

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：202605-01

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（2025年年度股东会）
参与单位名称	广发基金、泓德基金、嘉实基金、建信养老金、兴证全球基金、易方达基金、华泰保兴基金、申万菱信基金、中欧基金、财通证券资产、花旗国际、国泰海通证券、兴业证券、中金公司、中信建投证券、中信证券、东北证券、广发证券、国民信托、华盖医疗投资、华能贵诚信托、华泰证券资产、申万宏源证券、泰康资产、首都大健康产业（北京）基金、平安资本、西部证券、阳光财产保险、国金证券、国联民生证券、国盛证券、中信保诚资产、招商证券、晋江和铭资产、凯联（北京）投资基金、青岛鸿竹资产、上海睿郡资产、HJ Partners 以及个人投资者等
时间	2026年05月21日14:00
地点	爱博医疗公司总部（北京）
上市公司接待人员姓名	爱博医疗董事及高级管理人员、德美医疗负责人
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2026年5月21日下午，公司召开2025年年度股东会。会议以现场形式举行，按照法律法规要求，各项议案均依据会议资料及议程完成审议。休会期间，公司与报名参会的投资者开展交流互动，进一步增进沟通，助力投资者全面了解企业经营现状与长期发展价值。主要内容如下：</p> <p>一、德美医疗创始人就运动医学赛道与具体业务进行分享</p>

运动医学是与骨科平级的二级临床学科，主要针对关节软骨、肌腱、肌肉、韧带、半月板等组织，其临床需求覆盖老年退变人群和运动人群两类群体，治疗运动损伤及老年退行性疾病导致的运动系统损伤。中国运动医学行业起步较晚，早期国产产品布局不完善，外资品牌长期占据较高市场份额。2024 年运动相关损伤植入物被纳入国家带量采购范围，随着国产产品矩阵逐步完善、技术水平持续提升，行业国产化替代进程有望加速，为未来增长提供坚实支撑。

德美医疗为国内运动医学领域头部企业之一，系国家高新技术企业、国家级专精特新“小巨人”企业，参与制定十余项国家与行业标准，拥有 200 多项实用新型和发明专利。公司创始人具备头部国际运动医学企业从业背景，联合创始人曾任职于全球知名骨科器械企业，核心团队平均拥有 20 年以上行业经验。德美医疗已发展成为一家集运动医学植入物、手术工具、关节镜设备、运动康复器具及设备的研发、生产、销售与服务于一体的国际化医疗企业，其产品成功入选第四批国家高值医用耗材集采 A 组，位居行业第一梯队。

爱博医疗于 2026 年第一季度完成对德美医疗的收购。截至目前，双方业务协同推进顺利，德美医疗有信心顺利达成既定业绩目标。

## 二、投资者提问

**1、白内障行业短期承压，面对激烈竞争及二轮集采压力，公司有哪些竞争优势？集采对人工晶状体和运动医学分别有什么影响？**

公司应对行业竞争的核心优势包括：（1）技术储备积累深厚，产品管线覆盖广泛；（2）与临床医生建立了长期稳定的合作关系，产品性能、产品设计和安全性得到广泛认可；（3）公司人工晶状体年出货量 100 多万片，产品经过长期市

场打磨，质量稳定性领先于行业中小企业，短期竞争不会对公司的核心市场地位造成明显冲击。

短期来看，受医保控费政策持续推进、白内障筛查活动开展受限等因素影响，公司毛利率承压；长期来看，集采有望推动白内障手术渗透率提升，长期成长空间广阔。目前公司销售团队正在积极应对本轮集采。

运动医学业务方面，上一轮集采后，运动医学领域进口品牌仍占据 50%以上的市场份额，本轮集采是国产替代的重要窗口期，公司目标是推动集采后国产整体市场份额提升。

## **2、公司高端人工晶状体当前结构占比如何？EDF 的产品定位及核心优势是什么？人工晶状体产品力与进口竞品相比处于何种水平？**

公司持续推动人工晶状体产品结构优化和矩阵布局。从销售结构看，多焦人工晶状体占比约 15%；从收入结构看，高端晶状体贡献 30%-40%的营收，产品结构持续向高端化升级。

全景<sup>®</sup>焦深延长型(EDF)人工晶状体的核心优势为焦深扩展效果佳、中视力表现优异、临床副作用小、安全性高、适用人群广泛，是兼具临床价值与经济性的高端产品。该产品已在欧洲实现多年商业化应用，临床效果获国际主流认可。公司高端人工晶状体性能对标进口产品，部分临床指标更优；同时，国产人工晶状体在性价比及本土临床适配性上优势显著。

## **3、有晶体眼人工晶状体（PR）业务进展及产品规划是什么？**

凭借其突出的光学性能优势，龙晶<sup>®</sup>PR 产品已获得临床医生与患者的高度认可，终端植入量稳步提升。鉴于高度近视患者普遍合并散光问题，公司计划于明年推出散光矫正型有晶体眼人工晶状体（PRT），同时布局 EDF-PR 产品，进一步拓展老花矫正市场。

**4、视光行业竞争格局及公司 OK 镜核心竞争力如何？AI 验配对 OK 镜业务的赋能效果及推进规划是什么？**

近视防控产品同质化严重、价格竞争激烈。公司普诺瞳®产品凭借独特的光学设计、优异的综合性能、多样化的市场推广及良好的服务，是行业内少数实现稳健增长的角膜塑形镜品牌。

公司普诺瞳®AI 数字验配系统正处于医院及视光中心培训和推广阶段，临床适配精度及医生接受度仍需提升，暂未对经营业绩产生实质贡献。后续，公司将持续迭代算法、优化适配痛点，进一步降低验配门槛、提升服务效率。

**5、公司隐形眼镜业务的渠道布局情况如何？自有渠道的发展目标是什么？**

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，持续进行功能性产品开发和自有品牌建设，构建长期护城河。公司自有渠道涵盖 O2O 和 B2C，核心渠道品牌 TOPPOP®，目前在即时配送渠道仓店类 O2O 领域位居行业头部；B2C 方面，隐形眼镜销售数量增长主要依托抖音等电商渠道。2025 年，公司自有渠道出货量约占总出货量的一半。未来，公司将以自有渠道为主，计划进一步提升自有渠道出货占比。

**6、公司并购运动医学标的的核心考量是什么？公司收购德美医疗后，双方在研发、销售渠道等方面有哪些协同效应？**

本次并购主要基于行业景气度、标的的质量及业务协同性等方面考量。一方面，伴随全民健康意识持续提升与健身人群规模稳步扩大，运动医学领域的市场需求正持续释放，行业具备良好增长前景；另一方面，德美医疗作为国内运动医学领域头

部企业之一，产品实力扎实，团队整合意愿积极，且无重大经营隐患。

双方的协同首先体现在研发端：公司与德美医疗在医疗器械研发流程（包括前期材料筛选、验证实验、临床试验、注册证申报等）方面高度一致。双方均深耕生物材料领域，相关技术已在多个应用场景完成验证，并储备多个在研项目，可共享研发平台与技术资源，有效提升研发效率。目前，双方已围绕生物材料、高分子材料等领域协同研发。

其次，在销售端，双方所覆盖的医院资源高度重叠。后续将统筹资源，发挥中后台协同效能，推动现有渠道的复用与运营效率提升。

**7、当前运动医学领域手术渗透率较低、进口产品占比较高的核心原因是什么？作为国产排名靠前的企业，将采取何种差异化方式替代进口产品？**

运动医学手术渗透率低，核心原因主要有两方面：一是行业技术门槛较高，医生培养周期长、有一定学习曲线，临床开展高度依赖系统化专业培训；二是患者认知度不足，多数轻中度症状（如肩痛、半月板损伤等）普遍存在忽视或误诊情况，多数患者仅在症状影响日常生活或健康意识提升后，才会选择就医诊疗。

进口产品长期占据较高的市场份额，核心原因在于国内行业起步较晚，国产厂商发展初期资源集中在脊柱、关节等传统骨科领域，产品矩阵不完善，导致进口产品长期占据主导地位。

德美医疗作为国内运动医学头部企业，已取得全线产品注册证，产品线布局完善，产品品质较好，部分产品成功入选第四批国家高值医用耗材集采 A 组，位居行业第一梯队。依托长期积累的客户资源与渠道优势，德美医疗入院能力稳定。未来，

行业竞争将回归产品力本身，德美医疗正持续推进产品管线的体系建设与迭代升级，进一步夯实差异化竞争力，把握国产替代机遇。

**8、公司收购德美医疗后的团队整合情况如何？德美医疗的业绩承诺完成情况及今年的业绩目标是怎样的？**

公司已于 2026 年 3 月底完成德美医疗股权并购。目前，德美医疗核心团队稳定，产品业务仍由原团队负责。随着团队整合持续稳步推进，双方均有信心完成本年度业绩目标。

**9、德美医疗当前净利率和公司整体水平存在差距，未来净利率的提升逻辑是怎样的？**

当前德美净利率较低的核心原因是前期医生培训等市场投入较大，且尚未产生规模效应。未来，随着市场不断扩大，同时通过学术推广产品将获得医生端认可，毛利率会持续高位复苏。参考施乐辉等国际成熟运动医学企业的表现，德美医疗的净利率会逐步提升。

**10、公司国际化布局进度偏慢的原因是什么？公司 2025 年海外业务主要来自哪些区域的贡献？2026 年海外业务的增长目标或规划是怎样的？**

公司国际化布局起步相对较晚，海外市场拓展并非一蹴而就。公司手术治疗类产品已成功切入德国等欧洲核心市场，获得海外市场的高度认可，南美洲等市场快速拓展，产品销量和价格有所提升。国际化是公司的重要战略之一，目前，公司正依托境外子公司，深化与全球合作伙伴的渠道建设及市场准入合作，并加大海外市场和销售团队的投入，稳步推进国际化进程。

**11、公司未来的研发方向是继续聚焦眼科、运动医学两大领域，还是会拓展新的板块？是否考虑将现有光学、精密制造技术向非医疗领域延伸？**

公司将贯彻“医疗+消费”双轮驱动及国际化发展战略，以研发创新为本，不断对现有的核心产品进行快速更新迭代；同时，持续研发具有国际前沿水平的产品，为公司长期发展奠定基础。公司持续跟踪全球眼科前沿技术，并依托产业基金开展项目筛选与评估。对于技术尚未成熟、商业化路径模糊、产业化难度高的高风险项目，公司暂不考虑布局，会切实维护全体股东的利益。

**12、医疗反腐对公司院内业务和新产品推广有什么影响？**

医疗反腐政策旨在整治医疗行业不正当往来，合规的学术交流均不受影响。公司相关业务均依规有序推进，生产经营未因相关政策受影响。在新产品推出过程中，面向医生开展的专业培训、临床使用反馈收集，属于行业常规业务环节，有助于产品迭代优化。合规经营能夯实公司长期竞争优势，公司坚决贯彻落实医疗反腐政策，坚守合规经营底线，以技术创新驱动长远发展。

**13、公司人均创收与薪酬比例持续下降，公司计划采取哪些措施改善指标？**

公司属于医疗器械制造企业，2021年正式开展隐形眼镜业务，两家工厂的生产工人在公司整体人员结构中占比较高。目前隐形眼镜业务仍处于扩张期，因尚未达到规模化，各项成本偏高，利润率未达到稳态水平。作为业内技术和品质领先的隐形眼镜生产厂商，公司将依托与国际一线品牌水平一致的技术优势，布局多款高端、功能性隐形眼镜品类，结合自有渠道

	体系与品牌运营，持续拓宽产品商业化布局；同时，通过设备智能化改造，提升生产效率，持续优化人均产出。
附件清单	无
日期	2026年5月28日