
業 務

概覽

根據灼識諮詢的資料，我們以2023年平均月活躍用戶計是中國最大的線上慢病管理平台。我們開展的業務專注於慢病管理，以滿足慢病(如高血壓、心血管及呼吸系統慢性疾病)患者的需求。依託我們的慢病管理平台，我們致力於為不斷增長的慢病患者提供定制醫療護理及精準醫藥，目標為將服務推廣至更廣泛的疾病領域。

中國線上慢病管理服務市場正處於轉折點，受惠於線上處方藥銷售監管環境利好及為促進醫療資源更有效分配而建立的分級醫療制度，市場擁有巨大潛力空間。根據灼識諮詢的資料，中國互聯網對消費者慢病管理市場按商品交易總額計的市場規模由2015年的人民幣5億元增加至2023年的人民幣455億元，複合年增長率為75.6%，並預期於2030年達到人民幣5,995億元，複合年增長率為44.5%。

針對慢病患者對便捷普及的醫療服務的需求，我們透過我們的健客平台提供綜合醫療服務及線上零售藥店服務。我們的綜合醫療服務包括由註冊醫生及自有醫療專業人員通過我們的H2H服務平台進行的覆診及電子處方服務。我們亦提供線上零售藥店服務，直接為客戶提供廣泛的藥品及保健品。我們的綜合醫療服務及線上零售藥店服務由我們的慢病管理服務中心及穩健的藥品供應鏈提供支持。

此外，我們平台龐大且活躍的用戶群使我們能夠與醫生及患者有效聯繫及互動，為彼等提供針對性的醫學知識及內容。憑藉該等強大的網絡效應，我們的平台為醫藥公司提供定制化內容及營銷解決方案，以更好地告知醫生及患者慢性疾病狀況及治療方案，並提高公眾對疾病的認識。

業 務

憑藉我們的技術實力，我們為保健行業的主要參與者提供數字化解決方案。基於長期醫患關係，我們的生態系統使我們能夠獲取慢病患者的重大客戶生命周期價值，並滿足醫療體系中其他主要利益相關方（包括醫生及醫藥公司）的需要。我們的健客平台改善患者與醫生的聯繫，因而提高治療效率並使醫生能夠以更有效的方式管理其慢病患者。下圖說明我們各個業務分部所提供的主要服務或產品和主要特點，以及我們運營數據的重點摘要。



附註：

1. 配送服務由合資格的第三方物流及快遞公司提供。
2. 截至2023年12月31日。
3. 截至2023年12月31日止年度。
4. 於往績記錄期。

業 務

憑藉健客平台及大數據分析能力，我們已經積累了大量用戶數據，使我們能夠分析用戶屬性，認識客戶的需求和喜好，並不斷改善我們的產品及服務。截至2023年12月31日，健客平台約有42.7百萬名註冊用戶。截至2023年12月31日止年度，我們的健客平台平均擁有約8.4百萬名月活躍用戶。截至2023年12月31日，我們的H2H服務平台有來自逾15,600家醫療機構的超過212,000名註冊醫生。截至2023年12月31日，我們的註冊醫生中有約58.8%任職於三級醫院及約有38.4%已取得副主任醫生或以上的職稱。於往績記錄期，透過對我們的註冊醫生的處方數據及診斷記錄進行分析，我們已開發人工智能醫療助理，有助於整合患者提供的資料，供醫生約65.7%的諮詢中參考。

我們受益於高比例的處方藥銷售及每名用戶的高消費，這反映出活躍及高質量的醫生及患者用戶群。於2021年、2022年及2023年，處方藥的商品交易總額分別佔我們總商品交易總額約88.9%、84.2%及81.1%，根據灼識諮詢的資料，其於相同年度為業內最高。我們於2022年的處方藥商品交易總額佔我們總商品交易總額的百分比輕微下降，乃主要由於COVID-19疫情在2022年下半年再度爆發，以致非處方藥銷售增加。於2023年，處方藥商品交易總額百分比有所下降，主要由於我們的產品組合改變，反映出我們的產品組合中若干利潤率較高的非處方藥的佔比有所增加。我們的商品交易總額指於健客平台及通過第三方電子商務平台下達的所有訂單的總價值。於往績記錄期，我們亦實現每名付費用戶的高消費。根據灼識諮詢的資料，於2021年、2022年及2023年，每名付費用戶平均支出分別為人民幣766.3元、人民幣626.7元及人民幣558.9元，高於各年度的行業平均數，主要歸因於醫患的頻繁互動，使患者對我們平台的信心增強，並促進更好的治療依從性及順從性。

我們於2021年、2022年及2023年的收入分別為人民幣1,758.7百萬元、人民幣2,204.3百萬元及人民幣2,434.3百萬元。具體而言，2021年、2022年及2023年源自綜合醫療服務的收入分別為人民幣719.7百萬元、人民幣868.2百萬元及人民幣983.7百萬元。

業 務

我們的價值主張

中國正面臨慢病患病率上升的問題，主要受眾多趨勢所驅動，包括人口老齡化加劇、慢病年輕化，以及由於近期醫學進步以致越來越多的絕症成為可控慢病。成功的慢病管理通常需要長期醫療護理。大量慢病患者尋求在大部分醫療資源集中的一二線城市大醫院進行常規諮詢和處方重配，令已經超負荷的中國醫療系統不堪重負。根據灼識諮詢的資料，醫療需求激增與醫療資源分配不均帶來重大機遇，我們可藉此協助醫生更有效地管理其患者負擔，並同時解決慢病患者對便捷醫療服務的需求。

我們已建立全方位線上慢病管理平台，為慢病管理行業的主要參與者提供重要的價值。我們建基於熟人醫患關係的龐大客戶群、與領先醫藥公司的持續合作以及高效的業務運營，使我們處於有利位置把握此等機遇並為行業參與者帶來價值。

價值主張



業 務

就患者而言。鑒於中國不少地區醫院及診所的醫療資源有限，我們意識到慢病患者可能通常在及時取得常規治療及處方重配方面遇到困難。我們的平台減少了患者在往返醫院、排隊輪候醫生諮詢或處方重配所花費的時間。我們的慢病管理服務中心亦提供多項長期增值服務，包括患者教育、用藥指導及處方重配通知。我們相信，為患者提供可輕易獲得醫療諮詢及處方的途徑可有助提高治療依從性，並為患者帶來更好的長期療效。此外，我們的醫聊服務亦讓患者通過在健客平台上關注特定的醫生或疾病領域獲得有針對性的醫療內容，如文章、短視頻及視頻直播。

就醫生而言。我們意識到許多傳統醫療機構醫生的工具有限，難以有效管理大量慢病患者。我們的平台促進醫生與其患者之間的持續遠程互動，使醫生能夠在為更多患者提供常規諮詢及治療上更具效率。我們亦為醫生提供更全面的藥品組合，以便彼等能夠開具處方，從而更好地滿足患者的多樣化需求。此外，我們的學術社區服務為醫生提供一個學習及與同行交流的平台，並了解彼等執業領域的新發展。

就醫藥公司而言。由於近年來的政策變化，醫藥公司接觸醫院藥房分銷渠道變得日益困難。我們的平台為醫藥公司提供新穎的替代渠道，能夠接觸醫院藥房以外的患者及醫生。此外，我們能夠為醫藥公司提供多種定制化內容及營銷解決方案，以更妥善地告知醫生及患者關於慢病的情況，並提高對治療方案的認識。

就醫院而言。中國許多醫院用於慢病管理的資源有限。我們的線上慢病管理平台符合中國政府的總體公共衛生目標，即減輕中國各大醫院的負擔，並為需要常規諮詢及定期處方的患者提供線上選擇。此有效補充傳統的醫療服務，減輕公共醫療系統的負擔。通過在我們平台上註冊的醫生建立的線上醫患關係，醫療服務提供者可以與長期慢病患者保持聯繫，從而使醫院受惠。當這些患者需要線下醫療服務時，如手術治療或住院護理，這些患者將傾向於從其醫生所在的醫院獲得此類服務。

業 務

我們的優勢

中國領先的線上慢病管理平台

根據灼識諮詢的資料，我們以2023年平均月活躍用戶計是中國最大的線上慢病管理平台。作為互聯網醫療保健行業最早先驅之一，我們以慢病為戰略重點展開業務，而慢病已成為中國日益嚴重的公共醫療問題。根據灼識諮詢的資料，中國慢病患者人數由2015年的330.7百萬人增至2023年的504.5百萬人，複合年增長率為5.4%，預期會繼續增長並於2030年達到574.7百萬人，2023年至2030年的複合年增長率為1.9%。中國醫療需求激增與醫療資源分配不均，帶來重大機遇，我們可借此協助醫生更有效地管理其患者負擔，並同時解決慢病患者對便捷醫療服務的需求。憑藉我們的高級管理團隊的豐富經驗，我們一直走在行業的最前沿，不斷創新服務以滿足上述需求。我們於成立時經營線上零售藥店服務業務，其後推出H2H服務平台，使我們能夠提供綜合線上慢病管理服務。

- **H2H服務平台。**於2018年，我們推出H2H服務平台，以現有的線下醫患關係為基礎，協助為患者和醫生提供更便利的聯繫途徑。根據我們的模式，於面對面首診後，患者與醫生能夠通過我們的平台輕鬆地進行線上接洽，這也為醫生提供更有效的慢病管理工具。覆診可以透過平台以虛擬方式進行，醫生亦可以發出電子處方，而我們可通過藥品供應鏈實現此目標，並使用合資格第三方快遞公司直接向患者配送。截至2023年12月31日，我們的H2H服務平台有來自超過15,600家醫療機構的超過212,000名註冊醫生。
- **線上零售藥店服務平台。**慢病患者需要定期進行疾病監測，並經常需要處方藥物持續治療。鑒於中國醫療資源分佈不均，許多慢病患者在獲得便捷的常規治療及輕鬆取得多種處方藥方面面臨困難。為應對此等挑戰，我們開發線上零售藥店服務平台，為客戶提供廣泛的處方藥選擇及便利的配送到家服務。此外，我們通過內部醫療專業人員或註冊醫生為尋求購買藥品的客戶提供線上諮詢及用藥指引。

業 務

為支援我們的H2H服務平台及線上零售藥店服務平台，我們建立了慢病管理服務中心，我們認為，該中心是令我們從同行中脫穎而出的主要競爭優勢。我們慢病管理員工的醫療專業知識使我們能夠為客戶提供更專業的服務，包括患者教育、用藥指導及藥品重配通知，同時提高客戶的滿意度及客戶留存率。

我們的H2H服務平台及線上零售藥店服務平台提供全面的服務組合。基於長期醫患關係，我們的生態系統使我們能夠獲取慢病患者的重大客戶生命周期價值，並滿足醫療體系中其他主要利益相關方（包括醫生及醫藥公司）的需要。與各關鍵利益相關方聯繫並為其帶來價值的能力使我們從競爭對手中脫穎而出。

基於長期醫患關係的忠實及活躍付費用戶群

慢病患者一般需要重複的醫療諮詢及處方，當中不少屬常規事項，並且可以線上完成。個人用戶可通過我們的H2H平台及線上零售藥店服務平台進行線上諮詢及獲得電子處方以及購買藥品。尤其是，我們的H2H服務平台為個人用戶提供簡易的渠道獲取醫療資源，同時使醫生能夠有效地管理其慢病患者群。以現有的醫患關係為基礎，我們的平台使註冊醫生受益匪淺，容許彼等方便地與現有的、通常是長期的患者進行後續線上諮詢。這繼而令患者管理更為有效，尤其是可能難以親身參與諮詢的患者。我們的線上零售藥店服務平台通過提供全面的保健品選擇吸引用戶，並專注提供廣泛的處方藥選擇，以滿足慢病患者的多樣化需要。隨著個人用戶加深與註冊醫生的關係，並依賴我們平台上提供的服務，彼等的消費行為轉向線上慢病管理，對我們平台的忠誠度亦會提高。擁有優質的用戶群使我們能夠處於有利位置擴充我們的服務和產品種類，從而增加我們的市場份額。我們的健客平台及用戶具有以下特徵：

- *廣泛的用戶群*。我們的H2H服務平台及線上零售藥店服務平台吸引了龐大用戶群。截至2023年12月31日，健客平台擁有約42.7百萬名註冊用戶。截至2023年12月31日止年度，健客平台平均擁有約8.4百萬名月活躍用戶。根據灼識諮詢的資料，截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，我們的廣告及平台服務費佔總收入的比例分別為4.4%、3.9%及3.8%，較於相關年度行業平均數為低。

業 務

- *高度活躍及忠誠的用戶。* 慢病患者通常需要長期的醫療護理及跟進治療。我們的H2H服務平台為患者及醫生建立了一個基於現有長期關係的互動網絡，帶來理想的用戶留存率及重複購買。根據灼識諮詢的資料，於2021年、2022年及2023年，健客平台的重複購買率分別為82.0%、83.3%及84.2%，高於相應年度的行業平均水平。截至2023年12月31日止年度，我們的註冊醫生的平均留存率約為93.2%。此外，根據灼識諮詢的資料，於整個往績記錄期，我們的用戶平均留存率始終保持在較高水平，於2021年、2022年及2023年分別為77.3%、78.7%及79.0%，高於相關年度約30%至35%的行業平均水平。
- *強烈的付費意願。* 我們H2H服務平台的患者通常由醫生在初步線下諮詢後轉介，故彼等一般有強烈意願付費。截至2023年12月31日止年度，我們H2H服務平台活躍用戶至付費用戶的轉化率為36.2%。根據灼識諮詢的資料，於2021年、2022年及2023年，我們實現了較高的每名付費用戶消費，分別為人民幣766.3元、人民幣626.7元及人民幣558.9元，高於相應年度的行業平均水平。

技術驅動平台，提升客戶滿意度及運營效率

我們在技術開發工作中採取務實的方法，側重快速原型設計和迭代。此外，我們在健客平台上採用各種技術，旨在提供更好的用戶體驗並提高我們的運營效率。

- *改善客戶滿意度。* 我們利用大數據分析提升用戶體驗，並不斷改善我們的產品及服務。我們已累積大量用戶資料，包括用戶瀏覽歷史、諮詢記錄、處方及重配數據。通過記錄及分析該等數據，我們能夠更準確地評估客戶的需要，提供更個性化的服務，如用藥指導、處方重配提示、副作用警告及針對性醫療內容。
- *經證實的運營效率。* 我們專注於開發由人工智能輔助的智能技術，以提高我們的運營效率。例如，基於對註冊醫生處方數據及診斷記錄的匿名分析，我們已開發人工智能醫療助理，可自動對常見患者查詢作出回應。於往績記錄期，我們的人工智能醫療助手為約65.7%的諮詢提供協助。在我們的人工智能醫療助手的幫助下，我們的客戶服務人員每人每天處理的訂單數量由2019年我們首次推出人工智能醫療助手時的67.3筆增加至2023年的

業 務

366.2筆，2019年至2023年的複合年增長率為52.7%。我們亦採用(i)大數據分析以助釐定價格並提高我們的轉化率；及(ii)神經網絡以改善我們的搜索和推薦引擎。

- **智能供應鏈管理。**我們實施「准時制」庫存管理策略，目標是維持低庫存水平和實現快速庫存周轉，以減少運營資金需求並提高運營效率。我們已推出智能供應鏈管理系統，由我們的圖像識別及倉庫管理技術支援。該系統利用強大的數據分析，根據預測的需求水平優化庫存水平，根據需要自動補充庫存，以優化我們的訂單完成率，並為我們的倉庫運作帶來更高效率。根據灼識諮詢的資料，截至2023年12月31日止年度，我們的庫存周轉天數為24.6天，乃顯著低於同年中國大多數其他線上醫藥零售商。此外，截至2023年12月31日，我們的自有採購系統使我們能夠向超過1,400名供應商採購產品及提供超過212,000個藥物SKU。透過直接連接到我們主要供應商的庫存系統，我們能夠查看供應商的實時價格數據，使我們能夠每天比較供應商的投標價格超過122,000次。該自動化方法有助於我們最大程度地降低採購搜索成本，同時確保提供有利定價。自我們的智能供應鏈管理系統推出以來，截至2023年12月31日，我們購買的SKU有59.4%的採購成本下降。

與領先醫藥公司的穩固及協同關係

近年來，中國政府已頒佈一系列政策，旨在減少通過醫院藥房銷售處方藥，導致轉變為透過其他渠道銷售處方藥。我們的健客平台為醫藥公司提供一個醫院藥房外新的備用銷售渠道。憑藉我們廣泛的醫患用戶群體，我們已成為領先的跨國及國內醫藥公司的首選合作夥伴。例如，我們已與輝瑞公司、吉利德科學公司、Novartis AG及白雲山醫藥等眾多公司建立了牢固的合作關係。

自我們成立線上零售藥店服務平台以來，我們與醫藥公司建立了牢固的關係，以便更好地滿足客戶的需求。這些關係使我們能夠為我們的供應鏈基礎設施建立堅實的基礎，並對製藥行業以及醫藥公司合作夥伴的需求有深刻的了解。

業 務

基於這些積累的知識，我們設計了我們的平台，專注於促進醫生與其患者之間的在線連接，以提高治療順從性及依從性。憑藉這種值得信賴的醫患關係及我們龐大的慢病患者用戶群，我們能夠向醫藥公司提供多種定制化內容及營銷解決方案，以更好地告知醫生和患者慢病狀況和潛在的治療方案，提高公眾對疾病的認識，並提供整體市場情報。我們相信，我們的平台在競爭對手中獨樹一幟，因為其作為藥品的銷售渠道，並為醫藥公司提供渠道，以更好地教育患者及醫生有關慢病狀況及潛在治療選擇。

此外，我們與醫藥公司的合作使我們可確保藥品以具吸引力的價格保持穩定供應，同時協助吸引和留住我們平台上的醫生及患者。隨著我們規模日增，我們擁有更佳的議價能力，從供應商獲得更優惠的價格，使我們在提供折扣和進行推廣以拓展用戶群及保持對競爭對手的競爭性定價時有更大靈活性。隨著我們的註冊醫生和患者群體的快速增長，我們的平台能夠吸引更多醫藥公司進行合作，以達致一個良性循環，推動我們的業務增長。

創新驅動的方法及在新機遇出現時發展業務的能力

創新一直是我們業務的核心，憑藉我們高級管理團隊的經驗及遠見，我們對中國不斷發展的醫療體系有着敏銳的理解，對行業利益相關者的痛點及需求高度敏銳。我們是開發產品及服務以回應空白市場的先驅，並相信產品和服務的持續改進和演變將繼續是我們長期成功的關鍵。

我們最初於線上零售藥店推出平台，並迅速建立慢病管理服務中心，為客戶提供更專業的服務。隨著我們平台的發展，我們意識到值得信賴的醫患關係對幫助患者管理其慢病狀況亦至關重要。於2018年，我們推出H2H服務平台，為患者與醫生提供更便捷的聯繫，實現更有效的慢病管理。我們相信，這種不斷發展我們的服務及業務模式以及適應市場需求的能力使我們從競爭對手中脫穎而出。

由於中國醫療監管格局不斷變化，醫藥公司透過銷售代表及其他傳統渠道接觸醫生的挑戰日益增加。同時，中國的大型互聯網流量平台正趨於成熟，因此針對特定受眾的難度及成本越來越高。我們的慢病管理生態系統讓我們能夠接觸大量醫生及慢病患者的用戶群。我們開發定制化內容及營銷解決方案，以幫助醫藥公司接觸到該等受眾。有關詳情，請參閱「一 與領先醫藥公司的穩固及協同關係」。

業 務

經驗豐富的管理團隊及強大的投資者基礎支持我們的長期發展

我們受益於管理團隊的領導，該團隊擁有堅實的技術背景，並對中國互聯網醫療保健行業有深入了解。我們的高級管理團隊由在多個行業及專業領域擁有豐富經驗與專業知識的成員組成，包括醫療保健、製藥、技術、互聯網以及銷售及營銷。我們亦已吸引強大的投資者群體，包括領先的私募股權及風險投資基金以及領先的醫療保健業投資者，為我們的增長及長期發展提供大量資源。

我們經驗豐富的管理團隊由謝先生及Zhou先生領導。謝先生是我們的創辦人、董事會主席、執行董事兼行政總裁，在中國醫療保健行業擁有超過15年經驗。為褒揚謝先生的成就及其對醫療行業的貢獻，彼於第十一屆中國財經峰會上獲頒「2022年傑出影響力企業家獎」，並於2017年5月被億歐網評為「年度中國醫藥健康產業創新與創業10人」，以及於2018年7月被國家藥品監督管理局醫藥經濟研究所評為「年度中國連鎖藥店十大魅力人物」。此外，我們的執行董事兼首席策略官Zhou先生擁有豐富的管理經驗，加入本集團之前曾與中國多家互聯網和電子商務公司合作，包括曾於拉手網擔任行政總裁，拉手網為一家主要從事電商服務的公司。憑藉彼等的專業知識和行業洞察力，我們建立了線上零售藥店服務平台及H2H服務平台。

我們的策略

我們將專注於多項主要增長策略，以達成我們使醫生及患者能夠更好地治療及管理慢病的長期目標。

加強醫生與患者之間的聯繫及提高我們平台的用戶參與度

我們相信，在繼續提升我們H2H服務平台的醫患聯繫水平及參與度方面存在重大機遇。我們擬擴展運營團隊規模，以在平台上為醫生提供更好的支援，尤其是可能不熟悉我們平台功能的新註冊醫生。此外，我們計劃根據多項因素（其中包括地區、醫療經驗年資、專業職級、醫院級別及平台活躍程度等）對註冊醫生進行區分及簡介，以得出更多具針對性的方法提高醫生的活躍度。我們亦擬繼續增加功能及特定疾病參考內容，以幫助醫生提高其能夠提供的護理水平，從而增加其通過我們的平台可服務及管理額外患者的數量。

業 務

我們的技術基礎設施及前端應用程序在我們的平台生態系統中擔當重要角色。隨著更多醫生及患者加入我們的平台，我們將作出投資以改善其用戶體驗及減少互動及認知衝突。

我們亦計劃進一步作出投資，提高我們在醫生及患者群體中的品牌知名度，以提高其對我們平台的忠誠度，並提高其平台參與度。我們將利用多種營銷及推廣活動，包括但不限於媒體及社交媒體參與、會議贊助及營銷活動等。

擴展我們在慢病領域的專業知識並專注於持續創新，重新定義智能慢病管理服務的標準

我們的線上慢病管理平台提供具效率及有效的解決方案，以滿足慢病患者的需要，但我們相信，未來發展及創新方面仍存在龐大機遇。憑藉我們已建立的生態系統，我們旨在拓展服務覆蓋面，進入具有巨大患者需求的其他疾病專科及適應症市場。我們亦會與經驗豐富的專科醫生、醫療機構及醫藥公司合作，分享其專業知識及創建標準化的治療方案，使平台上的其他醫生能夠迅速輕鬆進行參考。隨著我們的平台發展，我們有意在平台上增加更多模塊，與可穿戴的裝置連接，實現實時監測及診斷。我們通過投資內部開發以及戰略聯盟及投資機會，尋求在我們的平台上開發更廣泛的服務範圍及功能。我們相信，該等舉措將使我們的平台成為醫生及其患者管理慢病不可或缺的工具。

建立及發展我們的優質用戶群

於創建業務基礎早期，我們以擴大業務規模為優先事項。通過我們的努力，我們獲得龐大的用戶群，根據灼識諮詢的資料，按平均月活躍用戶計，於2023年我們為中國最大的線上慢病管理平台。截至2023年12月31日，我們的H2H服務平台有來自逾15,600家醫療機構的超過212,000名註冊醫生。儘管我們相信，持續令我們的平台用戶數目增長，對我們的業務增長至為重要，我們亦希望聚焦於維持擁有強大客戶忠誠度及保留度的高度活躍用戶群。我們相信，達致此目標的關鍵為利用我們所累積的經驗及深入的運營專業知識，以發展及識別有效的策略，應對用戶不斷變化的需要，並帶來卓越的用戶體驗。

業 務

持續擴大我們的產品選擇，以更好地滿足用戶需求

我們提供多種處方藥的能力是我們的主要競爭優勢。截至2023年12月31日，我們已向超過1,400名供應商採購產品且已提供超過212,000個藥物SKU。我們擬通過擴大與新的及現有醫藥公司的合作，並利用我們廣泛的醫生及患者用戶群，針對具有巨大患者需求的細分市場進一步發展該能力。我們將針對現有適應症的新專科藥物組合，以及為其他專科擴展我們的平台，如心血管、腦血管、傳染病、皮膚科、精神科及婦科。透過持續擴大我們的產品供應，我們相信我們將能夠更好地滿足客戶的多樣化需求。

此外，中國的藥品供應鏈分散，相同藥物的地區定價通常存在重大差異。我們擬將我們的倉庫覆蓋範圍及採購能力擴展至其他地區，以從更廣泛的供應商網絡中獲得更優惠的採購價格。

繼續吸引及挽留人才以支持我們的增長

吸引、培訓和留住優秀員工的能力對我們的發展戰略至關重要。我們擬積極培養在人工智能和數據科學、醫療保健、慢病管理和製藥行業具有紮實背景的人才。我們相信，均衡的技能組合對我們的持續發展和創新工作至關重要。

我們透過結構性的校園招聘計劃和橫向招聘相結合的方式吸引人才和專業知識。為挽留頂尖人才，我們擬提供具吸引力的僱員福利待遇，包括參與獎勵股份計劃以及大量的培訓和職業發展機會。

我們的線上慢病管理平台

概覽

2023年，我們按平均月活躍用戶計是中國最大的線上慢病管理平台。我們自運營開始便專注於慢病管理，以滿足慢病患者的需求，以期將我們的服務擴展到更廣泛的疾病領域。

鑒於中國不少地區醫院及診所的醫療資源有限，我們意識到不少慢病患者在及時取得常規醫療及輕鬆取得多種處方藥物方面存在困難。為解決患者的痛點，我們透過我們的健客平台提供線上慢病管理服務。憑藉我們的技術能力，我們為醫療體系的主要利益相關者提供數字化解決方案，解決彼等的需求並通過持續創新創造價值。

業 務

我們的線上慢病管理平台主要提供以下服務：

- **綜合醫療服務。**我們的綜合醫療服務主要包括我們的H2H服務，一般而言，在面對面首診後，患者及醫生可線上覆診，醫生可通過我們的H2H服務平台開具電子處方。我們通過藥品供應鏈完成電子處方及藥品銷售，並委聘合資格第三方快遞公司送貨上門。我們的H2H服務平台的推出旨在滿足慢病患者在中國缺乏即時可得的可靠醫療資源而產生的治療需求，並憑藉其便捷性、靈活性、較短的門診等候時間及成本效益，滿足不斷增長的遠程問診的需求。我們亦在景泰醫院及啟石醫院提供線下醫療服務。
- **線上零售藥店服務。**我們通過線上零售藥店服務平台提供多種保健品，並透過合格的第三方快遞公司為客戶提供便捷的配送到家服務。我們的產品種類主要包括處方及非處方藥，我們特別專注於提供廣泛的處方藥選擇，患者可依靠現有處方或透過電子處方（我們的內部醫療專業人員可協助簽發）獲得。這使患者能夠確保其用藥及治療的連續性，而無需安排不方便的醫院預約。此外，我們的平台提供家用醫療器械及配件、保健及營養補充品及其他保健產品。我們亦經營多家線下藥店，於往績記錄期各年度為我們的收入作出些許貢獻。
- **定制化內容及營銷解決方案。**我們為醫藥公司提供多種定制化內容及營銷解決方案，以更好地讓醫生及患者了解慢病狀況，並提高對治療方案選項的認識。我們意識到可透過利用我們健客平台上龐大的活躍用戶群和活動來滿足醫藥公司的該等需求後，於往績記錄期提供該等服務。我們的學術社區服務通過在我們的健客平台上發佈醫學信息文章及短視頻，舉辦線上醫學會議，以及與專科醫生進行醫生視頻直播，促進醫生之間的學術交流。醫聊服務根據患者用戶的興趣提供相關教育內容。我們亦提供額外的定制化內容及營銷解決方案，包括搜索引擎優化、提供醫學調查及分銷商數據直連服務。我們的定制化內容及營銷解決方案業務線亦是我們供應商管理策略的延伸，有助於我們與我們向其採購藥品的醫藥公司建立互利及協同的關係。

業 務

我們的增長及主要運營數據

自我們於2019年7月開始自營健客移動應用程序及網站以來，我們一直專注於加強我們的業務基礎並透過自有增長擴展業務。我們過去的努力令我們能夠建立龐大的用戶群，截至2023年12月31日的註冊用戶約為42.7百萬名。截至2023年12月31日止年度，我們的健客平台平均擁有約8.4百萬名月活躍用戶。我們的H2H平台上的註冊醫生數量由截至2021年12月31日的191,106名增加至截至2022年及2023年12月31日的205,000名及212,892名。截至2023年12月31日，在我們來自逾15,600家醫療機構的註冊醫生中，約58.8%就職於三級醫院及約38.4%已取得副主任醫生或以上職稱。

隨著我們的用戶群大幅增長，並且憑藉我們高資歷註冊醫生的強大醫療資源，我們能專注於建立優質、忠誠並且有強烈付費意願的活躍用戶群。於2021年、2022年及2023年，我們H2H服務平台的活躍用戶至付費用戶轉化率分別為32.6%、42.9%及36.2%，而我們線上零售藥店服務平台的轉化率則由14.7%分別增長至14.8%及17.7%。我們的轉化率增長主要是由於我們採取了更有效的營銷措施以推廣我們的品牌和培養我們平台上的消費者行為。尤其是，於2022年我們的H2H服務平台轉化率顯著提高，主要是由於實施多項措施，旨在提高我們平台的可及性及簡化購物流程。該等措施包括：(i)用戶可從我們的微信公眾號轉移至我們的微信小程序，提供更流暢的用戶體驗；(ii)強化我們的定價系統，為新用戶提供更針對性的折扣；及(iii)改善推介算法，為客戶提供缺貨產品的替代品。H2H服務平台的轉化率於2023年有所下降，原因是我們在H2H服務平台引入更多患者免費教育內容，以吸引新用戶、擴大用戶群、刺激用戶活躍度及增加用戶黏性。隨着我們不斷推出新功能，從而改善平台用戶的體驗，我們預計轉化率將提高。

由於往績記錄期的轉化率增加，我們的付費用戶由2021年的約2.5百萬名分別增加至2022年及2023年的3.9百萬名及4.4百萬名。特別是，我們綜合醫療服務的付費用戶數量於2021年至2022年增長53.4%並於2022年至2023年增長32.0%。相似地，我們線上零售藥店服務的付費用戶數量於2021年至2022年增長58.3%並於2022年至2023年增長16.4%。截至2023年12月31日止年度，我們亦於註冊醫生及用戶方面取得高平均留存率，分別約為93.2%及79.0%，證明我們用戶基礎的黏性。此外，如下表所示，於往績記錄期我們付費用戶的重複購買率持續維持於高水平，顯示我們在發展平台上的用戶黏性取得成功。

業 務

因此，根據灼識諮詢的資料，於2021年、2022年及2023年，我們的每名付費用戶平均開支分別為人民幣766.3元、人民幣626.7元及人民幣558.9元，高於相關年度的行業平均水平。儘管每名付費用戶平均支出於往績記錄期呈下降趨勢，主要反映於往績記錄期我們的付費用戶基礎迅速擴大，使我們能夠隨著業務規模擴大而商定更有利的採購條款，進而為一系列產品提供更具競爭力的定價。我們每名付費用戶就綜合醫療服務的平均開支一般較高，於2021年、2022年及2023年分別為人民幣2,269.7元、人民幣1,767.6元及人民幣1,450.4元。此乃由於H2H服務的性質，原因為我們主要為對處方藥有需求的病患服務，該等藥物的單位價格一般較高。於2021年、2022年及2023年，線上零售藥店服務的每名付費用戶平均開支分別約人民幣516.1元、人民幣420.2元及人民幣353.3元。每名付費用戶的平均開支下跌，主要反映於往績記錄期我們的新付費用戶整體基礎急速擴張。這與我們擴張用戶基礎及發展平台用戶黏性的業務重心相符。儘管我們的每名付費用戶平均開支於2022年及2023年下跌，我們能通過利用供應鏈能力，以更優惠價格採購藥品及保健品，因而使我們擴張用戶基礎，同時使毛利率得到改善。

由於上述原因，我們的健客平台與我們於第三方電子商務平台的運營的總商品交易總額由2021年的人民幣1,945.4百萬元分別增加至2022年及2023年的人民幣2,430.3百萬元及人民幣2,481.5百萬元。特別是，我們的處方藥商品交易總額佔總商品交易總額的比重顯著，於2021年、2022年及2023年分別為88.9%、84.2%及81.1%。

業 務

下表載列截至所示日期或於所示年度健客平台的若干關鍵運營指標。

	截至12月31日 / 截至該日止年度		
	2021年	2022年	2023年
付費用戶數量 ⁽¹⁾	2,538,606	3,878,195	4,439,660
綜合醫療服務	360,511	553,033	730,251
線上零售藥店服務	2,183,933	3,457,326	4,025,907
每名付費用戶平均支出 ⁽²⁾ (人民幣元)	766.3	626.7 ⁽¹⁰⁾	558.9 ⁽¹⁰⁾
綜合醫療服務	2,269.7	1,767.6	1,450.4
線上零售藥店服務	516.1	420.2	353.3
平均月活躍用戶 ⁽³⁾	8,823,986	9,135,433 ⁽¹¹⁾	8,441,036 ⁽¹¹⁾
用戶平均留存率 ⁽⁴⁾	77.3%	78.7%	79.0%
註冊醫生數量 ⁽⁵⁾	191,106	205,000	212,892
醫生平均留存率 ⁽⁶⁾	85.1%	91.9% ⁽¹²⁾	93.2%
重複購買率 ⁽⁷⁾	82.0%	83.3%	84.2%
H2H服務平台活躍用戶至			
付費用戶的轉化率 ⁽⁸⁾	32.6%	42.9%	36.2% ⁽¹³⁾
線上零售藥店服務平台活躍用戶			
至付費用戶的轉化率 ⁽⁸⁾	14.7%	14.8%	17.7%
總商品交易總額 ⁽⁹⁾ (人民幣百萬元)	1,945.4	2,430.3	2,481.5
處方藥商品交易總額佔			
總商品交易總額的比重	88.9%	84.2% ⁽¹⁴⁾	81.1% ⁽¹⁴⁾

附註：

- (1) 「付費用戶」指參與醫生諮詢或購買藥品等創造收入的活動的用戶，有別於僅參與非創造收入的活動（如參與學術社區服務或醫聊、參與免費線上諮詢或瀏覽其他免費內容）的「非付費用戶」。我們的綜合醫療服務與線上零售藥店服務的付費用戶之間存在重疊。在釐定我們平台上的付費用戶總數時將只計算一次該等用戶。
- (2) 每名付費用戶平均支出指年內總商品交易總額除以同年的付費用戶數量。
- (3) 月活躍用戶（月活躍用戶）指一個曆月內在健客平台使用我們的服務至少一次的活躍用戶數量，有關使用包括瀏覽健客平台、使用我們的線上諮詢服務、電子處方服務及客戶服務、購買藥品及其他保健產品以及參與醫聊。於往績記錄期各年的平均月活躍用戶為該年每月的月活躍用戶平均數。

業 務

- (4) 於特定月份的用戶留存率指上年度同月的活躍用戶總數在接下來的12個月中在健客平台上保持活躍的百分率。倘用戶於相關期間內至少使用我們的服務一次，則其於該十二個月內被視為保持活躍，有關使用包括瀏覽健客平台、使用我們的線上諮詢服務、電子處方服務及客戶服務、購買藥品及其他醫療保健產品以及參與醫聊。於往績記錄期各年的用戶平均留存率為該年每月的用戶留存率平均數。
- (5) 註冊醫生數量指截至特定日期在健客平台上註冊的醫生總數。
- (6) 於特定月份的醫生留存率指上年度同月活躍註冊醫生總數在接下來的12個月中在健客平台上保持活躍的百分率。倘註冊醫生於相關期間內至少參與一次一項活動，則其於該十二個月內被視為保持活躍，有關活動包括提供線上諮詢服務及電子處方服務，以及通過發表文章或參與直播等活動參與學術社區服務等。於往績記錄期各年的醫生平均留存率為該年每月的醫生留存率平均數。
- (7) 重複購買率指年內下單兩次或以上的用戶花費的金額除以同年總商品交易總額。
- (8) H2H服務平台或線上零售藥店服務平台活躍用戶至付費用戶的轉化率分別指HSH服務平台或健客線上零售藥店應用程序上的付款用戶數量除以活躍用戶數量。
- (9) 總商品交易總額指我們的合共商品交易總額，即在健客平台及通過第三方電商平台下達的所有訂單的總值。
- (10) 每名付費用戶平均支出減少主要反映於往績記錄期我們的付費用戶群急速增長，使我們能夠隨著業務規模增長而商定更有利的採購條款，進而為一系列產品提供更具競爭力的定價，同時又能保持我們的整體毛利率。
- (11) 2022年平均月活躍用戶提升主要反映受COVID-19疫情帶動，於2022年12月用戶活動異常頻繁，而疫情於2023年年初時有效緩和。我們於2023年的平均月活躍用戶與2021年基本持平，而2021年的平均月活躍用戶略高，乃由於此期間COVID-19疫情持續，導致與醫療保健相關的線上流量增加。
- (12) 2022年我們的醫生平均留存率大幅增加，是由於我們專注於培養我們積累的註冊醫生群的參與度和質量。有關詳情，見「業務－醫療專業網絡－註冊醫生」。
- (13) 於2023年H2H服務平台活躍用戶至付費用戶的轉化率有所下降乃由於我們在H2H服務平台引入更多患者免費教育內容，以吸引新用戶、擴大用戶群、刺激用戶活躍度及增加用戶黏性。
- (14) 處方藥商品交易總額佔我們的總商品交易總額的比重下降，主要由於(i)2022年下半年COVID-19疫情復燃導致非處方藥的銷量上升；及(ii)處方藥商品交易總額下降，主要由於我們的產品組合改變，反映出我們的產品組合中若干利潤率較高的非處方藥的佔比有所增加。

業 務

下表載列我們於所示年度按業務線劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
綜合醫療服務	719,693	40.9	868,171	39.4	983,654	40.4
線上零售藥店服務	1,011,427	57.5	1,252,123	56.8	1,297,106	53.3
定制化內容及營銷解決方案	27,553	1.6	60,254	2.7	87,046	3.6
其他	-	-	23,755	1.1	66,502	2.7
總計	1,758,673	100.0	2,204,303	100.0	2,434,308	100.0

自2022年起，我們從事向第三方分銷商批發藥品以進行存貨管理。該等銷售紓解若干實際銷售可能偏離最初預測的產品的庫存風險。該等交易產生的收入並不重大。我們日後參與該等交易在很大程度上取決於我們日後對存貨管理的考慮及需求。因此，該等銷售產生的收入於我們的綜合損益及其他全面收益表中分類為「其他」。

業 務

此外，於往績記錄期我們的收入大部分來自銷售附有服務組合的藥品及其他保健品⁽¹⁾，其分別佔2021年、2022年及2023年總收入的98.1%、97.0%及96.2%。我們林林總總的藥品組合帶動有關銷售收入，亦反映通過我們的註冊醫生及內部醫療專業人員提供醫療服務（包括電子處方及重配處方服務）所產生的積極影響。該等服務為我們的產品及服務組合的重要組成部分，對於留住患者及促進治療依從性發揮重要作用。此外，我們的註冊醫生亦提供線上諮詢服務，有關服務分別佔2021年、2022年及2023年總收入的0.3%、0.3%及0.2%。誠如下表所載，來自定制化內容及營銷解決方案的收入分別佔我們於相關年度總收入餘下的1.6%、2.7%及3.6%。

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
來自以下各項的收入：						
銷售附有服務組合的						
藥品及其他保健品 ⁽¹⁾	1,726,693	98.1	2,138,509	97.0	2,342,942	96.2
線上諮詢服務	4,427	0.3	5,539	0.3	4,320	0.2
定制化內容及營銷						
解決方案	27,553	1.6	60,254	2.7	87,046	3.6
總計	1,758,673	100.0	2,204,303	100.0	2,434,308	100.0

我們的不同業務線之間不存在業務或交易重疊的情況。電子處方服務及／或銷售藥品及其他產品產生的收入根據提供該等電子處方服務及／或收到訂單的業務線入賬。

(1) 不包括線上諮詢服務的收入貢獻。

業 務

下表載列我們於所示年度按分銷渠道劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
線上零售藥店服務	1,011,427	57.5	1,252,123	56.8	1,297,106	53.3
— 健客平台	945,047	53.7	1,169,075	53.0	1,138,834	46.8
— 第三方電子商務平台	63,898	3.6	79,939	3.6	155,045	6.4
— 線下藥店	2,482	0.1	3,109	0.1	3,227	0.1
綜合醫療服務	719,693	40.9	868,171	39.4	983,654	40.4
— 健客平台	711,658	40.5	859,226	39.0	973,046	40.0
— 線下醫院	8,035	0.5	8,945	0.4	10,608	0.4
定制化內容及營銷解決方案	27,553	1.6	60,254	2.7	87,046	3.6
其他	-	-	23,755	1.1	66,502	2.7
總計	1,758,673	100.0	2,204,303	100.0	2,434,308	100.0

業 務

下表載列我們於所示年度按分銷渠道劃分的毛利及毛利率。

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
線上零售藥店服務	155,000	15.3	206,693	16.5	263,191	20.3
– 健客平台	146,790	15.5	194,634	16.6	247,767	21.8
– 第三方電子商務平台	7,362	11.5	10,958	13.7	14,324	9.2
– 線下藥店	848	34.2	1,101	35.4	1,100	34.1
綜合醫療服務	40,543	5.6	122,078	14.1	149,738	15.2
– 健客平台	40,250	5.7	121,868	14.2	149,168	15.3
– 線下醫院	293	3.6	210	2.3	570	5.4
定制化內容及營銷解決方案	24,105	87.5	51,483	85.4	72,277	83.0
其他	-	-	330	1.4	2,201	3.3
總計	<u>219,648</u>	12.5	<u>380,584</u>	17.3	<u>487,407</u>	20.3

綜合醫療服務

自我們成立以來，我們一直專注於提供線上慢病管理服務，涵蓋多種慢病，如慢性心血管及呼吸系統疾病。我們相信慢病患者對醫療保健服務存在大量需求，彼等通常需要定期醫療諮詢及重配處方以監測及控制其疾病狀況。由於中國醫療資源分佈不均，該等患者可能需要花費大量時間定期往返擁擠的醫院、排隊覆診及重配處方。為滿足該等需求，我們以我們的H2H服務平台（為一個醫院到家電子醫藥服務平台）提供一系列醫療服務。

業 務

H2H服務

我們的H2H服務主要包括線上醫療諮詢服務、電子處方服務及重配處方服務，由我們的人工智能技術驅動的慢病管理服務中心支援。詳情請參閱「一 我們的慢病管理服務中心」及「一 人工智能科技」。下圖說明我們H2H服務的服務流程。



附註：

(1) 配送服務由合資格第三方物流及快遞公司提供。

業 務

我們的H2H服務主要通過我們自有的移動應用程序提供。以下截圖說明我們的患者用移動應用程序（即健客醫生應用程序）及醫生用移動應用程序（即健客醫院應用程序）的界面。我們的H2H服務亦可透過我們的桌上型電腦應用程序及微信官方賬號及小程序取得。



健客醫生應用程序界面



健客醫院應用程序界面

我們的平台包括醫生庫資料，患者可瀏覽我們註冊醫生的背景。每名醫生均有一個專頁，顯示醫生的主要經驗、專長領域、用戶反饋、諮詢費及可用諮詢時段。以下截圖說明我們於健客醫生應用程序的醫生庫資料。



患者界面



患者可瀏覽醫生背景

業 務

於諮詢期間，醫生可建議患者在醫院進行檢查或診斷測試，或（如需要）親身前往就診。然而，由於慢病患者通常需要定期重配處方藥及覆診以治療其病情，患者及醫生將繼續依賴我們的平台進行持續溝通及慢病管理。由於醫生將新患者介紹給我們的平台，而現有患者通過我們的平台與醫生建立互動，我們預計我們的用戶群及用戶留存率將繼續增長。

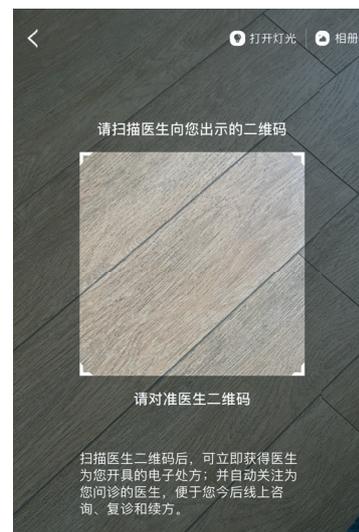
我們的H2H服務平台為每位註冊醫生提供獨有的二維碼。患者可使用微信或我們的健客醫生應用程序以手機掃描醫生的二維碼，以「連接」我們平台上的醫生。一旦連接，患者可預約進行覆診或要求重配處方。以下截圖說明患者及醫生可如何使用健客醫生及健客醫院移動應用程序連接。



醫生二維碼



患者界面



患者掃描二維碼

線上諮詢及電子處方服務

我們的線上諮詢服務涵蓋多種情況及病例的諮詢，主要專注於常見及慢病，如心血管疾病及呼吸道疾病。我們的註冊醫生擁有一系列專科的專業知識，患者可按個人需要尋求諮詢。與許多其他專注於完全虛擬諮詢的遠程醫療平台相比，我們的線上諮詢服務以現有的線下醫患關係為基礎。儘管首診患者可以使用我們平台進行初次諮詢，我們的線上諮詢服務通常於註冊醫生執業的醫院與註冊醫生面對面問診後進行。

業 務

於諮詢期間，患者可透過文字、圖片及音頻信息與醫生溝通。儘管由於慢病的長期性及反覆性，一般鼓勵患者諮詢同一醫生，然而，彼等可轉換至其他醫生或與不同醫生建立醫患關係，例如患者因不同慢病而需要不同專科意見的情況。

健客平台使醫生能利用其閒暇時間為患者提供線上諮詢，大大改善其生產力。我們於往績記錄期與註冊醫生簽訂的協議不包含任何排他／非競爭性條款。我們亦不對註冊醫生規定固定的工作時間或強制性的最低工作時間。因此，註冊醫生可靈活地決定分配予其他工作的時間，如線下醫院的工作，以及利用閒置時間通過我們的平台提供線上諮詢服務的比例。

此外，我們的平台協助註冊醫生進行有效的時間管理，處理線下醫院的高病患數量。此進而鼓勵彼等於我們的平台上招攬新用戶。於往績記錄期，就董事所深知，我們平台上的註冊醫生在分配時間予線下醫院工作及通過我們的平台進行線上診療上，並無遇上任何工作量方面的問題。我們依然致力提升平台，配備新功能改善註冊醫生的用戶體驗，並增升彼等的整體病患管理效率。

我們的H2H服務平台以現有的醫患關係為基礎，使醫生易於與其慢病患者進行線上覆診，同時為患者提供額外的方便。這種方式對管理慢病尤其有效，原因是這種諮詢通常不具時間敏感性，而且醫生可在閒暇時間為患者提供服務。我們相信透過向醫生提供提高效率的額外功能，將可激發彼等更加頻繁使用我們的平台，鼓勵彼等現時的長期慢病患者使用健客平台。此外，我們向註冊醫生提供報酬，以鼓勵彼等在我們平台上活動，確保患者的需求獲得滿足。我們的薪酬架構旨在根據各項活動指標獎勵註冊醫生進行線上諮詢，並在我們的H2H服務平台上保持活躍度，從而進一步激勵彼等繼續為我們的平台介紹新患者。

根據患者在諮詢期間的輸入，醫生除了提供醫療建議外亦可開藥。倘醫生有意向患者開藥，健客醫院應用程序提供易於使用的界面，用於創建電子處方，通過我們的平台發佈並直接發送給患者。患者可通過我們的平台直接下單，而電子處方亦記錄於患者賬戶中，以備日後參考。儘管患者沒有透過我們的平台完成訂單，仍可存取其電

業 務

子處方。我們概無內部政策限制患者使用綜合醫療服務或電子處方服務向我們的平台購買處方藥物。誠如我們的中國法律顧問所告知，中國目前並無現行規則或法規要求私營醫療機構（包括互聯網醫院）將處方及配藥分開。

據我們的管理層所知，及根據我們的中國法律顧問的意見，截至最後實際可行日期，中國概無任何法律、規則或法規明確規定線上慢病管理平台向註冊醫生支付的報酬是否以及如何與醫生所在的醫院或醫療機構分成。此外，我們與註冊醫生的協議中亦未規定醫生收到的服務費應與聘請彼等的醫療機構分成。基於上文所述，我們相信於往績記錄期，註冊醫生與彼等受聘的醫院或醫療機構之間並無收入分享機制。本公司與該等醫院或醫療機構之間亦並不存在收入分享機制，此符合行業慣例。鑒於中國對醫療服務的整體需求超過線下醫院的服務能力，預期將恆常諮詢及處方藥物的病人向線上分流不會對線下醫院的業務造成重大影響。

如果患者需要重配藥物，健客醫生應用程序亦提供重配功能，讓患者可以快速諮詢醫生以獲得重配的電子處方。我們一般會使用由獨立第三方提供的實名認證服務來認證患者身份。

患者通過我們的平台下單後，有關訂單會通過中央倉庫履行。截至2023年12月31日止年度，我們強大的藥品供應鏈使我們能夠實現每月平均超過16,000個處方及非處方藥SKU有效銷售。我們委聘合資格第三方快遞公司送貨上門。

H2H服務的變現方式

我們在H2H平台上為患者提供一攬子服務，包括線上諮詢、電子處方和銷售藥品及其他產品，並根據彼等所用服務向彼等收取服務費。該服務費由線上諮詢費、電子處方服務費和藥品及其他產品的銷售額組成。我們並不參與醫生與患者之間的首次線下諮詢，因此不向患者收取此類服務費用。使用我們線上諮詢服務的患者一般須支付由相關註冊醫生設定的線上諮詢費。在某些情況下，註冊醫生也會免費提供線上諮詢。於往績記錄期，我們將患者的線上諮詢費全額支付予相關的註冊醫生，該等費用被記錄為收入並計入我們的銷售成本。如果患者通過我們的H2H平台購買處方藥，我們就銷售藥品收費的同時還會收取電子處方服務費，該等費用作為一個方案出售，並

業 務

作為H2H服務收入的一部分入賬。除上述收費外，並無其他由患者或註冊醫生就使用我們H2H平台應付的費用。因此，我們從綜合醫療服務中獲得的收入有很大一部分是與藥品的銷售相關聯的。由於通過我們的H2H平台銷售藥品與醫患關係以及我們所提供的綜合醫療服務息息相關，這種銷售與我們的線上零售藥店服務項下的藥品銷售是有區別的。

我們與註冊醫生訂立服務協議，據此，註冊醫生向用戶提供線上諮詢及電子處方服務，惟須遵守相關規則及法規。註冊醫生可酌情釐定其自身的諮詢費，每次諮詢的費用上限為人民幣1,000元，每次諮詢一般介乎人民幣10元至人民幣50元。醫生費用可根據多項因素釐定，包括但不限於特定醫生的專業知識水平、經驗及聲譽。部分註冊醫生可能選擇免費提供諮詢服務，以吸引更多患者並建立聲譽。每次諮詢的價格在平台上各註冊醫生簡介中明確顯示。用戶須於每次諮詢環節前在我們的平台直接付款。註冊醫生於每次線上諮詢期間不會就向患者發出電子處方或任何藥品銷售收取額外費用。於諮詢後收到電子處方的患者可直接通過我們的健客醫生應用程序訂購。

我們向註冊醫生就彼等通過我們的平台提供線上諮詢及其他服務提供報酬。就所提供的線上諮詢服務而言，我們會根據註冊醫生向患者提供的諮詢服務提供報酬。我們亦根據彼等的活躍程度和提供的其他服務向彼等提供報酬。有關報酬金額乃根據多項因素釐定，其中包括在我們的平台上進行線上諮詢的時數以及彼等對我們學術社區及醫聊的參與及貢獻等。我們通常按月計算應付註冊醫生的所得，註冊醫生有權透過其於健客醫院應用程序的賬戶要求現金付款。

業 務

下圖顯示我們綜合醫療服務所涉主要利益相關方之間的服务流程及資金流向。



附註：

- (1) 藥品包括處方藥及其他藥品。
- (2) 送貨服務由合資格第三方物流及速遞公司提供。

我們的責任

我們在H2H服務下的責任概述如下：

- **註冊及驗證。**我們為患者及醫生用戶註冊賬戶。在H2H服務平台註冊醫生前，我們會核實醫生的身份及資格。我們通常要求醫生提供其國民身份證、醫師資格證書、醫師執業證書及醫師職稱證書的電子版本。我們的僱員對照國家衛健委網站上的註冊資料檢查醫生提交的資料。如有需要，我們的僱員會接觸相關醫院以確認醫生的資料。我們審查及核實醫生的身份及資格後，會在我們的平台上註冊醫生並激活其賬戶。此外，我們平台上的註冊醫生須維持有效的執業證書及向地方醫生行政部門完成有效的多點執業登記，以獲准於證書註冊的多個地點執業（包括我們的平台）。我們亦

業 務

保留權利修改有關醫生服務範圍、定價及提供服務方式的相關條款。截至最後實際可行日期，據我們所悉，所有獲准在我們平台上提供線上諮詢及電子處方服務的註冊醫生均擁有有效的執業證書及已在相關部門完成多點註冊。我們至少每年會審查其執業證書及執業註冊的有效性，註冊醫生如未能維持有效的證書或註冊將不得在我們的平台上提供線上諮詢及電子處方服務。

- *用戶賬戶管理及保護*。我們管理平台上的用戶賬戶。我們致力於保護用戶的資料及隱私。我們已實施數據安全政策並制定程序，如定期系統檢查、用戶授權審查及數據備份，以保護我們平台上存儲的資料。
- *電子處方及藥品重配*。患者收到處方後，可通過健客醫生應用程序的線上藥房下單。電子處方記錄於患者賬戶以供日後參考。倘患者需要重配藥品，健客醫生應用程序提供重配功能，使患者能夠迅速向醫生進行諮詢，並獲得重配藥品的電子處方。
- *記錄保存*。我們記錄每名患者的醫療諮詢記錄及處方記錄。患者可查閱其在健客醫生應用程序上的記錄，並將記錄發送至在我們平台上註冊的醫生。我們亦記錄每名醫生的醫療諮詢記錄及處方記錄。醫生可登錄健客醫院應用程序檢查其過往諮詢環節及處方。
- *系統維護及升級*。我們不時維護及升級健客平台，以確保順暢線上運營、優化我們的平台功能及提升用戶體驗。

業 務

線下醫院

作為我們線上服務的補充，我們亦在景泰醫院及啟石醫院提供線下醫療服務。景泰醫院位於廣東省廣州市白雲區，設有10個專科部門和提供門診服務。截至2023年12月31日，景泰醫院有22名全職員工，包括四名合資格醫生。啟石醫院亦位於廣州，於往績記錄期以最低限度進行線下運營。截至2023年12月31日，啟石醫院有22名全職員工，包括八名合資格醫生。我們線下醫院的收入主要來自提供醫療服務，例如諮詢、健康檢查、治療及處方服務。在往績記錄期的各年度，從我們線下醫院提供線下醫療服務產生的收入佔總收入少於1.0%，對我們的整體業務微不足道。我們的線下醫院於往績記錄期各年度產生輕微毛利，對我們的整體財務表現影響不大。鑒於我們未來擬專注於我們的線上業務，我們的線下醫院將不會構成我們整體發展計劃或未來業務策略的主要部分。因此，我們預計線下醫院將維持最低限度的運營，主要作補充我們的線上業務之用。此等營運包括為我們的內部醫療專業人員提供線下醫療護理及現場醫療實踐培訓活動的設施。透過於線下醫院維持有關營運，我們能於線下模式中取得有關線下醫患動態寶貴的真知灼見，使我們更深入了解註冊醫生的需要。因此，我們預計線下醫院將維持最低限度的運營，主要作補充我們的線上業務之用。此等營運包括為我們的內部醫療專業人員提供線下醫療護理及現場醫療實踐培訓活動的設施。透過於線下醫院維持有關營運，我們能於線下模式中取得有關線下醫患動態寶貴的真知灼見，使我們更了解註冊醫生的需要。

線上零售藥店服務

我們意識到中國的慢病患者在獲得處方藥方面經常面臨重大挑戰及不便。為解決該等痛點，我們運營一個線上零售藥店服務平台，為客戶提供各種藥品，尤其是專注於處方藥，以滿足慢病患者的需求。此外，我們的平台提供家用醫療器械及配件、保健及營養補充品及其他保健產品。我們委聘合資格第三方物流及快遞公司（諸如順豐速運、圓通速遞、中通快遞和中國郵政速遞物流等等）為客戶提供便利的家居送貨服務。我們的線上零售藥店服務可24小時透過移動应用程序健客網上藥店以及通過我們的微信小程序及我們的網站Jianke.com獲得。我們的用戶賬號詳情於健客平台上同步，用戶登錄我們的各種应用程序或門戶，毋須重新登記。我們亦透過完善的第三方電子商務平台（諸如京東、拼多多、美团及平安好醫生等）提供產品。我們通常在該等電子商務平台上經營自營店，以擴大市場範圍及提高品牌知名度。用戶可於下單時可使用支付寶或微信支付付款。

以下截圖說明我們的健客網上藥店应用程序、微信小程序及網站的界面。

業 務



移動應用程式界面



小程序界面



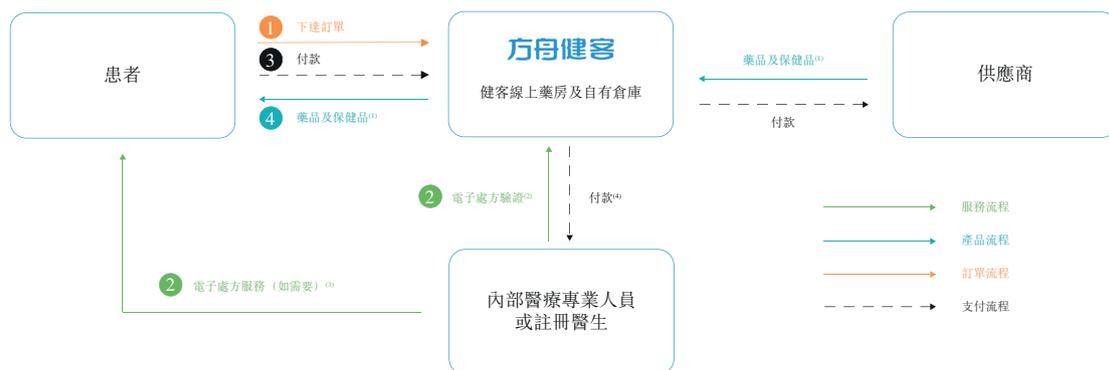
網站界面

業 務

倘患者的訂單包含處方藥，我們會要求患者上傳相關藥物的有效處方。倘患者上傳的處方為之前發出的處方，我們的內部醫療專業人員會負責於批准訂單前審查及核實處方。倘患者並無即時可用的處方，我們將提示患者與我們的內部醫療專業人員或註冊醫生進行諮詢，以獲得適當的處方。為方便購買，我們會提供電子處方協助服務，作為我們網上零售藥店服務的一部分。電子處方協助服務一般與處方藥銷售一同提供，該交易記錄為線上零售藥店服務銷售收入的一部分。該服務主要由我們的內部醫療專業人員提供，其次亦會由已在我們平台註冊的外部醫生提供。在許多情況下，我們的醫療專業人員會在發出電子處方前致電患者確認其健康狀況及症狀。除上述費用外，我們和註冊醫生均不再向患者收取任何線上零售藥店服務的額外費用。

線上零售藥店服務產生的收入主要包括在我們的平台上銷售各種藥品及保健品。於2021年、2022年及2023年，我們分別確認線上零售藥店服務收入人民幣1,011.4百萬元、人民幣1,252.1百萬元及人民幣1,297.1百萬元。有關我們線上零售藥店服務定價政策的詳情，請參閱「定價」。

下圖顯示我們線上零售藥店服務所涉主要利益相關方之間的服务流程及資金流向。



附註：

- (1) 包括處方藥、非處方藥、醫療器械、保健品、營養補充品及其他保健品。
- (2) 對於患者訂購處方藥並上載先前發出的處方的情況。
- (3) 電子處方服務由醫生為訂購處方藥但並無相關處方藥的現有處方的患者提供。
- (4) 我們不會就電子處方服務另行向我們內部醫療專業人員付款。我們就註冊醫生於我們平台上的活動向彼等提供報酬。

業 務

我們的產品

我們在線上零售藥店服務平台出售的產品主要包括以下各項：

- **處方藥。**我們提供多種處方藥物，涵蓋一系列醫學專科，包括但不限於心血管疾病、呼吸道疾病、男性和女性健康、皮膚科、傳染病和精神病學。我們通常要求用戶在下單時上傳其處方。我們的內部醫療專業人員將審查處方，並於核實處方的真實性後批准交易。我們亦為並無處方的用戶提供電子處方協助服務。詳情請參閱「－我們的線上慢病管理平台－綜合醫療服務－H2H服務－線上諮詢及電子處方服務」。
- **非處方藥。**我們亦提供廣泛的非處方藥。用戶可通過健客網上藥店或健客網下單。我們提供的非處方藥涵蓋多個疾病領域，主要包括感冒及發熱、口腔疾病、耳鼻喉科疾病、腸胃炎及皮膚病。
- **醫療器械及配件。**我們提供多種家用醫療器械及配件，包括血壓監測儀、血糖監測儀、霧化器及氧氣機、鼻腔沖洗系統。我們亦提供各種家用醫療護理配件，如棉棒、繃帶及溫度計。
- **保健及營養補充品。**我們提供廣泛的保健及營養補充品，滿足所有年齡組別的需求，包括維他命、礦物質、草本補充劑產品、運動營養產品、減肥產品、睡眠輔助補充劑、視力保護產品、孕產期及產科產品以及血糖支持補充劑。
- **其他產品。**除上述者外，我們亦提供其他產品，如生殖健康產品及美容產品。

於往績記錄期，我們藥物的SKU數量保持穩定。截至2023年12月31日，我們提供超過212,000個SKU的藥物，其中約61.6%為處方藥，約38.4%為非處方藥。截至2023年12月31日止年度，我們每月平均超過16,000個SKU的處方藥及非處方藥，並於我們的線上零售藥店服務平台進行積極銷售。鑒於我們平台提供的產品林林總總，產品平均單價一般介乎人民幣100元以下至約人民幣5,000元。於往績記錄期內，我們的收入並無依賴單一或若干產品，且並無單一SKU佔總商品交易總額5%以上。

業 務

下表載列於所示年度按產品類別劃分的收入明細。與不同產品類型一併提供的服務套裝包括通過我們的H2H服務平台提供的線上諮詢及電子處方服務，以及我們的線上零售藥店平台。

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
處方藥和服務方案	1,560,799	90.2	1,878,425	87.6	1,969,563	83.9
非處方藥和服務方案	106,262	6.1	160,383	7.5	242,934	10.3
其他醫療保健產品和服務方案	64,059	3.7	105,241	4.9	134,765	5.7
總計	1,731,120	100.0	2,144,049	100.0	2,347,262	100.0

下表載列於所示年度按產品類別劃分的毛利和毛利率明細。與不同產品類型一併提供的服務套裝包括通過我們的H2H服務平台提供的線上諮詢及電子處方服務，以及我們的線上零售藥店平台。

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
處方藥和服務方案	169,915	10.9	272,030	14.5	300,794	15.3
非處方藥和服務方案 ⁽¹⁾	4,445	4.2	10,609	6.6	52,475	21.6
其他醫療保健產品和服務方案	21,183	33.1	46,462	44.1	61,861	45.9
總計	195,543	11.3	329,101	15.3	415,130	17.7

業 務

附註：

- (1) 於2021年及2022年，我們的非處方藥和服務方案的毛利率低於我們的處方藥和服務方案的毛利率，主要是由於我們非處方藥品的採購規模較小。我們的非處方藥和服務方案的毛利率於2022年及2023年增加，主要反映若干毛利率較高的非處方藥在我們的組合中的比例有所增加，令我們的產品組合有所改變。

我們的責任

我們在線上零售藥店服務下的責任概述如下：

- **藥品採購。**我們向醫藥公司採購藥物及藥品，並於我們的健客平台上展示藥物或藥品。
- **諮詢及客戶服務。**我們回應用戶在線上零售藥店服務平台上的查詢，並核實患者上傳的處方。
- **銷售及交付。**我們在健客平台上銷售藥物及藥品。我們與第三方快遞公司合作向中國客戶交付產品。交付費用與產品價格分開收取，並根據(其中包括)交付方法、目的地及產品重量計算。
- **產品退換。**我們於客戶收到產品之日起七日內就質量缺陷辦理產品退換。有關詳情，請參閱「一 銷售及營銷 – 客戶服務」。
- **用戶賬戶管理及保護。**我們管理平台上的用戶賬戶。我們致力於保護用戶、患者及醫生的資料及隱私。我們已實施數據安全政策並制定程序，如定期系統檢查、用戶授權審查及數據備份，以保護我們平台上存儲的資料。
- **系統維護及升級。**我們不時維護及升級我們的健客平台，以改善用戶體驗。

線下藥店

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們分別運營三、四及兩家線下藥店。截至2023年12月31日，我們經營的兩家線下藥店分別位於廣州市及北京市，共有八名全職員工，包括四名藥劑師。該等線下藥店的收入主要來自銷售藥品、醫療器械及其他醫療保健產品。於往績記錄期各年度，來自我們線下藥店的收入佔總收入不足1.0%，對我們整體業務而言並不重大。鑒於我們有意在未來專注於線上業務，我們預期線下藥店日後的收入將繼續極小。

業 務

定制化內容及營銷解決方案

由於中國醫療監管格局不斷演變，醫藥公司透過銷售代表及其他傳統渠道接觸醫生的挑戰日益增加。同時，中國大型互聯網流量平台正趨於成熟，因此針對特定受眾的難度及成本越來越高。我們的慢病管理生態系統（包括綜合醫療服務及線上零售藥店服務）使我們能夠為醫藥公司提供定制化內容及營銷解決方案，接觸大量高參與度的醫生及慢病患者群體。

我們的定制化內容及營銷解決方案能夠幫助醫藥公司提升其數字營銷力度。我們的服務包括(i)患者教育服務，即幫助醫藥公司制定患者教育方法，以提高用藥依從性，(ii)為患者創建有針對性的醫療內容，及(iii)數字化細節設計服務，包括促進醫生之間的線上學術交流。該等服務可能包括搜索引擎優化、搜索引擎營銷、傳播關於大眾科學和醫學內容的文章和短視頻、製作以科學和醫學內容為特色的實時流媒體片段、線上會議和其他多媒體演示文稿。除在我們的健客平台上發佈內容外，該等服務還可能涉及利用第三方平台，如抖音、快手、微博、小紅書及知乎等。我們通過按項目向醫藥公司收取服務費來獲得收入。

關於定制化內容及營銷服務，我們已設立一個內容規範架構，以嚴格審查在我們健客平台上登載的內容，以及加強對用戶登載的信息的管理。在健客平台上的醫療信息、文章及短視頻以及直播期間的聊天內容在登載前均須經過內容審查。根據《中華人民共和國網絡安全法》，倘我們發現法律、行政法規禁止發佈或者傳輸的信息的，應當拒絕該信息發佈或立即停止傳輸該信息，採取消除等處置措施，防止信息擴散，保存有關記錄。

學術社區服務

通過我們的學術社區服務，我們提供醫生教育內容，傳播有關慢性疾病狀況及潛在治療方案的知識。這包括在我們的健客平台上發佈醫學信息文章及短視頻、舉辦線上醫學會議及與專科醫生進行直播視頻會議。

尤其是，在健客醫院應用程序中，我們推出了「學術天地」模塊，使醫生能夠跟進與其專科領域相關的主題及內容，包括由知名醫生進行的錄製及直播講座。以下截圖說明「學術天地」功能的界面。

業 務



我們的學術社區服務乃與醫藥公司合作提供，根據相關協議，醫藥公司向我們提供教育內容或委託我們以文章、短視頻或直播講座的形式創作內容。內容主要包括各種醫療相關主題，包括對藥品的介紹，以及指導及風險徵象。我們的用戶可免費查閱我們平台發佈的內容，我們根據具體情況向醫藥公司收取服務費。

醫聊

我們的醫聊可通過健客醫生應用程式訪問，讓患者可關注特定醫生或疾病領域的內容。教育內容與我們提供的服務相輔相成，有助我們建立品牌形象及提高用戶留存率。我們亦與醫藥公司合作提供醫聊，該等公司向我們提供教育內容或委託我們以文章、短視頻或直播講座的形式創作內容。

我們於2021年5月推出「名醫小課堂」模組。我們與在平台上註冊的知名醫生合作，於所選定疾病領域(如肝臟健康、心血管健康、男性健康及精神病)製作講座的視頻短片，該等疾病與我們平台上的患者相關且彼等感興趣。我們亦推出直播功能「健客名醫說」，通過該功能，我們與醫生合作，為患者提供直播講座。以下截圖說明「名醫小課堂」及「健客名醫說」模組的界面。

業 務



「名醫小課堂」



「健客名醫說」

我們的學術社區服務及醫聊均利用我們的直播平台。我們的視頻直播通常以講座形式進行，隨後設有問答環節。每次直播一般為時30至60分鐘。於往績記錄期，我們透過學術社區及醫聊合計提供超過15,000次視頻直播。

其他定制化內容及營銷解決方案

我們的其他定制化內容及營銷解決方案包括搜索引擎優化、提供醫學調查及分銷商數據整合服務。我們與醫藥公司訂立協議，並按個別情況向其收取服務費。

業 務

就搜索引擎優化服務而言，我們為醫藥公司提供多套解決方案，以改善其在第三方搜索引擎平台上的搜索結果的展示。我們亦協助醫藥公司對患者進行調查，以收集有關其藥品的市場反饋，並分享已進行匿名化及匯總化處理的數據，讓醫藥公司可以更好地了解患者的需要。此外，我們向醫藥公司提供分銷商數據整合(DDI)服務。我們的DDI系統收集與其產品的銷售及存貨有關的數據，該等數據可由我們的系統自動共享及傳輸至醫藥公司，讓彼等可實時記錄及監察其產品的銷售表現。

定制化內容及營銷解決方案變現

我們的收入來自尋求以具成本效益的方式接觸患者及醫生的醫藥公司。我們不會向患者用戶收取根據定制化內容及營銷解決方案提供的醫聊或學術社區服務的費用。我們為特定項目或與醫藥公司的合作提供的服務根據客戶的需求定制。合約通常包括一攬子服務，其中可能包括定制化短視頻的製作與分發、線上講座與課程及直播講座，以及其他定制化內容及營銷解決方案。

我們通常根據提供有關服務的估計成本、服務數量及複雜性以及完成有關服務的估計所需時間及人手，就我們的服務收取一次性費用。因此，所收取的一次性費用視乎所提供的服務性質及範圍而定，一般界乎人民幣50,000元至人民幣3.0百萬元。

下圖顯示我們提供定制化內容及營銷解決方案服務的主要利益相關方之間的服务流程及資金流向。



附註：

(1) 內容通常包括患者反饋及市場洞察、醫生及醫聊及教育材料。

業 務

其他

自2022年起，我們從事向第三方分銷商批發藥品以進行存貨管理。該等銷售使若干實際銷售可能偏離最初預測的項目的庫存風險得到緩解。該等交易產生的收入並不重大。我們日後參與該等交易在很大程度上取決於我們日後對存貨管理的考慮及需求。因此，該等銷售產生的收入於我們的綜合損益及其他全面收益表中分類為「其他」。

我們的藥品批發主要向與我們已建立業務關係的分銷商（包括向我們供應產品的分銷商）作出，以降低對手方風險。向該等分銷商出售的產品與向該等分銷商購買的產品並不相同。該等向分銷商作出的銷售及向同一分銷商作出的採購並非相互關聯的交易，而各項交易的條款乃按公平原則磋商。

我們的慢病管理服務中心

概覽

為配合我們的綜合醫療服務及線上零售藥店服務，我們成立慢病管理（「慢病管理」）服務中心。我們的慢病管理服務中心旨在通過向客戶提供專業的醫療建議及服務，以改善我們的健客平台的患者體驗。我們的慢病管理服務中心不提供線下服務。

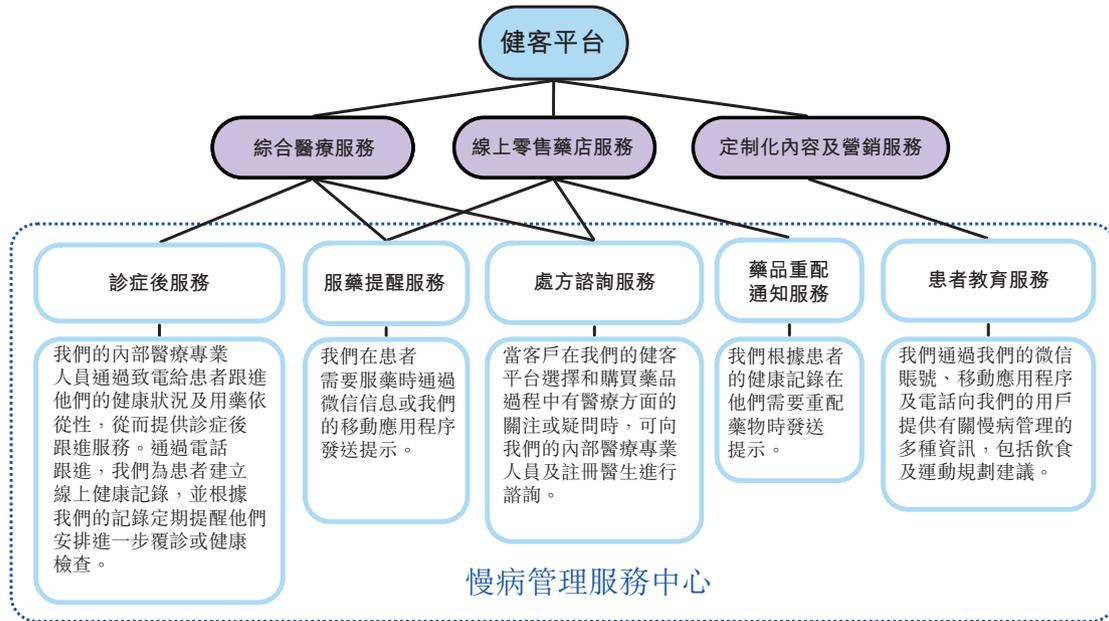
截至2023年12月31日，我們的慢病管理服務中心擁有一支由內部醫療專業人士所領導的169名員工的團隊，其中33人為我們的內部醫療專業人士。該等醫療專業人員的醫療專業知識使我們能夠為患者提供更多專業解決方案，包括處方諮詢、患者教育、服藥提醒及藥品重配通知。其餘員工主要由銷售及營銷人員及總務及行政人員組成。我們的慢病管理服務中心為患者提供有關正確使用藥物及與該等藥物相關的潛在副作用的說明及提示的便捷途徑，從而減輕醫生回應患者日常查詢的工作量。

我們相信，醫藥公司尋求與我們合作提供慢病管理服務，因為慢病管理服務中心使其能夠通過確保患者遵守治療方案、提高患者意識及進一步改善其產品及客戶服務，從而建立長期穩定的患者用戶群。

業 務

我們的責任

我們的慢病管理服務中心專為支持及補充我們的H2H及線上零售藥店服務而設，提供根據慢病患者的需求而定制的輔助服務。慢病管理服務中心旨在協助患者依從藥物治療計劃，從而提高慢病管理的整體成效。下圖說明經我們的慢病管理服務中心提供的主要服務。



與醫藥公司合作

我們與醫藥公司就慢病管理服務進行合作，例如通過電話、微信信息或透過我們平台發送的文字信息或其他方式向患者提供用藥指導或收集患者反饋。我們亦會告知患者有關可能的藥物副作用，及協助回答彼等可能提出有關用藥的問題。

醫療專業網絡

我們已建立醫療專業網絡，由內部醫療專業人員及在我們平台上註冊的醫生組成。

業 務

我們的內部醫療專業人員

截至2023年12月31日，我們有55名內部醫療專業人員，其中33人為我們營運慢病管理服務中心的員工團隊。我們的內部醫療專業人員包括以下三類人員：

- **醫療助理**。我們的醫療助理是患者的第一聯絡點。彼等擁有相關醫療背景或經驗，通常處理與患者就一般醫療問題的日常溝通，並就基本醫療查詢提供指導及回應，旨在提高患者的依從性。
- **專業醫療及藥店人員**。我們的專業醫療及藥店人員為具備執業資質的醫生及藥劑師。彼等根據世界衛生組織發佈的指引為我們的患者提供系統的治療建議及用藥指導，以護理及治療被診斷患有各種慢病的人士。
- **特殊醫療專家顧問**。我們的特殊醫療專家顧問為主任醫生或擁有逾15年醫療執業經驗的更高級別醫生。彼等通常為其執業醫療領域的著名專家，在複雜的醫療案例中提供諮詢及指導。彼等亦為我們的內部醫療專業人員提供培訓講座。

我們對內部醫療專業人員實行嚴格的招聘程序，涉及多輪面試及試用期評估。我們通過招聘網站、招聘人員及推薦招聘內部醫療專業人員。我們通常選擇具有深厚醫療背景及充足相關經驗的候選人。我們要求高級內部醫療專業人員持有相關專業認證。截至2023年12月31日，我們的內部醫療專業人員主要提供一般醫療指導及電子處方服務，其中九人亦在我們的H2H服務平台提供線上諮詢服務。

註冊醫生

我們通過在健客醫院應用程序註冊的醫生提供大部分綜合醫療服務。截至2023年12月31日，我們的H2H服務平台上有來自逾15,600家醫療機構的超過212,000名註冊醫生，而我們約有58.8%的註冊醫生就職於三級醫院。有關我們醫生資格的詳情，請參閱「— 我們的質量控制系統 — 醫生資格」。

業 務

為在健客醫院應用程序註冊，醫生須提交其個人身份資料以供我們審核。我們通常要求醫生提供(i)其國民身份證、(ii)其有效執業證書；及(iii)其任職所在醫院的職員證(如適用)。我們(i)將擁有三年以上獨立臨床經驗的醫生註冊為執業醫生；及(ii)將符合《互聯網醫院管理辦法(試行)》及《互聯網診療管理辦法(試行)》項下提供線上醫療服務的規定的醫生予以註冊。

具體而言，《互聯網診療管理辦法(試行)》規定醫生須獲得其註冊執業所在的醫療機構同意方可從事互聯網診療活動。有關詳情，請參閱「監管概覽－醫療服務的法規－互聯網醫院」。倘我們的註冊醫生未能取得所需同意，其受僱的醫療機構或不會批准他們透過我們的平台提供服務。據中國法律顧問告知，截至最後實際可行日期，概無法律法規要求互聯網醫院自醫生註冊執業所在的醫療機構的同意，亦無法規明確規定互聯網醫院如未能取得醫生註冊執業所在的醫療機構的同意，其須負上責任或遭受懲處。因此，我們對註冊醫生未能取得所需同意須承擔責任或醫療機構就註冊醫生未能取得所需同意尋求賠償而作出申索的可能性不大。截至最後實際可行日期，我們健客平台上的所有註冊醫生已取得上述所需的同意。

自我們推出H2H服務平台以來，我們已作出大量努力增加我們平台的醫生基礎。我們主要通過以下方法吸引醫生：

- **業務發展工作。**我們的僱員到訪醫院以向執業醫生介紹我們的平台，並邀請彼等加入我們。為物色更多合格醫生，我們將擴大所接觸的醫院類型，從主要公立醫院擴大至小型、私營或專科醫院。我們亦將擴大業務發展工作的地理覆蓋範圍，以深化在低線城市的滲透率。隨著我們平台的發展，我們將擴大服務範圍，以涵蓋具有大量患者需求的其他疾病專科及適應症，這將使我們能夠吸引具有不同專科及專業經驗的醫生。
- **激勵。**我們制訂了報酬政策，以鼓勵註冊醫生活躍於並參與我們的平台。該等獎勵基於多項標準提供，例如在我們的平台上的活躍時間、在特定期間服務的患者數目，以及他們對我們線上直播及學術社區和患者社區服務的貢獻等其他表現指標。

業 務

- *與醫藥公司合作*。我們與跨國及國內醫藥公司保持持續合作。與醫院提供的有限藥物相比，此舉令我們可提供廣泛的藥物產品，從而令醫生可以更好地滿足患者對各種慢病藥物的醫療需求。
- *我們平台的持續發展*。我們不斷改善產品及服務。我們全面的產品供應使醫生能夠開出藥物以滿足患者的全方位需求。我們的學術社區服務為醫生提供分享其專業知識及經驗的平台，提高其聲譽。我們相信，我們提供的優質服務將持續吸引醫生加入我們的平台。
- *醫生間的口碑效應*。自我們推出H2H服務以來，越來越多的醫生在我們的H2H服務平台上註冊，並為更廣泛的患者群體提供醫療服務。我們認為，我們的平台使醫生能夠提高時間效率，並為更多患者提供持續監測及治療。我們亦向醫生提供全面的藥品組合，使彼等能夠開出藥品以滿足慢病患者的全方位需求。我們將繼續鼓勵受益於我們平台的醫生向其醫生同行進行口碑推介，從而為我們的平台吸引自然流量。

由於我們持續的業務發展工作及我們平台的持續發展，截至2023年12月31日，超過212,000名醫生已在我們的H2H服務平台註冊。在中國，持牌醫生須接受公共衛生部門認可的機構或組織對其專業技能、成就及道德進行的定期評估，並獲分配專業資格等級。截至2023年12月31日，38.4%的註冊醫生已取得副主任醫生或以上職稱。

我們的平台不依賴某個明星或關鍵醫生，因為(i)我們的H2H業務模式主要立足於現有的醫患關係。因此，我們並沒有採取任何策略來將某個醫生打造成關鍵或明星醫生，而是專注於吸引和挽留那些能夠利用健客平台有效地管理他們的慢病患者的醫生；及(ii)鑒於我們平台所覆蓋的醫學專業範圍廣泛，註冊醫生人數眾多，註冊醫生的收入貢獻和服務時間較為分散，因此並無某個醫生貢獻的收入或服務時間佔很大比重的情況。因此，在我們的健客平台上並不存在任何特定醫生在服務時間或收入貢獻方面成為關鍵人物或過於集中的風險。

業 務

為挽留我們的註冊醫生，我們持續為平台增加新特點及功能，以提高用戶的體驗，並讓醫生得以更有效管理患者。基於該等舉措，我們的醫生平均留存率由2021年的85.1%增加至2022年的91.9%，並進一步增加至2023年的93.2%。2022年醫生平均留存率顯著提升主要由於多項新特點，包括：(i)根據醫生與患者的談話列出推薦藥品清單，方便醫生為患者推薦適當的醫藥；(ii)匿名的電話諮詢功能及優化視頻諮詢的畫面播放速率，以滿足若干醫療專科的特定需要；(iii)門診預約功能，方便線下跟進預約時間；及(iv)添加儀表盤，為醫生提供綜合數據及分析。

展望未來，我們將繼續落實現時招攬及挽留醫生的策略。我們預期會繼續提供報酬藉此激勵我們的註冊醫生，並預期該等報酬，特別是隨著我們不斷擴展規模，將不會對我們的盈利能力造成重大負面影響。此外，我們亦將不時檢討策略的成效，作出必要調整，並引入人工智能輔助的新功能，不斷優化註冊醫生的用戶體驗。

我們通常與於我們健客平台註冊的醫生訂立標準化框架服務及隱私協議。該等協議的主要條款包括以下各項：

- *線上醫生認證*。尋求在我們的健客平台註冊及提供醫療服務的醫生，必須向我們出示令人信納的線上醫生證書，否則我們有權要求糾正或拒絕其註冊。我們不會就成功註冊向彼等收取任何費用。
- *提供服務*。註冊醫生向健客平台的患者用戶提供線上諮詢及電子處方服務。
- *付款及結算條款*。我們根據我們的報酬政策每月向註冊醫生付款，我們的報酬政策考慮多項標準，例如在我們平台上投入的活躍時數、在特定期間服務的患者數目以及他們對我們線上直播及學術社區和患者社區服務的貢獻等表現指標。註冊醫生收取的報酬包括於相關期間根據我們的報酬政策應付的服務費及相關註冊醫生收取的諮詢費。
- *期限及終止*。服務協議可經雙方同意後終止。

業 務

於往績記錄期，各註冊醫生收取的年度報酬（主要包括根據我們的報酬政策支付的服務費，以及佔較少部分的相關註冊醫生收取的諮詢費用）一般介乎人民幣100元至人民幣10,000元。於2021年、2022年及2023年，向我們收取報酬的註冊醫生收取的平均年度報酬分別為人民幣3,568元、人民幣3,311元及人民幣3,111元。有關減少主要由於我們持續優化醫生薪酬結構。通過持續提升我們解讀醫生線上行為的能力，我們能更好地評估彼等的實際活動，並相應優化其薪酬水平。

與醫藥公司合作

我們相信，我們與醫藥公司的關係對我們的業務至關重要。醫藥公司是我們通過自有平台銷售的藥品的來源。同時，我們亦向醫藥公司提供寶貴的市場分析、反饋及增值服務。透過我們與醫藥公司互惠互利的業務模式，我們能夠鼓勵醫藥公司與我們合作，並與其建立長期及牢固的關係。截至2023年12月31日，我們已與超過760家醫藥公司合作，包括大型跨國及國內醫藥公司，例如輝瑞公司、吉利德科學公司、Novartis AG及白雲山醫藥等。

過往，醫院藥房是中國處方藥的主要分銷點。然而，近年來，中國政府已頒佈一系列政策，旨在逐漸減低醫院對藥品銷售收入的依賴，並減少濫開昂貴及／或不必要藥品的可能性。因此，醫院藥房提供的處方藥的選擇日益稀缺。然而，根據灼識諮詢的資料，隨著中國人均收入增長及人均醫療保健開支增加，儘管有關藥品的價格及自費成本可能較高，但預計患者對各類仿製藥及創新藥的需求將增加。

我們的平台為醫藥公司提供醫院藥房以外另一條分銷渠道。憑藉我們廣泛的患者及醫生用戶群，我們已成為領先跨國公司及國內醫藥公司的首選業務夥伴。與此同時，我們的合作讓我們可以確保各類高需求及通常難以採購的藥品具備穩定供應渠道及具吸引力的採購價格，同時協助我們在我們平台上提供以患者及醫生為對象的教育性內容。

我們已成功與專注於獲國家藥監局批准的品牌仿製藥及新藥的醫藥公司合作。就品牌仿製藥而言，由於監管改革及成本控制，近年來醫院藥房的供應有所減少。我們的平台讓醫生及患者即使無法再從醫院藥房獲得該等藥物，仍能繼續使用該等藥物。

業 務

對於新批准的專科藥物，醫藥公司還面臨一些分銷挑戰，包括缺乏社會保險保障，以及無法進入醫院藥房。藥物從國家藥監局批准到醫院藥房廣泛提供可能需要數年時間，這對醫藥公司以及可能受益於具有變革性和拯救生命性質藥物的患者均會造成巨大的機會成本。我們認為我們能夠更快獲得新批准藥物對所有利益相關者而言非常有利。

我們的供應鏈

截至2023年12月31日，我們已向超過1,400名供應商採購產品且已在我們的平台上銷售超過212,000個藥物SKU，其中約61.6%為處方藥，約38.4%為非處方藥。於2021年、2022年及2023年，處方藥的商品交易總額分別佔我們總商品交易總額的約88.9%、84.2%及81.1%，根據灼識諮詢的資料，此為業內同年最高水平。我們致力與供應商磋商有利條款，以控制我們的銷售成本及提高我們的經營效率。

供應商甄選及管理

截至2023年12月31日，我們已從超過1,400名供應商採購產品。我們已建立合資格供應商系統以管理供應商。

我們會對候選供應商進行背景調查，包括檢查其營業執照、已刊發年報及其產品的相關牌照及證書，並在我們將其納入合資格供應商系統前進行實地考察。

在選擇合資格供應商系統內的供應商時，我們根據最優存貨水平計算及運營需求評估採購需求並利用我們的智能供應鏈管理系統，以物色合適的供應商。我們通常選擇持有藥品經營許可證的供應商，該等供應商就滿足我們的數量需求的产品提供具有競爭力的價格，並具備強大的履約能力及提供有利的信貸條款。

我們已制定嚴格的規則規管我們平台上供應商的運營，以確保我們平台上提供的藥品符合適用的中國法律及法規。我們已成立質量控制團隊，致力於對供應商的資質、產品質量及藥品經營許可證的持有進行管理。

業 務

存貨管理

就藥品而言，我們維持並積極管理存貨以確保成本效益、質量控制及按時交付，並不斷尋求改善存貨控制。我們將該等存貨存放在位於廣州的租賃倉庫。我們實施「準時制」存貨管理策略，以維持低存貨水平及實現快速存貨周轉為目標，以減少營運資金需求及提高營運效率。我們的智能供應鏈管理系統利用數據分析，根據預測需求水平優化存貨水平，必要時自動補充存貨，以優化我們的訂單達成率，造就更高的倉庫營運效率。

我們監測存貨水平並每日評估採購需求，同時考慮銷售預測、銷量波動、採購後交付時間及質量控制檢查所需的處理時間，上述各項均由庫存系統算法生成。

我們謹慎管理存貨，以盡量減少有效期將至的藥品帶來的風險。我們的內部政策將於六個月內到期的藥品分類為有效期將至的藥品。鑒於我們大部分的存貨由慢性病藥品組成，有關藥品性質上較少受到需求波動影響，我們根據銷售預測規劃存貨採購，並採用「先入先出」原則管理存貨，以降低存貨風險。我們亦訂有內部政策，於採購存貨時為存貨訂明截止生產日期或到期前最短期限。因此，於往績記錄期，我們並無遇到有關有效期將至的藥品的重大問題。倘日後有效期將至的藥品水平增加，我們可能會以折扣價出售該等藥品、根據相關供應協議將該等藥品退還予上游供應商，或因庫存過時而處理該等藥品。此外，我們的內部政策嚴禁出售到期日為一個月以內的產品。於往績記錄期，我們並無重大違反有關政策，亦無主動從事購買或出售到期日為一個月以內的藥品。另請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－未能有效管理存貨可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。」。

業 務

我們的質量控制系統

我們面臨在中國提供在線醫療保健服務和銷售醫藥和醫療保健產品的固有風險。如果我們的任何產品被認為或證明不安全、無效或有缺陷，或被發現含有非法物質或侵犯任何第三方的知識產權，則可能招致索賠、用戶投訴或行政處罰。根據《藥品管理法》，如果藥品貿易企業收到與產品質量有關的賠償要求，應先支付賠償金，然後有權向藥品生產企業或藥品上市許可持有人追償。我們亦可能被指控存在開具處方不當、銷售假藥和劣質藥品或其他保健品或發出不當警告或不充分或誤導性披露副作用等行為。通過健客平台提供醫療服務，我們還面臨醫療責任索賠的風險。該等索賠可能針對我們、註冊醫生（就其提供的線上諮詢及電子處方服務）及內部醫療專業人員（就其提供的電子處方服務）。尤其是，與我們合作的醫生和醫藥公司，可能提供低於標準的服務，錯誤處理敏感信息，存在其他不當行為或造成醫療事故，這可能使我們面臨醫療事故責任索賠。根據《醫療事故處理條例》，醫療機構和患者可以通過協商解決民事責任糾紛，包括醫療事故的賠償。根據《中華人民共和國民法典》，如果患者在治療過程中由於醫療機構或其醫務人員的失誤而受到傷害，則醫療機構應承擔賠償責任。有關詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們或須承擔產品責任或醫療責任索賠，或因我們平台上的假冒、不達標或未經授權的產品而面臨索賠或行政處分，這可能會導致我們產生巨額費用並承擔重大損失」。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何針對我們、我們的註冊醫生及內部醫療專業人員的醫療或產品責任的重大申索責任。

我們意識到業務中的該等主要風險，並設計了我們的質量控制系統，專門監控該等風險點，如執業證書檢查及背景檢查、我們平台上的醫生行為、處方驗證及我們線上零售藥店服務平台上產品的真實性。我們已制定全面的質量控制程序，以確保我們的服務及產品質量。

業 務

醫生資格

我們的內部醫療專業人員及註冊醫生的技能、能力及態度對用戶獲得的綜合醫療服務的質量至關重要。

我們對內部醫療專業人員及在我們平台註冊的醫生實行嚴格的招聘程序及標準。為確保在我們的H2H服務平台註冊的醫生身份的真實性，我們已採納標準化內部指引，定明全面的驗證程序，要求我們的員工於批准醫療專業人員在我們的平台上註冊前，審查及核實彼等的國民身份證、醫師資格證書、醫師執業證書及醫師職稱證書。我們使用線上面部識別及身份掃描技術，根據該等證書或執照、工作許可證或醫療專業人員執業醫院的官方網站上的照片進行身份驗證。

此外，為確保註冊醫生及內部醫療專業人員擁有向相關部門完成多點註冊所需的執業證書，我們在國家衛健委官方網站或醫療專業人員的執業醫院及國家政務服務平台交叉檢查醫療專業人員的基本資料及執業狀況。在我們的平台上提供線上諮詢的醫療專業人員必須具備至少三年作為執業醫生的獨立臨床經驗。

我們亦為醫療專業人員提供全面培訓，包括基礎醫療知識的入職培訓及若干醫療科目的在職專業培訓。我們的培訓包括由經驗豐富的內部醫療專業人員提供的講座，以及在我們的線下醫院進行的現場醫療實踐培訓活動。

諮詢審查

為了維持醫療諮詢的質素和效率，我們要求我們的內部醫療專業人員和註冊醫生在諮詢期間詢問患者的完整用藥和治療史，然後給予謹慎的醫療建議。醫生需要及時回覆患者的詢問。我們的系統會計算每位註冊醫生的回應率，每月回應率低於70%的醫生會由相關醫生管理人員提醒。如果沒有改善，醫生將在一定時期內暫停我們的平台上提供諮詢服務。

業 務

處方管理及銷售處方藥

我們接受持牌醫療服務提供者的處方以進行重續，亦提供線上處方服務。我們的內部醫療專業人員及註冊醫生僅於辦妥註冊程序後方可重續現有處方及開具新處方。我們設有嚴格的人工智能輔助處方驗證系統，以管理與銷售處方藥有關的風險，其由我們的內部醫療專業人員及註冊醫生實施及密切監控。我們的系統執行藥劑師審查程序，以確保所有處方均妥善合法發出並遵守相關法律及法規，並在人工智能的協助下識別任何潛在醫療風險。例如，當患者在我們的平台上下單購買處方藥時，我們的內部醫療專業人員或在我們平台上註冊的醫生通常會致電患者確認處方藥是否合適，並告知患者處方藥的潛在副作用。我們的內部醫療專業人員或註冊醫生亦會在藥品購買後一段時間後跟進患者，以收集患者經歷的效果、副作用、過敏反應及其他狀況的資料。

我們亦實施嚴格的程序管理處方藥的銷售，以確保遵守適用規則及法規，包括於2022年12月1日生效的《藥品網絡銷售監督管理辦法》。例如，我們篩選在健客平台上出售的產品，以確保產品並無禁止在線上銷售。我們亦已採取措施確保我們平台上展示的產品信息清楚區分處方藥與非處方藥，並具體說明產品是否為處方藥。倘根據現有處方購買，處方將由我們平台的藥劑師審核。我們會定期檢討有關銷售處方藥的內部控制措施的執行情況。

產品質量控制

我們已制定一系列內部政策，以控制我們在平台上提供的產品質量。

供應商甄選及管理

我們已建立由合資格供應商組成的供應商系統。我們已制定嚴格的供應商運營規則，以確保我們平台上提供的藥品符合適用的中國法律及法規。詳情請參閱「我們的供應鏈－供應商甄選及管理」。

業 務

藥品檢查及驗收

我們設有藥品驗收及檢查的內部政策，指導及監督藥品採購、儲存、維護及運輸的質量管理。我們的質量管理團隊須對我們所採購藥品的質量進行抽樣、檢查及記錄。我們通常要求檢查及檢驗我們藥品的僱員擁有藥物、藥劑、生物、化學方面的學術背景或其他相關資格。

我們要求僱員將我們採購的產品儲存在檢疫區。我們通常要求僱員保持該指定區域清潔，並遵守相關藥品的儲存規定。檢疫區應與其他區域隔離，並應明確識別以確保藥品不受污染或污染。

我們的僱員須抽取藥品樣本，並檢查及核實藥品樣本的包裝及外觀、標籤、用戶說明及資質。

- **包裝及外觀。**我們的僱員應檢查包裝是否清楚列明通用名稱、規格、營銷批文、製造商、生產編號、生產日期、失效日期、批准編號以及其他規格。我們的僱員亦應檢查包裝是否有任何損壞。
- **標籤。**我們的僱員應檢查標籤是否正確列明產品名稱、規格、用途及劑量、批准編號、生產編號及製造商。
- **用戶說明。**我們的僱員應檢查產品名稱、成分、特徵、適應症、規格、用途及劑量、不良事件及副作用預防措施、藥物相互作用及過量、臨床試驗、藥理學及毒理學以及用戶說明中的其他詳情。我們就檢查中藥與其他專科藥物的用戶說明維持一套不同的標準。
- **資質。**所採購的包裝須包含產品資質。就進口藥品而言，我們通常要求僱員檢查質量管理的密封證明文件，如藥品註冊證書或進口藥品通關單。

業 務

倉庫管理

我們致力於在我們業務運營的每個階段執行嚴格的質量控制，包括採購、產品檢驗、倉儲、銷售及配送。我們積極參與制定質量政策及標準，並在我們的業務運營中通過不同方式改善質量控制管理。我們已制定一系列內部質量管理指南，為我們運營的各個方面提供指導及規定，其中包括產品質量、產品保質期管理、產品退貨、產品召回及入庫。入庫前，我們會檢查產品的外觀、包裝、標籤及規格，並根據配送訂單及供應商發出的檢驗報告對產品進行檢驗。對於存放在我們倉庫的產品，我們定期進行質量維護、檢查及管理，並監控存儲情況以確保符合品質標準。我們的倉庫配備溫度及濕度控制系統以及通風設施，以確保藥品按其標籤儲存。倉庫的溫度及濕度會被監察，並於系統出現任何故障時及時報告維修。

我們根據相關類別儲存我們的藥品。我們要求僱員妥善處理藥品，以防止任何污染、摻雜及交叉污染。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，並無任何與我們業務有關的重大產品召回及退貨、客戶投訴及糾紛或產品質量及安全問題。

平台內容篩查

根據相關中國法律，我們須密切監控我們平台上發佈的內容。我們可能須就我們網站或移動應用程序用戶的任何非法行為承擔潛在責任。就我們定制化內容及營銷解決方案而言，我們與相關醫藥公司亦可能須就我們透過健客平台或相關醫藥公司發佈被相關部門視為違法的內容承擔責任。有關詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能須對我們平台上被指為不符事實的、破壞社會穩定的、淫穢的、誹謗的、破壞聲譽的或其他非法內容承擔責任」。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無因透過健客平台分發的內容而涉及任何針對我們的重大申索責任。

我們已實施內部控制措施，篩查在我們的平台上發佈的資訊及內容，以確保其準確、可靠並符合相關法律法規。

業 務

- 由我們的員工或醫療專業人員創作或製作的用於提高一般醫學知識的教育內容（通常包括文本、圖形及圖片、視頻及直播）由我們的醫學編輯經理審閱及審查，以驗證其質量及準確性。倘該等內容涉及潛在法律或合規風險或其他敏感問題，我們的法律部門人員及指定內容製作人員將進行額外審查以評估其可靠性並謹慎管理我們的風險。
- 與醫藥公司合作發佈的宣傳內容（通常包括文章、視頻和直播）於我們的平台上載及展示前，由我們的醫學編輯經理審閱及審查，以驗證其質量及準確性。

技術及研發

技術是我們業務的基礎，也是我們的一個主要優勢。我們擬繼續改進及升級我們的技術以提高我們的運營效率，優化我們的數據模型以支持我們的決策，並不斷改善我們的服務以滿足用戶的需求。

我們的研發系統

我們建立了以業務為中心的敏捷研發項目交付體系，涵蓋交付工具、軟件架構、開發流程及研發組織四個範疇。

在交付工具方面，我們已部署基於DevOps模式的自動化交付管線，以進行研發項目的持續整合及交付。我們能夠快速建立、測試及部署高質量的應用程序，且應用程序部署時間可大幅縮短。

在軟件架構方面，我們基於微服務和雲原生技術構建應用程序，實現快速的應用程序開發、調試和交付。

我們的開發過程建基於靈活的開發框架。我們已建立涵蓋整個軟件開發生命週期的研發管理流程，包括項目立項、需求收集、規劃及設計、計劃迭代、每週開發週期、測試及部署、系統維護及運營、開發審查及反饋。該方法讓我們能夠有效控制關鍵項目依賴項並確保優質產出。

截至2023年12月31日，我們的研發團隊共有114名僱員。我們的產品管理團隊確保開發過程及項目執行符合我們業務線及更廣泛組織的需求及目標。人工智能及大數

業 務

據研發團隊指導我們的整體研發工作，以於開發工作中利用尖端技術及創新。我們的質量保證、維護及運營以及項目管理團隊專注於減輕項目風險的各種要素，以確保交付質量。我們大部分研發人員位於廣州及北京。

我們的研發舉措

於往績記錄期，我們的研發舉措包括下列各項：

- 我們已對H2H服務平台作出重大升級，包括實施由我們的人工智能醫療助理驅動的智能診前系統。我們現時升級後的線上諮詢系統利用實時流媒體及其他先進技術，使患者及醫生能通過包括圖像、音頻及視頻等各種媒介更有效地溝通。此外，我們已將知識圖像技術整合到我們平台，以開發出一套處方驗證系統，檢查醫生的處方是否適當。利用深層學習技術，我們亦引入了一套智能處方影像系統，大大改善電子處方審查和驗證的效率。
- 我們的線上零售藥店平台進行了重大技術升級。我們重建了我們的交易及履約系統，整合微服務架構、事件驅動的工作流程及雲原生技術，為處理每日數以百萬計訂單提供支援。我們亦運用深層學習技術來提升我們的產品推薦引擎。此外，透過使用如電腦視覺、自然語言處理及實時數據分析等先進技術，我們開發出一套綜合風險警示系統，協助偵測我們平台上所顯示價格的誤差以及訂單中錯誤標示的價格。
- 我們透過運用數據挖掘及機器學習算法提升了我們的供應鏈管理。我們開發出智能包裝優化算法，並建立了機械化組裝線，將商品包裝、貼標及封包工序自動化，大幅提高我們倉庫運營的效率。此外，我們引入了一套藥真偽性防追蹤系統，在藥品生產、分銷及使用的整個過程中追蹤藥物源頭及目的地。

業 務

我們的研發投資

我們在研發方面投入大量資源。於2021年、2022年及2023年，我們分別產生研發成本人民幣46.0百萬元、人民幣61.8百萬元及人民幣41.5百萬元，分別佔我們同年總收入的2.6%、2.8%及1.7%。

下表載列我們於所示年度研發成本的絕對金額及佔總研發成本的百分比明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
員工成本	40,549	88.2	55,019	89.1	38,238	92.1
以股份為基礎的薪酬	1,660	3.6	4,149	6.7	1,608	3.9
使用權資產折舊	1,648	3.6	1,177	1.9	1,333	3.2
外包開支	947	2.1	361	0.6	136	0.3
其他	1,146	2.5	1,077	1.7	217	0.5
總計	45,950	100.0	61,783	100.0	41,532	100.0

我們的研發成本由2021年至2022年均有所增加，乃主要由於我們不斷壯大研發團隊，招聘在軟件開發、人工智能及大數據方面具有深厚背景和專業知識的成員，彼等對加強我們的研發能力以及開發及提升我們的服務方面發揮重要作用，故員工成本有所增加，其構成我們研發成本的最大組成部分。我們的研發成本於2023年有所減少，主要由於我們擁有強大的內部研發能力，讓我們得以優化研究人員的調配，並能夠以更高效率運營。

業 務

大數據分析

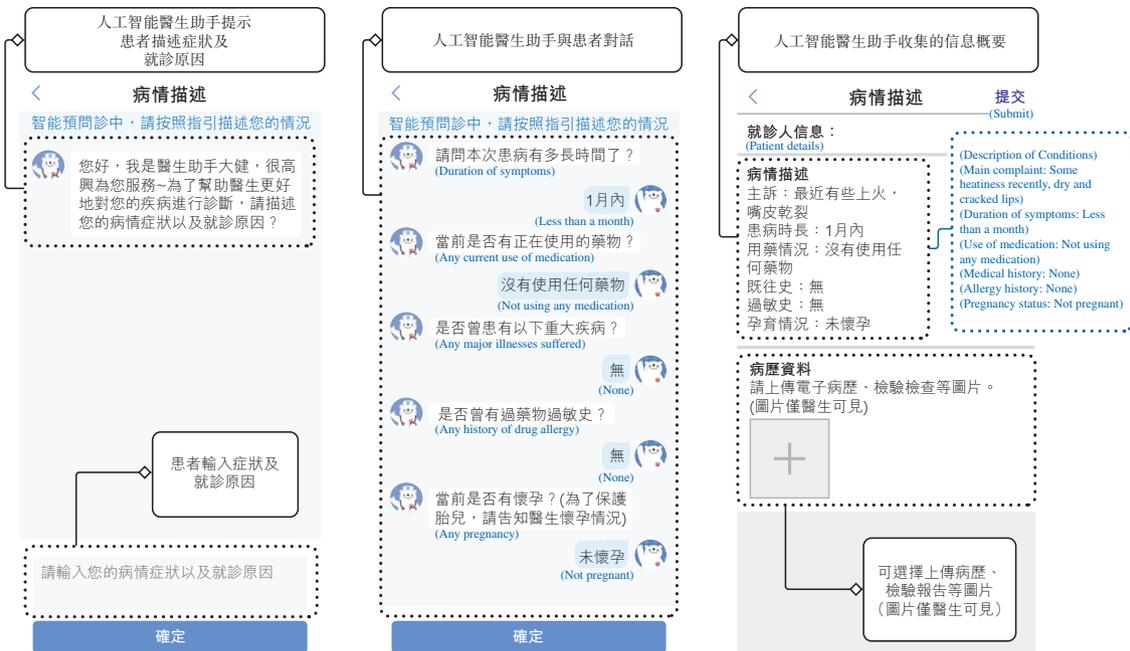
我們利用大數據分析提升客戶體驗及用戶存留度，並提高我們的運營效率。下文概述我們大數據分析的主要方面。

- *用戶描述*。我們的健客平台讓我們積累大量用戶信息的數據組，包括用戶的瀏覽記錄、過往諮詢、處方及重配頻密程度。為準確介紹我們的客戶，我們會標記各種用戶特徵並生成用戶描述。我們利用數據演算法分析該等用戶描述，並尋求了解客戶的需求、興趣及喜好、作出營銷決策並不斷改善及定制我們的服務及產品。
- *供應商管理*。利用大數據分析，我們能夠積極比較、分析及管理供應商。我們的數據分析系統採用智能供應商比較算法系統，以改善我們的供應商管理流程及降低採購成本。通過獲取實時信息，我們能夠單日超過122,000次及時將超過560家供應商的超過34,000種產品的投標價格進行比較，從而降低人工成本並確保價格優惠，有助於提高我們的運營效率及盈利能力。
- *優化定價*。我們從過往交易中積累了大量的歷史數據，並基於多種因素開發了運營定價模型。運營定價模型使我們能夠為我們的產品生成最佳的定價範圍，以優化我們的利潤。

人工智能科技

我們已開發出一款人工智能醫生助手，以簡化H2H服務平台的諮詢流程。在每次諮詢前，我們的人工智能醫生助手會向患者提出一些常見的問題，包括患者的症狀、用藥史和過敏史。利用自然語言處理(NLP)技術，將總結患者的反饋並向醫生提交。憑藉該等資料，醫生可在諮詢環節前對患者的狀況有全面了解，這將使醫生能夠更有效地向患者提供醫療意見。通過在諮詢環節前使用我們的人工智能醫生助手，我們減少了患者的等待時間，並提高了患者及醫生的諮詢效率。以下截圖說明患者與我們的人工智能醫生助手之間的溝通。

業 務



我們的人工智能醫生助手亦可自動回應非醫療客戶服務查詢。我們的人工智能醫生助手的回應由NLP技術及知識圖譜技術支持。NLP技術讓我們的人工智能醫生助手能夠了解客戶輸入的自然語言。知識圖譜技術使我們的人工智能醫生助手能夠從預先界定的數據庫中提取相關資料，並將回應組織為自然語言，以在持續對話中自動產生回應並與患者溝通。於往績記錄期，我們的人工智能醫生助手在沒有我們員工的人工協助下回應及成功解決所有客戶來電查詢的約43.1%，有效降低客服人員工作量，並提升服務效率。在人工智能醫生助手的協助下，我們的客戶服務人員每人每天處理的訂單平均數量由2019年我們首次推出人工智能醫生助手時的67.3筆增加至2023年的366.2筆，2019年至2023年的複合年增長率為52.7%。

展望未來，我們擬透過收集及分析醫療數據及優化人工智能技術，繼續改良我們的技術及提供準確、高效、有價值及可複製的解決方案。此包括精簡紙張處方及實驗室測試、將患者數據數字化的額外功能，以及協助醫生進行診斷及臨床工作流程的額外支援系統。我們亦計劃開發計算機視覺、醫療知識圖譜、自然語言處理、推薦算法及圖像合成方面的人工智能技術，以提升服務。

業 務

冷鏈配送

我們相信，在治療慢性疾病方面，廣泛使用溫度敏感生物製藥藥物，可為我們提供更多機會，為病人提供更佳服務。自2020年5月起，我們已委聘第三方物流公司為需要在儲存及配送過程中更妥善地控制溫度的藥品提供冷鏈到家配送服務。此外，我們投資於額外倉庫設施及設備以支持冷鏈藥品的存儲及分銷。

信息安全及數據隱私保護

信息系統安全

我們的網絡配置使用複雜的安全協議進行網絡內的通信及外部通信。我們利用防火牆系統、加密及身份核實方法，以防止未經授權進入我們的系統。

為盡量降低數據丟失的風險，我們定期進行數據備份程序並維持全面的數據恢復機制。我們的數據庫僅可由若干指定及獲授權人員於通過審批及身份驗證程序後訪問，其行動會被記錄及監控。我們已制定數據災難恢復程序。我們經常審查備份系統，以確保其得到妥善維護及運作正常。我們亦已實施定期系統檢查、密碼政策、用戶授權審批及數據備份等程序，以保護我們的信息資產及確保妥善管理我們的運營數據。倘發生極端信息災難，我們亦已制定數據恢復程序。

我們維持適當的物理環境，例如適當的溫度及濕度水平，以供我們的伺服器運作。我們發佈伺服器管理政策，以確保伺服器的安全，且只有獲授權人員才能進入我們的伺服器房間，而有關進入會記錄在每日日誌中，以供記錄用途。尤其是，我們已根據《中華人民共和國網絡安全法》的規定就我們的信息系統採納多層次保護方案，以支持我們的業務運營。我們亦已制定內部管理政策，如信息系統運行管理政策、網絡與信息安全事件應急計劃及資產採購管理政策，訂明採購網絡產品的要求及指引，以確保我們對信息系統的管理。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並未因不遵守網絡安全法律或法規而受到任何重大罰款或制裁。我們的中國法律顧問認為，我們於往績記錄期及直至最後實際可行日期在所有重大方面均已遵守相關的網絡安全法律及法規，包括新頒佈的法律及法規。

業 務

數據安全及個人資料保護

我們致力於保護用戶及平台上所有參與者的資料及隱私，特別是個人特定信息。我們已採納一系列有關個人資料保護及數據安全管理的內部政策，以確保我們遵守適用的數據安全及個人資料保護法律及法規。我們亦設有由副總裁領導的專責團隊，負責網絡安全及數據安全管理。為了讓用戶了解個人資料如何根據相關法律及法規處理，我們已制定本身的隱私政策，並嵌入我們的移動應用程序及網站。我們在網絡傳輸和後端存儲中加密用戶數據，以確保機密性，並就我們技術開發中使用的信息刪除個人用戶識別信息。我們僅收集及處理我們經營業務合法所需的用戶個人資料，並盡可能縮小其使用範圍。例如，當用戶於我們的移動應用程序及微信小程序註冊時，彼等同意並授權收集、處理及使用其個人信息及在使用我們服務過程中產生的相關數據。我們為綜合醫療服務及線上零售藥店服務收集及處理的個人資料主要包括：(i)用戶的基本信息，包括交付產品的姓名、手機號碼及送貨地址；及(ii)用戶的個人健康資料，包括彼等過往處方及診斷或治療記錄。我們僅在授權範圍內收集、處理及使用該等用戶數據，目的僅為向其提供服務，如進行支付及提供客戶服務。

我們已採用強大的加密算法保護資料，實施嚴格的數據提取及傳輸規則，以確保線上諮詢及處方重續服務用戶的機密性。我們已實施相關內部政策、程序及控制措施，以確保用戶數據受到保護，並避免有關數據洩漏及丟失。我們已制定數據管理政策，當中載列所有員工均須遵守的管理資料及相關安全風險的標準化程序。我們定期檢討該等政策，並定期為僱員提供資料管理及保護方面的培訓。

獲取及控制信息的程度乃參考我們員工的角色及資歷並基於嚴格必要而釐定。我們已在日常運營中對數據管理人員實施職責劃分機制。於運營過程中能夠訪問受保護數據的團隊須遵守有關數據及處理的嚴格審批及操作程序。我們的系統每日記錄數據提取及傳輸活動的授權，並對數據提取及傳輸進行記錄及監控並進行審查。倘發生信息安全洩漏，我們會進行調查並實施損害控制。根據我們的資料保護機制及程序，任何違反信息安全法規的操作都將受到內部紀律處分。我們亦有權解僱任何未經適當授權濫用或以其他方式披露通過健客平台收集的資料或違反任何適用法規的僱員，並可能就有關行為對我們或用戶造成的任何損害對彼等提起法律訴訟。

業 務

根據相關法律及法規的規定，我們擬就保護用戶數據諮詢外部顧問。我們已制定網絡產品及服務的採購政策，以確保我們所採購的產品及服務已取得中國網絡安全法及其他適用法律及法規所規定的必要證書及銷售許可證。我們購買及使用的網絡產品及服務為市場上可供出售的一般網絡產品及服務，並無重大供應鏈中斷風險。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大資料洩漏或用戶數據遺失。

國家互聯網信息辦公室於2021年11月14日刊發《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》(或稱網絡數據安全管理條例草案)，以徵求公眾意見。有關網絡數據安全管理條例草案的詳情，請參閱「監管概覽－個人資料或數據保護的法規」。網絡數據安全管理條例草案規定，進行以下活動的數據處理者，必須申報網絡安全審查：(i)獲得大量關係國家安全、經濟發展、公共利益的資料資源的互聯網平台運營者實施合併、重組、分拆，影響或者可能影響國家安全的；(ii)處理一百萬人以上個人信息的資料處理者赴國外上市的；(iii)數據處理者赴香港上市，影響或者可能影響國家安全的；或(iv)其他影響或者可能影響國家安全的數據處理活動。截至最後實際可行日期，中國政府機關並無對「影響或者可能影響國家安全」的活動的釐定標準作出進一步澄清。有關頒佈時間、最終內容、詮釋及措施的實施(包括釐定「影響或者可能影響國家安全的」赴香港上市的標準)存在重大不明朗因素。於2021年12月28日，國家互聯網信息辦公室連同其他12個政府部門頒佈《網絡安全審查辦法》，該辦法於2022年2月15日生效。有關《網絡安全審查辦法》的詳情，請參閱「監管概覽－個人資料或數據保護的法規」。《網絡安全審查辦法》及網絡數據安全管理條例草案(統稱「網絡安全條例」)對若干數據處理者施加網絡安全審查責任。然而，根據中國適用的網絡安全及數據隱私法律及法規，就我們建議於香港上市一事是否需要申報網絡安全審查上，並無強制要求我們向國家互聯網信息辦公室取得確認或作出諮詢。截至最後實際可行日期，我們並無就建議於香港上市一事向國家互聯網信息辦公室作出任何諮詢或申請。然而，我們的中國法律顧問於2022年9月30日與中國網絡安全審查技術與認證中心(「CCRC」)，已於2023年12月25日改名為中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心，為獲國家互聯網信息辦公室授權，以接收及接受網絡安全審查申請及回應有關網絡安全審查的公眾諮詢的中心)進行實名諮詢。CCRC確認，由於建議於香港[編纂]不屬2022年網絡安全審查辦法第7條的「赴國外上市」，因此，除非相關監管機構明確告知，否則我們毋須就建議於香港[編纂]一事自願申請進行網絡安全審查。

業 務

根據《網絡安全審查辦法》，評估國家安全風險時應考慮的關鍵因素主要包括關鍵信息基礎設施是否存在非法控制或供應鏈中斷、任何非法數據使用或任何非法跨境數據傳輸。我們並非關鍵信息基礎設施的運營商，我們購買和使用的網絡產品和服務在市場上很常見。關鍵信息基礎設施亦不存在明顯的供應鏈中斷風險。同時，我們在中國大陸經營業務，運營過程中產生的所有數據均存儲在中國境內。此外，截至最後實際可行日期，我們並無因數據及網絡安全而受到任何政府主管部門（包括國家互聯網信息辦公室）的任何重大罰款或制裁。此外，我們已實施有關個人信息保護、數據安全管理及網絡安全管理的內部政策，以確保遵守適用的法律法規。

有關2022年網絡安全審查辦法第16條所訂明由國家互聯網信息辦公室轄下網絡安全審查辦公室就「影響或者可能影響國家安全」的數據處理活動進行的網絡安全審查，現時對「影響或者可能影響國家安全」的意思仍不確定。就我們所深知，我們認為我們所收集及儲存的數據不會在任何重大方面引起任何國家機密問題。我們的中國法律顧問認為，涉及國家機密的相關法規及規定並不適用於我們現有的數據。

據我們的中國法律顧問所告知，我們的業務運營及財務表現將不會受到網絡安全條例的重大不利影響，且目前在履行可能適用於我們的所有重大方面的義務方面並無實質性障礙，此乃基於(1)截至最後實際可行日期，我們並無因數據及網絡安全而受到任何政府主管部門（包括國家互聯網信息辦公室）的任何重大罰款或制裁；(2)我們並無獲任何政府部門告知我們被視為關鍵信息基礎設施運營商，亦無收到相關政府部門的任何通知、查詢或調查，表明我們需要就[編纂]申請網絡安全審查，且據我們的中國法律顧問告知，倘任何中國政府主管部門認為有必要對公司進行網絡安全審查，其將主動通知有關公司；(3)我們已設立多項內部網絡安全及數據保護政策、程序及措施，並持續優化該等政策、程序及措施的實施，以確保數據處理活動的安全並防止未經授權的訪問或使用數據；及(4)我們持續關注網絡安全及數據保護方面的立法及監管發展，與相關政府部門保持持續溝通，並及時採取一切必要措施，以確保持續遵守相關法律法規。根據上文所述及經諮詢CCRC，董事預計，倘現行形式在所有重大方面採用網絡安全條例，我們將不會在遵守該條例方面面臨任何重大法律障礙。基於彼等的獨立盡職調查，聯席保薦人無理由相信前述董事及本公司中國法律顧問的意見不合理。

業 務

為確保本公司持續遵守網絡安全條例，我們已實施有關個人信息保護、數據安全管理及網絡安全管理的內部政策，以確保遵守相關法律法規。我們亦有專門的團隊負責網絡安全及數據安全管理，採取嚴格的技術措施保護我們的技術基礎設施。鑒於網絡數據安全管理條例草案將於未來生效，我們已研究該條例的具體要求，並將積極實施各種措施以確保及時合規，包括徹底審查我們的業務慣例及運營政策、完善我們的隱私政策及服務協議。我們將密切關注與網絡安全和數據保護有關的立法和監管發展，包括網絡數據安全管理條例草案以及網絡安全和數據保護法律法規的解釋或實施細則，積極與相關部門保持溝通，並及時調整和加強我們的數據保護措施，以確保法規生效後的合規性。倘網絡數據安全管理條例草案以其現行形式生效，我們預計不會對我們遵守法規造成任何重大法律障礙。

我們的營運受到工信部及其他相關部門的持續監管，作為常規監管流程的一部分，我們可能會接到整改通知。於2020年8月31日，工信部發出通知，要求101項應用程序（包括健客網上藥店（版本5.3.0））糾正諸如過度收集個人資料等問題。在收到通知後，我們積極採取糾正措施，包括調整收集國際移動終端設備標識(IMEI)信息的頻密度，優化個性化推送服務的指示及設定，以及改善調用設備權限的授權頁面的合規設定。我們已於指定時限內完成有關糾正行動，並無被工信部及其他相關機關處罰。

於2023年1月9日，我們接獲廣東省通信管理局就健客醫生（6.1.1版）的糾正通知（「**廣東省通信管理局通知**」），通知我們有關以下狀況：(i)該應用程序在獲得相關同意前收集個人信息；(ii)該應用程序在關閉後繼續在後台收集地理位置數據；及(iii)該應用程序經常自行啟動。我們在接獲廣東省通信管理局通知前已注意到狀況(i)，並已於更新後的應用程序（6.1.5版）糾正狀況(i)。我們發現狀況(ii)及(iii)是由第三方軟件開發工具引致，並已迅速停止導致在網絡轉換時自行啟動的相關後台位置追蹤功能及網絡偵測功能。我們已於接獲廣東省通信管理局通知後完成該通知所要求的糾正事項，並於2023年1月10日向廣東省通信管理局提交解釋報告。因此，糾正後的應用程序（6.1.7版）已上載至應用程序市場，並無因此遭到行政處罰。

業 務

我們會持續進行自我審查及整改，確保我們的移動應用程序符合適用的監管規定。根據我們的中國法律顧問的意見，本集團已在所有重大方面遵守往績記錄期及直至最終實際可行日期止所有適用的數據隱私和保護相關中國法律法規，基於此：(i)董事確認，除上文所披露者外，本集團的移動應用程序、網站及微信小程序並無因收集個人資料而受到相關政府部門的批評或調查；(ii)我們並無因不遵守資料隱私及保護的法律或法規而受到任何罰款或其他處罰；及(iii)我們並無且未曾就任何涉嫌違反有關數據隱私及保護的適用監管規定而面臨訴訟或法律程序。

銷售及營銷

銷售模式及營銷策略

我們已採取多種策略向目標客戶推銷我們的服務。就我們的H2H服務而言，我們絕大部分的患者用戶均於線下諮詢期間由註冊醫生邀請至我們的平台，因此，我們認為與醫生的關係是擴展患者用戶群的關鍵。我們擁有致力於發展及維持與醫生的關係的醫生運營團隊。我們的業務開發人員一般於線下諮詢時直接接觸醫生以介紹我們的平台，鼓勵彼等於我們的平台註冊並向其患者推薦我們的平台。此外，我們憑藉醫藥公司合作夥伴的廣泛接觸面及影響力幫助將醫生引進我們的平台。為發展與醫藥公司的合作關係，我們主要依賴我們的業務開發團隊（直接與醫藥公司及其相關業務部門接觸）介紹我們的平台。有關我們為吸引註冊醫生及發展與醫藥公司的關係而採取的方法，請參閱本節「－ 醫療專業網絡－ 註冊醫生」及「－ 與醫藥公司合作」。

我們採用多種方法吸引潛在患者用戶及客戶使用我們的線上零售藥店服務。一般而言，我們通過自然流量、外部營銷及推廣活動相結合以進行銷售及營銷：

- 我們通過在平台上提供的不同服務及內容（包括線上諮詢服務以及健康及保健內容）帶來的口碑推介實現自然流量。我們不斷致力提升我們的服務，以建立我們的品牌知名度，從而吸引更多的自然流量。

業 務

- 外部營銷通過移動應用商店及線上以及線下營銷活動進行，包括在網站、移動應用程序及搜索引擎上發佈線上廣告。此外，我們已通過在短視頻平台上發佈視頻片段等內容以及直播環節來發展我們的社交媒體影響力，以促進在醫生之間傳播專業內容。同時，我們積極參加行業活動、貿易展覽及會議。
- 為發展忠誠的用戶群，我們實施會員制度，用戶可根據其在我們平台上的活動（例如其支出水平及產品訂單頻率）賺取「成長值」。我們實施五級會員架構，設有普通、銀、金、鉑金及鑽石級別。所累計成長值數量將決定用戶的會員級別，從而使其有權獲得各種福利，如禮品包、促銷價格或折扣碼及優惠券。
- 為了提高用戶黏性並鼓勵重複購買，我們為用戶提供忠誠積分計劃，讓彼等可以通過在我們的平台上進行購買、每日簽到或參加可能在我們平台上舉辦的任何幸運抽獎或大贈送，來賺取並積累「健康幣」。會員就一項特定活動可賺取的健康幣數目將視乎其會員級別而定，較高級別的會員可賺取更多健康幣。該等健康幣實質上為用戶可用於兌換折扣券或直接用於支付購買的忠誠積分。各賬戶於一年內賺取的健康幣將於下一年年底到期。我們相信，該計劃將促進我們的活躍用戶轉化為付費用戶並提高其重複購買率。
- 年內，我們可能推出各種營銷及推廣活動鼓勵健客平台上的客戶保留或提升客戶轉化率。我們的主要促銷方式之一是提供折扣券。該等折扣券向首次購物的新用戶、選定產品或超過一定規模的訂單提供價格折扣或免費送貨。於往績記錄期，使用該等折扣券的用戶享有訂單折扣介乎5%至10%。此外，我們定期開展促銷活動，為精選產品提供具有競爭力的價格，以推動銷售。

截至2023年12月31日，我們的銷售及營銷團隊由109名銷售及營銷專業人員組成。展望未來，我們預期不會對上述吸納及留住用戶的策略作出任何重大改變。我們相信該等政策（例如我們的會員制度及忠誠積分計劃）將繼續有助我們贏得及留住忠誠的客戶，從而達致穩定的收入增長及提升盈利能力。我們亦預期會繼續不時為用戶提供折扣及促銷，而我們預期，該等舉措，特別是隨著我們繼續擴大規模及在定價方面獲得更大的靈活性，將不會對我們的毛利率造成負面影響。

業 務

定價

我們的綜合醫療服務的線上諮詢費乃通過健客醫院應用程序由醫生酌情設定，每次諮詢不超過人民幣1,000元的上限，每次諮詢一般介乎人民幣10元至人民幣50元。在釐定上限時，我們一般考慮如可比較互聯網醫院的普遍收費水平、健客平台涵蓋的病症的開支水平，以及應向我們的註冊醫生支付的報酬水平等因素。醫生可根據多項因素釐定其本身的諮詢費，包括其專業知識水平、經驗及信譽。部分醫生亦可選擇免收諮詢費，借此吸引更多患者和建立信譽。醫生亦可為尋求重複諮詢的患者設置個人化的諮詢價格。

我們通過考慮採購量、產品的購買價、國家藥監局指導價格及我們買賣產品及向客戶提供線上零售藥店服務的運營及物流成本釐定在我們健客平台提供藥品及其他醫療保健產品的價格。我們提供有競爭力的價格來吸引和留住用戶。我們利用我們與製藥商的合作關係，通常可就與其他醫療保健產品銷售渠道的零售商獲提供價格相當或更低的價格進行談判。我們還為客戶提供優惠券和折扣，以鼓勵重複購買。

就我們的定制化內容及營銷解決方案而言，我們主要考慮員工成本、提供解決方案的技術支援開支及完成有關解決方案所需時間，按個別情況釐定所提供服務的價格。我們的價格亦根據目標受眾的覆蓋範圍及營銷解決方案所選擇平台的影響力水平而有所不同。

用戶在健客醫生應用程序、健客網上藥店應用程序、微信小程序或健客網下單時可在網上支付款項，該等應用程序可以將註冊用戶引導到第三方支付平台，包括微信支付和支付寶。並無使用網上支付渠道的一小部分用戶可選擇送貨時付款，一般以現金收款。與一般行業做法一致，我們委聘交付包裹的第三方物流公司獲授權代我們收取線下付款。

業 務

客戶服務

提供優質的客戶服務是我們的首要任務之一。客戶可以通過致電、與我們的客戶服務代表進行即時通訊對話或留言給我們的客戶服務代表，對我們的產品和服務提出查詢和投訴。

我們一般允許用戶在訂單形成並進行包裝交付前通過我們的線上系統或客服中心修改或取消訂單。我們一般允許客戶於收到受影響產品之日起七日內退回或更換有質量缺陷的產品。用戶應提交退貨或換貨申請。倘申請獲接納，我們將按照符合《中華人民共和國消費者權益保護法》及製造商的產品退回或維修認可標準的規定，退回、更換或維修產品。倘部分產品因物流原因而丟失、破損或出現性能故障或延遲交付，我們已實施一項政策，允許在用戶於產品交付後七日內提交申請時退回產品。視乎產品交付的地點，我們的產品通常於用戶下單後三至十天內交付。於往績記錄期，我們並無錄得任何重大或大量產品退貨。於2021年、2022年及2023年，我們的產品退貨率（即綜合醫療服務及線上零售藥店服務交付後退貨的百分比）分別為0.2%、0.3%及0.3%。

具體而言，我們已採納一套內部藥物質量管理程序，以處理用戶的投訴或退貨要求。我們將用戶投訴分為數個類別，包括：(i)緊急投訴－倘藥物對用戶的健康及安全造成不利影響；(ii)重要投訴－倘藥物出現質量問題，但造成用戶受到嚴重損害的可能性不大；及(iii)有關標準的投訴－藥物符合業界標準，及並無出現質量問題。我們的質量控制部及運營部負責回應相關投訴。此兩個部門須保存記錄，並於指定時間內處理投訴。對於出現質量問題的藥品，我們將向相關供應商或醫藥公司報告有關事件。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，(i)我們並無因產品質量或藥物安全而遭受中國政府機關任何重大行政或其他處罰，(ii)我們並無經歷任何與重大產品責任風險有關的事件，及(iii)我們並無接獲消費者有關產品質量的任何重大投訴或任何重大產品退貨。

業 務

我們的客戶

我們擁有廣泛的客戶基礎。就綜合醫療服務及線上零售藥店服務而言，我們的客戶主要包括個人用戶，且我們偶爾向線下藥房出售少量藥品。就我們的定制化內容及營銷解決方案而言，我們的客戶主要為醫藥公司。一般而言，我們不會與客戶訂立長期協議。

我們通常與綜合醫療服務的個人用戶訂立標準化框架服務及隱私協議。該等協議的主要條款包括以下各項：

- *服務範圍*。我們在健客平台提供由註冊醫生提供的醫療諮詢及電子處方服務。由註冊醫生提供的醫療諮詢將會以患者對其醫療狀況的主觀描述作為基礎，根據該等諮詢提出的建議為相關註冊醫生的意見。我們並不就註冊醫生通過健客平台提供的諮詢的任何治療結果作出保證。
- *銷售產品*。我們按健客平台公佈的價格銷售產品，並保留調整價格的權利而無需通知。
- *有關醫療狀況及所用處方的聲明*。我們一般要求用戶聲明及保證，彼等向我們的註冊醫生及醫療專業人員作出有關其醫療狀況的描述，以及用於向我們健客平台購買處方藥的處方，均屬真實和真確。
- *退貨或換貨政策*。客戶一般可於協定情況下（如錯誤交付或發現質量缺陷）於客戶收到受影響產品當日起計七日內退貨或換貨。

業 務

- *期限及終止*。我們的標準協議通常具有不確定年期，及可於特定情況下終止。
- *標準條款及條件*。我們的標準條款及條件構成協議的一部分，當中涵蓋保密及爭議解決等事宜。

我們亦與線上零售藥店服務的客戶訂立標準化框架服務及隱私協議。該等協議的主要條款包括以下各項：

- *產品銷售*。我們按健客平台公佈的價格銷售產品，並保留調整價格的權利而無需通知。
- *有關醫療狀況及所用處方的聲明*。我們一般要求用戶聲明及保證，彼等向醫療專業人員作出有關其醫療狀況的描述，以及用於向我們健客平台購買處方藥的處方，均屬真實和真確。
- *退貨或換貨政策*。客戶一般可於協定情況下（如錯誤交付或發現質量缺陷）於客戶收到受影響產品當日起計七日內退貨或換貨。
- *期限及終止*。我們的標準協議通常具有不確定年期，且不允許任何一方無故終止。
- *標準條款及條件*。我們的標準條款及條件構成協議的一部分，當中涵蓋保密及爭議解決等事宜。

我們與醫藥公司就定制化內容及營銷解決方案訂立的協議的主要條款包括以下各項：

- *提供服務*。我們的服務範圍乃按個別情況定制。
- *付款及結算條款*。服務費乃根據所提供服務範圍及所涉及成本釐定。我們一般延長自發票日期起計最多60日的信貸期。
- *期限及終止*。我們一般不會訂立長期協議。服務協議一般以項目為基礎或用於提供單次服務。協議一般可於協定情況下或經雙方同意後終止。

業 務

於往績記錄期各年，來自我們五大客戶的收入分別為人民幣13.7百萬元、人民幣23.1百萬元及人民幣53.3百萬元，佔各自年度總收入的0.8%、1.1%及2.2%。於往績記錄期，我們的五大客戶均為獨立第三方。

我們的供應商

我們主要向跨國及國內醫藥公司的授權分銷商採購藥品，包括處方藥、非處方藥、醫療器械及配件。我們與該等藥品及其他保健品供應商訂立的採購協議的主要條款包括：

- **產品採購。**我們的供應商向我們提供協定質量及標準的產品。所供應貨物的價格按個別訂單釐定，視乎所採購產品的類型及數量而定。我們的供應商通常負責將貨物運送至我們指定的倉庫。
- **付款及結算。**供應商延長的信貸期一般由發票日期起計介乎35至75日。
- **回扣政策。**倘我們與若干供應商達成若干採購量，我們有資格獲得該等供應商的回扣。不同產品的回扣金額各有不同，通常每月、每季、每半年或每年以扣減發票金額的方式支付，視乎情況而定。
- **退貨或換貨政策。**我們一般獲准在協定情況下（如交貨短缺或發現質量缺陷）於收到受影響產品當日起計八天內退回或更換產品，我們須於收到產品後24小時內檢查有關產品。
- **期限及終止。**我們一般訂立為期約一年的採購協議，經雙方協定後可予終止。

我們委聘第三方物流及快遞公司交付在我們的健客平台下達的藥品及其他產品訂單。我們與該等公司所訂立服務協議的主要條款包括以下各項：

- **配送服務。**第三方物流及快遞公司負責收集我們準備的包裹，運送至指定地點，並向我們退回不可運輸的包裹。
- **付款及結算條款。**結算條款一般包括30至90天的信貸期。我們每月結算配送服務費。

業 務

- **期限及終止。**我們一般訂立為期一年的服務協議，可自動續期一年或在雙方同意下續期。該等協議通常可在雙方同意的情況下或由服務供應商在協定情況下(包括我們在無正常理由下長期不付款)終止。

於往績記錄期各年，來自我們五大供應商的採購額分別為人民幣1,203.9百萬元、人民幣1,309.2百萬元及人民幣1,273.0百萬元，佔各自年度總採購額的60.9%、57.2%及51.5%，而單來自我們最大供應商的採購額佔各自年度總採購額的20.5%、14.8%及15.7%。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們向供應商採購藥品，倘我們未能妥善維持及管理該等關係，我們的收入及經營業績將受到不利影響」。

我們於往績記錄期的五大供應商均為獨立第三方，且概無董事、彼等的聯繫人或據董事所知截至最後實際可行日期擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東於往績記錄期在我們的任何五大供應商中擁有任何權益。

我們相信，我們擁有充足的藥品及保健品替代供應商，可為我們提供質量及價格相若的替代品。於往績記錄期，我們的業務並無因我們向供應商採購的產品出現任何重大短缺或供應延誤而中斷。於往績記錄期，我們採購的藥品價格並無出現任何重大波動。我們相信，倘我們藥品採購成本大幅增加，我們將能夠通過提高售價將有關增幅轉嫁予客戶。

業 務

下表列出了我們在往績記錄期內的五大供應商的詳情。

截至2021年12月31日止年度

排名	供應商	採購的 產品／服務	業務關係 開始的年份	通常信貸期限及 支付方式	購買金額	佔總 採購額 百分比
					(人民幣千元)	%
1	公司A ⁽¹⁾	藥物	2017年	60天；電匯	405,603	20.5
2	公司B ⁽²⁾	藥物	2016年	30天；電匯	310,365	15.7
3	公司C ⁽³⁾	藥物	2020年	60天；電匯	229,880	11.6
4	公司D ⁽⁴⁾	藥物	2016年	60天；電匯	197,317	10.0
5	公司E ⁽⁵⁾	藥物	2016年	60天；電匯	60,701	3.1
總計					<u>1,203,866</u>	<u>60.9</u>

截至2022年12月31日止年度

排名	供應商	採購的 產品／服務	業務關係 開始的年份	通常信貸期限及 支付方式	購買金額	佔總 採購額 百分比
					(人民幣千元)	%
1	公司D ⁽⁴⁾	藥物	2016年	60天；電匯	338,988	14.8
2	公司B ⁽²⁾	藥物	2016年	60天；電匯	306,956	13.4
3	公司A ⁽¹⁾	藥物	2017年	45天；電匯	300,878	13.2
4	公司C ⁽³⁾	藥物	2020年	75天；電匯	281,744	12.3
5	公司F ⁽⁶⁾	藥物	2020年	45天；電匯	80,644	3.5
總計					<u>1,309,210</u>	<u>57.2</u>

業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	供應商	採購的 產品／服務	業務關係 開始的年份	通常信貸期限及 支付方式	購買金額	佔總 採購額 百分比
					(人民幣千元)	%
1	公司D ⁽⁴⁾	藥物	2016年	60天；電匯、 銀行匯票	389,114	15.7
2	公司B ⁽²⁾	藥物	2016年	60天；電匯、 銀行匯票	281,555	11.4
3	公司C ⁽³⁾	藥物	2020年	75天；電匯	263,340	10.7
4	公司A ⁽¹⁾	藥物	2017年	60天；電匯、 銀行匯票	232,483	9.4
5	公司F ⁽⁶⁾	藥物	2020年	45天；電匯、 銀行匯票	106,545	4.3
總計					<u>1,273,037</u>	<u>51.5</u>

附註：

- (1) 公司A為於中國成立的有限公司，於香港聯交所上市，並為中國國有企業，註冊資本為人民幣3,120.7百萬元，於中國從事藥品分銷業務。
- (2) 公司B為於香港註冊成立的有限公司，於香港聯交所上市，並為一間中國國有企業的控股股東，註冊資本為人民幣18,507.0百萬元，於中國從事藥品分銷業務。
- (3) 公司C為於中國成立的非上市有限公司，並為中國國有企業，註冊資本為人民幣61.0百萬元，於中國從事藥品分銷業務。
- (4) 公司D為於中國成立的非上市有限公司，並為中國國有企業，註冊資本為人民幣2,449.3百萬元，於中國從事藥品分銷業務。
- (5) 公司E為於中國成立的有限公司，於上海證券交易所上市，並為非國有企業，註冊資本為人民幣3,908.9百萬元，於中國從事藥品分銷業務。
- (6) 公司F為於中國成立的非上市有限公司，並為非國有企業，註冊資本為人民幣10.3百萬元，於中國從事藥品分銷業務。

業 務

客戶及供應商重疊

於往績記錄期，若干名客戶亦為我們的供應商。我們向此等公司出售若干種類的藥品，作為我們存貨管理策略的一部分，並自此等公司採購若干其他種類的藥品、醫療器械、保健及營養補充品，以及其他保健產品。售予此等公司的產品與自此等公司採購者不同。

截至2023年12月31日止年度，就董事所深知及確信，五大客戶中的兩名亦為我們的供應商。於2023年，我們向該兩名客戶的銷售總額人民幣30.6百萬元，佔同年總收入少於2.0%。於2023年，我們自該兩間公司的採購額為人民幣7.8百萬元，佔同年總採購額少於1.0%。

截至2022年12月31日止年度，據董事所深知及確信，五大客戶中的兩名亦為我們的供應商。於2022年，我們向該兩名客戶的銷售總額為人民幣9.5百萬元，佔同年總收入少於0.5%。於2022年，我們自該兩家公司的採購額為人民幣15.9百萬元，佔同年總採購額不足1.0%。

我們2021年的五大客戶均無在同一年度亦同時為我們的供應商。

董事確認，於往績記錄期，我們向此等公司作出的所有銷售及採購均於日常業務過程中按一般商業條款進行，且我們向該等重疊實體作出的銷售及採購均不相同或背對背銷售。

除上文所披露者外，於往績記錄期並無主要供應商為我們於同期的主要客戶，反之亦然。

競爭

我們相信，我們已在中國線上慢病管理平台醫療市場取得強大的競爭地位。我們與其他線上藥品零售公司及其他線上醫療服務供應商（尤其是其他線上慢病管理平台）競爭。

我們相信，我們行業的主要競爭因素包括：

- 醫生資源；
- 與醫藥公司關係；
- 技術能力；

業 務

- 數據及醫療案例資料的積累；
- 確保數據隱私的基礎設施；
- 聲譽及客戶保留度；及
- 遵守適用法律及法規。

我們相信，基於上述因素，我們已準備就緒可進行有效競爭。然而，我們目前或未來的部分競爭對手可能較我們擁有更高的品牌知名度、更好的供應商關係、更龐大的客戶基礎或更雄厚的財務、技術或營銷資源。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－倘我們無法有效競爭，我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響」及「行業概覽－中國線上慢病管理平台市場－中國線上慢病管理市場的競爭格局」。

季節性

我們的業務及行業受與中國醫療服務及藥品消費相關消費活動及模式有關的季節性影響。例如，於第一季度（適逢農曆新年假期），中國的線上及線下醫院及藥房的就診人次及其他活動通常較低，因此，我們通常預期於該段期間我們服務及產品的需求會下降。然而，鑒於我們於往績記錄期的大幅增長，季節性對我們經營業績的影響並不特別明顯，而季節性因素對我們的整體業務及財務表現的影響甚微。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的經營業績可能受季節性波動影響。」

業 務

獎項及認可

於往績記錄期，我們因服務及產品質量而獲得獎項及認可。代表性獎項及認可載列如下。

年份	獎項及認可	頒發機構／論壇
2023年	2023廣東省專精特新中小企業	廣東省工業和信息化廳
2023年	廣州市優秀軟件企業	廣州市軟件行業協會
2023年	網絡公益創新項目	廣州市委網信辦
2023年	科技創新影響力品牌	中國管理科學研究院商學院／ 發現雜誌社／第二十一屆 中國科學家論壇
2022年	2022大健康質造引領獎	第三屆國際品質節／2022全球 消費領導力峰會
2022年	健康消費服務機構榜單－影 響力類別	2022年中國國際消費品博覽 會－全球醫療消費論壇
2022年	2022數字轉化型推動力獎	第十一屆中國財經峰會
2021年	2021金革獎－互聯網醫療創 新獎	健康醫療產業保險峰會

業 務

知識產權

我們依賴專利、版權、商標及商業機密法律及披露限制共同保護我們的知識產權。截至最後實際可行日期，我們在中國共註冊234個商標、22項專利、56項軟件版權及21個域名。有關詳情請參閱本文件「附錄四 – B.有關我們業務的其他資料 – 2. 知識產權」。

知識產權對我們業務的成功至關重要。我們擁有全面的知識產權保護政策及相關內部控制系統，以確保我們能夠就與我們業務相關的商業上重要的技術、發明及專有技術獲得及持有專利及其他知識產權以及專有保護、捍衛及執行我們的專利、保護我們商業機密的機密性並在不侵犯、盜用或以其他方式侵犯第三方有效及可執行的知識產權的情況下運營。

我們嚴格按照相關法律法規保護我們的知識產權，包括商標、專利、版權和域名。我們根據業務的發展，定期改進和更新我們的知識產權管理體系。我們力求按適當的類別和適當的司法權區維護對我們業務而言屬重要的知識產權的註冊。另一方面，對於無法獲得和處理難以執行專利的專有技術，我們希望依靠商業保密協議來維護我們在這方面的利益。我們與我們的員工簽訂了保密協議，或有保密條款的僱傭協議，要求他們嚴格遵守我們的保密要求。

董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何重大爭議或未決法律訴訟，亦無接獲任何知識產權侵權申索的通知。

業 務

僱員

下表載列截至2023年12月31日按職能劃分的全職僱員人數。

	僱員人數	佔總人數 百分比
一般及行政人員	125	24.3%
研發人員	112	21.7%
運營人員	114	22.1%
銷售及營銷人員	109	21.2%
內部醫療專業人員	55	10.7%
總計	515	100.0%

根據中國法律法規的規定，我們通過中國政府規定的福利供款計劃參與由省市政府組織的各種僱員社會保障計劃，其中包括養老金、醫療保險、失業保險、生育保險、工傷保險及住房公積金計劃。根據中國法律，我們須按員工薪金、獎金及若干津貼的特定百分比向僱員福利計劃供款，最高金額由地方政府不時規定。

於往績記錄期，我們並無根據適用中國法律及法規按若干僱員的實際工資為該等僱員悉數支付社會保險及住房公積金供款。此乃主要由於對相關中國法律及法規的無心之失，其實施因城市而異。據我們的中國法律顧問告知，倘中國政府認為我們對僱員社會保險或住房公積金的供款不符合相關中國法律及法規的規定，我們可能會被責令支付未繳足金額，並可能須就每延遲一天支付最多為我們未繳足社會保險供款0.05%的滯納金，並可能被處以欠繳社會保險供款數額一倍以上三倍以下的罰款。我們的中國法律顧問亦告知我們，倘我們未能悉數支付住房公積金，住房公積金管理中心可能責令我們於規定時限內支付款項。倘我們於上述時限屆滿後未能如此行事，人民法院將進一步申請強制執行。儘管存在上述未繳足金額，惟人力資源和社會保障部於2018年9月21日發佈《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》，該通知推動公司降低社會保險供款金額，避免企業負擔過重，並禁止地方機關自行組織集中清繳企業所有過往欠款。

業 務

截至最後實際可行日期，我們並不知悉任何針對我們提出的僱員投訴，亦無涉及與我們的僱員有關社會保險或住房公積金供款的任何重大勞資糾紛。截至最後實際可行日期，相關機關並無就我們對僱員社會保險或住房公積金供款不足而對我們提起任何行政訴訟、罰款或處罰，我們亦無接獲任何補足未繳足款項的命令。倘我們收到相關政府部門的通知，我們將會在規定時限內支付任何未繳足供款及相關滯納金。我們的中國法律顧問認為，我們被罰款的風險較低，惟我們將於規定期限內支付款項。截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的社會保險及住房公積金供款累計撥備（或供款不足）分別為人民幣19.1百萬元、人民幣37.4百萬元及人民幣36.8百萬元。於2023年6月底前，我們已就社會保險及住房公積金供款非合規性作出整改。自2023年7月起，我們一直按照適用的中國法律法規繳納所有社會保險及住房公積金。

鑒於上文所述，董事認為，我們就該等未繳足社會保險及住房公積金供款的潛在責任的最高金額對我們的業務、財務狀況及經營業績並無重大不利影響。

我們致力於建立具競爭力及公平的薪酬。為有效激勵我們的僱員，我們通過市場研究不斷完善我們的薪酬及激勵政策。我們每年對僱員進行績效評估，以就彼等的表現提供反饋。員工薪酬一般包括基本薪金及績效獎金。

我們通常與高級管理層及主要人員訂立標準僱傭協議及保密協議。該等合約包括一項標準不競爭契約，禁止僱員於受僱期間及終止受僱後最長兩年內直接或間接與我們競爭。我們與僱員維持良好的工作關係，且我們並無經歷任何重大勞資糾紛。

於往績記錄期，我們亦委聘外包代理為我們的日常運營安排若干支援人員，如倉庫管理人員及客戶服務人員。我們通常與該等代理訂立為期兩年的勞務外包協議，經雙方同意後可續期。我們要求外包代理為與其有勞動關係的員工繳納社會保險及住房公積金。我們在挑選供應商的初始階段會考慮該要求。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無發現任何外包代理並無履行其責任或有嚴重拖欠情況；概無因外包代理違反相關法律及法規或違反所訂立的協議的事件而取消或終止與外包代理的合作。

業 務

環境、社會及管治(環境、社會及管治)

我們致力促進企業社會責任及可持續發展，並將其融入我們業務運營的所有重大方面。我們視企業社會責任為我們核心理念的一部分，其對我們為股東創造可持續價值的能力至關重要。因此，董事會正根據上市規則通過一項有關環境、社會及管治責任的全面政策(「**環境、社會及管治政策**」)，該政策將載列我們的企業社會責任目標，包括(i)就環境、社會及管治事宜進行適當的風險管治；(ii)確定主要利益相關方及與彼等接觸的溝通渠道；(iii)我們的環境、社會及管治的管治架構；(iv)我們的環境、社會及管治戰略制定程序；(v)我們的環境、社會及管治風險管理及監察；以及(vi)確定主要表現指標和緩解措施。

環境、社會及管治事宜的管治

我們積極識別及監察環境及社會風險對我們短期、中期及長期業務、策略及財務表現的實際及潛在影響，並尋求將有關問題納入我們的業務、策略及財務規劃。[編纂]後，我們將成立環境、社會及管治委員會，該委員會將由我們的管理層領導及監督，並負責制定、採納及檢討我們的環境、社會及管治政策。我們的環境、社會及管治委員會的主要職責及責任包括：

- 隨時了解不同國家與環境、社會及管治相關的最新法律法規，包括上市規則的適用條款，隨時向我們的管理層通報該等法律法規的任何變化，並根據最新的監管更新資料更新我們的環境、社會及管治政策；
- 根據我們的業務運營確定我們的主要利益相關者，並了解這些利益相關者對環境、社會及管治事務的影響和依賴性；
- 根據適用法律、法規和政策，定期評估與環境、社會及管治相關的風險，特別是與氣候變化相關的風險，以確保我們履行與環境、社會及管治相關的責任；
- 確保並持續監控環境、社會及管治政策的實施；
- 定期審查我們的環境、社會及管治政策的有效性；及
- 每年向管理層匯報環境、社會及管治政策的實施情況，並編製環境、社會及管治報告。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無因違反健康、安全或環保法規而遭到任何重大罰款或其他處罰。

業 務

環境、社會及管治風險的評估及緩解

我們已識別以下我們認為屬重大且可能對我們的業務、戰略或財務表現產生影響的環境、社會及管治風險。

- **健康、安全及產品質量風險。**於提供全面醫療服務及線上零售藥店服務的過程中，我們面臨提供線上醫療服務及銷售藥品及保健品的固有風險，我們可能面臨銷售不安全、無效或有缺陷產品的指控。我們亦可能被指控不當發出處方、銷售假冒及不達標藥品或其他保健產品或提供不足警告或不充分或誤導性副作用的披露等行為。詳情請參閱「風險因素－我們或須承擔產品責任或醫療責任索賠，或因我們平台上的假冒、不達標或未經授權的產品而面臨索賠或行政處分，這可能會導致我們產生巨額費用並承擔重大損失」。為降低該等風險，我們已成立質量控制團隊，專門監控該等風險點，採取與執業證書及背景檢查相關的嚴格措施，監控醫生在我們平台上的行為，驗證處方，並確保我們線上零售藥店服務平台上產品的真實性。詳情請參閱「－我們的質量控制系統」。
- **處方管理及銷售處方藥。**我們實施嚴格的程序管理電子處方服務及處方藥的銷售，該等服務作為我們的綜合醫療服務及線上零售藥店服務的一部分。例如，註冊醫生及內部醫療專業人員負責發出新處方或重新配藥。我們亦設有人工智能輔助處方驗證系統，協助註冊醫生及內部醫療專業人員識別處方潛在的相關風險。當患者在我們的平台上下單購買處方藥時，我們在平台上註冊的內部醫療專業人員或醫生通常會致電患者確認處方藥的適用性，並告知患者處方藥的潛在副作用。彼等亦可能於藥品購買後一段時間內跟進了解患者，以收集有關療效、副作用、患者發生的過敏反應及其他情況。有關詳情，請參閱「－我們的質量控制系統－處方管理及銷售處方藥」。
- **節能。**我們認識到我們經營場所的設施及設備消耗大量能源。因此，我們積極探索降低能源消耗的策略。例如，我們在日常運營中積極推廣節能降耗。我們鼓勵在我們的辦公場所購買及使用節能電子設備，包括所用照明及其他電器的選擇。我們的僱員須確保及時關閉辦公場所非使用中的空調及其他耗電設備。

業 務

- **產品包裝。**我們的銷售訂單中有不少是經騎手運送，故此我們所出售的產品須妥善包裝，以免在運送期間受損。因此，我們須消耗大量包裝物料，該等物料有可能是訂製及會引起一定程度的環境、社會及氣候關風險。為減少該等風險，我們主要使用紙袋作為包裝物料，期望能減少對包裝物料的消耗。此外，我們強烈鼓勵我們的僱員實踐有效的包裝，並妥善處置可循環再用的材料，以防止浪費資源。
- **內容篩查。**就定制化內容及營銷服務而言，我們已建立內容管治框架，以嚴格審查我們平台上發佈的內容。我們實施內部控制措施，以篩選我們平台上發佈的信息及內容，確保其準確、可靠及遵守相關法律及法規。由我們的員工或醫療專業人員為提高對一般醫學知識的認識而創作或製作的教育內容（通常包括文字、圖像及圖片、視頻及直播環節）經由我們的醫學編輯經理審閱及審查，以核實其質量及準確性。倘有關內容涉及潛在法律或合規風險或其他敏感問題，我們的法律部門人員及指定內容製作人員將進行額外審查，以評估其可靠性及審慎管理我們的風險敞口。與醫藥公司合作發佈的推廣內容（通常包括文章、視頻及直播環節）在上傳及展示於我們的平台前會由我們的醫學編輯經理審閱及審查，以核實其質量及準確性。有關詳情，請參閱「我們的質量控制系統－產品質量控制－平台內容篩查」。
- **道德營銷。**我們、我們的註冊醫生與客戶之間的互動受法律法規、行業標準及我們的內部政策及程序規管。我們要求註冊醫生在我們平台上提供服務的過程中遵守專業標準，包括向患者推薦最合適的治療，且我們不會就向患者推廣特定品牌的藥物向註冊醫生提供獎勵。根據適用法律法規，我們的政策要求僱員誠實及準確地展示及營銷建科平台上提供的產品及服務，且該等銷售及營銷傳播必須與產品標籤一致。因此，我們嚴格禁止在我們的平台上發布違反適用法律法規的與產品相關的促銷或廣告內容。我們相信，準確、平衡資訊的呈現將有助於病患教育和知識傳播，增強可信度並在信任的基礎上與客戶建立牢固的關係。

業 務

我們並無運作任何生產設施。因此，我們毋須面臨重大的健康、安全或環境風險。我們並不預期會在健康、安全及環境方面產生任何重大的負債或開支。我們亦預期實際潛在風險（例如因極端天氣狀況引致的中斷，以及與氣候相關法規及政策改變有關的過渡）對我們的短期、中期及長期業務經營不會有重大影響。

評估及管理風險的指標及目標

為配合我們的可持續發展願景，我們已設立一套關鍵績效指標，以評估及監督我們的環境表現。我們的能源消耗主要來自辦公室、線下藥房及醫院的電力消耗。我們的電力消耗亦是我們間接溫室氣體排放的主要來源。我們亦在日常經營中使用水及包裝物料。下表載列我們於往績記錄期的環境表現的定量分析。

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
電力消耗(千瓦時，以千計)	1,322	1,457	1,678
用水量(噸)	7,262	10,393	11,797
耗用包裝物料(人民幣千元)	6,830	8,382	8,443
耗用包裝物料佔收入百分比(%)	0.4	0.4	0.3

儘管我們相信我們的業務運營不會直接產生直接影響環境的污染物，但我們已實施內部政策以減少我們的碳足跡，例如通過以下方式減少能源消耗：(i)安裝節能照明並確保在無人使用時手動或通過自動傳感器關燈；(ii)鼓勵員工在可能的情況下實行無紙化，需要打印時則使用雙面打印、在一頁紙上打印多頁或縮小字體及減少頁數，如此有意識地節省用紙；(iii)關閉若干IT設備或自動關閉若干系統及設備的電源；及(iv)安裝空調控制裝置，措施包括最低溫度要求、定期維護空氣冷卻技術及最佳時間控制。由現時到2028年，我們的目標是實現每單位收入的電力消耗及用水量減少20%以及每單位收入的包裝物料耗用量減少10%。

業 務

企業社會責任

我們支持及參與符合我們核心價值及使命的社會責任項目，進一步促進慢性疾病管理行業的整體發展。我們提供醫生及患者教育，提高治療的可及性，並促進慢性疾病的有效管理。在我們的工作場所，我們採納職業健康及安全政策並組織相關培訓，以確保僱員的健康、安全及福利。我們亦組織聯誼活動及向僱員派發假期福利，以促進團隊凝聚力。我們積極參與慈善工作，包括根據社區工人及學校的需求向彼等捐款。在COVID-19疫情期間，我們向學校、醫院及前線醫護人員捐贈防護口罩，以支持及減輕疫情對社區的影響。

物業

我們的公司總部位於廣東省廣州市。截至最後實際可行日期，我們概無擁有任何物業，且我們在中國租賃54項物業。我們在中國的租賃物業主要用於辦公、商業及倉庫用途。

截至最後實際可行日期，在我們的54項租賃物業中，10項物業存在產權缺陷，可能對我們日後繼續租賃該等物業的能力造成不利影響。產權缺陷主要由於出租人未能提供有關其租賃該等物業的合法權利的不動產權證書，或出租人未能提供證明物業擁有人同意租賃該等物業的證書。倘因該等物業的產權負擔或政府行動而產生爭議，我們可能難以繼續租賃該等物業及可能須搬遷。有關我們租賃物業的風險，請參閱「風險因素－與法規有關的風險－未能遵守有關我們若干租賃物業的中國物業相關法律及法規可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。」

董事認為，我們個別或共同使用該等租賃物業將不會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。即使我們被要求遷出該等物業，我們認為我們將能夠輕易找到同類物業進行搬遷，而我們因搬遷而可能產生的成本及開支並不重大。截至最後實際可行日期，我們並不知悉任何所有權爭議或糾紛或第三方申索，亦未受到任何行政處罰。

業 務

此外，截至最後實際可行日期，我們尚未向有關中國政府當局登記14項租賃物業的租賃協議。我們的中國法律顧問已告知我們，根據適用的中國法律法規，我們作為承租人，可能被有關中國當局要求在規定期限內登記相關租賃協議。倘辦不到，我們可能會就每份未登記的租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款，而我們於往績記錄期就未登記租賃的最高罰款為人民幣140,000元。然而，截至最後實際可行日期，我們未因該等未登記租賃協議而遭有關中國當局處以罰款，且我們的中國法律顧問已告知我們，該等租賃協議未作登記不會影響其有效性。鑒於潛在的罰款金額佔我們在往績記錄期總收入的極小部分，我們認為，上述租賃物業的缺陷不會對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

截至2023年12月31日，我們租賃的物業的賬面值概無佔我們合併總資產的15%或以上。根據上市規則第5章及《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司（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)段所述將土地或樓宇的所有權益載入估值報告的規定。

保險

我們認為，我們的投保範圍充足，因為我們已根據中國法律及法規的規定及我們經營所在行業的商業慣例投購所有強制性保單。

我們主要投購醫療責任保險、機動車輛保險及有關倉庫（包括存貨及設備）的財產保險。有關保險涵蓋因自然災害及若干意外（如惡意破壞、盜竊及水箱水管爆炸）造成的財產損失及損害風險。我們亦為僱員提供社會保險，包括養老保險、失業保險、工傷保險、生育保險及醫療保險。

我們並無為我們的網絡基礎設施或信息技術系統投購任何業務中斷保險、產品責任保險、要員人壽保險或保單。我們亦無就與合約安排有關的風險投保。有關我們投保範圍的風險，見「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們投購的保險有限，可能令我們產生巨額成本及業務中斷」。

業 務

法律訴訟及合規

法律訴訟

我們在日常業務過程中不時且日後可能會涉及各種申索及訴訟。有關訴訟及其他法律程序產生的潛在風險的更多詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們、我們的董事、管理層及僱員或會不時成為訴訟、監管調查、其他法律或行政糾紛及程序的一方，以上各項可能會對我們的聲譽及業務前景造成不利影響。」

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，除下文所披露者外，我們並無察覺有任何針對我們或我們任何董事的重大待決或威脅的法律、仲裁或行政程序，而董事認為其可能會對我們整體業務、運營或財務狀況造成重大不利影響。

合規

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無面臨任何中國監管機構就我們綜合醫療服務及線上零售藥店服務所展開的審查、研訊或調查。據我們的中國法律顧問所告知，根據《互聯網醫院管理辦法（試行）》、《處方管理辦法》及其他相關中國法律法規，(i)互聯網醫院的醫生僅可為病人提供常見病及慢病的跟進諮詢服務；(ii)處方服務須由獲得註冊執業地的適當處方授權的醫生提供，及處方應按執業守則及藥品指示的要求開出；(iii)處方藥的調配和購買應根據持牌執業醫生或持牌執業助理醫生出具的處方進行。鑒於(i)我們的網上諮詢服務針對常見病及慢病的管理；(ii)我們核實醫師資格證書、醫師執業證書及醫師職稱證書，以查證我們的註冊執業醫生獲准通過我們的健客平台提供諮詢及開出電子處方；(iii)我們記錄每名患者的醫療諮詢記錄及處方記錄；(iv)我們已制訂政策以確保我們的內部醫療專業人員審查處方並在核實處方的真實性後批准銷售處方藥；及(v)我們聘用富經驗的合資格法律人員，並成立法律部負責就法例變更獲得最新資料，以及安排定期培訓以確保我們遵守相關法律法規，我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的綜合醫療服務及線上零售藥店服務已在所有重大方面遵守《互聯網醫院管理辦法（試行）》、《處方管理辦

業 務

法》及其他相關中國法律法規。此外，據我們所深知，於往績記錄期，我們的註冊醫生及內部醫療專業人員概無被發現註冊不足或在許可範圍之外執業。根據聯席保薦人與管理層、本公司的中國法律顧問及聯席保薦人的中國法律顧問的討論，以及聯席保薦人就本公司在得到內部控制顧問協助下的內部控制措施的意見，聯席保薦人並無注意到有任何事宜會導致其反對上述本公司及其中國法律顧問的意見。

我們通過健客平台，以上載影片或直播視頻形式，從事普及醫學知識相關的視聽業務。根據《互聯網視聽節目服務管理規定》，視聽節目的提供者須取得信息網絡傳播視聽節目許可證（「AVP證」）。據中國法律顧問告知，廣州市文化廣電旅遊局文化市場綜合執法隊（「執法隊」）是負責其司法權區內文化市場個案執法工作的主管部門。根據於2023年6月向執法隊進行的諮詢，執法隊口頭確認，從事普及醫學知識相關的視聽業務，不屬相關法律及法規下須取得AVP證的範疇。因此，本集團毋須取得AVP證，亦不會因未有取得AVP證而受到處罰。截至最後實際可行日期，我們並無因在未持有AVP許可證的情況下從事視聽業務而受到處罰。基於上文所述，中國法律顧問認為，於最後實際可行日期，我們毋須申請AVP許可證，且我們因未持有AVP證而受到處罰的可能性相對較低。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，除「一僱員」及「一物業」所披露者外，我們已在所有重大方面遵守適用的中國法律法規，且未曾亦並無涉及任何導致罰款、執法行動或其他懲罰，並可能單獨或總體對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的違規事件。

業 務

牌照、許可證及批文

據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已就我們的運營向相關機構正式取得及持有所有重要牌照、許可證及證書，且該等牌照、許可證及證書仍全面有效。我們的中國法律顧問已告知我們，只要我們於往績記錄期已遵守所有適用的中國法律及法規，重續我們運營所需的牌照、許可證及證書並無重大法律障礙。有關詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－倘我們未能取得及保持適用於我們業務的必要牌照、許可證及批文，或未能取得因頒佈新法律及法規或我們的業務擴張而變為必要的額外牌照，我們的業務及經營業績可能受到重大不利影響。」

下表載列我們現時持有的重要牌照、許可證及批文。

序號	實體	牌照、許可證或批文名稱	授出日期 ⁽¹⁾	屆滿日期
1.	方舟雲康	藥品經營許可證	2020年8月26日	2025年8月25日
2.	方舟雲康	增值電信業務經營許可證	2022年10月21日	2025年12月14日
3.	方舟雲康	食品經營許可證	2020年9月21日	2025年9月20日
4.	方舟雲康	互聯網藥品信息服務資格證書	2020年7月1日	2025年6月30日
5.	方舟雲康	第二類醫療器械商業登記	2020年12月14日	2025年12月14日
6.	方舟雲康	增值電信業務經營許可證	2023年11月14日	2028年11月14日
7.	方舟醫藥	藥品經營許可證	2020年1月19日	2025年1月18日
8.	方舟醫藥	增值電信業務經營許可證	2024年4月23日	2025年3月10日
9.	方舟醫藥	食品經營許可證	2020年1月7日	2025年1月6日
10.	方舟醫藥	互聯網藥品信息服務資格證書	2020年3月11日	2025年3月10日
11.	方舟醫藥	醫療器械經營許可證	2020年9月15日	2025年1月18日

業 務

序號	實體	牌照、許可證或批文名稱	授出日期 ⁽¹⁾	屆滿日期
12.	方舟醫藥	第二類醫療器械商業登記	2020年1月3日	不適用
13.	方舟藥業	藥品經營許可證	2019年12月20日	2024年12月19日
14.	方舟藥業	醫療器械經營許可證	2021年1月5日	2026年1月4日
15.	方舟藥業	預包裝食品銷售註冊	2022年8月12日	不適用
16.	方舟互聯網醫院	醫療機構執業許可證	2020年11月2日	2025年11月1日
17.	方舟互聯網醫院	互聯網藥品信息資格證書	2021年4月26日	2026年4月25日
18.	新疆互聯網醫院	醫療機構執業許可證	2020年5月19日	2025年5月18日
19.	新疆互聯網醫院	互聯網藥品信息資格證書	2020年7月20日	2025年7月19日
20.	方舟傳媒	互聯網藥品信息資格證書	2021年5月19日	2026年5月18日
21.	方舟信息	互聯網藥品信息服務資格證書	2019年11月27日	2024年11月26日
22.	景泰醫院	醫療機構執業許可證	2023年9月13日	2028年9月13日
23.	景泰醫院	互聯網藥品信息服務資格證書	2021年4月19日	2026年4月18日
24.	啟石醫院	互聯網藥品信息服務資格證書	2021年5月17日	2026年5月16日
25.	啟石醫院	醫療機構執業許可證	2022年7月12日	2026年5月11日
26.	方舟北京	藥品經營許可證	2022年1月10日	2027年1月9日
27.	方舟北京	食品經營許可證	2022年1月27日	2027年1月26日
28.	雲醫信息	增值電信業務經營許可證	2022年8月2日	2027年8月2日
29.	瑞石醫院	醫療機構執業許可證	2024年1月26日	2029年1月25日

附註：

(1) 授出日期指相關牌照獲授出或續期的最後日期。

業 務

風險管理及內部控制

我們已採納及實施多項政策及程序以確保嚴格的風險管理及內部控制，且我們致力於持續改善該等政策及程序。

我們已採納及目前維持風險管理及內部控制系統，包括我們認為適合我們業務運營的政策及程序。我們致力於持續改善該等系統。我們的風險管理及內部控制政策及程序涵蓋我們業務運營的各個方面，如信息技術、內部審核、人力資源及監管風險管理。我們的董事會負責建立及更新我們的內部控制系統，而我們的高級管理層則監督各附屬公司及職能部門的內部控制程序及措施的日常實施情況。

信息安全風險管理

由於用戶數據及其他相關信息的存儲及保護對我們至關重要，故我們密切關注與信息技術系統有關的風險管理。我們已採取一套安全保護措施，以保護我們積累及存儲的數據，包括但不限於數據傳輸及存儲的加密技術、進行數據分類管理及應用嚴格的用戶數據訪問及使用管理政策。

我們已採用嚴格的加密算法來存儲數據，並嚴格執行數據訪問及傳輸政策，以確保我們電子數據的機密性。我們亦已制定嚴格的內部控制及數據存取機制以及有關數據收集及處理的詳細審批及操作程序。根據該等機制及程序，任何違反信息安全法規的運營將受到內部紀律處分。我們的員工須定期接受數據保護培訓。

我們亦擁有全面的數據備份系統，以加密及存儲不同地點伺服器的數據，從而盡量降低數據丟失的風險。此外，我們已指定人員負責檢查及報告任何可疑數據的生成及傳輸活動，並根據法律法規的變動及技術開發加強我們的數據保護系統。同時，該等人員被指定負責審查、討論及改進我們管理信息安全的技術及我們的內部控制系統，以確保我們的數據庫得到充分保護。

業 務

內部審核風險管理

我們已成立審核委員會，以持續監察本集團風險管理政策的實施情況，確保我們的內部控制系統有效識別、管理及降低業務運營所涉及的風險。審核委員會由三名成員組成，即朱小路先生、王海忠博士及康韋女士，彼等均為獨立非執行董事。有關審核委員會成員的專業資格及經驗，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

我們亦設有內部審核部門，負責檢討內部控制的有效性，並向審核委員會及高級管理層報告所發現的任何問題。我們的內部審核部門成員須向管理層報告，以討論我們面臨的任何內部控制問題及解決有關問題應採取的相應措施。內部審核部門向審核委員會報告，以確保及時向委員會傳達所發現的任何重大問題。審核委員會隨後討論有關問題並向董事會報告（如需要）。

人力資源風險管理

我們根據不同部門僱員的需求提供定期及專門培訓。通過培訓課程，我們確保員工的技能組合及我們政策的知識水平保持最新，使彼等能夠更好地發現及滿足消費者及商家的需求。我們已制定經管理層批准的僱員手冊及行為守則，並將其派發予全體僱員。手冊載有有關職業道德、防止欺詐機制、疏忽及貪污的內部規則及指引。我們為僱員提供定期培訓及資源，以解釋僱員手冊所載的指引。

監管合規及法律風險管理

合規風險是指因未能遵守相關法律、法規、規則及指引而遭受法律及監管制裁以及重大財務及聲譽損失的風險。同時，法律風險指因違反法律法規、違反合約、侵犯他人合法權利或以其他方式與我們所涉及的任何合約或業務活動有關的其他事宜而產生的法律責任風險。

為有效管理我們的合規及法律風險，我們已設計及採納嚴格的內部程序，以確保我們的業務運營符合相關規則及法規。例如，我們的法律部審查及管理我們的業務運營合約，並於我們訂立任何合約或業務安排前進行所需的盡職調查。彼等亦與我們的業務運營團隊聯絡以進行定期監管審查，務求確保我們的業務活動及運營所需的所有相關政府批准、執照及許可證及時妥為獲取、重續及維持。

業 務

反貪污及反賄賂風險管理

我們已實施有關反貪污、反賄賂及反欺詐的嚴格政策及指引，包括禁止接受有利益關係的第三方給予的禮物、招待及其他供應的政策。該等政策明確載於我們的員工手冊，我們的員工必須了解並遵守該等政策。此外，由於我們及我們的僱員在我們的運營中與各種第三方進行交易，我們已實施有關反賄賂、反貪污及利益衝突事宜的內部程序。首先，我們要求各部門定期對關鍵流程及角色中的任何違規行為進行自我檢查，並向內部審核部門報告任何違規行為或潛在風險事件的跡象。其次，本集團鼓勵僱員及外部人士透過電話、電郵、函件及其他方式提供有關任何潛在違規的資料，而我們會為該等資料提供回報。第三，我們的內部審核部門審慎評估風險事件並於必要時進行調查。最後，我們的內部審核部門定期進行內部審核檢查。我們對董事、高級管理層及僱員施加處罰，並要求就因任何有關賄賂及貪污的活動而產生的任何損失作出賠償。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，董事並不知悉任何賄賂、貪污或欺詐事件，例如平台、醫藥公司及醫生串通以鼓勵開具若干藥物及誤導患者的事件。日後，我們會持續檢討風險管理政策及措施的實施情況，以確保其有效性及充足性。

兩票制及國家集中採購

根據中國政府部門頒佈的相關規定，兩票制一般要求藥品生產商只向其分銷商開具一張發票，然後分銷商直接向終端客戶醫院開具第二張發票。只允許一名分銷商在製造商與醫院之間分銷藥品。此制度亦鼓勵製造商直接向醫院銷售藥品。未能執行兩票制的藥品製造商及分銷商可能會被取消參加未來招標活動或為醫院提供分銷的資格，並被列入藥品採購行為黑名單。公立醫療機構承擔核實發票、貨物及記錄是否一致的責任，方可儲存及使用藥品。我們的業務主要集中於互聯網對消費者慢病管理，而向個人、藥店及非公立醫療機構銷售藥品不受「兩票制」的限制。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無直接向公立醫療機構銷售藥品。因此，實施「兩票制」對我們的業務及財務表現並無任何重大影響。

業 務

此外，國務院及相關部門自2019年起出台一系列關於加強醫藥衛生體制改革的政策，其中包括若干集中採購政策。根據《國務院辦公廳關於印發國家組織藥品集中採購和使用試點方案的通知》及《關於國家組織藥品集中採購和使用試點擴大區域範圍的實施意見》，國家計劃組織若干類型試點藥品進行集中採購和使用，以降低藥品價格，減輕患者的藥費負擔，並降低製藥企業的交易成本。於2021年，國務院發佈更新政策《國務院辦公廳關於推動藥品集中帶量採購工作常態化制度化開展的意見》，以給予集中採購制度的更多資料及澄清。計劃包括涵蓋《基本醫療保險藥品目錄》(其列出廣泛使用及採購價格高的藥品)所列藥物的初步採購範圍，目標為逐步擴大至更多被視為需求廣泛的臨床必需藥物。凡屬於集中帶量採購範圍的藥品註冊證持有人，其藥品在質量標準、生產能力、供應穩定性等方面符合集中帶量採購要求的，原則上均可參加採購。此外，所有公立醫療機構須參加藥品集中帶量採購。

我們不直接或間接向公立醫療機構銷售藥品，因此不直接受集中採購政策的影響。然而，因為有關政策使參加藥品集中採購計劃的藥品的一般市價下降，該等藥物的銷量增加，我們間接受影響。雖然有關集中採購政策的間接結果為該等藥品的價格於往績記錄期有不同程度的降低，但有關價格變動並無導致我們同期的毛利率大幅下降，主要因為(i)我們平台只有一部分SKU受集中採購政策影響；及(ii)該等藥品被納入集中採購計劃造成的價格下降的影響大致被該等SKU的採購成本下降及需求變動所抵銷。我們將利用戰略進一步擴大及豐富我們的SKU，以維持及增加我們的收入。此外，我們會繼續監察集中採購政策的發展，並於適當時候與供應商協商相關藥品的價格調整補償，以盡量提高我們的盈利能力。