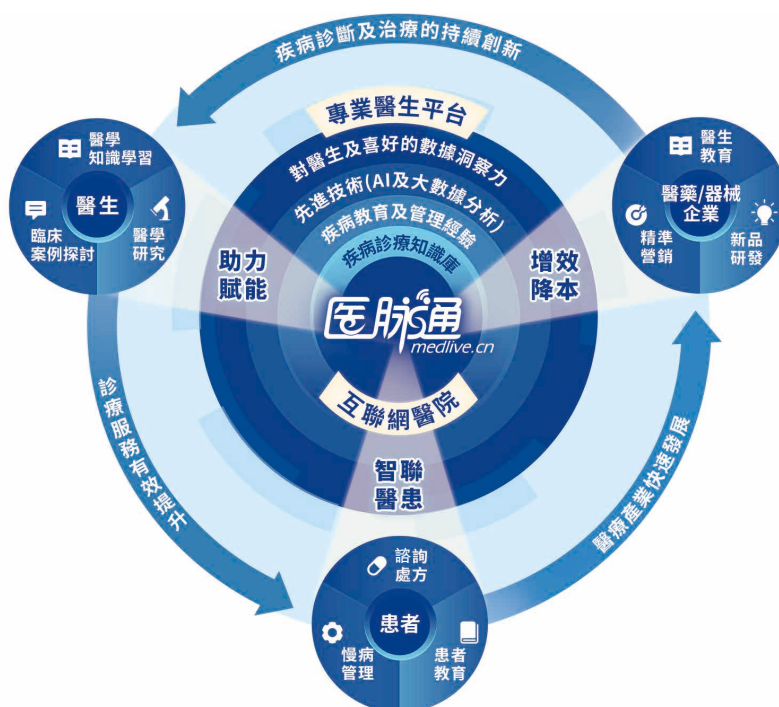


概覽

根據弗若斯特沙利文報告，按截至2020年12月31日註冊醫師用戶數目計，我們是中國最大的在線專業醫師平台。二十多年來，我們致力以科技創新助力醫師作出更好的臨床決策。我們自主開發的醫脈通平台廣獲中國醫師認可，已成為最受歡迎的專業醫療平台，讓我們成為中國製藥及醫療設備公司精準數字醫療營銷的首選平台。根據弗若斯特沙利文報告，截至2020年12月31日，我們的醫脈通平台可透過網站、桌面應用程序及移動應用程序登入，約有3.5百萬註冊用戶，其中約2.4百萬用戶為執業醫師，佔截至同日中國所有執業醫師約58%。2020年第四季度，我們平台的平均每月活躍用戶數超過1.0百萬人。同一期間，註冊用戶每月在我們的平台平均觀看文章和視頻超過134百萬次。我們平台的文章和視頻包括(但不限於)臨床指南、研究文獻、用藥參考、臨床進展和定制內容。

憑藉我們龐大的醫師用戶群及其高活躍度，我們的醫脈通平台可讓平台參與者聚集、學習及交流。我們平台的參與者包括醫師、製藥及醫療設備公司和患者。我們全面借助我們的專有技術、內容生成能力及對醫學信息科學的理解，向各組平台參與者提供不同的服務和解決方案。下圖為我們醫脈通平台及我們為不同平台參與者提供的解決方案概覽：



- **為製藥及醫療設備公司提供的解決方案。**製藥及醫療設備市場發展迅速，製藥及醫療設備公司對於緊貼市場需要、了解市場對其產品及競爭產品的反饋以及有效推廣產品的需求龐大。不少已獲批准的藥物因為醫師不熟悉產品或知識過時而無法應用於最有需求的患者。

我們的龐大醫師用戶基礎及用戶分析使我們的平台受到中國製藥及醫療設備公司青睞，已成為其進行精準數字醫療營銷的首選平台。借助我們多年來與醫師交流所積累的龐大數據庫及數據見解，我們可準確地以符合成本效益的方式向特定醫師群組傳達定制內容。根據弗若斯特沙利文報告，按收益計算，我們於2020年在中國提供數字醫療營銷服務的醫師平台之中名列第一，市場佔有率為21.4%。我們亦提供可高度擴展的數字平台與先進的分析方法，協助製藥及醫療設備公司提高產品商業化及營銷的效率，同時節省成本。

此外，於招募臨床試驗參與者及收集和評估真實世界藥物結果時，製藥及醫療設備公司面對種種困難，患者基礎覆蓋廣泛地區及社群的藥物的困難尤為顯著。我們提供臨床試驗患者招募服務，讓製藥及醫療設備公司能快速達成計劃入組目標。我們提供RWS支持解決方案，使製藥及醫療設備公司能收集及分析其產品在真實世界環境中的臨床效果。

- **為醫師提供的解決方案。**隨著創新療法發展，加上科學研究不斷有新發現，醫療發展一日千里。為向患者提供最高水平的醫療護理，醫療從業人員必須即時掌握最新信息。然而，傳統的醫學知識資源(如期刊、臨床指南及學術文獻)通常並未及時更新，亦未經有系統地整理或可輕易閱覽及搜索。

我們的平台提供醫師學習及討論醫學市場最新研究、產品及技術以及臨床最佳實踐的場景。平台提供的產品與服務奠基於專業的醫學知識內容，截至最後可行日期，我們的內容團隊包括62名全職醫學專家及30名全職數字推廣內容設計師，負責編製該等專業醫學內容。例如，我們的**臨床指南**解決方案匯集最新臨床參考，**用藥參考**解決方案提供全面藥物信息，為醫師提供隨手可得的臨床決

策支持。截至最後可行日期，我們的平台提供國內外醫療機構刊發的逾12,000份臨床指南以及載有超過30,000種藥物說明書信息，超過100,000項有關藥物相互作用與配伍禁忌的指引。我們的平台現時已獲公認為中國知名醫學信息權威來源。

憑藉我們醫療參考工具產生的廣泛用戶基礎及用戶參與度，我們已建立中國最大線上醫師交流平台。用戶生成內容(「用戶生成內容」)及討論現時為我們平台重要而快速增長的信息來源。此外，由於醫師是醫療系統的主要決策者，故此我們的平台吸引了製藥與醫療設備公司的大量推廣投資，使醫師可獲得最新產品信息並與醫療代表直接聯繫。

我們的醫學信息及工具吸引中國領先醫院的意見領袖以至中國鄉村地區及社區醫院的大量醫師等不同群組的醫師。我們的醫師用戶可於整個職業生涯(早至醫科學生階段以至成為經驗豐富的專科醫師或醫療經理時)受惠於我們的醫學信息及工具。

- **為患者提供的解決方案。**中國的患者一般在醫院就診方面會遭遇諸多不便和困難，如通勤時間及輪候時間過長，難以接觸合適的醫師等。獲得正確的診斷及處方的患者亦未必按照建議治療方案用藥。因此，即使得知及可獲得正確治療方法，不少患者仍無法獲得最佳治療效果。

我們於2021年推出互聯網醫院，標誌我們涵蓋全面慢性疾病管理服務的智能患者管理解決方案邁出重要一步。患者可便捷地獲得參與我們互聯網醫院的醫師提供的醫療建議及處方。我們亦通過互聯網醫院提供患者管理服務，幫助患者了解本身的狀況及治療方案，為患者量身定制慢性疾病管理建議，並追蹤服藥及藥物補充紀錄。該等服務旨在讓患者更準確地依照處方藥物治療方案用藥，改進治療成效。

- **為醫院提供的解決方案。**醫院需要技術解決方案來提高臨床研究的效率。我們為醫院提供EDC系統，幫助進行智能化、自動化的數據收集及管理。於2020年，我們的EDC解決方案獲156家醫院採用。

我們的綜合解決方案亦使我們能夠為醫學研究人員、非牟利機構、CRO及醫學協會等醫療行業的其他參與者提供服務。例如，我們的醫學知識解決方案亦可滿足除醫師外的醫療專業人員(例如醫學研究人員)對專業醫學信息的需求。我們與非牟利機構合作，提供針對特定病情的患者教育服務，作為智能患者管理解決方案的一部分。患者可以通過合作夥伴非牟利機構的微信公眾號或網站使用我們的服務和工具，以了解其病情及治療方案。此外，我們可憑藉龐大的醫師基礎幫助CRO就臨床試驗進行患者招募。我們已經參與並計劃與更多的醫學協會合作，鞏固我們作為首選專業醫學信息平台的地位。我們把握本身在醫療界的強大品牌知名度優勢，吸引更多參與者(如保險公司)加入我們的平台。

我們的解決方案服務龐大且擴展快速的市場。根據弗若斯特沙利文報告，隨著製藥及醫療設備公司轉向網上營銷，中國數字醫療營銷服務市場由2018年的人民幣44億元增長至2020年的人民幣152億元，複合年增長率為85.8%，預計2025年將達到人民幣1,110億元，2020年至2025年的複合年增長率為48.8%。此外，醫師投入更多時間在專業醫師平台搜尋醫學信息和臨床決策支持。根據弗若斯特沙利文報告，中國數字醫學信息市場由2018年的人民幣23.6百萬元增長至2020年的人民幣114.2百萬元，複合年增長率為120.1%，預計2025年將達至人民幣30億元，2020年至2025年的複合年增長率為92.7%。我們為患者提供解決方案瞄準中國快速增長的數字慢性疾病管理市場，而根據弗若斯特沙利文報告，該市場由2018年的人民幣779億元增長至2020年的人民幣1,397億元，複合年增長率為33.9%，預計2025年將達至人民幣5,071億元，2020年至2025年的複合年增長率為29.4%。

於營業紀錄期間，我們實現強勁的財務業績。我們的收益由2018年的人民幣83.5百萬元增至2019年的人民幣121.6百萬元，並進一步增至2020年的人民幣213.5百萬元，2018年至2020年的複合年增長率為59.9%。我們的淨利潤由2018年的人民幣14.2百萬元增至2019年的人民幣31.3百萬元，並進一步增至2020年的人民幣85.2百萬元，2018年至2020年的複合年增長率為145.0%。

### 我們的優勢

#### 擁有強大用戶參與度的最大在線專業醫師平台

根據弗若斯特沙利文報告，按截至2020年12月31日註冊醫師用戶數目計，我們是中國最大的在線專業醫師平台。根據弗若斯特沙利文報告，截至2020年12月31日，我們的醫脈通平台約有3.5百萬註冊用戶，其中約2.4百萬用戶為執業醫師，佔同日中國所有執業醫師約58%。我們的醫師用戶群非常多元，覆蓋中國各級醫院、各大專科、各級醫師。我們受惠於中國最受歡迎專業醫療平台的美譽。我們強大的品牌知名度及現有用戶的口碑推薦吸引醫師使用我們的平台。

我們龐大的醫師用戶基礎及用戶數據有助我們洞悉醫師背景、行為及喜好，進一步提升我們配對內容、與醫師建立聯繫及向醫師精準傳達相關內容的能力。我們的規模及深入了解有助我們成為醫師和製藥及醫療設備公司的首選平台。此外，隨著我們不斷開發面對患者的服務，我們的龐大醫師基礎將有助我們更有效且高效地解決患者的特定需要。

我們平台的優質及豐富內容不但吸引大量醫師使用我們的平台，亦增強用戶參與度，特別是熟練醫師。2020年第四季度，我們平台的平均每月活躍用戶數超過1.0百萬人。同一期間，註冊用戶每月在我們的平台平均觀看文章和視頻超過134百萬次。我們平台的文章和視頻包括(但不限於)臨床指南、研究文獻、用藥參考、臨床進展和定制內容。

營業紀錄期間，我們榮獲多個獎項，是對我們在醫學界的貢獻的肯定，包括近期我們的醫脈通平台獲中國醫師協會頒發2019年年度健康新媒體二十強，而我們的精準營銷解決方案獲中華醫學事務年會頒發「最佳醫學數字解決方案」獎項殊榮。

### 製藥及醫療設備公司的首選精準數字醫療營銷服務合作夥伴

根據弗若斯特沙利文報告，按2020年收益計算，我們在提供數字醫療營銷服務的中國醫師平台之中排列首位，市場佔有率為21.4%。2020年，按收益計算全球20大跨國製藥公司中，18家為我們的客戶；其中14家公司與我們合作五年以上。

我們對醫療行業與製藥及醫療設備公司需要的深入了解、精密的數據分析及先進技術解決方案使我們能夠在中國醫療產品推廣及銷售持續數字化的進程下受惠。製藥及醫療設備公司因面對批量採購及日益激烈的市場競爭，而尋求通過具備高成本效益的數字推廣工具在合適時間接觸目標醫師，故處方藥推廣形式迎合時代的轉變亦為我們帶來裨益。我們致力經營以醫師為中心的平台使我們從向患者提供一般健康信息的眾多平台中脫穎而出。由於我們以醫師為重點，故我們與醫師的關係及醫師參與度更為鞏固，在支持處方藥及醫療設備推廣活動方面處於有利位置。我們已成為主要製藥及醫療設備公司的首選精準數字醫療營銷服務合作夥伴。

我們在支援新藥及醫療設備的推廣活動及協助持續推廣現有產品方面的能力備受認可。我們的AI系統可整合和分析醫師背景及行為數據，使我們能夠準確地向目標醫師提供定制內容。通過與醫學界的KOL合作，我們進一步提高製藥及醫療設備公司推廣活動的成效，使定制內容更具說服力。我們與KOL已建立牢固的關係。於2020年，我們在15個專科範疇與逾600名KOL合作，為醫療客戶創建定制內容及開發醫學知識內容。我們亦運用醫師用戶發表的內容，豐富平台上的藥物相關信息。

我們的解決方案亦證明能為推廣活動實現巨大的投資回報，使我們可建立優質醫療客戶群並提升客戶忠誠度。我們與客戶關係密切，有利交叉銷售RWS支持系統等其他解決方案。我們與該等客戶的長期關係有助我們透過轉介獲取有數字推廣需要的新客戶。隨著我們加深對醫療行業的了解，我們亦不斷探索機遇，致力解決製藥及醫療設備公司面對的其他難題，豐富我們的解決方案及收益來源。

### 產品組合豐富，在針對用戶及客戶需要的創新產品及服務開發方面有強大實力

憑藉我們對行業本身及需求的深入理解及醫學信息科學研究院的研究結果，自成立以來，我們許多產品及服務類別均有所創新。因此，我們開發的產品組合豐富，為我們的平台參與者提供理想的方案，同時亦為我們提供多種獲利來源。例如，根據弗若斯特沙利文報告，我們於2004年推出的醫學文獻王為中國首個專為搜索及管理醫學文獻而設的數字工具。推出醫學文獻王前，中國醫師難以透過互聯網獲得學術文章。醫學文獻王讓使用者能便捷地存取主要醫學文獻數據庫（如PubMed和萬方數據庫）及主要搜索引擎，以搜索醫學文獻。

我們率先在中國提供數字醫療營銷解決方案。根據弗若斯特沙利文報告，我們2008年推出的eMarketing是中國最早為製藥公司提供數字營銷服務的應用程序之一。此外，根據弗若斯特沙利文報告，我們在2014年推出e信使，讓製藥公司和醫療設備公司可以文字或多媒體形式向目標醫師提供定制內容，代替醫療代表親身詳述，是中國首個精準數字醫療營銷解決方案。根據弗若斯特沙利文報告，按每份推送成本計算，我們精準數字推送的效率較傳統的醫療代表人手推送高出十倍。我們平台的參與付費點擊醫師數目由2018年的228.3千人增至2020年的403.2千人，而我們平台的付費點擊次數則由2018年的1.6百萬增至2020年的4.8百萬。我們於2019年推出e脈播，進一步加強我們的解決方案，讓製藥公司和醫療設備公司可以直播或錄製方式向醫師播放贊助醫學節目。

我們運用龐大的在線專業醫師平台開發可擴展解決方案，滿足醫療系統其他關鍵參與者的需求。我們開發出龐大的醫師背景及行為數據的數據庫。憑藉對此類數據的準確分析，我們能夠提供精準營銷解決方案，幫助製藥公司以具有經濟效益的方式向目標醫師提供處方藥資料。此外，由於我們有強大的醫師網絡，具備開發互聯網醫院解決方案的有利條件。我們的互聯網醫院為患者提供在線醫療諮詢及藥物處方，使醫療服務唾手可得。

### 具備強勁內容生成能力的龐大內容數據庫

我們的平台使醫師及醫護專業人員可方便地獲取大量的專業醫學內容，包括專業生成內容及用戶生成內容。過往20多年，我們維持並積極管理大量醫學文獻及資源，以滿足醫師的學習和執業需求。我們致力為不同職業生涯階段及不同專業水平的醫師提供相關度最高且最具價值的內容。

我們的專業生成內容主要包括由我們內容團隊製作的內容，以及我們自第三方專業來源取得的內容。截至最後可行日期，我們的專責內容團隊由62名全職醫學專家及30名全職數字推廣內容設計者組成，負責編輯及編製平台上大量專業醫學內容。彼等亦為影響重大的醫學發展編製摘要，涵蓋行業新聞及會議、製作由KOL出席的視頻節目，以及更新我們的醫知源。我們亦與身為主要或官方信息來源的行業及專業機構合作。截至最後可行日期，我們的平台提供由中國及海外醫療機構發佈逾12,000份臨床指南，載有超過30,000種藥物說明書信息以及超過100,000項有關藥物相互作用與配伍禁忌的指引。該等全面內容收集有助鞏固我們作為學術信息諮詢平台的地位，並提升可豐富我們社區的用戶參與度。

我們鼓勵醫師在平台分享、貢獻和談論專業意見。醫師亦可在我們的平台上獲取優質的用戶生成內容，用戶生成內容是我們內容數據庫中更新最快的一環。平台的用戶生成內容提供了專業見解，對其他醫師極具價值。我們有強大的內容篩選功能，使用自動化內容篩選技術及由我們的員工實時監察用戶生成內容，以確保內容的質量。

我們相信，我們平台的信息及相關工具質素優良、相關度高且使用方便，有利我們吸引和留住醫師及其他醫護專業人員。

### 由我們對醫療行業及醫學信息科學的深刻見解與理解支撐的先進專有技術

自成立以來，我們專注於為醫師、製藥及醫療設備公司、患者及醫院提供最相關而有用的醫療解決方案。就此，我們設立醫學信息科學研究院，致力發展對新藥及醫療設備的深刻見解以及於我們的解決方案應用先進技術，包括AI及大數據分析，以及設



計及開發最符合製藥及醫療設備公司需求的解決方案。醫學信息科學研究院的研究人員負責開展醫療本體論的研究、研究醫療數據收集標準及醫學術語系統，製作醫學知識圖譜以利用AI算法更深入洞悉數據，以及開發及優化機器學習、深度學習及自然語言處理基礎算法。

我們以先進技術打造創新產品並改善我們解決方案的普及程度及效率。通過AI賦能的內容配對及搜索系統，我們能向受眾準確傳達最相關內容，並提高我們客戶營銷活動的成效。我們不斷優化智能技術及用戶界面，迎合參與者不斷轉變的需求，形成牢固的行業壁壘。我們以多年經營所累積的龐大多維醫師行為及偏好數據庫為基礎，開發出了準確的用戶肖像及知識圖譜，這些系統會被醫師用戶每次訪問我們平台時產生的新數據洞察所優化。我們的核心技術可靈活運用於臨床支持、數字藥物推廣及臨床試驗管理等多種使用案例，有效解決不同用戶需求。

我們的AI及大數據分析等核心技術以及技術基礎設施由研發團隊開發及維護。截至最後可行日期，我們約29.0%的僱員從事研發工作。我們通過廣泛的AI技術應用(包括機器學習、自然語言處理、知識圖譜及用戶理解)使用我們平台的數據。我們的AI及大數據能力使我們能夠向目標醫師準確傳達內容，有助加強用戶體驗及把握獲利機會。我們投入大量資源保護核心技術及軟件的知識產權。

### **管理團隊高瞻遠矚，人才儲備充裕及與M3的持續戰略合作**

由聯合創始人田立平女士及田立新先生(均具有逾20年的醫療及技術行業經驗)領導的管理團隊經驗豐富且充滿熱誠，為我們帶來莫大優勢。田立平女士是我們的董事長兼首席執行官，為我們提供創設及擴展平台的灼見。田立新先生是我們的總裁，亦擔任醫學信息科學研究院院長。

---

## 業 務

---

我們管理團隊的其他成員均為經驗豐富的高級行政人員，來自不同的背景，具備豐富的醫療、互聯網、諮詢及技術等廣泛領域的知識。例如，我們的首席技術官兼醫學信息科學研究院副院長田立軍先生有逾20年技術創新經驗，尤擅於AI及大數據領域。我們的醫學總監兼醫學信息科學研究院副院長姜男先生於加入我們前為著名中國醫院的醫師，擁有豐富醫療行業知識。

我們的管理團隊獲得充裕的人才儲備支持，包括大批在醫學、技術、產品開發、銷售和財務方面具有豐富經驗的業內精英，該等人才在各類行業領先機構任職多年，累積了豐富經驗。我們的僱員數目由截至2018年12月31日的239人增加至截至2020年12月31日的327人。具體而言，我們擁有龐大的大數據及醫學專家團隊。截至最後可行日期，我們約29.0%的僱員屬於研發部門（包括我們一般的研究開發團隊成員及醫學信息科學研究院的研究科學家），約25.2%屬於醫學內容管理部門。

此外，我們維持與控股股東M3的持續戰略合作關係。我們在營運初期憑藉M3在日本市場的品牌知名度，迅速與多家在中國設有業務的跨國製藥及醫療設備公司建立業務關係。自此以來，我們憑藉在提供具成本效益的數字解決方案方面實力優厚，建立了龐大而忠實的客戶群。我們保持與M3的持續溝通，有助我們從其數字醫療營業經驗中獲益，並掌握海外市場的最新行業趨勢。我們的執行董事兼副總裁周欣女士亦為M3公司及業務發展集團的中國業務部負責人，我們因此能從其對M3業務模式的深入認識及行業見解中受惠。

### 我們的戰略

**透過提升醫學知識解決方案及豐富平台信息及內容，持續增加醫師的滲透率及參與度**

我們將繼續鞏固作為醫師最新信息諮詢平台的地位。優質醫學知識解決方案及信息對我們平台吸引用戶的能力至關重要。我們擬增強聲知源，以涵蓋更多疾病，使其

成為應診時更全面的臨床決策支持工具。我們亦將通過提供最新臨床進展報告擴展內容服務。此外，我們會持續改善定制內容質量，以協助醫師作出更加明智的診療決策。

我們將利用對數據的洞察力來提高個性化內容推薦及搜索結果的準確性及相關性。我們將繼續開發AI技術，為醫師在診斷、開處方及治療方面提供個性化的臨床決策支持。此外，我們計劃開發專業搜索引擎，幫助醫師更有效地在互聯網上找到優質資源。以上改善措施將會改善用戶體驗。

我們計劃進一步擴大內容生成的來源。我們將鼓勵醫師上傳更多的用戶生成內容，例如執業竅門及臨床案例報告，從而增強平台的用戶參與度。

中國有大量在農村地區及社區醫院工作但缺乏充足醫療培訓及臨床技能的醫師。我們旨在通過為上述醫師提供量身定制的解決方案，擴大業務覆蓋至相關醫師用戶。例如，我們計劃開發旨在通過互動在線培訓計劃以提高醫師臨床技能的技術產品。

### 繼續建設技術平台及擴展應用範圍

我們優越的技術實力支撐了業務的快速增長。我們對於AI應用的研究與創新集中於機器學習、自然語言處理、知識圖譜及用戶理解範疇。我們計劃繼續進行技術開發，包括利用獨特專有的數據組開發配備AI的工具，例如在醫護場景為醫師提供支持的智能問答解決方案，以及支持線上醫學會議功能的AI自動化轉錄及翻譯解決方案。我們將繼續建立知識圖譜，通過語義及上下文鏈接優化搜索及推薦功能。此外，我們計劃提高健康聊天機器人的臨床功能及效率，並通過智能問答解決方案在醫護場景為醫師提供更佳的支持。我們亦將投資自動化臨床決策支持工具，能夠預測醫師的藥物處方模式，以提高醫療質量並節省時間。此外，我們計劃發展輔助篩查診斷及治療系統以及機器轉錄及翻譯解決方案，為醫師提供更全面的服務。

此外，我們有意為腫瘤遺傳學數據庫及與免疫系統有關的疾病數據庫等領域開發生物遺傳學平台。我們亦計劃使用虛擬現實及3D圖形技術，開發醫療培訓及教育、患者溝通及術前計劃的輔助工具。

### **擴展客戶網絡並加強與現有客戶的關係**

我們將借助我們可擴展產品組合的優勢，繼續加強與現有客戶的關係並發展及吸引製藥、生物科技及醫療設備行業的其他客戶。

截至2020年12月31日，我們的客戶群包括81家製藥及醫療設備公司，根據弗若斯特沙利文報告，分別覆蓋在中國設有業務的29%的跨國製藥公司及9%的跨國醫療設備公司。我們通過客戶所購買的精準營銷解決方案持續為客戶帶來可觀回報，以提高客戶忠誠度。我們將致力於通過加強現有解決方案及推出新解決方案，發掘可擴展與現有客戶關係的巨大商機。我們亦發現醫療設備公司、國內製藥公司及生物科技公司(尤其是專注於開發創新療法的公司)對數字推廣的需求龐大。我們打算利用我們對精準營銷的豐富經驗，吸納更多潛在客戶的推廣開支。為實現相關目標，我們將繼續投資開發及提供更多解決方案，以及為現有解決方案添加新功能。例如，我們計劃以我們的強大技術能力，就定制內容推送開發新的數字渠道與媒體格式。我們亦將通過僱用更多銷售、市場及客戶管理人員來鞏固業務開發實力。此外，由於我們的平台信譽昭著，效率優良，能準確聚焦目標醫師用戶，故我們預計可憑口碑取得優勢。

### **持續拓展服務品項(包括基於數字健康管理工具的患者管理服務)及擴展臨床研究解決方案**

我們將不斷拓展我們的服務選項，包括進一步增強智能患者管理解決方案，我們計劃提供多種健康管理解決方案，包括慢性疾病管理服務。

我們打算運用我們的醫師網絡對更多疾病提供支援，以擴展慢性疾病管理服務。我們將與其他行業參與者(例如非牟利組織及醫院)合作，並建立更多針對具體疾病的解決方案。我們將通過該等解決方案幫助醫師聯繫及管理更多的患者。基於我們的龐

大醫學內容資料庫，我們亦將為患者及公眾提供更多的教育內容，以提高彼等對慢性疾病的認識，同時增加我們面向患者的界面流量。此外，我們打算通過在線醫療諮詢及藥物處方服務涵蓋更多疾病，從而加強我們的互聯網醫院服務。我們亦將互聯網醫院服務與其他服務選項(例如患者管理服務)融合，以創造更多的協同效應。

我們旨在利用醫師網絡及軟件技術建立全面的智能合約研究平台。我們計劃優化智能臨床研究解決方案，包括EDC及CDMS解決方案、RWS解決方案及患者招募解決方案。我們將繼續開發AI技術以準確高效地獲得及分析臨床數據。此外，我們將尋求與傳統CRO合作，為製藥及醫療設備公司及醫院等不同客戶提供更完善的合約研究服務。我們亦計劃開發解決方案及數字基礎設施，加快患者招募及合理選址。

### 探索戰略合作夥伴關係、投資及收購機會

我們打算物色並建立能加快增長的協同合作夥伴關係，同時有選擇性地進行適當的戰略投資及收購。我們計劃與更多的商業合作夥伴(例如醫學協會、互聯網公司、保險公司、內容供應商及專業醫學內容供應商)建立密切關係，以提升解決方案產品。我們相信我們在醫學界強大的品牌知名度有利我們與更多的醫學協會合作，有望鞏固我們作為專業醫學信息諮詢平台的地位。我們亦計劃與領先的互聯網公司合作，利用我們準確聚焦目標醫師用戶群的實力，把握新變現機遇。

為完善內部增長策略，我們或會投資或收購能夠與本公司形成較強協同作用的企業。我們旨在通過相關投資及收購擴大服務範圍、客戶基礎及／或增強技術能力。截至最後可行日期，我們預計近期不會進行任何收購或投資。

### 平台參與者

我們致力為醫師提供優質專業醫學信息。由於我們醫學知識解決方案的品質及用戶體驗卓著，故使用我們醫脈通平台的醫師數目日益增加。我們憑藉龐大而忠實的醫

師用戶群，開始為製藥及醫療設備公司提供精準營銷解決方案。通過開發和提供創造價值的解決方案，我們的醫脈通平台吸引了大量平台參與者，包括醫師、製藥及醫療設備公司及患者。

我們的平台參與者受惠於我們平台的強大網絡效應。隨著更多醫師加入我們的平台，醫師可與更多專業同業分享知識及尋求支援。由於我們資歷優秀的醫師用戶群不斷擴張，我們平台亦吸引了其他平台參與者，如製藥公司及患者。

### 醫師

二十多年來，我們專注以科技創新助力醫師作出更好的臨床決策。我們的醫脈通平台更在中國廣獲醫師認可，已成為最受歡迎的專業醫學平台。根據弗若斯特沙利文報告，按截至2020年12月31日註冊醫師用戶數目計，我們是中國最大的在線專業醫師平台。根據弗若斯特沙利文報告，於2020年12月31日，我們醫脈通平台約有3.5百萬註冊用戶，其中約2.4百萬人為執業醫師，佔截至同日中國所有執業醫師約58%。在我們的醫師認證過程中，註冊醫師用戶須向我們提供有關其專業資格及背景的资料，包括工作地點及專業資格，再經我們通過中國國家衛生健康委員會查核。我們在醫師認證過程中亦會收集有關職稱和聯絡的资料，以便更了解我們的醫師用戶。於2020年12月31日，我們的註冊醫師用戶平均已在我們平台註冊逾五年。於2018年、2019年及2020年，我們平台的平均每月活躍用戶數目分別為743千、856千及908千。我們的醫師用戶群非常多元，覆蓋中國各級醫院、各大專科、各級醫師。於2020年12月31日，我們的註冊醫師用戶有31.1%為內科醫師，8.8%為婦產科醫師，8.1%為外科醫師，7.7%專攻中西藥結合，5.3%為兒科醫師，4.6%為放射科醫師，餘下34.4%為23個專科的醫師。

於2020年12月31日，根據我們的註冊醫師於認證過程中所提供的資料，我們的註冊醫師用戶有5.6%為主任醫師，12.3%為副主任醫師，31.1%為主治醫師，25.0%為住院醫

師，其餘26.0%的註冊醫師用戶於註冊過程中並無列明職級。根據弗若斯特沙利文報告，主任醫師、副主任醫師及主治醫師一般分別有至少15、10及5年的臨床經驗，而住院醫師一般有5年以下的臨床經驗。

於2020年12月31日，我們的註冊醫師用戶約26.1%於華東工作，約21.3%於華中工作，約20.3%於華南工作，約14.0%於華北工作，約7.6%於中國西南部工作，約5.2%於中國西北部工作，約3.5%於中國東北部工作。

醫學知識日新月異；醫學實踐亦需要不斷學習。醫脈通廣獲醫師認可為值得信賴的信息來源，提供全面最新的專業醫學信息。我們平台所提供的信息能有效地滿足醫師從上醫學院的第一堂課至執業成為經驗豐富的專科醫師整個執業生涯的信息需要。我們的平台亦為醫療行業的醫學研究員等其他專業人士創造價值。

### 製藥及醫療設備公司

根據弗若斯特沙利文報告，按2020年收益計算，我們在提供數字醫療營銷服務的中國醫師平台之中排列首位，市場佔有率為21.4%。製藥及醫療設備公司需要專業及技術支援以解決其產品的整個生命週期中多個痛點。於2020年，81家製藥及醫療設備公司使用我們的精準營銷及企業解決方案，包括以收益計算全球20大跨國製藥公司中的18家公司，以及多家中國領先製藥公司。

批量藥品採購改革及日益激烈的市場競爭促使製藥及醫療設備公司尋求數字化和具成本效益的營銷工具。憑藉我們的龐大且積極參與的醫師用戶群及大數據分析，我們提供綜合精準營銷解決方案，讓製藥及醫療設備公司可提供其產品(如處方藥和醫療設備)信息以向目標醫師進行營銷。我們的解決方案實力優厚，可為營銷活動實現巨大的營銷投資回報及飛輪效應，因此我們得以建立高質素的醫療客戶群並提升客戶忠誠度。

以下為兩個實例說明部分醫療客戶如何受惠於我們的解決方案。我們相信，該等實例通常反映客戶的體驗，並展示我們的能力。

### 案例一：跨國公司進軍中國並推出新藥

公司X為一家跨國製藥公司，正籌備進軍中國市場。該公司正計劃在中國市場推出新藥，並計劃迅速提高其在中國目標城市醫師間的知名度及認受性。儘管於藥物獲批進行營銷前，公司X已開始招募醫療代表拜訪目標醫師，唯單純的線下營銷活動無法滿足其對快速且具成本效益的營銷活動的期望。該公司需要花費時間聘請醫療代表並使其熟悉新藥，而醫療代表通過親身互動接觸全國眾多醫師的能力亦受到固有的限制。

2018年，公司X決定與我們合作，並進行精準數字營銷。我們利用本身對醫師背景及喜好的數據洞察力，識別位於公司X目標城市、最可能對其新療法感興趣的醫師用戶，並根據公司X的目標量身定制候選人群組。為實現公司X的目標，我們從公司X的目標城市的2,000多家醫院物色到約14,000名目標醫師。醫療代表無法通過實地訪問有效覆蓋數量如此龐大的醫師及醫院。我們開展由18個系列精準營銷推廣組成的營銷活動。合共約有12,600名目標醫師(佔我們初步確定的目標醫師約90%)點擊並閱讀我們的定制內容。我們根據從營銷前調查收集的醫師反饋開發具吸引力的定制內容，並根據醫師用戶喜好及興趣通過不同渠道以不同格式提供該等內容，以提高用戶參與度及傳達信息的成效。我們通過跟進調查追蹤醫師對新療法的熟悉程度及接受程度，以調整我們的策略並評估我們的營銷成果。

根據公司X提供的營銷活動後銷量分析，2018年，公司X向目標醫院銷售的新藥銷售量的平均增長率較我們的營銷活動並無覆蓋的醫院的平均增長率高出約28%。根據公司X與我們共同進行的市場研究及分析，在我們的營銷活動後，目標醫師對公司X新療法的認知度平均提高30%以上，彼等以該新療法開處方的意願平均增加約35%。

我們的解決方案不僅使公司X的新藥在目標醫師群中獲得廣泛認可，成功在目標城市推出新藥，同時亦大大降低其營銷成本。公司X自2018年以來一直使用我們的服務。



**案例二：跨國公司在中國為成熟藥品拓展市場**

公司Y為一家跨國製藥公司，產品包括一款已上市十年的藥品。該藥品的核心目標市場一二線城市，已達到飽和水平。因此，公司Y擬擴展及提高在次級城市及農村地區醫院的市場份額。此類醫院數目眾多且地理分佈較廣。由於該等醫院的規模較小，預期每家只有少量處方需求，因此公司Y需要向眾多醫院提供藥品信息，建立相當數量的訂單及實現其銷售目標。醫療代表無法通過親身互動有效地協助公司Y達致上述目標。

公司Y因此聘請我們提供更具效益的替代營銷解決方案。我們為公司Y挑選一大批目標醫師，並定制內容，以適應該等目標醫師的專業水平。2015年至2021年，我們為公司Y進行了106個系列精準營銷推廣，合共有來自次級城市及農村地區約25,000家醫院的約45,000名目標醫師點擊並閱讀我們的定制內容。我們亦在營銷活動後對醫師反饋及處方模式進行分析，根據該等分析，為Y公司自目標領域中識別出日後可投入進一步營銷工作的主要市場。

根據公司Y提供的營銷活動後銷量分析，2016年至2019年，於我們的營銷活動覆蓋但醫療代表並無通過實地訪問覆蓋的地區，公司Y藥品的銷量增加約138%。該分析表明，按2016年至2019年銷量增長計，我們營銷活動取得的結果與醫療代表通過實地訪問覆蓋的地區取得的結果相若。根據弗若斯特沙利文報告，按每次實地訪問的估計平均成本計算，與醫療代表的實地訪問相比，我們的解決方案為公司Y降低了85%的營銷成本。

在我們的協助下，公司Y可覆蓋過往無法以具成本效益的方式通過醫療代表聯繫的次級城市及農村地區廣大醫師，同時亦為其識別可推動日後收入增長的關鍵市場。公司Y自2015年以來一直使用我們的服務。

## 患者

中國的患者在醫院就診時通常會遇到諸多不便與困難，例如通勤時間冗長、等候耗時且無法找到合適的醫師。我們於2021年開始開展互聯網醫院業務。患者可以從參與我們互聯網醫院的醫師獲得醫療建議及處方，簡單方便。

此外，患者對其病情的認識不足，可能無法按照建議持續用藥。因此，他們往往無法獲得預期治療效果。我們的慢性疾病管理服務旨在通過教育患者相關健康風險與處方藥知識，並協助他們管理和監察其特定病況和治療方案，從而改善患者的治療效果。

## 其他平台參與者

我們的全面解決方案產品亦讓我們為醫療系統的其他參與者提供服務，例如醫學研究員、醫院、慈善組織及CRO。例如，我們為醫院提供用於臨床試驗的數據管理工具EDC系統及用於管理臨床實踐所得特定疾病臨床數據的CDMS。

## 我們的平台參與者規模及人數

下表呈列我們的若干營運數據，反映所示日期與期間我們主要平台參與者的規模及人數：

	於12月31日		
	2018年	2019年	2020年
註冊用戶數目(百萬人) .....	2.5	3.0	3.5
註冊醫師用戶數目(百萬人) .....	2.0	2.2	2.4

	截至12月31日止年度		
	2018年	2019年	2020年
醫療客戶數目 <sup>(1)</sup> .....	42	61	81

附註：

(1) 指於期間購買我們精準營銷及企業解決方案的醫療客戶數目。

我們主要透過為製藥及醫療設備公司提供解決方案以自我們龐大的醫師用戶基礎實現盈利。我們龐大的醫師用戶群及用戶分析使我們成為中國製藥及醫療設備公司的首選精準數字醫療營銷平台。

### 我們的盈利模式

我們通過提供不同解決方案盈利，解決平台參與者的不同需求。我們的解決方案分為三類，即精準營銷及企業解決方案、醫學知識解決方案及智能患者管理解決方案。我們大部分收益來自精準營銷解決方案，該解決方案為製藥及醫療設備公司提供數字醫療營銷服務。下文載列按解決方案類別劃分的盈利模式概要：

#### 精準營銷及企業解決方案

精準營銷及企業解決方案包括向醫療客戶提供精準營銷解決方案及向醫療客戶、醫院、研究機構及CRO提供企業解決方案。

#### 精準營銷解決方案

精準營銷解決方案的收益模式主要是表現掛鈎的營銷服務。精準營銷解決方案的收益來自製藥及醫療設備公司就數字推送、數字營銷諮詢及數字內容創建服務支付的費用。數字推送(通過平台上的多個渠道以互動形式向目標醫師提供定制內容)佔精準營銷解決方案的大部分收益。我們向製藥及醫療設備公司就主要按點擊次數的數字推送收費。

我們通過利用龐大的醫師用戶基礎從製藥及醫療設備公司創造收益，龐大的醫師用戶基礎及用戶數據有助我們運用AI及大數據技術洞悉醫師背景、行為及喜好。借助我們過往多年與醫師交流所積累的龐大數據庫及數據見解，我們可準確地以符合成本效益的方式向特定醫師群組傳達製藥及醫療設備公司贊助的定制內容。用戶分析能力使我們成為中國製藥及醫療設備公司的首選精準數字醫療營銷平台。

我們的平台對製藥及醫療設備公司的吸引力以及我們業務的增長部分由我們醫師用戶的參與度所推動。我們的醫師用戶參與度持續提高將使得醫師用戶對定制內容的潛在點擊次數增加。我們通過提供高質量醫學知識內容(屬非贊助的編輯內容)留住及吸引醫師用戶並帶動彼等的參與度，滿足醫師對持續醫學教育及臨床決策的需求。我們大部分醫學知識內容是免費的，因此我們可以培養和維持龐大的醫師用戶基礎。我們將不斷發展醫師網絡，推動用戶參與度，獲取製藥及醫療設備公司更多的營銷開支。

### 企業解決方案

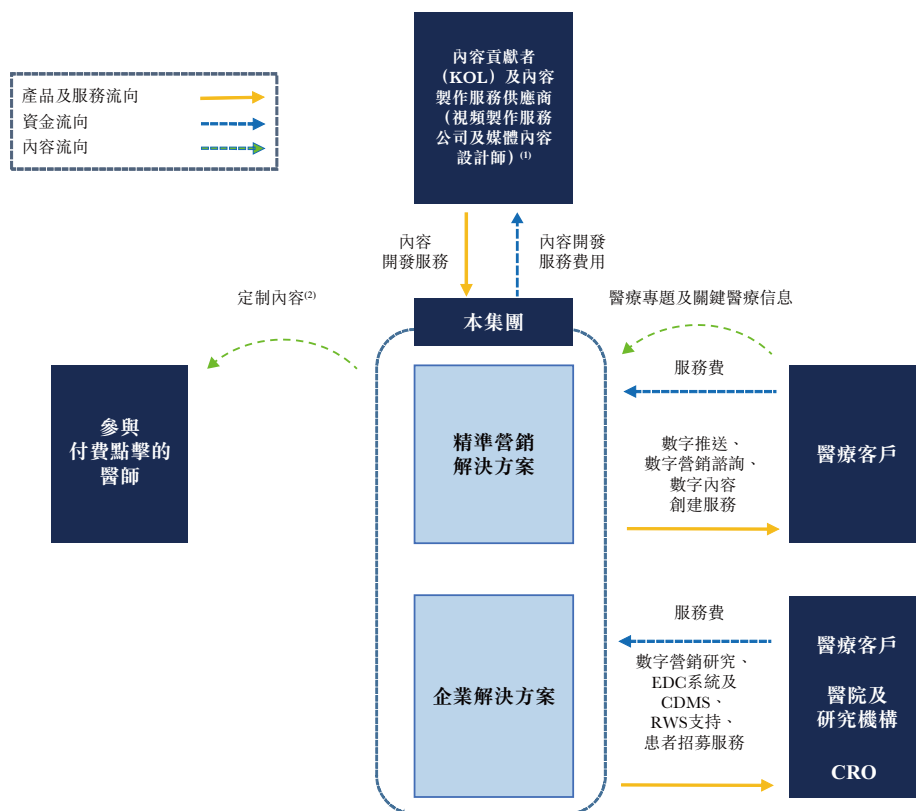
企業解決方案的收益模式主要是軟件即服務(「SaaS」)。企業解決方案的收益主要來自醫療客戶、醫院、研究機構及CRO(如適用)就數字市場研究、EDC及CDMS解決方案、RWS支持解決方案及患者招募服務支付的費用。我們採用SaaS模式提供EDC及CDMS解決方案以及RWS支持解決方案，並根據各項目時長定期向客戶收取軟件許可費。

我們通過提供SaaS服務賺取收益的能力源自我們對行業本身及數字化與數據技術需求的深入理解。我們亦利用龐大的醫師用戶基礎，通過提供其他企業解決方案創造收益。我們邀請醫師用戶參與調查及RWS，並推薦合適的患者參加由製藥及醫療設備公司贊助的臨床試驗，並就該等服務收取費用。

我們設立了專門的研究機構，即醫學信息科學研究院，致力發展對新藥及醫療設備的深刻見解以及於我們的解決方案應用技術。我們將通過提高現有解決方案的質量及效率以及擴展解決方案產品範圍，擴大SaaS服務的市場份額。我們將不斷發展醫師網絡，以便從其他企業解決方案中獲得更多收益並擴大市場份額。

以下流程圖顯示精準營銷及企業解決方案分部客戶、我們及若干供應商之間的產品及服務流向與資金流向以及內容流向。

## 業 務



附註：

- (1) 我們的內容團隊與作為我們內容貢獻者的KOL合作，共同發展內容，其專家觀點及意見亦補充我們的內部開發能力。我們聘請視頻製作服務公司及媒體內容設計師等內容製作服務供應商，提供可擴展性，助力推動我們的業務增長。
- (2) 定制內容由製藥及醫療設備公司贊助。我們的內容團隊與製藥及醫療設備公司合作創建定制內容。請參閱「業務—我們平台的內容—定制內容」。

### 醫學知識解決方案

醫學知識解決方案的收益模式主要是會員模式。我們就若干醫學知識解決方案產品(即臨床指南、醫學文獻王、用藥參考及全醫藥學大詞典)收取年度會員費。用戶就單一產品支付會員費後，僅將獲得該產品的使用權限。

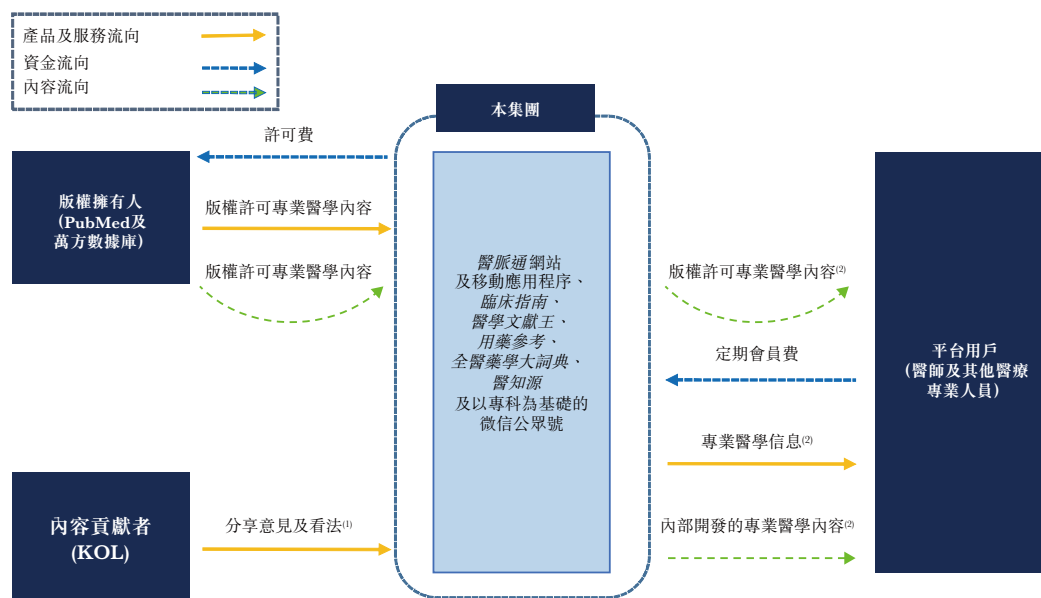
我們提供龐大醫學內容資料庫，為醫師及其他醫療專業人員隨時隨地提供大量專業醫學資料以滿足彼等進行持續醫學教育及臨床決策的需求。我們使用免費模式獲取

## 業 務

付費用戶。我們大部分醫學知識內容可免費獲得，用戶須支付年度會員費或下載費以獲取優質內容，例如最新臨床指南及新藥資料。

我們將通過提高平台可用醫學知識內容(尤其是優質內容)的質量及廣度以及提供更多增值服務(例如疾病知識數據庫及全面的臨床決策支持工具)增加付費用戶。

下圖顯示醫學知識解決方案分部客戶、我們及若干供應商之間的产品及服務流向與資金流向以及內容流向。



附註：

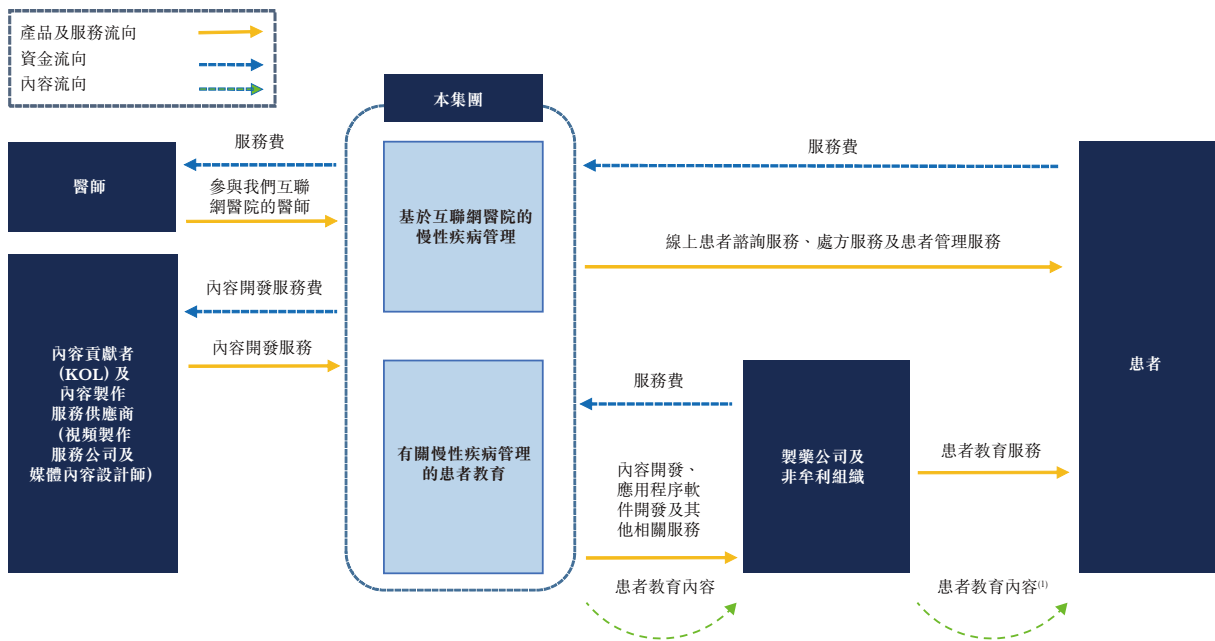
- (1) 營業紀錄期間，我們並無向身為開發我們醫學知識內容的內容貢獻者之KOL支付任何代價。
- (2) 我們的醫學知識內容包含專業醫學信息，屬非贊助的編輯內容。我們的醫學知識內容主要包括本身內容團隊編製的內容及從第三方專業信息來源取得的內容。請參閱「業務 — 我們平台的內容 — 醫學知識內容」。

智能患者管理解決方案

營業紀錄期間，我們通過向非牟利醫學組織及製藥公司開發網頁及患者教育內容收費而獲得服務收益。我們於2021年開始自患者就使用我們互聯網醫院的在線諮詢服務而支付的費用中賺取佣金收益。我們並無就其他互聯網醫院服務收費，例如患者管理服務。

我們將繼續發展互聯網醫院及探索自以互聯網醫院為基礎的患者管理服務盈利的新方法。醫師用戶協助我們邀請目標患者加入互聯網醫院平台。我們於平台上提供患者管理服務，協助彼等管理和追蹤患者的特定病情及治療方案，改善治療效果。隨着患者基礎增加，我們可能決定就患者使用患者管理服務收費。此外，由於我們的互聯網醫院提供處方服務，使我們的平台對製藥及醫療設備公司更有價值，我們日後可能有更多機會與該等公司合作。

下圖顯示智能患者管理解決方案分部客戶、我們及若干供應商之間的产品及服務流向與資金流向以及內容流向。



附註：

(1) 該內容由客戶發佈，不構成我們平台上的內容。

## 我們的解決方案

我們已開發專為應對醫療公司、醫師、患者及醫療行業其他參與者不同需求的綜合解決方案。如下表所述，我們主要提供三類解決方案，即精準營銷及企業解決方案、醫學知識解決方案及智能患者管理解決方案。

解決方案類別	解決方案	代表客戶
精準營銷及企業 解決方案 .....	精準營銷(包括數字營銷諮詢、 數字內容創建及數字推送)	製藥及醫療設備公司
	數字市場研究	製藥及醫療設備公司
	EDC系統及CDMS <sup>(1)</sup>	醫院及研究機構
	RWS支持 <sup>(2)</sup>	製藥及醫療設備公司
	患者招募	CRO
醫學知識解決方案.....	提供專業醫學信息，涵蓋持續 醫學教育及臨床決策支持(透 過醫脈通網站及移動應用程 序、臨床指南、醫學文獻王、 用藥參考、全醫藥學大詞典、 醫知源和以專科為基礎的微 信公眾號)	醫師及其他醫療專業人員



## 業 務

解決方案類別	解決方案	代表客戶
智能患者管理 解決方案 .....	慢性疾病管理服務	患者、製藥公司以及非牟利機構

附註：

- (1) EDC系統為臨床試驗的數據管理工具，而CDMS旨在收集並管理臨床實踐所得的特定疾病臨床數據。請參閱「— 精準營銷及企業解決方案 — EDC系統及CDMS」。
- (2) RWS支持解決方案旨在收集、管理並處理真實世界臨床數據，並進行統計分析。請參閱「— 精準營銷及企業解決方案 — RWS支持」。

### 精準營銷及企業解決方案

我們的精準營銷解決方案讓製藥及醫療設備公司可有效聯繫目標醫師，並向醫師灌輸有關處方藥及醫療設備的知識。上述解決方案包括(i)主要以*e信使*及*e脈播*品牌提供精準數字推送(包括在線會議交付)；及(ii)數字營銷諮詢及數字內容創建。我們的精準營銷解決方案實力優厚，可為營銷活動實現巨大的營銷投資回報及飛輪效應，因此我們得以建立高質素的醫療客戶群並提升客戶忠誠度。於2020年，81家製藥及醫療設備公司使用我們的精準營銷及企業解決方案，包括以收益計算全球20大跨國製藥公司其中18家，以及多家中國大型製藥公司。

我們亦提供多種企業解決方案，(i)讓製藥及醫療設備公司以具成本效益的方式進行市場研究；及(ii)幫助製藥及醫療設備公司、醫院及醫療行業的其他參與者提升臨床試驗及醫學研究的效率。我們的數字市場研究以*e調研*品牌提供。我們的臨床研究解決方案包括EDC系統及CDMS、RWS支持及數字臨床患者招募。

於2018年、2019年及2020年，我們已分別為醫療客戶的99個、144個及191個醫療產品提供精準營銷及企業解決方案。

### 精準數字推送

*e信使*及*e脈播*數字推送解決方案分別於2014年及2019年推出，旨在取代傳統醫療銷售模式的醫學代表面對面互動，取得更豐厚的營銷活動投資回報。我們的*e信使*功能讓製藥和醫療設備公司可以文本或多媒體形式向醫師提供定制內容。*e信使*更有即時對話功能，讓醫師用戶與醫學代表對話。*e脈播*功能讓製藥和醫療設備公司以現場或錄製方式向醫師用戶提供贊助醫學節目，亦可與醫師用戶進行在線會議。

受惠於我們龐大的數據收集及數據見解，我們能夠按照我們醫療客戶的特定標準(如專科及地理位置)將定制內容準確地提供給特定的醫師群組。我們內容的傳遞相當準確，大大提高了醫療客戶的營銷支出成本效益及醫師覆蓋率。我們通過平台上的多個渠道提供定制內容，包括我們的網站、移動應用程序、桌面應用程序、微信小程序及微信公眾號。

我們以互動形式提供定制內容，讓醫師有機會積極參與定制內容。因此，我們可以讓製藥及醫療設備公司根據醫師的參與程度更了解醫師的偏好。*e信使*及*e脈播*亦可作為客戶醫學代表的工具，彼等可通過我們的平台以虛擬方式接觸目標醫師，直接與目標醫師聯繫。我們客戶的醫學代表可通過*e信使*訊息功能以互動形式交流產品最新信息並回答目標醫師的問題，並可在我們的*醫脈通*網站和移動應用程序上通過*e脈播*功能與目標醫師進行在線會議或直播醫學節目。

我們亦運用即時追蹤醫師反饋及分析營銷結果的能力作出客觀統計報告，讓醫療客戶可以評估其營銷活動的成效。

以下是e信使及e脈播功能和特點的屏幕截圖：

e信使的醫師界面



e脈播的醫師界面



我們的定價條款視乎傳遞渠道而有所不同，且主要按點擊次數計算費用。醫療客戶可根據框架服務協議購買一定數量的點擊次數，而我們可能協定保證最低點擊次數。我們亦可能協定保證將會接收推送之定制內容的最低醫師人數。對於使用e脈播功能的在線會議或直播服務，我們會根據會議或直播片段數目收取服務費。倘某一片段(直播長達一定時間)的實際觀眾未達最低人數，我們可能同意免收該片段的服務費。

### **數字營銷諮詢及數字內容創建**

我們協助製藥及醫療設備公司設計具成本效益的藥物和醫療設備營銷活動，並與該等公司合作開發其產品的相關定制內容。我們會根據產品在其生命週期中的階段、競爭地位、目標醫師的處方模式以及其他相關因素，為每個產品量身打造營銷策略和定制內容。我們的建議涵蓋營銷活動各重要範疇，例如時間長短、範圍、內容形式和傳遞渠道。定制內容可以採用文本和多媒體形式(例如圖表、短視頻和直播)，以更有效地吸引醫師的注意，亦使營銷活動效果更佳。上述定制內容旨在向醫師灌輸有關產品的各方面知識，例如目標適應症、有效成分、作用機制、優點、處方劑量說明和主要注意事項，讓醫師可作出明智的處方決策。我們具備專業知識且洞悉醫師的在線習慣，可創建既詳盡又吸引人的定制內容。我們亦可與醫學界的KOL合作製作定制內容，而我們相信KOL的見解和意見使定制內容更具說服力。我們製作的內容包含KOL的見解分享，以不同的形式表達，包括KOL訪談、KOL主持的醫學節目及由KOL擔任主要講者的贊助講座及醫學會議。

2020年，我們與15個專科的600多名KOL合作，包括感染科、呼吸內科、精神科、泌尿科、內分泌科、神經科、心血管科、胸外科、血液科及腫瘤科。上述大部分KOL為大城市三級醫院的主任、副主任、科室主任及主任醫師。於2018年、2019年及2020年，我們分別向該等KOL支付合共人民幣0.7百萬元、人民幣1.6百萬元及人民幣7.7百萬元的專家諮詢費。

## 業 務

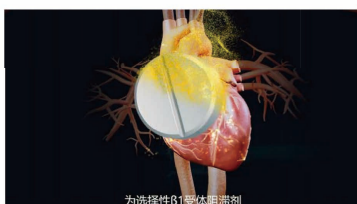
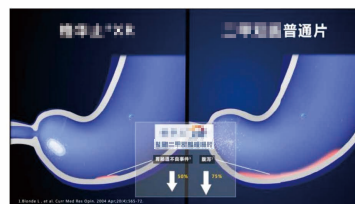
製藥和醫療設備公司委託我們製作定制內容時可以挑選特定的主題，而我們的收費會基於不同的主題而異。為了提高營銷活動的有效性，我們一般會就同一產品創建一系列內容，並在一段時間內傳遞有關內容。

以下是我們以動畫形式所製作定制內容的屏幕截圖。

模擬藥物傳輸路徑



顯示與同類藥物比較的優點



3D視頻顯示藥物的作用機制

我們特定營銷諮詢項目的服務費乃根據團隊規模及項目所用時間釐定。

我們的數字內容創建服務費乃根據定制內容的複雜程度釐定，而有關信息的複雜程度則取決於特定產品及客戶要求。我們的基本服務及定制服務兩者的價格有別。我們的基本服務提供相對標準的內容，收費是基於內容量和所選的內容形式(例如圖表、短視頻及文本)釐定。我們的定制服務會按客戶的要求量身定制內容。對於使用圖表及文本形式的內容，我們的收費是基於內容量及所選內容形式或創建圖形及文本形式內容所耗時間釐定；而有關視頻的收費則以創建視頻內容所耗時間和視頻內容與長度釐定。

### 數字市場研究

我們於2010年開始提供*e*調研數字市場研究解決方案。我們的解決方案會按製藥及醫療設備公司的委託進行定制電子研究，而該研究會根據製藥及醫療設備公司要求的專業、執業年期和地理位置挑選目標醫師群組。

我們讓製藥及醫療設備公司優化研究設計並準確地對目標醫師進行研究。例如，醫師可能由於不熟悉某種藥物的適應症或副作用等原因而忽視該藥物。因此，醫師對藥物的認識和觀念是製藥公司有效進行該藥物的營銷活動時不可或缺的信息。

基於我們對客戶需要的了解，我們的研究問題旨在正確評估醫師對產品的態度，以便製藥及醫療設備公司可獲得有助推動產品改進及優化營銷策略的前瞻意見。我們根據製藥和醫療設備公司指定的標準選擇醫師邀請參加研究，從而獲得優質的研究結果。此外，我們洞悉醫師的偏好和感興趣的範疇，有助增加我們所選擇醫師的回應。由於我們的醫師網絡龐大，數據洞悉力卓越，加上技術基礎建設完善，故相比通常通過電話、傳真、電子郵件、常規郵件或面對面訪談進行的傳統研究，*e*調研可聯繫的醫師顯著較多且更為合適，可更快得出結果及分析，亦更具成本效益。

我們的*e*調研服務費主要根據研究覆蓋的醫師數目及問卷的複雜程度釐定。研究一般涉及30至400名醫師，視乎個別研究目標而定。我們可能協定所收集研究的最低份數。我們將上述費用的部分支付予研究參與者，作為彼等參與該等研究的獎勵。我們亦就問卷設計及結果分析收取費用。

我們的中國法律顧問認為，我們毋須就提供*e*調研數字市場研究解決方案相關的個人資料洩露的潛在申索負責，理由在於我們遵守有關的中國數據保護及隱私法律，在研究期間並無收集研究參與者的任何個人資料，且並無將任何該等個人資料載入我們向醫療保健客戶提供的任何研究結果及分析。

# 業務

以下是e調研醫師界面功能和特點的屏幕截圖。



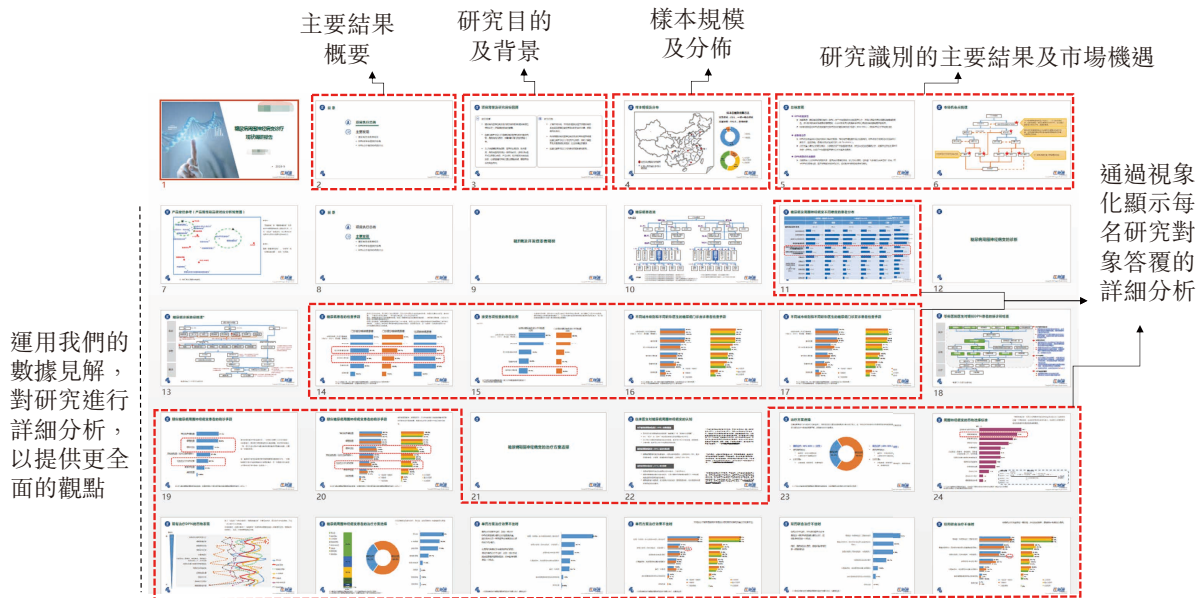
資源及工具

研究清單

研究報告

參與e調研的方法

以下是向製藥及醫療設備公司交付的研究結果和分析的屏幕截圖。



運用我們的數據見解，對研究進行詳細分析，以提供更全面的觀點

通過視象化顯示每名研究對象答覆的詳細分析

### **協議重大條文及條款**

我們的精準營銷解決方案及數字市場研究的客戶主要包括製藥及醫療設備公司。我們服務的條款及安排視乎客戶要求的服務類型及性質而有所不同。我們就精準營銷解決方案及數字市場研究訂立的框架服務協議一般年期最多一年。我們的定價視乎上述所提供服務的類型及性質而有所不同。確定定價策略時，我們會考慮多種因素，例如市場需求、預期市場趨勢及競爭對手產品的價格。我們相信我們的定價策略符合市場趨勢。我們的客戶一般同意於(i)每次我們履行個別服務；或(ii)項目達到各里程碑(視乎服務類型及性質而定)時支付款項。我們一般給予客戶的信貸期為60至120天。

我們的客戶於有需要時容許我們存取其數據及IT系統。在收集、處理或管理個人信息時，我們必須遵守相關法律法規以及與客戶就個人信息收集及數據保護訂立的協議。我們一般同意，根據協議生產的所有工作產品的知識產權歸客戶所有。我們通常須保證我們創建的內容並無侵犯任何第三方權利(包括知識產權及商業秘密)。我們通常向客戶聲明並保證已獲得必要的執照及許可，並將遵守相關法律法規以及與客戶就履行我們的服務訂立的協議。按照行業慣例，我們並無就可能違反聲明或保證的行為購買保險。

### **EDC系統及CDMS**

我們的*e研通*品牌提供EDC系統及CDMS。我們向醫院、CRO、研究機構及製藥公司提供用於臨床試驗的數據管理工具EDC系統。我們的EDC系統可自動進行臨床研究的關鍵任務，例如數據收集、報告、解決疑問、隨機抽樣與校驗、病例報告表格打印、電子簽名及源數據驗證(「SDV」)。我們的EDC系統整合各種編碼或診斷標準，包括醫學系統命名法－臨床術語(「SNOMED CT」)、疾病和有關健康問題的國際統計分類第十次修訂本(「ICD10」)、不良事件通用術語標準(「CTCAE」)、實體腫瘤反應評估標準(「RECIST」)及臨床數據交換標準協會(「CDISC」)保存的臨床數據獲取協調標準(「CDASH」)。此外，我們的EDC系統可以直接連接到各種臨床研究機構的系統(包括醫院信息系統(「HIS」)、實驗室信息系統(「LIS」)及圖片存檔和通訊系統(「PACS」))，讓用戶可自動提取數據，



提高數據準確性及輸入效率。另外，該系統支持多種語言，方便國際臨床試驗的部署。我們以SaaS商業模式提供EDC系統，並根據各項目的時間長短定期向客戶收取軟件許可費。我們的CDMS旨在用於收集及管理臨床實踐所得的有關特定疾病的臨床數據，專為醫院及研究機構提供。我們的CDMS可運用自定義數據集建立特定疾病的數據庫。例如，2016年，我們為一家醫院構建EDC系統，用於收集及管理神經系統疾病的臨床數據，而毋須傳統的人工數據輸入。該EDC系統可自動從醫院數據庫中提取相關患者紀錄，並隨著新臨床數據的生成持續更新。

根據我們與客戶訂立的協議，我們僅提供SaaS服務，包括系統開發及維護服務，我們的客戶可使用該等服務收集、管理及處理臨床數據並進行統計分析。在患者事先同意的情況下，醫院客戶或我們客戶與之合作的醫院收集患者醫療紀錄等臨床數據後，我們根據與客戶訂立的協議將有關數據存儲在我們的數據中心，再由客戶使用我們的解決方案處理及分析該等數據。我們並不參與疾病診斷、治療、臨床試驗、研究或任何其他臨床實踐，亦不負責收集、分析或分發臨床數據或其準確性。因此，我們相信，我們不應對客戶在臨床實踐中造成的任何潛在人身傷害或其他傷害申索負責，因此不對任何該等潛在申索購買保險。根據《藥物臨床試驗質量管理規範(2020修訂)》，申辦者須向研究者及臨床試驗機構提供有關臨床試驗的法律和經濟保險或擔保，且確保保險或擔保適合臨床試驗風險的性質和程度。中國法律顧問認為，我們對客戶在臨床實踐中造成的任何潛在人身傷害或其他傷害申索承擔責任的可能性很小。

### **RWS支持**

我們的RWS支持解決方案致力支持製藥公司及醫療機構真實世界以實證為基礎的研究。上述研究旨在收集及研究藥物在真實世界環境所發揮作用的相關數據，尤其是藥物潛在益處和風險的臨床證據。我們的RWS支持解決方案讓製藥公司可有效地收集和分析真實世界的臨床數據。我們的RWS支持解決方案利用我們的EDC系統收集、管理

及處理真實世界的臨床數據，並進行統計分析。通過分析患者使用所研究藥物的情況和藥物推出後在真實世界中的影響，並將這些發現與最佳條件下的臨床數據進行比較，我們的解決方案有助客戶識別藥物的潛在益處及風險，並有助提高藥物的安全性和有效性。我們以SaaS形式提供RWS支持，並根據參與RWS的患者數目定期向客戶收費。例如，2020年，我們為有關骨髓纖維化診斷及治療的真實世界以實證為基礎的研究提供RWS支持解決方案。憑藉我們龐大的醫師基礎，我們能夠邀請一大群醫師參與研究並提供相關臨床數據。

根據我們與客戶訂立的協議，我們僅向客戶提供SaaS服務，如EDC系統服務，我們的客戶可使用該等服務收集、管理及處理真實世界的臨床數據並進行統計分析。在患者事先同意的情況下，醫院客戶或我們客戶與之合作的醫院收集患者醫療紀錄等臨床數據後，我們根據與客戶訂立的協議將有關數據存儲在我們的數據中心，再由客戶使用我們的解決方案處理及分析該等數據。我們並不參與疾病診斷、治療、臨床試驗、研究或任何其他臨床實踐，亦不負責收集、分析或分發臨床數據或其準確性。因此，我們相信，我們不應對客戶因研究而造成的任何潛在人身傷害或其他損害申索負責，因此不對任何該等潛在申索購買保險。中國法律顧問認為，我們對客戶在研究中造成的任何潛在人身傷害或其他傷害申索承擔責任的可能性很小。

### **患者招募**

我們協助製藥及醫療設備公司和CRO進行臨床試驗的患者招募，並利用我們的醫師網絡及軟件技術提供有關服務。我們邀請醫師用戶推薦適合臨床試驗的患者，高效地聯繫目標患者，迅速達成計劃入組目標。一旦我們受聘為臨床試驗提供患者招募服務，我們會聯繫相關專業的醫師用戶，並邀請彼等推薦合適的患者。我們一般不就醫師的推薦付費。於選擇醫師時，我們會考慮其所在位置，並優先考慮靠近臨床試驗點的醫師，以增加在該地點附近物色患者的機會。我們的醫師用戶向我們推薦合適的患者，並提供患者姓名、聯繫方式及診斷疾病名稱，而我們會將該等資料提供予臨床試驗點。如被選中，患者將直接與臨床試驗點(如臨床試驗中心)訂立同意書，而我們並不參與

訂立相關安排。我們不會就患者招募服務向患者支付任何報酬或提供任何利益。我們根據疾病的複雜性及須招募的患者數目向客戶收取服務費。例如，2017年，我們為一家CRO提供患者招募服務，為治療克羅恩病的新藥進行臨床試驗。由於有數種同類藥物同時進行臨床試驗，故該CRO無法按時完成患者招募目標，致使臨床試驗進程有所延誤。得益於我們龐大的醫師網絡，我們能夠通過醫師用戶推薦合適患者幫助CRO實現患者招攬目標。

根據相關國法律法規，臨床試驗的申辦方(如製藥及醫療設備公司)以及CRO或會因臨床試驗而須就在患者身上進行試驗的藥物或設備造成的潛在人身傷害或其他危害承擔責任。我們並非臨床試驗的申辦方，且不提供研究服務，亦不與患者建立合約關係。因此，我們相信，我們不應對我們招募的患者遭受的任何潛在人身傷害或其他傷害申索負責，因此不對任何該等潛在申索購買保險。根據《藥物臨床試驗質量管理規範(2020修訂)》，申辦者須向研究者及臨床試驗機構提供有關臨床試驗的法律和經濟保險或擔保，且確保保險或擔保適合臨床試驗風險的性質和程度。中國法律顧問認為，我們對客戶在臨床實踐中造成的任何潛在人身傷害或其他傷害申索承擔責任的可能性很小。

### 醫學知識解決方案

我們的醫學知識解決方案奠基於我們最即時且專業的綜合醫學內容數據庫，滿足醫師對持續醫學教育及臨床決策支持的需要，亦滿足其他醫療專業人員(如製藥公司的醫療代表及研究員)對專業醫學信息的需要。我們的醫學知識解決方案通過多個簡便的渠道提供專業醫學信息，包括我們的網站、移動應用程序、桌面應用程序、微信小程序及微信公眾號。

醫脈通網站可作為醫師及其他醫療專業人員發掘和取得豐富專業生成內容、強大工具和應用程序以及定制內容的首要途徑，彼等亦可在我們的網站上傳及取得用戶生成內容。在同一網站，醫師可以掌握最新醫學信息，認識更多有關處方藥和醫療設備的信息，亦可分享實踐竅門和臨床病例報告。我們的醫脈通移動應用程序將用戶體驗伸延至手機和平板電腦，讓用戶可隨時隨地在我們平台上取得所需內容，方便快捷。醫脈通網站和移動應用程序上的大部分內容均可供註冊醫師免費使用。

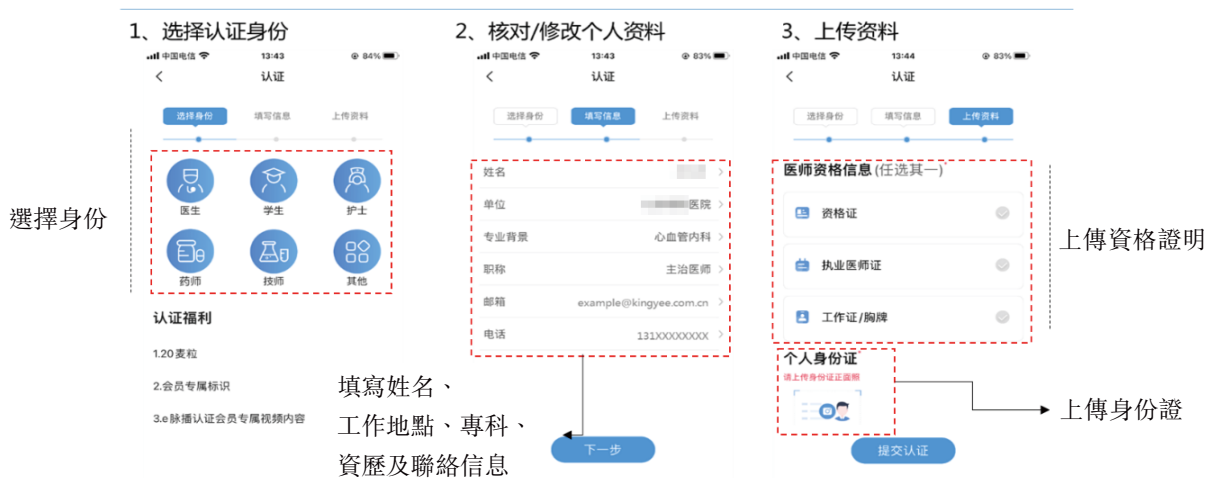
除醫脈通網站和移動應用程序外，我們開發工具及應用程序，以在醫脈通平台上提供醫學知識解決方案(包括臨床指南、醫學文獻王、用藥參考、全醫藥學大詞典、醫知源)以及以專科為基礎的微信公眾號。儘管我們平台的大部分內容可免費存取，但用戶須就若干產品支付定期會員費，以存取該等產品的全部內容及功能。除購買會員資格外，用戶亦可支付每次下載費以存取特別內容，例如臨床指南。

- **臨床指南**。我們透過移動應用程序及網站提供的**臨床指南**解決方案集合各大臨床參考，為執業醫師提供不可或缺的支持。**臨床指南**的大部分內容均可供註冊醫師免費使用。若干最新臨床指南僅供繳付定期會員費的會員使用。
- **醫學文獻王**。我們透過桌面應用程序及微信小程序提供的**醫學文獻王**為搜索及管理多種語言醫學文獻以及撰寫研究論文的強大工具。註冊用戶使用**醫學文獻王**撰寫論文時，可免費引用最多30篇參考文獻。繳付定期會員費的會員不限引用次數。
- **用藥參考**。我們透過桌面應用程序、移動應用程序及網站提供的**用藥參考**為醫師提供有關處方藥的全面信息。註冊用戶可免費使用大部分內容。若干額外資源(例如與新藥有關的信息)則僅供繳付定期會員費的會員使用。
- **全醫藥學大詞典**。我們透過桌面應用程序、移動應用程序及網站提供的**全醫藥學大詞典**具有綜合英漢雙語醫學詞典及超卓的翻譯工具。註冊醫師可免費使用大部分**全醫藥學大詞典**的詞彙。額外醫學詞彙僅供繳付定期會員費的會員使用。
- **醫知源**。我們透過微信小程序提供的**醫知源**解決方案具備全面信息，可支持特定疾病的診斷及治療。於2020年12月31日，我們已開發專門的腫瘤小程序，並

計劃針對其他主要疾病種類開發更多小程序。目前，註冊醫師可免費使用醫知源的所有內容。

- **以專科為基礎的微信公眾號**。我們就各大醫學專科設有微信公眾號。該等渠道所提供的信息主要包括實踐指引、臨床病例研究及相關專科的專家意見。醫師可根據其專科或感興趣的範疇訂閱微信公眾號。於2020年12月31日，我們有21個以專科為基礎的微信公眾號。目前，註冊醫師可免費閱覽查看以專科為基礎的微信公眾號上的所有內容。我們微信公眾號的關注者可參與討論、分享實踐竅門並發表意見和想法，作為對我們微信公眾號內容的評論，讓我們可創建精彩的專業討論論壇。

用戶在獲得我們醫脈通平台的醫學知識內容及臨床決策支持工具前，須先註冊並登錄。用戶透過我們其中一個解決方案在我們的平台註冊後，便可使用相同的登錄憑據使用我們的其他解決方案。我們亦通過只限於為註冊醫師提供定制內容的方式，來鼓勵用戶驗證其醫師身份，而只有用戶在認證過程中提供有關執業醫師或執業(助理)醫師的信息而我們可以通過中國的國家衛生健康委員會的數據庫核實，方會將用戶計入「註冊醫師用戶」。我們會核查各項新認證申請，定制內容僅限註冊醫師用戶使用。在身份驗證過程中，我們可收集醫師的資格證明及詳盡的背景信息，讓我們可準確地向目標醫師傳遞定制內容及醫學知識內容。以下是我們平台的醫師身份認證過程的屏幕截圖。



## 業 務

下表概述按產品及用戶類別劃分的用戶使用權限：

產 品	非註冊用戶	註冊用戶(包括註冊醫師用戶)	付費用戶
醫脈通網站 .....	有限使用	除僅限付費用戶使用的 指定產品資源以外的 所有資源	所有資源
醫脈通移動應用程序 ...	有限使用	除僅限付費用戶使用的 指定產品資源以外的 所有資源	所有資源
臨床指南移動應用程序 .	有限使用	除若干最新臨床指南以 外的所有資源	繳付會員年費人 民幣148元 <sup>(1)</sup> 可 使用所有資源 (包括最新臨 床指南)
醫學文獻王桌面 應用程序 .....	不可使用	免費引用最多30篇研究 文章	繳付會員年費人 民幣99元 <sup>(1)</sup> 可享 有所有文章不 限引用次數
用藥參考移動應用程序 .	有限使用	除選定資源(例如與新藥 有關的信息)外的所有 資源	繳付會員年費人 民幣99元 <sup>(1)</sup> 可 獲所有資源(包 括精選資源)

## 業 務

產品	非註冊用戶	註冊用戶(包括註冊醫師用戶)	付費用戶
全醫藥學大詞典桌面應用程序.....	不可使用	除若干醫學詞彙以外的所有資源	繳付會員年費人民幣99元 <sup>(1)</sup> 可獲所有資源(包括額外醫學詞彙)
醫知源微信小程序.....	有限使用	所有資源	並無付費用戶
21個以專科為基礎的微信公眾號.....	所有資源	所有資源	並無付費用戶

附註：

- (1) 於2020年12月31日，一項產品的會員費僅可讓付費用戶存取該項產品的付費資源。例如，繳付用藥參考會員費人民幣99元的用戶不可存取全醫藥學大詞典的付費資源。

醫脈通平台在中國廣獲醫師認可為值得信賴的最新綜合專業醫學信息來源。根據弗若斯特沙利文報告，於2020年12月31日，醫脈通平台約有3.5百萬名註冊用戶，其中約2.4百萬名為執業醫師，佔截至同日中國所有執業醫師約58%。我們相信，由於我們的平台對醫師日常臨床工作而言不可或缺，故我們平台的用戶參與度相當高。於2018年、2019年及2020年，我們註冊用戶中分別約1.41萬名、8.80萬名及15.93萬名為付費用戶。迄今我們的付費用戶包括註冊醫師用戶及其他註冊用戶(包括其他醫療專業人員，例如醫科學生及藥劑師)和註冊過程中並無指明職業的用戶。除付費用戶外，製藥公司亦使用我們的醫學知識解決方案滿足專業醫學信息需求。2018年、2019年及2020年，購買我們醫學知識解決方案的製藥公司有七、七及九家。下表載列所示期間付費用戶的明細：

## 業 務

	截至12月31日止年度		
	2018年	2019年	2020年
	(以千計)		
註冊醫師用戶 .....	10.2	45.3	92.1
其他註冊用戶 .....	3.9	42.7	67.2
<b>總計</b> .....	<b>14.1</b>	<b>88.0</b>	<b>159.3</b>

下表載列所示期間自定期會員費取得的收益明細：

	截至12月31日止年度		
	2018年	2019年	2020年
	(人民幣千元)		
註冊醫師用戶 .....	560	3,452	6,571
其他註冊用戶 .....	29	361	912
製藥公司 .....	590	804	921
<b>總計<sup>(1)</sup></b> .....	<b>1,179</b>	<b>4,617</b>	<b>8,404</b>

附註：

- (1) 我們亦因用戶支付每次下載費以存取平台的特定內容而產生收益。2018年、2019年及2020年，該等費用產生的收入分別為人民幣171千元、人民幣694千元及人民幣709千元。

2018年、2019年及2020年，每名付費註冊醫師用戶有關醫學知識解決方案的平均開支分別為人民幣58.1元、人民幣76.3元及人民幣75.3元。該開支按相關年度註冊醫師用戶使用我們醫學知識解決方案所付的會費及每次下載費的收益除以該年度付費的註冊醫師相應數目而計算。

### 智能患者管理解決方案

智能患者管理解決方案提供全面的慢性疾病管理服務，包括(i)網上問診和處方服務，亦通過互聯網醫院提供患者管理服務，及(ii)與非牟利機構合作針對特定病情的患者教育。由於我們的互聯網醫院提供處方服務，使我們的平台對製藥及醫療設備公司更有價值，我們日後亦可能有更多機會與該等公司合作。



慢性疾病管理服務是針對特定病情的服務和工具，旨在協助醫師有效管理患者並教育患者有關其特定病情及治療方案的信息，以改善治療效果。未有按照所處方的藥物治療方案用藥是患者無法從治療中獲得預期效果的主要原因之一。我們為患者提供有關其健康風險和處方藥的客觀且值得信賴的信息來源，協助他們管理和監察自身病情及治療方案。幫助患者更好地依從治療方案不僅可改良患者的治療結果，亦有助製藥公司提高銷量。

### 互聯網醫院

我們於2021年2月推出互聯網醫院，標誌著我們智能患者管理解決方案的應用邁出重大一步。我們的互聯網醫院將我們的臨床決策支持服務與患者管理工具結合，使醫師可有效且準確地提供在線諮詢，並在初步諮詢後對患者進行有效的跟進。患者可從參與我們互聯網醫院的醫師獲得醫療建議和處方，方便快捷。我們的互聯網醫院融合我們的患者管理服務。我們的醫師用戶協助我們邀請目標患者加入我們的平台。我們不就醫師邀請患者加入我們的平台而向醫師支付任何代價或利益。我們會在該平台上提供患者管理服務，協助他們管理和追蹤患者的特定病情及治療方案，改善治療效果。我們以互聯網醫院為基礎的慢性疾病管理目前專注於卒中後管理，日後亦將會逐步擴展至其他慢性疾病。其他數字慢性疾病管理服務供應商亦支持糖尿病、呼吸系統疾病、肝臟和膽囊疾病及慢性感染疾病。我們於2021年2月推出卒中後管理服務，而截至最後可行日期，該服務已累積了超過15,000名註冊患者。透過整合從線上諮詢及處方服務所收集的信息，我們的慢性疾病管理模塊可追蹤患者的治療方案詳情。患者界面借助AI技術發送藥物提示及定制慢性疾病管理建議，旨在協助患者了解其病況及改善生活質量，而醫師則可透過醫師界面使用慢性疾病管理模塊追蹤患者有否依從處方。

我們為互聯網醫院開發了無縫多步式在線諮詢及處方流程。使用我們在線諮詢及處方服務的患者首先通過患者界面提交諮詢請求。此類請求被傳送到醫師界面，醫師用戶通過該界面提供在線諮詢及處方服務。當患者收到醫師的醫療建議及處方時，他們可以通過患者界面從我們與之合作的第三方藥房購買處方藥。第三方藥房全權負責履行患者的訂單及交付藥品。患者可以選擇在收到藥品後直接向第三方藥房付款或通過我們的患者界面支付藥品費用。對於通過患者界面支付的款項，我們會定期將從患者收到的全部資金轉交第三方藥房。截至最後可行日期，我們並無從與互聯網醫院服

務相關的藥品銷售或配藥中產生任何收益。我們分別通過擁有互聯網藥品信息服務資格證書的醫脈互通和擁有醫療機構執業許可證的銀川醫脈通運營互聯網醫院的患者界面和醫師界面。我們的中國法律顧問認為，本公司於上述互聯網醫院服務的藥品分銷流程遵守適用的中國法律法規。

我們依靠並非我們員工的外部醫師在互聯網醫院上提供諮詢和處方服務。截至最後可行日期，超過4,200名外部醫師在我們的互聯網醫院註冊。該等醫師均在具備必要資質的線下醫院執業，並通過我們嚴格的驗證程序選拔產生。我們於外部醫師在我們互聯網醫院註冊時與其訂立服務協議，就此，外部醫師應根據相關規則和法規為患者提供在線諮詢和處方服務。外部醫師於服務協議中向我們聲明及保證(其中包括)(i)彼等已向我們提供真實及準確的資料；及(ii)彼等將根據適用法律法規提供諮詢及處方服務。倘我們發現或合理懷疑外部醫師所提供的資料不準確或不真實，或彼等違反服務協議的條款，或在我們認為適合的任何其他情況下，我們有權暫時或永久關閉該等外部醫師於我們平台的帳號。外部醫師同意我們處理並解決因彼等服務引致的醫療投訴及申索。服務協議亦規定，我們每月自患者所支付費用總額扣除佣金後，將向外部醫師支付淨諮詢費。淨諮詢費金額將根據我們對彼等表現的審核而定。目前，來自互聯網醫院的患者管理解決方案的收益主要來自有關佣金。我們並無收取其他互聯網醫院服務的費用。

我們為在平台提供諮詢及／或處方服務的外部醫師就醫療事故索償投保專業責任保險。就任何外部醫師而言，相關保險於該醫師首次提供服務時生效，且對於該生效日期前一個月內發生的事故具有追溯效力。我們並無為僅在互聯網醫院註冊但未提供任何服務的醫師投保。

截至最後可行日期，在我們互聯網醫院提供諮詢及／或處方服務的外部醫師已向相關部門註冊可在我們平台執業。醫師須通過我們設立的嚴格篩選及驗證流程，方可註冊並在我們的平台註冊並開始提供諮詢及處方服務。我們審查醫師向我們提交的背景資料及證明文件，包括目前的職位、資質、教育及工作經驗。我們要求外部醫師嚴格遵守服務協議中規定的工作範圍和質量要求，以符合相關法律及法規的規定。我們會審核彼等的資格，以確保彼等獲授權提供諮詢及處方服務，並將彼等的資格證明遞交予主管政府部門審核。我們僅接受擁有相關資格及執照且已於彼等執照登記我們的醫療機構的醫師在我們的平台提供諮詢及／或處方服務。在我們平台上顯示的外部醫師個人資料須根據彼等的資質及執照調整，且須經我們內部審閱。我們通過以下方式監督外部醫師的合規紀錄(i)每天人工審查與我們平台上提供的諮詢服務有關的紀錄及(ii)通過中國的國家衛生健康委員會的數據庫定期核實外部醫師的執業情況。此外，我們開設患者服務熱線，以便使用我們互聯網醫院服務的患者進行投訴。截至最後可行日期，我們並無收到任何此類投訴。我們已制訂程序，定期分析患者投訴的情況，並抽取外部醫師的會診紀錄，以找出有關投訴的原因。我們亦會監控外部醫師的諮詢量及其響應率。由於我們的互聯網醫院仍處於早期階段，我們對外部醫師實行靈活諮詢政策，不強制要求出勤時間表或規定在我們平台上花費的最少時間。患者在我們的互聯網醫院預約醫師在線諮詢後，我們的系統會監控預約狀態，在預約未得到回應時定時向該醫師發送提醒。我們會取消任何在24小時內未得到回覆的預約，並退還患者的諮詢費。基於上述因素，我們已建立評價系統，對服務質量不盡人意的外部醫師施加處罰，例如暫停或終止外部醫師賬戶等。

### **患者教育服務**

我們與非牟利機構合作，提供針對特定病情的患者教育服務。患者可以通過合作夥伴非牟利機構的微信公眾號或網站使用我們的服務和工具，以了解其病情及治療方案。借助我們信息技術方面的專長，我們協助合作夥伴非牟利機構開發網站、微信小程序和微信公眾號，以提供患者教育內容。我們開發了患者教育系統，是由不同的軟件模塊及患者教育內容組成的軟件及內容系統，我們的客戶可以根據其所選擇實現的功能(例

如自動問答)及所需覆蓋的特定疾病來構建網站、微信小程序和微信公眾號。我們向合作夥伴機構收取有關開發網頁和內容的服務費。我們的服務費乃根據網頁模塊及所選內容形式種類釐定。於2020年12月31日，我們與慈善機構合作提供的慢性疾病管理服務涵蓋10種疾病，包括腦卒中、乳腺癌、慢性粒細胞白血病、地中海貧血、原發性骨髓纖維化、腎細胞癌、黑色素瘤、神經內分泌腫瘤、多發性骨髓瘤及類風濕關節炎。例如，2020年，我們為一家非牟利組織設立微信公眾號，對患者進行乳腺癌知識教育。憑藉我們的醫學知識圖譜和疾病知識數據庫，我們構建了一個AI賦能的自動化聊天機器人，可回答患者有關乳腺癌復康的常見問題。

我們的中國法律顧問認為，我們毋須就提供患者教育服務相關的任何醫療責任申索負責，理由在於有關服務並不涉及任何與線上諮詢、互聯網醫院服務或遠程醫療服務相關的活動。我們的中國法律顧問認為，我們毋須就患者教育內容的不準確或使用或不當使用引致的任何損傷負責，理由在於(i)有關內容由合作夥伴非牟利機構發佈，我們並非有關內容的發佈者，(ii)有關內容經合作夥伴非牟利組織審查後方刊發，及(iii)我們與合作夥伴非牟利機構的協議並不要求我們就患者教育內容的不準確或使用或不當使用引致的任何損傷作出彌償。

### 研究及開發

我們的研發主要集中於提高現有解決方案的使用便利性、為用戶設計新解決方案以及優化與加強我們的技術基建。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度，我們已分別產生研發開支人民幣12.2百萬元、人民幣15.0百萬元及人民幣15.7百萬元，分別相當於同期收益的14.5%、12.4%及7.4%。

憑藉著優秀的研發團隊及先進的技術基建，我們持續開展創新，提供優質用戶體驗。於最後可行日期，我們的研發團隊共有106名人員，包括醫學信息科學研究院的研究科學家，以及我們技術團隊和產品開發團隊的工程師及專家。我們的技術團隊包括維護我們數據庫及開發數據技術的大數據工程師、專注網絡安全及風險管理的安全及風險管理工程師、負責維持平台穩定的基建維護工程師以及負責為平台開發及實施解決方

案的平台開發工程師。我們的產品開發團隊包括工程師及具備豐富醫療行業知識的前醫療專業人員，專責設計及開發我們網頁及移動應用程序的功能。我們的核心技術(如AI與大數據、知識圖譜及自然語言處理)均由我們的研發團隊開發及維護。詳情請參閱「—我們的技術」。

### 醫學信息科學研究院

我們的強大技術能力持續支持業務快速增長。我們已設立醫學信息科學研究院，是我們的研究機構，專門開發有關新藥及醫療設備以及用於我們所提供解決方案的技術(例如AI、大數據及自然語言處理)應用的深入認識，以及設計和開發最能滿足製藥及醫療設備公司需要的解決方案。

醫學信息科學研究院由我們的總裁田立新先生帶領，而副院長為首席技術官田立軍先生和醫學總監姜男先生。於最後可行日期，醫學信息科學研究院共有五名醫學研究科學家、三名技術研究科學家和三名算法研究科學家。

我們的醫學研究科學家負責進行醫學本體研究，研究醫學數據收集標準(例如CDISC的CDASH)及其應用，並建立我們的醫學知識圖譜。技術研究科學家負責持續跟進新技術、研究標準醫學分類和醫學術語體系(例如SNOMED CT、MESH、UMLS、ICD、ATC、ICH-MedDRA及LOINC)及其應用，並實現醫學範疇的知識圖譜。算法研究科學家負責開發及優化機器學習、深度學習及自然語言處理算法。

醫學系統命名法 — 臨床術語(SNOMED CT)，是一種通用的多語種臨床醫學術語體系，包括大量人類及非人類概念，提供用於臨床文獻及報告的代碼、術語、同義詞及定義。我們借助於SNOMED CT的概念與架構建立我們的知識圖譜。

醫學主題詞表(MESH)，是一種可用於建立期刊及書籍索引的全面規範化詞表，主要用於醫學資料研究。我們將MESH應用於我們的醫學文獻王。MESH術語可用於檢索主要數據庫(如PubMed)中的醫學文獻。

統一醫學語言系統(UMLS)，是一套整合了諸多醫療健康及生物醫學詞彙與標準的文件及軟件，有助於確保計算機系統間的互通性。我們使用UMLS建立我們的醫知源，促進了使用不同術語系統的知識信息之間的翻譯及整合。

疾病和有關健康問題的國際統計分類(ICD)，是醫療數據、臨床文獻及統計彙總的國際標準及所有臨床及研究方面的代碼系統。我們使用ICD第十次修訂本(ICD-10)對使用我們互聯網醫院的患者對話結果進行編碼，不僅符合存檔的監管規定，亦為我們的臨床決策支持工具積累臨床數據。

解剖學治療學及化學分類系統(ATC)，是一種國際藥物分類系統，根據藥物作用的器官或系統及其治療、藥理及化學特性，將藥物的有效成分進行分類。我們應用ATC對我們用藥參考支持的藥物進行分類。

監管活動醫學辭典(ICH-MedDRA)，是監管機構與醫療健康行業於監管期間，在產品獲准銷售前後使用的一套國際醫學術語。ICH-MedDRA旨在用於各類不良事件的分類。我們將ICH-MedDRA用於EDC系統的不良事件模塊，以實現不良事件記錄的標準化。

觀測指標標識符的邏輯命名與編碼系統(LOINC)，是一種用於健康測量、觀察及文件的通用代碼系統及標準，旨在協助臨床結果的電子數據交換與收集。我們將LOINC術語嵌入我們EDC系統的實驗室測試模塊，用於生成標準化的病歷報告表。

### 我們平台的內容

優質的醫學信息對我們的成功相當重要。我們的平台提供醫學知識內容和定制內容。用戶可便捷地在我們營運的界面查閱我們的內容，包括網站、移動應用程序、桌面應用程序、微信小程序及微信公眾號。我們的醫學知識內容主要包括由我們內部內容團隊編製的內容及從第三方專業來源獲得的內容，於2020年12月31日按文章和視頻數量計，

分別佔我們平台內容約82%及14%。於2020年12月31日按文章和視頻數量計，定制內容佔我們平台內容約4%。我們的內容團隊與作為我們內容貢獻者的KOL合作，共同發展內容。2020年，我們與15個專科的600多名KOL合作，包括感染科、呼吸內科、精神科、泌尿科、內分泌科、神經科、心血管科、胸外科、血液科及腫瘤科。上述大部分KOL為大城市三級醫院的主任、副主任、科室主任及主任醫師。我們小部分內容是基於該等KOL的意見及觀點。我們向KOL支付固定的專家諮詢費，作為對彼等所付出時間的合理補償。於2018年、2019年及2020年，我們分別向與之合作的KOL支付人民幣0.7百萬元、人民幣1.6百萬元及人民幣7.7百萬元的專家諮詢費。於2018年、2019年及2020年，我們就從第三方專業來源獲得的內容分別產生人民幣0.5百萬元、人民幣0.5百萬元及人民幣0.5百萬元的許可費。

截至2020年12月31日，按文章和視頻數量計算，醫學知識解決方案提供的內容佔我們平台總內容約96%。醫學知識解決方案提供的所有內容編製時並無醫療客戶的任何投資或贊助。醫學知識解決方案提供的內容約83%由我們的內容團隊真誠獨立編製，約12%從第三方專業來源獲得，約3%由我們的內容團隊基於合作KOL的意見和觀點編製，約2%由用戶生成。截至2020年12月31日，按文章和視頻數量計，精準營銷及企業解決方案提供的內容(屬以實證為基礎的定制內容)佔我們平台總內容約4%。精準營銷及企業解決方案提供的所有內容由我們的醫療客戶贊助。該等內容均由我們的內容團隊基於醫療客戶提供的醫學主題及主要醫學信息編製，其中約33%亦基於合作KOL的意見及觀點編製，約12%亦根據內容製作服務供應商製作的視頻編製。該等視頻均由內容製作服務提供商基於我們依據醫療客戶提供的主題及信息開發及設計的醫學內容製作。截至2020年12月31日，按文章和視頻數量計，智能患者管理解決方案提供的內容佔我們平台

總內容不足0.1%，其中大部分內容由我們的內容團隊真誠獨立編製，極少部分為客戶推薦的第三方許可內容。我們並無就登載此類推薦內容而收取任何付款或代價。

### 編輯政策及標準

由我們發佈在平台的內容僅可由我們編輯，不對用戶開放編輯。在我們平台發佈的用戶生成內容可由其作者編輯。我們有權刪除任何用戶生成內容。

我們識別並保持定制內容(由製藥及醫療設備公司贊助)與醫學知識內容(非贊助的編輯內容)之間的顯著區別。我們採取有意義的措施，確保我們的用戶可輕易地區分定制內容與醫學知識內容。定制內容僅限註冊醫師用戶使用，非醫師用戶無法看到定制內容。醫師用戶主要通過*e信使*及*e脈播*(即我們平台定制內容發佈以及醫藥代表與醫師互動的指定界面)接收及消費定制內容。此外，我們將定制內容摘要展示在我們推薦給註冊醫師用戶的定制內容信息流中。註冊醫師用戶基於彼等的資料及過往行為於*醫脈通*網站及移動應用程序接收彼等的定制內容。定制內容被清楚和顯著地標示為贊助內容，醫師用戶可輕易識別。定制內容直接於該內容下標示為「推廣」。特定醫師用戶信息流中的定制內容摘要乃根據該醫師的閱讀偏好及興趣領域等與彼等的資料及過往行為有關的因素量身展示。基於該等因素，一則定制內容可能在一名醫師用戶的醫學知識內容摘要之前出現，但可能不會出現在另一名醫師用戶的內容信息流中，或可能在醫學知識內容摘要後出現。除與個人醫師用戶的關連性外，我們亦按發佈時間排列信息流中的不同定制內容摘要。

我們並無通過搜索系統發佈定制內容。進行檢索查詢後，我們將識別並整合與每項檢索查詢相關的內容，然後根據關連性排列該等內容。檢索結果中不包含定制內容。

我們不會基於所開發的定制內容的表現向合作的KOL支付薪酬，亦不鼓勵彼等為定制內容產生付費點擊。KOL及我們的內容團隊成員並無就付費點擊次數收取任何佣金。我們向與我們合作的KOL支付專家諮詢費作為彼等所花費時間的合理薪酬，該費用為



固定費用，不與所開發內容的表現掛鉤。評估內容團隊成員的薪酬時，我們會考慮多項因素，包括內容質量及用戶對醫學知識內容的參與度，但與定制內容相關的營運指標(如付費點擊次數)並非評估的影響因素。

除開發內容外，我們亦與醫師用戶合作，提供患者招募服務及以互聯網醫院為基礎的患者管理服務。我們邀請醫師用戶為臨床試驗推薦合適的患者，讓我們招募患者。我們一般不就醫師的推薦付費。醫師用戶協助我們邀請目標患者加入互聯網醫院平台。我們不就醫師邀請患者加入我們的平台而向醫師付費。

### 醫學知識內容

20多年來，我們持續專注於提供醫學知識解決方案，以提升醫師的臨床技巧，在此過程中建立了龐大的醫學內容數據庫。我們的平台為醫師及其他醫療專業人員隨時隨地提供所需的大量專業醫學信息，滿足他們對持續醫學教育與臨床決策支持的需要。我們平台上的專業醫學信息包括主要於醫脈通網站及移動應用程序上提供的研究概要、醫學新聞及視頻節目，以及我們專門應用程序(主要包括臨床指南、用藥參考及醫知源)上的醫學知識內容。我們的內容數據庫方便進行檢索工作。我們識別並整合與每項檢索查詢相關的內容，然後根據關連性排列該等內容。

我們的醫學知識內容包含專業醫學信息，屬非贊助的編輯內容。我們的醫學知識內容主要包括由我們內部內容團隊編製的內容及從第三方專業來源獲得的內容。醫學知識解決方案提供的內容約83%由我們的內容團隊真誠獨立編製，約12%從第三方專業來源獲得，約3%由我們的內容團隊基於合作KOL的意見和觀點編製，約2%由用戶生成。

我們的內容團隊定期對全球搜集的最新臨床研究、臨床指南、醫學會議記要及臨床病例報告進行深度解讀，以適應我們醫師用戶不同水平的專業知識和閱讀偏好。我們的內容團隊與醫學專家合作物色影響力較大的文章。該等解讀或研究簡要讓中國的醫師和醫學研究人員能夠更容易地了解國外發表的重大醫學發現。我們的內容團隊亦會選擇個別關鍵臨床問題進行研究，並編製有關主題現有知識的文獻綜述或特定臨床

問題的研究文章。此外，我們的內容團隊成員以記者身份參加國內外醫學會議，並撰寫有關會上討論主題及／或會上採訪醫學專家或新聞人物的新聞文章。我們不定期邀請醫師用戶分享其臨床經驗和技術，而我們的內容團隊負責審查醫師用戶提交的內容，與作者合作完善其作品並最終於我們的醫學知識數據庫發表文章等作品。

### 研究簡要、醫學新聞及視頻節目

我們的醫脈通網站和移動应用程序作為醫師與其他醫療專業人員的接入口，讓彼等在我們平台發掘和查閱豐富的專業生成內容與用戶生成內容。醫師可獲得最新的醫學信息，例如值得關注的研究文章、醫學新聞及視頻節目。醫脈通網站上的內容按專科分類，我們已為28個主要專科設立獨立網頁。

我們的醫脈通移動应用程序讓用戶可在手機及平板電腦便捷地搜尋和獲取專業生成內容以及發佈和存取用戶生成內容。

以下是醫脈通移動应用程序功能和特點的屏幕截圖。





醫脈通網站及移動應用程序內的大部分內容均可供註冊醫師免費查閱。醫脈通網站及移動應用程序的內容主要分類包括：

- **研究簡要。**我們的內容團隊與醫學專家合作查找英語醫學期刊中具影響力的文章，然後為該等文章編製中文概要，並加入專家意見與看法。我們的研究概要讓中國的醫師及醫學研究人員更方便查閱海外發佈的重大醫學發現。截至最後可行日期，我們的平台發佈了逾66,000篇學術論文概要。
- **醫學新聞。**我們以文字及多媒體格式提供最新的醫學新聞和醫學研討會報導。我們的內部記者及編輯人員負責編製涵蓋不同主題的新聞報導，例如新藥、醫學專家訪問、重要醫療研討會及公共健康事宜。我們的平台亦自不同專業網上媒體資源整合與醫師相關的新聞內容。
- **視頻節目。**我們與領先醫學專家合作製作視頻節目，包括網上直播及點播視頻。在該等視頻中，醫學專家會分享對專業主題的意見，該等節目亦為其他醫師提供具有價值的教育資源。2020年，我們在平台上製作了約10,000條視頻，涵蓋22個專科。

## 臨床指南

臨床指南解決方案整合了最新的臨床指南，為醫師提供臨床決策支持。於最後可行日期，我們的臨床指南提供了國內外醫療機構發佈的逾12,000份臨床指南。臨床指南亦將若干原以外語發佈的指引翻譯成中文，方便華人醫師查閱。醫師可以關鍵字檢索該等指南，或根據發佈時間、專科及發佈組織將內容分類瀏覽。

以下是臨床指南移動應用程序功能和特點的屏幕截圖。



## 用藥參考

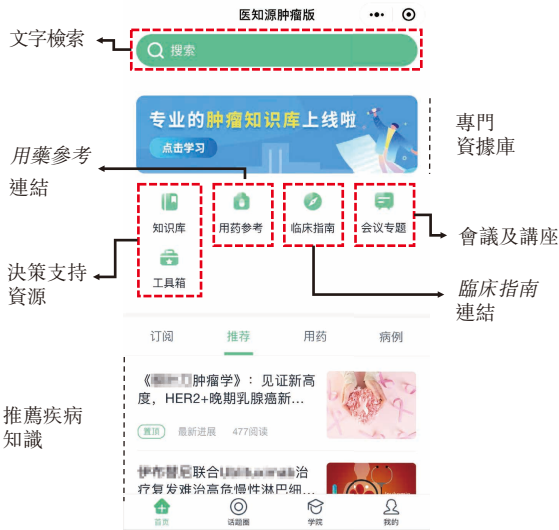
用藥參考通過電腦桌面應用程序、移動應用程序及我們的網站，為醫師提供藥物的全面信息。於最後可行日期，用藥參考解決方案提供超過30,000種藥物說明書信息，以及超過100,000項有關藥物相互作用與配伍禁忌的指引。該解決方案亦為醫師提供其他相關信息，例如藥物警訊、新藥進展及醫學新聞。以下是用藥參考移動應用程序功能和特點的屏幕截圖。



## 醫知源

我們的醫知源解決方案通過微信小程序提供，載有支持診斷及治療特定疾病的全面醫學信息。於2020年12月31日，我們已開發專為腫瘤而設的小程序，並計劃開發其他主要疾病類別的小程序。我們的解決方案可為醫師在應診時提供有證據、及時的互動式支持，通過整合來自其他臨床決策支持工具(例如臨床指南及用藥參考)有關所涉疾病的資料，方便醫師直接查閱。解決方案亦呈列最新研究結果摘要、專家意見以及建議診斷與治療方式。因此，我們的解決方案亦方便醫師查找所需資料，毋須再查閱多個資料來源。此外，小程序亦設有同業支持場景，方便醫師交流意見，並實時尋求其他醫師的建議。

以下是醫知源功能和特點的屏幕截圖。



此外，我們提供醫學研究工具醫學文獻王及全醫藥學大詞典。醫學文獻王匯集主要醫學文獻數據庫(例如PubMed及萬方數據庫)和醫學文獻的主要搜索引擎。該解決方案讓用戶可便捷地檢索醫學文獻並建立個人化的醫學文獻數據庫，亦提供有用的管理工具讓用戶將文章分類、加入評語和方便引用所儲存的文章。全醫藥學大詞典就多種

事業場景為華人醫師提供有用支持，例如研讀英語醫學文獻或以英語交流醫學知識。該解決方案涵蓋超過5百萬組有關臨床實踐、基本醫療科學、分子生物學、藥物、醫療設備、傳統中藥及其他相關範疇的詞彙。全醫藥學大詞典亦提供多個翻譯功能，包括將全部英語文章翻譯成中文，以及識別文章中圖像所包含的文字，並進行翻譯。

我們擁有所有自主開發的醫學知識內容的知識產權，包括所有權及出版權。對於許可內容，我們有權在授權範圍內使用該內容，包括於我們平台提供該等內容。

### 定制內容

我們與製藥公司合作開發專為支持醫師處方決策而設的定制內容。例如，定制內容可協助醫師就相關疾病進行診斷、了解藥物適應症及副作用、了解相關藥物與競爭產品的分別及／或處方正確劑量。定制內容類型包括特定疾病及治療的入門指南、臨床指南及其他醫學文獻的說明、臨床案例報告、專家意見以及有關藥物作用機制和化學特性的相關參考資源。我們以文字及多媒體格式設計內容，包括圖像、動畫、KOL視頻及流媒體等，以吸引用戶。我們的定制內容設計流程包括以下主要步驟：

- **編寫醫學劇本**。開展設計工作時，我們首先會探討客戶擬交流的醫學主題及主要醫學信息，然後將有關主題及醫學信息轉化成可獲得共鳴的醫學劇本。
- **編製具創意的演繹劇本**。我們評估可最佳演繹醫學劇本的內容類型和方式，然後運用數據見解設計具創意的演繹劇本。
- **建立作品雛型**。我們根據醫學劇本和演繹劇本設計作品雛型，並提供證據分析和KOL意見支持。視乎內容的格式，此步驟可包括運用不同數字化技術的排版設計、視頻節錄、視頻剪輯、視像效果設計、圖像設計加工與聲效製作。

- **專家審閱**。作品雛型會交由相關領域的醫學專家、我們客戶的醫學團隊以及我們的資深編輯進行嚴格審核，然後再相應修改。

定制內容由我們的內容團隊根據客戶提供的材料進行編輯，我們亦要求定制內容須以實證為基礎。儘管我們的內容團隊可酌情開發定制內容，但我們向醫師用戶提供內容前仍需徵得客戶批准。我們一般同意，根據協議生產的所有工作產品知識產權歸客戶所有。根據有關處方藥的適用法律及法規，有關處方藥的定制內容僅可供註冊醫師用戶查閱。

### 我們的內容團隊

於最後可行日期，我們專責定制內容的內容團隊有62名全職醫學專家及30名全職數字推廣內容設計師。我們的醫學總監、內容團隊主編兼醫學信息科學研究院副院長姜男先生監管內容團隊。姜先生於加入我們前為著名中國醫院的醫師，擁有逾七年的醫學信息技術行業經驗。我們有超過98%的全職醫學專家具備臨床醫學、藥學、生物醫學工程、醫藥化學、護理、生化工程及有機化學等醫療或相關領域的學位。彼等均具備醫療行業的過往經驗(包括作為執業醫師)或為我們的內部人才。於最後可行日期，我們的全職醫學專家在獲得彼等醫療及相關領域的學位後平均有約五年醫療行業的經驗。該團隊負責為客戶製作有關處方藥及醫療設備的定制內容。評估內容團隊成員的薪酬時，我們會考慮多項因素，包括內容質量及用戶對醫學知識內容的參與度，但與定制內容相關的營運指標(例如付費點擊次數)並非評估的影響因素。

我們的內容團隊亦積極管理我們平台上的龐大專業生成內容，為醫師提供最新信息(如臨床指南及藥物參考)。此外，該團隊亦將若干內容翻譯成中文以便華人醫師存取，並負責編製關於重大影響醫學發展的摘要、報導行業消息和研討會及製作有KOL參與的視頻節目。憑藉我們在醫學界的強大品牌知名度，我們可與專業醫學信息的主要供應商合作。



## 用戶生成內容

我們的醫脈通平台設有論壇，讓我們各產品的醫師用戶社群可互相交流，進一步加強在我們平台的參與度。註冊醫師可在醫脈通平台網站及移動應用程序的醫師論壇發佈用戶生成內容，例如實踐竅門及臨床案例報告。彼等亦可以不同形式參與討論、為我們的醫知源提供建議和對我們平台的內容分享反應和想法，例如撰寫文章及製作視頻節目。我們的微信公眾號以及各個專科微信小程序亦可作為訂閱者的論壇，讓彼等刊登用戶生成內容。我們醫脈通平台的用戶生成內容通常可提供對其他醫師極有價值且相關的專業觀點。以下屏幕截圖說明在我們專科微信小程序刊登的用戶生成內容及其上傳流程。



根據我們平台的條款和條件，在我們平台發佈的用戶生成內容的知識產權屬於其作者所有。

## 內容標準

我們已採納有關內容標準的內部政策和常規，專為鞏固與醫師及其他醫療專業人員的關係而設。我們致力從聲譽可靠的來源為我們的醫學知識內容發掘醫學信息。我們主要基於臨床效用和科學價值選擇醫學信息。我們亦會根據循證醫學研究的專業標準考慮相關證據的有力程度、全面度、精簡度與時間性。我們要求定制內容必須有證據支持，且不會發佈失實、偏頗或懷有惡意的內容。

我們的政策載列定制內容及專業生成內容的詳細審查指引，包括獨立評估內容所用方法及證據以及是否遵循專業準則。例如，我們規定定制內容必須專注學術討論並加入參考引用或KOL背書以支持所載資料，且我們不允許發表保證療效等營銷聲明。該等文件及準則規定令我們可獨立審閱及核實內容所載資料。

我們主要依賴內容團隊(截至最後可行日期，包括62名全職醫學專家)根據指引審查及審閱定制內容及專業生成內容，彼等將審查內容的各方面，例如適當性、準確性、完整性及質量(包括客觀性、實用性及誠信)。我們亦按專科成立編輯團隊，每個團隊至少由三名編輯組成。每份定制內容及專業生成內容首先由編輯團隊的其他成員交叉審閱，再由團隊主編批准後方會於平台發佈。倘團隊經內部審核後無法確定內容的質量及原創性，編輯團隊會邀請平台醫學主編及平台營運主管聯合審閱該等內容。倘聯合審閱後仍無法確定，則會邀請相關領域KOL作最終決定。

此外，我們會檢查用戶生成內容有否潛在侵犯版權或違反平台規則的其他情況。我們非常重視內容篩選及監控，以確保平台的用戶生成內容不會包含任何可能損害我們內容數據庫質量的內容，並且用戶生成內容的發佈及分發完全符合相關法律法規。我們要求用戶在將其內容發佈於我們的平台前，聲明內容不違反相關法律法規或侵犯任何第三方法律權利。

所有用戶生成內容(包括評論內容)首先由第三方供應商提供的自動化過濾系統進行篩選，該系統會識別並標記可疑內容，以便我們的平台營運及客戶服務團隊根據中國最新法律法規按定期更新的關鍵字資源庫進行手動審查，並採取進一步行動。我們的手動篩選程序分為多個層級，每條標記的內容均由我們的平台營運及客戶服務團隊的不同人員進行審查及交叉審查。我們亦鼓勵用戶協助我們篩選及監察內容。倘任何有問題的內容已在我們的平台發佈，則我們會在識別相關內容後(包括在版權擁有人通知或知悉時)立即將其刪除。

我們提供醫學知識內容主要旨在滿足醫師對持續醫學教育及臨床決策支持的需求，並限制向註冊醫師用戶發佈定制內容。我們的平台載有免責聲明，提醒用戶我們平台的內容僅供參考，並非旨在作為醫療建議的來源或任何臨床決策的基礎。我們無法保證我們平台的內容的準確性或完整性。因此，我們相信，我們不應對因我們發佈或提

供的內容的任何使用或誤用或任何不準確而引起的任何潛在人身傷害或其他傷害申索負責，因此不對任何該等潛在申索購買保險。然而，儘管我們過往並無經歷，但如果用戶因有關平台資料不準確或使用或誤用我們平台的資料而遭到任何傷害，我們可能會受到彼等對我們提出索賠的風險，這可能耗費時間並分散管理層的注意力。請參閱「風險因素 — 我們可能須就我們平台上展示或自平台上可得或鏈接到我們平台或由我們創建的資料承擔責任，對我們的業務及經營業績有不利影響。」。我們主要依靠與內容標準相關的內部政策及慣例控制我們發佈或提供的內容的質量。

### 我們的技術

#### 我們的核心技術

我們的核心技術包括AI及大數據、知識圖譜及自然語言處理。

#### AI及大數據

我們使用AI及大數據向目標醫師準確分發內容，因而可提高用戶體驗並把握重大變現機會。憑藉我們大規模的醫師用戶基礎，加上平台用戶參與度高，我們已建立包含醫師背景及行為數據的數據庫。我們的用戶標記系統準確分析該等數據，並洞悉用戶偏好。我們向醫師提供個人化的特選內容，並協助彼等快速找到所需內容。我們持續改良內容推薦算法，以提升我們向醫師推薦的內容的關連性。我們亦使用大數據分析技術協助醫藥公司準確接觸目標醫師。

---

## 業 務

---

下表概述AI及大數據分析在我們解決方案的應用。

解決方案類別	AI及大數據分析的應用
精準營銷及企業解決方案	我們利用醫學知識圖譜構建一套完善的標籤系統。我們應用機器學習算法自動為定制內容查找範例及分配標籤系統的標籤。我們借助AI及大數據技術通過數十年與醫師互動積累的海量醫師背景和行為數據對醫師用戶資料(如專業、閱讀偏好及應用程序使用習慣等)進行深度學習。我們憑藉數據分析及機器學習算法在醫師資料與內容標籤之間建立相關性，據此將定制內容分發給醫師。這類AI賦能的內容標籤及推薦機制顯著提高我們內容交付的準確性和效率以及用戶體驗，實現更精準的營銷。
醫學知識解決方案	我們應用機器學習算法自動為醫學知識內容查找範例及分配標籤系統的標籤。我們憑藉數據分析及機器學習算法在醫師資料與內容標籤之間建立相關性，據此向醫師提供個性化的精選內容，幫助醫師快速發現所需內容。
智能患者管理解決方案	我們利用醫學知識圖譜構建標準問答對數據庫。我們憑藉深度學習訓練自然語言處理算法，其中包含基於詞性、含義及情感的大量文本註釋，有助我們更好地理解患者的問題。AI賦能的自動聊天機器人依據高級機器學習算法在問題與我們數據庫的標準問答對之間建立的相關性來回答患者的問題。此舉降低了患者的教育成本並提升了用戶體驗。

### 知識圖譜

我們的知識圖譜是使用圖結構數據模型儲存及表示內容的知識庫。我們自內容數據庫抽取半結構化及非結構化數據並歸類出不同的實體和關係，從而建立知識圖譜。我們的知識圖譜將大量多元素與多形態的數據轉化為包含數十萬個節點和關係的全面語義網絡。因此，我們的內容數據庫方便進行檢索工作。我們識別並整合與每項檢索查詢相關的內容，然後根據關連性排列該等內容，以節省檢索時間並提高用戶體驗。

### 自然語言處理

我們已開發使用自然語言處理技術的先進翻譯能力。例如，我們可通過自然語言處理搜尋雙語句子配對，以幫助我們準確翻譯複雜的醫學詞彙及語句。此外，自然語言處理提升了我們的內容理解及推薦算法，可優化個人化推薦結果。

### 數據保護及隱私

我們堅持遵守數據隱私法例和保護用戶數據安全。我們已根據相關法律法規徵得用戶及其他平台參與者事先同意，於提供我們的解決方案時收集及存儲數據。

- **精準營銷解決方案**。於提供精準營銷解決方案時，我們收集、處理並使用有關我們向醫療客戶提供定制內容的醫師用戶行為數據，如醫師用戶在特定定制內容上花費的時間。我們直接從醫師用戶收集數據，並將其存儲在我們的數據中心，不會與任何第三方共享此類數據。根據我們的醫師用戶在我們的平台上註冊時的授權，收集、使用及處理該等數據旨在深入了解其背景、參與度及偏好，優化我們的定制內容並提高我們向醫師用戶準確提供相關內容的能力。我們並無將該等數據用於任何其他用途。
- **企業解決方案**。我們於提供EDC系統、CDMS及RWS支持解決方案時並無收集數據。我們僅向客戶提供SaaS服務，我們的客戶可使用該等服務收集、管理及處理臨床數據並進行統計分析。我們並不參與疾病診斷、治療、臨床試驗、研究或任何其他臨床實踐，亦不負責收集、分析或分發臨床數據或其準確性。在

患者事先同意的情況下，醫院客戶或我們客戶與之合作的醫院收集患者醫療紀錄等臨床數據後，我們根據與客戶訂立的協議將有關數據存儲在我們的數據中心，再由客戶使用我們的解決方案處理及分析該等數據。我們不會與任何第三方共享此類數據或將此類數據用於我們的業務。在提供患者招募服務時，我們邀請醫師用戶推薦合適的患者，醫師用戶向我們提供合適患者的姓名、聯繫方式及診斷的疾病名稱，我們再將有關資料轉交予臨床試驗點。我們不處理或存儲此類數據，亦不與任何其他第三方共享此類數據。根據患者與醫師用戶之間的協議，收集此類數據旨在招募患者進行臨床研究。我們不會將此類數據用於任何其他目的。通過e調研提供數字市場研究解決方案時，我們邀請醫師用戶參與調研以衡量彼等對我們醫療保健客戶產品的態度。我們在徵得同意的情況下收集、處理、使用及存儲調研參與者對調研的回應。我們根據該等回應為醫療保健客戶編製調研結果及分析。我們不會將此類回應的相關數據用於任何其他目的。我們不會在調研期間收集調研參與者的任何個人資料，亦不會將任何此類個人資料載入我們向醫療保健客戶提供的調研結果及分析。根據與客戶的協議，如果由於我們未有履行與存儲及／或傳輸數據相關的義務而導致數據丟失，我們將對客戶承擔責任。我們與客戶協定，我們不使用彼等收集的數據，且將對任何違反該協議的行為負責。我們認為我們無須因客戶引致的任何數據丟失或濫用而對任何第三方(包括我們的客戶)負責。

- **醫學知識解決方案**。於提供醫學知識解決方案時，我們收集處理及使用用戶有關我們平台上提供的醫學知識內容的背景數據及行為數據，如用戶耗用的時間、查閱偏好及搜索關鍵字。我們直接從用戶收集數據，並將其存儲在我們的數據中心，不會與任何第三方共享此類數據。根據用戶在我們平台上註冊時的授權，收集及使用該等數據旨在深入了解用戶的行為、參與度及偏好，並優化我們的內容開發及分發能力。我們並無將該等數據用於任何其他用途。
- **智能患者管理解決方案**。通過互聯網醫院提供智能患者管理解決方案時，我們收集患者的背景數據、醫療紀錄、外部醫師諮詢紀錄及診斷結果。我們將有關數據存儲在我們的數據中心，不會與任何第三方共享此類數據。根據患者在同意使用我們的智能患者管理解決方案時授權，收集該等數據並將其用於線上診斷、諮詢及處方。我們並無將該等數據用於任何其他用途。提供患者教育服

務時，我們並無收集資料。我們僅協助合作夥伴非牟利機構開發網站、微信小程序和微信公眾號，可由合作夥伴非牟利機構用於收集、處理及使用患者的背景資料(包括姓名、年齡、地區)及所診斷疾病的名稱，以便向患者用戶提供相關患者教育內容。在患者事先同意的情況下，合作夥伴非牟利機構收集該等資料後，我們根據與合作夥伴非牟利機構訂立的協議將有關資料存儲在我們的數據中心。我們不會與任何第三方共享此類資料或將此類資料用於我們的業務。

我們的數據使用及隱私政策說明了我們的數據常規，已向網站、移動應用程序、桌面應用程序、微信小程序及微信公眾號的所有用戶提供。具體而言，我們承諾根據適用法律管理及使用自用戶收集的數據，並會採取合理措施防止用戶數據被盜用、遺失或洩露，且除非根據法律規定，否則不會在未得用戶批准的情況下向任何第三方披露敏感用戶數據。

我們的數據保護及隱私政策旨在確保：(i)我們根據適用法律及法規收集個人數據；及(ii)我們收集的個人數據對於收集目的而言屬合理。

我們嚴格控制對個人數據的存取，並嚴格執行評估及批准程序，禁止不當或非法使用。我們限制任何不必要的存取，並保存數據存取紀錄。我們的政策規定涉及存取或處理個人數據的產品及服務須經過評估及批准程序，並監督僱員對用戶數據的存取。我們要求所有僱員遵守我們的內部政策，保護隱私及個人資料，我們亦嚴禁任何未經授權或不當收集或使用此類數據或個人資料。我們為獲授權僱員提供數據隱私培訓，並要求彼等通報任何信息安全漏洞。倘任何僱員非法濫用或洩漏數據或對我們或我們的用戶造成任何損害，我們有權將其解僱，並可能進一步對彼等提起法律訴訟。

我們根據用戶授權之明確目的，以及為合規及風險管理與適用法律法規另行規定之目的，收集及使用個人數據。除若干少數情況(包括經用戶明確授權，為向用戶提供主要服務所必需或遵守適用法律法規)外，我們不與任何第三方共享、傳輸或披露個人數據。在我們與第三方(例如業務合作夥伴)分享用戶數據的情況下，我們的政策確保

用戶數據得到充分保護。在與第三方分享任何數據之前，我們設有嚴格審查流程，以確保第三方誠信。我們會刪除個人身份信息以消除用戶數據的敏感性，並與我們的業務合作夥伴簽訂保密協議。我們要求業務合作夥伴在處理及分析數據時嚴格遵守我們與用戶之間的協議所訂明的授權條款及使用範圍。

於提供所有解決方案時，我們使用多種技術保護獲授權使用的數據。例如，我們利用防火牆系統及使用邊界網絡，將內部數據庫及營運系統與對外提供的服務分隔，並會阻隔未經授權的存取。我們使用防火牆及白名單管理平台的進出，為我們的客戶創造一個與外部互聯網斷開的封閉式平台環境，通過過濾惡意檔案請求及行為，確保檔案及進入我們客戶部署的私有雲的流量的安全性。用戶需要授權，方可訪問平台的數據。具體而言，我們的系統要求EDC系統、CDMS及RWS支持解決方案的客戶定期更改密碼。倘相關信息與我們業務無關，我們會移除個人識別信息，使用戶數據不存在敏感信息。我們收集用戶註冊過程中的背景數據，並在存儲此類數據時對個人身份標識加密。用戶在我們的平台上註冊，即獲分配一個唯一的用戶ID。在提供精準營銷解決方案及醫學知識解決方案時，我們僅使用用戶ID及相關行為數據，其中不包含任何個人身份標識。當我們存儲與提供EDC系統、CDMS和RWS支持解決方案相關的數據時，我們會移除臨床數據的敏感資料，並使用代碼名稱進行患者身份管理。我們不會在提供患者招募服務時存儲患者的數據。當我們存儲與提供數字市場調研解決方案相關的數據時，我們對調研參與者的回應進行脫敏處理，並使用用戶ID進行調研參與者身份管理。當我們存儲與通過互聯網醫院提供智能患者管理解決方案相關的數據時，我們會對患者的背景數據、醫療紀錄及診斷結果進行脫敏處理，並使用用戶ID進行患者身份管理。當我們存儲與提供患者教育服務相關的數據時，我們對患者的背景資料及所診斷疾病的名稱進行脫敏處理，並使用用戶ID進行患者身份管理。我們根據中國適用法律法規借助加密技術檢測、加密或移除個人身份標識，包括姓名、電話號碼、身份證號碼及可識別用戶的任何其他信息。我們亦以加密格式儲存用戶數據。此外，我們使用精密的安全協定及算法加密數據傳輸，尤其是用戶數據的傳輸，確保數據保密。我們已根據ISO27001



國際框架建立信息安全管理系統，管理和保護安全策略及技術控制等多個方面的信息。我們的網絡和應用程序系統使用深度防禦安全系統，並在網絡分段、嚴格控制存取及應用程序和服務器之間的安全通信協議多個層次上得到保護。為了防止我們的系統被未經授權存取，我們已實施網絡邊界存取控制和遠程存取授權。

我們已與中國內地多家互聯網數據中心供應商訂立合約，確保我們業務穩定運作。我們的系統基礎設施託管在中國內地三個城市的冗餘數據中心內，包括一個地方數據中心和兩個遠程數據中心。我們亦已制定災難恢復計劃，每天在地方和遠程數據中心對所有營運數據進行全面備份，減少數據遺失或洩露的風險。我們會經常檢查備份系統並定期進行數據恢復測試，確保系統正常運作及妥善維護。此外，我們使用第三方網絡安全公司進行定期滲透測試以找出我們系統的漏洞，並評估其安全性。倘發現問題，我們會立即進行系統升級行動，消除任何可能影響我們系統安全的潛在問題。我們相信，我們有關數據隱私及安全的政策及常規均符合適用法律和普遍行業慣例。於營業紀錄期間及截至最後可行日期，我們並無因侵犯任何第三方根據《中華人民共和國民法典》或任何適用法律及法規享有的數據保護權利而收到任何第三方的申索。中國法律顧問確認，根據與北京市公安局朝陽分局網絡安全保衛大隊的訪談，同期，(i)我們在重大方面均遵守適用中國數據保護和隱私法律及法規；且(ii)我們並無因違反中國適用數據保護和隱私法律及法規而遭受任何行政處罰。我們的中國法律顧問確認，北京市公安局朝陽分局網絡安全保衛大隊為提供相關確認的主管機構。

### 銷售及營銷

我們主要通過銷售團隊向製藥及醫療設備公司推銷精準營銷及企業解決方案。我們有經驗豐富且訓練有素的專業團隊，包括專業業務發展代表與支援人員，專門負責與新舊客戶洽商。為維持現有客戶關係，我們為每家製藥公司指派一名項目經理，負責處理相關藥物產品的工作。客戶滿意度持續為我們帶來口碑推薦與增購。我們的銷售團隊亦積極與目前並非我們客戶的大型製藥公司溝通，並定期回應潛在合作的要求。我們亦與製藥公司的廣告代理合作，刊登彼等的定制內容。

---

## 業 務

---

除製藥公司外，我們的研究解決方案亦主要向醫院推銷。我們通過平台上不同渠道向醫師及彼等的醫院銷售解決方案。

通過口碑相傳，我們大規模且高價值的方案吸引了大量醫師與醫療專業人員加入我們的平台。我們亦通過主流搜索引擎推銷我們的平台。

我們在確定定價策略時會考慮多種因素，例如市場需求、預期市場趨勢及競爭對手產品的價格。我們相信我們的定價策略符合市場趨勢。我們的精準數字推送符合製藥及醫療設備公司的多渠道針對性數字營銷計劃，可以選擇專業及地點作為篩選指標。根據弗若斯特沙利文報告，中國其他數字保健營銷供應商的精準交付能力不及我們，因此未能提供相若的營銷服務。我們精準數字推送的定價模式，主要基於與客戶協定的目標醫師每次點擊收費，最能反映我們所提供服務的價值，且與其他數字保健營銷供應商的服務定價不同，其他供應商主要是以在彼等所經營的社交媒體網站(例如WeChat)或平台網站投放每個廣告收費。雖然我們的精準數字推送服務定價模式與別家不同，但獲得製藥及醫療設備公司接受，在其他競爭對手以不同定價模式參的投標之中，往往通過競價程序選用我們的服務。此外，精準數字推送是我們精準營銷及企業解決方案的一部分，為旨在解決製藥及醫療設備公司由藥物開發至實際使用的整個價值鏈各個階段不同需要的綜合解決方案。根據弗若斯特沙利文報告，中國並無其他數字保健營銷供應商可提供如此全面的服務。這亦讓我們在獲取新業務及推動市場繼續接受我們價格模式方面具備競爭優勢。

我們其他服務(包括營銷諮詢、數字內容創建及企業解決方案等服務)的定價模式，主要是基於特定項目所投入的時間。根據弗若斯特沙利文報告，上述的定價模式與其他提供同類服務的供應商一致，而我們的費率與現行市場水平相若。營業紀錄期間，我們並無任何個別或共同錄得重大虧損的項目。

### 客戶

我們的客戶主要包括(i)精準營銷及企業解決方案客戶，包括製藥公司、醫療設備公司、醫院、研究機構及CRO；(ii)醫學知識解決方案客戶，包括醫師及其他醫療專業人員；及(iii)智能患者管理解決方案客戶，包括患者、製藥公司及非牟利機構。

營業紀錄期間，我們的業務錄得較高的客戶保留率。2018年購買我們的精準營銷及企業解決方案的90%醫療客戶於2019年繼續購買；2019年購買我們的精準營銷及企業解決方案的84%醫療客戶於2020年繼續購買。對於2020年並無購買我們的精準營銷及企業解決方案的醫療客戶，於2018年及2019年來自向該等客戶提供該等解決方案的收益分別為人民幣2.2百萬元及人民幣2.0百萬元。對於2019年及2020年並無購買我們的精準營銷及企業解決方案的醫療客戶，於2018年來自向該等客戶提供該等解決方案的收益為人民幣0.4百萬元。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度，每名醫療客戶的平均收益(按相關年度醫療客戶購買我們的精準營銷及企業解決方案產生的收益總額除以購買解決方案的醫療客戶相應數目計算)分別為人民幣1.9百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣2.4百萬元。2018年、2019年及2020年，自購買我們精準營銷及企業解決方案的單一醫療客戶產生的收益範圍分別介乎人民幣91,000元至人民幣10.5百萬元、人民幣91,000元至人民幣13.6百萬元以及人民幣94,000元至人民幣31.3百萬元。於營業紀錄期間，我們的客戶包括跨國及中國本地的製藥和醫療設備公司。我們解決方案的需求取決於醫療客戶的業務需要、個別產品宣傳計劃的時機、規模、營銷策略及預算週期。上述各項的差異，導致營業紀錄期間來自我們醫療客戶的收益變化範圍很大。2020年來自精準營銷及企業解決方案最大客戶的收益，較2019年來自同一客戶的收益大幅增加，導致與2019年相比，2020年我們來自醫療客戶的收益範圍上限顯著增加。來自相關客戶的收益增加，是由於(i)擴大營銷活動，包括擴充目標醫師群組和增加交付渠道；及(ii)使用我們解決方案銷售的醫療產品數量增加。由於我們能夠為營銷方面的投資爭取超額的回報，因此客戶對我們分配更多的營銷預算。

## 業 務

截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度，我們來自五大客戶的收益佔同期收益總額分別41.2%、39.7%及39.7%，而來自最大客戶的收益佔同期收益總額分別12.7%、12.2%及14.7%。

營業紀錄期間，五大客戶均為本集團的獨立第三方。營業紀錄期間，董事、彼等的緊密聯繫人或任何現有股東（就董事所知擁有我們股本5%以上者）概無對任何五大客戶擁有須根據《上市規則》披露之權益。

下表載列營業紀錄期間五大客戶的詳情：

### 截至2018年12月31日止年度

客戶	收益金額 (人民幣千元)	佔收益總額 百分比(%)	業務關係 起始年份	主營業務	背景	我們提供的 解決方案
客戶A .....	10,622.4	12.7	2014年	製藥公司	一家在納斯達克全球精選市場及泛歐證券交易所上市的跨國生物製藥公司的中國附屬公司 <sup>(1)</sup>	提供精準營銷及企業解決方案以及醫學知識解決方案
客戶B .....	7,649.8	9.2	2014年	醫療公司	一家開發藥品、疫苗及消費者保健產品並在倫敦證券交易所和紐約證券交易所上市的跨國醫療公司的中國附屬公司 <sup>(2)</sup>	提供精準營銷及企業解決方案
客戶C .....	6,322.5	7.6	2014年	醫療公司	一家開發醫療設備、藥品及消費者保健產品並在紐約證券交易所上市的跨國醫療公司的中國附屬公司 <sup>(3)</sup>	提供精準營銷及企業解決方案、醫學知識解決方案以及智能患者管理解決方案
客戶D .....	5,261.9	6.3	2014年	製藥公司	一家在紐約證券交易所上市的跨國製藥公司的中國附屬公司 <sup>(4)</sup>	提供精準營銷及企業解決方案

## 業 務

客戶	收益金額 (人民幣千元)	佔收益總額 百分比(%)	業務關係 起始年份	主營業務	背景	我們提供的 解決方案
客戶E.....	4,515.3	5.4	2015年	製藥公司	一家在紐約證券交易所上市的跨 國生物製藥公司的中國附屬公 司 <sup>(5)</sup>	提供精準營銷及企業解 決方案

我們於2018年為客戶A推銷五種藥品，包括一種心臟科藥、一種罕見病藥、一種神經內科藥、一種內分泌藥及一種腫瘤藥。我們為客戶A的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶A指定的目標醫師。客戶A亦採用我們的e調研服務，要求定制的電子調研用以計量醫師對客戶A藥物的取態。

我們於2018年為客戶B推銷七種藥品，包括兩種護肝藥、三種神經內科藥、一種呼吸藥及一種內分泌藥。我們為客戶B的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶B指定的目標醫師。

我們於2018年為客戶C推銷12種藥品，包括四種精神科藥、兩種神經內科藥、三種血液藥、一種腫瘤藥、一種耳鼻喉藥及一種風濕藥。我們為客戶C的產品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶C指定的目標醫師。客戶C亦採用我們的在線會議服務與目標醫師互動，亦採用我們的患者教育服務，教導患者了解病情和治療方案。

我們於2018年為客戶D推銷六種藥品，包括兩種精神科藥、兩種內分泌藥、一種腫瘤藥及一種生殖泌尿科藥。我們為客戶D的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶D指定的目標醫師。客戶D亦採用我們的e調研服務，要求定制的電子調研用以計量醫師對客戶D藥物的取態。

我們於2018年為客戶E推銷五種藥品，包括三種護肝藥、一種腫瘤藥及一種血液藥。我們為客戶E的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶E指定的目標醫師。客戶E亦採用我們的e調研服務，要求定制的電子調研用以計量醫師對客戶E藥物的取態。

## 業 務

### 截至2019年12月31日止年度

客戶	收益金額 (人民幣千元)	佔收益總額 百分比(%)	業務關係 起始年份	主營業務	背景	我們提供的 解決方案
客戶A .....	14,794.7	12.2	2014年	製藥公司	一家在納斯達克全球精選市場及泛歐證券交易所上市的跨國生物製藥公司的中國附屬公司	提供精準營銷及企業解決方案、醫學知識解決方案以及智能患者管理解決方案
客戶C .....	13,566.1	11.2	2014年	醫療公司	一家開發醫療設備、藥品及消費者保健產品並在紐約證券交易所上市的跨國醫療公司的中國附屬公司	提供精準營銷及企業解決方案以及智能患者管理解決方案
客戶B .....	7,794.6	6.4	2014年	醫療公司	一家開發藥品、疫苗及消費者保健產品並在倫敦證券交易所和紐約證券交易所上市的跨國醫療公司的中國附屬公司	提供精準營銷及企業解決方案以及智能患者管理解決方案
客戶D .....	6,894.4	5.7	2014年	製藥公司	一家在紐約證券交易所上市的跨國製藥公司的中國附屬公司	提供精準營銷及企業解決方案
客戶F .....	5,210.3	4.3	2014年	製藥及生命科學公司	一家開發藥品、消費者保健產品及農作物科學產品並在法蘭克福證券交易所上市的跨國製藥及生命科學公司的中國附屬公司 <sup>(6)</sup>	提供精準營銷及企業解決方案以及醫學知識解決方案

我們於2019年為客戶A推銷九種藥品，包括兩種心臟科藥、一種神經內科藥、兩種內分泌藥、一種罕見病藥、一種骨科藥、一種兒科藥及一種血液藥。我們為客戶A的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶A指定的目標醫師。客戶A亦採用我們的e調研服務，要求定制的電子調研用以計量醫師對客戶A藥物的取態。此外，客戶A亦採用我們的在線會議服務與目標醫師互動，亦採用我們的患者教育服務，教導患者了解病情和治療方案。

## 業 務

我們於2019年為客戶C推銷15種藥品，包括三種血液藥、五種精神科藥、一種風濕藥、兩種神經內科藥、一種腸胃藥、一種腫瘤藥及兩種皮膚科藥。我們為客戶C的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶C指定的目標醫師。客戶C亦採用我們的在線會議服務與目標醫師互動，亦採用我們的患者教育服務，教導患者了解病情和治療方案。此外，客戶C亦採用我們的臨床研究SaaS服務。

我們於2019年為客戶B推銷七種藥品，包括一種護肝藥、兩種神經內科藥、一種內分泌藥、兩種呼吸藥及一種風濕藥。我們為客戶B的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶B指定的目標醫師。客戶B亦採用我們的在線會議服務與目標醫師互動，亦採用我們的患者教育服務，教導患者了解病情和治療方案。

我們於2019年為客戶D推銷11種藥品，包括三種內分泌藥、一種生殖泌尿科藥、三種精神科藥、兩種腫瘤藥、一種皮膚科藥及一種風濕藥。我們為客戶D的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶D指定的目標醫師。

我們於2019年為客戶F推銷六種藥品，包括兩種心臟科藥、兩種放射顯影劑、一種內分泌藥及一種呼吸藥。我們為客戶F的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶F指定的目標醫師。客戶F亦採用我們的e調研服務，要求定制的電子調研用以計量醫師對客戶F藥物的取態。此外，客戶F亦採用我們的在線會議服務與目標醫師互動。

### 截至2020年12月31日止年度

客戶	收益金額 (人民幣千元)	佔收益總額 百分比(%)	業務關係 起始年份	主營業務	背景	我們提供的 解決方案
客戶C .....	31,424.3	14.7	2014年	醫療公司	一家開發醫療設備、藥品及消費者保健產品並在紐約證券交易所上市的跨國醫療公司的中國附屬公司	提供精準營銷及企業解決方案、醫學知識解決方案以及智能患者管理解決方案

## 業 務

客戶	收益金額 (人民幣千元)	佔收益總額 百分比(%)	業務關係 起始年份	主營業務	背景	我們提供的 解決方案
客戶G .....	15,187.7	7.1	2014年	製藥公司	一家總部位於德國的跨國製藥公司的中國附屬公司 <sup>(7)</sup>	提供精準營銷及企業解決方案以及醫學知識解決方案
客戶A .....	14,907.5	7.0	2014年	製藥公司	一家在納斯達克全球精選市場及泛歐證券交易所上市的跨國生物製藥公司的中國附屬公司	提供精準營銷及企業解決方案以及醫學知識解決方案
客戶H .....	11,583.9	5.4	2014年	醫療公司	一家開發創新藥、仿製藥及生物類似藥並在瑞士證券交易所和紐約證券交易所上市的跨國醫療公司的中國附屬公司 <sup>(8)</sup>	提供精準營銷及企業解決方案、醫學知識解決方案以及智能患者管理解決方案
客戶I .....	11,566.8	5.4	2013年	製藥公司	一家在紐約證券交易所上市的跨國製藥公司的中國附屬公司 <sup>(9)</sup>	提供精準營銷及企業解決方案

*附註：*

- (1) 根據上市母公司截至2020年12月31日止財政年度的年報，該跨國生物製藥公司於2020年的綜合銷售淨額逾400億美元。
- (2) 根據上市母公司截至2020年12月31日止財政年度的年報，該跨國醫療公司於2020年的綜合營業額逾450億美元。
- (3) 根據上市母公司截至2021年1月3日止財政年度的年報，該跨國醫療公司截至2021年1月3日止財政年度的綜合客戶銷售額逾800億美元。
- (4) 根據上市母公司截至2020年12月31日止財政年度的年報，該跨國製藥公司於2020年的綜合收益逾200億美元。
- (5) 根據上市母公司截至2020年12月31日止財政年度的年報，該跨國生物製藥公司於2020年的綜合收益逾400億美元。



---

## 業 務

---

- (6) 根據上市母公司截至2020年12月31日止財政年度的年報，該跨國製藥及生命科學公司於2020年的綜合銷售淨額逾450億美元。
- (7) 根據德國母公司網址所公佈的財務摘要，該跨國製藥公司於2020年的綜合銷售淨額逾200億美元。
- (8) 根據上市母公司截至2020年12月31日止財政年度的年報，該跨國醫療公司的持續經營業務於2020年的綜合銷售淨額逾450億美元。
- (9) 根據上市母公司截至2020年12月31日止財政年度的年報，該跨國製藥公司於2020年的綜合銷售額逾200億美元。

我們於2020年為客戶C推銷18種藥品，包括三種血液藥、四種精神科藥、一種風濕藥、兩種腫瘤藥、一種胃腸藥、兩種兒科藥、一種神經內科藥、三種皮膚科藥、一種耳鼻喉科藥及一種外科醫療器材。我們為客戶C的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使及e脈播給予客戶C指定的目標醫師。客戶C亦採用我們的在線會議服務與目標醫師互動，亦採用我們的患者教育服務，教導患者了解病情和治療方案。

我們於2020年為客戶G推銷四種藥品，包括一種心臟科藥、兩種內分泌藥及一種腫瘤藥。我們為客戶G的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使給予客戶G指定的目標醫師。

我們於2020年為客戶A推銷13種藥品，包括三種心臟科藥、兩種罕見病藥、一種兒科藥、一種內分泌藥、一種皮膚科藥、兩種神經內科藥及三種血液藥。我們為客戶A的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使及e脈播給予客戶A指定的目標醫師。客戶A亦採用我們的e調研服務，要求定制的電子調研用以計量醫師對客戶A藥物的取態。此外，客戶A亦採用我們的在線會議服務與目標醫師互動。

我們於2020年為客戶H推銷九種藥品，包括一種心臟科藥、一種腫瘤藥、四種血液藥、一種內分泌藥、一種神經內科藥及一種免疫抑制藥。我們為客戶H的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使及e脈播給予客戶H指定的目標醫師。客戶H亦採用我們的在線會議服務與目標醫師互動，亦採用我們的患者教育服務，教導患者了解病情和治療方案。此外，客戶H亦採用我們的臨床研究SaaS服務，亦採用我們的患者招募服務，招攬患者參加臨床試驗。

## 業 務

我們於2020年為客戶I推銷七種藥品，包括四種內分泌藥、兩種腫瘤藥及一種心臟科藥。我們為客戶I的藥品開發定制的宣傳內容，通過e信使及e脈播給予客戶I指定的目標醫師。客戶I亦採用我們的e調研服務，要求定制的電子調研用以計量醫師對客戶I藥物的取態。此外，客戶I亦採用我們的在線會議服務與目標醫師互動。

### 供應商

我們的主要供應商主要為信息技術服務、電信服務、客戶服務、產品採購服務、物業租賃服務及其他服務的供應商。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度，我們自五大供應商的採購總額分別佔同期採購總額的31.9%、23.3%及28.7%，而自最大供應商的採購額分別佔同期採購總額8.9%、6.4%及17.6%。除M3集團外，該等供應商均位於中國。我們通常每季於季度開始前預付租金。就產品採購而言，我們通常向主要供應商預付款項。就其他服務而言，我們通常於收到發票後30日內付款。

營業紀錄期間，除金葉天盛及M3集團外，我們的五大供應商均為本集團獨立第三方。除(i)田立平女士、(ii)田立軍先生、(iii)劉領娣女士(田立新先生之配偶)、(iv)M3；及(v)槌屋英二先生、周欣女士及李卓霖博士(彼等於最後可行日期各自均擁有少量M3股權或M3所授予的購股權)外，董事、彼等的緊密聯繫人或現有股東(就董事所知擁有我們股本5%以上者)概無對任何五大客戶擁有須根據《上市規則》披露之權益。

下表載列營業紀錄期間五大供應商的詳情：

### 截至2018年12月31日止年度

供應商	採購金額 (人民幣千元)	佔採購總額 百分比(%)	業務關係起始年份	主營業務	向我們提供的 貨品/服務
供應商A .....	2,426.7	8.9	2016年	文化宣傳服務及資產管理	物業租賃服務
供應商B .....	2,207.5	8.1	2017年	信息技術服務	電信服務
供應商C <sup>(1)</sup> .....	1,544.5	5.7	2017年	信息技術服務	產品採購

## 業 務

供應商	採購金額 (人民幣千元)	佔採購總額 百分比(%)	業務關係起始年份	主營業務	向我們提供的 貨品/服務
供應商D .....	1,341.0	4.9	2017年	文化通訊服務	視頻製作服務
金葉天盛 .....	1,152.2	4.2	2017年	客戶支持服務	客戶服務

### 截至2019年12月31日止年度

供應商	採購金額 (人民幣千元)	佔採購總額 百分比(%)	業務關係起始年份	主營業務	向我們提供的 貨品/服務
供應商A .....	2,387.8	6.4	2016年	文化宣傳服務及資產管理	物業租賃服務
供應商B .....	2,327.4	6.3	2017年	信息技術服務	電信服務
金葉天盛 .....	1,461.8	3.9	2017年	客戶支持服務	客戶服務
供應商C .....	1,400.2	3.8	2017年	信息技術服務	產品採購
M3集團 <sup>(2)</sup> .....	1,085.0	2.9	2014年	通過互聯網提供醫學相關服務	技術及軟件許可

### 截至2020年12月31日止年度

供應商	採購金額 (人民幣千元)	佔採購總額 百分比(%)	業務關係起始年份	主營業務	向我們提供的 貨品/服務
供應商C .....	10,409.5 <sup>(1)</sup>	17.6	2017年	信息技術服務	產品採購
供應商A .....	2,188.8	3.7	2016年	文化宣傳服務及資產管理	物業租賃服務
供應商E .....	1,792.5	3.0	2020年	互聯網技術服務	電信服務
金葉天盛 .....	1,375.0	2.3	2017年	客戶支持服務	客戶服務
M3集團 .....	1,210.6	2.0	2014年	通過互聯網提供醫學相關服務	技術及軟件許可

附註：

- (1) 供應商C指一家在納斯達克全球精選市場及香港聯交所上市的電子商貿公司的中國附屬公司。根據上市母公司截至2020年12月31日止財政年度的年報，該電子商貿公司於2020年的綜合收益逾人民幣7,000億元。

- (2) 根據M3發佈的綜合財務業績，M3集團截至2021年3月31日止財政年度的銷售淨額逾1,500億日圓。
- (3) 2020年向供應商C採購的推銷產品大幅增加，是由於為促進用戶增長和參與的推銷活動有所增加。

### 競爭

解決方案的市場競爭激烈，特點是技術改良與產品升級頻繁，持續推動醫療服務數字化。我們面對的競爭來自開發及商業化數字醫療營銷服務、臨床研究服務、醫學內容服務及／或患者管理服務的其他醫療平台。我們與其他醫療平台爭奪醫師用戶及醫療客戶，並致力保持我們解決方案產品的競爭力，以維持並增加醫師用戶及醫療客戶的數目及參與度：

- **醫師用戶**。我們透過在平台提供優質且多元的專業醫學信息及工具，並憑藉產品及服務的整體用戶體驗，與競爭對手比拼，吸引及留住醫師用戶。
- **醫療客戶**。我們透過在平台上的醫師用戶規模及參與度，以及先進技術和數據洞察力，與競爭對手比拼，吸引及留住製藥及醫療設備公司。

我們亦面對提供醫療營銷服務及／或合約研究服務的傳統營運商的競爭。製藥及醫療設備公司聘請進行親身詳述的醫療代表佔醫療營銷服務傳統營運商中的大部分。醫療營銷服務領域的其他傳統營運商包括幫助組織線下學術會議的會議供應商，以及代表製藥及醫療設備公司協助推廣及分銷醫療產品的其他少數合約銷售組織或第三方代理。合約研究服務領域的傳統營運商包括線下外包服務供應商。日後，我們亦可能面臨新加入者的競爭，彼等將導致競爭加劇。例如，發展較成熟且具備大量財務資源、精密技術及廣泛分銷渠道的科技公司可能開發出與我們直接競爭的解決方案。

根據弗若斯特沙利文報告，按截至2020年12月31日註冊醫師用戶數目計，我們是中國最大的在線專業醫師平台。根據弗若斯特沙利文報告，按2020年收益計算，我們亦在提供數字醫療營銷服務的中國醫師平台之中排列首位，市場佔有率為21.4%。對我們相

當重要的主要競爭因素包括龐大醫師網絡、精準傳遞能力、用戶參與度、集成營銷解決方案及先進技術。有關我們所經營行業的競爭格局詳情，請參閱「行業概覽」。

有關我們在行業競爭的風險，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－倘我們無法有效競爭，則我們的業務、經營業績及財務狀況或受到重大不利影響。」。

### 獎項及嘉許

營業紀錄期間，我們憑著解決方案的質素與普及度獲得認可，其中最受注目的是醫脈通平台最近獲中國醫師協會選為2019年年度健康新媒體二十強，以及我們的精準營銷解決方案在中華醫學事務年會獲得「最佳醫學數字解決方案」獎項。

### 我們的社會責任

我們的目標是利用我們的解決方案提升醫療保健系統，從而改善人們的生活。我們致力配合聯合國的可持續發展目標，為社會帶來正面貢獻，特別是有關良好健康與福祉和優質教育的貢獻。我們在企業社會責任方面的成就與倡議如下：

#### 良好健康與福祉

我們致力通過支持醫師的臨床決策並協助患者了解彼等的狀況，提升不同年齡層人士的健康與福祉。我們相信，我們的解決方案可令診斷更加準確，提高有關健康事宜的意識並推動人們改變生活方式。

#### 優質教育

我們致力推動為醫科學生、醫師及其他醫療專業人員提供普及且公平的優質教育和終生學習機會。我們相信，我們的解決方案有助醫科學生、醫師及其他醫療專業人員提升臨床知識與技能。

### 應對新冠疫情

我們積極參與對抗新冠疫情的社會抗疫工作。我們在疫症爆發初期已自海外購買保護裝備(包括保護口罩、安全帽、手套、護眼罩及保護衣)並捐贈予醫院及醫師。鑑於疫症期間，部分疾病的醫院服務暫停，我們亦為患者組織了超過500場由醫學專家主持的問答環節。

### ESG政策

我們的業務沒有環境、社會和企業管治(「ESG」)方面的風險或機會，包括環境、社會和氣候相關的風險或機會，或可對我們的業務、策略及財務表現有潛在重大影響。我們主要在中國營運專業醫師平台而賺取收益，並非有重大ESG風險的行業。我們的業務並不涉及(i)碳排放、用地用水、生產及包裝問題的重大環境風險；或(ii)健康或安全方面的重大社會風險。

然而，我們已採納一套有關環境、社會及企業管治的政策(「ESG政策」)，當中載列我們的企業社會責任目標，並提出日常運營中實踐企業社會責任的指引。董事會對制定、採納及審查環境、社會及企業管治相關事宜的政策，及評估、確定及解決相關風險負有共同及全部責任。董事會審核委員會負責修訂及評估ESG政策的執行情況，而總務部負責執行ESG政策。

根據ESG政策，我們旨在與員工、業務夥伴、用戶及平台的其他參與者建立可持續發展的社區。我們致力於通過節能及可持續發展減少對環境的負面影響。我們亦專注於接納本公司內的多元化，在僱用、培訓、福利、專業及個人發展方面平等及尊重對待所有員工(包括殘疾員工)。我們將繼續促進工作與生活的平衡，為所有員工營造積極向上的工作場所。我們努力建立健全的人才培養機制，打造線上線下聯合培訓平台。

我們將我們的編輯政策和內容標準與ESG政策保持一致。根據我們的編輯政策及內容標準，我們平台上的定制內容及所有形式的營銷傳播均須秉承適當的社會責任感編製。我們認為定制內容應合法、得體、誠實及真實。此外，定制內容須符合商業上普遍

接受的公平競爭原則。我們可全權酌情決定我們接受的定制內容類型，並確保出現在我們平台的所有定制內容均符合上述準則及標準。我們的政策規定(其中包括)，定制內容須有證據基礎，任何情況下均不得發佈不準確、有偏見或惡意的內容。

我們識別並保持定制內容(由製藥及醫療設備公司贊助)與醫學知識內容(非贊助的編輯內容)之間的顯著區別。我們採取有意義的措施，確保我們的用戶可輕易區分定制內容與醫學知識內容。

我們不鼓勵與我們合作的KOL或我們的內容團隊為定制內容產生付費點擊，以盡量減少利益衝突。KOL及我們的內容團隊成員並無就付費點擊次數收取任何佣金。我們向與我們合作的KOL支付專家諮詢費作為彼等所花費時間的合理薪酬，該費用為固定費用，不與所開發內容的表現掛鉤。與定制內容相關的營運指標(如付費點擊次數)並非評估我們內容團隊成員薪酬的影響因素。

我們的ESG政策載列減少碳足跡的措施，例如通過以下方式降低能耗：

- 鼓勵員工乘坐公共交通工具通勤，安排穿梭巴士方便員工從辦公場所前往乘坐公共交通工具；
- 安裝節能燈具並要求員工下班後關燈；
- 鼓勵員工避免列印紙本，要求盡可能雙面列印；
- 鼓勵電話會議而非場地會議以減少差旅；
- 要求員工使用辦公用品時留意環境，鼓勵員工重複使用辦公用品；及
- 減少空調使用，包括最低溫度要求。

### 健康、安全及環境事宜

我們認為，我們並無涉及任何重大健康、工作安全或環境風險。為確保遵守適用法律及法規，如必需並向中國法律顧問諮詢後，我們的人力資源部會因應相關勞工及工作安全法律及法規的重大更改不時調整人力資源政策。

於營業紀錄期間及截至最後可行日期，我們並無因違反健康、工作安全或環境法規而被處以任何罰款或其他處分，亦無涉及任何意外或我們僱員作出的個人或財產損毀索償而已對我們的財務狀況或業務營運有重大不利影響。

### 知識產權

知識產權是我們成功與競爭力的基石，我們投放大量時間與資源進行開發和保護。於最後可行日期，我們在中國有38項軟件版權、21項註冊商標及2項待審批的商標申請。於最後可行日期，我們亦已在中國註冊34個域名，包括kingyee.com.cn。

我們依賴專利、商業秘密、版權及商標法、許可協議、保密程序、與僱員、客戶及其他人士的不披露協議以及技術措施共同保護我們業務所用的知識產權。此外，我們的僱員必須簽訂標準勞工合同，當中包含一項條款，訂明彼等受聘於我們期間所產生的所有發明、商業秘密、進展及其他程序均屬於我們的財產，並向我們轉讓彼等可能自該等項目取得的任何擁有權。

我們亦依賴第三方授予的不同知識產權許可，包括我們網站與平台所用的網絡服務器軟件、數據庫及醫學信息。該等第三方許可未必可按商業合理的條款繼續向我們提供。我們失去或未能維持或升級任何該等許可均可能對我們造成嚴重傷害。此外，由於我們許可使用來自第三方的信息，倘相關人士涉及有關信息來源及擁有權的申索，我們可能面臨有關侵犯版權的訴訟。此外，即使我們已採取預防措施，第三方仍可能未經我們同意而取得及使用我們所擁有或授予許可的知識產權。於營業紀錄期間至最



後可行日期，我們並無發現任何重大糾紛，亦無與第三方發生其他有關知識產權的未解決重大法律訴訟。然而，第三方日後未經授權使用我們的知識產權以及為保護知識產權免被擅用所產生的開支可能對我們的業務及經營業績有不利影響。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險—我們未必可以避免我們的知識產權遭盜用，有損我們的業務及競爭地位。」。

有關我們重大知識產權詳情，請參閱「附錄四－法定及一般資料－B.有關我們業務的其他資料－2.本集團的知識產權」。

我們已採取政策及程序來防止版權侵犯，並確保我們的運營符合與版權相關的法律法規。我們要求所有員工遵守我們的政策，嚴格禁止未經授權使用受版權保護的內容。我們為員工提供培訓和明確的指導方針，幫助彼等了解受版權保護的作品的範圍。在我們的平台上使用受版權保護的內容之前，我們會先自版權所有者取得許可，並確保在授權範圍內使用許可的內容。我們鼓勵員工對同事進行版權合規教育，並舉報任何潛在的版權侵權行為。

我們建立了多層版權合規機制。我們每個解決方案產品的經理都有責任確保通過此類產品發佈的內容符合適用的法律法規。

我們的內容團隊負責審查及篩選定制內容和專業生成內容。我們按專業設立了編輯團隊，每個團隊至少有三位編輯。在我們於平台發佈之前，每條定制的內容和專業生成內容都會先由編輯團隊的其他成員進行交叉審核，並獲得團隊主編批准。倘編輯團隊的內部審核無法確定內容的質量和原創性，則編輯團隊將邀請我們平台的醫學主編和平台運營主管共同審核內容。倘在聯合審核後仍存在不確定性，我們會邀請該領域的KOL做出最終決定。

我們對用戶生成內容進行篩查，以發現潛在的版權侵權和其他違反平台規則的情況。我們要求用戶將內容發佈到我們的平台上之前，聲明其內容不違反適用的法律法規，亦未侵犯任何第三方的合法權利。所有用戶生成內容(包括評論內容)會先由自動過濾系統進行篩選，該系統會識別並標記可疑內容，以便我們的平台運營及客戶服務團隊根據中國最新的法律法規按照定期更新的關鍵字詞庫來進行人工審核和採取進一步行動。

## 業 務

我們採取多層人工篩選程序，每條標記的內容均由我們平台運營及客戶服務團隊的不同人員進行審核和交叉審核。用戶生成內容獲得批准在我們的平台發佈後，我們的內容編輯會定期重新檢查相關內容，倘我們發現其侵犯了任何第三方版權，則會立即將其刪除。

我們亦鼓勵用戶幫助我們進行內容篩選及監察。倘我們的平台上發佈任何有問題的內容，一經發現(包括於版權所有者通知或告知時)立即刪除。倘我們發現用戶屢次違反用戶協議、適用的法律法規或侵犯了任何第三方版權，我們會阻止該用戶日後在我們的平台上傳內容或終止該用戶的賬戶。

## 保險

我們認為，由於我們已根據中國法律及法規及我們所處行業的商業慣例購買所有必須的保險，故保險的保障範圍足夠。我們的僱員相關保險包括中國法律及法規所要求的養老金保險、生育保險、失業保險、工傷保險、醫療保險及住房公積金。我們亦為僱員購買附屬意外保險。

我們亦為互聯網醫院服務安排專業責任保險。我們並無為其他解決方案購買保險。此外，我們並無購買業務中斷險或一般第三方責任險，亦無購買產品責任險或要員保險。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的業務保險保障有限，我們或會產生重大成本和業務中斷。」。於營業紀錄期間，我們並無就業務作出重大保險索償。下表按解決方案類別概述我們對第三方的責任風險(我們對客戶的合約責任除外)及投保範圍：

解決方案類別	責任	保險
精準營銷及企業 解決方案：		
精準營銷解決方案.....	我們的中國法律顧問認我們不會由於醫師採用的定制內容不準確或因使用或誤用定制內容造成的損失負責，原因在於根據我們協議進行的所有產品製作所涉及知識產權通常屬於客戶所有，且我們在平台載有免責聲明，提醒用戶有關內容僅供參考，並非醫學建議的來源亦非任何治療決策的根據，而我們不能保證該等內容準確及完備。	不適用

## 業 務

解決方案類別	責任	保險
<p>企業解決 方案.....</p>	<p>我們的中國法律顧問認為，我們不應對客戶在臨床實踐中造成的任何潛在人身傷害或其他傷害申索負責。</p> <p>我們的中國法律顧問認為，我們毋須就提供e調研數字市場研究解決方案相關的個人資料洩露的潛在申索負責，理由在於我們遵守有關的中國數據保護及隱私法律，在研究期間並無收集研究參與者的任何個人資料，且並無將任何該等個人資料載入我們向醫療保健客戶提供的任何研究結果及分析。</p>	<p>不適用</p>
<p>醫學知識解決 方案.....</p>	<p>第三方(包括網上醫療資訊平台競爭對手)就我們平台上傳醫學資料侵犯版權或盜用資料提出的索賠。</p> <p>用戶因我們平台資料不準確或使用或誤用我們平台的資料而遭到任何傷害，可能就對我們提出的索賠</p>	<p>不適用</p>
<p>智能患者管理解決 方案.....</p>	<p>就我們互聯網醫院提供在線諮詢及處方服務出現的醫師不當行為或醫療事故提出的醫療索賠</p>	<p>我們為互聯網醫院及與我們合作在我們平台提供互聯網醫院服務的外部醫師投保專業責任保險</p>

## 業 務

解決方案類別	責任	保險
	<p>我們的中國法律顧問認為，我們毋須就提供患者教育服務相關的任何醫療責任申索負責，理由在於有關服務並不涉及任何與線上諮詢、互聯網醫院服務或遠程醫療服務相關的活動。我們的中國法律顧問認為，我們毋須就患者教育內容的不準確或使用或不當使用引致的任何損傷負責，理由在於(i)有關內容由合作夥伴非牟利機構刊發，我們並非有關內容的刊發者，(ii)有關內容經合作夥伴非牟利機構審查後方刊發，及(iii)我們與合作夥伴非牟利機構的協議並不要求我們就患者教育內容的不準確或使用或不當使用引致的任何損傷作出彌償。</p>	

### 僱員

於2018年、2019年及2020年12月31日，我們分別有239、277及327名僱員。於最後可行日期，我們共有365名僱員。下表載列於最後可行日期按職能劃分的僱員詳情。

職能	僱員人數	佔僱員總數百分比
內容管理 .....	92	25.2
平台營運及客戶服務 .....	99	27.1
研發.....	106	29.0
一般及行政 .....	34	9.3
銷售及營銷 .....	34	9.3
<b>總計.....</b>	<b>365</b>	<b>100.0</b>

於最後可行日期，我們所有僱員均位於中國。我們的成功依賴吸引、留任及激勵合資格人員的能力。根據我們保留人才的策略，我們向僱員提供具競爭力的薪金、績效現金花紅及其他獎勵。

---

## 業 務

---

我們主要通過招聘代理以及我們公司網站和社交平台等網上渠道招聘僱員。我們已實施全面培訓課程，僱員會定期獲得管理、技術、監管及其他方面的內部講師或外聘顧問培訓。所有僱員均合資格出席相關內部培訓，彼等亦可在得到主管批准後出席外部培訓。

根據中國法規，我們須參加相關地方市及省政府組織的住房公積金及不同僱員社會保障計劃，包括住房、養老、醫療、工傷及失業福利計劃，我們須按僱員薪金的指定百分比作出供款。我們亦為僱員購買附屬意外保險。花紅一般為酌情發放，部分基於僱員的表現，另一方面亦基於我們業務的整體表現。我們計劃在日後向僱員授出以股份為基礎的獎勵，以激勵彼等為我們的增長及發展作出貢獻。

我們與僱員訂立標準勞工合同及保密協議，當中載有不競爭限制條文。

目前，我們概無僱員由工會代表。我們相信，已與僱員維持良好關係，且並無發生重大勞工糾紛，為營運招聘僱員時亦無遇到困難。

## 物業

我們並無擁有任何物業。我們的總部位於中國北京，在該區租用辦公室，於最後可行日期的總樓面面積約為1,920平方米。我們的僱員絕大部分均於北京駐守。於最後可行日期，我們亦在上海、石家莊及銀川租用辦公室，總樓面面積約為927平方米。

該等租賃的到期日介乎2021年12月至2025年11月。涵蓋我們總部總樓面面積約1,920平方米的租約將於2025年11月到期。我們僅於特定物業符合以下情況時方會續訂相關租約：(i)符合所有環境、健康及安全法律和法規；(ii)不涉及任何爭議、訴訟或其他可能影響我們使用的因素；(iii)可提供優質物業管理服務；及(iv)所在地區有充足替代物業（倘我們未能續訂租約）。為確保特定物業符合上述所有條件，我們會進行背景調查，

確定物業或業主是否涉及任何調查、糾紛或訴訟或有否任何強制執行紀錄，並會定期評估物業管理公司的服務質量。該等物業均用作《上市規則》第5.01(2)條所定義的非物業活動。

於2020年12月31日，我們所租用的物業賬面值均不超過我們綜合資產總值15%。因此，根據《上市規則》第5章及香港法例第32L章《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第6(2)條規定，本文件已獲豁免遵照《公司(清盤及雜項條文)條例》第342(1)(b)條有關《公司(清盤及雜項條文)條例》附表三第34(2)段所述需要就土地或樓宇的所有權益編製估值報告的規定。

### 法律訴訟及合規

我們目前並無涉及任何重大法律或行政訴訟。我們可能在日常業務過程中不時牽涉不同的法律或行政申索及訴訟。該等訴訟或任何其他法律或行政訴訟(不論結果如何)均可能會導致我們產生重大成本和資源分散，包括管理層的時間與兼顧。

於營業紀錄期間及截至最後可行日期，我們並無發生對業務、財務狀況或經營業績有重大不利影響的任何不合規事件。

營業紀錄期間，我們若干業務慣例可能屬於不合規事件。例如，根據中國法律，我們之前為僱員作出的社會保險及住房公積金供款可能不足。於2020年12月31日，我們在財務報表計入人民幣10.6百萬元其他應付款項及應計費用，反映我們估計過往供款不足總額。根據相關中國法律及法規，我們可能被相關政府部門命令在指定時限繳付過往不足差額，而社會保險供款過往不足差額可由到期日起被徵收每日0.05%的逾期罰款。倘我們未能於指定時限繳款，可能再被徵收相當於社會保險供款過往不足差額一至三倍的罰款。根據相關中國法律及法規，倘未有按規定悉數支付住房公積金，則住房公積金管理中心可能會要求於指定期限內支付欠款。倘未有於指定時限內支付該等欠款，則住房公積金管理中心可能會向中國法院申請強制付款。截至本招股章程日期，我們並無接獲有關政府部門就過往我們的社會保險及住房公積金供款不足的任何警告，亦

未遭受行政處罰或其他紀律處分。中國法律顧問認為，倘我們於指定時限內繳款，被罰款的風險屬低。有關詳情，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－未有按中國法規足額為各種政府發起的僱員福利計劃供款，我們會遭處罰。」。基於上文所述，董事認為上述不合規事件單獨或共同均不會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

根據人力資源和社會保障部於2018年9月21日頒佈的《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，行政執法機關不得組織和進行集中收集企業過往社會保險欠款之行動。我們已開始實施措施糾正我們不符合社會保險和住房公積金法律及法規的情況。我們承諾將根據政府主管部門的要求盡快支付欠款和逾期費用。

### 風險管理及內部控制

我們致力建立及維持由我們認為適合本身業務營運的政策與程序組成的風險管理和內部控制系統，並持續作出改良。

我們已就業務營運的不同方面採納及實施全面風險管理政策，包括財務報告、信息系統、內部控制、人力資源及投資管理。

### 財務報告風險管理

我們已設立一套有關財務報告風險管理的會計政策，例如財務報告管理政策、預算管理政策、財務報表編製政策及財務部門與員工管理政策。我們設有不同程序以實施會計政策，財務部負責根據該等程序審閱我們的管理賬目。我們亦為財務部人員提供定期培訓，確保彼等了解財務管理及會計政策並於我們日常營運貫徹實施。

### 營運風險管理

我們重視平台上提供的醫療服務的質量和安全性。我們致力將互聯網醫院營運所引致的醫療風險減至最低，且並無因嚴重違規或違反醫療服務質量和安全法律或法規而收到任何書面通知或處罰。我們對醫師進行評估，確保他們具備加入我們的互聯網醫院的相關資格和執照。我們要求互聯網醫院的醫師嚴格遵守使用條款中規定的工作範圍和質量要求，以符合相關法律及法規的規定。

我們已採用有關內容標準的內部政策及慣例。我們主要根據臨床效用和科學價值選擇醫學信息。我們亦根據以證據為基礎的醫學研究專業標準、全面性、精簡程度和及時性考慮所使用證據的有力程度。我們要求定制內容必須以證據為基礎，亦不得發佈不準確、有偏見或惡意的內容。詳情請參閱「— 我們平台的內容 — 內容標準」。

### 信息系統風險管理

用戶數據與其他相關信息有足夠的維護、保存與保護是我們的成功關鍵。我們已實施相關內部程序與控制，確保用戶數據受保護，防止數據洩露和遺失。我們的信息技術系統安全部負責確保信息技術基建安全，亦確保用戶數據的使用、保存及保護符合我們內部規則和適用法律與法規。我們為信息技術團隊提供定期培訓。營業紀錄期間及截至最後可行日期，我們並無發生任何用戶數據的重大信息洩露或遺失事件。有關詳情，請參閱「— 我們的技術」及「— 數據保護及隱私」。

### 內部控制風險管理

我們已設計並實施嚴格的內部程序，確保業務營運符合相關規則及法規。根據該等程序，我們的內部法律部負責基本審閱及更新我們與客戶和供應商所訂立合約的格式。法律部會在我們訂立任何合約或業務安排前，檢查合約條款，並審閱所有關於我們業務營運的文件，包括交易對手為履行我們業務合約規定責任而取得的牌照及許可以及所有必需的盡職審查資料。



我們的內部法律部負責取得必需的政府事先批准或同意，包括在法規指定時間內編製及提交所有必需文件予相關政府部門備案。

我們持續檢討風險管理政策及措施的實施情況，確保政策實施有效充足。

### 人力資源風險管理

我們按不同部門僱員的需求，提供定期及專門培訓。人力資源部定期按所需主題舉辦內部培訓課程，由高級人員或外聘顧問主理。人力資源部負責安排網上培訓時間、審閱培訓的資料、事後與僱員跟進以評估相關培訓的效果，並會獎勵獲得良好反饋的講師。通過該等培訓，我們確保僱員的技能可與時並進，讓彼等更有效地發掘並滿足客戶的需要。

我們設有經管理層審批的員工手冊，並已向全體僱員派發，當中載有關於最佳商業常規、職業道德、防止詐騙機制、疏忽職守及貪污的內部規定與指引。我們為僱員提供定期報訓和資源以說明員工手冊所載的指引。

我們亦已制訂反貪污及反賄賂政策，以保障本公司免受任何貪污行為影響。我們的政策明確可能屬於貪污的行為以及我們的反貪污措施。我們禁止員工在與第三方接觸時收受或給予任何形式的賄賂或回扣。我們已明確制定嚴格的準則，以防止員工接受有利益關係的第三方提供的禮物、招待和其他優惠，以及防止我們的員工向任何第三方提供上述優惠。我們的員工須簽署反貪污和反賄賂承諾書。我們的政策規定每個部門應定期對關鍵流程和職能中的任何違規行為進行自我檢查，並向內部控制部門通報任何違規行為或跟蹤可能的風險事件，我們的內部控制部門定期進行內部控制檢查。我們的業務合同中設有反貪污和反賄賂條款，據此，我們可以在交易對手違反相關條款時終止合同。我們要求與我們合作的供應商和其他第三方簽署反貪污和反賄賂承諾書，並遵守相關法律法規。倘我們確定存在賄賂和貪污活動違反適用法律法規之情形，我們會向有關當局報告相關活動。我們開放內部舉報渠道，僱員可上報任何貪污行為，而員工亦可向我們內部審計部作出匿名通報。內部審計部負責對報告事件進行調查並

---

## 業 務

---

採取適當措施。我們會在聘用任何第三方前進行詳盡的風險盡職審查，確保聘用程序完全符合反貪污政策。我們亦為僱員安排有關反貪污政策的定期培訓，以便政策更有效實施。營業紀錄期間及截至最後可行日期，就我們所知，概無發生任何僱員與任何客戶相關的反貪污事件。

### 投資風險管理

我們的投資策略是投資或收購可與我們業務相輔相承且符合我們增長策略的業務。我們採取的投資計劃會配合業務策略，並有不同業務部門參與。我們一般計劃長期持有投資。為管理投資相關的潛在風險，我們一般要求潛在被投資公司按慣例授予我們少數投資者保護權利。

我們的投資部負責物色、甄選及執行投資項目以及投資後風險管理。部門根據我們的投資策略物色投資項目，並會初步評估投資項目的風險及潛力。我們會因應投資項目的特定情況採用不同級別的審批及盡職審查制度。

此外，投資部負責定期審視各項投資的表現。部門人員亦負責編製分析報告，並就減低各投資項目風險所需措施提供建議。倘投資項目的財務狀況發生任何重大變化，必須向部門主管報告，然後向投資委員會報告。

### 客戶服務

我們致力於為客戶提供超卓的服務水平。我們聘請客戶服務專員處理用戶對我們產品和服務的各類查詢和投訴。用戶可通過電子郵件、電話及社交媒體等渠道進行查詢和投訴。

### 牌照及許可

我們的中國法律顧問表示，截至最後可行日期，我們已向相關部門取得對我們在中國營運屬重要的所有必需牌照、批文及許可，且該等牌照、批文及許可均屬有效及存續。

---

## 業 務

---

下表載列目前我們持有的主要牌照及許可清單。

牌照／許可	持有人	授出日期	到期日
電信與信息服務業務經營許可證.....	醫脈互通	2018年12月19日	2023年12月19日
互聯網藥品信息服務資格證書.....	醫脈互通	2018年12月28日	2023年12月27日
網絡文化經營許可證.....	醫脈互通	2020年5月14日	2023年5月13日
廣播電視節目製作經營許可證.....	醫脈互通	2020年9月27日	2022年9月27日
增值電信業務經營許可證.....	醫脈互通	2017年4月27日	2021年12月13日 <sup>(1)</sup>
涉外調查許可證.....	醫脈互通	2020年5月22日	2023年5月21日
醫療機構執業許可證.....	銀川醫脈通	2020年10月20日	2025年10月19日

附註：

- (1) 根據適用中國法律法規，增值電信業務經營許可證續期須於到期前90日向發證機構提出申請。我們並無就此許可證提出續期申請。目前，我們預計相關許可證續期不會有重大挑戰。