

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：2022-04

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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	霍燃（Allybridge）、Cindy Zhang（Neo Criterion）、卢聪（Pinpoint）、韩晗（Tiger Pacific Capital）、刘伟亭（安中投资）、华如嫣（歌斐资产）、吴文博（国华人寿）、任一林（国泰基金）、涂健（聚鸣投资）、薛良辰（凯丰投资）、蒯学章（民生加银基金）、张桥石（明河投资）、李蕾（农银汇理）、王雪刚（鹏扬基金）、罗会礼（睿扬投资）、鲍超（山西证券资管）、毛泓洋（银河基金）、李勇（永安国富资产）、张璘（中金公司）、李千翊（中金公司）、韩雪（中域资产）、袁鹏涛（中域资产）（共 22 人，以上排名不分先后）
时间	2022 年 7 月 5 日（周二）上午 10:00-11:30
地点	上海市静安区灵石路 697 号健康智谷 9 号楼 3 楼公司会议室（部分线上参加）
公司接待人员姓名	董事长俞熔先生；董事、总裁徐涛先生；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>公司目前经营情况简介：</p> <p>公司近几年在医疗质量、服务品质和管理体系方面都加大投入，注重精细化管理，在服务流程、基础管理、标准化、精细化和客户满意度等方面的重视程度越来越高。重点学科的医疗质量建设上进展明显，包括超声、检验、医疗影像等。目前公司的顶层管理质量和服务品质有了较大提升，逐步实现品质提升与客单价良性循环，量价齐升是体检行业发展的长期逻辑。</p> <p>今年上半年公司业绩受到疫情一定影响，下半年的重点是如何在旺季保证产能提升的同时提供高质量的服务。</p> <p>在公司的创新业务方面，正在积极探寻开发非现场业务收入，包括脑健康、</p>

肺结节服务包、胶囊胃镜、免疫细胞存储、HPV 疫苗等。

现场问答:

Q1: 2022 年疫情对公司的影响情况?

2022 年上半年疫情加剧了行业的季节性分布，但对比其他消费类的行业，从全年角度来看，上半年的疫情对一般一年消费一次的体检行业产生的影响相对缓和。上半年公司整体的签单情况良好，各地的签单饱和度尚可。进入 2022 年的下半年，公司进入快速提升营业收入的时间段，下半年预期通过充分释放产能和提高客单价，一方面缓解旺季到检人数的压力，另一方面可以对订单进行结构性优化。公司从去年开始推行不预约不体检，今年体检系统在上架过程中把分时预约深化落实，能够使得公司在上午场体检的时间段尽可能释放产能，同时梳理下午场体检安排，预期能够做一些专项检查或非现场业务的开展。

Q2: 受疫情影响，消费者消费习惯会有变化，因此各季度分配角度来看，三四季度承担比往年更旺的职能，人手和产能能否支持?

公司下半年的重点是在保障服务质量的前提下补回上半年缺口。伴随着信息化提升带来的帮助，在保证医质和服务的前提下，通过数字化运营，采取分时预约进一步释放产能，包括提前锁定优质客单；加大下午场业务开拓，针对一些指标空腹不太敏感的单项检查、复检，将下午场方案进行前置，下半年应对到检大流量有一定信心。

Q3: 如何看待公立医院的竞争?

行业竞争格局没有发生太大变化。全国公立医院中头部公立医院的业绩确实在逐步提升，但其产能有限，尤其疫情期间的强管控措施影响其业务承接能力。目前团体客户很多都可以在各种类型的体检机构中进行多选，民营体检机构和公立医院不是绝对的竞争关系，一些大的机构在招标的时候有多家公立医院和专业体检机构入围，员工可以自主选择。公司在与一些大机构签单时也采取总包制度，然后分包给公立医院，做到共同发展。

Q4: 公司内部组织架构管理的改善优化情况?

公司整体组织架构包括两个维度，一是连锁化赋能和共享，在总部进行了功能条线的设置；二是集团到省级公司、市级公司再到体检分院，将执行力贯

穿的设置。集团功能条线的设置比以往更清晰，对于学科建设、医疗质控等更有信心；服务条线也较为清晰，集团服务每次体检后电话的覆盖率达到 13%；集团现在实现了三大共享：财务共享、人力共享、采购共享。

营销端与执行力贯穿体系的构建有较大关联。营销端，提高全国单的占比，梳理全国单在淡旺季评级体系安排，基于不同行业和领域，我们的专业性和全国联动正在继续提升过程中。电商端，将天猫、京东、拼多多等全国类型的项目集中在集团电商部推进，抖音、快手等平台也在建设当中，需要时间进行自身沉淀。另外，公司与美团正在开展合作，主要是地方运营，套餐和项目由集团电商部跟进，公司的微商城目前也已上线 200-300 个城市。

Q5: 信息化推进之后对公司带来了什么变化？现在信息化系统是否成熟？

信息化给公司带来的变化包括客户体验的提升、管理效率的提升及体检数据的沉淀等。

目前，公司“买、约、管、查”的双端小程序已经构建完毕，很多地区已经开展使用；微信商城计划 7 月底会出现迭代版本，C 端销售到商城；B 端星辰客户管理系统已经上线 200 个城市。在质控端，影像 PACS 和检验质控 LIS 系统已经实现 90%覆盖，超声 PACS 已覆盖 200 余家分院。扁鹊体检系统目前正在试点分院上线，并向全国推广。

Q6: 客单价增长预期如何？

公司持续通过提升医质和服务，进一步推动复购率、转介绍、客单价的提升。在团单上，进一步推动和落地产品结构优化及优质客户开发，同时在个检入门级套餐、体检细项的基础项目价格做了提升。今年公司对客单价的增长目标是 10%。

Q7: 截至 2022 年 3 月 31 日，公司控股体检中心 270 多家，参股体检中心 300 多家，公司对参股和控股的体检中心后续安排和打算？

参股体检中心当中有一部分具有很好的潜力，公司将有计划的将优质参股公司合并至体内，每年都做一些适当的参变控收购。公司会根据参股体检中心的经营情况，公司现金流等情况来综合考虑参转控的安排。

附件清单
(如有)

无

日期	2022-7-6
----	----------