

美年大健康产业控股股份有限公司

2023 年度董事会工作报告

2023 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”)董事会全体成员遵循《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《公司章程》和《董事会议事规则》等相关规定,本着对公司和全体股东负责的原则,恪尽职守,忠实履行股东大会赋予的职权,贯彻落实股东大会做出的各项决议,勤勉尽责地开展董事会各项工作,推动公司治理水平的提高和公司各项业务发展。截至目前,公司第八届董事会共有 11 名董事,其中:3 名董事为女性、独立董事共有 4 名。现将 2023 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 108.94 亿元,同比增幅 26.44%;归属于上市公司股东的净利润 5.06 亿元,较上年同期增加 10.65 亿元,实现扭亏为盈。

2023 年,健康体检行业强劲复苏,公司经营进入需求推动、量价齐升的良性发展通道,公司坚定贯彻“医疗导向、品质驱动、服务支撑、创新引领”的核心战略方针,推动数智化与精细化运营快速发展,充分发挥全国体检中心专业化、标准化、规模化的运营优势,强化集团统一管理赋能,持续围绕“保质、增收、提效、降本”重点工作,持续做强创新产品,做优数字资产,推动公司经营业绩持续增长与企业高质量发展。

报告期内,团体和个人的体检需求持续提升,政企客户、主流职场人群、高收入人群、老龄人群、慢病人群等多元化与个性化需求和健康服务需求持续增长。公司持续构建以品质驱动的运营体系,多渠道积极拓展线上线下优质客户,着力以高品质产品和优质服务满足客户需求,进一步推动客流量与消费客单价稳步上升。公司在上半年体检行业传统淡季,合理运用数字化工具科学排单,通过营销方式平滑季度差异等措施,多重因素叠加作用,在上半年历史性实现扭亏为盈;在下半年体检行业旺季,公司经营稳健有序,积极拓展政企大单,持续强化面向 B 端的政企大客体系,优化客户结构,强化团单的裂变与沉淀,快速推进面向 C 端的客户运营体系,加强团检个检协同,持续发力高质量内生式增长。

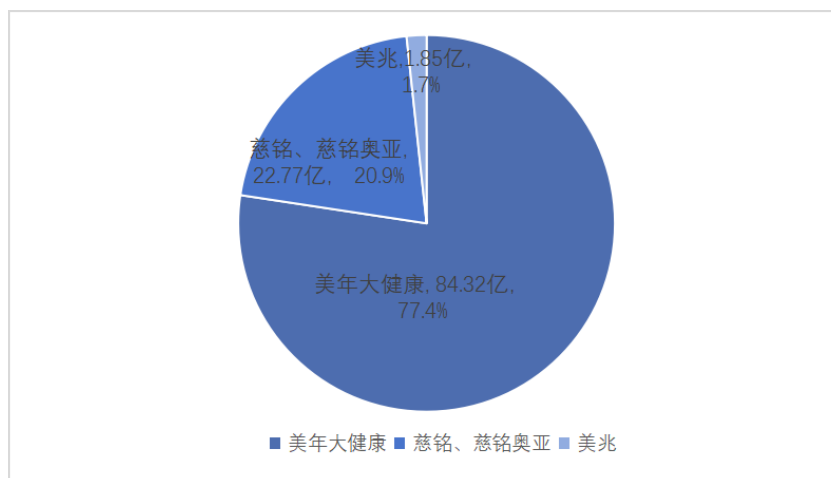
1、四大品牌，协同发展

公司是目前全国最大的专业健康体检连锁企业，旗下有“美年大健康”、“慈铭”、“慈铭奥亚”、“美兆”四大品牌，协同发展、互相促进、稳步提升。在大众健康体检市场方面以“美年大健康”和“慈铭”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”品牌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。



报告期内，公司实现营业收入 108.94 亿元，其中“美年大健康”品牌实现收入 84.32 亿元，占比 77.4%；“慈铭”和“慈铭奥亚”实现收入 22.77 亿元，占比 20.9%；“美兆”品牌实现收入 1.85 亿元，占比 1.7%。

2023 年公司各品牌营业收入和占比情况



截至 2023 年底，公司旗下体检中心数量为 596 家，其中控股体检中心 306

家，参股体检中心 290 家。2023 年度，公司共计接待 2,834 万人次（含参股体检中心<剔除核酸检测人数>），较上年同期（2022 年 2,508 万人次<剔除核酸检测人数>）增长 13.0%，其中控股体检中心接待 1,755 万人次，较上年同期（2022 年 1,543 万人次）增长 13.7%。团体客户和个人客户占收入比分别为 80%:20%，个人客户收入占比较上年同期上升 2.8 个百分点。综合客单价¹为 620.8 元（2022 年 558.4 元），较上年增长 11.2%。

2、医疗导向，品质驱动

报告期内，公司持续筑基固本，全力升级医疗品质，推动重点学科建设，强化三级质控体系管理，加大医疗队伍培训，不断升级医质管理。报告期内，公司旗下部分分院获选国家健康体检与管理专业质量控制哨点机构、获评省市级临床检验结果互认机构，以过硬的医疗水平获得了权威认可的“互认券”。同期，美年医务人员在国家级期刊和学术会议发表论文近 40 篇，有 40 人在国家级专业协会担任委员，为公司发展带来更广阔前景。

1) 质量管理长效机制筑牢健康防线

报告期内，美年健康各分院的院内三级质控体系持续深化，医疗规范和质量意识得到进一步的落实。依托集团信息化 2.0 战略，集团和省市级公司通过“医质 800 分巡检”、影像、超声和主检报告远程质控、检验项目质控远程监管等举措进一步强化医质管理的效能，建立起“质控抽查-问题复盘-专场培训”的常态化质控闭环体系，促进分院医疗质量的持续提升。

2) 重点学科体系建设与强化学术氛围

报告期内，公司进一步强化人才梯队建设，深化人才培养，引进全国主委级专家担任集团首席影像官和首席超声官；成立第三届集团医疗质量管理委员会和放射、超声、主检、检验、护理院感五大专项组，推动重点学科发展；联合国家一级专业协会积极开展重点专科的规范化培训班，近百名主检医师获得中华医学会颁发的培训证书，多名检验技术员获得 ISO15189:2022 内审员资质。公司医务人员也积极参加各项国家级行业学术会议，与公立医院专家交流学科

¹注：以上综合客单价包含入职体检和职业病检查，剔除核酸检测。

发展，并通过会议主题报告展现美年健康集团在三级质控、肿瘤早筛管理方面的经验和成果。公司鼓励各级医务人员将在健康体检和疾病筛查中的积累凝练成学术成果，研究院与顶级医科院校开展科研合作，在顶级 SCI 期刊发表 2 篇论文。各分院医务人员深耕重点学科，在国家级学会会议和学术期刊发表论文近 40 篇，申请专利 2 项。

3) 医疗数字化与精细化运营

报告期内，公司进一步推动医疗数字化转型，积极推动医疗信息系统的全面升级。以数字化赋能全流程质量提升，不断优化客户体验。2023 年，扁鹊智能体检管理系统在全国分院的普遍实施，实现了医疗数据的标准化、医疗流程的规范化和医质管理的远程化，以领先的医疗运营平台持续强化医质管理，赋能体检全流程数字化、智能化管理，保障了医疗质量的一致性和持续性，各智能模块的应用极大提升了工作效率和客户体验。公司结合近 20 年的体检中心建设经验，与全球领先医疗项目的创新理念相结合，凝结成“美年健康体检中心 2.0 新设计标准”，逐步落地基于新设计标准的样本体检中心，在提升医疗专业属性的基础上结合“数字化”和“精细化”运营理念，全面提升体检中心运营效率和客户体验。

3、“AI+医疗”与大数据创新应用

目前公司持有的数据主要有两部分，一部分为客户在体检过程中形成的结构化体检数据，另一部分是体检过程中形成的非结构化影像数据。报告期内，公司的数据资源进一步落地应用，如数字云胶片、AI-MDT 多学科健康管理报告、企业团体员工健康管理，并发布《美年健康年度健康体检大数据蓝皮书》，是国内目前首次发布的样本数量超千万级、地域覆盖最广的健康人群体检数据报告；2023 年 12 月 19 日，公司与复旦大学类脑智能科学与技术研究院等合作伙伴启动“中国百万人群脑体检筛查计划”，合作共建中国人脑大数据平台，完成 3 年 300 万人次脑健康筛查任务。

报告期内，公司持续以健康体检大数据与 AI 人工智能结合，赋能“检、医、保、管”等专精特新创新产品，进一步满足公众对高品质健康体检的需求。目前，公司 AI 技术产品广泛应用于肺结节 AI 诊断、脑卒中 AI 诊断、脑认知 AI 诊断、

冠脉钙化积分 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 评估等领域。公司发布全国第一款聚焦脑卒中与阿尔茨海默症早筛创新产品“脑睿佳”，应用影像 AI 分析技术，识别脑部发病早期的结构性异常和功能性退化；率先于业内推出肺结节全程化闭环管理服务包产品“肺结宁”，利用薄层 CT 基础上的 AI 技术辅助发现和判断肺结节及其属性特征值；推出“冠脉钙化积分 AI 诊断”项目，自动识别 CT 胸部影像分支血管的钙化情况，实现肺癌早筛，量化展示冠心病的风险；卓睦鸟“AI-MDT 多学科专家智能健管系统”，主打高效智能的 AI 健康评估和主动关怀式健康管理，多学科专家给出个性化定制健康管理报告，并引入医院优势学科专家远程看诊等创新应用，为客户提供个性化健康管理方案。

“AI+医疗”可以更好地在检前实现客户体检产品个性化定制，在检中实现 MDT 多学科联合智能总检，在检后实现 AI-MDT 多学科专家会诊健康评估、就医绿通、私人医生、慢病专管等增值服务。报告期内，公司致力于利用 AI 大模型技术，在营销端研发打造 AI 智能销售助手。作为具备智商和情商的 AIGC 应用工具，AI 智能销售助手学习美年健康优秀销冠的话术和产品信息，24 小时实时在线自动回复，自动生成潜在客户画像，辅助销售人员提升接待能力与业务转化率，强化销售人员的专业能力与产品信息更新速度。

AI 技术产品应用



4、数字化运营成效显著

报告期内，美年健康数字化升级进一步落实并取得了显著成效，公司聚焦核

心业务场景，落实了数字化运营，通过数字化赋能，促进了体检业务的全面转型升级。

1) 2023 年公司实现全业务数字化转型，自主研发的新一代智慧体检云平台扁鹊已经实现了 95% 以上的分院覆盖，进一步完成了核心业务的流程再造。扁鹊和 LIS、PACS、心电云平台等医技 SAAS 群，实现体检预约、现场检查、检验、影像诊断、报告生成等业务全流程的数字化。

2) 深入精细化与数字化运营，重点实现体检业务的双端小程序预约、分时预约、智能加项、个性化定制、自助登记、智能导检、检中纠错、重要异常自动上报、总检一元论、AI-MDT 多学科健康管理报告等功能，对业务流程进行精细化运营管理，实现数据驱动、一看到底、高效协同和精准业务决策支撑。

3) 深化客户管理数字化，公司建立了完善的客户数据库，实现了客户信息的集中管理和分析。通过对客户数据的深入挖掘，能够更准确地了解客户需求，提供个性化的健康管理方案，从而增强了客户黏性和满意度。

4) 公司进行团队私域运营化建设，美年健康打造了私域运营平台-星海平台，重点推广团单个体转化，进行私域营销。

5) 公司持续推进业财一体化，实现业务与财务精细一体化运营，推出了电子发票功能，实现业务流、合同流、资金流、发票流四流合一，全电票功能的推广将大大降低公司开票成本，节省时间和人力，提升财务业务的效率，业务更加安全合规。

5、积极变革，创新引领

报告期内，公司持续深化“创新引领”发展战略，以创新为驱动力，加强产品、运营和学科创新，以满足客户需求为中心，不断提升服务质量和市场竞争力。

1) 产品创新

公司通过整合供应商和内外部专家资源，搭建学术、研发、运营一体的创新体系，推出市场竞争力强的创新产品，为客户提供全生命周期管理的预防医学解决方案。在脑健康领域，“脑睿佳”产品针对脑认知、脑卒中潜在风险人群进行早期筛查，尤其是脑认知筛查，通过将核磁扫描和 AI、基因检测进行创新性组合，在行业内率先实现阿尔茨海默症的早期风险评估。

在肺健康领域，“肺结宁”产品优化“体检+绿通”业务模型，遵循临床标准，

为不同危险程度的肺结节客户建立了从肺结节早筛早诊，到肺癌早诊早治、随访管理、治疗康复、生命质量重塑的深度全链路肺健康风险守护体系。

在心理健康领域，“美年心理健康服务”通过搭建完善的心理健康服务平台，严选心理健康服务专家，提供心理健康科普资讯和心理健康全方位解决方案；在胃肠消化领域，基于较强医疗价值的胶囊胃镜，推出下消化道动力筛查项目，提供更加丰富的消化道检查项目；针对女性健康，公司推出了 HPVE6/E7 蛋白检测项目，提供更全面的宫颈筛查服务。同时，公司根据客户需求延伸检后服务，重点布局胃肠中心、中医中心、睡眠中心等医疗专项中心。进一步提升产品复购与新增长引擎的衍生收入，打开业绩增量空间。

2) 学科合作

与顶尖学会、院校合作，夯实核心专科的学术地位，共同举办预防医学创新峰会，分享最前沿科研成果与经验。2023 年 4 月，美年健康集团和中国健康管理协会器官功能量化管理分会共同主办了“首届预防医学创新峰会暨美年健康创新发展论坛”，医学领域众多知名专家参加论坛并带来了疾病筛查与诊疗、健康管理领域最前沿的科研成果、最领先的经验及最广阔的视野。2023 年 12 月 19 日，美年健康携手复旦大学类脑智能科学与技术研究院、景三科技，启动中国百万人群脑体检筛查计划，开展脑健康早期筛查、脑疾病智能干预等创新技术攻关，打造脑健康产学研合作新模式。

3) 数字化创新

公司在 AI 应用领域一直处于行业领先，在肺结节 AI 诊断、心电图 AI 诊断、眼底 AI 诊断已取得广泛应用的基础上，AI-MDT 多学科健康管理报告、冠脉钙化积分 AI 诊断、数字云胶片等数字化创新项目不断深化。同时，密切关注超声 AIGC 领域的最新进展。

4) 运营创新

建立创新产品官与区域创新负责人制度，打造创新项目引进、创新产品研发、门店宣传推广的标准化运营流程，完善集团到地方的产品创新运营体系。

6、强化政企大客，沉淀私域流量，优化立体化智能化营销体系

报告期内，公司成立团检发展中心，统一协调全国 B 端业务精细化管理，持续强化面向 B 端的政企大客体系，致力于实现政企大客引领的 B 端业务升级。

公司升级了营销精细化运营体系，持续精进 B 端业务经营管理，已全面部署覆盖的星辰客户管理系统助力公司更细致关注客户拓展中的细节，全面升级为客户提供专业健康解决方案的提案能力。同期，公司成立个检发展中心，快速推进面向 C 端的客户运营体系。公司围绕“线上线下一体化、公域私域一体化、团个转化一体化”三个原则，构建面向一线体检中心赋能的总部数字营销中台，整体形成“团检公域持续导入流量，私域留存复购及转化流量”的闭环营销体系，持续强化团单的裂变与沉淀，实现团体套餐业务和个检专检业务协同发展的立体化智能化营销体系。

1) 持续强化由政企大客引领的 B 端业务升级

团检发展中心优化团检体系建设，通过建立大客运营规则、销售行为标准化建设、招投标管理建设，以及通过完善城市使用活跃度、日人均拜访、商机储备额三个销售过程指标的标准客户订单系统逻辑梳理，攻坚大客要客。公司重新定义集团大客及省区大客，针对集团大客，筛选重点客户形成集团大客池，制定差异化大客销售打法并沉淀，形成售前团队+履约团队+赋能优化铁三角模式，与企业达成战略合作；针对省区大客，重点盯进省区大客户的商机储备情况，集团协助区域统筹区域大客全国/跨区集中采购需求。

CRM 星辰客户管理系统已经实现全国 100%覆盖，实现营销全过程精细化管理，持续打造 B 端客户综合福利解决方案管理平台“美年有约”，该平台是集企业体检进展、报告查询、团体健康分析于一体的数智服务平台，重在更好的服务企业满足客户健康管理的多元需求。

2) 拓展个检渠道，沉淀私域流量

公司个检发展中心快速推进面向 C 端的客户运营体系，持续发力美年臻选分销商城、美团、抖音本地生活业务拓展，推动线上线下一体化运营，推动个检营销全年常态化，增加用户粘性和复购率，持续通过“连接、触达、转化、忠诚”实现客户价值，进一步提升产品复购与新增长引擎的衍生收入，与团检协同发展。

报告期内，公司在个检业务方面提升迅猛。在营销方面，公司针对体检行业淡旺季形势，推出“美年感恩季”活动，强化旺季购买淡季体检的概念，在提升客户体验的同时，优化公司资源配置，强化品牌效应；继续发力电商平台运营，在发力天猫、京东等传统电商个检渠道优势业务的同时，通过精细化运营迅速提升

在美团、口碑等平台的客户好评，进一步拉升客户转化率，业绩稳步增长。在新兴公域渠道平台方面，抖音快手等短视频渠道全年呈爆发式增长，已经成为个检渠道业绩增长主力之一；在私域平台方面，随着美年臻选全面爆发，注册量、日活流量双增长使得平台业绩爆发式增长；同时积分商城、内购渠道有序上线，逐渐构建公司私域流量闭环，提速数字化营销。

7、高效能与强执行组织

报告期内，公司持续发挥总部的专业赋能和平台支撑作用，优化总部组织效能，持续推进集采中心、人力共享中心与财务共享中心建设，逐步建立区域与集团共享职能的工作模式，提升企业内控标准；通过构建城市集群的核心经营单元，优化组织覆盖半径，减少中后台重复建设，提高整体组织人效；通过标准化和集约化建设，提升组织赋能，进一步实现降本增效、发挥智能连锁科技型门店的规模效应。报告期内，公司实施组织变革，夯实推进全国大区及城市群建设，陆续成立华南与华中两个大区，落位 22 个城市群。与此同时，公司启动管培生计划，储备未来之星，选拔和培养一批有强烈事业心、企业和使命认同感、且具备快速学习能力和发展潜力的拥有跨领域创新经营和精细化管理能力的青年干部，为公司的中长期发展提供人才动力。

8、打造卓越客户体验

公司始终以客户为中心，打造卓越客户体验，贯彻医疗运营服务精细化管理，不断提升客户全旅程体验满意度，通过服务品质提升客户信任度，增强客户粘性。在 2022-2024 美年新三年发展过程中，实现客户 NPS 净推荐值持续提升。

报告期内，公司通过全覆盖的数据反馈及分析，结合客户需求，依据 17 个与客户接触的关键服务触点，制定精细化医疗服务运营实施地图以及客户全旅程服务地图，明确客户满意度驱动要素，更有针对性的提升运营服务管理颗粒度；与医疗中心密切合作，加强对各区域医疗运营规划与规范的培训，优化运营服务流程，解决分院服务痛点，提高分院接待能力，释放分院产能，在保证医疗质量的基础上提高人效；加强和统筹管理全国客服团队建设，卓越执行客服管理各项工作要求；通过扁鹊体检系统的运营，将客户声音的获取颗粒度从分院细化到每个诊室、每个工作人员，同时充分发挥分时预约功能及智慧导诊功能，为客户提

供更精细化的流程服务。从客户服务体验、分院效能提升、医疗服务规范等三个维度提炼医疗精益运营全流程管理 60 项运营数据需求，多方位透视医疗运营全流程、医疗运营效率和医疗服务质量，及时、高效掌握分院运营行为及运营效果。

9、品牌公信力与美誉度建设

报告期内，持续围绕集团“三年打造新美年”的战略目标，打造 1+X 品牌矩阵，以树立品牌公信力为核心，紧紧围绕“美年样本”的光荣使命即“国家‘预防为主’政策方针的实践者”、“健康体检服务行业的引领者”和“数智化健康时代的开拓者”，从医质提升、创新产品、数字化转型、精细化运营、体检故事、社会责任、AI 技术在健康体检场景的广泛应用等方面的新举措、新成效等维度强化品牌的正面传播与客户口碑传播，正面传播更加有声有色，全网品牌正面露出、全网正面信息和网络正面口碑传播相较 2022 年有明显大幅提升，品牌口碑建设取得显著成效，同时以品牌赋能营销与运营，进一步提升消费者对公司品牌的正面认知与良好反馈。公司借助主流媒体、完善的自媒体矩阵，通过短视频、图文、漫画等形式，着力传播公司在报告期内医质提升、创新产品、数字化转型成果等内容，全网品牌正面露出超过 5 亿次。公司以高频次的正面传播不断提升美年品牌的知名度、美誉度，重塑美年品牌在消费者心智中专业、友善、科技的新定位。

公司积极开展健康科普宣教，通过多渠道多形式的健康教育与知识普及活动，推进全民健康科普，倡导健康生活方式，帮助公众充分了解疾病预防的科学知识，树立疾病预防理念。通过官方新媒体矩阵打造图文、视频、漫画等多形式科普内容，并持续发布“锦旗/感谢信集锦”、“体检故事”、“健康小美科普栏目”、“美年专家医专栏”，帮助大众了解疾病预防方法，推动大众对于自身健康期待逐渐转向为自我调节并主动预防疾病。公司推出 2023 年度企业宣传片“数说美年”和“美年健康集团体检中心设计新版本”，探店类“小美带你去体检”、科普类“健康小美”、体检故事类“美年故事”等系列短视频，正面宣传美年健康数字化转型取得的成果、体检中心 2.0 新设计标准、“黑科技”创新产品、专业能力和医疗品质。

报告期内，公司持续践行健康公益，积极履行企业社会责任，在全国各地围绕“关爱肢残人、关爱妇女、关爱老兵、关爱老人、关爱乡村教师、关注肺健康”六大公益 IP 广泛举办主题公益活动，组织专家顾问、医护人员，把健康讲座、健康义诊、心理援助送到街道、社区、学校等基层重点关注群体中，传递了美年

健康有温度、有担当的品牌形象，大幅提升公司品牌美誉度和影响力。

2023年，公司持续获得社会各界的认可与支持，荣获“最佳上市公司董事会”、“上市公司董事会典型实践案例”、“上市公司董办优秀实践案例”、“2023卓越资本价值企业”、2023年度最具投资价值奖”、“2023年度卓越上市公司”、“2023年度投资者关系星公司”、“2023【常春奖】年度医疗服务创新企业”、“SAAS数字体检管理平台-扁鹊2023全国企业数字经济最佳实践案例”、“2023中经医药大健康产业国民信赖品牌企业”、“2023标杆品牌力企业”、“2023企业社会责任公益榜样”、“2023【臻善奖】年度臻善企业”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

2023年度，公司共召开董事会会议11次，其中9次为临时董事会，共召开股东大会8次，其中7次为临时股东大会。会议的召集程序、召集人资格、出席会议人员资格、表决程序和形成的会议决议均合法、有效。公司董事会严格按照相关法律法规的要求，在权职范围内，高效的执行了董事会决议。同时，董事会也严格按照公司章程及有关法规履行职责，认真执行了股东大会的各项决议。2023年度相关重大事项概况如下：

1、调整2022年员工持股计划业绩考核年度

公司于2023年6月30日召开的第八届董事会第二十六次（临时）会议、第八届监事会第十四次（临时）会议及2023年7月17日召开的2023年第四次临时股东大会，审议并通过《关于调整2022年员工持股计划业绩考核年度的议案》，同意调整2022年员工持股计划第二个和第三个解锁期的业绩考核年度（即剩余考核年度由2023-2024年调整为2024-2025年）等事宜。

2、2023年股票期权激励计划

公司于2023年12月6日召开的第八届董事会第三十次（临时）会议、第八届监事会第十八次（临时）会议及2023年12月25日召开的2023年第七次临时股东大会，审议并通过《关于公司<2023年股票期权激励计划（草案）>及其摘要的议案》《关于公司<2023年股票期权激励计划实施考核管理办法>的议案》等议案，同意实施2023年股票期权激励计划。

3、收购云南慈铭健康服务有限公司等十三家公司部分股权

公司于 2023 年 10 月 25 日召开的第八届董事会第二十八次（临时）会议及 2023 年 11 月 10 日召开的 2023 年第六次临时股东大会，审议通过了《关于收购云南慈铭健康服务有限公司等十三家公司部分股权暨关联交易的议案》，同意公司收购云南慈铭健康服务有限公司等十三家公司部分股权。

4、补选董事及聘任高级管理人员

经公司于 2023 年 1 月 18 日召开的第八届董事会第二十一（临时）会议审议通过，聘任万晓晓女士为公司副总裁、董事会秘书；经公司于 2023 年 2 月 3 日召开的 2023 年第一次临时股东大会审议通过，补选李慧英女士为公司第八届董事会独立董事；经公司于 2023 年 9 月 14 日召开的 2023 年第五次临时股东大会审议通过，补选陈波先生为公司第八届董事会非独立董事。

（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，并制定了董事会专门委员会议事规则。报告期内，公司董事会各专门委员会认真开展各项工作，充分发挥专业职能作用，依照相关工作细则规定和议事规则规范运作，忠实、勤勉地履行义务。报告期内，公司共召开董事会下属专门委员会 12 次，审议股权激励计划、聘请会计师事务所、董事选聘等事项，进一步促进公司治理规范运作和科学决策。

（三）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

公司董事会以尊重和维护投资者合法权益为导向，严格遵守证监会、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，切实履行上市公司信息披露义务，不断提高公司信息披露质量。报告期内，公司真实、准确、完整、及时发布三会决议、定期报告、临时公告等 123 份，认真履行信息披露义务，确保投资者及时了解公司重大事项，最大程度地保护投资者利益。

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，将《投资者关系管理制度》、《投资者投诉处理工作制度》深化落实到日常工作中，坚持“请进来”与“走出去”相结合的沟通战略，建立良好有序的投资者关系，通过组织投资者公司调研、电话会议、策略会、网上业绩说明会、互动易等，多渠道、多方式与投资者保持互动；公司着力规范与健全股东关系管理体系，认真对待股东和利益相关者的咨询或建议，确保股东和利益相关者享有平等的信息获取机会；梳理和优化投资者调研的接访流程，规范接访内容，认真听取投资者对公司发展的意见和建议，及时记录并积极向管理层反馈，持续搭建双向交流沟通平台。

（四）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》，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。

（五）参加培训情况

公司董事会十分重视监管法规的新变化，积极参加证监局、上市公司协会、深圳证券交易所等监管机构组织的培训，不断加强自身学习，提升公司治理的规范性和有效性，适应监管要求和满足投资者需求，保障投资者的合法权益。

三、公司未来发展战略展望

2024年，公司进一步全面实施“All in AI”战略，持续深度挖掘独有的累计过亿人次的影像数据及2亿人次的结构化健康数据资产价值，不断深化AI大数据创新力与AIGC科技产品力，不断推进数智AI人工智能技术与医疗服务领域的深度融合和创新应用。公司持续构建智慧健康管理生态，全力打造国内领先的“AI+健康管理”标杆平台，致力于从预防医疗赛道的龙头企业升级为全生命周期数智健康管理引领者。

面对主动健康和消费需求持续成长的健康体检市场机遇，公司坚持“数智驱动、多元增长与高质量利润为导向的可持续增长”，坚定质量效益导向，持续深化组织变革，加快城市群建设，夯实扁平高效管理架构，打造以客户解决方案为

导向的团检个检双轮驱动模式。聚力数字化运营，充分发挥美年产品创新力，持续推出“美年专检”项目，如泛血管健康、AI 血糖专管、中医智能体检、肝脏健康综合服务包等创新专项和专病管理的系列产品；论证推出数字健管师、智能主检等爆款产品；推动区域影像、检验与总检等三大中心建设，全方位升级客户体验与客户服务考核评价体系，全面打造医质、服务、精细化运营的品质驱动体系。

公司 2024 年经营计划

1、医疗与服务品质驱动，持续构建精细化运营的健管闭环体系

公司在数字化与信息化的赋能下，不断夯实医疗品质内功建设，优化质量管理体系建设，持续推动重点学科建设，通过精细化运营不断升级医质服务，持续提升服务效率和客户满意度，从而带来客单价提升；同步提升销售人效，带来利润提升，持续投入医疗与人才建设，构建品质驱动的健管闭环发展体系。

公司以数字化平台赋能人效与坪效提升，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。公司坚守“质量就是尊严”的企业文化，精益求精夯实医质内功，通过大数据挖掘赋能科研，聚焦重点学科建设，深化学术影响，树立行业标准，实现医疗管理目标。强化异常结果发现，为客户提供安全、专业、高效的健康管理服务。在客户服务方面，公司聚焦六大医疗服务管理指标和七大运营效率管理指标，优化高端服务的标准化流程，打造客户情绪价值提升的服务模式，全面升级客户综合评价体系，不断打磨客户全旅程服务17个关键触点的服务流程，全力推进分院精细化运营工作，实现“客户体验”和“运营效能”的双提升。

2、深化医疗大数据资产价值，构建医疗健康AIGC产业新生态

公司持续发挥健康体检大数据和“AI+医疗”优势，基于AIGC科技应用，打造健康体检行业“新质生产力”。进一步打造领先的医疗运营平台，以扁鹊智能体检管理SAAS云平台、实验室信息管理LIS系统、影像归档和通信PACS系统为基础，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，引领体检健管新业态。

公司将加快推进AIGC和大模型应用落地，充分发挥自身医疗健康“数据富矿”

与“流量入口”优势，围绕检前、检中、检后的体检全流程，以及检后专科、基因检测、慢病管理等一系列增值服务，为大模型应用开放丰富的业务场景，并通过1+1+N模式，与算力、模型及应用层等合作伙伴论证生态合作，提供基于AI算法模型驱动的个性化健康评估和主动关怀式健康管理服务。个人客户和团体客户可以根据历史体检数据和问卷，通过AI技术定制体检套餐，通过创新不断提升健康管理的可及性与可负担性，为医疗健康领域的机构和企业提供强大的行业大模型能力、高质量数据集和底座平台，与合作伙伴共建医疗健康AIGC产业新生态。

(1) 论证开发医疗数智AI健管机器人

公司积极与华为等国内大模型技术公司论证开发医疗数智AI健管大模型，致力于推出业内首个健康管理AI机器人“健康小美”，在美年体检档案和健康大数据深度分析的基础上，建立全生命周期的健康档案，评估健康风险与健康管理解决方案，为用户提供专业智能的“数智健管师”服务。

同时，公司进一步构建健康管理AI新生态，围绕健管平台链接产业上下游，致力于提供业内首个基于健康体检大数据的全周期AI精准营养解决方案，以及针对个人体检报告中的亚健康体检异常指标，提供疾病早干预、慢病管理、康养保健与保险保障服务，包括智能穿戴设备、数字疗法等，不断扩大深化产品应用场景和服务能力。

(2) 持续推出专精特新产品

公司将不断推出专精特新体检项目与健管服务，在已有的脑卒中AI诊断、脑认知AI诊断、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，进一步结合人工智能AI技术，论证推出AI精准营养解决方案、中医智能体检、肝健康、血管健康以及AI血糖专项管理等产品与服务，为客户提供更加专业精准、便捷优质的健康管理方案，通过高附加值的产品服务，为营收增长注入新动力。

(3) “AI+医疗”创新赋能精细化运营

在精细化运营方面，公司将结合人工智能AI与AIGC科技持续创新，在医疗精细化运营与数字化营销、服务体验优化与技术研发等领域进一步优化业务流程，持续提效降本。

在“AI+医疗”领域，公司持续升级智能主检系统，进一步提升主检医生效率，

充分利用医学知识图谱、深度学习等前沿技术，综合分析客户历年的健康体检数据和健康问卷，识别健康风险点，给出高度精准化的主检评估意见。

公司将持续利用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；进一步强化AI辅助诊断，继续提升AI智能质控，提升医疗质量管理效率，在乳腺、甲状腺的超声影像检查，以及肺结节AI筛查等领域，通过AI阅片辅助医生更准确诊断，提升阅片效率。

公司持续打造基于大模型技术的“AI智能销售助手”，辅助销售人员提升接待能力与业务转化率，强化销售人员的专业能力与产品信息更新速度。进一步完善个性化智能定制和智能加项算法，给予用户个性化、精准化的体检建议和产品推荐，全面提升用户体验。

(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。”

公司积极响应《国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》，优化数字资产的管理，论证开展数据资源入表工作。健康体检大数据作为新兴的医疗资源与新质生产力，进一步推动美年高质量发展，公司逐步将数字资产纳入公司的财务报表，包括在运营过程中积累形成的数据产品、技术平台、数字营销工具等，具有重要的经济价值。通过将数字资产纳入财务报表，可以更清晰地展示公司资产构成和数据资源价值，也为公司的未来发展注入新的活力。

此外，美年健康还将进一步强化公司的数据资产体系，加强数据资源的安全合规管理和隐私保护，确保数据资产的有序和安全运营，并通过推动数据资源的合理利用和深度挖掘，探索更多的数据应用场景。

公司积极参与国家级与区域型重点科研项目，与学术组织、知名高校、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。2024年，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”，共建中国人脑大数据平台，完成3年300万人次脑健康筛查任务。2024年1月25日，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、人工智能等多个学科的交叉融合发展。

3、优化客户结构，强化政企大客，团检个检双轮驱动增长

公司持续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，加强优质企业客户的粘性；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增收动能释放，持续构建“团检公域持续导入流量，私域留存复购及转化流量”的立体化智能化营销体系，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。

在已全面落地全国、省、市级重点客户开发拓展及分级运营体系基础上，团检发展中心进一步强化营销运营体系，围绕推动各地建立大客专属团队、优化客户履约标准化服务体系、全面统一管控三方渠道、建立大客户6大系统客户打法（银行、通讯、公安、能源、电力、教育）等四个核心工作，优化产品体系并精准定位客户需求，推动大客业务增长，推动整体营收与客单价提升。同时，将进一步加强集团与区域协同，一方面，通过集团牵头战略合作，协同各区域本地大单；另一方面，以龙头品牌优势，通过全国大客跟踪和赋能体系打破地区局限性，带来团检增量，优化客户结构。同时，强化CRM星辰客户管理系统应用、延伸“美年有约”平台应用场景，除提供标准的体检产品服务以外，定制基于渠道、客户场景的大健康增值服务体系，实现预约场景全覆盖，围绕客户需求扩展增值能力，对接资源如公立医院就医、福利平台、绿通服务等，为团检客户提供更多增值服务。

个检发展中心快速推进面向C端的客户运营体系，深耕个检市场，将持续加大数字化营销推进力度，深入打磨和推广私域管理系统“星海系统”，积极拓展C端私域业务，构建私域流量池，推进健康社群运营，基于用户健康评估进行精准的个性化营销方案，全面推进“团检公域持续导入流量，私域留存复购及转化流量”闭环营销体系，构建基于美年臻选平台的大生态圈，全面实现公司数字化营销战略。

4、持续创新引领，打造增长新引擎

2024年，公司将继续秉承产品创新、运营创新和学科创新的发展理念，以满

足用户需求为中心，以数字化为驱动力，以创新赋能，以重点学科建设为核心，不断提升服务水平和竞争力，持续为客户提供优质的健康管理服务。在产品端，持续推出“美年专检”“美年专管”项目，重点新增泛血管健康、中医智能体检、骨健康、AI血糖专管、肝脏健康管理等重点创新专项和专病管理的系列产品，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。在业务端，确立医疗专项中心成熟运营模式，加强与优秀伙伴合作，开展具有针对性的优质专项体检项目，拓展业务范围。通过以上措施，美年健康集团将不断提升服务水平和竞争力，实现更高水平的服务质量和用户满意度，为客户提供优质的健康管理服务。

5、强化组织力与品牌公信力

2024年，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，在全国各地全面建立城市群，逐步立区，加速提升组织力，进而推动管理提效。公司将强化干部管理，调整优化人才结构；启动中青班二期计划，持续推进管培生计划，储备优秀青年人才；以创造价值为导向，迭代激励机制；与此同时，持续弘扬美年新文化，践行美年价值观，塑造凝心聚力的组织文化。

2024年是“三年打造新美年”的收官之年，也是美年健康集团成立二十周年，公司将持续强化品牌公信力，进一步提升品牌美誉度。同时深化组织变革，持续塑造凝心聚力的组织文化，提升组织效能和企业凝聚力，不断加强品牌的立体化正面传播，深化美年品牌在消费者心智中专业、友善、科技的新定位。

美年大健康产业控股股份有限公司

董 事 会

2024年4月23日