

证券代码：300244

证券简称：迪安诊断

编号：2025-004

迪安诊断技术集团股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系 活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位	中泰证券、中金证券、天风证券、信达证券、国联证券、银河证券、中信证券、中信建投、国盛证券、国信证券、国泰海通证券及价值事务所组织的投资者
时间	2025 年 8 月 21 日、8 月 25 日
地点	杭州市西湖区金蓬街 329 号迪安诊断、进门财经电话会议
上市公司接 待人员姓名	董事长 陈海斌 实验室总经理 王玥 财务负责人 赵德康 首席信息官 吴维严 监事会主席 师玉鹏 华东区总经理 刘贞 董事会秘书 陶钧 证券事务代表 祝迪生
投资者关系 活动主要内容介绍	董事长陈海斌先生介绍行业态势及公司的战略举措： 一、现阶段发展态势 公司已逐步出清商誉及新冠相关报表干扰因素，为轻装上阵奠定基础。行业正加速出清“低小散”企业，迎来第二轮龙头集中度提升的关键时期，公司以“产品+服务+数字化”的解决方案，依托模式、技术和品牌优势，持续提升市场份额。 尽管 DRG、集采等政策带来阶段性压力，但也推动公司、推进组织、业务和产品结构转型，与各级政府及医院开展更全方位合作，涵盖医共体共建、区级打包运营、产学研转化、数字化落

	地及非医保和海外业务探索，在新行业周期中进一步强化竞争优势。 二、新发布的五年战略规划以及上半年推进成效 以提升内部管理水平及组织级能力、聚焦盈利和健康现金流的高质量发展、构建围绕“技术+产品+管理”的核心竞争力，实施多项战略举措： (1) 通过区域一体化、产销分离和精益管理实现标准化、规模化与成本领先，采购成本下降超 25%，管理及财务费用分别同比下降 16%和 29%； (2) 依托“3+2+N”学科布局，持续增强血液、神经免疫、感染、健康管理及病理等核心技术竞争力，病原 tNGS、血液病、肿瘤伴随诊断业务分别增长 35%、22%和 20%，特检收入占诊断服务收入比例提升至 47.63%，较 24 年末，提升了 7.32 个百分点。 (3) 大力发展自有产品，凯莱谱试剂耗材业务同比增长 43%，并将数智产品纳入核心战略，推出医疗 AI 三年规划，推动数据驱动转型； (4) 客户结构持续优化，新增签约客户 1036 家，其中三级医院 133 家，三级医院收入占比提升至 49.28%，较 24 年末，提升了 6.46 个百分点； (5) 合作共建客户累计超 800 家，精准中心近 100 家，荣昌“三重创新模式”实现多省市复制； (6) 国际化方面，越南迪安获 ISO15189 认证，并积极拓展“一带一路”市场，协同国内 IVD 企业共拓中东业务，同时与头部三甲医院共同打造减重及功能医学等非医保标杆门诊。 公司管理层对投资者提出的主要问题回复情况如下： 1、ICL 业务中，DRG、拆套餐、服务价格调整等政策影响带来
--	--

什么变化？

答：自今年 4 月国家卫健委发布拆套餐指导文件以来，各省正逐步推进落实，这一政策直接影响检测样本的项目数和检测量，对量的方面造成冲击。同时，拆套餐与按病种付费（DRGs）改革类似，旨在防止过度医疗、控制费用，进而对服务价格形成下行压力。全国多地陆续发布医学检验项目收费调整政策，但价格下调主要集中在自动化、标准化程度较高的常规检测项目，而依赖较高人工与技术含量的领域（如病理诊断）以及创新特检项目（如血液、神经免疫、肿瘤检测等）仍具备一定的议价能力和价格优势。

公司为应对量价双降趋势，正通过区域整合、降本增效和精益管理以提升竞争力。价格下调促使医疗机构更关注成本和效率，可推动检验外包渗透率提升，而且随着分级诊疗、医共体/医联体建设的推进，外送服务需求将逐渐集中于头部医院，若头部医院无法承接高端检测项目，公司可以凭借合作共建等创新模式获得更多市场份额。此外，公司通过强化高端特检技术平台的研发、响应临床新需求（如消费医疗和功能医学），并借助 AI 与智能化手段实现降本增效，有望在常规检测价格下行的背景下保持整体毛利率稳定，进一步扩大市场占有率。

2、中报应收回款 53.83 亿元，计提 2.15 亿元，如何看待下半年的应收账款回款和计提节奏，若新冠相关应收今年底全部计提完，明年开始的冲回会显著提升公司表观净利润吗？还有上半年经营性现金流为 2.78 亿元，较 24 年度同期的-2.79 亿元增长 199.56%，是什么原因？

答：参考以往年度的回款趋势，预计常规业务的回款下半年会好于上半年；公司严格按照应收账款的账龄区间对应收账款进行计提，新冠相关应收账款预计在今年底会全部计提完，后续回款对表观净利润会有提升；现金流方面，公司上半年经营性现金流的改善印证了公司在加强应收账款管理与降本增效行动的成

果，下半年经营性现金流会高于上半年。

3、关注到公司半年报特检收入占比提升至 47.63%，且近年发表的 SCI 文章数量也超过了同行，公司这几年在学科、技术平台及人才引进上有哪些举措和成效？

答：近年来，公司持续推动学科建设、技术平台升级以及人才引进，并取得了切实成效。我们正稳步推进从传统检验服务企业向特检领域创新驱动型企业的战略转型，进一步聚焦重点学科发展方向，尤其在肿瘤、神经免疫和感染持续布局，并成立多个专项学科中心，强化跨部门协同与技术攻关，强化综合诊断解决方案的能力。上半年，公司新增检测项目 107 项，包含与华山医院等顶尖机构合作转化的多项创新项目。

同时，在人才培养与引进方面持续加大投入，积极引进学科带头人、临床专家和科技领军人才，覆盖临床基因组学、代谢组学等多个前沿方向，大量招募博士及博士后研究人员，夯实团队科研与临床转化实力。

此外，公司还启动了学科型商业人才培养计划，致力于提升团队的专业素养与临床对接能力，推动从传统检测报告提供，到整体智能解决方案输出的转变，增强客户粘性。学科型商业人才也是高附加值解决方案的关键驱动者。

4、上半年新签客户数创历史新高，是否说明在行业出清过程中，迪安的市场份额在快速提升？公司对于新签客户如何实现快速上量？另外公司中报显示精准中心已达 99 家，请问今年的建设规划是到多少家？精准中心盈利能力如何？

答：公司的市场份额是在快速提升。上半年，通过战略聚焦高价值客户和市场、优化业务结构、强化特检和自有产品推广、深化区域一体化运营及“AI+数智化”赋能，实现了新签客户数量（1036 家，其中三级医院 133 家）的显著增长和三级医院收入占比的提升（49.28%）。这代表着行业出清过程中，迪安正快速

蚕食存量市场。

实现快速上量举措：通过重视学科型商业人才、组织能力提升，构建“产品+服务+数字化”竞争优势，聚焦优质客户，落地到客户端是二次开发做深做厚客户（渠道、外送和精准），单家客户实现多元化收入增长。

精准中心是今年三大战役之一，上半年公司新签了 9 家精准中心，全国累计有 99 家精准中心，其中 61 家已经实现盈利；公司聚焦开拓高质量精准中心，预计到年终千万级别收入的精准中心较上年增长一倍以上。

5、公司中报提到了数智化产品的四大产品矩阵：数据类、AI+CDSS、AI+健康管理、AI+CRO，迪安做数智产品的优势是什么？为什么能做成？上半年收入体量有多大？今年会推出哪些产品？

答：迪安做数智化产品的优势：

（1）不断增加的自有数据：经过治理的、高质量的、多模态多组学医学数据持续稳步增长；除了自检数据，已延伸到医院端以患者为中心的全疾病周期的临床数据。

（2）技术+医疗的团队：医工融合的超百人内生技术团队，涵盖了数据、算力、算法和医学各方面的人才，有来自阿里达摩院的王宇博士，来自 IBM 的王晓梅总，都是技术型人才，医疗领域有来自凯莱谱的刘华芬老师和浙江省数字医学诊断技术重点实验室的覃兰博士，都是功底深厚的医学团队。这支团队保证了迪安 AI 产品的快速响应和迭代的能力。

（3）深耕医疗场景：通过与头部医疗专家深度合作，和深度的行业 know how，针对不同客户群体的痛点和需求提供针对性数字化解决方案，聚焦在学科维度的临床科研、精准诊疗和疾病导向的智能健康管理等真实场景。

（4）商业路径成熟：客户群体与检测服务高度同质化，可利用现有客户基础，商业变现模式灵活多样，如整体解决方案增

	值服务、单独收费、SaaS 服务按用量收费等，便于快速推广。 （5）浙江的 AI 生态圈：充分利用地域优势，进行生态合作伙伴建设，通过与头部医疗机构、政府主管部门、数交所、领先的 AI 技术公司等伙伴深度战略合作，在医疗健康和 AI/大数据领域充分整合资源建立先发优势。 上半年收入情况：今年上半年数智化产品收入已赶超去年全年。 今年下半年产品规划：四个产品管线的不断更新迭代。例如，X-med 临床科研大数据平台从血液病专科延伸到神免和感染领域，新增智能文献检索、课题设计及一站式科研分析工具集等；AI 健康管理方面，公司推出面向医疗机构客户的以患者为中心、覆盖院内院外、诊前诊中诊后全流程的健康管理（也适用于慢病管理）数字化平台，针对以疾病为导向的智能报告解读智能体“迪晓智”已在多家医院试点。 6、中报看服务毛利率同比提升 0.8pp，达到 33.12%，在行业收费降价趋势下，公司怎么实现的服务毛利率增长？未来是否可持续？ 答：毛利提升主要原因：（1）战略性调整，去年四季度启动低效实验室的平台整合，降低了实验室费用；供应链降本增效成效显著，测试成本率控制良好，资源整合后实验室区域化管理有效降低配送费用。（2）客户结构优化，三级医院营收规模稳步扩大，浙江省区等重点区域表现突出，特检服务占比增加，缓解了收入端下降压力。（3）行业出清，特检领域小公司淘汰加速，公司凭借规模、技术和渠道优势，在专业化、高附加值特检服务竞争中力量提升。 该趋势有望持续，未来公司将通过优化客户结构、提升特检占比来稳固并略有提升毛利率，随着三级医院诊疗需求释放及特检业务渗透加快，这一策略具有实现基础。
--	--

7、江苏省肿瘤基因检测集采对于价格的影响如何，原来针对此类项目我们如何收费，集采后模式如何运行，医保会直接结算吗？

答：江苏省肿瘤基因检测集采政策旨在通过带量采购和价格管控，推动行业向规范化、透明化发展。在原有市场模式下，该类项目多采用院外合作方式，收费机制相对灵活但缺乏统一标准。集采实施后，价格预计将显著下降，流通环节的不合理费用被挤压，同时政策强化了对检测质量、数据安全及合规性的要求，提高了市场准入门槛，加速了行业内规模较小、能力较弱企业的出清，整体有利于合规经营的头部企业。

尽管短期内企业盈利可能承压，但从长期来看，公司有望凭借其“研产销检”一体化优势、规模效应、技术积累和规范运营能力，在新的竞争环境中进一步提升市场份额，实现更高质量和更可持续的发展。

关于费用结算，集采后预计由医保基金支付，但具体结算流程和细则仍需以江苏省医保局最终发布的正式方案及各地市的具体实施政策为准。

8、怎么理解中报里提到的“服务覆盖由单体医院向网络化体系升级、服务内涵从片段式向全生命周期解决方案跃迁”？这种模式具体指什么？有案例吗？以及只有迪安能做吗？壁垒是什么？

答：服务覆盖网络化是指公司正从过去与单体医院合作的传统模式，转向构建区域化、网络化的服务体系——例如与省级医疗集团、医共体以及行政区合作，建立区域检验中心、专病管理中心等，实现资源集约化和服务标准化。

同时，服务内涵也从提供诊断片段，延伸至疾病“预防-诊断-治疗-康复”的全生命周期闭环管理，依托多技术平台和自研产品（如串联质谱、核酸质谱和病理 AI 等），围绕整合精准医学与闭环式健康管理发力。

	典型案例是在重庆荣昌成功落地的“三重创新”（模式创新+技术创新+管理创新）区域整体业务模式，并已在浙江、黑龙江、江苏等多个省市县实现因地制宜的复制推广。 迪安在该模式中具备较强的领先优势和行业壁垒，主要体现在： （1）规模与成本优势：医学检验外送行业本质是规模成本领先竞争，这一要素始终存在，公司注重发挥规模优势降低成本。 （2）技术和服务差异化：公司拥有独家技术产品，具备综合诊断优势，可提供多领域、多技术平台的综合检测服务。 （3）模式创新：迪安较早探索合作共建、精准中心等合规入院模式，满足医院个性化诊疗需求；升级医联体/医共体整体解决方案，将服务延伸至疾病全生命周期管理。 （4）AI 智能化：公司在医疗 AI 和数据应用方面积累多年，构建算法模型，提升自身及客户端诊断效率与准确性，为医院降本增效、助力临床科研，赋能业务模式实现差异化竞争。 9、数据资产拥有强大价值，尤其是像迪安一样的全国性 ICL，请问我们现在数据规模有多大？主要是什么类型的数据？未来如何通过这些数据创造价值？ 答：（1）数据规模：迪安全国范围内每年检测总量达 1.6 亿次左右，通过多年的积累沉淀，总数据量累计超 20 PB，年数据增量约 1.5 PB，其中已有 5.4 PB 数据已从学科、科研、训练等角度进行了数据标注和数据治理，以支撑 AI 垂类模型的训练；近期公司还对 10 万+的个人体检报告数据进行了统计和治理。 （2）数据类型：迪安通过覆盖 10 大疾病线和 6 大技术平台，形成多模态医检大数据库，包含病理、基因组学、代谢组学、转录组学等多组学全疾病领域数据，且该等数据包含了过程数据和结果数据。 （3）未来价值变现与创造：目前主要有三个方向。其一，将原有数据进行脱敏和标注后开发成数据产品或服务形成专病
--	---

库，并提供给第三方，例如药企、AI 大模型训练公司、医疗机构科研、CRO、公卫疾控、保险等，可以应用于新药靶点发现、临床试验设计及药物效力评估、公卫疾控的预警辅助等；目前公司已经在杭州数据交易所递交了 10 余个不同类型的数据产品。其二，用于 AI 模型训练和智能体打造，结合高质量的、经过标注的多模态数据，可用于 AI 辅助临床决策、科研服务、综合健康评估报告、复杂性智能报告解读、个性化健康干预等。其三，通过临床专病数据库和智检联域平台为客户提供数据服务和运维管理，包括本地化部署和服务输出等内容。

10、公司半年报中提到，越南迪安获得 CNAS 颁发的 ISO 15189 认证证书，服务出海已步上正轨，请问公司在服务和产品出海的规划与最新进展如何？

答:公司出海业务秉承迪安“产品+服务+数字化”整体解决方案的规划。越南实验室 ISO 15189 的落地，包括越来越多当地公立和医疗集团认可迪安在当地开展第三方实验室的服务，都标志着公司“服务出海”从 0 到 1 的完善。

公司目前的国际化策略：

（1）围绕着国家“一带一路”的政策走出去，东南亚、中东、中亚等地具备政策的便利性，且对华资企业有着较高的认可程度，有助于逐步推动迪安出海。

（2）公司不是单打独斗地出海，而是与战略客户“组团出海”。例如在中亚，与新疆自治区人民医院共同探索与中亚医院的合作，通过合作共建的方式落实服务模式的出海；在东南亚，协助瑞金医院的内分泌代谢标准化研究中心赋能当地的医院开展工作；在中东，联合华大共同出海，充分发挥其擅长的二代测序基因检测与公司擅长的整体化解决方案的优势；此类模式有助于迪安出海成功率进一步提升。

（3）AI 技术领域的出海，公司旗下医策科技的病理 AI 产品已经在越南和东南亚其他国家开始了试点的推广，并已进驻至亚

洲头部医疗集团。

迪安具备两大核心竞争力去拓展海外新兴的市场，一是 AI 的高附加值优势，有助于提高诊疗效率；二是成本领先策略，通过精益化管理在出海为客户提供服务的过程中具备价格优势。此外，在中长期的规划中，迪安也将彰显中国制造的价值，旗下凯莱谱、迪安生物、迪谱诊断等自有产品，都逐步在海外各地完成认证，实现自有产品的出海。

综上，迪安将以“高性价比筑基、高附加值破局”的战略模式来推动国际化落地。

11、迪安在基层社区医院和 C 端的获客情况如何？

答：迪安作为行业早期进入 ICL 领域的企业，凭借“服务+产品”的双轮驱动模式，在客户粘性和价格维护方面具备显著优势。目前，公司已积累约 22000 家客户，覆盖各级医疗机构，并持续推进分级诊疗政策下的“顶天立地”战略：一方面深耕基层社区医院，另一方面积极拓展三级医院客户。近年来，公司客户数量持续增长，2025 年上半年新签客户达 1036 家，其中三级医院占比提升，反映出公司在高质量客户中的签约能力增强。

在 C 端业务方面，迪安较早布局 to C 检测服务，通过“晓飞检”线上平台提供包括居家采样、线下采血点等多种方式，覆盖京东、阿里、腾讯等多个渠道。公司积极响应国家政策导向，联合医疗机构和学会推动健康管理与功能医学发展，构建产品套餐与生态合作，进一步拓展非医保覆盖的健康管理蓝海市场。

公司目前正处于行业整合阶段，中小实验室逐步出清，迪安凭借技术积累、客户基础和业务模式，有望持续提升市场占有率与盈利能力。

12、公司新五年战略规划，将公司定位从“医学诊断整体化解决方案提供者”更新为“医学诊断智能解决方案引领者”是基于什么考虑？

	答：当前普检领域同质化严重、价格竞争激烈，叠加医保控费和集采政策持续压缩行业利润，大量区域性小型独立实验室面临出清。与此同时，公司特检业务占比已近 50%，未来在毛利和收入成长方面潜力显著。 公司以“智能解决方案”为核心变量，通过引入数字化与医疗 AI 产品，深度赋能主营业务，增强客户粘性与服务纵深。此举有助于拓展非医保依赖类项目，突破传统价格竞争框架，进一步提升盈利能力。 长远来看，在医保承压背景下，第三方实验室承担医疗资源分工的社会使命持续增强。公司通过智能化升级，不仅强化行业领先地位，也更契合未来医疗体系降本增效与数字化的发展方向。
附件清单（如有）	
日期	2025-8-25