

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

投资者关系活动记录表

编号：202511-01

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（2025 年第三季度业绩电话会；在北京证监局指导下，北京上市公司协会主办，中信建投、中信证券和中金公司联合协办《股东来了》——投资者走进爱博医疗活动） ☐媒体采访 ☐路演活动
-----------	--

	信基金、大和证券(中国)、大家保险、淡水泉(北京)投资管理、德邦基金、德邦证券、东北证券、东方阿尔法基金、东方财富证券、东方基金股份、东方证券、东吴基金、东吴证券、东兴证券、敦和资管、方正证券、佛山市东盈投资、福建鑫诺嘉誉投资、观富(北京)资管、光大证券、广东博众智能科技投资、广东谢诺辰阳私募证券投资、广东正圆私募基金、广发证券、广元思必达科技、广州巴道私募证券投资基金、广州正滔投资、国都证券、国富联合(青岛)私募基金、国海创新资本、国海证券、国杰研究院、国金基金、国金证券资管、国联民生证券、国融证券、国盛证券、国泰海通证券、国泰海通证券、国泰基金、国投瑞银基金、国投证券资管、国信证券、国中长城(天津)资管、果行育德管理咨询、海创私募基金、海南轻云谷私募基金、海南羊角私募基金、杭州军璐投资、杭州鹏达控股、杭州谦象私募基金、杭州优益增私募基金、杭州哲石私募基金、荷荷(北京)私募基金、弘则弥道投资咨询、宏红投资股份、宏利基金、泓盛资管、鸿途私募基金(广东)、鸿运私募基金(海南)、华宝基金、华创证券、华福证券、华盖医疗投资管理(北京)、华盖资本、华金证券、华能贵诚信托、华泰联合证券、华泰证券、华西证券、华鑫证券、华源证券、基石资管股份、见日日新(北京)咨询、建信金融资产投资、建银国际(控股)、金石金控(广州)、金泰资本(湖北)集团、金鹰基金、金元证券、晋江和铭资管、九泰基金、巨杉资管、君联资本管理股份、开源证券、乐盈(珠海)私募证券投资基金、联储证券、民生加银基金、民生证券、民银国际证券、摩根大通证券(中国)、南京睿澜私募基金、南京双安资管、南京证券、宁波泓宁亨泰投资管理、宁波湖畔积木咨询、宁波莲盛投资管理、圆合金控、平安证券、浦银国际证券、青岛鸿竹资管、青榕资管、仁桥(北京)资管、融通基金、瑞腾(平阳)私募基金、瑞银证券、润晖投资管理(天津)、润晖投资管理香港、厦门建发新兴产业股权
--	---

	投资、厦门圆和景明投资、川流私募基金、大朴资管、亘曦私募基金、光大证券资管、禾升投资管理、和谐汇一资管、寰鼎投资管理、混沌投资(集团)、嘉世私募基金、健顺投资、玖鹏资管中心(有限合伙)、君和立成投资管理中心(有限合伙)、雷钧私募基金、理成资管、林孚私募基金合伙企业(普通合伙)、领久私募基金、名禹资管、诺基亚贝尔股份、盘京投资管理中心(有限合伙)、勤远私募基金中心(有限合伙)、秋阳予梁投资、睿扬投资、森锦投资、水璞私募基金中心(有限合伙)、顺领资管中心(有限合伙)、万吨资管、湘禾投资、偕沣资管、鑫岚投资管理、行知创业投资、易正朗投资管理、益和源资管、翼品资管、元葵资管 (有限合伙)、中域投资、上汽顾臻资管、申万宏源证券资管、创富兆业金融管理、国源信达资本、前海汇杰达理资本、前海精至资管、市金斧子基金、市九霄投资、市凯玄投资、市平石资管、市千榕资管、市前海诚域私募证券基金、市前海禾丰正则资管、市尚诚资管、市轩瑞私募证券投资基金、市毅恒资本投资、市智诚海威资管、市中欧瑞博投资管理股份、沈阳广益恒嘉私募基金、世纪证券、首创证券、太保私募基金、太平创新投资管理、太平洋证券、太朴生科私募基金(珠海)、泰山财产保险、泰信基金、天风证券、天弘基金、通用技术创业投资、通用技术集团投资管理、常熟服装城集团、同泰基金、万和证券、伟星资管、西安敦成私募基金、西安交辉创业投资管理、西部证券、西南证券、香港汇丰银行、新华基金、新活力资本投资、新思路投资、兴合基金、兴业基金、野村东方国际证券、英飞全生(海南)投资、永安国富资管、甬兴证券、远信(珠海)私募基金、粤佛私募基金(武汉)、粤港澳大湾区科技创新产业投资基金(有限合伙)、长城财富管理、长江证券资管、长盛基金、招商证券、招商证券国际、招商证券资管、浙江纳轩私募基金、浙商证券、中钺润智资管、中邮创业基金股份、中邮证券、众安在线财产保险、重庆渝汇投资(集
--	---

	团)、舟山朴锐资管、朱雀基金、珠海横琴乘风私募基金、尚石投资、About Capital Management (HK) Co. Ltd、AIHC Capital Management Limited、Barn Hill Capital Limited、Dymon Asia Capital (HK) Limited、Etoiles Capital Group Co., Ltd、GL Capital Group、Grandeur Peak Global Advisors, LLC、HBM Partners Hong Kong Limited、HCHP Management Limited、HJ Partners、Long novent Capital、Ploncy Cap、Point72 Hong Kong Limited、Polymer、Tiger Pacific Capital、Tranquility Capital Group, LLC、Yunqi Path Capital Master Fund 以及个人投资者等
时间	2025 年 10 月 30 日、11 月 3 日
地点	进门财经线上会议 爱博医疗公司总部（北京）
上市公司接待 人员姓名	董事长兼总经理：解江冰 董事、副总经理兼研发总监：王翌 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 年三季度公司业绩情况 2025 年前三季度，公司实现营业收入 11.44 亿元，同比增长 6.43%；归属于上市公司股东的净利润 2.90 亿元，同比下降 8.64%；其中，第三季度，公司单季度实现营业收入 3.58 亿元，同比下降 8.17%，归属于上市公司股东的净利润 7,684.86 万元，同比下降 29.85%。前三季度，公司经营活动产生的现金流量净额为 2.30 亿元，同比增加 6.01%。 从整体业务方面来看，近视防控业务好于手术治疗业务。手术治疗业务主要产品人工晶状体的销售量和销售收入均出现下滑，部分省市医保支出结构调整对行业整体供给形成冲击，影响了公司产品盈利水平。隐形眼镜方面，受消费市场环境内卷影响，终端价格下滑，同时生产端随着境内竞争加剧，

	产品出厂价格和利润率均下降。此外，公司为推进隐形眼镜自有品牌建设及销售渠道拓展进行必要投入，销售费用上升，对利润造成一定负面影响。 二、公司高管介绍创新产品及研发技术 公司拥有众多研发人员，凭借五大专有技术平台，积极发挥与研发体系的协同性，强大的开发能力及专有技术平台，推出多款国内首创、国际领先的创新产品。 公司于 2025 年推出两款重磅产品：用于成年人近视矫正的有晶体眼人工晶状体“龙晶®PR”，以及用于白内障摘除手术后无晶状体眼视力矫正的焦深延长型人工晶状体“普诺明®全景®”。 在材料和技术创新方面，公司自主研发的高透氧硅水凝胶材料技术已达到国际一线品牌同等水平，产品已成功取得注册证。同时，公司正将 EDF 等核心光学技术延伸至功能性视光产品领域，持续拓展创新边界。 三、投资者提问 1、龙晶®PR 产品的入院和销售推广情况如何？如何展望全年以及明年该产品的销售预期？该产品的海外推广计划如何？ 龙晶®PR 产品目前仍处于市场推广阶段。作为一款新产品，其市场销量逐步提升需要一定周期。因产品对医生的操作技能要求较高，需进行医生操作手法的专项培训；患者术后的随访观察等相关配套工作也需要时间逐步推进。公司预计，经过 2025 年的市场铺垫，龙晶®PR 的销量将在 2026 年稳步上量增长。 公司持续坚持落实国际化战略。龙晶®PR 产品的海外注册申报与市场推广工作正有序推进。为加速拓展海外市场，公司已在部分国家及地区筛选合作代理商，搭建本地化市场准入渠
--	--

	道。鉴于部分国家和地区的产品注册与市场准入流程周期较长,公司将综合考量项目投入产出比,稳步推进海外业务布局。 2、DRG/DIP 改革和地方政府的其他控费从第三季度才开始密集出现吗? 各地医保政策调整是否对公司产品有影响? 公司后续有没有考虑哪些产品多做一些自费? 医保支付标准整体呈下调趋势,各地执行节奏存在差异。医保政策并非影响白内障手术量的唯一因素,地方政府会结合当地医保基金状况及支付能力,采取多种调控措施。以白内障领域为例,部分地区限制相关筛查工作,而白内障患者多为老年人,且不少居住于农村及偏远地区,缺乏主动就医意识。加之白内障手术不属于急症手术,患者就医意愿本就不迫切,筛查限制进一步导致手术量下滑。 根据公司当前掌握的信息,尽管自费类产品客观存在,但医保政策对医疗机构自费产品的使用比例设置了限制,且医院不得随意引导患者选择自费产品。受上述政策与监管要求约束,通过自费产品拓展市场的路径发展空间相对有限。 3、公司针对医保控费有哪些应对措施? 若控费压力持续,国内人工晶状体厂商是否会引发价格战? 医保费用的支付因地区不同存在差异性,各地医保结余情况会影响高价值产品的使用,具有不确定性。针对上述情况,公司将从以下两方面应对: (1) 深化市场宣传: 聚焦产品核心优势,依托前期积累的渠道、学术、品牌等优势,扩大产品影响力,提升在医生、患者、消费者层面的认可度,提高市场份额。 (2) 强化销售团队: 加大市场拓展力度,通过积累临床案例与患者口碑,进一步巩固产品市场竞争力。
--	---

	人工晶状体作为医疗器械，临床应用中呈现出显著的医生黏性。产品的核心竞争维度聚焦于安全性、临床可操作性、光学质量、生物相容性及术后的长期稳定性等。因此，单纯依靠价格调整难以实现产品替代，目前看行业竞争格局具备较强稳定性。 4、焦深延长型人工晶状体获批后，市场推广进展如何？针对该产品，公司如何规划医保续标工作上和未来销售预期？ 公司新获批的焦深延长型人工晶状体尚未正式销售，该产品从获证到生产需一个多月的时间，加上医院挂网定价等流程，预计未来两三个月才能形成实际销售收入。该产品兼具多焦点与单焦点的优势，已在海外上市多年，在发达国家市场广受欢迎。公司对其在国内市场的占有率和销售潜力保持乐观态度。 5、请问境内外人工晶状体的价格差异？ 不同地区的人工晶状体价格差异较大。其中美国等发达国家生产的产品定价较高，印度等地区生产的产品价格相对偏低。公司境外销售的人工晶状体产品，凭借核心竞争力维持较好定价水平，整体价格区间与欧美产地同类产品基本持平。 6、请介绍公司非球面三焦散光矫正型人工晶状体产品的研发进度。 公司非球面三焦散光矫正人工晶状体的临床进展顺利，公司将积极推进注册申报进度，争取实现早日上市。 7、今年角膜塑形镜市场需求呈现回暖态势，公司该业务板块表现良好，能否具体说明公司采取了哪些核心举措以提升该产品的市场竞争力？针对角膜塑形镜业务，公司后续是否有新产品的研发设计及推出计划？公司管理层如何看待行业内其他公司推出的短周期、高透氧角膜塑形镜产品？
--	--

	从公司的角度看，2025 年角膜塑形镜市场呈现回暖态势。公司角膜塑形镜产品第三季度实现双位数增长，前三季度整体达成个位数增长，核心驱动因素包括两方面：一是产品综合性能优势显著，其验配适配性佳、近视防控效果突出，获得临床医生与患者的广泛认可；二是公司持续强化销售渠道建设与学术推广力度，有效巩固并提升了市场竞争力。 新品研发层面，公司高度重视透氧材料的开发，在保障产品机械性能与塑形功能的基础上，持续提升透氧率水平。目前，公司高端高透氧材料研发项目正稳步推进，新一代角膜塑形镜产品计划于 2026 年正式上市，其透氧率指标将处于行业领先地位。此外，公司同步布局短周期角膜塑形镜的研发探索，认为在消费者可承受的价格区间内，推行短周期更换模式，有助于降低产品长期使用带来的安全隐患，具备良好的市场应用价值。 8、目前隐形眼镜的产能爬坡及良率情况如何？是否根据行业竞争格局调整了产能规划？ 隐形眼镜行业自去年以来，供需格局发生显著变化，尽管整体需求量未出现大幅缩减，但消费环境变化可能导致消费者从日抛转向半年抛等长周期产品，具体市场变化尚无准确统计数据。基于此市场环境，原定的产能扩张已适度放缓。公司旗下两家工厂年产能超过 3 亿片，产能利用率尚未达到满负荷水平。同时，公司持续优化生产流程，良率正逐步提升。后续将视市场情况决定放量节奏。 9、目前美瞳终端产品的渠道建设情况如何？销售费用的投入费率处于怎样的水平？从中长期来看，美瞳自有品牌的战略目标是什么？公司相较于其他隐形眼镜厂商的主要优势是什么？将通过哪些方式与现有成熟品牌竞争并脱颖而出？
--	--

	视力保健业务方面，公司采取长远战略布局，在发展 OEM 业务的同时，持续进行产品开发和自有品牌建设，构建长期护城河。目前，相关产品的注册证已陆续获批，公司计划利用技术端优势推出差异化产品，并同步推进生产和市场转化。为配合新产品上市，公司会加大自有品牌推广投入。 在渠道方面，为顺应隐形眼镜线上销售渠道为主的趋势，公司已在抖音、美团、天猫等主流电商平台布局，针对各平台特点进行差异化运营，并加强团队建设和资源投入。 公司依托在人工晶状体与角膜塑形镜领域的长期技术沉淀，成功实现复杂光学设计向隐形眼镜产品的技术迁移。同时，公司自主完成高透氧硅水凝胶材料的研发和生产，核心技术储备充分。 10、请管理层介绍目前离焦软镜的进展和硅水凝胶产品的进展？ 公司特殊设计的离焦软镜目前处于市场推广阶段，根据内部测试来看，该产品具备良好的近视防控效果。 控股子公司天眼医药的硅水凝胶隐形眼镜（蓝片）已于近期获批上市，目前在产线试产成功，并已接到部分 OEM 客户订单，预计 12 月起陆续出货。该产品透氧率较高，配戴舒适性良好。公司计划明年开展自有品牌推广，以推动高毛利率产品对整体业务的利润贡献。 11、公司如何看待未来老年人群的市场机会？相关的产品会有所布局吗？ 老花矫正市场具备广阔发展潜力，该需求覆盖全人群，几乎所有成年人都会面临老花问题。尽管相关产品研发存在较高技术门槛，但长期投入与探索具备显著价值。公司已利用自身研发优势，围绕老花矫正需求构建多元化产品布局，从多焦点
--	---

	人工晶状体到隐形眼镜产品，持续迭代解决方案，致力于全面满足市场需求。 12、公司第三季度利润率出现波动，请问管理层对本年度及明年的业绩增长和利润率预期如何判断？ 前三季度，受市场环境影响，公司人工晶状体产品的平均销售单价呈现波动。尽管集中采购对该产品价格端的影响已于第三季度逐步消化，但终端供给端的制约因素导致产品销量下滑幅度超出预期，使得公司全年利润增长目标面临较大压力。 公司管理层始终秉持稳健经营的理念，在当前市场环境下聚焦主业发展。未来，公司将通过扩大销售规模、优化成本结构，强化成本管控，同时保障研发投入强度，聚焦资源优化与运营效率提升，并结合行业发展趋势动态调整经营策略，稳步推动公司业绩与盈利能力的持续改善。 13、目前公司海外市场的占比较低，但存在较大发展空间，请问公司当前的海外战略是什么？ 国际化是公司的重要战略之一，鉴于目前在海外市场的市场占有率较低，公司正加快海外市场布局。公司产品属于高值耗材，单纯依靠价格竞争难以形成显著优势，因此公司确立了以产品质量与医生口碑为核心的竞争战略。凭借在研发、生产等方面积累的优势，公司产品定价与欧美、日本同类产品水平相当。 为提升海外业务的投入产出效率，公司未局限于人工晶状体单一产品出海，而是采取协同出海模式：联合国内多家设备厂商共同拓展海外市场，承接相关厂商的海外代理及销售权限，构建“设备+高值耗材”的组合输出体系。该模式有助于更高效地搭建海外运营团队，实现资源互补与收益优化，推动海外业务稳步拓展。
--	--

	四、董事长对公司未来发展的展望 2025 年，受外部经济环境波动影响，公司短期业绩出现波动。但从长期发展的维度来看，我国医疗端与消费端的相关需求仍存在较大未被满足的空间。公司坚定看好中国经济的内在韧性，预计随着各项不利因素逐步消退，市场需求将稳步增长，爱博医疗的业绩会重回上升通道。未来，公司将秉持稳健经营的原则，持续开拓创新，积极把握市场机遇，致力于为投资者创造长期、持续的投资回报。
附件清单	无
日期	2025 年 11 月 4 日