

证券代码：688050

证券简称：爱博医疗

爱博诺德（北京）医疗科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：202508—01

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☒业绩说明会 ☐现场参观 ☐分析师会议 ☐新闻发布会 ☒其他（电话会议） ☐媒体采访 ☐路演活动
-----------	--

	业证券、兴业基金、信达证券、东方财富证券、中泰证券、中信保诚资管、中信建投证券、中信期货、中信证券、中邮人寿保险、中邮证券、众安在线财保、金信基金、金鹰基金、西部利得基金、西部证券、果行育德管理咨询、海南恒立私募、海南轻云谷私募、海南希瓦私募、海南羊角私募、杭州汇升投资、杭州军璐投资、杭州萧山精富私募、弘毅远方基金、宏红投资、宏利投资（香港）、湖南常昇私募、荷荷私募、汇华理财、惠升基金、招商基金、招商信诺资管、招商证券、招商证券资管、江苏瑞华投资、金斧子资管、君联同道私募、匀丰资管、辽宁和生中德产投、民银资本、南京双安资产、宁波泓宁亨泰投资、宁波莲盛投资、千榕资管、前海开源基金、翘石资本、青榕资产、榕泉资本、融通基金、瑞银资管（新加坡）、润晖投资、厦门建发投资、厦门圆和景明投资、仁桥资管、山东嘉信私募、上海安本私募、上海伯兄投资、上海崇山投资、上海大朴资管、上海丹羿投资、上海道翼投资、上海高毅资管、上海亘曦私募、上海海创私募、上海翰潭投资、上海和谐汇一资管、上海混沌投资、上海泾溪投资、上海玖鹏资管、上海巨杉资管、上海君和立成投资、上海坤阳私募、上海理成资管、上海领久私募、上海茂典资管、上海名禹资管、上海宁泉资管、上海璞远资管、上海勤远私募、上海秋阳予梁投资、上海慎知资管、上海水璞私募、上海万吨资管、上海行知创投、上海易正朗投资、上海涌乐私募、上海元葵资管、上海昭云投资、上海证券、上海中域资管、绍兴民生医药、绍兴诗韵纺织、申万宏源证券、申万宏源资管、深圳安瑞置业、深圳高合投资、深圳国源信达资本、深圳恒德投资、深圳泓盛资管、深圳景泰利丰投资、深圳凯玄投资、深圳平石资管、深圳前海禾丰正则资管、深圳前海精至资管、深圳瑞信致远私募、深圳瑞园私募、深圳尚诚资管、水印投资、深圳毅恒资本、深圳泽鑫毅德投资、深圳智诚海威资管、深圳中道资管、神农投资、深圳中欧瑞博投资、深圳中天
--	---

	汇富基金、沈阳广益恒嘉私募、世纪证券、西安交辉创投、香港弘则、湘财基金、新华资管（香港）、新思路投资、星石投资、星允投资、甬兴证券、远信资本、粤佛私募、万泰华瑞投资、浙江旌安私募、浙商证券、真脉投资、中昂国际投资、中国诚通、中国人寿资管、中华联合保险、中融汇信期货、珠海横琴乘风私募、珠海尚石投资、知盈投资、About Capital Management(HK) Co. Ltd、AIHC Capital Management Limited、BARNHILL CAPITAL LIMITED、Genesis Bright Investment Management Limited、GL Capital Group、HARVEST FUND LIMITED、HBM Partners Hong Kong Limited、HJ PARTNERS、HM CAPITAL LIMITED、Nas Tyx Cap、PERSEVERANCE ASSET MANAGEMENT INTERNATIONAL (SINGAPORE) PTE. LTD.、Point72 Hong Kong Limited、Tiger Pacific Capital、UBS Group AG、UBS Securities Asia Limited 以及个人投资者等
时间	2025 年 08 月 28 日 15:30
地点	进门财经线上会议
上市公司接待 人员姓名	董事长兼总经理：解江冰 副总经理兼财务总监：郭彦昌 董事会秘书：周裕茜
投资者关系活动 主要内容介绍	一、2025 年上半年公司业绩情况 2025 年上半年，公司整体经营业绩良好，核心经营指标如下：上半年，公司实现营业收入 7.87 亿元，同比增长 14.72%；归属于上市公司股东的净利润 2.13 亿元，同比增长 2.53%。第二季度，公司单季度实现营业收入 4.30 亿元，同比增长 14.44%；单季度归属于上市公司股东的净利润 1.21 亿元，同比增长 14.85%。2025 年上半年公司经营活动产生的现金流量

	净额为 1.54 亿元，同比增加 26.43%，该指标同比增长幅度高于同期营业收入同比增长幅度。 从产品收入结构来看，上半年人工晶状体产品收入为 3.45 亿元，同比增长 8.23%，“全视”多焦人工晶状体等高端产品增长迅速，占比不断提升；角膜塑形镜产品收入为 1.19 亿元，同比增长 5.63%，“普诺瞳”角膜塑形镜的控制效果持续获得市场认可，在竞争加剧和消费降级的形势下公司保持了销量的持续增长；隐形眼镜产品收入为 2.36 亿元，同比增长 28.89%，尽管受行业内卷影响，但公司的自有品牌和自有渠道仍持续增长。 在当前严峻的市场形势下，公司仍进一步加大研发投入力度，上半年研发投入合计 8,338 万元，同比增长 21.55%。报告期内，公司在研产品有晶体眼人工晶状体（PR）已于 2025 年 1 月获批上市，硅水凝胶软性接触镜（型号：S2DRT）已于近期获批上市，同时，散光矫正型有晶体眼人工晶状体（PRT）已进入临床试验阶段，研发方面的整体进展符合公司预期。 二、投资者提问 1、请问公司双焦点人工晶状体销售情况如何？人工晶状体产品毛利率的具体表现情况怎么样？ 2025 年上半年，公司自主开发的“全视”多焦人工晶状体产品实现快速增长，在人工晶状体产品收入中的占比持续提升，因此即便剔除龙晶®PR 产品的销售收入，报告期内公司人工晶状体产品的平均销售价格仍呈上升态势。 龙晶®PR 产品自今年 3 月启动出货以来，公司始终执行严格的质量管控标准，该产品初期合格率存在较大优化空间。目前，公司已进行工艺优化改进，同时生产端团队提高了对产品生产流程的熟悉度，龙晶®PR 产品的合格率已实现提升。从当
--	--

	前销售情况来看，该产品销售规模较小，暂未对公司人工晶状体产品整体毛利率产生显著影响；未来随着销售规模的逐步扩大，其较高的毛利率水平将对人工晶状体产品整体毛利率起到正向拉动作用。 2、下游医院反馈医保管控与筛查监管均趋严格，行业整体手术量面临一定压力，请问公司对此实际感受如何？展望下半年，手术量所面临的支付端约束、DRG 端约束是否存在放松可能？公司对下半年行业增速的预期是怎样的？ 公司通过相关渠道了解到，今年上半年，行业整体白内障手术量呈小幅下滑趋势。上述现象的核心原因在于医保控费政策的持续推进以及白内障筛查活动的开展受限。从公司经营数据来看，上半年手术治疗业务板块整体收入虽实现增长，但剔除国际业务及龙晶®PR 产品收入后，该业务收入实际呈负增长趋势，此表现与行业整体趋势基本一致。 当前，公司暂无法对医保支付后续政策作出判断，但结合现有环境，短期内白内障手术开展仍将受到医保支付环境的制约。但从长期发展的角度来看，我国白内障手术普及率与发达国家相比仍存在较大差距，行业未来整体发展空间依然广阔。 3、请问公司人工晶状体新产品的研发进度如何？新产品注册是否能赶上下一轮医保续标？ 非球面扩景深（EDoF）人工晶状体已进入产品注册阶段，预计今年年底取证，大概率可赶上本轮医保续标。非球面三焦散光矫正人工晶状体的临床项目进展顺利，预计明年可完成注册，可能会错过下次续标。尽管公司无法明确医保续标相关具体政策细则，但参照目前行业通行惯例，人工晶状体完成产品注册取证后，通常可与同类别已纳入医保续标的人工晶状体产
--	--

	品享有同等的补充纳入医保续标的申请机会，因此无需过度担忧公司相关产品后续医保准入事宜。 4、公司如何看待市场上已上市的三焦点甚至多焦点产品？ 从政策层面，人工晶状体产品已普遍纳入医保覆盖范围，但不同地区医保报销政策存在区别，部分医院针对高端人工晶状体要求患者自费。在此背景下，三焦点人工晶状体当前市场用量相对有限，其市场占比显著低于单焦点、双焦点人工晶状体，短期内难以实现大规模市场放量。 公司兼具三焦点和散光纠正的人工晶状体产品预计明年获批上市。当前市场已经在销售或者正在研发过程中的多焦点人工晶状体产品（如双焦点、三焦点、四焦点、五焦点）品类丰富，但产品核心竞争力并非取决于焦点数量，而是实际临床性能。作为植入眼部的精密医疗器件，人工晶状体的最终评价需以患者视力改善效果及机体耐受性为核心标准。若产品植入后出现视力下降、眩光、光晕等不良反应，不仅会导致患者接受度大幅降低，临床医生也将减少对该产品的使用。因此，焦点数量仅为产品的基础属性标识，而产品设计细节（如光学结构优化、不良反应控制等）才是决定其临床应用价值与市场竞争力的关键因素。 5、请问上半年龙晶®PR 的收入和终端定价情况？各个季度的入院、销售情况如何？公司如何应对爱尔康收购 STAAR？针对该产品的销售是否有相关指引？ 根据《2025 年半年度报告》披露的信息，公司人工晶状体产品收入已涵盖了龙晶®PR 的销售收入，因该产品收入占比尚小，具体销售数据未单独拆分列示。关于龙晶®PR 产品的终端实际价格，可通过查询公开渠道发布的挂网价格或各医疗机构获取相关信息。
--	---

	从入院推广进度来看，龙晶®PR 产品的入院与市场销售情况均符合公司预期规划，鉴于公立医院入院流程相对繁琐，该产品目前主要在民营眼科医院实现销售，同时已有部分公立医院完成入院程序。从销售情况来看，该产品自今年 3 月启动销售，第一季度销售规模较小，二季度销售量较第一季度实现较大幅度的环比增长。 关于爱尔康收购 STAAR 事宜，公司暂未掌握更多相关信息，后续将持续关注行业动态。 依据公司过往新产品推广经验，新产品上市首年通常面临多重不确定性因素，例如医院入院流程推进情况、产品发货节奏等，均可能影响实际业绩。因此，公司将龙晶®PR 人工晶状体上市首年的核心工作重点聚焦于医院开户拓展，后续将持续开展市场推广活动，强化龙晶®PR 在医生、患者群体中的认可度。 6、公司散光矫正型有晶体眼人工晶状体（PRT）的研发进度？ 公司散光矫正型有晶体眼人工晶状体（PRT）目前已进入临床试验阶段，整体进展较为迅速且顺利。由于当前临床试验尚未完成入组，具体产品注册证书获取时间暂无法精确定，后续公司将根据临床试验推进情况及时跟进。 7、北京市角膜塑形镜供应链降价及卫健委验配排查整治政策，对公司相关产品有什么影响？ 北京地区角膜塑形镜价格调整已于 7 月启动执行，从短期来看，暂未对公司相关产品产生明显影响。 8、针对部分厂家已推出的更高透氧性 OK 镜产品，公司相关研发工作目前进展如何？将通过哪些方式实现相关产品的差异化？
--	--

	公司早前已开展了高透氧角膜塑形镜的研发工作，相关产品预计明年可获取注册证书。公司的高透氧性角膜接触镜所用材料为公司完全自主研发，从核心指标来看，其透氧率（DK值）将优于当前市场同类高透氧产品；关于高透氧角膜塑形镜的具体数值，需以官方后续公布的技术参数为准。 9、请问公司原计划借助暑假期间开展市场推广以积累更多临床数据，推广离焦软镜，目前该事项的进展情况如何？ 离焦软镜产品的研发及上市进程此前略有延迟，核心原因在于产品的初期工艺水平未能达到公司对青少年近视防控产品在舒适度与安全性方面的预设标准。 公司已投入大量时间与资源优化工艺以提升产品舒适度，该产品已于近期逐步启动发货。从长期来看，该产品市场前景向好。后续随着产品逐步被客户接纳，公司将同步收集临床数据，重点统计其近视防控效果，并开展与 OK 镜（角膜塑形镜）、离焦框架镜的效果对比研究。 10、请问公司当前隐形眼镜彩片产品的良率改善、产能建设及市场销售渠道建设情况如何？未来隐形眼镜业务计划达成怎样的战略目标？ 上半年，公司隐形眼镜产品销售收入同比增长 28.89%，公司产能未发生显著变动。但当前市场环境已出现以下两方面变化：一是市场价格内卷，平台间、品牌间及工厂间的竞争加剧，价格战迹象显现，公司产品在定价端面临较大压力；二是国内隐形眼镜生产加工的工厂数量逐步增加，市场产能虽未达过剩状态，但已摆脱去年大幅短缺、供货紧张的局面，行业整体竞争日趋激烈。基于此，公司暂未实施大规模产能扩张，仅在现有产线基础上开展优化工作。
--	---

	从当前产能规模来看，公司两大隐形眼镜生产基地合计产能约为 2500 万片/月，产品良率正处于持续提升阶段，但目前良率水平尚未达到公司预期目标。 公司对视力保健业务的未来发展规划较明确。未来将依托自身技术优势，聚焦高技术含量产品的研发与生产，致力于发展成为全球范围内具备核心竞争力的隐形眼镜主流生产商与供应商；同时，在功能性眼镜产品领域持续深化布局，通过独特的技术创新实现突破，力争达到国际领先水平，在全球行业竞争格局中占据前沿位置。 面对当前市场形势，公司未来将从以下三方面推进隐形眼镜业务板块发展： （1）技术转化与产品布局：公司将依托自身技术优势持续推进产品研发工作。尽管从研发成果向产品商业化需经历一定周期，但预计至今年年底，公司将陆续获取多款具备特色功能的产品注册证书，上述产品将定位高端市场，采取较高定价策略，以凸显产品技术价值与差异化优势。 （2）保障产能利用率：为确保生产线稳定运行及产能充分释放，针对普通款产品，公司将构建“自有渠道+客户 OEM 合作渠道”的双销售路径，通过多元渠道协同发力，实现产能高效利用。 （3）自有品牌与渠道建设：在自有渠道维度，公司将重点推进自有品牌的建设工作，同步强化自有渠道的战略布局，通过提升品牌力与深耕渠道，逐步提高自有品牌产品在整体销售规模中的占比，增强业务自主性与市场竞争力。 11、公司硅水凝胶隐形眼镜已取得相关产品证书，当前该产品的研发、生产及市场推广进展如何？预计何时能对公司业绩产生贡献？根据行业反馈，硅水凝胶隐形眼镜产品在生产环节及
--	--

	国产产能爬坡过程中存在较大难度,请问公司该类产品的产品力处于何种水平? 公司控股子公司爱博维康早先已持有一张硅水凝胶隐形眼镜注册证,控股子公司天眼医药新款硅水凝胶软性接触镜已于近期获批上市。该产品完全由公司自主研发,且已经过三期临床试验验证,相关技术与国际一线品牌水平一致。预计明年公司硅水凝胶彩色隐形眼镜将取得注册证,未来在硅水凝胶隐形眼镜领域,公司有望保持领先地位。 从市场现状来看,当前硅水凝胶隐形眼镜在国内市场占比仍较低,一方面受该类产品价格相对偏高影响,另一方面国际主要隐形眼镜品牌商在华未将其作为主推品类。但结合发达国家市场消费趋势,硅水凝胶隐形眼镜具备明确的发展潜力,将成为公司未来重点推广的产品品类。后续公司将依托现有材料学、光学设计、生产工艺及模具研发等核心优势,持续推动该类产品市场渗透,逐步提升客户接受度。 12、公司布局多款医美产品的战略目的是什么? 医美产品的经营表现是否达到预期目标? 公司对医美产品的布局早有规划,核心逻辑体现在两大维度:其一,公司在眼科领域长期沉淀的生物医用材料技术,与医美产品所需技术存在共通性——例如公司应用于眼科的透明质酸钠产品,与医美填充用玻尿酸的核心成分完全一致,可实现技术能力的跨领域迁移复用;其二,医美市场展现出广阔的发展潜力,契合公司向高成长赛道拓展的战略方向。基于上述考量,公司依托现有技术积累,逐步推进医美产品的布局工作。
--	--

	当前，公司医美领域的产品相关产品已陆续进入临床试验或注册阶段，暂未取得注册证书。关于该类产品的销售模式与策略，公司将在产品取得注册证书后视市场情况确定。 13、从公司中报数据来看，存货与应收账款规模的增长速度均达 35%左右，增速相对较快，请问推动二者增长的主要原因是什么？ 2025 年上半年，在市场竞争加剧的背景下，公司为满足合作需求，向部分客户提供账期支持，受此影响，上半年应收账款规模有所增加。从公司运营惯例来看，应收账款呈现“上半年相对较高、下半年逐步回落”的周期性特征。针对上半年形成的应收账款，公司已制定明确计划，将强化应收账款催收工作；参考过往运营经验，伴随年末结算周期的推进，相关应收账款基本可在年末前完成回收，届时应收账款规模将实现合理回落。 14、请管理层介绍下公司出海战略、海外销售布局及未来海外业务预期情况？ 国际化是公司的重要战略之一，公司正加快海外市场布局，具体推进情况如下：在产品注册方面，公司在上半年做了大量工作，已在多个国家和地区取得产品注册证；在市场销售方面，公司加强了对代理商的管理和考核。上半年人工晶状体境外销售同比增幅较大，高端产品占比亦逐步提升，除目前主要销售的欧洲国家外，公司近期正逐渐接触南美洲和东南亚地区的代理商，同时已建立自有直销国际团队。 上半年，公司人工晶状体产品境外销售的平均价格持续增长，境外业务仍具备较大提升空间，未来公司将继续在全球市场发力，推动相关产品进一步扩大国际市场份额。 15、公司管理层将通过什么方式实现年初 20%的业绩目标？
--	--

	公司在《2024 年年度股东大会会议资料》中披露的预算报告，预计 2025 年营业收入同比增长 20%-30%，归属于母公司股东的净利润同比增长 10%-20%。当前市场环境整体较为严峻，医疗机构端与生产制造端均需应对挑战。从短期趋势判断，医保控费政策的持续实施、宏观经济环境对消费能力的影响，预计在下半年不会发生显著变化。在此背景下，此前制定全年利润增长目标时，未能充分预估白内障手术量变化等外部市场环境产生的影响，导致前述目标当前面临较大实现压力。上述外部因素已对行业内公司的业绩表现产生普遍性影响。公司后续将积极落实应对措施，力争实现全年业绩增长。 三、董事长对公司未来发展的展望 今年整体外部经济环境面临较大挑战。但从长期发展的视角来看，眼健康领域的市场需求具有明确增长趋势，不会出现缩减。一方面，我国白内障手术率与发达国家仍存在显著差距，近视防控工作亦任重道远；另一方面，消费类眼科产品的市场需求潜力尚未完全释放，预计随着宏观经济环境逐步改善，该类产品需求预计将实现稳步提升。 基于上述判断，公司将始终坚持战略定力，持续发挥在研发创新与市场渠道布局方面的优势，推动业务稳步向前发展。我们同时期望各位股东能够秉持长期投资理念，与公司携手实现共同成长。再次感谢各位股东的支持与信任！
附件清单	无
日期	2025 年 08 月 29 日