

证券代码:300595 证券简称:欧普康视 公告编号:2025-020

## 欧普康视科技股份有限公司

## [2024] 年度报告摘要

一、重要提示  
本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)对本年度公司财务报告的审计意见为:标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况:公司本年度会计师事务所由变更为容诚会计师事务所(特殊普通合伙)。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

公司上市未盈利且目前未实现盈利

□适用 √不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

√适用 □不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以896,152,396为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.24元(含税),送红股0股(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

董事会审议的报告期优先股利润分配预案

□适用 □不适用

二、公司基本情况

1.公司简介

股票简称	欧普康视	股票代码	300595
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	施海明	刘双	
办公地址	安徽省合肥市高新区望江西路4899号	安徽省合肥市高新区望江西路4899号	
传真	0551-65319181	0551-65319181	
电话	0551-62962208	0551-62962208	
电子邮箱	autoketo@126.com	autoketo@126.com	

2.报告期主要业务或产品简介

1.公司主营业务

(一) 主要业务

公司的主要业务分为“视光产品”和“视光服务”两大板块,发展战略为开发“全视光产品”和拓展“全年龄段视光服务”。

(二) 主要产品及其用途

公司的产品包括硬性接触镜及其护理产品、硬镜以外的其它视光产品、其它健康产品等,其中主要产品是角膜塑形镜及其护理产品,用视力矫正和减缓近视加深。角膜塑形镜能帮助用户的眼球几何形状和屈光度个性化设计制作,通过暂时性的改变角膜形态达到渐进性降低近视度数的效果,用户可以睡觉时配戴,起床后摘下,整个白天裸眼视力清晰。临床研究表明,长期配戴角膜塑形镜可以减少或消除旁中心远视离焦,减缓眼轴的增长,从而显著减缓近视度数的加深。角膜塑形镜已被列入国家卫健委2024年6月发布的《近视防治指南》(2024年版)和2019年10月发布(2021年10月更新)《儿童青少年近视防控适宜技术指南》,受到眼科专家和用户的认可。

公司是目前国内及全球领先的角膜塑形镜研发与生产企业。拥有“梦戴维”和“DreamVision”两个塑形镜品牌,其中,“梦戴维”品牌角膜塑形镜已应用二十年,在这类产品中具有较高的知名度,“DreamVision”产品则集智能化、个性化、简易化、自动化为一体,技术上独具一格。公司角膜塑形镜的累计用户已超过200万,效果和品质普遍良好。

2024年12月,公司硬性接触镜获批上市,产品采自材料OVCTEK200,透氧系数DK为118,是目前全球已上市的硬膜塑形镜中透氧系数处于领先地位,为硬性接触镜类增加了一个重要成员,进一步提升了公司市场竞争力,同时,公司新一代角膜塑形镜(DK值185)的注册申请也已获国家药品监督管理局受理,预计在2025年上半年将获批。

3.主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会会计数据

□是 √否

元

	2024年末	2023年末	本年末比上年末增减	2022年末
总资产	6,030,901,444.16	5,518,910,590.46	9.28%	5,118,647,920.26
归属于上市公司股东的净资产	4,697,006,548.89	4,361,306,066.09	7.94%	4,230,318,200.66
2024年		2023年	本年比上年增减	2022年
营业收入	1,813,611,324.96	1,737,161,463.02	4.40%	1,529,319,073.48
归属于上市公司股东的净利润	572,230,422.37	666,599,816.95	-14.16%	623,849,090.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	401,520,464.94	572,324,471.87	-14.12%	569,648,170.51
经营活动产生的现金流量净额	684,906,247.65	723,384,241.76	-5.32%	661,716,338.06
基本每股收益(元/股)	0.06408	0.07462	-14.12%	0.07164
稀释每股收益(元/股)	0.06408	0.07462	-14.12%	0.07163
加权平均净资产收益率	12.60%	15.68%	-2.89%	26.74%

(2) 分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	404,528,576.04	418,719,877.03	547,741,670.56	382,622,199.56
归属于上市公司股东的净利润	192,953,174.63	131,434,179.22	198,190,665.41	49,652,118.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	166,587,271.06	116,425,666.06	190,206,629.81	18,310,897.32
经营活动产生的现金流量净额	196,421,532.06	131,243,224.33	261,580,734.04	94,660,766.44

(3) 产品销售模式

公司采用经销、直销、直营相结合的模式。在经销方面,公司拥有一批已取得医疗器械经营许可证的经销商,授权他们向特定区域,或某些眼视光服务机构销售公司的产品。在直销方面,一些民营视光机构及公司(或子公司)所在区域的非民营医疗机构,由公司或子公司直接供货。在直营方面,公司拥有一批控股的或参股的视光服务终端,这些服务终端从事全面的视光技术服务和全视光产品销售,包括公司自产的产品。

公司为客户(经销商和视光服务机构)提供技术培训、规范经营培训、验配技术支持、规范化督查、产品售后服务、安全风险管理等专业化服务。

公司主营产品角膜塑形镜为个性化定制,客户通过公司自主开发的订单信息管理系统下达订单,该系统包含产品的设计、生产、质检、物流等环节,客户下单、订单审核、生产计划、产品加工、检验、发货等全流程可在信息系统完成,实现了全过程追溯管理。

(四) 主要业绩驱动因素

公司2024年实现营业收入1,813,611,324.96元,较上年同期增长4.40%,实现归属于上市公司股东的净利润572,230,427.37元,较上年同期下降14.16%,实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润491,520,464.94元,较上年同期下降14.12%。

下面从收入和利润两个方面分别说明。

(1) 收入

(i) 按产品分类

公司业务收入主要来自产品销售和医疗服务。产品收入又分为硬性接触镜类产品,护理产品、框架镜及其他视光产品及技术服务、非光学类(含医疗耗材、医疗器械批发等)等四大类。

硬性接触镜类产品的主要收入来自主营产品角膜塑形镜,本报告期总销售收入下降6.73%。主要原因与上年度类似,一是高端消费仍然较为疲软,二是减离焦框架镜(成本较低,零售点多,管控较松)等近视防控产品走入了部分销售死角,三是角膜塑形镜品牌增多导致竞争加剧。公司在报告期内延续了上述原有的策略,采取了增加各区域销售员、出台促销政策、推出特色产品和套餐优惠等多种方式,对稳定硬镜的销售收入起了有效的作用。

护理产品的销售,公司在报告期同样延续了去年的策略,大力推广促销自护护理品,虽然购镜片送护理品和促销活动等导致护理品总销售收入小幅下降2.18%,但自产护理品的占比继续提升,护理率继续保持,盈利能力增强。

框架镜等其他视光产品及技术服务收入在报告期内继续保持增长,同比增长32.65%,主要是功能性框架镜等非硬镜产品收入以及非医疗机构技术服务收入增长。

本报告期非光学类收入同比下降15.69%,主要是合并子公司的医疗器械和耗材的经销收入的下降所致。

医疗服务方面,本报告期同比增长20.26%,主要来自于控股医院医疗收入的增长。

(ii) 按销售模式分类

按照销售模式分类,公司收入主要分为经销收入、直销收入和终端收入三类。报告期内,经销收入下降7.11%,直销收入小幅增长4.18%,终端收入则增长13.21%,终端收入占比继续提升,达到52.91%。

(iii) 按地区分类

本报告期西区区域销售收入下降4.96%,主要是护理产品和非光学类产品(医疗器械和耗材的经销收入)的销售收入下降所致。其它区域均为增长,其中东北和华北区域增幅较大,分别增长33.33%和18.75%,主要是来自并表子公司和线上线下业务增长的贡献。

(iv) 分利润

报告期公司归母净利润下降14.16%,主要原因有:(i)毛利率较高的硬镜收入下降,毛利率较低的其它产品收入和收入增加,造成增收24.40%;主要是由于销售人员和技术支持人员的增加,开展促销活动等;(ii)新近的视光终端前三季度收入小幅度成本高,增收却减利;(iv)计提了长期股权投资减值准备、应收款项坏账准备和商誉减值准备合计6714万元,同比增加8543.8万,对净利润影响较大。去除这一部分的影响,归母净利润下降幅度约为7.52%。

报告期公司归母扣非净利润较上年同期下降14.12%,与归母净利润的下降幅度接近。若去除长期股权投资减值准备、应收款项坏账准备和商誉减值准备的计提的影响,扣非归母净利润下降幅度约为6.39%。

2.报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及行业地位等

如本节“一、报告期内公司所处行业情况”所述,公司所处行业为视光服务,分为视光产品的产品销售和专业视光服务两大板块。

公司的主营视光产品是医疗器械大类下的硬性接触镜类产品,用视力矫正和近视防控,是临床应用最普遍的视光产品。目前,角膜塑形镜是国内硬性接触镜产品中唯一具有较大销量的产品,用于青少年的近视矫正和防控,在临床应用中展现了良好的效果,自2006年起直至2022年经历了18年的快速增长。2023年,一些知名眼镜生产商公司推出了角膜塑形镜减缓近视加深的减少边少远视框架的眼镜并广泛宣传推广,由于框架眼镜不属于医疗器械,宣传控缓角膜塑形镜,同时,框架眼镜可以在数量庞大的眼镜店销售,而角膜塑形镜只能在专业视光服务机构销售,加上框架眼镜销售价较低和消费降级的环境,部分角膜塑形镜的用户选择了减缓边少远视框架作为近视防控的起始产品,导致2023和2024年角膜塑形镜总体销售量出现小幅下降。此外,最近几年,国内角膜塑形镜生产厂家大幅增加,竞争加剧,也导致产品的出厂和零售价格下调,毛利降低。因此,硬性接触镜行业目前处于发展瓶颈期。

虽然硬性接触镜类产品的销售最近五年遇到瓶颈,但长远仍然是好的,原因如下:一是角膜塑形镜大概率会恢复增长,因为其近视防控效果普遍好于减缓框架眼镜,通过一段时间的验证,近视患者会重新将角膜塑形镜作为第一选择,而目前角膜塑形镜的渗透率仍然较低;二是消费降级是阶段性的,将逐步恢复;三是另一款重要的硬性接触镜产品—巩膜镜已经在市,有望成为第二个一定市场规模的产品。

公司是硬性接触镜类产品的开拓者,也是目前国内的领军企业。公司是国内最早推出角膜塑形镜的企业,也是不断推动角膜塑形技术升级换代的企业,累计200多万亩。“梦戴维”、“DreamVision”两个品牌具有较大的用户群体广泛的影响力,在角膜塑形镜品牌不断增多,竞争加剧的环境下,根据一些研究报告,公司的角膜塑形镜市场占有率最近两年并未明显下降。随着消费环境的恢复,角膜塑形镜相对其它产品防控效果的优势再次确认,加上公司新一代超薄透氧(DK185)角膜塑形镜如获批准和超高透氧硬镜上市的硬,硬镜产品将全面国产化替代,公司在硬性接触镜这一领域的领导地位将会加强,产品优势也将有望扩大。

公司的另一项主要业务为视光服务,以社区化视光中心和诊所为主要形式,这类视光服务机构在发达国家是视光服务的主要提供者,数量多,单个体量小,总体规模大。在我国,专业视光服务为医院眼科中的一个专科,从业人员少,患者就医不方便,社会上的视光服务需求得不到充分满足,而数量较少的眼镜店则是视力矫正产品(如框架镜、隐形眼镜)的零售商,不能提供更专业的解决方案。公司在国内率先提出社区化专业视光服务模式的试点并带头尝试,目前已建立了490余家视光服务终端,提供眼健康检查,视力矫正、近视防控、视功能提升训练、视疲劳和干眼治疗等专业解决方案和个性化服务,

前10名股东及前10名无限售流通股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用 √不适用

公司是否具有表决权差异安排

□适用 √不适用

(2) 公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5.在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

三、重要事项

无

欧普康视科技股份有限公司  
二〇二五年三月二十九日

## 深信服科技股份有限公司

## [2024] 年度报告摘要