。此外，一些业务环节还依赖人工操作，耗时费力且易出错，不仅限制了企业运营效率提升，也难以完全满足公司业务拓展和管理升级的需

求。因此，公司亟需进行数字化升级，以全面提升公司数字化管理能力。

（2）优化数据处理能力，提升运营管理水平

在数字化时代背景下，零售企业通过互联网和专业化服务打造零售行业新模式，为顾客提供定制化、高价值的服务均需要数字化、智能化模型作为技术支撑。随着公司业务的不断发展，门店的基础数据和管理数据总量不断增长，对系统的数据精细化加工能力和全链条数据协同处理能力提出了更高要求。

通过本项目的实施，一方面将打造数字化门店，实现多渠道订单的整合与统一管理，借助大数据分析洞察消费者行为与偏好开展精准营销，为顾客提供个性化的解决方案，进一步提升购物体验 and 门店运营效率。另一方面，本项目将对公司业务中台进行全面升级改造，将门店基础经营数据、商品数据、订单数据、库存数据等进行打通。通过规范各业务数据需求，确保各部门、各系统之间的数据互通与共享，提升数据流转效率与准确性。升级后的数据中台将具备更强大的数据分析和挖掘能力、更智能的可视化展示以及更精准的预测和预警功能，从而提供数据的多维分析，为公司经营决策、营销推广、供应链管理等提供数据支撑，提升公司运营管理水平。

（3）提高供应链管理能力和增强公司竞争力

在市场竞争日益加剧的环境下，快速响应服务能力和高效供应链管理已成为企业竞争力的重要组成部分。本项目将全面提升供应链管理的智能化水平，从供应商管理、采销管理、仓配管理到客户服务等多个维度进行升级优化，进一步实现供应链信息的共享与协同，实现与上游供应商在订单采购、退换货、库存管理等环节的密切对接，探索定量自主下单、采购计划预测等应用场景，同时优化库存结构，将全量库存向各业务前端统一共享，整体降低采购和库存成本，全面提升供应链管理的核心竞争力。此外，本项目还将实现线上线下多渠道的高效订单处理与跟踪、智能化分配与调度，显著提高加工配镜的交付效率；同时快速响应客户服务请求，优化售后服务流程，为客户提供更加高效的支持和服务。

在加盟数字化管理方面，本项目将进一步优化加盟商管理系统，优化销售订单管理、库存管理、客户关系管理和培训赋能管理等功能模块。通过完善系统功能，不仅能提高加盟商的运营效率，还能有效降低运营成本，帮助加盟商

在市场竞争中占据优势，增强公司的整体竞争力。

3、项目可行性

(1) 本项目符合我国推动零售行业数字化转型的政策导向

近年来，企业的数字技术创新和迭代速度明显加快，传统行业的数字化转型是当前数字经济的重要增长方向。2021年12月，国务院发布《“十四五”数字经济发展规划》，提出顺应数字经济时代需求，紧扣数字经济特征优势，促进数字技术与实体经济深度融合，通过数字化赋能零售等传统行业转型升级；2023年2月，中共中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》，旨在推动数字技术和实体经济深度融合，在重点领域加快数字技术创新应用，加快数字中国建设；2024年11月，商务部等七部门印发《零售业创新提升工程实施方案》，鼓励应用数字技术优化标准流程，赋能开店布局、进销存管理、物流配送、防伪溯源等环节，推动信息系统等智能化升级，提出推动实体零售与数字经济深度融合，形成新质生产力。国家一系列鼓励性政策措施的出台，以及新基建和数字经济对零售业的赋能，将有效促进眼镜连锁零售行业运行效率的提升，推动企业通过数字化转型提升竞争力，促进产业升级和经济高质量发展。本次公司数字化平台升级建设项目符合国家政策导向。

(2) 公司具备数字化建设的实施基础

作为中国眼镜零售行业的龙头企业，公司始终重视信息化建设，并在近年来持续加大投入力度。为配合数字化管理升级，公司设立了数据运营部，通过数字化为战略决策提供量化依据，为提升供应链管理水平和门店经营能力打下坚实基础。公司先后建立了订单管理系统、物流仓储管理系统、客户采购平台、门店订货系统等，在原有OA系统的基础上引入飞书管理软件，提高员工在线活跃度和工作效率，大幅提升公司穿透式管理能力和团队协作执行力。因此，公司在数字化建设投入方面已经具备一定的建设经验和实施基础，为后期公司全生态数字化建设奠定了基础。

(3) 公司拥有经验丰富的项目开发实施团队

公司管理层一直高度重视公司数字化建设，近年来设立数据运营部和效能改进部等部门，通过协同合作，深入挖掘和分析有效数据，为公司运营提供专业化服务支持的同时，亦为公司积累了一批数字化建设和管理方面的专业人才。

目前公司的项目开发团队对连锁眼镜企业的运营管理和技术实现具有深刻的认知，具备实施项目建设的能力，为数字化升级建设项目的落地提供了良好的保障。同时，当前数字化转型已成为众多传统行业的重要方向之一，相关领域的专业服务商可以为不同行业的公司量身定做各类数字化升级方案，从基础架构优化到前沿技术应用，能够覆盖公司可能触及的各个应用场景。因此，公司内部专业数字化团队与外部专业服务商的结合为项目的成功实施提供了全面保障。

4、项目投资概算

本项目预计总投资为9,277.31万元，拟使用募集资金投入金额7,000.00万元，均为项目资本性支出，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目建设内容	金额	占比	募集资金投入金额
1	业务系统投入	8,203.65	88.43%	7,000.00
2	IT 基础设施投入	563.26	6.07%	
3	信息安全建设投入	160.40	1.73%	
4	人员投入	350.00	3.77%	-
5	项目总投资	9,277.31	100.00%	7,000.00

5、项目实施主体、建设周期

本项目的实施主体为博士眼镜连锁股份有限公司及其全资子公司深圳市博士视觉健康科技有限公司，计划建设周期为36个月。

6、项目预期效益

本项目建成后将提升公司整体运营效率、降低内部管理成本，项目不直接产生经济效益，不涉及效益测算。

7、项目审批、核准或备案情况

本项目已履行项目建设所需的备案程序，并取得了投资项目备案证《深圳市企业投资项目备案证明》（备案编号：深罗湖发改备案[2025]24号）。

根据《环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》的规定，本项目无需办理环评审批备案手续。

本项目公司拟在总部办公场地进行建设，不涉及新增土地审批程序。

（四）补充流动资金

1、项目概况

结合眼镜连锁行业的发展趋势、公司自身业务发展规划等因素，公司拟将本次募集资金中的 5,500.00 万元用于补充流动资金。

2、项目必要性

报告期内，公司营业收入稳步增长，未来随着募集资金投资项目的逐步实施，公司连锁业务规模将进一步增长，经营性流动资金需求日益增加。本次发行可转债的部分募集资金用于补充流动资金，有助于缓解公司流动资金压力，为公司未来发展提供资金支持。公司 2022 年度、2023 年度和 2024 年度的营业收入分别为 96,223.70 万元、117,586.55 万元及 120,281.61 万元，总体呈明显增长态势。随着公司业务规模的持续扩大，公司对营运资金的需求规模将进一步提高。本次发行补充流动资金可以缓解公司营运资金压力，为公司的长期发展提供可靠的资金保障，为实现公司业绩的持续增长打下坚实基础。

公司以 2022-2024 年营业收入复合增长率作为未来三年（2025-2027 年）收入增长预测的基础，进行补充流动资金额度测算，根据公司 2024 年末主要经营性流动资产和经营性流动负债占营业收入的比例情况，以 2022 年至 2024 年营业收入为基础，根据销售百分比法对 2025 年末、2026 年末和 2027 年末的经营性流动资产和经营性流动负债进行预测。根据上述对营业收入的预测，假设公司预测期内经营性流动资产及经营性流动负债占营业收入的比例保持与 2024 年度相同，则对流动资金缺口预测如下表：

单位：万元

项目	2024 年	2025 年 E	2026 年 E	2027 年 E
营业收入	120,281.61	134,480.04	150,354.49	168,102.82
同比增长率	/	11.80%	11.80%	11.80%
应收账款	7,597.93	8,494.81	9,497.57	10,618.69
预付款项	4,433.84	4,957.23	5,542.39	6,196.64
其他应收款	5,167.20	5,777.15	6,459.10	7,221.55
存货	18,646.33	20,847.41	23,308.30	26,059.69
各项经营性资产合计	35,845.30	40,076.59	44,807.36	50,096.57

应付票据	5,266.90	5,888.62	6,583.73	7,360.90
应付账款	4,407.35	4,927.60	5,509.28	6,159.61
合同负债	1,651.25	1,846.17	2,064.10	2,307.75
其他应付款	3,799.96	4,248.52	4,750.03	5,310.74
各项经营性负债合计	15,125.46	16,910.92	18,907.14	21,139.00
流动资金占用额（经营性资产-经营性负债）	20,719.84	23,165.68	25,900.23	28,957.57
未来三年营运资金需求				8,237.73

注 1：假设条件：根据 2022-2024 年营业收入复合增长率 11.80%，假定未来三年发行人营业收入复合增长率为 11.80%，公司未来三年各项经营性资产/营业收入、各项经营性负债/营业收入的比例与 2024 年的占比保持一致；

注 2：流动资金需求测算的公式如下：流动资金占用额=经营性资产-经营性负债；新增流动资金需求=期末流动资金占用额-期初流动资金占用额；未来三年营运资金需求=2027 年流动资金占用额-2024 年流动资金占用额；

注 3：公司以上假设仅用于本次补充流动资金需求的测算，不作为对未来收入或资产负债金额的预测。

综上所述，根据上述测算，公司未来三年营运资金需求为 8,237.73 万元，公司本次拟将 5,500.00 万元募集资金用于补充流动资金，未超过资金需求量，公司本次补充流动资金具有必要性和合理性。

3、项目可行性

公司已根据中国证监会、深圳证券交易所等监管机构关于上市公司规范运作的相关规定，建立健全关于募集资金的各项公司治理制度，并制定了《募集资金管理制度》，对募集资金的存储、使用、管理、监督等方面进行了明确规定，本次发行募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司募集资金管理，以保证资金合理规范使用，防范资金使用风险，确保公司募集资金依法、合规使用。

4、项目审批、核准或备案情况

本次补充流动资金项目不涉及备案、环评及土地取得情况。

5、本次发行补充流动资金规模符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定

根据中国证监会发布的《证券期货法律适用意见第 18 号》之规定：通过配股、发行优先股或者董事会确定发行对象的向特定对象发行股票方式募集资金

的，可以将募集资金全部用于补充流动资金和偿还债务。通过其他方式募集资金的，用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的百分之三十。

本次募投项目之连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目拟使用募集资金投入的内容均为资本性支出。公司拟将 5,500.00 万元募集资金用于补充流动资金，属于非资本性支出，占本次募集资金总额的比例为 14.67%，未超过 30%，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定。

三、发行人的实施能力及资金缺口的解决方式

（一）实施能力

公司是一家专业从事眼镜零售的连锁经营企业，经历多年沉淀积累公司具备一定的销售渠道优势、品牌优势、人才优势、客户资源优势 and 行业地位等，实施本次募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面均具有扎实的基础。

1、人员储备

公司自设立以来一直高度重视人才梯队建设，拥有先进的人才管理平台，不断完善员工培育体系，培育出了一支高素质、高境界和高度团结的经营管理人才队伍。公司管理团队主要成员深耕连锁眼镜行业多年，具有专业的行业知识经验和敏锐的市场洞察能力，为公司的快速成长和高效运作提供了坚实保障。公司持续贯彻人才强企战略，加强专业人才队伍的建设工作，建立完善的人才培养体系和薪酬激励机制，提高人力资源管理的前瞻性，做到人尽其用、人尽其才。公司坚持“以人为本”是企业基业长青的基石，通过提供广阔的学习资源、搭建多层次的培训体系以全面落实年度培训计划，深化培训工作创新，加大人才培养力度和培训覆盖面，有效实现员工价值创造最大化。

2、技术储备

公司作为国内知名的眼镜零售连锁企业，致力于为消费者提供时尚化、个性化的眼镜产品和专业的视觉健康解决方案。公司在连锁门店管控能力、品牌打造、专业服务与交付能力、供应商管理等方面具有突出优势。公司针对不同区域的人口数量、市场需求和消费人群特点，建立覆盖全国不同城市、不同商

圈的店面网络。根据多年的选址经验和大数据分析，建立了充足的门店选址经验，通过对新进城市的人口数量、密度、消费能力及消费习惯的分析，锁定拟进入商圈，根据不同的商圈特点，确定预选门店的店型和店址范围，运用选店模型确定具体店址。同时，公司努力打造切合公司实际运营的网络化、数字化系统平台，赋能公司业务发展。

3、市场储备

市场方面，众多的连锁门店网络、优质的客户资源是公司实现可持续发展的必要条件。公司高度重视产品市场需求，致力于为消费者提供定制化的眼镜产品和专业化的验配服务。公司连续多年被评为“深圳老字号”“深圳连锁经营 50 强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度，无形资产的沉淀不断提升了品牌价值。同时，公司自成立以来一直注重差异化品牌定位，倾力打造六大品牌以满足不同消费者的多层次需求，包括“President optical”定位于“高端定制”、“博士眼镜”定位于“专业视光”、“Boojing”定位于“新消费零售”、“zèle”定位于“时尚快消”、“砣（石人工）”定位于“全国加盟”以及“ZORRO”定位于“复古文化主题”。公司持续优化门店品牌体系化建设，开展多元化品牌营销活动，从而拓宽目标消费群体的范围，实现品牌效应和连锁优势，进一步夯实公司在眼镜零售领域的领先地位，为此次募投项目的顺利实施提供了坚实保障。

综上，公司本次募集资金投资项目均围绕公司现有主营业务展开，在人员、技术、市场等方面均具有较好基础。随着募集资金投资项目的建设，公司将进一步完善人员、技术、市场等方面的储备，确保项目的顺利实施。

（二）资金缺口的解决方式

本次募集资金投资项目总投资额为 72,788.31 万元，拟使用募集资金金额为 37,500.00 万元。本次发行募集资金到位之前，公司可根据募集资金拟投资项目实际进度情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。资金缺口的来源方面，除公司自有经营利润积累以外，公司属于眼镜连锁行业知名上市公司，具有良好的信用记录，融资环境相对宽松，银

行融资授信额度充裕。公司在募集资金不足及项目建设存在资金缺口时，自筹资金来源可行性较高，可保障募投项目的顺利实施。

四、本次募集资金投资项目与现有业务或发展战略的关系、与前次募投项目的区别和联系

（一）本次募投项目与公司既有业务或发展战略的关系

本次募集资金拟用于连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目和补充流动资金等项目。其中，连锁眼镜门店建设及升级改造项目是在公司现有销售渠道的基础上，结合眼镜零售行业发展特点、公司战略规划方向而实施的门店扩张计划，是现有业务的扩产项目，旨在拓展优质门店资源、优化全国门店布局、增强市场竞争力，对公司提升市场份额、寻求新的利润增长点具有重要意义；总部运营管理中心及品牌建设项目是公司为满足业务规模扩大而日益增长的管理需求，优化公司运营管理环境，提高品牌知名度和管理效率而实施；数字化平台升级建设项目是基于公司目前的信息化系统现状，为保障各连锁门店高效有序运转，优化数据处理能力，提高公司全产业链的信息化水平而实施。

本次募投项目的实施不会改变公司现有的生产经营和商业模式，将会提高公司的盈利能力和整体竞争力；本次发行募集资金部分将用于补充流动资金，以保障公司日常运营所需，改善公司资本结构，提升公司的抗风险能力。公司本次募集资金投资项目均围绕主营业务开展，是基于未来发展战略及行业市场机遇而实施，本次募投项目与公司既有业务密切相关。

（二）本次募投项目与前次募投项目的关系

公司 2017 年首次公开发行股票募集资金投资项目包括营销服务平台建设项目和信息化建设项目；本次可转债募集资金投资项目包括连锁眼镜门店建设及升级改造项目、数字化平台升级建设项目、总部运营管理中心及品牌建设项目和补充流动资金项目，其中总部运营管理中心及品牌建设项目和补充流动资金项目属于本次的新增内容，与前次募投项目无关联，其他募投项目之间的关系如下：

IPO 募投	本次募投	联系	区别
--------	------	----	----

项目	项目		
营销服务平台建设项目	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	均属于公司主营业务的扩展, 拓宽自有营销渠道, 积极布局全国市场	<p>1、建设背景: 前次募投项目系在公司 IPO 募投项目建设之初, 直营门店数量仅为 304 家, 门店规模相对有限, 品牌体系尚需进一步完善。本次募投项目的建设是在眼镜零售行业集中度正不断提升, 头部企业正加速门店网络布局的背景下实施的。截至 2024 年末, 公司已拥有 557 家连锁门店, 具备了一定的市场规模和品牌知名度, 门店规模显著扩大, 品牌体系也更加完善。然而, 公司面临门店规模仍需拓展、部分现有门店设施老化, 亟需升级改造的情况, 以提升客户体验和运营效率;</p> <p>2、建设目的: 前次募投项目建设时公司新设总统眼镜品牌门店体系, 逐步在向中高端消费市场拓展。随着公司旗下品牌影响力的提升和覆盖区域增多, 公司区域管理模式与快速发展的业务现状不相适应, 市场拓展、营销宣传、供应链管理、售后服务以及人员培养效率均受到限制, 存在强烈的建设区域服务中心的需求。本次募投项目的建设属于在前次募投项目渠道建设基础上进行门店补充加密和市场区域的进一步拓展。同时为紧跟眼镜行业智能化的发展浪潮, 积极布局智能眼镜产品领域, 需进一步提高连锁眼镜门店数量, 完善公司业务布局, 优化线下门店体验, 提高公司市场竞争力;</p> <p>3、建设内容: 前次募投项目除建设直营门店以外, 公司在深圳、南昌等地建设区域服务中心, 更好地服务公司业务的快速发展和区域品牌提升的需求; 本次募投项目基于智能眼镜的重大市场机遇, 增加智能眼镜相关的项目支出, 如智能产品展示区升级、灯光系统改造、声学隔断装置等, 前次募投项目未包含该方面的专项规划。本次项目建设内容新增部分还包括部分现有老旧门店的升级改造需求, 公司将对现有部分门店进行装修风格统一, 改善公司的门店形象, 提升品牌影响力。</p>
信息化建设项目	数字化平台升级建设项目	均属于对公司信息化系统的规划和建设	<p>1、建设背景: 前次募投项目建设时公司业务模式聚焦在线下门店, 电商为创新业务, 多个核心场景暂无工具支撑, 属于从 0 到 1 的基建建设阶段; 本次系统升级系公司在已有的多个业务渠道情况下, 公司业务规模及复杂度更高, 对信息系统能力扩展性、稳定性等要求更高, 原有系统的技术架构、功能深度不足以支持以上业务可持续发展而进行的数字化升级建设;</p> <p>2、建设内容: 前次募投项目侧重业务运营管理平台、集团管控与共享服务平台、协同平台、物理基建建设, 主要在于内外部运营管理基础能力的提升; 本次项目重点在业务系统和安全建设方面进行投入, 如数字化营销、数字化作业、数字化交易、加盟数字化、云安全等模块均为本次新增内容, 主要在核心业务枢纽建设和各板块场景深入建设, 以提高公司系统的智能化、数字化应用水平;</p> <p>3、建设性质: 前次募投项目将每个场景的基础信息化工具建设完成, 是点状的系统建设, 未充分考虑各能力之间交互的架构关系;</p>

			本次募投项目属于围绕价值链、业务流，在多业务模式下建设共享服务，便于未来多系统之间的能力交互、数据互通，进而实现多部门业务间的高效协同，统一管理，数据共享。
--	--	--	--

五、关于主营业务与募集资金投向的合规性

（一）本次募投项目符合国家产业政策要求，不存在需要取得主管部门意见的情形

公司是一家专业从事眼镜零售连锁经营的企业，本次募集资金拟投向连锁眼镜门店建设及升级改造项目、总部运营管理中心及品牌建设项目、数字化平台升级建设项目和补充流动资金。发行人主营业务和本次募投项目均不涉及高耗能高排放行业，本次募投项目不属于《产业结构调整指导目录（2024 年本）》中的淘汰类、限制类产业，不属于产能过剩行业，符合国家产业政策要求。

公司所属行业为眼镜零售行业，主要采用连锁经营模式。按照中国证监会颁布的《上市公司行业统计分类与代码》，公司属于零售业（行业代码：F52）；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司主营业务属于 F52 零售业。本次募投项目符合国家产业政策要求，不存在需要取得主管部门意见的情形。

（二）本次募集资金投资项目与主业的关系

本次募集资金投向均系密切围绕公司主营业务进行，具体情况如下：

项目	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	总部运营管理中心及品牌建设项目	数字化平台升级建设项目	补充流动资金
1、是否属于对现有业务（包括产品、服务、技术等，下同）的扩产	是，本项目拟拓展225家连锁眼镜门店，属于公司对现有业务的扩产	否	否	否
2、是否属于对现有业务的升级	是，本项目在拓展新门店的同时将升级改造公司部分现有门店，统一公司门店整体形象，属于对现有连锁门店体系的升级	是，本项目有利于公司加强战略管理、资源调配、人才培养，使管理集约化、系统化，有利于提升品牌形象，增强核心竞争力，属于对公司现	是，本项目将对公司业务支持管理系统、基础支撑设施建设、信息安全等多个系统平台进行迭代更新，属于对公司现有信息系统	否

		有管理体系的升级	的升级	
3、是否属于基于现有业务在其他应用领域的拓展	否	否	否	否
4、是否属于对产业链上下游的（横向/纵向）延伸	否	否	否	否
5、是否属于跨主业投资	否	否	否	否

六、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响

（一）本次募集资金对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策、公司战略规划方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，有利于优化公司门店布局、扩大业务规模、提升公司品牌实力，对公司拓展销售渠道、提高公司盈利能力具有重要意义。

（二）本次募集资金对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司的总资产规模将相应提高，资金实力将有所增强。随着未来可转债持有人陆续实现转股，公司的资产负债率将逐步降低，有利于优化公司的资本结构、提升公司的抗风险能力。本次募集资金投资项目达到预期目标需要一定的时间，虽然在建设期内可能导致净资产收益率、每股收益等财务指标出现一定程度的下降，但随着募投项目的顺利实施，公司的业务规模和盈利能力将进一步提高。

第八节 最近五年内募集资金运用

一、最近五年内募集资金情况

2017年3月，公司首次公开发行股票并于深圳证券交易所创业板上市，之后未进行过其他募集资金行为。最近五年内公司不存在通过配股、增发、发行可转换公司债券等方式募集资金的情况。

二、公司前次募集资金情况

（一）前次募集资金的基本情况

1、前次募集资金金额、资金到账时间

经中国证券监督管理委员会证监许可[2017]200号文核准，并经深圳证券交易所同意，博士眼镜首次公开发行人民币普通股（A股）股票2,145万股，每股面值人民币1.00元，每股发行价为人民币9.83元，募集资金总额为210,853,500.00元，扣除发行费用40,309,460.05元后，募集资金净额为170,544,039.95元。截至2017年3月8日，公司上述发行募集的资金已全部到位，经大华会计师事务所（特殊普通合伙）以大华验字[2017]000135号验资报告验证确认。

2、前次募集资金余额

截至2022年12月31日，公司前次募集资金已经按规定用途使用完毕，募集资金专户内已无余额并已全部注销。

（二）前次募集资金使用情况

1、募集资金总体使用情况

公司前次募集资金的总体使用情况如下：

单位：万元

项目	金额
募集资金专户初始金额	17,054.40
加：利息收入净额	1,359.06
减：已累计投入募集资金总额	14,901.46

减：使用节余募集资金永久补充流动资金金额	3,512.01
截至 2022 年 12 月 31 日募集资金专户余额	-

2、募集资金承诺项目情况

公司前次募集资金承诺项目投入情况如下：

单位：万元

项目名称	承诺投资金额	调整后投资金额	截至 2022 年 12 月 31 日累计投入金额	账户余额
营销服务平台建设项目	14,582.17	14,582.17	12,430.08	-
信息化建设项目	2,472.23	2,472.23	2,471.37	-
合计	17,054.40	17,054.40	14,901.46	-

2021 年 12 月 10 日，公司召开第四届董事会第九次会议、第四届监事会第十次会议，审议通过了《关于首次公开发行股票募集资金投资项目结项并将节余募集资金永久补充流动资金的议案》。公司募集资金投资项目已建设完成，达到预定可使用状态，为提高募集资金使用效率，避免募集资金闲置，同时为了降低公司财务费用，本着公司和股东利益最大化原则，公司将募集资金投资项目结项后的节余募集资金用于永久补充流动资金。

截至 2022 年 1 月 19 日，公司结项募投项目的募集资金节余金额合计为 35,120,084.49 元（包括利息），均已转出至公司自有资金账户，用于永久补充流动资金，募集资金专项账户的注销手续办理完毕。

3、前次募集资金实际投资项目变更情况

公司前次募投项目存在延期、变更实施地点的情况，具体情况为：

(1) 2018 年 10 月 25 日，公司第三届董事会第九次会议、第三届监事会第九次会议分别审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点的议案》，根据当前市场环境变化及公司业务发展需要，同意变更公司募集资金投资项目之一的营销服务平台建设项目中直营店建设的实施地点。

(2) 2020 年 3 月 9 日，经公司第三届董事会第二十次会议及第三届监事会第十九次会议审议，通过《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及募集资金投资项目延期的议案》，公司对前次募投项目实施地点及募集资金投资项目延期，主要系为适应目前市场发展变化，公司根据实际经营情况调整开店策

略，优化营销平台布局，由规划建设覆盖 13 个省（自治区、直辖市）变更为 17 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变仍为 278 家，同时将项目完成时间由 2020 年 3 月 14 日延期至 2021 年 8 月 31 日。

（3）2021 年 6 月 11 日，经公司第四届董事会第五次会议及第四届监事会第六次会议审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目实施地点及部分募集资金投资项目延期的议案》，公司对前次募投项目实施地点及募集资金投资项目延期，主要系市场环境受**宏观经济波动**影响，公司为适应宏观环境及市场变化，根据实际经营情况调整了开店策略和节奏，由规划建设覆盖 17 个省（自治区、直辖市）变更为 16 个省（自治区、直辖市），直营店建设总数不变仍为 278 家。同时将项目完成时间由 2021 年 8 月 31 日延期至 2021 年 11 月 30 日。

综上，公司不存在擅自改变前次募集资金用途未作纠正，或者未经股东大会认可的情形。公司前次募集资金到账时间距今已经超过五年，且前次募集资金已全部使用完毕，募集资金专用账户已注销；最近五个会计年度内，公司不存在通过配股、增发、可转债等方式募集资金的情况。

第九节 声明

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：



ALEXANDER LIU



LOUISA FAN

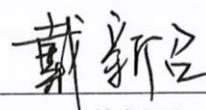


刘之明

何庆柏

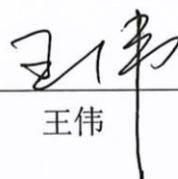


郑庆秋



戴新召

兰佳

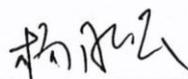


王伟

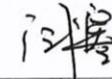


廖素华

全体监事：



杨晓民



闫寒



张笑丽

全体高级
管理人员：

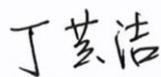


LOUISA FAN

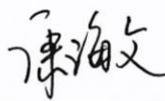
何庆柏



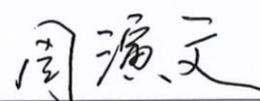
郑庆秋



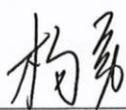
丁芸洁



康海文



周演文



杨勇



博士眼镜连锁股份有限公司

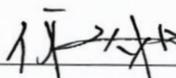
2025年6月3日

第九节 声明

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

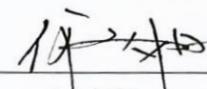
全体董事：

_____ ALEXANDER LIU	_____ LOUISA FAN	_____ 刘之明
_____  何庆柏	_____ 郑庆秋	_____ 戴新召
_____ 兰佳	_____ 王伟	_____ 廖素华

全体监事：

_____ 杨晓民	_____ 闫寒	_____ 张笑丽
--------------	-------------	--------------

全体高级
管理人员：

_____ LOUISA FAN	_____  何庆柏	_____ 郑庆秋
_____ 丁芸洁	_____ 康海文	_____ 周演文
_____ 杨勇		



博士眼镜连锁股份有限公司

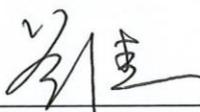
2025年6月3日

第九节 声明

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：

_____ ALEXANDER LIU	_____ LOUISA FAN	_____ 刘之明
_____ 何庆柏	_____ 郑庆秋	_____ 戴新召
_____  兰佳	_____ 王伟	_____ 廖素华

全体监事：

_____ 杨晓民	_____ 闫寒	_____ 张笑丽
--------------	-------------	--------------

全体高级 管理人员：

_____ LOUISA FAN	_____ 何庆柏	_____ 郑庆秋
_____ 丁芸洁	_____ 康海文	_____ 周演文
_____ 杨勇		



博士眼镜连锁股份有限公司

2025年6月3日

二、发行人控股股东声明

本公司或本人承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：



ALEXANDER LIU

2025年6月3日

三、发行人实际控制人声明

本公司或本人承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

实际控制人：



ALEXANDER LIU



LOUISA FAN

2025年6月3日

四、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对募集说明书进行了核查，确认本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人： 姜雄健

姜雄健

保荐代表人： 杨惠元

杨惠元

甘露

甘露

法定代表人： 何之江

何之江



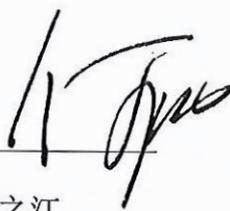
平安证券股份有限公司

2025年6月3日

声 明

本人已认真阅读《博士眼镜连锁股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书》的全部内容，确认募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对募集说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长、总经理：


何之江



2025年6月3日

五、律师事务所声明

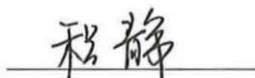
本所及经办律师已阅读募集说明书，确认募集说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在募集说明书中引用的法律意见书和和律师工作报告的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

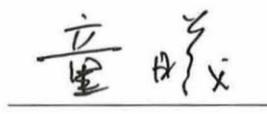


马卓檀

签字律师：



程静



童曦



国浩律师（深圳）事务所
2025年06月3日

六、会计师事务所声明

政旦志远特字第 2500029 号

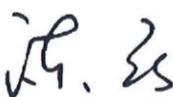
本所及签字注册会计师已阅读募集说明书，确认募集说明书与本所出具的审计报告、盈利预测审核报告（如有）等文件不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人在募集说明书中引用的审计报告、盈利预测审核报告（如有）等文件的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

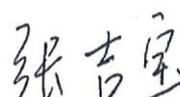


李建伟

签字注册会计师：



陈磊



张吉宝

政旦志远（深圳）会计师事务所（特殊普通合伙）



2025 年 5 月 30 日

七、信用评级机构声明

本机构及签字资信评级人员已阅读募集说明书，确认募集说明书与本机构出具的资信评级报告不存在矛盾。本机构及签字资信评级人员对发行人在募集说明书中引用的资信评级报告的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

资信评级机构负责人/

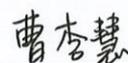
授权代理人：


霍霄

签字资信评级人员：



刘银玲



曹李慧



大公国际资信评估有限公司

2025年6月3日

八、董事会关于本次发行的相关声明及承诺

公司就本次向不特定对象发行可转换公司债券可能摊薄即期回报的影响提出了具体的填补回报措施，具体如下：

（一）严格执行募集资金管理制度，保证募集资金合理规范使用

为规范募集资金的管理和使用，确保募集资金专项用于募集资金投资项目，公司已经根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规和规范性文件的要求，结合公司实际情况，制定并完善了公司的募集资金管理制度，明确规定公司对募集资金采用专户专储、专款专用的制度，以便于募集资金的管理和使用以及对其使用情况加以监督。公司将定期检查募集资金使用情况，保证募集资金得到合理合法使用。

（二）稳步推进募集资金投资项目建设，争取尽快实现效益

公司董事会已对本次发行可转债募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募集资金投资项目符合行业发展趋势及公司战略发展方向。公司将积极推进本次募集资金投资项目的实施工作，积极调配资源，在确保项目质量的前提下，有计划地加快项目建设进度，力争实现本次募集资金投资项目早日投产并达到预期效益。

（三）加码公司主营业务，提高公司市场竞争力

为进一步拓宽公司自有营销渠道，抓住智能眼镜快速发展的重大市场机会，提升公司品牌形象和盈利能力，公司拟实施连锁眼镜门店建设项目，升级改造部分现有门店，加码公司主营业务。本项目的顺利实施将有助于公司营销网络持续扩张，积极布局全国市场，抓住眼镜行业智能化发展的市场机遇，提升公司市场占有水平；通过现有门店改造升级，可以提升消费者购物体验、促进门店销售收入增长。

（四）完善公司治理结构，为公司发展提供制度保障

公司严格遵循《公司法》《证券法》及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利；确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行

能够充分行使权利；确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权并作出科学、迅速和谨慎的决策；确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，特别是中小股东的合法权益；确保监事会能够独立有效地行使对董事和高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

（五）完善利润分配政策，重视投资者回报

本公司着眼于长远和可持续发展，综合考虑了企业实际情况、发展目标、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。为进一步完善和健全利润分配政策，增加利润分配决策透明度，更好的回报投资者，维护公司股东利益，公司根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红（2023年修订）》（证监会公告[2022]3号）等相关文件规定，结合公司实际情况和公司章程的规定，制定了《博士眼镜连锁股份有限公司未来三年（2025年—2027年）股东分红回报规划》。公司将严格执行公司分红政策，强化投资者回报机制，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

博士眼镜连锁股份有限公司董事会

2025年董事6月3日



第十节 备查文件

除本募集说明书披露的资料外，公司将整套发行申请文件及其他相关文件作为备查文件，供投资者查阅。有关备查文件目录如下：

- 一、发行人最近三年的财务报告及审计报告；
- 二、保荐机构出具的发行保荐书、发行保荐工作报告和尽职调查报告；
- 三、法律意见书及律师工作报告；
- 四、注册会计师关于前次募集资金使用情况的专项报告；
- 五、中国证监会对本次发行予以注册的文件；
- 六、资信评级机构出具的资信评级报告；
- 七、其他与本次发行有关的重要文件。

自本募集说明书公告之日起，投资者可至发行人、主承销商住所查阅募集说明书全文及备查文件，亦可在中国证监会指定网站查阅本次发行的募集说明书全文及备查文件。

附件一：商标

1、境内商标

公司截至 2024 年 12 月 31 日的商标情况如下表所示。其中注册号为 1091684 的商标因连续三年不使用撤销复审决定生效于 2025 年 1 月 27 日被公告撤销，相关商标专用权自公告之日起终止。

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
1	发行人	 石人工眼镜	77725613	44	2024.12.07	2034.12.06	原始取得
2	发行人	 INNOO	76741292	9	2024.08.21	2034.08.20	原始取得
3	发行人	 MYIGADS	74638458	9	2024.04.21	2034.04.20	原始取得
4	发行人		61365728	44	2023.06.14	2033.06.13	原始取得
5	发行人		65986853	35	2023.01.14	2033.01.13	原始取得
6	发行人		65977472	9	2023.01.14	2033.01.13	原始取得
7	发行人		65970350	44	2023.01.14	2033.01.13	原始取得
8	发行人		63529633	9	2022.09.21	2032.09.20	原始取得
9	发行人	DOCTOR OPTICAL	61344481	35	2022.07.07	2032.07.06	原始取得
10	发行人	<i>Doctor Fan</i>	61426084	44	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
11	发行人	王者归来	61409358	44	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
12	发行人	王者归来	61409291	44	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
13	发行人	 CATHYHOUSE	61402758	44	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
14	发行人	 CATHYHOUSE	61397234	5	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
15	发行人	Cathyhouse	61394765	5	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
16	发行人	Cathyhouse	61391243	44	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
17	发行人	茜瞳	61379871	5	2022.06.14	2032.06.13	原始取得

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
18	发行人		61378727	5	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
19	发行人		61378685	35	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
20	发行人	茜瞳	61378245	44	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
21	发行人	Cathyhouse	61377138	35	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
22	发行人	茜瞳	61370974	35	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
23	发行人		61366203	14	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
24	发行人		61366164	44	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
25	发行人	诗琪博士	61361657	44	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
26	发行人		61356546	44	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
27	发行人	石人工眼镜	61356013	35	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
28	发行人	石人工眼镜	61352584	44	2022.06.14	2032.06.13	原始取得
29	发行人		59941407	35	2022.04.07	2032.04.06	原始取得
30	发行人		59932467	35	2022.04.07	2032.04.06	原始取得
31	发行人	ZÈLE	59927196	44	2022.04.07	2032.04.06	原始取得
32	发行人		59925306	44	2022.04.07	2032.04.06	原始取得
33	发行人		59916025	44	2022.04.07	2032.04.06	原始取得
34	发行人		55867471	44	2022.03.28	2032.03.27	原始取得
35	发行人	亚瑟王	58540492	44	2022.02.07	2032.02.06	原始取得
36	发行人		55871103	9	2021.12.14	2031.12.13	原始取得
37	发行人		32442993	5	2019.07.28	2029.07.27	原始取得
38	发行人		32434408	44	2019.04.21	2029.04.20	原始取得

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
39	发行人		31445449	5	2019.03.14	2029.03.13	原始取得
40	发行人		31441452	35	2019.03.14	2029.03.13	原始取得
41	发行人		31425255	9	2019.03.14	2029.03.13	原始取得
42	发行人	Cathyhouse	30246989	9	2019.03.14	2029.03.13	原始取得
43	发行人	Cathyhouse	30244602	35	2019.03.14	2029.03.13	原始取得
44	发行人	Cathyhouse	30243063	5	2019.03.14	2029.03.13	原始取得
45	发行人	Cathyhouse	30240308	44	2019.03.14	2029.03.13	原始取得
46	发行人		31451634	44	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
47	发行人		31232533	9	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
48	发行人		31232018	35	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
49	发行人	 CATHYHOUSE	31228592	5	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
50	发行人	 CATHYHOUSE	31226677	35	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
51	发行人	 CATHYHOUSE	31221541	44	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
52	发行人		31220654	35	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
53	发行人		31216201	5	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
54	发行人	 CATHYHOUSE	31216158	44	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
55	发行人		31216126	44	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
56	发行人	 CATHYHOUSE	31214242	35	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
57	发行人		31212556	44	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
58	发行人	 CATHYHOUSE	31209262	9	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
59	发行人		31209242	9	2019.03.07	2029.03.06	原始取得

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
60	发行人		31205649	9	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
61	发行人		31205392	5	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
62	发行人		31205386	5	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
63	发行人	Cathy House	30224397	44	2019.03.07	2029.03.06	原始取得
64	发行人		22562878	7	2018.03.28	2028.03.27	原始取得
65	发行人		22562256	3	2018.03.28	2028.03.27	原始取得
66	发行人		22561648	16	2018.03.28	2028.03.27	原始取得
67	发行人		22563804	8	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
68	发行人		22563502	18	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
69	发行人		22563410	40	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
70	发行人		22563323	24	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
71	发行人		22563183	23	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
72	发行人		22562731	21	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
73	发行人		22562112	28	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
74	发行人		22561981	25	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
75	发行人		22561741	26	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
76	发行人		22561732	14	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
77	发行人		22561720	20	2018.02.14	2028.02.13	原始取得
78	发行人	天元眼镜	21782719	44	2018.02.07	2028.02.06	原始取得
79	发行人		21817383	44	2017.12.21	2027.12.20	原始取得
80	发行人		21817282	9	2017.12.21	2027.12.20	原始取得

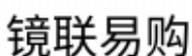
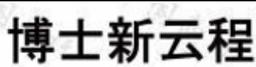
序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
81	发行人	王者归来	21782763	44	2017.12.21	2027.12.20	原始取得
82	发行人	ZORRO	21782612	44	2017.12.21	2027.12.20	原始取得
83	发行人		20962105	9	2017.10.07	2027.10.06	原始取得
84	发行人	士博	20039061	44	2017.10.07	2027.10.06	原始取得
85	发行人	有声眼镜 I4 Glasses	19791857	44	2017.08.21	2027.08.20	原始取得
86	发行人	石人工	20089879	44	2017.07.14	2027.07.13	原始取得
87	发行人	石人工	20089878	9	2017.07.14	2027.07.13	原始取得
88	发行人	石人工	20089877	35	2017.07.14	2027.07.13	原始取得
89	发行人	石人工眼镜	19943997	44	2017.06.28	2027.06.27	原始取得
90	发行人	石人工眼镜	19943996	9	2017.06.28	2027.06.27	原始取得
91	发行人	石人工眼镜	19943995	35	2017.06.28	2027.06.27	原始取得
92	发行人		17924728	35	2017.05.14	2027.05.13	原始取得
93	发行人	LATS	18589852	44	2017.02.07	2027.02.06	原始取得
94	发行人		17924729	35	2017.01.28	2027.01.27	原始取得
95	发行人		18589746	44	2017.01.21	2027.01.20	原始取得
96	发行人		18589502	9	2017.01.21	2027.01.20	原始取得
97	发行人	博士眼镜行	17925464	35	2017.01.21	2027.01.20	原始取得
98	发行人	博士眼镜行	17925463	35	2017.01.21	2027.01.20	原始取得
99	发行人	博士眼镜	17924727	35	2017.01.07	2027.01.06	原始取得
100	发行人	博士眼镜	17924726	35	2017.01.07	2027.01.06	原始取得
101	发行人	百姓家	17824051	44	2016.12.21	2026.12.20	原始取得

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
102	发行人	惠万家公社眼镜	17824049	44	2016.10.14	2026.10.13	原始取得
103	发行人	zele	13241437	35	2016.01.14	2026.01.13	原始取得
104	发行人	三口百惠	13412497	35	2015.08.21	2025.08.20	原始取得
105	发行人	MYIGADS	14496153	35	2015.08.14	2025.08.13	原始取得
106	发行人	MYIGADS	14496664	44	2015.06.14	2025.06.13	原始取得
107	发行人	Poolgod	13412567	9	2015.02.07	2035.02.06	原始取得
108	发行人	热果	13082179	40	2015.02.07	2035.02.06	原始取得
109	发行人	zele	13241532	9	2015.01.14	2035.01.13	原始取得
110	发行人	zele	13241520	9	2015.01.14	2035.01.13	原始取得
111	发行人	zele	13241488	44	2015.01.14	2035.01.13	原始取得
112	发行人	热果	12940717	44	2015.01.14	2035.01.13	原始取得
113	发行人	热果	13082247	14	2014.12.28	2034.12.27	原始取得
114	发行人	热果	13082131	18	2014.12.28	2034.12.27	原始取得
115	发行人	热果	13082081	5	2014.12.21	2034.12.20	原始取得
116	发行人	热果	12940702	35	2014.12.21	2034.12.20	原始取得
117	发行人	热果	12940683	9	2014.12.21	2034.12.20	原始取得
118	发行人	王者归来	12002419	44	2014.06.28	2034.06.27	原始取得
119	发行人	三口百惠	12002406	44	2014.06.28	2034.06.27	原始取得
120	发行人	三口百惠	12002368	9	2014.06.21	2034.06.20	原始取得
121	发行人	boojing 博镜	11795842	9	2014.06.07	2034.06.06	原始取得
122	发行人	boojing 博镜	11795840	44	2014.06.07	2034.06.06	原始取得

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
123	发行人		11795845	9	2014.05.07	2034.05.06	原始取得
124	发行人		11795844	35	2014.05.07	2034.05.06	原始取得
125	发行人		11795843	44	2014.05.07	2034.05.06	原始取得
126	发行人		11795841	35	2014.05.07	2034.05.06	原始取得
127	发行人		11696101	35	2014.04.07	2034.04.06	原始取得
128	发行人		10978593	44	2013.09.21	2033.09.20	原始取得
129	发行人		10978592	44	2013.09.21	2033.09.20	原始取得
130	发行人		10978590	44	2013.09.21	2033.09.20	原始取得
131	发行人		10978589	44	2013.09.21	2033.09.20	原始取得
132	发行人		10978587	9	2013.09.21	2033.09.20	原始取得
133	发行人		10978586	9	2013.09.21	2033.09.20	原始取得
134	发行人		10101097	9	2013.01.07	2033.01.06	原始取得
135	发行人		9985080	9	2012.12.28	2032.12.27	原始取得
136	发行人		9912688	9	2012.11.07	2032.11.06	原始取得
137	发行人		9789564	9	2012.09.28	2032.09.27	原始取得
138	发行人		9789563	9	2012.09.28	2032.09.27	原始取得
139	发行人		9290389	9	2012.07.14	2032.07.13	原始取得
140	发行人		9290390	44	2012.06.07	2032.06.06	原始取得
141	发行人		9414380	9	2012.05.21	2032.05.20	原始取得
142	发行人		9414365	9	2012.05.21	2032.05.20	原始取得
143	发行人		9414364	9	2012.05.21	2032.05.20	原始取得

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
144	发行人	多拉米奇	9414363	9	2012.05.21	2032.05.20	原始取得
145	发行人	尼莫西妮	9414362	9	2012.05.21	2032.05.20	原始取得
146	发行人	杰利克拉	9414361	9	2012.05.21	2032.05.20	原始取得
147	发行人	0755	9286225	44	2012.05.14	2032.05.13	原始取得
148	发行人	都 思 灵	9340646	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
149	发行人	密斯莱雅	9340633	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
150	发行人	帕比亚	9340612	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
151	发行人	莱博特德	9340580	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
152	发行人	代达罗斯	9340554	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
153	发行人	普罗斯特	9340538	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
154	发行人	泰勒斯	9340401	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
155	发行人	优谷尚	9335289	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
156	发行人	寇伊	9335258	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
157	发行人	芙·露 丝	9335237	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
158	发行人	阿诺德米尼	9335221	9	2012.04.28	2032.04.27	原始取得
159	发行人	POULIAO	9320788	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
160	发行人		9320787	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
161	发行人		9320786	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
162	发行人	Prmbiya EYEWEAR	9320785	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
163	发行人		9320784	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
164	发行人	AnnoDomini	9320778	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
165	发行人		9320777	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
166	发行人		9320776	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
167	发行人		9320775	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
168	发行人		9320774	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
169	发行人		9320773	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
170	发行人		9320772	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
171	发行人		9320771	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
172	发行人		9320770	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
173	发行人		9320769	9	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
174	发行人		9100863	44	2012.04.21	2032.04.20	原始取得
175	发行人		9286274	44	2012.04.14	2032.04.13	原始取得
176	发行人		9214405	9	2012.03.21	2032.03.20	原始取得
177	发行人		9214379	9	2012.03.21	2032.03.20	原始取得
178	发行人		9209002	9	2012.03.21	2032.03.20	原始取得
179	发行人		9208998	9	2012.03.21	2032.03.20	原始取得
180	发行人		10124772	9	2012.02.28	2032.12.27	原始取得
181	发行人		9100868	9	2012.02.07	2032.02.06	原始取得
182	发行人		9100867	9	2012.02.07	2032.02.06	原始取得
183	发行人		9100865	9	2012.02.07	2032.02.06	原始取得
184	发行人		9100864	9	2012.02.07	2032.02.06	原始取得
185	发行人		8299085	44	2011.08.07	2031.08.06	原始取得

序号	权利人	商标样式	注册号	类别	注册日期	有效期至	取得方式
186	发行人		8299106	44	2011.06.28	2031.06.27	原始取得
187	发行人		6348736	35	2010.08.14	2030.08.13	原始取得
188	发行人		1091685	35	1997.08.28	2027.08.27	继受取得
189	发行人		1091684	35	1997.08.28	2027.08.27	继受取得
190	镜联易购		76816635	9	2024.10.14	2034.10.13	原始取得
191	汉高信息		66106316	9	2023.06.21	2033.06.20	原始取得
192	汉高信息		66106322	5	2023.06.07	2033.06.06	原始取得
193	汉高信息		58882578	35	2022.04.21	2032.04.20	原始取得
194	汉高信息		58906259	42	2022.02.14	2032.02.13	原始取得
195	汉高信息		5739239	9	2010.08.07	2030.08.06	原始取得
196	汉高信息		5739240	42	2010.03.21	2030.03.20	原始取得
197	新云程		63186061	9	2022.09.21	2032.09.20	原始取得
198	新云程		56134955	42	2021.12.14	2031.12.13	原始取得
199	新云程		55489331	42	2021.11.07	2031.11.06	原始取得
200	新云程		52665844	3	2021.08.21	2031.08.20	原始取得
201	新云程		52676769	35	2021.08.21	2031.08.20	原始取得
202	新云程		42454784	9	2020.09.21	2030.09.20	继受取得
203	新云程		32612549	9	2019.06.07	2029.06.06	继受取得

注：发行人对上述第 161、162、165、166、172 项商标中的“EYEWEAR”均放弃专用权，对第 186 项商标中的“OPTICAL”放弃专用权。

2、境外商标

序号	权利人	国家/地区	商标图案	商标号	类别	注册日期	有效期至	状态
----	-----	-------	------	-----	----	------	------	----

序号	权利人	国家/地区	商标图案	商标号	类别	注册日期	有效期至	状态
1	发行人	澳大利亚		1352772	9	2010.03.25	2030.03.25	已核准有效
2	香港博 镜	中国香港		305762034	35	2021.10.11	2031.10.10	已核准有效
3	香港博 镜	中国香港		305761954	35	2021.10.11	2031.10.10	已核准有效
4	香港博 士	日本		6506891	9	2022.01.31	2032.01.31	已核准有效

附件二：公司的业务资质

1、医疗器械经营许可证

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
1	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区锦绣东方花园店	粤深食药监械经营许 20200145 号	深圳市市监局	2030.03.26
2	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区布吉东大街店	粤深食药监械经营许 20200147 号	深圳市市监局	2030.03.26
3	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区大仝里店	粤深食药监械经营许 20190852 号	深圳市市监局	2029.12.29
4	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区第五大道万家店	粤深食药监械经营许 20190797 号	深圳市市监局	2029.12.16
5	博士眼镜连锁股份有限公司龙华壹方城精品店	粤深药监械经营许 20241299 号	深圳市市监局	2029.12.09
6	博士眼镜连锁股份有限公司中航城君尚购物中心二店	粤深药监械经营许 20241240 号	深圳市市监局	2029.11.24
7	博士眼镜连锁股份有限公司龙华民治天虹博士店	粤深药监械经营许 20241215 号	深圳市市监局	2029.11.19
8	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区民乐星河店	粤深食药监械经营许 20190671 号	深圳市市监局	2029.11.11
9	博士眼镜连锁股份有限公司南山常兴天虹博士店	粤深药监械经营许 20241164 号	深圳市市监局	2029.11.05
10	博士眼镜连锁股份有限公司宝安华强广场博士店	粤深药监械经营许 20241147 号	深圳市市监局	2029.11.04
11	博士眼镜连锁股份有限公司观澜福城天虹店	粤深药监械经营许 20241112 号	深圳市市监局	2029.10.23
12	博士眼镜连锁股份有限公司坂田万科广场博士店	粤深药监械经营许 20241106 号	深圳市市监局	2029.10.22
13	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区沙井老天虹店	粤深药监械经营许 20241089 号	深圳市市监局	2029.10.16
14	博士眼镜连锁股份有限公司南山区益田假日里店	粤深食药监械经营许 20190554 号	深圳市市监局	2029.09.28
15	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区宝利豪庭博士店	粤深食药监械经营许 20190479 号	深圳市市监局	2029.09.03
16	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区吉祥万家店	粤深药监械经营许 20240840 号	深圳市市监局	2029.07.30

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
17	博士眼镜连锁股份有限公司福永同泰时代广场博士店	粤深药监械经营许20240820号	深圳市市监局	2029.07.23
18	博士眼镜连锁股份有限公司盐田区壹海城店	粤深食药监械经营许20190351号	深圳市市监局	2029.07.21
19	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区莲塘万家店	粤深食药监械经营许20190349号	深圳市市监局	2029.07.18
20	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区翠竹万家店	粤深食药监械经营许20190348号	深圳市市监局	2029.07.18
21	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区太安店	粤深药监械经营许20240778号	深圳市市监局	2029.07.10
22	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区松柏天虹店	粤深药监械经营许20240772号	深圳市市监局	2029.07.08
23	博士眼镜连锁股份有限公司学苑大道分公司	粤深食药监械经营许20190294号	深圳市市监局	2029.07.04
24	博士眼镜连锁股份有限公司福田区眼科店	粤深食药监械经营许20190292号	深圳市市监局	2029.07.04
25	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区布吉南岭人人购物广场店	粤深食药监械经营许20190267号	深圳市市监局	2029.06.30
26	博士眼镜连锁股份有限公司福田区侨香路深国投广场分店	粤深食药监械经营许20190158号	深圳市市监局	2029.05.13
27	博士眼镜连锁股份有限公司福田区皇庭广场店	粤深食药监械经营许20190151号	深圳市市监局	2029.05.09
28	博士眼镜连锁股份有限公司福田区侨乡万家店	粤深药监械经营许20240513号	深圳市市监局	2029.05.08
29	博士眼镜连锁股份有限公司南山区华侨城中旅广场店	粤深食药监械经营许20190139号	深圳市市监局	2029.05.05
30	博士眼镜连锁股份有限公司宝安欢乐港湾店	粤深药监械经营许20240472号	深圳市市监局	2029.04.29
31	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区坂田嘉御豪园天虹店	粤深药监械经营许20240428号	深圳市市监局	2029.04.23
32	博士眼镜连锁股份有限公司南山区海岸城店	粤深食药监械经营许20190049号	深圳市市监局	2029.03.28
33	博士眼镜连锁股份有限公司南山区华侨城百佳店	粤深药监械经营许20240266号	深圳市市监局	2029.03.18
34	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗布吉天虹店	粤深药监械经营许20240229号	深圳市市监局	2029.03.10
35	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区中航天逸花园天虹店	粤深药监械经营许20240165号	深圳市市监局	2029.02.05
36	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗世贸博士店	粤深药监械经营许20240107号	深圳市市监局	2029.01.29
37	博士眼镜连锁股份有限公司光明大仟里博士店	粤深药监械经营许20240117号	深圳市市监局	2029.01.25

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
38	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区翠竹路沃尔玛店	粤深药监械经营许20240075号	深圳市市监局	2029.01.17
39	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗天玑城博士店	粤深药监械经营许20240071号	深圳市市监局	2029.01.17
40	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区万科二店	粤深药监械经营许20240051号	深圳市市监局	2029.01.15
41	博士眼镜连锁股份有限公司前海壹方汇博士店	粤深药监械经营许20240040号	深圳市市监局	2029.01.09
42	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区1C0博士店	粤SZ32129(门店-19-龙-1)	深圳市市监局	2029.01.03
43	博士眼镜连锁股份有限公司福田区怡景中心分店	粤328606	深圳市市监局	2028.12.17
44	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区星河World精品店	粤深药监械经营许20231498号	深圳市市监局	2028.12.06
45	博士眼镜连锁股份有限公司南昌碟子湖大道分公司	赣洪药监械经营许20232300号	南昌市市监局	2028.12.03
46	博士眼镜连锁股份有限公司福田区中旅店	粤328576	深圳市市监局	2028.11.28
47	博士眼镜连锁股份有限公司南山区假日二分店	粤SZ12108(门店-18-南-1)	深圳市市监局	2028.11.25
48	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区前进沃尔玛店	粤深药监械经营许20231434号	深圳市市监局	2028.11.22
49	博士眼镜连锁股份有限公司南山区南国丽城店	粤SZ12096(门店-18-南-1)	深圳市市监局	2028.11.21
50	博士眼镜连锁股份有限公司福田区通心岭分公司	粤深药监械经营许20231404号	深圳市市监局	2028.11.13
51	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区松岗宝利豪庭店	粤深药监械经营许20231387号	深圳市市监局	2028.11.12
52	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区溢芳园店	粤深药监械经营许20231391号	深圳市市监局	2028.11.08
53	博士眼镜连锁股份有限公司南山区青春家园店	粤SZ12091(门店-18-南-1)	深圳市市监局	2028.11.05
54	博士眼镜连锁股份有限公司南山区金宝分店	粤SZ12092(门店-18-南-1)	深圳市市监局	2028.11.05
55	博士眼镜连锁股份有限公司南山区缤纷年华店	粤SZ12093(门店-18-南-1)	深圳市市监局	2028.11.05
56	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区ATMALL博士店	粤深药监械经营许20231336号	深圳市市监局	2028.10.29
57	博士眼镜连锁股份有限公司福田区华强北顺电分店	粤深药监械经营许20231340号	深圳市市监局	2028.10.29

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
58	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区沙井京基店	粤深药监械经营许 20231331 号	深圳市市监局	2028.10.26
59	博士眼镜连锁股份有限公司南山区蛇口南水步行街分店	粤深药监械经营许 20231278 号	深圳市市监局	2028.10.12
60	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区紫薇阁店	粤深药监械经营许 20231270 号	深圳市市监局	2028.10.11
61	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖水贝京基博士店	粤深药监械经营许 20231240 号	深圳市市监局	2028.09.26
62	博士眼镜连锁股份有限公司宝安前进天虹博士店	粤深药监械经营许 20231188 号	深圳市市监局	2028.09.14
63	博士眼镜连锁股份有限公司西丽天虹博士店	粤深药监械经营许 20231160 号	深圳市市监局	2028.09.06
64	博士眼镜连锁股份有限公司南山区欢乐颂博士店	粤深药监械经营许 20231162 号	深圳市市监局	2028.09.06
65	博士眼镜连锁股份有限公司福田区福民天虹店	粤深药监械经营许 20231150 号	深圳市市监局	2028.09.05
66	博士眼镜连锁股份有限公司沙井百佳华佳漾汇博士店	粤深药监械经营许 20231115 号	深圳市市监局	2028.08.29
67	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗龙新天虹博士店	粤深药监械经营许 20231104 号	深圳市市监局	2028.08.24
68	博士眼镜连锁股份有限公司南山区御景东方花园店	粤 328396	深圳市市监局	2028.08.20
69	博士眼镜连锁股份有限公司南山区桃苑分店	粤 328395	深圳市市监局	2028.08.20
70	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区松岗吉祥大道店	粤 328393	深圳市市监局	2028.08.20
71	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区建安缤纷城店	粤 328391	深圳市市监局	2028.08.19
72	博士眼镜连锁股份有限公司海上世界汇港购物中心店	粤深药监械经营许 20231000 号	深圳市市监局	2028.08.01
73	博士眼镜连锁股份有限公司福田区东海坊店	粤 328353	深圳市市监局	2028.08.01
74	博士眼镜连锁股份有限公司龙华壹方天地 A 区博士店	粤深药监械经营许 20230960 号	深圳市市监局	2028.07.25
75	博士眼镜连锁股份有限公司光明华润购物中心博士店	粤深药监械经营许 20230952 号	深圳市市监局	2028.07.24

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
76	博士眼镜连锁股份有限公司福田区福民沃尔玛分店	粤深药监械经营许20230930号	深圳市市监局	2028.07.18
77	博士眼镜连锁股份有限公司南山区香榭峰景店	粤深药监械经营许20230919号	深圳市市监局	2028.07.16
78	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区民治香颂购物店	粤深药监械经营许20230881号	深圳市市监局	2028.07.09
79	博士眼镜连锁股份有限公司沙头角广富百货店	粤深药监械经营许20230849号	深圳市市监局	2028.07.03
80	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗颐安智富里博士店	粤深药监械经营许20230798号	深圳市市监局	2028.06.20
81	博士眼镜连锁股份有限公司福田区下梅林店	粤 328263	深圳市市监局	2028.06.14
82	博士眼镜连锁股份有限公司福田区景田北店	粤 328262	深圳市市监局	2028.06.14
83	博士眼镜连锁股份有限公司宝安会展湾花园里博士店	粤深药监械经营许20230767号	深圳市市监局	2028.06.09
84	博士眼镜连锁股份有限公司福田梅林梅华苑博士店	粤深药监械经营许20230623号	深圳市市监局	2028.05.11
85	博士眼镜连锁股份有限公司福田福源印象里博士店	粤深药监械经营许20230589号	深圳市市监局	2028.05.04
86	博士眼镜连锁股份有限公司南山区太古广场店	粤 SZ11966 (门店-18--1)	深圳市市监局	2028.04.23
87	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗万科里博士店	粤深药监械经营许20230491号	深圳市市监局	2028.04.18
88	博士眼镜连锁股份有限公司布吉万象汇博士店	粤深药监械经营许20230505号	深圳市市监局	2028.04.18
89	博士眼镜连锁股份有限公司南山区创业分店	粤深药监械经营许20230339号	深圳市市监局	2028.03.16
90	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗福新路分公司	粤深药监械经营许20230272号	深圳市市监局	2028.02.29
91	博士眼镜连锁股份有限公司福田区东方欣悦店	粤深药监械经营许20230256号	深圳市市监局	2028.02.22
92	博士眼镜连锁股份有限公司观澜天虹店	粤深药监械经营许20230179号	深圳市市监局	2028.01.19
93	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗仁恒梦中心博士店	粤深药监械经营许20230165号	深圳市市监局	2028.01.01
94	博士眼镜连锁股份有限公司龙华壹方天地博士店	粤深药监械经营许20220967号	深圳市市监局	2027.11.20
95	博士眼镜连锁股份有限公司福田区卓悦中心店	粤深药监械经营许20220965号	深圳市市监局	2027.11.17

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
96	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区万象店	粤深药监械经营许 20220925 号	深圳市市监局	2027.11.06
97	博士眼镜连锁股份有限公司观澜佳纷天地博士店	粤深药监械经营许 20220923 号	深圳市市监局	2027.11.03
98	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖笋岗万象汇博士店	粤深药监械经营许 20220907 号	深圳市市监局	2027.10.26
99	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区坪地沃尔玛博士店	粤深药监械经营许 20220887 号	深圳市市监局	2027.10.20
100	博士眼镜连锁股份有限公司南山区花园城分店	粤深药监械经营许 20220831 号	深圳市市监局	2027.09.28
101	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区壹方城购物中心总统店	粤深药监械经营许 20220827 号	深圳市市监局	2027.09.28
102	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区杉杉奥特莱斯广场店	粤深药监械经营许 20220793 号	深圳市市监局	2027.09.19
103	博士眼镜连锁股份有限公司南山区玫瑰园店	粤深药监械经营许 20220784 号	深圳市市监局	2027.09.14
104	博士眼镜连锁股份有限公司光明区乐府万达店	粤深药监械经营许 20220782 号	深圳市市监局	2027.09.14
105	博士眼镜连锁股份有限公司南山区华润万象天地总统店	粤深药监械经营许 20220775 号	深圳市市监局	2027.09.08
106	博士眼镜连锁股份有限公司沙井卓悦时光店	粤深药监械经营许 20220743 号	深圳市市监局	2027.08.28
107	博士眼镜连锁股份有限公司南山区海上世界砵店	粤深药监械经营许 20220680 号	深圳市市监局	2027.08.03
108	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区福永益田假日天地博士店	粤深药监械经营许 20220644 号	深圳市市监局	2027.07.26
109	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区龙华花园街店	粤深药监械经营许 20220586 号	深圳市市监局	2027.07.07
110	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区水榭春天店	粤深药监械经营许 20220524 号	深圳市市监局	2027.06.22
111	博士眼镜连锁股份有限公司福田区八卦二路店	粤深药监械经营许 20220507 号	深圳市市监局	2027.06.16
112	博士眼镜连锁股份有限公司坪山京基御景店	粤深药监械经营许 20220473 号	深圳市市监局	2027.06.08
113	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区万科城店	粤深药监械经营许 20220420 号	深圳市市监局	2027.05.26
114	博士眼镜连锁股份有限公司福田区爱华店	粤深药监械经营许 20220427 号	深圳市市监局	2027.05.26

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
115	博士眼镜连锁股份有限公司坪山区益田假日世界博士店	粤深药监械经营许 20220405 号	深圳市市监局	2027.05.24
116	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区福永益田假日天地砵店	粤深药监械经营许 20220397 号	深圳市市监局	2027.05.22
117	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区松岗联投店	粤深食药监械经营许 20220351 号	深圳市市监局	2027.05.09
118	博士眼镜连锁股份有限公司南山区蛇口沃尔玛店	粤深食药监械经营许 20220336 号	深圳市市监局	2027.05.05
119	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗万科天誉店	粤深食药监械经营许 20220289 号	深圳市市监局	2027.04.21
120	博士眼镜连锁股份有限公司龙华奥特莱斯店	粤深食药监械经营许 20220233 号	深圳市市监局	2027.04.12
121	博士眼镜连锁股份有限公司光明龙光店	粤深食药监械经营许 20220090 号	深圳市市监局	2027.01.28
122	博士眼镜连锁股份有限公司布吉佳兆业店	粤深食药监械经营许 20220079 号	深圳市市监局	2027.01.26
123	博士眼镜连锁股份有限公司香缤广场店	粤深食药监械经营许 20220068 号	深圳市市监局	2027.01.24
124	博士眼镜连锁股份有限公司石岩汇邦中心店	粤深食药监械经营许 20220053 号	深圳市市监局	2027.01.24
125	博士眼镜连锁股份有限公司龙坪天虹店	粤深食药监械经营许 20220069 号	深圳市市监局	2027.01.24
126	博士眼镜连锁股份有限公司福田区佐岭红树林店	粤深食药监械经营许 20220063 号	深圳市市监局	2027.01.24
127	博士眼镜连锁股份有限公司新沙天虹博士店	粤深食药监械经营许 20220034 号	深圳市市监局	2027.01.13
128	博士眼镜连锁股份有限公司南山区华侨城沃尔玛店	粤深食药监械经营许 20220030 号	深圳市市监局	2027.01.11
129	博士眼镜连锁股份有限公司光明新区公明天虹店	粤深食药监械经营许 20220002 号	深圳市市监局	2027.01.03
130	博士眼镜连锁股份有限公司东门天虹店	粤深食药监械经营许 20211135 号	深圳市市监局	2026.12.30
131	博士眼镜连锁股份有限公司万象前海店	粤深食药监械经营许 20211132 号	深圳市市监局	2026.12.28
132	博士眼镜连锁股份有限公司百花店	粤深食药监械经营许 20211095 号	深圳市市监局	2026.12.20
133	博士眼镜连锁股份有限公司双龙天虹店	粤深食药监械经营许 20211083 号	深圳市市监局	2026.12.16
134	博士眼镜连锁股份有限公司龙华华著公馆店	粤深食药监械经营许 20211071 号	深圳市市监局	2026.12.14
135	博士眼镜连锁股份有限公司龙华和平里店	粤深食药监械经营许 20211064 号	深圳市市监局	2026.12.12

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
136	博士眼镜连锁股份有限公司南山前海卓越店	粤深食药监械经营许 20211005 号	深圳市市监局	2026.11.21
137	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区中洲店	粤深食药监械经营许 20210972 号	深圳市市监局	2026.11.14
138	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区龙华苹果园店	粤深食药监械经营许 20210970 号	深圳市市监局	2026.11.09
139	博士眼镜连锁股份有限公司南山区大新前海分店	粤深食药监械经营许 20210965 号	深圳市市监局	2026.11.07
140	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区东环二路店	粤深食药监械经营许 20210966 号	深圳市市监局	2026.11.07
141	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区潜龙分店	粤深食药监械经营许 20210955 号	深圳市市监局	2026.10.31
142	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区龙华大润发店	粤深食药监械经营许 20210956 号	深圳市市监局	2026.10.31
143	博士眼镜连锁股份有限公司福田区五洲星苑店	粤深食药监械经营许 20210945 号	深圳市市监局	2026.10.29
144	博士眼镜连锁股份有限公司福田区皇庭广场总店	粤深食药监械经营许 20210944 号	深圳市市监局	2026.10.27
145	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区西乡沃尔玛店	粤深食药监械经营许 20210926 号	深圳市市监局	2026.10.21
146	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区金港华庭店	粤深食药监械经营许 20210927 号	深圳市市监局	2026.10.21
147	博士眼镜连锁股份有限公司南山区天利苏宁店	粤深食药监械经营许 20210914 号	深圳市市监局	2026.10.17
148	博士眼镜连锁股份有限公司平湖平吉上苑店	粤深食药监械经营许 20210898 号	深圳市市监局	2026.10.14
149	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区摩尔城店	粤深食药监械经营许 20210902 号	深圳市市监局	2026.10.14
150	博士眼镜连锁股份有限公司华侨城天鹅湖店	粤深食药监械经营许 20210886 号	深圳市市监局	2026.10.07
151	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区洪湖花园分店	粤深食药监械经营许 20210879 号	深圳市市监局	2026.09.29
152	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区喜荟城店	粤深食药监械经营许 20210872 号	深圳市市监局	2026.09.28
153	博士眼镜连锁股份有限公司龙华区观澜店	粤深食药监械经营许 20210855 号	深圳市市监局	2026.09.22
154	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区建安路店	粤深食药监械经营许 20210852 号	深圳市市监局	2026.09.22
155	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区金光华店	粤深食药监械经营许 20210828 号	深圳市市监局	2026.09.15
156	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区易达店	粤深食药监械经营许 20210824 号	深圳市市监局	2026.09.14

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
157	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区松岗佳华店	粤深食药监械经营许 20210794 号	深圳市市监局	2026.09.07
158	博士眼镜连锁股份有限公司梅林卓悦汇店	粤深食药监械经营许 20210777 号	深圳市市监局	2026.08.26
159	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区新安花园店	粤深食药监械经营许 20210774 号	深圳市市监局	2026.08.26
160	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区君逸世家店	粤深食药监械经营许 20210773 号	深圳市市监局	2026.08.26
161	博士眼镜连锁股份有限公司坂田嘉御山店	粤深食药监械经营许 20210775 号	深圳市市监局	2026.08.26
162	博士眼镜连锁股份有限公司宝安创业天虹店	粤深食药监械经营许 20210771 号	深圳市市监局	2026.08.25
163	博士眼镜连锁股份有限公司中航城君尚购物中心一店	粤深食药监械经营许 20210744 号	深圳市市监局	2026.08.12
164	博士眼镜连锁股份有限公司沙井博林君瑞店	粤深食药监械经营许 20210716 号	深圳市市监局	2026.08.03
165	博士眼镜连锁股份有限公司京基滨河时代广场店	粤深食药监械经营许 20210686 号	深圳市市监局	2026.07.19
166	博士眼镜连锁股份有限公司平湖华盛奥特莱斯店	粤深食药监械经营许 20210652 号	深圳市市监局	2026.07.07
167	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖投控大厦店	粤深食药监械经营许 20210604 号	深圳市市监局	2026.06.21
168	博士眼镜连锁股份有限公司宝安领航城店	粤深食药监械经营许 20210600 号	深圳市市监局	2026.06.20
169	博士眼镜连锁股份有限公司安托山万科里店	粤深食药监械经营许 20210573 号	深圳市市监局	2026.06.09
170	博士眼镜连锁股份有限公司福田星河COCOPARK 总统店	粤深食药监械经营许 20210537 号	深圳市市监局	2026.05.25
171	博士眼镜连锁股份有限公司西丽悦方广场店	粤深食药监械经营许 20210400 号	深圳市市监局	2026.04.06
172	博士眼镜连锁股份有限公司南山来福士店	粤深食药监械经营许 20210310 号	深圳市市监局	2026.03.07
173	博士眼镜连锁股份有限公司平湖天虹店	粤深食药监械经营许 20210293 号	深圳市市监局	2026.02.22
174	博士眼镜连锁股份有限公司坂田湾畔 MALL 店	粤深食药监械经营许 20210292 号	深圳市市监局	2026.02.22
175	博士眼镜连锁股份有限公司西丽宝能环球汇店	粤深食药监械经营许 20200777 号	深圳市市监局	2025.09.29
176	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区京基金融中心店	粤深食药监械经营许 20200662 号	深圳市市监局	2025.08.24
177	博士眼镜连锁股份有限公司罗湖区喜荟城时尚店	粤深食药监械经营许 20200387 号	深圳市市监局	2025.06.09

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
178	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区沙井形色店	粤深食药监械经营许 20200309 号	深圳市市监局	2025.05.21
179	博士眼镜连锁股份有限公司龙岗区布吉沃尔玛店	粤深食药监械经营许 20200146 号	深圳市市监局	2025.03.26
180	博士眼镜连锁股份有限公司宝安区福永天虹店	粤深食药监械经营许 20200083 号	深圳市市监局	2025.01.20
181	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖莲塘分公司	粤深药监械经营许 20241347 号	深圳市市监局	2029.12.23
182	深圳市博士视觉健康科技有限公司天地大厦店	粤深药监械经营许 20230996 号	深圳市市监局	2028.07.31
183	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖区东门社康中心店	粤深药监械经营许 20230427 号	深圳市市监局	2028.03.30
184	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖笋岗社区分店	粤深药监械经营许 20230399 号	深圳市市监局	2028.03.27
185	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖翠竹社康中心店	粤深药监械经营许 20230361 号	深圳市市监局	2028.03.20
186	深圳市博士视觉健康科技有限公司龙华区人民医院视光中心	粤深食药监械经营许 20220324 号	深圳市市监局	2027.04.28
187	深圳市博士视觉健康科技有限公司罗湖区友谊路分公司	粤深食药监械经营许 20211113 号	深圳市市监局	2026.12.27
188	深圳市博士视觉健康科技有限公司大鹏新区葵涌视光中心	粤深食药监械经营许 20210721 号	深圳市市监局	2026.08.03
189	广州诗琪眼镜有限公司天河区珠江东路分公司	粤穗药监械经营许 20241804 号	广州市市监局	2029.12.23
190	广州诗琪眼镜有限公司正佳广场分公司	粤穗食药监械经营许 20190936 号	广州市市监局	2029.11.14
191	广州诗琪眼镜有限公司天河区花城大道分公司	粤穗药监械经营许 20241339 号	广州市市监局	2029.09.08
192	广州诗琪眼镜有限公司天河区华观路万科分公司	粤穗食药监械经营许 20190244 号	广州市市监局	2029.04.01
193	广州诗琪眼镜有限公司天河区天环广场分公司	粤穗药监械经营许 20240366 号	广州市市监局	2029.03.25
194	广州诗琪眼镜有限公司海珠区叠景路分公司	粤穗药监械经营许 20240027 号	广州市市监局	2029.01.03
195	广州诗琪眼镜有限公司惠州文昌路分公司	粤惠药监械经营许 20230457 号	惠州市市监局	2028.12.06
196	广州诗琪眼镜有限公司番禺区福德奥园分公司	粤穗药监械经营许 20231652 号	广州市市监局	2028.12.04
197	广州诗琪眼镜有限公司从化区广从南路分公司	粤穗药监械经营许 20231586 号	广州市市监局	2028.11.22

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
198	广州诗琪眼镜有限公司 白云区黄边北路分公司	粤穗药监械经营许 20230806号	广州市市监局	2028.06.14
199	广州诗琪眼镜有限公司 天河区马场路分公司	粤穗药监械经营许 20221332号	广州市市监局	2027.12.19
200	广州诗琪眼镜有限公司 华贸天地分公司	粤惠食药监械经营 许 20220169号	惠州市市监局	2027.06.19
201	广州诗琪眼镜有限公司 海珠区江燕路分公司	粤穗食药监械经营 许 20220082号	广州市市监局	2027.01.16
202	广州诗琪眼镜有限公司 天河区维多利广场分公 司	粤穗食药监械经营 许 20211141号	广州市市监局	2026.12.16
203	广州诗琪眼镜有限公司 黄埔区石化路分公司	粤穗食药监械经营 许 20170077号	广州市市监局	2026.12.12
204	广州诗琪眼镜有限公司 黄埔区佳纷天地分公司	粤穗食药监械经营 许 20210115号	广州市市监局	2026.01.28
205	广州诗琪眼镜有限公司 黄埔区万科尚城分公司	粤穗食药监械经营 许 20210074号	广州市市监局	2026.01.21
206	广州诗琪眼镜有限公司 白云区黄石东路分公司	粤穗食药监械经营 许 20200853号	广州市市监局	2025.10.27
207	东莞市澳星士眼镜有限 公司长安第二分店	粤东药监械经营许 20240174号	东莞市市监局	2029.09.26
208	东莞市澳星博士眼镜有 限公司南城第七分店	粤东药监械经营许 20230259号	东莞市市监局	2028.10.30
209	东莞市澳星博士眼镜有 限公司莞城第三分店	粤东药监械经营许 20230025	东莞市市监局	2028.02.09
210	东莞市澳星博士眼镜有 限公司东城第六分店	粤东食药监械经营 许 20220032号	东莞市市监局	2027.03.21
211	东莞市澳星博士眼镜有 限公司东城第四分店	粤东食药监械经营 许 20210213号	东莞市市监局	2026.12.26
212	东莞市澳星博士眼镜有 限公司东城第一分店	粤东食药监械经营 许 20162011号	东莞市市监局	2026.12.06
213	东莞市澳星博士眼镜有 限公司莞城第一分店	粤东食药监械经营 许 20200068号	东莞市市监局	2026.12.01
214	东莞市澳星博士眼镜有 限公司南城第一分店	粤东食药监械经营 许 20172505号	东莞市市监局	2026.11.07
215	东莞市澳星博士眼镜有 限公司南城第三分店	粤东食药监械经营 许 20172506号	东莞市市监局	2026.11.07
216	东莞市澳星博士眼镜有 限公司东城第二分店	粤东食药监械经营 许 20162012号	东莞市市监局	2026.11.07
217	东莞市澳星博士眼镜有 限公司长安第一分店	粤东食药监械经营 许 20173905号	东莞市市监局	2026.11.01
218	东莞市澳星博士眼镜有 限公司虎门第一分店	粤东食药监械经营 许 20210170号	东莞市市监局	2026.10.12
219	东莞市澳星博士眼镜有 限公司	粤东食药监械经营 许 20162005号	东莞市市监局	2026.09.21
220	东莞市澳星博士眼镜有 限公司石龙第一分店	粤东食药监械经营 许 20172309号	东莞市市监局	2026.09.08
221	东莞市澳星博士眼镜有 限公司厚街第一分公司	粤东食药监械经营 许 20210127号	东莞市市监局	2026.08.10

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
222	东莞市澳星博士眼镜有限公司凤岗第二分店	粤东食药监械经营许 20156803 号	东莞市市监局	2025.06.11
223	东莞市澳星博士眼镜有限公司万江第一分店	粤东食药监械经营许 20200043 号	东莞市食品药品监督管理局	2025.04.17
224	佛山市博士眼镜有限公司	粤禅药监械经营许 20240099 号	佛山市市监局	2029.12.11
225	惠州市德勤眼镜有限公司天益城分公司	粤惠药监械经营许 20240149 号	惠州市市监局	2029.05.12
226	惠州市德勤眼镜有限公司佳兆业分公司	粤惠药监械经营许 20230458 号	惠州市市监局	2028.12.06
227	惠州市德勤眼镜有限公司惠阳区星河丹堤分公司	粤惠食药监械经营许 20210261 号	惠州市市监局	2026.12.15
228	惠州市德勤眼镜有限公司隆生广场东湖分公司	粤惠食药监械经营许 20162013 号	惠州市市监局	2026.12.02
229	惠州市德勤眼镜有限公司南坛路分公司	粤惠食药监械经营许 20210224 号	惠州市市监局	2026.11.07
230	惠州市德勤眼镜有限公司	粤惠食药监械经营许 20210225 号	惠州市市监局	2026.11.07
231	惠州市德勤眼镜有限公司大亚湾区万达广场分公司	粤惠食药监械经营许 20210214 号	惠州市市监局	2026.10.24
232	惠州市德勤眼镜有限公司大亚湾区龙光城分公司	粤惠食药监械经营许 20210130 号	惠州市市监局	2026.08.11
233	惠州市德勤眼镜有限公司大亚湾区分公司	粤惠食药监械经营许 20210129 号	惠州市市监局	2026.08.11
234	惠州市德勤眼镜有限公司惠阳区淡水分公司	粤惠食药监械经营许 20210125 号	惠州市市监局	2026.08.10
235	惠州市德勤眼镜有限公司惠城区汇乐城分公司	粤惠食药监械经营许 20210066 号	惠州市市监局	2026.04.22
236	北京市澳星博士眼镜有限公司通州分公司	京通药监械经营许 20241822 号	北京市通州区市监局	2029.12.25
237	北京市澳星博士眼镜有限公司东直门分公司	京东药监械经营许 20190012 号	北京市东城区市监局	2029.03.26
238	江西省博士眼镜有限责任公司新建新城吾悦分公司	赣洪药监械经营许 20241114 号	南昌市市监局	2029.11.20
239	江西省博士眼镜有限责任公司青山湖万达广场分公司	赣洪药监械经营许 20190304 号	南昌市市监局	2029.10.15
240	江西省博士眼镜有限责任公司王府井分公司	赣洪药监械经营许 20190226 号	南昌市市监局	2029.07.29
241	江西省博士眼镜有限责任公司世贸路分公司	赣洪药监械经营许 20190225 号	南昌市市监局	2029.07.29
242	江西省博士眼镜有限责任公司青山南路店	赣洪药监械经营许 20190094 号	南昌市市监局	2029.04.09

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
243	江西省博士眼镜有限责任公司吉州区井冈山大道分公司	赣吉药监械经营许20240089号	吉安市市监局	2029.04.07
244	江西省博士眼镜有限责任公司抚州硕果时代分公司	赣抚药监械经营许20240012号	抚州市市监局	2029.02.26
245	江西省博士眼镜有限责任公司南昌县莲塘澄湖分公司	赣洪药监械经营许20231171号	南昌市市监局	2028.05.23
246	江西省博士眼镜有限责任公司红谷滩万达广场分公司	赣洪药监械经营许20231029号	南昌市市监局	2028.05.01
247	江西省博士眼镜有限责任公司广州路分公司	赣洪药监械经营许20180059号	南昌市市监局	2028.02.27
248	江西省博士眼镜有限责任公司南昌万象城分公司	赣洪药监械经营许20221496号	南昌市市监局	2027.10.30
249	江西省博士眼镜有限责任公司乐世界分公司	赣洪药监械经营许20170300号	南昌市市监局	2027.10.23
250	江西省博士眼镜有限责任公司象湖新力分公司	赣洪药监械经营许20220842号	南昌市市监局	2027.08.16
251	江西省博士眼镜有限责任公司抚州万达广场分公司	赣抚食药监械经营许20170005号	抚州市市监局	2027.08.08
252	江西省博士眼镜有限责任公司西湖万达广场分公司	赣洪药监械经营许20220402号	南昌市市监局	2027.05.30
253	江西省博士眼镜有限责任公司江信花园分公司	赣洪药监械经营许20220284号	南昌市市监局	2027.04.28
254	江西省博士眼镜有限责任公司医学院分公司	赣洪食药监械经营许20170104号	南昌市市监局	2027.03.30
255	江西省博士眼镜有限责任公司万达广场分公司	赣洪食药监械经营许20170132号	南昌市市监局	2027.03.30
256	江西省博士眼镜有限责任公司胜利路分公司	赣洪食药监械经营许20170103号	南昌市市监局	2027.03.30
257	江西省博士眼镜有限责任公司南京西分公司	赣洪食药监械经营许20170106号	南昌市市监局	2027.03.30
258	江西省博士眼镜有限责任公司民德路分公司	赣洪食药监械经营许20170108号	南昌市市监局	2027.03.30
259	江西省博士眼镜有限责任公司洪客隆分公司	赣洪食药监械经营许20170105号	南昌市市监局	2027.03.30
260	江西省博士眼镜有限责任公司八一桥分公司	赣洪食药监械经营许20170107号	南昌市市监局	2027.03.30
261	江西省博士眼镜有限责任公司铁路二村分公司	赣洪食药监械经营许20170049号	南昌市市监局	2027.03.07
262	江西省博士眼镜有限责任公司建设西路菜茵半岛分公司	赣洪食药监械经营许20170048号	南昌市市监局	2027.03.07

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
263	江西省博士眼镜有限责任公司八一大道一部分公司	赣洪食药监械经营许 20170050 号	南昌市市监局	2027.03.07
264	江西省博士眼镜有限责任公司高新大道分公司	赣洪食药监械经营许 20170029 号	南昌市市监局	2027.02.16
265	江西省博士眼镜有限责任公司新建中心分公司	赣洪食药监械经营许 20220068 号	南昌市市监局	2027.01.27
266	江西省博士眼镜有限责任公司新建区第一分公司	赣洪食药监械经营许 20220042 号	南昌市市监局	2027.01.20
267	江西省博士眼镜有限责任公司江大南路分公司	赣洪食药监械经营许 20170019 号	南昌市市监局	2027.01.18
268	江西省博士眼镜有限责任公司地铁万科时代广场分公司	赣洪食药监械经营许 20211305 号	南昌市行政审批局	2026.12.13
269	江西省博士眼镜有限责任公司莲塘分公司	赣洪食药监械经营许 20210742 号	南昌市行政审批局	2026.11.07
270	江西省博士眼镜有限责任公司九龙湖万达城分公司	赣洪食药监械经营许 20160322 号	南昌市行政审批局	2026.10.08
271	江西省博士眼镜有限责任公司赣州华润万象城分公司	赣市食药监械经营许 20210084 号	赣州市行政审批局	2026.09.29
272	江西省博士眼镜有限责任公司绿茵路分公司	赣洪药监械经营许 20210673 号	南昌市市监局	2026.09.28
273	江西省博士眼镜有限责任公司丽景天虹分公司	赣洪食药监械经营许 20210672 号	南昌市行政审批局	2026.09.28
274	江西省博士眼镜有限责任公司赣州九方商场分公司	赣市食药监械经营许 20210075 号	赣州市行政审批局	2026.08.31
275	江西省博士眼镜有限责任公司北京东路分公司	赣洪食药监械经营许 20160297 号	南昌市行政审批局	2026.07.25
276	江西省博士眼镜有限责任公司京东天虹分公司	赣洪食药监械经营许 20210312 号	南昌市行政审批局	2026.05.27
277	江西省博士眼镜有限责任公司奥体天虹分公司	赣洪药监械经营许 20210313 号	南昌市市监局	2026.05.27
278	江西省博士眼镜有限责任公司红谷滩万达万家分公司	赣洪食药监械经营许 20160123 号	南昌市行政审批局	2026.04.18
279	江西省博士眼镜有限责任公司恒茂梦时代广场分公司	赣洪食药监械经营许 20210092 号	南昌市行政审批局	2026.02.22
280	江西省博士眼镜有限责任公司九洲天虹分公司	赣洪食药监械经营许 20200141 号	南昌市行政审批局	2025.06.14
281	江西省博士眼镜有限责任公司经开天虹分公司	赣洪药监械经营许 20200142 号	南昌市市监局	2025.06.14
282	江西省博士眼镜有限责任公司中山天虹分公司	赣洪食药监械经营许 20200129 号	南昌市行政审批局	2025.06.04

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
283	江西省博士眼镜有限责任公司凤凰北大道分公司	赣洪药监械经营许20200031号	南昌市市监局	2025.02.13
284	南昌诗琪眼镜有限责任公司金融大街分公司	赣洪药监械经营许20240200号	南昌市市监局	2029.01.31
285	南昌诗琪眼镜有限责任公司中山路分公司	赣洪药监械经营许20232083号	南昌市市监局	2028.11.01
286	南昌诗琪眼镜有限责任公司广场北路分公司	赣洪药监械经营许20231346号	南昌市市监局	2028.07.11
287	南昌诗琪眼镜有限责任公司龙湖天街分公司	赣洪药监械经营许20221008号	南昌市市监局	2027.09.08
288	南昌诗琪眼镜有限责任公司恒大御景分公司	赣洪药监械经营许20220655号	南昌市市监局	2027.07.20
289	南昌诗琪眼镜有限责任公司经开旭辉广场分公司	赣洪药监械经营许20220468号	南昌市市监局	2027.06.20
290	安徽省澳星眼镜有限公司万象城分公司	皖合药监械经营许20240507号	合肥市市监局	2029.12.18
291	安徽省澳星眼镜有限公司颍河路分公司	皖合药监械经营许20190654号	合肥市市监局	2029.12.12
292	安徽省澳星眼镜有限公司四里河路万科广场分公司	皖合药监械经营许20190395号	合肥市市监局	2029.08.20
293	安徽省澳星眼镜有限公司高新银泰分公司	皖合药监械经营许20240326号	合肥市市监局	2029.07.14
294	安徽省澳星眼镜有限公司华润五彩城分公司	皖合药监械经营许20240072号	合肥市市监局	2029.02.06
295	安徽省澳星眼镜有限公司悦方分公司	皖合药监械经营许20230887号	合肥市市监局	2028.12.03
296	安徽省澳星眼镜有限公司万达文旅城分公司	皖合药监械经营许20230351号	合肥市市监局	2028.04.20
297	安徽省澳星眼镜有限公司保利广场分公司	皖合药监械经营许20170490号	合肥市市监局	2027.12.10
298	安徽省澳星眼镜有限公司金寨路分公司	皖合药监械经营许20220740号	合肥市市监局	2027.12.07
299	安徽省澳星眼镜有限公司庐阳万象汇分公司	皖合药监械经营许20220672号	合肥市市监局	2027.11.08
300	安徽省澳星眼镜有限公司	皖合食药监械经营许20210924号	合肥市市监局	2026.10.28
301	安徽省澳星眼镜有限公司滨湖银泰分公司	皖合食药监械经营许20210155号	合肥市市监局	2026.02.02
302	安徽省澳星眼镜有限公司砂之船分公司	皖合食药监械经营许20200641号	合肥市市监局	2025.09.09
303	杭州普立奥眼镜有限公司拱墅区第一分公司	浙杭药监械经营许20230358号	杭州市市监局	2028.04.02
304	杭州普立奥眼镜有限公司滨江区第二分公司	浙杭药监械经营许20221101号	杭州市市监局	2027.09.27
305	杭州普立奥眼镜有限公司宁波第一分公司	浙甬药监械经营许20220117号	宁波市市监局	2027.07.11

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
306	苏州普立奥眼镜有限公司相城区第一分公司	苏苏药监械经营许20249022号	苏州市市监局	2029.06.04
307	苏州普立奥眼镜有限公司	苏苏药监械经营许20229039号	苏州市市监局	2027.11.15
308	昆山市普立奥眼镜有限公司玉山第一分公司	苏苏药监械经营许20236031号	苏州市市监局	2028.07.03
309	昆山市普立奥眼镜有限公司昆山天虹分公司	苏苏药监械经营许20236028号	苏州市市监局	2028.06.20
310	昆山市普立奥眼镜有限公司	苏苏食药监械经营许20206036号	苏州市市监局	2025.10.24
311	南京市普立奥眼镜有限公司	苏宁食药监械经营许20220735号	南京市市监局	2027.11.01
312	成都市博士眼镜有限公司高新区吉瑞二路分公司	川蓉药监械经营许20241940号	成都市市监局	2029.11.18
313	成都市博士眼镜有限公司天府新区第一分公司	川蓉药监械经营许20241918号	成都市市监局	2029.11.14
314	成都市博士眼镜有限公司武侯人民南路四段分公司	川蓉药监械经营许20241680号	成都市市监局	2029.09.29
315	成都市博士眼镜有限公司高新天仁路分公司	川蓉药监械经营许20241664号	成都市市监局	2029.09.28
316	成都市博士眼镜有限公司金牛花照壁西顺街第一分公司	川蓉药监械经营许20241338号	成都市市监局	2029.08.05
317	成都市博士眼镜有限公司金牛交大路分公司	川蓉药监械经营许20241337号	成都市市监局	2029.08.04
318	成都市博士眼镜有限公司高新天府大道分公司	川蓉药监械经营许20160865号	成都市市监局	2029.07.21
319	成都市博士眼镜有限公司金牛花照壁西顺街分公司	川蓉药监械经营许20240220号	成都市市监局	2029.01.28
320	成都市博士眼镜有限公司高新剑南大道分公司	川蓉药监械经营许20232164号	成都市市监局	2028.11.28
321	成都市博士眼镜有限公司成华大道杉板桥路分公司	川蓉药监械经营许20232124号	成都市市监局	2028.11.19
322	成都市博士眼镜有限公司高新府城大道分公司	川蓉药监械经营许20232058号	成都市市监局	2028.11.07
323	成都市博士眼镜有限公司高新悠方购物中心分公司	川蓉药监械经营许20231903号	成都市市监局	2028.10.22
324	成都市博士眼镜有限公司双庆路第三分公司	川蓉药监械经营许20220175号	成都市市监局	2027.01.25
325	成都市博士眼镜有限公司海滨城分公司	川蓉药监械经营许20160858号	成都市市监局	2026.10.12
326	成都市博士眼镜有限公司高新区天目分公司	川蓉药监械经营许20211163号	成都市市监局	2026.08.10

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
327	成都市博士眼镜有限公司龙泉驿区金枫路分公司	川蓉药监械经营许20211043号	成都市市监局	2026.07.25
328	昆明德勤眼镜有限公司瑞鼎城一分公司	滇昆药监械经营许20240948号	昆明市市监局	2029.11.14
329	昆明德勤眼镜有限公司大悦城分公司	滇昆药监械经营许20240215号	昆明市市监局	2029.03.25
330	昆明德勤眼镜有限公司万象城分公司	滇昆药监械经营许20240045号	昆明市市监局	2029.01.15
331	昆明德勤眼镜有限公司世纪金源分公司	滇昆药监械经营许20231079号	云南省昆明市市监局	2028.11.29
332	昆明德勤眼镜有限公司广福路分公司	滇昆药监械经营许20230098号	云南省昆明市市监局	2028.02.15
333	昆明德勤眼镜有限公司西城时代分公司	滇昆药监械经营许20170557号	云南省昆明市市监局	2027.11.26
334	昆明德勤眼镜有限公司南亚风情分公司	滇昆药监械经营许20220897号	云南省昆明市市监局	2027.10.24
335	昆明德勤眼镜有限公司呈贡区彩云路分公司	滇昆药监械经营许20170412号	云南省昆明市市监局	2027.08.07
336	昆明德勤眼镜有限公司西山万达分公司	滇昆药监械经营许20220653号	云南省昆明市市监局	2027.07.20
337	昆明德勤眼镜有限公司盘龙区恒隆广场分公司	滇昆药监械经营许20220449号	云南省昆明市市监局	2027.05.17
338	昆明德勤眼镜有限公司盘龙区新迎新城分公司	滇昆食药监械经营许20220310号	云南省昆明市市监局	2027.04.01
339	昆明德勤眼镜有限公司官渡区海乐世界分公司	滇昆食药监械经营许20220202号	云南省昆明市市监局	2027.02.24
340	昆明德勤眼镜有限公司呈贡区万达广场分公司	滇昆食药监械经营许20220170号	云南省昆明市市监局	2027.02.14
341	昆明德勤眼镜有限公司云立方分公司	滇昆食药监械经营许20211280号	云南省昆明市市监局	2026.12.13
342	昆明德勤眼镜有限公司呈贡区七彩云时尚分公司	滇昆食药监械经营许20211251号	云南省昆明市市监局	2026.12.08
343	昆明德勤眼镜有限公司海宏路分公司	滇昆食药监械经营许20210618号	云南省昆明市市监局	2026.05.27
344	昆明德勤眼镜有限公司湖岸花园分公司	滇昆食药监械经营许20210432号	云南省昆明市市监局	2026.04.11
345	昆明德勤眼镜有限公司同德广场分公司	滇昆食药监械经营许20160222号	昆明市市监局	2026.02.07
346	青岛澳星博士眼镜有限责任公司金狮广场店	鲁青药监械经营许20190531号	青岛市行政审批服务局	2029.08.11
347	青岛澳星博士眼镜有限责任公司崂山万象汇店	鲁青药监械经营许20220704号	青岛市行政审批服务局	2027.10.11
348	青岛澳星博士眼镜有限责任公司市南万象城三店	鲁青药监械经营许20220341号	青岛市行政审批服务局	2027.05.10
349	青岛澳星博士眼镜有限责任公司	鲁青食药监械经营许20210838号	青岛市食品药品监督管理局	2026.11.28

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
350	南宁市普立奥眼镜有限公司北湖大唐天城店	桂南药监械经营许20240998号	南宁市政务服务中心	2029.11.11
351	南宁市普立奥眼镜有限公司平乐大道分店	桂南药监械经营许20230681号	南宁市行政审批局	2028.08.31
352	南宁市普立奥眼镜有限公司航洋国际城店	桂南药监械经营许20180196号	南宁市行政审批局	2028.05.29
353	南宁市普立奥眼镜有限公司五象二十四城店	桂南食药监械经营许20220270号	南宁市行政审批局	2027.04.21
354	南宁市普立奥眼镜有限公司万象城店	桂南食药监械经营许20170007号	南宁市行政审批局	2027.01.05
355	南宁市普立奥眼镜有限公司万象城一店	桂南药监械经营许20210528号	南宁市行政审批局	2026.08.01
356	南宁市普立奥眼镜有限公司新梦店	桂南食药监械经营许20200078号	南宁市行政审批局	2025.03.29
357	南宁博镜贸易有限公司	桂南药监械经营许20230062号	南宁市行政审批局	2028.01.19
358	三亚博镜品牌管理有限公司海口万象城分公司	琼海口药监械经营许20220162号	海口市药品监督管理局	2029.11.20
359	海南博郡贸易有限公司观澜湖新城分公司	琼海口药监械经营许20240004号	海口市药品监督管理局	2029.01.15
360	三亚博镜贸易有限公司儋州夏日百货分公司	琼儋州药监械经营许20220017号	儋州市市监局	2027.11.24
361	三亚博镜贸易有限公司亚龙湾奥特莱斯分公司	琼三亚食药监械经营许20220002号	三亚市市监局	2027.01.06
362	三亚博镜贸易有限公司夏日百货分公司	琼三亚食药监械经营许20210041号	三亚市市监局	2026.12.19
363	海口博镜贸易有限公司远大二分公司	琼海口食药监械经营许20220028号	海口市药品监督管理局	2027.02.20
364	天津市普立奥眼镜有限公司	津西食药监械经营许20220006号	天津河西区市监局	2027.04.01
365	沈阳市澳星博士眼镜有限公司和平鑫聚分公司	辽沈药监械经营许20231163号	沈阳市市监局	2028.06.29
366	武汉普立奥眼镜有限公司	鄂汉药监械经营许20222788号	武汉市江岸区行政审批局	2027.07.31
367	无锡市普立奥眼镜有限公司	苏锡药监械经营许20240061号	无锡市行政审批局	2029.04.11
368	无锡市普立奥眼镜有限公司惠山区第一分公司	苏锡药监械经营许20220103号	无锡市行政审批局	2027.11.13
369	无锡市普立奥眼镜有限公司锡山区第三分公司	苏锡械经营许20210145号	无锡市行政审批局	2026.09.21
370	无锡市普立奥眼镜有限公司锡山区第一分公司	苏锡械经营许20200044号	无锡市行政审批局	2025.06.01
371	无锡市普立奥眼镜有限公司滨湖区第一分公司	苏锡械经营许20200041号	无锡市行政审批局	2025.05.24
372	重庆市博士眼镜有限公司长嘉汇分公司	渝南药监械经营许20240062号	重庆市南岸区市监局	2029.09.18
373	重庆市博士眼镜有限公司九龙坡区云岭分公司	渝九药监械经营许20240121号	重庆市九龙坡区市监局	2029.07.04

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
374	重庆市博士眼镜有限公司两江新区金开大道分公司	渝两江药监械经营许 20240044 号	重庆两江新区市监局	2029.05.30
375	重庆市博士眼镜有限公司九龙坡万象分公司	渝九药监械经营许 20190077 号	重庆市九龙坡区市监局	2029.05.08
376	重庆市博士眼镜有限公司两江新区石人工分公司	渝两江药监械经营许 20240030 号	重庆两江新区市监局	2029.04.23
377	重庆市博士眼镜有限公司源著分公司	渝江药监械经营许 20240017 号	重庆市江北区市监局	2029.03.14
378	重庆市博士眼镜有限公司新都汇分公司	渝北食药监械经营许 20190011 号	重庆市渝北区市监局	2029.03.14
379	重庆市博士眼镜有限公司翼龙路分公司	渝九药监械经营许 20240025 号	重庆市九龙坡区市监局	2029.02.04
380	重庆市博士眼镜有限公司两江新区礼慈路分公司	渝两江药监械经营许 20240002 号	重庆两江新区市监局	2029.02.03
381	重庆市博士眼镜有限公司青枫南路分公司	渝两江药监械经营许 20240007 号	重庆两江新区市监局	2029.01.25
382	重庆市博士眼镜有限公司斑竹路分公司	渝 20 食药监械经营许 20190007 号	重庆两江新区市监局	2029.01.02
383	重庆市博士眼镜有限公司南坪星光时代分公司	渝 08 食药监械经营许 20180103 号	重庆市南岸区市监局	2028.10.30
384	重庆市博士眼镜有限公司大坪石人工分公司	渝渝药监械经营许 20180088 号	重庆市渝中区市监局	2028.09.05
385	重庆市博士眼镜有限公司华融分公司	渝北食药监械经营许 20180091 号	重庆市食品药品监督管理局渝北区分局	2028.08.06
386	重庆市博士眼镜有限公司谢家湾分公司	渝九药监械经营许 20230293 号	重庆市九龙坡区市监局	2028.06.28
387	重庆市博士眼镜有限公司嘉州新光天地分公司	渝北药监械经营许 20230089 号	重庆市渝北区市监局	2028.05.15
388	重庆市博士眼镜有限公司龙山分公司	渝北食药监械经营许 20180020 号	重庆市渝北区市监局	2028.04.24
389	重庆市博士眼镜有限公司星光分公司	渝 20 食药监械经营许 20180009 号	重庆两江新区市场和质量监督管理局	2028.02.13
390	重庆市博士眼镜有限公司洪湖东路财富分公司	渝 20 食药监械经营许 20180008 号	重庆两江新区市场和质量监督管理局	2028.02.13
391	重庆市博士眼镜有限公司沙坪坝区高新分公司	渝沙药监械经营许 20230001 号	重庆市沙坪坝区市监局	2028.01.17
392	重庆市博士眼镜有限公司两江新区金渝大道分公司	渝两江新区食药监械经营许 20220053 号	重庆两江新区市监局	2027.07.07
393	重庆市博士眼镜有限公司金辉广场分公司	渝 08 食药监械经营许 20210112 号	重庆市南岸区市监局	2026.11.17

序号	取得主体	证书编号	核发机关	有效期
394	重庆市博士眼镜有限公司大学城天街分公司	渝高新区食药监械经营许 20210035 号	重庆市高新技术产业开发区管理委员会市监局	2026.08.12
395	重庆市博士眼镜有限公司国瑞城分公司	渝大食药监械经营许 20160006 号	重庆市大渡口区市监局	2026.08.01
396	重庆市博士眼镜有限公司大渡口区万象汇分公司	渝大食药监械经营许 20210024 号	重庆市大渡口区市监局	2026.07.18
397	重庆市博士眼镜有限公司两江光环分公司	渝 20 食药监械经营许 20210028 号	重庆两江新区市监局	2026.05.17
398	重庆市博士眼镜有限公司大石坝东原分公司	渝江食药监械经营许 20150016 号	重庆市江北区市监局	2025.01.20

注：上述第 179、180、223、283、398 项资质均已办理续期并在有效期内，第 356 项资质正在办理续期、不存在实质性障碍，相应主体在资质过期后未进行第三类医疗器械销售行为

2、医疗器械网络销售备案凭证

序号	取得主体	对应医疗器械网络交易服务第三方平台	备案编号	备案机关	批准日期
1	发行人	北京三快科技有限公司、阿里健康科技（广州）有限公司、上海京东到家友恒电商信息技术有限公司、上海拉扎斯信息科技有限公司、杭州有赞科技有限公司	粤深械网备 201905240091	深圳市市监局	2024.08.19
2	新云程	小红书、有赞网、得物网、宁波商量网上商城、京东、唯品会、拼多多、天猫、饿了么、美团网、阿里巴巴、快手、抖音	赣洪药监械网备 20230296 号	南昌市市监局	2023.12.27
3	博镜电商	有赞	2022040154077000023	三亚市市监局	2022.04.01

3、特许经营权备案

序号	特许人	备案号	特许品牌	权利类型	权利号	权利性质	注册类别	权利期限
1	发行人	0440300111600107	zèle	注册商标	13241520	所有权	9	2035.01.13
2			zèle	注册商标	13241488	所有权	44	2035.01.13
3			砫	注册商标	19943997	所有权	44	2027.06.27
4			砫	注册商标	19943996	所有权	9	2027.06.27
5			砫	注册商标	18589502	所有权	9	2027.01.20

序号	特许人	备案号	特许品牌	权利类型	权利号	权利性质	注册类别	权利期限
6			砫	注册商标	18589746	所有权	44	2027.01.20