

業 務

概覽

我們是同仁堂旗下一家戰略性聚焦於中國中醫醫療服務的附屬公司，為個人客戶提供全面中醫醫療服務，為機構客戶提供標準化管理服務，並提供各種健康產品及其他產品。我們將「醫」與「養」相結合，提供現代化、定制化的中醫醫療服務，並結合中醫的藥物治療和非藥物療法，以標準化管理為客戶提供適合的治療方案，滿足其多樣化需求。

截至最後實際可行日期，我們已建立分級中醫醫療服務網絡，包括12家自有線下醫療機構及一家互聯網醫院，以及12家線下管理醫療機構。我們依託知名品牌「同仁堂」及優質的藥品，已積累及整合大量線上線下醫療資源。

按2024年總門診人次及住院人次計，我們是中國非公立中醫院醫療服務行業中最大的中醫院集團，市場份額為1.7%。按2024年中醫醫療服務總收入計，我們以0.2%的市場份額在非公立中醫院醫療服務行業中排名第二，其市場規模佔同年中國中醫醫療服務行業市場總規模的46.5%。

以下關鍵特點持續鞏固我們在業內的競爭優勢。

- **分級醫療服務網絡實現連貫醫療服務，為多樣健康需求下的客戶定制「醫」/「養」服務。**我們提供以客戶為中心的中醫醫療服務，以藥物和非藥物的「醫」與貼心的「養」的動態結合為特色，通過我們的自有醫療機構為客戶提供服務，滿足其多樣化的醫療需求，如複雜疾病、慢性病、日常健康管理及疾病預防等。得益於我們標準化的連鎖運營，我們對分級中醫醫療服務網絡內的豐富醫療資源進行了有效整合。截至最後實際可行日期，我們共有2,732名醫師加入並在我們的中醫醫療服務網絡內執業，包括30名擁有國家級榮譽稱號的醫師。同時，我們還孵化了多個中醫醫師工作室來培養下一代中醫人才，傳承寶貴的中醫學術理論和臨床經驗。以經驗豐富的中醫專家帶頭的高素質中醫醫師團隊為支撐，我們已形成中醫心病科、中醫腦病科、中醫內分泌科、中醫婦科、中醫兒科、中醫腫瘤科和非藥物治療等多個優勢專科。憑藉此種多學科的綜合實力、網絡內聯合會診、精湛的中醫技術及現代化的醫學檢查設備，我們提供的治療方案適合他們多樣化的需求。我們相信，我們提供的全面服務有助於創造流暢的醫療體驗，同時提高客戶滿意度和忠誠度。

業 務

- **強大的標準化管理體系和輸出管理及醫療專長的能力。**我們已建立標準化的管理體系，以實現對醫療、運營和財務資源的管理，同時熟練複製我們的成功以實現規模化運營。我們以客戶的需求為中心，規範服務步驟並根據客戶需求和定期評估不斷改進。同時，我們建立了標準化的質量控制系統，以確保服務交付、採購及風險監控及評估的一致性，使我們能夠在我們的網絡內有效共享及分配醫療資源。此外，我們擁有組織完善的供應鏈體系及總部級的採購協同管理平台，以協調網絡內醫療機構的需求，確保獲得高質量的中醫產品，從而提升我們的中醫醫療服務水平。我們使用雲醫院信息系統（「HIS」）和業務智能系統（「BIS」）追蹤業務表現及優化營運。憑藉現代化的運營、高效的供應鏈及多樣化能力，我們通過收購、輕資產新建及醫療機構管理持續輸出管理及醫療專長。該方法能夠提高我們中醫醫療服務網絡的服務能力和質量，同時擴大我們的業務版圖，增強我們在全國的影響力。
- **突出的品牌影響力、行業認可度以及值得信賴的形象。**作為中華人民共和國商務部認證的中華老字號，「同仁堂」品牌擁有356年歷史，積累了對客戶及醫療專業人員的內在吸引力。我們珍視品牌所帶來的影響力，運營蓬勃發展的中醫醫療服務網絡。憑藉深厚的客戶信任和業內公認的高質量中醫醫療服務及產品，我們以具有成本效益的方式高效吸引和留住大量客戶和醫療專業人士。該堅實的基礎使我們能將更多精力放在提升服務質量和增強競爭優勢上。比如，2024年，我們的銷售和分銷開支中的推廣費在我們總收入中的佔比為0.2%，這明顯低於0.5%至2.0%的行業平均水平。此外，突出的品牌影響力幫助我們吸引潛在的收購標的、合作夥伴和經驗豐富的醫師，促進我們服務網絡的持續擴展及醫師群體的增長。我們致力於進一步多元化醫療資源及改善我們的服務。通過專注於以客戶為中心的中醫醫療服務，我們加深了客戶的信任並鞏固了我們在業內的競爭優勢。

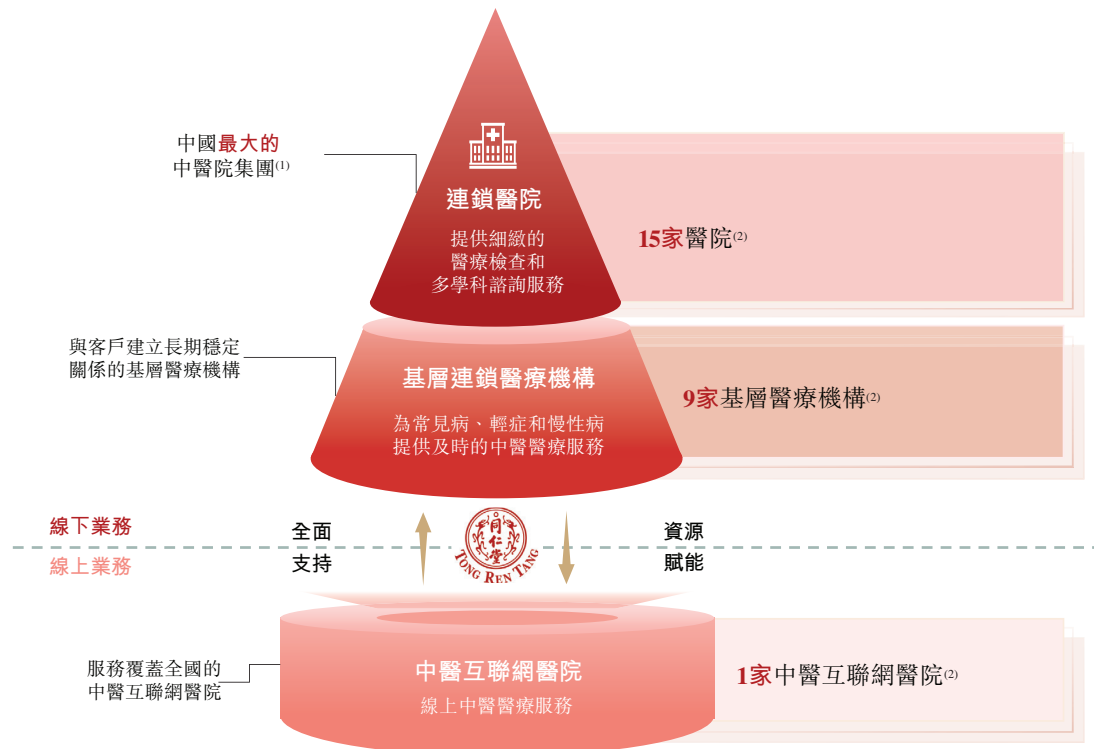
業 務

我們在中國中醫醫療服務行業開展業務，中國中醫醫療服務行業的市場規模持續擴大，由2019年的人民幣6,599億元增長至2024年的人民幣10,016億元，複合年增長率達8.7%，並預計將由2025年起以9.9%的複合年增長率增長至2029年的人民幣16,205億元。詳情請見「行業概覽」。特別是，近年來政府頒佈了《「十四五」中醫藥發展規劃》、《支持國有企業舉辦醫療機構高質量發展工作方案》、《中醫藥振興發展重大工程實施方案》和《「健康中國2030」規劃綱要》等多項利好政策，不斷激發包括我們在內的中醫醫療服務提供商的發展潛力。此外，隨著互聯網技術、大數據和人工智能的快速發展，越來越多的中醫醫療服務提供商正將線下中醫醫療服務擴展至線上，並開展數字化運營。我們相信，我們已做好充分準備把握行業機遇，順著中國中醫醫療服務行業發展的東風，實現我們的業務戰略。

我們的業務亮點

標準化連鎖運營的分級中醫醫療服務網絡提供定制服務

我們是中國非公立中醫院醫療服務提供商中率先部署線下線上一體化分級醫療機構的先鋒之一。



業 務

附註：

- (1) 按2024年中國非公立中醫院醫療服務行業的總門診人次及住院人次計。
- (2) 截至最後實際可行日期。

下表載列我們分級中醫醫療服務網絡內醫療機構的數量及位置。

分級	自有	管理
醫院	<ul style="list-style-type: none">• 北京：3• 浙江：1• 山西：1• 遼寧：1• 黑龍江：1	<ul style="list-style-type: none">• 北京：1• 貴州：3• 新疆維吾爾自治區：2• 陝西：1• 湖北：1
基層醫療機構	<ul style="list-style-type: none">• 浙江：1家門診部和2家診所• 上海：2家門診部	<ul style="list-style-type: none">• 北京：1家門診部和3家社區醫療機構
中醫互聯網醫院	<ul style="list-style-type: none">• 整合線下線上醫療資源，服務覆蓋全國的互聯網醫院	

有關詳情，請參閱「— 我們的網絡內醫療機構 — 我們網絡內醫療機構的概覽」。

- **連鎖醫院**。截至最後實際可行日期，我們的連鎖醫院包括七家由我們擁有的醫院和八家由我們管理的醫院。我們的連鎖醫院以中醫為戰略重點，通過門診和住院醫療服務診療複雜疾病，服務全國具有不同醫療需求的客戶。我們的連鎖醫院利用豐富的醫療資源，包括高素質醫護人員、多個優勢專科和現代的醫學檢查設備設施，將現代技術融入中醫治療方法，為客戶提供細緻的醫學檢查和多學科聯合會診及系統性診療服務，以滿足個性化及多元化的醫療需求。尤其是，具有疑難或系統性病症的客戶可前往我

業 務

們的連鎖醫院接受中醫專家提供的專業診斷和治療，這些連鎖醫院匯聚了優勢專科的中醫專家，主要專注於複雜的醫療需求。在連鎖經營模式不斷發展的行業趨勢下，我們整合自有或管理醫院的醫療資源，實現學術合作和臨床研究，提升管理能力。利用連鎖經營模式的優勢，我們的網絡內醫院可基於網絡內資源和經驗共享，實現標準化服務流程，提升服務質量，從而持續提升中醫醫療服務能力、規模經濟效益和品牌影響力。

- **基層連鎖醫療機構。**截至最後實際可行日期，我們戰略性地將中醫醫療服務網絡縱向延伸至九家基層醫療機構。我們是中國非公立中醫院醫療服務提供商中在北京以連鎖模式運營全民所有制¹基層醫療機構的先鋒之一。我們的基層連鎖醫療機構具有高度可及性和便捷性，鄰近附近社區的居民，提供以「養」常見病、輕症疾病和慢性病為主的基層中醫醫療服務。我們還提供疾病預防和家庭醫生服務，與處於亞健康狀態或患有慢性病的居民建立長期密切的關係。在家庭醫生服務過程中，居民通常可以享受簡化的預約程序和定制化的貼心服務體驗。我們的基層連鎖醫療機構還發展了精選優勢專科，包括非藥物治療，為居民提供便捷、安全的中醫特色治療。與此同時，我們建立了完善的客戶轉診和聯合會診機制，加強了基層醫療機構與其他網絡內醫療機構之間的聯繫，讓居民更容易獲得更高水平的醫療服務。我們的基層連鎖醫療機構還通過定期的社區福利服務和義診為提高公眾的健康意識和疾病預防能力作出貢獻。
- **互聯網醫院。**我們已建立一家互聯網醫院，提升客戶全病程中醫醫療服務的數字化和現代化，提供線上掛號、健康諮詢、複診和診斷、電子處方和醫療助手服務，為客戶提供便捷、多樣和經濟的選擇，使客戶更易獲得可靠的中醫醫療服務。我們的互聯網醫院支持多種形式的實時通信，比如文字、圖片或視頻等，促進提供及時、優質的線上中醫醫療服務，減輕客戶因重複到線下醫療機構就診和長途跋涉所造成的時間和費用負擔。通過互聯網醫院，我們不僅擴大了我們中醫醫療服務網絡的覆蓋範圍，還優化優

1. 代表一種公有制形式，由國家代表全體人民對有關機構行使所有權。

業 務

質中醫醫療資源的配置使用，提供及時、便捷的「養」服務，讓現代化的中醫醫療服務惠及廣泛的客戶。得益於線下線上一體化，我們的供應鏈賦能我們的線上中醫醫療服務，並使客戶能夠及時地獲得優質藥品。線上中醫醫療服務為中醫醫師節省了時間，方便了他們的醫療實踐，從而提高了資源配置的效率和合理性。例如，不同醫療機構多個專科的醫師可通過在線聯合會診進行溝通和協作，為有疑難或系統性病症的客戶制定最佳健康方案。互聯網醫院的蓬勃發展為我們的中醫醫療服務開闢了新的可能性。

分級中醫醫療服務網絡中各醫療機構之間的協調與互動，優化了資源配置，簡化了網絡內多向客戶轉診，並有利於標準化管理，使客戶可獲得針對性強、連貫的中醫醫療服務，同時，我們的自有或管理醫療機構也可從網絡內協同效應中顯著受益。

我們的內生增長及戰略收購

作為一家中醫醫療集團，我們一直利用我們在管理能力及醫療資源方面的優勢，通過建立、劃轉及收購以發展中醫醫療服務網絡。於往績記錄期間已併入本集團財務報表的醫療機構中，有三家自建醫療機構，即同仁堂互聯網醫院、齊齊哈爾同仁堂中醫醫院及順意同仁堂中醫醫院。具體而言，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，同仁堂互聯網醫院分別貢獻收入人民幣2.5百萬元、人民幣7.9百萬元、人民幣1.8百萬元、人民幣1.5百萬元及人民幣0.9百萬元。截至2023年12月31日止年度至截至2024年12月31日止年度，同仁堂互聯網醫院產生的收入有所減少，乃主要由於粹和藥店於2024年3月成為我們的附屬公司而不再為同仁堂互聯網醫院貢獻管理服務費。截至2024年9月30日止九個月至截至2025年9月30日止九個月，同仁堂互聯網醫院產生的收入有所減少，主要是由於我們正在籌備關閉「同仁堂優選」，因此導致其收入逐漸減少。我們於2025年11月永久關閉「同仁堂優選」以避免與同仁堂集團類似業務產生潛在競爭。齊齊哈爾同仁堂中醫醫院是我們與一家獨立第三方營利性醫院以輕資產模式聯合新建的醫院，截至最後實際可行日期該醫院正在籌備開業。截至同日，我們亦正在為順意同仁堂中醫醫院的開業進行籌備工作。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們自劃轉予我們的醫療機構獲得的收入分別為人民幣466.2百萬元、人民幣485.9百萬元、人民幣395.2百萬元、人民幣287.9百萬元及人民幣293.0百萬元。截至

業 務

2023年12月31日止年度至截至2024年12月31日止年度，我們自該等醫療機構獲得的收入有所減少，主要由於我們於2023年6月將非營利性醫療機構的舉辦人權益劃轉予同仁堂康養。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們自所收購醫療機構獲得的收入分別為人民幣350.4百萬元、人民幣508.7百萬元、人民幣598.1百萬元、人民幣417.7百萬元及人民幣434.4百萬元。

截至最後實際可行日期，我們若干經營歷史悠久的自有醫療機構自從被我們收購或劃轉予我們以來，僅在相對有限的時間內受益於管理標準化、數字化及現代化以及資源整合，因此於往績記錄期間表現不甚理想。有關該等醫療機構過往淨虧損的詳細原因及其為提高盈利能力而採取的具體措施，請參閱「我們的網絡內醫療機構－我們中醫醫療服務網絡的主要營運及財務資料」。

我們於2022年收購了三溪堂保健院及三溪堂國藥館，自2022年5月31日起，其財務業績已併入本集團的財務報表。自收購以來，我們致力於通過我們的現代化管理及專業化運營整合三溪堂保健院及三溪堂國藥館。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，來自三溪堂保健院及三溪堂國藥館的收入分別為人民幣199.2百萬元、人民幣360.2百萬元、人民幣373.5百萬元、人民幣265.3百萬元及人民幣256.7百萬元，分別佔同期我們總收入的21.9%、31.2%、31.8%、31.9%及29.9%。截至2024年9月30日止九個月至截至2025年9月30日止九個月，來自三溪堂保健院及三溪堂國藥館的收入減少，主要是由於三溪堂國藥館健康產品及其他產品的銷售收入減少，此乃由於(i)三溪堂國藥館為避免與同仁堂集團的類似業務產生潛在競爭而已轉向專門批發安宮牛黃丸系列產品，導致批發業務受到限制；及(ii)消費者的消費行為更加節制，導致零售業務下滑，這與相關期間的市場狀況相符。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們自三溪堂保健院及三溪堂國藥館產生的毛利分別為人民幣64.0百萬元、人民幣96.9百萬元、人民幣91.8百萬元、人民幣53.9百萬元及人民幣49.5百萬元，分別佔同期我們毛利總額的44.8%、44.6%、41.3%、38.0%及31.7%。截至2023年12月31日止年度至截至2024年12月31日止年度，我們自三溪堂保健院及三溪堂國藥館產生的毛利有所減少，主要由於遵照當地控制患者支出的醫保政策規定，門診次均消費降低。截至2024年9月30日止九個月至截至2025年9月30日止九個月，我們自三溪堂保健院及三溪堂國藥館產生的毛利有所減少，這與來自三溪堂保健院及三溪堂國藥館的收入減少一致。

業 務

我們收購三溪堂保健院及其後高效的整合工作，以及劃轉七家非營利性醫療機構的舉辦人權益，推動了截至2023年12月31日止年度的中醫醫療服務毛利率增長。此外，由於我們收購三溪堂國藥館以及安宮牛黃丸系列產品在獲得浙江省獨家銷售權後銷量大增，我們健康產品及其他產品的銷量於整個往績記錄期間實現持續增長。

我們的主要運營及財務表現

我們網絡內醫療機構的總就診人次由2022年的1.3百萬人次增加至2024年的3.0百萬人次，複合年增長率達51.9%。我們網絡內醫療機構的總就診人次亦從截至2024年9月30日止九個月的2.1百萬人次增加21.6%至截至2025年9月30日止九個月的2.5百萬人次。為了更好地服務客戶並提高其忠誠度，我們還在我們的中醫醫療服務網絡中實施了一項通享的會員計劃，為會員提供各種註冊即享的便利及優惠服務。這項會員計劃還有助於我們拓展在當地社區的客戶。我們吸引及留存會員的戰略卓有成效，會員累計人數由截至2022年12月31日的436,371人增加至截至2024年12月31日的740,045人，複合年增長率達30.2%。截至2025年9月30日，該人數進一步增加至766,647人。

我們的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣911.0百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣1,175.1百萬元，複合年增長率為13.6%。我們的收入亦由截至2024年9月30日止九個月的人民幣832.6百萬元增加3.0%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣857.9百萬元。我們截至2023年12月31日止年度的收入較截至2022年12月31日止年度有所增長，主要得益於中醫醫療服務以及銷售健康產品及其他產品產生的收入增加。我們截至2024年12月31日止年度的收入較截至2023年12月31日止年度有所增長，主要得益於銷售健康產品及其他產品產生的收入增加。我們截至2025年9月30日止九個月的收入較截至2024年9月30日止九個月有所增長，主要得益於中醫醫療服務產生的收入增加。我們的毛利由截至2022年12月31日止年度的人民幣142.8百萬元大幅增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣222.5百萬元，複合年增長率為24.8%。我們的毛利亦由截至2024年9月30日止九個月的人民幣142.0百萬元增加9.9%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣156.0百萬元。

我們於截至2022年12月31日止年度錄得淨虧損人民幣9.2百萬元，主要由於(i)我們的銷售成本增加，其中包括藥品及醫療耗材的開支增加，以及我們為支持中醫醫療服務網絡擴展而招聘更多醫師所產生的僱員福利開支增加；(ii)同仁堂餐飲管理（我們因無意於餐飲業進一步尋求商機而於2023年6月將其出售）產生虧損人民幣9.6百萬元；

業 務

及(iii)我們為整合2022年新收購的三溪堂而進行的標準化工作。由於我們努力加強收入來源及盈利能力，我們於往績記錄期間扭虧為盈並達致淨利潤。我們的淨利潤由截至2023年12月31日止年度的人民幣42.6百萬元增加8.4%至截至2024年12月31日止年度的人民幣46.2百萬元，主要由於(i)我們於2024年8月出售石家莊同仁堂中醫醫院的收益導致其他收入及收益淨額增加；及(ii)我們於2024年收購上海承志堂、上海中和堂和粹和藥店，部分被(i)由於根據日期為2024年1月29日且於2024年3月27日生效的北京同仁堂租賃框架協議進行物業租賃而確認的銷售成本及財務成本；及(ii)隨著我們籌備[編纂]而增加的[編纂]開支所抵銷。我們的淨利潤由截至2024年9月30日止九個月的人民幣26.6百萬元減少9.8%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣24.0百萬元，主要是由於我們於2024年首九個月通過出售石家莊同仁堂中醫醫院獲得上述一次性收益人民幣17.1百萬元，而於2025年首九個月並無產生此類收益。

我們的經調整淨利潤(非香港財務報告準則財務計量，指通過增加[編纂]開支而調整的淨利潤或虧損)由截至2023年12月31日止年度的人民幣47.9百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣61.7百萬元，與同期我們的優化盈利能力一致。我們的經調整淨利潤(非香港財務報告準則財務計量)由截至2024年9月30日止九個月的人民幣36.6百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣24.2百萬元，這與同期我們的淨利潤減少相一致。

競爭優勢

我們相信，以下競爭優勢有助於我們在中國中醫醫療服務行業取得成功和實現可持續增長。

取得卓越成就的中醫醫療集團，有充分的能力服務全國客戶

我們匯聚了擁有多學科專長的高素質醫療專業人員、優質的藥品和高超的診療技術，提供以中醫辨證、醫學檢查、診斷、中醫藥物治療、非藥物治療和住院服務為主要內容的優質中醫醫療服務，為全國客戶量身定制各種醫療場景下的全病程差異化醫療需求。

業 務

作為中國非公立中醫院醫療服務行業的中醫院集團，我們在以下方面取得了突出的成就：

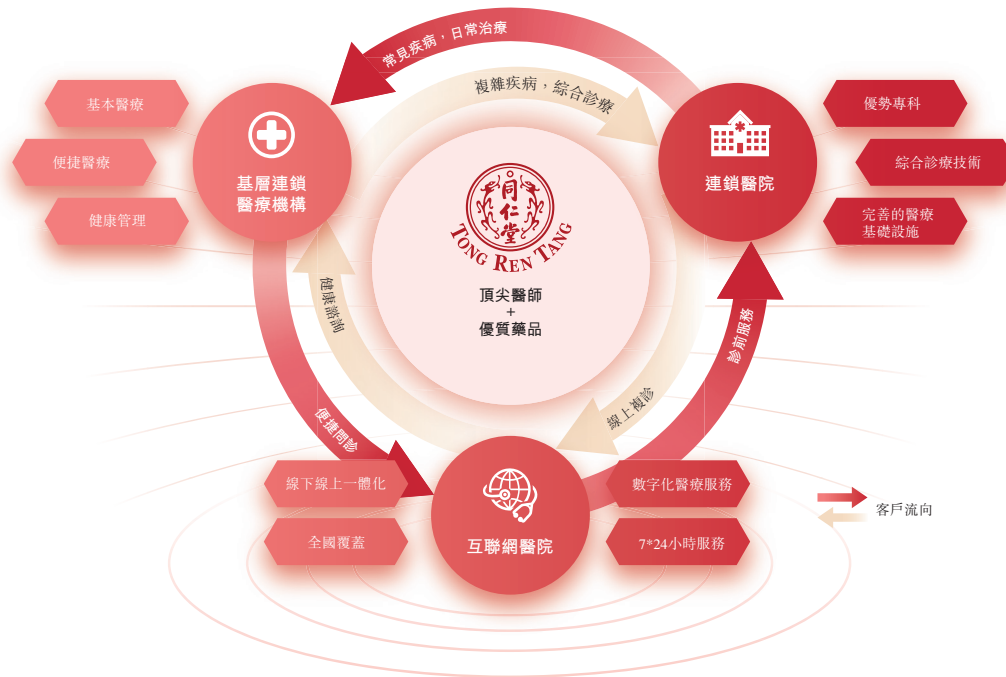
- 按2024年總門診人次及住院人次計，我們在中國非公立中醫院醫療服務行業的所有中醫院集團中排名第一；
- 按2024年中醫醫療服務總收入計，我們在中國非公立中醫院醫療服務行業的所有中醫院集團中排名第二；
- 中國非公立中醫院醫療服務行業中在北京以連鎖模式運營全民所有制基層醫療機構的先鋒；
- 中國非公立中醫院醫療服務提供商中率先部署線下線上一體化分級醫療機構的先鋒之一；及
- 中國為數不多擁有350多年品牌歷史的中醫醫療服務提供商之一。

憑藉上述傑出成就，我們能夠抓住行業機遇，實現我們的業務戰略，並為中國的廣大客戶提供服務。

已建成具有全面的資源協調及強大的協同效應的分級中醫醫療服務網絡，為客戶提供精準連貫服務

我們以客戶為中心的中醫醫療服務網絡包括一家連鎖醫院、一家基層連鎖醫療機構及一家互聯網醫院，三者相輔相成，相互促進。下圖展示了我們網絡內醫療機構之間的協同效應。

業 務



中醫院是我們中醫醫療服務網絡的中流砥柱，可通過精細化醫療檢查和多學科診療，利用優勢專科、綜合的中醫診療技術和完善的醫療基礎設施治療疑難或系統性病症。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2024年12月31日，在中國一百多萬家醫療機構中，中醫院因其稀缺性而被視為中國醫療服務市場的重要組成部分，這表明對優質中醫醫療服務的需求仍存在較大缺口，中醫院的市場潛力巨大。我們網絡內醫院的醫療專業人員對患有疑難雜症的客戶進行多學科會診，制定系統性診斷，並提供量身定制的最佳健康方案。中醫醫院還接收基層連鎖醫療機構轉診的客戶，通過現代化的醫學檢查設備和全面的優勢專科滿足其對複雜醫療的需求。我們網絡內中醫院中經驗豐富的醫師也會進駐我們的互聯網醫院，為客戶提供線上服務，同時豐富我們的線上醫療資源。

基層連鎖醫療機構是我們分級中醫醫療服務網絡的基礎，可提高我們在社區層面的客戶覆蓋率。基層連鎖醫療機構以即時和貼心的醫療解決患有常見病、慢性病或處於亞健康狀態的客戶的基本醫療需求，如日常健康管理、家庭醫生服務等，其為我們的中醫醫療服務網絡積累了廣泛而穩定的客戶群。我們一直對網絡內基層醫療機構進行數字化運營管理，精簡運營程序、標準化服務步驟、提升服務質量，通過高效管理

業 務

推進連鎖經營。我們的基層醫療機構與我們的連鎖醫院合作，為患有疑難或系統性病症的客戶建立了客戶轉診渠道。在我們的連鎖醫院接受治療後，相關客戶可以選擇回到基層醫療機構進行康復、日常健康管理及接受用藥指導等後續服務，在全病程中始終得到適當的醫療。

我們的互聯網醫院打破了客戶面臨的時空限制，大幅擴展了我們的服務半徑，實現中醫醫療服務現代化，激活了資源共享，為我們中醫醫療服務網絡的整體服務質量和客戶黏性提供了保障。同仁堂e+微信小程序將會員引流至不同層級的醫療機構，根據對其具體身體狀況和地理位置的評估，使會員獲得合適的線下或線上醫療服務。互聯網醫院通過在診前和診後階段均為客戶提供便利，並提供健康諮詢、線上掛號、線上諮詢診斷、電子處方、線上複診、醫療知識普及等可靠的線上中醫醫療服務，極大地補充我們的線下連鎖醫院和基層連鎖醫療機構，從而打造覆蓋全週期及全方位的診療生態圈，讓全國各地的客戶都能獲得連貫和完善的中醫醫療服務。

分級部署提高了中醫醫療服務的可及性和連貫性，使我們能夠為客戶創造滿意的服務體驗。通過客戶轉診機制的統一應用，不同級別的醫療機構相互配合，實現了客戶的便捷轉診，為客戶提供具有針對性的、適合不同複雜程度的中醫醫療服務。分級中醫醫療服務網絡減輕了客戶尋求適當和定制化醫療服務的負擔，結合「醫」與「養」，使得經驗豐富的醫師及精準的醫療設施服務於複雜的醫療需求，同時確保日常健康管理及疾病預防的常規醫療需求得到經濟、便捷的解決。分級部署的醫療機構還讓我們能夠靈活地根據客戶的個人情況定制服務。同時，我們通過網絡內醫共體內部協作以及線上聯合會診等方式，以最優方式利用醫療資源，滿足客戶的醫療需求。通過分級部署，我們能夠很好地響應推動緊密型城市醫療集團發展的利好政策，該些政策鼓勵不同功能定位的分級醫療機構之間協調發展，鼓勵基層醫療機構與三級甲等醫院合作。有關中國中醫醫療服務行業關鍵驅動因素的詳細介紹，請參閱「行業概覽－中國的中醫醫療服務行業－關鍵驅動因素」。

業 務

匯聚頂尖中醫專家，培育優勢專科，定制最佳健康方案，構建競爭優勢

我們的頂尖中醫醫師團隊



附註：

- (1) 截至最後實際可行日期。
- (2) 包括13名全國老中醫藥專家學術經驗繼承工作指導老師及五名非物質文化遺產代表性傳承人。

擁有多學科專長的頂尖醫師團隊

我們為擁有一支龐大且組織有序的醫師團隊而感到自豪，這不僅向客戶保證了服務質量，還不斷賦能我們的中醫醫療服務網絡。截至最後實際可行日期，有2,732名醫師在我們的中醫醫療服務網絡執業，其中807名為主任醫師或副主任醫師。豐富的醫師資源使我們的網絡內醫療機構能夠保持學科全方位覆蓋，同時戰略性地培育優勢專科，這為我們的網絡內多學科會診和為個人客戶量身定制最佳的健康方案奠定了堅實的基礎。

我們的中醫醫療服務網絡因獲得業界廣泛認可的名醫而更具競爭優勢，如全國名中醫、全國中醫臨床優秀人才、全國名老中醫藥專家傳承工作室建設項目專家和全國老中醫藥專家學術經驗繼承工作指導老師。尤其是，張炳厚是在中醫腎病、痛症、中醫內科等方面有深遠影響的中醫專家，曾獲全國名中醫、首都名中醫、全國老中醫藥專家學術經驗繼承工作指導老師等多項殊榮。截至最後實際可行日期，我們中醫醫療服務網絡的30名執業醫師擁有國家級榮譽稱號，其中包括兩名全國名中醫，其在中醫醫療服務行業擁有深遠影響。全國名中醫是由國家衛健委和國家中醫藥管理局授予的榮譽稱號，旨在表彰經驗豐富的中醫醫師或在中醫行業擁有30年以上經驗的學術項目導師或全國優秀中醫人才。

業 務

該等中醫專家帶頭培養重點學科和臨床專科。同時，我們通過涵蓋中醫腎病、中醫婦科、中醫經方、中醫內分泌、中醫心身、中醫適宜技術、中醫腫瘤、中醫腦病等八大醫學專科的同仁堂中醫學術諮詢專家委員會，促進醫師之間的中醫學術交流和臨床經驗分享。憑藉非凡的品牌影響力和值得信賴的行業形象，我們已設立由多名中醫醫療、中醫藥品和醫療機構管理等領域的優秀專家組成的首席專家委員會。這些外部專家為我們的戰略發展提供高水平的指導，為我們的運營管理提供堅實的後盾。

建立名醫工作室是推進專科培養、提升診療能力和促進師承教育的關鍵機制。在我們中醫醫療服務網絡執業的名醫有機會申請成立國家級或省級的名醫工作室，以傳承其寶貴的學術理論和臨床經驗。截至最後實際可行日期，已為我們的中醫醫療服務網絡中的醫師建立了11個國家級或省級名醫工作室，以倡導中醫技術，培養青年醫師。得益於名醫工作室和師承教育的發展，我們加強了優勢專科，取得了眾多學術成果，提升了我們的服務能力，使我們能夠惠及更多患有複雜症狀或疾病的客戶。此外，在不斷加強優勢專科培養的同時，北京同仁堂中醫醫院中醫心病科及腦病科執業醫師參與了多項省級科研項目，並在核心期刊上發表了大量學術論文。

致力於吸引及留住醫師

我們非常重視中醫醫師的組織培養，從而吸引名家、挖掘醫師的職業潛力、傳承和發展中醫、提升我們的競爭力，並提高我們中醫醫療服務網絡的學術影響力。

- *標準化認證體系為中醫醫師提供清晰的職業發展路徑。為了更好地分配和組織醫師，我們在中醫醫療服務網絡內實行四級醫師認證制度，定期評估醫師的聲譽、專業等級、執業經驗、臨床能力和文化認同。標準化認證體系為醫師提供了清晰的職業發展框架，系統、動態地激發了醫師的職業發展潛力。*

業 務

- 全方位的帶教和培訓機會為下一代中醫人才賦能。在我們的帶教制度下，年輕醫師可以獲得導師寶貴的臨床和研究指導。在我們的中醫醫療服務網絡中的執業中醫人才可以向中醫專家學習，增強其治療複雜疾病的能力。為追求服務質量和能力，我們還為醫師定期安排了專業技術和技術等級晉升培訓課程。完善的師承帶教制度和培訓課程使我們能夠保持對醫師的吸引力，並在下一代中醫人才中建立蓬勃發展的候選人才庫，推動我們高水平醫師團隊的內生增長。

憑藉強大的品牌影響力、優良的藥品質量以及系統性的帶教和培訓機會，我們致力於在中醫醫療服務網絡中匯聚更多高水平的醫師。我們主動引進各具專長的中醫專家團隊，他們在中醫心病科、中醫腦病科、中醫內分泌科、中醫腫瘤科、中醫婦科、中醫男科、中醫兒科和中醫皮膚科等多個專科有廣泛造詣。我們與著名中醫專家的合作為我們贏得了信譽，使我們能夠不斷邀請經驗豐富的和年輕的醫師加入我們並開展合作。同時，我們可以通過收購醫療機構進一步高效充實醫師團隊。此外，我們還通過我們互聯網醫院的醫師端移動應用「同仁堂中醫」在線吸引和匯聚外部醫師。

優質藥品的可靠供應，維繫廣泛而穩定的客戶群和醫師群

我們始終秉承「炮製雖繁必不敢省人工，品味雖貴必不敢減物力」的箴言，嚴格控制藥品（尤其是我們日常經營中所使用的中藥飲片）的質量，這對我們的中醫醫療服務的療效以及我們在客戶和醫師中值得信賴的形象至關重要。

具有業內卓越品質和值得信賴的中藥飲片

我們在採購、接收和儲存中藥飲片方面制定並保持嚴格的程序。在提供中醫醫療服務期間，我們通過日常庫存管理及檢查的方式（比如盲評和抽查）密切注意我們採購和使用的中藥飲片。我們根據嚴格的標準和適用的中國法律法規選擇供應商，以確保採購的質量。對於發現的任何不合格中藥飲片，我們會追查相關供應商，確保日常運營中所用的中藥飲片的質量，從而鞏固我們在中藥飲片質量方面的競爭力。

業 務

切實有效的供應鏈管理加強我們的中醫醫療服務

我們成立了全資附屬公司北京通達，並建立了採購協同管理平台，以實現組織化的供應鏈管理。通過該等部署，我們在總部層面整合和協調網絡內醫療機構的採購需求，以管理供應質量，形成規模經濟。精簡的供應鏈管理強化了我們的中醫醫療服務。

線上線下醫療資源相結合，開闢中醫醫療新的可能性

為追求醫療服務的可及性和便捷性，我們利用不斷增強的線上服務能力和資源整合優勢，讓更多人享受到優質的中醫醫療服務。

數字化和現代化支撐下的線上服務能力蓬勃發展

我們的在線服務解決了傳統線下中醫醫療服務中客戶面臨的時空限制和醫療資源分配不均的問題，實現了全天候、跨區域的中醫醫療服務，以滿足龐大的醫療需求。特別是行動不便的客戶，可以在我們互聯網醫院的支持下獲得即時、互動的醫療服務。我們協調網絡內醫療機構，以提高我們線上服務的質量和便利性。我們的互聯網醫院吸引並匯聚了全國各地的中醫專家加入我們的中醫醫療服務網絡，為客戶提供可靠的線上中醫醫療服務。除在我們的線下網絡內醫療機構執業的醫師外，我們中醫醫療服務網絡外的醫療機構的眾多醫師也已在我們的互聯網醫院註冊，使我們的客戶無論身處何地，都能即時、方便地獲得豐富、高水平醫師提供的醫療服務。截至最後實際可行日期，在我們互聯網醫院註冊的醫師累計提供超過806千次在線諮詢，包括一般健康諮詢和醫療諮詢。

具有強大的線上線下拓展能力的兼容並包的中醫醫療服務網絡

互聯網醫院有利於我們連接和整合中醫醫療服務網絡內外不同層級的醫療機構和藥店，不斷擴大服務覆蓋面，挖掘發展潛力。我們網絡內醫療機構的資深醫師可以通過進駐我們的互聯網醫院，為客戶提供線上服務。我們的互聯網醫院一直在積極探索與外部線下醫療機構的合作，期望為該等線下醫療機構提供各專科的線上臨床支持，讓彼等客戶可以通過我們的網絡內醫療機構獲得更具針對性且完善的醫療服務。此

業 務

外，截至最後實際可行日期，我們的互聯網醫院與超過500家外部藥店建立了合作關係，我們互聯網醫院的醫師在線上會診和診斷後，可將電子處方發送到客戶附近的合作藥店，縮短了送藥時間，保證了藥品的供應，形成了良好的客戶體驗，促進了客戶之間的口碑宣傳。

為我們的分級與協調的中醫醫療服務網絡開拓多種業務場景

利用線上線下一體化的優勢，以多樣化、定制化的方式解決客戶的醫療問題，如線上預約線下諮詢、醫學檢查、診斷，通過文字、圖片或視頻等形式進行在線健康諮詢，以及通過多向客戶轉診獲得適合自身病情的醫療服務。我們的互聯網醫院通過提供便捷的醫療諮詢、在線預約和用藥指導，為客戶在診前和診後階段提供便利。我們的線上服務項目也一直在各種醫療健康場景下為客戶提供便利，尤其是慢病管理、日常健康管理及疾病預防。例如，客戶可以從家庭醫生處獲得季節性疾病預防和健康管理建議，並通過我們的線上渠道獲取有關健康知識的科普文章和視頻。線上中醫醫療知識普及不斷提高我們在潛在客戶中的曝光率。為了開拓新的業務場景的機會，我們預計將在線預約的範圍擴大到更多的線下服務，例如多元化非藥物治療服務和產後恢復服務。該等努力助力我們提高了服務質量和能力，更好地關注客戶的日常健康管理，並提升了客戶忠誠度。

標準化的連鎖經營，持續輸出現代化管理和多學科專長以及品牌影響力

包容開放的標準化運營體系

標準化的運營使我們能夠不斷擴大中醫醫療服務網絡，並利用我們的品牌影響力、服務能力和管理能力熟練複製我們的成功。經過多年的組織化管理，我們形成了標準化的運營流程和以市場為導向的招聘、培養體系。尤其是，在醫療專業人員管理、業務運營、財務管理、採購、員工績效評估、投資、法律事務、行政事務、工會等多個方面，我們都有標準化的運營流程。我們已建立面向社會的招聘和培養體系，按照規定的程序不斷吸引、招聘和培養員工。我們在日常經營中將規範性與靈活性有機結合，堅持包容開放，吸引社會上優秀的醫療專業人員和其他工作人員加入並開展合作。

業 務

多渠道輸出管理和醫療專長及品牌影響力

完善的標準化運營流程、卓越的品牌知名度和精細化管理是我們成功運營的保障。我們通過收購、建立（特別是輕資產模式下的新建）以及醫療機構管理等方式，輸出豐富的管理和醫療專長，為更多客戶提供中醫醫療服務，為合作夥伴賦能，同時提升我們中醫醫療服務網絡的服務能力、質量及覆蓋範圍。

憑藉我們高度可擴展的業務和標準化運營流程，我們能夠將新成立或收購的醫療機構迅速整合進我們的集中管理體系，精簡其業務流程，統一其運營標準，從而使其在短時間內實現網絡內協同效應和規模經濟效益。我們以市場為導向，積極物色合適的收購目標，並將收購的醫療機構整合進我們的中醫醫療服務網絡。於往績記錄期間，標準化和以市場為導向的運營極大地促進了我們的業務增長。例如，得益於我們自收購以來的有效及專業的運營，三溪堂保健院的運營和財務表現得到持續提高，門診人次以約12%的複合年增長率增長，2022年至2024年，收入以約10%的複合年增長率增長。

此外，為了讓更多客戶享受到可靠的中醫醫療服務，我們還為醫療機構（其中大部分是社區內或社區附近的基層醫療機構）提供管理服務。我們輸出自己的管理和醫療專長，向所管理的醫療機構委派主要管理人員和醫療專業人員，負責日常運營的多個方面，為其培育優勢專科，優化其服務質量和經營業績。以優質的管理資源和醫療資源賦能管理醫療機構，我們預期將能夠有效提升其整體服務能力，並在中國更廣泛範圍內高效觸達龐大的客戶群。

現代化管理，追求效益和規模經濟效應

我們採用總部集中管理架構，並利用數字化手段對網絡內醫療機構進行現代化管理。具體而言，我們通過逐步為自有醫療機構配備雲HIS、實驗室信息系統（「LIS」）、電子病歷系統（「EMRS」）、影像歸檔和通信系統（「PACS」）和臨床決策支持系統（「CDSS」），努力實現精細化管理。通過該等系統，我們預期我們的總部能夠監控自有醫療機構的各種醫療事務，規範其日常運營，從而提高其服務質量、客戶體驗和信息安全。此外，我們還為自有醫療機構部署BIS，旨在及時監控和精確分析業務表現，並在總部層面做出基於數據的高效決策。此外，我們實行採購協同管理機制，網絡內醫療機構主要通過我們的採購協同管理平台採購中藥飲片，從而提高規模經濟效應，增強議價能力，實現更好的質量控制。

業 務

融合經營能力與醫療學術背景的管理團隊，深入多元理解行業

我們相信，我們的成功部分歸功於我們融合經營能力與醫療學術背景的管理團隊。我們由富有遠見的核心管理團隊領導，彼等擁有深入和互補的知識和專業技能。尤其是我們的董事長兼執行董事饒祖海先生，彼於投資管理及企業管理方面擁有逾20年經驗，對企業運營及管理擁有獨到的見解。此外，我們的執行董事魯岳先生在中醫臨床工作及醫院管理方面擁有逾20年經驗，在醫院管理方面具有深厚的專業知識，並在醫療服務行業擁有良好的工作業績。請參閱「董事及高級管理層－董事會－執行董事」了解其履歷。我們相信，我們管理團隊的經驗和專業知識將繼續推動我們未來的增長。

業務戰略

我們致力於發揮中醫藥在疾病治療和預防養生過程中的獨特優勢，圍繞「醫」和「養」，構建「中醫+」特色服務體系，呵護生命健康。我們計劃進一步鞏固我們的競爭優勢，並通過實施以下戰略實現我們的願景。

利用多樣化方式迅速提升連鎖醫療機構的規模以及服務能力

我們擬通過收購、設立線下醫療機構及為線下醫療機構提供管理服務等多樣化方式，擴大醫療機構的覆蓋範圍，加強連鎖經營。隨著中醫醫療服務網絡中醫療機構的增加，我們預期在連鎖經營模式下進一步提高服務能力並增強協同效應。

內生增長

我們希望通過對現有醫療機構進行升級改造，不斷提升我們的服務能力，擴大中醫醫療服務網絡，為更多客戶提供可靠的中醫醫療服務。特別是，我們計劃在2025年至2029年期間，有選擇地對部分自有醫療機構進行升級。我們計劃對該等醫療機構進行翻新，並採購先進的醫療檢查設備。我們相信，中醫醫療服務的自動化和現代化有助於我們提高服務質量，改善服務體驗。我們還將推動智慧醫療（「智慧醫療」）的發展，通過多種渠道為客戶提供覆蓋疾病全過程的多維度中醫醫療服務。

業 務

收購營利性中醫醫療機構

未來幾年，我們計劃繼續通過收購迅速擴大業務規模和地域覆蓋範圍。我們的主要目標將是專營中醫或具有中醫醫療服務能力的營利性醫院、門診部及診所。就營利性醫院而言，我們將主要關注(i)中國經濟活躍的地理區域，如北京、天津、華東地區（尤其長江三角洲地區）和廣東省，及(ii)中國人口密集地區，如華中地區、四川省和重慶市等。就營利性門診部而言，我們將重點關注浙江省金華市及上海市，以進一步挖掘我們在長江三角洲地區的業務潛力。在審查和篩選潛在收購標的時，我們將採用嚴格的標準，並根據（其中包括）目標的合規性（包括消防安全條件和環保表現）、在客戶中的聲譽以及與我們的文化協同性等因素進行綜合評估。我們一般會考慮已達到盈虧平衡和已開始營利或具有可持續增長潛力的營利性醫療機構。我們相信，高質量的整合和資源協同將鞏固我們的整體競爭力。

建立新的醫療機構

我們預期未來將建立新的醫療機構，包括醫院、門診部及診所，其戰略地域重點與上述我們未來的收購類似。特別是，我們將探索建立新醫院或新分院的機會，以更好地滿足我們日益增長的客戶群對醫療的巨大需求。我們還將在全國範圍內推動與追求進一步發展的營利性醫院的合作，預期共同建立控股權仍歸我們所有的新中醫醫院。我們預期利用我們的管理及醫療專業知識，為該等新建立的中醫醫院賦能。此外，我們還將推進專科發展，預期以更加成熟、可複製的模式培育一流專科。我們相信，通過不斷擴大中醫醫療服務網絡，我們能夠為更多客戶提供服務，並增強我們在全國範圍內的品牌影響力。

為醫療機構提供管理服務

憑藉我們強大的品牌影響力、豐富的醫師資源和廣泛的管理運營能力，我們預期將於中國多個地區提供管理服務。具體而言，我們努力對醫院進行管理，利用我們在中醫醫療服務方面的優勢為醫院賦能，並培養專科之間的協同效應。

業 務

「醫」和「養」協同發展，延伸產業價值鏈佈局

我們擁有大量有多學科專業知識的醫師、全面的中醫診療技術及完善的基礎設施，致力於為客戶提供從疾病預防、中醫辨證、醫學檢查、診斷、治療到診後康復、隨訪、日常健康管理和用藥指導的全面中醫醫療服務。我們還通過提供免費醫療援助、科普視頻和文章，普及基本醫療知識，提高公眾對中醫藥的接受程度。同時，我們通過採購協同管理平台，聚合和協調網絡內醫療機構對大量中藥飲片的採購需求。此外，我們通過北京通達，加強網絡內供應鏈管理，精簡向我們北京自有醫療機構及關連管理醫療機構採購藥品（主要是中成藥和西藥）的流程。我們將全面整合北京網絡內醫療機構的採購系統，實行數字化採購，從而實現資源的合理配置，發揮規模效益，增強議價能力，確保採購質量高於行業平均水平。通過供應鏈的協同管理，我們期望規範我們網絡內醫療機構所使用和提供的醫藥產品，統一客戶的服務體驗，進一步增強我們的品牌影響力。

同時，我們將優化對中藥飲片的採購、驗收、儲存、統計、處方審核、煎煮及質量控制等環節的管理，為供應鏈保駕護航。未來，我們預期將加強醫療器械和醫療耗材的採購協同管理。

推進高水平醫師的內生增長和人才引進，進一步完善醫師培養和培訓體系

在中醫醫療行業中的多年運營，使我們受益於卓越的品牌影響力並積累了充足的醫師資源。我們將繼續通過完善培訓體系和人才引進，支持自下而上的人才流動和自上而下的培養制度，全面賦能並有效留住高水平醫師。

優勢專科培養與醫療人才引進

在我們中醫醫療服務網絡內執業的醫師一般均在中醫領域積累多年經驗，並得到廣泛認可。未來，我們計劃利用知名中醫醫師資源，進一步發展優勢專科，完善導師制，為年輕醫師提供多專科的全面臨床培訓。我們將與更多大專院校及醫療研究機構合作，持續安排培訓課程。此外，我們預期將針對每位客戶的獨特醫療情況進一步

業 務

推廣非藥物治療，開展更多的中醫適宜技術培訓，如推拿、針刺等。此外，我們計劃進一步發展同仁堂中醫學術諮詢專家委員會，就中醫專科創新發展戰略組織專家諮詢會，發佈相應報告，並定期舉辦學術會議和講座，提升中醫學術研究在業界的影響力。我們將積極吸引和留住更多具有淵博學術背景和中醫專科強項的醫療專業人員。同時，通過收購業績良好的醫療機構，我們預期將不斷吸引醫師加入，進一步壯大醫療專業隊伍。為提高非藥物治療能力，我們將通過加強與中醫大專院校的合作，招聘更多的中醫藥技術人員。

人才獎勵與經驗傳承

我們計劃向在我們的中醫醫療服務網絡執業、具有深厚醫學造詣和豐富臨床經驗的部分醫師授予同仁堂科學家大師大工匠專家序列人才的稱號。通過學習他們的專業知識，我們旨在提高網絡內醫療機構的臨床能力和服務質量。作為回報，我們預期將為該等醫師提供一個有前途的發展平台和良好的工作環境，以更好地發揮其專長，釋放其職業潛能。我們期待促進非藥物治療技術的繼承和發展，鼓勵學術研究，推動培育優勢專科，優化治療方案，以提高療效和服務體驗。此外，我們還將幫助更多經驗豐富的醫師孵化個人工作室，促進寶貴中醫知識和臨床經驗的傳承，同時加強工作室青年醫師的能力。

整合線上線下的內外部資源，加強數字化和管理能力，擴大我們的服務網絡

我們致力於通過對內外部醫師、醫療機構和藥品供應進行線上線下的全面整合，擴充我們的中醫醫療服務網絡。我們還在努力推進中醫醫療服務網絡的數字化及現代化管理。

線下線上一體化服務網絡

我們預期將在分級架構下進一步加強線下業務部署，涵蓋：(i)社區醫療機構、門診部和診所，進一步強化連鎖經營模式，以滿足廣大基層醫療需求；及(ii)通過建立和收購增加營利性醫院，以及通過提供管理服務增加非營利性醫院。此外，我們還將利用良好的品牌形象和優質的醫藥資源，繼續吸引外部醫師到我們的網絡內醫療機構

業 務

執業，攜手為客戶提供專業、優質的中醫醫療服務。我們計劃進一步優化我們的線上服務能力，主動吸引外部醫師，並通過我們的互聯網醫院整合其他線上醫療資源。同時，我們將探索「中醫+」模式，如與更多中醫或中西醫結合門診部、診所合作，加強與外部醫療機構的聯合線上會診和客戶轉診，將我們的客戶範圍拓展至更廣泛地域。此外，我們還計劃加強與外部藥店的線上合作，包括但不限於介紹在我們互聯網醫院內執業的中醫醫師至該等藥店提供線下諮詢，以及發展該等藥店與網絡內醫療機構之間的客戶轉診機制。

現代化管理

我們將進一步推進數字化運營，完善管理體系，實現現代化、標準化運營。

為深入了解和更好地監控網絡內醫療機構的經營業績，我們將繼續推進中醫醫療服務網絡的信息化建設，推進信息技術系統的部署，包括雲HIS、BIS、LIS、EMRS、PACS和CDSS。我們的管理層及運營中心可以收到由BIS生成的信息豐富、圖文並茂的報告，從而更好地觀察網絡內醫療機構的運營和財務狀況。可視化的關鍵績效指標有助於在日常運營中進行基於數據的決策和戰略規劃。通過標準化管理，我們受益於連鎖經營模式和分級管理結構，不斷加強網絡內的協同效應。

現代化管理支持的服務網絡蓬勃發展

我們計劃利用中醫醫療服務網絡的持續數字化和信息化，全面提高我們的管理能力，以提高我們的運營成本效率，為在我們的中醫醫療服務網絡執業的醫療專業人員提供便利和穩定的支持。現代化的管理使我們能夠深化中醫醫療服務網絡中線上線下服務的融合。具體而言，我們將不定期鼓勵在我們中醫醫院執業的中醫專家到基層醫療機構提供短期線下診療服務。接受過專家線下服務的客戶，在專家結束在基層醫療機構的服務後，仍可通過我們的互聯網醫院進行複診並獲得專家的用藥指導，從而保證客戶與醫師之間不受時空限制的穩定聯繫，提升中醫醫療服務的連貫性。此外，我們還尋求在我們的互聯網醫院與更多中醫醫療服務網絡內外的線下藥店、外部醫療機構之間開展合作。

業 務

憑藉我們現代化的管理能力及中醫醫療服務網絡中積累的醫療資源，我們預期將進一步優化運營，開闢中醫醫療服務新的可能性，為廣大客戶提供可靠、可及、連貫的中醫醫療服務。

我們的業務模式

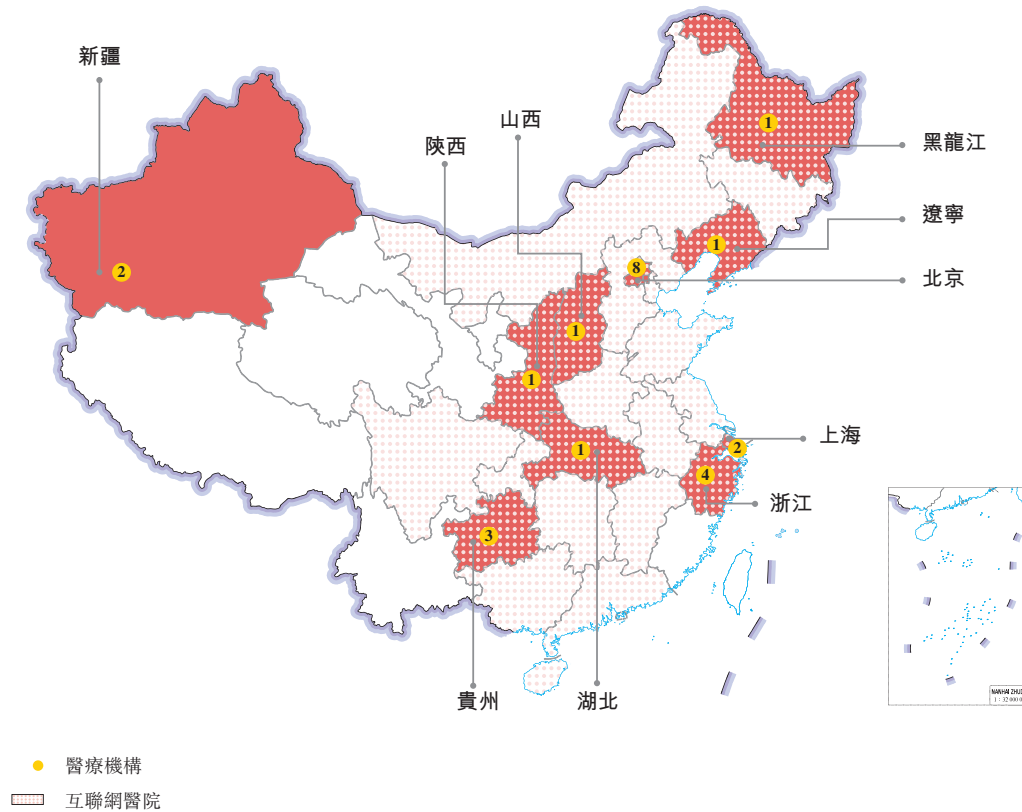
根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年總門診人次及住院人次計，我們是中國非公立中醫院醫療服務行業中最大的中醫院集團。

結合「醫」與「養」，我們致力於為客戶提供可靠、可及、連貫的中醫醫療服務，滿足客戶差異化的醫療需求。多年來，我們已建立一個三級中醫醫療服務網絡，包括(i)連鎖醫院，包括我們的自有或管理醫院，主要通過精細化醫學檢查和多學科診療，滿足複雜或綜合的中醫醫療需求；(ii)基層連鎖醫療機構，包括我們自有或管理的門診部、診所及社區醫療機構，主要通過提供即時、貼心的照護，解決常見病、輕症和慢性病基本醫療需求；及(iii)我們的自有互聯網醫院，提供以優質藥品供應鏈為支撐的線上中醫醫療服務，讓客戶能夠獲取多元化的優質線上醫療資源。我們根據客戶獨特的健康訴求、疾病的複雜程度及病程、所處地區等多種因素，通過我們的網絡內醫療機構為客戶提供便捷流暢的連貫診療及日常健康管理。針對客戶在疾病治療和健康管理方面的差異化需求，各級醫療機構通過網絡內的會診和客戶轉診相互賦能、相互促進，形成一個面向全國客戶的完善診療生態系統。

下文載列截至最後實際可行日期我們分級中醫醫療服務網絡的地理覆蓋範圍示意圖。通過線上線下融合，我們的中醫醫療服務網絡覆蓋全國，可服務全國客戶。下方地圖中互聯網醫院的覆蓋範圍，代表著與我們互聯網醫院建立業務合作的醫療機構的地理分佈，包括：(i)我們網絡內的線下醫療機構；(ii)與我們合作的外部藥房，旨在為本地客戶提供快速便捷的藥品配送服務；及(iii)與我們的互聯網醫院建立了合作關係的外部門診部和診所。

業 務

我們中醫醫療服務網絡的佈局



截至最後實際可行日期，我們共有(i) 12家線下自有醫療機構，包括七家醫院、三家門診部、兩家診所及一家互聯網醫院；及(ii) 12家線下管理醫療機構，包括八家醫院、一家門診部及三家社區衛生機構。

截至最後實際可行日期，我們在北京共擁有三家自有線下醫療機構及五家線下管理醫療機構。鑒於北京的中醫醫療市場較為分散，且單家中醫醫療機構的服務半徑天然就是有限的，我們預期該等中醫醫療機構之間不會出現任何實質性的蠶食。不僅如此，我們預計該網絡佈局將擴大我們的服務覆蓋範圍以觸達更多客戶，通過地域互補加強集體影響力，並通過統一推廣提高我們的品牌知名度。因此，該佈局可優化我們的市場滲透率，同時保持本地化醫療服務。

於往績記錄期間，我們的收入主要來自(i)中醫醫療服務；(ii)管理服務；及(iii)銷售健康產品及其他產品。我們的線下醫院、門診部、診所和互聯網醫院集基礎醫療及綜合醫療為一體，為全國客戶提供中醫醫療服務，並從該等客戶獲取醫療費用。同時，我們利用豐富的醫療資源和運營專長，提供各種管理服務。我們自有或管理的醫療機構通過三級架構戰略部署，構成一個廣泛、互動的中醫醫療服務網絡。我們還通過我們獨立於醫療機構的渠道（包括（其中包括）我們在浙江省金華市開設的自有獨立門店），以零售及批發兩種模式向客戶銷售健康產品及其他產品，作為我們中醫醫療服務的補充。

下表載列於所示期間我們按業務線及地理區域劃分的收入、毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月								
	2022年			2023年			2024年			2025年					
	收入	毛利	估總 收入的 百分比	收入	毛利	估總 收入的 百分比	收入	毛利	估總 收入的 百分比	收入	毛利	估總 收入的 百分比			
(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(%)				
中醫醫療服務	814,656	116,469	89.4	994,878	168,945	86.3	987,743	160,901	84.1	702,168	112,401	84.3	723,456	120,629	16.7
— 北京	637,354	76,430	70.0	700,187	110,898	60.7	581,902	80,215	49.6	420,292	57,814	50.5	420,053	64,723	15.4
— 浙江省	116,175	32,741	12.8	221,227	54,732	19.2	224,560	50,725	19.1	156,856	33,918	18.8	157,188	33,293	21.2
— 其他地區	61,127	7,298	6.6	73,464	3,315	6.4	181,281	29,961	15.4	125,020	20,669	15.0	146,215	22,163	15.5
管理服務	1,883	1,048	0.2	9,588	6,308	0.8	15,534	11,840	1.3	8,090	5,750	1.0	11,344	8,298	73.1
— 北京	1,883	1,048	0.2	9,588	6,308	0.8	15,534	11,840	1.3	8,090	5,750	1.0	11,344	8,298	73.1
— 其他地區	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
銷售健康產品及	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他產品 ⁽¹⁾	87,697	32,567	9.6	137,659	38,362	11.9	166,573	45,191	14.2	119,087	22,036	14.3	116,249	23,088	19.9
— 北京	4,689	1,350	0.5	2,994	555	0.2	18,136	4,840	1.5	11,198	2,780	1.3	16,755	6,935	41.4
— 浙江省	83,008	31,217	9.1	134,665	37,807	11.7	147,950	39,864	12.6	107,358	18,725	12.9	99,494	16,153	16.2
— 其他地區	-	-	-	-	-	-	487	487	<0.1	531	531	0.1	-	-	-
其他 ⁽²⁾	6,739	(7,316)	0.8	11,001	3,866	1.0	5,268	4,565	0.4	3,264	1,829	0.4	6,877	4,021	58.5
總計	910,975	142,768	100.0	1,153,126	217,481	100.0	1,175,118	222,497	100.0	832,609	142,016	100.0	857,926	156,036	18.2

業 務

附註：

- (1) 於往續記錄期間，我們在浙江省以外地理區域銷售健康產品及其他產品產生的收入主要與我們透過「同仁堂優選」、粹和藥店及北京通達進行的零售及批發業務有關。請參閱「一 銷售健康產品及其他產品」及「與控股股東的關係－業務劃分－銷售健康產品及其他產品」。自2024年6月底以來，除下列交易外，我們並未以批發模式銷售健康產品：(i) 向浙江省零售商（不包括浙江省同仁堂集團旗下的藥房和坐堂中醫機構）銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品；(ii) 北京通達向我們於北京的網絡內醫療機構及呼家樓第二社區衛生服務中心銷售中成藥及西藥；(iii) 為優化存貨水平並消化剩餘批發存貨而於2025年4月向一間製藥公司銷售阿膠產品；及(iv) 因若干銷售人員對我們的三溪堂國藥館批發業務計劃存在誤解而銷售養肺丸及其他健康產品。
- (2) 主要包括推廣活動產生的推廣費、餐飲服務產生的服務費和就中藥材臨床應用的研究項目向合作夥伴收取的研究經費。

業 務

我們自北京的中醫醫療服務產生的收入由2023年的人民幣700.2百萬元減少至2024年的人民幣581.9百萬元，主要由於(i)我們於2023年6月將七家非營利性醫療機構的舉辦人權益劃轉予同仁堂康養；(ii)北京同仁堂第二中醫醫院產生的收入略微減少，主要是由於2023年至2024年該醫院的門診人次減少，而這主要由於公共醫療保險計劃所涵蓋藥品種類調整導致需求受限；及(iii)北京同仁堂中醫醫院收入增長稍緩，這主要由於該醫院的門診人次於2023年及2024年保持相對穩定，門診次均消費略微增加。北京同仁堂中醫醫院及北京同仁堂第二中醫醫院不斷發展優勢專科，招募資深的中醫專家及升級醫療設備，旨在進一步優化服務質量及體驗，以推動客戶獲取和可持續增長。

由於我們收購了三溪堂保健院（自2022年5月31日起，其財務業績已併入本集團的財務報表），我們於2022年開始自浙江省的中醫醫療服務產生收入。我們自其他地區的中醫醫療服務產生的收入由2023年的人民幣73.5百萬元大幅增加至2024年的人民幣181.3百萬元，其亦由截至2024年9月30日止九個月的人民幣125.0百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣146.2百萬元，主要歸因於我們於該等地區的現有醫療機構的內生增長及我們於2024年收購上海承志堂及上海中和堂。

我們自管理服務產生的收入由2022年的人民幣1.9百萬元增加至2023年的人民幣9.6百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣15.5百萬元，其亦由截至2024年9月30日止九個月的人民幣8.1百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣11.3百萬元。有關增加主要歸因於(i)隨著藥品生產及／或貿易公司業務規模的不斷擴大，我們為其提供的綜合管理服務亦不斷發展；及(ii)我們於2024年1月開始向六家非營利性醫療機構提供管理服務。

我們自於北京銷售健康產品及其他產品產生的收入由2022年的人民幣4.7百萬元減少至2023年的人民幣3.0百萬元，主要由於COVID-19疫情後需求減少導致防疫產品銷量減少。我們自於北京銷售健康產品及其他產品產生的收入由2023年的人民幣3.0百萬元增加至2024年的人民幣18.1百萬元，主要由於我們於2024年3月收購了粹和藥店。我們自於北京銷售健康產品及其他產品產生的收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣11.2百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣16.8百萬元，主要由於(i)我們於2024年3月收購粹和藥店；及(ii)北京通達的業務發展。由於我們收購了三溪堂國藥館（自2022年5月31日起，其財務業績已併入本集團的財務報表），我們於2022年開始自於浙江省銷售健康產品及其他產品產生收入。我們自於浙江省銷售健康產品及其他產品產生的收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣107.4百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣99.5百萬元，主要是由於三溪堂國藥館健康產品及

業 務

其他產品的銷售收入減少，此乃由於(i)三溪堂國藥館為避免與同仁堂集團的類似業務產生潛在競爭而已轉向專門批發安宮牛黃丸系列產品，導致批發業務受到限制；及(ii)消費者的消費行為更加節制，導致零售業務下滑，這與相關期間的市場狀況相符。於浙江省銷售健康產品及其他產品的毛利率由2022年的37.6%減少至2023年的28.1%，主要由於三溪堂國藥館的高毛利率產品（如靈芝孢子粉及壯骨藥酒）銷量下降，而這主要由於對該等貴細藥材的需求減少。浙江省銷售健康產品及其他產品的毛利率由2023年的28.1%下降至2024年的26.9%，此乃主要由於三溪堂國藥館的批發業務擴大，其毛利率根據行業慣例乃普遍低於零售。由於相同原因，於浙江省銷售健康產品及其他產品的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的17.4%減少至截至2025年9月30日止九個月的16.2%。

我們自其他業務產生的收入由2022年的人民幣6.7百萬元增加至2023年的人民幣11.0百萬元，主要與我們的推廣活動有關。我們自其他業務產生的收入由2023年的人民幣11.0百萬元減少至2024年的人民幣5.3百萬元，主要由於我們於2023年6月將同仁堂餐飲管理出售予同仁堂康養，並停止提供餐飲服務。我們自其他業務產生的收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣3.3百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣6.9百萬元，此乃由於我們確認來自中藥材臨床應用研究項目的收入。

我們其他業務於2022年的毛損率為108.6%，而2023年的毛利率則為35.1%，主要由於我們於2023年6月出售同仁堂餐飲管理以精簡我們的業務架構。基於同樣的原因，我們其他業務於2024年的毛利率則為86.7%。截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們其他業務的毛利率保持相對穩定，分別為56.0%及58.5%。

中醫醫療服務

我們的醫療服務主要以中醫為主，專科覆蓋全面，為客戶提供值得信賴的全病程醫療服務，創造便捷的服務體驗。截至最後實際可行日期，我們擁有12家線下自有醫療機構，包括七家醫院、三家門診部及兩家診所。截至最後實際可行日期，我們的所有自有醫療機構均為營利性醫療機構。我們亦通過建立互聯網醫院擴大我們的線上醫療服務，將外部醫療機構、醫生及藥房資源整合起來，服務全國更廣大的客戶群。更多詳情請參閱「— 我們的中醫醫療服務」。

業 務

管理服務

我們亦利用我們龐大的醫療資源及豐富的管理經驗，向機構客戶提供各種管理服務。在我們多功能採購協同管理平台的支持下，我們為藥品生產及／或貿易公司提供平台綜合服務，以提高其中藥飲片的銷售效率及便捷性，並收取服務費作為回報。我們亦向一家醫藥貿易公司提供供應鏈綜合服務，以提高中成藥及西藥的銷售效率及便捷性。此外，我們向醫療機構提供管理服務。截至最後實際可行日期，我們在線下共有12家管理醫療機構（「**管理醫療機構**」），包括八家醫院、一家門診部及三家社區衛生機構。截至最後實際可行日期，我們的所有管理醫療機構均為非營利性醫療機構。我們的管理服務在多方面為我們的管理醫療機構賦能，包括提供中醫醫療服務、專科培育、供應鏈、信息技術、營銷推廣和監管合規，從而幫助他們提高運營效率，提升服務質量和服務能力，增強客戶體驗。更多詳情請參閱「一 我們的管理服務」。

銷售健康產品及其他產品

為補充我們的中醫醫療服務，同時探索行業價值鏈上的多元化收入來源，我們亦通過我們獨立於醫療機構的渠道（包括（其中包括）我們在浙江省金華市開設的自有獨立門店），以零售及批發兩種模式向客戶銷售健康產品及其他產品。具體而言，我們還自同仁堂商業獲得向浙江省的零售商（不包括位於浙江省的同仁堂集團旗下藥房和坐堂中醫機構）獨家銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品（因材而異）的權利。該等零售商的絕大多數都將同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品（因材而異）銷售予其個人客戶，而非醫療機構。此外，我們亦以零售模式向客戶銷售安宮牛黃丸系列產品（因材而異）。詳情請參閱「一 銷售健康產品及其他產品」。

我們的中醫醫療服務

我們是一家中醫醫療集團，擁有結合「醫」與「養」提供一流中醫醫療服務的綜合能力。我們將高素質醫療專業人員與多學科專業知識、高品質藥品和高性能技術相結合，培養出多個優勢專科，提供精準可靠的中醫醫療服務，滿足全國客戶的多樣化醫療需求。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們中醫醫療服務產生的收入分別為人民幣814.7百萬元、人民幣994.9百萬元、人民幣987.7百萬元、人民幣702.2百萬元及人民幣723.5百萬元，分別佔同期總收入的89.4%、86.3%、84.1%、84.3%及84.3%。

業 務

我們秉承「品質第一」的工匠精神及「同仁堂」品牌的特色中醫文化，在提供中醫醫療服務時一直致力於「以質為命，至優至精」。

定制化中醫醫療服務，藥物及非藥物治療和日常調養相結合

得益於多個優勢專科的高水平醫師團隊和優質的藥物供應，我們一直致力於為全國客戶提供優質中醫醫療服務。通過多學科會診、個性化處方和現代化的非藥物治療相結合，我們為客戶提供有針對性的全面治療方案，幫助他們改善健康狀況。

中醫醫師通常通過望、聞、問、切，來了解個人症狀，借助醫療檢查設備對整體健康狀況作出差異化分析，從而作出精準診斷。我們強調「因人因病」和「一人一策一方案」，根據每個人的獨特健康問題，提供針對性的治療方案，最大程度地減少副作用。基於對個人差異化疾病狀況的全面多學科分析，我們制定綜合治療方案，通常涵蓋個性化處方和用藥指導、貼心的非藥物治療、積極的隨訪以及後續動態處方調整。除疾病治療外，我們還重視中醫在康復、日常健康管理及疾病預防等其他健康場景下的獨特作用，連貫地解決客戶的健康問題，打造滿意的服務體驗。

優質的中醫健康產品最終有助於提高我們的中醫醫療服務療效，使我們能夠服務並滿足有需要的客戶。特別是，中醫醫師一般會為客戶開中藥飲片、中成藥或其他健康產品。在開處方過程中，中醫醫師會根據每位客戶的具體情況，謹慎選擇並配伍中藥飲片，包括但不限於症狀、病程、整體健康狀況、生活方式和情緒狀態。在客戶複診過程中，中醫醫師還會根據其病程和身體狀況的變化，及時調整處方。這種動態調整增強了我們藥物治療的個性化和有效性。得益於我們的協同採購及嚴格的質量控制措施，我們使用的中藥飲片品質上乘，從根本上提升了我們的中醫醫療服務的療效、客戶的信任和滿意度以及口碑傳播。

業 務

非藥物治療與藥物治療優勢互補、相輔相成，針對客戶的個人醫療狀況提供了靈活選擇。我們多元化的中醫非藥物治療服務主要包括針刺、灸、推拿、拔罐及刮痧服務。該等非藥物治療在中醫醫療服務中發揮著獨特的作用，既能促進個人客戶的整體健康，又能在不使用藥物的情況下緩解症狀。為推廣中醫適宜技術，我們成立了非藥物治療專業委員會，推動中醫適宜技術的傳承與發展，制定非藥物治療方案。我們在運營過程中應用和推廣中醫適宜技術，根據對個人具體狀況的評估來提供個性化的熟練操作。我們提供個性化、定制化的多元化非藥物治療服務，打造安全、貼心的服務體驗，幫助我們積累廣泛而穩定的客戶群。我們的非藥物治療大多無創、無藥物副作用、環保且經濟實惠，使客戶在健康管理過程中受益，為客戶帶來整體、長期的健康改善。

我們運用現代化的中醫診療技術，提升中醫醫療服務的精準度、療效和客戶體驗。特別是，我們為客戶提供多種現代化的非藥物治療，例如：(i)超聲藥物透入療法，將現代超聲技術與中醫理論相結合，利用超聲波增強外用藥物滲透皮膚和深層組織；(ii)穴位紅外線照射治療，利用紅外線輻射器照射人體經絡穴位，產生溫熱效應，緩解疼痛，促進組織愈合；(iii)蝶齶神經節針刺，將針刺與現代神經調節技術相結合，緩解慢性頭痛、面部疼痛和某些自主神經功能障礙等多種症狀；以及(iv)小針刀，將針刺與現代手術技術相結合，鬆解黏連，緩解肌肉緊張，減輕疼痛。

我們積累了涵蓋全面專科的豐富醫生資源，通過多學科會診和診斷，增強了治療複雜疾病的能力，並為客戶提供卓越的中醫醫療服務。在我們中醫醫療服務網絡內執業的中醫專家帶頭發展優勢專科，例如中醫心病科、中醫腦病科、中醫內分泌科、中醫婦科、中醫兒科、中醫腫瘤科以及非藥物治療等。患有複雜疾病的客戶，將在這些優勢專科醫師的密切合作下，接受集中、系統的治療。有關在我們的中醫醫療服務網絡執業的醫生的構成的詳情，請參閱「一 醫療專業人員」。我們協調中醫醫療服務網絡內的醫療資源，簡化服務流程，以提高運營效率和服務體驗。

業 務

通過分級醫療機構提供最優健康方案

作為一家以客戶為中心的中醫醫療服務提供商，我們通過多級醫療機構為客戶提供連貫的中醫醫療服務。各級醫療機構各司其職，相互配合，相輔相成。通過這種多級醫療機構，我們為客戶提供最優健康方案來改善身體狀況。我們致力於為客戶提供涵蓋中醫辨證、醫學檢查、診斷、治療、康復、複診、日常健康管理和疾病預防的全面中醫醫療服務。我們擁有大量的多學科專業醫師、全面的中醫診療技術和完善的基礎設施，使我們能夠在客戶整個病程中提供服務，並在不同的健康場景下滿足差異化需求。我們根據醫療機構的功能定位，戰略性地將自有醫療機構或管理醫療機構按三級結構進行部署，提升了我們中醫醫療服務的連貫性和可及性。我們的分級中醫醫療服務網絡促進了醫療資源的合理分配，提供基層中醫醫療服務，便捷地滿足慢病管理、日常健康管理及疾病預防等日常醫療需求，同時將經驗豐富的醫師和精密醫療設施用於滿足複雜的醫療需求。

我們已在網絡內醫療機構建立多方位客戶轉介機制，建立綠色通道以協調客戶轉診至其他醫療機構或從其他醫療機構轉診至網絡內醫療機構。具體而言，在網絡內醫療專業人員的密切配合下，網絡內醫療機構轉介的客戶可獲得適當的中醫醫療服務，而無需重複預約及長時間等待。我們一般根據轉介客戶的醫療狀況為其推薦經驗豐富的醫生。我們亦會提前聯繫目的地醫療機構的相關科室，為客戶到相關醫療機構就診提供便利。對於具有複雜醫療需求的客戶，在事先徵得客戶同意的情況下，將其順利轉至我們的網絡內醫院，接受更高水平的醫療服務和精細化檢查。在疾病的嚴重階段，客戶在醫院接受了全面的診斷和治療後，可以選擇回到基層醫療機構接受適當的治療，更加便捷。多級醫療機構完善的客戶轉診制度加強了疾病各階段中醫醫療服務之間的銜接性，保證了中醫醫療服務的連貫性，為客戶的康復過程和後續的日常健康管理提供了靈活性。除客戶轉診機制外，網絡內聯合會診也增強了我們的中醫醫療服務能力。對於患有複雜疾病或系統症狀，需要即時就醫或多學科診斷的客戶，我們網絡內基層醫療機構的醫師可通過在線會診的方式，向我們網絡內醫院的中醫專家尋求建議和指導。多學科中醫專家可以實時討論，形成切實可行和有針對性的治療建議。此種網絡內會診有助於全面和個性化診斷，促進不同專科和醫療機構醫師之間的經驗交流，最終有助於提高臨床決策的效率和準確性。

業 務

我們引進了多種現代醫學檢查設備，如核磁共振、CT、彩色超聲波、心電圖、DR檢查和X光儀器等。中醫心病科、中醫腦病科、中醫內分泌科、中醫婦科、中醫兒科、中醫腫瘤科、非藥物治療等專科的全面覆蓋，使我們的醫院能夠精準地滿足廣大客戶群的多樣化醫療需求。同時，我們還通過我們的門診部和診所提供中醫特色的基層醫療服務，截至最後實際可行日期，所有該等門診部和診所均為醫保定點醫療機構。在該等基層醫療機構中，客戶因慢性病管理、日常健康管理及疾病預防產生的日常健康需求可通過我們的基礎醫療和非藥物治療得到及時滿足。作為我們分級中醫醫療服務網絡的基礎組成部分，該等基層醫療機構確保醫療服務的覆蓋面，並能就近為客戶提供服務。我們通過簡化預約程序為客戶提供量身定制的家庭醫師服務，並培養客戶與所選醫師之間的長期關係。作為我們分級中醫醫療服務網絡的線上組成部分，我們的互聯網醫院與線下醫療機構互為補充，協調醫療資源，提供便捷的線上服務，為全國客戶打造全方位的診療生態系統。

為進一步發揮網絡內的協同效應，實現連鎖經營，我們一直在通過精簡服務步驟，規範網絡內醫療機構的運營。總部的運營中心制定了《中醫醫院服務標準》及《社區衛生服務中心服務標準》，規範網絡內醫療機構的服務交付步驟並提升服務質量。我們推動中醫醫療服務的標準化、信息化和數字化，將中醫診療與現代化服務標準相結合，提供全面的中醫醫療服務。標準化流程幫助客戶在各級醫療機構接受質量統一、服務體驗可預期的連貫服務，提升了客戶對我們的信任。通過遵循標準化的服務流程和協議，我們能夠更好地對醫師執業進行質量控制，監控中醫醫療服務進展和效果。應用雲HIS和BIS等信息技術系統，我們通過資源共享和服務效率的提升，推動中醫醫療服務的信息化和數字化。

業 務

以下是我們中醫醫療服務的關鍵標準化步驟。



- **診前**。客戶可以在線接受便捷的健康諮詢，進行日常健康管理。進行初診及複診的客戶應預約選擇醫生及可用時間段。客戶可以選擇(i)現場預約；(ii)熱線預約；或(iii)線上預約。為方便客戶，我們通常會在門診導診和預約櫃台安排專人發放預約號、安排不同時段的預約及提供診前服務，如專科分診或解釋預約掛號程序。
- **諮詢及醫學檢查**。在提供中醫醫療服務的過程中，我們與客戶建立起互動和諧的關係。在進行任何診療程序之前，醫療專業人員都會向客戶提供詳細的說明和注意事項，並徵得客戶的同意。初診後，客戶可以接受醫學檢查，幫助醫生高效、準確地了解客戶病情。我們利用現代化醫學檢查設備和技術來協助診斷，亦善用內部和外部資源，推動醫學檢查的自動化及現代化。具有疑難或系統性病症的客戶可以通過來自多個專業學科的醫生提供的線上聯合諮詢獲得最佳治療方案。
- **診斷**。我們在傳統中醫辨證論治的基礎上結合現代化醫學檢查設備和技術進行更準確、更高效的診斷，從而在後續服務過程中為客戶提供貼心的治療和護理。我們的中醫醫療服務網絡整合了豐富的高水平醫療專業資源及多學科專長，我們的中醫診斷和後續治療能夠滿足客戶差異化的醫療需求。
- **藥物及／或非藥物治療**。我們的治療程序通常包括藥物和非藥物治療。此外，根據患者的身體狀況和疾病複雜程度，必要時可以提供住院醫療服務。我們為需要長期住院接受病情嚴重或複雜、康復服務或慢性病管理服務的客戶提供住院醫療服務。醫生在對客戶病情的嚴重程度和性質進行全面評估後，會與客戶商討住院事宜。

業 務

- **隨訪及診後服務。**客戶可線下或線上支付複診費用。醫療專業人員可能會向接受我們中醫醫療服務的客戶撥打隨訪電話，了解他們的康復進度，並在必要時給予用藥指導。為提升服務體驗，提高我們中醫醫療服務的客戶黏性，我們的客服人員會及時回覆客戶的後續查詢。我們通過線下和線上調查收集客戶對療效和服務體驗的反饋，並在此基礎上定期對我們的中醫醫療服務方案或標準進行必要的改進。詳情請參閱「我們的客戶－客戶服務及反饋」。客戶在診後階段及時獲得用藥指導和家庭醫生服務，以獲得貼心照護。

標準化操作程序使我們能夠精簡連鎖經營，強化品牌形象。在每個標準化服務步驟中，我們努力為客戶提供個性化服務體驗。此外，我們還將線上服務融入我們既有中醫醫療服務。隨著互聯網醫院的發展，我們通過線上預約、健康諮詢、電子處方、複診、醫療助手等服務，簡化了醫療服務的步驟，為客戶在整個疾病過程中提供了多樣化的選擇。

線上線下協同化中醫醫療服務網絡

由於我們試圖數字化我們的業務，解決中國廣大客戶面臨的時空限制，我們建立了自有互聯網醫院，並擴大了服務範圍。互聯網醫院使我們的中醫醫療服務網絡觸及和服務的客戶遍及全國各地。依託現代科技，我們的互聯網醫院將中醫醫療服務數字化，補充了線下網絡內醫療機構的服務能力，開通線上互動問診，實現在線即時就醫。此外，我們的互聯網醫院與現有線下業務佈局的結合，推動了線上線下融合，幫助客戶以多元化、定制化的方式解決健康問題。

以互聯網醫院為依託的線上服務整合

我們的互聯網醫院運營微信小程序「同仁堂中醫」作為其客戶終端，極大地實現數字化服務，減輕了長途旅行、醫療資源分配不均衡和線下重複就診給客戶帶來的不便。客戶可通過線上渠道便捷地預約線下會診、診斷及醫學檢查、查看電子報告、病歷及醫師信息、接受複診以及進行線上支付。得益於我們的線上會診網絡，客戶可以選擇多樣互動方式接受線上會診，比如文字或圖片、語音聊天或面對面視頻會診，享受線上中醫醫療服務帶來的便捷性和靈活性。

業 務

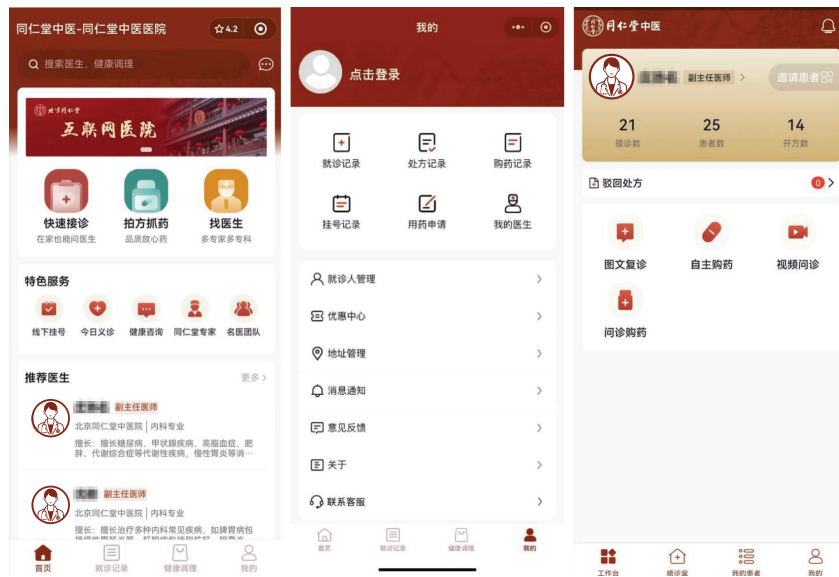
線上線下中醫醫療服務的整合，提升了可靠中醫醫療服務的可及性。出行不便的客戶可以享受線上聯合會診而無須受時空限制，來自多個醫療機構多個專科的中醫專家可以實時線上討論，形成切實可行的針對性治療方案。線上線下融合的服務模式增強了我們的中醫醫療服務能力，使客戶能夠輕鬆獲得及時的醫療服務，高效地進行治療，並在整個病程中實現健康管理。同時，通過互聯網醫院將客戶定向轉診至其他網絡內醫院或基層醫療機構，客戶可以根據自身情況接受合適的線下醫療服務。這種網絡內的多方向客戶轉診機制，緊密連接了線上線下醫療機構，提升了中醫醫療服務的連貫性。此外，線上中醫醫療服務擴展了中醫醫療服務網絡的地理覆蓋範圍，覆蓋全國客戶，並以優質可靠的中醫醫療服務滿足未被滿足的醫療需求。

通過多個線上渠道提供多元化服務

我們通過多個線上渠道促進客戶的健康管理，滿足客戶整個病程中的醫療需求。完善的線上線下融合模式和成熟的供應鏈，使我們能夠形成業務閉環，使客戶可以及時獲得優質的中醫醫療服務和中藥飲片。除我們的互聯網醫院外，我們亦額外運營微信賬號、微信小程序及流行社交媒體平台上的註冊賬號等多個線上渠道，並根據各自的定位設計特定功能。該等線上渠道通常亦作為我們互聯網醫院的流量入口，附上鏈接將其用戶引向我們的互聯網醫院或以其他方式在其用戶中提升我們互聯網醫院的知名度。通過包括我們的互聯網醫院在內的線上渠道，我們提供多種線上中醫醫療服務，例如，(i)線上諮詢（主要包括健康諮詢、醫學檢查報告諮詢、用藥諮詢和心理諮詢）；(ii)線下諮詢、診斷、醫學檢查和接種疫苗的線上預約；(iii)線上互動式隨訪；(iv)電子醫生和專科介紹；(v)電子病歷；以及(vi)通過文章和視頻進行的健康知識普及。基於電子病歷，我們保留了社區居民的詳細病史，因此能夠為他們提供個性化、貼心的服務體驗。同時，通過我們互聯網醫院的醫師端移動應用「同仁堂中醫」，我們吸引了眾多中醫醫師入駐互聯網醫院，提供線上中醫醫療服務。

業 務

以下是我們選定的線上業務渠道的系統演示。



客戶可以在48小時內通過文字或照片不限次數地諮詢其指定的醫生，選擇視頻問診的客戶則亦可以在相同時間內進行諮詢。根據適用的法律法規，互聯網醫院可提供「中醫+」家庭醫生服務。此外，我們還提供線上免費試用服務。醫生可以通過我們的線上服務渠道自願向客戶提供義診，客戶可以選擇醫師並以文字和圖片形式發起健康諮詢，所選醫師據此免費提供會診、診斷及開方服務。通過體驗此類免費試用服務，潛在客戶可以體驗我們服務的質量和療效。

線上協調廣泛的醫療資源

我們的互聯網醫院協調內部和外部的線下和線上醫療資源，不斷增強我們中醫醫療服務的能力，為中醫醫療開闢新的可能性。

醫師

我們的線上服務部署有助於我們促進醫師的優化配置，匯聚全國中醫專家，加入我們的中醫醫療服務網絡，為客戶提供可靠的線上中醫醫療服務。通過我們互聯網醫院的醫師端移動應用「同仁堂中醫」，我們已吸引來自二級或以上醫療機構的主任醫師或副主任醫師通過多樣化的形式為客戶提供線上諮詢。我們已經與三甲醫院的醫生建立了合作關係，並將持續著力邀請一線城市三甲醫院的知名中醫專家與我們聯合推出各個專科的特色服務，並在我們線下的網絡內醫療機構開展會診。

業 務

在我們互聯網醫院註冊的醫師須訂立一份註冊協議，據此，醫師通過我們的互聯網醫院向客戶提供中醫醫療服務。醫師須提交證明其身份及資質的文件及證書，承諾對其發佈的內容擁有知識產權或獲得合法授權，並承諾不通過我們的互聯網醫院進行任何違法行為。醫師亦須於彼等各自的執業執照範圍內執業，並遵守有關線上中醫醫療服務的中國法律法規以及我們的內部管理政策。醫師應對因其違反監管或管理規定而引致的任何醫療糾紛、索賠、處罰或損失自行承擔責任。我們在我們的互聯網醫院向客戶收取醫療費用，並根據我們的醫師績效管理政策（該等政策在醫師訂立註冊協議時即被視為已獲得其同意）計算相關醫師的薪酬待遇，以便進行後續結算。因履行註冊協議而產生的知識產權歸雙方共同所有。該等註冊協議可於下列情況下終止：(i)在醫師停止提供中醫醫療服務一年後或在醫師發出有意終止有關協議的書面通知後自動終止；或(ii)倘發生不可抗力事件或醫師嚴重違約，或倘醫師出於非我們故意過失原因而無法使用我們的互聯網醫院平台，可由我們的互聯網醫院予以終止。

醫療機構

我們致力於形成「中醫+」模式，我們已與多個中醫或中西醫結合門診部及診所合作並期望日後進一步擴展，以求覆蓋全國範圍。我們通常與該等醫療機構訂立長期合作協議，據此，該等醫療機構的醫師為客戶提供複診、診斷處方續方及審核服務。我們要求合作醫療機構確保其業務營運、發佈的信息以及提供的服務及產品均嚴格遵守適用法律法規以及我們的管理政策。我們向客戶收取醫療費，並於一個月內與該等醫療機構結算服務費。在診斷、治療及處方過程中產生的任何醫療投訴或糾紛，應由我們在相關醫療機構的支持下進行處理，所產生的費用將由雙方根據責任範圍按比例承擔。該等合作協議可於下列情況下終止：(i)倘適用法律或法規、行業發展或我們的業務營運或策略發生任何變動而可能導致我們無法履行該等協議，我們可提前10天發出書面通知予以終止；或(ii)倘發生重大違約，可由非違約方予以終止。我們亦鼓勵經驗豐富的醫師對該等醫療機構進行線下巡診，補充其服務能力並提升其服務質量。該等醫療機構亦可利用我們成熟的供應鏈提升其線下和線上的成本效益和經營業績。

業 務

藥房

我們的互聯網醫院與藥房建立聯繫，能夠迅速及時地向當地客戶交付產品。特別是，在線上諮詢和診斷後，互聯網醫院的醫生可以將電子處方發送到客戶附近的合作藥房，縮短配送時間，確保藥品供應，培養良好的客戶體驗。我們通常與該等藥房訂立年度合作協議，據此，該等藥房負責審查通過我們的互聯網醫院發送的電子處方並配藥、安排向客戶交付處方藥品及處理客戶退款，如因此或因劣質產品而產生任何投訴、糾紛、罰款或費用，均將由相關藥房處理及承擔。我們代表相關藥房向客戶收取藥費，並於一個月內與其結算，同時保留按藥費規定百分比計算的技術服務費。該等合作協議可於下列情況下終止：(i)倘適用法律或法規、行業發展或我們的業務營運或策略發生任何變動而可能導致我們無法履行該等協議，我們可提前10天發出書面通知予以終止；或(ii)倘發生重大違約，可由非違約方予以終止。

我們的管理服務

經過多年在醫療服務行業的運營，我們實現了運營的標準化和統一的質量控制，積累了豐富的運營和管理經驗，匯聚了中醫醫療服務和供應鏈管理方面的專業管理人員。利用這些經驗和專業知識，我們能夠提供廣泛的管理服務，以換取管理費。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們管理服務產生的收入分別為人民幣1.9百萬元、人民幣9.6百萬元、人民幣15.5百萬元、人民幣8.1百萬元及人民幣11.3百萬元，分別佔我們同期總收入的0.2%、0.8%、1.3%、1.0%及1.3%。

向藥品生產及／或貿易公司提供的管理服務

平台綜合服務

我們建立了協調採購管理平台（該平台具備多項功能以簡化從訂單管理、資質管理、結算管理到樣品檢測流程及質量評審的產品銷售活動）。我們以多功能線上平台為依託，於2020年2月開始為藥品生產及／或貿易公司提供平台綜合服務，以推動中藥飲片的銷售，以規範其產品銷售流程，提高產品銷售活動的效率及便利性。我們為

業 務

藥品生產及／或貿易公司提供的綜合管理服務主要包括(i)供應鏈管理諮詢服務(涵蓋訂單管理、證照管理和結算管理)；(ii)相關技術諮詢和信息服務；及(iii)樣品檢測和質量評審服務等。特別是，我們的採購協同管理平台主要通過在線存檔其許可證信息及在許可證臨近到期時及時發送提醒來促進藥品生產及／或貿易公司的資質管理。此外，在樣本檢測及質量評審過程中，我們收集並記錄檢測結果以及專家對相關藥品生產及／或貿易公司供應的中藥飲片質量(尤其是性狀及特徵)進行評審後出具的指導意見。此外，我們亦提供技術諮詢及信息服務，向藥品生產及／或貿易公司提供及時協助及技術支持，以促進彼等使用該平台，並提供有關市場趨勢及客戶採購的數據分析及研究報告，為藥品生產及／或貿易公司的業務運營賦能。相應地，我們通常按季度就供應鏈管理及諮詢服務、相關技術諮詢及信息服務收取服務費，該等服務費主要根據交易金額釐定。我們通常按季度就樣品檢測和質量評審服務收取服務費，該等服務費主要根據檢測或評審的具體類型釐定。我們通常參考行業定價水平及我們的成本分析為該等綜合管理服務定價。

供應鏈綜合服務

此外，自2021年12月開始，我們一直向一家醫藥貿易公司提供供應鏈綜合服務，以提高其供應鏈效率，綜合服務主要包括協調及管理藥品的倉儲、採購、交付及驗收，完善質量管理體系，優化物流管理流程，建立採購參考數據庫。而我們一般按季度收取基礎管理費及浮動管理費。

向粹和藥店提供的管理服務

於2022年6月，我們開始向粹和藥店提供管理服務，粹和藥店在被我們收購前主要從事健康產品及其他產品的線下零售。我們向粹和藥店提供的管理服務主要包括(i)協助粹和藥店建立及完善其內部運營及控制體系；(ii)提供戰略規劃及指導，提升經營業績及推廣能力；及(iii)通過向粹和藥店介紹在我們的互聯網醫院接受線上中醫醫療服務的客戶，協助粹和藥店獲取客戶，促進粹和藥店與我們的互聯網醫院之間的交叉銷售。在見證不斷增長的協同效應後，我們於2024年3月收購了粹和藥店的全部股權，且將其定位為我們線上中醫醫療服務的一部分，向我們互聯網醫院的客戶銷售健康產

業 務

品及其他產品。具體而言，我們的互聯網醫院提供線上諮詢及診斷服務，由中醫醫師評估客戶病情並開具相應的電子處方。該等電子處方隨後會根據地點和產品儲存情況傳輸至與我們合作的外部藥店或粹和藥店。粹和藥店收到處方後，即刻為客戶配藥送藥，確保當地顧客及時、可靠地獲得藥物治療。

向醫療機構提供的管理服務

我們一直為醫療機構提供管理服務，我們指派關鍵管理人員和醫療專業人員負責相關醫療機構的日常運營，包括提供中醫醫療服務、專科培育、供應鏈、信息技術、營銷推廣和監管合規，從而幫助他們提高運營效率，提升服務質量和服務能力，增強客戶體驗。通過提供管理服務，我們還為居民提供優質的中醫醫療服務，同時進一步擴大我們的業務版圖。

我們向醫療機構提供管理服務的歷史可追溯至2020年8月，當時我們開始管理北京一家營利性醫療機構粹和診所。於該醫療機構當時的股東北京粹和康養服務有限公司將其出售給第三方後，經雙方協商，我們於2022年6月終止向該醫療機構提供管理服務。於2024年1月，我們開始向北京的六家非營利性醫療機構提供管理服務。我們並無持有該等由我們管理的醫療機構的舉辦人權益。截至最後實際可行日期，我們的12家管理醫療機構包括(i)北京的一家醫院、一家門診部及三家社區衛生機構；(ii)貴州省的三家醫院；(iii)新疆維吾爾自治區的兩家醫院；(iv)陝西省的一家醫院；及(v)湖北省的一家醫院。

我們的管理服務充分考慮到管理醫療機構各自的業務運營情況和需求，為其賦能。例如，在與貴州省的管理醫療機構合作時，我們一直在探索中醫在康復和產後健康管理方面的獨特作用，因為他們始終將戰略重點放在婦幼保健上。此外，我們還以醫療資源及卓越的品牌影響力為管理醫療機構賦能。例如，我們向北京同仁堂第一中西醫結合醫院和黃寺門診部輸出醫療資源及品牌影響力。

向管理醫療機構提供的管理服務範圍

我們一般與管理醫療機構及其舉辦人簽訂三方合作協議，協議期限為三至五年，到期前可協商續期。

業 務

根據該等合作協議（「**合作協議**」），我們向管理醫療機構提供各種專業管理服務，通常包括以下方面：

- 業務管理，例如加強質量控制和感染管理、推薦管理人員和提供管理建議；
- 營銷及推廣，例如就營銷及推廣戰略提供建議；
- 專科培育及醫療資源共享，例如分享臨床經驗和標準，促進醫療專業人員之間的交流；
- 技術支持，例如應用和整合信息技術系統，以支持資源共享，實現線上會診和信息化；
- 學術研究，例如引進相關資源，推廣相關成果應用；
- 人才培養，例如為其醫生和其他醫療專業人員提供臨床培訓和指導；
- 供應鏈，例如就醫療用品採購和引進優質中醫藥藥品提供建議；及
- 合規性和內部控制，例如建立全面的內部控制和合規系統，特別是數據隱私和數據保護。

具體而言，根據我們與關連管理醫療機構的合作協議，我們透過優化營運機制、提高管理能力、實現專業化、以市場為導向的營運，努力釋放發展活力，促進該等醫療機構可持續發展。我們亦將在適用法律法規及該等醫療機構財務狀況允許的範圍內，不斷提高其員工福利。我們不得從事損害該等醫療機構利益或聲譽的任何活動。作為管理服務提供者，我們將促使該等醫療機構以合規的方式開展醫療活動，及時糾正任何違規行為，避免發生重大安全或醫療事故，並按要求向政府部門報告所需信息。對於在我們簽署相關合作協議之前發生的或非我們造成的任何不合規事件引發的重大違反法律、法規、政策或監管要求的行為，或因其而產生的政府當局的重大處罰，我們概不負責。為更好地提供管理服務、履行管理職能及實現管理目標，我們(i)

業 務

制定供該等醫療機構遵循的標準運營程序；(ii)每月舉行例會，分析該等醫療機構的經營業績及醫療質量，並據此提出改善措施；(iii)每季度對該等醫療機構的醫療質量及安全狀況進行檢查，並督促其糾正發現的任何問題；及(iv)加強宣傳力度，為該等醫療機構建立品牌形象。

我們相信，我們為管理醫療機構提供的管理服務有助於他們實現標準化和現代化運營，並發揮網絡內的協同效應。為實現中醫醫療服務網絡的綠色、安全和可持續發展，我們與管理醫療機構分享我們在經營環保業務方面的經驗，鼓勵他們採取ESG相關措施，監測能源消耗和醫療廢物處理。

我們管理醫療機構的所有運營成本均由相關醫療機構自行承擔，惟根據少數合作協議，我們須向我們聘用及委派到相關醫療機構的醫療專業人員及管理人員支付基本工資。合作協議通常可在以下情況下終止：(i)倘適用的法律法規發生重大變化，任何一方均可提前30天以書面形式通知終止合作協議；(ii)在簽署合作協議後，因我們嚴重違反法律、法規、政策或監管要求，管理醫療機構及其舉辦人可終止合作協議；或(iii)倘管理醫療機構或其舉辦人發生重大違約事件，給我們造成重大損失，且未及時補救，則我們可終止合作協議。此外，如果若干管理醫療機構或其舉辦人在我們管理期間的財務表現未能達到規定的要求，則有權終止其合作協議。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－如若我們管理的醫療機構或其舉辦人決定終止或不再重續與我們的合作安排，或者適用的法律法規禁止這種業務模式，我們的收入及盈利能力可能會受到影響」。

管理費與付款安排

合作協議項下的管理費和付款安排，是根據有關管理醫療機構、其各自舉辦人與我們經考慮我們所提供的管理服務的範圍，並參考中國中醫醫療服務行業的一般市場慣例後，根據具體情況，按公平原則磋商釐定。根據弗若斯特沙利文的資料，中國醫療服務行業的管理費率一般在3%至15%之間。

根據我們絕大多數的合作協議，我們有權按相關管理醫療機構年度收入的固定百分比（介乎3%至4%，平均約為3.2%）收取管理費。倘相關管理醫療機構於有關年度錄得淨虧損，我們將不會向其收取管理費。若收取管理費將導致相關管理醫療機構出現

業 務

虧損，則我們將免除相應金額的管理費。在有關合作協議終止或屆滿後，若相關管理醫療機構的淨資產在扣除管理費後低於其截至2023年12月31日的淨資產，我們需要補足差額，但補足金額不得超過我們於相關年度收取的管理費總額，而管理費總額乃按公平原則磋商釐定，且根據弗若斯特沙利文的資料，符合行業規範。該等付款安排旨在使我們所管理醫療機構能夠保留必要的營運資金以支持日常運營，從而為其可持續發展及與我們的長期合作夯實基礎。我們致力於透過精心的管理，提升所管理醫療機構的運營及財務表現，進而收取管理費，形成互利循環。管理醫療機構須根據其季度會計記錄每季度向我們支付費用，並根據相關管理醫療機構經審核的年度收入，於下一年度與我們進行年度審閱及結算。

關於其餘合作協議，管理費和付款安排各不相同。為承擔社會責任並向中醫醫療資源不足且有廣泛醫療需求缺口的地區輸出管理及醫療專業知識，我們不向若干獨立第三方擁有的管理醫療機構收取管理費。基於(i)我們戰略性地放棄若干經濟利益，以謀求長遠利益，如在當地加強我們的品牌影響力、探索中醫與民族醫學等當地優勢專科的協同效應及與管理醫療機構合作開展研究並申請有回報的中醫研究項目，有效利用我們通過提供管理服務與該等管理醫療機構建立的關係（例如，我們的互聯網醫院已與若干相關管理醫療機構達成合作，據此，該等管理醫療機構的執業醫師在我們互聯網醫院的醫師端上註冊，利用我們完善的線上渠道及技術支持提供線上中醫醫療服務）；及(ii)經弗若斯特沙利文確認，該等安排符合行業慣例，我們的董事認為該等安排屬公平合理，且符合本公司及我們股東的整體利益。我們還與若干管理醫療機構採用混合收費模式，包括固定部分和浮動績效部分，前者一般每半年結算一次，後者則每年確定並結算一次。

在我們的12家管理醫療機構中，我們有權向七家管理醫療機構收取合作協議項下的管理費，其中五家醫療機構由同仁堂康養所舉辦，其餘則由獨立第三方舉辦。截至最後實際可行日期，我們向由同仁堂康養所舉辦的五家管理醫療機構中的四家醫療機構收取管理費，該等醫療機構需進行年度結算，及考慮到收取有關費用會導致餘下一

業 務

家醫療機構於相關年度出現虧損，我們並無向該醫療機構收取管理費。截至同日，我們亦向由一名獨立第三方舉辦的一家醫療機構收取管理費。除上述七家管理醫療機構外，我們在合作協議項下，並無向五家管理醫療機構收取管理費，所有該等醫療機構均由獨立第三方擁有，且位於中醫醫療資源不足、大量醫療需求未得到滿足的地區。

根據與若干管理醫療機構的衛生行政部門或事業單位登記管理部門的採訪，我們的中國法律顧問認為，根據中國的法律法規，我們與管理醫療機構簽訂的合作協議是有效的，具有法律約束力及可執行性。

此外，經過多年的運營，我們在供應鏈管理方面積累了豐富經驗，建立了標準化的供應商選擇和管理體系，確保了優質藥品的穩定供應和合理的庫存水平。我們一直在數字化供應鏈系統，以提高運營效率和盡量降低採購相關風險。憑藉我們優異的供應鏈管理能力和強大的產業基礎，我們的全資附屬公司北京通達是我們的醫藥貿易公司，負責協調我們中醫醫療服務網絡的供應鏈，收集我們管理醫療機構的採購需求，從選定的供應商處進行採購，然後將中成藥和西藥銷售予我們的管理醫療機構，期望解決他們的運營需求，同時提高我們中醫醫療服務網絡的規模經濟效益和議價能力。請參閱「關連交易 – 部分豁免持續關連交易 – 8. 藥品分銷框架協議」。

業 務

下表載列於所示期間我們按客戶類型劃分的管理服務收入、毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度					截至9月30日止九個月												
	2022年		2023年			2024年			2025年									
	收入	佔總 收入的 百分比	毛利	毛利率	收入	佔總 收入的 百分比	毛利	毛利率	收入	佔總 收入的 百分比								
	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(%)								
提供管理服務予：																		
藥品生產及／或貿易公司 ⁽¹⁾	-	-	5,492	57.3	3,953	72.0	11,459	73.8	9,091	79.3	6,551	81.0	4,874	74.4	9,683	85.4	7,368	76.1
粹和藥店 ⁽²⁾	701	37.2	390	55.7	4,096	42.7	2,355	57.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
醫療機構 ⁽³⁾	1,182	62.8	658	55.7	-	-	4,075	26.2	2,749	67.5	1,539	19.0	876	56.9	1,661	14.6	930	56.0
總計	<u>1,883</u>	<u>100.0</u>	<u>1,048</u>	<u>55.7</u>	<u>9,588</u>	<u>100.0</u>	<u>6,308</u>	<u>65.8</u>	<u>15,534</u>	<u>100.0</u>	<u>11,840</u>	<u>100.0</u>	<u>5,750</u>	<u>71.1</u>	<u>11,344</u>	<u>100.0</u>	<u>8,298</u>	<u>73.1</u>

(未經審核)

附註：

- 儘管向藥品生產及／或貿易公司提供管理服務的歷史可追溯至2020年2月，但我們自該等服務產生的費用於合併時對銷，直至2023年7月，我們開始為我們管理醫療機構的採購流程向藥品生產及／或貿易公司提供管理服務。
- 我們於2022年6月開始向粹和藥店提供管理服務。我們自該等服務產生的收入由2022年的人民幣0.7百萬元增加至2023年的人民幣4.1百萬元，這與我們向粹和藥店提供的管理服務有所增加相一致。粹和藥店於2024年3月成為我們的附屬公司而不再為我們貢獻管理服務費。
- 由於粹和診所於2022年錄得淨利潤，因此我們根據相關管理服務協議向該醫療機構提供的管理服務於同年產生收入。於北京粹和康養服務有限公司向第三方出售該醫療機構後，經雙方同意，我們於2022年6月終止向該醫療機構提供管理服務。於2024年1月，我們開始自向管理醫療機構提供管理服務產生收入。

業 務

銷售健康產品及其他產品

為補充我們的中醫醫療服務，增加客戶獲得高質量健康產品的機會，我們通過零售及批發兩種模式向客戶銷售健康產品及其他產品。通過我們獨立於醫療機構的渠道，我們銷售(i)健康產品，主要包括(a)藥品，比如中成藥、中藥材、西藥；(b)保健食品及營養品；及(ii)其他產品，例如包裝食品。我們銷售的所有健康產品及其他產品均自中國合格供應商採購。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們自銷售健康產品及其他產品產生的收入分別為人民幣87.7百萬元、人民幣137.7百萬元、人民幣166.6百萬元、人民幣119.1百萬元及人民幣116.2百萬元，分別佔我們同期總收入的9.6%、11.9%、14.2%、14.3%及13.6%。

零售健康產品及其他產品

我們通過微信小程序「同仁堂優選」進行健康產品及其他產品的線上零售，該平台由我們設立，主要作為同仁堂集團（包括我們自己）僱員購買「同仁堂」品牌下產品的可靠渠道。我們於2025年11月永久關閉了「同仁堂優選」以避免與同仁堂集團類似業務產生潛在競爭。詳情請參閱「與控股股東的關係－業務劃分－銷售健康產品及其他產品－零售業務－(ii)線上零售業務」。

此外，我們於2022年收購三溪堂也促進了我們的線下零售業務。截至最後實際可行日期，我們在浙江省金華以「三溪堂」品牌名稱經營線下門店，包括四家零售藥店和兩家健康食品零售店。我們通過該等線下門店向個人客戶銷售各種健康產品及其他產品（包括「同仁堂」品牌下的產品）。

此外，儘管考慮到粹和藥店營業執照載明的業務範圍，粹和藥店產生的收入乃於我們的產品銷售業務分部下確認，但粹和藥店已被定位為我們線上中醫醫療服務的一部分，向我們互聯網醫院的客戶銷售健康產品及其他產品。

批發健康產品及其他產品

於往績記錄期間，我們曾通過三溪堂國藥館向機構客戶（包括藥品生產及／或貿易公司、第三方藥店及基層醫療機構）銷售藥品。我們於2022年12月開始向零售商銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品。安宮牛黃丸系列產品是一種廣泛應用於腦血管疾病領域的處方中成藥，以其稀缺性和治療效果而聞名。根據弗若斯特沙利文的資料，

業 務

安宮牛黃丸系列產品以其久經考驗的處方、珍貴的成分和被認定為國家級非物質文化遺產代表性項目的製劑技術，主要在應對腦血管急症方面發揮著卓越的作用。憑藉廣泛的行業聲譽、與同仁堂集團契合的固有文化以及在浙江省紮實的營銷能力，我們符合同仁堂商業選擇分銷商的標準，因此於2024年1月自其獲得向浙江省的零售商（不包括位於浙江省的同仁堂集團旗下藥房和坐堂中醫機構）獨家銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品（因材而異）的權利，在此之前，同仁堂商業依賴一名獨立第三方分銷商銷售相關產品。我們按季度與同仁堂商業訂立採購協議，列明其向我們供應的產品類型、規格及價格。該等協議訂明我們的最低採購要求，以及同仁堂商業根據我們對該等要求的履行情況以及同仁堂商業對我們表現的全面評估而可能授予或施加的獎勵或處罰。

自2024年6月底以來，除下列交易外，我們並未以批發模式銷售健康產品：(i)向浙江省零售商（不包括浙江省同仁堂集團旗下的藥房和坐堂中醫機構）銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品；(ii)北京通達向我們於北京的網絡內醫療機構及呼家樓第二社區衛生服務中心銷售中成藥及西藥；(iii)為優化存貨水平並消化剩餘批發存貨而於2025年4月向一間製藥公司銷售阿膠產品；及(iv)因若干銷售人員對我們的三溪堂國藥館批發業務計劃存在誤解而銷售養肺丸及其他健康產品。除下列交易外，基於我們目前的業務運營及業務規劃，我們日後不會以批發模式銷售其他健康產品：(i)向浙江省零售商（不包括浙江省同仁堂集團旗下的藥房和坐堂中醫機構）銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品；及(ii)北京通達向我們於北京的網絡內醫療機構及呼家樓第二社區衛生服務中心銷售中成藥及西藥。為確保遵守該批發業務計劃，我們已採取以下內部控制措施：(i)在批發業務管理系統中建立客戶篩選標準，以確保三溪堂國藥館的批發業務僅限於向浙江省零售商（不包括浙江省同仁堂集團旗下的藥房和坐堂中醫機構）批發同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品；(ii)就批發業務範圍、產品類別及銷售合約的標準化合約審批流程安排內部培訓；(iii)指定同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品的批發合約為批發業務的標準合約模板，禁止使用其他批發合約模板；(iv)指定三溪堂國藥館的法務部門

業 務

(其對三溪堂國藥館批發業務計劃及同仁堂商業授予三溪堂國藥館的授權範圍有充分了解) 審查三溪堂國藥館的各項銷售協議或訂單，以防止未經授權的批發健康產品的行為；(v) 指定三溪堂國藥館的財務部門檢查出庫單及銷售發票所載的批發產品詳情；及(vi) 安排定期會議，審閱三溪堂國藥館的財務報表及主要業務活動，以監控上述內部控制措施的實施情況。在審閱上述強化內部控制措施後，我們的內部控制顧問並無提出任何進一步的推薦建議。自該等措施實施以來，除下列交易外，我們並未以批發模式銷售健康產品：(i) 向浙江省零售商(不包括浙江省同仁堂集團旗下的藥房和坐堂中醫機構)銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品；及(ii) 北京通達向我們於北京的網絡內醫療機構及呼家樓第二社區衛生服務中心銷售中成藥及西藥。

由於我們的部分產品銷售業務受到限制，以避免與同仁堂集團的類似業務產生潛在競爭，我們已將重心轉移至安宮牛黃丸系列產品的批發，以加強我們銷售健康產品及其他產品的收入來源。我們銷售健康產品及其他產品產生的收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣137.7百萬元增加21.0%至截至2024年12月31日止年度的人民幣166.6百萬元。該收入於截至2024年及2025年9月30日止九個月保持相對穩定，分別為人民幣119.1百萬元及人民幣116.2百萬元。我們產品批發業務的機構客戶數量於2024年及截至2025年9月30日止九個月大幅增加。同時，我們的安宮牛黃丸系列產品批發毛利率相對較低，這對我們截至2024年12月31日止年度及截至2025年9月30日止九個月銷售健康產品及其他產品的毛利率造成下行影響。憑藉安宮牛黃丸系列產品在腦血管疾病領域的知名度及強大的品牌影響力，在無需大量營銷及推廣開支的情況下，我們推進了我們的產品批發業務在浙江省的市場滲透。截至2024年12月31日止年度，我們自三溪堂國藥館批發安宮牛黃丸系列產品取得的收入為人民幣51.6百萬元，佔批發業務收入的59.9%，佔健康產品及其他產品銷售收入的31.0%或佔我們同年總收入的4.4%。截至2025年9月30日止九個月，我們自三溪堂國藥館批發安宮牛黃丸系列產品取得的收入為人民幣42.4百萬元，佔批發業務收入的63.0%，佔健康產品及其他產品銷售收入的36.5%或佔我們同期總收入的4.9%。由於我們的產品批發業務預期在很大程度上依賴於安宮牛黃丸系列產品的銷售，任何針對安宮牛黃丸系列產品的負面宣傳或未能維持我們對安宮牛黃丸系列產品的獨家銷售權，或銷量、定價水平及利潤率，我們的收入及盈利能力可能會受到不利影響。

截至最後實際可行日期，我們已向超過4,000家機構客戶銷售健康產品及其他產品。

業 務

我們與機構客戶之間是賣方與買方的關係，而非委託人與代理人的關係。該等機構客戶根據其需求從我們採購安宮牛黃丸系列產品。我們並無為該等機構客戶設定任何強制性銷售目標或最低採購承諾。因此，我們銷售健康產品及其他產品的收入按照全額確認，並在產品交付時將產品的風險和所有權轉移給機構客戶。

我們通常與機構客戶簽訂年度採購協議，據此，機構客戶為每批採購下達採購訂單。年度採購協議包括以下主要條款：

- *期限*。年度採購協議的期限一般為一年，經雙方同意可續簽。
- *定價*。我們的產品定價以現行市價為基礎。
- *銷售限制*。我們在年度採購協議中規定，我們的機構客戶僅在浙江省內進行營銷活動及禁止我們的機構客戶在指定的地理區域外轉售安宮牛黃丸系列產品。我們有權終止向違反地域銷售限制的機構客戶供應安宮牛黃丸系列產品，並有權向相關機構客戶收取違約賠償金及因有關違約所造成的任何損失的賠償。
- *交付*。我們將產品運送到機構客戶指定的地點，並承擔運輸過程中的風險。
- *產品風險轉移*。產品相關風險在機構客戶驗收後轉移給機構客戶。
- *付款和信用條款*。我們一般要求機構客戶在產品交付前付清全款。我們可能向客戶授予最長360天的信用期。我們向機構客戶授予長於行業平均水平的信用期，旨在吸引機構客戶及發展我們於浙江省的安宮牛黃丸系列產品批發業務。
- *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，否則機構客戶一般不得退換健康產品及其他產品。

每批採購的具體條款，如產品規格、採購量和價格，均在每份採購訂單中單獨商定。

業 務

我們不採用分銷業務模式，我們的機構客戶也不是我們的分銷商、特許經營商或承銷人，因為(i)我們與機構客戶並無任何分銷安排或獨家關係；(ii)我們不依賴機構客戶分銷我們的產品，也不期望他們代我們轉售產品；(iii)機構客戶在沒有我們參與的情況下，獨立自費從事貿易和銷售；(iv)除有限地限制零售商轉售安宮牛黃丸系列產品（符合我們的獨家銷售權）外，我們對後續銷售不作任何要求，如銷售金額、目標或最終個人客戶；(v)除了瑕疵品外，我們不接受產品退貨；及(vi)我們不向機構客戶提供回購選擇，也不控制其存貨管理。根據弗若斯特沙利文的資料，我們與機構客戶的安排與中國健康產品分銷市場其他參與者普遍採用的銷售模式一致。因此，董事認為：(i)本集團並無採用聯交所發佈的新上市申請人指南第4.5章中規定的分銷商業務模式；及(ii)我們的機構客戶不太可能據此被視為分銷商。

此外，鑒於(i)我們的年度採購協議並無強制性銷售目標或最低銷售要求，(ii)除瑕疵品外，我們的產品一般不得退貨或換貨，且於往績記錄期間及直至最後實際可行日期我們並無遇到機構客戶的任何重大產品退貨或換貨；及(iii)我們的大部分銷售所得款項於產品交付前結算，而於往績記錄期間，我們應收機構客戶的大部分未結算貿易應收款項於三個月內結清，且我們的貿易應收款項周轉天數並無重大波動，兩者均顯示我們的機構客戶結算模式穩定；鑒於我們與機構客戶的現行業務安排，董事認為，我們銷售健康產品及其他產品所產生的渠道囤積風險甚微。

此外，自2024年2月起，我們一直通過全資附屬公司北京通達向關連管理醫療機構及呼家樓第二社區衛生服務中心銷售中成藥及西藥。詳情請參閱「關連交易－部分豁免持續關連交易－8.藥品分銷框架協議」。

已售的主要健康產品及其他產品

於往績記錄期間，我們銷售超過7,500種健康產品及其他產品，其單價及劑型存在重大差異。我們於往績記錄期間各年度／期間銷售的前十大健康產品及其他產品（按收入貢獻計）佔相關期間我們銷售健康產品及其他產品總收入的約66.5%。於往績記錄期間，該等健康產品及其他產品的平均售價出現波動，主要由於該等產品不同包裝、劑型及單價的銷量差異。

業 務

下表載列我們於所示期間銷售的該等前十大健康產品及其他產品（按收入貢獻計）的銷售收入。

截至2025年9月30日止九個月

產品	銷售收入 (人民幣千元)
安宮牛黃丸(天然)	54,777
養肺丸	10,579
阿膠	9,808
安宮牛黃丸(體培)	5,735
靈芝孢子粉	5,572
冬蟲夏草	3,693
鐵皮楓鬥	2,888
黃精餅	1,644
燕窩	1,601
牛黃清心丸	1,431

截至2024年12月31日止年度

產品	銷售收入 (人民幣千元)
安宮牛黃丸(天然)	73,149
阿膠	18,837
靈芝孢子粉	9,671
冬蟲夏草	8,301
安宮牛黃丸(體培)	6,381
野山參	5,810
鐵皮楓鬥	5,424
同仁御酒	4,505
燕窩	2,948
活絡丸	2,132

業 務

截至2023年12月31日止年度

產品	銷售收入
	(人民幣千元)
阿膠	39,718
靈芝孢子粉	12,489
壯骨藥酒	8,307
冬蟲夏草	7,827
靈芝孢子油軟膠囊	6,463
安宮牛黃丸(天然)	5,774
燕窩	3,268
同仁御酒	3,283
鐵皮楓鬥	3,219
野山參	1,137

截至2022年12月31日止年度

產品	銷售收入
	(人民幣千元)
阿膠	46,553
靈芝孢子粉	18,945
冬蟲夏草	3,618
黃精餅	2,898
三溪堂野山參片	2,630
野山參	1,968
燕窩	1,835
鐵皮楓鬥	1,528
安宮牛黃丸(天然)	1,278
同仁御酒	472

業 務

銷售健康產品及其他產品 (按銷售類別劃分)

收購三溪堂國藥館後，我們開始自批發健康產品及其他產品產生收入。由於我們於2024年1月獲得向浙江省的零售商（不包括位於浙江省的同仁堂集團旗下藥房和坐堂中醫機構）獨家銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品的權利，我們自批發健康產品及其他產品產生的收入由2023年的人民幣64.5百萬元增加至2024年的人民幣86.2百萬元。我們自批發健康產品及其他產品產生的收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣64.6百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣67.3百萬元，主要受(i)安宮牛黃丸系列產品銷量增加；及(ii)北京通達的業務發展所推動。批發健康產品及其他產品的毛利率由2022年的39.6%下降至2023年的20.2%，主要由於三溪堂國藥館的高毛利率產品（如靈芝孢子粉）批發量減少，而這主要由於對該等貴細藥材的需求減少。批發健康產品及其他產品的毛利率由2023年的20.2%下降至2024年的17.9%，主要由於安宮牛黃丸系列產品批發毛利相對較低。由於同樣的原因，批發健康產品及其他產品的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的9.8%下降至截至2025年9月30日止九個月的4.1%。

我們自零售健康產品及其他產品產生的收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣54.5百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣48.9百萬元，主要是由於消費者的消費行為更加節制，這與相關期間的市場狀況相符。然而，零售健康產品及其他產品的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的28.9%增加至截至2025年9月30日止九個月的41.5%，這是由於三溪堂國藥館調整其定價機制並對產品折扣實施更嚴格的管理。

銷售健康產品及其他產品 (按產品類別劃分)

收購三溪堂國藥館後，我們開始自銷售健康產品產生收入。我們銷售健康產品產生的收入由2023年的人民幣90.0百萬元增加至2024年的人民幣131.4百萬元，主要由於我們於2024年1月獲得向浙江省的零售商（不包括位於浙江省的同仁堂集團旗下藥房和坐堂中醫機構）獨家銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品的權利。由於同樣的原因，我們銷售健康產品產生的收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣91.4百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣100.2百萬元。2023年銷售健康產品及其他產品的毛利率有所下降，主要由於三溪堂國藥館的高毛利率健康產品及其他產品（如靈芝孢子粉及壯骨藥酒）銷量下降，這與同年中國健康產品分銷行業的整體趨勢一致。截至2025年9月30日止九個月，銷售健康產品及其他產品的毛利率有所增加，這是由於三溪堂國藥館調整其定價機制並對產品折扣實施更嚴格的管理。

業 務

下表載列於所示期間我們銷售健康產品及其他產品產生的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	估總額 人民幣千元	百分比	估總額 人民幣千元	百分比	估總額 人民幣千元	百分比	估總額 人民幣千元	百分比	估總額 人民幣千元	百分比
	(未經審核)									
批發安宮牛黃丸										
系列產品.....	-	-	2,857	2.1	52,054	31.2	44,387	37.3	42,553	36.6
— 北京通達.....	-	-	-	-	444	0.2	440	0.4	183	0.2
— 三溪堂國藥館 ⁽¹⁾	-	-	2,857	2.1	51,610	31.0	43,947	36.9	42,370 ⁽²⁾	36.4
透過三溪堂國藥館										
進行的其他銷售 ⁽¹⁾	83,008	94.7	131,808	95.7	96,340	57.9	63,411	53.3	57,123	49.1
— 零售.....	53,753	61.3	70,207	51.0	69,126	41.5	46,435	39.0	40,564	34.9
— 其他產品銷售.....	29,255	33.4	61,601	44.7	27,214 ⁽⁴⁾	16.4	16,976	14.3	16,559 ⁽⁵⁾	14.2
透過北京通達進行										
的其他銷售 ⁽⁶⁾	-	-	-	-	6,934	4.2	3,203	2.7	8,199 ⁽³⁾	7.1
粹和藥店.....	-	-	-	-	9,536	5.7	6,534	5.5	8,184	7.0
其他 ⁽⁷⁾	4,689	5.3	2,994	2.2	1,709	1.0	1,552	1.2	190	0.2
總計	87,697	100.0	137,659	100.0	166,573	100.0	119,087	100.0	116,249	100.0

附註：

- (1) 指三溪堂國藥館被我們收購以來產生的收入。
 - (2) 三溪堂國藥館根據同仁堂商業授予的獨家銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品（因材而異）的權利，向位於浙江省的零售商（不包括位於浙江省的同仁堂集團旗下藥房和坐堂中醫機構）出售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品。
 - (3) 北京通達向由我們管理的北京醫療機構以及呼家樓第二社區衛生服務中心出售中成藥和西藥。
 - (4) 指(i)健康產品（同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品除外）批發；及(ii)通過我們的零售藥店向客戶批量銷售健康產品，截至2024年12月31日止年度有關收入貢獻為人民幣14.5百萬元。
 - (5) 由於若干銷售人員對我們的三溪堂國藥館批發業務計劃存在誤解，致使三溪堂國藥館銷售若干產品（主要包括養肺丸及其他健康產品），交易總代價（不含稅）為人民幣11.8百萬元。此外，為優化存貨水平並消化剩餘批發存貨，三溪堂國藥館向一間製藥公司銷售阿膠產品，交易總代價（不含稅）為人民幣4.8百萬元。
- *自2024年6月底以來，除上述(2)至(5)所述交易外，我們並未以批發模式出售其他健康產品。
- (6) 主要指北京通達向由我們管理的北京醫療機構以及呼家樓第二社區衛生服務中心銷售中成藥和西藥。
 - (7) 主要指透過同仁堂互聯網醫院及「同仁堂優選」進行的銷售。

業 務

我們的網絡內醫療機構

我們網絡內醫療機構的概覽

下表載列截至最後實際可行日期我們網絡內醫療機構的概覽。

序號	醫療機構名稱	地點	自有/ 管理 ⁽¹⁾	類別 ⁽²⁾	性質	級別 ⁽³⁾	成為我們 網絡內醫療機構的時間 ⁽⁴⁾	總建築面積 (平方米)	我們持有 的股權	收購/ 自建/劃轉	經營場所	租賃期限	我們與藥有人/ 舉辦人的關係
連鎖醫院													
1.....	北京同仁堂 中醫醫院	北京	自有	中醫綜合醫院	營利性； 非公立	二級	2019年11月	21,455.5	100%	已劃轉	已租賃	2024年3月27日至 2027年12月31日	不適用
2.....	三溪堂保健院 中醫醫院	浙江省金華	自有	中醫專科醫院	營利性； 非公立	/	2022年6月	15,375	75% ⁽⁵⁾	已收購	已租賃	2022年4月1日至 2037年3月31日	不適用
3.....	北京同仁堂 第二中醫醫院	北京	自有	中醫綜合醫院	營利性； 其他	一級	2024年2月	2,065.03	51% ⁽⁵⁾	已收購	已租賃	2025年1月1日至 2025年12月31日	不適用

共同控制下的
業務合併。
於2016年1月首次
與本集團受共同控制

業 務

序號	醫療機構名稱	地點	自有/ 管理 ⁽¹⁾	類別 ⁽²⁾	性質	級別 ⁽³⁾	成為我們 網絡內醫療機構的時間 ⁽⁴⁾	總建築面積 (平方米)	我們持有的 股權	收購/ 自建/劃轉	經營場所	租賃期限	我們與擁有人/ 舉辦人的關係
4.....	鞍山同仁堂 中醫醫院	遼寧省鞍山	自有	中醫綜合醫院	營利性； 非公立	一級	2024年1月共同控制下 的業務合併。	1,796	51% ⁽⁵⁾	已收購	已租賃	2022年12月1日至 2027年11月30日	不適用
5.....	太原同仁堂 中醫醫院	山西省太原	自有	中醫綜合醫院	營利性； 股份制	二級	2022年3月 共同控制下的 業務合併。	5,328	51% ⁽⁵⁾	已收購	已租賃	2024年1月1日至 2026年12月31日	不適用

業 務

序號	醫療機構名稱	地點	自有/ 管理 ⁽¹⁾	類別 ⁽²⁾	性質	級別 ⁽³⁾	成為我們 網絡內醫療機構的時間 ⁽⁴⁾	總建築面積 (平方米)	我們持有 的股權	收購/ 自建/劃轉	經營場所	租賃期限	我們與藥有人/ 舉辦人的關係
6.....	齊齊哈爾同仁堂 中醫醫院 ⁽⁶⁾	黑龍江省 齊齊哈爾	自有	中醫綜合醫院	營利性； 非公立	/	成立於2024年2月， 正在籌備開業	4,943.79	51%	聯合成立	已租賃	不少於十年(根據 於2023年12月20日 訂立的協議)	不適用
7.....	順意同仁堂 中醫醫院 ⁽⁷⁾	北京順義區	自有	-	-	-	成立於2025年3月，正 在申請醫療機構執業 許可證	2,880	100%	自建	已租賃	2025年1月1日至 2034年12月31日	不適用
8.....	北京同仁堂 第一中西醫 結合醫院	北京	管理	中西醫 結合醫院	非營利性； 全民所有	一級	自有：2022年6月至 2023年6月；管理： 自2024年1月起	5,901.4	不適用	不適用	不適用	不適用	關連人士
9.....	黔西南醫院	貴州省興義	管理	婦幼保健院	非營利性； 全民所有	三級	2024年3月	142,000； 醫療場所： 73,000	不適用	不適用	不適用	不適用	獨立第三方

業 務

序號	醫療機構名稱	地點	自有/ 管理 ⁽¹⁾	類別 ⁽²⁾	性質	級別 ⁽³⁾	成為我們 網絡內醫療機構的時間 ⁽⁴⁾	總建築面積 (平方米)	我們持有 的股權	收購/ 自建/ 劃轉	經營場所	租賃期限	我們與藥有人/ 舉辦人的關係
10.....	畢節市七星關區 婦幼保健院	貴州省畢節	管理	婦幼保健院	非營利性； 全民所有	二級	2023年9月	58,393	不適用	不適用	不適用	不適用	獨立第三方
11.....	畢節市七星關區 中醫醫院	貴州省畢節	管理	中醫綜合醫院	非營利性； 全民所有	/	2023年9月		不適用	不適用	不適用	不適用	獨立第三方
12.....	和田維吾爾醫院 （連同畢節市 七星關區婦幼 保健院統稱 「畢節醫院」）	新疆維吾爾 自治區 和田	管理	專科醫院	非營利性； 全民所有	三級	2024年8月	69,773	不適用	不適用	不適用	不適用	獨立第三方
13.....	和田縣醫院	新疆維吾 爾自治區 和田	管理	綜合醫院	非營利性； 全民所有	二級	2024年8月	59,330.68	不適用	不適用	不適用	不適用	獨立第三方
14.....	寧陝縣醫院	陝西省安康市	管理	綜合醫院	非營利性； 全民所有	二級	2025年9月	16,000	不適用	不適用	不適用	不適用	獨立第三方
15.....	遠安縣醫院	湖北省宜昌市	管理	綜合醫院	非營利性； 全民所有	二級	2025年9月	11,900	不適用	不適用	不適用	不適用	獨立第三方

業 務

序號	醫療機構名稱	地點	自有/ 管理 ⁽¹⁾	類別 ⁽²⁾	性質	級別 ⁽³⁾	成為我們 網絡內醫療機構的時間 ⁽⁴⁾	總建築面積 (平方米)	我們持有 的股權	收購/ 自建/ 劃轉	經營場所	租賃期限	我們與擁有人/ 舉辦人的關係
基層連鎖醫療機構													
16.....	廿三里診所	浙江省金華	自有	中醫綜合診所	營利性； 非公立	/	2022年6月	217	75%	已收購	已租賃	2024年11月17日至 2027年11月16日	不適用
17.....	金華門診	浙江省金華	自有	中醫門診部	營利性； 非公立	/	2022年6月	667	75%	已收購	已租賃	2023年2月7日至 2026年2月6日	不適用
18.....	華溪診所	浙江省金華	自有	中醫綜合診所	營利性； 非公立	/	2022年6月	280	75%	已收購	已租賃	2013年9月1日至 2028年8月31日	不適用
19.....	上海承志堂	上海	自有	中醫門診部	營利性； 非公立	一級	2024年1月	1,577.14	70%	已收購	已租賃	2024年1月1日至 2031年9月30日	不適用
20.....	上海中和堂 ⁽⁵⁾	上海	自有	中醫門診部	營利性； 其他	/	2024年8月	3,100	60%	已收購	已租賃	2015年8月1日至 2030年7月31日	不適用
21.....	黃寺門診部	北京	管理	綜合門診部	非營利性； 全民所有	/	自有：2021年10月至 2023年6月；管理： 自2024年1月起	916.63	不適用	不適用	不適用	不適用	關連人士

業 務

序號	醫療機構名稱	地點	自有/ 管理 ⁽¹⁾	類別 ⁽²⁾	性質	級別 ⁽³⁾	成為我們 網絡內醫療機構的時間 ⁽⁴⁾	總建築面積 (平方米)	我們持有 的股權	收購/ 自建/ 劃轉	經營場所	租賃期限	我們與藥有人/ 舉辦人的關係
22.....	酒仙橋社區衛生 服務中心 ⁽⁵⁾	北京	管理	社區衛生服務 中心	非營利性； 全民所有	/	自有：2019年11月至 2023年6月；管理： 自2024年1月起	3,744.23	不適用	不適用	不適用	不適用	關連人士
23.....	大華社區 衛生服務站	北京	管理	社區衛生 服務站	非營利性； 全民所有	/	自有：2020年5月至 2023年6月；管理： 自2024年1月起	338	不適用	不適用	不適用	不適用	關連人士
24.....	六建社區 衛生服務站	北京	管理	社區衛生 服務站	非營利性； 全民所有	/	自有：2020年9月至 2023年6月；管理： 自2024年1月起	938.55	不適用	不適用	不適用	不適用	關連人士
互聯網醫院													
25.....	同仁堂 互聯網醫院 ⁽⁶⁾	不適用	自有	中醫綜合醫院	營利性； 全民所有	/	2020年7月	135.05	100%	自建	已租賃	2024年12月1日至 2026年4月30日	不適用

附註：

- (1) 關於截至最後實際可行日期我們擁有的醫療機構的更多詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構－我們的主要附屬公司」。
- (2) 指相關醫療機構的醫療機構執業許可證中的類別。

業 務

- (3) 每所醫療機構的級別由政府主管部門根據其功能定位和設施進行評級。「／」代表相關醫療機構截至最後實際可行日期尚未分類。根據衛生部頒佈的《醫院評審暫行辦法》及《醫療機構評審辦法》，中國的醫療機構經主管部門評定可分為一級、二級和三級。該等分級及評估對於醫療機構開展業務而言並非強制性。醫療機構可自願進行自我評估並申請分級。
- (4) 對於我們擁有的營利性醫療機構，成為我們網絡內醫療機構的時間是指相關醫療機構進行工商登記或變更工商登記顯示我們擁有所有權（直接或間接持有相關醫療機構50%以上的股權或通過其他方式擁有實際控制權）的時間。
對於在往績記錄期間一度由我們擁有並在截至最後實際可行日期由我們管理的非營利性醫療機構，我們列出(i)相關醫療機構併入我們財務報表的時間段；及(ii)相關醫療機構訂立的相關合作協議生效從而由我們管理的時間段。
至於其他由我們管理的非營利性醫療機構，即畢節醫院、黔西南醫院、和田維吾爾醫院及和田縣醫院，成為我們網絡內醫療機構的時間是指其各自的合作協議生效的時間。
- (5) 我們持有該等自有醫療機構的多數股權，並主要負責其日常運營及管理，而(i)朱先生（三溪堂的少數股東之一及三溪堂的董事）；(ii)同仁堂（我們的最終控股股東）頒佈高層策略及政策供同仁堂集團內所有企業遵循，同時持有北京同仁堂第二中醫醫院及太原同仁堂中醫醫院少數股東的股權；及(iii)該等醫療機構各自的少數股東有權根據適用的中國法律法規及公司章程的規定享有股東普遍享有的權利及承擔股東普遍承擔的義務。
- (6) 齊齊哈爾同仁堂中醫醫院由我們於2024年2月成立，截至最後實際可行日期正在為開業進行準備工作。我們已於2025年3月3日取得該醫院的醫療機構執業許可證。根據我們與齊齊哈爾同仁堂中醫醫院的少數股東訂立的合作協議，我們負責向該醫療機構委派醫師，提供培訓課程及幫助該醫療機構獲取「同仁堂」商標使用許可。在同等條件下，同仁堂集團可優先向該醫療機構供應藥品。同時，少數股東負責將裝修後的經營場所及必要的設備租賃予該醫療機構，幫助該醫療機構取得醫療機構執業許可證和醫保定點醫療機構資格，並在該醫療機構遇到財務困難時為其提供資金。只要該醫療機構存在，我們及少數股東不得在黑龍江省齊齊哈爾市內與任何第三方建立中醫醫院。此外，該醫療機構及少數股東不得開展可能導致相互競爭的業務，惟合作協議另有規定者除外。
- (7) 順意同仁堂中醫醫院由我們於2025年3月成立，截至最後實際可行日期並未開業。截至同日，我們正在為申請該醫院的醫療機構執業許可證進行準備工作，並預期其將於2026年上半年開業。
- (8) 於2024年12月31日，為更好地運營業務及配置資源，同仁堂康養註銷七星醫院。七星醫院先前使用的物業及設施已成為酒仙橋社區衛生服務中心的新址。
- (9) 我們的同仁堂互聯網醫院成立於2020年7月。作為探索線上醫療業務的初步嘗試，我們耗費時間組織醫療資源，並為同仁堂互聯網醫院的開業做準備。我們的同仁堂互聯網醫院於2022年1月取得其醫療機構執業許可證。於2022年7月，我們開始自同仁堂互聯網醫院向北京同仁堂中醫醫院客戶提供在線健康諮詢服務產生收入。於2023年3月，我們開始自同仁堂集團旗下藥房及／或該等藥店的個人客戶提供互聯網醫院平台服務產生收入。有關互聯網醫院平台服務的詳情請參閱「關連交易－全面豁免持續關連交易－4. 互聯網醫院合作框架協議」。

業 務

下表載列我們於所示期間的自有醫療機構和管理醫療機構數量的變動。

	截至12月31日止年度			截至9月30日 止九個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
自有醫療機構				
期初醫療機構數量	6	14	7	12
期內新成為我們網絡內醫療機構 的醫療機構數量	8	0	6	1
期內我們處置的醫療機構數量	0	(7) ⁽¹⁾	(1) ⁽²⁾	–
期末醫療機構數量	14	7	12	13
管理醫療機構				
期初醫療機構數量	0	0	2	10
期內新成為我們網絡內醫療機構 的醫療機構數量	0	2	9	2
期內我們處置的醫療機構數量	0	0	(1) ⁽³⁾	–
期末管理醫療機構數量	0	2	10	12

附註：

- (1) 指七家非營利性醫療機構，我們於2023年6月將其舉辦人權益劃轉予同仁堂康養。詳情請參閱「歷史、重組及公司架構－重組－精簡我們的業務架構－(ii)劃轉非營利性醫療機構的舉辦人權益」。
- (2) 於2024年8月27日，我們已就石家莊同仁堂中醫醫院的出售事項向國家市場監管總局地方分局完成備案程序。
- (3) 於2024年12月31日，為更好地運營業務及配置資源，同仁堂康養註銷七星醫院。七星醫院先前使用的物業及設施已成為酒仙橋社區衛生服務中心的新址。

業 務

我們曾持有七家非營利性醫療機構的舉辦人權益。根據該等醫療機構（包括由北京局方管理前的呼家樓第二社區衛生服務中心）當時有效的公司章程，我們作為舉辦人應對其日常運營及管理（特別是其國有資產方面）進行監督，且通常有權作出以下事項：

- 提議其業務宗旨和範圍；
- 決定其業務策略、投資計劃及融資計劃；
- 直接或透過由我們指定及替換所有成員的理事會推薦、委任及／或罷免其管理人員；
- 釐定其管理人員的薪酬，並審閱及批准其工作報告；
- 指定其法定代表人；
- 決定增加或減少其舉辦資金；
- 審閱及批准其公司章程、年度預算及決算；
- 獲取其經審核年度財務報告；及
- 決定其解散事宜並相應成立清算小組（如適用）。

根據呼家樓第二社區衛生服務中心在由北京局方管理並由我們轉讓予同仁堂康養前當時有效的公司章程，我們作為舉辦人僅有權推薦及更換其理事會三名成員中的一名，理事會負責日常運營的整體管理，包括任免管理人員、選舉法定代表人及決定出售主要資產，其餘權利及義務與上述所披露者基本相同。

據我們的中國法律顧問所告知，舉辦人主要非營利性醫療機構的日常運營及內部治理方面履行監督與支持職能，目的是促使該醫療機構審慎管理國有資產，並追求公益目標。根據適用的中國法律法規，舉辦人不得通過股息或其他分配形式從非營利性醫療機構收取經濟利益，亦不得在非營利性醫療機構清算時獲得任何剩餘資產。相比之下，營利性醫療機構的股東所享有的權利來自於彼等各自的投資，主要集中在經濟回報方面，如收取股息等。

業 務

我們的管理層根據國際財務報告準則第10號合併財務報表評估我們是否擁有對該等非營利性醫療機構的控制權。具體而言，我們的管理層基於我們單方面指導該等醫療機構相關活動的能力，以及我們因參與該等醫療機構而面臨的可變回報敞口或享有可變回報的權利來評估控制權。作出此決定時，我們的管理層已考慮該等醫療機構內部管治架構及負責監督其營運的相關委員會的組成情況。該評估重點關注我們對該等醫療機構相關活動行使權力的實際能力，如舉辦人享有的決策權以及影響該等醫療機構收益的能力。根據該評估，我們的管理層得出結論，在將我們於該等醫療機構中的舉辦人權益劃轉予同仁堂康養之前，我們擁有對該等醫療機構的控制權，因此相應合併該等醫療機構的財務資料。特別是，我們與北京局方簽訂合作協定後，將呼家樓第二社區衛生服務中心委託給北京局方進行專業化經營管理，其中呼家樓第二社區衛生服務中心的核心資產為呼家樓第二社區衛生服務中心的醫療機構。該合作協定為期5.5年；5.5年期限屆滿後，由雙方另行協商進行延長。合作協定期限內，呼家樓第二社區衛生服務中心的最高權力機構，即理事會，三名成員中僅一名由我們推薦及更換。由於合作協定的期限僅為5.5年，而呼家樓第二社區衛生服務中心生命週期遠超過5.5年，且合作協定期滿後我們有權利將呼家樓第二社區衛生服務中心的經營管理許可權收回，其核心資產增值的潛在收益以及貶值的潛在風險仍然主要歸我們所有。因此，呼家樓第二社區衛生服務中心的核心資產、負債仍應反映於我們的合併財務報表中，以全面反映我們控制的資源。該合作協定的經濟實質可以視作我們在保留對呼家樓第二社區衛生服務中心核心資產控制權的前提下，向北京局方劃轉呼家樓第二社區衛生服務中心為期5.5年的管理權，並收取有關代價作為委託經營收入。

基於以上判斷，我們截至2022年12月31日的合併資產負債表中包括呼家樓第二社區衛生服務中心的資產和負債，於2021年3月我們將管理權劃轉予北京局方後，我們的合併損益表僅體現委託經營收入與呼家樓第二社區衛生服務中心淨利潤的合併財務影響，未逐行體現收入費用，該會計處理方式不同於我們合併除呼家樓第二社區衛生服務中心外的其他非營利性醫療機構。

業 務

我們的申報會計師認為，於劃轉相關舉辦人權益前，將該等非營利性醫療機構的財務資料納入我們的合併財務報表符合適用的會計準則。

截至2022年及2023年12月31日止年度，我們來自該等醫療機構的收入分別佔我們同年總收入的16.9%及8.5%，而我們來自該等醫療機構的毛利分別佔我們同年毛利總額的9.9%及4.8%。截至2022年12月31日，該等醫療機構的總資產佔我們截至同日總資產的13.4%。

誠如上文所披露，我們作為舉辦人不得通過股息或其他分配形式從該等非營利性醫療機構收取經濟利益，亦不得在其清算時獲得任何剩餘資產。然而，中國法律法規並無禁止我們於日常業務過程中向該等非營利性醫療機構或其他相關第三方提供其他服務並收取費用（如向該等非營利性醫療機構的若干供應商提供供應鏈綜合服務並收取相應的服務費）作為回報。同時，我們以零代價取得其中六家非營利性醫療機構的舉辦人權益。對於我們以代價收購的呼家樓第二社區衛生服務中心，北京局方同意向我們支付委託經營費，以換取呼家樓第二社區衛生服務中心的管理權。

於2023年6月，我們將該等七家非營利性醫療機構的舉辦人權益劃轉予同仁堂康養，主要出於此原因，於2023年至2024年，我們中醫醫療服務產生的收入略微減少了0.7%。然而，我們認為，利用精簡後的公司架構及我們通過內生增長及收購相結合的方式不斷擴大的自有醫療機構客戶覆蓋範圍，我們的中醫醫療服務將持續蓬勃發展。我們於2024年1月開始為該等醫療機構中的六家提供管理服務。根據與衛生行政部門及多家管理醫療機構的事業單位登記機關的訪談結果，我們的中國法律顧問認為，我們將舉辦人權益劃轉予同仁堂康養及與同仁堂康養訂立管理費安排均符合適用的中國法律及法規。

業 務

我們中醫醫療服務網絡的主要營運及財務資料

下表載列所示期間我們的中醫醫療服務網絡（包括自有和管理醫療機構）客戶群的若干主要運營數據。

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
線下網絡內醫療機構					
就診人次(千次) ⁽¹⁾	1,304.3	1,651.8	2,653.3	1,848.8	2,301.6
互聯網醫院就診人次(千次)	16.8	123.6	323.7	238.9	234.2
我們的中醫醫療服務網絡總					
就診人次(千次)	<u>1,321.1</u>	<u>1,775.4</u>	<u>2,977.0</u>	<u>2,087.7</u>	<u>2,535.9</u>

附註：

(1) 包括我們線下自有醫療機構及管理醫療機構的就診人次。

業 務

下表載列所示期間我們自有醫療機構的主要營運資料。

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
連鎖醫院⁽¹⁾					
1. 北京同仁堂中醫醫院					
截至期末醫師數量	219	250	263	253	254
截至期末其他醫療專業人員數量	102	103	124	129	152
客戶數量	171,586	214,498	223,168	169,142	168,452
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	58.2	56.7	55.1	53.5	53.0
門診人次 ⁽⁵⁾	410,120	495,628	496,981	363,564	358,086
門診次均消費(人民幣元)	754	735	772	771	785
登記床位數量	100	100	100	100	100
住院人次 ⁽⁵⁾	72	162	389	251	373
住院次均消費(人民幣元)	9,028	10,117	9,957	9,200	17,046
次均住院天數 ⁽³⁾ (天)	14.2	13.5	6.9	7.1	14.0
登記床位利用率 ⁽⁴⁾ (%)	2.8	6.0	10.1	9.3	18.8

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
2. 三溪堂保健院*					
截至期末醫師數量	96	109	94	99	93
截至期末其他醫療專業人員數量	38	38	39	37	42
客戶數量	64,091	114,668	114,478	92,229	90,651
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	83.0	83.0	85.1	84.6	86.0
門診人次	183,776	363,434	382,280	278,706	279,239
門診次均消費 (人民幣元)	477	496	481	472	484
3. 北京同仁堂第二中醫醫院*					
截至期末醫師數量	72	72	67	57	80
截至期末其他醫療專業人員數量	44	47	52	51	54
客戶數量 ⁽⁶⁾	55,285	65,110	58,501	47,558	46,271
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	67.0	66.4	53.3	61.8	61.6
門診人次 ⁽⁶⁾	271,462	292,949	269,223	191,000	178,395
門診次均消費 (人民幣元)	618	703	723	724	733

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
4. 鞍山同仁堂中醫醫院**					
截至期末醫師數量	23	23	22	22	30
截至期末其他醫療專業人員數量	22	23	24	24	24
客戶數量	5,968	5,961	8,795	3,351	4,612
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	89.0	93.0	91.2	95.3	95.5
門診人次	48,772	77,189	91,091	67,922	70,887
門診次均消費(人民幣元)	396	404	412	419	405
登記床位數量	20	-	-	-	-
住院人次	20	-	-	-	-
住院次均消費(人民幣元)	3,320	-	-	-	-
次均住院天數 ⁽³⁾ (天)	7.0	-	-	-	-
登記床位利用率 ⁽⁴⁾ (%)	1.9	-	-	-	-

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
5. 太原同仁堂中醫醫院					
截至期末醫師數量	44	60	67	70	71
截至期末其他醫療專業人員數量	48	45	49	47	39
客戶數量	5,309	11,647	15,950	10,467	10,494
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	60.4	58.5	72.9	75.9	71.5
門診人次	19,107	35,657	42,322	31,652	32,285
門診次均消費(人民幣元) ⁽⁷⁾	556	421	419	410	456
登記床位數量	80	80	80	80	80
住院人次	770	1,105	1,285	955	1,087
住院次均消費(人民幣元)	7,417	7,836	7,959	7,862	7,704
次均住院天數 ⁽³⁾ (天)	14.0	14.4	14.0	14.0	13.2
登記床位利用率 ⁽⁴⁾ (%)	34.7	53.7	62.0	60.3	66.0

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
6. 石家莊同仁堂中醫醫院⁽⁸⁾					
截至期末醫師數量	25	25	-	-	-
截至期末其他醫療專業人員數量	8	15	-	-	-
客戶數量	14,642	21,792	16,656	16,656	-
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	72.0	66.0	77.6	77.6	-
門診人次	29,403	38,994	20,292	20,292	-
門診次均消費(人民幣元)	446	264	260	260	-
登記床位數量	69	69	69	69	-
住院人次	1,504	1,278	1,051	1,051	-
住院次均消費(人民幣元)	6,740	5,942	6,583	6,583	-
次均住院天數 ⁽³⁾ (天)	12.9	12.4	9.81	9.81	-
登記床位利用率 ⁽⁴⁾ (%)	78.0	64.0	90.4	90.4	-

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
7. 齊齊哈爾同仁堂中醫醫院					
截至期末醫師數量	-	-	-	-	-
截至期末其他醫療專業人員數量	-	-	-	-	-
客戶數量	-	-	-	-	-
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	-	-	-	-	-
門診人次	-	-	-	-	-
門診次均消費 (人民幣元)	-	-	-	-	-
登記床位數量	-	-	-	-	-
住院人次	-	-	-	-	-
住院次均消費 (人民幣元)	-	-	-	-	-
次均住院天數 ⁽³⁾ (天)	-	-	-	-	-
登記床位利用率 ⁽⁴⁾ (%)	-	-	-	-	-

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
8. 順意同仁堂中醫醫院					
截至期末醫師數量	-	-	-	-	-
截至期末其他醫療專業人員數量	-	-	-	-	-
客戶數量	-	-	-	-	-
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	-	-	-	-	-
門診人次	-	-	-	-	-
門診次均消費 (人民幣元)	-	-	-	-	-
登記床位數量	-	-	-	-	-
住院人次	-	-	-	-	-
住院次均消費 (人民幣元)	-	-	-	-	-
次均住院天數 ⁽³⁾ (天)	-	-	-	-	-
登記床位利用率 ⁽⁴⁾ (%)	-	-	-	-	-

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
9. 七星醫院^{(9)*}					
截至期末醫師數量	12	-	-	-	-
截至期末其他醫療專業人員數量	12	-	-	-	-
客戶數量	2,881	3,798	-	-	-
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	90.0	84.0	-	-	-
門診人次	28,808	23,540	-	-	-
門診次均消費 (人民幣元)	559	488	-	-	-
10. 北京同仁堂第一中西醫結合醫院⁽⁹⁾					
截至期末醫師數量	42	-	-	-	-
截至期末其他醫療專業人員數量	33	-	-	-	-
客戶數量	7,024	9,612	-	-	-
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	91.0	85.0	-	-	-
門診人次	78,192	63,871	-	-	-
門診次均消費 (人民幣元)	512	533	-	-	-
登記床位數量	38	38	-	-	-
住院人次	128	123	-	-	-
住院次均消費 (人民幣元)	24,541	24,276	-	-	-
次均住院天數 ⁽³⁾ (天)	20.0	18.0	-	-	-
登記床位利用率 ⁽⁴⁾ (%)	18.0	16.0	-	-	-

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
基層連鎖醫療機構⁽¹⁾					
11. 廿三里診所*					
截至期末醫師數量	9	7	7	6	6
截至期末其他醫療專業人員數量	1	3	2	3	2
客戶數量	4,071	5,801	5,572	4,424	4,024
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	62.0	65.0	68.4	69.0	74.6
門診人次	7,397	14,134	13,206	10,001	8,441
門診次均消費 (人民幣元)	298	286	301	302	298
12. 金華門診*					
截至期末醫師數量	20	27	28	27	27
截至期末其他醫療專業人員數量	6	6	6	6	7
客戶數量	12,338	20,707	20,291	16,721	15,189
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	71.0	73.0	77.1	77.0	78.0
門診人次	25,033	52,632	52,691	40,590	34,878
門診次均消費 (人民幣元)	294	297	305	300	289

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
13. 華溪診所*					
截至期末醫師數量	7	6	5	5	7
截至期末其他醫療專業人員數量	2	2	2	2	2
客戶數量	4,511	8,269	8,597	6,972	6,592
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	64.0	68.0	73.2	76.0	74.0
門診人次	8,901	18,822	20,549	15,546	14,466
門診次均消費(人民幣元) ⁽¹⁰⁾	376	340	307	304	307
14. 上海承志堂*					
截至期末醫師數量	-	-	56	54	56
截至期末其他醫療專業人員數量	-	-	10	9	10
客戶數量	-	-	19,053	15,134	15,323
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	-	-	54.1	55.4	57.1
門診人次	-	-	82,930	60,523	61,121
門診次均消費(人民幣元)	-	-	1,159	1,140	1,164

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
15. 上海中和堂*					
截至期末醫師數量	-	-	45	44	42
截至期末其他醫療專業人員數量	-	-	7	7	7
客戶數量	-	-	16,189	6,677	24,787
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	-	-	61.9	61.5	74.9
門診人次	-	-	22,686	8,996	35,074
門診次均消費(人民幣元)	-	-	673	659	665
16. 黃寺門診部^{(9)*}					
截至期末醫師數量	28	-	-	-	-
截至期末其他醫療專業人員數量	12	-	-	-	-
客戶數量	4,777	4,023	-	-	-
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	94.0	89.0	-	-	-
門診人次	42,569	20,902	-	-	-
門診次均消費(人民幣元)	512	482	-	-	-

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
17. 酒仙橋社區衛生服務中心^{(9)*}					
截至期末醫師數量	12	-	-	-	-
截至期末其他醫療專業人員數量	30	-	-	-	-
客戶數量	8,220	6,446	-	-	-
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	90.0	83.0	-	-	-
門診人次	86,419	37,422	-	-	-
門診次均消費(人民幣元)	367	448	-	-	-
18. 大華社區衛生服務站^{(9)*}					
截至期末醫師數量	19	-	-	-	-
截至期末其他醫療專業人員數量	16	-	-	-	-
客戶數量	5,780	4,556	-	-	-
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	87.0	80.0	-	-	-
門診人次	45,722	23,124	-	-	-
門診次均消費(人民幣元)	450	491	-	-	-

業 務

	截至12月31日止年度／截至該日			截至9月30日止九個月／截至該日	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
19. 六建社區衛生服務站^{(9)*}					
截至期末醫師數量	15	-	-	-	-
截至期末其他醫療專業人員數量	9	-	-	-	-
客戶數量	3,227	2,901	-	-	-
客戶複診率 ⁽²⁾ (%)	80.0	79.0	-	-	-
門診人次	16,107	14,144	-	-	-
門診次均消費 (人民幣元)	570	415	-	-	-
互聯網醫院⁽¹⁾					
20. 同仁堂互聯網醫院*					
截至期末醫師數量 ⁽¹¹⁾	386	1,087	1,290	1,260	1,375
截至期末其他醫療專業人員數量	-	-	-	-	-
客戶數量	5,982	68,515	179,015	122,715	111,303
客戶複診率 ⁽²⁾⁽¹²⁾ (%)	54.8	27.3	36.4	35.3	26.9
就診人次	16,836	123,591	323,670	238,889	234,222
客戶次均就診費用 (人民幣元)	38.1	150.6	303.4	308.2	457.2

附註：

- (1) 截至最後實際可行日期，我們的中醫醫療服務網絡內共有13家自有醫療機構，包括12家線下醫療機構及一家互聯網醫院。
- (2) 指以百分比表示的部分客戶，等於相關期間的複診客戶數量除以於相關期間任何時間到訪相關醫療機構購買任何中醫醫療服務的客戶總數。任何相關期間的複診客戶指自相關醫療機構成立以來至少到訪該醫療機構兩次的客戶。
- (3) 按在相關醫療機構的所有住院患者的總住院天數除以相關期間住院患者總數計算。

業 務

- (4) 按相關醫療機構於相關期間內的總住院天數除以該醫療機構於該期間內累計的每日登記床位總數，再乘以100%計算。
 - (5) 截至2025年9月30日止九個月，北京同仁堂中醫醫院的門診人次較2024年同期有所減少，主要是由於數名知名醫師被臨時調派至我們的管理醫療機構，以協助該等機構的發展工作。於整個往績記錄期間，北京同仁堂中醫醫院的住院人次有所增加，主要歸因於我們採取措施發展住院服務。
 - (6) 於2024年，北京同仁堂第二中醫醫院的客戶數量及門診人次下降，且截至2025年9月30日止九個月較2024年同期亦有所下降，主要由於公共醫療保險計劃所涵蓋藥品種類調整導致需求受限。
 - (7) 自2022年至2023年，太原同仁堂中醫醫院門診次均消費有所減少，主要由於對價格進行調整，以使當地居民更能負擔得起中醫醫療服務。
 - (8) 我們於2024年1月收購石家莊同仁堂中醫醫院，並於2024年8月27日就該醫院的出售事項向國家市場監管總局地方分局完成備案程序。
 - (9) 指2022年及2023年上半年的營運資料，因為我們於2023年6月將於該等醫療機構的舉辦人權益劃轉予同仁堂康養。
 - (10) 華溪診所的門診次均消費於2022年相對較高，這與COVID-19疫情期間的高醫療需求相一致。華溪診所的門診次均消費由2023年的人民幣340元減少至2024年的人民幣307元，主要由於其對價格進行調整，以使當地居民更能負擔得起中醫醫療服務。
 - (11) 包括同時通過我們的互聯網醫院及線下醫療機構提供中醫醫療服務的醫師以及僅通過我們的互聯網醫院提供中醫醫療服務的醫師。
 - (12) 我們的互聯網醫院於往績記錄期間錄得大幅增長，而其客戶複診率於2023年下降，主要由於我們自2023年下半年起致力於推廣線上健康諮詢服務，在此期間我們吸引的客戶大多因疾病性質而對複診的需求較低。截至2025年9月30日止九個月，同仁堂互聯網醫院的客戶數量較截至2024年9月30日止九個月有所減少，主要由於我們減少對線下轉線上獲客活動的投入。
- * 該等醫療機構不提供住院醫療服務。
- ** 該醫療機構自2023年起停止提供住院醫療服務，以集中醫療資源透過門診醫療服務為客戶提供服務。

於2022年，我們自有醫療機構的客戶數量、門診人次、住院人次及就診次均消費亦受到COVID-19疫情的影響。詳情請參閱「—COVID-19疫情爆發和傳播」。

業 務

下表*載列於所示期間我們自有醫療機構的主要財務資料。

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審核)	
連鎖醫院⁽¹⁾					
1. 北京同仁堂中醫醫院					
收入(人民幣千元).....	312,639	387,999	395,776	288,395	293,052
毛利(人民幣千元).....	16,035	33,211	25,652	17,510	21,976
毛利率(%).....	5.1	8.6	6.5	6.1	7.5
淨利潤/(虧損)(人民幣千元).....	(11,556) ⁽²⁾	8,907	(1,640) ⁽²⁾	(2,333) ⁽²⁾	2,633
淨利潤/(虧損)率(%).....	(3.7)	2.3	(0.4)	(0.8)	0.9
2. 三溪堂保健院					
收入(人民幣千元).....	102,457	194,936	198,249	136,992	140,177
毛利(人民幣千元) ⁽³⁾	29,354	47,432	44,669	29,625	29,344
毛利率 ⁽³⁾ (%).....	28.7	24.3	22.5	21.6	20.9
淨利潤(人民幣千元).....	14,752	30,312	26,432	17,407	17,835
淨利潤率 ⁽³⁾ (%).....	14.4	15.5	13.3	12.7	12.7
3. 北京同仁堂第二中醫醫院					
收入(人民幣千元).....	173,382	214,037	191,686	135,194	130,952
毛利(人民幣千元).....	15,933	25,729	14,168	9,407	12,095
毛利率(%).....	9.2	12.0	7.4	7.0	9.2
淨利潤(人民幣千元).....	7,378	13,068	5,286	3,570	6,143
淨利潤率(%).....	4.3	6.1	2.8	2.6	4.7

業 務

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				<i>(未經審核)</i>	
4. 鞍山同仁堂中醫醫院					
收入(人民幣千元).....	21,758	33,768	41,049	29,752	29,823
毛利(人民幣千元).....	662	1,293	1,605	1,716	580 ⁽⁷⁾
毛利率(%).....	3.0	3.8	3.9	5.8	1.9 ⁽⁷⁾
淨利潤(人民幣千元).....	11	406	1,081	1,356	232 ⁽⁷⁾
淨利潤率(%).....	0.1	1.2	2.6	4.6	0.8 ⁽⁷⁾
5. 太原同仁堂中醫醫院					
收入(人民幣千元).....	16,222	23,435	27,882	20,494	23,356
毛利(人民幣千元).....	3,263	5,083	5,700	4,123	5,574
毛利率(%).....	20.1	21.7	20.4	20.1	23.9
淨利潤/(虧損)(人民幣千元).....	(2,400) ⁽⁴⁾	132	1,192	973	1,891
淨利潤/(虧損)率(%).....	(14.8)	0.6	4.3	4.7	8.1
6. 石家莊同仁堂中醫醫院					
收入(人民幣千元).....	23,208	16,395	11,757	11,757	-
毛利/(毛損)(人民幣千元).....	3,396	(2,928)	(372)	(372)	-
毛利/(毛損)率(%).....	14.6	(17.9)	(3.2)	(3.2)	-
淨利潤/(虧損)(人民幣千元) ⁽⁵⁾	(1,781)	(7,676)	(2,966)	(2,966)	-
淨利潤/(虧損)率(%).....	(7.7)	(46.8)	(25.2)	(25.2)	-

業 務

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審核)	
7. 齊齊哈爾同仁堂中醫醫院					
收入(人民幣千元)	-	-	-	-	-
毛利/(毛損)(人民幣千元)	-	-	-	-	-
毛利/(毛損)率(%)	-	-	-	-	-
淨利潤/(虧損)(人民幣千元)	-	-	-	-	-
淨利潤/(虧損)率(%)	-	-	-	-	-
8. 順意同仁堂中醫醫院					
收入(人民幣千元)	-	-	-	-	-
毛利/(毛損)(人民幣千元)	-	-	-	-	-
毛利/(毛損)率(%)	-	-	-	-	-
淨利潤/(虧損)(人民幣千元)	-	-	-	-	-
淨利潤/(虧損)率(%)	-	-	-	-	-
9. 七星醫院⁽⁶⁾					
收入(人民幣千元)	16,314	11,778	-	-	-
毛利(人民幣千元)	637	957	-	-	-
毛利率(%)	3.9	8.1	-	-	-
淨利潤/(虧損)(人民幣千元)	(823)	(325)	-	-	-
淨利潤/(虧損)率(%)	(5.0)	(2.8)	-	-	-

業 務

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				<i>(未經審核)</i>	
10. 北京同仁堂第一中西醫結合醫院⁽⁶⁾					
收入(人民幣千元).....	43,784	37,341	-	-	-
毛利(人民幣千元).....	2,480	2,273	-	-	-
毛利率(%).....	5.7	6.1	-	-	-
淨利潤/(虧損)(人民幣千元).....	(203)	711	-	-	-
淨利潤/(虧損)率(%).....	(0.5)	1.9	-	-	-
基層連鎖醫療機構⁽¹⁾					
11. 廿三里診所					
收入(人民幣千元).....	2,327	4,045	3,981	3,025	2,514
毛利(人民幣千元).....	748	1,438	1,068	791	523
毛利率(%).....	32.1	35.6	26.8	26.1	20.8
淨利潤(人民幣千元).....	389	917	783	454	64
淨利潤率(%).....	16.7	22.7	19.7	15.0	2.5
12. 金華門診					
收入(人民幣千元).....	7,443	15,658	16,082	12,168	10,074
毛利(人民幣千元).....	1,577	3,634	2,991	2,004	2,244
毛利率(%).....	21.2	23.2	18.6	16.5	22.3
淨利潤(人民幣千元).....	863	2,872	2,167	1,543	1,536
淨利潤率(%).....	11.6	18.3	13.5	12.7	15.2

業 務

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				<i>(未經審核)</i>	
13. 華溪診所					
收入(人民幣千元).....	3,568	6,465	6,316	4,726	4,438
毛利(人民幣千元).....	979	2,199	2,064	1,554	1,228
毛利率(%).....	27.4	34.0	32.7	32.9	27.7
淨利潤(人民幣千元).....	432	1,226	1,107	890	449
淨利潤率(%).....	12.1	19.0	17.5	18.8	10.1
14. 上海承志堂					
收入(人民幣千元).....	-	-	88,346	60,123	70,785
毛利(人民幣千元).....	-	-	17,608	14,094	11,084 ⁽⁸⁾
毛利率(%).....	-	-	19.9	23.4	15.7 ⁽⁸⁾
淨利潤(人民幣千元).....	-	-	9,654	8,297	5,534 ⁽⁸⁾
淨利潤率(%).....	-	-	10.9	13.8	7.8 ⁽⁸⁾
15. 上海中和堂					
收入(人民幣千元).....	-	-	12,764	3,425	22,251
毛利(人民幣千元).....	-	-	5,122	1,180	3,974
毛利率(%).....	-	-	40.1	34.5	17.9
淨利潤/(虧損)(人民幣千元).....	-	-	2,628	442	(2,218) ⁽⁹⁾
淨利潤/(虧損)率(%).....	-	-	20.6	12.9	(10.0) ⁽⁹⁾

業 務

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審核)	
16. 黃寺門診部⁽⁶⁾					
收入(人民幣千元).....	21,835	10,077	-	-	-
毛利(人民幣千元).....	1,259	526	-	-	-
毛利率(%).....	5.8	5.2	-	-	-
淨利潤/(虧損)(人民幣千元).....	(1,835)	(803)	-	-	-
淨利潤/(虧損)率(%).....	(8.4)	(8.0)	-	-	-
17. 酒仙橋社區衛生服務中心⁽⁶⁾					
收入(人民幣千元).....	38,144	20,575	-	-	-
毛利(人民幣千元).....	4,465	1,960	-	-	-
毛利率(%).....	11.7	9.5	-	-	-
淨利潤/(虧損)(人民幣千元).....	(712)	(715)	-	-	-
淨利潤/(虧損)率(%).....	(1.9)	(3.5)	-	-	-
18. 大華社區衛生服務站⁽⁶⁾					
收入(人民幣千元).....	23,655	11,927	-	-	-
毛利(人民幣千元).....	827	407	-	-	-
毛利率(%).....	3.5	3.4	-	-	-
淨利潤/(虧損)(人民幣千元).....	(589)	(321)	-	-	-
淨利潤/(虧損)率(%).....	(2.5)	(2.7)	-	-	-

業 務

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				<i>(未經審核)</i>	
19. 六建社區衛生服務站⁽⁶⁾					
收入(人民幣千元).....	9,786	6,157	-	-	-
毛利(人民幣千元).....	(15)	211	-	-	-
毛利率(%).....	(0.2)	3.4	-	-	-
淨利潤/(虧損)(人民幣千元).....	(2,404)	(707)	-	-	-
淨利潤/(虧損)率(%).....	(24.6)	(11.5)	-	-	-
互聯網醫院					
20. 同仁堂互聯網醫院⁽¹⁾					
收入(人民幣千元).....	2,458	8,089	2,213	1,716	3,987
毛利/(毛損)(人民幣千元).....	800	4,767	(25)	(26)	820
毛利/(毛損)率(%).....	32.5	58.9	(1.1)	(1.5)	20.6
淨利潤/(虧損)(人民幣千元).....	(2,976)	(3,098)	(7,566)	(6,353)	(2,491)
淨利潤/(虧損)率(%).....	(121.1)	(38.3)	(341.9)	(370.2)	(62.5)

附註：

* 上表中的收入、毛利或毛損以及淨利潤或虧損總額並不分別等同於我們中醫醫療服務產生的綜合收入、毛利或毛損以及淨利潤或虧損總額，乃由於(i)上述財務資料指各實體提供中醫醫療服務、提供管理服務及銷售產品所產生的收入、毛利或毛損以及淨利潤或虧損；及(ii)上述財務資料乃於對銷集團內交易（如同仁堂互聯網醫院向北京同仁堂中醫醫院及粹和藥店提供互聯網醫院平台服務）前呈列。

(1) 截至最後實際可行日期，我們的中醫醫療服務網絡內共有13家自有醫療機構，包括12家自有線下醫療機構及一家互聯網醫院。

北京同仁堂中醫醫院的毛利由截至2023年12月31日止年度的人民幣33.2百萬元減至截至2024年12月31日止年度的人民幣25.7百萬元，主要是由於北京同仁堂中醫醫院根據於2024年3月27日生效的北京同仁堂租賃框架協議進行租賃。由於相同原因，北京同仁堂中醫醫院的毛利率由截至2023年12月31日止年度的8.6%減至截至2024年12月31日止年度的6.5%。

業 務

北京同仁堂第二中醫醫院的收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣214.0百萬元減至截至2024年12月31日止年度的人民幣191.7百萬元，主要是由於截至2024年12月31日止年度的門診人次減少，而這主要由於公共醫療保險計劃所涵蓋藥品種類調整導致需求受限。

同仁堂互聯網醫院的收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣8.1百萬元減至截至2024年12月31日止年度的人民幣2.2百萬元，主要是由於粹和藥店於2024年3月成為我們的附屬公司而不再為同仁堂互聯網醫院貢獻管理服務費。由於相同原因，同仁堂互聯網醫院的淨虧損由截至2023年12月31日止年度的人民幣3.1百萬元增至截至2024年12月31日止年度的人民幣7.6百萬元。

- (2) 截至2022年12月31日止年度，北京同仁堂中醫醫院錄得淨虧損人民幣11.6百萬元，主要由於COVID-19疫情期間門診人次減少。截至2023年12月31日止年度，北京同仁堂中醫醫院通過加強人才引進和專科培育以增加門診人次，同時降低行政開支以提升成本效益，成功扭轉虧損局面。截至2024年12月31日止年度，其亦錄得淨虧損人民幣1.6百萬元，主要由於根據日期為2024年1月29日且於2024年3月27日生效的北京同仁堂租賃框架協議進行物業租賃而確認的銷售成本及財務成本。北京同仁堂中醫醫院於2024年下半年推出若干新服務以優化其服務產品，並計劃繼續通過人才引進及專科培育提升其服務能力，並通過與供應商協商價格及改善內部管理，在降低成本的同時提高效率，以期提高其盈利能力。因此，其於2025年首九個月扭轉虧損局面並實現純利。
- (3) 於往績記錄期間，三溪堂保健院主要面向購買力及消費意願相對較高的客戶群，為客戶提供更多自費醫療服務（例如醫療體檢服務，該等服務不在公共醫療保險計劃範圍內，因此不受相關政府部門為合資格通過公共醫療保險計劃支付的服務設定的定價指南、價格上限及／或成本加成上限所規限），這使得其毛利率和淨利潤率相對較高。三溪堂保健院的毛利由截至2023年12月31日止年度的人民幣47.4百萬元減少至截至2024年12月31日止年度的人民幣44.7百萬元，主要由於遵照當地控制患者支出的醫保政策規定，門診次均消費降低。
- (4) 截至2022年12月31日止年度，太原同仁堂中醫醫院錄得淨虧損人民幣2.4百萬元，主要由於(i)在COVID-19疫情期間，交通管制及核酸檢測人力調配使其醫師服務受到負面影響；及(ii)若干中藥顆粒產品的銷售受到供應短缺的負面影響，原因為針對該等產品實施新國家標準，而相關供應商需要時間對產品進行相應調整。截至2023年12月31日止年度，太原同仁堂中醫醫院通過優化供應商管理以降低成本，加強績效獎金管理及精細化科室層面成本核算以激勵員工，同時保證業務表現和盈利能力，開展有效的營銷計劃，以及實施預防性護理措施以增加就診人數，成功扭轉虧損局面。
- (5) 截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，石家莊同仁堂中醫醫院分別錄得淨虧損人民幣1.8百萬元、人民幣7.7百萬元及人民幣3.0百萬元。石家莊同仁堂中醫醫院直至於2024年1月被我們收購後，方為我們的網絡內醫療機構，且我們於2024年8月27日就石家莊同仁堂中醫醫院的出售事項向國家市場監管總局地方分局完成備案程序。
- (6) 指我們於往績記錄期間曾經擁有的醫療機構，直至其舉辦人權益於2023年6月劃轉予同仁堂康養，期間我們自該等醫療機構產生中醫醫療服務收入。於2024年1月，我們開始向該等醫療機構提供管理服務，並從中產生管理服務收入。

業 務

- (7) 截至2025年9月30日止九個月，鞍山同仁堂中醫醫院的毛利及淨利潤較截至2024年9月30日止九個月有所減少，主要由於遵照相關醫保監管政策下調服務定價。
- (8) 截至2025年9月30日止九個月，上海承志堂的毛利及淨利潤較截至2024年9月30日止九個月有所減少，主要由於2023年計提的醫保壞賬撥備於2024年首九個月根據醫保實際結算結果進行撥回，而2025年首九個月並無發生此類撥回。
- (9) 截至2025年9月30日止九個月，上海中和堂錄得淨虧損，主要由於該公司在股權轉讓交割日之前，因未能完全遵守醫保定點醫療機構的若干監管規定而繳付相應行政罰款。

於往績記錄期間，在我們的網絡內醫療機構中，北京同仁堂中醫醫院、北京同仁堂第二中醫醫院及三溪堂保健院共同貢獻了我們的大部分收入。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們來自該等醫院的收入分別為人民幣588.5百萬元、人民幣797.0百萬元、人民幣785.2百萬元、人民幣560.1百萬元及人民幣564.1百萬元，分別佔我們同期總收入的64.6%、69.1%、66.8%、67.3%及65.8%。

業 務

下表載列於所示期間我們按中醫醫療服務網絡分級劃分的中醫醫療服務的收入、毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月															
	2023年		2024年		2024年		2025年													
	估總 收入的 百分比	估總 收入的 百分比	估總 收入的 百分比	估總 收入的 百分比	估總 收入的 百分比	估總 收入的 百分比	估總 收入的 百分比	估總 收入的 百分比												
	收入	收入	收入	收入	收入	收入	收入	收入												
	毛利	毛利	毛利	毛利	毛利	毛利	毛利	毛利												
	毛利率	毛利率	毛利率	毛利率	毛利率	毛利率	毛利率	毛利率												
	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)	(人民幣 千元)												
中醫醫療服務	814,656	100.0	116,469	14.3	994,878	100.0	168,945	17.0	987,743	100.0	160,901	16.3	702,168	100.0	112,401	16.0	723,456	100.0	120,629	16.7
按中醫醫療服務網絡分級劃分																				
一 醫院	647,418	79.5	99,425	15.4	870,089	87.4	151,441	17.4	860,128	87.0	133,067	15.5	618,795	88.1	92,838	15.0	612,673	84.7	101,405	16.6
一 基層醫療機構	167,234	20.5	17,633	10.5	124,046	12.5	17,643	14.2	126,988	12.9	28,353	22.3	82,935	11.8	19,090	23.0	110,047	15.2	18,969	17.2
一 互聯網醫院	4	<0.1	(589)	(14,725.0)	743	0.1	(139)	(18.7)	627	0.1	(519)	(82.8)	438	0.1	473	108.0	736	0.1	255	34.6

(未經審核)

業 務

下表載列於所示期間根據我們的內部記錄，我們按中醫醫療服務類型、中醫醫療服務類別、中醫專科及藥物或非藥物治療劃分的中醫醫療服務的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	估總 收入的 收入	百分比	估總 收入的 收入	百分比	估總 收入的 收入	百分比	估總 收入的 收入	百分比	估總 收入的 收入	百分比
	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(%)	(人民幣 千元)	(%)
中醫醫療服務 ⁽¹⁾	814,656	100.0	994,878	100.0	987,743	100.0	702,168	100.0	723,456	100.0
<i>(未經審核)</i>										
按服務類型劃分										
— 門診服務	794,952	97.6	974,000	97.9	966,758	97.9	685,619	97.6	708,757	98.0
— 住院服務 ⁽⁸⁾	19,704	2.4	20,878	2.1	20,985	2.1	16,549	2.4	14,699	2.0
按服務類別劃分										
— 診斷及治療服務	695,669	85.4	852,486	85.7	836,981	84.7	601,269	85.6	619,275	85.6
— 檢驗檢測服務	36,013	4.4	43,337	4.4	37,816	3.8	28,607	4.1	27,642	3.8
— 其他服務	82,974	10.2	99,055	9.9	112,836	11.5	72,292	10.3	76,539	10.6
按專科劃分										
I. 來自我們擁有的營利性醫療機構的醫療服務收入										
— 內科 ⁽²⁾	132,447	16.3	161,867	16.3	211,046	21.4	158,124	22.5	156,603	21.6
— 中醫康復及 物理治療 ⁽³⁾	35,038	4.3	50,353	5.1	97,511	9.9	64,063	9.1	85,900	11.9
— 婦科	63,665	7.8	57,891	5.8	62,450	6.3	46,078	6.6	43,247	6.0
— 兒科	5,512	0.7	17,077	1.7	40,647	4.1	32,717	4.7	29,062	4.0
— 心腦科	31,053	3.8	33,964	3.4	33,678	3.4	23,068	3.3	25,103	3.5
— 腫瘤科	13,126	1.6	11,210	1.1	21,005	2.1	15,873	2.3	12,092	1.7
— 特需專科	114,747	14.1	147,012	14.8	185,849	18.8	133,755	19.0	135,550	18.7
— 中醫綜合服務 ⁽⁴⁾	200,366	24.6	311,296	31.3	193,502	19.6	143,148	20.4	141,428	19.5
— 其他中醫專科服務 ⁽⁵⁾	67,506	8.3	100,847	10.1	131,648	13.3	77,591	11.0	77,458	10.7
— 中醫普通科服務 ⁽⁶⁾	5,895	0.7	10,510	1.1	10,297	1.1	7,751	1.1	17,013	2.4

業 務

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	估總 收入的		估總 收入的		估總 收入的		估總 收入的		估總 收入的	
	收入	百分比	收入	百分比	收入	百分比	收入	百分比	收入	百分比
(人民幣 千元)		(人民幣 千元)		(人民幣 千元)		(人民幣 千元)		(人民幣 千元)		
(%)		(%)		(%)		(%)		(%)		
(未經審核)										
II. 來自我們舉辦的非營利性醫療機構的醫療服務收入										
– 全科	46,379	5.7	28,954	2.9	–	–	–	–	–	–
– 中醫科	26,543	3.3	17,934	1.8	–	–	–	–	–	–
– 西醫內科	41,032	5.0	25,111	2.5	–	–	–	–	–	–
– 中醫康復及 物理治療 ⁽³⁾	10,051	1.2	6,568	0.7	–	–	–	–	–	–
– 其他中醫服務 ⁽⁷⁾	21,296	2.6	14,284	1.4	–	–	–	–	–	–
按藥物或非藥物治療劃分										
– 藥物	619,691	76.1	759,943	76.4	745,283	75.5	536,844	76.5	535,522	74.0
– 非藥物及其他	194,965	23.9	234,935	23.6	242,350	24.5	165,324	23.5	187,934	26.0

附註：

- (1) 中醫醫療服務產生的收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣994.9百萬元小幅減至截至2024年12月31日止年度的人民幣987.7百萬元，主要是由於我們於2023年6月將七家非營利性醫療機構的舉辦人權益劃轉予同仁堂康養。
- (2) 指內科和內分泌科產生的收入總額。
- (3) 指推拿、針灸、艾灸、骨病科、脊椎及其他與中醫康復及物理治療相關的專科產生的收入總額。
- (4) 指中醫專科在統一運營管理下從整個預約、諮詢、診斷及支付流程產生的總收入。中醫綜合服務產生的收入於截至2024年12月31日止年度有所減少，主要是由於三溪堂保健院自2024年初開始單獨運營及管理其中醫專科。
- (5) 主要指風濕科、皮膚科、耳鼻喉科、牙科、眼科、外科等產生的收入總額。
- (6) 指華溪診所及廿三里診所產生的收入總額，該兩家診所僅設有提供中醫普通科服務的中醫科。根據國家中醫藥管理局頒佈的《中醫診所基本標準》，中醫診所僅限於設立中醫科及／或民族醫學科。
- (7) 主要指婦科、兒科、牙科、外科、疾病預防等產生的收入總額。
- (8) 截至2025年9月30日止九個月的住院服務收入較2024年同期減少，主要是由於我們於2024年8月出售石家莊同仁堂中醫醫院。

業 務

連鎖經營模式下的現代化標準化運營

現代化管理結構

在我們的中醫醫療服務網絡中，我們採用分級管理結構。透過總部和機構層面的現代化標準化管理，我們已建立連鎖經營模式並在分級中醫醫療服務網絡中培養協同效應。

公司總部

在董事會的統一領導下，我們於總部設有全面的部門，如醫生管理部、戰略投資部、運營中心、信息中心、財務中心、法律合規部及安全管理部等。該等部門負責制定我們的整體業務計劃，做出關鍵管理決策，並監督我們的戰略和計劃的實施情況。

我們的自有醫療機構

在各自董事會的領導下，我們的自有醫療機構的管理和運營通常由首席行政官、以及分別負責行政事務及醫療事務的副執行行政官及副醫療官給予精心設計及精細化的管理結構，主要包括：(i)醫務部，通常負責管理中醫醫療服務業務、培育專科、處理公共醫療保險計劃、處理醫療索賠及管理病歷；(ii)護理部，負責管理護理臨床質量；(iii)科教部，負責安排及協調培訓及學術會議；(iv)信息中心，負責推進信息化建設，運行及維護信息技術系統；(v)品牌市場部，負責市場推廣和宣傳，以及加強企業文化建設；(vi)組織人事部，負責人力資源管理及人才引進；及(vii)其他輔助部門，例如財務部及審計法務部。我們精心挑選、推薦及任命各部門的關鍵職位。每個醫療機構級別的部門在日常運營中根據各自職能與總部相應級別部門保持聯繫。

業 務

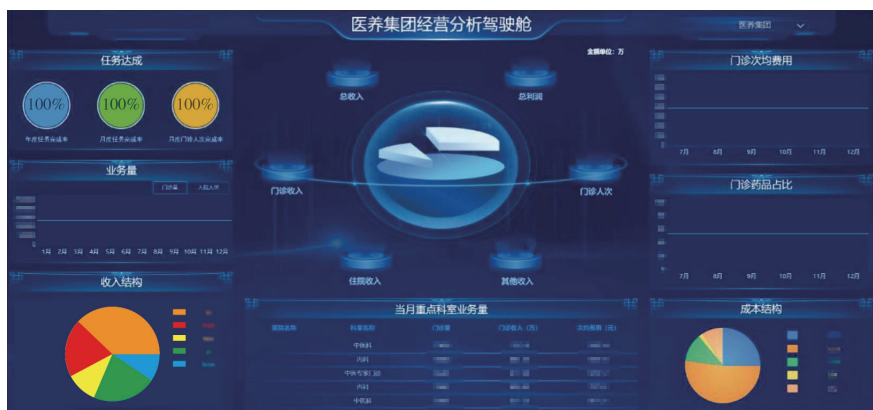
我們的管理醫療機構

我們的管理醫療機構通常設有理事會或管委會，承擔多重職責，包括對戰略和發展計劃、運營計劃及投資協議行使決策權，制定年度預算，任免醫療機構的管理團隊，以及制定內部政策及程序等。在該委員會的領導下，我們的管理醫療機構的管理團隊通常負責執行運營計劃和投資協議、編製年度預算草案以及內部政策和程序等。

信息化商業智能系統

我們一直在建立營運數據中心，以加深對網絡內醫療機構經營業績的了解及監控。該中心集中接收及整合我們網絡內醫療機構的經營指標、質量控制及客戶滿意度信息。我們的總部可以憑藉信息技術及時了解醫療機構的經營業績，評估其經營成果，並做出基於數據的決策。

為了準確了解該等經營業績信息，及時作出基於數據的決策，我們正在為自有醫療機構部署一套BIS系統。下面的系統演示對我們的BIS主要功能進行了說明。



我們的BIS具有以下主要功能：(i)「經營駕駛艙」，其為一個控制中心，使我們能夠可視化及分析就診人次、收入、收入構成及利潤等關鍵績效指標以及我們網絡內醫療機構完成營運目標的進展情況；(ii)數據查看，為我們的管理層提供內容詳實的界面，以詳細了解我們的運營及財務表現，例如各醫療機構每月的收入和成本、公共醫療保險計劃結算指標及客戶滿意率；及(iii)數據填報及審核，讓尚未與我們的HIS建立

業 務

連接的網絡內醫療機構輸入其經營數據，有助我們的管理層清楚、全面地掌握網絡內營運情況。BIS收集並分析我們日常運營中獲得的經營及財務信息，旨在提供有價值的見解並支持決策過程。BIS生成的信息儀表盤和報告有助於管理團隊根據可視化的關鍵績效指標更好地觀察我們網絡內醫療機構的運營和財務表現，從而促進日常運營中的戰略規劃及基於數據的決策。多維數據分析及說明有助於管理團隊作出高效優化的決策。

我們還配備了其他信息技術系統，以實現各方面業務運營的連接化。有關我們標準化線上操作系統的詳情，請參閱「一 信息技術系統」。

得益於該連鎖經營模式及分級管理結構，我們能夠在網絡內醫療機構之間優化醫療資源配置、推進協同採購、方便客戶轉診，從而不斷提高服務質量及運營效率。

醫療專業人員

醫療專業人員通常包括醫師及其他醫療專業人員。我們的中醫醫療服務網絡整合了豐富的高水平醫療專業資源及多學科專長，為我們的服務能力和質量奠定了堅實的基礎。

截至最後實際可行日期，在我們的中醫醫療服務網絡中執業的醫師總數為2,732名，其中包括在我們的自有醫療機構中執業的醫師以及在我們的管理醫療機構中執業的醫師。在我們的自有醫療機構執業的醫師可分為(i)我們聘用的醫師，即與我們簽訂勞動合同並在我們的自有醫療機構全職的醫師；及(ii)我們的合作醫師，即與我們簽訂勞務合同的醫師，一般包括在我們的自有醫療機構兼職的多點執業醫師及在我們的自有醫療機構全職或兼職的退休後返聘醫師。根據弗若斯特沙利文的資料，返聘退休後的資深醫師乃符合行業慣例。多點執業醫師與我們的網絡內醫療機構訂立勞務合同。該等醫師在完成多點執業註冊後，有權在我們的中醫醫療服務網絡中提供諮詢及診斷服務。該等醫師受聘於其他醫療機構，並已與該等醫療機構訂立勞動合同。此外，若

業 務

干經驗豐富的醫師亦與多家醫療機構訂立勞務合同並於該等機構執業，這符合中國多點執業的監管要求。多點執業醫師的服務時間及頻率一般由醫師與其執業所在的相關科室協商確定。截至最後實際可行日期，在我們自有醫療機構執業的醫師中，10.7%的醫師與我們訂立勞動合同，而89.3%的醫師與我們訂立勞務合同。誠如我們的中國法律顧問所告知，有關安排符合適用的中國法律法規。截至最後實際可行日期，在我們自有醫療機構執業的醫師中，(i)約10.3%的醫師提供線下中醫醫療服務，亦自願在我們互聯網醫院的醫師端同仁堂中醫上註冊，利用業餘時間為客戶提供線上諮詢服務及線上隨訪服務；(ii)約49.9%的醫師僅提供線下中醫醫療服務；及(iii)約39.8%的醫師僅提供線上中醫醫療服務。

我們的自有醫療機構與其聘用的醫師訂立勞動合同，據此，醫療機構有權釐定醫師的職位、工作地點、職責及薪酬待遇，並會根據業務需要及醫師的具體情況不時作出調整，而醫療機構有責任為醫師提供必要的執業條件，採取勞動保護及職業安全措施，支付醫師薪酬待遇及社會福利。同時，醫師應按照醫療機構的要求，勤勉盡責地執業。該等勞動合同可於下列情況下終止：(i)經雙方同意後予以終止；(ii)倘發生重大違約，由非違約方予以終止；(iii)倘醫師無法履行工作安排，可由醫療機構提前發出書面通知予以終止；或(iv)因客觀情況發生重大變化導致無法履行勞動合同，經協商無法達成一致的，可由醫療機構予以終止。該等勞動合同將會在到期、醫師退休或身故、醫療機構破產或被吊銷執照時自動終止。與我們自有醫療機構合作的醫師訂立的勞務合同一般為長期合同，醫療機構及醫師於合同中各自的權利及義務與上述勞動合同基本相同，惟以下情況除外：(i)我們的自有醫療機構無需為該等醫師繳納社會福利供款；及(ii)倘聘用人力資源管理服務公司，則該等醫師的薪酬由該等公司支付。誠如我們的中國法律顧問所告知，根據適用的中國法律法規，我們毋須為或代表與我們訂立服務合約的人員繳納社會保險及住房公積金供款。

截至最後實際可行日期，在我們自有醫療機構執業的醫師人數為1,727名，包括與該等醫療機構訂立勞動合同的184名醫師（即受僱於該等醫療機構的醫師）及與該醫療機構訂立勞務合同的1,543名醫師（即與該等醫療機構合作的醫師）。截至同日，在我們管理醫療機構執業的醫師人數為1,005名，其中包括受僱於該等醫療機構的醫師912名以及與該等醫療機構合作的醫師93名。部分經驗豐富的醫師在完成多點執業註冊後會於我們中醫醫療服務網絡內的多家醫療機構執業，這符合適用的中國法律及法規。

業 務

下表載列於所示期間在我們中醫醫療服務網絡內執業的醫師人數變動。

	截至12月31日止年度			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	止九個月
				2025年
在線下醫療機構執業的醫師人數				
— 期初醫師人數.....	404	643	945 ⁽¹⁾	1,587
— 醫師人數淨增長.....	239	138	652	112
— 期末醫師人數.....	643	781	1,597	1,699
在我們的互聯網醫院執業的醫師人數⁽²⁾				
— 期初醫師人數.....	—	386	1,087	1,260
— 醫師人數淨增長.....	386	701	203	115
— 期末醫師人數.....	386	1,087	1,290	1,375

附註：

- (1) 指截至2023年12月31日在我們的線下醫療機構執業的醫師總人數，以及在北京六家非營利性醫療機構（我們自2024年1月1日起為該等醫療機構提供管理服務）執業的醫師總人數。
- (2) 包括同時通過我們的互聯網醫院及線下醫療機構提供中醫醫療服務的醫師以及僅通過我們的互聯網醫院提供中醫醫療服務的醫師。

於整個往績記錄期間，我們中醫醫療服務網絡的執業醫師人數有所增加，這與我們中醫醫療服務網絡的發展一致。

業 務

醫療專業人員的資格

在中國，執業醫師的專業技能、業績及職業道德須定期接受公共衛生部門授權的機構或組織的考核。在中國，醫師有三種資格及三個專業等級：(i)初級職稱：適用於住院醫師，他們通常在主治醫師或其他上級醫師的密切監督下，從事患者病例準備及職業等初級工作；(ii)中級職稱：適用於主治醫師，他們可督導住院醫師，並通常負責例行醫療程序、教學及研究工作；及(iii)高級職稱：適用於(a)副主任醫師，可督導主治醫師及住院醫師，領導特定範疇的研究工作，並通常負責複雜的醫療程序；及(b)主任醫師，通常在特定範疇擁有最高的醫療能力，並通常是臨床部門的主管。截至最後實際可行日期，在我們的中醫醫療服務網絡內執業的所有醫師中，主任醫師320名，副主任醫師487名，主治醫師953名及住院醫師972名。擁有高級及中級資格的醫師分別佔我們中醫醫療服務網絡內執業醫師總數的約30%及35%。我們對這些醫師的資質和履歷進行至少兩到三次的定期審查，便於安排適當的實踐培訓，並提醒符合條件的醫師申請下一個專業等級。

我們中醫醫療服務網絡中的其他醫療專業人員通常包括護士、醫療技術人員及藥劑師。截至最後實際可行日期，我們的中醫醫療服務網絡內共有1,830名其他醫療專業人員。在我們的中醫醫療服務網絡內執業的醫師助理主要包括醫科院校畢業生，他們在我們的中醫醫療服務網絡內至少擔任一年醫師助理，並在成功取得醫師資格證書後，可擔任住院醫師。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們中醫醫療服務網絡內的每位執業醫師均已取得醫師資格證書。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除醫師助理外，在我們的中醫醫療服務網絡內執業的其他醫療專業人員均已獲得在中國執業所需的資格證書。我們對醫療專業人員的資格註冊及執業許可記錄進行持續、審慎監控，確保在我們中醫醫療服務網絡內執業的所有醫師均遵守所有適用的中國法律法規，尤其是每位醫師的執業行為均在其資格及執業許可的範圍之內。據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重要方面均符合與在我們中醫醫療服務網絡執業的醫療專業人員的必要資格相關的適用中國法律和法規。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未獲悉任何與我們網絡內醫療機構的醫師超出其各自資質及執業許可範圍執業有關的重大投訴或處罰。

業 務

知名醫療專業人員

我們的中醫醫療服務網絡擁有眾多獲得廣泛認可的榮譽稱號的名老中醫，其在我們中醫醫療服務網絡中的專科培育和常見病診療方案的形成方面發揮著帶頭作用。具體而言，「全國名中醫」稱號是由國家衛健委和國家中醫藥管理局授予，旨在表彰經驗豐富的中醫醫師或在中醫行業擁有30年以上經驗的學術項目導師或全國優秀中醫人才。截至最後實際可行日期，在我們的中醫醫療服務網絡內執業的全國名中醫有兩名。

截至同日，在我們的中醫醫療服務網絡內執業的全國中醫臨床優秀人才有七名、全國名老中醫藥專家傳承工作室建設項目專家有兩名、全國老中醫藥專家學術經驗繼承工作指導老師有13名、國務院特殊津貼專家有十名。

截至同日，在我們的中醫醫療服務網絡執業的醫師中，有五名醫療專業人員被認定為非物質文化遺產代表性傳承人，其中國家級兩名，省市級三名。

此外，截至同日，在我們的中醫醫療服務網絡內執業的首都國醫名師有九名且首都名中醫有四名，表明我們的醫師在北京名列前茅。

招聘及留任醫療專業人員

我們利用自身卓越的品牌影響力、精細化的醫師管理、完善的培訓及帶教制度以及廣泛的客戶覆蓋面，保持對優秀醫療專業人員的吸引力。通過開展醫師工作室，我們促進中醫專家寶貴學術知識及執業經驗的傳承，鼓勵學術研究及臨床經驗分享。我們通過多種方式吸引醫療專業人員的加入。具體而言，我們不時參加行業內的學術研討會、會議及專題討論會，以增加與醫療專業人員（尤其是經驗豐富的中醫醫師）接觸的機會。我們每年還從醫科院校選拔優秀畢業生加入我們，與我們一同奮鬥。同時，我們在互聯網醫院設立了醫師端「同仁堂中醫」，供外部醫師註冊並提供線上中醫醫療服務。線上中醫醫療服務的部署及全面專業的發展使我們能夠接觸到更多客戶，提高在我們中醫醫療服務網絡內執業的醫師的工作效率及歸屬感。在評估及招聘新的醫療專業人員時，我們通常會對他們的學術背景、專業資格、臨床經驗、客戶認知度及文化認同等方面進行評估。

業 務

受僱於我們的醫師根據其各自與我們簽訂的勞動合同獲得報酬，通常按月領取基本工資和績效獎金，而與我們合作的醫師根據其各自與我們簽訂的勞務合同獲取報酬，通常按月領取服務費。與我們合作的醫師在我們的若干自有醫療機構（如北京同仁堂中醫醫院）執業，每年與我們及人力資源管理服務公司簽訂三方協議，根據協議，他們每月從相關人力資源管理服務公司領取報酬。該等人力資源管理服務公司負責記錄並向這些醫師發放每月薪酬。相應地，我們每月分兩批向人力資源管理服務公司支付一次性費用，支付所根據的因素包括多點執業醫師的薪酬及向人力資源管理服務公司支付的服務費。我們於往績記錄期間聘用的所有人力資源管理服務公司均為獨立第三方。我們認為，該等安排有助於我們精簡對與我們合作的眾多多點執業醫師的管理，並提高我們的運營效率。根據弗若斯特沙利文的資料，該等安排符合行業規範。

由於我們在吸引、留任及管理醫師方面的不懈努力，我們與中醫醫師保持長期穩定的關係。於往績記錄期間，中醫醫療服務網絡內的醫師數量持續增長。

醫療專業人員的認證與培養

為了對網絡內醫療機構的醫師進行動態管理和分配，我們建立了醫師信息數據庫，根據其專業、專長、工作地點及其他具體情況進行分類。我們將線下中醫醫療服務網絡中的醫師組織起來，實現線上會診，將優秀的醫療資源輻射到社區層面。

四級醫師認證

在整個中醫醫療服務網絡中，我們採用四級醫師認證制度，包括「同仁堂中醫大師」、「同仁堂專家醫師」、「同仁堂骨幹醫師」及「同仁堂醫師」。我們通過對醫師的聲譽、職級、執業經驗、臨床能力及文化認同等方面的綜合評估，對眾多醫師進行動態管理，並給予相應認證，為醫師創造清晰的職業發展路徑，激勵他們取得更好的業績。對醫師的認證進行定期審查，決定是否提高、維持或取消之前授予的級別。我們希望在未來將這一認證體系進一步擴展到整個同仁堂，促進醫師之間的經驗交流，並將我們組織的培訓傳遞給更多的醫師。

業 務

帶教制度及培訓機會

我們實施獨特的帶教制度，培養年輕醫師，建立長效機制，滾動培養中醫人才。在帶教制度下，導師根據傳承人各自的專業能力及培訓計劃，為他們提供臨床和研究指導，同時有效豐富他們的臨床經驗，從而促進傳承人的知識獲取及培訓過程。

為系統化繼承和發揚中醫專家寶貴的學術理論及臨床經驗，我們鼓勵名醫申報和孵化國家級或省級的醫師工作室。截至最後實際可行日期，我們的中醫醫療服務網絡已孵化四個國家級醫師工作室，一個國家級中藥調劑技能大師工作室。截至同日，我們的中醫醫療服務網絡還孵化了六個省級醫師工作室。師承帶教可以讓年輕醫師近距離、系統地繼承中醫專家寶貴的學術理論及臨床經驗。由這些醫師工作室的中醫專家帶領的訓練有素的醫師團隊提供諮詢服務，使居民更容易獲得不同專科的優質中醫醫療服務。截至最後實際可行日期，由中醫專家帶領的11支醫師團隊在線上提供響應式諮詢服務。

我們認為，考試培訓機會有利於執業醫師提升專業水平，這對留住醫師及優化醫師團隊的組成至關重要。我們還組織技術精湛的醫師通過外部合作開展醫學教育，分享他們的經驗。利用醫師豐富的臨床經驗及出色的培訓能力，我們的網絡內醫療機構通過與中國領先學術機構合作，輸出經驗，倡導中醫文化。

優勢專業培養和學術委員會

我們利用廣泛而穩定的醫師基礎，保持學科的全面覆蓋，並通過積極開展學術交流，在組織嚴密的委員會中尋求經驗豐富的醫師的高水平指導，戰略性地培育重點專科。

同仁堂中醫學術諮詢專家委員會

為促進我們的優勢專科醫師之間的中醫學術交流及臨床經驗分享，我們對同仁堂中醫學術諮詢專家委員會進行維護和管理，旨在加強我們在中醫腎病、中醫婦科、中醫經方、中醫內分泌、中醫心身、中醫適宜技術、中醫腫瘤、中醫腦病等方面的學術能力。通過經常性的學術討論和臨床經驗分享，醫療專業人員能夠提高對具有疑難或系統性病症的客戶的診斷和治療能力。

業 務

首席專家學術委員會

為了向客戶提供更好的中醫醫療服務，發揮專家在傳承及分享中醫專業知識及經驗方面的領先優勢，我們設有首席專家學術委員會，由多位在中醫醫療、中藥和醫療機構管理等領域有突出貢獻、在業界享有盛譽的傑出專家組成。首席專家學術委員會主任委員為唐旭東教授，其是一位國醫大師，在中醫醫療服務領域擁有豐富的醫療經驗和突出的學術成就。其是主任醫師、博士生導師、博士後合作導師、國際歐亞科學院院士、中國中醫科學院首席研究員及學部委員、岐黃學者和全國老中醫藥專家學術經驗繼承工作指導老師。其任中華中醫藥學會脾胃病分會主任委員。其憑藉豐富的學術成就和臨床經驗，帶頭創建脾胃病國家重點專科，作出了突出貢獻。

首席專家學術委員會將主要從以下幾個方面提出戰略建議，從而提高學術研究能力，提升我們的服務質量，並擴大我們在業內的學術影響力：(i)中醫醫療服務，如提質增效、產業鏈整合及服務模式創新；(ii)藥物研究，主要涉及中醫領域的傳統藥物現代化；(iii)運營管理，主要涉及提高運營效率和盈利能力；及(iv)政策研究(基於彼等對行業的洞察)。

深厚的學術成就

在我們的中醫醫療服務網絡執業的醫療專業人員發表了大量論文，表明其在學術上取得了深厚的成就。我們亦鼓勵醫療專業人員參與中醫專業研究項目。截至最後實際可行日期，在我們的中醫醫療服務網絡執業的醫療專業人員參與了約20個研究項目。北京同仁堂中醫醫院是多個學術協會的成員單位，包括北京中醫藥學會、北京中西醫結合學會及北京市東城區醫學會，表明我們在學術研究方面頗具實力。此外，為進一步在向老年人提供可靠的中醫醫療服務方面作出貢獻，我們加入了中國老年保健協會。

業 務

下表載列於所示期間按收入貢獻計的五大醫師。

截至2025年9月30日止九個月

醫師代碼	網絡內醫療機構	收入貢獻 (人民幣千元)	佔我們總收入的 百分比 (%)
醫師D	北京同仁堂第二中醫醫院	19,535	2.3
醫師B	上海承志堂	15,833	1.8
醫師C	北京同仁堂第二中醫醫院	15,524	1.8
醫師A	北京同仁堂中醫醫院	14,844	1.7
醫師E	北京同仁堂中醫醫院	12,893	1.5
總計		78,629	9.1

截至2024年12月31日止年度

醫師代碼	網絡內醫療機構	收入貢獻 (人民幣千元)	佔我們總收入的 百分比 (%)
醫師C	北京同仁堂第二中醫醫院	25,177	2.2
醫師D	北京同仁堂第二中醫醫院	23,485	2.0
醫師B	上海承志堂	21,324	1.8
醫師A	北京同仁堂中醫醫院	20,742	1.8
醫師E	北京同仁堂中醫醫院	16,935	1.4
總計		107,663	9.2

截至2023年12月31日止年度

醫師代碼	網絡內醫療機構	收入貢獻 (人民幣千元)	佔我們總收入的 百分比 (%)
醫師C	北京同仁堂第二中醫醫院	21,711	1.9
醫師F	北京同仁堂中醫醫院	20,744	1.8
醫師A	北京同仁堂中醫醫院	19,922	1.7
醫師D	北京同仁堂第二中醫醫院	19,236	1.7
醫師G	北京同仁堂中醫醫院	16,949	1.4
總計		98,562	8.5

截至2022年12月31日止年度

醫師代碼	網絡內醫療機構	收入貢獻 (人民幣千元)	佔我們總收入的 百分比 (%)
醫師G	北京同仁堂中醫醫院	23,616	2.6
醫師A	北京同仁堂中醫醫院	22,576	2.5
醫師F	北京同仁堂中醫醫院	20,798	2.3
醫師C	北京同仁堂第二中醫醫院	19,164	2.1
醫師D	北京同仁堂第二中醫醫院	17,405	1.9
總計		103,559	11.4

業 務

選定的網絡內醫療機構的業務亮點

以下載列(i)我們的自有醫療機構北京同仁堂中醫醫院；(ii)我們另一具代表性的自有醫療機構三溪堂保健院；及(iii)我們具有代表性的管理醫療機構畢節醫院的概要資料。

北京同仁堂中醫醫院

概覽

作為於往績記錄期間我們中醫醫療服務網絡中最大的中醫醫院，北京同仁堂中醫醫院是一家營利性二級中醫綜合醫院，由我們擁有並在北京運營。北京同仁堂中醫醫院的歷史可追溯至2008年，是首家以「同仁堂」為品牌的中醫醫院，傳承「同修仁德，濟世養生」的理念。北京同仁堂中醫醫院以中醫為特色，自2009年起成為醫保定點醫療機構。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們來自北京同仁堂中醫醫院的收入分別佔我們同期總收入的34.3%、33.6%、33.6%、34.6%及34.2%。

服務項目及醫療資源

北京同仁堂中醫醫院提供中醫門診和住院醫療服務，涵蓋綜合專科，為有多元化醫療需求的客戶提供服務。該院全面覆蓋各種中醫專科，例如內分泌科、心病科、腦病科、內科、婦科、耳鼻喉科、腫瘤科、眼科、兒科、骨病科、皮膚科、肛腸科、風濕科及疾病預防。中醫內分泌科、中醫心病科及中醫腦病科被定位為重點專科，致力於打造一流專科，提供卓越的中醫醫療服務。此外，北京同仁堂中醫醫院腎病科由一名著名中醫專家領導，其獲評為全國名中醫。同時，北京同仁堂中醫醫院亦提供中醫非藥物治療服務，如針灸、蝶齶神經節針刺、艾灸、小針刀、推拿、拔罐、干擾電流療法及穴位貼敷等，功效受到廣泛認可。例如，根據客戶的具體病情或症狀，在對應的穴位上貼敷中藥貼片，穴位貼敷在治療頭暈、耳鳴和鼻炎等多種疾病方面發揮著獨特的作用。

北京同仁堂中醫醫院擁有大量在中醫醫療服務方面擁有豐富知識和經驗的優秀醫師。截至最後實際可行日期，有285名醫師（其中接近60%為主任醫師或副主任醫師）及121名其他醫療專業人員在北京同仁堂中醫醫院執業。截至同日，其中有兩名醫師

業 務

為全國名中醫，一名醫師為岐黃學者，13名醫師為全國老中醫藥專家學術經驗繼承工作指導老師，19名醫師獲得省級榮譽稱號。尤其是，張炳厚為於中醫腎病、痛症、中醫內科領域具有深遠影響的中醫專家，從事醫療衛生工作60餘年。其為主任醫師、教授、博士生導師、博士後合作導師，榮獲全國名中醫、全國老中醫藥專家學術經驗繼承工作指導老師、首都名中醫、同仁堂中醫大師等榮譽稱號。通過北京市中醫管理局批准的北京中醫藥薪火傳承「3+3」工程張炳厚名醫傳承工作站，其學術專長和臨床經驗對我們的網絡內醫療機構產生了深遠影響。

截至最後實際可行日期，北京同仁堂中醫醫院已成立兩間全國名老中醫工作室及一間國家級中藥調劑技能大師工作室。

北京同仁堂中醫醫院的現代化醫學檢查設備應用可觀，如核磁共振、CT、DR檢查、彩色多普勒超聲等。利用現代影像診斷技術，其提供肌骨超聲診斷，對肌骨系統的損傷、炎症和其他病症進行動態評估。其還設有醫學檢驗科、採血室、檢查室和手術室。北京同仁堂中醫醫院以先進的設施和卓越的中醫醫療技術為支撐，結合全方位醫學檢驗項目，為客戶提供精細醫學檢查及針對性治療。

為了創新運營，北京同仁堂中醫醫院正在部署線上健康管理平台，為客戶提供貼心的日常健康管理建議、及時的預約提醒和健康知識普及，幫助客戶更好地進行覆蓋其全病程的健康管理。

賦能網絡內醫療機構

北京同仁堂中醫醫院通過合作醫共體及客戶轉診機制，不斷向我們的其他網絡內醫療機構引入其高水平醫療專業人員、高品質藥物及高性能技術。在我們網絡內醫療機構之間建立的醫共體內，北京同仁堂中醫醫院的專家為在其他網絡內醫療機構執業的醫師提供線下和線上臨床培訓。通過在北京同仁堂中醫醫院與其他網絡內醫療機構之間發起合作安排，我們推動網絡內醫療機構相關專科科室的經驗介紹和專業培訓。

業 務

學術合作

憑藉豐富的臨床經驗和在中國中醫醫療服務行業的卓越影響力，北京同仁堂中醫醫院開發了中醫課程，並與學術機構建立合作關係。截至最後實際可行日期，北京同仁堂中醫醫院是中國多所領先醫學院的教學醫院。北京同仁堂中醫醫院通常與該等醫學院訂立長期合作協議，據此，北京同仁堂中醫醫院通常負責按照醫學院的要求提供適當的教學設施，制定教學計劃，進行教學管理，維持相對穩定的教學醫師團隊，以完成醫學院佈置的教學任務，而醫學院通常負責提供教學經費、教學指導及教學質量監督。由於醫學院通常須加強與北京同仁堂中醫醫院在醫教研方面的全面合作，北京同仁堂中醫醫院通常有權加入醫學院的科技創新及學科培養體系，以提高其多學科能力。由該等合作產生的任何教學或研究成果由雙方共同擁有。該等合作協議可於下列情況下終止：(i)倘發生不可抗力事件導致無法履行該等協議，經雙方同意後予以終止；或(ii)倘發生重大違約導致無法履行該等協議，可由非違約方予以終止。

三溪堂保健院

概覽

三溪堂保健院是浙江省金華市的一家營利性中醫專科醫院。2022年，我們戰略性地發掘在中國東南部的業務機會，並收購了三溪堂保健院。收購三溪堂保健院及相關整合措施擴大了我們中醫醫療服務網絡的地域覆蓋範圍，使更多客戶受益於我們卓越的中醫醫療服務和優質的醫藥產品。三溪堂保健院是醫保定點醫療機構。三溪堂保健院的傳統中醫藥文化（朱丹溪中醫藥文化）項目已被認定為國務院公佈的國家級非物質文化遺產代表性項目。

我們高度可擴展的業務和標準化的運營程序使我們能夠將新收購的三溪堂保健院納入我們的中醫醫療服務網絡，並從中產生協同效應。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們來自三溪堂保健院的收入分別佔同期總收入的11.2%、16.9%、16.9%、16.5%及16.3%。

業 務

服務項目及醫療資源

三溪堂保健院憑藉其完善的供應鏈以及與「三溪堂」品牌旗下社區藥房的協同作用，提供完善便捷的中醫門診醫療服務。經過問診和診斷後，對於處方中藥飲片，客戶可直接在三溪堂保健院藥劑科取藥，或選擇三溪堂保健院的煎煮服務，在指定的送藥地址收取送達的藥劑。對於處方中成藥和西藥，客戶可以選擇在社區藥房購買，節省尋找處方藥的時間和精力，享受連貫的服務體驗。

三溪堂保健院擁有全面的中醫專科設置，如針灸科、兒科及腫瘤科、婦科、皮膚科及內科等。特別是，三溪堂保健院針灸專科的日門診人次一般約為100人次，被金華市衛生健康委員會辦公室認定為金華市中醫藥重點專科建設項目（2024年至2026年）。

三溪堂保健院擁有一支穩定、經驗豐富的醫師團隊，在中醫領域具有豐富的臨床經驗。截至最後實際可行日期，三溪堂保健院共有執業醫師83名（其中主任醫師、副主任醫師佔54%以上），其他醫療專業人員40名，其中四名執業醫師被評為全國中醫臨床優秀人才。

三溪堂保健院將中醫醫療與現代實驗室檢測和診斷方法相結合，全面應用現代化醫學檢查設備，如核磁共振、CT、超聲波和骨礦物質密度設備。其還配備急救設備，可在必要時滿足客戶的緊急醫療需求。

我們高效的整合工作和不斷增長的協同效應

自收購以來，我們一直致力於規範三溪堂保健院的管理，提高其運營效率。我們完善人力資源、運營流程和績效考核等方面的管理措施和內控制度。我們通過對客戶進行隨訪和了解客戶的反饋意見，提升三溪堂保健院的服務質量和服務體驗。我們還鼓勵三溪堂保健院的執業醫師進駐我們的互聯網醫院，為客戶提供線上中醫醫療服務，使客戶可享受便捷的中醫專家服務和線上線下一體化服務。同時，我們推動三溪堂保健院與其他網絡內醫療機構的互動，如與北京同仁堂中醫醫院探索中醫腫瘤治療方面的合作機會。

業 務

經過收購後的大力整合和悉心經營，三溪堂保健院的收入和門診人次均實現顯著增長。於2022年至2024年，三溪堂保健院的收入以約10%的複合年增長率增長。於2022年至2024年，三溪堂保健院的門診人次以約12%的複合年增長率增長。

社會擔當獲廣泛認可

三溪堂保健院積極承擔社會責任，在日常運營中為社會福利和發展做出貢獻。三溪堂保健院獲金華市商務局認定為「金華市社會公益貢獻獎企業」、獲義烏市慈善總會認定為「副會長單位(2021至2026年)」、獲義烏市科學技術協會評為「義烏市科技志願者健康關愛定點醫院」、獲義烏市衛生健康局評為「老年友善醫療機構」及獲義烏市肢殘人協會評為「公益愛心助殘單位」。

畢節醫院

概覽

通過標準化、精細化的運營體系，延伸業務版圖，通過醫療機構管理輸出管理能力、醫療技術和品牌影響力。畢節醫院以中醫和婦幼保健為特色。2023年9月，我們與畢節醫院及畢節醫院的舉辦人簽訂了三方合作協定，以發揮優質醫療和管理專長，同時擴大我們在貴州的業務佈局。在適用的法律法規範圍內，我們向畢節醫院派駐管理和專家團隊，在醫院管理、醫療業務、管理措施制定、人才培養、科研教學、線上醫療業務等方面提供支援，提升其管理和服務能力。我們在畢節醫院孵化同仁堂中醫大師工作站，促進中醫專家學術經驗傳承，培養中醫人才。

我們的管理工作

我們致力於利用完善的運營體系、卓越的品牌影響力、一體化的供應鏈和多學科的醫療專業人才，為管理醫療機構的運營賦能。

- **規範管理制度。**在借鑒自有醫療機構管理措施的基礎上，我們根據對管理醫療機構現有管理制度和地方政策的評估，為其制定戰略計劃並改進管理措施。新制定的措施，如定期安全審查措施和採購措施，有助於最大限度地降低因內部控制不足而產生的風險。

業 務

- **精煉業務。**我們指定專人負責經營業績管理，並根據多方面的運營和財務評估優化成本效益。我們還根據對客戶需求的觀察，動態調整各專科之間的資源配置，在提升客戶服務體驗的同時實現成本控制。例如，我們通過規範服務步驟、啟動專科間病房統籌安排等方式，縮短客戶等候時間。
- **加強服務能力。**我們探索中醫與婦幼保健服務的協同效應。我們安排部分管理醫療機構與自有醫院專科科室一對一結對及實地考察，促進臨床經驗的共享。

憑藉先進的管理經驗和專門的醫療運營，畢節醫院的運營和財務表現均得到改善。

我們未來的擴張

展望未來，我們計劃通過(i)收購營利性中醫醫療機構；(ii)創辦營利性醫療機構；及(iii)為更多醫療機構提供管理服務來擴充我們的中醫醫療服務網絡。

升級現有醫療機構

我們希望通過對現有醫療機構進行升級改造，不斷提升我們的服務能力，進一步擴充我們的中醫醫療服務網絡，為更多客戶提供可靠的中醫醫療服務。我們還將推動智慧醫療信息技術（「**智慧醫療**」）的發展，通過多種渠道為客戶提供覆蓋疾病全過程的多維度中醫醫療服務。

特別是，我們計劃在2026年至2029年期間，有選擇地對部分自有醫療機構進行升級改造，包括北京同仁堂中醫醫院、北京同仁堂第二中醫醫院、三溪堂保健院、上海承志堂、上海中和堂、太原同仁堂中醫醫院及鞍山同仁堂中醫醫院。我們計劃逐步改造該等醫療機構，以提高服務能力，同時改善客戶於該等醫療機構的線下就醫體驗。我們將為該等醫療機構採購先進的醫療檢查設備，更好地利用現代化設備和技術輔助診斷，推動中醫醫療服務的自動化和現代化。我們計劃主要利用[編纂][編纂]，以及在必要或適當的情況下，利用我們的內部資源及／或銀行借款，為上述計劃中的升級項目提供資金。

業 務

戰略收購

我們的過往收購

根據弗若斯特沙利文的資料，中國醫療服務行業的領先企業通常通過內生增長和收購相結合的方式進行擴張。我們將收購視為擴大我們業務規模及擴大我們地理覆蓋範圍的關鍵策略。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們以市場為導向，策略性地瞄準經濟活躍地區的收購機會。值得注意的是，我們收購了浙江省金華市的三溪堂，其被我們收購時包括四家醫療機構、四家零售藥店及兩家健康食品零售店。該項收購符合我們的整體策略，並支持我們的合理增長趨勢。於該項收購之前，我們的業務主要集中於華北地區。三溪堂經營的醫療機構為我們進軍華東地區中醫醫療市場提供了戰略切入點。與本集團相似，三溪堂經營的醫療機構分為多個層級，可迎合當地顧客的多樣化需求。此外，收購三溪堂國藥館使我們能夠更好地釋放其醫療業務的協同效應，並使我們能夠全面了解區域中醫產業鏈。自收購三溪堂以來，我們逐漸擴大在華東地區的業務，包括收購上海的兩家醫療機構，即上海承志堂及上海中和堂。我們亦通過集團內重組擴大中醫醫療服務網絡，於集團內重組中我們自同仁堂集團收購若干中醫醫院的控股權。由於該等醫院在收購前後由同仁堂最終控制，該等收購被視為同一控制下的業務合併。

我們設有嚴格的收購目標挑選標準。基於對相關醫療機構的盡職調查報告的全面審閱，我們的管理層評估並討論該等收購帶來的商機及相關風險。

於收購後，我們保留被收購附屬公司的核心管理團隊，以確保過渡連貫平穩。同時，我們向該等附屬公司增派了管理人員，以利用我們在規範化及現代化管理方面的豐富經驗以及積累的醫療資源。該方法有助於將被收購醫療機構整合至我們的分級中醫醫療服務網絡，促進跨區域協調及協同效應。通過收購以來的整合工作、精細化運營，我們所收購醫療機構的經營及財務表現有所改善。例如，於收購後，三溪堂保健院的收入及門診人次均持續增長。於2022年至2024年，三溪堂保健院的收入以約10%的複合年增長率增長。於2022年至2024年，三溪堂保健院的門診人次以約12%的複合年增長率增長。

業 務

我們的未來收購計劃

作為我們未來擴張計劃的一部分，我們將繼續尋求收購線下醫療機構的機會，主要目標是中醫專科或具備中醫醫療服務能力的營利性醫院、門診部和診所。我們認為，我們以往的運營經驗將幫助我們找到合適的收購機會，並成功地將新收購的業務整合到我們現有的中醫醫療服務網絡中。

我們系統地審查及篩選潛在的收購目標。我們將重點關注擁有良好業績記錄及聲譽的潛在收購目標，我們認為這些目標將使我們能夠迅速複製我們的成功。為了充分了解潛在的合適目標，我們的管理層與市場參與者保持密切聯繫，並徹底審查潛在目標的盡職調查報告。我們通常根據一系列標準對潛在收購目標進行評估，包括：

- 潛在收購目標的位置及當地的相關因素，如租金水平、人口密度、社區及醫療機構的地理分佈、當地居民的品牌意識等；
- 潛在收購目標的服務能力，如醫療專業人員的數量、登記床位數量、現有設施和設備、服務範圍及產品供應；
- 潛在收購目標的醫療專業人員及其他工作人員的資質、經驗及業績記錄；
- 潛在收購目標的過往醫療業績及專業聲譽，同時考慮潛在收購目標提供的服務和產品的質量及安全性；
- 潛在收購目標的過往財務業績。我們通常考慮已實現盈虧平衡並開始盈利的營利性醫療機構或具有可持續增長潛力的營利性醫療機構；
- 潛在收購目標的監管合規性、消防安全條件以及環境保護績效；
- 進行裝修及改善潛在收購目標基礎設施所需的初始投資估算額；
- 持續運營開支及資本需求；
- 潛在回報及未來價值估計；

業 務

- 運營所需的執照及許可證；及
- 潛在收購目標與我們的企業文化及中醫醫療服務網絡的兼容性。

我們的主要目標是中醫專科或具備中醫醫療服務能力的營利性醫院、門診部和診所。對於營利性醫院，我們將以市場為導向，以(i)中國經濟活躍的地理區域，如北京、天津、華東地區（特別是長江三角洲地區）及廣東省，以及(ii)華中地區、四川省及重慶等中國人口密集地區為戰略重點地域，廣泛尋找和觀察潛在收購目標。對於營利性門診部，我們將以浙江省金華市和上海市為重點，進一步挖掘長江三角洲地區的業務潛力。實際收購目標的數量將取決於當時的市場狀況、談判結果以及實際收購的規模及代價等因素。

我們的SOP有助於我們將新收購的醫療機構納入我們的管理系統，精簡業務流程並使之標準化，提高運營效率及盈利能力。基於我們標準化及集中化運營管理結構，我們希望使新收購的企業符合我們現有的運營標準和文化形象。在目標市場收購一家醫療機構的預計投資額約為人民幣50.0百萬元至人民幣100.0百萬元（取決於目標的規模）。我們收購的投資回收期是指本公司從相關醫療機構獲得的累計經營現金流能夠覆蓋收購投資金額的時間期限。根據弗若斯特沙利文的資料，收購一家醫療機構的投資回收期預計為自收購完成之日起約六至八年，這符合行業規範。然而，投資回收期可能會受到醫療機構具體特點的進一步影響，如其規模、初始投資、服務和產品的覆蓋範圍以及競爭格局。

我們計劃主要通過[編纂][編纂]，以及在必要或適當的情況下，利用我們的內部資源及／或銀行借款為上述預期收購計劃提供資金。為擴大我們在上海的市場，加強我們在長江三角洲的業務佈局，我們於2024年6月6日訂立股權轉讓協議以收購上海中和堂60%的股權。我們於2024年9月29日就上海中和堂的收購事項向國家市場監管總局地方分局完成備案程序。請參閱「歷史、重組及公司架構－我們的主要收購－擴展我們在中國上海的服務網絡－收購上海中和堂」。截至最後實際可行日期，我們尚未就未來收購簽訂任何意向書或協議，亦未確定任何明確的收購目標。

業 務

請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們可能無法成功完成任何未來收購或提高收購後的業績，這可能會對我們的業務、財務狀況及前景產生不利影響」。

建立新的醫療機構

為進一步拓寬服務網絡，提升服務能力，我們期望在合適的機會下建立新的醫療機構。我們將尋求願意進一步發展的營利性醫院作為我們的合作夥伴，合資新建控股權歸我們所有的中醫醫院。我們相信，我們的輕資產擴張方式使我們不必在建設及設備採購方面進行大量的前期資本投資，並擺脫與建立新醫療機構相關的漫長盈虧平衡期及投資回收期，從而使我們能夠以具有成本效益的方式開拓新的地區或加強我們在現有地區的業務佈局。

建立一個新的醫療機構一般涉及多個步驟，包括戰略規劃、市場調研、選擇合作夥伴(如有)、選址、可行性研究、簽訂必要協議、監管審批程序、建造及裝修場所、招聘必要人員、購置設備和用品以及開始運營。

當一家新的醫療機構開始錄得月度淨利潤時，就達到了月度盈虧平衡點。新醫療機構的投資回收期是指本公司從相關醫療機構獲得的累計經營現金流可覆蓋初始投資所需的時間。根據弗若斯特沙利文的資料，新醫療機構的每月盈虧平衡期預計約為三年，其自開始運營起的投資回收期預計約為四年半至六年，這符合行業規範。新設立醫療機構的投資回收期通常短於被收購醫療機構的投資回收期，主要由於我們戰略性地設立了初始資本投入較低的中小型醫療機構。然而，每月盈虧平衡期及投資回收期可能會受到醫療機構具體特點的進一步影響，如其規模、初始投資、服務和產品的覆蓋範圍以及競爭格局。

我們計劃主要利用[編纂][編纂]，以及必要或適當時利用我們的內部資源及／或銀行借款為上述擬投資設立的公司提供資金。截至最後實際可行日期，除計劃以輕資產模式聯合獨立第三方於河南省鄭州市設立一家新醫院外，我們尚未就未來的合資新建公司簽訂任何意向書或協議，亦未確定任何明確的合作目標。

業 務

請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－建立新醫療機構存在風險，可能導致我們短期財務表現波動。新開設的醫療機構可能無法實現預期的正常運營」。

擴展管理服務

我們計劃進一步利用豐富的管理及運營經驗，為全國更多醫療機構（主要是非營利性醫院及社區衛生機構）提供管理服務，將可靠的中醫醫療服務輻射到各個區域。我們謹慎地選擇及評估醫療機構，將其作為我們提供管理服務的潛在目標。我們在評估過程中考慮的典型因素一般包括：

- 潛在收購目標所處位置；
- 當地人口密度以及客戶對中醫醫療服務的接受程度和偏好；
- 潛在收購目標的現有服務能力，如醫療專業人員的數量、現有設施和設備、服務範圍及產品供應；
- 潛在收購目標的過往運營和財務業績及合規表現；及
- 潛在收購目標與我們現有的中醫醫療服務網絡的協同效應以及與我們企業文化的兼容性。

截至最後實際可行日期，我們尚未就未來向醫療機構提供管理服務簽訂任何意向書，亦未確定任何明確的潛在收購目標。

我們在實施擴張計劃時可能會面臨一系列挑戰，可能無法找到合適的機會進一步擴充我們的中醫醫療服務網絡，無法就此類擴張談判商業上可接受的條款，也無法將業務成功整合到我們現有的中醫醫療服務網絡中。擴張計劃的實施不可避免地會不時受到我們的運營及市場狀況的影響，我們可能會為了自身的最佳利益做出相應調整。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們可能無法有效地執行我們的擴張計劃，例如我們發展線上中醫醫療服務的業務計劃，這可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生不利影響」。

業 務

供應商及採購

我們的業務運營需要各種產品，主要涵蓋(i)藥品，如中藥飲片、中成藥和西藥以及包裝食品等其他產品；(ii)醫療器械；及(iii)醫療耗材。我們的供應商主要包括(i)上述產品的供應商；(ii)人力資源管理服務公司，用於精簡管理與我們合作並在我們若干自有醫療機構執業的醫師；(iii)雲基礎設施的公共雲服務提供商；及(iv)我們線上系統的軟件服務提供商或軟件分銷商。

我們已採用協同採購管理機制及標準化採購流程，確保我們網絡內醫療機構的供應質量及穩定性。此外，我們將繼續努力實現供應鏈管理系統的數字化以提高採購的透明度和效率，同時最大限度地降低採購風險。

採購協同管理機制

為協調採購我們網絡內醫療機構所需的藥品，我們維持以中藥飲片、中成藥和西藥為主的動態調整採購目錄。

中藥飲片

我們制定《中藥飲片集中採購管理辦法》並部署採購協同管理平台，以促進中藥飲片採購。就採購目錄所列的中藥飲片而言，我們的網絡內醫療機構須在採購協同管理平台上以商定價格向供應商名錄中的供應商下達採購訂單。相關醫療機構在收到採購產品並進行檢查後，會繼續進行產品驗收。就其他中藥飲片而言，相關醫療機構會向北京通達報告採購需求，並由後者向集採委員會作出報告並經集採委員會批准後更新採購目錄。我們認為，協同採購使我們能夠實現規模經濟，並更好地控制我們中醫醫療服務網絡所用中藥飲片的質量。

中成藥及西藥

我們的網絡內醫療機構通常通過政府醫藥集中採購服務中心採購中成藥及西藥。

業 務

我們成立了全資附屬公司北京通達，旨在推行有條不紊的供應鏈管理。該部署使我們能夠管理供應質量並促進規模經濟。

北京通達作為我們採購和銷售藥品的自有平台，聚集並整合了藥品採購需求，主要涵蓋中成藥和西藥，並編製了我們的中成藥和西藥採購目錄。對於我們北京地區的自有醫療機構，北京通達會根據相關醫療機構的藥品目錄和供應商名單，在北京醫藥集中採購服務中心的系統上按規定價格下達採購訂單。北京通達在收到並接受藥品後，會向相關醫療機構供應有關藥品。截至最後實際可行日期，我們正在協同採購中成藥和西藥，以覆蓋我們在北京的管理醫療機構。

我們其他城市的網絡內醫療機構通常會在考慮質量、價格、供應商信用及歷史合作等因素，並遵循適用的法律和法規後，自行訂購藥品。在這種情況下，供應品會直接送到相關醫療機構。

我們的網絡內醫療機構所使用的醫療器械和醫療耗材一般由醫療機構根據自身需求自行採購。我們預計未來將在我們北京的中醫醫療服務網絡中集中採購有關產品。在我們持續致力於協調中醫醫療服務網絡採購醫療器械的過程中，我們已選定若干醫療器械的供應商，預計我們的網絡內醫療機構能與他們建立合作關係並向其進行採購。

供應商選擇與管理

我們根據嚴格標準和中國適用法律法規選擇供應商，以確保我們採購的質量。在選擇供應商時，我們會考慮其產品質量、定價、服務體驗、聲譽和市場份額等。我們的標準化供應商選擇與管理系統使我們能夠提高採購的安全性、透明度和穩定性。我們的供應商須擁有開展業務所需的所有執照及許可證，如藥品經營許可證。僅符合我們所有選擇標準並通過我們藥品隨機檢查的公司方能被選中並列入我們的供應商名單。我們定期審查並評估供應商的表現，檢查其資質，以維護我們供應品的質量和穩定性。我們根據每年對供應商的評估動態更新供應商名單，不符合我們要求或標準的供應商將從我們的供應商名單中刪除。除我們的內部檢查外，我們還邀請第三方檢測機構對我們在提供中醫醫療服務期間使用的中藥飲片質量進行隨機檢測。若該等機構檢測出不合格中藥飲片，我們會及時跟蹤相關供應商。

業 務

供應內容

我們中醫醫療服務網絡中使用的藥品、醫療器械、醫療耗材及其他產品主要來源於中國。供應協議的條款因供應商而異，具體取決於供應內容類型以及我們與供應商的關係。我們通常與供應商簽訂框架協議，據此，我們不時根據日常運營產生的實際採購需求下達訂單。我們通常不會與供應商訂立長期協議。憑藉我們良好的品牌形象和龐大的運營規模，我們的供應商通常會給予我們90天的信用期。我們通常通過電匯方式向供應商付款。我們的供應商通常負責安排將貨物運至我們指定的地點，費用由其自行承擔。我們與供應商簽訂的框架協議可在以下情況終止（其中包括）：(i)發生不可抗力情況時由任何一方終止；(ii)發生重大違約時由非違約方終止；或(iii)發生延遲或劣質供應，或定價不公平時由我們終止。

我們通常有權在交貨檢查後以及在驗收後的使用過程中退回或更換不符合我們標準的若干供應品。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的網絡內醫療機構未遭受任何不符合我們標準的重大供應品退換，亦未因供應品質量問題而遭受任何重大損失或損害。我們通常向若干選定供應商採購各類供應品，並提供數種備用方案，確保穩定供應，同時保持供應的一致性。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的網絡內醫療機構並未經歷任何重大的供應品短缺或交付延遲。

若干供應品的價格，尤其是中藥飲片的價格，可能會受到許多因素的影響，包括天氣和收獲條件、市場供求和政府政策。然而，憑藉我們廣泛的品牌影響力和強大的議價能力，我們的網絡內醫療機構於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並未經歷任何對我們的經營業績或毛利率產生重大影響的供應品價格大幅波動。

有關我們與供應商之間關係的風險，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－如果我們無法維持與供應商的業務關係，或供應出現任何減少、短缺或延遲，或我們的採購成本增加，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響」。

我們的五大供應商

下表列示我們的五大供應商於往績記錄期間各年度／期間的若干資料，包括其身份、背景信息以及與我們的交易詳情（包括自其購買金額，這些購買金額在我們的合併損益及其他綜合收益表中計入銷售成本，按絕對金額和佔購買總額的百分比列示）。

業 務

截至2025年9月30日止九個月

供應商	我們購買的主要產品或服務	信用期及付款方式	購買金額 (人民幣千元)	佔我們購買總額的百分比 (%)	與我們維持業務關係的時長	背景
同仁堂集團.....	藥品、醫療耗材及其他產品	180天； 電匯	141,254	20.1	自2020年起	中國北京同仁堂(集團)有限責任公司及其附屬公司，不包括本集團
供應商C.....	藥品、醫療耗材及其他產品	90天； 電匯	59,836	8.5	自2023年起	一家於2003年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣135.0百萬元，位於北京市大興區
供應商G.....	藥品、醫療耗材及其他產品	30至 90天； 電匯	36,478	5.2	自2003年起	一家於1999年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣5,042.5百萬元，位於湖北省武漢市
供應商H.....	藥品、醫療耗材及其他產品	60天； 電匯	34,376	4.9	自2016年起	一家於2013年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣92.5百萬元，位於上海市嘉定區
供應商I.....	藥品、醫療耗材及其他產品	90天； 電匯	28,010	4.0	自2011年起	一家於2004年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣69.99百萬元，位於北京市大興區
			299,954	42.7		

業 務

截至2024年12月31日止年度

供應商	我們購買的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	購買金額 (人民幣千元)	佔我們購買 總額的百分比 (%)	與我們維持 業務關係的時長	背景
同仁堂集團.....	藥品、醫療耗材 及其他產品	180天； 電匯	165,321	17.4	自2020年起	中國北京同仁堂(集團)有限責任公司及其附屬公司，不包括本集團
供應商C.....	藥品、醫療耗材 及其他產品	90天； 電匯	66,630	7.0	自2023年起	一家於2003年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣135.0百萬元，位於北京市大興區
供應商G.....	藥品、醫療耗材 及其他產品	30至 90天； 電匯	58,473	6.1	自2003年起	一家於1999年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣5,042.5百萬元，位於湖北省武漢市
供應商B.....	藥品、醫療耗材 及其他產品	90天； 電匯	55,802	5.9	自2011年起	一家於1999年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣333.1百萬元，位於北京市豐台區

業 務

供應商	我們購買的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	購買金額 (人民幣千元)	佔我們購買 總額的百分比 (%)	與我們維持 業務關係的時長	背景
供應商A	藥品、醫療耗材 及其他產品	90天； 電匯	55,117	5.7	自2020年起	一家於2009年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣758.1百萬元，位於四川省成都市
			401,343	42.2		

截至2023年12月31日止年度

供應商	我們購買的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	購買金額 (人民幣千元)	佔我們購買 總額的百分比 (%)	與我們維持 業務關係的時長	背景
浙江三溪堂中藥	藥品	90天；電匯	86,875	9.3	自2022年起	一家於2013年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣40.0百萬元，位於浙江省金華市
供應商G	藥品、醫療耗材及 其他產品	30至120天； 電匯	79,479	8.5	自2003年起	一家於1999年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣5,042.5百萬元，位於湖北省武漢市

業 務

供應商	我們購買的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	購買金額 (人民幣千元)	佔我們購買 總額的百分比 (%)	與我們維持 業務關係的時長	背景
供應商A	藥品、醫療耗材及 其他產品	90天；電匯	71,483	7.6	自2020年起	一家於2009年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣758.1百萬元，位於四川省成都市
供應商B	藥品、醫療耗材及 其他產品	90天；電匯	71,065	7.6	自2011年起	一家於1999年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣333.1百萬元，位於北京市豐台區
供應商C	藥品、醫療耗材及 其他產品	90天；電匯	59,148	6.3	自2023年起	一家於2003年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣135.0百萬元，位於北京市大興區
			368,050	39.3		

業 務

截至2022年12月31日止年度

供應商	我們購買的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	購買金額 (人民幣千元)	佔我們購買 總額的百分比 (%)	與我們維持 業務關係的時長	背景
供應商G	藥品、醫療耗材及 其他產品	30至120天； 電匯	78,997	10.3	自2003年起	一家於1999年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣5,042.5百萬元，位於湖北省武漢市
供應商B	藥品、醫療耗材及 其他產品	90天；電匯	69,529	9.1	自2011年起	一家於1999年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣333.1百萬元，位於北京市豐台區
供應商A	藥品、醫療耗材及 其他產品	90天；電匯	56,597	7.4	自2020年起	一家於2009年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣758.1百萬元，位於四川省成都市
浙江三溪堂中藥	藥品	90天；電匯	51,669	6.7	自2022年起	一家於2013年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣40.0百萬元，位於浙江省金華市

業 務

供應商	我們購買的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	購買金額 (人民幣千元)	佔我們購買 總額的百分比 (%)	與我們維持 業務關係的時長	背景
供應商D.....	藥品、醫療耗材及 其他產品	90天；電匯	33,444	4.4	自2013年起	一家於2003年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣3,500.0百萬元，位於廣東省深圳市
			290,236	37.9		

我們於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商中，(i)朱先生的聯繫人浙江三溪堂中藥；及(ii)由我們的最終控股股東控制的同仁堂集團均為本集團的關連人士。同仁堂集團於2024年及於2025年首九個月成為我們最大的供應商，主要由於我們於2024年1月從同仁堂商業獲得向浙江省的零售商（不包括位於浙江省的同仁堂集團旗下藥房和坐堂中醫機構）獨家銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品（因材而異）的權利，從而自同仁堂集團採購同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品。除浙江三溪堂中藥及同仁堂集團外，我們於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商均為獨立第三方。據董事所深知，於往績記錄期間各年度／期間，除同仁堂集團外，概無董事、彼等各自的聯繫人或擁有我們5%以上已發行股本的任何股東在我們的五大供應商中擁有任何權益。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們自浙江三溪堂中藥的採購額分別為人民幣51.7百萬元、人民幣86.9百萬元、人民幣39.6百萬元及人民幣26.6百萬元，分別佔我們同期總採購額的6.7%、9.3%、4.2%及3.8%，主要因為(i)浙江三溪堂中藥優質產品種類豐富，在地方市場享有廣泛的品牌知名度及認可¹；(ii)在我們於2022年收購三溪堂之前，浙江三溪堂中藥一直向三溪堂供應中藥飲片、中成藥及西藥。出於對其產品品質的認可，我們於緊隨收購後根

¹ 作為浙江省中藥飲片產業協會會員單位，浙江三溪堂中藥獲評為第三批浙江省科技型中小企業。

業 務

據有效採購協議繼續向浙江三溪堂中藥採購，以確保我們的供應品質，同時逐步提高向其他供應商採購的比例，以進一步優化我們的供應鏈；及(iii)浙江三溪堂中藥擁有先進的互聯網+中藥代煎服務中心²，通過向機構客戶的個人客戶免費提供煎煮及配送服務，為購買其中藥飲片的機構客戶提供便利。

於往績記錄期間，我們向浙江三溪堂中藥採購的所有藥品均用於三溪堂保健院在日常營運中提供的中醫醫療服務，以及三溪堂國藥館在日常營運中向個人客戶及零售商的產品銷售。浙江三溪堂中藥並非向三溪堂保健院及三溪堂國藥館供應該等產品的唯一供應商。於往績記錄期間，我們亦向獨立供應商採購與浙江三溪堂中藥的供應品相似的產品。浙江三溪堂中藥供應品的定價乃按公平原則釐定，且與我們於往績記錄期間從獨立供應商採購的類似產品的定價相當。詳情請參閱「關連交易－部分豁免持續關連交易－9.三溪堂採購框架協議」。

質量控制

我們認為，質量控制對於維持我們在現有及潛在客戶中的品牌形象及聲譽至關重要。我們已採納《醫療質量管理辦法》及《中藥飲片質量管理辦法》，以監控我們向客戶提供的中醫醫療服務及產品的質量。

中醫醫療服務的質量控制

我們的運營中心負責監督我們的自有醫療機構，以建立及維持高效、規範的控制體系，重點關注中醫醫療服務質量。運營中心每季度收集、分析及報告自有醫療機構的質量控制績效。此外，我們要求我們的自有醫療機構設立質量控制部門或工作團隊，主要負責：(i)制定及優化與中醫醫療服務質量控制有關的實施方案；(ii)建立及監督與醫療質量有關的培訓制度；及(iii)定期評估醫療質量控制績效。

我們要求我們的自有醫療機構提升醫療安全意識，建立相關風險管理體系，制定精細化操作規程、應急預案及標準化工作流程。

2 其互聯網+中藥代煎服務標準化項目榮獲浙江省中醫藥管理局頒發的中醫藥數字健康場景獎項。

業 務

中藥飲片的質量控制

中藥飲片的質量對我們中醫醫療服務的效果及客戶對我們的信任產生直接影響。我們所有的自有醫療機構均須指派人員負責監督該等醫療機構使用的中藥飲片的質量，而二級或以上自有醫療機構亦須成立藥事管理與藥物治療學委員會，負責指導中藥飲片的質量控制。我們亦對負責驗收、炮製及煎煮中藥飲片的醫療專業人員的專業知識、專業職級及經驗作出具體要求。我們不時邀請外部專家進行現場審查，並就我們的中藥飲片質量控制提供指導。

我們強調「炮製雖繁必不敢省人工，品味雖貴必不敢減物力」的訓誡，在採購、驗收及儲存中藥飲片時遵循嚴格的程序，相關的主要要求如下：

- **採購階段的質量控制。**我們要求我們的自有醫療機構在中藥飲片的質量管理方面遵守總部的要求，並建立中藥飲片採購制度。我們的自有醫療機構應與中藥飲片供應商訂立質量保證協議，定期進行中藥飲片質量評估，彼等據此及時調整採購計劃。尤其是，對供應商的檢查有時在未經事先通知的情況下進行，主要包括供應商質量控制措施、存貨水平、生產能力及包裝標準。
- **驗收階段的質量控制。**在收到中藥飲片後，我們對中藥飲片進行檢查並記錄其詳情。我們拒絕接受不符合我們的質量標準或適用法律、法規和藥典要求的中藥飲片，如農藥殘留或重金屬殘留超標的中藥飲片。為確保供應質量，我們不時委託第三方專業檢測機構對有質量問題的中藥飲片進行檢測。我們通常會指定驗收區域，用於驗收中藥飲片。通過驗收程序的中藥飲片其後在適當的條件下儲存。
- **儲存階段的質量控制。**我們要求我們的自有醫療機構安排專門的庫房存放中藥飲片。中藥飲片每次入庫及出庫時，均應進行全面檢查，並填妥記錄，庫房不得配發劣質中藥飲片以供使用。我們通過日常存貨管理及檢查（如盲評及抽檢），密切關注在庫的中藥飲片的質量，並將這些中藥飲片與其他著名中醫院的樣品進行比較。

業 務

我們亦為醫療專業人員提供有關中藥飲片的培訓。我們亦要求管理醫療機構進行定期審查，確保該等醫療機構僅使用高質量的中藥飲片，從而鞏固其在這方面的能力。2023年的一次內部盲評中，我們北京同仁堂中醫醫院所使用的中藥飲片在北京多家知名中醫院的所有競爭性中藥飲片中得分最高，證明了我們在質量管理方面的良好表現。

存貨管理

我們的庫存主要包括藥品、醫療器械及醫療耗材。我們負責供應鏈管理的全資附屬公司北京通達委託第三方倉儲服務提供商在北京進行倉儲。同時，我們的網絡內醫療機構和藥店一般都設有庫房，用於臨時存放健康產品及其他產品、醫療耗材及醫療器械。

雖然我們網絡內醫療機構各自均維持其自有存貨，但我們在總部層面實施了嚴格的存貨管理制度，並採用了《存貨管理辦法》以管理存貨的採購及儲存。為了將存貨產生的運營風險降至最低及優化存貨利用率，我們於往績記錄期間保持高效的存貨周轉。有關我們存貨周轉天數的詳情，請參閱「財務資料－合併財務狀況表中若干關鍵項目的討論－存貨」。經交付後檢查，供應品均存放在通風良好、溫度及濕度可控、防潮、防蟲、防鼠的儲存區。我們通常每月對存貨進行一次盤點，將手頭藥品、醫療器械及耗材與運營系統中的記錄進行核對。我們跟蹤、確定並記錄被識別的任何差異的原因，以保持準確的存貨記錄。同時，我們密切關注存貨的到期日，確保存貨按照「先進先出」的原則消耗，避免使用過期物品。一旦供應品過期，我們將根據適用的法律法規對其進行安全處置，並相應進行核銷。

於2024年11月，我們的一家附屬公司因不當儲存醫療器械被政府機關罰款人民幣60,000元，原因為我們的僱員因操作疏忽而不當儲存了一盒過期的檢測試劑和另一盒檢測試劑的儲存溫度不當，但兩盒試劑都沒有使用。截至最後實際可行日期，我們已全額繳付該罰款。為加強檢測試劑管理，我們實施了一系列措施，包括(i)完善採購管理，避免超量儲存，(ii)設立內部規程，妥善管理檢測試劑的採購、儲存及使用，(iii)定期進行質量抽檢，增強質量管控，(iv)升級儲存設施，推廣「先進先出」存貨做

業 務

法，及(v)定期提供內部培訓，建立獎懲機制，加強僱員對上述政策及措施的認識。考慮到上述一次性事件乃僱員不慎操作所致，董事認為，保薦人亦同意，現已加強的內部控制措施屬充分有效，足以防止日後類似事件發生。

產品退貨、換貨及召回

產品退貨及換貨

根據健康產品的特殊性及適用的中國法律法規，一般不允許客戶退換我們銷售的健康產品，除非(i)僅就非藥品產品(如包裝食品)而言，若發生錯發、發現瑕疵產品或客戶在收貨後七天內出於任何理由要求退換完好產品；或(ii)客戶有其他正當理由要求退換貨或我們根據適用的中國法律法規對退換貨承擔其他責任。客戶退回的有缺陷的健康產品會存放在指定地點，附有明確警示，並根據適用的中國法律或法規進行處理。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大產品退貨或換貨。

產品召回

根據我們的供應商與我們簽訂的質量保證協議，供應商須就其所致的產品缺陷引起的任何責任而造成的任何損害或損失對我們進行賠償。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無牽涉任何重大產品召回，亦未遭遇任何重大產品責任索償。

我們的客戶

在中醫醫療服務行業經營中，我們積累了龐大的客戶群。我們的客戶主要包括(i)在我們擁有和運營的線下醫療機構或互聯網醫院接受中醫醫療服務的個人客戶；(ii)在我們的線下獨立藥店購買健康產品或其他產品的個人客戶；(iii)向我們採購安宮牛黃丸系列產品的零售商；及(iv)接受我們管理服務的醫療機構及機構客戶。鑒於我們的客戶群非常分散，我們並非主要依賴於單一客戶。於往績記錄期間，我們的五大客戶於往績記錄期間各年度／期間貢獻的收入均不超過我們總收入的4.7%。

業 務

我們的五大客戶

下表載列於往績記錄期間各年度／期間我們五大客戶的若干資料。

截至2025年9月30日止九個月

客戶	我們提供的主要 產品或服務	信用期及 付款方式	收入 (人民幣千元)	佔我們總收入 的百分比 (%)	與我們維持業務 關係的時長	背景
同仁堂集團.....	健康產品、管理服務 及其他	180天；電匯	15,133	1.8	自2020年起	中國北京同仁堂(集團)有限責任公司及其附屬公司，不包括本集團
客戶T.....	健康產品	預付款項； 電匯	9,361	1.1	自2025年起	一家於2003年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣11.8百萬元，位於廣東省汕頭市
北京同仁堂宏德醫藥 有限公司.....	管理服務	90天；電匯	6,371	0.7	自2022年起	一家於1994年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣150.0百萬元，位於北京市密雲區
客戶M.....	健康產品	60天；電匯	5,429	0.6	自2024年起	一家於2001年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣27.7百萬元，位於浙江省紹興市

業 務

客戶	我們提供的主要 產品或服務	信用期及 付款方式	收入 (人民幣千元)	佔我們總收入 的百分比 (%)	與我們維持業務 關係的時長	背景
浙江正善康醫藥股份 有限公司.....	健康產品	90天；電匯	4,125	0.5	自2022年起	一家於2018年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣50.0百萬元，位於浙江省嘉興市
			40,419	4.7		

截至2024年12月31日止年度

客戶	我們提供的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	收入 (人民幣千元)	佔我們總收入 的百分比 (%)	與我們維持 業務關係的時長	背景
同仁堂集團.....	健康產品及管理服務	180天；電匯	14,553	1.2	自2020年起	中國北京同仁堂(集團)有限責任公司及其附屬公司，不包括本集團
客戶L.....	健康產品	60天；電匯	7,069	0.6	自2023年起	一家於2021年成立的互聯網技術公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於浙江省杭州市
北京同仁堂宏德醫藥 有限公司.....	管理服務	90天；電匯	5,699	0.5	自2022年起	一家於1994年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣150.0百萬元，位於北京市密雲區

業 務

客戶	我們提供的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	收入 (人民幣千元)	佔我們總收入 的百分比 (%)	與我們維持 業務關係的時長	背景
客戶M.....	健康產品	60天；電匯	4,928	0.4	自2024年起	一家於2001年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣27.7百萬元，位於浙江省紹興市
浙江正善康醫藥股份有限公司.....	健康產品	90天；電匯	3,137	0.3	自2022年起	一家於2018年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣50.0百萬元，位於浙江省嘉興市
			35,386	3.0		

截至2023年12月31日止年度

客戶	我們提供的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	收入 (人民幣千元)	佔我們總收入 的百分比 (%)	與我們維持 業務關係的時長	背景
客戶A.....	健康產品	60天；電匯	8,210	0.7	自2023年起	一家於2008年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣30.0百萬元，位於江西省宜春市

業 務

客戶	我們提供的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	收入 <i>(人民幣千元)</i>	佔我們總收入 的百分比 <i>(%)</i>	與我們維持 業務關係的時長	背景
客戶B.....	健康產品	60天；電匯	5,747	0.5	自2021年起	一家於2019年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於浙江省寧波市
客戶C.....	健康產品	360天；電匯	5,664	0.5	自2022年起	一家於1999年成立的機電設備貿易公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於浙江省浦江縣
客戶D.....	健康產品	360天；電匯	5,500	0.5	自2022年起	一家於2013年成立的燈具銷售商，註冊資本為人民幣15.8百萬元，位於浙江省金華市
三溪堂食品.....	推廣服務	360天；電匯	4,340	0.4	自2022年起	一家於2016年成立的食物貿易公司，註冊資本為人民幣1.0百萬元，位於浙江省義烏市
			29,461	2.6		

業 務

截至2022年12月31日止年度

客戶	我們提供的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	收入 (人民幣千元)	佔我們總收入 的百分比 (%)	與我們維持 業務關係的時長	背景
朱先生	健康產品	不適用；電匯	7,546	0.8	自2022年起	本公司股東、三溪堂主要股東及董事
客戶E	健康產品	90天；電匯	6,485	0.7	自2022年起	一家於2018年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣20.0百萬元，位於浙江省湖州市
客戶F	健康產品	180天；電匯	3,606	0.4	自2022年起	一家於2014年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣14.0百萬元，位於浙江省杭州市
客戶H	健康產品	60天；電匯	2,100	0.2	自2022年起	一家於1994年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣22.0百萬元，位於浙江省金華市

業 務

客戶	我們提供的 主要產品或服務	信用期及 付款方式	收入 <small>(人民幣千元)</small>	佔我們總收入 的百分比 <small>(%)</small>	與我們維持 業務關係的時長	背景
客戶P	健康產品	60天；電匯	2,094	0.2	自2022年起	一家於2018年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於浙江省杭州市
			21,831	2.3		

附註：

- * 於2025年首九個月，為優化存貨水平及消化剩餘批發存貨，我們向一家製藥公司銷售阿膠產品，代價（不含稅）為人民幣4.8百萬元。該交易未計入上表中。

我們於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶中，(i)由潘女士控制的三溪堂食品；(ii)朱先生（其為本公司股東、三溪堂主要股東及董事）；及(iii)由我們的最終控股股東控制的同仁堂集團均為本集團的關連人士。朱先生為我們於2022年的最大客戶，主要向我們採購人參及鹿茸等名貴中藥材以及保健食品和營養品，主要用於兩個目的：(i)供其本人（及其家人）自用；及(ii)將大部分產品贈予其朋友、同事及業務合作夥伴作為禮物表達善意和感激之情。除三溪堂食品、朱先生及同仁堂集團外，我們於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶均為獨立第三方。據董事所深知，於往績記錄期間各年度／期間，除同仁堂集團外，我們的董事、其各自的聯繫人或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客戶中擁有任何權益。

與主要客戶的重要條款

銷售健康產品

有關我們與機構客戶訂立的健康產品銷售協議的重要條款，請參閱「一 銷售健康產品及其他產品」。

業 務

提供推廣服務

於2023年4月12日，我們與三溪堂食品訂立戰略合作協議，據此，我們提供中醫知識培訓、會議營銷指導、推廣活動的策劃、設計及實施等推廣服務，並就此收取服務費。服務費按推廣活動的次數及地點計算。我們授予該客戶最長360天的信用期。該客戶通過電匯向我們付款。如發生不可抗力事件並造成長期影響，任何一方均可終止該協議。

提供管理服務

我們通常與藥品生產及／或貿易公司訂立年度管理協議，並就此收取服務費。有關服務範圍及費用安排，請參閱「－ 我們的管理服務」。我們授予該等客戶最長180天的信用期。該等客戶通過電匯向我們付款。該等協議可在以下情況下終止：(i)如發生不可抗力事件並造成長期影響，任何一方均可予以終止；或(ii)如該等客戶發生重大違約行為，則由我們予以終止。

提供研究服務

於2021年11月22日，我們與客戶I訂立科研合作協議，據此，我們負責管理並實施研究項目並分析臨床數據，而客戶I負責為研究項目提供資金支持。我們有權在達成研究項目的重大里程碑後，分批收取研究費用。研究項目產生的任何知識產權由雙方共同擁有。任何一方可在以下情況下終止該協議：(i)如發生不可抗力事件並造成長期影響；或(ii)在實施研究項目前一個月發出書面通知。該研究項目已於2022年完結。

支付方式

我們的客戶可選擇使用公共醫療保險計劃支付由有資格參加公共醫療保險計劃的醫保定點醫療機構提供的中醫醫療服務和產品。此外，客戶可選擇以現金、微信或支付寶等第三方平台線上支付及銀行卡向我們的線下網絡內醫療機構付款。客戶還可使用適用商業醫療保險向已與商業保險公司建立合作關係的網絡內醫療機構付款。對於我們通過互聯網醫院提供的中醫醫療服務，客戶可通過微信進行付款。對於通過我們的獨立藥店銷售的健康產品和其他產品，客戶通常可以現金、第三方平台線上支付、銀行卡或貨到付款的方式進行付款。我們以「三溪堂」品牌經營的四家藥店已獲得

業 務

醫保定點零售藥店資質，在此客戶可選擇使用公共醫療保險計劃支付符合有關計劃的產品。藥品納入國家醫保藥品目錄後，可通過公共醫療保險計劃報銷。醫療機構可按規定價格採購已納入國家醫保藥品目錄及實施集中帶量採購的藥品。具體而言，中成藥及西藥通常以零加成的方式售予患者，這通常會引致銷售價格與採購價格趨於一致的定價走勢。中藥飲片的定價一般維持在規定的加成範圍內，其銷售價格的定價趨勢亦與採購價格保持一致。此機制可減輕公眾的經濟負擔並增加基本藥物的可及性和可負擔性，進而推動我們健康產品銷售業務的發展。除安宮牛黃丸系列產品（因材而異）外，我們採購的絕大部分中藥飲片、中成藥及西藥均已列入國家醫保藥品目錄。鑒於(i)上述採購價格與銷售價格的相關變動；(ii)近年來由於實施集中帶量採購及零加成政策，中成藥及西藥的價格保持相對穩定；及(iii)該等政策涵蓋的中藥飲片範圍有限，且我們已採取積極措施緩解集中採購帶來的價格壓力，尤其是提升中醫醫療服務水平以抵銷收入影響，因此國家醫保藥品目錄對我們的經營及財務業績影響甚微。有關國家醫保藥品目錄的詳情，請參閱「監管概覽－關於醫療服務和藥物價格的法規」。

對於我們網絡內醫療機構提供的門診醫療服務，客戶通常須在接受服務前支付醫療費用，而對於住院醫療服務，客戶通常須在入院前根據具體情況支付押金，並在出院當天結清醫療費用。

公共醫療保險

醫保定點醫療機構

根據中國的法律法規，醫療機構應滿足多項要求才可獲得醫保定點醫療機構資格，並須通過年檢，證明其符合上述要求，以維持醫保定點醫療機構的資質。詳情請參閱「行業概覽－中國的醫療服務行業－概覽」及「監管概覽－關於城鎮職工醫療保險及醫療責任保險的法規」。截至最後實際可行日期，我們所有已開業的線下自有醫療機構均為醫保定點醫療機構。截至最後實際可行日期，我們大多數的自有藥店均為醫保定點藥房。因此，我們擁有醫保定點醫療機構資質的自有醫療機構提供的部分中醫醫療服務和產品合資格通過公共醫療保險計劃付款。各類公共醫療保險計劃所覆蓋的具體百分比可能因標準而異，其中包括保險計劃類型、患者年齡、所涉及的特定治療類型以及所銷售的健康產品。

業 務

年度配額

根據公共醫療保險計劃的相關實踐，我們擁有醫保定點醫療機構資質的自有醫療機構可能須按政府釐定的醫療費用年度配額向相關醫保局收回醫療費用。

報銷及年度結算

對於由地方醫保局支付的公共醫療保險計劃範圍內的醫療費用，於往績記錄期間，除城鎮職工基本醫療保險計劃所承保的北京同仁堂中醫醫院及北京同仁堂第二中醫醫院的醫療費（該費用根據適用的支付機制由地方醫保局預付）外，我們的自有醫保定點醫療機構通常會在提供相關門診醫療服務或相關住院患者出院當月後的1至3個月內獲得經地方醫保局認定為符合條件部分的報銷。收到的報銷需進行後續的年度結算，由相關醫保局釐定並與相關療機構進行最終報銷。

支付機制

截至最後實際可行日期，我們在浙江省金華市的自有醫院已實施APG支付機制，用於門診醫療服務的公共醫療保險報銷。APG支付機制是公共醫療保險計劃下的新興支付機制。請參閱「行業概覽－中國的醫療服務行業－概覽」。

於往績記錄期間，我們概無經歷公共醫療保險計劃項下任何重大延遲付款或拖欠結算的情況。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們通過公共醫療保險計劃直接結算產生的收入分別佔我們同期總收入的52.5%、55.7%、56.6%、53.7%及56.6%。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的自有醫療機構及藥店通過向享受公共醫療保險的客戶提供中醫醫療服務及產品而獲得大部分收入。倘未能繼續合資格獲納入公共醫療保險範圍，或公共醫療保險計劃下出現任何未付款或延遲付款的情況，均可能會對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響」。

業 務

商業醫療保險

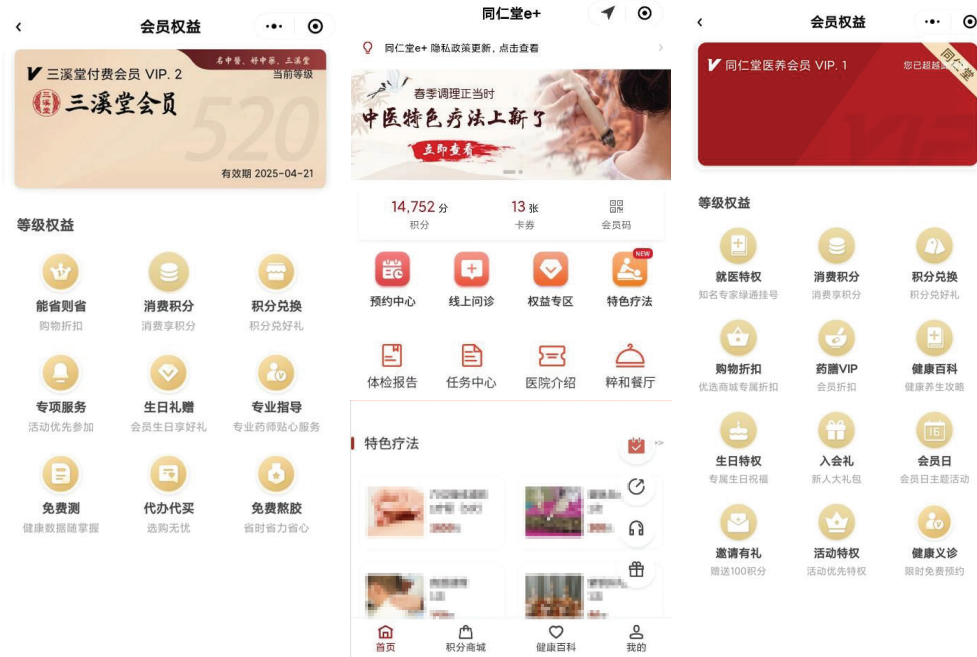
除擴大公共醫療保險計劃的客戶覆蓋範圍外，我們還涉足商業醫療保險覆蓋的優質中醫醫療服務領域，以使服務矩陣多樣化，並優化我們的盈利能力。自2024年1月以來，我們一直在發展與商業保險公司的合作。截至最後實際可行日期，我們已與15家商業保險公司訂立直接結賬合作協議。根據相關商業醫療保單，若我們提供的中醫醫療服務和產品合資格由商業保險公司支付，則客戶可以向我們支付部分費用甚至無需支付任何費用，剩餘或全部金額由我們與商業保險公司直接結算。我們通常授予商業保險公司大約1至2個月的信用期。於往績記錄期間，我們並未遭遇任何來自商業保險公司的重大壞賬，且我們認為我們的交易對手風險相對較低。

客戶服務及反饋

會員計劃

2021年3月，我們在整個中醫醫療服務網絡中建立了通享會員計劃，提供會員註冊即享優惠。通過同仁堂e+微信小程序上的簡單註冊過程，客戶可成為我們的普通會員，並享受各種各樣的會員福利，如價格折扣、生日禮物以及基本醫學檢查、藥物諮詢與健康諮詢等免費服務。普通會員亦可使用累積會員積分兌換禮品。此外，我們以「三溪堂」為品牌的藥店已啟動店內高級會員計劃，客戶可選擇成為高級會員，並享有商品優惠券，以及生日優惠券、價格折扣、積分兌換、參與線下體驗活動的綠色通道等多種會員權益。具體而言，我們為會員設立綠色預約通道，讓會員在預約中醫專家會診時可享受優先權。以下是我們為會員精選的專有線上業務通道截圖。

業 務



於往績記錄期間，我們的會員計劃持續增長，我們因此積累了豐富的客戶見解，以完善我們的服務。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，會員累計人數分別為436,371名、530,691名、740,045名及766,647名。通享會員計劃賦能我們的互聯網醫院及線下網絡內醫療機構擴大客戶外聯、激活消費意願以及協同線下線上服務渠道。優先預約及免費服務有助於提高客戶滿意度和居民口碑，提高客戶忠誠度，同時增加我們接觸潛在客戶的機會。

客戶體驗

為了保持並進一步擴大客戶群，我們一直致力於提供卓越的客戶體驗，並在地理和心理上貼近客戶。

- **連貫體驗，滿足不同的醫療需求。**我們認為，連貫客戶體驗有助於我們有效地獲取新客戶並留住現有客戶。我們通過三級醫療機構分層佈局，提供全套中醫醫療服務，滿足客戶的差異化醫療需求。不同地區、不同年齡、不同病程、不同病情和不同醫療條件的客戶，均能在我們中醫醫療服務網絡的客戶轉診機制下，便捷地得到適當治療。

業 務

- **貼近客戶，提供值得信賴的服務。**我們為客戶提供可靠、便捷及連貫的中醫醫療服務。特別是有輕微慢性疾病症狀及一般醫療需求（如定期複診或接種疫苗）的客戶，可在社區附近的基層醫療機構獲得即時醫療服務。醫療專業人員在長期的醫療過程中積累了關於個人身體狀況和病史的知識，從而以更有針對性的方式提供服務。與此同時，我們的中醫醫療服務網絡中的基層醫療機構主要集中在公共醫療保險計劃覆蓋的基層醫療領域，客戶可以通過這些計劃支付符合條件的醫療服務費用。截至最後實際可行日期，我們所有的網絡內基層醫療機構均為醫保定點醫療機構。我們擬進一步完善我們的中醫醫療服務，同時保持其可及性。
- **多種靈活選擇的便捷服務。**便利性和靈活性對於取得卓越的客戶體驗至關重要。因此，在提供中醫醫療服務及銷售產品時，我們通常會為客戶提供多種選擇。例如，我們的客戶可自行決定親自到線下醫療機構領取處方藥品，或要求將藥品或煎劑送至指定送貨地址。此外，在雲HIS的支持下，我們為客戶提供了多種線下中醫醫療服務付款方式。有關客戶付款方式的詳情，請參閱「一 支付方式」。
- **線上客戶服務，響應迅速。**為客戶提供滿意的服務是我們中醫醫療服務網絡的重中之重。我們的互聯網醫院規範了服務流程，制定了客戶服務規範，要求客服人員在整個溝通過程中保持禮貌、耐心，積極解決客戶提出的問題。及時、頻繁地與客戶互動可減少因等待時間過長而產生的不滿情緒。對於典型的常見問題，如線上預約線下服務的步驟等，我們的客戶可線上享受全天候的按需自動回覆服務。我們的客服人員會及時響應客戶對線上渠道人工客戶服務的需求。我們還建立了綜合會員計劃，為客戶提供卓越的專屬體驗。詳情請參閱「一 會員計劃」。為了不斷洞察客戶需求，提高服務質量，我們對會員進行問卷調查，了解他們的服務體驗和建議。通過整合線上線下業務，進一步發展線上服務能力，我們希望在未來為更多的客戶提供線上線下醫療場景的優質服務體驗。

業 務

我們在優化服務體驗方面所做的努力，不僅有利於提升現有客戶的滿意度和信任度，還有助於提高客戶向其家人及有中醫醫療需求的熟人推薦我們的可能性。因此，完善的中醫醫療服務與貼心的客戶體驗相結合，推動了我們客戶群的不斷擴大及客戶忠誠度的不斷提高。

客戶反饋收集與管理

我們重視客戶對我們中醫醫療服務和產品的反饋。我們將客戶滿意度視為了解服務質量和醫療專業人員職業操守的重要指標。我們已在我們的自有醫療機構內實施《滿意度管理辦法》。我們的管理醫療機構亦定期進行客戶滿意度調查。我們要求我們的自有醫療機構定期進行客戶滿意度調查，且這些醫療機構會在調查的基礎上分析客戶反饋，並通過切實可行計劃優化運營。我們還不定期安排對自有醫療機構的客戶滿意度進行隨機調查，激勵醫療專業人員全心全意為客戶服務。確定客戶對我們服務和產品的期望並收集客戶評論，使客戶感到備受重視，並傾向於與我們保持長期關係。我們通過各種方式收集門診客戶和住院客戶的客戶反饋，包括線下醫療機構的紙質調查以及客戶電話回訪。我們積極鼓勵客戶填寫有關調查，並密切關注調查結果的真實性。

醫療服務提供商有時會在日常運營中面臨客戶投訴。於往績記錄期間，我們偶爾會收到客戶投訴，而有關投訴通常與以下事項有關：(i)服務體驗，如服務或產品交付的等待時間長於預期，或客戶覺得我們的員工態度冷漠；(ii)服務質量低於客戶預期；(iii)對價格的不滿；及(iv)對我們提供的中醫醫療服務或產品的功效普遍不滿，或認為我們提供的中醫醫療服務或產品會產生副作用或併發症。

客戶投訴管理辦法

為增強客戶信任及維護我們的品牌形象，我們努力及時妥善地處理所有客戶投訴。我們已在自有醫療機構及藥店內實施《「接訴即辦」工作管理制度》，確保及時妥善處理客戶投訴。我們的管理醫療機構亦採取措施，妥善處理客戶投訴。為明確相關措施的檢查和執行責任，我們已搭建分級投訴處理系統，包括在總部和醫療機構均設有專門的辦公室負責投訴處理。通過「12345」市民服務熱線和其他渠道收到的所有與我

業 務

們產品和服務有關的投訴均由總部專門辦公室詳細記錄，然後分發到相關醫療機構的專門投訴處理辦公室。相關醫療機構在對投訴進行深入調查並撰寫投訴處理報告後，向客戶回覆解決方案。我們已制定完善的投訴處理程序，嚴格遵循接收投訴、處理投訴以及客戶電話回訪的步驟。為防止類似投訴再次發生，我們積極審查所收到的全部投訴並尋求改進。我們每月會對收到的投訴進行總結和分析，召開內部討論會，對重大投訴發表意見，並採取適當措施進行整改和優化。

客戶通常會接受免費服務及／或產品及／或退款以解決其投訴。我們可能還須支付金錢補償以解決客戶投訴。我們根據客戶退款或賠償要求的合理性以及我們解決投訴可能需要花費的資源等其他因素，逐案審查客戶所提要求的背景和依據。

若醫療相關客戶投訴的初步協商未達成共識，且客戶要求通過調解、仲裁或訴訟解決投訴，該投訴即成為醫療糾紛。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們曾面臨數起醫療糾紛。詳情請參閱「一 合規及法律程序 — 醫療糾紛」。

客戶及供應商重疊

於往績記錄期間，我們五大客戶中的若干客戶於往績記錄期間各年度／期間亦是我們的供應商，反之亦然，包括：

- 若干主要客戶，我們向其出售健康產品，其亦向我們出售藥品、醫療耗材及其他產品，我們向該等交易對手銷售及採購的SKU根據其具體需求及我們的具體需求而有所不同；
- 若干主要客戶，我們向其提供了管理服務，其向我們的自有醫療機構出售了藥品、醫療耗材及其他產品；及
- 三溪堂食品，我們向其提供了推廣服務，其也向我們出售了健康產品。

董事確認，我們向該等重疊客戶及供應商的所有銷售及採購均於日常業務過程中按正常商業條款以公平原則進行。

業 務

下表載列於所示期間我們產生自重疊客戶及供應商（彼等於往績記錄期間各年度／期間為我們的五大客戶或供應商）的收入及向其支付的採購額明細：

實體	作為客戶	作為供應商	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月											
			2022年		2023年		2024年		2025年		2025年		2025年							
			收入	佔我們總收入的百分比	採購額	佔我們總採購額的百分比	收入	佔我們總收入的百分比	採購額	佔我們總採購額的百分比	收入	佔我們總收入的百分比	採購額	佔我們總採購額的百分比						
			(人民幣千元)																	
浙江三溪堂中藥.....	健康產品採購	提供藥品	516	0.1	51,669	6.7	(2) ⁽¹⁾	-	86,875	9.3	433	-	39,609	4.2	99	-	26,581	3.8	一家成立於2013年的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣40,000萬元，位於浙江省金華市	
供應商D.....	健康產品採購	提供藥品、醫療耗材及其他產品	-	-	33,444	4.4	35	-	33,377	3.6	494	0.1	18,916	2.0	-	-	7,377	1.1	一家於2003年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣3,500.0百萬元，位於廣東省深圳市	
客戶H.....	健康產品採購	提供藥品、醫療耗材及其他產品	2,100	0.2	18,492	2.4	244	-	21,630	2.3	-	-	-	-	-	-	18,429	2.6	一家成立於1994年的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣22.0百萬元，位於浙江省金華市	
客戶A.....	健康產品採購	提供藥品、醫療耗材及其他產品	-	-	303	0.1	8,210	0.7	260	0.1	2,644	0.2	466	-	-	-	-	-	-	一家於2008年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣30.0百萬元，位於江西省宜春市

業 務

交易性質	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月												
	2022年			2023年			2024年			2025年									
	作為客戶	作為供應商	收入	佔我們總收入的百分比	採購額	佔我們總採購額的百分比	收入	佔我們總收入的百分比	採購額	佔我們總採購額的百分比	收入	佔我們總收入的百分比	採購額	佔我們總採購額的百分比					
實體															背景				
客戶B.....	健康產品採購	提供藥品、醫療耗材及其他產品	794	0.1	73	-	5,747	0.5	-	-	1,086	0.1	-	-	一家於2019年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於浙江省寧波市				
客戶P.....	健康產品採購	提供藥品、醫療耗材及其他產品	2,094	0.2	291	-	3,501	0.3	138	-	26	-	13	-	一家於2018年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，位於浙江省杭州市				
北京同仁堂宏德醫藥有限公司.....	管理服務採購	提供藥品、醫療耗材及其他產品	-	-	18,521	2.4	3,744	0.3	20,645	2.2	5,699	0.5	-	6,371	0.7	一家於1994年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣150.0百萬元，位於北京市密雲區			
供應商C/客戶J.....	管理服務採購	提供藥品、醫療耗材及其他產品	-	-	32,582	4.2	856	0.1	59,148	6.3	2,459	0.2	66,630	7.0	1,841	0.2	59,835	8.5	一家成立於2003年的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣135.0百萬元，位於北京市大興區
同仁堂集團.....	管理服務採購	提供藥品、醫療耗材及其他產品	150	-	25,216	3.3	9	-	38,769	4.1	14,553	1.2	165,321	17.4	15,133	1.8	141,254	20.1	中國北京同仁堂(集團)有限責任公司及其附屬公司，不包括本集團

業 務

交易性質	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月													
	2022年		2023年		2024年		2025年											
	佔我們 總收入的 百分比	採購額	佔我們 總收入的 百分比	採購額	佔我們 總收入的 百分比	採購額	佔我們 總收入的 百分比	採購額										
作為客戶	收入	收入	收入	收入	收入	收入	收入	收入										
作為供應商	採購額	採購額	採購額	採購額	採購額	採購額	採購額	採購額										
	佔我們 總採購額 的百分比	佔我們 總採購額 的百分比	佔我們 總採購額 的百分比	佔我們 總採購額 的百分比	佔我們 總採購額 的百分比	佔我們 總採購額 的百分比	佔我們 總採購額 的百分比	佔我們 總採購額 的百分比										
實體	背景																	
三溪堂食品.....	推廣服務	提供健康產品	514	0.1	4,340	0.4	776	0.1	13	0.2	一家成立於2016年的食品貿易公司，註冊資本為人民幣1.0百萬元，位於浙江省義烏市							
浙江正善康醫藥股份有限公司.....	健康產品	提供健康產品	514	0.1	59	-	344	0.1	3,137	0.3	4,125	0.5	-	-	一家於2018年成立的醫藥貿易公司，註冊資本為人民幣50.0百萬元，位於浙江省嘉興市			
供應商1.....	管理服務	提供藥品、醫療耗材及其他產品	-	-	6,086	0.8	40	1.0	-	-	14,649	1.5	-	28,010	4.0	一家於2004年成立的醫藥生產貿易公司，註冊資本為人民幣69.99百萬元，位於北京市大興區		
總計.....			6,168	0.7	188,317	24.5	26,783	2.3	271,980	29.1	29,445	2.5	305,916	32.1	28,668	3.3	282,703	40.3

(人民幣千元)

附註：

(1) 於2025年首九個月，為優化存貨水平及利用剩餘的批發存貨，我們向一間製藥公司出售了阿膠產品，代價(不含稅)為人民幣4.8百萬元。該交易未計入上表中。

業 務

與同仁堂集團的業務關係

於往績記錄期間，我們的部分業務表現直接或間接歸因於我們與同仁堂集團的業務關係，主要包括：

- 作為我們的直接客戶，同仁堂集團(i)向我們採購中醫醫療服務套餐作為員工福利，如醫療諮詢及體檢；(ii)向我們採購管理服務，以促進其中藥飲片的銷售及其醫療機構的運作；(iii)向我們採購健康產品及其他產品（如藥品及醫療器械）；及(iv)採購雜項服務，即向同仁堂集團提供有關其醫療專業人員的培訓服務，以及向同仁堂集團提供有關其舉辦的中醫會議的會議服務；
- 作為我們的直接供應商，同仁堂集團(i)向我們出售健康產品及其他產品（如藥品及醫療耗材）；(ii)向我們租賃若干物業作為醫療機構場所；及(iii)向我們授權同仁堂的若干註冊商標及「同仁堂」的商號；及
- 我們銷售的若干健康產品及其他產品為同仁堂品牌產品。

我們與同仁堂集團業務關係相關的定量信息

下表載列於所示期間上述我們與同仁堂集團業務關係相關的選定營運及財務數據。

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
					(未經審核)
提供中醫醫療服務套餐作為員工福利 ⁽¹⁾					
– 涉及的機構客戶數量	1	-	-	-	-
– 收入(人民幣千元)	35	-	-	-	-
– 佔總收入的百分比(%)	<0.1	-	-	-	-
– 毛利(人民幣千元)	5	-	-	-	-
– 毛利率(%)	14.3	-	-	-	-

業 務

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審核)	
提供管理服務					
<i>向同仁堂集團旗下藥品生產及／或貿易公司提供⁽²⁾</i>					
– 涉及的客戶數量	–	1	2	1	1
– 收入 (人民幣千元)	–	8	2,944	373	696
– 佔總收入的百分比(%)	–	<0.1	0.3	<0.1	<0.1
– 毛利 (人民幣千元)	–	6	2,336	276	530
– 毛利率(%)	–	72.0	79.3	74.0	76.1
<i>向同仁堂集團旗下管理醫療機構提供⁽²⁾</i>					
– 管理醫療機構數量	–	–	5	6	5
– 收入 (人民幣千元)	–	–	2,896	832	600
– 佔總收入的百分比(%)	–	–	0.2	<0.1	<0.1
– 毛利 (人民幣千元)	–	–	1,954	474	336
– 毛利率(%)	–	–	67.5	57.0	56.0
銷售健康產品及其他產品					
<i>向同仁堂集團銷售健康產品及其他產品⁽³⁾</i>					
– 涉及的客戶數量	–	2	6	7	7
– 收入 (人民幣千元)	–	45	8,338	3,643	8,071
– 佔總收入的百分比(%)	–	<0.1	0.7	0.4	0.9
– 毛利 (人民幣千元)	–	2	690	233	1,025
– 毛利率(%)	–	5.3	8.3	6.4	12.7
<i>銷售同仁堂品牌產品⁽³⁾</i>					
– 收入 (人民幣千元)	8,640	24,348	83,517	62,052	72,526
– 佔總收入的百分比(%)	0.9	2.1	7.1	7.5	8.5
– 毛利 (人民幣千元)	1,152	5,764	13,205	8,045	8,276
– 毛利率(%)	13.3	23.7	15.8	13.0	11.4

業 務

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審核)	
其他⁽⁴⁾					
– 涉及的客戶數量.....	3	5	26	8	7
– 收入(人民幣千元).....	316	1,328	2,933	2,076	6,203
– 佔總收入的百分比(%).....	<0.1	0.1	0.2	0.2	0.7
– 毛利(人民幣千元).....	51	247	1,094	444	1,892
– 毛利率(%).....	16.1	18.6	37.3	21.4	30.5
向同仁堂集團採購健康產品及其他產品⁽⁵⁾					
– 涉及的供應商數量.....	18	16	17	17	12
– 採購額(人民幣千元).....	25,294	38,616	146,420	110,145	129,673
– 佔總採購額的百分比(%).....	3.3	4.1	15.4	15.9	18.5
向同仁堂集團租賃物業⁽⁶⁾					
– 涉及的供應商數量.....	2	2	3	3	2
– 採購額(人民幣千元).....	2,901	2,902	18,235	6,618	12,512
自同仁堂集團取得知識產權內部授權					
– 涉及的供應商數量.....	1	1	1	1	1
– 採購額(人民幣千元).....	766	406	446	355	516
– 佔總採購額的百分比(%).....	<0.1	<0.1	<0.1	<0.1	<0.1

附註：

- (1) 指我們為同仁堂集團的一家醫藥貿易公司提供的中醫醫療服務套餐，作為其員工福利。
- (2) 我們於2023年底開始向同仁堂集團旗下一家藥品生產及貿易公司提供綜合服務，於2024年，由此產生的收入有所增加。於2023年6月，我們將七家非營利性醫療機構的舉辦人權益劃轉予同仁堂康養，並於2024年1月開始向其中六家醫療機構提供管理服務。此外，於2022年及2023年，我們亦通過向粹和藥店（於2024年3月被我們收購前為同仁堂養老基金的附屬公司）提供管理服務產生收入。除管理醫療機構外，2022年我們亦通過向粹和診所（於2022年5月前為同仁堂養老基金的間接附屬公司）提供管理服務產生收入。於相關管理服務協議屆滿後，我們於2022年6月終止向該醫療機構提供管理服務。

業 務

- (3) 於2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們向同仁堂集團銷售健康產品及其他產品產生收入有所增加，此乃由於我們在向同仁堂集團的六家非營利性醫療機構提供管理服務後，開始向其銷售健康產品及其他產品。我們向同仁堂集團銷售健康產品及其他產品的毛利率由2023年的5.3%增加至2024年的8.3%，主要基於相同原因。我們向同仁堂集團銷售健康產品及其他產品的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的6.4%增加至截至2025年9月30日止九個月的12.7%，主要得益於北京通達業務規模的擴大，其議價能力隨之增強，從而使採購成本下降。於往績記錄期間，我們向同仁堂集團銷售健康產品及其他產品的毛利率低於我們銷售健康產品及其他產品的整體毛利率。這是因為我們向同仁堂集團銷售的產品主要包括北京通達向同仁堂集團旗下非營利性醫療機構銷售的中成藥及西藥，而我們對其他客戶的銷售亦包括保健食品和營養品以及貴細藥材，該等產品的毛利率相對較高。

我們自銷售同仁堂品牌產品產生的收入由2022年的人民幣8.6百萬元增至2023年的人民幣24.3百萬元，主要由於我們於2022年6月收購三溪堂國藥館。我們自銷售同仁堂品牌產品產生的收入由2023年的人民幣24.3百萬元增加至2024年的人民幣83.5百萬元，主要由於三溪堂國藥館銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品。我們銷售同仁堂品牌產品的毛利率由2022年的13.3%增加至2023年的23.7%，主要由於三溪堂國藥館銷售若干高毛利率的同仁堂品牌產品。

- (4) 主要指(i)向同仁堂集團提供的有關其醫療專業人員的培訓服務；(ii)向同仁堂集團提供的有關其舉辦的中醫會議的會議服務；及(iii)向同仁堂集團提供的有關其線下藥店的互聯網醫療服務。於2023年，我們向同仁堂集團提供的其他服務產生的收入有所增加，主要由於我們向同仁堂集團提供會議服務。於2024年，我們向同仁堂集團提供的其他服務產生的收入進一步增加，主要由於我們向同仁堂集團提供互聯網醫療服務。
- (5) 我們向同仁堂集團採購健康產品及其他產品的採購金額由2022年的人民幣25.3百萬元增加至2023年的人民幣38.6百萬元，主要由於我們於2022年6月收購三溪堂國藥館。我們向同仁堂集團採購健康產品及其他產品的採購金額由2023年的人民幣38.6百萬元增加至2024年的人民幣146.4百萬元，並亦由截至2024年9月30日止九個月的人民幣110.1百萬元進一步增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣129.7百萬元，主要是由於三溪堂國藥館採購同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品。於往績記錄期間，我們向同仁堂集團採購健康產品及其他產品的定價大致符合(i)我們從獨立第三方供應商採購相同類別產品的定價；及(ii)同仁堂集團向其獨立第三方客戶銷售相同類別產品的定價。
- (6) 我們向同仁堂集團租賃物業的購買金額由2023年的人民幣2.9百萬元增加至2024年的人民幣18.2百萬元，主要是由於根據日期為2024年1月29日且於2024年3月27日生效的北京同仁堂租賃框架協議進行物業租賃。

我們與同仁堂集團業務關係的可持續性

基於以下因素，我們的董事認為，我們與同仁堂集團的業務關係是互惠互利且可持續的，並且在可預見的將來不太可能發生重大不利變化或終止：

- **中醫醫療服務。**我們已與同仁堂集團合作，共同擁有醫療機構，以提供中醫醫療服務。例如，我們與同仁堂集團分別持有太原醫療管理及北京同仁堂第二中醫醫院51%及49%的股權。有關我們及同仁堂集團各自於太原醫

業 務

療管理及北京同仁堂第二中醫醫院的日常營運及管理中所扮演的角色，請參閱「一 我們的網絡內醫療機構 — 我們網絡內醫療機構的概覽」。

- **管理服務**。我們擁有紮實的醫療機構管理能力及深厚經驗，並相信有關能力及經驗可為醫療機構賦能，從而提升其服務能力及經營業績。有鑒於此，於2024年1月，同仁堂集團聘請我們為其位於北京的七家非營利性醫療機構中的六家提供管理服務。我們認為，同仁堂集團視我們為一家有價值的管理服務提供者乃基於(i)我們在經營自有醫療機構方面積累的經驗，以及我們在同仁堂集團業務重組後的定位，即以分級網絡整合醫療資源，提供以中醫為戰略重點的綜合醫療服務；(ii)我們多年來累積的紮實的供應鏈管理能力；(iii)我們專業的管理團隊、綜合管理服務範圍以及打造囊括基層醫療、公共醫療、中醫、醫養結合的標準化、精細化運營管理體系的決心；(iv)我們熟悉該等六家非營利性醫療機構，因其曾經由我們擁有及經營；及(v)我們在北京已擁有自有醫院，預計我們管理的六家非營利性醫療機構將與該等醫院形成分級中醫醫療服務網絡，並實現該網絡內優質醫療資源的共享。

該等六家非營利性醫療機構於2023年6月劃轉予同仁堂集團，並於截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月分別為同仁堂集團貢獻收入人民幣120.0百萬元、人民幣241.9百萬元、人民幣162.6百萬元及人民幣171.4百萬元。我們於2024年1月開始為該等六家非營利性醫療機構提供管理服務。於2024年12月31日，為更好地運營業務及配置資源，同仁堂集團註銷七星醫院（該等非營利性醫療機構之一）。七星醫院先前使用的物業及設施已成為酒仙橋社區衛生服務中心的新址。截至最後實際可行日期，同仁堂集團將其六家非營利性醫療機構的管理工作外包，其中五家由我們管理，而餘下一家（即呼家樓第二社區衛生服務中心）由北京局方管理。截至2024年12月31日止年度及截至2025年9月30日止九個月，同仁堂集團就我們向其非營利性醫療機構提供的醫療機構管理服務分別向我們支付管理費約人民幣2.9百萬元及人民幣0.6百萬元，分別佔同期其管理服務成本總額的19.1%及5.5%；

業 務

- **銷售健康產品及其他產品**。三溪堂國藥館於浙江省擁有紮實的營銷能力，有鑒於此，同仁堂集團授予我們向浙江省的零售商（不包括位於浙江省的同仁堂集團旗下藥房和坐堂中醫機構）獨家銷售同仁堂品牌安宮牛黃丸系列產品（因材施教）的權利，旨在促進安宮牛黃丸系列產品的銷售，並提高「同仁堂」品牌在當地市場的影響力。我們認為，同仁堂集團視我們為浙江省一家有價值的批發商乃基於(i)我們與多家知名國內藥品生產及／或貿易公司合作的良好業績；(ii)我們在浙江省擁有「三溪堂」品牌下的線下醫療機構和藥店，使我們能夠累積廣泛的客戶群並在當地市場享有良好的品牌影響力；(iii)我們與當地市場領先的藥品貿易公司及零售商的戰略合作關係；及(iv)信譽良好的三溪堂國藥館擁有藥品經營許可證，可進行批發；
- **風險緩解措施**。除上述我們為同仁堂集團帶來的利益外，我們亦採取措施與同仁堂集團保持穩定和可持續的業務關係，主要包括(i)就涉及同仁堂集團旗下非營利性醫療機構的每份合作協議，我們與原簽約方訂立一份補充協議，據此，於現有合作協議到期後，我們獲授在同等條件下向相關醫療機構提供管理服務的優先權；及(ii)除非我們未能遵守中國的法律法規而導致重大安全事故、醫療事故問題或嚴重影響相關非營利性醫療機構運營的其他情況，或法律變更導致合作協議無法履行，否則同仁堂集團不得在未經我們同意的情況下終止合作協議。

定價

根據適用的中國法律法規，我們的營利性線下網絡內醫療機構及藥店一般有權自行決定其中醫醫療服務及產品的價格。作為一家營利性線上醫療機構，我們的互聯網醫院亦有權自行決定中醫醫療服務的價格。我們根據若干因素為中醫醫療服務及產品定價，包括治療的複雜程度、營運成本、當地市況及競爭對手的定價。我們管理的非營利性醫療機構須遵守國家及相關地方政府部門規定的價格上限。

業 務

我們的管理醫療機構均須遵守適用於全民所有制醫療機構的藥品零加成政策。在該政策下，須將必需的中成藥及西藥以成本價出售予客戶，因此全民所有制¹醫療機構不會就出售該等藥品獲利。作為非公立醫療機構，我們的自有醫療機構不受該等規定規限。我們全民所有制網絡內醫療機構出售的中藥飲片均受加價上限所規限。關於我們向機構客戶批發的健康產品，我們的銷售價格在協議期內是固定的。我們出售給機構客戶的健康產品中的很大一部分隨後會出售予其個人客戶，而非醫療機構。

我們具有醫保定點醫療機構資格的網絡內醫療機構必須就合資格通過公共醫療保險計劃支付的服務及產品，按照相關政府部門規定的定價指南、價格上限及／或成本加成上限收取醫療費用。我們定期檢查自有醫療機構的價目表，確保其符合當地的醫療保險政策。截至最後實際可行日期，我們所有已開業的線下自有醫療機構均為醫保定點醫療機構。截至同日，我們的所有管理醫療機構均為醫保定點醫療機構，惟北京同仁堂第一中西醫結合醫院的一家分支機構除外，其於2025年11月開始營運，正在申請有關資格。

有關我們管理服務定價政策的詳情，請參閱「— 我們的管理服務 — 向醫療機構提供的管理服務 — 管理費與付款安排」。

營銷及推廣

截至最後實際可行日期，除以「三溪堂」品牌運營的三溪堂保健院外，我們所有自有醫院均以「同仁堂」品牌運營。同時，截至同日，我們以「三溪堂」品牌運營一家門診部和兩家診所，以「承志堂」品牌運營一家門診部，以「中和堂」品牌運營一家門診部。我們強大的品牌影響力及在客戶中享有的良好聲譽使我們有別於競爭對手，並有助於我們通過口碑宣傳獲得新客戶，因為我們的現有客戶不時向其家人及熟人推薦我們值得信賴的中醫醫療服務。

1. 代表一種公有制形式，由國家代表全體人民對有關機構行使所有權。

業 務

線下營銷及推廣

我們的網絡內醫療機構及藥店位於或鄰近當地社區，是我們主要的線下營銷渠道，便於我們接觸潛在客戶。除散客外，我們還開展多方位的客戶拓展活動。我們積極在社區和企業開展義診等公益活動，增強潛在客戶對我們品牌的認知和認可。同時，為了不斷提高我們在資深醫師和其他醫療專業人士中的曝光率，我們組織並參加了中醫醫療服務行業的各種專家會議、學術會議及研討會。

通過網絡內醫療機構的分級部署，在必要時，可將管理醫療機構的客戶引導至自有醫療機構，以在完善的客戶轉診機制下接受有針對性的多學科中醫醫療服務。

線上營銷及推廣

我們利用社交媒體平台及我們的在線終端，向公眾推廣我們的品牌、醫療專業人員以及中醫醫療服務及產品。特別是，我們通過線上終端（例如我們的微信公眾號、微信小程序以及在客戶流量大的熱門社交媒體平台上的註冊賬號），以視頻、文字、圖片等形式向潛在客戶普及養生和特定疾病的基本知識及中醫藥文化。我們亦利用我們的品牌建設能力，根據個別醫師的專長及意向，提高我們中醫醫療服務網絡中個別執業醫師的知名度。

為了吸引客戶，同時提高客戶忠誠度，我們已在我們的中醫醫療服務網絡中制定綜合會員計劃。為了有效地批量接觸客戶，我們的會員中心為企業客戶就其僱員福利提供量身定制的中醫醫療服務套餐，如醫療保健講座、體檢及中醫藥文化特色活動等。詳情請參閱「—我們的客戶—客戶服務及反饋—會員計劃」。此外，我們正通過探索高端中醫醫療服務尋求向上銷售的機會，從而提高我們在對增值中醫醫療服務有需求的客戶中的曝光率。

信息技術系統

總部信息中心主要負責規劃、實施及推進整個中醫醫療服務網絡的信息化。我們網絡內醫療機構的信息中心或信息技術人員通常負責於該等醫療機構部署的信息技術系統的日常維護。

業 務

我們正在將業務營運數字化，並將我們的經營業績可視化。我們已採用由我們信息技術基礎設施支持的信息技術系統矩陣。

- **信息技術基礎設施**。憑藉可擴展及標準化的管理能力，我們將信息技術系統集中在以公共雲及私有雲為基礎的統一信息技術基礎設施上。於2020年，我們按照第三級信息系統安全等級保護標準成立我們的營運數據中心，作為私有雲。
- **辦公自動化系統**。該系統涵蓋多個功能模塊，可滿足日常辦公需求，如聯絡資料、新聞及通知管理、流程管理、文件管理及會議管理。
- **營運管理平台**。為實現財務集中管理及監控財務風險，我們已部署一體化營運及管理平台，將財務系統、資金系統及採購協同管理平台連接起來。具體而言，財務系統將我們的財務信息（如會計記錄、應收賬款及應付賬款、固定資產、存貨、預算、報銷及綜合報表）數字化。資金系統實現與銀行的直接連接、對賬管理、資金規劃和匯總、支付管理等。資金系統與財務系統集成提高了資金的安全性，同時亦提高資金使用效率。為了在中醫醫療服務網絡內集中採購中藥飲片，我們已推出具備供應商管理、對賬及其他採購相關功能的採購協同管理平台。
- **核心業務平台**。在先進技術的支持下，我們已部署信息技術系統，以實現業務營運的數字化，包括雲HIS、BIS、LIS、EMRS、PACS及CDSS。
 - **HIS**。HIS作為我們的關鍵操作系統，其功能全面，覆蓋我們門診及住院醫療服務全流程，包括但不限於門診預約收費、住院管理、藥物從採購、驗收、使用、庫存管理到每月審查的流程、醫用設備和器械管理、客戶資料和病歷的維護等。HIS透過連接我們自研的互聯網醫院系統，整合線下和線上醫療機構的運營數據，促進線下線上整合。

業 務

- **BIS**。有關BIS的主要功能，請參閱「一 連鎖經營模式下的現代化標準化運營」。
- **LIS**。我們的LIS覆蓋實驗室部門業務全流程，提高了實驗室檢測效率及現代化程度。我們的LIS的主要功能包括常規檢測、微生物檢測、樣本流通管理及外部檢測報告審閱。我們將互聯網醫院系統與我們的LIS相結合，實現線下實驗室檢測結果的同步，使客戶能夠方便、及時地在線查閱相關結果。
- **EMRS**。EMRS使我們的醫療資訊管理現代化及標準化。EMRS的功能主要涵蓋門診及住院服務的電子病歷、病歷管理及病歷範本管理。
- **PACS**。作為我們體檢及影像管理的核心系統，我們的PACS可實現在線放射學信息管理以及圖片歸檔及管理。其有利於我們放射科的信息同步，記錄及上傳磁共振成像、CT及超聲波等的檢查結果。
- **CDSS**。我們的CDSS通過利用知識數據庫和藥學手冊等全面資源支持醫師的臨床決策。決策支持流程已整合至整個診斷及治療流程，提供補充信息、提醒及警示，及時協助醫師。

該等系統的線上部署有助於我們精簡業務營運並提高標準化程度，從而提高客戶滿意度並形成優化及可複製的營運模式。

- **營運數據中心**。我們的營運數據中心使我們能夠快速地了解我們的經營業績，並做出基於數據的精確決策。請參閱「一 連鎖經營模式下的現代化標準化運營」。

我們計劃繼續升級我們的信息技術系統，從而實現標準化運營、現代化管理和智慧醫療。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

業 務

網絡安全與數據隱私及保護

有關網絡安全與數據隱私及保護的監管發展

近年來，與網絡安全與數據隱私及保護有關的監管有所發展。於2021年6月10日，全國人民代表大會常務委員會通過《中華人民共和國數據安全法》並於2021年9月1日施行。於2021年8月20日，全國人民代表大會常務委員會通過《中華人民共和國個人信息保護法》（「個人信息保護法」）並於2021年11月1日施行。於2021年12月28日，中華人民共和國國家互聯網信息辦公室（「國家網信辦」）與若干其他中國政府部門聯合發佈經修訂的《網絡安全審查辦法》，該辦法於2022年2月15日生效。於2022年8月8日，國家衛健委、國家中醫藥管理局及國家疾病預防控制中心聯合頒佈《醫療衛生機構網絡安全管理辦法》，即時生效，該辦法要求對網絡安全及數據安全進行全方位管理，包括但不限於加強制度建設、實施網絡日常維護及監測、進行年度自查整改、數據資產分類分級等。有關該等法律法規的更多詳情，請參閱「監管概覽－關於互聯網安全的法規」。上述與網絡安全與數據隱私及保護相關的監管發展可能會對中國的醫療服務行業，尤其是擁有線上業務的醫療服務提供商產生影響。

我們就保護數據隱私及安全設計並實施了全面的內部政策，以確保數據及信息安全，並確保遵守所有適用中國法律法規。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何重大個人信息洩露，亦無受到任何與個人信息保護、數據安全及網絡安全法律法規相關的重大監管處罰、訴訟或其他法律訴訟。有鑒於此，我們有關數據合規的中國法律顧問認為，截至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面都遵守所有適用的中國數據保護及隱私法律及法規。然而，由於數據安全、網絡安全及隱私保護方面的法律法規仍在不斷發展，我們無法向閣下保證我們總能及時適應該等法律法規的所有方面。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們受制於不斷發展的有關隱私、網絡安全和數據保護的法律、法規和政策。實際或被指控未能遵守有關法律、法規及政策可能會對我們的業務及聲譽造成不利影響」。

業 務

我們於營運期間對數據的訪問

在提供中醫醫療服務及銷售健康產品及其他產品的過程中，經客戶事先同意，我們的網絡內醫療機構根據適用的中國法律法規，在必要時收集及存儲客戶的個人及醫療信息。我們要求在中國營運期間收到的信息和數據應在中國境內儲存和保存。

我們有關數據隱私及保護的內部政策及措施

作為中國的中醫醫療服務提供商，我們高度重視數據隱私及客戶醫療信息的保護。我們的網絡內醫療機構已採取措施，對客戶個人及醫療信息的收集、存儲、訪問、檢索及使用進行監控，從而確保符合監管要求。具體而言，我們利用加密技術（如安全套接字層）對傳輸的個人及醫療信息進行保密，使其不會在未經適當授權的情況下被查看或批量導出。我們亦採取加密措施確保數據庫安全，在保護客戶隱私的同時保持數據的實用性。為了確保客戶登錄我們互聯網醫院的安全性，並提供更安全的瀏覽體驗，我們亦採用了專門的網絡協議及代理技術，以識別高風險網站，降低與網絡釣魚及賬戶洩漏相關的風險。此外，我們亦設置了防火牆，以防止網絡攻擊造成的信息丟失或洩漏。我們的互聯網醫院平台系統已獲得第三級網絡安全等級保護，並通過第三方信息安全技術服務供應商的評估。我們的線下網絡內醫療機構亦採取了多方面的個人隱私保護措施，如嚴格管理病歷的查閱及複製、對病歷進行分類及指定專人對病歷管理進行監督。

由於我們努力加強信息化能力及尊重數據安全，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何因系統故障導致的重大服務中斷，亦未發生任何重大數據洩露或數據丟失。

由於有關數據隱私及保護的法律法規近年來不斷發展，我們一直密切關注數據隱私及保護的最新監管發展。於2024年4月17日，有關數據合規的中國法律顧問以我們的名義通過電話與中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心（「**CCRC**」）進行諮詢，該中心獲國家網信辦授權受理網絡安全審查申請，因此為有關諮詢的主管機構。在諮詢過程中，CCRC的工作人員確認，由於香港是中國的特別行政區，我們目前的

業 務

[編纂]申請毋須接受「國外[編纂]」的網絡安全審查。基於上文所述，我們有關數據合規的中國法律顧問認為，截至最後實際可行日期，我們毋須根據《網絡安全審查辦法》就我們的擬議[編纂]提交網絡安全審查。

獎項與表彰

下表載列我們近期獲得的主要獎項及表彰。

年份	獲得獎項／表彰的實體	獎項／表彰	獎項頒發機構
2023年	北京同仁堂中醫醫院	臨床教師急救技能大賽團體優勝獎	北京中醫藥大學模擬醫院
2021年	北京同仁堂中醫醫院	老年友善醫療機構	北京市衛生健康委員會
2019年	北京同仁堂中醫醫院	中醫病案質量單項優秀獎 (中醫藥應用)	北京中醫病案管理中心

知識產權

截至最後實際可行日期，我們擁有(i) 7個註冊域名；(ii) 1個註冊版權；(iii) 2個註冊專利；及(iv) 28個註冊商標及14個授權我們使用的商標，該等項目均對我們的業務屬重大。有關我們重大知識產權的更多詳情，請參閱「附錄六－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.本集團的知識產權」。

根據與同仁堂於2024年4月25日簽訂的同仁堂商標使用許可框架協議，我們目前使用「同仁堂」商標進行業務運營，該協議於2026年4月24日到期，經雙方同意，可續期三年，惟須符合上市規則及其他適用法律法規之規定。有關該等許可的詳情，請參閱「關連交易－全面豁免持續關連交易－1.同仁堂商標使用許可框架協議」。為保護我們擁有或獲得許可的知識產權，我們依賴中國的知識產權保護法律、保密程序、合同條款及內部控制程序相結合的方式。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因侵犯任何知識產權或銷售假冒健康產品或其他對我們業務造成重大不利影響的產品而被起訴，亦無就此進行仲裁，亦無收到任何第三方聲稱侵犯任何知識產權或銷售假冒健康產品或其他對我們業務造成重大不利影響的產品的通知。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾因侵犯第三方知識產權或銷售假冒健康產品或其他產品而受到任何政府機關的調查或審計，且未因此遭受任何對我們業務造成重大不利影響的不利認定。

僱員

截至最後實際可行日期，我們共有945名僱員，其中50名為總部僱員，895名為我們的醫療機構及藥店僱員。截至同日，我們的所有僱員均位於中國。下表載列截至同日按職能劃分的僱員明細。

職能	僱員人數	佔僱員總數百分比
總部	50	5.3%
管理	6	0.6%
財務	5	0.5%
法務	2	0.2%
運營、行政及其他	37	4.0%
醫療機構及藥店	895	94.7%
醫師及其他醫療專業人員	454	48.0%
運營、行政及其他	441	46.7%
總計	945	100.0%

我們的僱員齊心協力實施我們的業務戰略與營運計劃。為了吸引優秀人員，尤其是資深醫療專業人員，我們採用多種招聘方式，如校園招聘、面向社會招聘有工作經驗的人員、通過獵頭公司或代理招聘等，以滿足我們對不同類型僱員的需求。我們招聘管理培訓生，在提高我們管理能力的同時培養年輕人才。在嚴格的招聘措施下，我們的招聘程序包含多個步驟，包括但不限於報告招聘需求、發佈招聘公告、篩選簡歷、安排考試、甄選及評估候選人、審批及發佈公告。我們的僱員通常與我們簽訂標準勞動合同。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在為我們的業務招聘僱員方面並無遇到任何困難。

業 務

我們非常重視僱員的工作及貢獻，並提供主要包括基本工資及基於績效的花紅在內的薪酬待遇。我們定期審查僱員的工作表現，並據此釐定及發放月度及年度花紅。我們高度重視我們僱員的管理、培訓及留用。尤其是，我們邀請內部及外部專家為僱員提供實用的培訓課程，包括常規培訓及針對特定主題的特別培訓。

中國法律法規要求我們參加各種僱員福利計劃，包括養老保險、失業保險、醫療保險、生育保險、工傷保險及住房公積金，並按僱員工資(包括花紅及津貼)的一定比例繳納社會保險費及住房公積金，但不得超過當地政府規定的最高金額。

在適用的中國法律法規要求的範圍內，我們的網絡內醫療機構負責為其及代其聘用的醫療專業人員繳納社會保險及住房公積金。

除我們於2024年8月出售的石家莊同仁堂中醫醫院外，於往績記錄期間，我們未能為少數僱員繳納社會保險費及住房公積金，或未能按照相關法律法規的要求為少數僱員足額繳納社會保險費和住房公積金，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，欠繳金額分別為人民幣2.4百萬元、人民幣4.2百萬元、人民幣3.2百萬元及人民幣2.3百萬元。該事件主要由於僱員因彼等的經濟負擔而不願意繳納社會保險及住房公積金供款。

我們一經發現有關社會保險及住房公積金供款的事件，立即採取補救及／或整改措施。例如，我們的管理層不時召開會議以監察相關風險及討論防止此類事件再次發生的措施。我們亦努力制定系統的內部措施，以便日後根據適用的法律法規繳納社會保險和住房公積金。

截至最後實際可行日期，由於我們努力於附屬公司實施整改措施，(i)我們已為所有員工繳納社會保險和住房公積金，因個人原因拒絕繳納的兩名員工除外；及(ii)我們已根據所有適用的中國法律及法規為我們其中一家附屬公司的員工足額繳納社會保險及住房公積金(唯一例外是一名因個人原因拒絕繳納的員工)。截至最後實際可行日期，我們仍在努力與其餘員工溝通，促使其配合足額繳納社會保險及住房公積金，原

業 務

因在於，我們足額繳納有關供款的同時，亦須彼等足額繳納相應的供款，方可作實。我們預計將於[編纂]後一年內，根據中國一切適用法律法規，為全體員工足額繳納社會保險及住房公積金。

據中國法律顧問所告知，根據中國相關法律法規：(i)就社會保險而言，相關政府機構可責令我們限期繳納欠繳數額，並就欠繳數額按日加收0.05%的滯納金，逾期仍不繳納的，由相關政府機構處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款；及(ii)就住房公積金而言，相關政府機構可責令我們限期繳存欠繳數額，逾期仍不繳存的，可以申請具管轄權的法院強制執行欠繳數額。因此，除我們於2024年8月出售的石家莊同仁堂中醫醫院外，我們因不遵守有關社會保險及住房公積金的中國法律法規而可能被處以的最高罰款估計約為人民幣34.2百萬元，我們認為該罰款對本集團整體而言並不重大。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因不遵守中國有關社會保險及住房公積金的法律法規而被處以任何行政處罰。我們的中國法律顧問認為，如果我們的僱員不對我們提出索賠或投訴及現行法律、法規、政策或相關政府部門的實施或監督規定無重大變動，根據適用的監管政策，我們被集中追繳歷史未繳納的社會保險和住房公積金供款以及因未能為員工足額繳納該等供款而受到任何重大處罰的可能性較低。倘我們接獲來自政府主管部門的通知，要求我們支付未繳納供款，我們將立即採取必要措施，而有關支付不會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

我們無法向閣下保證，有關政府部門不會根據日後頒佈的法律、法規或地方政策對我們提出新的要求，例如責令我們補繳社會保險及住房公積金供款、對我們徵收滯納金或罰款或責令我們採取其他措施，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－未按照《勞動合同法》或中國適用法律法規為我們的僱員及代彼等繳納社保費及住房公積金，可能會使我們面臨罰款，並對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響」。有關用人單位繳納社會保險費義務的近期監管發展詳情，請參閱「監管概覽－關於勞動的法規」。

業 務

我們認為，我們與僱員保持著良好的關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發生任何罷工或與僱員發生任何勞資糾紛，而對或可能對我們的業務造成重大影響。

於往績記錄期間，我們聘用第三方就業代理機構指定派遣員工。截至最後實際可行日期，我們有37名派遣員工，其中大多數在本公司擔任非關鍵職位，如後勤人員。該等派遣員工並非我們的員工。我們與第三方就業代理訂立勞務派遣協議，據此，該等代理根據雙方協定的條款派遣合適的員工以滿足我們的工作要求。該等代理負責安排支付被派遣員工的工資、社會保險費及住房公積金。誠如我們的中國法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，有關安排在各重大方面均符合適用的中國法律法規。

季節性

我們的業務營運受季節性的影響。與中國的中醫醫療服務行業一致，我們的網絡內醫療機構通常於每個曆年第一季度就診人次較少，主要是由於農曆新年假期前及期間公眾對中醫醫療服務的需求推遲。由於上述原因，於往績記錄期間，我們的收入於每個財政年度第一季度略有下降。我們預計我們的業務營運及財務業績將繼續受季節性因素影響而波動。詳情請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的業務受季節性影響。我們預計，我們的收入、經營業績及財務狀況將繼續經歷季節性波動」。

競爭

我們運營所在行業競爭激烈且分散。我們的網絡內醫療機構所在的地理區域內，有多家提供中醫藥服務的醫院、門診部、診所及社區醫療機構以及綜合醫院的中醫科室。以下關鍵因素通常影響我們在行業內的競爭力：中醫醫療服務及健康產品的質量、服務體驗、醫療資源（尤其是經驗豐富的醫療專業人員）、品牌影響力、客戶的可及性以及價格。

憑藉我們豐富的醫療資源、分級網絡部署、良好的品牌知名度及持續的努力，我們利用行業增長的順風。有關我們經營所在行業及市場的詳細論述，請參閱「行業概覽」。

業 務

牌照、許可證及證書

我們在中國受到嚴格監管的行業內營運。我們及我們的網絡內醫療機構及藥店須就其各自的營運獲得各種牌照、許可證及證書。有關相關要求的詳情，請參閱「監管概覽－關於醫療機構管理的法規」。

下表載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們及我們的自有醫療機構及藥店的主要牌照、許可證及證書，我們認為該等牌照、許可證及證書對我們而言屬重大。

持有人	牌照／許可／證書	簽發機構	簽發日期	到期日
北京同仁堂中醫醫院 ..	醫療機構執業許可證	北京市東城區衛生健康委員會	2023年11月13日	2034年12月31日
三溪堂保健院.....	醫療機構執業許可證	義烏市衛生健康局	2023年11月17日	2028年11月16日
北京同仁堂第二中醫 醫院.....	醫療機構執業許可證	北京市豐台區衛生健康委員會	2024年7月29日	2029年3月31日
鞍山同仁堂中醫醫院 ..	醫療機構執業許可證	鞍山市鐵東區衛生健康局	2025年7月2日	2030年9月30日
太原同仁堂中醫醫院 ..	醫療機構執業許可證	太原市小店區行政審批服務管 理局	2023年10月19日	2028年10月18日

業 務

持有人	牌照／許可／證書	簽發機構	簽發日期	到期日
齊齊哈爾同仁堂 中醫醫院.....	醫療機構執業許可證	齊齊哈爾市建華區衛生健康局	2025年3月3日	2030年3月2日
廿三里診所.....	診所備案憑證	義烏市衛生健康局	2023年6月19日	不適用 ⁽¹⁾
金華門診.....	醫療機構執業許可證	金華市衛生健康委員會	2025年6月25日	2030年6月24日
華溪診所.....	診所備案憑證	義烏市衛生健康局	2024年3月6日	不適用 ⁽¹⁾
上海承志堂.....	醫療機構執業許可證	上海市徐匯區衛生健康委員會	2024年7月18日	2027年5月1日
上海中和堂.....	醫療機構執業許可證	上海市楊浦區衛生健康委員會	2021年9月8日	2026年9月13日
同仁堂互聯網醫院 ⁽²⁾ ...	醫療機構執業許可證 增值電信業務經營許可證(在 線數據處理與交易處理服務 及互聯網信息服務)	北京市東城區衛生健康委員會 北京市通信管理局	2022年1月25日 2022年11月17日	2027年1月24日 2027年11月17日

業 務

持有人	牌照／許可／證書	簽發機構	簽發日期	到期日
	互聯網藥品信息服務資格證書	北京市藥品監督管理局	2022年9月29日	2027年9月28日
三溪堂國藥館.....	藥品經營許可證(零售)	金華市市場監督管理局	2025年10月21日	2026年8月22日
	藥品經營許可證(批發)	浙江省藥品監督管理局	2025年10月9日	2030年10月8日
北京通達.....	藥品經營許可證	北京市藥品監督管理局	2023年12月7日	2028年12月6日

附註：

- (1) 「不適用」表示相關備案通知長期有效。
- (2) 我們的同仁堂互聯網醫院須遵守有關外商投資增值電信業務的監管要求。根據外商投資電信規則，外國投資者在外商投資增值電信企業中的最終出資比例不得超過50%。由於[編纂]後未上市股份的比例將維持在50%以上，因此預計[編纂]不會受到該等規則的影響。請參閱「股本」及「監管概覽－關於外商投資的法規－外商投資增值電信業務」。

此外，我們的網絡內醫療機構如運作含有放射性物質的醫療器械或在運作時發出輻射，均已取得輻射安全許可證及放射診療許可證。此外，由於我們擁有增值電信業務，我們已取得增值電信業務經營許可證（包括ICP許可證及EDI許可證）。詳情請參閱「監管概覽－關於增值電信服務的法規」。

業 務

據我們的中國法律顧問告知，我們及我們的網絡內醫療機構已獲得當前營運所需的所有重大牌照、許可、批准及證書，且於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，該等牌照、許可、批准及證書仍然有效。

我們監控相關牌照、許可、批准及證書的有效期，並在其到期日之前及時申請續新。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在取得或更新業務營運所需的牌照、許可、批准及證書方面並無遇到任何重大困難。然而，我們無法向閣下保證我們將來能夠及時更新該等牌照、許可、批准及證書。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－如果我們或我們的網絡內醫療機構及藥店未能及時重續任何現有牌照、許可證或證書，或未能為新開展或已收購的業務取得任何牌照、許可證或證書，我們可能無法維持或拓展我們的業務」。

保險

截至最後實際可行日期，我們投保了醫療責任保險及財產保險。據我們的中國法律顧問告知，我們毋須亦通常不會投保僱主責任險、產品責任險、營業中斷險或關鍵人員險。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無提出任何重大保險索償，亦無在續保方面遇到任何重大困難。

董事認為，我們的保險覆蓋範圍足夠並符合行業慣例。然而，與我們的業務及營運有關的風險可能無法完全由保險覆蓋。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的保險範圍或不足以覆蓋所有重大風險敞口」。

物業

我們在中國佔用若干與業務營運有關的物業。該等物業用於上市規則第5.01(2)條界定的非物業活動。

自有物業

截至2025年10月31日，我們在同仁堂保定（我們一家尚未開始營運且截至最後實際可行日期正在處置的附屬公司）物業中的物業權益的賬面價值超過截至同日我們總資產的15%。因此，根據上市規則第5.01條的規定，我們必須在本文件中納入我們在該物業中的物業權益的估值報告。我們委任獨立物業估值師仲量聯行企業評估及諮詢有限公司評估該物業截至2025年10月31日的市值。估值師函件全文以及仲量聯行企業評

業 務

估及諮詢有限公司就其估值編製的估值證書載於本文件「附錄三一物業估值報告」內。根據上市規則第5章及《公司條例（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》（香港法例第32L章）第6(2)條，我們的其他物業權益獲豁免遵守《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3第34(2)段的規定，該段規定須就該等物業權益提交估值報告。

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有並佔用八項物業，總建築面積為48,598.67平方米。下表載列截至最後實際可行日期我們的自有物業（具有房地產權證）概要。

序號	擁有人／佔用人	位置	用途	總建築 面積 (平方米)	所有權證
1.....	同仁堂保定	河北省保定市	醫院院址	43,322.56	是
2.....	三溪堂國藥館	浙江省金華市	商業與住宅	126.85	是
3.....	三溪堂國藥館	浙江省金華市	商業與住宅	180.11	是
4.....	三溪堂國藥館	浙江省金華市	商業與住宅	156.86	是
5.....	三溪堂國藥館	浙江省金華市	商業與住宅	117.6	是
6.....	三溪堂國藥館	浙江省金華市	商業與住宅	198.13	是
總計				44,102.11	

截至最後實際可行日期，我們尚未就同仁堂保定於河北省佔用並使用的兩項物業取得房地產權證。這兩項物業的總建築面積約為4,496.56平方米，約佔我們全部自有物業總建築面積的9.3%。據我們的中國法律顧問告知，中國相關政府部門有權責令同仁堂保定停止使用或拆除這些物業，及對同仁堂保定處以最高約人民幣0.9百萬元的罰款。然而，考慮到(i)同仁堂保定尚未且預期不會開始營運，而上述兩項物業亦未曾用於營運；及(ii)於2025年3月4日，據保定市住房和城鄉建設局確認，同仁堂保定對物業的建設和使用符合適用的中國法律和法規，於往績記錄期間及直至同日，同仁堂保定在建築項目規劃、建設和房屋管理方面並無因根據適用的中國法律法規而受到行政處罰或其他法律訴訟，我們的董事認為這些物業缺陷不會對我們的業務、財務狀況、經營業績或[編纂]造成重大不利影響。

業 務

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃28項物業，總建築面積為67,453.25平方米。該等租賃物業主要用作我們的營運醫院、門診部和診所以及我們的辦公室。

截至最後實際可行日期，我們總建築面積為23,642.32平方米的17份租賃協議尚未向中國有關部門登記，乃主要由於若干業主未能配合完成租賃登記。該等未登記租賃項下的物業主要用作我們的營運醫療機構、藥店、宿舍、辦公室及倉儲設施。考慮到倘我們需要搬遷，市場上有足夠的替代物業，我們的董事認為該等缺陷並無任何實際影響，且不會對我們使用該等物業的能力產生任何潛在影響。據我們的中國法律顧問告知，未能登記已簽署的租賃協議不會影響其合法性、有效性或可執行性。然而，倘相關中國政府部門要求我們糾正，而我們未能在規定期限內糾正，我們可能會就每份未登記的租賃協議被處以不少於人民幣1,000元但不超過人民幣10,000元的罰款。我們估計，我們可能因該等未登記租賃協議而受到的最高處罰約為人民幣170,000元，我們認為該金額不重大。因此，我們認為未能登記該等租賃協議不會對我們的財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。如有可能，我們將積極與相關出租人聯繫，以完成所有該等租賃協議的登記。

據我們的中國法律顧問告知，上文所披露的物業缺陷不會對我們以及我們自有醫療機構及藥店的重大牌照、許可證及證書造成任何實際或潛在的影響。

環境、社會及企業管治

我們高度重視環境、社會及企業管治（「ESG」），以實現長期增長。我們必須遵守有關環境保護和社會責任的各種中國法律、法規和規章，通常涉及環境影響評估、消防安全、醫療廢物和放射性廢物的處置、廢水排放和野生藥用動物資源。更多詳情，請參閱「監管概覽－關於醫療機構的環境保護法規」。

整體ESG管治

我們致力於環境保護、促進企業社會責任和加強企業管治，以實現可持續發展。董事會致力於維護合法、合乎道德和環保的運營。我們已制定完善的ESG政策，規定了我們的環境保護措施、社會責任和企業管治。我們亦在總部層級成立了安全環保委

業 務

員會，下設四個專門小組，即安全生產工作領導小組、消防安全工作領導小組、交通安全工作領導小組及內部安全工作領導小組。該委員會由董事長饒祖海先生及執行董事兼總經理魯岳博士領導。該委員會的主要職責包括建立和完善我們的安全及環保管理體系，評估和確定ESG相關風險，根據最新的ESG相關法律法規推動ESG措施的優化和完善，監控ESG措施的有效性，評估我們網絡內醫療機構ESG措施的實施情況。

董事對識別、評估和管理ESG相關風險負有集體和總體責任。董事擁有適當的技能和能力，能夠了解ESG相關風險和機遇的影響，藉此監督我們為應對該等風險和機遇而制定的內部計劃。我們的管理團隊一般負責制定ESG戰略和目標，執行ESG措施以應對ESG相關風險，並審查我們的內部政策是否持續執行，以及是否根據最新的監管發展和行業趨勢及時更新。

展望未來，我們將根據適用的監管規定，持續識別、評估、處理及監察ESG相關風險，並檢討我們在ESG事宜方面的主要表現。[編纂]後，我們預期亦將聘請獨立第三方對本公司及中醫醫療服務網絡面臨的ESG相關風險進行評估，就我們的ESG戰略和措施提出意見和建議，並根據我們現有表現更新ESG目標。

隨著我們對ESG事務的日益關注，我們已制定以下措施和工作機制，以優化我們的ESG績效：

- 就ESG相關風險、ESG事項相關法律法規和政策的最新發展、醫療機構的ESG相關責任等安排內部培訓，以提高我們管理層、醫務人員和網絡內醫療機構其他員工的ESG意識；
- 就ESG相關風險的識別和管理與中國其他醫療服務提供商（尤其是我們經營所在地區的醫療服務提供商）進行頻繁交流，分享行業內最新的ESG趨勢知識；
- 在本集團和網絡內醫療機構的內部會議上，總結和討論完善ESG事項相關監督機制的經驗；及

業 務

- 在評估潛在收購目標時考慮ESG事項，如環境影響評估和消防安全設計。

我們將上述措施和工作機制融入到我們的運營和網絡內醫療機構的日常運營中，積極主動地管理我們對環境的影響，承擔我們的企業社會責任。

環境保護

我們努力以環保的方式運營和管理網絡內醫療機構。我們的ESG環境保護政策旨在確保妥善處理廢棄物，促進可再生資源的使用，並提高能源消耗效率。

醫療輻射防護

截至最後實際可行日期，對於我們有醫療輻射場所的網絡內醫療機構，如北京同仁堂中醫醫院、北京同仁堂第二中醫醫院、太原同仁堂醫院和三溪堂保健院，我們密切關注放射治療的輻射安全和防護。我們要求醫務人員嚴格遵守輻射監測和防護規程。只有持有放射工作人員證的合格醫務人員才能在操作過程中操作放射性設備。該等專業人員必須參加定期的輻射防護培訓和考試。我們亦會不時為輻射場所進行職業災害及環境影響評估，確保已配備足夠的屏蔽牆及屏蔽門等防護設備。有關相關監管要求的詳情，請參閱「監管概覽－關於醫療機構管理的法規」。

廢物處置

在日常運營過程中，我們的線下網絡內醫療機構會產生固體廢物，主要包括有害醫療廢物和無害廢物。我們要求線下網絡內醫療機構嚴格遵守國務院頒佈的《醫療廢物管理條例》的集中處置原則，以及根據國家衛健委發佈的《醫療廢物分類目錄》對醫療廢物進行分類管理。請參閱「監管概覽－關於醫療機構的環境保護法規」。我們已在自有醫療機構內實施《醫院感染管理制度手冊》，以(i)將運營過程中產生的醫療廢物清晰分類為傳染性廢物、病理廢物、針及利器廢物、藥物廢物及化學廢物；(ii)規範醫療廢物的儲存、收集、交接、運輸和處置；及(iii)制定醫療廢物事故應急預案。此外，我們還對醫療廢物的交接和儲存時間做出精確的時間要求。我們會及時將醫療廢物轉移到有資質的專業第三方醫療廢物集中處置機構。

業 務

下表載列所示期間我們自有線下醫療機構處置的醫療廢物的消耗量分析。

	截至12月31日止年度			截至9月30日
				止九個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
處置的醫療廢物重量(噸)	28	38	49	38
處置的醫療廢物重量(噸) /				
收入(人民幣千元)	0.0031%	0.0033%	0.0039%	0.0044%

於2022年至2024年，我們自有線下醫療機構處置的醫療廢物重量持續增加，主要是由於我們於2022年收購三溪堂及於2024年收購上海承志堂和上海中和堂，以及於2022年至2024年中醫醫療服務的持續發展。於往績記錄期間，我們每單位收入處置的醫療廢物的平均重量保持相對穩定，約為0.004%。

我們亦注重妥善處理非醫療廢物。我們在公共辦公區域張貼廢物分類海報，詳細介紹分類標準和方法。我們還舉辦內部培訓，介紹廢物分類的重要性，讓員工對廢物分類有更深入地了解和參與感。

節約能源及資源

我們努力實現高能源消耗效率，控制業務運營過程中的溫室氣體排放。我們主要採取以下措施節約能源，實現環保運營：

- 部署在線操作系統，如BIS、雲HIS、LIS、EMRS、PACS和CDSS，使我們能夠以電子形式精簡醫院信息、實驗室信息、病歷和臨床決策信息，從而減少日常運營中的紙張使用；
- 鼓勵使用環保牛皮紙包裝中藥飲片，以減少不可降解材料的使用；
- 在切實可行和適用的情況下，在日常運營中鼓勵重複使用紙張及節約資源，如水、電和汽油；

業 務

- 在辦公室張貼宣傳標語，提醒員工在離開辦公室前關空調、關燈，以增強員工節約資源的意識；及
- 在切實可行和適用的情況下，鼓勵回收辦公室日常運營中使用的包裝材料，如塑料袋和塑料瓶、紙箱和紙板。

溫室氣體排放

溫室氣體一般包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。根據《溫室氣體盤查議定書》，溫室氣體排放分類為：(i)範圍1，主要由燃料消耗產生的直接溫室氣體排放；(ii)範圍2，主要由能源間接消耗產生的電力間接溫室氣體排放；及(iii)範圍3，主要由差旅、員工通勤、供應商產品運輸及其他活動中的用水、廢水排放、廢物處理及紙張消耗產生的其他間接溫室氣體排放。

我們使用車輛會產生氮氧化物(NO_x)、硫氧化物(SO_x)及顆粒物(PM)等氣體排放物。在我們日常運營中不會產生大量的NO_x、SO_x及PM等氣體排放物。我們的溫室氣體排放主要是範圍2溫室氣體排放，由支持我們日常運營的電力消耗所產生，其次是範圍1及範圍3溫室氣體排放。由於我們的業務性質，我們認為我們的溫室氣體排放量相對較少。儘管如此，我們仍將在業務營運過程中繼續推行綠色管理，並積極尋求低碳可持續發展。我們致力於在未來三年內降低或保持我們的溫室氣體總排放密度水平。我們將密切監察能源消耗及溫室氣體排放相關方案及標準，以根據市場狀況或行業標準的最新發展，適時作出適當改進。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間溫室氣體排放量的明細。

	單位	截至12月31日止年度			截至9月30日
		2022年	2023年	2024年	止九個月
					2025年
直接排放 (範圍1) ⁽¹⁾	tCO ₂ e	142.3	208.0	79.8	46.8
能源間接排放 (範圍2) ⁽²⁾	tCO ₂ e	2,653.6	3,040.3	3,275.0	2,709.7
其他間接排放 (範圍3) ⁽³⁾	tCO ₂ e	9.3	10.9	9.8	6.8
溫室氣體排放總量	tCO₂e	2,805.2	3,259.2	3,364.6	2,763.3

附註：

- (1) 我們的直接排放 (範圍1) 主要來自我們食堂設施的天然氣使用及我們車輛的燃料消耗。
- (2) 我們的間接排放 (範圍2) 來自我們營運設施的電力消耗。
- (3) 鑒於該範圍內固有的複雜性及涵蓋的廣泛類別，該等其他間接排放 (範圍3) 特指污水處理產生的排放。

我們認為，我們於2022年至2024年的溫室氣體排放量的增加處於合理範圍內，且與我們於2022年收購三溪堂及於2024年收購上海承志堂和上海中和堂以及我們中醫醫療服務的持續發展相一致。同時，於2024年，我們的範圍1溫室氣體排放減少，主要歸因於轉用電動車。該等排放的量化遵循《溫室氣體盤查議定書》制定的方法框架，並符合上市規則附錄C2所載《環境、社會及管治報告指引》的規定。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守與環境事宜有關的所有中國法律法規，我們並無接獲任何人士就任何環保擔憂或問題提出的投訴，我們亦無因業務營運而發生任何重大環境事故。

業 務

原材料的使用

考慮到產品質量的重要性，我們在日常運營中將質量控制放在首位，並採取措施以確保我們售出的健康產品的品質。我們根據嚴格的標準和適用的中國法律法規篩選供應商，確保所用原材料的合法性和採購質量。對於任何發現的不合格供應品，我們會追溯相關供應商並核查所用原材料，確保日常運營中銷售的健康產品質量，從而鞏固我們在產品質量方面的競爭力。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無收到可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的不合格供應品。我們通過日常存貨管理及檢查（如盲評及隨機測試）密切關注我們於提供中醫醫療服務期間採購及使用的中藥飲片。此外，我們已與領先的行業專家合作，並成立了質量控制專家委員會，以制定有關我們採購及使用的中藥飲片的標準。我們要求供應商提交樣品以根據我們的標準進行評估。

我們銷售的健康產品的原材料一般包括黃芪、茯苓、白術、當歸、丹參、白芍等中草藥。我們銷售的若干健康產品由特殊原材料製成，如牛黃、麝香、阿膠及鹿茸。根據適用的中國法律及法規，儘管某些種類的動物不可以提供食物為目的養殖，但可以藥用為目的養殖。

我們並無經營任何生產設施，對環境及自然資源的影響有限。

主要指標和目標

為了更好地應對可能影響我們運營和財務表現的ESG相關風險，我們制定了ESG目標，並通過多種指標來審查我們的ESG表現。

我們的能源消耗主要來自於醫療業務運營過程中的水電消耗以及信息技術系統的日常運行和維護。具體而言，電力消耗是我們間接溫室氣體排放的主要來源之一。此外，我們還在日常運營中使用紙張。為了履行我們的環境和社會責任，我們培養員工的節能意識。為提高能源消耗效率，我們鼓勵本公司辦公室安裝節能照明系統。節能照明系統的能源效率遠高於傳統照明系統。我們還鼓勵員工在本公司辦公室內節約用電、用水和用紙。

業 務

通過記錄用電量、用水量、煤氣用量和汽油用量，我們不時審查並及時提高消耗效率。下表載列所示期間的用電量和用水量分析。

	截至12月31日止年度			截至9月30日
				止九個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
自有線下醫療機構的用電量 (兆瓦時)	4,653	5,331	5,743	4,691
自有線下醫療機構的用電量(兆瓦 時)／收入(人民幣千元)	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
自有線下醫療機構的用水量(噸)	56,800	66,961	60,553	48,846
自有線下醫療機構的用水量(噸)／ 收入(人民幣千元)	6.2%	5.8%	4.8%	5.7%

我們的自有線下醫療機構的用電量及用水量持續增加，主要是由於我們於2022年收購三溪堂及於2024年收購上海承志堂和上海中和堂以及我們中醫醫療服務的持續發展。我們的用水效率於2022年至2024年有所改善，每單位收入的消耗量減少便是明證，主要歸因於我們優化了用於體檢設施的自動排水系統。升級後的排水系統僅在體檢過程中運行，從而提高用水效率。

我們通過監控資源消耗和污染物排放水平，持續控制對環境的影響。考慮到我們在ESG方面的歷史表現以及我們預期在未來實施的措施，我們設定了以下主要ESG目標：

- 在未來五年內，在我們的自有醫療機構和管理醫療機構內推進信息化和數字化進程；
- 在未來三年內，逐步擴大節能照明系統的使用範圍，覆蓋本公司所有辦公場所；

業 務

- 適當推廣使用紙質包裝代替塑料包裝，力爭在未來三年內提高紙質包裝材料的採購費用於我們每年包裝材料總採購費用的佔比；
- 力爭在未來三年內將我們的單位收入用電量減少5%以上；
- 力爭在未來三年內將我們的單位收入用水量減少5%以上；及
- 繼續推進廢物的有效管理，實現廢水達標排放。如果未來當地的排放標準變得更加嚴格，則根據需要優化加工流程或升級相關設備。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們遵守環境保護法律法規的成本分別約為人民幣0.9百萬元、人民幣0.9百萬元、人民幣0.7百萬元、人民幣0.3百萬元及人民幣0.2百萬元，對我們而言並不重大。考慮到我們的業務性質，我們預計該合規成本仍將甚微。

社會及管治

我們在社會責任方面的ESG政策旨在確保我們遵守適用的法律法規，並保障員工的職業安全。我們的ESG企業管治政策有助於我們在提高運營效率的同時，管理與社會、健康和職業事宜相關的風險。

我們不經營任何生產設施，而是委託第三方物流服務供應商向客戶交付產品。因此，我們不會面臨重大的健康或職業安全風險。我們要求我們的自有醫療機構滿足所有健康和安全方面的法定要求。為確保遵守適用的法律法規，營造安全、平等、多元和友好的工作氛圍，我們主要採取以下措施和政策：

- 我們成立了員工工會，指定專人組織年度團隊建設活動、運動會和其他定期活動。我們還為員工提供節日或季節性福利，如解暑飲料和防疫產品；

業 務

- 我們對員工進行內部培訓，向員工傳授法律、安全防護、應急處理知識，增強員工的責任感和歸屬感，同時關愛員工的職業健康。我們還為員工安排內部培訓，傳授最新行業知識和工作技能。舉例而言，於2024年，我們的總部共舉辦了23次內部培訓，以增強員工的凝聚力，提高我們的管理效力和效率；
- 我們的組織人事部不時檢討現有的人力資源政策，在必要時作出及時調整，確保政策緊跟相關法律法規的重大變化；及
- 我們保持均衡的員工結構。截至最後實際可行日期，我們的女性員工人數佔我們員工總數的約70%。

我們高度重視客戶的隱私，認為這不僅對改善服務體驗非常重要，對降低社會治理相關風險亦非常重要。我們的自有醫院實施內部管理措施，在診室和治療室配備適當的隱私保護設施，以保護客戶隱私，例如在診室門上張貼「一室一醫一患」標識，在理療室病床周圍安裝窗簾。我們還採取全面措施保護客戶的數據隱私。有關我們保護客戶數據隱私的措施的更多詳情，請參閱「一 網絡安全與數據隱私及保護 – 我們有關數據隱私及保護的內部政策及措施」。

我們承擔企業的社會責任，為當地社區、企業或學校提供義診。截至2025年9月30日止九個月，我們向44,805名人士合共提供了1,223次義診。我們還免費提供視頻、文章等線上醫療知識普及，介紹中醫醫療知識，增強大眾的養生意識。

我們還不定期舉辦免費的線上直播學術講座及線下講座，普及基本醫療知識，鼓勵社區居民和學校學生養成健康的生活方式。此外，我們還通過邀請居民免費參與我們多樣化的中醫文化項目，如接受我們的非藥物治療服務、現場參觀我們的醫師工作室、體驗中藥丸劑炮製、體驗中藥飲片質量評價等，倡導中醫文化，促進公眾了解中醫在疾病預防和長期健康管理方面的獨特作用。此外，我們制定了詳細的內部捐贈措施，即《對外捐贈管理辦法》。於往績記錄期間，我們通過捐贈為公共衛生和社會福利的發展貢獻力量。例如：

- 於2024年，我們總共向當地政府捐贈了人民幣200,000元，用於修復北京房山區受到洪水破壞的基礎設施；

業 務

- 於2022年，三溪堂保健院向義烏當地疫情控制指揮中心和在預防COVID-19疫情第一線工作的相關部門捐贈4,000包西洋參，價值人民幣87,500元；及
- 於2022年，我們通過網絡內醫療機構向居民免費發放了10,000袋煎藥，價值人民幣116,500元，助力疫情防控，體現了我們強烈的社會責任感。

廉潔及反腐敗

我們致力為客戶提供誠信、優質及令人滿意的中醫醫療服務，維繫我們中醫醫療服務網絡的健康永續發展。我們已採取下述內控措施，旨在確保我們網絡內醫療機構的醫療專業人員、管理人員及其他員工遵守中國的反腐敗及反賄賂法律、法規及規則。

- 我們已制定《醫德醫風管理辦法》規範醫療專業人士的行為，加強彼等的廉潔自律，引導全體醫療專業人員堅守道德原則，恪守醫學倫理，遵守社會公德，嚴守個人操守。管理辦法嚴禁收受「紅包」等貪腐行為，將醫德建設納入日常管理，推動教育引導、制度約束、監督處分等長效機制。
- 我們已制定《反賄賂專項誠信合規管理手冊》，當中詳細規定禮品與款待、採購、供應商管理、商業贊助、與醫療專業人員及政府官員互動等事項的要求及限制。
- 我們為全體員工安排培訓課程，以加強彼等對我們的誠信要求及各業務場景中相關風險的認識。
- 我們對權力集中、管理資金或接觸集中資源崗位的重要人員進行嚴格監督，對其進行針對性的強調、提醒及監督檢查。
- 我們對管理層委任、獎勵評估及專業職級晉升等重要流程進行誠信審查。
- 在採購的過程中，我們要求供應商簽署承諾協議，當中載有指定熱線電話，供彼等舉報任何不當行為，如受賄及行賄。

業 務

- 我們組織員工觀看有關反腐敗及反賄賂的教育性電影，安排彼等探訪廉潔教育基地，以加強彼等道德操守意識。

為監察我們在反腐敗及反賄賂方面的合規表現，我們的內部審計部門負責核查各部門開支，評估採購流程的規範性，並評判採購價格的公允性。如有必要，該部門將約談供應商，以查明是否有任何員工受賄或行賄。我們的紀檢委員負責對賄賂情況調查取證，並根據調查結果採取紀律處分措施。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與供應商、醫療專業人員及其他僱員之間並無發生任何重大賄賂或腐敗事件，且我們在所有重大方面均遵守有關反腐敗及反賄賂事宜的所有中國法律法規。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守有關健康及職業安全事宜的所有中國法律及法規。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於營運期間並無發生任何重大事故，亦無遭受有關人身或財產損失的任何重大索償或向僱員作出賠償。

董事會多元化

我們努力實現並保持董事會多元化，以提高董事會的績效，為董事會帶來包容性和獨特視角。特別是，桂嬪女士及邢茜女士已分別被任命為我們的執行董事及非執行董事。桂女士擁有逾20年的法律、合規管理經驗。桂女士獲得法律職業資格證書、企業法律顧問資格證書及基金從業資格。邢女士於同仁堂集團擁有10餘年的企業管理經驗，對中國中醫市場擁有深厚的行業知識及深刻的見解。鑒於彼等具有廣泛的行業知識、豐富的經驗及專業知識，我們委任彼等為董事，此舉亦增強了董事會的性別多元化。更多詳情，請參閱「董事及高級管理層」。

合規及法律程序

合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無受到任何重大行政處罰。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何系統性或對我們的業務、財務狀況或經營業績有重大不利影響的違規事件。

業 務

若干醫療機構場所未能完成消防安全程序

違規的背景及原因

截至最後實際可行日期，我們的兩家自有醫療機構（即北京同仁堂第二中醫醫院及太原同仁堂中醫醫院）未能就總建築面積為7,393.03平方米的合共三個醫療機構場所建築項目完成當地政府部門的消防設計審核及消防驗收（「**違規項目**」）。

北京同仁堂第二中醫醫院及太原同仁堂中醫醫院在我們收購之前未完成相關消防安全程序。於日常營運中，我們高度重視該等醫療機構在消防安全方面的監管合規性。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們來自該等醫療機構的收入分別為人民幣189.6百萬元、人民幣237.5百萬元、人民幣219.5百萬元、人民幣155.7百萬元及人民幣154.3百萬元，分別佔同期總收入的20.8%、20.6%、18.7%、18.7%及18.0%。

法律後果

根據適用中國法律法規，對於相關醫療機構在開工前未能完成消防設計審核、或在使用已建成場所前未能完成消防驗收的每個違規項目，相關醫療機構可能被當地政府部門責令停止施工或使用（視情況而定），並可能被處以最高人民幣300,000元的罰款。

我們與北京市豐台區消防救援支隊及山西省太原市小店區消防救援大隊進行了訪談，據我們的中國法律顧問所告知，彼等分別為負責北京同仁堂第二中醫醫院及太原同仁堂中醫醫院消防安全相關事宜日常監管的主管部門。經有關部門確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，(i)北京同仁堂第二中醫醫院及太原同仁堂中醫醫院概無發生任何消防安全事故，亦無就消防安全而受到任何重大行政處罰；及(ii)北京同仁堂第二中醫醫院及太原同仁堂中醫醫院的場所符合醫療機構正常運營適用的消防安全相關法律法規，並可照舊繼續使用。

我們還聘請了消防安全顧問對北京同仁堂第二中醫醫院及太原同仁堂中醫醫院開展全面的消防安全檢查。

業 務

- 我們於2024年4月聘請了北京消防安全顧問¹通過現場檢查、勘察及文件審核等方式對北京同仁堂第二中醫醫院消防安全狀況、消防設施及消防安全管理進行了覆核檢查。經覆核檢查後，北京消防安全顧問得出結論，北京同仁堂第二中醫醫院(i)已整改其於覆核檢查中發現的消防安全問題；(ii)已按照《醫療機構消防安全標準化管理規定》制定並實施消防安全管理政策及火災事故應急預案；(iii)遵守適用於醫療機構日常營運的消防安全相關法律法規，以及適用於建築物的消防安全標準；(iv)並無發生任何消防安全事故，亦無因消防安全問題受到任何重大行政處罰；及(v)發生消防安全事故的風險較低。
- 我們於2024年4月委聘了太原消防安全顧問²通過現場檢查、勘察及文件審核等方式對太原同仁堂中醫醫院違規項目的消防安全狀況、消防設施及消防安全管理進行覆核檢查。經覆核檢查後，太原消防安全顧問得出結論，太原同仁堂中醫醫院的相關場所(i)已整改其覆核檢查中發現的消防安全問題；(ii)已根據適用法律、法規及規定制定及實施一套全面的消防安全相關政策、程序及措施；(iii)遵守適用於醫療機構日常營運的消防安全相關法律法規，以及適用於建築物的消防安全標準；(iv)並無發生任何消防安全事故，亦並無因消防安全問題受到任何重大行政處罰；及(v)發生消防安全事故的風險較低。

據我們的中國法律顧問告知，根據適用的中國法律法規，建築項目須於開工前完成消防設計審核，於投入使用前完成消防驗收。然而，違規項目已建成並投入使用，因此申請消防設計審核及消防驗收的時間已過。根據我們與主管部門就處理該消防安全程序進行的溝通，我們的中國法律顧問認為，由於時間和程序順序限制，北京同仁堂第二中醫醫院及太原同仁堂中醫醫院日後整改並完成該等程序並不可行。因此，我們聘請合資格消防安全顧問對該等醫療機構的消防安全狀況、消防設施及消防安全管理進行覆核檢查，並就該等醫療機構消防安全相關事宜的日常監督與主管部門訪談。

1 我們的北京消防安全顧問於2021年註冊成立，經認證可提供消防安全評估服務以及消防設施維修、保養及測試服務。我們北京消防安全顧問的檢測團隊由持有一級註冊消防工程師資格證書的工程師組成，承擔過各類公共基礎設施和住宅建築的消防安全評估工作。

2 我們的太原消防安全顧問於2005年註冊成立，經認證可提供消防安全評估服務以及消防設施維修、保養及測試服務。我們太原消防安全顧問的檢測團隊由持有一級註冊消防工程師資格證書的工程師組成，承擔過各類公共基礎設施和住宅建築的消防安全評估工作。

業 務

根據我們與相關部門的訪談及消防安全顧問出具的評估報告，我們的中國法律顧問告知我們北京同仁堂第二中醫醫院及太原同仁堂中醫醫院因未能完成消防設計審核或消防驗收而將受到相關政府部門任何將對其業務運營造成重大不利影響的行政處罰的風險很低。

董事認為，鑒於(i)最高潛在處罰為人民幣900,000元，這對我們而言並不重大；及(ii)上文我們的中國法律顧問的法律意見，該等消防安全相關違規事件並無亦不會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。因此，我們並無就該等違規事件作出任何撥備。

內部控制措施

我們已制定一套全面的消防安全內部控制措施，涵蓋用火、消防設施、消防安全檢查、火災隱患整改、消防安全教育及培訓、滅火及應急疏散預案、消防演習、消防安全相關支出及記錄以及相關獎懲政策。

於完成必要的消防安全程序前，我們新成立及收購的醫療機構不得投入運營。具體而言，於評估潛在收購目標時，我們將有關消防安全的監管合規視為一項關鍵指標。我們將於收購前盡職調查期間審閱消防安全程序檔案。如果我們計劃於收購後進行裝修，我們將於恢復運營前根據適用的中國法律法規履行相關消防安全程序。此外，我們已於收購協議納入監管合規條文，據此，賣方須提供有關合規狀況的承諾，如出現任何不合規問題（包括其消防安全設施相關問題），賣方有責任向我們作出彌償。我們亦會不時檢討現有醫療機構在消防安全方面的表現。

我們的董事認為，我們的不合規事件不會對我們的董事根據規則第3.08和3.09條是否適合擔任[編纂]公司董事以及我們[編纂]的適當性產生任何重大影響，並且我們的董事具備以守法方式管理我們業務的誠信和能力水平，保薦人亦同意該觀點，此乃基於：

- 該等事件發生在我們收購相關醫療機構之前，因此超出了我們董事的控制範圍；

業 務

- 已聘請消防安全顧問對相關醫療機構進行全面消防安全檢查，確保其消防安全條件符合適用法律法規和日常營運的要求；及
- 將遵守消防安全監管規定作為新設立和所收購醫療機構開業的先決條件，董事相信這有助於防止類似事件再次發生。

法律程序

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的訴訟、仲裁或行政程序。截至最後實際可行日期，我們並未牽涉任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的待決或據我們所知可能面臨的訴訟、仲裁或行政程序。截至最後實際可行日期，我們的董事概無捲入任何實際或潛在的重大索賠或訴訟。

過往，同仁堂保定曾涉及一宗與一家施工方有關建築工程合約糾紛的訴訟。同仁堂保定與一家建設項目服務提供商訂立建築工程合約，工期自2016年4月起至2017年11月。據此，建設項目服務提供商承包建造同仁堂保定的醫院物業，而合約代價將根據施工進度支付。具體而言，5%的經審核合約代價用作質量保證金，並於項目檢查及驗收完兩年後的七日內一次性支付。因在保修期內發現質量問題，而建設項目服務提供商未進行全面維修及整改，同仁堂保定認為其並無義務支付質量保證金。2023年2月，該建設項目服務提供商向同仁堂保定提出索賠，要求支付質量保證金。2023年11月，河北省保定市中級人民法院作出判決，要求同仁堂保定向該建設項目服務提供商支付約人民幣6.8百萬元的質量保證金及應計利息，有關金額已於我們截至2023年12月31日的合併財務狀況表中錄為其他應付款項及應計費用。請參閱「財務資料－合併財務狀況表中若干關鍵項目的討論－其他應付款項及應計費用」。截至最後實際可行日期，我們已遵從該判決悉數支付有關款項（人民幣6.3百萬元），且據我們的中國法律顧問所告知，有關法律訴訟已全部解決。

業 務

我們的董事認為，該法律程序並無且不會對我們的業務、財務狀況、經營業績或[編纂]造成任何重大不利影響，鑒於(i)同仁堂保定尚未且預期不會開始營運。截至最後實際可行日期，考慮到河北省在地理位置上超出了我們的戰略業務重點，我們正在出售同仁堂保定。有關原因詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構－我們的主要附屬公司－同仁堂保定」。我們預期同仁堂保定出售事項不會於[編纂]前完成，且[編纂]後我們將就出售事項遵守上市規則；及(ii)我們已支付全部款項，付款金額對本集團整體而言並不重大，且該法律程序已悉數解決。根據上文所述及保薦人開展的獨立盡職調查工作，並考慮到同仁堂保定已支付全部款項從而解決該法律程序，保薦人認為，該正在進行的法律訴訟不會影響上市規則第3.08及3.09條項下我們董事的適當性。

我們在日常業務過程中可能會繼續面臨潛在的法律訴訟和索賠。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－如果我們成為訴訟、法律或合同糾紛、政府調查、仲裁或行政程序的對象，我們管理層的注意力可能會被分散，我們可能會產生重大的成本和責任」。

醫療糾紛

我們在日常經營過程中可能偶爾會遇到醫療糾紛或索賠，主要包括客戶及／或其家屬對我們的自有醫療機構提起的醫療糾紛，主要涉及客戶聲稱在我們的自有醫療機構接受中醫醫療服務期間或之後遭受人身傷害。我們採取了《醫療安全(不良)事件管理辦法》，嚴格控制醫療風險，並要求自有醫療機構制定內部的醫療糾紛防範和處理措施。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的自有醫療機構曾發生少數醫療糾紛。我們的自有醫療機構為解決該等糾紛向相關客戶或其家屬支付的賠償金額總計約為人民幣0.6百萬元。該等醫療糾紛均不涉及醫療事故的認定。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，在我們的自有醫療機構內執業的醫師及其他醫療專業人員概無涉及任何紀律處分程序或被裁定須對醫療事故負責。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的自有醫療機構並無發生任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的醫療糾紛。

業 務

截至最後實際可行日期，我們的自有醫療機構並無任何重大未決醫療糾紛。有關因收購目標的劣質服務或產品造成的風險和不確定性，或在我們收購前對客戶造成的潛在損害，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們可能無法成功完成任何未來收購或提高收購後的業績，這可能會對我們的業務、財務狀況及前景產生不利影響」。

內部控制和風險管理

為確保遵守適用的法律法規，最大限度地降低業務相關風險，實現規範化運營，我們採取了各種內部控制和風險管理措施。特別是，我們實施了不同的內部指引、政策和程序，以監控和降低我們業務相關風險的影響，並改善我們的企業管治。我們的董事會負責制定內部控制和風險管理措施，並審查其有效性。我們已成立審核委員會，由三名董事組成，即嚴志雄先生、高彥彬先生及朱峰先生。審核委員會主席為嚴志雄先生，其為獨立非執行董事且具備適當的會計及相關財務管理專業技能。審核委員會亦採納其職權範圍，其中明確規定了其主要職責和義務，包括就外聘核數師的委任、重新委任及罷免向董事會作出推薦建議，監察財務報表、年度報告及賬目的完整性，評核內控的有效性，指導內部審計工作。

內部控制審查

為籌備[編纂]，我們已於2024年5月聘請獨立第三方顧問（「**內部控制顧問**」）對我們內部控制的選定領域進行審查（「**內部控制審查**」）。內部控制顧問於2024年6月進行了跟進審查，以審查我們為解決內部控制審查所發現問題而採取的管理行動的狀況（「**跟進審查**」）。我們已改進了內部控制系統，內部控制顧問在跟進審查中沒有提出任何進一步建議。

我們已採用並實施一系列新的內部控制政策以及措施和程序，旨在進一步確保運營高效有效、財務報告規範合規以及嚴格遵守適用法律法規。今後，我們將對內部控制政策、措施和程序進行定期審查和不斷優化。

業 務

強化內部控制措施

根據中國及香港的適用法律和法規，我們已採取措施建立和維護內部控制系統，包括監控運營流程、制定風險管理政策以及遵守適用法律和法規。

- 董事參加了由我們的香港法律顧問進行的培訓，內容涉及公司條例、證券及期貨條例和上市規則規定的[編纂]公司董事的持續義務、職責和責任，董事充分認識到其作為香港[編纂]公司董事的職責和責任；
- 我們已採納《誠信合規舉報管理辦法》等多項措施，以鼓勵僱員識別及報告潛在不合規風險；及
- 我們已根據上市規則第3A.19條任命一名合規顧問，以確保（其中包括）我們在遵守上市規則和所有其他適用法律、規則、規範和準則等方面得到適當的指導和建議。

此外，針對我們過往的不合規事件和糾紛，我們實施了以下強化內部控制措施，以確保我們持續遵守監管規定：

- 除有關我們自有醫療機構消防安全的日常管理要求以及我們未來收購醫療機構的消防安全評估要求（詳情已載於「— 合規及法律程序 — 合規 — 若干醫療機構場所未能完成消防安全程序 — 內部控制措施」）外，我們已修訂《消防安全管理制度》，強調在任何涉及建造或翻新消防安全設施的建築、翻新、改建及擴建項目中，應嚴格遵守適用的中國法律法規，及時完成必要的消防安全程序；
- 為加強檢測試劑管理，我們實施了一系列措施，如完善採購管理，避免庫存積壓；設立內部規程，妥善管理檢測試劑的採購、儲存及使用；定期進行質量抽檢，增強質量管控。有關詳情載於「— 存貨管理」；

業 務

- 我們的管理層不時審查我們的社會保險及住房公積金供款情況，詳情載於「一 僱員」。我們亦為僱員安排培訓，培訓內容涵蓋人力資源管理、社會保險及住房公積金，並定期召開總部會議，以審查及評估有關社會保險及住房公積金供款的過往及最新合規表現；及
- 我們已重申《合同管理辦法》，並特別強調處理合同糾紛的責任部門及時限、遇到合同糾紛的內部報告機制，收集及保存合同相關材料的日常要求，以及在必要時尋求內部和外部法律意見的方法，我們期望藉此在合同糾紛升級為法律程序之前有效且高效地解決合同糾紛。有關我們與施工方的糾紛的歷史訴訟詳情，請參閱「一 合規及法律程序 – 法律程序」。

基於：(i)該等強化內部控制措施全面、完善，並指定專人監督實施情況；(ii)內部控制顧問對我們經改善的內部控制系統並無任何進一步建議；及(iii)在我們實施此等強化內部控制措施後，未再發生類似事件或糾紛，我們的董事認為該等強化內部控制措施能夠充分並有效避免日後再次發生類似事件或糾紛，保薦人亦同意該觀點。

COVID-19疫情爆發和傳播

背景

自2019年12月起，一種新型冠狀病毒（「COVID-19」）爆發並迅速在全球蔓延，對國內及全球經濟造成重大不利影響。中醫醫療服務在緩解COVID-19症狀、降低死亡率方面發揮重要而獨特的作用，大大提高了中醫醫療服務在中國的普及程度。各種有利於中醫繼承和發展的政策出台，優化了資源配置，激活了整個中醫醫療服務行業。由於官方指南肯定了中醫在預防和治療流行病方面的療效，以及公眾對中醫認識的提高，中國中醫醫療服務行業的市場規模由2020年的人民幣6,876億元持續增長至2022年的人民幣8,000億元，複合年增長率為7.9%。

業 務

對我們中醫醫療服務網絡的影響

在COVID-19疫情爆發和傳播期間，為降低感染風險，患有慢性病或處於亞健康狀態的客戶普遍避免前往線下醫療機構和藥店。於往績記錄期間，COVID-19疫情的蔓延亦導致我們的辦事處、網絡內醫療機構和藥店暫時關閉。因此，我們的網絡內醫療機構於往績記錄期間出現了就診人次增速放緩的情況，進而導致我們的收入增速放緩。利用我們強大的供應鏈和網絡內管理的優勢，在COVID-19疫情爆發和傳播期間，我們的中藥飲片和其他藥品並未出現嚴重短缺或供應延誤，其價格亦未經歷重大波動。針對COVID-19疫情的爆發和傳播，我們已及時採取多種預防措施，包括進入線下醫療機構和辦公場所時的體溫檢測、加強公共區域的消毒，以及為現場員工提供防護口罩和酒精洗手液。

同時，鑒於線上中醫醫療服務的巨大潛力，我們開拓了在線業務，並探索線下醫療機構與互聯網醫院之間的協同效應。我們在中醫醫療服務網絡內推廣線上中醫醫療服務，逐步以線上諮詢取代不必要的線下診療，在打破時空限制的同時，降低客戶的感染風險。

董事會認為，COVID-19疫情所造成的負面影響對本集團於往績記錄期間的運營和財務表現而言並不重大。由於該疫情的發展仍存在不確定性，我們將繼續關注該疫情，並及時採取措施，將其對我們未來運營的任何潛在負面影響降至最低。

我們的業務運營和財務狀況可能會繼續受到疫情（包括COVID-19疫情）、自然災害及其他特殊事件的影響。我們無法向閣下保證任何此類不可抗力事件不會出現、進一步升級或對我們未來的經營業績、財務狀況或前景造成重大不利影響。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－未來在中國發生的任何不可抗力事件，如自然災害及傳染病疫情都可能使我們的網絡內醫療機構和門店無法有效地為客戶提供服務，從而對我們的經營業績造成重大不利影響」。