

证券代码：002044

证券简称：美年健康

公告编号：2022-039

美年大健康产业控股股份有限公司

2021 年年度报告摘要

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。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，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	林青	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

美年健康作为专业健康体检和医疗服务机构，主要从事健康体检。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，并以健康大数据为依据，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。

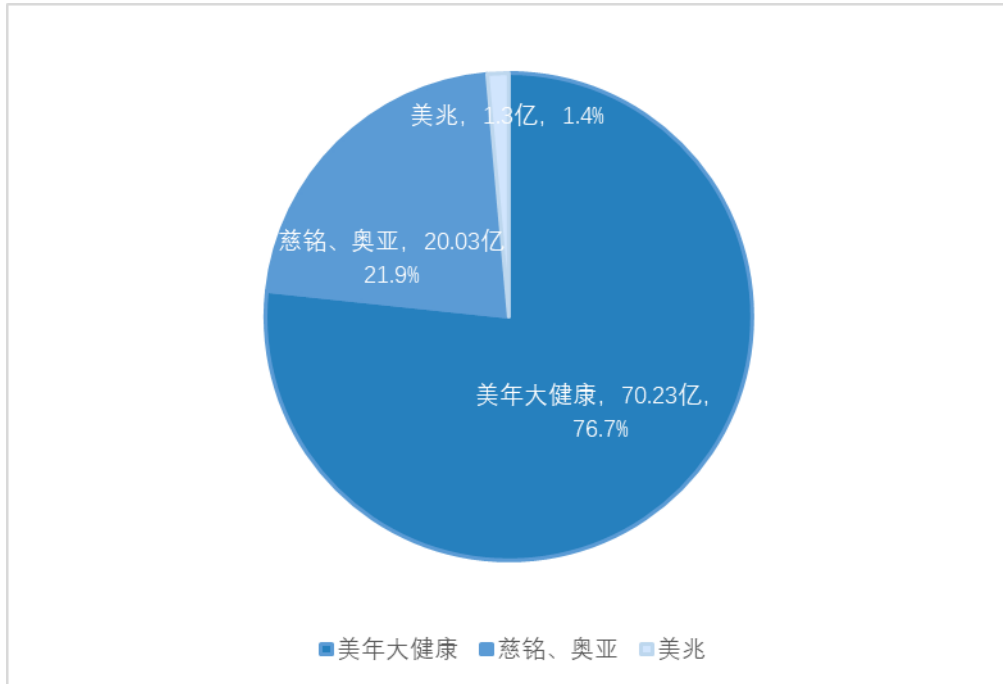
随着《“健康中国2030”规划纲要》的稳步推进，健康体检在医疗体系中的作用愈加突出，行业迈入需求爆发增长的大时代。2021年是疫情后大健康产业面对全新的机遇与挑战、开启新征程的关键之年。作为预防医学领域的领军企业，美年健康责无旁贷，积极践行“守护中国人的生命质量”的企业使命，坚守品质与创新双轮驱动为我们带来源源不断的动力。围绕公司核心发展战略“医疗导向、品质驱动、服务支撑、创新引领”，以坚决的态度稳中求进，持续提升医疗质量和服务体系的建设与完善，全面提升精细化运营水平；以专业的实力和丰富的解决方案满足客户的健康需求，逐步成为更具竞争力的企业健管服务平台；以优异的研发能力结合信息化、数字化能力的突破，持续建立超强的产品优势和技术壁垒；以独特的健康大数据，在学科建设和医疗资源方向与三级甲等公立医院相互赋能，共建医联体，从而持续提升医疗公信力。

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”、“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“奥亚”、“美兆”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。

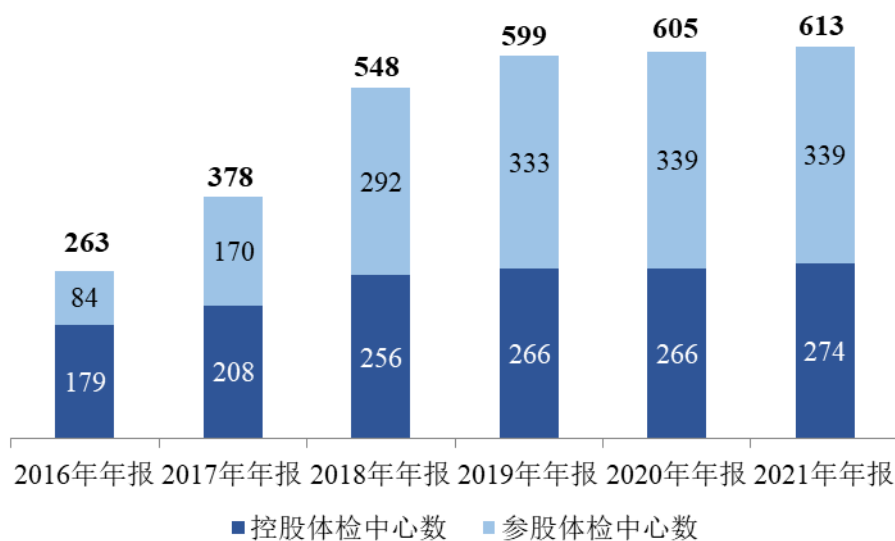
报告期内，公司实现营业收入91.56亿元，其中“美年大健康”品牌实现收入70.23亿元，占比76.7%；“慈铭”和“奥亚”实现收入20.03亿元，占比21.9%；“美兆”品牌实现收入1.3亿元，占比1.4%。

2021年公司各品牌营业收入和占比情况



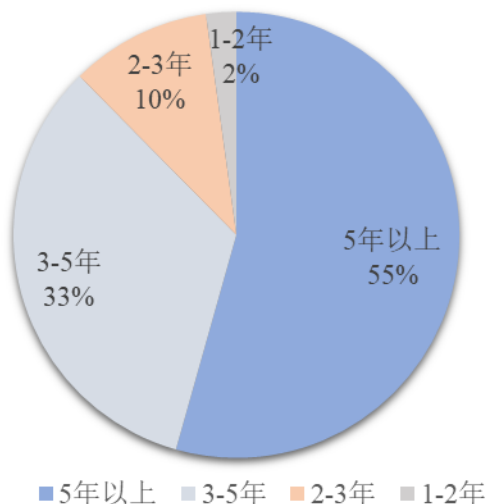
截至2021年底，公司旗下体检中心数量为613家，其中控股体检中心274家，参股体检中心339家。其中88%的控股体检中心已营业超过3年，12%的控股体检中心营业年限在3年以内。2021年度，公司全年总接待人次为3,080万人（含参股体检中心），较上年同期上升16.01%，其中控股体检中心总接待人次为1,860万人，较上年同期上升11.80%。团体客户和个人客户占收入比分别为83%:17%，与上年同期基本持平。

2016-2021年公司旗下参股体检中心和控股体检中心数量情况¹



¹ 注：2019 年末体检中心数量不含停业的体检中心。

2021 年公司旗下控股体检中心成新度（成新度根据营业执照时间测算）

2021年公司体检人次和客单价变化情况表²

	2021年	2020年	变动额	变动率
收入（万元）	915,556.70	781,489.65	134,067.05	17.16%
人次（万人）	1,860	1,663.43	196	11.8%
客单价（元）	520	506.87	13	2.6%

2、医疗导向、品质驱动

医疗质量管理是企业立身之本和工作重心。报告期内，公司不断夯实顶层设计，建立“标准化、学科化、智能化”的医疗质量管理体系。以提升各级医疗条线的管理能力为核心目标，围绕完善制度标准和深化质控巡检两大核心方向开展多项举措。

公司紧跟国家卫健委、中华医学会等权威机构发布的最新管理规范 and 质控标准，对重要异常结果管理制度、医疗纠纷处理制度和体检分院岗位标准操作流程等核心制度、规范进行修订，进一步提升医疗服务内涵。公司组织开展“医质万里行”飞行巡检活动，以《美年健康医疗质量考核标准800分（2021版）》为标准对全国31个省市自治区近600家体检分院的医疗管理体系进行评估与指导。通过医质巡检的“以查促改、以改促优”作用，带动各级医疗条线质量管理水平和意识的提升。公司围绕影像、超声、主检、检验和院感5大核心学科开展全方位的质控管理工作，通过集团质控团队的每日抽查及时发现问题并进行培训和整改，提高学

² 表中的客单价不包含入职体检和职业病检查，体检人次为控股体检中心体检人次。

科专业水平。公司进一步扩大集团专家委员会的规模，全年有超过300名行业顶级专家深度参与公司医疗标准制定、医疗质量评价、医疗纠纷鉴定等工作中，推动公司医疗水平不断精进。公司也加强与中华医学会、中国非公立医疗机构协会等国家一级专业协会的学术合作，全年有30余篇学术论文被权威期刊刊发，50余篇论文被全国学术大会收录，并有32人当选中国非公立医疗机构协会首届超声专委会委员。公司在主要省会城市严格按照二级生物安全实验室与临床扩增实验室生物安全要求建设8家PCR实验室，以分子生物学技术为支撑提升地区的检验技术能力，为客户提供更高品质的医疗服务。

3、以客户为中心，客服运营再升级

以客户健康为中心，用有温度的服务，持续提升客户满意度，是美年健康多年坚持的奋斗目标。近年来，公司通过一系列管理举措大幅优化体检流程、落实监察监管制度，促成统一服务标准、树立品牌整体形象。面对个体差异化服务需求，公司将原有的客服中心升级为全国客户服务与运营管理中心，旨在以多年积累的CT、核磁等海量精准大数据为基础，满足客户精细化服务与诊疗需求，进而达到健康干预及预防防控的宗旨。通过全国统一客服热线95003、互联网平台数据反馈等方式，收集客户需求，及时改进服务工作；制定客户满意度回访，量化客户体验感受；不断探索“投诉不出分院”新路径，使用机器人推送客诉工单解决情况及每周客诉完结率，让客诉流程可视化、数据化。细化基层各项服务流程，将基层各项服务数据以及数据的动态变化形成数据看板，每日为基层团队提供每家分院的客户满意度、客户NPS调研值数据以及各项重点关注客诉数据，通过各项服务的反映数据，提供服务提升的指导措施。对于客户共性痛点，实施专项解决方案，形成动态管理闭环，不断促成问题解决透明高效。通过温暖、专业、精准、细致的服务，持续驱动品牌公信力提升。

2021年8月16日至9月30日期间，“从心出发·与爱同行”——2021年美年健康客户服务日活动在集团旗下122家分公司展开，包括各省公司总经理、副总经理、分院院长、医疗总监等在内的各地管理团队共计541人参与了今年的客户服务日活动。他们在“迎宾、检前分诊、导检、测量体温、各科工作支持、回访客服”等岗位为客户提供细致贴心的服务，并在现场与客户深入交流，聆听客户的真实心声，从而有针对性地制定下一步客户服务工作的提升方向和决策方针。美年健康自2019年开启的“客户服务日”活动迄今已连续举办了3年，该活动是美年健康各地分公司管理团队深入一线聆听客户心声，改进服务品质的重要举措，同时也是美年健康“客户第一、品质运营”经营理念的贯彻和落实。未来，美年健康将坚持不断完善管理制度，优化体检流程，持续输出高品质服务，提升客户满意度，为社会创造更多健康价值。

4、推进数字化转型和精细化运营

2021年，公司信息化以提升医疗品质为业务导向，实施精细化运营为工作重点，提高客户满意度为服务宗旨，制定了公司未来3年的整体数字化转型规划，并逐步进行关键领域的信息化升级。

公司从集团层面统筹各地信息化建设，增强集团统筹连锁经营管理能力。建设公司级的主数据和标准化平台，实现业务和运营数据的规范统一，统筹协同全国600余家体检中心的标准化。全面推动影像归档和通信系统（PACS）和实验室管理系统（LIS）向云端化升级，提升工作效率和数据存储质量，基于云平台远程质控也为各级医疗管理工作的进一步加强提供助力。陆续升级包括销售、体检、健康管理领域，贯穿检前、检中、检后全业务场景，对现有业务场景及系统进行分析，拆解出满足不同业务场景和功能，上线CRM客户关系系统，在全国更多地区推广升级SOA、小程序等产品。持续迭代完善数据平台，实现集团数据资产化，发挥规模化数据资源的综合效益。

5、勇于变革，创新引领

2021年，公司将创新作为重要发展战略。设立集团创新发展中心，开发集团统一创新套餐，推动新产品、新项目的落地，积极拥抱智能化医疗时代。公司运用大数据与人工智能技术相结合，布局肺部、脑部、消化道、心理、泌尿等专项领域，强化疾病早筛，打造闭环服务。

公司始终致力于为体检客户提供最新颖、最全面、最优质且安全有效的医学检测服务。2021年，集团引进最先进的全容积乳腺超声检测系统，为客户提供更舒适、更准确的服务体验。全面上线眼科PACS系统，在现有眼科设备基础上，增设眼底相机、眼科OCT等设备，为客户提供更全面的眼科检查。同时在MR头部检查和CT肺部筛查的基础上，积极拓展血管、脊柱、关节、心脏钙化积分等其他检查项目。在具有较强医疗价值如胶囊胃镜等传统项目上持续深耕，在基因检测等关键项目上不断丰富创新，实现健康检查、健康管理、功能医学检测的全面覆盖。

公司运用物联网创新化、信息化管理分院医疗设备，实时抓取体检数据、实时掌控体检设备状态。强化超声质控、统一超声检查标准化操作手法，不断提升健康体检的品质和效率，积极构建全生命周期的健康体检平台。

6、全面加强品牌建设，树立美年转型升级新形象

2021年是美年健康集团转型升级关键之年。公司对内持续完善品牌管理工作机制，加强品牌战略规划，加强条线协同形成合力；对外建立良好的沟通渠道，持续加大品牌价值的传播力度，进一步加强品牌公信力建设。运用品牌赋能营销推广，根据感恩季、周年庆、粉红季、温暖季四大营销节点，多部门协同推进营销方案，组织开展新产品新项目的品牌包装及市场推广。另外，打造公益与行业品牌活动，积极体现公司社会责任。举办“爱无疆”助残活动、客户服务日品牌活动、打工妈妈关爱行动等，提升公司公益形象。举办健康中国思南峰会等行业峰会，提升行业影响力。积极开展健康科普宣教，在新华社客户端健康频道上线“美年专题区”，下设“美年进行时”、“健康小美”、“体检百问”栏目，持续发布科普文章及视频，全方位传播美年企业文化，为美年品牌升级赋能。

同时，公司持续加强和改进党建工作，推动党建促企建，充分推动党建与中心工作高度融合，带领广大党员干部聚力攻坚，奋力拼搏。大力倡导与推进“美年学习发展中心”建设，构建七万人的学习平台，帮助全体美年人深刻领会集团战略方向，了解最新的技术规范、行业资讯、专业知识，不断强化专业知识沉淀、培训组织与进度管理、线上学习工具升级，致力于人才发展和能力提升。

2021年，公司在科技创新、行业影响力、资本市场价值投资、社会责任等方面持续获得社会各界的认可与支持。荣获了2021【常春奖】年度医疗服务创新企业、年度科技创新大健康上市企业奖、2021年度最佳领袖品牌奖、2021好公司50——卓越发展大奖、品牌价值传播奖、2021年度大健康产业杰出企业奖、2021非凡影响力公司、2020-2021年度受尊敬企业、2021年度新经济最具投资价值上市公司、年度社会责任贡献奖、2021年度社会责任“星”公司、2021年社会责任示范企业等奖项。

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

单位：元

	2021 年末	2020 年末	本年末 比上年	2019 年末
--	---------	---------	------------	---------

				末增减		
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	18,858,555,548.16	18,336,243,743.68	18,352,170,549.99	2.76%	18,918,620,476.21	18,955,077,202.01
归属于上市公司股东的净资产	8,038,762,434.54	7,972,748,913.93	7,971,741,204.03	0.84%	7,315,633,623.61	7,319,341,509.39
	2021 年	2020 年		本年比上年增减	2019 年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	9,155,566,967.50	7,814,896,549.82	7,848,101,898.01	16.66%	8,525,026,063.38	8,542,474,414.94
归属于上市公司股东的净利润	64,136,014.05	553,951,644.05	551,023,901.11	-88.36%	-866,474,165.82	-874,700,761.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	72,720,636.07	-600,389,206.58	-600,389,206.58	112.11%	-868,972,664.03	-868,972,664.03
经营活动产生的现金流量净额	2,059,829,335.91	973,262,235.97	984,033,306.34	109.33%	1,259,510,139.53	1,266,705,151.88
基本每股收益（元/股）	0.02	0.14	0.14	-85.71%	-0.23	-0.23
稀释每股收益（元/股）	0.02	0.14	0.14	-85.71%	-0.23	-0.23
加权平均净资产收益率	0.80%	7.23%	7.19%	-6.39%	-13.72%	-13.91%

（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	1,336,677,648.16	2,040,275,868.87	2,464,311,959.86	3,314,301,490.61
归属于上市公司股东的净利润	-424,986,099.64	-2,722,292.33	186,828,412.39	305,015,993.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-389,494,251.83	13,609,770.85	162,799,248.79	285,805,868.26
经营活动产生的现金流量净额	-700,191,747.47	410,865,866.40	762,896,996.48	1,586,258,220.50

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

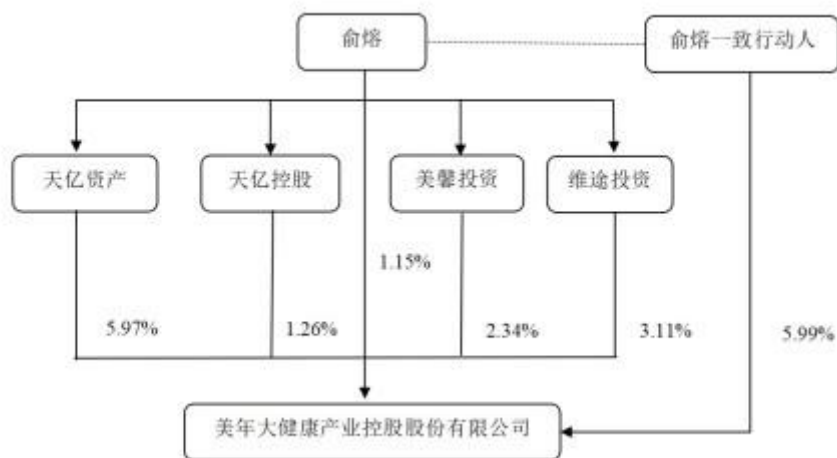
单位：股

报告期末普通股股东总数	199,188	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	188,954	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							
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			
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	233,153,523	
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			
世纪长河科技集团有限公司	境内非国有法人	4.76%	186,448,512	0	质押	109,444,000	
#上海麒钧投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	3.29%	128,871,376	0	质押	70,456,000	
上海维途企业发展中心（有限合伙）	境内非国有法人	3.11%	121,824,376	0	质押	77,395,313	
香港中央结算有限公司	境外法人	3.06%	119,627,069	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	90,787,091	
全国社保基金一一七组合	其他	2.11%	82,520,000	0			
#上海天亿实业控股集团有限公司	境内非国有法人	1.26%	49,310,300	0	质押	36,152,072	
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，阿里网络为杭州信投的控股股东，存在一致行动关系；天亿资产、上海美馨、世纪长河、上海维途、天亿控股 5 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 3 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 94,247,300 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 34,624,076 股，实际合计持有 128,871,376 股；公司股东天亿控股通过普通证券账户持有 41,810,300 股，通过海通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 7,500,000 股，实际合计持有 49,310,300 股。						

(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³

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

报告期内，公司实现收入915,556.70万元，较上年增长16.66%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润7,272.06万元，较上年增长112.11%。截至2021年年末，公司资产总额1,885,855.55万元，较年初增长2.76%；归属于上市公司股东的净资产803,876.24万元，较年初增长0.84%。

³ 其中：俞榕一致行动人指世纪长河、通怡海川 6 号私募证券投资基金、通怡桃李 3 号私募证券投资基金、通怡桃李 12 号私募证券投资基金和郭玮瓚先生。