

---

## 業 務

---

### 我們的使命及願景

我們的使命是傳遞愛的力量，讓健康更簡單。我們旨在通過先進的數字技術賦能醫療健康機構及醫護人員，助力其為個人用戶提供專業、優質、便捷的醫療及健康服務，滿足其多樣化的需求。

我們的願景是構築中國領先的線上線下一體化醫療健康服務入口，成為每個人最貼心的健康守護者。

### 概覽

#### 關於我們

我們是中國領先的數字醫療健康服務平台。我們連接醫療健康機構、醫護人員和個人用戶，構建了線上和線下渠道無縫整合的醫療健康綜合服務平台。我們的平台提供多樣化的醫療健康服務，包括嚴肅醫療及消費醫療服務。根據弗若斯特沙利文的報告，按(i)2022年通過平台掛號的數量計算；(ii)截至2022年12月31日合作醫院數量計算；(iii)截至2022年12月31日合作的三級醫院數量計算；及(iv)截至2022年12月31日接入平台的醫護人員人數計算，我們是2022年中國數字醫療健康綜合服務行業最大的數字醫療健康服務平台。

憑藉豐富的行業經驗，我們建立了一個以技術為驅動的閉環式綜合醫療健康服務生態系統，展示了各種醫療健康服務及產品，連接並整合整個醫療健康價值鏈上的平台參與方。我們為醫療健康機構提供量身定制的解決方案，使其實現數字化運營，提高運營效率及提升品牌知名度。我們建立的線上服務平台支持在線健康服務、患者管理和個人品牌推廣，使醫護人員受益匪淺。個人用戶可通過我們的綜合在線健康服務門戶，方便地獲取在線健康服務以及醫藥健康用品。我們提供的服務及產品涵蓋整個醫療健康領域，從診前到治療後各階段，橫跨嚴肅醫療和消費醫療多元場景，滿足個人用戶的不同需求。除為主要平台參與方提供服務及產品外，我們亦向企業客戶批發醫藥健康用品，並為第三方商戶運營在線平台。

---

## 業 務

---

我們生態系統中的各條業務線均與其他業務線相互協同、相互促進，創建出相輔相成的穩固網絡。我們數字醫療健康解決方案、在線營銷解決方案連同數字醫院解決方案在加強平台醫療資源方面發揮著關鍵作用，進而有助於加強我們的在線健康服務的醫療資源。我們在線健康服務的成功也為醫藥健康用品零售創造了交叉銷售機會，為我們的平台打造了一個服務閉環的醫療健康服務生態系統。同時，我們的批發模式擴大和加強了我們的供應鏈，增強我們與上游供應商議價的能力，有助於實現收入來源的多元化。

我們起源於深圳，這為我們於該地區及其周邊地區取得成功奠定了堅實的基礎。憑藉我們與深圳本地醫療健康機構及專業醫護人員的牢固關係，我們已於深圳數字醫療健康綜合服務行業確立了穩固而強大的領先地位。基於這種成功，我們構建了一個數字醫療健康服務平台，隨時隨地為個人用戶提供全面、優質的在線健康服務，打破了線下醫療健康服務通常存在的時間和空間限制。截至2023年6月30日通過我們的平台，我們的服務範圍已擴展至全國260多個城市。

我們認為，我們平台上提供的醫療資源為我們業務的基石。為進一步豐富平台上的醫療資源，我們與知名的綜合及專科醫療健康機構以及高素質醫護人員合作。此外，我們亦努力擴大本地醫療資源的覆蓋範圍，以強化本地化服務。為加強我們的醫療資源，我們於深圳、北京、上海及廣州等重點地區建立十個區域運營中心。依託於區域化佈局，我們可以無縫地向客戶提供廣泛的服務與產品，使其能夠享受到全面的醫療健康服務體驗。用戶認可度的提升為我們的平台吸引了新的當地醫療資源。

### 我們的業務亮點

截至2023年6月30日，我們的平台已連接超過30,000家醫療健康機構，其中包括超過14,000家醫院（包括3,295家三級醫院）及超過16,000家基層醫療衛生機構。截至同日，合作醫療健康機構中約6,600家私立機構在我們的平台上主要提供消費醫療服務，如牙科、眼科及體檢服務。此外，我們亦與超過720,000名醫護人員建立合作關係。同時，我們的平台擁有龐大的用戶群，截至2023年6月30日，註冊個人用戶為44.9百萬名，截至2023年6月30日止六個月平均月活躍用戶為3.0百萬名。

## 業 務

此外，積累超過5.0百萬條的海量用戶評論亦凸顯我們平台上蓬勃發展的用戶參與和動態互動。該等多方位的聯繫和互動反映我們平台的醫療健康服務生態系統的穩健性。

下圖說明我們於所述期間／截至所述日期的業務規模：



\* 截至2023年6月30日

# 截至2023年6月30日止六個月

^ 截至2022年12月31日止年度

通過業務擴展及變現機制，我們實現了可觀增長。於業績紀錄期，我們通過提供數字醫療健康解決方案及醫藥健康用品銷售獲得收入。我們的收入由2020年的人民幣278.8百萬元增加51.7%至2021年的人民幣422.8百萬元，並繼續增長，於2022年又增長24.3%，達到人民幣525.6百萬元。收入的積極趨勢仍在持續，我們錄得15.9%的增長，由截至2022年6月30日止六個月的人民幣231.8百萬元增至截至2023年6月30日止六個月的人民幣268.7百萬元。於業績紀錄期，由於我們正處於開發服務及產品、擴大醫療資源以及增加平台流量的過程中，我們產生了大量的成本及費用。因此，於2020年、2021年及2022年，我們的經調整淨虧損分別為人民幣19.5百萬元、人民幣38.5百萬元及人民幣70.7百萬元。然而，由於我們不斷努力提高收入和降低成本，我們的經調整淨虧損由截至2022年6月30日止六個月的人民幣32.7百萬元已成功收窄至2023年同期的人民幣7.9百萬元。

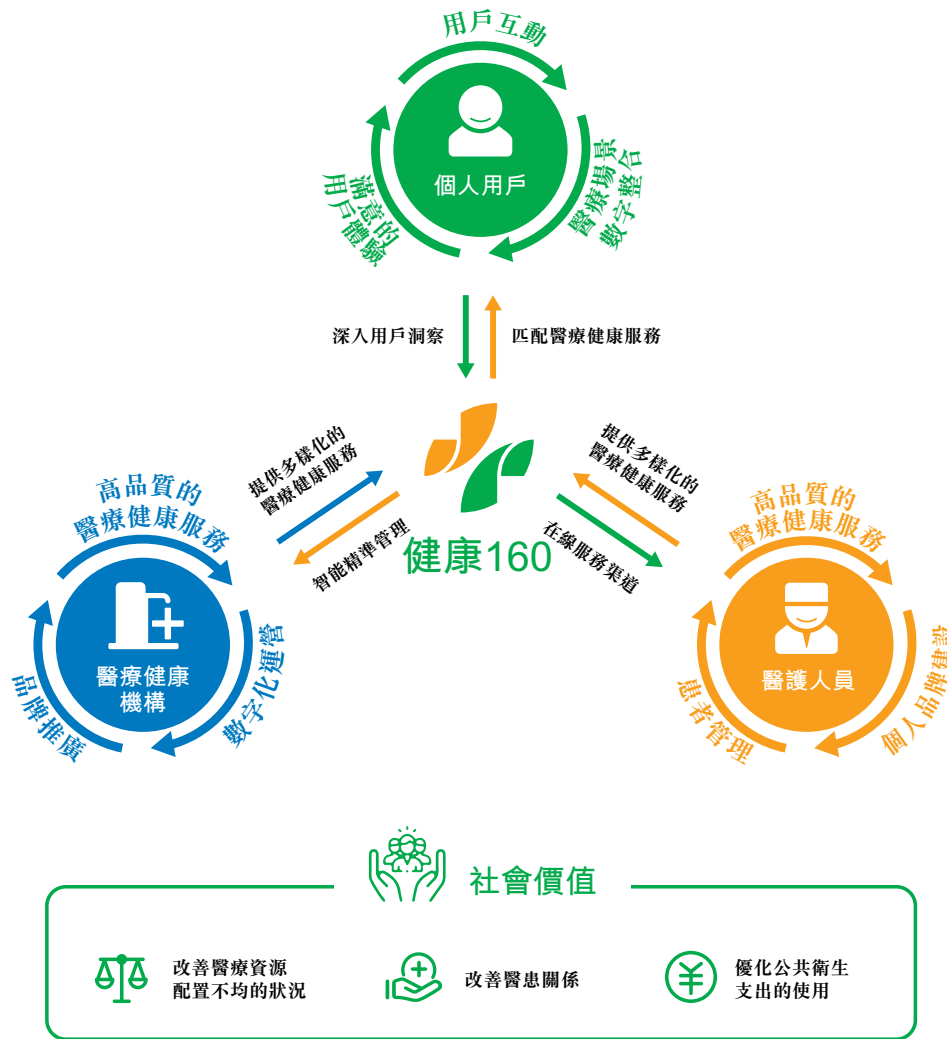
### 我們的獎項及認可

通過堅持不懈地開發和改進我們的服務和產品，我們獲得了業界的廣泛認可。我們對質量的承諾得到了多個著名獎項和榮譽的認可，其中包括(i)2023華為開發者大會「年度最佳合作夥伴」獎項，(ii)入選深圳市行業領袖企業發展促進會評選的「2022深圳行業領袖100強」，以及(iii)2021中國國際數字經濟論壇上榮獲「中國醫療產業獨角獸」稱號。這些榮譽彰顯了我們在該領域的領先地位。請參閱[一 獎項及認可]。

## 業 務

### 我們獨特的業務模式

我們的醫療健康服務生態系統整合並連接主要平台參與方。下圖說明我們獨特的業務模式以及社會價值：



### 醫療健康機構的解決方案

我們與醫療健康機構的合作是我們業務的核心。我們通過解決方案幫助這些機構進行數字化轉型，這些解決方案旨在打造一個開放式系統，輕鬆地將互聯網與醫療健康整合在一起，提供更加高效、精準、智能的患者體驗。此外，我們的解決方案促進了醫療健康機構的進步及可持續發展，在以下方面為彼等數字化奠定了基礎：

- **運營效率。**為促進日常線上業務，我們通過就醫通及160雲醫院兩個專有後台管理軟件為醫療健康機構提供平台管理解決方案。透過我們的解決方

---

## 業 務

---

案，機構可實現更高效率的同時，無縫地監控其於我們平台上的運營，提高其在線知名度。此外，我們還為醫療健康機構提供數字醫院解決方案，包括智能院內疾病預防及管理，以及院內信息系統的建設及升級。通過我們的解決方案，醫療機構能夠優化醫療資源配置，提升對患者需求的響應速度，提升診療質量，進而實現整個醫療健康服務領域的降本增效。

- *品牌推廣*。我們為醫療健康機構提供有效的在線營銷解決方案，以提升其品牌推廣效率。透過我們的平台，該等機構可利用多渠道，有針對性的營銷活動來促進患者增長，提高患者參與度。其中包括刊登廣告、發表醫學科普讀物及開展營銷活動。此外，我們平台幫助醫療健康機構，尤其是民營醫療健康機構突破空間限制實現更廣泛有效的用戶觸達。

### 醫護人員的解決方案

醫護人員對我們的在線健康服務至關重要。為更好地服務醫護人員並與彼等建立合作關係，我們提供了以下解決方案：

- *在線健康服務平台*。在我們專有的移動應用程序的多功能特性的支持下，醫護人員可方便提供院外醫療健康服務。這可以幫助醫護人員實現與患者的有效溝通，提升服務效率及整體服務質量。
- *患者管理*。憑藉豐富的行業知識及技術優勢，我們為醫護人員提供一系列自主開發的平台型工具包，例如患者社區建設及管理工具包。該等工具包通過加強患者與醫生在我們平台上的互動，實現智能化患者管理。通過使用我們的工具包，醫護人員可以有效管理患者資源及提升患者參與度，我們認為這有助於彼等增強患者忠誠度。
- *個人品牌*。通過提供全面的營銷工具包，如內容管理工具包，用於管理醫護人員於我們平台上發佈的內容，我們協助醫護人員管理口碑及患者社區，並提高線上曝光率，這可促進有效推廣其個人品牌。

---

## 業 務

---

### **個人用戶的解決方案**

我們致力於通過與醫療健康機構及醫護人員的合作，為個人用戶提供優質、可負擔、專業、便捷的在線健康服務。我們透過一站式平台提供在線掛號、諮詢和診斷、消費醫療套餐以及醫藥健康用品。

為確保提供高質量的醫療健康服務，我們精心挑選並整合不同級別及專科的知名醫療健康機構，並將其納入我們的平台。個人用戶能夠方便地訪問知名醫療健康機構及醫護人員，進行預約掛號並尋求在線諮詢和問診。我們不斷擴展在線健康服務，探索新的服務方案，以滿足使用者不斷變化的需求。目前，我們的平台提供廣泛的嚴肅醫療及消費醫療服務。

此外，我們主要通過線上零售藥店，以具有競爭力的價格提供各種醫藥健康用品。這不僅滿足了個人用戶的用藥需求，也是對我們在線健康服務所提供的治療後服務的補充。我們的線上藥店與其他線上產品相結合，為個人用戶創建一個閉環的醫療健康服務生態系統，從而提高用戶的參與度。

### **為其他平台參與方提供的服務**

在為主要平台參與方提供精心設計的服務與產品的同時，我們亦為企業客戶提供醫藥健康用品批發服務。我們利用與上游供應商建立的良好關係，為企業客戶提供種類繁多的醫藥健康用品，並提供具有競爭力的價格、有保證的數量及準時的交貨週期。

通過協調廣泛的服務組合，我們鞏固自己作為綜合醫療健康服務提供者的地位，熟練地應對中國醫療健康行業的不同領域。此外，批發模式使我們的收入來源多樣化，從而增強我們面對市場波動的應變能力及穩定性。

---

## 業 務

---

### 我們的社會價值

我們致力於成為一個數字醫療健康服務平台，為整個社會創造及拓展價值。我們的努力體現在以下方面：

- **分級診療制度**：在中國，即使是基本的醫療需求，患者也往往傾向於到高級別醫院就醫。這種傾向導致醫療資源配置不均。根據弗若斯特沙利文的資料，2022年，三級醫院僅佔中國所有醫院的9.5%，然而卻處理約58.4%的門診量。為解決醫療資源配置不均的問題，中國政府實施一系列政策及機制來建立中國的分級診療制度，旨在激勵基層醫療衛生機構的使用，提高高級別醫院醫療服務的可及性。於該方面，我們的平台發揮著至關重要的作用。我們將需要複診的常見病患者分流至我們的在線醫療健康平台，從而釋放線下醫療健康機構的容納能力，使其專注於疑難雜症或有緊急需求的患者。此外，在我們先進的推薦算法幫助下，我們引導常見病患者到基層醫療衛生機構就診，同時將疑難雜症患者引導至專科較強的上級醫院。該方法有利於建立分級診療服務制度，優化醫療資源的利用。
- **醫患關係**：我們的服務使醫療健康機構及醫護人員能夠在患者的整個就醫過程中提供高質量的在線健康服務，使彼等能夠建立高效、精確的患者管理。其反過來又促進醫患之間建立長期信任關係。
- **公共衛生支出使用**：憑藉我們的數字醫療健康解決方案，醫療健康機構可優化院內運營，加強在線健康服務，從而提高效率，節約成本。此外，我們引導願意付費的個人用戶到合適的醫療健康機構接受自費醫療服務，同時提升患者的就醫體驗，並有助於減少公共衛生支出。

### 我們的競爭優勢

我們認為以下競爭優勢能使我們實現可持續的增長。

---

## 業 務

---

### 中國數字醫療健康綜合服務行業的先行者及領導者

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是數字醫療健康綜合服務行業的先行者。我們擁有逾18年的成功經驗及良好業績，於中國數字醫療健康綜合服務行業確立了領導地位。根據弗若斯特沙利文的資料，於2022年，我們的*健康160*平台，按(i)2022年通過平台掛號的數量計算；(ii)截至2022年12月31日合作醫院數量計算；(iii)截至2022年12月31日合作的三級醫院數量計算；及(iv)截至2022年12月31日接入平台的醫護人員數量計算，均為中國數字醫療健康綜合服務行業中最大的數字醫療健康服務平台。截至2023年6月30日，我們的平台已連接超過14,000家醫院及超過720,000名醫護人員，為我們的醫療健康服務生態系統奠定堅實的基礎。與此同時，截至2023年6月30日，我們的平台亦擁有一個44.9百萬名註冊個人用戶的繁榮社區，這反映我們於醫療健康服務的訪問及參與度方面的廣泛影響。我們2023年上半年的令人印象深刻的平均月活躍用戶3.0百萬名證明了這種影響。

我們深深植根於深圳，於當地的數字醫療健康綜合服務行業中穩固建立絕對的領導地位。我們與當地眾多醫療健康機構的廣泛合作，以及我們與該地區受人尊敬的醫護人員建立的關係網均證明了我們的突出地位。截至2022年12月31日，我們已與深圳的幾乎所有醫院建立聯繫。此外，截至同日，我們亦連接了全市50.6%的令人尊敬的醫護人員。在深圳及周邊地區取得初步成功的基礎上，我們策略性地建立一個全面、閉環的醫療健康服務生態系統，將我們服務及產品擴大至全國。該生態系統旨在為醫療健康價值鏈上的主要平台參與方提供服務，包括醫療健康機構、醫護人員及個人用戶。憑藉我們以技術為驅動的數字醫療健康服務平台，我們通過獨特的業務模式整合該等主要平台參與方，並為其賦能。

於醫療資源方面，我們的在線營銷解決方案使彼等能夠通過綜合平台管理解決方案及流量優化服務以及各種廣告及營銷方法提高品牌知名度並建立聲譽。於2022年3月，我們正式推出了*160雲醫院*，將以雲服務為基礎的醫院服務擴展至醫療健康機構。該平台使我們能夠有效地擴大與醫療健康機構及醫護人員的合作。短短一年時間，我們的*160雲醫院*已成功覆蓋全國逾1,700家醫療健康機構，實現了廣泛的服務覆蓋。此外，通過提供專有醫院管理系統，我們數字醫院解決方案支持院內疾病預防及管理的數字轉型，以及建設或加強醫療健康機構的全面院內信息系統。



## 業 務

對於個人用戶而言，我們的平台為一個綜合性的醫療健康服務門戶，可方便地獲取各種高品質的在線健康服務以及醫藥健康用品。我們提供的服務及產品包括診前、診中及診後服務，橫跨嚴肅醫療和消費醫療多元場景，可滿足個人用戶的不同需求。此外，我們完善的客戶支持及客戶評價機制進一步提高了用戶參與度，並增強了用戶忠誠度。

在廣泛的醫療健康服務及覆蓋範圍的推動下，我們的業務實現快速增長。我們與眾不同且可持續的業務模式已於運營及財務方面得到驗證。於業績紀錄期，通過該模式我們平台收到累計約159.7百萬份來自中國逾260個城市的客戶的訂單。此外，於業績紀錄期，我們的收入亦錄得顯著增長，由2020年的人民幣278.8百萬元增加至2022年的人民幣525.6百萬元。截至2023年6月30日止六個月，我們錄得收入人民幣268.7百萬元，較2022年同期的人民幣231.8百萬元增長15.9%。

鑒於我們於中國數字醫療健康綜合服務行業的良好業績及先發優勢，我們認為我們有能力抓住中國對數字醫療健康綜合服務日益增長的需求。

### 為主要平台參與方提供廣泛服務，通過強大的協同效應降低獲客成本並增強客戶黏性

我們的**健康160**平台為連接及整合生態系統內平台參與方的橋樑。我們提供量身定制的服務及多樣化的產品，以促進平台參與方之間的協同效應、黏性及忠誠度。

- **我們廣泛的醫療資源吸引大量用戶。**為於競爭激烈的行業中脫穎而出，我們重視與信譽良好的醫療健康機構及知名醫護人員建立合作夥伴關係，從而與用戶建立長期信任。基於該目標，我們與擁有高素質醫護人員、行業領先的專業知識及豐富的醫療服務經驗的知名公立醫療健康機構開展戰略合作。截至2023年6月30日，我們已與14,014家公立醫院開展合作，其中3,295家為三級醫院，並與超過720,000名醫護人員建立合作關係。

我們擁有大量的醫療資源，支持我們在這些機構的線下醫療服務場景中高效低成本地獲取用戶，無縫連接到線上平台。截至2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年6月30日，我們的註冊個人用戶分別達到27.2百萬名、37.1百萬名、43.3百萬名及44.9百萬名。這表明我們的平台獲得了廣泛

---

## 業 務

---

的支持與認可。此外，截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度，根據弗若斯特沙利文的資料，按每名新獲得註冊個人用戶銷售及營銷費用計算，我們的平均個人用戶獲客成本遠低於國內業內同行。

反之，我們平台上龐大的用戶群亦吸引了更多的醫療健康機構與我們合作，從而形成良性循環。我們平台上的優質醫療資源種類繁多，通過提供多樣化、專業可靠的在線健康服務，促進了與個人用戶之間的長期信任關係。此外，醫療服務的性質及其持續的個性化需求使得用戶在我們平台的黏性更高，付費意願更強。

- **我們龐大的用戶群在平台上實現更積極的醫患互動，幫助我們更好洞察用戶需求。**截至2023年6月30日，我們的註冊個人用戶已達44.9百萬名，截至2023年6月30日止六個月，平均月活躍用戶為3.0百萬名。龐大的用戶群激發了對醫護人員提供的在線健康服務的高需求，從而形成醫護人員與患者之間的動態互動。於整個業績紀錄期，我們的平台促成了逾4.8百萬份在線健康服務訂單，形成了大量醫療服務場景的基礎數據沉澱。基於豐富的數字醫療行業經驗及強大的數據分析能力，我們對上述沉澱數據進行處理，形成了更精準的結合醫療場景的用戶畫像。醫護人員可利用我們強大的資料分析能力，提高彼等於我們平台上的服務質量及效率，確保我們平台上強大醫療資源的持續供應。於2022年，醫護人員的保留率達到73.2%。此外，直至2023年6月30日，我們全面的用戶評價機制已獲得逾5.0百萬條用戶評論。
- **深入的用戶洞察幫助我們打磨精細化管理能力，更好地為醫療健康機構和醫護人員賦能。**我們通過積極參與平台參與方之間的互動，深入了解用戶需求。憑藉對個人用戶需求的深刻理解，我們為醫療健康機構及醫護人員提供全面數字醫療健康解決方案，促進精準的患者管理服務。例如，我們協助彼等根據用戶畫像建立患者社區，因此促進更好的互動及進行有針對性的營銷。我們認為，患者管理能力對於增強醫療健康機構及醫護人員的運營效率、提升服務能力、降低線上執業成本至關重要。因此，我們準備在我們的平台上培養現有醫療健康機構及醫護人員的忠誠度，吸引享譽業內的醫護人員加入，成為其首選線上執業平台。

---

## 業 務

---

### 備受青睞的數字醫療健康服務平台，提供值得信賴的在線健康服務

我們為值得信賴的數字醫療健康服務平台，致力於與用戶建立長期的信任關係。我們的首要任務是提供專業、優質、便捷、可負擔的醫療健康服務。我們以豐富的優質醫療資源為後盾，提供專業的醫療健康服務，從而贏得用戶的信任。截至2023年6月30日，我們的平台已連接3,295家三級醫院及約400,000名來自三級醫院的醫護人員。截至同日，接入我們平台的主任醫師及副主任醫師分別約為135,000名及約163,000名。除提供嚴肅醫療的機構外，我們亦將醫療資源拓展到牙科、眼科及體檢服務等於我們平台上提供消費醫療服務的知名機構。我們嚴格的選擇標準及有效的評估機制確保了最高的服務質量。截至2023年6月30日，約有6,600家民營醫療健康機構於我們的平台上主要提供消費醫療服務。

我們憑藉先進的技術及平台服務能力，促進醫療健康機構及醫護人員與患者建立積極的互動關係，提供更好的醫療健康服務。我們通過建立患者社區及提供治療後跟蹤諮詢，幫助醫護人員加強醫患溝通。通過我們的用戶評價系統，醫護人員可及時收到患者的反饋意見，從而改進服務。在我們的平台上，醫護人員與個人用戶之間的該等高頻、有效的互動提高了用戶參與度。

因此，我們已成為個人用戶首選的數字醫療健康服務平台，我們強大的用戶參與度也證明這點。根據弗若斯特沙利文的資料，2022年通過平台完成的掛號數量於2022年中國數字醫療健康綜合服務行業中排名第一。於業績紀錄期，我們的平台已促成逾4.8百萬份在線健康服務訂單。直至2023年6月30日，我們平台已獲得了超過5.0百萬條用戶評論。此外，我們的健康160手機應用程序獲得了大量下載，並於蘋果商店及華為應用商店獲得4.6分（滿分5）的驕人成績。根據弗若斯特沙利文資料，該成績超過中國數字醫療綜合服務行業的平均水平。截至2023年6月30日止六個月，我們的用戶複購率達到77.6%，而從註冊個人用戶到訂購客戶的轉化率為64.2%。

---

## 業 務

---

全面、便捷的醫療健康服務組合，涵蓋廣泛的醫療健康場景，滿足患者在整個就醫過程中的不同需求

我們致力於開發一個全面、便捷的數字醫療健康服務平台，涵蓋廣泛的醫療健康場景，通過多種渠道滿足患者在整個就醫過程中的不同需求。我們的一站式平台提供廣泛的在線健康服務，圍繞診前、診中、治療後全流程健康場景，滿足消費者各類需要。我們的平台診前提供在線掛號，診中提供在線健康服務，診後提供線上醫藥零售。這些服務相輔相成，創造了交叉銷售的機會。例如，我們的在線健康服務產生了對醫藥健康用品以及掛號服務的有機需求。同樣，我們的線上零售藥店亦能輕鬆地將通過提供醫藥健康用品建立起來的用戶群中的優質患者引流到我們的在線健康服務中來。

為滿足用戶不斷變化的醫療健康需求，我們不斷豐富並擴展我們的服務組合，以覆蓋廣泛的醫療健康場景，包括嚴肅醫療及消費醫療。嚴肅醫療幫助我們建立了與個人用戶的信任關係，在我們成功提供嚴肅醫療的基礎上，我們策略性地擴大了服務組合，將其拓展至消費醫療領域。作為一個備受推崇的數字醫療健康服務平台，我們目前提供主流的消費醫療套餐，包括牙科保健、眼科專科及體檢。憑藉我們全面的醫療健康服務，我們能夠進一步降低用戶獲取成本並增強用戶黏性，我們相信這亦將提高用戶生命週期價值。

為接觸更多用戶，我們在自己的平台上整合並彌合線下及線上渠道之間的差距，並與主要的第三方流量平台廣泛合作。通過參與我們合作的醫療健康機構提供的線下醫療服務場景，我們可以有效地接觸到個人用戶，並將彼等無縫地引導到我們的平台。此外，我們亦與知名的第三方流量平台（如微信及支付寶）合作，利用其豐富的用戶流量，擴大我們的用戶接入點。尤其是，我們於2023年8月與一家於中國註冊成立的全球領先的信息與通信技術基礎設施及智能終端提供商達成合作協議，在其開發的所有手機的服務網格中正式列出我們的健康160手機應用程序，使我們能夠利用其智能終端在中國的龐大用戶群。詳情請參閱「一與一家全球領先的信息與通信技術基礎設施及智能終端提供商的合作」。此外，我們的平台亦支持醫患之間的高效溝通，進一步提高在線健康服務的便利性。

---

## 業 務

---

### 強大的研發能力有助於提高付費客戶的轉化率，創造更多交叉銷售機會

我們認識到強大的研發能力對我們的成功至關重要，也是我們領先市場地位的基礎。滿足用戶對我們平台不斷增長和發展的需求，在很大程度上依賴於先進的技術基礎設施以及強大的資料處理和分析能力。

我們利用先進的算法來增強我們的服務能力。該等算法，例如基於我們既有的專業知識進行精確的醫患匹配及醫生推薦，使我們能夠為用戶提高服務質量。這一提升帶來了滿意的用戶體驗，從而增加了個人用戶在我們平台上購買服務及產品的可能性。截至2023年6月30日止六個月，註冊個人用戶向訂購客戶的轉化率為64.2%。

除現有的服務及產品組合外，我們還不斷開發並升級我們的產品，以滿足用戶不斷變化的需求。我們的產品更新週期短，能及時為用戶提供最新功能並採用尖端技術。這種積極主動的做法不僅創造了更多交叉銷售的機會，也推動了我們業務的增長。例如，我們已進一步加強我們的平台管理解決方案，將*就醫通*升級為更先進的具備集成的營銷模塊的*160雲醫院*，為我們的綜合在線營銷解決方案創造了交叉銷售的潛力。我們的在線營銷解決方案吸引了越來越多的付費機構，由2020年的775家增加至2021年的1,609家，並進一步增加至2022年的3,061家。截至2023年6月30日止六個月，我們在線營銷解決方案的付費機構數量為2,330家。此外，於業績紀錄期，所有採用我們醫院*全流程系統*的醫院亦已與我們平台連接。該整合令我們能夠探索交叉銷售的機會，此乃由於該等醫院已熟悉我們平台上所提供的服務範圍。

我們亦致力於提高產品的適應性。例如，我們專有的醫院管理系統，*藍蜻蜓傳染病實時監控系統*及*藍蜻蜓醫院感染實時監控系統*整合了應用程序接口，可與國內所有醫院信息系統無縫連接，便於順利整合。

於整個業績紀錄期，我們一直專注於通過內部研發工作開發並優化我們的服務及產品。自公司成立以來，我們不斷擴大專門的研發部門，截至2023年6月30日，該部門由161名研發專業人員組成，佔同日公司員工總數的27.4%。我們的副總裁魏超傑先生監督我們的研發活動。魏先生於武漢大學取得計算機科學學士學位，並擁有約20年

---

## 業 務

---

研發經驗。於加入本公司前，彼曾於多家全球知名科技公司擔任研發專家。我們的許多研發人員都擁有來自知名企業的豐富研發經驗。

為進一步提升研發能力，我們於研發方面持續投入。於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6月30日止六個月，我們的研發支出分別為人民幣26.9百萬元、人民幣42.4百萬元、人民幣54.1百萬元、人民幣24.5百萬元及人民幣21.1百萬元。

我們強大的研發能力已得到廣泛認可。截至最後實際可行日期，我們於中國擁有與我們的技術及服務相關的163項註冊著作權及四項專利。此外，我們還獲得了一系列榮譽，例如2021中國醫療產業獨角獸、中國互聯網醫療企業TOP 20及中國大健康產業創新獎－最佳醫療大數據創新企業。

### **具有遠見卓識、經驗豐富的管理團隊，擁有跨行業經驗及商業洞察力**

我們的管理團隊經驗豐富，擁有豐富的行業專業知識及遠見卓識。我們的團隊由經驗豐富的信息技術工程師及醫療服務專家組成。本公司創始人兼董事長羅先生於互聯網及醫療領域擁有逾18年的跨行業經驗。於創辦本公司之前，彼曾於知名的三級醫院擔任信息科主任逾13年。憑藉在互聯網+醫療行業的深厚創業背景，羅先生為我們的組織帶來了寶貴的見解。羅先生對中國醫療服務行業的卓越貢獻為彼贏得了聲譽，如2016年獲授予「深圳市南山區高層次人才」及2019年獲授予「深圳市高層次專業人才」。

我們的管理團隊穩定而協調，平均任職時間超過7年。我們的眾多董事及高級管理層於醫療健康服務及互聯網領域擁有超過15年的跨行業經驗。彼等深厚的行業知識橫跨各個領域，包括產品及解決方案設計、供應鏈管理、財務、銷售與營銷以及人力資源管理。在羅先生的卓越領導下，我們的管理團隊有效地執行本公司戰略，使我們能夠抓住市場機遇，順應行業趨勢，提升品牌知名度，促進業務增長。

---

## 業 務

---

### 我們的業務策略

我們計劃利用現有的優勢，實施以下策略，抓住不斷增長的市場機遇，進一步鞏固我們的市場地位，實現我們的使命：

#### 加強我們的研發能力

我們制定了綜合計劃，以不斷增強我們平台的技術基礎設施，並利用人工智能、資料處理及分析方面的尖端能力。我們致力於研發，旨在提高平台及軟件產品的安全性、可靠性和靈活性。隨著患者訪問我們平台所產生的數據量不斷增加，投資於高效、可擴展及可利用的技術基礎設施對支持我們的業務擴張至關重要。

隨著人工智能的快速發展，我們預計其將在醫療服務行業得到廣泛應用。因此，我們正在分配更多資源用於研發人工智能、大數據及用於數據處理與分析的先進算法。具體來說，我們計劃整合先進的人工智能技術，包括新開發的人工智能聊天機器人，以優化我們的搜尋引擎及推薦算法，從而提升我們的客戶服務效率及用戶體驗。我們的目標是加強醫療健康服務領域的關鍵詞研究，從而增強我們的精準匹配能力。同時，我們致力於改善醫療場景中的人機交互，幫助個人用戶培養健康的習慣。我們預計上述投入最終可有效提升在線健康服務的整體品質。

此外，我們亦將升級我們的醫療知識庫，將其擴展為一整套系統化、結構化的患者檔案，從而優化我們的推薦算法。這次升級將增強我們的醫患匹配及推薦功能，帶來更好的用戶體驗。此外，我們亦致力於加強數據處理與分析能力，充分利用醫療場景的獨特性。這將使我們能夠生成精確的用戶檔案，幫助醫療健康機構及醫護人員提供患者服務及管理。投資於該等技術進步是我們策略的關鍵，因為這使我們能夠始終走在行業前沿，提供卓越的用戶體驗，並為醫療健康機構及醫護人員提供寶貴的支持。此外，我們亦計劃吸引更多經驗豐富的工程師及研發專業人員，尤其是專門從事數據處理及模型構建的該等人員，繼續擴大我們的人才庫。

#### 進一步擴大醫療資源覆蓋面，增加平台流量

我們致力於不斷擴大醫療資源的覆蓋範圍，將更多的優質醫療健康機構及高素質醫護人員連接到我們的平台上，同時有效擴大用戶群及穩固用戶忠誠度。

- **醫療資源保障**。我們的目標乃通過有針對性的營銷活動，吸引更多高品質的醫療健康機構以及一流的醫護人員加入我們的平台。該等活動將包括免費激活我們的160雲醫院服務及實地推廣活動。為了更好地為該等機構及醫護人員服務，我們計劃於優質醫療資源集中的重點地區建立本地業務開發

---

## 業 務

---

團隊。此外，我們亦得到當地政府部門的支持，將該等機構及醫護人員納入我們的平台，推廣數字醫療健康解決方案。此外，我們亦計劃加強及優化我們的服務入口，同時擴大我們的服務範圍。

- **用戶獲取**。我們的首要任務是擴大用戶群及提高用戶忠誠度。為此，我們致力於加強線上及線下營銷工作，更高效地向目標用戶提供高品質的醫療健康內容。這樣做的目的乃為我們的平台帶來更多流量，提高用戶活躍度。此外，我們將堅持與全國知名的流量平台及精心挑選的本地流量平台合作，以提升用戶流量，進軍新地區及鞏固我們的市場地位。舉例而言，我們計劃加強與我們於2023年8月建立合作關係的全球領先的信息與通信技術基礎設施和智能終端供應商的合作，利用雙方優勢為各種醫療場景及設備提供廣泛的醫療健康服務。基於我們與「我們的長沙」平台在長沙的商業推廣方面的成功合作，我們將繼續與本地流量平台保持聯繫，以刺激區域流量，擴大我們的區域足跡，並加強我們的本地影響力。

除上述努力外，我們亦努力加深與醫療健康機構及醫護人員的現有合作。憑藉從該等持續合作中獲得的寶貴見解，我們致力於通過與彼等的積極接觸及溝通，深入了解彼等具體及不斷變化的需求，並通過我們不斷擴展的行業知識來加以豐富。通過不斷開發及完善我們的服務及產品，我們旨在為我們合作的醫療健康機構及醫護人員提供更廣泛的選擇，而非彼等目前的採購。

### 持續豐富服務及產品種類並探索增值服務

我們的目標為擴大我們的服務及產品範圍，同時探索更多的增值服務。我們堅信，該策略方針不僅能增加我們的收入來源並使之多樣化，亦能提高我們的整體盈利能力。

- **160雲醫院**：2022年，我們成功推出了160雲醫院，為選定的醫療健康機構提供免費啟動服務，以推廣我們的服務。展望未來，我們的重點是開發新功能及增強現有功能，以進一步完善我們的160雲醫院。隨著我們平台的有效性越來越明顯以及我們對平台的不斷升級，我們希望吸引更多的醫療健康機構使用我們的平台。此外，我們將繼續對160雲醫院實施按效果付費的定價方案，這將有助於加強客戶忠誠度。



---

## 業 務

---

- **健康管理服務**：我們的目標是開發一個全面的健康管理服務系統，並與我們的會員計劃相輔相成，以滿足日益增長的醫療健康意識，並顯著改善我們平台上的用戶體驗。
- **增值服務**：為滿足醫療健康服務不斷發展的需求，我們計劃在現有服務的基礎上，推出一系列增值服務。作為該計劃的一部分，我們的目標是與商業保險公司合作，為我們的平台提供定制的商業保險套餐。該策略將擴大我們的付費客戶群，鼓勵增加消費。

### 有選擇地進行戰略合作及收購

我們認為戰略合作及收購是使我們的服務多樣化、增強我們的競爭力的有效方法。因此，我們計劃積極尋求與醫療健康服務價值鏈上的服務提供者（包括商業保險公司）開展戰略合作。

此外，我們亦將密切關注市場趨勢，積極尋找能夠帶來戰略利益或協同效應的合適收購目標。我們首選的目標公司應符合以下標準：(i)已建立自己的地方在線健康服務門戶網站並擁有大量個人用戶群，(ii)專注於客戶留存率及重複購買率高的醫療健康服務，如慢病管理，及 (iii)與我們的業務互補或協同。

雖然截至最後實際可行日期，我們尚未就潛在收購進行任何談判、簽訂任何意向書或協議或釐定任何明確的收購目標，但我們認為，我們豐富的行業經驗及洞察力將使我們能夠於未來釐定合適的目標，並有效評估及執行潛在機會。

### 我們的業務模式

我們已建立一個全面、閉環式醫療健康服務生態系統，旨在連接並整合整個醫療健康價值鏈上的平台參與方。我們的目標如下：

- (i) **醫療健康機構**：我們幫助公共及民營機構實現數字化運營，以提高運營效率並提升品牌知名度；
- (ii) **醫護人員**：我們幫助其提供在線健康服務、改善患者管理、提高個人認可度；及

---

## 業 務

---

- (iii) **個人用戶**：我們致力於通過我們的一體化在線醫療健康服務門戶，為用戶提供便捷的全方位在線健康服務、消費醫療套餐以及醫藥健康用品。

在為主要平台參與方提供精心定制服務的同時，我們還將服務範圍擴大至涵蓋醫藥健康用品的批發，專門滿足企業客戶的需求。

於業績紀錄期，我們的收入來自：(i)提供數字醫療健康解決方案，主要包括在線營銷解決方案、數字醫院解決方案及在線健康服務；及(ii)通過零售及批發渠道銷售醫藥健康用品。於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6月30日止六個月，我們通過提供數字醫療健康解決方案分別獲得收入人民幣123.7百萬元、人民幣159.2百萬元、人民幣140.9百萬元、人民幣61.8百萬元及人民幣83.1百萬元，通過銷售醫藥健康用品分別獲得收入人民幣155.1百萬元、人民幣263.6百萬元、人民幣384.7百萬元、人民幣170.0百萬元及人民幣185.6百萬元。

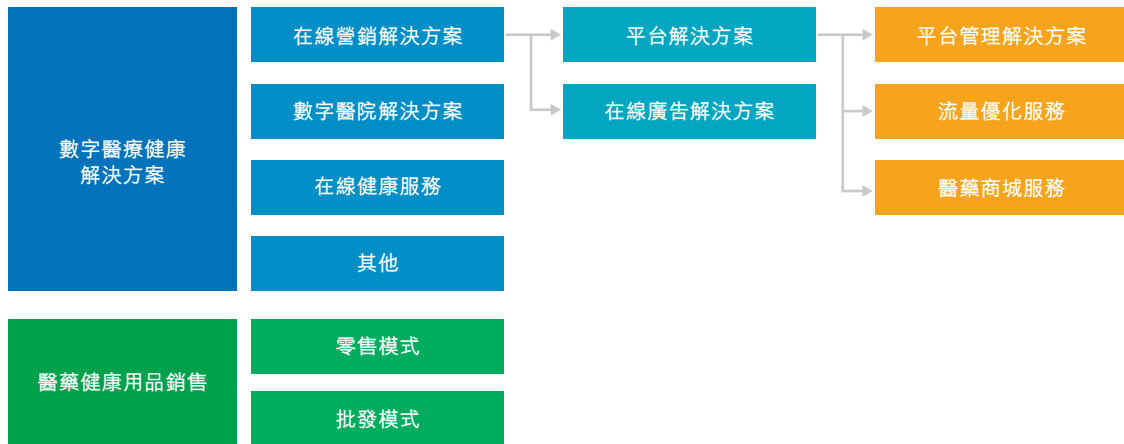
於業績紀錄期，我們的數字醫療健康解決方案取得顯著高於醫藥健康用品銷售的毛利率，對我們於業績紀錄期總毛利作出重大貢獻。於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6月30日止六個月，我們數字醫療健康解決方案的毛利分別為人民幣90.4百萬元、人民幣122.1百萬元、人民幣102.6百萬元、人民幣47.4百萬元及人民幣62.7百萬元，毛利率分別為73.1%、76.6%、72.8%、76.8%及75.4%。相比之下，同期我們醫藥健康用品銷售的毛利分別為人民幣12.3百萬元、人民幣10.7百萬元、人民幣15.7百萬元、人民幣9.3百萬元及人民幣3.8百萬元，毛利率分別為7.9%、4.0%、4.1%、5.5%及2.1%。

### 我們的變現模式

我們的醫療健康服務生態系統無縫地連接並服務於整個醫療健康價值鏈中的平台參與方。於業績紀錄期，我們的收入主要來自(i)使用我們在線營銷及數字醫院解決方案的醫療健康機構，(ii)利用我們平台提供在線健康服務的醫護人員，(iii)購買我們平台零售醫藥健康用品的個人用戶，及(iv)從我們平台批發醫藥健康用品的企業客戶。該種服務的戰略整合不僅能夠最大化我們的收入潛力，而且能夠為我們醫療健康服務生態系統中的所有平台參與方創造流暢連貫的體驗。請參閱「我們的平台參與方及業務之間的協同效應」。

## 業 務

下圖說明我們獨特的業務模式下的業務線：



### 數字醫療健康解決方案

我們的數字醫療健康解決方案包含多個組成部分，主要包括(i)面向醫療健康機構及第三方商戶的在線營銷解決方案，(ii)面向醫療健康機構的數字醫院解決方案，及(iii)面向個人用戶的在線健康服務。

#### 在線營銷解決方案

我們為醫療健康機構及第三方商戶提供以客戶為導向的全面在線營銷解決方案，旨在提高其品牌知名度，吸引更多患者及個人用戶。

- 平台解決方案。我們為醫療健康機構及第三方商戶提供平台解決方案：
  - (a) 平台管理解決方案：我們的平台管理解決方案使醫療健康機構能夠使用就醫通或160雲醫院管理彼等於我們平台的運營及營銷活動。我們僅向民營醫療健康機構收取訂購年費，而對公立機構則免費提供平台管理解決方案。作為就醫通的升級版，我們於2022年3月推出160雲醫院，該服務採用靈活的定價機制，以適應醫療健康機構的不同需求。在該機制下，醫療機構可以選擇向我們支付訂購年費，其中不同會員級別擁有不同功能。此外，彼等可選擇按效果付費機制，該機制下，彼等可首次免費激活160雲醫院，然後使用我們的流量優化服務。隨後彼等將按通過我們平台產生的訂單量或交易額向我們支付佣金。該機制下所得收入將於流量優化服務項下確認。

## 業 務

- (b) **流量優化服務**：我們為醫療健康機構提供流量優化增值服務。通過先進的搜索和推薦算法，我們將我們平台上的患者或個人用戶引導到適合的醫療健康機構進行在線掛號及／或購買消費醫療套餐。之後，其可在線下接受機構提供的相應醫療健康服務。我們的流量優化服務通過吸引潛在患者及用戶的優質流量及關注度，為增強醫療健康機構的銷售推廣起到關鍵作用。對於在線掛號，我們主要採用每次行動成本機制收取基於效果的佣金，就通過我們平台掛號並在線下完成的每筆訂單收取預先商定的固定金額。對於消費醫療套餐，我們採用每次銷售成本定價機制收取佣金，按照在我們平台購買並在線下完成的消費醫療套餐交易金額的預定百分比收取佣金。
- (c) **醫藥商城服務**：我們允許第三方商戶在我們平台上銷售醫藥健康用品，並根據其通過我們平台產生的銷售額向其收取佣金。
- **在線廣告解決方案**。我們為醫療健康機構提供廣泛的在線廣告解決方案，並提供靈活的定價機制。對於在我們的移動應用程序或網站上投放廣告，機構可以選擇支付固定的廣告費用或選擇基於效果的定價機制。

### 數字醫院解決方案

我們為醫療健康機構提供三套專有的醫院管理系統，即藍蜻蜓傳染病實時監控系統、藍蜻蜓醫院感染實時監控系統及醫院全流程系統。該等解決方案賦能醫療健康機構開啟數字化轉型之旅。我們的系統按照軟件許可模式提供，在此模式下，醫療健康機構支付軟件購買費以獲得許可，支付技術服務費以獲得持續的系統維護及更新。

### 在線健康服務

我們的註冊醫生通過平台為個人用戶提供便捷的在線健康服務。我們根據個人用戶使用該等在線健康服務所支付的服務費，按事先約定的比例向註冊醫生收取佣金。

## 業 務

### 其他

於業績紀錄期，我們亦從若干臨時增值服務（如系統開發技術服務及個人會員服務等）獲得少量收入，但金額相對較小。

### 醫藥健康用品銷售

憑藉與醫藥分銷商、公司和上游供應商的穩固關係，我們自第三方供應商採購醫藥健康用品並其後通過採用零售及批發模式銷售該等產品。於業績紀錄期，我們於產品銷售獲得收入。

### 我們提供的服務及產品

#### 數字醫療健康解決方案

我們的數字醫療健康解決方案是我們業務模式的核心。通過該等創新服務及產品，我們推動醫療健康機構的數字化轉型和發展，賦能其擴大業務覆蓋範圍並提升服務水平。同時，我們致力於為個人用戶提供易於獲取、優質、專業及便利的在線健康服務，以滿足其獨特需求。除了數字醫院解決方案外，我們數字醫療健康解決方案的所有服務僅通過我們的**健康160**平台提供。

下表載列我們按業務分部劃分於所示年度／期間自數字健康解決方案所得收益的明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
在線營銷解決方案 . . . . .	66,441	53.7%	96,621	60.7%	84,424	59.9%	38,474	62.2%	52,520	63.2%
數字醫院解決方案 . . . . .	46,617	37.7%	52,785	33.1%	50,081	35.5%	20,799	33.7%	27,504	33.1%
在線健康服務 . . . . .	2,870	2.3%	3,248	2.0%	3,335	2.4%	1,662	2.7%	1,567	1.9%
其他 . . . . .	7,751	6.3%	6,593	4.2%	3,088	2.2%	865	1.4%	1,534	1.8%
總計 . . . . .	<u>123,679</u>	<u>100.0%</u>	<u>159,247</u>	<u>100.0%</u>	<u>140,928</u>	<u>100.0%</u>	<u>61,800</u>	<u>100.0%</u>	<u>83,125</u>	<u>100.0%</u>

---

## 業 務

---

### 在線營銷解決方案

我們在線營銷解決方案提供一系列全面營銷活動及服務，均由我們平台專有定制，專為協助醫療健康機構以及第三方商戶宣傳產品及擴大規模。我們精心設計的在線營銷解決方案包括線上平台及在線廣告解決方案。該等解決方案通過全面的廣告、流量優化及平台管理解決方案，賦能醫療健康機構提高品牌知名度，吸引更多患者群體，並最終創造更多收入。此外，我們的醫藥商城服務亦使第三方商戶受益頗多，因為其可以利用我們巨大的用戶流量來提升其在線影響力並促進銷售。我們的綜合解決方案獲得醫療健康機構的高度認可。於2020年、2021年及2022年以及截至2023年6月30日止六個月，付費機構數目分別為775家、1,609家、3,061家及2,330家，足以證明這一點。

### 平台解決方案

在我們全面的數字醫療生態系統中，我們的平台解決方案發揮關鍵作用。醫療健康機構利用我們的後台管理軟件整合至我們平台，並通過我們的流量優化服務擴大其服務銷售。同時，第三方商戶利用我們平台龐大的流量，提高彼等銷售。為更好地服務及激勵該等平台參與方於我們平台上的活動，我們提供一系列定制化解決方案。為更好地服務及激勵該等平台參與者在我們平台上的活動，我們提供一系列量身定制的解決方案，以幫助彼等管理其運營、與目標客戶互動及增加品牌曝光度。

- 平台管理解決方案

我們將醫療資源視為平台的基石，其與個人用戶群的不斷擴大形成協同效應。我們致力於通過提供全面的平台管理解決方案，加強與醫療健康機構的關係。我們穩定的後台管理軟件可促進機構的連通性並使其在我們*健康160*平台有效地管理其活動。服務包括兩款軟件，即*就醫通*及*160雲醫院*，各軟件為不同機構的多樣需求提供特定功能。

---

## 業 務

---

### (a) 就醫通

在2022年3月推出我們先進的160雲醫院之前，我們一直利用自主研发的後台管理軟件就醫通，連接我們健康160平台向醫療健康機構提供平台管理解決方案。我們的就醫通涵蓋數字後台管理軟件的標準功能，包括以下模塊：

- **基本信息管理模塊。**通過該模塊，醫療健康機構可將其醫院、科室、醫生、執業資格、證書、獲獎情況等基本信息匯總並發佈，在我們的平台於其各自主頁上進行展示。
- **門診安排模塊。**我們的門診安排模塊便於醫療健康機構安排、管理和監控在線掛號。
- **內容管理模塊。**該模塊使醫療健康機構能夠創建、發佈和管理以文章或筆記形式在平台上展示的教育和推廣內容，從而為獲取患者做出貢獻。
- **患者管理模塊。**通過該模塊，機構可以使用客戶標籤對患者進行分類，建立患者社區，並提供實時在線患者服務。醫護人員可以輕鬆訪問患者的病歷和健康史，並提供準確的診斷，從而加強對患者的精確管理，提高患者忠誠度，抓住盈利機會。

於推出我們的160雲醫院前，我們為絕大部分接入平台的醫療健康機構提供就醫通的訪問權限選擇。公立機構享有免費訪問權，因為其參與能為平台增加流量，並鼓勵其他民營機構加入。另一方面，我們向民營機構收取固定的平台訂購年費。

---

## 業 務

---

### (b) 160雲醫院

我們一直致力於不斷完善就醫通，並於2022年3月推出160雲醫院，實現了重大升級。該先進後台管理軟件專為平台的精簡高效運營而設計，為醫療健康機構提供全面的基於雲的服務，以管理我們平台上的運營活動。在160雲醫院的助力下，機構可以有效管理其互聯網醫院的運營，並通過我們的健康160平台提供高水平的在線醫療健康服務。通過一鍵激活功能，機構可以輕鬆建立其互聯網醫院，精簡服務，為患者提供高質量的在線醫療服務，提供流暢和人性化的體驗。

160雲醫院配備一個管理面板和八個模塊，涵蓋就醫通提供的所有功能和模塊。此外，其具有多個新模塊：

- **消費醫療套餐管理模塊**：賦能醫療機構創建、修改和管理多樣化的消費醫療套餐，以滿足消費者不斷變化的需求並監控其銷售業績。
- **營銷模塊**：使機構能夠使用我們的營銷工具包進行設計和管理營銷活動。其可以使用標準化模板定制主頁，通過圖片、視頻和文字突出主要科室和專科。該模塊可與我們多樣化的在線廣告解決方案無縫連接，包括廣告投放和推廣服務。詳情請參閱「[一 在線營銷解決方案](#)」及「[一 在線廣告解決方案](#)」。
- **財務信息模塊**：便於跟蹤醫療機構的財務狀況、預算管理、賬單系統設置和現金處理。可視化界面可為機構提供實時業績更新，增強數字化運營能力。
- **招聘模塊**：使機構能夠在我們的平台上發佈職位空缺、管理簡歷並進行篩選。

除了160雲醫院的標準化功能外，我們亦為醫療健康機構提供量身定制的服務，助力其按照自身的運營戰略高效、有效地推廣品牌。



## 業 務

在160雲醫院推出之初，我們對訂購該軟件的醫療健康機構採取會員制，根據不同的會員等級（普通、白銀、黃金和鑽石）收取不同的訂購費用。每個等級的會員均可獨享特定的模塊和服務，例如黃金及以上會員可獨享市場營銷、內容管理、客戶管理和招聘模塊。下圖為鑽石會員使用160雲醫院的界面：



為了推廣我們新推出的服務，我們為醫療健康機構提供新的定價方案，根據該方案，醫療健康機構可以免費激活160雲醫院，只有在通過我們的平台產生訂單後，才會向我們支付基於效果的佣金費用。該舉措展示了我們平台的功能和益處，讓醫療機構能夠直接使用我們的160雲醫院。該措施受到醫療健康機構的歡迎，我們的服務訂購量不斷增加。我們160雲醫院的訂購醫療健康機構數量顯著增加，從截至2022年12月31日的798家增加到截至2023年6月30日的1,729家。

作為我們平台管理解決方案增強的里程碑，我們戰略重心放在推廣及發展我們新推出的160雲醫院。與此同時，我們繼續支持就醫通的經營，因若干現有醫療健康機構仍然通過該軟件管理其於我們平台上的活動。

於2023年8月，我們通過與一家在中國註冊成立的全球領先的信息與通信技術基礎設施和智能終端供應商合作，提升我們平台的流量及品牌知名度，實現

---

## 業 務

---

了關鍵的里程碑。詳情請參閱「一 與一家全球領先的信息與通信技術基礎設施和智能終端供應商的合作」。由於越來越多的醫療健康機構被激勵支付平台訂購費用，該合作具有優勢，旨在利用該合作產生的大量在線流量。

- *流量優化服務*

患者獲取是醫療健康機構面臨的一項重大挑戰，因為其需要培養患者的長期習慣並建立行業認可度。民營醫療機構通常會投入大量資源來建立患者基礎，而公立醫療機構則側重於吸引患者前來獲得專科服務。為應對該挑戰，我們利用我們平台上的個人用戶流量，為醫療健康機構提供在線掛號和消費醫療套餐的流量優化服務。

我們的方法涉及從多方面了解各機構的服務項目和優勢。訂閱我們160雲醫院的機構可以利用軟件上的基本信息管理模塊發佈其特點和優勢。通過與機構溝通，我們對其專業領域、醫療服務和治療方案獲得了深刻的理解和寶貴的洞察。因此，我們能夠為每個機構創建特定標籤，這對於我們的智能搜索及推薦算法至關重要，使我們能夠為在我們平台上尋求特定醫療解決方案的個人用戶提供更優質的服務。

我們根據客戶標籤（如位置、選定的醫療學科、歷史健康記錄、年齡和症狀）創建精確的用戶檔案。該等標籤按活躍行為、交易行為、基本屬性、用戶細分、健康狀況和財務狀況等六大方面對個人用戶進行分類。基於對此類個人用戶不同需求的具有洞察力的觀察和深刻理解，我們可以有效地將醫療健康機構與尋求專科服務的潛在患者對接。

我們自主開發的先進搜索及推薦算法亦為我們的流量優化服務奠定了堅實基礎。有關我們搜索及推薦算法的特點，請參閱「一 技術及基礎設施」。通過該等先進算法的賦能，我們優化平台的在線流量，將醫療服務與需求者無縫對接。我們的流量優化服務亦可幫助醫療健康機構增強在線掛號及消費醫療套餐銷售。因此，我們不僅可為醫療健康機構提升患者獲客及運營效率，亦可通過我們的平台為個人用戶提供獲取高品質定制醫療解決方案的便捷渠道。截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度以及截至2023年6月30日止六個月，我們分別為677家、1,459家、2,257家及1,530家醫療健康機構（其中大部分是民營醫療健康機構）提供流量優化服務。於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6

---

## 業 務

---

月30日止六個月，我們分別產生38.0百萬份、52.5百萬份、43.3百萬份、21.9百萬份及20.8百萬份流量優化服務訂單，每份訂單的收入介乎人民幣10.0元至人民幣250.0元。

### (a) 在線掛號

我們將合作醫療健康機構的掛號服務整合至我們的平台，使個人用戶可以輕鬆進行在線掛號。

準確識別個人用戶的醫療需求和客戶偏好，深入了解醫療健康機構的特點、資源和目標患者的能力是我們提供流量優化服務的堅實基礎。為此，我們的人工智能賦能算法利用對用戶資料的深度學習，迅速將用戶與合適的機構相匹配。例如，我們向尋求特定醫療服務的個人用戶推薦提供專科服務的機構，並根據距離、機構等級和用戶評級等因素對結果進行排序。該方法不僅優化了醫療健康機構的流量，還提高了醫療資源的利用率。

儘管我們同時為公立和民營醫療機構提供流量優化服務，但我們僅根據通過我們平台預約並完成的線下就診按照訂單向民營機構收取固定佣金。相比之下，我們一般不向公立機構收取任何佣金。相反，我們利用該等公立機構產生的大量用戶流量，極大地增加了我們平台的用戶基礎。該戰略方法在我們平台的成功中發揮關鍵作用。基於我們的平台整合了廣泛的醫療資源，我們錄得了大量的在線掛號訂單。

### (b) 消費醫療套餐

隨著人們的健康意識日益增強，消費醫療服務獲得客戶的極大關注和需求。然而，消費醫療提供商與潛在消費者之間的信息差距對該等提供商的獲客帶來挑戰。為了解決該行業問題，我們利用自身平台的流量優勢，幫助醫療健康機構促進消費醫療套餐的銷售。我們通過提供嚴肅醫療服務與個人用戶建立信任基礎，從而擁有向其介紹精心挑選的醫療健康機構消費醫療套餐的有利優勢。

---

## 業 務

---

我們平台上的消費醫療套餐主要包括公共和民營機構提供的體檢、眼科服務和牙科服務套餐。為了有效推廣該等套餐，我們在平台的顯著位置戰略性地設置了體檢板塊，方便用戶訪問。用戶可以瀏覽服務套餐的詳細信息、閱讀其他用戶的評論、預約掛號和購買套餐。

此外，對於所有開通160雲醫院的醫療健康機構，我們還為其提供專門的消費醫療套餐管理模塊。利用該模塊，醫療健康機構可以創建、修改和管理其在160雲醫院上提供的服務套餐，並對其銷售情況進行可視化監控。請參閱「一平台管理解決方案－(b)160雲醫院」。

我們採用每次銷售成本定價模式，主要按照在我們平台上購買並在線下完成的消費醫療套餐合約金額的預定百分比，向醫療健康機構收取費用。

- **醫藥商城服務**

憑藉我們良好的品牌知名度和龐大的用戶群，我們的醫藥商城服務為第三方商戶提供了銷售一系列醫藥健康用品的渠道。於業績紀錄期，累計合共673家第三方商戶在我們的醫藥商城上運營。我們醫藥商城服務的總GMV於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6月30日止六個月分別達人民幣0.3百萬元、人民幣1.1百萬元、人民幣30.1百萬元、人民幣8.6百萬元及人民幣16.6百萬元。2021年至2022年醫藥商城服務的總GMV大幅上漲乃主要由於自2022年起加大我們平台上該等服務的營銷工作力度。該等努力包括(i)提高該等服務在我們平台的高流量服務界面的曝光度，尤其是通過設立一個在我們應用程序主頁顯著展示的專欄，顯著提高用戶參與及提高銷售額；及(ii)分配額外營銷資源，將我們的覆蓋範圍擴大至更多第三方商戶，有效吸引彼等使用我們的平台。

我們的醫藥商城服務不僅通過擴大產品選擇範圍促進了用戶群的增長，亦提高了第三方商戶的品牌知名度。我們旨在為我們線上平台上的所有購買者提供始終如一的高質量用戶體驗，無論其選擇何種產品。為此，我們對第三方商戶實施嚴格的甄選程序，確保其擁有開展業務所需的所有執照和證書，保證其產品的

---

## 業 務

---

真實性和可靠性。此外，我們還持續監控其運營情況，包括銷售業績、客戶服務和用戶滿意度，以保持所提供產品和服務的質量。

一旦第三方商戶加入我們的線上平台，我們將處理所有訂單的交易處理和賬單服務，而第三方商戶則負責存貨管理、訂單執行和配送。作為使用我們平台的費用，我們會按其銷售額的預先約定比例向第三方商戶收取佣金。由於我們是第三方商戶的代理，我們按淨額將佣金確認為收入。

### 在線廣告解決方案

我們為醫療健康機構提供一系列在線廣告解決方案，以加強其品牌推廣，促進增長和參與度。通過我們的平台，該等機構可以利用多渠道和高度針對性的廣告方案，接觸到其所需受眾。我們在健康160手機應用程序中提供的各種在線廣告選項主要包括：

- (a) *開屏廣告*。該等廣告是全屏插頁廣告，顯示時間為5秒鐘，在啟動我們的應用程序後立即出現，給用戶留下深刻的初步印象並鼓勵用戶參與。
- (b) *橫幅廣告*。該等廣告是矩形圖片，佔據我們應用程序佈局中的指定位置，位於設備屏幕的中心。
- (c) *彈出式廣告*。該等廣告會在用戶與應用程序互動時隨機出現在新窗口或「彈出窗口」中。我們的彈出式廣告支持動態圖像顯示，可出現在移動應用程序或微信小程序的主頁、訂購後頁面和註冊後頁面。
- (d) *標題搜索廣告*。該等廣告包括搜索結果頁面中排名靠前的搜索關鍵詞和搜索發現部分，位於主頁搜索欄頂部和搜索頁面中間部分的顯著位置，為搜索流量提供主要入口。

除了該等廣告位，我們亦提供關鍵詞排名推廣服務，針對機構或醫生選擇的關鍵詞在搜索結果中優先顯示相關機構或醫生，實現精準的廣告定位。此外，我們應用程序的推送通知服務可讓機構或醫生向特定受眾發送有針對性的廣告信息，最大限度地擴大推廣效果。

## 業 務

下圖說明在我們健康160手機應用程式中展示廣告的若干示例：



我們提供靈活的定價機制，以滿足醫療健康機構的不同需求。其既可以選擇展示廣告的固定廣告費，亦可選擇基於效果收取的佣金。於業績紀錄期，我們主要通過收取固定廣告費從在線廣告解決方案中獲得收入。於2020年、2021年及2022年以及截至2023年6月30日止六個月，我們分別向130家、162家、183家及140家醫療健康機構提供在線廣告解決方案。

### 數字醫院解決方案

我們利用先進的技術基礎設施及能力，為醫療健康機構提供量身定制的數字醫院解決方案。我們的產品包括三個專有的醫院管理系統：藍蜻蜓傳染病實時監控系統、藍蜻蜓醫院感染實時監控系統及醫院全流程系統。

我們的藍蜻蜓傳染病實時監控系統及藍蜻蜓醫院感染實時監控系統旨在優化院內疾病預防及管理，從而加強傳染病控制。通過利用該等系統，醫療健康機構可以有效地監測和控制疾病的傳播，及時採取干預措施，為患者提供高質量的護理服務。

---

## 業 務

---

相比之下，我們的醫院全流程系統則促進了院內信息系統的建設及完善，旨在改善患者護理並簡化醫院運營。升級或新推出的院內信息系統可促進流暢溝通，無縫獲取醫療信息，從而提升患者的整體就醫體驗。

我們的數字醫院解決方案賦能醫療健康機構實現數字化轉型，提高運營效率，為患者提供高質量的醫療健康服務。我們精心設計的系統成功激發了醫療健康機構的訂購興趣，我們數字醫院解決方案服務的醫療健康機構數量越來越多即為證明。具體而言，於2020年、2021年及2022年以及截至2023年6月30日止六個月，分別有330家、621家、678家及684家醫療健康機構使用我們的數字醫院解決方案。

- **藍蜻蜓傳染病實時監控系統**

中國為防治傳染病採取重要措施，建立了國家疾病報告系統。然而，一些基層醫療衛生機構的內部傳染病報告仍依賴於手工報告，這可能導致漏報、延誤和不準確等問題。為了彌補這一數字化差距，提高基層醫療衛生機構傳染病網絡化報告水平，我們自主研發了藍蜻蜓傳染病實時監控系統（「傳染病監控系統」）。我們的傳染病監控系統主要關注相關政府部門界定的傳染病以及患者就診的醫療健康機構發現的國家或地區級公共衛生事件的檢測、報警、報告和驗證。該系統乃根據國家疾病防控、傳染病報告以及公共衛生事件和流行病監測的政府政策設計。

我們的傳染病監控系統經過精心設計，具有數據檢索、整合及傳染病報告以及數據統計、分析和警報等模塊和功能。其可與醫院信息系統(HIS)等醫院現有的數字系統無縫集成，實現患者數據和醫院基礎數據的自動加載。該系統還集成了各種報告模塊，以確保在不同情況下符合傳染病報告的監管和內部要求。

醫療健康機構以及疾病防控部門可利用該系統分析病人診斷信息、檢驗結果和病例信息，以確定任何潛在的傳染病。此外，一旦發現任何傳染病，系統會自動向醫院相關責任部門發出警報，以便進行疾病報告、預防和控制。

---

## 業 務

---

通過傳染病監控系統，基層醫療衛生機構可以及時、準確、有效地報告傳染病爆發。這不僅有助於有效預防和控制傳染病，亦有助於國家整體公共衛生工作的開展。

總體而言，傳染病監控系統的售價介乎人民幣100,000元至人民幣300,000元，取決於系統滿足醫療健康機構特定需求而融入的不同特點。

- **藍蜻蜓醫院感染實時監控系統**

憑藉對行業的廣泛洞察，我們發現了傳統醫院感染監控系統的不足。該等系統在分析數據時往往沒有一線醫護人員的參與，從而導致院內感染率升高。為應對該挑戰，我們開發了藍蜻蜓醫院感染實時監控系統（「醫院感染監控系統」）。該系統的設計符合政府旨在提高國家醫療品質、促進公立醫院品質提升的政策。

我們的醫院感染監控系統是專為醫院感染實時監控而設計的解決方案，旨在解決醫院感染防控面臨的實際挑戰。該系統高度重視院內感染的實時監控，包括醫院感染率、多重抗藥性細菌檢測等方面。其主要功能還包括發出警告、管理病例以及報告醫院感染相關事件。該系統主要在醫院感染控制部門和臨床醫生之中使用。該系統採用三步法加強感染控制：(i)利用先進算法自動檢測醫院感染疑似病例；(ii)協助診斷醫院感染，簡化診斷流程，提高感染識別的準確性；及(iii)支持臨床干預，賦能醫務人員根據醫院感染的風險分析和指標實施有針對性的臨床干預。

通過讓一線醫護人員參與感染監控過程，我們的醫院感染監控系統可用於降低醫院感染率，改善患者的整體安全和護理。

總體而言，醫院感染實時監控系統的售價介乎人民幣130,000元至人民幣300,000元，取決於系統滿足醫療健康機構特定需求而融入的不同特點。



---

## 業 務

---

- **醫院全流程系統**

我們的醫院全流程系統提供全面的功能及服務，涵蓋並整合整個院內探視流程，從而促進醫療健康機構的數字化管理。該系統是醫院信息系統(HIS)的基石。對於已經配備院內探視管理系統的機構，我們的醫院全流程系統可以幫助其升級和增強現有系統。對於尚未採用此類系統的機構，我們的系統可提供量身定制的服務，以構建個性化的院內探視管理系統。

從診前、診中到治療後，該系統可為醫療健康機構及其患者提供無縫、高效的流程。診前模塊包括門診排班管理、掛號分配、預約掛號、多渠道預約、在線排隊等多種功能。該等功能使患者能夠輕鬆安排和管理自己的掛號，提升患者就醫體驗。在診中模塊，我們的系統提供便捷的移動支付選項和掛號查詢。該系統還可以自動生成掛號統計報告，簡化診斷流程，促進高效的診斷管理。在治療後，我們的系統提供一系列服務，包括化驗和檢查結果查詢、住院費用管理、個人掛號和就診管理、滿意度調查和健康信息訪問，幫助提供更好的患者關懷和支持。

在協助醫療健康機構打造端到端院內就診管理系統的過程中，我們還提供一系列運營服務，包括基礎運營、線上運營、線下運營、大數據分析和營銷活動。我們的運營支持從設立微信官方賬號、微網站，到軟文推廣、新聞發佈等，涵蓋多種多樣的服務項目。

利用我們的醫院全流程系統，我們邀請所有完成其院內就診管理系統建設或升級的醫院連接到**健康160**平台。該連接使彼等能夠利用我們平台的流量，提升其品牌知名度和整體業務表現。於業績紀錄期，購買我們醫院全流程系統的所有醫院已連接我們**健康160**平台。

### **在線健康服務**

我們的目標是創建一個全面的健康網絡，將個人用戶與大量線上及線下健康資源連接起來。為此，我們透過我們的平台為個人用戶提供便捷的各種在線健康服務。我們的在線健康服務主要包括在線諮詢和問診，其為我們閉環商業模式的重要組成部分及可滿足個人用戶的不同需求。

---

## 業 務

---

我們的在線諮詢和問診服務涵蓋廣譜病症，尤其側重於常見病及若干慢性病。我們的在線諮詢和問診服務由我們平台上的註冊醫生透過我們運營的多個門戶網站（包括健康160手機應用程序、健康160官網、微信公眾號及微信小程序）提供。

我們提供三種主要類型的在線諮詢和問診，包括快速諮詢、圖像文本諮詢以及電話和視頻諮詢。快速諮詢選項可根據患者的症狀描述及所選的諮詢費用為其快速匹配合適的醫生，絕大部分訂單可在10分鐘內收到回復。對於圖像文本諮詢，患者可上傳相關圖像並描述症狀及疑問，在2小時內收到指定醫生的反饋。此外，亦提供電話和視頻諮詢，患者可於指定時間段內與指定醫生直接交流。會診時間由醫生決定，醫生有權自行設定最短會診時間。

為滿足高級諮詢的需求，我們亦提供私人醫生服務。該等服務為患者提供專屬的個性化線上及線下醫療諮詢，包括專業診斷、治療建議及長期健康管理。

我們的社會責任承諾體現在邀請與我們合作的醫療健康機構及專科協會的附屬醫生在有償諮詢間隙的閒置時間，在我們的平台上提供義診服務。該舉措旨在讓更多有需要的人受益，提升參與醫生的專業形象。於業績紀錄期，我們已在我們的平台上促成1.2百萬份義診服務訂單。

我們平台上的醫生可參閱我們平台提供的價格範圍，根據具有類似背景及經驗的其他醫生的收費標準，自行決定彼等的診費。我們根據透過我們平台接受在線健康服務的個人用戶支付的服務費，按預先商定的百分比向註冊醫生收取佣金。請參閱「財務資料－關鍵會計政策及估計－收入確認－數字醫療健康解決方案－在線健康服務」。

我們致力於為個人用戶提供高性價比的在線健康服務。於業績紀錄期，我們在線諮詢和問診服務的價格介於人民幣79元至人民幣101元，我們私人醫生服務的價格介於人民幣112元至人民幣149元，根據不同的諮詢類型和醫生而不同。於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6月30日止六個月，我們分別處理了1.3百萬份、1.2百萬份、1.4百萬份、0.6百萬份及0.9百萬份在線健康服務訂單。

## 業 務

### 其他

於業績紀錄期，我們在較小程度上向客戶提供了若干臨時增值服務（如系統開發技術服務及個人會員服務）。除個人會員服務以外，該等服務屬非經常性，主要為了於實施我們其他解決方案的同時滿足客戶的特定需求。

### 醫藥健康用品銷售

我們的醫藥健康用品銷售是我們閉環數字醫療健康服務不可分割的一部分。我們按照零售及醫藥批發相結合的模式銷售醫藥健康用品。在零售模式下，在我們平台上銷售醫藥健康用品與我們的在線健康服務相輔相成，為個人用戶提供了全面的閉環服務體驗。這種和諧的整合產生了強大的協同效應，鞏固了我們醫療健康服務生態系統的穩健性。此外，我們的批發模式擴大及加強了我們的供應鏈，從而擴大了我們與上游供應商的議價優勢。該策略使我們的收入來源多樣化，鞏固了我們的市場競爭地位。

下表載列我們按銷售渠道於所示年度／期間自醫藥健康用品銷售所得收益明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
批發模式.....	69,535	44.8%	178,335	67.7%	303,951	79.0%	114,377	67.3%	169,157	91.2%
零售模式.....	85,545	55.2%	85,246	32.3%	80,767	21.0%	55,671	32.7%	16,394	8.8%
總計 .....	<u>155,080</u>	<u>100.0%</u>	<u>263,581</u>	<u>100.0%</u>	<u>384,718</u>	<u>100.0%</u>	<u>170,048</u>	<u>100.0%</u>	<u>185,551</u>	<u>100.0%</u>

### 零售模式

在我們的零售模式下，我們從供應商處採購各種醫藥健康用品，隨後通過我們的零售渠道銷售給個人用戶。我們的零售模式透過線上渠道組合運營，包括我們平台上的線上零售藥店及第三方電子商務平台上的網店。通過利用我們平台及該等第三方平台產生的大量在線流量，我們可吸引更多的個人用戶，從而提高我們零售業務的銷售業績。

## 業 務

通過為個人用戶提供的多元化及以客戶為中心的服務，於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6月30日止六個月，我們通過零售模式分別處理了377.3千份、267.9千份、307.3千份、153.5千份及7.6千份訂單。截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度以及截至2022年及2023年6月30日止六個月，我們從醫藥健康用品零售銷售獲得的收入分別為人民幣85.5百萬元、人民幣85.2百萬元、人民幣80.8百萬元、人民幣55.7百萬元及人民幣16.4百萬元，分別佔同期總收入的30.7%、20.2%、15.4%、24.0%及6.1%。2023年上半年，我們的零售模式收入大幅減少，這主要是因為法律訴訟帶來的暫時性不利影響。詳情請參閱「財務資料－匯總損益及其他全面收益表主要項目描述－收入－醫藥健康用品銷售」。

我們的主要零售平台160藥店通過各種線上門戶網站運營，包括就健康160手機應用程序、健康160微信公眾號、健康160微信小程序及第三方電商平台運營的網店。以下為我們健康160手機應用程序上的線上藥店的示例：



為更好地了解個人用戶不斷變化的需求，我們對歷史銷售記錄、行業趨勢、受歡迎產品、市場供應及醫生建議進行深入分析。於業績紀錄期，我們銷售了廣泛的醫藥健康用品。於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6月30日止六個月，我們銷售的SKU數量分別為8,351個、5,290個、3,913個、3,301個及1,506個。於整個業績紀錄期，我們零售模式下的產品SKU數量有所減少，其主要由於我們對選品進行

---

## 業 務

---

了戰略性調整。我們已調整我們的產品選擇策略，以重點關注用途廣泛、廣受歡迎及歷史銷售業績良好的產品。於業績紀錄期，我們的主要產品包括：

- **醫藥產品**。我們提供全面的常見非處方藥（包括止咳藥、感冒藥、抗過敏藥、止痛藥）以及處方藥。
- **醫療用品及設備**。我們銷售種類繁多的通用醫療用品及設備，如隱形眼鏡、成人用品、計劃生育用品以及用於家庭保健、術後護理及健康監測的各種醫療設備。
- **保健及健康產品**。我們提供種類繁多的保健產品，包括膳食補充劑、免疫增強劑、針對特定健康需求的補充劑、草藥及順勢療法產品，以及中藥和傳統保健品等傳統中醫保健產品。

我們對新產品的引進實施明確的流程。供應商提交樣品及相關資料供品類經理審查，以確保符合藥品經營質量管理規範的要求。一旦獲批，產品將由採購部經理及部門主管進行進一步評估，隨後獲得我們的最終批准。質量控制部門為相關產品分配產品代碼，於審批流程完成後，我們的運營團隊開始營銷。

除產品銷售外，我們亦與第三方藥店、診所或藥品供應商合作，提供處方服務及中藥煎煮服務。

就處方服務而言，我們接受持證醫療服務提供者開具的處方，並與第三方互聯網醫院服務提供者（「**合作互聯網醫院**」）合作提供線上續方服務。在我們的平台上尋求處方藥的用戶提交必要資料，以便開具或驗證處方。電子處方開具或驗證完成後，我們會在平台上為用戶提供處方藥購買選項。根據我們與合作互聯網醫院簽訂的合作協議，合作互聯網醫院對因誤診而導致的錯誤電子處方引起的任何糾紛承擔全部責任。

於選擇供應商時，我們會考慮其資質、品牌聲譽及可靠性。有關供應商選擇的詳情，請參閱「**一 供應商及採購**— 供應商管理及頂級供應商」。憑藉我們的品牌知名度，

---

## 業 務

---

我們已與知名製藥企業及保健產品供應商建立合作關係。我們已與465家醫藥公司建立合作關係，以有效滿足我們的採購需求。詳情請參閱「一 供應商及採購一 採購」。

在零售模式下，我們直接從庫存中銷售產品。於業績紀錄期，我們與第三方醫藥供應鏈公司合作，負責藥品倉儲及物流。第三方公司負責藥品儲存、出貨及運輸，且遵守藥品經營質量管理規範，以保證藥品質量。為有效管理庫存，我們使用基於雲的存貨管理系統，根據產品銷售、供應及價格波動、季節性、產品受歡迎程度及保質期，進行必要的調整。請參閱「一 存貨管理」。

### 批發模式

自2018年以來，我們一直向企業客戶提供醫藥健康用品批發服務，憑藉我們的採購能力，以商業上的合理條款及時從製藥企業及醫療健康供應商處及時獲得該等產品。我們的醫藥健康用品批發主要服務於企業客戶，包括地區性的醫藥貿易公司、醫療健康機構和其他醫藥銷售平台。

於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6月30日止六個月，我們的批發模式下分別收到465份、1,880份、1,730份、489份及1,437份的採購訂單。醫藥健康用品批發業務帶來的收入在我們的總收入中佔有很大比重。截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度以及截至2022年及2023年6月30日止六個月，我們通過批發模式產生的收入分別為人民幣69.5百萬元、人民幣178.3百萬元、人民幣304.0百萬元、人民幣114.4百萬元及人民幣169.2百萬元，分別佔同期總收入的24.9%、42.2%、57.8%、49.3%及63.0%。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們的所有企業客戶均為獨立第三方。

我們的批發模式在強化我們的供應鏈及振興生態系統方面發揮至關重要的作用。我們管理供應鏈的各個階段，包括採購、訂單處理及向企業客戶出貨。我們的主要優勢之一為能夠根據下游需求做出採購決策，同時保持嚴格的質量控制。我們於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6月30日止六個月分別採購及銷售約3,525個SKU、1,769個SKU、1,546個SKU、878個SKU及1,490個SKU。與我們的零售模式類似，批發模式下銷售的產品SKU數量於業績紀錄期有所波動，主要是由於我們產品選擇的戰略性調整，旨在集中提供具有廣泛用途、受歡迎及強勁歷史銷售表現的產品。

---

## 業 務

---

在批發模式下，我們從製藥企業、分銷商及供應商處採購各種產品，然後透過線上及線下渠道銷售給企業客戶。我們的批發業務大部分透過線下渠道進行，小部分透過第三方平台進行。於業績紀錄期，線上及線下銷售渠道的主要產品類型及客戶概況保持一致。

為保持一致，與零售模式下的做法相同，我們會聘請同一家第三方藥品供應鏈公司，為我們的藥品批發提供倉儲及物流服務。這使得我們的產品於整個供應鏈中均能得到及時、優質及靈活的處理。

我們與企業客戶之間屬買賣關係，而並非委託代理關係。該等企業客戶根據其需求從我們這裡採購醫藥健康用品。我們不會為該等企業客戶設定任何強制性的銷售目標或最低採購承諾。因此，我們批發模式的收入於扣除折扣及退貨補貼後按毛額確認，並於產品交付時確認收入，此時產品的風險及所有權轉移給我們的客戶。我們一般不會與該等企業客戶訂立長期採購協議。相反，我們通常與企業客戶就每批採購訂立一次性採購協議。採購協議包括以下主要條款：

- **定價。**我們的產品定價以現行市場價格為基礎，及企業客戶根據該等協議設定的轉售價格不受限制。
- **交貨。**我們將產品運送到企業客戶指定的地點，併購買保險以應對運輸過程中的任何風險。
- **轉移產品風險。**與產品相關的風險在企業客戶驗收時轉移予彼等。
- **付款及信貸期。**我們的付款安排一般包括現金支付、月結、貨到付款及預付款。此外，我們亦為若干企業客戶提供信貸期，一般為30至45天。
- **產品退換。**根據我們的標準產品退貨政策，除非出現質量問題或產品於運輸過程中損壞，否則企業客戶一般不得退換醫藥健康用品。

除一次性採購協議外，我們有時亦與若干企業客戶簽訂為期一年的框架協議。該等框架協議概述了一般合作原則，於該等原則範圍內，每批採購的具體條款於上述單個採購協議中單獨商定。

---

## 業 務

---

我們不採用分銷業務模式，我們的企業客戶也不是我們的分銷商、特許經營商或收貨人，此乃由於：(i)我們與企業客戶沒有任何分銷安排或獨家關係；(ii)我們不依賴企業客戶分銷我們的產品，亦不指望彼等代表我們轉售產品；(iii)企業客戶在沒有我們參與的情況下，獨立從事貿易及銷售，費用自理；(iv)我們不對轉售區域施加任何限制，也不對後續銷售提出任何要求，如最低價格、銷售金額、目標或最終用戶；(v)除瑕疵品或損壞的產品包裝外，我們不接受產品退貨；及(vi)我們不向企業客戶提供回購選擇，亦不控制彼等的存貨管理。根據弗若斯特沙利文資料，我們與企業客戶的業務安排與中國健康產品分銷市場上其他批發服務提供者普遍採用的銷售模式一致。因此，董事認為：(i)本集團並不採用HKEX-GL-36-12指引信中規定的分銷商業務模式；及(ii)根據指引信，我們的企業客戶不太可能被視為分銷商。

此外，鑒於(i)我們並無在採購協議中規定最低銷售額或強制銷售目標，(ii)除非收貨時出現損壞或瑕疵，否則我們的產品一般不得退貨或換貨，而我們於業績紀錄期及截至最後實際可行日期並無遇到任何企業客戶嚴重退貨或換貨的情況；及(iii)於業績紀錄期，我們應收企業客戶的大部分未償還應收貿易賬款均在三個月內，且我們的應收貿易款項的週轉天數並無重大波動，兩者均顯示我們的企業客戶擁有穩定的結算模式；鑒於我們與企業客戶的現有業務安排，董事認為我們的批發模式所產生的渠道堵塞風險甚微。

### 我們的業務擴張

為促進業務增長及加強本地化客戶服務，我們戰略性地選擇在擁有豐富的優質醫療資源和不斷增長的醫療服務需求的地區設立業務中心。2023年8月，我們戰略性地在浙江省湖州市成立了子公司寧吉藥業，這標誌著我們業務擴張的重要里程碑。我們將逐步發展和增強寧吉藥業運營的服務和產品。我們預計寧吉藥業將成為我們的核心業務運營中心之一，顯著擴大我們的服務覆蓋範圍並加快我們的中國東部沿海地區的業務增長。

### 我們的健康160平台

我們於2010年推出數字醫療健康服務平台－*健康160平台*。我們最初推出官方網站的時間可以追溯至2005年，隨著時間推移，我們逐步將平台擴展至涵蓋移動應用程序、微信官方賬號及微信小程序。經過多年的不懈努力，根據弗若斯特沙利文資料，



---

## 業 務

---

2022年，按(i)2022年通過平台掛號的數量計算；(ii)截至2022年12月31日合作醫院數量計算，(iii)截至2022年12月31日合作的三級醫院數量計算；及(iv)截至2022年12月31日接入平台的醫護人員數量計算，我們的*健康160*平台成為中國數字醫療健康綜合服務行業最大的數字醫療健康服務平台。

我們的平台是連接整個醫療健康價值鏈中主要平台參與方並為其賦能的重要紐帶。對於個人用戶而言，其為連接彼等與線下醫療健康機構及醫護人員的渠道。該平台涵蓋診斷的整個過程，並將服務延伸至治療後的隨訪。我們的綜合醫療健康服務既包括治療疾病的嚴肅醫療，亦包括維護健康的多樣化消費醫療。

該平台提供各種功能模塊，包括在線掛號預約、諮詢和診斷、醫療健康內容、零售藥店及體檢。個人用戶可輕鬆查詢醫生空閒時間，預約線下諮詢、診斷或理療。於複診及診斷方面，我們將線下客戶吸引到我們的線上平台，包括手機應用、微信公眾號及微信小程序等，通過電話、視頻、文字、圖片等多種渠道為彼等提供線上複診及診斷。這種線下及在線健康服務的無縫銜接為我們的用戶創造了流暢便捷的體驗。於業績紀錄期，我們的註冊個人用戶群呈持續穩定的增長軌跡。截至2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年6月30日，我們平台的註冊個人用戶分別為27.2百萬名、37.1百萬名、43.3百萬名及44.9百萬名。於2020年、2021年及2022年以及2023年上半年，我們的平均月活躍用戶分別為2.3百萬名、3.9百萬名、3.3百萬名及3.0百萬名，這充分體現我們提供優質服務的承諾。此外，直至2023年6月30日，我們的平台已積累超過5.0百萬條用戶評論。

醫療健康機構及醫護人員分別通過*160雲醫院*及*160醫護移動應用程序*應用訪問我們的平台，該等門戶網站與*健康160*平台無縫連接並整合，使其能夠便捷地在我們的平台上提供在線健康服務。通過在該等門戶網站中嵌入我們精心設計的工具包，彼等可高效地提供服務、管理患者、發佈健康內容並提升品牌。有關我們*160雲醫院*的詳情，請參閱「我們的服務及產品－數字醫療健康解決方案－在線營銷解決方案－平台解決方案－平台管理解決方案－(b)160雲醫院」。截至2023年6月30日，我們已與超過14,000家醫院及超過16,000家基層醫療衛生機構合作。此外，截至同日，我們亦與中國超過720,000名醫護人員建立聯繫。

## 業 務

截至最後實際可行日期，我們以「健康160」的名義擁有並運營著各種線上平台，包括官方網站、移動應用程序、微信公眾號及微信小程序。下表列出了我們正在運營的在線醫療門戶網站的運營模式：

在線平台	目標用戶	平台性質	主要服務範圍及性質
健康160官網		專有官網	在線掛號線下診斷、線上診斷及諮詢、視頻和文章免費科普
健康160手機應用程序	個人用戶	專有官方應用程序	在線掛號線下診斷、線上診斷及諮詢、購買醫藥健康用品及通過視頻及文章免費科普
健康160微信公眾號		專有微信公眾號	
健康160微信小程序		專有微信小程序	
就醫通		我們平台定制的專有後台管理軟件	在線掛號管理、患者管理及機構信息及內容管理
160雲醫院	醫療健康機構	我們平台定制的專有先進後台管理軟件	在線掛號管理、科室及醫生管理、線上營銷活動安排以及通過視頻及文章免費科普
160醫護	醫護人員	專有官方應用程序	醫生註冊、線上諮詢、處方線上支付、患者管理以及通過文章免費科普
160商戶	第三方商戶	專有官方應用程序及網站	產品、訂單及運營資料管理

以下是我們選定的專有在線醫療門戶網站的示例：



健康160手機應用程序

健康160微信小程序

160醫護

160商戶

## 業 務

### 會員計劃

我們於2016年推出我們的會員計劃，以提高客戶黏性和忠誠度。我們通過會員計劃（包括普通會員計劃及高級會員計劃）為會員提供各種全面及個性化的增值服務。普通會員計劃對所有註冊個人用戶免費開放，提供在線掛號通知及個人健康檔案等基礎服務。我們的高級會員計劃又分為四個級別，即白銀級、鑽石級、尊享級及黑金級，各級別均提供不同的特權。高級會員的年費介乎人民幣188元至人民幣58,000元。於業績紀錄期，我們產生的會員費合計為人民幣0.9百萬元。

下面的健康160手機應用程序界面截圖闡釋了為黑金會員提供的會員特權服務或功能：



我們的高級會員可享受各種特權增值服務，其中包括：

- **體檢服務。**這包括個性化健康評估、定制化體檢方案、門診就診陪診及異常指標複查。
- **高端醫療服務。**我們的高級會員可享受專屬醫療服務，包括每年最多兩次的與知名專家的諮詢及面對面診斷。
- **會員特權。**我們為高級會員提供各種尊享特權，如專屬健康管家、專屬醫生諮詢、電子健康檔案、家庭藥箱、送藥服務及會員尊享折扣。

---

## 業 務

---

透過提供該等增值服務，我們有望提升高級會員的整體體驗，並滿足彼等的特定醫療健康需求。截至2023年6月30日，我們擁有約4.5百萬名會員，其中約0.1百萬名是高級會員。

### 平台參與方與業務之間的協同效應

我們的業務通過協同整合，形成了一個閉環的綜合業務模式。

我們促進平台參與方之間的協同作用，形成一個成功的循環，使醫療健康機構及個人用戶均能從中受益。我們為醫療健康機構提供的服務使我們能夠吸引更多個人用戶，從而與醫療健康機構開展更深層次的合作。我們提供綜合性數字醫院及在線營銷解決方案，以滿足彼等的數字轉型、服務提升及品牌推廣需求。這為我們與中國數千家知名醫療健康機構建立穩定的合作關係，並將其納入我們的平台奠定了堅實基礎。我們在服務醫療健康機構方面的專長使我們得以有效擴大用戶群。反之，用戶群的增長也吸引更多機構及高素質醫護人員與我們合作。這種廣泛的醫療資源覆蓋為我們向個人用戶提供一流的在線健康服務奠定了基礎，使彼等能夠獲得廣泛的醫療資源。可靠的服務所贏得的信任進一步加強了我們與機構的合作，並吸引了第三方商戶加入我們的平台。除醫療健康機構外，我們還積極探索與數字醫療健康綜合服務行業參與者的合作機會，以進一步鞏固我們的用戶群。值得注意的是，由於我們與於中國註冊成立的全球知名信息及通信技術基礎設施和智能終端供應商的戰略合作，預計我們的用戶群將大幅增加。請參閱「與一家全球領先的信息及通信技術基礎設施和智能終端供應商的合作」。通過協同整合的業務模式，我們為所有利益相關者創造了一個雙贏的局面，促進了可持續增長，並不斷提高我們的服務質量及範圍。

我們的數字醫療健康解決方案及醫藥健康用品銷售形成了一個自我強化的網絡。這既滿足了個人用戶的醫療健康需求，又滿足了合作機構的運營需求。在我們的數字醫療健康產品組合中，我們的在線營銷解決方案連同數字醫院解決方案有助於提升平台的醫療資源，進而增強在線健康服務的醫療資源。此外，我們的在線健康服務與醫藥健康用品銷售相輔相成，提供了交叉銷售的機會。購買產品的用戶為我們的在線健康服務帶來流量，而享受我們在線健康服務的患者則成為產品及消費醫療套餐的潛在買家。這種整合模式提供了無縫的用戶體驗，並帶動了銷售增長。此外，有經濟能力

---

## 業 務

---

的個人可以通過我們的平台獲得更高價值的醫療健康服務，從而提升彼等的體驗。這種良性循環提高了品牌知名度，降低了獲客成本，增加了購買頻率，鞏固了我們平台的成功。

### 與一家全球領先的信息與通信技術基礎設施和智能終端供應商的合作

2023年8月，我們與一家在中國註冊成立的全球領先的信息與通信技術基礎設施和智能終端供應商（「合作公司」）合作，達成了重要里程碑。我們與合作公司簽訂合作協議，將我們的健康160手機應用程序作為默認設置列入其開發的所有手機的服務網格中。在合作中，我們是醫療健康服務供應商，並且我們的服務已無縫集成至合作公司的專有系統中。我們與多個其他知名的生活方式服務提供商一道，共同在其專有系統中構建一套全面的服務，其中每項服務均配備專有的應用程序，整合核心功能以滿足用戶日常需求，打造創新、全方位的生活服務生態圈。

用戶可通過系統級入口使用健康160手機應用程序，如負一屏（最左側屏幕）、智能搜索欄、合作公司手機上的電子醫保卡包。通過該等途徑，用戶可以進行醫院搜索、預約掛號及查看檢查報告等操作。此外，用戶還可以與醫生進行諮詢，追蹤個人健康數據，真正地享受到就醫便利化，一切觸手可及。

根據合作公司的年度報告，截至2022年12月31日，配備其專有系統的智能終端數量已達330.0百萬台。鑒於合作公司在行業內的突出地位和重大影響力，我們獲得了一個絕佳機會，利用其智能終端在中國的廣泛用戶群，我們預計，這不僅會大幅增加我們平台的用戶流量，也將顯著提高我們的品牌知名度。我們與合作公司的合作鞏固了我們平台的地位，使在線流量大幅增加，並吸引廣泛的醫療健康機構加入我們的平台。該合作關係亦使我們的合作醫療健康機構大幅擴張，該等機構積極為獲得我們的服務付費，從而為我們的財務表現作出積極貢獻。展望未來，我們將深化與合作公司的合作關係，攜手探索各類場景及設備下全面醫療健康服務的更多新可能。

## 業 務

### 我們與醫療健康機構的合作

憑藉強大的品牌及多年的運營經驗，我們建立了全國性的醫療健康機構網絡。截至2023年6月30日，我們的網絡已連接30,037家醫療健康機構，其中包括14,014家醫院及16,023家基層醫療衛生機構，遍佈全國逾260個城市。下表按類別載列截至所示日期我們合作的醫療健康機構的數量。

	截至12月31日						截至6月30日	
	2020年		2021年		2022年		2023年	
	數量	%	數量	%	數量	%	數量	%
<b>醫院</b>								
公立醫院.....	9,419	51.9%	10,389	37.8%	10,633	36.8%	10,680	35.6%
私立醫院.....	2,121	11.7%	2,843	10.3%	3,195	11.1%	3,334	11.1%
基層醫療衛生機構.....	6,591	36.4%	14,257	51.9%	15,034	52.1%	16,023	53.3%
<b>總計</b> .....	<b>18,131</b>	<b>100.0%</b>	<b>27,489</b>	<b>100.0%</b>	<b>28,862</b>	<b>100.0%</b>	<b>30,037</b>	<b>100.0%</b>

我們主要與三級及二級醫院以及優質基層醫療衛生機構合作。截至2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年6月30日，我們已分別連接2,856家、3,155家、3,265家及3,295家三級醫院。

在新地區探索醫療資源時，我們的戰略方針是優先與知名的三級公立醫院及其醫護人員建立聯繫。通過與該等機構合作，我們可利用其廣泛的患者基礎，產生巨大的用戶流量，並為我們的平台吸引各類個人用戶。利用該龐大的用戶群，我們隨後吸引更多本地醫療健康機構及醫護人員與我們合作。隨著我們網絡的發展，我們逐步將覆蓋範圍擴大到該地區更多的公立醫療健康機構。

此外，我們與精選的優質私立醫療健康機構合作。於選擇過程中，我們會對該等機構的資質、背景、過往業績、聲譽及設施進行細緻評估。我們亦要求彼等提交醫療廣告審查證書及樣品以供審查。

我們通常與醫療健康機構簽訂合作協議。我們與該等機構合作的主要條款包括以下內容：

- **期限及終止**：協議期限一般為一年，經雙方同意可續簽。任何一方在事先通知另一方或另一方違約且未及時糾正的情況下，均可終止本協議。

---

## 業 務

---

- **合作：**我們為醫療健康機構提供數字醫院解決方案或在線營銷解決方案。於該等情況下，醫療健康機構授權我們使用其文章、圖片及視頻進行品牌推广。
- **投訴處理機制：**如發生與本平台上機構銷售產品相關的用戶投訴、索賠、舉報、處罰等問題，由相應機構就該等問題負責處理及賠償。倘上述問題給我們或我們的平台用戶造成任何損失，則相關機構將承擔賠償責任。
- **費用及結算：**對於我們的在線營銷解決方案，我們向機構收取平台訂購年費。此外，對於平台解決方案，我們會收取基於效果的佣金或預先商定的佣金，對於在線廣告解決方案，我們會收取固定廣告費或基於效果的廣告費。我們通常與機構按月結算付款。此外，機構亦需支付醫院管理系統許可的軟件費及系統維護的技術服務費。訂購費必須在簽訂合同後七天內結清，而軟件費將根據商定的里程碑結清。在某些情況下，機構可將若干金額存入其賬戶作為預付款，以簡化結算流程。

### 醫生管理

醫護人員，尤其是醫生，作為我們醫療健康服務生態系統的主要參與者，發揮著至關重要的作用。醫護人員的資質及專業知識對我們至關重要，直接促進我們的成功。在我們的平台上，我們將醫護人員分為兩類：註冊醫生及獨立醫生。

註冊醫生是指已在我們平台完成註冊的第三方醫生，通常通過簽訂合作協議完成註冊。彼等透過我們的平台提供在線諮詢和診療建議服務。相比之下，獨立醫生主要隸屬於我們的合作醫療健康機構。獨立醫生的資料由彼等各自的機構發佈在我們的平台上，僅供在線掛號。與註冊醫生不同，獨立醫生不與我們建立任何合同關係，亦不直接通過我們的平台提供在線諮詢和診療建議服務。

截至2023年6月30日，我們的平台已連接468.1千名醫生，其中包括40.8千名註冊醫生及427.3千名獨立醫生。

---

## 業 務

---

### 註冊醫生

在挑選新醫生時，我們會進行全面評估，考慮各種因素，包括彼等的資歷、職稱、專業及執業機構。我們亦認真進行資料核實及背景調查。根據相關法律法規，所有註冊醫生均必須持有有效的醫師資格證書。為確保無誤，我們會核實彼等的執業許可證及其他相關專業證書。願意在我們的平台上提供處方更新服務的註冊醫生必須按照相關法律法規的要求與我們完成多點執業註冊。

在中國，執業醫師須通過公共衛生部門授權的機構或組織對其專業技能、成就及職業道德進行的定期評估。在中國，醫生有三種資格及三個職級：(i)初級職稱為住院醫師，通常在主治醫師或上級的監督下處理初級工作，例如為病人準備病歷；(ii)中級職稱為主治醫師，彼等可監督住院醫師，並參與常規醫療流程、教學及研究；及(iii)高級職稱(a)副主任醫師，可督導主治醫師及住院醫師，領導特定領域的研究，通常負責複雜的醫療流程；及(b)主任醫師，在特定領域擁有最高水準的醫療專業知識，通常是臨床科室的負責人。

截至2023年6月30日，我們的註冊醫生包括8.4千名主任醫師、11.2千名副主任醫師、15.8千名主治醫師及5.4千名住院醫師。

我們對註冊醫生的資格註冊及許可記錄進行密切監控，以確保所有註冊醫生遵守適用的法律法規。具體而言，我們確保每位醫生的執業行為均在其各自的資質及執照範圍內。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並無發現任何與註冊醫生超執業範圍行醫有關的重大投訴或處罰。

我們依靠用戶評價機制來審查註冊醫生的服務品質。該機制從整體服務質量、治療效果及醫生態度等多個角度對註冊醫生的服務進行評估，評級從一星到五星不等。此外，用戶可選擇提供對醫生服務的書面評價。該等評級及評價將在我們平台上的醫生簡介頁面中展示。



---

## 業 務

---

我們與註冊醫生簽訂服務協議。我們與該等醫生簽訂的服務協議的主要條款如下：

- **醫生資格。**醫生必須持有在中國行醫所需的資格證書，如醫師資格證書。
- **醫生服務。**醫生可使用我們的160醫護應用程序提供醫療健康諮詢、預約掛號及管理患者。註冊醫生有責任確保其在我們平台上發佈的內容符合適用法律法規。
- **報酬。**扣除約定佣金後，個人用戶透過我們的平台支付的服務費將轉入醫生在平台上的賬戶，作為其報酬。醫生可隨時提取所賺收入。
- **患者投訴。**如發生因醫生服務引起的患者投訴，我們將促使患者和醫生雙方之間進行溝通，幫助維護雙方之間的信賴關係。倘因醫生服務不當產生糾紛，我們將協助責任醫生處理退款、賠償等事宜。
- **終止。**倘我們在核實過程中發現醫生提供的任何不準確或虛假資料，或醫生存在不當行為，我們可以終止服務協議，且不承擔任何責任。

於業績紀錄期，我們沒有依賴任何單一的註冊醫生。

### 與獨立醫生合作

除註冊醫生外，我們亦與醫療健康機構合作，與獨立醫生建立聯繫，為在線掛號服務增加醫護人員儲備。雖然這些獨立醫生並不在我們的平台上提供在線健康服務，但我們能夠利用與醫療健康機構的合作吸引更多用戶流量，並進而吸引該等醫療健康機構的醫生。經我們審核批准後，該等機構在我們的平台上發佈其醫生的資料，並為該等醫生提供的線下醫療服務的在線掛號提供便利。根據我們的合作協議，醫療健康機構有責任確保我們平台上發佈的獨立醫生資料的準確性及真實性。

---

## 業 務

---

### 技術及基礎設施

我們開發並構建我們的*健康160*平台，作為我們雲醫院平台的基礎技術及基礎設施。其由一整套功能模塊多樣的應用系統組成，通過各種線上渠道運行。請參閱「我們的健康160平台」。

透過我們採用的專有技術，我們能夠確保穩健的數據安全，並為平台內的所有平台參與方提供靈活的運營支持。該等先進技術促進醫療資源的無縫整合，有效結合了線上及線下醫療健康服務，最終提升了醫療健康服務的整體品質。我們在平台中成功開發及實施的一些關鍵專有技術包括：

- *開源掛號技術*：創新的開源式掛號系統，與主流流量平台無縫對接，滿足多種場景需求，提供實時和非同步的醫院掛號服務。在與醫療健康機構的掛號系統集成時，我們會考慮其界面的容量限制，包括進行加載測試。根據收集到的信息，我們為界面訪問設計精確的算法及策略。因此，我們能夠對平台用戶的掛號請求進行實時調度，包含緩存和排隊機制。這使我們能夠協調機構掛號系統訪問限制與平台上用戶的實時掛號需求。我們利用先進的算法和策略，保證為個人用戶提供流暢和實時的掛號體驗。此外，為了維護醫療資源分配和掛號管理的公平性，我們自主研發了「黃牛雲盾」產品。該產品利用先進的大數據、人工智能和規則引擎技術來識別和阻斷異常掛號活動。
- *人工智能驅動的搜索和推薦算法*：基於我們對行業的深刻洞察和開發的知識圖譜，我們在平台服務中部署了先進的搜索及推薦算法。該算法是根據我們收集的大量數據及整理的用戶資料精心設計。在用戶資料分析過程中，我們會考慮年齡、性別、歷史購買或點擊行為等變量，同時也會考慮醫療健康行業的獨特性。一旦完成數據收集和用戶資料分析流程，我們的算法主要是通過將用戶輸入的關鍵字和相關用戶標籤與我們的綜合知識庫進行比對，開始識別用戶意圖，從而建立相應的意圖標籤。在隨後的資源匹配階段，我們將意圖標籤與我們平台上的機構進行協調。利用我們對平台內醫療健康機構的深刻理解，我們會在考慮專科、地理位置和歷史業績

---

## 業 務

---

記錄等因素後分配加權分數，同時通過我們的行業專業知識和用戶輸入不斷改進算法模式。最終，在資源排名階段，我們的算法所評估的機構將按照相關性順序呈現給用戶，從而提升用戶體驗。

- *即時通訊技術*：我們先進的即時通訊技術可促進醫生、患者及其他平台用戶跨越多種角色及各種產品平台進行順暢的溝通。

## 研發

為與我們強大的創新文化保持一致，我們將大量資源用於研發工作，旨在提高我們的技術水平，創造新的解決方案來補充我們現有的解決方案，並為我們的客戶提供優質服務。有關我們研發實力的詳情，請參閱「— 我們的競爭優勢 — 強大的研發能力有助於提高付費客戶的轉化率，創造更多交叉銷售機會」。我們的專業研發團隊由高技能人才組成，彼等於數字管理平台、軟件開發及算法等多個領域擁有專業知識。截至2023年6月30日，我們的研發團隊由161名員工組成，佔員工總數的27.4%。

於業績紀錄期，我們的主要研發工作集中在推進和完善*健康160*平台，同時加強其訪問渠道，如健康160手機應用程序、*160*醫護應用程序及160商戶應用程序。具體而言，我們的主要研發領域包括數據中間件，側重點是人工智能驅動的搜索和推薦算法、消息處理技術和健康管理技術。請參閱「— 技術及基礎設施」。

於2020年、2021年及2022年以及截至2022年及2023年6月30日止六個月，我們的研發支出分別為人民幣26.9百萬元、人民幣42.4百萬元、人民幣54.1百萬元、人民幣24.5百萬元和人民幣21.1百萬元。在努力為客戶提供全面、功能豐富的服務的同時，我們對研發投資的承諾始終堅定不移。

---

## 業 務

---

### 資料私隱與保護

在提供醫療解決方案和產品時，我們會在事先徵得客戶同意的情況下，收集、存儲、使用、處理、傳輸、提供和披露客戶的個人資料，除非在適用的數據保護法律法規規定的特定情況範圍內。我們會在必要的範圍內進行數據處理，並遵守中國適用的數據保護法律法規。我們已採取措施確保該等資料的保密性及合規性。

為了保護客戶的私隱，我們對存儲的原始資料採用去標識化技術。這包括脫敏個人身份標識，如姓名、身份證號碼及電話號碼。通過對資料進行去標識化處理，我們可在遵守適用數據保護法律法規的同時，有效保護客戶的個人資料。此外，我們亦安裝防火牆，以防止網絡攻擊造成的資料丟失或未經授權的訪問。我們定期對資料存儲系統進行安全評估，以確保其完整性。我們根據員工的職級及工作職能嚴格控制資料查閱權限。我們的員工會接受有關保護個人資料的培訓，我們亦與員工簽訂保密協議，以防止不當使用或披露資料。該等措施表明，我們致力於維護客戶個人資料的安全與私隱。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們未發生任何重大的資料洩露或資料丟失，亦未因違反任何適用數據保護法律法規而遭到中國相關政府部門的重大罰款或行政處罰。

### 銷售及營銷

我們在不斷提高用戶滿意度方面做出了巨大努力，因為我們認為，用戶滿意度能夠帶來積極的口碑轉介，並提高我們數字醫療服務的變現程度。為實現該目標，我們致力於提高我們的品牌知名度，推廣新的和現有的解決方案及產品，加強與業務合作夥伴的關係，並增加我們平台的用戶流量。截至2023年6月30日，我們僱傭了100名銷售及營銷專業人員。

### 醫療資源終端銷售及營銷

我們積極參加大型貿易展會及行業活動，以加強我們於醫療行業的品牌影響力。此外，為推廣我們的160雲醫院，我們自2022年年底開始引入靈活的定價機制，將免費激活與基於效果的收費模式相結合。這種獨特的方式允許醫療健康機構免費激活160雲醫院，只有在透過我們的平台獲得訂單後才需支付佣金費用。這種創新的定價策

---

## 業 務

---

略收到積極的反響，亦是我們的服務不斷得到更多採用的推動力。此外，我們亦獲得多個地方政府的支持，整合當地醫療健康機構及醫護人員，推廣數字醫療健康綜合服務。此外，為應對因平台個人用戶數量不斷增長而不斷提高的對醫療資源的需求，我們不斷建立並擴大當地推廣團隊，致力於促進當地醫療資源的開發和支持。

### 個人用戶端的銷售及營銷

近年來，我們利用互聯網及新媒體平台主動發佈新聞稿，並透過社交媒體賬戶開展面向個人用戶的教育活動。這種做法有助於我們提高品牌知名度，推廣我們的服務及產品。此外，我們亦積極開展義診等公益活動，以提高品牌知名度並吸引潛在客戶。

此外，我們亦與提供數字醫院解決方案的醫療健康機構合作，使我們能夠在其場所及部門展示我們的標識。品牌知名度的提高不僅加強我們的影響力，亦有效地吸引線下個人用戶。為鼓勵口碑推廣，我們以代金券的形式獎勵現有客戶向熟人成功推薦我們的服務及產品。

### 客戶及客戶支持

#### 我們的客戶

不同業務線的客戶類型可能略有不同。於數字醫療健康解決方案方面，我們的客戶包括醫療健康機構、個人用戶及第三方商戶。於醫藥健康用品銷售方面，我們的客戶包括個人用戶、區域性醫藥貿易公司、醫療健康機構及其他醫藥銷售平台。於業績紀錄期，我們的所有客戶均位於中國。

我們通常向數字醫療健康解決方案客戶提供不超過90天的信貸期，具體期限視交易性質及客戶信貸記錄而定。相反，醫藥健康用品批發的銷售合約通常並無訂明信貸期。然而，企業客戶一般於一至三個月內結清付款。

於業績紀錄期，我們的五大客戶在不同期間存在顯著差異，這主要是因我們的醫藥健康用品批發模式的一次性性質所致。截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度以及截至2023年6月30日止六個月，我們來自前五大客戶的收入分別為人民幣51.4百萬元、人民幣164.4百萬元、人民幣217.2百萬元及人民幣113.7百萬元，分別佔同期

## 業 務

總收入的18.5%、39.0%、41.3%及42.3%。來自最大客戶的收入分別為人民幣23.1百萬元、人民幣71.7百萬元、人民幣86.4百萬元及人民幣25.0百萬元，分別佔同期總收入的8.3%、17.0%、16.4%及9.3%。下表載列我們於業績紀錄期五大客戶的詳情：

### 截至2023年6月30日止六個月

客戶	產品/ 服務性質	支付方式	收入  (人民幣千元)	佔總收入的 百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
客戶A.....	銷售醫藥健康用品	銀行轉賬	25,036	9.3	一家醫藥健康用品批發商和零售商，註冊資本為人民幣20.0百萬元，位於江西省宜春市	2023年
客戶B.....	銷售醫藥健康用品	銀行轉賬	23,705	8.8	一家主要提供醫療技術開發、技術諮詢和銷售一類醫療器械的製藥公司，註冊資本為人民幣3.0百萬元，位於廣東省深圳市	2022年

## 業 務

客戶	產品／ 服務性質	支付方式	收入  (人民幣千元)	佔總收入的 百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
客戶C.....	銷售醫藥健康用品	銀行轉賬	23,452	8.7	一家主要提供技術服務、開發、諮詢和許可的製藥技術公司，註冊資本為人民幣38.3百萬元，位於北京市順義區	2020年
客戶D.....	銷售醫藥健康用品	銀行轉賬	23,246	8.7	一家醫藥健康用品批發商，主要提供醫療器械和醫療器械互聯網信息服務，註冊資本為人民幣5.0百萬元，位於河北省石家莊市	2021年

## 業 務

客戶	產品／ 服務性質	支付方式	收入	佔總收入的 百分比	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
			(人民幣千元)	(%)		
客戶E . . . . .	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	18,295	6.8	一家藥品(包括中成藥和中藥材)批發商、零售商和製造商，註冊資本為人民幣25,506.6百萬元，位於北京市海澱區	2021年
總計 . . . . .			<u>113,734</u>	<u>42.3</u>		

附註：

(1) 業務關係開始年份指我們與客戶開始業務交易的初始年份。

### 截至2022年12月31日止年度

客戶	產品／ 服務性質	支付方式	收入	佔總收入的 百分比	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
			(人民幣千元)	(%)		
客戶F . . . . .	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	86,354	16.4	一家位於重慶的藥品和醫療器械批發商、零售商和製造商，註冊資本為人民幣193.0百萬元	2022年



## 業 務

客戶	產品／ 服務性質	支付方式	收入  (人民幣千元)	佔總收入的 百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
客戶B.....	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	38,586	7.3	一家主要提供醫療技術開發、技術諮詢和銷售一類醫療器械的製藥公司，註冊資本為人民幣3.0百萬元，位於廣東省深圳市	2022年
客戶G.....	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	32,132	6.1	一家醫藥健康用品批發商，註冊資本人民幣7.0百萬元，位於北京市大興區	2022年

## 業 務

客戶	產品／ 服務性質	支付方式	收入  (人民幣千元)	佔總收入的 百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
客戶D.....	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	32,027	6.1	一家醫藥健康用品批發商， 主要提供醫療器械和醫療 器械互聯網信息服務，註 冊資本為人民幣5.0百萬 元，位於河北省石家莊市	2021年
客戶H.....	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	28,126	5.4	一家主要提供中藥飲片、中 成藥和藥物製劑的製藥公 司，註冊資本為人民幣36.9 百萬元，位於河南省周口 市	2022年
總計 .....			<u>217,225</u>	<u>41.3</u>		

附註：

(1) 業務關係開始年份指我們與客戶開始業務交易的初始年份。

## 業 務

截至2021年12月31日止年度

客戶	產品/ 服務性質	支付方式	收入  (人民幣千元)	佔總收入的 百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
客戶I.....	銷售醫藥健康用品	銀行轉賬	71,723	17.0	一家主要從事互聯網商品銷售和藥品銷售的製藥公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於廣東省廣州市	2020年
客戶C.....	銷售醫藥健康用品	銀行轉賬	71,672	17.0	一家主要提供技術服務、開發、諮詢和許可的製藥技術公司，註冊資本為人民幣38.3百萬元，位於北京市順義區	2020年
客戶J.....	銷售醫藥健康用品	銀行轉賬	8,907	2.1	一家主要銷售藥品、醫療器械和食品的製藥公司，註冊資本為人民幣13.7百萬元，位於廣東省惠州市	2021年

## 業 務

客戶	產品／ 服務性質	支付方式	收入 <i>(人民幣千元)</i>	佔總收入的 百分比 <i>(%)</i>	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
客戶K.....	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	6,587	1.6	一家主要銷售中藥飲片、中 成藥和藥物製劑的製藥公 司，註冊資本為人民幣5.7 百萬元，位於河北省石家 莊市	2019年
客戶L.....	銷售數字醫療 健康解決方 案	銀行轉賬	5,524	1.3	一家主要提供管理諮詢、市 場營銷、品牌推廣和知識 產權代理的企業管理公 司，註冊資本為人民幣1.0 百萬元，位於廣東省深圳 市	2019年
總計 .....			<u>164,413</u>	<u>39.0</u>		

附註：

(1) 業務關係開始年份指我們與客戶開始業務交易的初始年份。

## 業 務

截至2020年12月31日止年度

客戶	產品／ 服務性質	支付方式	收入  (人民幣千元)	佔總收入的 百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
客戶M. . . . .	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	23,082	8.3	一家主要銷售商品、化妝品和衛生用品的醫藥保健公司，註冊資本為人民幣150.0百萬元，位於廣東省深圳市	2019年
客戶I. . . . .	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	11,098	4.0	一家主要從事互聯網商品銷售和藥品銷售的製藥公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於廣東省廣州市	2020年
客戶N. . . . .	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	9,762	3.5	一家主要提供一、二類醫療器械的醫療器械供應商，註冊資本為人民幣1.0百萬元，位於北京市豐台區	2018年

## 業 務

客戶	產品／ 服務性質	支付方式	收入 <small>(人民幣千元)</small>	佔總收入的 百分比 <small>(%)</small>	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
客戶O.....	銷售醫藥健康 用品	銀行轉賬	3,818	1.4	一家主要提供文具產品批發 和中藥材收購的製藥公 司，註冊資本為人民幣 30.0百萬元，位於廣東省 廣州市	2019年
客戶P.....	銷售數字醫療 健康解決方 案	銀行轉賬	3,670	1.3	一家經營多家眼科醫院和中 心的眼科醫療公司，註 冊資本為人民幣45.0百萬 元，位於廣東省深圳市	2014年
總計.....			<u>51,430</u>	<u>18.5</u>		

附註：

(1) 業務關係開始年份指我們與客戶開始業務交易的初始年份。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們的五大客戶均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，據董事所知本公司董事、彼等的聯繫人或擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東，概無於本公司任何五大客戶中擁有任何權益。

---

## 業 務

---

### 獲取及留住客戶

我們努力通過吸引新客戶來擴大我們的客戶群，同時亦優先考慮留住現有客戶並培養彼等忠誠度。為實現該目標，我們透過多種渠道採取各種策略來爭取客戶，並實施差異化方法來留住客戶。

為吸引個人用戶，我們通過各種線上門戶網站實現有機增長，並在合作的醫療健康機構策略性地展示線下資料。為進一步擴大我們的覆蓋範圍，我們於該等機構派駐現場客戶服務人員，並與第三方渠道建立戰略合作夥伴關係。為留住個人用戶，我們的主要重點是不斷提升用戶體驗。為此，我們在平台上實施了用戶獎勵制度，以鼓勵用戶參與。在該獎勵制度中，我們採用積分制，不同等級提供不同的積分累積速率。用戶只需登入我們的應用程序、完成日常任務以及在我們的平台上購買服務和產品即可賺取積分。這些積分可以兌換我們積分商城中提供的精選產品。在不斷努力留住客戶的過程中，我們不斷擴大平台的醫療資源，提供豐富的醫療知識內容，強化使用者獎勵制度，優化並迭代運算產品，最終目標是提升平台服務的整體質量。

在爭取醫療健康機構成為合作夥伴時，我們會通過專門的銷售代表進行積極主動的談判。為加強我們的影響力，我們亦於該等機構內分發宣傳海報及名片。我們堅信，注重提高服務質量將鼓勵現有合作機構主動推薦我們，從而加強我們的網絡並促進長期合作。為留住該等合作的醫療健康機構，我們致力於及時升級及迭代運算我們的產品與服務，增加平台流量，並不斷完善我們的客戶服務系統，以滿足彼等不斷變化的需求及期望。

### 我們的客戶支持

經過多年的不懈努力，我們已成功建立龐大的忠實客戶群，我們的首要任務為提供卓越的客戶體驗。為此，我們實施全面的用戶評論機制，以便收集寶貴意見，了解客戶期望。我們的評論機制無縫整合各種客戶互動渠道，包括平台的用戶評論系統、專門客戶服務熱線以及與客戶的後續訪談。值得關注的是，我們在所有服務門戶中（包

---

## 業 務

---

括健康160官網、健康160手機應用程序、微信公眾號及微信小程序)引入評分系統。客戶於使用我們的服務後，可對我們的服務質量、產品以及醫護人員的表現進行評分。我們鼓勵客戶提供詳細的書面意見及建議，以便進一步改進。

作為我們業務的一個固有方面，我們不時收到客戶投訴。該等投訴通常分為兩大類：(i)在線掛號相關問題，即客戶表示在與若干熱門醫療健康機構及醫護人員預約時遇到困難；及(ii)賬戶與功能相關問題，即客戶表示因錯過掛號而導致賬戶活動受到限制。

我們專門的客戶服務團隊負責處理所有客戶投訴。為確保高效、有效地解決問題，我們建立分級報告制度，並為員工提供嚴格的內部指導原則。接到投訴後，我們會立即將其上報給客戶服務團隊的負責人，彼等會努力爭取公平及時地解決問題。倘在我們的道歉及調解努力下，問題仍未得到解決，則會進一步上報給相關業務經理，以便採取適當行動。

我們保存所有客戶投訴的全面記錄，該等記錄是發現頻繁出現的問題及實施適當糾正措施的寶貴資源。通過充分討論，我們會積極解決任何頻繁出現的投訴，並制定適當的改進策略。我們的目標是不斷改進我們的服務質量，解決我們寶貴的客戶提出的任何問題。

### **產品退貨政策**

對於我們的軟件產品及服務，我們通常不提供退貨政策。相反，我們為軟件產品及服務提供維護與升級服務。鑒於醫療健康產品的特殊性，根據相關的法律法規，除非滿足特定條件(如送錯貨或發現瑕疵產品)，我們一般不允許客戶退換醫藥健康用品。然而，我們銷售的保健品或營養品屬於例外情況，對於未開封的保健品，我們為客戶提供7天無理由退換貨服務。於審核具體情況後，我們可能會考慮產品退貨申請。於業績紀錄期及截至最後實際可行日期，我們並無遇到任何重大的產品退貨或換貨情況。



---

## 業 務

---

### 供應商及採購

#### 採購

於業績紀錄期，我們向供應商採購醫藥健康用品、技術服務、運營服務及租賃服務。在該過程中，我們精通業務的採購部門發揮關鍵作用，彼等巧妙地選擇採購渠道，並談判達成有利條件。採購流程由申請部門發起，經部門領導批准後提交予採購部門。隨後，採購部門根據需求進行詢價，邀請多家供應商提供報價。在對報價進行綜合評估後，採購部門認真選擇合適的供應商，完成採購流程。

在與供應商接觸的過程中，我們採取一種戰略方法，充分利用市場傾向於買方的有利條件。在此期間，我們利用自身強大的議價能力，談判有利的採購條款。此外，我們亦與供應商保持定期溝通，制定戰略計劃並儲備庫存，以應對可能出現的短缺。通過該積極主動的方法，我們成功地降低採購成本，並確保穩定的供應鏈，即使在供應有限的時期亦能如此。

我們的所有醫藥健康用品及其他服務均於中國境內採購。我們與供應商訂立的供應協議條款因供應類型及我們與各供應商的關係而異。一般而言，我們會與供應商訂立年度採購協議，每次採購均會單獨下達採購訂單。付款方式通常為電匯。安排向我們的指定倉儲設施交貨的責任在於供應商。

我們通常有權對交貨驗收後確定為不符合我們標準或經產品檢驗報告支持認為有質量缺陷的若干供應品進行退換貨。於業績紀錄期及截至最後實際可行日期，我們並未遇到任何不符合我們標準的重大的退貨或換貨情況，亦沒有因供應品質量問題而遭受任何重大損失或損害。

#### 供應商管理及頂級供應商

我們的供應商主要包括(i)醫藥健康用品供應商；(ii)技術外包服務供應商；及(iii)網絡和IT基礎設施服務供應商。

我們根據嚴格標準及對遵守適用法律法規的堅定承諾，謹慎甄選供應商，確保採購品質。在與潛在供應商接觸時，我們會進行全面評估，充分考慮定價、產品／服務質量、技術、服務水平、市場影響力及售後支持等關鍵因素。

---

## 業 務

---

此外，我們對合作供應商的定期評估亦體現我們保持最高標準的決心。我們不斷評估供應商於品質、交貨效率、價格競爭力、服務可靠性及信用度等重要方面的表現。評估結果乃為對供應商進行評級及排序的依據，使我們能夠密切監控供應商的表現，並確定需要改進的地方。作為我們對透明度及問責制承諾的一部分，我們的採購管理部門持有一份經批准的供應商名單。該名單每年更新一次，其中包括表現優異並符合我們嚴格要求的供應商。

我們珍視與聲譽良好的供應商之間的牢固合作關係，同時亦以高標準要求我們的供應商。對於不符合我們嚴格標準的供應商將被立即從我們的認可供應商名單中剔除，以確保僅有合格可靠的供應商才能繼續成為我們重要網絡的一部分。

為確保供應的穩定性及一致性，我們通常從一家主要供應商採購各類供應品，並提供多個備選方案作為後備。於整個業績紀錄期及截至最後實際可行日期，我們在供應品交付方面未出現過重大短缺或延誤。

憑藉與供應商的牢固關係及增強的議價能力，我們醫藥健康用品供應商通常將信貸期延長一至三個月。同時，數字醫療健康解決方案的技術服務供應商提供予我們的信貸期通常不超過90天，視具體情況而定。

於整個業績紀錄期，我們各期的五大供應商名單大幅變動，主要是由於我們醫藥健康用品批發模式的一次性性質使然。於2020年、2021年及2022年以及截至2023年6月30日止六個月，我們的五大供應商合共分別佔總採購額的52.4%、67.1%、66.0%及62.8%。於2020年、2021年及2022年以及截至2023年6月30日止六個月，我們最大的供應商分別約佔我們採購總額的28.1%、27.2%、40.5%及14.4%。

## 業 務

下表載列我們於業績紀錄期五大供應商的詳情：

**截至2023年6月30日止六個月**

供應商	所採購的主要 產品／服務	支付方式	購買金額  (人民幣千元)	佔總購買額 的百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
供應商A . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	27,146	14.4	一家主要提供藥品和醫療器械批發的生物製藥公司，註冊資本為人民幣50.0百萬元，位於江蘇省揚州市	2023年
供應商B . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	24,820	13.1	一家主要生產食品、消毒劑和二類醫療器械的醫療健康公司，註冊資本為人民幣5.0百萬元，位於安徽省亳州市	2023年
供應商C . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	24,203	12.8	一家藥品(包括中成藥和中藥材)批發商、零售商和製造商，註冊資本為人民幣25,506.6百萬元，位於北京市海淀區	2021年

## 業 務

供應商	所採購的主要 產品／服務	支付方式	購買金額  (人民幣千元)	佔總購買額 的百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
供應商D . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	23,223	12.3	一家位於重慶市的生物製藥、化學原料和保健品批發商，註冊資本為人民幣5.0百萬元	2023年
供應商E . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	19,327	10.2	一家主要提供技術服務、開發、諮詢和許可的製藥技術公司，註冊資本為人民幣38.3百萬元，位於北京市順義區	2020年
總計 . . . . .			<u>118,719</u>	<u>62.8</u>		

附註：

(1) 業務關係開始年份指我們與供應商開始業務交易的初始年份。

## 業 務

截至2022年12月31日止年度

供應商	所採購的主要 產品／服務	支付方式	購買金額  (人民幣千元)	佔總購買額 的百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
供應商E . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	158,135	40.5	一家主要提供技術服務、開發、諮詢和許可的製藥技術公司，註冊資本為人民幣38.3百萬元，位於北京市順義區	2020年
供應商C . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	37,832	9.7	一家藥品(包括中成藥和中藥材)批發商、零售商和製造商，註冊資本為人民幣25,506.6百萬元，位於北京市海淀區	2021年
供應商F . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	27,964	7.2	一家生物製藥、化學原料、醫療器械和保健品批發商，註冊資本為人民幣79.0百萬元，位於湖南省長沙市	2022年

## 業 務

供應商	所採購的主要 產品／服務	支付方式	購買金額  (人民幣千元)	佔總購買額 的百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
供應商G...	醫藥健康用品	銀行轉賬	17,699	4.5	一家藥品和醫療器械批發商，註冊資本人民幣20.0百萬元，位於浙江省台州市	2022年
供應商H...	醫藥健康用品	銀行轉賬	15,988	4.1	一家主要提供藥品和三類醫療器械批發的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣1,000.0百萬元，位於安徽省阜陽市	2021年
總計 .....			<u>257,618</u>	<u>66.0</u>		

附註：

(1) 業務關係開始年份指我們與供應商開始業務交易的初始年份。

## 業 務

截至2021年12月31日止年度

供應商	所採購的主要 產品／服務	支付方式	購買金額  (人民幣千元)	佔總購買額 的百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
供應商I.....	醫藥健康用品	銀行轉賬	75,710	27.2	一家主要提供醫藥健康用品進出口和銷售代理服務的連鎖藥店公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於廣東省深圳市	2020年
供應商H....	醫藥健康用品	銀行轉賬	65,631	23.6	一家主要提供藥品和三類醫療器械批發的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣1,000.0百萬元，位於安徽省阜陽市	2021年
供應商J.....	醫藥健康用品	銀行轉賬	24,386	8.8	一家主要提供外科口罩和醫護人員防護設備批發的製藥公司，註冊資本為人民幣2,449.3百萬元，位於廣東省廣州市	2018年

## 業 務

供應商	所採購的主要 產品／服務	支付方式	購買金額  (人民幣千元)	佔總購買額 的百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
供應商K . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	12,001	4.3	一家醫藥健康用品批發商，註冊資本為人民幣1.0百萬元，位於廣東省汕頭市	2020年
供應商L . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	8,854	3.2	一家主要從事藥品研發和銷售的製藥公司，註冊資本為人民幣65.3百萬元，位於廣東省廣州市	2021年
總計 . . . . .			<u>186,582</u>	<u>67.1</u>		

附註：

(1) 業務關係開始年份指我們與供應商開始業務交易的初始年份。



## 業 務

### 截至2020年12月31日止年度

供應商	所採購的主要 產品／服務	支付方式	購買金額  (人民幣千元)	佔總購買額 的百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
供應商I.....	醫藥健康用品	銀行轉賬	45,808	28.1	一家主要提供醫藥健康用品進出口和銷售代理服務的連鎖藥店公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於廣東省深圳市	2020年
供應商J.....	醫藥健康用品	銀行轉賬	21,326	13.1	一家主要提供外科口罩和醫護人員防護設備批發的製藥公司，註冊資本為人民幣2,449.3百萬元，位於廣東省廣州市	2018年

## 業 務

供應商	所採購的主要 產品／服務	支付方式	購買金額  (人民幣千元)	佔總購買額 的百分比  (%)	背景	業務關係 開始年份 <sup>(1)</sup>
供應商K . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	12,048	7.4	一家醫藥健康用品批發商，註冊資本為人民幣1.0百萬元，位於廣東省汕頭市	2020年
供應商M . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	3,142	1.9	一家主要提供第三類醫療器械及第二類增值電信服務的醫療管理公司，註冊資本為人民幣14.0百萬元，位於浙江省杭州市	2020年
供應商N . . . .	醫藥健康用品	銀行轉賬	3,030	1.9	一家主要銷售第三類醫療器械並從事藥品批發及零售的製藥公司，註冊資本為人民幣30.0百萬元，位於廣東省深圳市	2020年
總計 . . . . .			<u>85,354</u>	<u>52.4</u>		

附註：

(1) 業務關係開始年份指我們與供應商開始業務交易的初始年份。

---

## 業 務

---

截至最後實際可行日期，董事、彼等聯繫人或（據我們的董事所知）擁有我們已發行股本5%以上的任何股東均未在我們的五大供應商中擁有任何權益。

### 質量控制

質量控制對我們的聲譽和成功至關重要。我們設有專職的品控人員負責實施和維護我們的質量控制措施。彼等亦對實時開發、運輸和存貨管理進行監控，以確保嚴格遵守適用的監管和行業標準。我們的品控人員與提供藥品倉儲和物流服務的第三方藥品供應鏈公司合作，努力保證原材料和產品庫存的質量。這包括在原材料和產品進入我們庫存之前對其進行徹底檢驗和檢查。

第三方藥品供應鏈公司負責準確記錄庫存詳情，確保原材料和產品的可追溯性。彼等負責管理庫存的定期儲存、維護和檢查，以及倉庫的整體維護。我們的專職品控人員對庫存進行定期檢查，確保庫存符合相關庫存項目所需的存儲和維護條件。

### 重疊客戶及供應商

由於醫藥健康用品銷售業務的性質，醫藥健康用品在產品銷售價值鏈上的各個市場參與者之間流通。因此，經考慮（其中包括）客戶需求、現行市場價格及供應情況等因素，我們不時向供應商採購若干產品，而這些供應商同時又為我們批發模式下購買其他醫藥健康用品的客戶。根據弗若斯特沙利文的資料，在健康用品行業，客戶與供應商關係重疊屬於行業慣例。於業績紀錄期，我們的客戶及供應商存在重疊，我們五大客戶中有五家同為我們的供應商，五大供應商中有六家同為我們的客戶（在此期間的不同時期，其中三家既是我們的五大客戶，亦是我們的五大供應商）（統稱為「**重疊客戶供應商**」）。該等重疊客戶供應商均涉及我們的醫藥健康用品批發業務。於業績紀錄期，我們與重疊客戶供應商之間的交易，其性質涉及購買或銷售醫藥健康用品，具體情況因當時的需求而異，導致該等交易的時間及購買和銷售產品的具體SKU存在差異。

## 業 務

下表載列我們於所示期間的重疊客戶供應商詳情，彼等為我們於業績紀錄期的五大客戶或供應商之一：

客戶／供應商	期間	收入 (人民幣千元)	佔總收入的 百分比	採購額 (人民幣千元)	佔採購總額 的百分比
客戶C／供應商E (2021年及截至2023年6月30日止六個月五大客戶之一，及2022年及截至2023年6月30日止六個月五大供應商之一) .....	2021財年	71,672	17.0%	1,971	0.7%
	2022財年	-	-	158,135	40.5%
	2023年	23,452	8.7%	19,327	10.2%
	首六個月				
客戶B／供應商I (2022年及截至2023年6月30日止六個月五大客戶之一，及2020年及2021年五大供應商之一) .....	2020財年	-	-	45,808	28.1%
	2021財年	4,205	1.0%	75,710	27.2%
	2022財年	38,586	7.3%	2,819	0.7%
	2023年	23,705	8.8%	11,880	6.3%
首六個月					
客戶I／供應商X (2020年及2021年五大客戶之一) .....	2020財年	11,098	4.0%	-	-
	2021財年	71,723	17.0%	3,710	1.3%
	2022財年	2,319	0.4%	-	-
客戶O／供應商Y (2020年五大客戶之一) .....	2020財年	3,818	1.4%	1,592	1.0%
	2021財年	237	0.06%	-	-
	2022財年	897	0.2%	1	0.01%
客戶X／供應商J (2020年及2021年五大供應商之一) .....	2020財年	-	-	21,326	12.4%
	2021財年	-	-	24,386	8.8%
	2022財年	-	-	14,986	3.8%
	2023年	1	0.01%	3,025	1.6%
首六個月					
客戶Y／供應商M (2020年五大供應商之一) .....	2020財年	7	0.01%	3,142	1.9%
	2021財年	-	-	614	0.2%
	2022財年	-	-	264	0.1%
	2023年	-	-	105	0.1%
首六個月					
客戶Z／供應商N (2020年五大供應商之一) .....	2020財年	-	-	3,030	1.9%
	2021財年	517	0.1%	3,796	1.4%
	2022財年	186	0.04%	763	0.2%
客戶E／供應商C (截至2023年6月30日止六個月五大客戶之一以及2022年及截至2023年6月30日止六個月五大供應商之一) .....	2021財年	-	-	1,971	0.7%
	2022財年	-	-	37,832	9.7%
	2023年	18,295	6.8%	24,203	12.8%
	首六個月				

---

## 業 務

---

我們向同時為我們五大客戶的供應商的採購金額分別佔我們於2020年、2021年及2022年以及截至2023年6月30日止六個月採購總額的29.1%、29.9%、50.9%及29.3%。自該等供應商客戶產生的收入分別佔於2020年、2021年及2022年以及截至2023年6月30日止六個月總收入的5.4%、35.1%、7.9%及24.3%。另一方面，我們自同時為我們五大供應商的客戶產生的收入分別佔我們於2020年、2021年及2022年以及截至2023年6月30日止六個月總收入的0.01%、18.1%、7.3%及24.3%。對該等客戶供應商的採購金額分別佔於2020年、2021年及2022年以及截至2023年6月30日止六個月採購總額的44.3%、39.0%、55.0%及31.0%。於業績紀錄期，來自重疊客戶及供應商的收入或採購金額出現波動，主要是由於醫藥健康用品銷售業務的性質所致，而這可能會受到客戶需求和偏好變化的影響。

我們與重疊客戶供應商之間的買賣條款根據具體的交易項目進行協商。憑藉我們的行業專業知識及在市場中的主導地位，我們已與該等重疊客戶供應商建立起牢固的業務關係。我們與該等重疊客戶供應商之間買賣交易並不相互關聯，亦不互為條件。董事已確認，與該等重疊客戶供應商之間的所有交易均(i)在充分考慮相關時間的一般買賣價格水平之後訂立，(ii)在一般業務過程中經公平磋商後按正常商業條款進行，及(iii)按不遜於與非重疊客戶供應商的其他獨立第三方之間的價格進行。截至最後實際可行日期，本公司董事、其緊密聯繫人或擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東均未在本公司任何重疊客戶供應商中擁有任何權益。

據董事所深知，除上文所披露者外，於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，本集團的其他主要客戶與主要供應商之間並無任何其他重疊關係。

### 存貨管理

我們的存貨主要包括藥品、保健品、消耗品及包裝材料。我們已部署雲存貨管理系統，用於監督倉儲過程的每個階段，包括採購、儲存、配送、換貨、退貨及處置。我們已遵照相關法律法規制定出嚴格的內部存貨管理、儲存及處置政策。

---

## 業 務

---

於業績紀錄期，我們與一家聲譽良好的第三方醫藥供應鏈公司合作，處理藥品倉儲及物流服務，其負責藥品儲存、出庫及運輸，並盡力保障該等重要過程中的藥品質量。這種合作關係完全符合藥品經營質量管理規範(GSP)，使我們能夠達到藥品的高安全性和有效性標準。此外，所有醫藥產品均已錄入藥品監管部門批准的ERP管理系統中，該系統具備處理存貨、銷售及有效期提醒的功能。我們定期與第三方醫藥供應鏈公司進行核對，確保實物存貨與賬冊一致。我們會及時確認過期存貨，並根據我們的協議沖銷或與供應商協商退貨事宜。

截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度以及截至2023年6月30日止六個月，我們的存貨周轉天數分別為26天、15天、十天及七天。

### 定價

根據中國相關法律法規規定，互聯網醫療平台及藥店通常有權自行決定其健康解決方案和產品的價格。我們為我們的服務和產品制定具有競爭力的價格，以吸引新用戶，留住現有用戶，並確保盈利。於業績紀錄期，我們的產品及服務並未納入國家醫保範圍，因此我們的定價不受地方性醫療管理部門所定價格指導、價格上限或成本加成上限的限制。

### 數字醫療健康解決方案

#### 在線營銷解決方案

在線營銷解決方案方面，我們採用靈活的定價模式，以滿足醫療健康機構的需求。就流量優化服務而言，對於在線掛號，我們主要採用每次行動成本機制收取基於效果的佣金，就通過我們平台預約並在線下完成的每筆訂單收取預先商定的固定金額。對於消費醫療套餐，我們採用每次銷售成本定價機制收取佣金，按照在我們平台購買並在線下完成的消費醫療套餐合約金額的預定百分比收取佣金。

就平台管理解決方案而言，我們僅向接入平台的民營醫療健康機構收取訂購年費。我們最受推崇的160雲醫院方面，醫療機構可以選擇向我們支付訂購年費，其中不同會員級別擁有不同功能。此外，彼等可選擇按效果付費機制，該機制下，彼等可首次免費激活160雲醫院接入我們平台及使用我們的流量優化服務。隨後彼等將按通過我們平台產生的訂單量或交易額向我們支付佣金。該機制下所得收入將於流量優化服務項下確認。

---

## 業 務

---

此外，就參與我們線上市場的第三方商戶而言，我們根據其通過我們平台產生的銷售額向其收取佣金。佣金率由交易的產品類型、與商戶的合作程度以及我們重要個人用戶對於品牌的認可度等多項因素決定。

就我們的在線廣告解決方案而言，對於在我們的應用程序或平台上投放廣告，機構可以選擇支付固定的廣告費用或選擇基於效果的定價機制。

### 數字醫院解決方案

軟件產品方面，我們的定價策略遵循「成本加成」方法，為我們的合作機構提供透明和公平的定價。我們的系統按照軟件許可模式提供，在此模式下，醫療健康機構支付軟件購買費以獲得許可，支付技術服務費以獲得持續的系統維護及更新。

### 在線健康服務

在線健康服務方面，我們主張向醫生放權，允許其根據自身背景、經驗和職稱靈活地設定諮詢和診斷價格。我們為其提供參考價，協助其進行決策，同時允許其自主定費。作為平台，我們根據個人用戶使用該等在線健康服務所支付的服務費，按事先約定的比例向註冊醫生收取佣金。

### 醫藥健康用品銷售

在確定我們零售渠道的醫藥健康用品定價時，我們通常會遵守我們供應商提供的建議零售價格範圍。我們密切監控市場價格，確保為我們寶貴的客戶提供具有競爭力的產品。然而，對於帶來大量流量或產生可觀利潤的特定產品，我們採用靈活定價政策優化我們的業務戰略。

對於吸引高流量的產品，我們通常設定低毛利率，力求在客戶的負擔能力與公司的持續盈利能力之間取得平衡。相比之下，通常為利潤可觀的產品設定略高的毛利率。這種方法使我們能夠在保持客戶滿意度的同時最大限度地提高盈利能力。此外，我們精心挑選若干產品用於促銷活動以及特定商店的促銷活動，以此為客戶提供折扣。對於該等促銷產品，我們通常設置較低毛利率，以提供具有吸引力的優惠，進一步加強我們與重要客戶之間的聯繫。

## 業 務

在批發模式中，我們通常會考慮現行市場價格，並根據具體情況與客戶進行磋商。

### 獎項及認可

我們以優質服務贏得了廣泛認可。下表載列我們新近所獲主要獎項及認可：

年份	獲得獎項／認可的實體／個人	獎項／認可	頒獎機構
2023年 .....	深圳寧遠	深圳行業領袖 百強企業	深圳市行業領袖企 業發展促進會及 深圳商報
2023年 .....	深圳寧遠	年度最佳合作夥伴	2023華為開發者 大會
2022年 .....	深圳寧遠	2022深圳行業領袖 企業100強	深圳市行業領袖企 業發展促進會
2021年 .....	深圳寧遠	中國醫療產業獨角 獸	中國國際數字經濟 論壇
2021年 .....	深圳寧遠	2021中國數字醫療 企業百強榜－中 國互聯網醫療企 業TOP 20	中國大健康產業升 級峰會
2019年 .....	深圳寧遠	中國大健康產業創 新獎－最佳醫療 大數據創新企業	中國大健康產業升 級峰會



---

## 業 務

---

### 競爭

根據弗若斯特沙利文的資料，中國數字健康綜合服務行業的市場參與者眾多，導致市場高度分散。然而，按(i)2022年通過平台掛號的數量計算；(ii)截至2022年12月31日合作醫院數量計算；(iii)截至2022年12月31日合作的三級醫院數量計算；及(iv)截至2022年12月31日接入平台的醫護人員數量計算，我們於2022年在行業所有市場參與者中排名第一。

中國數字健康綜合服務行業涵蓋了醫療健康服務行業的各個細分市場，而這些市場正因數字技術而改變。因此，中國的主要市場參與者在各自的細分市場內採用多元化合作模式，專注於不同的業務重點。鑒於我們的業務性質，我們面臨數字醫療健康服務平台、雲醫院平台及數字藥品銷售平台等各種競爭對手的激烈競爭。

我們預計，由於政策利好、創新技術進步、健康意識增強、人均醫療支出增加以及行為模式改變，中國的數字健康綜合服務行業將繼續增長。

### 知識產權

截至最後實際可行日期，我們(i)在中國擁有四項註冊專利；(ii)在中國擁有163項著作權；(iii)分別在中國和香港擁有128項及18項註冊商標；及(iv)擁有17個註冊域名。有關我們重要知識產權的詳情，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」。

我們綜合依靠專利、商標、著作權、域名及中國其他產權保護法律以及保密程序與合約條款來保護我們的知識產權。我們的重要知識產權包括健康160品牌的商標以及與我們自有軟件產品相關的著作權。

我們已採取綜合措施保護我們的知識產權。我們的法律部門勤勉地監管我們的知識產權，確保及時申請、續新及備案，以及妥善處理與任何相關的第三方知識產權有關的事項。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並未涉及任何聲稱侵犯我們知識產權或銷售假冒產品且可能會對我們的業務產生重大負面影響的訴訟、仲裁或接獲任何第三方通知。此外，我們並未遭遇政府部門有關侵犯第三方知識產權或銷售假冒產品且可能會對我們的業務產生重大不利影響的任何不利調查或稽核結果。

## 業 務

儘管我們已注重保護我們的知識產權，但我們仍然可能面臨若干與我們的知識產權有關的風險。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－我們可能無法阻止他人未經授權使用我們的知識產權，這可能會損害我們的業務及競爭地位。」

### 僱員

截至2023年6月30日，我們擁有588名僱員，且全部就職於中國。下表載列我們截至2023年6月30日按職能劃分的僱員明細。

職能	僱員人數	佔僱員 總人數 的百分比
研發 .....	161	27.4%
業務運營.....	116	19.7%
銷售及營銷.....	100	17.0%
客戶服務及技術支持 .....	92	15.7%
管理及行政.....	90	15.3%
產品管理.....	29	4.9%
<b>總計 .....</b>	<b>588</b>	<b>100.0%</b>

我們的成功倚賴於我們吸引、保留及激勵合格人才的能力。我們採用校園招聘、線上招聘、內部推薦以及與獵頭公司或代理合作等各種方法來滿足我們多樣化的人才需求。我們的僱員通常與我們簽訂標準勞動合同。所有僱員均已簽訂保密協議，並於受僱期間以及之後最長為兩年的期間受競業禁止協議的約束。

我們為僱員提供具有競爭力的薪酬，包括基本工資和績效獎金。我們還向選定董事、高級管理層及僱員提供參與我們的[編纂]購股權計劃的機會，使其利益與我們的利益保持一致。

為提高並保持我們隊伍的知識及技能，我們針對不同崗位上僱員的需求提供定期專項培訓，其中包括新員工入職培訓課程及現有員工技術培訓。此外，我們還為管理團隊成員提供外部培訓的機會。

我們根據中國法律法規的規定參與市級及省級政府組織的僱員社會保險計劃。該等計劃包括相關法律法規規定的養老保險、生育保險、失業保險、工傷保險、醫療保險以及住房公積金。我們有義務根據薪資、獎金及若干津貼的特定百分比向社會保險計劃繳款，但不得超過地方政府部門設定的最高金額。

## 業 務

目前，我們的僱員概未參加工會組織。我們與僱員保持著積極的工作關係，且於業績紀錄期，我們並未遭遇任何重大勞動爭議或為業務經營招聘員工方面的困難。

### 執照、許可證及證書

我們經營所在的中國市場受到嚴格的監管。在開展業務之前，我們須取得各種執照、許可證及證書。截至最後實際可行日期，我們已從相關部門取得並持有對於我們現時在中國經營業務而言至關重要的所有必要執照、批准及許可證。我們截至最後實際可行日期為經營業務而擁有的重要許可證、執照及批准詳列如下。

執照／許可證	持有人	發證機構	簽發日期	到期日
醫療機構執業許可證 .....	成都仁仁維康	成都市雙流區衛生健康局	2023年1月5日	2028年1月4日
增值電信業務經營許可證 .....	深圳寧遠	廣東省通信管理局	2023年1月21日	2028年1月21日
	維康致遠	工業和信息化部	2022年11月4日	2027年11月4日
藥品經營許可證 .....	一六零醫藥	廣東省藥品監督管理局	2019年1月21日	2024年1月20日
	瑞文泰藥業	廣東省藥品監督管理局	2019年8月23日	2024年8月22日
互聯網藥品信息服務資格證書 ..	深圳寧遠	廣東省藥品監督管理局	2019年6月17日	2024年6月16日
	一六零醫藥	廣東省藥品監督管理局	2020年6月2日	2025年6月1日
	維康致遠	廣東省藥品監督管理局	2023年5月31日	2028年5月30日
醫療器械經營許可證 .....	一六零醫藥	深圳市市場監督管理局	2022年4月1日	2027年3月31日
	瑞文泰藥業	深圳市市場監督管理局	2020年11月10日	2025年1月15日

---

## 業 務

---

我們密切監控相關執照、許可證及證書的有效性，確保於到期日之前及時申請續新。我們的中國法律顧問認為，只要我們遵守適用法律、法規及規則，則我們未來到期續新該等執照、許可證、批准及證書將不會遇到重大法律障礙，前提是我們採取一切必要措施，並按照適用法律法規規定的要求和時間表提交相關申請。然而，我們概無法保證，我們未來將能夠取得或續新該等執照、許可證或證書。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－倘我們未能就我們的業務取得或維持必要的執照、許可證或證書，我們可能無法維持或擴大我們的業務營運，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」。

### 保險

我們持有我們認為符合市場慣例且適合我們業務的保單。當前，我們並未投購額外保單，例如業務中斷險、產品責任險、關鍵人員人壽險或平台、信息技術系統或財產損壞險。於業績紀錄期，我們並未提起任何重大保險索賠，亦未面臨任何續保方面的重大困難。

董事認為我們現有的承保範圍符合行業規範，足以滿足我們現時的運營所需。然而，與我們的業務及運營相關的風險未必完全處於承保範圍之內。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－我們投購的保險有限，可能令我們面臨巨額成本及業務中斷。」

### 物業

截至最後實際可行日期，我們並未擁有任何物業。截至同日，我們在中國租有10處物業，總建築面積為6,555.6平方米。我們租賃的物業主要用作辦公室。

根據適用的中國法律法規規定，物業租賃合同須在中國住房和城鄉建設部的地方分支機構辦理登記。截至最後實際可行日期，我們尚未按照中國法律法規的要求，將我們租賃物業的所有租賃協議向當地房屋管理部門備案。誠如我們的中國法律顧問所告知，未向中國相關政府部門登記租賃協議不會影響相關租賃協議的有效性和可執行性，但中國相關政府部門可能會責令我們或出租人在規定時限內登記租賃協議。倘若未能在規定時限內完成登記，我們可能會就每項未登記租賃被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。因此，我們預計，對於未登記的租賃協議，我們可能面臨的最高罰款約為人民幣90,000元。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－我們面臨有關租賃物業的風險」。

## 業 務

### 環境、社會及管治事宜（「ESG」）

我們致力於環境保護，促進企業社會責任，並堅持可持續發展的最佳企業治理實踐。作為負責任的企業公民，我們已根據上市規則附錄27的標準制定出ESG政策，其中概述了包括但不限於(i)有關ESG事項的適當風險管治，包括氣候相關風險及機遇；(ii)關鍵利益相關者的確定以及與其接觸的溝通渠道；(iii)制定ESG戰略的程序；(iv)ESG風險管理及監測；及(v)關鍵績效指標（「KPI」）的確定、相關衡量標準及緩解措施。

董事全面負責應對環境、社會及氣候相關風險，確保相關政策的正確實施，保持持續更新，以確保符合最新的法律、法規及標準。此外，董事積極支持我們履行環境及社會責任的承諾。其負責識別、評估及管理我們的ESG相關風險，並為ESG風險管理建立有效的內部控制系統。

為協助董事實施我們已協定的ESG政策、目標及策略，我們已組建一支包括三名成員的ESG工作組，其中包括唐世華先生、王立法先生及一名指定人員。ESG工作組發揮著支持作用，承擔各種職責，例如：(i)對環境、氣候相關及社會相關風險進行實質性評估，並評估本集團調整其業務實踐以應對氣候變化的方式，(ii)從不同利益相關者手中收集ESG數據以編製ESG報告，及(iii)持續監測措施實施情況以解決本集團ESG相關風險。此外，我們承諾持續了解聯交所的最新ESG要求。董事將在[編纂]後監督ESG報告的編製，在發佈前確保其內容及質量。如有必要，我們將尋求外部專業人士的建議，以提高我們的ESG合規水平。

我們的ESG工作組將在每個財政年度之初制定以下重要KPI：

- 與僱員及社會事務相關的KPI，包括性別結構、年齡分佈、僱員培訓頻率以及團隊建設活動的投入時間；及
- 與資源利用相關的KPI，如用電量（千瓦時）、用水量（千噸）、能源及水的月平均成本以及每單位收入的能源及水消耗量。我們的目標是減少每單位收入的能源及淡水消耗量。

這些KPI將作為追蹤我們在ESG計劃關鍵領域的進展和績效的基準。通過設定可衡量目標，我們可以不斷監測並改進我們的表現，促進可持續性實踐及負責任的資源管理。

---

## 業 務

---

### ESG風險識別、評估及緩解

在多年的運營中，我們定期組織評估及內部報告活動，以確定多種ESG相關風險、機遇及影響。重大ESG問題、其潛在風險與機遇以及我們已採取或計劃採取的緩解措施概述如下：

重大ESG問題	潛在風險、機遇及影響	緩解措施(已採納／待採納)
氣候變化的影響...	氣候變化導致更頻繁的極端天氣狀況風險，這反過來又會影響生產時間、醫藥健康用品質量及可得性以及客戶對醫療健康服務的需求。 此外，監管機構可能會要求對於排放情況作出更多披露，並收緊環境法規。這些轉型風險使得向可持續性商業模式轉變成為必要，並可能導致諸如運營實踐變化帶來運營成本增加等影響。	<ul style="list-style-type: none"><li>• 針對惡劣天氣及／或極端條件，作出工作安排並優化存貨管理，以緩解供應短缺和價格波動</li><li>• 監測ESG相關監管要求及市場趨勢的變化</li></ul>

## 業 務

重大ESG問題	潛在風險、機遇及影響	緩解措施(已採納／待採納)
資源及能源管理...	無效的資源及能源管理可能導致能源消耗過多，從而導致運營成本增加。	<ul style="list-style-type: none"><li>• 促進節能環保的採購實踐</li><li>• 審查並核算溫室氣體排放及資源消耗</li><li>• 在辦公室實施全面的廢物管理</li></ul>
人力資本開發.....	人力資本開發資源不足，例如缺乏培訓和晉升機會，可能會導致本集團的中長期流動率升高以及適任員工減少的風險。然而，通過專注於穩健地發展人力資本及提供具有競爭力的薪酬方案，我們可以提高員工保留率，促使員工作出更大的貢獻。	為僱員提供具有競爭力的社會福利及職業發展機會

---

## 業 務

---

### 環境保護

於業績紀錄期，我們通過了解環境足跡來評估我們的環境績效。我們的業務主要在辦公室運營，主要的資源消耗是電力和淡水的使用。我們致力於減少電力和淡水的消耗。以深圳總部為例，總部於2020年、2021年及2022年以及截至2023年6月30日止六個月的耗電量分別為185,302千瓦時、236,945千瓦時、242,216千瓦時及110,908千瓦時，同期同一地點的淡水消耗量分別為1,771噸、1,538噸、1,459噸及484噸。

我們將在[編纂]後根據上市規則附錄27的披露要求及其他相關規則及規定，在每個財政年度開始時為每個重要關鍵績效指標設定目標。重大關鍵績效指標的相關目標將每年進行一次審查，以確保該等目標始終適合本集團的需要。在制定關鍵績效指標目標時，我們已考慮該等指標於業績紀錄期的各自歷史水平，並以全面審慎的方式考慮未來的業務擴張，以期在業務增長和環境保護之間取得平衡，實現可持續發展。

雖然我們的業務運營可能不會直接產生對環境有重大影響的污染物，但我們已實施內部政策來減少碳足跡。其中包括減少能源消耗的措施，例如：

- 安裝節能照明，並確保在不使用時手動關閉照明或使用自動傳感器；
- 鼓勵在整個辦公室雙面打印文件；
- 實施關閉若干IT設備的策略或實現特定系統及設備的自動斷電；及
- 實施空調控制，包括設定最低溫度要求、定期維護空氣冷卻技術以及優化定時控制。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並未因違反環境保護法規而受到任何重大罰款或其他處罰。



---

## 業 務

---

### 職業安全

由於我們並未運營任何生產設施，且依賴第三方物流服務提供者交付產品，因此我們並未面臨重大的健康或職業安全風險。然而，為優先考慮僱員的職業安全並保持平穩運營，我們已實施嚴格的應急計劃，以應對停電、漏水、火災、地震以及有毒物質污染或洩漏等緊急情況。此外，我們為僱員提供全面的職業安全教育和培訓，強化其意識，促進安全的工作環境。我們還定期進行健康評估，監測僱員的整體健康狀況。

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們概未因違反健康及安全法規而受到任何罰款或其他處罰。

### 社會責任

我們認為，履行企業社會責任的最有效方法是將社會責任融入我們的商業模式。自成立以來，我們一直堅持我們對企業社會責任的承諾，將生態系統的利益擴展到更廣泛的社區。例如，我們在平台上提供義診服務，為個人用戶提供免費在線醫療診斷。此外，我們還積極鼓勵在我們平台上註冊的醫護人員參與我們的義診項目。於業績紀錄期，醫護人員已通過我們的平台提供約1.2百萬次的線上義診服務。

除我們的公益工作外，我們還進行定期捐款，積極為慈善基金會出力。於2022年，我們向雲南省預防醫學會感控分會捐贈價值人民幣30,000元的COVID-19預防用品。於COVID-19爆發期間，我們為受疫情影響的當地居民提供義診服務。我們主張在我們的社區需要時為其提供支持與幫助。

我們對企業社會責任的承諾不僅限於言辭。我們致力於通過行動和倡議，主動產生正面影響，為社會福祉做出貢獻。

### 董事會多元化

我們已實施董事會多元化政策，當中概述了我們實現並保持董事會多元化的目標與方法。該項政策的目的是提高董事會的效率。作為我們致力於促進董事會性別多元化的一部分，我們於2023年10月任命孫萌女士為非執行董事。請參閱「董事及高級管理層」。

---

## 業 務

---

為確保遵守適用法律法規規定，我們的人力資源部門經諮詢法律顧問後，定期審查及調整我們的人力資源政策，以適應任何相關法律法規的重大變化。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守中國有關健康及職業安全事項的所有法律法規。

展望未來，董事會將負責制定、採納及審查我們的ESG政策，還將每年評估、確定及應對我們的ESG相關風險。我們致力於實施一切必要的改進措施，以減少該等風險。此外，我們計劃定期審查我們的重要ESG表現。我們的管理團隊將積極參與我們ESG策略及目標的界定，並監督我們ESG政策的實施。我們可能會根據需要委聘獨立專業第三方協助我們針對ESG問題做出必要改進。

### 合規及法律訴訟

#### 合規

於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們概未發生任何據董事認為整體上可能會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的重大或系統性不合規事件，亦未遭到相關政府部門任何重大行政處罰。

#### 法律訴訟

我們可能會在日常業務過程中不時捲入法律訴訟。截至最後實際可行日期，我們並非任何正在進行的重大訴訟、仲裁或行政程序的一方，我們亦不知悉政府機關或第三方擬提出任何會對我們業務造成重大不利影響的索償或訴訟。截至同日，我們的董事概無捲入任何實際或威脅作出的重大索賠或訴訟。

### 風險管理及內部控制

#### 概覽

我們於業務運營中面臨各種風險，包括與我們的業務、行業和市場相關的風險。有關詳細資料，請參閱本文件「風險因素」一節。我們的風險管理以及內部控制系統及程序專為滿足我們獨特的業務需求以及最大限度地減少我們所面臨的風險而設計。我們已經實施內部指導方針、政策及程序，以監控並緩解與我們業務相關風險的影響。這些措施還有助於我們保持有效的企業管治，並確保遵守適用的法律法規。

---

## 業 務

---

董事會及高級管理層負責識別並分析與我們的運營相關的風險。彼等制定風險緩解措施，評估並報告其有效性。為協助董事會對我們的財務報告流程、內部控制及風險管理系統進行獨立評估，我們已成立審計委員會。審計委員會的主要職責包括監督審計過程，評估我們財務申報、內部控制和風險管理系統的有效性，以及履行董事會授權的其他職責。有關我們審計委員會成員的專業資質及經驗，請參閱「董事及高級管理層－執行董事」。

為加強企業管治，我們已經並將繼續採取一系列內部控制措施及政策，旨在為實現高效運營、可靠財務申報及遵守適用法律法規等目標提供合理保證。我們內部控制框架的要點如下：

- 我們強化現有內部控制框架，執行內部控制手冊及政策，覆蓋企業管治、風險管理、運營及法律事務等各個領域；
- 董事已接受我們的法律顧問根據香港相關法律組織的上市公司董事持續義務、職責及責任培訓；
- 各董事均已了解其受信責任，而有關責任要求其以本公司的最大利益行事，避免利益衝突。倘本公司與董事或其聯繫人之間的任何交易會產生潛在利益衝突，則有利害關係的董事將放棄投票，且不計入相關董事會會議的法定人數；
- 我們已制定各種政策，確保遵守上市規則的規定，包括與風險管理及信息披露有關的政策；
- 我們已委聘外部法律顧問，在必要時就上市規則的合規要求提供指導，並確保遵守相關監管要求及適用法律；
- 將定期開展審核及檢查，以評估並監督相關部門及本集團成員公司對於內部控制手冊及政策的執行情況；
- 將向僱員提供內部培訓課程，確保其了解並遵守內部控制及企業管治程序；

---

## 業 務

---

- 我們已實施反腐敗及反賄賂合規政策，且有關政策已載入我們的手冊當中。我們還已制定舉報計劃，鼓勵僱員直接向財務部門舉報賄賂事件；及
- 我們將根據需要繼續更新我們的政策，確保持續遵守適用法律法規。

通過實施該等措施，我們力爭完善企業管治，強化內部控制，並確保整個組織的合規性。

### 線上藥品銷售的管理

我們已實行政策，規範我們的日常藥品管理。該等政策要求本集團參與線上藥品銷售的成員公司遵守以下準則：

- 確保電子處方來源的準確性和可靠性，並在電子處方審查及履行過程中嚴格遵守適用法律法規的要求；
- 明確標記已使用處方，避免任何混淆或潛在濫用；
- 建立並實施了一套覆蓋藥品管理各個方面的內控制度，包括採購、儲存、銷售、分銷、投訴管理和藥品召回；
- 為客戶購買藥品開具發票；及
- 確保展示的所有處方藥信息真實、準確、合法和有效。

我們遵守該等政策，力求在我們的藥品銷售過程中保持高度合規性、準確性和完整性。

### 財務申報風險管理

我們已制定一套全面的會計政策，以確保對財務申報實施有效管理。該等政策包括財務申報管理、預算管理、財務報表編製以及財務部門和僱員管理。為確保該等會計政策的正確實施，我們已設定各種程序，並由我們的財務部門負責根據該等程序審查我們的管理賬目。此外，我們根據需要為財務部門的員工提供培訓，並重點開設會計政策、稅務管理、財務申報及其他相關主題的課程。

---

## 業 務

---

### 信息系統風險管理

數據及相關信息的維護、存儲及保護對我們的成功至關重要。為確保數據安全性和完整性，我們已實施旨在防止任何未經授權訪問、洩露或遺失的內部程序。於業績紀錄期及直至最後實際可行日期，我們並未遭遇任何重大信息洩露或數據丟失的情況。有關我們信息安全程序及政策的更多資料，請參閱本節「一 資料私隱與保護」。