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：202611－01

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（电话会议）
参与单位名称	博时基金、嘉实基金、易方达基金、融通基金、高毅资产、源峰基金、泓德基金、摩根士丹利基金、汇添富基金、南方基金、中欧基金、高盛（中国）证券、瑞银证券、长安基金、长城基金、长江养老保险、宝盈基金、银河基金、银华基金、富国基金、埃普斯国际（香港）、安联保险资产、柏骏资本（香港）、中金公司、中信证券、中信建投证券、兴业证券、北广华盖咨询管理（北京）、北京富智阳光投资、北京明希资本、北京赢创股权投资、北京匀丰资产、重阳投资、金信基金、创金合信基金、大家资产、淡水泉、德邦基金、东北证券、东方基金、东方证券、东吴基金、东吴人寿保险、东吴证券、光大保德信基金、国海创新资本投资、国海富兰克林基金、方正证券、富安达基金、富敦投资（上海）、工银安盛人寿保险、观富资产、光大永明资产、光大证券、光大证券资管、中庚基金、东方资产、中国平安保险、中国人保资产、中国人寿养老保险、国金基金、国金证券、国联安基金、国联基金、国联民生证券、国民信托、国泰海通证券、国泰海通证券资管、首都大健康产业（北京）基金（有限合伙）、太保私募基金、太平基金、国投证券资管、国信证券、海创（上海）私募基金、海富通基金、杭州瀚伦投资、杭州汇升私募基金、杭州金投资产、杭州鹏达控股、杭州荣泽石资产、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、横琴淳臻投资、和谐健康保险、泓铭资本集团、红思客资产、红塔红土基金、鸿途私募基金、

	弘毅远方基金、鸿运私募基金、弘则弥道、华安基金、华安证券、华宝基金、华宝信托、华创证券、华福证券、华厦眼科、华泰期货、华泰证券、长江证券、重庆渝汇投资集团、华泰证券资管、华夏基金、华夏久盈资产、华西证券、汇丰晋信基金、嘉合基金、江苏瑞华投资、江西彼得明奇私募基金、建信基金、建信理财、建信养老金、嘉兴铭朗投资、君联资本、开源证券、乐盈（珠海）私募证券投资、立元集团、龙场（北京）投资、曼林（山东）私募（投资）基金、民生加银基金、宁波莲盛投资、鹏华基金、平安基金、平安理财、平安证券、浦银基金、浦银理财、青岛金光紫金创业投资、青榕资产、睿远基金、润晖投资、上海常春藤私募基金、上海冲积资产、上海非马投资、上海恒简私募基金、上海禾升投资、上海贺腾资产、上海和谐汇一资产、上海鹤禧投资、上海玖鹏资产、上海聚鸣投资、上海君怀投资、上海理成资产、上海绿山私募基金、上海名禹资产、上海诺基亚贝尔、上海鹏山资产、上海勤远私募基金、上海睿量私募基金、上海润义投资、上海五地私募基金、上海鑫岚投资、上海鑫垣私募基金、上海喜世润投资、上海耀之私募基金、上海弈慧投资、上海易则投资、上海域秀资产、上海肇万资产、申万宏源证券、申万菱信基金、广东乐赢私募基金、广东谢诺辰阳私募、广发基金、广发证券资管、广州巴道私募基金、广州市草本投资、广州拙一资产、深圳创易融私募基金、深圳国源信达资本、深圳蝴蝶谷资本、深圳汇杰达理私募、深圳量度资本投资、深圳前海精至资产、深圳市晨钟资产、深圳市华安合鑫私募基金、深圳市金斧子资本、深圳市前海诚域私募基金、深圳市前海海运通资产、深圳市前海禾丰正则资产、深圳市榕树投资、深圳市尚诚资产、深圳市智诚海威资产、深圳市中欧瑞博投资、深圳昭图投资、世纪证券、太平洋资产、东方财富证券、太平资产、太朴生科私募基金、泰信基金、天风证券、天津易鑫安资产、同德磐石控股（北京）、厦门观升

	私募基金、湘财基金、西安江岳私募基金、西部证券、西南证券、信达澳亚基金、兴证全球基金、信银理财、阳光资产、衍盛私募基金、野村东方国际证券、圆信永丰基金、云栖资本、招商基金、招商信诺资产、招商证券投资、招商证券资管、招银理财、浙江龙航资产、浙江伟星资产、浙商证券、浙商证券资管、中国通用技术集团、中国医学科学院北京协和医院、中华联合财产保险、中金资本、中融汇信投资、中信期货、中银国际证券、中邮理财、中邮证券、舟山朴锐资产、珠海尚石私募基金、Aberdeen Asset Management Asia Ltd、Barnhill Capital Limited、East Top Cap、HBM Partners Hong Kong Limited、IDG 资本、Metaphase Fund L.P.、T. Rowe Price Hong Kong Limited、UBS Switzerland AG、Willing Capital Management 及个人投资者等。
时间	2026 年 10 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、2026 年三季度公司经营及业绩情况** 2026 年第三季度，公司聚焦提升经营质量和盈利能力，统筹推进生产经营、研发创新与品牌市场各项工作。内部管理方面，公司不断提升研发效率，持续赋能两大隐形眼镜生产基地，生产效率与品质保障能力进一步增强；同时，推动隐形眼镜外购模具逐步切换为自有模具，实现关键材料自主可控。公司与德美医疗的业务协同落地效果良好，将进一步提升运营效率，强化成本控制。品牌与市场方面，围绕全生命周期眼健康产品矩阵，相继亮相境内外多个专业展会，持续强化品牌的专业影响力与国际化布局。与此同时，公司打造了功能性隐形眼镜产

	品矩阵，持续开展全域整合营销与线下场景营销，精准触达目标消费群体，不断放大品牌声量。 2026 年前三季度，公司累计实现营业收入 14.52 亿元，同比增长 26.92%，归属于上市公司股东的净利润 2.66 亿元，同比下滑 8.45%，主要系销售费用和并购贷款利息增加所致。第三季度，公司实现营业收入 5.20 亿元，同比增长 45.28%，归属于上市公司股东的净利润 8,304.34 万元，同比增长 8.06%，收入和费用的同比均有所增长，其中，收入增长主要为德美医疗纳入合并报表，同时隐形眼镜产品销量上升所致，其他业务小幅增长；销售费用增长主要系运动医学、隐形眼镜业务投入增加。报告期内，公司统筹安排研发管线投入与知识产权布局，保持技术迭代和先进性，第三季度累计研发投入为 4,257.37 万元，同比增长 15.11%。公司前三季度经营活动产生的现金流量净额为 1.72 亿元，同比下降 25.05%，主要系采购及费用支出增幅高于回款所致。第四季度公司将强化应收账款回收，合理管控大额支出。 **二、投资者提问** **1、人工晶状体业务第三季度的经营趋势如何？全视®、全景®人工晶状体的放量情况如何？** 第三季度，公司人工晶状体出库较上半年有所改善。分渠道看，公立医院终端需求略有上升，部分民营集团医院仍承压，小型民营医院出清态势较去年有所缓和。单季度数据尚不足以判断长期趋势，后续增长情况仍需结合行业及终端环境持续跟踪。 公司人工晶状体产品结构持续优化，全视®多焦人工晶状体销量持续爬坡，销售占比逐季提升；全景®焦深延长型（EDF）人工晶状体已在部分医疗机构（民营医院为主）投入临床，产

	品效果反馈良好，推进节奏快于公司预期，随着后续集采落地，有望对公司经营业绩形成支撑。 **2、请问公司龙晶®PR 的推广进展？对比市场新获批的产品，龙晶的优势及后续市场规划如何？** 龙晶®PR 终端销量同比、环比均实现增长，现阶段对公司整体业绩贡献相对有限。该产品消费医疗属性较强，医生临床应用及患者接受均需要一定周期。同时，散光型产品尚未取得注册证，对推广形成一定制约，整体放量进度略低于公司预期。公司将持续通过学术推广等方式稳步拓展市场，已于三季度启动销售团队扩充，支撑产品后续放量。 公司自主研发设计、生产的龙晶®PR 在设计和材料均区别于竞品，具有较高折射率，可实现更大的光学区并减少光学干扰。鉴于高度近视患者普遍合并散光问题，后续随着散光矫正型有晶体眼人工晶状体（PRT）获批，有望进一步完善产品覆盖并推动销量提升。 **3、如何看待 DRG/DIP 支付改革及新一轮人工晶状体集采对公司的影响？** DRG/DIP 政策在各区域的执行标准、控费力度存在差异，落地效果同时受地方医保基金运行、财政状况等因素影响。高端功能性人工晶状体是否纳入当地付费打包范围，需以各地细则为准。新一轮人工晶状体集采目前尚在信息梳理阶段，具体规则、产品分组及竞争格局有待官方文件落地。公司将持续跟踪政策动态并做好应对准备。 **4、公司角膜塑形镜产品的业务发展趋势如何？** 2026 年前三季度，依托沉淀的客户基础与复购优势，公司旗下普诺瞳®产品保持增长态势，是行业内少数仍实现正增长的角膜塑形镜品牌。但受行业竞争加剧、近视防控方案多元化、

	集采预期等因素影响，产品量价面临小幅压力。公司凭借自主研发和生产制造优势持续推进产品迭代，透氧系数 226 的角膜塑形镜近期获批，进一步充实高端产品矩阵，更好服务国内青少年近视防控需求。 **5、离焦软镜、近视管理框架眼镜等近视防控类产品当前销售情况及后续产品规划如何？** 公司离焦软镜销售情况良好，已对公司形成一定业绩贡献；近视管理框架眼镜产品的销售情况与往年基本持平。近视防控需要多样化的产品和干预手段，以满足不同患者的配戴习惯及防控需求。基于该行业特点，公司持续布局近视防控赛道，已积累了多项前沿技术与在研产品储备，后续将结合市场与临床需求有序推进新品上市，持续丰富近视防控产品矩阵，为不同类型、不同年龄段的近视人群提供多样化的解决方案。 **6、普诺瞳®AI 数字验配系统的推广进展如何，对验配效率及业务销售将带来哪些影响？** 公司前期选取了部分医疗机构开展普诺瞳®AI 数字验配系统试点工作，并围绕试点数据采集情况持续优化软件适配性，临床端反馈良好。该系统目前尚未形成可量化的经营贡献，公司将结合后续政策导向，持续扩大推广范围。 **7、当前隐形眼镜业务的盈利、毛利率及产能改善情况如何？隐形眼镜自有品牌与代工业务的产能分配及产品升级方向是怎样？** 视力保健业务目前整体盈利贡献有限。生产端，公司通过工艺技改与精益管理推动毛利率持续提升；品牌端尚处培育阶段，宣传及渠道投入较大，单独核算暂未盈利；产能端，公司聚焦工艺、良率、生产节奏及排产优化，推动实际产能向设计

	产能靠拢，后续可结合订单需求，通过小规模设备投入和配套改造进一步提升产能。 公司隐形眼镜业务采取自有品牌与代工生产共同发展模式。依托两大隐形眼镜生产基地的产能和技术优势，一方面持续深耕自有品牌建设，另一方面向优质客户提供代工生产服务。当前产能分配上，自有品牌产能占比约 60%-70%。 2026 年下半年，公司加大彩片、功能性透明片的品牌投放与线上运营投入，KAMIYA 彩片在抖音渠道表现良好；澜柏® 功能性透明片的品牌认知度及销售规模稳步提升。公司自研高透氧硅水凝胶隐形眼镜彩片已取证，后续将持续发挥自研与自产优势，推动硅水凝胶彩片、散光片等具备差异化技术属性、附加值较高的产品放量，持续优化隐形眼镜产品结构。 **8、请问 TOPPOP 即时零售业务的盈利、品牌结构及扩张规划如何？** TOPPOP 整体保持盈利，但作为销售渠道，利润率水平相对有限。根据销售数量，自有品牌与其他品牌比例相当。公司是较早布局隐形眼镜 O2O 仓店模式的企业，依托 TOPPOP 隐形眼镜即时零售渠道搭建全国仓店网络，后续将在盈利的前提下稳步扩张，继续保持渠道领先地位。 **9、请问德美医疗的毛利率、销售费用率情况？第三季度的利润贡献及全年业绩承诺完成情况如何？** 德美医疗自 2026 年 3 月底纳入公司合并范围，前三季度均实现正向利润贡献。德美医疗毛利率存在提升空间；其销售费用率相对较高，是公司第三季度销售费用增长的主要因素之一。随着业务整合持续深化以及后续集采落地，预计其销售费用率将下降，运营效率与成本管控水平有望持续改善。现阶段

	德美医疗经营符合预期，随着团队整合持续推进，双方均有信心完成本年度业绩目标。 **10、新一轮运动医学集采将带来哪些机会？** 新一轮运动医学集采尚未落地。德美医疗正持续推进产品管线迭代升级，相关产品已经获得注册证，将在新一轮集采中纳入更多品种，有望带来新的市场机会，其实际影响将取决于集采政策和执行进度。 **11、公司海外业务增长态势、国际化布局进展如何？** 第三季度，公司境外业务实现大幅增长，但总体体量仍相对较小。公司依托收购的德国渠道公司，并通过自建本土团队、参加专业展会及开发当地代理商，持续拓展全球市场。由于各国准入和医保政策不同，国际化需按国家逐一推进，并结合当地合作伙伴建立渠道，难以采用单一模式复制。公司将持续稳步推进海外市场认证注册与渠道深耕，依托现有境外经营主体，逐步扩大海外业务规模与品牌影响力。 **12、公司医美产品注册及商业化规划如何？注射用交联透明质酸钠凝胶产品注册审查终止的原因及后续安排是什么？** 公司医美相关产品仍在持续推进注册，目前尚未取得产品注册证，商业化方案尚未确定。公司将结合获证进度，评估自建团队和外部合作等落地路径。本次注射用交联透明质酸钠凝胶产品注册审查终止，主要系审评部门根据最新要求提出新增检测指标，并非针对公司单一企业。公司按要求补充后，将重新提交注册申请。 **13、公司后续费用管控及经营质量改善的重点是什么？公司如何展望第四季度经营表现？** 第三季度销售费用增长，主要系隐形眼镜品牌投放及德美医疗并表所致。随着隐形眼镜复购增加、电商投入产出比提升，

	以及德美医疗整合推进，销售费用率具备下降空间；管理费用率和研发费用率总体呈下降趋势，研发投入仍将根据产品布局和市场需求合理安排。前三季度经营活动现金流量净额同比下降，主要受采购和费用支出增加、回款节奏影响，公司将在第四季度加强应收回款催收并适当控制大额支出。第四季度，公司各业务板块保持稳健运营。
附件清单	无
日期	2026 年 11 月 3 日