证券代码：002044　证券简称：美年健康　公告编号：2024-039

美年大健康产业控股股份有限公司

【2023】年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用√不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

√适用□不适用

是否以公积金转增股本

□是√否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以3,914,253,923股为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.19元（含税），送红股0股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□适用√不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	美年健康		股票代码	002044
股票上市交易所	深圳证券交易所			
联系人和联系方式	董事会秘书		证券事务代表	
姓名	万晓晓		刘丽娟	
办公地址	上海市静安区灵石路697号健康智谷9号楼三楼		上海市静安区灵石路697号健康智谷9号楼三楼	
传真	021-66773220		021-66773220	
电话	021-66773289		021-66773289	
电子信箱	zqb@health-100.cn		zqb@health-100.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

美年健康作为中国预防医学头部企业，主要从事专业健康体检业务，公司以健康体检为核心，集健康咨询、健康评估、健康干预于一体，以健康体检大数据为依据，围绕专业预防、健康保障、医疗管家式服务等领域，为企业和个人客户提供更高品质的健康管理服务，实现企业高质量发展。

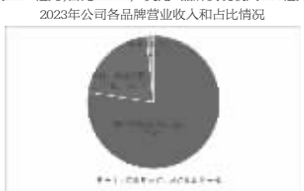
公司持续关注大众健康新需求，聚焦疾病预防和消费端的专科领域，推动健康体检向健康管理升级。依托广泛的全国布局、庞大的客户群体、海量的健康大数据平台，以及遍布全国的标准化医疗服务体系，深耕预防医学健康管理领域。公司在聚焦高品质专业体检主业的基础上，积极挖掘中高端客户需求，优化客户体验，展现美年独有的科技标签，持续加大专精特新产品创新力，不断提升疾病早筛的精准性；持续升级体检的延伸服务与增值服务，不断强化在人工智能、基因检测、肿瘤早筛、健康保险等核心领域的培育孵化合作，帮助更多人重视健康管理，节约国家医保开支，更好地满足客户多元化的健康需求，致力于从预防医疗赛道的龙头企业升级为全生命周期数字健康管理引领者。

（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个百分比。综合客单价为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，攻坚大客要务。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，随着美年臻选全面落地发展，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。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

√是□否

追溯调整或重述原因

同一控制下企业合并

元

	2023年末	2022年末		本年末比上年末增减	2021年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	19,456,660,182.54	18,279,893,036.29	18,378,657,576.71	5.87%	18,928,066,172.23	19,074,983,349.46
归属于上市公司股东的净资产	7,697,788,310.81	7,455,349,420.97	7,369,982,505.43	4.45%	8,037,155,138.23	7,973,053,053.76

	2023年	2022年		本年比上年增减	2021年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	10,893,535,007.49	8,532,848,220.98	8,615,698,216.86	26.44%	9,215,772,770.16	9,305,206,773.10
归属于上市公司股东的净利润	505,621,135.98	-533,137,230.32	-559,020,161.39	190.45%	61,578,909.26	52,891,640.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	463,047,159.03	-567,834,000.99	-567,363,656.23	181.61%	72,720,636.07	72,906,861.89
经营活动产生的现金流量净额	2,023,559,606.53	1,541,134,114.23	1,552,577,988.77	30.34%	2,078,060,893.36	2,123,131,430.13
基本每股收益（元/股）	0.13	-0.14	-0.14	192.86%	0.02	0.01
稀释每股收益（元/股）	0.13	-0.14	-0.14	192.86%	0.02	0.01
加权平均净资产收益率	6.64%	-6.88%	-7.29%	13.93%	0.77%	0.67%

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,116,912,893.17	2,334,297,540.27	2,832,447,921.67	3,609,876,652.38
归属于上市公司股东的净利润	-171,968,923.77	177,196,337.58	217,901,045.89	282,493,676.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-176,071,461.80	180,355,959.60	223,607,228.31	235,155,432.92
经营活动产生的现金流量净额	-59,908,193.52	-49,734,825.22	277,973,268.59	1,855,229,356.68

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是√否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	123,246	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	124,231	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	境内非国有法人	8.02%	313,937,797	0	不适用	0
上海天亿资产管理有限公司	境内非国有法人	5.97%	233,499,573	0	质押	233,499,573
杭州信投信息技术有限公司	境内非国有法人	5.01%	195,996,049	0	不适用	0
周宇光	境内自然人	3.32%	130,141,305	0	不适用	0
上海麒钧投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	3.22%	125,871,376	0	不适用	0
上海推途企业发展中心（有限合伙）	境内非国有法人	3.11%	121,824,376	0	质押	121,824,376
世纪长河科技集团有限公司	境内非国有法人	2.67%	104,453,200	0	质押	77,184,000
香港中央结算有限公司	境外法人	2.52%	98,547,595	0	不适用	0
中国银行股份有限公司-华宝中证医疗交易型开放式指数证券投资基金	其他	2.38%	93,240,212	0	不适用	0
上海美馨投资管理有限公司	境内非国有法人	2.34%	91,699,505	0	质押	91,699,505
上述股东关联关系或一致行动的说明	报告期内，公司前10名普通股股东中，阿里巴巴（中国）网络技术有限公司为杭州信投信息技术有限公司的控股股东，存在一致行动关系；上海天亿资产管理有限公司、上海美馨投资管理有限公司、世纪长河科技集团有限公司、上海推途企业发展中心（有限合伙）4名普通股股东之间存在一致行动关系，属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人；未知其余4名普通股股东之间是否存在关联关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	公司股东上海麒钧投资中心（有限合伙）通过普通证券账户持有72,011,800股，通过中信建投证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有公司股票53,859,576股，实际合计持有125,871,376股。					

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

√适用□不适用

单位：股

前十名股东参与转融通出借股份情况								
股东名称（全称）	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
中国银行股份有限公司-华宝中证医疗交易型开放式指数证券投资基金	37,015,375	0.95%	8,328,600	0.21%	93,240,212	2.38%	242,000	0.01%

前十名股东较上期发生变化

√适用□不适用

单位：股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期新增/退出	期末转融通出借股份且尚未归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
中国银行股份有限公司-华宝中证医疗交易型开放式指数证券投资基金	新增	242,000	0.01%	93,482,212	2.39%
全国社保基金一一七组合	退出	0	0.00%	30,920,000	0.79%

（2）公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□适用√不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用√不适用

三、重要事项

2023年度，公司实现营业总收入1,089,353.50万元，比上年同期增加26.44%；实现营业利润88,370.54万元，比上年同期增加316.78%；实现利润总额84,805.53万元，比上年同期增加288.16%；实现归属于上市公司股东的净利润50,562.11万元，比上年同期增加190.45%。

（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。）

（图中天亿资产指上海天亿资产管理有限公司；天亿控股指上海天亿实业控股集团有限公司；美馨投资指上海美馨投资管理有限公司；上海维途指上海维途企业发展中心（有限合伙）；俞熔一致行动人指世纪长河科技集团有限公司、上海通怡投资管理有限公司-通怡海川6号私募证券投资基金、上海通怡投资管理有限公司-通怡桃李3号私募证券投资基金及上海通怡投资管理有限公司-通怡桃李12号私募证券投资基金。）

证券代码：002044　证券简称：美年健康　公告编号：2024-040

美年大健康产业控股股份有限公司关于2023年度利润分配预案的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

美年大健康产业控股股份有限公司（以下简称“公司”）于2024年4月23日召开了公司第八届董事会第三十三次会议、第八届监事会第二十一次会议，审议通过《关于2023年度利润分配预案的议案》，该议案尚需提交公司股东大会审议，现将具体情况公告如下：

一、公司2023年度利润分配预案

经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司2023年度合并报表实现归属于上市公司股东的净利润为50,562.11万元，减去本期提取法定盈余公积15,106.30万元，本年可供分配利润金额为35,455.81万元；加期初未分配利润99,115.03万元，2023年末可供股东分配利润为134,570.84万元。母公司2023年度实现净利润58,039.91万元，加期初未分配利润17,801.46万元，减去提取法定盈余公积5,803.99万元，2023年末母公司可供股东分配利润为70,037.38万元。

为回报全体股东，与股东共享公司经营成果，在保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司2023年度的利润分配预案如下：拟以公司现有总股本3,914,253,923股为基数，向全体股东每10股派发现金股利0.19元（含税），预计派发现金股利74,370,824.54元（含税）；不以公积金转增股本，不送红股。

在本公告披露日至本次预案具体实施前，若公司总股本发生变动，公司将按照变动后的股本为基数，并保持上述现金分红总额不变的原则实施分配。

二、利润分配预案的合规性及合理性说明

公司2023年度利润分配预案符合《公司法》、中国证券监督管理委员会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》及《公司章程》等相关规定，符合公司利润分配政策，本次利润分配预案符合公司未来经营发展的需要，具备合法性、合规性及合理性。

三、公司2023年度现金分红比例低于净利润30%的情况说明

报告期内，公司合并报表实现归属于上市公司股东的净利润为50,562.11万元，其中，母公司实现净利润58,039.91万元；母公司2023年末可供股东分配利润为70,037.38万元，公司拟分配的现金红利总额为74,370,824.54元，占本年度合并报表实现归属于上市公司股东的净利润比例低于30%，具体原因如下：

（一）公司所处行业情况及发展阶段

公司所属行业为健康体检业，以健康体检为核心，集健康咨询、健康评估、健康干预于一体，并以健康体检大数据为依据，围绕专业预防、健康保障、医疗管家式服务等领域，为企业和个人客户提供更高品质的健康管理服务。

公司所处的健康体检行业具有较强的季节性特征，一般而言一季度为业务淡季，四季度为业务旺季，二、三季度业务相对平稳，第四季度也是公司应收账款回流的高峰期。

2023年度，受益于整体经营环境进入需求推动的良性发展通道，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，公司经营呈现稳步上升趋势。2024年公司坚定质量效益导向，持续深化组织变革，在信息系统建设，数字化能力的搭建以及AI等方面进行持续性的投入。

（二）公司盈利水平、偿债能力及资金需求

2023年度，公司实现营业收入108.94亿元，实现归属于上市公司股东的净利润5.06亿元。公司财务状况良好，经营稳健，具有较强的偿债能力。随着公司业务规模预期增长，为应对主营业务的发展需要，公司有必要积累适当的留存收益支持公司可持续发展，提高资金充裕度，应对公司现金流季度性波动及经营资金的增量需求，保障公司正常运作，助力公司战略规划的稳健实施，提升公司运营能力和整体的盈利水平，更好的回报广大股东。

（三）公司留存未分配利润的确切用途及预计收益情况

2023年度公司留存未分配利润将转入下一年度，主要用于补充公司营运资金，偿还有息负债等，平衡公司债务结构，持续加大医疗投入，提升数字化运营能力，进一步提高公司盈利能力，以更优业绩回报股东。相关预计收益受宏观市场环境、行业环境等多种因素影响。

（四）公司为中小股东参与现金分红决策提供便利

公司本次利润分配方案将提交公司股东大会审议，公司股东大会采取现场会议与网络投票相结合的投票方式进行表决，为中小股东参与现金分红决策提供便利。此外中小股东也可以通过投资者热线、互动易平台、对外邮箱等多渠道表达对现金分红政策的意见和诉求。

（五）增强投资者回报水平拟采取的措施

2024年公司将积极落实股东大会、董事会的各项决策部署，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，全面打造医质、服务、精细化运营的品质驱动体系，不断提升公司的盈利能力及投资者回报能力。

四、相关审批程序及意见

（一）董事会意见

公司董事会认为：本次利润分配预案是在保证公司正常经营和长远发展的前提下，充分考虑全体投资者投资回报情况之下提出的，符合《公司法》《公司章程》等规定确定的利润分配政策、股东长期回报规划以及做出的相关承诺，兼顾了股东的即期利益和长远利益，与公司经营业绩及未来发展相匹配，不会造成公司流动资金短缺，不存在损害中小股东利益的情形。

（二）监事会意见

经审核，监事会认为：公司制定的2023年度利润分配预案符合有关法律法规和《公司章程》的规定。有利于公司的长期可持续性发展，维护股东的长远利益，不存在损害中小股东利益的情形。因此，我们同意本次进行利润分配的预案。

五、其他说明

1、公司本次利润分配预案结合了公司实际发展情况、未来资金需求等因素，不会影响公司正常经营和长远发展；

2、公司本次利润分配预案尚需提交2023年度股东大会审议通过方可实施，敬请广大投资者注意投资风险。

六、备查文件

1、公司第八届董事会第三十三次会议决议；

2、公司第八届董事会审计委员会第十一次会议决议；

3、公司第八届监事会第二十一次会议决议。

特此公告。

美年大健康产业控股股份有限公司

董事会

二〇二四年四月二十五日

证券代码：002044　证券简称：美年健康　公告编号：2024-041

美年大健康产业控股股份有限公司关于公司董事、监事、高级管理人员薪酬的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

美年大健康产业控股股份有限公司（以下简称“公司”）于2024年4月23日召开第八届董事会第三十三次会议和第八届监事会第二十一次会议，分别审议通过《关于2024年度公司董事薪酬的议案》、《关于2024年度公司高级管理人员薪酬的议案》和《关于2024年度公司监事薪酬的议案》，涉及讨论具体董事、监事和高级管理人员报酬时，该董事、监事已回避表决。现将相关情况公告如下：

一、适用对象：董事、监事、高级管理人员。

二、适用期限：2024年1月1日至2024年12月31日

三、薪酬原则：为提高公司经营管理水平，促进公司稳健、有效、长远健康发展，根据《公司章程》、《公司董事会薪酬与考核委员会议事规则》等相关制度，参考国内同行业上市公司董事、监事、高级管理人员的薪酬水平，结合公司实际经营情况与未来的经营目标，采用年薪制，以年度为单位，按月发放，以公司年度经营业绩和个人职责、岗位价值及能力确定其浮动年薪水平的薪酬分配激励制度