

户、代理商间的“名气”。这两方面都是实体公司长期战略，是从“小”公司向“大”公司迈进的必由之路。往后在公司收入迈过 15 亿达到 20 亿后，公司整体的规模效益将逐渐显现，一方面公司现有的团队规模和费用已经足够支撑公司未来几年的发展，将来重在调人才结构而不是简单扩团队规模，另一方面公司产品领先性和高端性不断体现，产品毛利率水平稳中有升。这样，收入持续增加，各项费用整体可控，各项费用率逐步下降，进而绝对利润额逐步释放。

目前对于开立来说，当前最重要的是扩大收入规模，保持技术领先性、扩大市场领导地位、加大市场渗透，只有这样才能在长期保持健康发展，利润自然水到渠成。

问：定增和股权激励的时间计划？

答：证监会关于公司定增批文的有效期限是 2022 年 3 月，剩下的时间已经不多了，公司将在近期决定是否实施增发。股权激励事项，仍处于内部推进过程中，股权激励是公司长期的薪酬激励政策，推出只是时间问题。

问：公司第三季度的经营情况？

答：有关公司的第三季度详情请查看公司将在 10 月份披露的第三季度报告。自年初以来，国内外疫情相比去年明显好转，公司各项数据恢复也超出我们原有预期。公司对全年超声业务稳健增长、内镜业务高速增长的预期能够实现。

问：同行在加快一次性镜的研发，公司是否对一次性内窥镜有所布局？

答：自疫情爆发以来一次性内镜的增长超过预期，原来一次性产品增长不快，但是去年增长 20%以上，但目前总体看一次性镜的市场规模仍较小，消费市场主要集中在国外发达地区。开立持续在

	关注这个方面的发展，但目前没有作为主要的研发方向。
附件	无
日期	2021.10.15