

提升企業價值計畫

114年11月12日董事會報告

【前言】

為促進上市上櫃公司重視股東權益並引導其提升企業價值，臺灣證券交易所113年8月23日修訂《上市上櫃公司治理實務守則》，113年8月29日證券櫃檯買賣中心公告修正發布，以利企業遵循。

大學光學科技股份有限公司（下稱「大學光」）自創立以來，憑藉專業經營團隊與堅強技術實力，已成為台灣眼視光產業之領導企業，並為多家國內外知名企業之長期合作夥伴。公司秉持持續創新與前瞻思維，致力於智慧醫療科技的實現與產業地位的提升。

面對國際地緣政治變化、產業競爭加劇，以及數位化與低碳轉型浪潮，本公司提出提升企業價值計畫，期望透過現況分析與具體策略，進一步增進企業價值，並確保公司之長期永續發展。

【現況分析】

一、成本分析

（一）加權平均資金成本（WACC）計算：

1. 本公司114上半年資本結構係由98.27%權益和1.73%債務組成（113年為99.46%和0.54%），顯示長期以股東權益為主要資金來源，財務結構相當穩健。公司的權益成本（Cost of Equity）為6.89%，債務成本（Cost of Debts）為2.23%，影響債務、權益成本的因素包括企業信用、經營風險等。透過加權平均資金成本（WACC，Weighted Average Cost of Capital）的分析使得本公司能評估資金使用效率、投資計畫的適切性和企業價值的合理性，本公司114上半年WACC為6.80%，略低於同業平均。本公司將持續保持穩健的財務體質與審慎的資金運用策略，以確保資金成本維持在合理範圍內，並作為投資計畫可行性與企業價值評估的重要依據。

由於生技產業的風險和創新性，有些生技公司WACC可能會位於9%-12%的範圍（參考資料寶齡富錦114.8.12提升企業價值計畫），本公司屬於成熟生技公司WACC通常較低。我們將進一步分析這些因素，以確保資金成本在合理範圍內。

年度	114上半年	113年
權益成本-大學光	6.89%	7.40%
債務成本-大學光	2.23%	2.50%
WACC-大學光	6.80%	7.37%
WACC-上市櫃生技醫療產業平均	7.2%~7.8%	7.4%~8.0%

資料來源：大學光財會處提供。

2. 總體經濟影響分析：利率、通貨膨脹率和匯率的波動均可能對本公司之 WACC 產生影響，這些因子的變化對於本公司相對可控。此外，本公司將定期進行總體經濟分析，以期在風險可控範圍內保持 WACC 的相對穩定性，有助於提高本公司對市場動態環境變化的應變能力，確保資金成本的合理性，進而維護企業的財務穩定。

二、獲利能力評估

- (一) **ROIC 和 ROE 評估**：公司的經營效能可透過投入資本報酬率（投資回報率，投資資本回報率）和權益報酬率（~~鯨~~，股本回報率）進行評估。~~-~~具體而言，本公司114上半年及113年 投資回報率 分別為 21.26%及22.54%，ROIC顯著高於 WACC 6.80 %及7.37%，顯示本公司整體資金使用效率優異，充分發揮資金運用效益。此外，114上半年及113年 鯨 分別達到22.78%及29.59%，高於同業平均的6.87%及10.98%，亦遠高於債務成本（債務成本）的 2.23 %及2.50%，表示公司有效地運用股東權益獲得良好的報酬，財務結構亦保持穩健。本公司的 ROIC 和 ROE 表現，顯示管理階層的有效資本配置，並展現公司在生技醫療領域的競爭力。

年度	114上半年	113年
ROIC-大學光	21.26%	22.54%
ROE -大學光	22.78%	29.59%
ROE - 同業平均數	6.87%	10.98%

資料來源：大學光財會處提供。

備註：ROIC = 稅後營業利益 / 投入資本；投入資本 = 總資產 - 無息流動負債(應付、預收等)

ROE = 稅後淨利 / 股東權益

~~同業平均數參考寶島、精華、佳醫、杏昌、杏一、德英、健喬、太醫、聯合等公司。~~

- (二) **業務分析**：本公司營業項目為「e大學」品牌授權及顧問諮詢服務，提供合作診所包含眼科儀器設備引進租賃及維修、藥品耗材銷售、商圈評估及展店規劃裝潢、店面租賃及人力招募、人事行政等專業後勤支援。同時經營直營眼鏡門市之眼視光業務。
- 台灣市場方面，目前國內並無相似上市櫃之視力生技醫療服務公司，而品牌授權合作診所之主要競爭對手為從事視力矯正之眼科同業、大型醫院；眼鏡商品之競爭對手則為連鎖眼鏡通路及日系快時尚眼鏡店，大學眼鏡是國內首家整合眼科醫療與視光配鏡的專業通路，以「醫學驗光、科學配鏡」理念為核心，關心顧客的視力健康，將社區與商圈作為設立據點通路，結合醫學與一站購足的創新商業模式，提供在地居民完整專業配鏡服務及優質產品，長久以來深得消費者信賴與支持。

台灣已於114年邁入「超高齡社會」，意即65歲以上人口占總人口比例超過20%，老花、白內障等解決方案有剛性需求升溫之趨勢、然而少子化現象亦產生近視雷射等服務結

構性下降。公司將持續深化與國際領先供應商的策略夥伴關係與科技醫療設備引進，並結合社區服務，推出具功能性的差異化產品與服務，擴大市場滲透率與獲利能力，有效提升營運綜效。

目前因美國關稅2.0政策及中國內需市場的持續內卷，本公司在大陸地區的營收及獲利成長面臨逆風。為強化競爭力，已積極調整營業據點布局，同時透過成本控管與價格策略調整，穩健改善整體財務表現。

三、市場評價分析

(一) 評價水準分析：本公司114年6月底收盤價（202元）計算之股價淨值比（PBR，Price-to-Book Ratio）4.72倍，高於同業平均數 2.19倍，顯示市場給予正面且合理之評價，反映出投資人對本公司穩健的財務結構、持續的獲利能力及領先的經營策略具一定信心。本益比（PER，Price-to-Earning Ratio）為 21.12倍，亦高於同業平均數 20.21倍。主因為本公司長期採取低槓桿經營策略，以及市場對中國業務波動性與地緣風險尚存觀望。公司將持續以科技醫療驅動服務升級，推出兼具功能性新產品上市與市場競爭力的高附加價值，鞏固品牌領導地位並穩健展店擴大營運規模。同時，亦將透過多元化的投資人溝通機制與透明資訊揭露，強化市場對公司營運實力與長期價值的認同，推動評價水準回歸企業基本面。

年度	114.6.30	113.12.31
收盤價－大學光	202元	200元
股價淨值比（PBR）－大學光	4.72倍	4.77倍
股價淨值比（PBR）－同業平均數	2.19倍	2.22倍
本益比（PER）－大學光	21.12倍	15.91倍
本益比（PER）－同業平均數	20.21倍	21.21倍

資料來源：大學光財會處提供；

備註：PBR = 每股市價 / 每股淨值；PER = 每股市價 / 每股盈餘

~~——同業平均數參考寶島、精華、佳醫、杏昌、杏一、德英、健喬、太醫、聯合等公司。——~~

(二) 潛在成長評估：公司秉持讓民眾能夠「看得清楚、看的舒適、看見新未來」的願景，將持續掌握醫療科技與眼健康產業趨勢，為公司提供了正向的市場機會，以穩健步伐轉化為營運與評價動能。

在醫學事業面，屈光與白內障自費領域是主要動能來源。公司近年已陸續完成SMILE/SMILE Pro/SMILE Pro 2.0 之雷射手術設備之布建，並逐步擴大手術量市佔率（從50%至60%左右）。2025年7月引進全新一代「EVO ICL（Implantable Collamer® Lens）『新型』植入式隱形眼鏡」，服務角膜較薄或中高度近視族群，為病人提供安全、微創且可逆的全新解決方案，合作診所亦為目前台灣早期導入EVO

ICL 之院所通路。

短期策略將積極進行教育推廣，中期隨滲透率提升可望放大營收動能。同時，白內障自費項目維持強勁：高階飛秒白內障手術 1H25 佔整體手術量比重 52.5% (YoY+22%)、高階人工晶體 1H25 佔比 75% (YoY+10.5%)，顯示需求動能延續，將持續支撐醫學端成長。公司樂觀看待高齡化社會與視力保健意識提升帶來的中長期成長契機，已開始推動老花近視矯正及乾眼治療照護項目，擴大全齡服務覆蓋。

視光事業則受兒童近視防控與功能鏡片驅動，1H25 近視防控產品佔光學營收比約 51% (YoY+12%)、功能性鏡片佔比 20% (YoY+10%)，品牌與通路優勢有助延續穩定成長。另在消費端產品與長期品牌力上，持續專注功能性保健品「大學金三明葉黃素」的開發與上市節奏，滿足不同年齡與健康需求族群的葉黃素營養補充趨勢，並結合門市與診所資源，深化全生命週期的眼健康服務，強化顧客黏著度與交叉銷售效益。2024 年底推出全新「SOS 強化型」配方設計的『金潤明葉黃素』，快速應對現代數位生活所需，提供全方位晶亮潤澤解決方案，2025 年因應此新產品營收成長，已積極規劃 2026 年提升產能。

通路與據點擴張方面，2025 年目標完成 4~5 間新增合作據點，地點遍布北中南如桃園藝文、竹北、台中崇德及其他新興人口稠密或眼科醫療缺口商圈；2026~2030 年則計畫每年持續 3~5 間展店規模，可望為後續量能鋪底。這些策略預期將提升資本使用效率 (ROE)，強化整體估值表現，為股東創造穩健且具持續性的長期報酬。

最後，根據研究機構模型推估：依成長節奏觀察，台灣地區在持續擴店、高階療程與新服務導入下，2025 與 2026 年營收預估分別為 38.1 億 (YoY+4.8%) 與 40.3 億 (YoY+5.7%)，呈溫和成長；合併層次亦推估 2025 與 2026 年營收年增率約為 +4.54% 與 +6.04%。

四、公司治理分析：

(一) 董事會結構及獨立性：

本公司透過董事會結構之多元化及獨立性，促使董事會決策過程充分考慮各種專業知識和觀點，並能獨立於公司管理階層，提供客觀的意見和建議。

1. 結構多元性

為強化公司治理並促進董事會組成與結構之健全發展，本公司「公司治理實務守則」第 20 條第 3 項指出：董事會成員組成應考量多元化，並就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當之多元化方針，宜包括但不限於以下二大面向之標準：

- 基本條件與價值：性別、年齡、國籍及文化等。
- 專業知識與技能：專業背景（如法律、會計、產業、財務、行銷或科技）、

專業技能及產業經歷等。

本公司董事及獨立董事皆具有豐富的產業實務經驗和專業知識，成員除皆具備領導決策、危機處理、風險管理、國際市場觀等能力外，亦各自有其專長及深耕之領域；歐淑芳董事長及林丕容董事皆為眼科專科醫師；周燦德董事長長期服務於教育公務體系，曾任教育部常務次長；張鴻仁董事現任生技醫療業董事長，具公共衛生及醫學背景；翁素蕙董事及蕭敏志、劉文龍獨立董事為企業核心管理階層，分別專精於製造及零售產業之經營管理、領導統御及高效決策；楊雲驊獨立董事為政大法學院教授，具法律專業背景；陳威如獨立董事為中歐國際工商學院戰略學副教授，並於中國大陸多家上市公司擔任獨立董事。董事會成員整體已具備執行職務所必須之能力。

在性別比例方面，男性董事占78%（7席），女性董事占22%（2席），未來也將持續積極尋找具備專業能力與多元背景的女性人才，目標是逐步提升任一性別董事席次達1/3。

2. 獨立性

本公司重視董事會運作之獨立性，現行董事會由九席董事組成，其中獨立董事佔4席，占比達總席次之4/9（即44%），以確保董事會結構之健全性。

- (1) 本公司獨立董事席次不少於董事席次三分之一（即33%），現行比率達44%；且二分之一以上獨立董事連續任期未超過三屆。
- (2) 獨立董事均符合金融監督管理委員會證券期貨局之相關規定，並於選任時完成資格條件檢查及聲明書簽署，各董事與獨立董事之間無證券交易法第26條之3第3項及第4項規定情事。
- (3) 本公司董事於各次會議對利害關係議案之議事程序及利益迴避之執行，均符合本公司董事會議事規範。
- (4) 本公司董事成員兼任本公司員工未逾全體董事席次三分之一。

(二) 董事會運作之有效性：

本公司為落實公司治理並提升董事會功能，建立績效目標以加強董事會運作效率，依公司治理實務守則第37條規定，已建立董事會績效評估制度，董事會並於106年3月29日決議通過「董事會績效評估辦法」，最近一次董事會通過修訂為109年11月12日。董事會績效內部評估每年執行一次；外部評估則至少每三年由外部專業獨立機構或外部專家學者團隊執行一次。

外部評估

本公司最近一次董事會績效外部評估於112年7月委請外部專業獨立機構「中華公司治理協會」進行，分別就董事會之組成、指導、授權、監督、溝通、內控及風險管理、自律及其他等8大構面以問卷及實地訪查方式評核，並於112年9月出具評估董事會績

效評估報告，業將評估結果呈送 112年11月13日董事會報告。

內部自評

自評範圍包含董事成員、董事會及功能性委員會，每年至少執行一次，其中董事會績效自評，評估面向包括對公司營運之參與程度、決策品質、成員之結構與選任、持續進修、內部控制等，整體評估滿分為5分，113年自評結果總平均分數為4.99，於114年3月6日提報董事會。整體來說，董事成員、董事會及功能性委員會運作情形完善，本公司將董事會績效評估結果作為遴選或提名董事時之參考依據；並將個別董事績效評估結果作為訂定其個別董事酬金之參考依據。

(三) 資訊透明度：

本公司定期舉行董事會，並於每次會後即時公開揭露董事會重要決議事項。此外，資訊透明度政策包括對重大決議事項的揭露和說明，以確保股東充分了解公司的營運和策略方向。

秉持誠信經營與資訊公開原則，積極強化資訊揭露的即時性與完整性，以保障投資人權益並提升公司透明度。公司依規定將財務、業務及公司治理等資訊揭露於公開資訊觀測站，並於公司官方網站設置「投資人關係專區」，持續更新財務報表、年報、公司治理運作情形、重大訊息、股東會及法人說明會等相關資訊，確保投資人能取得即時且完整的參考資料。本公司亦建置中英文網站，以提供國內外投資人一致且透明的資訊。相關資訊之蒐集、更新與揭露，皆依公司內部規範與作業流程嚴格辦理，確保內容之正確性與時效性，並符合法令規定與資訊揭露標準。

本公司重視與投資人及利害關係人之溝通互動，除定期召開股東會及法人說明會外，亦透過多元管道主動說明公司營運成果、財務狀況及治理重點，協助市場全面理解公司策略方向與中長期發展規劃。本公司積極回應投資人關注議題，並建立彙整與分析投資人及市場回饋的機制，將收集到的意見作為持續改善公司治理及優化資訊揭露的重要參考，提升投資人關係經營成效與企業信任度，促進公司與市場之間的良性互動。

本公司設有與股東/投資人溝通管道：

1. 中(英)文網站，網址：<https://www.uvb.com.tw/>，於「投資人關係」專區中揭露相關財務業務及公司治理資訊。（永久安裝）
2. 股東會（一年一次）
3. 法說會（每季至少一次）
4. 公司委任（不定期）
5. 年報/永續報告書（定期）
6. 發言人暨代理發言人信箱（永久設置）
7. 投資人關係信箱（永久設置）

8. 公開資訊觀測站資訊揭露與申報（永久設置）

（四）公司治理與永續發展：

本公司在追求企業成長、達成營運目標的同時，也將企業永續ESG（環境Environmental、社會Social、治理Governance）與公司策略及營運結合，逐步推動各項ESG工作，致力企業永續經營，以提升服務品質和創造企業價值。

114年於第十一屆公司治理評鑑，連續三屆蟬聯「上櫃公司組前5%企業」，並兩屆榮獲「市值100億元以上之非金融電子類上市櫃公司組前10%」之最高榮耀，在維護股東權益、強化董事會結構與運作、提升資訊透明度及推動永續發展四面項均表現優異。在整體永續績效表現，112年首次納入摩根史坦利資本國際MSCI ESG評選A級，於113年評選晉為AA級的殊榮。此外，亦榮獲113年度財政部「績優營業人」及櫃買中心「上櫃中堅夥伴獎」，肯定了公司持續誠信經營及卓越績效對市場帶來的貢獻。

五、風險及競爭評估：

（一）總體經濟分析：

2025年國際局勢動盪，地緣政治緊張，全球GDP成長放緩預估至33.0%，2026年則為預測為3.1%（資料來源: IMF）主要經濟體受全球政治版圖重組、經貿動盪、原物料與能源價格波動、貨幣政策不確定與貿易保護主義升溫影響，全球市場與供應鏈格局正在重塑，增加未來經濟發展風險與挑戰。2025年在美國關稅政策效應席捲全球下，對國際貿易、經濟與能源轉型帶來深遠衝擊全球政經情勢將持續震盪。

台灣方面，行政院主計處公布，2025年GDP預估由2024年的4.30%微幅升至4.45%，但2026年因關稅與外部不確定因素，預測成長將減至約2.81%。景氣對策信號2025上半年由黃紅轉為綠燈(31分)，顯示景氣由高熱態勢逐步趨於穩定，但未落入低迷；7月仍為綠燈且分數維持在29分，動能稍微收斂但整體仍正面。2025年全年CPI年增率預估介於1.76–1.81%，通膨在2%目標線以下，仍屬溫和。

本公司營運所在地主要為台灣，總體經濟、貨幣政策相對穩定健全。通膨率和利率仍維持在合理範圍內。然而，仰賴進口的醫療器材與設備，面臨匯率與氣候變遷的雙重挑戰，供應穩定性與成本控管風險升高。

隨著高全球人口結構變遷（高齡化、少子化）、Z世代消費行為轉變，通路多元化、零售整併及國際品牌快速布局，眼視光產業競爭日益激烈。台灣已於2025年邁入「超高齡社會」，正重塑眼視光市場需求，消費者對健康與永續的重視，追求

更於的視覺品質將會是未來的發展趨勢，對本公司產品策略、通路佈局與品牌經營將帶來長遠影響。

（二）產業競爭分析：

對傳統雷射醫療儀器、醫療藥品耗材及光學眼鏡公司而言，其商品之販售，往往透過代理經銷商再轉售予醫院、各地之眼科中心及眼鏡行等，銷售商品過程往往僅止於買賣及租賃形式，並未能替下游客戶創造附加價值。本公司以醫療管理顧問與醫療技術服務之經營型態出現，憑藉著公司本身所具備在視力醫療上之專業，在傳遞或買賣商品過程中，提供顧客更多專業上的技術與建議，且透過商品整合行銷綜效，更能為顧客創造附加價值。因此，透過專業之醫療管理顧問與整合視光商品，將為眼視光產業帶來更多之商機。

本公司以引進先進儀器設備及技術所建立之品牌優勢作為最主要競爭利基，使品牌授權合作診所在視力手術及眼科醫療產業上均居於領先地位，光學配鏡產業因眼鏡直營通路相較其他競爭對手數市佔率不高，但採用複合門市型態，提供眼視光顧客一站式解決方案。本公司的店數與店效逐年成長，114年9月全台品牌授權合作診所31家，直營眼鏡門市34家。有別於同業僅以商品販售為核心的經營模式，本公司結合作診所醫療專業技術，以「雙師把關」搭配獨創「i精準智能驗配術」為技術後盾，打造智配多焦實鏡體驗場域，透過不斷的自我突破與門店升級，將產品、科技與服務深度整合，開創視光體驗新標準。此種創新營運模式對於醫用配鏡的發展，將是未來競爭生存的利基市場。

本公司作為台灣眼視光領導品牌，持續以創新為核心，開發兼具安全、有效與便利的產品，滿足不同族群需求。並掌握市場趨勢，積極推動數位轉型與全通路佈局，提升品牌能見度與市占率。此外，強化供應鏈韌性與成本控管，推動多元採購以降低風險，並將永續發展納入營運核心，建立長期競爭優勢，持續獲得市場信任與支持。

【政策與計畫】

本公司長期秉持穩健經營與永續發展的理念，專注核心業務，持續追求營運效能與整體競爭力的提升。依據現況分析，擬定以下計畫，期以短中長期策略，強化企業韌性並創造永續價值。

一、短期強化計畫

本公司以「e大學」品牌為核心，整合國內領先的眼科醫療與眼視光服務，提供一站式實體通路的全面解決方案。同時，為提升客戶體驗，推出配鏡商品與眼睛保健品的

專屬電商平台，實現線上與線下服務的無縫對接，不僅服務廣大線上客群，亦為實體門店引流。

- (1) 持續開發引進新型醫療儀器設備及應用技術，導入合作診所於臨床治療。
- (2) 積極找尋有合作意願之品牌授權眼科診所，拓展現有行銷通路，提高市場佔有率。
- (3) 虛實整合，視光通路強化顧客關係管理，提供全年齡個性化視力健康服務，落實分眾行銷創造最大銷售機會。
- (4) 優化流程設計，以數位化，AI智慧化提升門店營運效能及客戶體驗。
- (5) 建立並強化醫療藥品及耗材之採購與配送系統。

另外，秉持為民眾提供優質產品的經營理念，結合了生物科技、食品科學團隊，聯手研發適合全家人食用的眼睛營養補充品「大學金三明葉黃素」，原料成分與製程品管均嚴格把關，從學童、成人、樂齡到SOS強化型，配方皆依不同需求量身設計，自推出以來屢獲國內外大獎例如「SNQ國家品質標章」、「國家生技醫療品質獎」、「國家品牌玉山獎」、「台灣優質產品金牌獎」、「國家生技大獎」、「世界品質蒙特金獎」及「國際ITQi風味絕佳獎章」等殊榮肯定！

二、中長期強化計畫

我們積極與國內外光學及生技大廠建立長期策略合作關係，整合資源優勢，共同推動視光產品與技術的創新與應用。協助合作診所導入相關技術之訓練與應用，獲得合作診所之醫療團隊一致好評，優化合作診所的手術效率與服務，並帶給合作診所更先進的醫療品質與選擇，創造累積品牌好口碑。

眼科醫療市場：

本公司近年持續引進高階眼科技術設備，包含「飛秒輔助白內障雷射」及「全飛秒近視雷射」SMILE Pro等高階技術設備及應用，113年進一步導入增加AI追蹤功能之SMILE Pro 2.0以及低眩光、長延焦的新式人工水晶體，具備舒適、微創、減少乾眼、快速安全等優勢，協助合作診所提供其顧客全方位、高品質的視力矯正方案，以及為合作診所引進並發展老花近視雷射技術設備，以因應逐年增加的老花人口市場需求。

此外，乾眼症市場需求龐大，隱形眼鏡使用者及中老年人多有治療需要，雷射及白內障術後亦有乾眼持續照護需求，本公司於111年起陸續於合作診所導入乾眼治療療程及設備，近三年顧客接受度持續提升，未來隨著患者滿意口碑傳播，服務量亦將逐年成長。

眼視光學市場：

(1) 創新技術與精準服務：e大學品牌領航視光領域

本公司以創新技術推出「大學i精準智能驗配術」，結合21道醫學驗光步驟與21道近視防控智配檢查，創先全門市採用日本豪雅和法國依視路的多焦舒壓體驗設備，搭配蔡司iCM定位儀、全自動綜合驗光儀，以及AI技術與大數據分析，提供國人全人全眼精準舒適的配鏡體驗。

我們秉持「醫學驗光、科學配鏡」的核心理念，為每位消費者量身打造專屬個性化眼鏡。產品結合專業性、時尚感與科技元素，與傳統眼鏡店及平價快速配鏡模式形成明顯區隔。未來，我們將持續強化近視防控產品與樂齡服務套裝、葉黃素眼保健商品以及個人化產品服務，全面推動營收與利潤的穩步增長。

(2) 大視光計畫：全方位眼健康管理

本公司直營眼鏡門市結合作診所的設備與技術優勢，積極推廣學童近視控制與眼軸長追蹤的重要性。透過科技創新與AI應用，不僅導入先進驗配設備，亦不斷更新多元化近視控制產品，增強學童及家長對視力保健的黏著度。我們以「全家人、全生命週期的眼健康需求」為核心，將視光配鏡與近視防控等服務整合於e大學品牌，成為消費者的首選。這不僅提升品牌價值，也為更多家庭提供全面且可靠的眼健康解決方案。

為實現長期發展目標，我們持續優化經營體質，提升現有門市的單店產值。此外，通過結合作診所的通路資源，推行交叉行銷策略，全面強化品牌效益。我們致力於以創新與專業引領市場，最終實現成為國內視力光學產業領導品牌的目標。其策略規劃如下：

- (1) 成為生技產業的資源整合平台與連鎖通路創新經營者，以一次購足模式提供更全面的視力健康相關商品與服務。
- (2) 持續耕耘兩岸市場。
- (3) 深耕近視防控市場及老花配鏡市場，通過技術升級推出創新的近視矯正方案，多焦配鏡方案，擴大服務範圍鞏固市佔，成為市場上的視光首選品牌。
- (4) 建立自有品牌，提供生技視力產業產品。同時因應市場需求成為生技視力高階軟體介面的國際供應商，行銷全球醫療及視光學市場。
- (5) 以全球化策略拓展視力生技及視力光學行銷通路，構築亞洲地區最大之視力生技與醫療通路。