

美年大健康产业控股股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

2024 年,美年大健康产业控股股份有限公司(以下简称“公司”、“美年健康”)全体董事严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规以及《公司章程》《董事会议事规则》等相关规定,认真履行股东大会赋予的各项职责,积极推进董事会各项决议执行,持续规范公司治理,推动公司高质量发展,维护公司及全体股东合法权益。截至目前,公司第九届董事会共有 9 名董事,其中:2 名董事为女性、独立董事共有 3 名。现将 2024 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

报告期内,公司实现营业收入 107.02 亿元,归属于上市公司股东的净利润 2.82 亿元;主营收入中结合 AI 技术手段取得的收入为 21,557.63 万元,主要包括心肺联筛、眼底 AI、脑睿佳等收入。

随着公众健康意识持续提升,叠加人口老龄化,个人健康管理消费需求升级,健康体检从固定套餐式体检向精准个性化体检转变,从单一年度体检向可持续健康消费升级转变。公司依托“多元增收、降本增效、提升人均消费”三大路径,合理科学地安排门诊接待排期,保障提升服务质量。

报告期内,公司坚持“保质、增收、提效、降本”的工作主线,坚持医疗导向与服务品质驱动,深入挖掘客户需求,多渠道营销拓展线上线下优质客户,打造以客户服务解决方案为导向的团检个检双轮驱动。公司继续坚持“结构增长、多元增收、稳固团单、科学降本”,持续强化立体化智能化营销体系建设,全面优化营销管理制度,全速推进数智化展业工具实施,持续优化客户结构,积极促到检,全面优化政企优质客户拓展战略,以差异化竞争策略巩固团检优势;在个检领域,持续围绕私域流量运营、公域客户运营特别是基于传统电商公域平台的客户运营、健康社群建设、闭环营销体系及大生态圈构建等方面展开工作;公司强势布局私域生态圈,强化私域转化平台体系建设,持续加强“团检转个检”,深化团单的裂变与沉淀,持续推进私域运营云平台“星海系统”运营,完成从触达、留存、转化到复购、裂变的客户全周期闭环运营,通过企业微信、星海系统、美年

臻选等营销工具加持，高效细致进行个检客户管理。与此同时，公司充分发挥自身医疗健康数据流量优势，进一步深化数据价值，打造规范化、一体化的智能营销数字化平台，以扁鹊体检 SAAS、影像 PACS 云平台、超声 PACS 云平台和 LIS 云平台为基础，持续提升服务效率和客户体验满意度。

报告期内，公司全力推动创新运营和学科建设，进一步实施“All in AI”战略，持续打造重点学科竞争力，强化 AI 人工智能技术与医疗服务领域的深度赋能与创新应用，持续推广“AI 智能血糖管理创新产品”、“健康小美”、“中医智能体检项目”、“肺结宁”、“脑睿佳”等重点 AI 专精特新服务产品应用，进一步提升满意度和复购率，提高客单价和品牌势能，持续以 AI 智能体进一步降低服务成本，提升服务均好性，进一步拓展检后健管广阔空间，推动公司经营可持续增长与高质量发展。

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”、“慈铭体检”、“慈铭奥亚”、“美兆健康”四大品牌，协同发展、稳步提升。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、综合医疗服务市场及高端个人健康体检则分别通过“慈铭奥亚”、“美兆健康”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，满足市场上不同层次、不同人群的个体化需求。



截至 2024 年底，分院总数 576 家，其中控股体检分院 312 家，参股体检分院 264 家。2024 年度，公司共计接待 2,525 万人次，其中控股体检分院接待 1,538

万人次。团体客户和个人客户占收入比分别为 75.9%和 24.1%。2024 年公司体检客单价 672 元，客单价继续保持稳定提升。

2、医疗导向与品质驱动，持续构建精细化运营的健管闭环体系

公司坚持医疗导向的核心战略，不断夯实医疗品质内功建设，构建全方位、全流程医疗质量管理体系以及线上线下相结合的全方位监管体系，以全流程质量管理体系为基准，以信息化 2.0 为手段，以学术交流为助力，进一步深化各项医疗管理和学科建设举措，持续提升医疗质量和服务内涵，进一步带动客户满意度、复购率与客单价的提升。报告期内，公司以国家卫健委发布的《健康体检与管理专业医疗质量控制指标（2023 版）》为导向，对《医疗质量考核标准 800 分》、《重要异常结果标准》等管理制度和质量标准进行了迭代，并在行业内首次提出“520 医疗质量综合评价标准”，构建了基于体检结果的五个维度二十项核心指标的综合定量评价体系，提升了质量评价标准的精准性。公司结合中华医学会等权威机构发布的医疗规范，对重点体检项目的质量管理标准进行升级，全集团实现超声甲状腺结节、乳腺结节、肺结节的分级分类诊断。

公司持续深化数字化升级战略，以扁鹊体检 SAAS、影像 PACS 云平台、超声 PACS 云平台 and LIS 云平台为核心，进一步完善数智化医疗质量和医疗合规管理平台建设。公司引进 AI 质控技术，在行业内首次实现了超声 AI 全量质控，对每张超声检查的留图进行标准化质控，显著提升超声检查质控水平。AI 数智健管师“健康小美”集成了体检全流程的数字化、智能化管理功能，进一步完善精准预约、分时预约、智能导诊、检中智能质控、智能主检、报告质控以及检后随访健康管理等核心功能，在保证医疗质量的同时提升效率，优化业务闭环体系建设，带给用户更优质的数字化健康管理服务。

公司秉承“专业、精准、高效”的服务理念，进一步提升检验检测服务能力、优化实验室资源配置和质量管理体系，报告期内在浙江、山西、安徽等地新增独立医学检验实验室投入运营，未来将以覆盖全国的独立实验室网络不断创新和优化服务。基于高标准的质量要求和高效的数智化管理手段，报告期内公司的各项医疗质量管理指标全面提升，放射、超声、检验和主检四大重点专科的质量水平得到行业高度认可。截止 2024 年底，公司旗下数十家分院获选省、市级临床检验结果互认机构，部分分院获选省、市级超声结果互认机构与放射结果互认机构。

在学科建设方面，公司持续深化重点学科发展。报告期内，公司携手中华医学会、中国医师协会等权威学术组织、权威专家全面提升医务人员理论知识和实战能力。公司积极深化分院学术研究氛围，鼓励医务人员将经验凝练为学术成果，报告期内各级医务人员在期刊、会议发表学术论文 44 篇。

公司积极推动与学术机构、三甲医院的交流合作。报告期内，公司高管和医学专家在 11 场全国性学术会议上发表主题报告，向行业展示数字化质量管理体系建设、智能化个体健康管理等方面的学术成果。公司医务人员在包括中国非公立医疗机构协会、中华医学会健康管理学分会、中国健康管理学会在内的各级学术组织中的任职超过 230 个，公司各地分院与当地三甲医院等机构共建超过 340 个医联体/健联体，在全国范围内建立学术影响。

报告期内，公司客服管理中心始终秉持“以客户为中心”的核心理念，聚焦分院效能提升、深耕品质运营、坚守匠心服务，全面推进精细化运营管理，聚焦优质客户体验，持续推动客户 NPS 值提升。全年推动客服常态化工作，从客户视角出发，制定并下发《2024 年精细化医疗服务运营实施地图》及《服务精细化运营方法论》，持续优化全流程 17 个关键服务触点，精准解决客户在检前、检中、检后的核心需求。全年重点推动关键服务触点，明确各触点的管理目标、举措与实施策略，取得显著成效。全面落实分院提效降本模型，推动精准预约、分时入场、智慧导诊等数智化工具的广泛应用，助力分院提升运营效率，降低人力成本，夯实分院精细化管理根基。例如，客户通过双端小程序实现自主预约，通过系统优化客户反馈机制，提升预约效率，有效提升客户满意度，并通过智能导诊功能，大幅节省客户体检时长。公司以客户需求为导向，建立客户多层次特色服务标签，结合分院实际情况及扁鹊系统功能，制定《大要客服务标准化场景文件》，统一规范扁鹊系统下 7 个标准服务场景动作，为客户打造个性化、高品质的服务体验。强化精细化运营条线组织建设与教育培训，全面更新迭代《医疗运营精细化管理手册-服务篇》、《旺季服务运营准备工作指导文件》、《大要客服务标准化场景-第一期》、《智慧导诊实施 SOP》、《精准预约实施攻略》、《高效服务、品质运营实施攻略》等多项管理标准及工具，开展 21 场大规模培训，强化全国客服团队的专业能力，为服务品质持续提升提供有力支撑。

3、深化数字化营销，打造团个检双轮驱动的客户流量运营体系

公司持续加强营销体系的标准化、高效化建设，持续推进数智化营销战略，深入挖掘中高端客户需求，持续优化客户结构，通过团检发展中心持续发力政企大客引领的 B 端业务升级，全面优化政企优质客户拓展，全面开展高质量职场健康建设；同时，通过个检发展中心加强私域流量运营，持续强化团单的裂变与沉淀，进一步实现团体套餐业务和个检专检业务协同，全面推进“在美年数智化平台上，团检公域持续导入流量，私域慢病管理健康干预方案留存”的闭环运营体系，持续构建基于美年臻选平台的大生态圈，搭建私域优质运营与复购转化体系，持续打造以客户服务解决方案为导向的团检个检双轮驱动，进一步提升市场竞争力。

报告期内，团检发展中心锚定优质大客战略，实现客户结构深度优化与价值裂变。政企大客战略取得突破，通过构建“集团级资源统筹-区域垂直穿透”协同模式，持续提升行业头部标杆企业在内的高净值客户；在数字化管理生态下，团检业务以“B 端五看”精细化运营模型，推动复购率稳步提升；通过 CRM 星辰客户关系管理平台、SOA、慧眼、星图等系统，赋能提升业务效率，强化业务进展追踪机制，规范全国业务管理和营销动作，实现运营管理提效；以“数字健康新基建”重构运营范式，打造行业首个“前中后台全贯通”数字化矩阵，形成场景化解决方案集群，以全链路智能中台赋能产业升级；以 CRM 星辰客户管理系统优化运维沟通机制，提升服务满意度，完善数据标准和数据质量规则，通过不断优化升级功能，提升销售全流程闭环效率；星图营销管理系统实现人力成本动态建模，实现营销人员管理、提成管理、费用管理、绩效管理营销业务管理全程在线。星羽智能健康方案平台通过 AI 赋能，快速智能生成专业科学的企业健康管理方案，助力销售高效展业。

报告期内，团检发展中心通过标准化体系重塑行业标杆，“全国一盘棋”运营战略落地显效，核心能力壁垒逐步构建，以标准化作战体系，建立“销售行为-管理流程-服务交付”三位一体框架，均质化履约服务网络建设成效显著，针对重点大客搭建全国专项履约体系，地方协同履约服务落地，履约量大比例增长，进一步提高客户满意度均值。

报告期内，个检发展中心以数字化营销为核心抓手，深化私域生态建设，实现业务规模与品牌价值双提升。以团检与公域流量导入私域精细化运营的方式，

使得线上个检业务占比大幅提升，双轮驱动战略成效显著；上线智能加项以及基于健康评估的个性化定制体检套餐，私域营销的转化率与服务满意度显著提高，实现业绩增收与客户体验双提升。公司全面落地数字化营销体系，公域平台达成全域覆盖，继续深化与天猫、京东、美团、拼多多等传统平台合作，拓展支付宝、腾讯体系等生态入口的同时，持续深耕抖音、快手等新兴渠道，实现流量翻倍增长，成为新客贡献的主力，实现业绩新突破；私域生态闭环成型，铺设多元化产品矩阵，如“专项筛查”、“健康管理周边”等新品，满足了不同细分场景的消费需求，实现健康生态升级。公司持续强化私域流量运营，持续推进面向 C 端的客户运营体系建设，加大数字化营销力度，加大健康社群与个性化营销，通过美年臻选平台强化客户联动，制定精准的个性化专业健康解决方案，私域个检业务与品牌忠诚度增长迅速，进一步推动客户的复购和转化。同时，公司通过企微体系的建立，为未来更好联动客户做好系统支撑基础，个检运营从营销到检后管理的高效全链路体系正在形成。

4、坚持创新引领，强化差异化竞争优势，打造增长新引擎

公司始终秉持“创新引领”的发展战略，以用户需求为导向，构建了“专项特检-专病管理-专项产品”三位一体的服务闭环，持续强化差异化竞争优势，为用户提供更精准、更高效的健康管理解决方案。

在学科创新方面，公司通过加强重点学科建设，以服务闭环强化特定专科领域的产品优势，夯实行业地位。专项特检以重疾早筛和居家检测为重点，在健康筛查领域建立“专精特新”学科壁垒，提高差异化竞争力，提速“智能个性化套餐”+“专检早筛盒子”+“专病管理服务包”，提供领先的核心专科筛查服务，打造增长新引擎。“脑睿佳”产品打造全面和深度的颅脑体检核磁检查项目，大幅提升美年健康的市场竞争力；胶囊胃镜产品助力全消化道早癌筛查；基因产品与现有体检产品相辅相成，实现院内、院外多场景检测，极大拓展基因产品使用范围。专病管理以单病种持续管理为核心，辐射可穿戴设备和健康周边产品，打造专病管理服务闭环。“肺结宁”产品已实现肺结节全链路闭环管理。专项中心可根据客户需求提供线下检后延伸服务，已有胃肠中心、中医中心、睡眠中心、减重中心等项目在多地落地。

在产品创新方面，公司重点新增 AI 智能血糖管理、AI 智能肝健康管理、中

医智能体检、女性健康管理等重点创新产品，更新迭代胶囊胃镜 Pro 版，拓展基因盒子产品系列。针对女性健康管理，引进宫颈蛋白检测产品，高效评估宫颈健康状况，预测宫颈癌恶性发展率，同时通过整合预防、筛查、诊断、居家养护的全流程，建立起独特的宫颈闭环健康管理服务模式。结合乳腺专用超声的早期筛查、专家诊断及中医康养指导，构建乳腺健康闭环管理服务，为女性提供全方位的乳腺健康管理保障。全新升级的磁控胶囊胃镜 Pro 版，以更小巧的体积和更卓越的性能，在保留原有胃肠检查功能的基础上，新增食道病变早期筛查能力，进一步提升了消化道疾病的精准检测水平。同时，为满足用户多元化需求，基因盒子系列产品在 2024 年全面升级，新增 HPV 分型检测、结直肠癌检测、膀胱癌检测、个人全基因组检测及个人全基因组检测 Pro 版等多项功能，为客户提供更多更全面的基因检测服务。在保险创新方面，以美年场景为抓手，以“早诊早筛早干预”理念推出检后异常指标复查金，更好地提升客户体验；以“让保险保障真正有需要的人”为初衷，推出带病体人群可投保的百万住院医疗险——体检无忧产品；针对国内高发癌症，提供百万住院医疗保障，缓解客户罹患疾病后的财务压力；同期，更新了检后恶性肿瘤医疗险等产品，逐步推动健康管理服务闭环。

在运营创新方面，公司积极推动内外部资源联动，全面优化产品创新运营体系，推动预防医学与健康领域的前沿技术交流与合作，加速科技创新成果转化，促进个性化、精准化医疗发展。公司举办“2024 预防医学创新峰会”、参与由中国健康管理协会举办的“2024 个检化体检科技创新论坛”、全球数字贸易博览会等，加强全球数字技术与健康产业的融合，为提升公共卫生服务水平、推动健康中国建设及全球健康事业发展注入新动能。

5、深化医疗健康大数据资产价值，构建 AI 健康管理新生态

公司通过提供专业健康体检服务，在医疗健康领域的深厚积淀，独具累计过亿人次的影像数据及超 2 亿人次的结构化健康数据，已形成国内最大规模的个人健康体检数据中心。报告期内，公司进一步全面实施“All in AI”战略，全面推进数字化转型，进一步释放医疗健康大数据价值，依托庞大的健康体检数据资源和领先的 AI 技术产品，持续推动健康管理服务的智能化、个性化和精准化，构建 AI 驱动的健康管理新生态。公司进一步打造领先的医疗运营平台，以扁鹊体检 SAAS、影像 PACS 云平台、超声 PACS 云平台和 LIS 云平台为基础，持续提升

服务效率和客户体验满意度，除了体检业务外，持续拓展数字化运营应用，延展健康咨询、疾病预防、康复管理等领域，构建互联互通的健康生态圈，为用户提供一站式健康管理服务，从健康体检向数智化健康管理全面升级，构建“体检两小时，服务 365 天”健管新业态。

1) 医疗数智 AI 健管全面升级

公司与华为等国内大模型技术公司合作发布业内首个 AI 数智健康管理师“健康小美”，将进一步结合美年体检档案和健康大数据深度分析，持续建立全生命周期的健康档案，全方位的评估健康风险与定制个性化健康管理解决方案，全交互式三维数字孪生人，全天候的实时响应，为用户提供专业智能的“数智健管师”服务。“健康小美”进一步优化深度学习和自然语言处理技术，不仅能够提供个性化的健康管理建议，还能够根据用户的实时健康数据动态调整健康管理方案，报告期内，“健康小美”在杭州、南京、宁波、苏州等地区开展试运营工作并开启重点功能使用，为体检用户完成检前体检项目智能解读，建立健康档案并提供综合分析和健康建议计划，整体试运营效果良好。

2) 持续推出 AI 驱动的专精特新产品

2024 年，公司在已有的脑卒中 AI 风险评估、脑认知 AI 风险评估、冠脉钙化积分 AI 诊断、肺结节 AI 诊断、心电图 AI 诊断、乳腺超声 AI 诊断、超声 AI 质控、眼底 AI 诊断、儿童骨龄 AI 评估的基础上，继续推出了一系列专精特新体检项目和健管服务，结合 AI 技术进一步提升产品的精准性和用户体验。报告期内，公司推出了以下创新产品和服务，包括 AI 精准营养解决方案，基于用户的体检数据和饮食习惯，开展检后用户精准营养管理，提供更加个性化的营养补剂建议和膳食计划，丰富健康管理措施，帮助用户改善亚健康状态；推出“中医智能体检”，依托 AI 与大数据，通过中医智能体检设备采集个体中医信息，结合西医体检异常指标，预测潜在疾病风险，提供精准的个性化中西医结合健康调养方案，目前已落地部分城市群常态化运营；推出“AI 智能血糖管理创新产品”，采用“三师（医师、营养师、运动指导师）共管”模式，依托 2.3 亿条数据支持的自主研发的血糖管理系统，为每位用户定制“一人一策”的专业个性化血糖管理方案；推出“AI 智能肝健康管理产品”，由“专项体检”、“量化评估”和“陪伴管理”三大核心模块组成，打造整体肝脏健康管理闭环产品。这些创新产品和服务为客户提供

更加专业精准、便捷优质的健康管理方案，提升公司的市场竞争力，通过高附加值的产品服务，为公司高质量发展注入新动力。

3) “AI+医疗”创新赋能精细化运营

2024年，公司通过AI人工智能和大数据技术持续创新，在医疗运营和医质管理等领域进一步优化业务流程，持续提效降本，进一步提升了服务效率和客户满意度。在医疗运营方面，公司持续升级智能主检系统，利用医学知识图谱和深度学习技术，综合分析客户的健康数据，提供更加精准的主检评估意见。在医质管理方面，公司持续利用AI技术提升医疗质量和客户体验，继续深化医质巡检和分院三级质控体系，提升质控检查结果，在超声检查领域利用AI辅助质控，确保超声操作的规范性和诊断质量，进一步提高医生的超声诊断准确性。

4) 持续提升医疗健康大数据资产价值

随着新一轮科技革命和产业变革深入发展，数据作为关键生产要素的价值日益凸显。2023年12月31日，国家数据局等部门印发《“数据要素×”三年行动计划（2024—2026年）》明确指出，“完善个人健康数据档案，融合体检、就诊、疾控等数据，有序释放健康医疗数据价值。”

2024年，公司继续深化医疗健康大数据的价值挖掘，推动数据资产的商业化应用。报告期内，公司的数据资产入表工作已取得初步成效，实现财务报表数据资源入账这一成果，不仅展现了公司在数据资源管理和利用方面的能力，也进一步凸显了公司“健康大数据与数智赋能”的特质。目前，美年健康的数据资源已在多个场景实现落地，包括数字云胶片、AI-MDT多学科健康管理报告、企业团体员工健康管理，并发布了《美年健康年度健康体检大数据蓝皮书》。公司进一步加强了数据资源的安全合规管理，确保数据资产的有序和安全运营。报告期内，公司通过了ISO27001信息安全管理体系认证，提升了数据安全水平。

公司持续探索“AI+健康管理”新业态，按“业务信息化-数据资源化-数据产品化-数据资产化”的路径，致力于构建“AI+健康管理”新业态，持续在数据资产领域取得更多突破和成果。2024年，公司积极参与国家级与区域型重点科研项目，继续与国内外知名高校、科研机构和顶级三甲医院等建立合作，共同推动AI技术在健康科研领域的应用。公司持续与复旦大学类脑智能科学与技术研究院等伙伴深化合作“中国百万人群脑体检筛查计划”，完成3年300万人次的脑健康筛查

任务，共建中国人脑大数据平台，为脑健康研究提供了宝贵的数据资源。同期，公司与浙江大学公共卫生学院合作，开展大型前瞻性人群队列项目“健康浙江百万人群队列”，对多模态健康医疗大数据的系统整合和深度融合分析，支撑临床医学、预防医学、转化医学等多个学科的交叉融合发展。2024年8月28日，公司与上海交通大学附属第六人民医院战略合作建设成立“上海市糖尿病研究所、美年健康——糖尿病健康管理技术验证中心”，推动糖尿病健康管理方案的研究和AI技术的转化应用。8月30日，公司携手教育部视觉系统疾病医药基础研究创新中心，深化国内视觉系统疾病及相关慢病筛检及数智化管理体系，进一步推动中国眼健康事业的发展。10月，公司与上海市高血压研究所启动“基于体检人群的高血压早期识别及分型诊断”合作。

6、持续打造高效能与强执行组织，持续强化组织力与品牌公信力

公司坚定贯彻“持续深化变革、构建组织能力、赋能一线运营”的核心原则，推进城市群建设，深化大区变革，加速提升组织力，进而推动管理提效；始终以提高人效、降低费率为目标，打造效率模型，萃取最佳实践案例，在各区域复制落地，取得了一定的成效。以创造价值为导向，迭代绩效考核机制，构建更加科学、公平且有激励性的绩效考核体系。强化干部管理，完善干部综合评价机制，并持续培养和储备优秀青年人才。

报告期内，公司持续围绕集团“三年打造新美年”的战略目标，打造集团旗下四大子品牌“美年大健康”、“慈铭体检”、“慈铭奥亚”、“美兆健康”传播矩阵，以树立品牌公信力为核心，强化品牌正面传播与客户口碑传播并重，讲好美年故事。积极打造完善的短视频内外矩阵，特邀知名三甲医院主任级知名医学专家团队，倾力打造医学科普系列讲堂《美年大师课》，分享在肺部健康、呼吸道健康、消化道健康、内分泌健康等领域的临床一线经验和疾病预防科普知识，进一步提升消费者对公司品牌的正面认知与良好反馈，巩固公司在行业中的领导能力与龙头地位。公司于2024年6月在北京发布《美年健康2023年度健康体检大数据蓝皮书》，这是公司连续第二年发布千万级体检数据分析报告，来源于美年健康2023年度近600家分院抽取的样本，抽取样本量为1,981万，覆盖全国31个省、自治区和直辖市，以劳动力人口为主要分析对象，是迄今为止涵盖体检人群数量最多、地域覆盖最广的健康人群体检数据研究。报告期内，公司牢记“企业公民”的

社会责任,发挥自身在医疗健康领域的专业优势,不断深化和扩展公益活动领域。2024 年美年健康联合中国妇女发展基金会开展“打工妈妈健康关爱行动”,启动“爱无疆·助残行——2024 美年健康集团第八届全国公益助残行动”,为视听障人士进行公益体检,在全国多个城市开展“百城万人美年健康益起跑”活动,开展“2024 年度乡村教师健康关爱公益行动”,并多次赴乡村地区开展免费体检、义诊、捐赠及公益健康讲座活动,增强公众健康意识,坚定地做好中国公益文化的传播者和人民群众健康的“守门人”,传递美年健康有温度、有担当的品牌形象,守护国民生命健康,传递医疗向善的力量,大幅提升了公司品牌形象和美誉度。全年美年健康共举办公益活动 300 余场,惠及约 8 万人次。

报告期内,公司持续获得社会各界的认可与支持,荣获“上市公司最佳董事会”、“上市公司董事会典型实践案例”、“上市公司 A 股新质生产力价值”、“最具投资价值上市公司”、“2024 年度投资价值企业”、“2024 年度卓越上市公司”、“2024 年度卓越竞争力上市公司”、“2024 年度大健康高质量发展企业”等奖项。

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

2024 年度,公司共召开 12 次董事会会议,其中 10 次为临时会议;召开 7 次股东大会,其中 6 次为临时会议。所有会议的召集和召开程序、召集人资格、出席人员资格、表决程序及会议决议均符合法律法规要求,具有法律效力。公司董事会切实履行《公司章程》赋予的职权,高效执行各项董事会决议,并严格贯彻落实股东大会决议,确保公司治理规范有序。2024 年度相关重大事项概况如下:

1、终止部分募投项目并永久补流

根据公司三年转型需要,公司不断加强数字化与信息化赋能,以数字化平台持续发力,以新一代智慧体检云平台 SAAS 平台实现全流程的数字化管理,并结合大数据、智能化、移动互联网、云计算(大智移云)与公司数字化转型战略,数据中心建设需由原传统 IDC 向“阿里云公有云”及“专有云(阿里飞天平台)”的混合云数据中心升级,基于此原因,项目已经不适合再推进。基于公司整体运营稳健性的考虑,为了更好地保护公司及中小投资者的利益,合理提高募集资金使用效率,公司于 2024 年 1 月 5 日召开第八届董事会第三十一次(临时)会议和

第八届监事会第十九次（临时）会议，于 2024 年 1 月 23 日召开 2024 年第一次临时股东大会，审议通过终止“数据中心建设项目”并将剩余募集资金永久补充流动资金。

2、与美因健康科技（北京）有限公司签署《基因检测项目合作协议》

公司分别于 2024 年 1 月 4 日、2024 年 1 月 5 日召开第八届董事会独立董事专门会议第一次会议、第八届董事会第三十一次（临时）会议，于 2024 年 1 月 23 日召开 2024 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于与美因健康科技（北京）有限公司签署<基因检测项目合作协议>暨关联交易的议案》，同意公司与美因健康科技（北京）有限公司签署《基因检测项目合作协议》。

3、聘任高级管理人员、董事会及高级管理人员换届、增补独立董事

公司于 2024 年 5 月 16 日召开第八届董事会第三十五次（临时）会议，聘任侯灵昌先生为公司副总裁、首席财务官；于 2024 年 9 月 26 日召开第八届董事会第三十七次（临时）会议，2024 年 10 月 15 日召开 2024 年第四次临时股东大会，选举俞熔先生、郭美玲女士、徐涛先生、王晓军先生、杨策先生、朱超先生为公司第九届董事会非独立董事，选举王海桐女士、张西强先生为公司第九届董事会独立董事，其中张西强先生为会计专业人士；于 2024 年 10 月 15 日召开第九届董事会第一次（临时）会议，选举俞熔先生担任公司第九届董事会董事长，选举郭美玲女士担任公司第九届董事会副董事长，聘任徐涛先生为公司总裁，聘任林琳女士为公司高级副总裁，聘任侯灵昌先生为公司副总裁、首席财务官，聘任万晓晓女士为公司副总裁、董事会秘书；于 2024 年 12 月 13 日召开第九届董事会第五次（临时）会议，2024 年 12 月 30 日召开 2024 年第六次临时股东大会，增补王巍先生为公司第九届董事会独立董事。

4、2023 年股票期权激励计划相关事项

公司于 2024 年 1 月 5 日召开第八届董事会第三十一次（临时）会议、第八届监事会第十九次（临时）会议，审议通过了《关于向 2023 年股票期权激励计划激励对象首次授予股票期权的议案》，公司 2023 年股票期权激励计划（以下简称“本激励计划”）的首次授予条件已经成就，首次授权日确定为 2024 年 1 月 5 日，并按 4.29 元/份的行权价格向符合授予条件的 360 名激励对象授予 6,654.22

万份股票期权。于 2024 年 2 月 7 日办理完成本激励计划首次授予股票期权的登记工作，最终首次授予登记的激励对象人数为 337 名，股票期权登记数量为 6,649.01 万份。

公司于 2024 年 11 月 15 日召开第九届董事会第三次（临时）会议、第八届监事会第二十六次（临时）会议，审议通过了《关于调整 2023 年股票期权激励计划行权价格的议案》、《关于向 2023 年股票期权激励计划激励对象预留授予股票期权的议案》，因公司实施 2023 年年度分红派息，将本激励计划行权价格调整为 4.271 元/份，同时，本激励计划的预留授予条件已经成就，预留授权日确定为 2024 年 11 月 15 日，并按 4.271 元/份的行权价格向符合授予条件的 58 名激励对象授予 1,174.28 万份预留股票期权。于 2024 年 12 月 3 日办理完成本激励计划预留授予股票期权的登记工作，最终预留授予登记的激励对象人数为 58 名，股票期权登记数量为 1,174.28 万份。

公司于 2024 年 12 月 13 日召开第九届董事会第五次（临时）会议、第八届监事会第二十七次（临时）会议，于 2024 年 12 月 30 日召开 2024 年第六次临时股东大会，审议通过了《关于调整 2023 年股票期权激励计划业绩考核指标的议案》，同意调整本激励计划 2025 年及 2026 年的业绩考核指标。

5、员工持股计划相关事项

公司于 2024 年 12 月 3 日召开第九届董事会第四次（临时）会议，审议通过了《关于公司 2021 年员工持股计划存续期展期的议案》，同意将公司 2021 年员工持股计划的存续期展期至 2027 年 12 月 30 日。

公司于 2024 年 12 月 13 日召开第九届董事会第五次（临时）会议及 2024 年 12 月 30 日召开 2024 年第六次临时股东大会，审议通过了《关于调整 2022 年员工持股计划业绩考核指标的议案》，2024 年 12 月 13 日召开第八届监事会第二十七次（临时）会议，审议了《关于调整 2022 年员工持股计划业绩考核指标的议案》，同意对 2022 年员工持股计划第三个解锁期即 2025 年业绩考核指标进行调整。

（二）公司董事会各专门委员会履职情况

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，并制定了相应的专门委员会议事规则。报告期内，各专门委员会严格遵循《公司

章程》《董事会议事规则》及各专门委员会议事规则有关规定，认真开展各项工作，充分发挥专业所长，为董事会决策提供有力支持。报告期内，公司共召开董事会下属专门委员会会议 18 次，审议事项涵盖员工持股计划、股权激励计划、会计师事务所续聘、高级管理人员聘任、董事会及高级管理人员换届、独立董事增补等，进一步促进公司治理规范运作和科学决策。

（三）独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司独立董事管理办法》等法律法规及《公司章程》《独立董事工作制度》等相关规定，勤勉尽责地履行各项职责义务，积极出席公司董事会和股东大会会议，认真审议各项议案，积极发挥专业优势，关注公司运作，独立履行职责，对公司日常经营决策等方面提出宝贵的专业建议。报告期内，公司共召开独立董事专门会议 3 次，审议公司签署合作协议暨关联交易、预计年度日常关联交易、承诺延期事项，发挥了独立董事对公司治理的监督作用，切实维护公司和全体股东特别是中小股东的合法利益。

（四）信息披露及投资者关系管理工作情况

1、信息披露工作情况

公司董事会严格遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所信息披露相关规定以及公司《信息披露事务管理制度》要求，做好定期报告及临时报告的披露工作，自觉履行信息披露义务，不断提高信息披露规范化水平和透明度。报告期内，公司真实、准确、完整、及时地披露三会决议、定期报告、临时公告等 124 份，认真履行信息披露义务，确保投资者平等、及时地获得公司信息，最大程度地保护广大中小投资者利益。

2、投资者关系管理情况

公司董事会高度重视与投资者的沟通交流，严格遵守《投资者关系管理制度》《投资者投诉处理工作制度》等有关规定，秉持“请进来”与“走出去”相结合的沟通策略，建立良好有序的投资者关系。通过投资者热线电话、电子邮箱、互动易平台、组织现场调研、参与证券公司电话会议及策略会等，多渠道、多形式与投资者保持良好的日常沟通。同时，公司持续完善股东关系管理机制，认真倾听股

东及利益相关者的咨询与建议，确保其享有平等的信息知情权。此外，公司不断优化投资者调研接访流程，规范回复内容，积极听取并记录投资者对公司发展的宝贵意见，及时向管理层反馈，致力于打造双向互动、开放透明的沟通平台，进一步提升公司治理水平与投资者满意度。

（五）有效加强内幕信息知情人管理情况

公司董事会严格执行《内幕信息知情人登记管理制度》等相关规定，在定期报告编制及披露期间，严格开展内幕信息登记管理及报送工作，如实、完整地记录信息披露前内幕信息知情人名单，以保证信息处于可控范围。报告期内，未发现有内幕信息知情人违规利用内幕信息买卖公司股份的情况，也不存在因违反《内幕信息知情人登记管理制度》涉嫌内幕交易被监管部门采取监管措施及行政处罚的情况。

（六）参加培训情况

公司董事会始终重视并持续关注监管法规的新变化、新要求，积极参加监管部门或协会组织的培训，并积极组织中中介机构对公司董事、监事、高级管理人员等人员开展培训学习，使公司董事了解上市公司最新政策解读、违法典型案例、上市公司规范治理要点等，不断增强董事风险意识和规范运作意识，切实提升公司的规范运作水平。

三、公司未来发展战略展望

2025 年是公司进入新的十年发展阶段的第一年，也是全面迈进数智化健康管理时代的第一年，是经营管理的“效率年”、创新产品的“产品年”、持续优化客户服务的“体验年”、深挖数据富矿的“数据年”。公司将充分利用健康大数据优势，积极拥抱大模型时代，坚定“All in AI”战略，以“全面提效、跃级增长”为目标，坚持“多元增收、科学降本”，以学科建设和 AI 驱动为基座，强化医疗质量与服务品质的精细化管理，以国内领先的 C 端流量入口平台与应用场景优势，持续深耕“AI+健康管理”，全力打造国内领先的“AI+健康管理”标杆平台。

公司以创新为引擎，以专业体检为入口，持续以“专精特新”产品及 AI 智能体，进一步打造差异化竞争优势，逐步延伸检后健管产品及服务，围绕超声智能化、智能主检、脑科学、呼吸/肺健康、消化道健康、乳腺/宫颈筛查、血糖/肥胖

/脂肪肝管理、抗衰检测/基因盒子等重点学科持续发力，重点研发骨健康管理产品，推出全消化道检查等产品实现创新产品增量增收。基于丰富的产品矩阵，公司积极打造分院“1+X+Y”模式，即“常规体检+为客户提供个性化的深度筛查方案+筛查后的定制化健康方案”，激活新增长引擎，致力于实现个性化可持续健康消费升级，持续为客户提供优质的全生命周期健康管理服务，巩固“专业检查-深度服务-科学定制-持续复购”正向循环，持续构建“体检两小时，服务 365 天”健管新业态，推动公司经营业绩可持续增长与高质量发展。

公司 2025 年经营计划

1、多元增收，团个检双轮驱动，发力体检延伸服务及产品稳定增长

2025 年，公司将全面促进多元增收的模式创新，发力体检延伸服务及产品稳定增长。主要包括以下方面：第一，巩固提升优质团单，带动“团转个”优质增量；第二，通过优质服务和产品驱动，持续提升团检/个检复购率；第三，加强“医、药、检、险”线上线下异业合作；第四，持续发力专项体检以及检后管理服务包产品；第五，深度挖掘科室合作，加强头部企业合作，发力减重、口腔、中医、女性健康等专科门诊；第六，以“健康小美”为载体，加快构建美年会员体系，实现个性化可持续健康消费升级。

公司秉持“团检是基石，做大做强靠团个检双轮驱动”理念，以“本地团单、本地个检、全国团单、全国个检、深度筛查、科室共建等”为具体增收路径，持续强化立体化、数智化营销体系建设，持续优化客户结构，深挖客户价值，聚焦战略客户全生命周期赋能，建立团检个检双轮驱动的客户流量运营体系。

2025 年，团检发展中心锚定“全域一张网、全链一盘棋”战略，构建多维度协同作战体系。一方面，坚持行业生态化深耕，聚焦核心大客领域，建立“行业智库+精准测绘”模型，通过对客户规模、需求、合作模式进行多维度分层，形成“总部打法输出-区域敏捷执行”的立体化作战能力。另一方面，构筑标准化价值闭环，以“客户全旅程数字化”重构销售管理体系，将智能套餐生成、电子合同等系统平台深度嵌入业务流程，实现从商机洞察到履约交付的端到端提效。建立客户分级、费用管控等标准，实现提效降本目标；依托 CRM 与星图系统实现人效动态排名，实现提成核算全面线上化，进一步降本提效；优化技术底座，包括星羽展业系统 AI 赋能进一步升级，“美年有约”平台接入 AI 健康顾问，推动客户自助服务率提

升。同时，团检发展中心全面优化升级营销管理制度，持续挖掘客户需求及价值，深化个性化的职场健康管理，持续领航政企健康服务赛道。

2025年，个检发展中心围绕“多元化、数智化、生态化”的方向，夯实个检流量运营与品牌力。具体体现为：1) 升级全域营销数智化，扩大营销效能。2) 持续深耕创新产品，2024年个性化套餐带动业绩增收初显成效，2025年将持续推进个性化套餐和智能加项的落地和运营，作为业绩增量的新动力。3) 扩容公域流量矩阵，继续深化与天猫、京东、美团等平台合作的同时，持续深耕抖音、小红书、视频号等新兴平台流量运营，通过短视频、图文等专业健康宣教等方式，扩大行业影响力，进一步拉动体检需求，保障业绩增长动力。4) 延伸私域平台生态，持续深化私域运营及复购转化体系，加速布局“检后健康管理一站式服务”，实现多元增收。在团检个检双轮驱动的客户流量运营体系中，公司持续强化团检向个检的转化裂变与延伸，持续推进团检公域导入流量，个检私域留存复购及转化流量，构建C端大私域；以“体检-专检-健管-保险”全方位全周期的数智健康管理解决方案持续提升客户黏性及复购率，进一步促进C端客户持续的健康消费增长，持续打造以客户服务解决方案为导向的团检个检双轮驱动增长。

2、聚焦降本增效，AI赋能精细化运营

2025年，公司将全面聚焦降本增效战略，以创新驱动和精细化管理为核心，深入挖掘各业务环节的潜力，实现高质量的稳健增长。在这一进程中，AI技术将成为重要的赋能手段，深度融入营销、医质和管理等各个服务端，助力公司在提升运营效率、优化服务质量的同时，有效降低成本，进一步提升市场竞争力和品牌价值。在营销端，2025年，公司研发的AI销售助手和销售展业工具将在全国范围内全面推广，强化销售人员的医学专业能力与产品信息更新速度，提升接待能力和业务转化率，助力B端客户体检方案的快速生成和个性化定制能力。同时，公司优化智能客服体系和检前个体化体检智能体，为客户提供AI驱动个性化体检套餐推荐方案。通过全面收集受检者详细的既往病史、家族病史以及当下身体状态等关键信息，借助先进的AI智能算法，深度挖掘数据价值，进行深入综合评估，为每一位客户量身打造专属的健康体检项目。在医质端，2025年，公司持续结合AI人工智能和大数据技术持续创新，进一步强化质控管理，持续提升医生的诊断效率和准确性。例如，进一步优化乳腺、甲状腺、肺结节等领域

的 AI 辅助诊断技术；全面开展超声全量 AI 质控和推动检验室内质控室间化评定，引进和研发胸部 CT 全量 AI 质控、主检报告 AI 全量质控。在管理端，公司将持续优化“健康小美”的“智能主检功能”，优化医学知识图谱和深度学习技术，大幅提升主检医生的效率和诊断准确性；并将进一步在全国体检中心深化应用，实现高水平同质服务与提效降本；公司将加强和钉钉的深度协同定制化合作，以 AI 功能在企业内部充分连接业务和组织协同，包括高效穿透组织管理、知识赋能全面升级和提高业务运营效率，达成项目的高效协作。

3、产品力持续创新，打造差异化竞争优势

2025 年，公司通过技术创新、产品升级和跨领域合作，持续打造 AI“专精特新”产品力，持续推动学科与科技驱动的产品解决方案，强化学科壁垒和差异化竞争优势，加快超声智能化、智能主检、脑科学、呼吸肺健康、消化道健康、乳腺宫颈筛查、血糖/肥胖/脂肪肝管理、抗衰检测/基因盒子等重点学科建设；持续推广传统爆款单品胶囊胃镜机器人、基因盒子继续倍增发力，加速推进肺结节、脑睿佳、AI 智能血糖管理创新产品、中医智能体检等重点项目，夯实以数字化创新业务为主的新业务增长点。

2025 年，公司将继续强化产品运营和模式创新，以重点学科建设为核心，以 AI 技术和大数据为支撑，以体检业务为基础流量入口，发力健康管理第二曲线新增长引擎，打造“智能个性化套餐”+“专检早筛盒子”+“专病管理服务包”的全生命周期创新产品链条，持续为客户提供优质的健康管理服务。持续深化探索创新运营模式，打造线上线下全链路运营体系，实现创新产品增量增收。公司保险团队结合政策以及体检人群需求，与保险公司等合作伙伴设计更多创新性产品，同时打造以减重为核心的医疗门诊运营体系，确立医疗专项中心成熟运营模式，不断提升产品服务竞争力。

2025 年，公司将以国内领先的 C 端流量入口平台与应用场景优势，持续深耕“AI+健康管理”，深耕产品创新力和深度解决方案，打开高品质医疗服务的大门，为消费医疗市场注入源源不断的活力。

4、坚持医疗与服务品质驱动，进一步优化客户体验

2025 年公司继续坚持医疗与服务品质驱动，持续以客户为中心，坚守“质量就是尊严”的质量文化，打造医疗、营销、管理一体化的精益运营体系。公司在

数字化与信息化的赋能下，不断优化质量管理体系建设，持续推动重点学科建设与升级医质服务，以提升服务效率和客户满意度带动客单价提升，同时，以提升销售人效带来利润提升，并进一步投入医疗与人才建设，构建品质驱动的健管闭环发展体系，为客户提供安全、专业、高效的健康管理服务。

公司医疗工作持续以“构建医疗新质生产力”为目标，以信息化系统、人工智能技术和医疗大数据为支撑，全面推广“520 医疗质量综合评价标准”，持续构建行业权威的质量标准体系，持续强化 PDCA 质量管理闭环，持续满足公司数智化转型需求，持续提升医疗质量；进一步提升科研合作，推动更多的国家级科研项目落地和相关研究成果的产出等。此外，公司将重点加强华南大区影像中心、检验中心和主检中心的运营体系建设，并以此为标杆在全国推广区域医疗中心模式，高效整合资源，持续升级医疗人员效能。

公司客户服务工作持续聚焦分院效能提升核心指标，全面落实“一个核心指引、两项前期必备、三大管理抓手”，推动分院运营效率与成本管理的全面优化，助力分院实现高质量发展。公司持续深耕品质运营，打造主动式服务场景，制定 2025 年《服务精细化实施地图》，打磨迭代《客户全流程服务 17 个关键触点 2.0》版本，持续优化 2024 年已推动的 6 个触点，明确其余触点的重点推进节奏、核心指标与实施策略。公司坚守匠心服务，持续推动客服常态化工作，持续提升客户体验与 NPS 值，降低客诉发生率，提高客诉解决率，确保客户满意度高位运行，坚决落实“美五条”核心服务管理要求，推动服务品质迈向新台阶；持续优化服务条线组织建设与教育培训体系，以专项培训与交流会议持续提升专业技能与综合素养，打造具备医疗管理专业能力、分院效能提升能力、卓越客户服务能力的高素质团队，为公司可持续发展提供坚实的人才保障。

5、深化医疗数据价值，构建“AI+健康管理”标杆平台

2025 年，美年健康持续“All in AI”战略，深化医疗数据资产价值，推动数字化与 AI 技术在健康管理领域的深度应用，构建智能化、个性化、精准化的健康管理生态体系。公司持续深耕“AI+健康管理”平台，借助大模型技术结合智能硬件应用，推动从低频单一的年度体检服务向动态持续的健康管理转型，降低个性化医疗与主动健康服务的边际成本，推动医疗普惠，持续满足公众高品质健康管理需求。

2025 年，美年健康将继续积极探索创新数据资产的应用场景，积极推进数据资源入表工作，进一步强化公司在数据资源管理和应用能力。公司持续构建数据驱动、协同创新的科研服务平台，充分挖掘数据价值，深化学科建设，加强与头部科研院所、大型药械企业、三甲医院等医疗机构及科技巨头的合作，共同构建 AI 健康管理生态圈，为行业发展注入新活力。公司积极参与国家级与区域型科研项目，推动 AI 技术在健康科研领域的应用，如深化与复旦大学类脑智能科学与技术研究院、浙江大学公共卫生学院等机构合作，推动“中国百万人群脑体检筛查计划”和“健康浙江百万人群队列”项目的实施；加强上海交通大学附属第六人民医院战略合作，推动糖尿病健康管理方案的研究和 AI 技术的转化应用，进一步提升糖尿病管理的精准性和效率。与此同时，公司将加强跨领域合作，推动健康管理服务的多样化与创新，将继续深化与美团、华为、阿里等企业的异业合作，结合各自的资源与技术优势，共同打造个性化与智能化健管服务。

2025 年，公司将在全国体检中心进一步推广 AI 数智健管师“健康小美”，通过多模态数据识别技术，“健康小美”将进一步提升对病历、体征、检验、影像等数据的分析能力，提供更精准的健康风险评估、个性化饮食和运动指导、疾病预防与管理等全流程、全天候健管服务。新增“家庭健康管理”功能，支持多用户健康数据的整合与分析，为家庭成员提供协同健康管理服务，进一步提升健康管理的主动性和精准性。“健康小美”将针对客户的个性化需求，深化迭代关于血糖、肝健康、减重等细分健管领域的专业 AI 智能体，通过智能工作流为客户提供个体化专病管理方案、实时应答指导、健管数据分析等“AI+专业健管服务”，助力客户实现从体检端到家庭端全流程的主动健康，致力于从健康体检延伸至普惠健康管理。同时，公司将进一步探索深化智能穿戴设备与数字疗法的应用，致力于以“AI+穿戴设备+数字疗法”的健康管理新模式，通过智能手环、智能手表等设备实时监测用户的健康数据，结合 AI 算法和数字疗法，为用户提供个性化的健康管理方案，构建 AI 驱动的慢病管理平台，帮助用户更好地管理高血压、糖尿病等慢性疾病。

6、强化组织力与品牌公信力

2025 年，公司以实现“全面提效和跃级增长”为目标，稳步推进组织变革，结合精益运营，持续推动营销中心、医疗中心、管理中心的人力提效降本举措落地。

在营销端持续精简管理层级，优化营销中台，提高销售产能；在医疗端持续落地分院编制模型，优化波峰波谷的产能，提升医疗运营效率，并通过数字化看板实现精准管理；在管理端持续推动医疗、财务、人力条线中后台的集约管理，实现管理端有效降本。同时，公司持续优化人才结构，加强青年干部梯队建设，系统化选拔和培养优秀青年人才，并基于迭代后的美年干部评价体系，开展干部人才盘点工作，激发人员潜能，深入贯彻落实美年核心价值观，推动“美五条”的落地，持续塑造凝心聚力的组织文化。

2025 年是公司开启“从优秀到卓越”新三年跃级增长的第一年，也是美年健康 20 周年之后进入新十年的开局之年，一方面将进一步围绕学科建设、“AI+医疗”、产品创新和服务创新加强品牌正面传播和客户口碑传播；另一方面将不断探索品牌营销新方式，依托社交电商平台，通过数字营销、联名营销和私域营销以及整合营销，助力品牌提升营销效率，实现商业增长，提升品牌价值。

美年大健康产业控股股份有限公司

董 事 会

2025 年 4 月 15 日