

证券代码：300015

证券简称：爱尔眼科

爱尔眼科医院集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-005

投资者关系 活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中信建投：华冉；君和资本：崔雨菲；新华资产：李浩；南方基金：秦乾一；长江证券：蔡念恒；Principal Asset Management：张一凡；大家资产：蒯学章；太平资产：汪腾、冯宝龙
时间	2025 年 7 月 17 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董秘：吴士君 董事会办公室工作人员
投资者关系 活动主要内容介绍	1、请问公司怎么看待海外市场和相关发展策略？ 答：海外市场各不相同，总体来看竞争环境相对宽松，主要依靠技术实力和品牌影响力拓展份额。经过八年“出海”，我们感受到海外的市场空间极大，我们重点考虑内生增长能力强的并购标的，只有内生能力强，外延扩张才可持续。 欧洲地区： 2017 年，公司收购西班牙上市公司 ClínicaBaviera.S.A（“CB”），医疗网络覆盖西班牙、德国、意大利、奥地利、英国（2024 年收购），是欧洲领先的眼科连锁医疗机构。2024 年，CB 实现收入 2.6 亿欧元，截至年底共计 137 家眼科诊所，比收购之初接近翻番。其中西班牙地区收入贡献近 70%、医疗机构数量占比近 60%。

	以 CB 体量最大的西班牙地区为例，其在西班牙的市占率不足三成，还有较大发展空间；在德国、意大利、英国、奥地利的市占率提升空间则更大；同时，欧洲国家众多、经济实力雄厚，未来，CB 将择机进入新的市场。 自收购并表以来，CB 营业收入年复合增速超过 15%，净利润年复合增速超过 20%。在经济发达地区，历经公共危机、地缘冲突等影响，交出如此答卷，可见其拥有较高的品牌美誉度、技术实力，也体现了公司的赋能、整合能力。未来，随着逐步扩张进入更多国家和地区，以及本身内生增长，CB 的体量有望进一步提升。 东南亚地区： 2019 年底，公司收购新加坡上市公司 ISEC，其医疗网络覆盖马来西亚、新加坡，并已进入缅甸。2024 年，ISEC 实现营业收入 0.74 亿新币，截至年底共计 17 家眼科诊所。自收购并表以来，营业收入年复合增速 20%左右，净利润年复合增速近 30%，是东南亚领先的眼科连锁医疗机构。 东南亚总人口接近 7 亿，相当于半个中国，经济发展潜力较高，同时近视等问题较为普遍。一些人口大国的眼科市场，如越南人口超过 1 亿、印尼人口接近 3 亿等，公司尚未涉足。 公司积极寻找进入东南亚各国眼科市场的机会，未来，随着公司在东南亚各国医疗网络布局逐步完善，以及现有机构持续成长，ISEC 尚有很大发展潜力。 其他地区： 公司持续关注其他地区机会，如市场巨大的北美、潜力较高的南美等。公司与各地区眼科医疗机构、顶级眼科医生保持良好关系，也通过欧洲、东南亚机构的收购后表现打下了优秀的样板，展示了赋能、整合能力，这些皆为公司未来的海外并购打下了良好的基础。此外，相较财务投资者，公司的海外收购以长期经营为目标，对并购标的创始人、核心骨干往往有更高的吸引力。
--	---

整体而言，海外眼科医疗市场有星辰大海，但航路有急流暗礁，公司倾向于法治程度高的地区，运行透明度高的标的，采取“顶层设计、精挑细选、稳健扩张、本土运营”的策略方针。公司注重保留当地品牌和管理团队，注入积极进取的爱尔文化，同时，把海外的先进做法引入国内，实现优势互补、协同发展。

2、公司网络遥遥领先，在国内还有多大成长空间？

答：医院的成长空间从根本上取决于品牌影响力。从现有医院成长空间来看：

目前院龄较高的八九家省会医院，如武汉爱尔、长沙爱尔、成都爱尔、辽宁爱尔等，已经颇具规模，但与中国几家最大的公立眼科医院相比，还有较大空间，必须进一步扩大品牌覆盖面，把专家团队优势充分释放出来。其他省会医院必须成为本省的一流医院，让本省区老百姓众所周知，成为疑难眼病的高地，成长空间很大。

对于地级市医院，有的医院年收入超过 2 亿，但与其覆盖的人口相比，渗透率还很不够；而公司尚有大量地级市医院收入不足 5 千万，增长潜力极大。

公司的县级医院目前整体体量较小，将来会随着经济发展、国民眼健康意识提高、公司医疗服务口碑提升而持续成长。

未来，越来越多爱尔眼科医院将陪伴城市共同成长，希望逐步成为城市历史中的“眼科地标”。

从医疗网络布局空间来看：

截至 2024 年底，上市公司在国内医院数量 252 家，并购基金医院数量 194 家，在省会、地级市的布局已有相当规模，不过并购基金医院院龄较短、规模较小。

未来，公司将会在逐步完善各级城市医院布局的基础上，进一步加强眼科诊所的开设，为更多眼病患者提供更高质量、更可及的眼科医疗服务，同时也为公司提供新的增量。

说到底，一家医院的发展空间取决于怎么发展，高质量发展才有大空间。我们每一家医院都要踏踏实实，以优质的医疗效果取信于患者，让口碑成为最有力的放大器。

3、公司今年强调降本增效，是不是因为增速放缓？

答：实际上，无论增速快慢都要降本增效，降本增效能够让公司更健康地成长。降低体脂率，才能跑得更好。

2025 年，为适应竞争形势变化，公司及时启动组织变革，目的是激发组织活力，提高管控效率，让更多优秀人才脱颖而出，担纲重要岗位，打赢新十年高质量发展的升级战；另一方面，围绕“以患者为中心”，进一步优化流程，提高体验感和满意度；同时，加强 AI 研究应用，加快数字化布局，通过医、工、科交叉融合，把公司的数据优势、网络优势、国际化优势转化为现实的新质生产力，赋能改造传统的医疗技术、服务模式，实现高水平发展，并不断降本增效。

启动组织变革、优化诊疗流程、加强 AI 研究应用等措施，目的不仅仅是降本，更重要的是增效。增效不仅要求各项措施更加落地，更重要的是敢于打破惯性思维，突破路径依赖，要有革命性变化，而不只是修修补补。

中国人口基数巨大，眼科各亚专科服务的渗透率较低。在近视率高企的同时，老龄化程度加深，白内障、青光眼、视网膜病变等年龄相关性眼病将持续增长。此外，老花眼相关治疗需求将逐步提升，干眼症治疗也会随着技术进步、眼健康意识提升而越来越普及，空间广阔，有望成为新的增长点。

面对客观存在的大量眼健康需求，公司不会停止增长。公司致力于为更多民众提供优质的眼健康服务。在市场需求持续扩容、先进技术逐步普及的趋势下，公司不断提升诊疗、服务水平，越来越多的患者选择爱尔眼科，公司的经营业绩也将得到体现。

4、如何看待国内的老花眼治疗市场？

答：老花手术在国内普及率极低，发展还处于早期阶段，市场空间非常宽广。中国目前大多数中老年人对老花（老视）的认识程度不高，甚至他们所使用的老花镜都未经过正规验配。

与之对应的是，公司的欧洲子公司老花手术业务发展良好，收入贡献较为显著，当地人群对老花手术的接受度较高。根据发达国家的经验，未来国内老花治疗业务的需求空间也非常大，尤其是对视觉质量要求较高 50 后、60 后、70 后。

老花治疗有多种手段，包括医学验光配镜、手术治疗等等。随着技术发展，未来也将出现更多效果更好、更多样化的治疗方式。

为了适应人口老龄化背景下催生的大量新需求，公司发展老年眼病诊断、老视治疗等业务，将来探索成立老视学组、布局老视门诊等。

老视治疗新技术不像潮玩，不会一哄而上、一忽而散，而是“眼见为实”、持续释放，因为视觉质量的大幅改善带来持久的情绪价值和健康价值，将对工作、生活带来巨大的好处。公司将与行业进一步加强眼健康教育引导，让人们了解老花治疗的多种方式及其术后效果，包括解决未来白内障问题等；另一方面，随着适龄段人群支付能力的提高和对视觉品质的追求，老花眼治疗市场未来有望出现较大的增长，成为公司新的增长点，势成则事成、先行者先得。

5、今年旺季公司新技术的推广情况如何？

答：公司屈光技术始终保持国际同步、国内领先，同时坚持倡导“适合的才是最好的”基本理念，术式种类日益丰富齐全，为患者提供个性化、精准化的医疗服务。

2024 年，公司陆续推出全光塑、全飞秒 4.0 等升级术式；今年，公司已推出全飞秒 Pro，并有望推出 ICL V5 晶体等，进

	一步满足多层次、多元化的需求。 目前公司各项新术式按计划推广，取得了较好的先发优势。新术式给患者带来更短的手术时间、更好的视觉质量，获得了患者的广泛认可，并成功扭转了均价下行的趋势。新技术的不断迭代，给患者有了更多的解决方案，也帮助以前一些受技术限制不能就诊的患者解决了问题。 在国内眼科新技术推广的过程中，爱尔眼科充分体现出网络优势、专家优势、品牌优势和科普优势，让新技术推广的进程大大加快，从而进一步强化了公司的先发优势。对于上游厂商来说，爱尔发挥了乘法作用，这在那些各自为政的市场是难以想象的。
日期	2025 年 7 月 17 日