

美年大健康产业控股股份有限公司

2020 年度董事会工作报告

2020 年，美年大健康产业控股股份有限公司（以下简称“公司”）董事会全体成员遵循《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》、《公司章程》和《公司董事会议事规则》等相关规定，本着对公司和全体股东负责的原则，恪尽职守，忠实履行股东大会赋予的职权，贯彻落实股东大会做出的各项决议，科学管理、勤勉尽责地开展各项工作，认真研究部署公司重大经营事项和发展战略，保证了公司的持续发展。截至目前，公司第七届董事会共有 11 名董事，其中：2 名董事为女性、独立董事共有 4 名。现将 2020 年度董事会的重点工作报告如下：

一、报告期内公司经营情况

2020 年伊始，新型冠状病毒肺炎疫情席卷全球，疫情的突然暴发，给各行各业带来诸多不确定性和“强动荡”，就健康体检行业而言，短期内受到的影响十分明显。开年第一季度和第二季度，公司各地体检中心因疫情防控要求，面临不同程度的暂停开业或人次限流等情况。在这场“危”与“机”并存的“战疫”中，作为健康服务产业的领军企业，在疫情之下，公司积极参与一线抗疫行动，在后疫情时代，公司也在逆境中寻求突破，在变局中开新局，潜心打磨自身能力。

1、四大品牌，协同发展

公司是目前全国最大的健康体检连锁企业，旗下有“美年大健康”、“慈铭”、“奥亚”、“美兆”四大品牌，以满足市场上不同层次、不同人群的个体化需求。截至 2020 年底，公司旗下体检中心数量为 605 家，其中控股体检中心 266 家，参股体检中心 339 家，已覆盖除港澳台外的 31 个省市自治区的 308 个城市。

作为健康体检行业的龙头企业，公司是国内规模领先、分布最广的专业体检及医疗机构。在大众健康体检市场方面以“美年大健康”和“慈铭”体检两大品牌为市场核心覆盖，中高端团体健康体检、高端个人健康体检及综合医疗服务市场则分别通过“奥亚”、“美兆”体检提供高水准的优质服务。公司通过开展多层次、全方位、精准化、个性化的健康服务，使体检内涵不断提升。在引领非公医疗服务

机构发展，满足居民多层次健康需求，丰富医疗供给多方面改革，促进社会办医发展等医疗改革方面，公司将扮演更为积极的角色。

在报告年度内，公司实现营业收入 78.15 亿元，其中“美年大健康”品牌实现收入 60.72 亿元，占比 78%，“慈铭”和“奥亚”实现收入 16.31 亿元，占比 21%，“美兆”品牌实现收入 1.11 亿元，占比 1%。

2、全面布局，渐入佳境

公司是国内覆盖范围最广的连锁健康体检服务企业，目前体检中心覆盖除港澳台外的 31 个省市自治区。从各地区收入占比来看，公司的收入结构较为均衡健康，人口数量较多、经济较发达的区域对营业收入贡献较大。报告期内，收入前五大区域分别为北京、上海、广东、湖北和川渝藏，其 2020 年营业收入占比分别为 13.6%、11.6%、9.3%、6.6%和 6.3%。

截止 2020 年底，受疫情影响，2020 年公司控股体检中心数量维持不变，公司控股体检中心数量为 266 家。随着公司业务的不断发展，旗下体检中心逐渐进入成熟期。从控股体检中心发展阶段来看，2017-2020 年，存续期五年以上的体检中心占比从 29%逐步上升至 57%，2020 年存续期三年以内体检中心占比 10%，存续期三年及以上体检中心占比 90%。

3、需求旺盛，业务回暖

受疫情影响，上半年体检中心经历较长时间的停业期，下半年疫情在部分地区仍散发，日常业务开展受到较大影响，报告期内公司实现营业收入 78.15 亿元，同比下降 8.33%。从客单价和体检人次来看，公司营业收入下降主要系疫情影响下体检人次下滑所致。具体来看，公司控股体检中心的体检人数从 2019 年的 1867 万降低至 2020 年的 1663 万，同比下降 10.9%。全口径客单价从 2019 年的 456.60 元提高至 2020 年的 469.81 元，同比增长 2.89%，因此公司营业收入下降主要由体检人次下降导致，客单价保持稳中有升的良好趋势。

受疫情影响，报告期内公司旗下第一家体检中心于一季度末方开门营业，但随着国内疫情防控形势的好转，在人次限流情况下，收入逐月恢复。下半年公司迎来传统业务旺季，体检需求被疫情压制后的反弹叠加公立医院产能不足的客户溢出，2020 年四季度公司收入创下历史最高点。

受疫情原因，公司日常经营业务在上半年经历较长时间的低潮期，因维系房

租、人工支出等固定开支，公司上半年归属于上市公司股东的净利润为-7.82 亿元。三四季度随着公司业务快速恢复，同时确认了转让美因基因股权的投资收益，归属于上市公司股东的净利润实现快速增长。

从公司部分体检中心（2020 年度已上线阿里云的控股体检中心）到检人次和到检金额来看，公司业务情况与疫情发展关系紧密。受国家防疫政策的影响，2 月公司基本处于停业状态，实际到检人次和到检金额为最低峰。随着健康体检业务的逐渐恢复，3 月后公司到检人次和到检金额开始逐步恢复。由于上半年体检业务受抑制，疫情缓解后三四季度被压制的体检需求快速反弹，到检人次和到检金额逐月恢复，并在 11 月达到当年最高峰。

疫情发展阶段，公司常规体检业务受到抑制，到检业务主要为客单价较低的外检和入职体检，客单价相对处于较低水平。配合国家要求的复工复产规定，2 月至 4 月间客单价较快恢复。随着疫情的平息，公司常规体检业务不断增长，全口径客单价也随之逐渐提高，并超过 2019 年全口径客单价同期水平。

4、医质驱动，深耕品质

公司坚持品质驱动，深耕重点学科，夯实内功，强化标准，持续提升医疗品质。持续加强规范“四级医疗质量和安全管理体系”（包括：集团督察-省级巡查-市级检查-分院自查），以查促改，落实“检前-检中-检后”各环节的质控要求。公司陆续升级上线了鉴权合规及医技护人脸识别管理系统、血液检测实时追踪系统、放射影像和实验室质控体系等，多维度严格质控，实现健康体检的标准化体系建设。

同时，公司也实施了《医疗质量管理考核标准 800 分》、《十八项医疗核心制度汇编》、《专科制度岗位职责、操作规范》、《集团医疗质量管理主检/放射/超声/检验专项组制度与规范》等标准规范，并建立了重要异常结果管理、亮证经营等制度，重点把关医疗质量，不断加速旗下众多体检中心规范化、标准化建设的进程。

在影像领域，公司遵照中华医学会发布的各类影像诊断共识，按照国家质控要求做到每项检查都符合权威规范，力争高质量的图像获取和高水平的诊断。通过人工智能（AI）技术和专业影像医生相结合的方式，从前端到终端做到全程检测诊断升级，进行阶段性量化评估、反馈、自查、提升等步骤，建立完善的远程

影像质控网络，保证筛查诊断的准确性和可靠性。针对超声检查的行业痛点，公司积极寻找突破点，以完善的培训体系结合人工智能技术，逐步提升内部超声诊断效率和质量。

在检验领域，公司加强对检验仪器和试剂的质量控制，从优采购，从源头开始确保检验质量，在全流程上切断不稳定因素，出具快速、精准的检验结果。目前，公司拥有由 300 余家区域检验中心及临检实验室构成的完善实验室网络，并建立数据标准化平台，持续进行严格质量监管，确保检验报告达到统一规范。此外，公司还与多家符合 ISO15189 的医学实验室建立合作关系，为客户提供高品质检测服务及更多样的特检产品选择。

5、智能引领，健康中国

公司不仅提供专业体检服务，还以规模体量、管理运营、数据积累等优势，在疾病诊断筛查、风险评估、人工智能辅助诊断、大数据等方面拥有科技创新和资源突破，将 AI 技术广泛应用于乳腺、甲状腺的超声影像检查，以及眼科的糖尿病视网膜病变筛查等领域。

公司通过数字化转型，持续提升服务品质和医疗水准，围绕着更周全、更准确的健康体检，辅以更加完善的服务体验，结合 AI 人工智能和健康大数据理念，为客户打造贯穿检前、检中、检后的服务闭环，实现了对客户全生命周期的健康管理。目前公司已上线多种 AI 阅片工具，嵌入胸部 CT、眼底相机、胶囊胃镜等多个环节，通过现代科技赋能医生，提高阅片准确率，降低阳性漏诊率，更早期、更高效地达到疾病筛查的目的。

6、前瞻布局，癌症早筛

癌症目前已经成为严重威胁中国人群健康的主要公共卫生问题之一，近十几年来恶性肿瘤的发病死亡均呈持续上升态势。公司对肿瘤早筛领域保持高度关注，与传统肿瘤筛查技术相比，液体活检是目前研究的热点，在肿瘤的早期诊断、精准治疗、进展与转移、异质性与耐药性以及预后评估等领域发挥着重要的协助作用。

目前公司已引入两款结直肠癌辅助诊断产品：血液样本 Septin9 甲基化检测、粪便样本 SDC2 甲基化检测，上述这两个肠癌筛查产品均获得中国 NMPA 批准，同时获得《中国早期结直肠癌筛查及内镜诊治指南》、《中国临床肿瘤学会结直肠

癌诊疗指南》的推荐和认可。在成功推出无创胶囊胃镜后，无创血液或粪便甲基化类产品有望成为体检者依从性较佳的肠癌筛查方式。此外，公司和美因基因共同推出胰腺癌辅助诊断产品，该产品已于 2015 年通过 NMPA 批准，获得三类医疗器械许可证，是国内首个获批上市的 microRNA 诊断试剂盒。

7、升级系统，可视报告

报告期内，公司上线体检报告解读，在原有纸质报告的基础上，重新生成电子可视化体检报告，不仅本次体检结果可视，同时既往在美年体系的体检结果也可以显现，并基于用户历年体检报告运用大数据的技术逐步上线用户的健康档案与个人健康状况评估。

为了提升内部的经营与管理效率，公司已经针对销售与医疗体系全面进行业务管理系统的数据化和智能化升级，从数据标准化、管理统一化、质量控制标准化与智能化几个维度积极提升医疗体系的工作质量、效率与准确性。

二、报告期内董事会日常工作情况

（一）董事会和股东大会召开情况

报告期内，公司共召开董事会会议 10 次，其中 8 次为临时董事会，股东大会 4 次，其中 3 次为临时股东大会。会议的召集程序、召集人资格、出席会议人员资格、表决程序和形成的会议决议均合法、有效。公司董事会严格按照相关法律法规的要求，在权职范围内，高效的执行了董事会决议。同时，董事会也严格按照公司章程及有关法规履行职责，认真执行了股东大会的各项决议。2020 年度公司治理相关的重大事项概况如下：

1、降低子公司持股比例

2020 年 1 月，美因健康科技（北京）有限公司（以下简称“美因基因”）引入投资方，公司放弃同比例增资权。2020 年 12 月，公司完成美因基因 20.0607% 股权的股权转让事项，美因基因不再纳入公司合并报表范围。美因基因按照其自身发展需要引入战略投资者，同时进行股权结构优化，重组美因基因的组织架构，不再由上市公司控股，为后续独立上市创造条件。

2、公司商誉计提减值准备

根据各体检中心 2019 年的实际业绩情况，考虑新冠疫情影响及其自身经营

环境的变化，经过审慎测算，对于出现减值迹象的各个商誉资产组，合理准确计算商誉减值测试涉及的各项参数，得到商誉资产组的可收回金额，部分商誉资产组的可收回金额低于其账面价值，以相关准则要求计提商誉减值，2019 年度公司计提商誉减值准备金额为 103,481.50 万元。

3、聘任董事和高级管理人员

经公司 2019 年度股东大会审议通过，朱顺炎先生补选为公司第七届董事会非独立董事；经公司第七届董事会第十六次会议审议通过，押志高先生聘任为公司高级副总裁、财务总监；经第七届董事会第十七次（临时）会议审议通过，江维娜女士聘任为公司副总裁、董事会秘书。

4、境外债券发行完成备案

2020 年 6 月，公司收到国家发展和改革委员会办公厅批复的《企业借用外债备案登记证明》（发改办外资备[2020]387 号），公司下属境外全资子公司 Mei Nian Investment Limited 拟在境外发行不超过 3 亿美元债券，予以备案登记。

5、员工持股计划出售清算

2020 年 7 月 13 日至 2020 年 9 月 4 日，公司 2017 年员工持股计划（云南信托-云起 3 号集合资金信托计划）通过大宗交易及集中竞价交易方式出售完毕暨计划终止，共计股份数量 14,400 万股，占公司总股本的 3.68%。

此外，董事会决议、股东大会决议及相关公告均已刊登在《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）。

（二）公司董事长、独立董事及其他董事履行职责情况

报告期内，公司董事长、独立董事及其他董事严格按照《公司法》、《公司章程》履行职责，认真出席相关会议，深入了解公司运营情况和认真审议各项议案资料，为促进董事会科学决策提出合理建议，切实增强了董事会决策的科学性，推动公司生产经营各项工作的持续、稳定、健康发展。同时，独立董事严格按照法律法规的要求，勤勉尽责，针对相关重大事项发表独立意见，充分发挥独立董事的作用，切实维护公司、全体股东特别是中小股东的合法权益。

根据《公司法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所股票上市规则》等

规定，董事会设立了4个专门委员会：战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会。根据《公司章程》和董事会各专门委员会议事规则，董事会专门委员会切实履职，开展了卓有成效的工作，规范了公司治理结构，为公司发展提供专业建议。报告期内，审计委员会召开了3次会议，提名委员会召开了2次会议，薪酬与考核委员召开了1次会议，为公司经营发展建言献策，推动各项工作的持续、稳定、健康发展。

（三）信息披露及投资者关系管理工作情况

1、信息披露工作

2020年，公司董事会按照中国证监会和深圳证券交易所相关规定，结合公司实际情况，真实、准确、完整、及时发布三会决议、定期报告、临时公告等109份。公司认真履行了信息披露义务，对于重大事项的发生和进展积极履行信息披露义务，确保投资者及时了解公司重大事项，最大程度地保护投资者利益。

此外，公司也十分重视信息披露监管法规的新变化，不断加强自身学习，提升信息披露的规范性和有效性，适应监管要求和满足投资者需求，保障投资者的合法权益。

2、投资者关系管理情况

董事会一直高度重视投资者关系管理工作，通过现场调研、投资者热线、投资者互动平台、网上业绩说明会等多渠道多频次的沟通，加强与投资者的联系，构建紧密的投资者关系。对于投资者关心的公司业绩、公司治理、战略发展、经营状况、发展前景等问题及时进行了解答和回复。合理、妥善地安排机构投资者等特定对象到公司现场参观、调研的接待工作。

2020年度，投资者关系工作主要如下：

- （1）举办投资者现场交流会1场（参会人数146人）；
- （2）开展线上业绩说明会1场、线上说明会1场（参会人数388人）；
- （3）联合中介机构组织投资机构门店调研活动1场；
- （4）重要QFII投资者一对一交流；
- （5）设立专人专岗接听投资者热线，全年共计接听400余次；
- （6）及时回复深交所互动易平台上投资者问题，全年共计回复98次。

三、公司未来发展战略展望

（一）行业格局和趋势

疫情是一个全民医疗健康科普的过程，我国政府始终把人民生命安全和健康摆在第一位，健康体检将逐步成为健康中国的“刚需”服务。随着人口老龄化和慢病防治的严峻形势，中国健康体检从“社会性体检”逐步过渡到“预防性体检”。

健康体检的细分领域前景可期，根据《中国卫生健康统计年鉴(2009-2018)》的数据显示，2017年全国健康体检人次在4亿人左右，全国体检总覆盖率为30%左右，2008-2017年健康体检人次增长快速，年复合增长率达到7.55%。虽然健康体检人次增速显著，但对与健康体检的覆盖率超过70%发达国家平均水平相比，仍存在差距。我国健康体检仍处于初级发展阶段，健康体检人次增长仍具备亿级成长空间。随着国内经济的持续发展和城乡居民保健意识的提升，健康体检有望不断下沉，稳步提升三四线城市的渗透率。

（二）公司发展战略

公司作为中国领先的预防医学龙头企业，依托庞大的客户人群、专业的服务团队以及遍布全国的标准化医疗服务体系，致力于成为以品质驱动、数据驱动的专业医疗服务和无限可能的生命科技公司。公司坚持医疗导向、品质为先、创新驱动、一切以客户为中心的发展方向，做强主业、提升标准、建立生态，积极响应健康中国行动，践行“守护每个中国人的生命质量”的企业使命。

从公司现有体检中心运营情况来看，一二线城市与三四五线城市相比，总体呈现出消费能力更强、客单价更高，但存在同区域公立医院资源更好、竞争压力更大的情况。三四五线城市由于高端医疗设备相对不充足，消费者对医疗服务的要求不能完全被满足。因此，公司在一二线城市密集分布的基础上，将继续深耕三四五线城市，建立民营体检品牌的口碑和标准化的服务。公司通过持续提升服务品质和医疗水准，将健康体检业务融入健康管理，提供多样化和差异化的检后服务，向更深入的健康管理、增值服务等领域全方位发展，提高受检者黏性，将成为公司未来业绩增长的另一个重要突破口，推动体检行业跃上一个新台阶。

（三）具体经营计划

1、在现有布局和规模基础上，保持稳步扩张。加强集团统一管理，充分发挥全国体检中心协同优势，通过各种举措加强单个体检中心运营效率，持续提升服务能力，保持高质量发展。

2、品质为先，严控质量关。持续提升公司医管质量、标准化、智能化水平、为体检行业创新发展带来强大支持。同时，公司还将围绕“零缺陷、持续改进”的质控文化，提升员工“需要改进，还能改进，改进有道”的质控意识，提高组织质量文化成熟度，打造质量控制再升级。公司将持续优化服务系统，方便客户通过网上旗舰店、官网、体检服务平台等多种渠道购买、预约服务，享受更舒适的体检环境。

3、以客户为中心，满足个性化需求，追求体检极致体验。从以团检服务为主导，拓展到团检、线上和线下个检相结合，构建线上线下相结合的医疗服务闭环。持续专注于体检服务，设计更多样的套餐，有针对性地提供不同年龄段、性别的多种适用范围的体检套餐。

4、坚持先进诊断与产品创新。在现有肺部筛查、消化道早筛等基础上，增加女性乳腺超声健康筛查等，并在宫颈癌、结直肠癌、胃癌、乳腺癌等 6 大肿瘤方面积极布局早筛突破技术，继续优化医疗配置资源，提高筛查效率，为客户的健康管理体验带来更多可能性。

5、持续加强 AI 人工智能辅助技术。公司在现有全流程智能体检平台“三级影像智能质控体系”放射影像的基础上，继续进行检验科 LIS 医学系统智能升级。以创新驱动，打造体系化、标准化、智能化、常态化的影像人工智能质控体系。扩大 AI 辅助筛查技术应用范围，持续引进先进筛查设备，在现有低剂量螺旋 CT、胶囊胃镜、无创冠脉核磁、基因检测等先进技术和设备基础上，布局新一代乳腺超声 AI 筛查项目，为疾病的有效筛查构筑坚实基础。

美年大健康产业控股股份有限公司

董 事 会

二〇二一年四月九日