

证券代码：002044

证券简称：美年健康

美年大健康产业控股股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-03

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	通过全景网“投资者关系互动平台”(http://rs.p5w.net)参与美年健康 2021 年度报告网上业绩说明会的投资者
时间	2022 年 5 月 10 日（周二）下午 15:00-17:00
地点	全景网“投资者关系互动平台”（http://rs.p5w.net）
公司接待 人员姓名	董事长俞熔先生；董事、总裁徐涛先生；独立董事王辉先生；高级副总裁、财务总监押志高先生；副总裁、董事会秘书林青女士
投资者关系 活动主要内容 介绍	<p>公司在全景网“投资者关系互动平台”（http://rs.p5w.net）采用网络远程的方式召开 2021 年度报告网上业绩说明会，与投资者进行沟通，主要内容如下：</p> <p>一、今年营收和利润和去年相比有什么重大变化？作为医疗机构，公司在疫情期间都尽到那些社会责任？与政府在抗疫活动中有哪些合作？公司未来 1-2 年的经营发展规划是什么？公司股价持续低迷，如何保护投资者利益。</p> <p>1、公司 2021 年度实现营业收入较上年增加 16.66%；实现扣非后归母净利润较上年增加 112.11%，公司经营持续向好。</p> <p>2、关于疫情期间社会责任：2022 年初至今，国内本土疫情呈现“点多、面广、频发”特征，在疫情散发地，公司全力支持政府的各项抗疫防疫工作，截至 4 月 20 日，上海美年大健康、慈铭体检、美兆体检累计派遣出近 1,600 名医护人员支援上海的一线抗疫工作，2022 年 1 月 1 日—4 月 27 日累计核酸采样量 1,325 万例，其中上门采样 207 万例，配</p>

合政府采样 926 万例，固定点采样 192 万例。

3、在抗疫过程当中，公司与政府积极合作，利用自身医护力量和检测能力，与政府合作建立长期核酸检测点，目前全国范围内已建设上百家，正在逐步开展运营。

4、2022 年，公司将坚持“医疗导向、品质驱动、服务支撑、创新引领”的战略，高度统一“客户第一、品质运营”两个共识，全面落地和推动内生与并购平衡的可持续增长；打造医质、服务和精细化运营的品质驱动体系；重塑品牌与消费者关系；塑造产品创新力；打造数字化健康管理平台五大工作重点，以及数字化运营、打造高效能，强执行组织的双轮驱动实施路线图。在推动内生和并购平衡的可持续增长过程中，关注推进三方面的增长：

一是内生式，通过对产能、人效、坪效释放的增长，在经营端精细化管理下，销售人效、店均坪效有望逐步释放，数字化系统贯穿后，预计 2023 年变化更为明显。

二是公司的创新产品力塑造对增长的驱动；2021 年，公司将创新作为重要发展战略。设立集团创新发展中心，开发集团统一创新套餐，推动新产品、新项目的落地，包括先进检测、早筛、AI 诊断、疫苗等等。在持续提升胶囊胃镜、基因检测、眼底 AI 等传统创新项目的业绩增长的同时，通过数字化工具的应用，快速启动心理健康、中药防疫颗粒、HPV、免疫细胞存储等非现场业务，全面启动脑健康、肺健康/肺结节服务包等创新专项的多渠道创收工作，逐步打造在脑健康，肺健康和消化道健康等领域的专业创新领导力。

三是继续将优质的参股门店逐步并入上市公司，计划 3 年的时间将大部分优质参股门店并入上市公司，扩大公司的市场占有率。

通过上述举措，持续推动公司内生和并购平衡的可持续业绩增长，以维护广大投资者的利益。

二、请介绍未来体检业务，公立医院和体检机构的关系和发展趋势。

从整体宏观环境来看，包括客户端的需求方面，2020 年疫情后，公众和机构对预防越来越重视，整个体检市场是稳健提升的，无论团检

还是个检的市场需求都在持续提升，公立医院和专业连锁机构的业务量等都呈现上升趋势。

政策方面，大型三甲医院更偏向诊疗疑难重症、重点疾病等，预防医学和健康管理主要由非公医疗和社区完成。疫情下，医院接待能力有一定下降，且价格增长明显，导致需求有一定外溢，上市公司承接需求有所增长。

竞争格局方面，疫情下公众健康意识提升，在健康管理、体检增值服务等方面需求增加。公司坚持“医疗导向、品质驱动、服务支撑、创新引领”的核心战略，进一步提高精细化管理和数字化水平，提升创新和产品力，练好内功，竞争力将逐步释放，市场份额稳步提升。

三、请问疫情有哪些影响？

今年3月份以来，公司华东区域、东北区域业务受到疫情影响，但其他区域包括浙江、海南、甘肃、新疆等地保持较好业绩增长，一季度公司收入、利润与去年同期基本持平。虽然短期内到检人数有受到疫情影响，但整体签单的增长保持较好趋势，预计下半年到检总量将持续饱满，客单价稳健持续提升。下阶段公司将聚焦主业，推动医质、服务的精细化运营，加大降本增效，为复工复产做准备。聚焦政企优质客户的开发，推动个检营销，同时促到检。推动存量和创新项目，包括推进传统胶囊胃镜、脑健康、肺健康、免疫细胞存储等项目，以及新冠自测盒的相关业务。核酸检测方面，公司和上海复工复产各个区域、武汉等联系定点采样的配合，还通过与三方机构合作为团体客户提供上门采样服务。持续推动数字化转型，信息化系统、分时预约系统上线后有望提升整体产能，提升旺季的客户接待能力。客户管理系统在3月底已覆盖9省27个城市，扁鹊体检系统预计在5月上线，按照计划推进。

四、请问公司的客户主要是哪些人，请问公司如何面对公立医院的竞争，还有公司的收费系统可以用医保么？

公司的客户分为团检和个检客户。关于市场格局，从政策方面来看，大型三甲医院更偏向诊疗疑难重症、重点疾病等，预防医学和健康管理主要由非公医疗和社区完成。疫情下，医院接待能力有一定下降，且价

格增长明显，导致需求有一定外溢，公司承接需求有所增长。竞争格局方面，疫情下公众健康意识提升，在健康管理、体检增值服务等方面需求增加。相比公立医院，公司在服务的标准化精细化、数字化智能化水平、创新技术和产品以及检后健康管理服务等环节都有明显的优势和竞争力。公司坚持“医疗导向、品质驱动、服务支撑、创新引领”的核心战略，进一步提高精细化管理和数字化水平，提升创新和产品力，练好内功，竞争力将逐步释放。公司门店众多、分布于全国各地，因各地医保管理情况不同，门店的收费系统是否可以使用医保也会存在差异。公司将积极推进扩大将医保纳入收费系统的门店范围，为客户体检款的结算提供便利。

五、在体检市场日益饱和的情况下，公司如何寻找新的利润增长点？

整体的体检市场需求依然保持持续稳健增长、量价齐升的趋势，公司在基础体检业务持续增长，客单价稳健提升的基础上，将推动创新业务的深入开展，在产品、服务、管理、模式、流程等多方面进行创新探索，通过数字化工具的应用，快速启动非现场业务的多渠道创收工作，通过上线新冠抗原检测加中医防疫服务，定制心理健康服务包，加快建设 PCR 实验室，全面提升支持防疫服务收入。全面启动脑健康、肺健康/肺结节服务包、HPV、血管健康、免疫细胞存储等创新专项取得突破性进展，持续提升胶囊胃镜、基因检测、眼底 AI 等传统创新项目的业绩大幅增长，积极探索下午场开展的项目和模式，挖掘场地和设备潜力，在部分城市试点消化、睡眠、健管、慢病管理中心、轻医美等专项中心。通过收购全国性保险经纪公司实施“专业体检+智能诊断+专科诊疗+保险支付”的服务闭环，推动公司业绩的可持续增长。

六、贵公司近几年营业收入稳步向好，但是却不赚钱，增收不增利是何原因造成的呢？

公司近几年持续加大在学科建设、内控升级、信息化建设、人才培养等方面的投入，为未来几年的突破性增长打好基础。较受到疫情影响较大的 2020 年收入增长 16.7%；成本端 2020 年社保减免与房租减免优

惠政策 2021 年不再享受，并且公司于 2021 年实施员工持股计划，根据企业会计准则的相关要求计提与股份支付相关管理费用，该事项减少净利润；同时，公司选择 2021 年受新租赁准则实施因素的影响，减少税前利润，造成净利润增加缓慢，后续的利润增长会明显提速。

七、主营业绩持续亏损，目前还有补救措施吗？

公司经营规律本身具有季节性，通常上半年为业务淡季，下半年为业务旺季。整体而言，公司在 2021 年取得客单价和客流量的双增长，主营业务已扭亏为盈。2022 年 1-2 月延续良好的发展态势，3 月份受疫情影响，增速有所放缓，但相信疫情是短暂影响因素，客户订单稳健增长，到检只是时间问题，公司全年预算目标不变。

八、请问增发的进度和原因？请问今年上半年的疫情对美年的影响有多大？公司怎样应对？请问今年的营业收入同比大约是多少？

公司在今年 1-2 月延续去年下半年的增长，收入增长 17%，客流增长 12%，客单增长 5%，实现量价齐升。虽然 3 月的到检人数受到疫情影响，但整体签单的增长保持较好趋势。下阶段公司将聚焦主业，推动医质、服务的精细化运营，加大降本增效，为复工复产做准备。聚焦政企优质客户的开发，推动个检营销，同时促到检。推动存量和创新项目，包括推进传统胶囊胃镜、脑健康、肺健康、免疫细胞存储等项目，以及新冠自测盒的相关业务。核酸检测方面，公司和上海复工复产各个区域、武汉等联系定点采样的配合，还通过与三方机构合作为团体客户提供上门采样服务。持续推动数字化转型，信息化系统、分时预约系统上线后有望提升整体产能，提升旺季的客户接待能力。客户管理系统在 3 月底已覆盖 9 省 27 个城市，扁鹊体检系统预计在 5 月上线，按照计划推进。另外目前定增计划在积极推进中，公司将按照相关规则披露进展公告，敬请关注。

九、请问美年在核酸和抗原检测这块利润及布局如何？是否考虑常态化检测部署？能否成为公司未来的业绩增量？

公司在各地积极支持政府抗疫，提供核酸检测服务，提升核酸检测收入，同时提升公司品牌公信力和医疗公信力，对巩固政府关系和开发

优质团单起到积极作用，在抗疫过程当中，公司与政府积极合作，利用自身医护力量和检测能力，与政府合作建立长期核酸检测点，目前全国范围内已建设上百家，正在逐步开展运营。通过上线新冠抗原检测加中医防疫服务，定制心理健康服务包，加快建设 PCR 实验室，提升支持防疫服务收入，将在一定程度上提升业绩，对冲疫情影响。

十、公司是否自产新冠自测盒，目前产销量如何？

公司的新冠自测盒通过具有资质的第三方供应商采购，作为综合服务包的一部分销售给企业和团体客户，目前，新冠自测盒的销售额在逐渐提升。

十一、请问下核酸业务占比大吗？关于疫情，上海及多地暂停营业对第二季度是不是会有严重的打击？

核酸业务收入在公司整体收入中的占比相对较小。公司积极配合各地政府提供定点核酸采样服务，对经营业绩起到了积极的支撑作用，同时也提升品牌公信力和市场影响力。今年 3 月份以来，虽然局部地区的业务短期受到疫情影响，但其他区域包括浙江、海南、甘肃、新疆等地保持较好业绩增长。下阶段公司将聚焦主业，推动医质、服务的精细化运营，聚焦政企优质客户的开发，推动个检营销，提升旺季的客户接待能力，同时加大降本增效力度。

十二、啥时候有分红呢？

公司 2021 年度利润分配方案为不派发现金红利、不送红股、不以资本公积金转增股本，主要系结合实际经营情况、未来资金使用和周转情况、业绩成长性、外部市场环境以及拓展业务所需资金等因素作出。公司将持续聚焦主业，推动医质、服务的精细化运营，不断提升公司的盈利能力，积极回报广大投资者。

十三、请问 2021 年下半年公司与各方牵手战略合作的项目效果怎么样？

公司 2021 年下半年与数坤科技战略合作，主要围绕慢病早筛及健康管理开展合作，结合人工智能技术，积极布局“智能健康风险评估、肺小结节 AI 诊断、眼底 AI 疾病筛查、脑健康预警筛查、胃健康 AI 诊

断、智能化健康管理、新药研发、中西医对照体质辨识”八大关键赛道，强化胃癌、肠癌等六大癌症早筛技术。与中国抗癌协会泌尿男生殖系肿瘤专业委员会及苏州浚惠生物科技有限公司战略合作，旨在共同打造我国首个膀胱癌、前列腺癌和肾癌“泌尿三癌”早筛、早诊和早治健康联合体。与中国胸外科肺癌联盟战略合作，旨在共同打造肺癌防治早筛、早诊、早治健康联合体。

2022 年，公司深化落实产品创新工作，进一步强化肺小结节、泌尿系统、结直肠癌、胃癌、乳腺癌等方面的早期诊断突破技术。根据市场需求和各地产品情况，公司将陆续推出包括脑认知、脑卒中、肺健康（肺结节服务包）、心理健康、泌尿三项（男性健康）、胃健康、肝健康等多领域的创新专项套餐及服务包，为业绩增长助力。

截至目前，公司已全面启动肺健康/肺结节服务包、血管健康、免疫细胞存储等创新专项取得突破性进展，持续提升胶囊胃镜、基因检测、眼底 AI 等传统创新项目的业绩大幅增长。

十四、请问收购全国性保险经纪公司有进展吗？可否透漏是哪家公司？另外是以哪种方式收购？

公司本次收购一家全国性保险经纪公司，相关工作正在积极推进当中。本次收购完成后将进一步拓展预防体检与健康保险的结合，充分释放 2 万多名销售骨干的业绩潜能，探索出适合美年服务场景的“预防医学+保险创新”的 HMO 新模式，为特定地区、主动参保的用户提供全面的医疗服务体系，保险业务将会促进美年营收规模的较大增长。

十五、收购保险，又会产生高额商誉，目前已经有 40 亿了，后续公司有什么举措降低商誉风险？

近几年公司商誉持续走低，收购资产业绩表现稳健发展，商誉风险持续降低，收购保险经纪金额较低，收入增长潜力大，不会产生商誉负担。公司将利用规模、服务及品牌等核心竞争优势，充分发挥整合后的协同效应，进一步加强对已收购公司的运营管控，同时不断推出适应市场需求的创新型产品，以客户为中心，提供个性化、标准化、智能化的专业健康体检服务，不断提升整体盈利能力。

十六、2021 年各分院设备折旧情况?是否计提充分?

2021 年各分院设备折旧情况可关注 2021 年年报固定资产披露情况。公司已按照会计准则相关规定充分计提。

十七、公司未来的规划是什么。

公司将坚持“医疗导向、品质驱动、服务支撑、创新引领”的战略，高度统一“客户第一、品质运营”两个共识，全面落地和推动内生与并购平衡的可持续增长；打造医质、服务和精细化运营的品质驱动体系；重塑品牌与消费者关系；塑造产品创新力；打造数字化健康管理平台五大工作重点，以及数字化运营、打造高效能，强执行组织的双轮驱动实施路线图，为实现美年 2022-2024 三年战略规划新标准，新科技，新征程三年打造新美年奠定基础。持续为客户提供专业、温暖的服务，致力于成为全方位全周期数字化生命健康服务平台。

十八、对于下午场利用率提升有何规划。

公司已积极推进下午场开展的计划和落实，部分核心城市的下午场收入占比已经超过 10%。我们将继续挖掘场地和设备潜力，试点消化、睡眠、健管、慢病管理中心、轻医美等专项中心。尝试居家服务包、防疫中药、疫苗接种、免疫细胞存储等多种创新业务模式，不断满足消费者的个性化需求。

十九、公司今年计划收购参股公司多少家? 分别是哪些地区的为主?

公司将根据参股公司的业绩数据和公司资金安排有序实施控股计划，对参变控有比较清晰的计划，基于两个视角去考虑：一是门店整个经营端，包括医质、服务、客户复购率；二是过去几年整体的盈利状况和增长状况，包括未来三年的业绩预测，对公司整个市场占有率的帮助等。

二十、请问公司高管的福利报酬目前是否与公司业绩挂钩，如果挂钩能否简单介绍下?

公司 2022 年度高管薪酬方案为：公司高级管理人员采用年薪制，年度薪酬总额包括基本年薪和绩效奖金，董事会薪酬与考核委员会对其

	<p>进行绩效考核后，根据公司年度经营目标和个人绩效完成情况，决定其年度实际发放的薪酬总额。</p> <p>二十一、目前还有什么能提振股东继续持有信心的措施吗？</p> <p>收入利润的持续增长、客单价的持续提升、创新业务和第二曲线不断引爆是提升投资人信心的主要抓手。公司将积极推动内生与并购平衡的可持续增长；打造医质、服务和精细化运营的品质驱动体系；塑造产品创新力；打造数字化健康管理平台以及数字化运营，持续为客户提供专业、温暖的服务。今年以来，资本市场受宏观环境影响，包括国际形势和疫情因素等，出现非理性的波动，但从长期来看，股价最终能够体现公司的真实价值。</p> <p>关于公司 2021 年度业绩说明会具体情况，投资者可登录全景网“投资者关系互动平台”（http://rs.p5w.net）查询。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2022-5-10</p>