

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：2023-07

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上电话会议） <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	景顺长城、富国基金、中欧基金、东方红、易方达、财通资管、华宝基金、广发基金、财通基金、华安基金、天弘基金、南方基金、博时基金、招商基金、信达澳亚、国泰基金、大朴资产、建信基金、太平养老、国海证券、开源证券、银河证券（以上排名不分先后）
时间	2023年10月17日（周二） 22:00-22:30
地点	线上电话会议
公司接待人员姓名	董事长俞熔先生；总裁徐涛先生；董事会秘书万晓晓女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q1：公司前三季度业绩表现？</p> <p>A1：2023年前三季度营业收入较上年同期有 22.95% - 26.24% 的增长，前三季度归属于上市公司股东的净利润较上年同期有 148.94% - 166.96% 的增长。主要受益于整体经营环境进入需求推动、量价齐升的良性发展通道，公司持续发力高品质产品与优质专业服务以满足客户需求，客流量与消费客单价呈现稳步上升趋势。在上半年体检行业传统淡季，公司历史性实现扭亏为盈；进入下半年体检行业旺季，公司经营稳健有序，持续构建以品质驱动运营体系。在数字化与信息化赋能下，不断夯实医疗品质内功建设，持续推动重点学科建设，并通过精细化运营不断升级医质服务，进一步带动客户满意度、复购率与客单价的提升。公司三季度收入同比基本持平，主要系去年上半年受到外部环境影响，导致去年三季度营业收入基数较高。今年三季度由于门店规模增加，且在人力与系统等方面投入增加，导致成本与费用有所增长。具体情况详见公司即将于 2023 年 10 月 31 日披露的《公司 2023 年第三季度报告》。</p>

Q2: 四季度的重要着手点是什么?

A2: ①四季度作为体检行业旺季,公司开足马力加大促到检力度。②在数字化转型与精细化运营的基础上,持续落实降本增效工作。③持续保障医疗质量和服务质量,优化制度建设与人才培养,深入开展质量管理、科研合作和技术交流,并积极推动医疗创新发展,持续升级医疗水平。④深化组织变革,打磨提升城市群工作效能,通过构建城市集群的核心经营单元,优化组织覆盖半径,提升管理效率,持续推进集采中心、人力共享中心与财务中心建设,充分发挥集团集约化的规模优势,进一步实现降本增效。

Q3: 请问公司如何进一步提升单店的营收?

A3: 公司采取多项举措提升单店收入。①优化客户结构,不断提升高端客户占比,同时加大淡季的平滑,鼓励客户前置订单,淡季释放潜能。②随着数字化工具扁鹊和分时预约功能的引入,提升检能。③持续聚焦差异化优势单品,推出“美年专检健康盒子”专项产品系列,包括胶囊胃镜盒子、基因盒子等产品,这类产品不占用检线和现有产能,在提升闲置检能利用率的同时,助力增收,提升利润,提升非瓶颈科室的检能利用,进一步提升产品复购与新增长引擎的衍生收入。

Q4: 公司四季度订单情况如何?

A4: 订单表现优异,整体符合预期。上周六创下最高收入峰值 7,700 万元,往年收入最高的周六发生在 11 月份大约 6,800~7,000 万元。今天当日收入也达到 6,600 万元的高位。今年我们也持续增加了中高端优质订单,很好地提升客单价表现,也在不断优化客户结构,主动剔除一些低客单价的订单。

Q5: 公司于今日披露的 2022 年员工持股计划解锁的公告是减持吗?

A5: 不是减持。本次解禁公告是根据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等相关规则的要求所披露的,告知 2022 年员工持股计划第一个锁定期限将于 2023 年 10 月 18 日届满,对应的公司股票数量为 7,131,991 股,仅占公司总股本的 0.1822%。同时,鉴于公司 2022 年

	<p>度业绩由于外部环境原因考核指标未达成，公司 2022 年员工持股计划第一个解锁期对应的标的股票权益不得解锁，由持股计划管理委员会收回。符合员工持股计划的约定。</p> <p>Q6: Q3 客单价与团个检表现如何?</p> <p>A6: 每个季度客单价的结构性有差异，下半年是体检旺季，通常优先排期优质订单和高值订单。公司搭建以公域吸引流量，私域沉淀流量的闭环营销体系。B 端持续强化政企大客体系，致力于实现政企大客引领的 B 端业务升级。C 端快速推进会员运营体系，推动美年臻选分销商城覆盖，发力美团、抖音本地生活业务拓展，持续强化团单的裂变与沉淀，并以廊坊模式为标杆，逐步推动全国复制，实现公域放量、私域转化、流量变现，强化增收动能释放。具体情况详见公司即将于 2023 年 10 月 31 日披露的《公司 2023 年第三季度报告》。</p> <p>Q7: 目前提价趋势如何?</p> <p>A7: 整体表现符合预期，按全年整体客单价 10%的增幅目标推进。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023-10-17</p>