

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：202604-01

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称	工银瑞信、嘉实基金、诺德基金、泓德基金、景顺长城基金、银华基金、奥博医疗资本、泰康资产、友邦人寿、高盛集团、摩根大通、摩根大通（亚太）、中国人寿养老保险、建信基金、上海高毅资产管理合伙企业（有限合伙）、北京红杉坤德投资管理中心（有限合伙）、诚旻投资、益安资本、北京神农投资、创金合信基金、北京富纳投资、大家资产、北京弘峰投资、北京泓澄投资、北京朗辉信泽投资、东方阿尔法基金、东海基金、国海富兰克林基金、国泰海通证券、国投证券资管、中欧基金、北京永域资产管理、首都大健康产业（北京）基金（有限合伙）、华盖资本、和谐健康保险、巨杉（上海）资产管理、西部利得基金、中金公司、中再资管、明亚基金、浦银安盛基金、金鹰基金、金信基金、彼得明奇资产管理、前海开源基金、汇丰晋信基金、天治基金、平安理财、兴证全球基金、兴业基金、兴业证券、中信建投证券、中信期货、中信证券、中意资产、中银基金、成都西部医药经营有限公司、华安基金、东北证券、方正证券、光大证券、信达澳亚基金、广东谢诺辰阳私募投资、广东银石私募基金、国金证券、国联基金、国联民生证券、国信证券、山东国惠基金、申万宏源证券、申万菱信基金、前海精至资产、国融证券、深圳市梦工场投资、海创（上海）私募基金、海南羊角私募基金、荷荷（北京）私募基金管理、华能贵诚信托、华泰期货、平安证券、青榕资产、杭州瀚伦投资、杭州汇升私募基金、杭州金投资管、华创证券、济南泾谷投资、

	<p>江苏弘晖股权投资、厦门观升私募基金、上海和谐汇一资管、上海鹤禧投资、上海环懿私募基金、上海玖鹏资管、上海理成资管、静瑞私募基金管理（上海）、曼林（山东）私募（投资）基金管理、宁波莲盛投资、光大证券资管、上海博鸿资管、上海川流私募基金、上海大朴资产、上海丹羿投资、上海勤辰私募基金、上海睿量私募基金、上海山楂树私募基金、上海易正朗投资管理、深圳市平石资产、深圳市千榕资产、深圳市前海海运通资产、深圳市尚诚资产、深圳市泽鑫毅德投资、深圳市智诚海威资产、中国山东高速资本、中国通用技术（集团）控股、中华联合保险、永安国富、太朴生科私募基金、天津易鑫安资产、西部证券、众安在线财产保险、衍盛私募基金、圆信永丰基金、远信（珠海）私募基金、云栖资本、长江证券、浙商证券、中邮证券、中天证券、浙江景诚、中融汇信投资、珠海尚石投资、Aberdeen Asset Management Asia Ltd、Aspex Management (HK) Limited、GL China Long Equity Opportunities SPV L.P、Golden Nest Greater China Master Fund、Indus Capital Advisors (Hong Kong) Limited、Point72 Hong Kong Limited、Willing Capital Management Limited 以及个人投资者等</p>
时间	2026 年 04 月 23 日 15:30
地点	进门财经线上会议
上市公司接待 人员姓名	<p>董事长兼总经理：解江冰 副总经理兼财务总监：郭彦昌 董事会秘书：周裕茜</p>
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、2025 年全年及 2026 年第一季度公司经营及业绩情况</p> <p>2025 年，受医保支付改革影响，公司手术治疗类产品整体业务增速放缓；同时，市场整体消费需求偏弱、竞争加剧，视力保健产品业务增长也有所放缓，公司净利润首次出现负增长。但国内高端人工晶状体市场仍存在结构性发展机会，龙晶®PR 产品也获得临床医生与患者的高度认可。2025 年，公司坚</p>

持以技术创新为核心驱动力，新增国内专利 61 项，积极推动新技术、新产品、新模式的规模化落地与产业化应用；公司顺利取得了单焦及 EDF 人工晶状体的 MDR CE 技术评估证书，成为国内首家获得人工晶状体 MDR 认证的生产企业；多款产品也完成境外准入，进一步丰富了境外市场产品管线。2026 年第一季度，公司顺利完成了对德美医疗的收购，将于第二季度实现利润并表。未来将持续拓宽在医疗健康领域布局。

2025 年度，公司实现营业收入 14.83 亿元，同比增长 5.15%；归属于上市公司股东的净利润 2.68 亿元，同比下降 30.96%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 2.55 亿元，同比下降 34.57%。结合市场变化，公司对隐形眼镜业务相关商誉及部分固定资产计提了 8,741.81 万元资产减值损失。若剔除本次资产减值损失的影响，归属于上市公司股东的净利润同比下滑幅度在 10%以内。此外，公司持续增加隐形眼镜渠道建设投入，叠加销售费用同比增加，导致报告期公司利润下降。

主营业务分产品情况：人工晶状体收入同比增长 1.43%，销售量同比减少 7.74%，受国家集采、部分省市医保支付结构调整、部分医疗机构业务收缩等因素影响，公司人工晶状体业务增速放缓；角膜塑形镜收入同比增长 4.67%，销售量同比增长 6.26%，受近视防控方式多样化、竞品增多等因素影响，公司角膜塑形镜业务增速放缓；隐形眼镜业务收入同比增长 7.53%，销售量同比增加 16.30%，受电商平台价格竞争激烈影响，公司通过持续拓展自有品牌销售渠道，保持了该业务增长趋势，但利润有所下滑，但隐形眼镜业务毛利率整体基本稳定，工艺持续提升，单位成本持续下降，抵销了因受电商平台价格竞争激烈导致终端销售单价下降的影响。

主营业务分地区情况：公司境内营业收入占 90%以上，同比增长约 1%，与上年基本持平；境外营业收入同比增长约 127%，主要原因系公司高端产品逐步获得境外客户认可；同时，通过收购德国公司，进一步落实全球化战略。

2026 年第一季度，公司实现营业收入 3.98 亿元，同比增长 11.50%，归属于上市公司股东的净利润 8,927.68 万元，同比减少 3.55%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 8,858.12 万元，同比增加 2.73%。收入增长主要来源于境外收入和视力保健业务增长，因隐形眼镜业务毛利率较低，导致第一季度净利润增速低于收入增速。

二、投资者提问

1、公司一季度各业务板块的收入及增速情况如何？人工晶状体的销售情况如何？双焦点及 EDF 产品的销售情况及市场表现如何？就人工晶状体业务而言，请问公司对于本年度新一轮晶体国家集采的落地时间有何预期？

公司 2026 年第一季度，公司各业务板块收入情况与 2025 年度整体趋势基本保持一致：手术治疗板块（含境内外市场）收入总体保持平稳；近视防控板块收入实现个位数稳健增长；视力保健板块收入维持双位数增长。

已纳入国家集采的全视®多焦人工晶状体其全程视觉质量优异，获得临床医生的高度认可，市场销售情况良好，在公司人工晶状体产品收入中的占比持续提升，已成为公司新的利润增长点；新获批的焦深延长型人工晶状体产品已在欧洲实现长期商业化落地，获得海外临床医师广泛认可，后续计划参与新一轮国家集采，有望为进一步丰富公司产品矩阵。该产品当前定价具备合理优势，具体价格信息暂不便对外披露。

人工晶状体国家集采首轮周期已届满，按规划应于本年度启动新一轮国家集采。现阶段具体落地及执行时间尚未明确。

2、医保控费的政策影响是否已见底？

当前白内障手术市场持续受医保控费政策、白内障筛查推广受限等因素影响，行业景气度尚未触底企稳。公司作为国内人工晶状体领域头部企业，现阶段仅可实时跟进产品出货动态，后续行业走势仍需持续关注相关政策落地节奏。

3、请问公司主营业务产品毛利率下降的具体原因？

整体毛利率下滑主要系公司产品结构变化所致。视力保健业务收入占比提升，该板块产品以隐形眼镜为主，毛利率低于人工晶状体和角膜塑形镜，但营收规模持续提升。分板块来看，人工晶状体产品毛利率同比下降 3.06%，主要受产品平均销售价格下降影响；角膜塑形镜产品毛利率同比下降 1.01%，主要系市场竞争加剧、产品销售单价小幅下降所致。

尽管公司产品平均单价承压，但人工晶状体与角膜塑形镜产品的毛利率仍维持在 85%左右的较高水平。同时，依托生产工艺持续优化，公司产品单位生产成本亦有所下降。

4、龙晶®PR 产品在 2025 年报表中的收入体量预计是多少？2026 年第一季度的销售情况如何？此外，带散光矫正功能的 PRT 产品已进入临床试验阶段，公司对该项目获批时间的预期节奏是怎样的？

龙晶®PR 相关销售数据已合并手术治疗产品类别。2025 年为该产品上市首年，凭借其突出的光学性能优势，龙晶®PR 产品已获得临床医生与患者的高度认可，整体表现符合预期。作为全新产品，其植入技术存在一定学习曲线，公司已开展医生培训与市场教育工作，重点覆盖产品临床使用要点及配套专用手术耗材的操作规范，持续夯实产品长期销售推广基础。

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。鉴于高度近视患者普遍合并散光问题，散光矫正型产品（PRT）的顺利注册获批，是其实现规模化商业推广的核心前提。结合产品研发与注册进展，该产品有望于未来两年取得 NMPA 注册证书。

5、当前国内高端消费需求整体偏弱，龙晶®PR 作为上市新品，其在高度近视矫正等高端细分领域的需求修复与市场复苏表现如何？尤其是面对竞品，公司在产品定位、定价策略以及市场对高价产品的接受度方面，有何规划与考量？

国内高端人工晶状体市场具备结构性发展机遇。目前龙晶®PR 尚处在市场推广、临床培训与患者教育阶段，市场占比有限，未进入稳定销售周期，暂无法单独量化消费环境及行业竞争带来的影响。

定价方面，产品定价是销售核心策略之一，但并非唯一影响要素。行业同类产品中，高价模式可保障利润空间、赋能品牌建设，低价模式则能覆盖价格敏感型客群；具备差异化特性的产品，可依托性能优势与精准人群适配能力，构筑核心竞争壁垒。龙晶®PR 定价经销售团队综合评估审慎确定，价格高于竞品前代产品、低于最新迭代产品，性能对标国际一线品牌水平，兼顾产品品质与价格优势，进一步提升市场竞争力。

依托性价比优势的同时，受头部竞品长期品牌沉淀、行业竞争格局及临床使用习惯制约，作为新品类产品，龙晶®PR 仍需持续深耕市场培育与学术推广，稳步提升临床认可度与品牌影响力。

6、请介绍公司近视防控板块后续的管线规划及研发布局情况及该板块的中长期增长趋势？

公司近视防控业务已构建起多元化产品矩阵，除核心产品角膜塑形镜外，还布局了离焦框架镜、软性亲水接触镜等多款产品，并提供近视防控综合解决方案，全方位覆盖市场需求。公司“普诺瞳”角膜塑形镜业务增速虽维持个位数水平，但在国内获批产品数量多、行业竞争日趋激烈的背景下，仍是行业内少数实现稳健增长的角膜塑形镜品牌。该业务的中长期增长韧性，得益于公司深厚的眼科综合竞争力与对近视发病机制的深度研究沉淀。依托完善的产品矩阵与优异的产品综合性能，产品验配适配性佳，防控效果突出；同时，公司持续强化销售渠道建设与学术推广力度，全面夯实市场竞争力。

7、目前美瞳行业市场回暖，公司美瞳业务一季度收入实现增长，能否介绍公司美瞳业务的产能利用率、良率、产能规划、新品战略相关情况以及对当前市场情况的观察？

2026年第一季度，隐形眼镜市场较2025年有所回暖，下游客户采购需求提升，行业整体产能开工率维持高位，市场呈现复苏趋势。价格端方面，2025年行业竞争加剧导致价格承压，2026年第一季度因周期较短，价格走势尚未明朗。公司通过工艺改进和产能规模爬坡，有效降低单片生产成本，对冲部分销售价格下降带来的影响。

公司江苏天眼和爱博维康两大隐形眼镜生产基地目前产能利用率整体处于满负荷运行状态。隐形眼镜需求虽然存在季节性与月度波动，但公司现有产能已实现充分利用。良率方面，通过北京核心技术团队的长期驻厂，江苏天眼持续推进工艺升级与生产管理优化，推动产品良率显著改善。一方面有效提升规模化交付水平与订单履约保障能力；另一方面助力产能高效释放，通过成本管控能力，为板块整体经营效率提升提供有力支撑。

产能规划方面，现阶段公司产能已充分利用，后续将结合市场情况，灵活调整产能释放节奏。新品布局方面，公司依托在人工晶状体、角膜塑形镜领域的长期技术沉淀，聚焦散光矫正、老花矫正及硅水凝胶材料研发等核心技术优势，充分发挥技术壁垒与产品差异化优势，持续夯实视力保健业务的核心竞争力。

8、请介绍硅水凝胶产品的销售情况、产能规划及工艺布局，以及预计何时放量成为美瞳板块增长引擎？

2025年，公司自研硅水凝胶隐形眼镜已取证，硅水凝胶隐形眼镜彩片目前处于产品注册阶段。受行业价格下行、终端消费环境偏弱等因素影响，公司暂未开展硅水凝胶产品的规模化市场推广，现阶段重点聚焦生产工艺优化精进，产能资源优先保障水凝胶产品生产供给，硅水凝胶离焦软镜已实现稳定出货。

2026年，公司将加大隐形眼镜的市场推广力度，依托与国际一线品牌水平一致的隐形眼镜彩片技术优势，结合自有渠道体系与品牌运营，持续拓宽产品商业化布局，稳步提升澜柏品牌隐形眼镜市场渗透力。

9、隐形眼镜自有品牌的销量或销售额占比是多少？预期今年占比情况如何？

目前隐形眼镜自有品牌占比不到一半。公司计划持续强化品牌建设与渠道布局，逐步实现自有品牌及自有渠道占比均过半的发展目标。

10、公司零售端业务的战略定位和规划是什么？

布局及拓展以隐形眼镜为主的视力保健领域是公司实施“医疗+消费”双轮驱动战略的重要举措之一。隐形眼镜作为第三类医疗器械，兼具显著消费属性，销售渠道已由传统眼镜

门店，逐步延伸至天猫、京东等传统电商、抖音等新兴电商及 O2O 等多元模式。公司已抢抓 O2O 发展初期机遇，通过战略布局并打造核心渠道品牌“TOPPOP”，目前在直营仓店类 O2O 领域位居行业头部。

公司高度重视消费端产品的渠道与品牌自主可控，近三年持续夯实工厂端基础，扩充产能规模，同步加大自有品牌与渠道建设投入，全方位推动视力保健业务高质量发展。

11、完成德美医疗收购后，其海外拓展经验能对公司提供哪些借鉴？公司后续的出海规划是什么？请介绍公司在传统主业眼科与其他生物材料领域的增长情况、中长期发展战略、收入增长来源及业务结构占比规划？

德美医疗海外收入占比低于 10%，与公司当前境外收入体量接近。其产品具备突出的性价比优势，具备较大海外市场成长潜力，其海外战略规划与公司海外战略方向高度契合。鉴于运动医学与眼科在客户群体、市场环境等方面存在差异，双方海外销售团队将实行独立运营，同时可实现部分资源协同共享。

国际化是公司重要战略之一，2025 年度实现境外收入翻倍增长，高端人工晶状体产品在海外市场认可度持续提升，盈利水平良好。公司将有序推进国际化战略落地，加快各国市场准入及境外注册取证工作，并联合境外合作伙伴开展业务协作，稳步扩张海外市场版图。

公司与德美同属高值医用耗材企业，公司已长期储备生物材料技术，并完成运动医学领域相关产品布局。公司核心业务聚焦于生物医用材料及高端医疗器械的研发及商业化。运动医学作为医疗器械行业高成长细分领域，国内市场进口替代空间广阔。通过本次收购德美医疗控股权，拟拓宽医疗健康领域布局，在研发、生产制造、销售渠道等方面与德美医疗协同。德

	<p>美医疗作为国产运动医学头部企业，随着后续整合协同，有望发展成为公司重要的新业务增长板块。</p> <p>12、报告期内，公司应收账款大幅增长的主要原因是什么？26年第一季度回款情况如何？26年财务费用及资产负债率趋势展望如何？</p> <p>2026年第一季度应收账款规模有所增加，主要系公司于2026年3月底完成德美医疗股权并购，标的公司期末应收账款等资产已纳入公司合并报表范围。德美医疗客户以医院为主，坏账风险可控。同时，受年末集中回款后阶段性放宽部分客户信用账期影响，第一季度回款节奏偏弱，公司后续将加强应收账款管控与回款推进工作。</p> <p>本次以现金收购德美医疗控股权，公司新增约5亿元银行并购贷款，预计全年新增约1200万元财务费用。综合来看，公司整体负债结构合理，资产负债率维持在可控水平，财务结构稳健。</p> <p>三、董事长对公司未来发展的展望</p> <p>虽然整体外部经济环境充满挑战，公司对长远发展仍充满信心。未来，将坚守初心，不断提升核心竞争力，一步一个脚印推动公司各项业务高质量发展，以稳健经营与良好业绩回报广大股东。再次感谢各位股东的支持与信任！</p>
附件清单	无
日期	2026年4月30日