
证券代码：300622

证券简称：博士眼镜

博士眼镜连锁股份有限公司

Doctorglasses Chain Co.,Ltd.

广东省深圳市罗湖区桂园街道深南东路 5016 号京基一百大厦 A 座 2201-02 单元



向不特定对象发行可转换公司债券 募集资金使用的可行性分析报告

二〇二五年二月

一、本次募集资金使用计划

博士眼镜连锁股份有限公司（以下简称“博士眼镜”、“公司”）本次拟发行可转换公司债券的募集资金总额不超过人民币37,500.00万元(含37,500.00万元)，扣除发行费用后的募集资金净额拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资金额	拟使用募集资金
1	连锁眼镜门店建设及升级改造项目	35,012.20	18,000.00
2	总部运营管理中心及品牌建设项目	22,998.80	7,000.00
3	数字化平台升级建设项目	9,277.31	7,000.00
4	补充流动资金	5,500.00	5,500.00
合计		72,788.31	37,500.00

如本次发行实际募集资金(扣除发行费用后)少于拟投入本次募集资金总额，公司董事会或董事会授权人士将根据募集资金用途的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，不足部分将通过自筹方式解决。在不改变本次募集资金投资项目的前提下，公司董事会或董事会授权人士可根据项目实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

在本次发行可转换公司债券募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目实施进度的实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

二、募集资金投资项目具体情况及可行性分析

（一）连锁眼镜门店建设及升级改造项目

1、项目概况

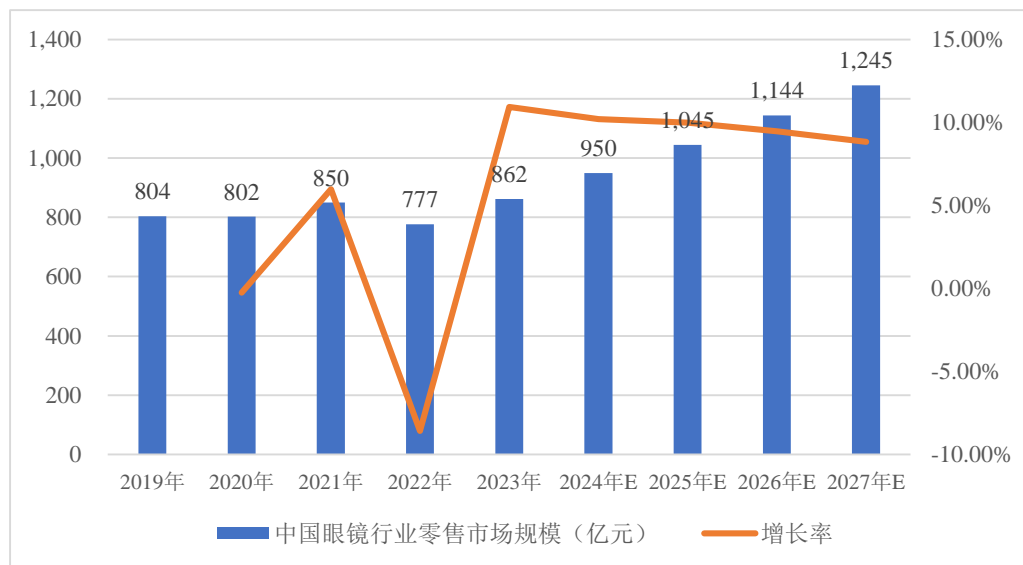
为进一步拓展优质线下渠道，抓住智能眼镜快速发展的重大市场机会，提升公司门店收入和盈利能力，公司拟投资35,012.20万元在全国重点城市扩充225家眼镜门店，同时升级改造公司部分现有门店，提升公司的市场占有率和品牌知名度，满足消费者不断升级的消费需求。

2、项目必要性

(1) 中国眼镜零售市场空间较大

随着近视人群、老龄化人口增加，以及消费水平的提升和消费观念的转变，消费者对眼镜产品的需求从基本功能性向时尚、健康、智能等多功能方向发展，推动了市场规模的扩大。根据艾瑞咨询预计，到 2027 年中国眼镜产品市场零售额将达到 1,245 亿元，2023 年至 2027 年的年均复合增长率达 9.6%。

中国眼镜零售市场规模及预测



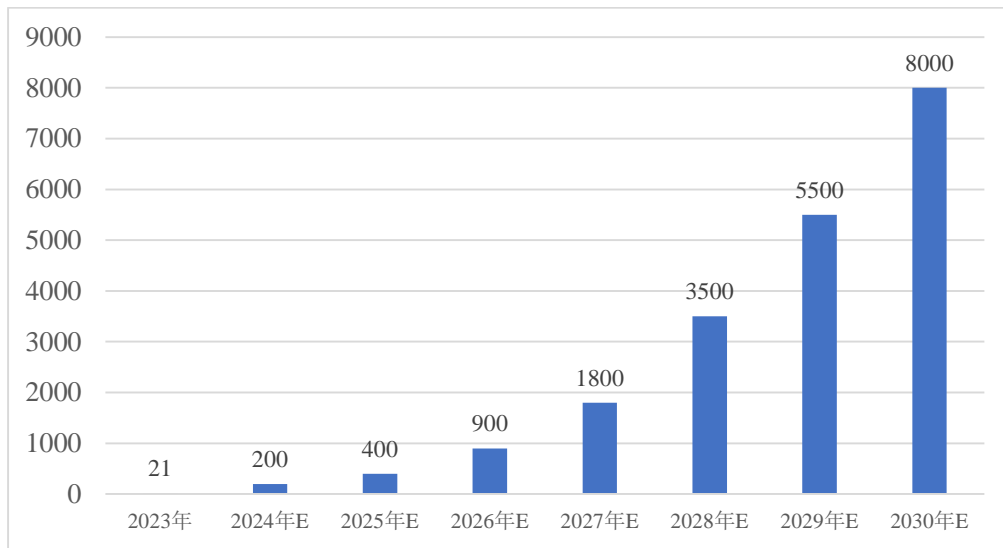
数据来源：艾瑞咨询

建立完善的营销服务渠道网络，是眼镜连锁行业公司争夺市场份额和品牌制高点的必然选择。随着我国眼镜行业市场规模持续增长，作为我国主要的眼镜零售连锁企业之一，公司拟通过本项目的建设拓展营销渠道，在全国重点城市开设连锁眼镜门店，及时抢占目标区域的高价值门店资源。目前公司营销网络主要覆盖华南、华东等地区，从全国角度考虑面临区域发展不平衡问题。一方面，重点区域由于市场容量不断扩大和居民消费能力不断提升，公司的营销网络需要进一步加密扩展来满足市场需求；另一方面西南、华北等市场营销渠道仍待进一步完善，需要不断投入营销资源增强销售网络建设。本项目的实施将有助于公司拓展线下销售渠道，优化全国门店网络布局，提升市场占有率。

（2）智能眼镜产品需求不断增加，紧抓行业智能化市场机遇

伴随智能电子市场及 Deepseek、ChatGPT、Kimi、通义千问等 AI 大模型的快速发展，技术进步为智能眼镜注入了强大的计算能力和智能化功能，使其从简单的信息显示设备逐渐演变为集语音交互、实时翻译、AR 导航、健康监测、智能助手等多功能于一体的智能终端，AI 智能眼镜的未来前景愈发广阔。当前除了传统智能硬件厂商，互联网企业和消费电子厂商也纷纷入局智能眼镜领域。随着进入智能眼镜领域的厂商不断增加，预计 2025 年智能眼镜将进入新品密集发布期。Ray-Ban Meta 作为 AI 智能眼镜的代表性作品，自发布以来全球销量已突破百万台，成功激起行业和市场对于 AI 智能眼镜赛道的关注。国内互联网、消费电子、AR 类智能硬件厂商，包括华为、小米、雷鸟创新、Rokid、Xreal、李未可、魅族等均不断加码 AI 眼镜，近年来也先后发布了多款智能眼镜产品。根据 WellSenn 数据，2024 年全球 AI 智能眼镜销量达 200 万副，预计 2025 年开始 AI 智能眼镜将迅速提高市场渗透率，全球出货量将进一步增长至 400 万副，至 2030 年 AI 智能眼镜全球销量规模有望达到 8,000 万副。

AI 智能眼镜销量规模预测（万副）



数据来源：WellSenn

智能眼镜等设备通过集成 AI、AR 等技术实现语音控制和视觉感知的同步，提供了更为直观和自然的交互方式，使智能眼镜在教育、娱乐、运动、出行等多个领域展现出广泛的应用前景，具备音频和摄像头的智能眼镜是当下 AI 模型应用落地的最佳硬件载体之一，预计未来将与更多行业深度融合，创造出新的应用

场景和商业模式。例如，通过与 AI 大模型结合，智能眼镜可以实现更自然的语音对话、个性化推荐以及复杂任务的执行，并迅速响应个人需求；结合 AR 技术，用户可以在视野中直接获取实时信息，如导航路线、商品详情或远程协作指导；智能眼镜通过摄像头可以对周围环境中的物体、人物进行快速识别与分类，为用户提供实时的信息解读。作为我国销售规模、门店数量领先的眼镜连锁零售企业之一，公司需要进一步扩展门店渠道网络，抓住眼镜行业智能化的重大市场机遇。

(3) 提升消费者购物体验、促进门店销售收入持续增长

目前公司的部分门店由于开业时间较长，存在门头标识、内外部装修风格已显得较为陈旧，室内功能区布置和商品陈列有待升级等问题。连锁门店作为公司与消费者直接对接的场所，代表着公司整体品牌形象，门店的环境和氛围直接关系到消费者的购买决策和对公司的品牌认知度。为提升公司门店整体形象、为顾客创造更加良好的购物环境，公司计划对现有部分老旧门店进行升级改造。通过升级焕新，公司拟引入新的商品陈列及展示体系，统一新老门店的整体装修风格，可进一步提升公司门店专业化的卖场形象，为顾客营造更加舒适、良好的购物环境，以促进门店销售收入的持续增长。

(4) 加速线上线下融合，推动业务创新与增长

报告期公司持续完善本地生活服务平台的布局，通过精细化运营、优化团购产品、加大引流力度来深度满足消费者的本地生活需求，加速线上线下融合发展，推动公司全渠道布局。这一系列举措显著提升了公司的市场覆盖面和服务能力，为消费者提供了更加便捷、高效的购物体验。

随着公司本地生活服务平台的持续优化和线上线下互动的深化，终端门店将能够更加高效地获取流量、提高转化率，并通过精准的会员营销和个性化产品推荐，进一步提升品牌价值与消费者忠诚度。本项目通过加大门店建设力度、提升门店硬件设施，旨在增强门店对线上流量的承接能力，通过线上赋能为线下门店注入新的活力。本项目的实施能够强化门店的销售和服务能力，助力公司在不断变化的市场环境中抢占先机，为未来在眼镜零售行业的持续创新和发展奠定坚实基础。

3、项目可行性

(1) 公司具备良好的门店选址能力

眼镜零售门店作为消费者购买眼镜产品最主要的渠道，其选址至关重要。公司根据多年的选址经验和决策体系，已建立了一整套完善的门店选址方法。通过对新进城市的人口数量、密度、消费能力及消费习惯的分析，锁定拟进入城市商圈，根据不同的商圈特点，确定预选门店的店型和店址范围，运用选店模型确定具体店址。公司在新开门店选址过程会进行充分论证，重点考虑城市商业氛围、城市消费能力、商圈成熟度、商业环境消费力水平、竞争对手情况、店面（或专柜）合作条件、经营预期以及对现有门店的影响等因素，以降低新开门店的经营风险。

公司门店选址重点考察维度		
序号	调研维度	具体内容
1	城市商业氛围	考虑在当地开业的全国性或地区性连锁商场门店数量、城市规模、人口结构、居民分布、城市规划、城市常住人口消费力、商圈分布、自然环境和交通条件等因素
2	城市消费能力	主要考虑城市面积、GDP 总量、人均 GDP、GDP 年均增长速度、城市人口规模、人口结构状况、人口流动性、居民收入水平、人均消费水平和消费习惯等
3	商圈成熟度	主要考虑商圈发展历史、商圈规模、特色、成长趋势。其中成长趋势是考察和关注的重点
4	商业环境消费力水平	主要考虑新设门店所在商圈客流、人口结构、商业地位、零售总额、眼镜行业特点，眼镜品类、总量、客单价、平均消费周期等因素
5	竞争对手调研	主要考察竞争对手在该地区的发展历史、销售能力、市场份额、知名度、地域分布、服务水平、盈利能力、装修风格、货品配置、经营策略、营销推广、定价策略等因素
6	店面（或专柜）合作条件	主要考虑位置、面积、合同期、合作模式、租金单价（或扣点比例）、租金增长趋势、押金方式、管理费用、推广费用、POS 机费用、免租装修期等因素
7	经营预期	店面培育期评估、月营业额预估、盈亏平衡点测算、可盈利时间预估、整体店面效益预估
8	现有门店影响评估	在新店选址时会考虑对现有门店的影响，分析周边的商圈分布情况、交通状况、辐射消费人口、企事业单位等综合状况，避免由于开店过密造成的门店之间的竞争

公司已与多家大型商超集团、免税企业、医疗机构等建立了良好的战略合作

关系，进一步丰富了公司的选址资源。2021年、2022年、2023年公司分别新开门店114家、67家和51家。公司良好的门店选址能力为本项目的实施提供了坚实基础。

(2) 公司具备成熟的门店运营管理经验

截至2024年6月底公司已在全国范围内的25个省市自治区拥有530家门店，积累了丰富的连锁眼镜门店运营管理经验、线上线下场景融合推广营销经验，在跨区域门店的管控力、复制力、品牌建设等方面具有突出优势。公司通过商品运营部门对市场需求的精准把握、用户运营部门对用户售前售后服务的流程管理、信息化部门对业务流程的优化梳理、线上运营部门的流量导入、门店员工的专业验光配镜服务等，支撑公司销售渠道体系的高效运营。公司成熟的门店运营管理经验，为新设门店的跨区域经营、快速高效复制提供了有力支撑，募投项目实施具备成熟的组织保障。

(3) 公司优秀的选品能力，为本项目的实施奠定了良好的业务基础

公司根据商品品类筛选相应的合格供应商或者经销商，经过多年发展，公司与卡尔蔡司、开云集团、依视路、LVMH等国际及国内著名眼镜生产厂商建立了稳定的合作关系。智能眼镜方面，公司也与业内头部智能眼镜品牌星纪魅族、雷鸟创新、XREAL、界环、李未可等建立了良好的合作关系，通过定制化服务、线上线下联动售后为智能眼镜的消费群体提供视力矫正综合解决方案。此外，近年公司持续关注“一老一少”群体的消费需求，及时优化升级产品结构，加强功能性产品的科普力度和营销推广活动，为多样化的用眼需求提供有针对性的解决方案。同时公司也积极培育自有品牌，不断升级迭代自有品牌产品矩阵。公司优秀的选品能力为本次募投项目的顺利实施奠定了良好的业务基础。

4、项目投资概算

本项目预计总投资为35,012.20万元，拟使用募集资金投入金额18,000.00万元，全部投向本项目的资本性支出，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目建设内容	项目资金	占比	募集资金投入金额
一	新店建设投资	28,103.30	80.27%	11,420.10
1	装修费用	7,865.40	22.46%	11,420.10
2	仪器设备投入	3,701.63	10.57%	
3	初始年物业租赁费用	9,722.88	27.77%	-
4	铺货资金	4,198.00	11.99%	-
5	预备费	1,274.40	3.64%	-
6	铺底流动资金	1,341.00	3.83%	-
二	老店升级改造投资	6,908.90	19.73%	6,579.90
1	装修费用	6,579.90	18.79%	6,579.90
2	预备费	329.00	0.94%	-
三	项目总投资	35,012.20	100.00%	18,000.00

5、项目实施主体、建设周期

本项目实施主体为博士眼镜连锁股份有限公司及其各子公司，本项目计划实施周期为 36 个月。公司本次门店拓展主要位于一线、新一线及二线等消费能力较强的城市，一方面将继续在公司传统优势区域如华南、华东等地区加密门店布局，拓展营销网络，另一方面将在西南、华北等地区投入资源增强市场竞争力。

本项目拟拓展连锁眼镜门店的类别如下：

序号	新建门店类别	建设节奏（家数）			
		第一年	第二年	第三年	合计
1	博士眼镜门店	57	62	65	184
2	总统门店	5	6	7	18
3	渠道合作配镜中心	6	4	5	15
4	视光中心	2	3	3	8
合计		70	75	80	225

6、项目预期效益

本项目建设完毕后，预计经营期可实现年均营业收入 31,087.20 万元，年均预计利润总额 3,320.31 万元，项目预期效益良好。

7、项目涉及履行审批、核准或备案程序

截至本报告出具日，本项目的立项备案正在进行中。

（二）总部运营管理中心及品牌建设项目

1、项目概况

为进一步提高品牌知名度与市场影响力，巩固提升公司的市场地位，公司拟投资 22,998.80 万元计划在深圳市购置办公场地建设总部运营管理中心，并在深圳、上海、北京等地建立公司品牌形象体验中心。本项目的建设有利于公司加强战略管理能力、资源调配能力、人才培养能力，可以使企业管理更加集约化、系统化，有利于公司品牌建设和未来发展，增强企业核心竞争力。

本项目分为两个部分，一是公司在深圳建设总部运营管理中心，优化公司运营管理环境，对相关场地、人员、设备进行补充，满足公司日益增长的管理和办公需求；二是公司将加大品牌建设投入，建立品牌形象体验中心。本项目的实施，将有利于增强公司业务稳定性，增强员工的归属感和认同感，为公司的长远发展提供基础保障。同时，该项目将有利于加强公司品牌竞争力建设，为公司未来的可持续发展奠定基础。

本项目的具体建设内容如下：

序号	主要内容	规划建筑面积 (m ²)	实现职能
总部运营 管理中心	办公区	3,100.00	将三地办公场所集中办公，改善目前公司办公环境，实现总部统一管理
	会议室	300.00	扩充会议室数量和面积，满足各个部门的会议需要
	培训中心及产学研基地	280.00	1、门店验光师统一培训 2、新验光设备、新产品教学培训 3、与医院、高校等的产学研基地
	总部展厅	450.00	1、最新时尚眼镜及功能性镜片产品、最新科技验光技术体验专区 2、最新智能眼镜产品体验专区 3、博士眼镜发展历程及公司文化展区
	直播基地	220.00	抖音等平台电商直播间、线上作战指挥中心
	其他配套功能区	150.00	其它配套功能区，如机房、档案室、茶水间等

品牌建设推广	品牌形象体验中心建设	450.00	通过在深圳、上海、北京等一线城市建设品牌形象店，强化品牌认知，传递品牌价值，促进产品销售
	营销推广投入	/	主要为地铁、商超、电梯、公共汽车、新媒体等形式的广告投放

2、项目必要性

(1) 可以提高公司经营管理效率，实现降本增效

随着业务规模的持续扩展和职能部门的不断细化，公司人员数量不断增加，目前公司租赁的办公场地已不能满足日益增长的经营需要，影响了公司的运营效率。公司总部位于深圳市罗湖区，总部目前办公场所均为租赁，分散在三处办公场所，总部运营场地紧张，办公场所的租赁费用较高。这种分散的办公模式不利于内部紧密沟通与协作，也不能满足公司持续健康发展的内在管理需求。本项目计划购置地理位置优越、配套设施完善、交通便利的办公场所，实现总部各部门集中办公，提升内部协同效率，打造高效、稳定的工作环境，为公司可持续发展提供基础保障，同时新办公场所的购置有利于公司未来容纳更多新增人员。新的办公环境将进一步提升公司整体形象，增强合作方的认可度。另外，从经济效益角度分析，本次募投项目拟购置的房产预计年折旧摊销费用预计低于目前办公场所的年租金，购置办公场所更具有经济效益，有利于公司实现降本增效。

(2) 有利于增强公司业务开展的稳定性

公司总部目前办公场所均为租赁，若公司长期依赖租赁方式经营业务，可能面临租赁场地被收回、租赁期满后难以续租，以及租金费用持续攀升等潜在风险，给公司的正常运营带来诸多不便和不确定性。通过购置固定办公场所，公司能够为员工提供一个独立且稳定的办公环境。这不仅有助于公司进行长期的场地规划与布局，还有助于提升公司业务发展的稳定性与持续性，为公司的长期发展奠定坚实基础，使公司能够在稳定的环境中专注于核心业务，实现战略目标。

(3) 有助于全方位提升公司品牌影响力

品牌是公司重要的无形资产，体现了企业的市场地位和核心竞争力。良好的

品牌知名度是进一步推广公司产品、扩大公司市场占有率的重要保障，也是消费企业持续增长和基业长青的保障。自成立以来，公司高度重视品牌建设，致力于为消费者提供时尚化、个性化的眼镜产品和专业的视觉健康解决方案。为满足不同客群的多场景消费需求，公司积极打造差异化的品牌矩阵，进行多层次市场布局，形成更有针对性的营销策略。为进一步提升公司品牌影响力，本项目将选择当地核心商圈的优越位置，结合创新设计和智能化体验，打造全品类 SKU 的品牌形象体验中心。体验中心将从设计感、体验感、个性化场景打造等方面，形成与智能眼镜深度体验的多维度功能布局，构建一个全方位、沉浸式的品牌体验空间。通过设计各种触点和交互模式，以及优质专业的服务，项目将打造差异性品牌特色，让顾客获得独特的体验感，深入了解公司品牌，形成深刻的品牌认知。

3、项目可行性

(1) 公司拥有成熟的运营管理团队，为本项目提供了坚实的人才保障

公司作为国内领先的眼镜零售连锁企业，经过多年发展与沉淀，拥有一支成熟的运营管理团队，在品牌建设、销售渠道、产品丰富性、服务与交付等方面形成了独特的竞争优势，公司管理层对眼镜连锁行业具有深刻的理解。同时，公司坚持“客户第一、主动担当、结果导向、协作执行”的价值观，大力加强人力资源管理体系建设，不断完善人才培养机制。公司注重在职员工整体素质和专业技能的提升，全面、多样地拓展员工的专业知识面，有效提升员工素质。同时公司优化完善了员工职级、工资薪酬、福利保障、绩效考核等机制，并以业绩为导向，推行股权激励计划的实施，充分调动员工积极性，为本项目的成功实施提供了坚实的人才保障。

(2) 公司拥有丰富的品牌运营经验，为本项目提供有力的经验支撑

品牌是企业软实力的重要象征。公司自 2014 年起连续 10 年被评为“深圳老字号”、“深圳连锁经营 50 强”，在行业中拥有较高的品牌知名度及美誉度，品牌价值不断提升。为满足不同客群的多场景消费需求，公司积极打造六大眼镜零售品牌，进行多层次市场布局，形成差异化的品牌矩阵效应，包括“President optical”定位于“高端定制”、“博士眼镜”定位于“专业视光”、“Boojing”定位于“新

消费零售”、“zèle”定位于“时尚快消”、“砦(石人工)”定位于“全国加盟”、“ZORRO”定位于“复古文化主题”。经过多年发展，公司拥有丰富的品牌运营经验，可为本项目建设提供有力的经验支撑。

4、项目投资概算

本项目预计总投资为 22,998.80 万元，拟使用募集资金投入金额 7,000.00 万元，全部投向本项目的资本性支出，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	项目资金	占比	募集资金投入金额
1	总部运营管理中心场地购置	17,613.00	76.58%	7,000.00
2	装修费用支出	1,239.50	5.39%	
3	体验中心场地租赁	1,530.00	6.65%	-
4	体验中心设备投入	234.30	1.02%	-
5	体验中心货品投入	450.00	1.96%	-
6	品牌建设推广费用	1,500.00	6.52%	-
7	体验中心人员投入	432.00	1.88%	-
8	项目总投资	22,998.80	100.00%	7,000.00

5、项目实施主体、建设周期

本项目的实施主体为博士眼镜连锁股份有限公司，计划建设实施周期为 36 个月。

6、项目预期效益

本项目建成后将全面提升公司的运营效率及品牌形象，项目不直接产生经济效益，不涉及效益测算。

7、项目审批、核准或备案情况

截至本报告出具日，本项目的立项备案正在进行中。

(三) 数字化平台升级建设项目

1、项目概况

随着国家陆续颁布相关政策，新零售行业呈现良好的发展态势，同时在 AI、大数据、物联网等新兴技术迅速发展的影响下，零售企业纷纷加快数字化转型升级的步伐。本项目拟在公司现有信息化基础上，升级改造业务支持和管理系统，加大 IT 基础设施以及数据安全投入，从数字化门店、数字化运营管理、数字化营销、数字化作业、数字化交易、数字化加盟、业务中台和数据中台等方面进行全面优化，提升公司整体的数字化水平，保障各连锁门店高效有序运转，提升公司运营管理效率。本项目建设是公司顺应数字化转型趋势，增强综合竞争力的重要举措。

公司的数字化平台规划升级架构设计如下：



2、项目必要性

(1) 顺应行业发展趋势，助力公司数字化升级

随着互联网技术的不断成熟和发展，数字化转型已成为零售行业的必然趋势。报告期公司业务规模持续扩大，现有信息系统将难以满足日益提升的经营管理科学化、精细化等要求。公司多元化的产品种类、逐年增加的客户数量以及众多销售门店对公司销售、存货、物流、营销及后期服务等流程提出了新的考验。公司现有的财务管理系统和业务管理系统尚未实现高效对接，部分系统流程固化，导致各业务板块间无法充分协同发展，在数据安全等方面仍存在优化完善的方面。此外，一些业务环节还依赖人工操作，耗时费力且易出错，不仅限制了企业运营效率提升，也难以完全满足公司业务拓展和管理升级的需求。因此，公司亟需进行数字化升级，以全面提升公司数字化管理能力。

(2) 优化数据处理能力，提升运营管理水平

在数字化时代背景下，零售企业通过互联网和专业化服务打造零售行业新模式，为顾客提供定制化、高价值的服务均需要数字化、智能化模型作为技术支撑。随着公司业务的不断发展，门店的基础数据和管理数据总量不断增长，对系统的数据精细化加工能力和全链条数据协同处理能力提出了更高要求。

通过本项目的实施，一方面将打造数字化门店，实现多渠道订单的整合与统一管理，借助大数据分析洞察消费者行为与偏好开展精准营销，为顾客提供个性化的解决方案，进一步提升购物体验 and 门店运营效率。另一方面，本项目将对公司业务中台进行全面升级改造，将门店基础经营数据、商品数据、订单数据、库存数据等进行打通。通过规范各业务数据需求，确保各部门、各系统之间的数据互通与共享，提升数据流转效率与准确性。升级后的数据中台将具备更强大的数据分析和挖掘能力、更智能的可视化展示以及更精准的预测和预警功能，从而提供数据的多维分析，为公司经营决策、营销推广、供应链管理等方面提供数据支撑，提升公司运营管理水平。

(3) 提高供应链管理能力，增强公司竞争力

在市场竞争日益加剧的环境下，快速响应服务能力和高效供应链管理能力的已

成为企业竞争力的重要组成部分。本项目将全面提升供应链管理的智能化水平，从供应商管理、采销管理、仓配管理到客户服务等多个维度进行升级优化，进一步实现供应链信息的共享与协同，实现与上游供应商在订单采购、退换货、库存管理等环节的密切对接，探索定量自主下单、采购计划预测等应用场景，同时优化库存结构，将全量库存向各业务前端统一共享，整体降低采购和库存成本，全面提升供应链管理的核心竞争力。此外，本项目还将实现线上线下多渠道的高效订单处理与跟踪、智能化分配与调度，显著提高加工配镜的交付效率；同时快速响应客户服务请求，优化售后服务流程，为客户提供更加高效的支持和服务。

在加盟数字化管理方面，本项目将进一步优化加盟商管理系统，优化销售订单管理、库存管理、客户关系管理和培训赋能管理等功能模块。通过完善系统功能，不仅能提高加盟商的运营效率，还能有效降低运营成本，帮助加盟商在市场竞争中占据优势，增强公司的整体竞争力。

3、项目可行性

(1) 本项目符合我国推动零售行业数字化转型的政策导向

近年来，企业的数字技术创新和迭代速度明显加快，传统行业的数字化转型是当前数字经济的重要增长方向。2021年12月，国务院发布《“十四五”数字经济发展规划》，提出顺应数字经济时代需求，紧扣数字经济特征优势，促进数字技术与实体经济深度融合，通过数字化赋能零售等传统行业转型升级；2023年2月，中共中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》，旨在推动数字技术和实体经济深度融合，在重点领域加快数字技术创新应用，加快数字中国建设；2024年11月，商务部等七部门印发《零售业创新提升工程实施方案》，鼓励应用数字技术优化标准流程，赋能开店布局、进销存管理、物流配送、防伪溯源等环节，推动信息系统等智能化升级，提出推动实体零售与数字经济深度融合，形成新质生产力。国家一系列鼓励性政策措施的出台，以及新基建和数字经济对零售业的赋能，将有效促进眼镜连锁零售行业运行效率的提升，推动企业通过数字化转型提升竞争力，促进产业升级和经济高质量发展。本次公司数字化平台升级建设项目符合国家政策导向。

（2）公司具备数字化建设的实施基础

作为中国眼镜零售行业的龙头企业，公司始终重视信息化建设，并在近年来持续加大投入力度。为配合数字化管理升级，公司设立了“数据运营部”，通过数字化为战略决策提供量化依据，为提升供应链管理水平和门店经营能力打下坚实基础。公司先后建立了订单管理系统、物流仓储管理系统、客户采购平台、门店订货系统等，在原有 OA 系统的基础上引入飞书管理软件，提高员工在线活跃度和工作效率，大幅提升公司穿透式管理能力和团队协作执行力。因此，公司在数字化建设投入方面已经具备一定的建设经验和实施基础，为后期公司全生态数字化建设奠定了基础。

（3）公司拥有经验丰富的项目开发实施团队

公司管理层一直高度重视公司数字化建设，近年来设立数据运营部和效能改进部等部门，通过协同合作，深入挖掘和分析有效数据，为公司运营提供专业化服务支持的同时，亦为公司积累了一批数字化建设和管理方面的专业人才。目前公司的项目开发团队对连锁眼镜企业的运营管理和技术实现具有深刻的认知，具备实施项目建设的能力，为数字化升级建设项目的落地提供了良好的保障。同时，当前数字化转型已成为众多传统行业的重要方向之一，相关领域的专业服务商可以为不同行业的公司量身定做各类数字化升级方案，从基础架构优化到前沿技术应用，能够覆盖公司可能触及的各个应用场景。因此，公司内部专业数字化团队与外部专业服务商的结合为项目的成功实施提供了全面保障。

4、项目投资概算

本项目预计总投资为 9,277.31 万元，拟使用募集资金投入金额 7,000.00 万元，均为项目资本性支出，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目建设内容	金额	占比	募集资金投入金额
1	业务系统投入	8,203.65	88.43%	7,000.00
2	IT 基础设施投入	563.26	6.07%	
3	信息安全建设投入	160.40	1.73%	

4	人员投入	350.00	3.77%	-
5	项目总投资	9,277.31	100.00%	7,000.00

5、项目实施主体、建设周期

本项目的实施主体为博士眼镜连锁股份有限公司及其全资子公司深圳市博士视觉健康科技有限公司，计划建设周期为 36 个月。

6、项目预期效益

本项目建成后将提升公司整体运营效率、降低内部管理成本，项目不直接产生经济效益，不涉及效益测算。

7、项目审批、核准或备案情况

截至本报告出具日，本项目的立项备案正在进行中。

（四）补充流动资金

1、项目概况

结合眼镜连锁行业的发展趋势、公司自身业务发展规划等因素，公司拟将本次募集资金中的 5,500.00 万元用于补充流动资金。

2、项目必要性

报告期内，公司营业收入稳步增长，未来随着募集资金投资项目的逐步实施，公司连锁业务规模将进一步增长，经营性流动资金需求日益增加。本次发行可转债的部分募集资金用于补充流动资金，有助于缓解公司流动资金压力，为公司未来发展提供资金支持，促进公司经营的可持续发展，进一步巩固公司的市场地位、提升公司的综合竞争力。

3、项目可行性

公司已根据中国证监会、深圳证券交易所等监管机构关于上市公司规范运作的相关规定，建立健全关于募集资金的各项公司治理制度，并制定了《募集资金管理制度》，对募集资金的存储、使用、管理、监督等方面等进行了明确规定，

本次发行募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司募集资金管理，以保证资金合理规范使用，防范资金使用风险，确保公司募集资金依法、合规使用。

4、项目审批、核准或备案情况

补充流动资金项目不涉及备案、环评及土地取得情况。

三、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策、公司战略规划方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，有利于优化公司门店布局、扩大连锁业务规模、增强市场竞争力，对公司寻求新的利润增长点具有重要意义。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司的总资产规模将相应提高，资金实力将有所增强。随着未来可转债持有人陆续实现转股，公司的资产负债率将逐步降低，有利于优化公司的资本结构、提升公司的抗风险能力。本次募投项目建成投产后，公司的业务规模、盈利能力和品牌竞争力将进一步提高，将对公司的长期可持续发展产生积极作用。

四、可行性分析结论

本次募集资金投资项目的建设符合国家产业政策导向和公司战略发展规划，具有良好的经济效益和社会效益。公司在渠道网络、管理团队、实施经验、客户资源、品牌形象等资源上的储备为本次募集资金投资项目的顺利实施提供了有效保障。本次募集资金投资项目的实施将进一步扩大公司连锁业务规模、优化门店布局、提升公司品牌形象、增强公司市场竞争力，符合全体股东的利益。本次募集资金投资项目的实施具备必要性和可行性。

博士眼镜连锁股份有限公司董事会

2025年2月7日