

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：2023-06

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（策略会） <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	Eastspring Investments、OrbiMed Advisors LLC、PinPoint Group、Power Pacific Coporation Limited、Superstring Capital Management LP、Xingtai Capital Management Limited、景顺长城基金、富国基金、汇添富、易方达基金、东方红、财通资管、华安基金、华宝基金、建信基金、博时基金、财通基金、太平养老、嘉实基金、招商基金、国泰基金、大朴资产、淳厚基金、大家保险、北京国际信托、博道基金、德邦证券资管、东方证券自营、东海基金、东亚前海证券、工银安盛人寿保险、工银安盛资管、光大保德信、光大自营、国海证券、国泰君安资管、海富通基金、海通资管、恒越基金、弘声投资、华泰柏瑞、华泰证券自营、华泰资管、汇华理财、汇利资产、嘉合基金、金信基金、金元顺安、进化论资产、玖鹏资产、摩汇投资、南方基金、南京证券、农银汇理基金、诺德基金、盘京投资、鹏扬基金、人保资产、山西证券、山证资管、高毅资产、健顺投资、睿扬投资、申万菱信基金、太平基金、太平资产、太平资管、泰信基金、天风证券、天治基金、彤源投资、五地投资、信达澳亚基金、兴银理财、易米基金、银河基金、银河证券、原泽私募、圆信永丰基金、长城基金、长信基金、肇万资产、浙商基金、浙商资管、中海基金、中信建投证券、中银国际资管、中银证券资管、准锦投资、凯石基金、开源证券、浙商证券、海通证券、德邦证券、CPE 源峰基金（共 95 家机构，以上排名不分先后）
时间	2023 年 9 月 13 日（周三）
地点	上海
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	Q1：公司后续参股转控股的节奏？ A1： 随着公司整体经营业绩的稳步提升，公司将会有序稳健地推进参变控计划。整体节奏将根据参股体检分院的财务指标和业务指标综合考量，例如门店运营质量如客单价、复购率、当地城市的发展潜力情况等，同时综合考量公司资金情况，逐步把质地优秀和业绩爆发拐点的体检分院纳入上市公司。在资

金筹集方面，公司会多渠道并取，包括但不限于自有资金、银行并购贷、发行股份购买资产、定增等方式。

Q2：上半年各大品牌增速？

A2：公司旗下有“美年大健康”、“慈铭”、“奥亚”、“美兆”四大品牌，其中“美年大健康”品牌的营业收入相较于去年同期增长了 45.45%；“慈铭”及“奥亚”品牌的营业收入相较于去年同期增长了 71.13%；“美兆”品牌的营业收入相较于去年同期增长了 126.92%，各品牌均实现高增长。

Q3：未来公立医院是否会扩建体检产能，影响客流？

A3：公立医院发展重心和绩效考核体系从以收入和规模增长为导向回归到普惠和治疗导向，强调公立医院核心定位是以治病诊疗，特别是重大及疑难杂症为主，健康体检作为辅助科室其产能有限。未来，公立医院重点学科人才有望加速流动，有利于非公医疗机构强化医疗品质与学科建设。近年来，越来越多大型企事业单位招标，会在公立医院和非公专业体检机构中多选，以满足本单位员工的多样化需求，非公专业体检机构则以优质医疗水平和服务品质，持续获得更多份额。

Q4：请问公司目前门店与收入体量如何？

A4：截至 2023 年 6 月 30 日，公司正开业的体检中心共 608 家，门店覆盖全国 30 多个省（自治区、直辖市），其中控股体检中心 293 家，在覆盖城市、门店、年体检人次总量上均稳居行业第一位。公司持续构建以品质驱动的运营体系，发力高品质产品与优质服务满足客户需求，客流量与消费客单价呈现稳步上升趋势。2023 年上半年实现营业总收入 44.05 亿元，同比增长 49.87%。

Q5：AIGC 如何助力公司发展？

A5：公司持续研究论证人工智能 AI 和 AIGC 技术在健康体检行业的应用，进一步做强专精特新系列产品。作为预防医疗领域的龙头企业，公司拥有国内最大规模的健康体检大数据资源，将为行业大模型的研发提供有力的数据条件。近期，公司主办第十二届中国创新创业大赛“AI 大数据医疗健康专业赛”，公开寻找 AIGC 及大模型领域的合作伙伴，全面推进 AIGC 及大模型技术在业务场景中的落地，围绕检前、检中、检后的体检全流程，以及检后专科、基因检测、

慢病管理、健康保险等一系列增值服务，为大模型应用开放丰富的业务场景，共同构建医疗健康 AIGC 产业新业态，引领健康体检行业向数字化健康管理全面转型升级。中国创新创业大赛是国内最具权威性和影响力的国家级赛事，由科技部、财政部、教育部、中央网信办、全国工商联共同指导举办，其中，专业赛是中国创新创业大赛的重要组成部分，聚焦新兴产业和未来产业培育，着力促进大中小企业融通发展，引导龙头企业和社会资本力量支持科技型中小微企业开展产业关键技术创新。同时，公司积极研讨论证通过“1+1+N 模式”进一步与算力、模型及应用层面的合作伙伴共建 AIGC 新生态，例如智能导诊、智能主检、医师助手、健管助手等，全面推动降本增效，持续推出创新产品，持续发挥公司数字化平台效能。

Q6: 七八月提价趋势如何?

A6: 整体表现符合预期，按全年整体客单价 10%的增幅目标推进，我们更多关注的是季度、半年度、年度的客单价表现，今年上半年客单价增幅 15%。

Q7: 上半年个检占比 23%，这一块未来增速如何?

A7: 在个检领域，例如电商端包括公域、私域、直播、本地生活等等，今明两年将有非常明显的增长，团检转化也会进一步推动个检的增加。作为头部企业网点多，信息化程度高，未来不管是公域还是私域，在电商、直播、短视频等方面，明年会有大幅度的增长。

Q8: 公司通过什么途径降低销售费用率?

A8: 公司持续通过优化客户结构与营销策略，持续提升销售效能，降低销售费用率。主要包括以下措施：1) 在团检方面，公司搭建政企大客体系，致力于实现政企大客引领的 B 端业务升级，持续加大政企大客的拓展力度与履约能力，由此提升销售效能；2) 在个检方面，基于 300 余座城市覆盖，发力美团，抖音本地生活业务拓展，基于美年臻选分销商城全覆盖，推动线上线下一体化运营，推动个检营销全年常态化；3) 基于星辰客户管理系统的升级，进一步提升拓客效率和签单转化率；4) 持续加大专精特新创新产品及体检周边产品的推广；5) 持续进行销售人员结构优化。

Q9: 公司还会大规模开新店吗?

	<p>A9: 目前没有大规模新开门店的计划，会考虑在一些个别潜力区域补强，比如陕西、重庆、京沪郊县等，结合当地体检需求及现有门店布局考虑是否需要新开门店。</p> <p>Q10: 公司如何提升现有产能?</p> <p>A10: 公司重点关注现有门店的产能提升，比如加大淡旺季的平滑，鼓励客户前置订单，强化淡季检能释放；基于数字化工具扁鹊系统合理配置，把无需空腹的体检项目安排在下午场，加大下午场的检能利用；持续优化上午场的分时预约，通过合理规划持续提升上午场检能。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023-9-13</p>