

证券代码:002044 证券简称:美年健康 公告编号:2023-053

美年大健康产业控股股份有限公司 关于对深圳证券交易所 2022 年 年报问询函的回复公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、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”、“本公司”或“美年健康”)于近日收到深圳证券交易所《关于对美年大健康产业控股股份有限公司 2022 年年报问询函》(公司年报问询函【2023】第 76 号)。现对该函涉及事项做出说明并披露如下:

致函在对公司 2022 年年度报告(以下简称“年报”)进行审查的过程中,关注到如下事项:

一、本报告期,你公司实现营业收入 85.33 亿元,同比减少 7.41%;归属于上市公司股东的净利润(以下简称“净利润”)为-5.33 亿元,由盈转亏;经营活动产生的现金流量净额为 15.41 亿元,同比减少 25.84%。请你公司补充说明以下事项:

(一)结合营业收入明细结构、成本费用构成情况等进一步分析营业收入下降、净利润大幅下滑的原因;

公司回复:

1、公司 2022 年实现营业收入 85.33 亿元同比下降 7.41%,营业收入主要为体检服务收入。营业收入下降主要是由于报告期内受外部环境因素的影响,导致 2022 年部分体检中心利用率不足,体检人数的下降,使得营业收入同比下降。

2、公司 2022 年营业成本和期间费用合计 66.96 亿元,与上年基本持平。主要是由于(1)公司成本费用中人工成本、房租物业和折旧摊销等固定成本占全部成本费用近 60%,基数较大,固定成本未能与收入同比减少。(2)2022 年公司较上年收购增加合并范围体检公司 20 家,导致相关成本费用增加约 2.73 亿元。

(3)报告期内确认员工持股计划费用 0.87 亿元。

3、近年由于外部环境的影响,公司相应延长体检服务期等原因使得部分团检客户的回款周期有所延长,导致平均账龄提高,本年应收账款信用减值损失金额 1.51 亿元较上年同期 0.81 亿元,增长 0.70 亿元。

4、联营企业部分体检门店因受外部环境因素影响,本期发生亏损,导致权益法核算的长期股权投资权益较上年同期减少 0.49 亿元。

综上,本期公司主要受外部环境因素的影响导致营业收入下降,但因公司固定成本占比高,以及本期新增收购及确认员工持股计划费用等因素影响,公司成本及期间费用同比增长,公司信用减值损失金额增加,投资收益减少等,导致公司净利润下滑。

(二)结合公司业务收款模式、应收应付款项变动情况和收入确认政策等情况,说明公司净利润和经营活动产生的现金流量净额差异较大的原因。

公司回复:

报告期内净利润较上年同期为-4.73 亿元,经营活动产生的现金流量净额为 15.41 亿元,前者与后者差额为-10.14 亿元,两者差异较大的具体原因如下:

1、利润表项目营业收入与现金流量表项目营业收入,提供劳务收到的现金差异分析,本公司营业收入以体检服务收入为主,体检服务收入的确认政策为根据协议约定和业务安排,当体检服务完成,并向客户交付体检报告时,公司据此确认营业收入。公司体检服务业务收款存在提前预收和后期回款两种情形。所以体检服务收入确认和体检服务业务收入存在一定的时间差。

本期报告期,公司营业收入 85.33 亿元,销售商品、提供劳务收到的现金 85.12 亿元,前者与后者差额 0.21 亿元,两者差异相对较小,差额主要来自应收账款、合同负债期初期末余额变动等。

2、通过现金流量表科目的呈现逻辑对净利润和经营活动产生的现金流量净额差异较大的项目进行分析如下:

(1)本期报告期内计提减值准备、固定资产折旧、无形资产摊销、长期待摊费用摊销、股份支付成本合计减少净利润 9.43 亿元,但该部分为非付现成本费用,故不影响经营活动产生的现金流量。

(2)本报告期计提使用权资产折旧,相关租赁成本费用减少净利润 7.10 亿元,该部分租赁相关的付现支出列示在筹资活动有关的现金流量项目,并不影响经营活动产生的现金流量。

(3)本报告期内发生财务费用利息支出,该项减少净利润 2.82 亿元,财务费用利息支出的付现金额列示在筹资活动现金流量项目,并不影响经营活动产生的现金流量。

(4)以(1)至(3)项合计相关成本共 19.35 亿元,并不影响经营活动产生的现金流量。

综上,导致报告期内公司净利润和经营活动产生的现金流量净额差异较大。

(三)年报显示营业收入单件同比增加 12.1%,但体检服务毛利率同比下降 6.01%,结合产品定价、销售数量、营业成本构成分析体检服务毛利率降低的原因。

公司回复:

公司的产品定价策略如下:集团医部制定健康体检项目,健康体检价格由集团统一定价,各体检中心参照集团定价,根据当地经济发展水平、实际服务成本等因素,微调当地标准价,并向当地物价备案。体检套餐价格为单项体检价格加总合计,同时参考公立医院体检套餐定价,竞争对手价格,成本综合等因素,结合客户的规模、到诊时间给予一定的折扣优惠。本年度公司通过折扣管理,客户结构优化,推动高单价的创新产品和套餐销售,促进毛利率的提升。

但由于受外部环境的影响,大众体检业务的人数较上年同期下降 19.41%,使得整体体检服务收入下降 8.90%,由于公司的成本主要为固定成本,不会随着收入下降而下降,造成了毛利率下降,具体成本构成分析如下:

公司体检服务营业成本的主要构成:

项目	2022 年	2021 年	同比增长
金额			
人工费用	182,408.99	175,119.02	4.10%
房屋成本	124,464.80	125,114.81	-0.52%
体检耗材	91,085.23	90,109.28	1.08%
房租物业	68,982.02	70,170.57	-1.69%
折旧及摊销	58,695.09	60,527.81	-3.03%
其他	23,343.90	28,399.57	-18.15%

公司营业成本的构成中人工费用、房租物业、折旧及摊销等合计占比 55.35%;外送及耗材等成本占比 38.48%,营业成本的构成中固定成本占比高。在遭受外部环境影响时,公司积极承担社会责任,坚持正常支付门诊防疫医护人员薪酬,上述情况使得营业成本整体未能随着体检人数的下降而下降,进而导致毛利率的下降。

四、请根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号——年度报告的内容与格式》(2021 年修订)第二十六条的规定,补充披露公司 2022 年的经营计划,包括但不限于收入、费用、成本计划,及经营目标,如销售额的提升、市场份额的扩大、成本下降、研发投入等,为达到上述经营目标拟采取的策略和行动。

公司回复:

根据公司“医疗导向,品质驱动,服务创新”战略方针,全面推动 2023 年工作重点和双轮驱动,2023 年度实现业绩双位数增长,利用“美年+”品牌,“美亚”、“美优”、“美华”三个品牌,持续推动内生与并购的可持续发展。

1、收入方面,持续推动内生与并购的可持续发展。

扩大全国布局的市场规模,制定不同市场针对性增长,制定省、市、分省级增长策略,建立重点客户运营体系,落地重点客户管理系统,逐步提升精细化管理水平,持续提升线上推广以及线上线下一体化运营,实现全年体检销售常态化。同时根据收购计划及资金安排,积极推进专业化参股公司的收购整合。

2、打造整合、服务、精细化运营的品质驱动体系

医疗方面,集团医疗管理条件将在强化“医疗人才综合能力、权威行业专业体系”基础上应用与专科化中心建设“四大支柱”的支撑基础上,围绕“建立质量管理体系长效机制,打造重点学科建设体系”这一核心目标推进重点工作。

客户服务方面,始终以客户为中心,创新医疗服务,不断提升客户全流程体验满意度。通过持续推动全流程系统的落地实施,充分发挥对预约功能及智慧导诊功能,实现服务流程的持续迭代,解决客户售前、检中的关键需求。

持续提升集团运营赋能作用,逐步推动集团中心、人力共享中心、财务共享中心的建设,实现标准化管理的运营赋能作用,逐步释放连锁协同效应,持续提升降本增效。

3、进一步提升品牌与消费者关系

紧紧围绕集团战略,以树立品牌公信力为核心,进一步提升消费者对品牌的认知与体验。进一步明晰化城市品牌的定位与品牌,提升“美年+”品牌,“美亚”、“美华”、“美优”三个品牌的市场品牌美誉度,持续提升品牌影响力,创新发展,数字化转型与精细化运营等方面的增长与创新;以客户为导向,推动产品力与市场竞争力持续提升,持续提升品牌美誉度,集中力量做好客户口碑传播,集团与省市上下合力,集中力量做好口碑传播,建立品牌 C 端会员体系,持续提升并运营千万量级客户流量,以品牌驱动营销运营,增强品牌用户粘性。

4、塑造创新产品力,强化重点学科赋能

2023 年重点创新项目引进,产品研发、门店推广的标准化流程,完善集团到地方的产品创新运营体系,实现核心领域从筛查到早诊到干预的全流程闭环管理,逐步形成具有自主知识产权的口碑和口碑;借助于数字化升级,进一步提升运营业务全流程运转效率。

公司持续利用健康体检大数据与 AI 人工智能结合,提升疾病精准度,夯实体检四大基础学科,同时聚力于围绕重点学科,推出系列创新体检产品,如备孕、备孕、备孕、AI 冠脉钙化积分等创新产品。未来,公司还将持续引领体检产品创新,进一步通过健康体检、健康管理产品,免疫力评估产品,健康体检相关产品,女性健康产品的研发推广,同步建立集团内重点学科创新项目的运营等机制,持续提升创新能力。

医疗科技领域,持续提升研发与推广“体检创新产品,美年健康将持续以“创新+科技”作为核心驱动,依托产科建设和人工智能技术,不断推进“健康体检+健康管理”专精特新“双轮驱动”,进一步满足客户对高品质健康的需求,为客户全生命周期的健康管理保驾护航。

5、推动安全数字化运营体系

逐步从数字化处理进入到数字化运营阶段,2023 年安全信息安全管理,随着全面体检体系系统落地,完善智慧运营体系,检验及医疗平台,一体化管理体系,实现智慧运营业务闭环,完善智慧运营体系,服务管理、商品管理、支付管理、支撑保障体系,提升投入、NPS 客户满意度等;结合内部数据平台和外部,开发 AI 算法模型驱动个性化体检,打造体检、检中、检后的全周期数字化健康管理运营体系;建立数字化运营标杆省市,逐步推动整个集团的数字化运营体系,加速数字化转型。

6、打造高绩效、强执行力组织

2023 年基于战略方向,集团进一步一体化总部组织架构,通过组织变革,组织优化,打造价值创造型组织,根据管理理念,战略规划,构建组织体系,通过提升组织与运营优化,中后台充分赋能,实现人效显著提升。一季度在华南区落地以实现管理赋能,架构升级,资金投入与数字化转型五大区管理赋能。2023 年将按节奏完成城市改革,在推动组织变革的同时,公司积极打造医疗、营销、管理骨干人才梯队,培养后备干部,发布新年新文化,重塑全员认同的价值观、使命和价值观,提升执行力与执行力。

7、持续提升稽核体系并发表明确意见

年审会计师事务所发表明确意见:

针对上述事项,我们履行的主要审计及核查程序如下:

1、分析销售费用、管理费用、财务费用的真实性,检查是否存在异常或波动幅度较大的情况,分析其合理性;

2、对费用中的人工成本、房租、折旧与摊销、股份支付实施实质性分析程序,对其他费用支出进行抽样细节测试,检查相关合同、审批单、发票等支持性文件;

3、获取企业征信报告,对本年信贷情况进行检查,以确认贷款入账的完整性及真实性;

4、获取相关的借款合同及银行回单,检查合同约定利率与借款发放、还款日期及金额、对借款利息支出进行核对,以确认贷款及应付款项的利息支出计提的准确性;

5、在抽样基础上,检查相关合同、审批单、发票等支持性文件,以评价接近资产负债表日前的期间费用是否已记录于恰当的会计期间;

6、对比同行业公司销售人员、职工数量、平均薪酬等,分析销售费用与人工成本较高的合理性;

7、了解营销相关内部控制制度,检查大额销售费用支出,检查相关合同、审批单、发票等支持性文件,以确认销售费用的真实性、合规性。

经检查,我们认为,期间费用同比增长的原因以销售费用中人工成本较高具有合理性;营销活动相关费用的相关内部控制制度健全并有效执行,未发现在异常或波动幅度较大的情况。

三、年报显示,应收账款期末余额 31.05 亿元,同比增加 4.08%,账面价值 25.69 亿元;坏账准备计提比例为 17.25%,较去年同期增加 4.05 个百分点。其中,按欠款方归集的年末余额前五名应收账款计提金额为 3.04 亿元,占应收账款期末余额合计数的比例为 0.8%,相应计提的坏账准备年末余额总计金额为 1.1 亿元,计提比例为 32.96%。报告期末,单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款期末余额 6,044.56 万元,坏账准备计提比例为 100%。请你公司补充说明以下事项:

(一)结合应收账款账龄、应收账款结构、应收账款质量等情况,分析应收账款计提比例上升的原因,前期坏账计提是否充分,是否存在应收账款回款困难、质量下降的情形。

公司回复:

公司的体检业务客户分为团检客户与个检客户。其中,个检客户一般不产生应收账款,应收账款主要来源于团检客户。公司在开展团检客户的体检业务时,会先与团检客户约定一定期限的体检服务期,团检客户个人可自主选择择期在体检服务期内的任意一天进行体检。

体检服务期结束后或按照双方约定在(月/季/年)末,由团检客户核对实际完成体检服务的人数及应当收取的款项金额,公司综合考虑总价,折扣给予团检客户一定的付款信用期,公司的收入确认时点与团检客户付款时点存在时间差异,导致公司的应收账款金额较高。

2022 年末应收账款账龄及坏账准备情况如下:

项目	2022 年	2021 年	变动比例
人力成本	40,687.16	39,267.91	4.07%
房租物业	12,958.72	11,708.63	10.68%
折旧及摊销	4,715.31	4,718.42	-0.07%
房租	2,718.15	2,911.69	-31.92%
股份支付	6,276.44	3,123.63	305.39%
业务招待费	1,018.24	3,209.61	-28.84%
办公费	1,238.25	1,213.37	9.59%
差旅费	700.63	1,130.28	-38.01%
开办费	676.62	867.47	-21.49%
汽车费用	620.91	786.48	-18.99%
其他	5,421.54	4,462.07	21.50%
合计	79,856.49	71,673.96	11.42%

管理费用的主要构成人工成本、服务费、折旧及摊销费、房租、股份支付等。

本年管理费用较上年同期增加 11.42%,其中新增增加项目:股份支付增加 6,573.81 万元主要系公司开展员工持股计划所致;人工成本同比增加 4.07%,主要系 2022 年新收购公司导致;服务费同比增长 10.68%,主要系当年新增波肯肯咨询服务费和新收购公司服务费等;主要减少项目:房租同比减少 31.92%,主要是受外部环境因素影响,部分地区房租减免;业务招待费同比减少 25.84%,差旅费同比减少 38.01%,主要是受外部环境因素影响,人员出差减少。

3、财务费用构成及变动比例如下:

项目	2022 年	2021 年	变动比例
借款及应付款项的利息支出	14,120.38	20,712.81	-31.83%
短期借款的利息支出	14,120.38	14,643.05	-2.32%
质押及质押借款	4,715.31	1,811.31	-22.53%
汇兑损益	33.32	-216.75	-115.37%
其他	1,089.37	1,659.17	-34.89%
合计	28,144.48	34,966.98	-19.58%

财务费用主要包括借款及应付款项的利息支出、租赁负债的利息支出等。

本年财务费用较上年同期增加 19.58%,其中:

(1)贷款及应付款项的利息支出同比减少 31.83%。主要原因有两方面,一是由于长期借款到期偿还导致 2022 年借款余额同比减少 27.61%;二是 2022 年中国人民银行贷款基准利率下调,导致本年长期借款利率同比下降。

(2)本报告期计提使用权资产折旧,相关租赁成本费用减少净利润 7.10 亿元,该部分租赁相关的付现支出列示在筹资活动有关的现金流量项目,并不影响经营活动产生的现金流量。

(3)以(1)至(2)项合计相关成本共 19.35 亿元,并不影响经营活动产生的现金流量。

综上,导致报告期内公司净利润和经营活动产生的现金流量净额差异较大。

(三)年报显示营业收入单件同比增加 12.1%,但体检服务毛利率同比下降 6.01%,结合产品定价、销售数量、营业成本构成分析体检服务毛利率降低的原因。

公司回复:

公司的产品定价策略如下:集团医部制定健康体检项目,健康体检价格由集团统一定价,各体检中心参照集团定价,根据当地经济发展水平、实际服务成本等因素,微调当地标准价,并向当地物价备案。体检套餐价格为单项体检价格加总合计,同时参考公立医院体检套餐定价,竞争对手价格,成本综合等因素,结合客户的规模、到诊时间给予一定的折扣优惠。本年度公司通过折扣管理,客户结构优化,推动高单价的创新产品和套餐销售,促进毛利率的提升。

但由于受外部环境的影响,大众体检业务的人数较上年同期下降 19.41%,使得整体体检服务收入下降 8.90%,由于公司的成本主要为固定成本,不会随着收入下降而下降,造成了毛利率下降,具体成本构成分析如下:

项目	2022 年	2021 年	同比增长
金额			
人工费用	182,408.99	175,119.02	4.10%
房屋成本	124,464.80	125,114.81	-0.52%
体检耗材	91,085.23	90,109.28	1.08%
房租物业	68,982.02	70,170.57	-1.69%
折旧及摊销	58,695.09	60,527.81	-3.03%
其他	23,343.90	28,399.57	-18.15%

公司营业成本的构成中人工费用、房租物业、折旧及摊销等合计占比 55.35%;外送及耗材等成本占比 38.48%,营业成本的构成中固定成本占比高。在遭受外部环境影响时,公司积极承担社会责任,坚持正常支付门诊防疫医护人员薪酬,上述情况使得营业成本整体未能随着体检人数的下降而下降,进而导致毛利率的下降。

四、请根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号——年度报告的内容与格式》(2021 年修订)第二十六条的规定,补充披露公司 2022 年的经营计划,包括但不限于收入、费用、成本计划,及经营目标,如销售额的提升、市场份额的扩大、成本下降、研发投入等,为达到上述经营目标拟采取的策略和行动。

公司回复:

根据公司“医疗导向,品质驱动,服务创新”战略方针,全面推动 2023 年工作重点和双轮驱动,2023 年度实现业绩双位数增长,利用“美年+”品牌,“美亚”、“美优”、“美华”三个品牌,持续推动内生与并购的可持续发展。

1、收入方面,持续推动内生与并购的可持续发展。

扩大全国布局的市场规模,制定不同市场针对性增长,制定省、市、分省级增长策略,建立重点客户运营体系,落地重点客户管理系统,逐步提升精细化管理水平,持续提升线上推广以及线上线下一体化运营,实现全年体检销售常态化。同时根据收购计划及资金安排,积极推进专业化参股公司的收购整合。

2、打造整合、服务、精细化运营的品质驱动体系

医疗方面,集团医疗管理条件将在强化“医疗人才综合能力、权威行业专业体系”基础上应用与专科化中心建设“四大支柱”的支撑基础上,围绕“建立质量管理体系长效机制,打造重点学科建设体系”这一核心目标推进重点工作。

客户服务方面,始终以客户为中心,创新医疗服务,不断提升客户全流程体验满意度。通过持续推动全流程系统的落地实施,充分发挥对预约功能及智慧导诊功能,实现服务流程的持续迭代,解决客户售前、检中的关键需求。

持续提升集团运营赋能作用,逐步推动集团中心、人力共享中心、财务共享中心的建设,实现标准化管理的运营赋能作用,逐步释放连锁协同效应,持续提升降本增效。

3、进一步提升品牌与消费者关系

紧紧围绕集团战略,以树立品牌公信力为核心,进一步提升消费者对品牌的认知与体验。进一步明晰化城市品牌的定位与品牌,提升“美年+”品牌,“美亚”、“美华”、“美优”三个品牌的市场品牌美誉度,持续提升品牌影响力,创新发展,数字化转型与精细化运营等方面的增长与创新;以客户为导向,推动产品力与市场竞争力持续提升,持续提升品牌美誉度,集中力量做好客户口碑传播,集团与省市上下合力,集中力量做好口碑传播,建立品牌 C 端会员体系,持续提升并运营千万量级客户流量,以品牌驱动营销运营,增强品牌用户粘性。

4、塑造创新产品力,强化重点学科赋能

2023 年重点创新项目引进,产品研发、门店推广的标准化流程,完善集团到地方的产品创新运营体系,实现核心领域从筛查到早诊到干预的全流程闭环管理,逐步形成具有自主知识产权的口碑和口碑;借助于数字化升级,进一步提升运营业务全流程运转效率。

公司持续利用健康体检大数据与 AI 人工智能结合,提升疾病精准度,夯实体检四大基础学科,同时聚力于围绕重点学科,推出系列创新体检产品,如备孕、备孕、备孕、AI 冠脉钙化积分等创新产品。未来,公司还将持续引领体检产品创新,进一步通过健康体检、健康管理产品,免疫力评估产品,健康体检相关产品,女性健康产品的研发推广,同步建立集团内重点学科创新项目的运营等机制,持续提升创新能力。

医疗科技领域,持续提升研发与推广“体检创新产品,美年健康将持续以“创新+科技”作为核心驱动,依托产科建设和人工智能技术,不断推进“健康体检+健康管理”专精特新“双轮驱动”,进一步满足客户对高品质健康的需求,为客户全生命周期的健康管理保驾护航。

5、推动安全数字化运营体系

逐步从数字化处理进入到数字化运营阶段,2023 年安全信息安全管理,随着全面体检体系系统落地,完善智慧运营体系,检验及医疗平台,一体化管理体系,实现智慧运营业务闭环,完善智慧运营体系,服务管理、商品管理、支付管理、支撑保障体系,提升投入、NPS 客户满意度等;结合内部数据平台和外部,开发 AI 算法模型驱动个性化体检,打造体检、检中、检后的全周期数字化健康管理运营体系;建立数字化运营标杆省市,逐步推动整个集团的数字化运营体系,加速数字化转型。

6、打造高绩效、强执行力组织

2023 年基于战略方向,集团进一步一体化总部组织架构,通过组织变革,组织优化,打造价值创造型组织,根据管理理念,战略规划,构建组织体系,通过提升组织与运营优化,中后台充分赋能,实现人效显著提升。一季度在华南区落地以实现管理赋能,架构升级,资金投入与数字化转型五大区管理赋能。2023 年将按节奏完成城市改革,在推动组织变革的同时,公司积极打造医疗、营销、管理骨干人才梯队,培养后备干部,发布新年新文化,重塑全员认同的价值观、使命和价值观,提升执行力与执行力。

7、持续提升稽核体系并发表明确意见

年审会计师事务所发表明确意见:

针对上述事项,我们履行的主要审计及核查程序如下:

1、分析销售费用、管理费用、财务费用的真实性,检查是否存在异常或波动幅度较大的情况,分析其合理性;

2、对费用中的人工成本、房租、折旧与摊销、股份支付实施实质性分析程序,对其他费用支出进行抽样细节测试,检查相关合同、审批单、发票等支持性文件;

3、获取企业征信报告,对本年信贷情况进行检查,以确认贷款入账的完整性及真实性;

4、获取相关的借款合同及银行回单,检查合同约定利率与借款发放、还款日期及金额、对借款利息支出进行核对,以确认贷款及应付款项的利息支出计提的准确性;

5、在抽样基础上,检查相关合同、审批单、发票等支持性文件,以评价接近资产负债表日前的期间费用是否已记录于恰当的会计期间;

6、对比同行业公司销售人员、职工数量、平均薪酬等,分析销售费用与人工成本较高的合理性;

7、了解营销相关内部控制制度,检查大额销售费用支出,检查相关合同、审批单、发票等支持性文件,以确认销售费用的真实性、合规性。

经检查,我们认为,期间费用同比增长的原因以销售费用中人工成本较高具有合理性;营销活动相关费用的相关内部控制制度健全并有效执行,未发现在异常或波动幅度较大的情况。

三、年报显示,应收账款期末余额 31.05 亿元,同比增加 4.08%,账面价值 25.69 亿元;坏账准备计提比例为 17.25%,较去年同期增加 4.05 个百分点。其中,按欠款方归集的年末余额前五名应收账款计提金额为 3.04 亿元,占应收账款期末余额合计数的比例为 0.8%,相应计提的坏账准备年末余额总计金额为 1.1 亿元,计提比例为 32.96%。报告期末,单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款期末余额 6,044.56 万元,坏账准备计提比例为 100%。请你公司补充说明以下事项:

(一)结合应收账款账龄、应收账款结构、应收账款质量等情况,分析应收账款计提比例上升的原因,前期坏账计提是否充分,是否存在应收账款回款困难、质量下降的情形。

公司回复:

公司的体检业务客户分为团检客户与个检客户。其中,个检客户一般不产生应收账款,应收账款主要来源于团检客户。公司在开展团检客户的体检业务时,会先与团检客户约定一定期限的体检服务期,团检客户个人可自主选择择期在体检服务期内的任意一天进行体检。

体检服务期结束后或按照双方约定在(月/季/年)末,由团检客户核对实际完成体检服务的人数及应当收取的款项金额,公司综合考虑总价,折扣给予团检客户一定的付款信用期,公司的收入确认时点与团检客户付款时点存在时间差异,导致公司的应收账款金额较高。

2022 年末应收账款账龄及坏账准备情况如下:

项目	2022 年	2021 年	变动比例
人力成本	40,687.16	39,267.91	4.07%
房租物业	12,958.72	11,708.63	10.68%
折旧及摊销	4,715.31	4,718.42	-0.07%
房租	2,718.15	2,911.69	-31.92%
股份支付	6,276.44	3,123.63	305.39%
业务招待费	1,018.24	3,209.61	-28.84%
办公费	1,238.25	1,213.37	9.59%
差旅费	700.63	1,130.28	-38.01%
开办费	676.62	867.47	-21.49%
汽车费用	620.91	786.48	-18.99%
其他	5,421.54	4,462.07	21.50%
合计	79,856.49	71,673.96	11.42%

管理费用的主要构成人工成本、服务费、折旧及摊销费、房租、股份支付等。

本年管理费用较上年同期增加 11.42%,其中新增增加项目:股份支付增加 6,573.81 万元主要系公司开展员工持股计划所致;人工成本同比增加 4.07%,主要系 2022 年新收购公司导致;服务费同比增长 10.68%,主要系当年新增波肯肯咨询服务费和新收购公司服务费等;主要减少项目:房租同比减少 31.92%,主要是受外部环境因素影响,部分地区房租减免;业务招待费同比减少 25.84%,差旅费同比减少 38.01%,主要是受外部环境因素影响,人员出差减少。

3、财务费用构成及变动比例如下:

项目	2022 年	2021 年	变动比例
借款及应付款项的利息支出	14,120.38	20,712.81	-31.83%
短期借款的利息支出	14,120.38	14,643.05	-2.32%
质押及质押借款	4,715.31	1,811.31	-22.53%
汇兑损益	33.32	-216.75	-115.37%
其他	1,089.37	1,659.17	-34.89%
合计			