

## 業 務

### 概覽

#### 關於我們

我們是中國領先的基層醫療終端服務提供商。我們主要專注於向基層醫療終端提供藥品直供服務，同時為我們的基層醫療保健終端客戶提供量身定制的專病診治解決方案及檢驗診斷解決方案，致力於讓優質醫療資源下沉至基層市場，讓基層老百姓在家門口享受三級醫院水平的醫療服務和產品。我們的產品圍繞著基層醫療機構的核心業務流程展開，形成「檢測－診斷－用藥」的無縫循環，支持機構向患者提供醫療服務。根據灼識諮詢的資料，我們是中國基層醫療行業唯一一家為基層醫療機構提供包括檢驗、診斷、用藥及診療一體化業務場景全覆蓋服務及解決方案的服務提供商。根據同一資料來源，以2024年的收入計，我們在中國基層醫療的藥品直供市場排名第二。

根據灼識諮詢的資料，我們是率先引領並持續利用數智化技術為基層醫療終端提供服務的企業之一。我們於2016年開始運營，通過互聯網、醫學知識圖譜和數據分析技術解決基層醫療機構臨床檢驗能力普遍不足的問題。自此，我們圍繞基層醫療行業數字化能力普遍缺位、檢驗與診療能力薄弱，以及供應鏈冗長、同質低效的問題，不斷擴大解決方案組合。我們打造了(i)藥品直供及分銷服務，(ii)專病診治解決方案及(iii)檢驗診斷解決方案三大業務板塊。我們的客戶主要為基層醫療終端，包括(i)基層醫療機構，包括村衛生室、門診部及診所；及(ii)基層藥店，包括單體藥店及中小連鎖藥店。

我們整合了中國基層醫療行業長期積累的醫學能力、醫療資源以及數智化能力，鏈接產業鏈上下游各環節的持份者。我們擁有龐大而活躍的客戶群體。截至2025年12月31日，我們已直接為超過670,500家基層醫療終端客戶提供服務，包括超過390,100家基層醫療機構，280,400家基層藥店，其中包括超過202,400家單體藥店和超過77,900家中小連鎖藥店。自2023年12月31日至2025年12月31日，我們的註冊基層醫療終端客戶數量以複合年增長率11.4%的速度增長。根據灼識諮詢的資料，通過我們的基層醫療終端客戶，我們能夠間接使中國基層醫療行業約617百萬人受益，此數據乃按截至2025年12月31日我們覆蓋的基層醫療終端數量，乘以每類基層醫療終端平均服務人數後得出。我們亦將業務廣泛拓展至下沉市場並深入滲透下沉市場。截至2025年12月31日，我們的基層醫療終端客戶覆蓋範圍已擴展至全國縣總數的99%以上。

此外，於2023年至2025年，我們的收入由2023年的人民幣3,064.9百萬元增加至2025年的人民幣3,822.8百萬元，複合年增長率達11.7%。自2023年以來，我們也實現了規模盈利。

## 業 務

### 我們的市場機會

中國基層醫療行業體量巨大。該行業下游主要由覆蓋中國廣闊的下沉市場的基層醫療終端構(包括基層醫療機構及基層藥店)構成，覆蓋中國廣闊的下沉市場。根據灼識諮詢的資料，截至2024年12月31日，中國擁有約163.6萬家基層醫療終端，包括約104.0萬家基層醫療機構、29.1萬家單體藥店和30.4萬家中小連鎖藥店。預計2024年至2030年基層醫療終端數量將以2.3%的複合年增長率增長，到2030年末將達到187.1萬家。於2024年，按收入計，中國基層醫療行業市場規模達人民幣5,445億元。預計2024年至2030年，按收入計，市場規模將以9.2%的複合年增長率增長，到2030年末將達到人民幣9,220億元。

儘管中國的基層醫療行業規模龐大，但基本挑戰依然存在，包括診治不足、藥物供應鏈冗長且同質化，以及數字化能力有限。針對基層醫療的痛點，服務提供商被驅使為基層醫療終端提供更具助力及有益的解決方案，包括檢驗診斷服務、藥品直供服務及專病診治服務，而數字化及AI的應用亦正不斷增加。

**診療能力有待提升。**中國基層醫療保健行業面臨諸多制約因素，包括臨床檢驗、診療以及用藥等環節的醫學知識、技能及資源不足，顯示整體醫療服務能力仍有顯著提升空間。請參閱「行業概覽」。於2024年，基層醫療機構佔中國醫療衛生機構總數的95.2%。儘管此數目龐大，但基層醫療機構依然未能承接廣大基層醫療行業的診療需求。因此，於2024年佔中國醫療機構總數僅約3.6%的醫院承擔了全國近43.8%的診療量以及81.8%的住院收治量。

**藥品供應鏈有待優化。**基層醫療機構通常面臨巨大的營運壓力，原因包括供應鏈冗長且效率低下、SKU同質化、議價能力有限、採購成本高昂，以及交貨延遲。此等問題加劇其營運壓力，最終導致基層醫療行業的患者難以方便地取得價格合理且高品質的藥品。

**數字化能力有所缺失。**中國基層醫療終端普遍缺乏系統性的數字化管理能力，包括缺乏有效的數字化工具來進行臨床檢驗及後續診療，這種缺乏導致檢驗結果數據與患者數據的保存與傳輸低效，難以提升診斷及治療能力，且電子病歷(「EMR」)普及程度低、患者管理能力不足以及患者依存性不佳等問題。另一方面，基層醫療機構的數字化能力缺位，帶來了行政及監管挑戰，導致了病歷記錄不規範、藥物使用不合理、醫師執業難監管等諸多問題，進一步拖累了基層診療能力的提升。此項短板為供應鏈管理、SKU選品、人力資源效率及店內空間優化帶來巨大的提升機遇。

## 業 務

### 我們的業務模式

我們的業務模式以「讓優質醫療資源下沉，讓老百姓在家門口享受三級醫院水平的醫療服務」為初心，經過於往績記錄期間內的不斷地創新與迭代，我們為基層醫療終端客戶開發並提供(i)藥品直供及分銷服務；(ii)專病診治解決方案；及(iii)檢驗診斷解決方案。三大成熟業務板塊緊密協同運作，為中國下沉市場的廣大基層醫療終端提供一站式服務及解決方案。

下圖說明我們的商業模式：



## 業務

下表載列各業務分部詳情概要：

	藥品直供及分銷服務	專病診治解決方案	檢驗診斷解決方案
商業模式.....	<p>我們提供多種藥品及其他醫療產品。</p> <p>自有品牌藥品業務：我們專注於藥品直供，精選客戶需求量最大的藥品類別，並與合格的上游製藥企業合作，以我們自己的品牌或四川佳能達及其附屬公司通過獨家許可方式獨家授權授予我們的品牌（「自有品牌」）進行生產。</p> <p>普藥業務：我們專注於藥品分銷，亦包括直供第三方品牌的藥品，採購第三方品牌的藥品及其他醫療產品，主要銷往四川省及重慶市或鄰近地區的客户。</p>	<p>針對常見疾病與慢性病的症狀及病症，以中醫藥（「中醫藥」）為特色，提供適用於基層醫療機構的集檢驗、診斷和用藥於一體的解決方案包。我們的解決方案包涵蓋檢驗診斷服務、培訓基層醫師識別與診斷不同症狀及病症的能力，以及為每個解決方案包量身定制的藥品及其他醫療產品。</p>	<p>我們主要提供實驗室檢驗及醫學影像檢查，幫助基層醫療機構建立可媲美三級醫院臨床檢驗科的權力，並建構醫學影像和病理診斷能力。</p> <p>為幫助客戶更有效運用我們的檢驗診斷解決方案，並提升客戶的忠誠度，我們亦為基層醫生提供即時協助和病理指導，及以實時檢驗（「POCT」）設備作為我們臨床檢驗服務和其他解決方案補充。</p>

為提升客戶滿意度、驅動客戶忠誠度並強化品牌聲譽，我們同時向藥店客戶提供藥店增值服務，該等服務一般為配套服務，主要包括營運諮詢支援及線上處方服務，藉此助其進一步提升營運能力。

## 業 務

藥品直供及分銷服務	專病診治解決方案	檢驗診斷解決方案
<p>客戶及付款人.....</p> <p>基層醫療機構、基層藥店及批發商（包括直接批發客戶及分銷商），各自支付費用。</p>	<p>基層醫療機構及批發商，各自支付費用。</p>	<p>基層醫療機構。</p>
<p>供應商 .....</p> <p>藥品及其他醫療產品的製造商和分銷商。</p>	<p>POCT設備及相關耗材的製造商，以及藥品及其他醫療產品的製造商和分銷商。</p>	<p>獨立醫學實驗室（「ICL」）以及POCT設備及相關耗材的製造商。</p>
<p>收費基準及定價機制 ..</p> <p>我們通常通過考慮我們的成本、市場上同類產品的定價以及當地市場的供需動態來釐定定價。</p>	<p>我們根據客戶從解決方案包中選購的組件收取打包費用。一般而言，我們透過考慮以下因素來確定每名客戶的解決方案包價格：</p> <p>(i) 所包含的藥品及其他醫療產品的市場競爭程度；(ii) 我們開展相關診斷、治療展用藥培訓的成本；(iii) 客戶選擇的檢驗診斷服務。</p>	<p>價格通常介於我們的成本（例如向ICL採購的價格）與政府制定的標價之間，後者可用作我們客戶向患者收取檢驗費用的參考。在此範圍內的實際價格受市場供需關係影響。客戶透過我們的APP下單時支付服務費，APP上會清楚標示我們給予客戶的檢驗價格。</p>
<p>收入確認.....</p> <p>收入在產品交付予客戶時確認。</p>	<p>藥品或其他醫療產品的收入在藥品或其他醫療產品交付予客戶時確認，而檢驗診斷的收入主要隨時間推移逐步確認。</p>	<p>收入在向客戶發出檢驗或檢查報告時確認。</p>

## 業 務

為應對行業需求及趨勢，我們持續升級業務模式、產品、服務及解決方案。我們於2025年8月透過引入AI智能體來升級服務內容，該系統隨後演進為AI好醫生診療支持系統。該系統被設計為輕量級雲軟件解決方案，可透過多個相互連結的客戶門戶存取（診所自有的筆記型電腦、專用移動應用程序及好醫生平板電腦），能協助基層醫療機構快速提升診斷能力。該平台整合了HIS、合規系統以及數款分別專攻全科、中醫藥與臨床檢驗領域的AI醫療助手，為基層醫療終端提供貫穿整個業務流程的數字化智能支持，如通過AI生成診前AI賦能的電子病歷、診中AI輔助診斷及智能處方審核以及診後智能健康管理。截至最後實際可行日期，我們的AI好醫生診療支持系統已覆蓋29個省、235個城市及520多個縣區的8,500多家基層醫療機構，服務基層醫生超過24千名、門診數量超過32百萬人次，生成病歷超過28百萬份。自我們收購杭州好醫生全診以來及截至同日，我們累積超過3,500份來自客戶訂購我們AI好醫生診療支持系統的訂單，合約金額超過人民幣9.1百萬元。

得益於我們對基層醫療行業的深刻洞見以及差異化的產品和業務場景全覆蓋的服務解決方案，我們認為基層醫療機構和基層藥店能夠實現穩定和高效運營，提升其行業辨識度和其市場影響力，因而客戶對我們的服務及解決方案產生的黏性和轉換成本均較高；同時，客戶一旦體驗和認可我們若干解決方案的價值後，就能夠更為便捷地使用我們更多服務及解決方案，因此，客戶在我們的採購規模不斷增長，驅動我們的業務實現不斷增長。

### 我們的社會責任

我們鏈接產業鏈上下游資源，推動市場各參與方的發展，實現多方共贏，這反過來又推動業務的持續增長。我們提高了基層醫療行業對優質醫療資源的可及性，普惠醫療資源有限地區的患者，緩解了基層醫療行業資源供需不均衡的問題。我們相信我們不僅有助於實現中國基層醫療產業升級，亦有助創造巨大的社會價值，惠及所有主要利益相關方。

**基層醫療機構及藥店。**我們的產品、服務和解決方案幫助基層醫療機構對標醫院科室模型，建立檢驗科、影像科、病理科、藥劑科，提升基層醫療機構的醫療能力，實現精準診療及高效患者管理及提高運營效率，從而改善患者獲得的整體服務質量；我們保持更新迭代的AI及信息化系統，能夠幫助我們的基層醫療機構客戶在問診、輔助診療、報告解讀及病歷合規等方面，利用先進的數智化手段，提升其經營管理效率。對於藥店而言，我們的產品、服務及解決方案能協助其透過加入價格具競爭力且品質優良的藥品，擴充產品組合。對於希望使其產品組合有別於鄰近競爭對手的客戶而言，我們可依據客戶需求定制化產品組合。我們同時協助提升藥店客戶的營運能力，助力藥店轉型為便捷、專業、可信賴的基層醫療終端。通過使用我們的產品、服務和解決方案，我們的基層醫療機構和基層藥店客戶可以實現更多樣化的收入來源。

---

## 業 務

---

**患者。**我們的產品、服務及解決方案提高了便捷、全面、優質的檢驗診療服務的可觸達性。尤其是，透過我們的產品、服務和解決方案，患者得以在鄰近的基層醫療服務終端獲得更專業、更精準的檢測、診斷、用藥以及診療一體化服務，有助於更早識別疾病，並確保獲得更及時有效的治療，降低延誤治療和疾病進展的風險。此外，我們的產品、服務和解決方案幫助患者以更低的成本獲得醫療服務，減輕患者的經濟負擔。

**上游市場參與者。**我們的產品、服務和解決方案連接上游市場參與者（包括製藥公司、臨床實驗室及醫療器械供應商）以及下游基層醫療終端及終端客戶。我們幫助這些上游市場參與者建立市場對其產品的認可，擴大客戶群和收入來源，可使他們的產品和服務觸達廣闊的中國基層醫療行業參與者。我們還助力上游市場參與者從下游基層醫療終端及終端客戶收集反饋，以不斷改進他們的產品和服務。基於反饋的積累，上游市場參與者可以進行客戶為導向的產品研發、改進以及精準推廣產品和服務，實現按需生產、以銷定產。

**醫療管理者和醫院的分級診療制度。**我們的產品、服務和解決方案旨在促進分級診療制度的實施，特別是對身為公眾第一接觸點的基層醫療機構賦能。通過讓患者和關注健康人士能夠在基層醫療機構獲得優質醫療服務，我們相信我們的產品可以讓醫院將資源集中在治療重症或複雜疾病的患者上，從而降低住院率。我們相信此舉將推動醫療資源的更均衡分配，減少過度檢查和過度治療，繼而有助於醫療系統資源的有效部署。

### 我們的過往業績

於往績記錄期間，我們的經營業績持續穩定增長。於2023年、2024年及2025年，我們的收入分別為人民幣3,064.9百萬元、人民幣3,263.7百萬元及人民幣3,822.8百萬元，於2023年至2025年的複合年增長率為11.7%。於2023年、2024年及2025年，我們的利潤分別為人民幣62.5百萬元、人民幣37.8百萬元及人民幣54.1百萬元。於2023年、2024年及2025年，我們的經調整淨利潤（非香港財務報告準則計量）分別為人民幣65.3百萬元、人民幣86.7百萬元及人民幣82.9百萬元。

### 我們的優勢

**中國領先的基層醫療終端服務提供商。**

我們是中國基層醫療終端的領先服務提供商。我們專注於向基層醫療終端提供藥品直供服務，同時為我們的基層醫療保健終端客戶提供量身定制的專病診治解決方案及檢驗診斷解決方案。我們是最早引領並持續利用數智化技術為中國基層醫療終端提

---

## 業 務

---

供服務的公司之一。截至2025年12月31日，我們已直接為超過670,500家基層醫療終端客戶提供服務。根據灼識諮詢的資料，以2024年收入計，我們在中國基層醫療藥品直供市場排名第二。我們亦是中國基層醫療行業唯一一家為基層醫療機構提供包括檢驗、診斷、用藥及診療一體化業務場景全覆蓋解決方案的服務提供商。

秉承「讓老百姓在家門口享受三級醫院水平的醫療服務和產品」的初心，我們自2016年創業伊始，率先切入基層醫療機構最薄弱的臨床檢驗環節，系統性構建基層檢驗診斷綜合醫學知識庫並整合ICL資源，幫助基層診所建立具成本效益的檢驗科，並借助互聯網與AI能力提供輔助診斷支持，切實提升其診療能力。於2020年，我們將業務擴展至藥品直供及分銷服務，向中國各地的基層醫療機構及基層藥店推出我們精心選擇的獨特自有品牌藥品。於2023年，我們在「診療+藥品」綜合經驗積累的基礎上，以中醫藥為特色，針對基層醫療行業常見慢病「看病難、用藥貴、依從性差」的現狀，推出一站式診療一體化解決方案。於2025年，我們進一步升級我們的產品，導入整合AI能力的HIS數智化工具。我們整體服務矩陣使我們能夠透過為基層醫療終端提供全面服務，建立營運優勢，為基層醫療終端提供全面的服務，從而在業內其他參與者中脫穎而出。

從最初單一專注於臨床檢測服務，逐步發展為提供涵蓋基層醫療終端全業務流程的綜合服務及解決方案，我們始終走在中國廣闊、零散的下沉市場前沿。在業務發展的過程中，我們有系統地積累了對中國基層醫療行業的深刻認知。如上所述，我們已磨練出了一支高效的本地化銷售與客戶服務團隊，並取得龐大的客戶群。我們還將業務廣泛拓展至下沉市場並深入滲透下沉市場。截至2025年12月31日，我們已為超過660,600家基層醫療健康終端客戶提供服務，佔全國縣總數的99%以上。得益於我們客戶的業務場景全覆蓋，我們平台上的客戶持續活躍，購買意願不斷增強。

### 醫學專業知識與數智化能力深度融合。

得益於與四川佳能達的深厚淵源，我們擁有豐厚的醫藥產業背景與豐富的醫學積累，並且自創立以來就一直致力於以大數據、雲計算、數字化與AI等領先技術手段與我們的醫學能力與資源積累緊密融合，切實提升基層醫療機構的檢驗診斷能力與整體醫學水平，並引領着中國基層醫療行業的數智化變革。

一方面，相較於三級醫院，中國基層醫療機構因為醫師資源不足，以及配套檢驗設備缺失等問題，醫學檢驗與診療水平有待提升。為此，自創立伊始，我們便持續致力於基層醫療機構的檢驗能力、醫學能力的建設與普及工作。我們系統性地搭建綜合醫學知識庫，涵蓋臨床檢驗方面的廣泛信息以及醫療耗材、採樣、醫學診斷標籤及法

## 業 務

規方面的常識，以及超過1,600個有效的實驗室信息系統（「LIS」）數據，為醫學檢驗提供了重要依據；此外，我們已針對149種健康問題的檢測，標準化採樣程序及後續檢測報告的解讀流程。從而為基層醫療機構醫生提供便捷、實用及詳實的參考。除了基本的醫學檢驗能力，廣泛而下沉的基層醫療機構同樣是疑難雜症與常見慢病治療的前哨。為切實提升基層醫療機構的診療能力，依托我們的醫學與醫藥產業資源，我們向基層醫療機構推出了以中醫藥為特色的專病診治解決方案。截至2025年12月31日，我們推出了13套定制解決方案套餐，同時配備了全職醫學專家對診療過程提供及時的指導，並定期組織基層醫療機構進行學術會議、集中研習和觀摩學習，且於往績記錄期間內累計安排該等學術研習會議逾6,000場。通過我們的持續投入，「金蟾療法」、「延動療法」、「京鴻閣五行療法」等多個專病診治解決方案已在基層獲得了積極反響。得益於切實的診療效果，我們的基層醫療機構客戶實現了門診人次的顯著提升，並形成了良好的口碑與標桿示範效應。這些成果使我們的專病診治解決方案的註冊基層醫療機構客戶數量由截至2023年12月31日的超過123,100家增長22.0%至截至2024年12月31日的超過150,100家，並於截至2025年12月31日進一步增加7.6%至超過151,300家。

另一方面，中國基層醫療機構數量龐大且地理分布廣泛，若僅提供純線下服務，不僅耗時、成本高昂，且效率低下。因此，我們致力於將我們的醫學積累與數智化技術相結合。通過我們的服務，基層醫療機構與基層藥店可迅速取得其所需的各項服務，包括透過行動裝置即時存取龐大的醫學知識庫，雲存儲和數字化傳輸檢測結果，提供專病診治方案的即時遠程諮詢與指導，以及便捷且智能化的藥品直供及配送服務。同時我們亦根據客戶的瀏覽與使用服務類型偏好進行個性化的首頁布局。我們通過多個APP運營三個業務板塊。截至2025年12月31日，該等APP已合計擁有超過670,500家註冊基層醫療終端客戶，並沉澱了海量數據，為我們業務的持續創新提供豐富的深度見解。

我們的基層醫療產品嵌入了AI能力並保持持續迭代，幫助基層醫療機構提升診療與運營能力。我們在臨床檢驗中利用專利技術「基於檢驗結果確定醫學標籤的系統及人工智能方法」開發出針對檢驗結果的「關鍵值」AI指標系統。截至2025年12月31日，我們已運用AI技術建立約2,400種醫療診斷標籤，以協助快速解讀檢驗結果。我們的產品針對檢驗結果的異常與嚴重程度提供方便用戶的解讀指引，從而提升客戶解讀報告的效率與準確性。我們亦積極推動AI賦能POCT設備在醫學影像檢驗中的應用，從而提升整體醫學影像診斷能力。例如我們的頸動脈雲超POCT設備憑藉AI能力的輔助，可幫助醫生更有效地發現不易發現的斑塊，同時對斑塊的測量、評價與分析的準確性亦

## 業 務


有所提升。在診療與運營方面，我們為客戶提供數字化智能工具。我們向基層醫療機構推出了AI好醫生診療支持系統，可實現雲端輕量化部署，從而幫助基層醫生無額外機房建設、維護人員等費用支出即可輕鬆擁有數智化系統，並且保持系統的持續迭代升級。

### 高速成長的中國基層醫療領域的藥品直供參與者。

我們能夠全方位解決中國基層藥品流通行業所面臨的種種挑戰。中國基層藥品流通行業規模體量巨大，且受益於推動建立分級診療體系等政策的利好而持續保持高速增長。根據灼識諮詢的資料，於2024年，以收入規模計，中國基層醫療藥品流通規模達人民幣4,388億元，並將在2024年至2030年保持8.6%的複合年增長率，於2030年末達到約人民幣7,216億元。中國基層醫療藥品流通行業儘管規模巨大，但依然存在着模式傳統、中間層級多、流通效率低等諸多痛點。我們採納的藥品直供專銷模式大幅縮減中間流通環節，實現工業端與終端的直聯，創造了工業端、流通端、終端和患者的多方共贏局面，是中國醫藥流通市場的新興趨勢。在中國藥品流通市場方面，中國基層醫療的藥品直供市場仍處於發展初期。請參閱「行業概覽－中國基層醫療行業－基層醫療藥品直供市場」。

我們是中國基層藥品直供市場的領先企業。根據灼識諮詢的資料，以2024年收入規模計，我們是中國基層醫療藥品直供市場中第二大且增長最快的參與者。憑藉對中國基層醫療市場的深刻理解，我們建立了針對藥品直供業務的獨特能力體系，包括以下四個主要方面：

**出色的選品能力。**我們與中國廣泛、下沉的基層醫療機構與基層藥店已形成緊密互動。憑藉這些優勢，我們能夠及時洞察特定地區、特定適應症所對應藥品SKU的動銷趨勢，並準確地評價與把握基層終端需求，從而能夠迅速鎖定特定藥品類別，針對這些類別，以我們的自有品牌開發實惠且高品質的替代品，以取代昂貴藥品及其他醫療產品，此舉不僅可行，且在商業上具有合理性。

**強大的品牌背書與豐富的产品矩陣。**截至2025年12月31日，我們擁有「蜀漢本草」、「芙新」、「古方懸壺」、「馳銘」、「好健膳」等超過16個知名自有品牌，通常與由四川佳能達擁有並許可我們使用的「好醫生」商標（）並列呈現配合使用，並於該等自有品牌旗下形成了豐富而獨特的藥品品種矩陣，為客戶及終端客戶提供豐富的藥品選擇。通過我們自有品牌藥品業務所提供的藥品及其他醫療產品的SKU數量由截至2023年12月31日的超過4,900個增加至截至2025年12月31日的超過10,600個，複合年增長率為46.6%。根據灼識諮詢的資料，我們的SKU數量均顯著領先於競爭對手。這進一步夯實了我們的領先優勢。

---

## 業 務

---

**嚴格的選廠標準。**根據鎖定的藥品品種，我們尋求上游製藥企業進行自有品牌藥品的生產，我們形成一套行之有效的選廠標準，包括5年內不得出現不良質量報告，以及質控團隊的現場檢查，從而確保我們的貼牌藥品的高品質。截至2025年12月31日，我們的自有品牌藥品業務已累計與超過2,000家廠家達成深度高效合作關係。

**數字化管控與履約能力。**我們與製藥廠商在自有品牌藥品業務上的合作，使我們能即時掌握其當前生產、物流及庫存狀況，這縮短了每批藥品的生產週期，並提升我們的周轉效率。對於我們的客戶，我們依托互聯網技術與數字化網格管理，助力特定客戶在特定地區的SKU矩陣的獨特性。為履行承諾，我們已建立包括倉庫在內的數智化供應鏈系統。根據灼識諮詢的資料，截至2025年12月31日，該等倉庫為中國西南地區規模最大的倉庫。我們依托先進AI技術，對物流在途進行有效追蹤監測並對異常實時預警處理，確保物流服務的連貫性並降低破包問題。

我們廣泛且深入的業務場景覆蓋，賦予了我們獨特的優勢。在此基礎上，我們以藥品直供及分銷服務為主要的商業化手段，提升客戶忠誠度，最終推動業務快速增長，並實現高價值創造和可擴展的盈利能力。憑藉我們已確立的行業地位和經受市場檢驗的業務模式，我們能夠抓住中國基層醫療藥品直供市場未來重大轉型整合所帶來的機遇。

**不斷創新與可拓展的商業模式，為我們業務的持續增長提供充沛動力。**

我們自2016年創立以來，緊密圍繞基層醫療機構以及基層藥店的實際需求，持續升級我們的商業模式。我們從最初專注於檢驗診斷解決方案，逐步發展為提供涵蓋基層醫療機構全業務場景的服務與解決方案，截至2025年12月31日我們的覆蓋範圍由僅覆蓋四川省擴展至全國，佔全國縣總數的99%以上。截至同日，合計擁有超過670,500家基層醫療終端。我們不斷創新與可拓展的商業模式為業務的持續增長提供了充沛的動力。

**檢驗診斷解決方案。**檢驗診斷解決方案為我們率先切入基層醫療市場的重要抓手，截至2025年12月31日，我們的檢驗診斷解決方案提供超過3,700個SKU的臨床測試，並配備了專門的銷售與客戶服務團隊及專業醫學服務團隊，覆蓋了逾74,200家基層醫療機構。相比之下，我們三大業務板塊的服務及解決方案整體覆蓋超過390,100家基層醫療機構。這表明我們的檢驗診斷解決方案滲透率存在顯著提升空間。我們相信，未來檢驗診斷解決方案將為我們的增長注入新的動能。

**藥品直供及分銷服務。**我們於往績記錄期間憑藉我們APP所積累的數據洞察，不斷提升我們的自有品牌藥和第三方品牌常用藥SKU的數量和豐富度，從而為終端客戶提供更多元的選擇。我們通過藥品直供及分銷服務提供的藥品SKU數目(含自有品牌

## 業 務

藥品及第三方品牌常用藥)由截至2023年12月31日的超過29,400個增加至截至2025年12月31日的超過45,800個，複合年增長率為24.9%。此外，通過為藥店提供配套增值服務，我們在目標客戶獲取方面取得突破性進展，並迅速擴大了中小連鎖藥店的客戶群。截至2025年12月31日，我們的中小連鎖藥店數量已突破77,900家，2023年至2025年的複合年增長率達20.1%。

**專病診治解決方案。** 依托於基層醫療市場的深度積累，我們圍繞基層常見多發病與慢性疾病，以中醫藥為特色打造了針對性「專病診療包」，並以「檢驗+診療+藥品+線上問診」定制解決方案套餐的形式提供給基層醫療機構。我們通過觀摩學習、坐診帶教、學術會議、集中研習等多種方式，真正幫助基層醫療機構提升其診療能力並積累口碑。於往績記錄期間，我們專病診治解決方案的標桿臨床客戶受益於我們的一體化解決方案，門診量大幅增加。截至2025年12月31日，我們的專病診治解決方案已經開發了13個病種，擁有超過1,000個特色藥品及其他醫療產品SKU，覆蓋了超過151,300家基層醫療機構。於2025年，我們的專病診治解決方案收入達人民幣724.9百萬元，自2023年起的複合年增長率為19.6%。

我們以藥品直供及分銷服務為基礎，實現規模變現與規模盈利，同時通過以檢驗診斷解決方案所支撐的專病診治解決方案作為抓手，打造第二增長曲線。此外，憑藉我們產品和服務帶來的便利與洞見，以及對業務場景的全覆蓋服務解決方案以及獨特優質的藥品，我們能有效提升基層醫療機構和基層藥店的運營質量和市場地位，有助於提高客戶忠誠度，並增加轉換成本。當客戶接觸並認可我們初始產品與服務的價值後，即可透過部署於雲端且後端互聯的APP，無縫接軌使用更廣泛的服務，從而為我們獲得更大的客戶錢包份額並驅動我們的業務持續高速增長。

### 持續擴大客戶基礎並深化客戶互動。

不同於大型醫院與大型連鎖藥店主要位於城市，我們的主要客戶位居中國廣闊的下沉市場。我們還將業務廣泛拓展至下沉市場並深入滲透下沉市場。截至2025年12月31日，客戶覆蓋的縣級行政區域逾2,800個，佔全國縣總數的99%以上。為實現有效的客戶獲取和服務，我們制定了針對性的銷售與服務策略，將以基層醫療為核心的產品與高效且本地化的銷售與服務團隊線下服務緊密配合，以深度契合我們基層醫療市場終端客戶的需求，從而持續擴大客戶基礎與提升客戶黏性。

## 業 務

我們深刻洞察基層醫療行業的需求，率先以數智化的工具對基層醫療機構與基層藥店的運營進行線上化賦能，包括針對性搭建醫學知識庫並線上化，實時的遠程問診諮詢與醫療指導，以及可7×24小時便捷下單的藥品數字化供應鏈體系。然而基層醫療終端普遍位於下沉市場且高度分散，同樣需要銷售及客戶服務團隊線下面對面、有溫度的交流、服務和指導。為此，我們组建了一支高效、下沉與極具戰鬥力的銷售與客戶服務團隊以及一套有效的管理體系。我們從業務實際需求出發安排銷售與客戶服務團隊，以業務條線為分割，將全國市場劃分為大區，下轄多個銷售區域，從而有效覆蓋廣闊的基層醫療下沉市場。我們以「核心骨幹+彈性招募銷售團隊」的機制組建我們的銷售與客戶服務團隊，由銷售與客戶服務團隊開展銷售及營銷活動。核心骨幹深耕基層醫療市場，具有豐富的客戶開發、管理與運營經驗，而彈性招募的銷售人員則通過核心骨幹的帶教與我們完善的培訓與考核體系迅速了解我們的業務產品、服務及解決方案。我們的員工端客戶關係管理系統亦為我們的銷售與客戶服務團隊迅速形成客戶畫像、制定拜訪路線、以及制定針對性的業務發展策略，從而提升銷售與客戶服務的效果。

得益於我們高效的銷售與客戶服務策略，並結合我們業務場景全覆蓋的服務及解決方案、領先的數智化能力以及具有獨特優質SKU的藥品供應鏈，我們不斷擴大客戶群，且客戶黏性不斷提升，從而有助於我們在競爭中勝出。根據灼識諮詢的資料，截至2024年12月31日，我們於中國基層醫療藥品直供專銷領域的終端覆蓋數量大幅領先主要競爭對手。

### 具備基層醫療豐富經驗的管理團隊與強大的股東支持。

我們的創始人耿福能先生是好醫生品牌創始人並為我們的終身榮譽會長，深耕中國基層醫療市場近四十年，在醫藥研發、醫藥工業、醫藥商業及團隊管理方面均提供了深刻的理解及豐富的經驗。耿福能先生當選為第12、13和14屆全國人大代表，並榮獲「全國非公有制經濟人士優秀特色社會主義建設者」、「全國脫貧攻堅先進個人」、「全國脫貧攻堅獎—奉獻獎」、「中華慈善獎」等稱號及獲評為「全國抗擊疫情民營經濟先進個人」。耿福能先生亦擔任中國民營經濟研究會副會長、中國中藥協會副會長、中國醫藥教育協會副會長及全國工商聯醫藥商會醫藥業商會副會長。

我們的聯合創始人、執行董事及董事長GENG Jie女士加入我們之前，曾於四川醫貿流通與醫藥工業板塊工作，對基層醫療市場有着充分了解，並積累了超過16年的行業經驗。我們的執行董事兼首席執行官蘇亞洲先生曾於好醫生藥業集團有限公司工

---

## 業 務

---

作，在基層醫療行業擁有超過17年的專業經驗。我們的核心管理團隊成員擁有多年的基層醫療相關工作經歷，具備豐富的醫藥銷售、醫學診斷、供應鏈管理以及互聯網信息技術方面的專業知識。

我們的股東深耕醫療領域，具備豐富的生物醫療投資及企業運營經驗，為我們的業務發展提供了強大的支持。例如，我們的股東奧博資本專注於全球生物醫療領域的投資已有20多年，廣泛投資了醫療健康領域全賽道，有着強大的網絡和資源，能夠幫助被投企業引進產品和技術，尋找戰略合作夥伴及打入國際市場。

### 我們的戰略

**加快AI能力建設並提升對基層醫療的附加價。**

AI技術未來廣泛運用，將全面提升基層醫療的整體規範化、數字化、智能化水平，為把握這項提升基層醫療能力的絕佳契機，我們將致力加快基層醫療市場數智化普及與AI能力建設：

**以HIS系統為切入，普及基層醫療數智化。**我們計劃藉助在基層醫療機構推廣普及具備AI功能的HIS系統，協助客戶數智化關鍵的營運及行政流程。目標應用場景涵蓋檢測與診療流程、患者信息的自動化錄入、檢測結果的自動回傳與同步、以及全面採用自動生成電子病歷系統，從而提升基層醫療機構檢測與診療過程的規範化、體系化、數字化水平，鞏固基層醫療的數智化基礎。

**以AI賦能為驅動，持續提升基層診療水平。**我們將圍繞基層醫療機構的常見場景積極構建AI能力，為廣大的基層醫療機構打造真正的「AI全能助手」。於診療能力提升方面，我們計劃持續升級我們的AI好醫生診療支持系統，在現有的輔助診斷能力的基礎上進一步基於醫療信息系統進行迭代，使其提升在自然語言處理、病歷輔助分析方面的能力，智能輔助診療能力；於基層醫學能力建設方面，我們將憑藉我們醫學知識庫的積累，通過AI技術打造更加方便基層醫生使用的醫學智能體、學術指南、病歷庫以及虛擬培訓系統，從而幫助基層醫生持續提升其診療水平；於患者管理方面，我們亦致力於通過數智化技術幫助基層醫療機構為其患者提供個性化的健康管理方案、健康諮詢與隨訪服務；於診所管理環節，我們亦將依托數智化能力為基層醫療客戶打造便捷的醫保接入、經銷存管理等服務，從而提升基層醫療機構的運營效率，並最終提升患者的日常就診體驗。

---

## 業 務

---

**通過多方面賦能，為基層醫療終端客戶積極構建數智化生態。**除了推廣HIS及開發適用於基層醫療的AI能力外，我們亦將積極整合產業資源，為我們的基層醫療終端客戶提供更加多元的賦能，包括提供數智化供應鏈管理、門店運營提升、供應鏈融資及其他增值服務，並探索醫療保險服務以實現支付端的進一步打通，為參與者搭建良好的基層醫療數智化生態，從而在不斷踐行「全面賦能基層醫療」使命的同時，增強我們的競爭優勢。

**着力提高專病診治解決方案與檢驗診斷解決方案的業務規模。**

伴隨著我們對基層醫療市場數智化與AI技術普及的持續努力，我們的專病診治解決方案與檢驗診斷解決方案亦將更便捷、更易用和更可得。未來，我們將着力提升我們的專病診治解決方案與檢驗診斷解決方案的業務規模，具體而言：

我們亦將將擴大持續提升我們專病診治解決方案的規模。我們計劃開發更多的針對性慢病管理的解決方案包。透過增強醫療能力及AI技術支持，我們將構建融合中醫藥特色的AI賦能醫療知識庫，為基層醫療機構提供更及時有效的支援，並通過學術會議、專題學習，坐診帶教、標桿診所觀摩等方式多管齊下，協助基層醫療機構提升診斷能力和聲譽。我們相信此舉將有效推動我們專病診治解決方案的業務規模擴展。

我們將致力於推動基層醫療終端客戶更廣泛地採用我們的檢驗診斷解決方案。基於我們現有的龐大客戶群，我們認為具有巨大潛力可增加積極且持續採用檢驗診斷解決方案的客戶數量。我們計劃加強我們銷售及客戶服務團隊對推廣檢驗診斷解決方案的投入，同時探索部署更便利、更全面的POCT設備。如上文所述，我們也計劃進一步探索並提升AI技術在檢驗診斷領域的應用效果。我們相信，這些措施最終將吸引並鼓勵更多基層醫療機構使用我們的檢驗診斷解決方案。

**持續擴大的全國藥品直接供應網絡，鞏固我們的行業領先地位。**

我們將擴大我們的全國藥品直接供應網絡，並鞏固我們的行業領先地位：

**持續深化及擴展客戶覆蓋範圍。**我們將持續擴大基層醫療機構客戶群，鞏固我們的行業領導地位，並透過藥品直供及分銷服務以及藥店配套增值服務為抓手盡快推進中小型連鎖藥店客戶的開拓。

## 業 務

**依托藥品直供及分銷服務，持續豐富藥品品種與SKU數量。**我們的目標是緊密契合客戶需求，與優質的上游製藥企業與供應商建立緊密的緊密合作，並進一步豐富我們的藥品品種和SKU，包括中藥飲片和中藥顆粒的SKU。此外，我們亦致力確保我們的自有品牌藥品能持續在貨架上佔有一席之地。

**加速智能倉儲設施的全國布局。**隨著我們藥品直供及分銷服務規模擴大，以及客戶覆蓋範圍的拓展，我們將在全國各物流樞紐節點開立新倉。我們將審慎評估並選擇3或4個重要節點城市開立我們的新倉。新倉的開立有助於全面提升我們的履約效率、優化我們的物流成本，並大幅下降我們的起購價與包郵門檻，最終提升我們廣闊的終端用戶的客戶體驗，提高其下單頻次，並帶動單客戶整體訂單金額的上漲。配合倉儲設施的全國布局，我們亦將持續提升我們的倉儲管理系統及物流系統，為我們的全國多倉布局奠定紮實的數字化系統基礎，並着力進一步提升我們倉儲及物流系統的自動化與智能化水平，從而支撐藥品直供及分銷服務的更快發展。

**尋求戰略合作夥伴關係，並探索潛在的投資和併購機會，把握市場機遇及推動業務增長。**

作為我們內生增長戰略的有機補充，我們計劃在中國有選擇地、審慎地尋求戰略合作夥伴關係，以及進行投資和收購，包括縱向尋求產業鏈上下游資源，例如與暢銷藥品、其他醫療產品及POCT設備的上游供應商展開合作。我們亦將考慮在特定區域市場橫向整合渠道資源，以鞏固我們在藥品直供與獨家分銷領域的領導地位。此外，我們將評估與技術公司（如軟件即服務（「SaaS」）提供商及AI應用提供商）建立潛在戰略合作關係、進行投資或收購的可能性，以提升數字智能能力，優化營運效率並提供更佳的客戶體驗。此等舉措進一步鞏固我們作為中國領先的基層醫療終端服務提供商的地位。截至最後實際可行日期，我們並未確定任何具體的合作關係、投資或收購目標，亦並未簽訂任何相關協議。

### 我們的服務及解決方案

我們通過(i)藥品直供及分銷服務、(ii)專病診治解決方案及(iii)檢驗診斷解決方案三大業務板塊，為基層醫療終端提供服務及解決方案。於往績記錄期間各年度，我們的大部分收入均來自我們的藥品直供及分銷服務。我們主要服務於中國下沉市場的基層醫療終端客戶，主要包括基層醫療機構及基層藥店：

- 我們的藥品直供及分銷服務在緩解其供應鏈同質化所帶來的經營壓力及保證SKU豐富性的同時，為我們的客戶（主要為下沉市場中體量巨大的基層醫療終端，包括基層醫療機構及基層藥店）提供差異化的質優價廉藥品。我們

## 業 務

主要通過自有品牌藥品業務經營藥品直供及分銷服務，其採用直供專銷模式。該業務線由我們聚焦供應第三方品牌常用藥品普藥業務助益。我們主要透過相關APP（主要是藥約約）提供藥品直供及分銷服務，主要通過向基層醫療終端客戶直銷產品取得收入。其次，我們亦通過我們的APP好藥優選向直接批發客戶和分銷商銷售第三方品牌的常用藥品。有關業務安排、交易及資金流均完全在業務客戶與我們之間進行。我們通常不向任何患者銷售或收取費用。

- 我們的專病診治解決方案，以常見慢病為抓手，以中醫藥為特色，以「檢－診－療－藥」一體為定制解決方案套餐。我們主要依托我們的相關APP（主要是診教授）向基層醫療機構客戶提供專病診治解決方案，並透過線下銷售向分銷商客戶提供專病診治解決方案，同時向使用我們專病診治解決方案的基層醫療機構提供線上及現場售後服務。我們自專病診治解決方案產生收益，主要方式為根據客戶所選解決方案套餐中的組合，向其收取打包式費用。有關業務安排、交易及資金流均完全在我們與業務客戶之間進行。我們不向任何患者銷售或收取費用。
- 我們的檢驗診斷解決方案使基層醫療機構能夠向患者提供檢驗診斷服務。我們通過我們的相關APP診寶倍提供檢驗診斷解決方案，並配備醫療團隊，致力於為客戶提供有關線下線上檢驗診斷解決方案的病理協助。我們主要通過收取臨床檢測服務費的形式獲取檢驗診斷解決方案收入。有關業務安排、交易及資金流均完全在我們與基層醫療機構客戶之間進行。我們不向任何患者銷售或收取費用。

請參閱「一 概述－我們的商業模式」，當中以表格形式概述了各業務線的詳情。

該三大成熟業務板塊協同運作，為中國下沉市場大量基層醫療終端提供可解決主要痛點的一站式服務及解決方案。部分採用我們其中一項服務的客戶可能會另購我們其他一項或兩項服務。我們的服務主要透過APP線上提供，該等雲端部署的APP後端相互連接，使我們能運用大數據與數據分析技術洞察客戶的購買行為與需求。然而，我們仍以獨立的業務單位及APP分別營運各業務分部。此外，儘管我們的藥品直供及分銷服務及專病診治解決方案均涉及藥品及其他醫療產品的供應，但SKU並無任何重疊情況。

## 業 務

下表載列所示年度按業務線劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
藥品直供及分銷服務 .....	2,448,496	79.9	2,527,442	77.5	3,027,531	79.2
－ 自有品牌藥品業務 .....	1,794,505	58.6	1,840,652	56.5	2,027,148	53.0
－ 普藥業務 .....	653,991	21.3	686,790	21.0	1,000,383	26.2
專病診治解決方案 .....	507,195	16.5	666,688	20.4	724,923	19.0
檢驗診斷解決方案 .....	101,125	3.3	69,529	2.1	69,472	1.8
其他 <sup>(1)</sup> .....	8,066	0.3	-	-	887	0.0
<b>總計 .....</b>	<b>3,064,882</b>	<b>100.0</b>	<b>3,263,659</b>	<b>100.0</b>	<b>3,822,813</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 於2023年，其他主要包括來自四川護之家人力資源管理有限公司（我們於2023年出售的附屬公司）的收入。四川護之家人力資源管理有限公司主要從事促銷及售後客戶管理服務。請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分的描述－收入」及本文件附錄一所載會計師報告附註32。於2025年，其他主要包括來自AI好醫生診療支持系統的收入。

下表載列於往績記錄期間我們的關鍵經營指標：

	截至12月31日止年度／截至該日		
	2023年	2024年	2025年
<b>SKU<sup>(1)</sup></b>			
自有品牌藥品業務 .....	4,976	7,622	10,690
普藥業務 .....	24,446	28,587	35,189
專病診治解決方案 <sup>(2)</sup> .....	157	725	1,006
檢驗診斷解決方案 .....	2,505	2,981	3,701
<b>客戶</b>			
累計註冊基層醫療機構 .....	328,329	372,489	390,112
累計註冊單體藥店 .....	158,303	187,755	202,482
累計註冊中小連鎖藥店 .....	54,028	65,717	77,941
累計註冊藥品直供及分銷服務客戶 .....	422,284	527,631	569,343

## 業 務

	截至12月31日止年度／截至該日		
	2023年	2024年	2025年
累計註冊專病診治解決方案客戶 . . . . .	214,961	262,129	270,027
累計註冊檢驗診斷解決方案客戶 . . . . .	65,446	68,510	74,224
累計休眠客戶 <sup>(3)</sup> . . . . .	138,762	150,046	241,221
<b>累計註冊基層醫療終端客戶總數<sup>(4)</sup> . . . . .</b>	<b>540,660</b>	<b>625,961</b>	<b>670,535</b>
月均付費客戶 . . . . .	120,901	121,970	122,722
月均新註冊客戶 . . . . .	13,745	7,126	3,765
付費客戶總數 . . . . .	331,355	319,380	292,739
每名付費客戶平均收入(人民幣元) <sup>(5)</sup> . . . . .	9,250	10,219	13,060
新註冊客戶轉為付費客戶比率(%) <sup>(6)</sup> . . . . .	70.8	70.1	74.1

附註：

- (1) 指截至所示日期的累計數量。
- (2) 反映解決方案套件中包含的藥品及其他醫療產品的SKU。
- (3) 休眠客戶指其在我們APP上註冊之日起至所示日期未曾下達任何採購訂單的用戶。
- (4) 不包括直接批發客戶或分銷商的人數。請參閱「－銷售及營銷－銷售渠道－批發」。
- (5) 同年總收入除以付費客戶總數。
- (6) 新註冊客戶轉為付費客戶比率指在指定年度內至少進行一次購買及付款的新註冊客戶人數除以截至所示日期已通過身分驗證的新註冊客戶人數。

自2023年起，隨著業務日趨成熟，我們將重心轉向提升客戶回購率及確保付費客戶群的穩定性，同時維持客戶基礎的內部增長。因此，於整個往績記錄期間，付費客戶的月均人數及每名付費客戶的平均收入均有所增加，新註冊客戶轉為付費客戶比率於2024年達到70.1%，而於2025年為74.1%。同時，於往績記錄期間內月均新註冊客戶人數及付費客戶總數有所下降。

### 藥品直供及分銷服務

自2016年成立以來，我們致力於提升基層醫療機構的診斷能力，但我們意識到基層醫療機構缺乏系統性的藥品供應鏈，無法獲得治療已確診疾病所需的高質量且具有成本效益的藥品。此外，基層醫療機構也無法及時取得大型醫院可用的新藥，導致臨床治療成效不彰。

## 業 務

我們於2020年開始提供藥品直供及分銷服務。我們向廣闊的下沉基層醫療終端提供豐富與差異化的優質藥品。我們通過我們相關APP提供的自有品牌藥品業務，專注於以直接供應和獨家經銷模式提供我們的自有品牌藥品及其他醫療產品。除自有品牌醫藥業務外，我們亦採購第三方品牌的藥品及其他醫療產品，並透過普藥業務主要銷售予位於或鄰近四川省及重慶市的客戶。總體而言，我們的藥品直供及分銷服務為基層醫療終端設備提供數字化、標準化及可擴展的B2B藥品平台，以增強其藥品供應鏈。

我們藥品直供及分銷服務(包括自有品牌藥品業務及普藥業務)下提供的藥品及其他醫療產品的SKU數目由2023年的超過29,400個增加至2025年的超過45,800個，複合年增長率為24.9%。

我們的藥品直供及分銷服務已發展壯大為我們業務模式的核心，貢獻最大的收入額。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們藥品直供及分銷服務產生的收入分別為人民幣2,448.5百萬元、人民幣2,527.4百萬元及人民幣3,027.5百萬元，分別佔同年總收入的79.9%、77.5%及79.2%。

我們透過藥品直供及分銷服務所提供的產品可分為：(i)中醫藥、(ii)西醫、(iii)醫療器械，以及(iv)健康產品及其他。下表載列於所示年度我們按產品類別劃分的藥品直供及分銷服務收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	(人民幣千元，%)					
<b>自有品牌藥品業務</b>						
中醫藥 .....	1,117,291	45.6	1,122,998	44.4	1,223,342	40.4
西醫 .....	613,188	25.0	655,765	26.0	689,386	22.8
醫療器械 <sup>(1)</sup> .....	42,872	1.8	38,374	1.5	71,419	2.4
健康產品及其他 <sup>(2)</sup> .....	21,154	0.9	23,515	0.9	43,001	1.4
<b>小計 .....</b>	<b>1,794,505</b>	<b>73.3</b>	<b>1,840,652</b>	<b>72.8</b>	<b>2,027,148</b>	<b>67.0</b>
<b>普藥業務</b>						
中醫藥 .....	265,481	10.8	316,257	12.5	470,542	15.5
西醫 .....	368,681	15.1	357,523	14.2	491,105	16.2
醫療器械 <sup>(1)</sup> .....	8,588	0.3	7,003	0.3	20,635	0.7
健康產品及其他 <sup>(2)</sup> .....	11,241	0.5	6,007	0.2	18,101	0.6
<b>小計 .....</b>	<b>653,991</b>	<b>26.7</b>	<b>686,790</b>	<b>27.2</b>	<b>1,000,383</b>	<b>33.0</b>
<b>總計 .....</b>	<b>2,448,496</b>	<b>100.0</b>	<b>2,527,442</b>	<b>100.0</b>	<b>3,027,531</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 醫療器械主要指醫療器械及消毒劑。
- (2) 其他主要指雜貨，例如食品及個人護理產品。

## 業 務

下表載列於所示年度我們藥品直供及分銷服務按產品類別劃分的銷量及平均售價詳情：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	(人民幣千元單位)					
<b>自有品牌藥品業務</b>						
中醫藥 .....	189,284	5.9	188,442	6.0	216,811	5.6
西醫 .....	124,885	4.9	132,317	5.0	157,315	4.4
醫療器械 <sup>(1)</sup> .....	13,846	3.1	12,478	3.1	21,143	3.4
健康產品及其他 <sup>(2)</sup> .....	2,232	9.5	2,547	9.2	5,731	7.5
<b>普藥業務</b>						
中醫藥 .....	34,255	7.8	31,393	10.1	50,732	9.3
西醫 .....	52,256	7.1	51,511	6.9	80,591	6.1
醫療器械 <sup>(1)</sup> .....	2,294	3.7	1,805	3.9	9,787	2.1
健康產品及其他 <sup>(2)</sup> .....	659	17.1	468	12.8	1,454	12.5

附註：

- (1) 醫療器械主要指醫療器械及消毒劑。
- (2) 其他主要指雜貨，例如食品及個人護理產品。

### 自有品牌藥品業務

我們建立了自有品牌藥品業務，透過直供及獨家分銷模式，直供價格實惠、品質優良的藥品及其他醫療產品，以取代昂貴的藥品及其他醫療產品。該等藥品及其他醫療產品由合格第三方企業生產，並貼有我們的品牌標籤。直供模式能夠去除不必要的中間分銷環節並直接觸達客戶，協助基層醫療機構和基層藥房降低採購成本，提高採購效率。在上游方面，我們龐大的客戶群和良好的品牌形象，有助我們的供應商以更低成本、更低營運風險以及對下游需求的及時反饋，觸達下沉市場的基層醫療終端。我們的獨家分銷模式要求自有品牌藥品業務所提供的產品通常僅可透過APP銷售，不開放予其他銷售管道。這確保價格及質量一致，有助建立強大的品牌形象並提高客戶忠誠度。

於往績記錄期間，與該等客戶採用我們的服務之前的單位採購成本相比，自有品牌藥品業務在最佳情況下幫助客戶降低最多50%的單位採購成本。此外，對於希望將其產品與附近的競爭對手的產品有所區分的客戶而言，我們可以根據客戶不同於位於特定地理範圍內的其他客戶的需求定制產品。這有助於減少客戶之間直接競爭，促進對我們可及、質量好的自有品牌藥品的忠誠度。截至2025年12月31日，自有品牌藥品業務已累計提供10,690個SKU的藥品及其他醫療產品，擁有超過520,300名客戶。

## 業 務

### 產品的甄選及生產

我們確定所提供的藥品是基於市場趨勢、消費者需求和行業競爭格局。我們的決策依據來源於市場調研、公共藥品銷售數據庫及製造商建議。依托我們基層醫療APP龐大的數據積累以及客戶服務團隊與中國廣泛、下沉的診所與藥店的緊密互動，我們能夠及時洞察特定地區、特定適應症所對應藥品SKU的動銷趨勢，並準確地評價與把握基層終端需求，從而迅速甄別具備自有品牌「平替」開發可行性與商業合理性的特定藥品品種。我們重點佈局市場需求量大的產品線，包括西藥和中醫藥。我們會從合格製造商訂購該等符合我們規格的藥品及其他醫療產品。得益於我們龐大的產品需求量及廣為人知的品牌，我們一般直接與製藥企業磋商，以獲得具有競爭力的採購價。我們主要根據類似產品的市場價格及原材料成本確定採購價。

下表載列於往績記錄期間我們在自有品牌旗下提供的藥品及其他醫療產品的最暢銷SKU詳情：

序號	名稱	類型	品牌	商品交易總額		
				截至12月31日止年度		
				2023年	2024年	2025年
				(人民幣千元)		
1....	腎骨片	中醫藥	蜀漢本草	16,627.4	14,534.2	16,317.9
2....	風寒感冒顆粒	中醫藥	蜀漢本草	14,887.0	11,923.7	14,968.4
3....	感冒靈顆粒	中醫藥	蜀漢本草	25,840.4	10,185.8	7,566.1
4....	藿香正氣合劑	中醫藥	蜀漢本草	13,594.3	9,179.3	12,761.3
5....	苯磺酸氨氯地平片	西藥	馳銘	7,690.8	8,283.1	12,223.8

一旦我們確定並決定產品的規格，如劑量及包裝，我們對製藥企業的甄選將基於其長期有效的資質、可靠性、生產質量、產能及有競爭力的定價。在簽訂任何協議前，我們會通過檢查牌照、產品證書及公共記錄進行盡職調查。此外，我們進行實地考察，以評估及核實其位置、業務規模、產能、財產及設備、人力資源、研發能力、質量控制體系及履行能力。在我們委託製藥企業作為供應商後，我們會定期審查其質量控制體系，並要求供應商在交易過程中保持有效的認證及資質。


## 業 務

我們在採購部門設有專人管理我們的供應商。截至2025年12月31日，我們已與2,000多家製藥企業進行合作，建立了有效的溝通渠道，以便及時了解他們的生產、物流和庫存水平，從而降低每批次藥品的生產週期並提升周轉效率。

我們通常與自有品牌藥品業務的供應商簽訂框架供應協議。協議的主要條款通常包括以下內容：

- **期限**。協議通常為期一至三年。
- **將生產的產品**。我們在每筆採購訂單中指定產品的類型及功能。
- **商標使用**。供應商同意獨家使用我們自有品牌的授權商標生產協議所述的品種和規格。供應商不得將我們的商標或標誌用作任何其他用途。
- **付款及信貸期**。我們通常會在採購訂單確認後預付部分訂單金額，餘額在交貨後根據實際交付的數量結算。
- **交付**。供應商通常負責將產品交付到我們在每筆採購訂單中指明的指定地點。我們通常要求第一批及後續每批採購訂單在指定期限內交付。
- **質量控制**。供應商須提供符合法定質量標準的產品，並出具藥品檢驗證書。供應商對任何產品質量問題負責，除非產品質量問題是由我們造成。

### 品牌

我們要求供應商依照我們的包裝設計與要求，將產品包裝於我們授權其使用的自有品牌下。在供應商進行量產前，我們會要求其提供包裝樣品。截至2025年12月31日，我們已通過自有品牌藥品業務提供「芙新」、「古方懸壺」、「馳銘」及「好健膳」等16個自有品牌、平價、質量好的藥品及其他醫療產品。我們在自有品牌藥品業務中使用的品牌「蜀漢本草」、「芙新」、「古方懸壺」、「馳銘」及「好健膳」歸我們所有或由四川佳能達及其附屬公司通過獨家許可方式獨家授權予我們，並通常與四川佳能達的附屬公司所有並授權我們使用的徽標「好醫生」商標(「」)並列展示。

### 售後服務

我們設有專門的客戶服務熱線，以處理客戶有關自有品牌藥品業務下所購買產品的查詢及反饋。我們直接解決與商品無關的問題，例如付款或配送問題，以及特定於

## 業 務

商品的非質量問題，例如使用商品的正確方式。對於特定於產品及質量相關的問題，我們會與供應商聯繫以達成解決方案。對於不需要賠償的客戶查詢，我們向供應商獲取必要的信息並提供給客戶。對於已確認需要賠償的產品質量問題，我們會向供應商報告相關詳情並要求賠償。供應商必須至少賠償我們向客戶賠償的金額。然而，我們可能會在購買協議中協商更高的金額。對於人民幣200元以下的賠償金額，我們通常會直接退款予客戶，不取回產品。於往績記錄期間，自供應商處收取的賠償及向客戶支付的退款均極少。

### 定價

我們通過向客戶銷售藥品及其他醫療產品而獲得收入，通常會考慮我們的成本、市場上類似產品的定價以及當地市場供需動態來確定定價。具體而言，我們的定價政策採用基於產品類別的結構化方法。

- **藥品（不包括中藥飲片）及其他醫療產品：**我們的售價一般以市場上的競爭產品為基準。我們致力適時調整定價，以確保最佳利潤率。具體而言，對於傷風感冒等常用藥及其他醫療產品，由於市場上競爭品種繁多，且客戶普遍對價格較為敏感，因此我們力求透過將售價訂於當時的市場價格水平或更低水準來維持具競爭力的價格水平。對於因精準的臨床定位、安全性優勢和廣泛適用性方面建立的差異化壁壘而競爭有限的產品而言，我們一般在釐定銷售價格時考慮我們的採購成本及產品的市場需求。
- **中藥飲片：**定價乃經綜合考慮產品質量、產地、原材料標準及現行市場價格等因素後釐定，以達致最佳毛利率水平。

### 普藥業務

我們已建立普藥業務，以直供和分銷第三方品牌產品，與自有品牌藥品業務形成互補，確保穩定全面的藥品供應，讓我們的客戶能夠透過我們的APP找到各種藥品及其他醫療產品。我們透過我們的普藥業務，以具競爭力的價格主要向基層醫療終端客戶提供各種優質常用藥品及第三方品牌健康產品。截至2025年12月31日，我們的普藥業務已累計提供超過35,100個SKU，並擁有約159,800名客戶。

與自有品牌醫藥業務提供的差異化品類及SKU不同，我們的普藥業務主要滿足客戶對第三方品牌常用藥品的需求，打造出供應穩定且品項多元的通用藥品採購平台。

## 業 務

我們根據資質、品牌聲譽、可靠性及供應量來選擇我們的藥品供應商。供應商委聘、審查及管理協議與我們自有品牌藥品業務下的相類似。

我們與供應商簽訂採購或分銷協議。採購協議的主要條款規定了產品、規格、數量及採購價格。我們通常在交貨時結算付款，信用期為30至60天。供應商負責將貨物運送至我們指定的地點。貨物風險在交付前由供應商承擔，交付後風險轉移至我們。供應商確保產品質量符合國家及行業標準。保質期內如出現質量問題，供應商須負責更換。我們會在收貨後兩個工作日內檢查貨物，並將任何不合格情況以書面形式通知供應商任何不符合項。供應商須在收到通知後五個工作日內提供解決方案。有關與供應商簽訂的採購協議，請參閱「一 銷售及營銷 – 銷售渠道 – 批發 – 分銷商」。

除向基層醫療機構供應藥品及其他醫療產品外，我們亦向直接批發客戶及分銷商銷售第三方品牌的藥品及其他醫療產品，彼等作為客戶購入我們的產品後，會透過其自身渠道轉售予下游客戶。此外，為了以具成本效益的方式提高我們在個人客戶中的品牌知名度，我們相信這有助進一步吸引並留住基層醫療終端客戶採用我們的解決方案，我們通過第三方線上平台京東的自營網店直接向個別客戶銷售藥品及其他醫療產品。於往績記錄期間，我們在京東的線上銷售收入在各年度並不重大。請參閱「一 銷售及營銷 – 銷售渠道」。

我們的收入來自產品銷售。在產品定價方面，我們考慮了我們的採購成本、市場供求情況以及其他醫藥平台上相同產品的標價。

### 配套增值服務

為提升客戶滿意度、促進客戶忠誠度及增強品牌聲譽，我們自2024年9月起開始向藥店客戶提供藥店增值服務，該等服務一般為免費提供。通過該等藥店增值服務（例如營運諮詢支援及處方服務），我們旨在助其進一步提升營運能力。自藥店配套增值服務推出以來，我們觀察到中小型連鎖藥店客戶數量顯著增長。

通過藥店配套增值服務，我們為藥店客戶提供諮詢支援，並通過提升運營效率、豐富SKU、庫存管理、優化產品、員工培訓、策劃促銷活動等一系列舉措，提升客戶的市場競爭力。此外，通過互聯網醫院，我們向藥店客戶提供處方服務。此舉使藥店客戶能為個別患者提供更廣泛的藥品選擇，減少患者前往大型醫院領取處方的需求，為患者節省時間與成本。截至最後實際可行日期，我們已推出AI好醫生診療支持系統，進一步提升及多元化我們的藥店配套增值服務。

## 業 務

### 專病診治解決方案

隨著我們基層醫療機構客戶通過使用我們的檢驗診斷解決方案提高其診斷能力，他們經常向我們的醫學專家尋求有關診斷後患者治療的建議。我們將自身在提供檢測和診斷解決方案方面的經驗與在藥品直接供應和分銷服務方面的能力相結合，為客戶提供專病診治解決方案。針對常見疾病與慢性病的症狀及病症，並以中醫為特色，我們為特定症狀與病症設計了適用於基層醫療機構的解決方案包。我們的解決方案包括提供檢驗診斷服務、培訓基層醫師診斷各類不同症狀與病症的能力，以及就每套解決方案包供應量身定制的藥品及其他醫療產品。

基層醫療機構通過我們的相關APP以解決方案包形式購買我們的專病診治解決方案。我們的目標是賦能基層醫療機構，使其能夠高效診斷和有效療常見病及慢性病。我們主要向基層醫療機構客戶提供整體解決方案套餐。我們不直接向患者提供專病診治解決方案。截至2025年12月31日，我們已推出13套我們的定制化解決方案包。我們的解決方案包由全職醫學專家提供支持，他們在患者的整個諮詢和治療過程中為基層醫生提供及時的指導。

我們根據客戶從定制化解決方案包中購買的組件向彼等收取綜合費用。一般而言，我們透過考慮以下因素釐定每位客戶解決方案組合的價格：(i)解決方案組合所包含藥品及其他醫療產品的市場競爭程度；(ii)我們開發相關診斷、治療及用藥培訓以及諮詢服務的成本；(iii)客戶所選的檢驗診斷服務。

截至2025年12月31日，我們已向逾269,300家基層醫療終端客戶提供專病診治解決方案。自2025年起，隨著四川醫貿於2024年底終止經營相關業務，我們專病診治解決方案承接了四川醫貿相關業務下的部分客戶關係。在我們承接該等客戶關係（「**承接客戶**」）之前，四川醫貿在其所有業務中，主要從事銷售四川佳能達及其緊密聯繫人在除外業務下生產的藥品及其他醫療產品，以銷售予(i)基層醫療機構及(ii)四川醫貿的分銷商，該等分銷商其後再將產品銷售予基層醫療機構（「**四川醫貿已終止業務**」）。請參閱「與控股股東的關係－控股股東集團於其他業務中的權益」。儘管四川醫貿已終止業務並未導致我們業務與除外業務形成直接競爭，但四川醫貿已終止業務所銷售的產品已觸達我們的目標基層醫療終端客戶（即村衛生室、門診部、診所及基層藥店）。請參閱「與控股股東的關係－控股股東集團於其他業務中的權益」。因此，我們採取了預防措施，以避免該等產品可能無意中影響我們的市場地位。經協商後，四川佳能達及其緊密聯繫人已停止向四川醫貿供應其除外業務下通過四川醫貿已終止業務所銷售的相關產品，並將該等產品專供給我們。因此，四川醫貿已終止向承接客戶的銷售產品。

---

## 業 務

---

我們隨後與承接客戶簽訂新的銷售合同，確保產品供應的持續性及無縫過渡，同時鞏固我們服務基層醫療終端客戶、保持競爭優勢的承諾。此外，我們已成立內部員工團隊，負責經營四川醫貿已終止業務。該團隊成員包括多名曾參與四川醫貿已終止業務並熟悉相關產品及營運的前四川醫貿僱員。在接管承接客戶後，我們向承接客戶提供除外業務下的相關產品，作為我們專病診治解決方案的一部分，同時提供診斷服務和其他藥品。

我們專病診治解決方案的優勢如下：

**貫穿整個醫療流程的專病解決方案。**我們的專病診治解決方案可隨時被客戶採用。我們最全面的解決方案包涵蓋檢測及診斷服務、培訓基層醫生以診斷不同的症狀及狀況，並供應相應的藥品及其他健康護理產品，能夠精準高效地管理複雜的常見病。

**針對常見病及慢性病制定可行方案。**我們專注於常見病及慢性病。我們解決這些問題並使基層醫療機構能夠提供及時有效的干預措施，改善疾病控制，增強機構信譽並擴大患者數量。於往績記錄期間，據診所告知，我們專病診治解決方案的燈塔診所客戶的門診量大幅增加。

**定制及靈活性。**我們的專病診治解決方案具有模塊化和高度適應性，允許醫療機構購買整套或選取部分組件，以補充現有功能。

**醫學知識保駕護航。**為了確保最佳利用率，我們的內部醫學專家會定期進行線上和現場病例討論，幫助基層醫生根據患者的個體情況選擇合適的診斷方法並制定個性化治療方案。我們的醫學專家全天候提供服務，無論是一般諮詢還是複雜病例諮詢。請參閱「我們的醫學知識共享」。

### 特色解決方案

截至2025年12月31日，我們已開發13套定制化解決方案包。我們的專病診治解決方案所用的藥品及其他醫療產品主要包括控股股東及其聯繫人的產品。下文將簡要介紹我們的特色解決方案，包括金蟾療法、延動療法及京鴻閣五行療法，每個方案均針對一種或多種症狀及病症。

#### 金蟾療法

我們研發了金蟾療法，旨在促進肺部修復，增強肺功能，尤其針對慢性咳嗽以及以咳嗽、咳痰和呼吸急促為特徵的肺部疾病。

---

## 業 務

---

我們的金蟾療法易於獲基層醫療機構採用，並融合了優質中醫藥材。在急性期，我們採用西藥快速控制症狀，並結合中醫療法，包括口服液、膏藥、穴位貼敷、季節性療法、直腸給葯及霧化，以幫助控制疾病進展。在恢復期，我們結合中醫調理與西醫康復訓練，促進肺部持續修復和功能恢復。金蟾療法既能解決即時症狀，又能管理慢性肺病，旨在改善患者治療效果並縮短總病程。

### 延動療法

我們的延動療法是一種創新的綜合療法，該療法旨在(i)通過關注飲食和生活方式的調整來幫助腫瘤患者，支持消化系統功能和整體健康；(ii)幫助慢性胃病患者控制複發並改善其整體健康；及(iii)通過促進組織修復和增強身體的自然防禦能力來幫助慢性病患者。美洲大蠟是我們延動療法中使用的主要原材料之一，來自四川佳能達在中國經《中藥材生產質量管理規範》認證的養殖基地，以確保產品始終如一的高品質。我們延動療法中的中藥生產過程採用先進的加工技術，例如液氮保護和特殊封裝，以形成富含活性肽的研末，從而實現最佳吸收效果和精緻的產品體驗。

### 京鴻閣五行療法

我們的京鴻閣五行療法是一種綜合療法，旨在幫助那些持續不適的人士，例如消化問題、肺部不適、疾病恢復期等，而常規醫學診斷可能無法明確斷定其病因。通過支持身體的自然平衡並促進整體健康，該療法旨在協調身體機能並緩解不適。它還能解決身體機能失衡的問題，幫助人們恢復平衡感，並增強整體健康。配合「健康中國2030」倡議和國家衛健委將藥食同源納入健康管理的政策，我們的京鴻閣五行療法融合了對膳食和健康管理均安全的中藥材和營養成份。我們的京鴻閣五行療法中使用的營養產品生產過程，在保留天然活性成份的同時增強有益成份的釋放。該技術可減少食用量，提升口感，帶來更愉悅的用戶體驗。通過提高成份提取效率，該技術還有助於減少所需的中草藥用量，支持中藥材資源的可持續利用。

### 案例研究

#### 診所A

我們於2023年開始向診所A提供專注於慢性咳嗽的專病診治解決方案。診所A治療常見疾病，並為各個年齡段的患者提供服務。在使用我們的專病診治解決方案之前，診所A僅能為患者提供肌肉注射、靜脈注射及常規西藥治療等最基本的治療。在

---

## 業 務

---

能力如此有限的情況下，診所A的基層醫生面臨眾多挑戰，包括經常依賴激素及抗生素、不一致的治療結果、耗時的現場治療過程以及管理越來越多患者的困難。這些問題導致較低的患者滿意度及較高的症狀複發率。

我們向診所A提供的解決方案主要包括我們的金蟾療法。在實施金蟾療法後，診所A提高了其診斷、治療及管理基層醫療中常見慢性肺病的能力，如複發性咳嗽、哮喘等呼吸系統疾病。據該診所告知，這些解決方案使診所能夠提供量身定制的治療方案，無需患者留在現場進行注射，也不嚴重依賴激素和抗生素。此外，採用我們解決方案的治療效果還提高了診所A在患者中的聲譽，無需推廣宣傳即可增加門診就診次數。此外，診斷及治療效率的提高使診所A的基層醫生能夠幫助更多患者並簡化診治流程，最終減輕診所A基層醫生在患者護理方面的壓力，並促進第二間診所的成立，可以接診更多患者。

鑒於我們專病診治解決方案的有效應用，我們將診所A作為具有成功案例研究的標桿診所，並組織約60次對診所A的實地訪問，有助於更多基層醫生深入了解我們解決方案的實際應用。

### 診所B

於2023年第三季度，我們開始向診所B提供專病診治解決方案，該方案專注於涵蓋腫瘤輔助治療及慢性消化系統疾病等多種慢性疾病與疑難雜症。我們主要向診所B提供延動療法，該療法覆蓋其超過80%的患者。我們為診所B提供的定制解決方案包亦包括支援12項核心檢測項目的POCT設備，如驗血。

據該診所告知，於採用我們的解決方案前，診所B僅能提供少於15項基礎治療服務，包括肌肉注射、靜脈注射及標準西藥治療。由於診斷治療能力有限，該診所基層醫生面臨挑戰，包括治療效果不穩定（成功率於約60%至70%之間波動）、現場治療流程耗時（平均每位患者超過45分鐘），且每日患者收治量上限約為25%，導致難以接收複雜病症的新患者）。此外，僅依靠醫師個人經驗處理疑難雜症的成功率很低，患者經常會離開並到其他診所尋求治療。

於2023年第三季度採用我們的延動療法後，診所B順利提升慢性病與複雜疾病的診斷、治療及管理能力。據該診所告知，其服務範圍由診斷及治療28種疾病擴展至53種，且為每位患者提供定制解決方案。患者對現場注射需求降為零，全部治療均通過中醫藥完成。截至2023年12月31日，診所B的患者滿意度達到約95%，從而改善治療效果、提升患者口碑及增加門診就診量。

---

## 業 務

---

### 檢驗診斷解決方案

於往績記錄期間，我們主要向基層醫療機構客戶提供檢驗服務及實驗室檢驗及醫學影像檢查的POCT設備，幫助彼等以最少的初始投資迅速建立堪比三級醫院臨床檢驗科的能力，並建立醫學影像及病理能力。

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們檢驗診斷解決方案產生的收入分別為人民幣101.1百萬元、人民幣69.5百萬元及人民幣69.5百萬元，分別佔同年總收入的3.3%、2.1%及1.8%。

### 臨床檢驗

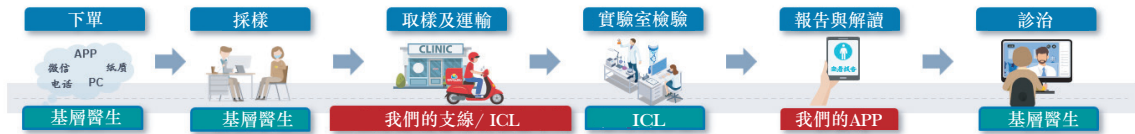
我們於2016年開始提供臨床檢驗服務，以滿足基層醫療機構在進行醫療診斷的臨床檢驗時對技術、醫療用品和專業知識的需求。許多疾病，例如HPV感染，僅能通過臨床檢驗進行檢測；對於部分其他疾病，通過臨床檢驗可預防部分誤診和漏診。通過使用我們的臨床檢驗服務，客戶可提高醫療診斷的準確性。截至2025年12月31日，我們的臨床檢驗服務已涵蓋超過3,700個SKU的臨床檢驗，包括多項用於檢測高血壓、骨質疏鬆及心血管疾病以及腦血管疾病的血壓、身體密度及血脂檢測等檢測。我們的臨床檢驗服務不包括涉及開發與應用基因診斷及治療技術的基因檢測或任何其他檢驗服務。

### 服務流程

客戶通常通過我們的相關APP診寶倍採購我們的臨床檢驗服務。當基層醫生識別到臨床檢驗的需求且其機構無法支持時，他們向我們訂購所需的具體檢驗（包括樣品採集所需的醫療用品），之後從其診所的患者採集檢測樣本。我們的本地銷售與客戶服務人員對檢測樣本的外層（包括其包裝及標籤）進行初步評估，確保其符合該等標準。倘經該等初步評估後檢測樣本不符合臨床檢驗標準，我們要求基層醫生重新採樣。從患者採集到合格的樣本後，我們的本地銷售與客戶服務人員從客戶收集樣本，以便後續運送至醫學實驗室的收集站。然後，醫學實驗室將檢測樣本送至其檢測中心，進行檢驗，生成報告，並將檢驗結果發回我們的醫療團隊。客戶下單臨床檢測服務後，自下單起算，經相關ICL產出檢測報告並由我方進行後續解讀，此流程通常於付款次日完成。請參閱「一物流、倉儲及庫存管理一物流」。其後，我們的醫療團隊會審查檢驗結果，對檢驗結果的定量數據及特定標誌物提供專業解讀，並通過我們的APP將檢驗結果和解讀傳輸予基層醫生。

## 業 務

下圖載列我們提供臨床檢驗服務主要環節：



### 實驗室

我們通常與經驗豐富的知名ICL合作提供臨床檢驗服務。截至2025年12月31日，我們已與92家ICL合作提供臨床檢驗服務。我們基於資質、品牌、可靠性和地理覆蓋範圍選擇ICL。我們要求ICL合作夥伴持有運營臨床實驗室和進行臨床檢驗所需的所有執照及許可證。我們亦要求ICL合作夥伴每週至少六天接受檢測樣本，並在規定的時間內完成每次檢測並出具報告。我們位於四川省成都市的專有臨床實驗室亦持有經營臨床實驗室及進行臨床測試所需的所有許可及執照。

我們通常與ICL簽訂為期一至三年的合作協議。根據該等協議，我們通常會訂明所需檢驗服務，並負責確保基層醫生準確採集檢驗樣本並提供完整的文件。ICL有義務及時從我方收取樣本，並依照適用的行業標準及質量要求進行檢驗。除因我方原因造成的錯誤外，ICL對檢驗結果的準確性及可靠性承擔主要責任。付款一般按月結算，我們享有自ICL開立發票日期起計30至60天的信貸期。ICL可以將檢驗服務分包予第三方，惟仍須對所有檢驗結果的準確性和可靠性承擔全部責任。

### 定價

一般而言，地方衛生健康委員會規定醫療機構就各類臨床檢驗可向患者每次檢測收取的上限單價。所有公立醫療機構，包括受衛生健康委員會監管的公立基層醫療機構客戶，向個人患者收費時，須嚴格遵守此類定價協議。所有非公立醫療機構，包括我們的私人基層醫療機構客戶，通常根據市場需求參考市場價格為個人患者設定價格。我們在APP上公佈我們向基層醫療機構客戶收取的各類檢測服務費用，有關費用通常為客戶向需要臨床檢測的患者所收取費用的一部分。該費用部分通常介乎30%至接近100%，取決於檢測類型等多項因素。基於此框架，我們的定價政策會參考由地方衛生健康委員會釐定及公布的政府訂定標價。我們向客戶收取的各項檢測服務費，通常介乎我們的成本（例如從ICL採購的價格）與政府訂定標價之間，後者可作為客戶向其患者收取費用的參考。該範圍內的實際售價受市場供求狀況影響。客戶透過我們的APP下單時，即需支付服務費，我們會在APP中明確標示每項檢測的售價。

## 業 務

### 病理學指導

我們通過APP和線下服務為臨床檢驗服務的基層醫生提供病理學指導實時幫助，而並無收取額外費用。我們的病理學指導包括協助解讀臨床檢驗結果、臨床試驗的現場指導以及協助客戶處理患者對臨床檢測的相關查詢。根據相關的臨床檢驗結果，我們協助基層醫生對疾病的病因及發病機制進行詳細講解及全面分析。

### POCT設備

除將採集的檢驗樣本運送至醫學實驗室的臨床檢驗外，我們還提供POCT設備（包括用於臨床檢驗的便攜式設備）作為檢驗診斷解決方案的一部分。我們為客戶提供POCT設備以進行簡單的臨床檢驗及醫學影像檢查，數分鐘內即可現場生成檢驗和檢查結果。截至2025年12月31日，我們向超過2,400家客戶提供POCT設備的16個SKU。截至最後實際可行日期，我們正探索提供其他類型POCT設備（如心電圖設備）的商機，以擴大我們的解決方案組合。

我們通常擁有POCT設備的所有權，不會將產權轉讓給我們的客戶，並負責維護我們供應予客戶的設備。客戶收到POCT設備後，我們會為其基層醫生提供正確使用和操作這些設備所需的技能培訓。我們的醫療團隊會審查臨床試驗結果並出具診斷報告，以協助基層醫生進行患者諮詢和醫學診斷。如果客戶不再需要使用POCT設備，則需將設備退還給我們。

我們通常與客戶訂立標準服務協議。我們的服務協議通常為期三年。協議一般訂明我們負責技術支援、軟件服務、營運服務及硬件設備支援。於往績記錄期間，我們提供的POCT設備主要用作補充我們的臨床檢測服務及其他解決方案，旨在提升客戶對我們整體解決方案的忠誠度。於往績記錄期間，提供POCT設備所產生的收入並不重大。

我們根據市場調查、參加各種展覽以及對行業參與者進行的訪談，決定將納入我們解決方案組合的POCT設備類型。截至2025年12月31日，我們委聘19家供應商以生產好醫生或雲醫療品牌的POCT設備。我們會仔細審視潛在供應商的信譽、歷史記錄、可用產品的便攜性和數據傳輸速度，以及其提供的售價。供應商仍需對其所提供產品的質量負責。

我們為基層醫生提供正確使用和操作這些設備的詳細指導，並幫助他們建立進行即時臨床試驗的標準操作程序，以提高他們的試驗效率和質量。對於用於醫學成像檢查的POCT設備，對醫學影像檢查結果（即提供患者身體內部結構的可視化呈現）的詮釋通常需要深厚的醫學知識及經驗。我們向基層醫生提供醫學成像檢查結果詮釋方面的協助。基層醫生通常會通過我們的APP與我們的醫學專家共享以設備拍攝的醫學影

## 業 務

像。我們的醫學專家會仔細分析及詮釋檢查結果，提供寶貴意見，協助基層醫生識別身體異常、結構問題或其他肉眼可見的疾病跡象。為使我們服務的價值最大化，我們的內部醫學專家亦定期向基層醫生提供現場臨床指導。請參閱「—我們的醫學知識共享」。

### 我們的醫學知識共享

自2016年公司成立以來，我們一直致力於推廣基層醫療保健的醫學及臨床試驗知識。醫療知識作為我們各種產品的核心組成部分，構成了我們三個創收業務板塊的基礎。於往績記錄期間，我們並不將醫學知識分享視為創收機會且亦無就此收費。相反，我們相信，為基層醫生及藥劑師提供醫學知識可使我們的服務及解決方案在市場其他產品中脫穎而出。這種對醫學知識共享的承諾不僅使我們的服務及解決方案與眾不同，提高各業務線的客戶忠誠度和滿意度，同時鞏固了我們致力提升基層醫療成果的決心。

我們的所有APP均提供為基層醫生量身定制的線上知識分享會、線上問答以及文字和視頻知識分享材料，作為增強其醫療能力的配套服務。我們還組織線下知識分享活動，促進基層醫療行業內基層醫生之間的交流。此外，為提升每條業務線的價值，我們提供量身定制的線上線下知識分享、24/7全天候按需線上討論會、線下臨床指導及處方服務，以確保我們的客戶最大限度地受益於我們的產品、服務及解決方案。於2024年，我們每週舉辦三次或以上的線上知識分享會，每年舉辦超過2,500次線下知識分享活動。截至2025年12月31日，我們的醫學知識共享活動已服務超過210,000人次的基層醫生。

我們已搭建醫學知識庫，涵蓋醫療檢驗方面的廣泛信息以及醫療耗材、採樣、醫學診斷標籤及法規方面的常識，以及超過1,600個有效的LIS數據點，為臨床檢驗提供了重要依據。此外，我們還創建並共享教學資料，我們可以有選擇地捆綁提供給客戶，幫助基層醫生掌握檢驗診斷程序，準確解讀結果並維護檢驗診斷質量控制。截至2025年12月31日，我們已針對149種健康問題標準化採樣程序及後續檢驗報告解讀流程，從而為基層醫療機構的基層醫生提供更加便捷、實用及詳實的參考。該等材料涵蓋的主題包括(i)特定疾病檢驗診斷方法，強調該等檢驗的重要性及必要性；(ii)藥品資料，包括療效及適應症，以增進客戶對藥物的了解；(iii)醫療器械的使用經驗，包括常見的使用誤區及保養技巧；及(iv)有關臨床檢驗的其他一般信息以及關於醫療耗材、採樣、醫學標籤和法規的常識。我們提供了約50份常見醫學主題數字傳單，每份專注於單一疾病或傳染性疾病，並在其自身的專用在線頁面上呈現。每份傳單通常遵循便於閱讀的設計，帶有清晰的標題、簡要概述和有關原因、症狀、診斷、預防、治療、護理技巧的部分，以及建議進一步閱讀的相關主題的輪播。我們確保文本簡明扼要，並使用列表和信息圖表幫助快速理解。這些數字傳單使我們的受眾（包括我們客戶或其患者的基層醫生）能夠接觸到明確的定義、症狀檢查表及實用技巧。

---

## 業 務

---

我們通常根據對客戶的臨床效用、科學價值和客戶需求來決定向客戶分享的內容。我們的醫療團隊準備將向客戶分享的內容，並通過查閱專業醫學指南和學術文獻來確保材料的質量和準確性。

### 醫療團隊

通過我們的醫療團隊，我們能夠為基層醫生及基層藥劑師提供醫學知識。我們的內部醫療專家，包括醫生和醫療助理，均為我們全職僱用，為客戶提供快速的服務和幫助。我們安排他們輪班，以配合客戶在全天高峰和非高峰時段對實時問答的需求。截至2025年12月31日，我們聘請了123名內部醫療專業人員，包括47名平均擁有約五年醫學經驗的持牌醫師（包括全科醫生、專科醫生及藥劑師）及76名醫療助理。除向客戶提供服務和幫助外，他們還參與對我們專病診治解決方案的設計和開發及知識分享會中使用的材料準備。請參閱「— 我們的服務及解決方案 — 專病診治解決方案」。

我們的內部醫療專家不定期現場拜訪我們的客戶，為我們基層醫療機構客戶的醫生和我們基層藥店客戶的藥劑師提供及時的臨床和線下指導。他們還協助我們的本地化銷售與客戶服務團隊向客戶銷售及提供多種客戶服務。

我們對內部醫療專家有嚴格的選拔流程，包括面試、背景調查、筆試和內部試驗評估。我們通常選擇具有大型醫院全科醫學經驗、對醫療保健行業充滿熱情、具有客戶服務心態並願意承擔具有挑戰性和及富啟發性任務的候選人。我們要求我們的內部醫師須持有一項或多項相關的專業證書或資格，如臨床執業醫師資格、職業藥師資格、中藥師職業資格、中醫內科學專業技術資格及醫師執業證書，並通過資格考試及完成持續教育培訓。據我們所知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的內部醫師已完成必要的註冊並符合相關的發牌規定。根據中國法律顧問的意見，相關醫生取得資格後，即可根據其註冊執業地點及執業類型，在醫療機構執業並提供醫療服務。我們要求我們的內部醫療助理具備相關或以上學歷以及熟練的計算機、溝通及個人技能。我們為內部醫療專家提供持續內部培訓及專業發展課程。這些課程包括一般及專業醫學知識、案例研究、企業文化及IT技能，旨在增長他們的專業知識和管理技能並提高他們的績效。我們定期基於服務質量、客戶反饋及效率對內部醫療專家進行評估。我們內部醫學專家的薪酬包括基本工資、績效獎金及年終獎，通常根據月度評估計算。

我們亦與外部專業人員合作，由其通過線上及線下知識分享會及活動向基層醫生分享臨床經驗及醫學知識。我們對外部專業人員的選拔採取與內部醫學專家類似的嚴格程序。此外，與我們合作的外部專業人員必須遵守我們指定的工作範圍、質量要求

## 業 務

和適用的規則及規定。他們必須提供其一項或多項專業資格證明，如(其中包括)臨床執業醫師資格、職業藥師資格、中藥師職業資格、中醫內科學專業技術資格及醫師執業證書。我們要求，外部專業人員已向有關部門註冊並獲得在我們的互聯網醫院執業所需的所有執照及證書後，方可開展我們向客戶提供的病理學指導服務及藥店服務。據我們所知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的外部醫療專家已完成必要的註冊並符合相關許可要求。獲得資格後，根據中國法律顧問的建議，相關醫師可根據其註冊執業地點及執業類型在醫療機構執業及提供醫療服務。截至2025年12月31日，我們與八名外部專業人員合作，彼等平均擁有約14年的醫療專業人員經驗。

我們通常與外部專業人員簽訂服務協議，據此，外部專業人員須準備向基層醫生分享的材料、分享經驗並提供病理學指導(視情況而定)。我們須按雙方商定的時間表及金額向外部專業人員支付服務費，通常根據提供的服務範圍、專業人士的專業水平、經驗以及類似諮詢服務的現行市場費率來確定。外部專業人員利用其業餘時間提供服務，其工作時間乃根據外部專業人員的實際可用時間及我們的服務需求進行協商，並載於協議中。我們保留在必要時修改有關外部專業人員服務範圍、定價和服務表現的條款的權利。

下表載列我們內部醫療團隊及外部專業人員向我們客戶提供的服務範圍，我們對患者承擔的個人層面和公司層面的資格要求以及我們承擔的醫療責任的詳情：

	內部醫療團隊	外部專業人員	是否需要 博士級資質	是否需要 公司層面的資格	公司是否對 患者承擔醫療責任
藥品直供及 分銷服務.....	提供處方服務	提供處方服務	是。其中包括 臨床執業醫 師資格、醫 師執業證書	是。醫療機構 執業許可證	是
專病診治解決 方案 .....	設計及開發專 病診治解決 方案	協助我們內部 醫療團隊設 計及開發專 病診治解決 方案	否	否	否

## 業 務

	內部醫療團隊	外部專業人員	是否需要 博士級資質	是否需要 公司層面的資格	公司是否對 患者承擔醫療責任
檢驗診斷解決 方案 . . . . .	出具檢驗報告 並協助基層 醫生解讀檢 驗及檢查結 果	出具檢驗報告 並協助我們 內部醫療團 隊及基層醫 生解讀檢驗 及檢查結果	是。其中包括 臨床執業醫 師資格、醫 師執業證書	是。醫療機構 執業許可證	是
各業務線 . . . . .	回應客戶查 詢，在現場 及線上為基 層醫生提供 病理指導、 病例諮詢及 臨床檢測指 導，並準備 知識分享會 所用資料及 在會上發言	為基層醫生 提供病理指 導及病例諮 詢，並準備 知識分享會 所用資料及 在會上發言	否	否	否

經我們的中國法律顧問確認，我們具備提供上述所需服務的必要資格，即醫療機構執業許可證。此外，我們已採取多項措施以降低醫療責任的風險，包括(i)持續為我們的內部醫療團隊提供培訓，並要求我們的內部醫療團隊定期參與考核，並熟悉我們的產品、服務及解決方案；及(ii)設有監督及質量控制機制，以確保向基層醫生提供的指導及其結果獲追蹤、監督及適時檢討以供日後改善。

## 技術

我們認為強大的研發能力和紮實的技術實力對於我們持續取得成功及緊跟互聯網和軟件技術以及醫療保健行業的快速發展至關重要。我們密切關注客戶需求，通過開發新產品、服務和解決方案或將先進或優化功能整合到現有產品中來回應其反饋及要求。2023年，我們在第三屆中國醫藥數智化發展大會被評為最具創新醫藥數智化服務平台。請參閱「一 獎項及認可」。

---

## 業 務

---

我們的研發團隊是我們進行創新和開發的基石。該團隊專注於創造和改進產品、服務和解決方案，以滿足中國下沉市場基層醫療終端不斷變化的需求。截至2025年12月31日，我們的研發團隊由204名專業人員組成，平均擁有10.9年的研發經驗。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們的研發開支分別為人民幣8.5百萬元、人民幣7.5百萬元及人民幣13.1百萬元，分別佔同年總收入的0.3%、0.2%及0.3%。於2023年、2024年及2025年，我們亦分別產生遞延開發成本分別為零、人民幣13.1百萬元及人民幣25.5百萬元。請參閱「財務資料－綜合財務狀況表選定項目的討論－無形資產」。

### 數智化運營

我們致力於整合數字技術與智能系統，以提高運營效率和整體業務表現。基於對中國基層醫療市場的深刻認知，我們搭建一套「數智化」業務系統，覆蓋了三大業務板塊及倉儲物流履約體系等全流程。

### AI技術

我們利用專為醫療領域設計的AI和機器學習模型來強化提供給客戶的產品、服務和解決方案。我們的業務系統亦嵌入了我們自主研發的AI能力，可快速提供辨證論治結果。此外，我們開發了一種專有的AI報告解讀技術，用於提高醫療報告解讀的準確性。具體而言，我們構思了「危急值」AI指標系統的創新概念，擁有「基於檢驗結果確定醫學標籤的系統及人工智能方法」專利。我們的AI指標基於規範表達和歷史病例，對患者的病情進行了危急程度的標籤，確保識別出重症患者並將其標記給基層醫生。該專利系統為基層醫療機構檢驗結果異常的處理提供詳盡的指引。截至2025年12月31日，我們利用AI技術，為約2,400個醫學檢驗標籤進行了專門標注，協助快速解讀檢驗結果，這可為廣大的基層醫療機構就檢測結果的異常值與危急值提供更加友好與人性化的解讀指導，從而提高報告解讀的效率與準確性。

此外，我們還開發了一個專業的醫療AI驅動平台－AI好醫生診療支持系統，以基層醫療為目標，將AI技術與HIS相結合，為中國的基層醫療機構提供服務。AI好醫生診療支持系統內嵌由杭州全診醫學科技有限公司開發的醫療大語言模型（「**全診醫療大模型**」）已通過國家互聯網信息辦公室深度合成服務算法註冊。請參閱「我們的研發合作」。全診醫療大模型賦能的AI好醫生診療支持系統提供的主要支持包括：

## 業 務

**全面的醫學知識整合和智能決策輔助。** AI好醫生診療支持系統整合了權威的醫學指南、教材、藥物信息和臨床模板，構建了強大的醫學知識庫。利用先進的知識整合和檢索增強生成技術，醫療AI驅動平台高效處理結構化和非結構化醫療數據，提供實時準確的臨床決策輔助。此外，醫療AI驅動平台有效識別個體需求、匹配專科護理路徑、支持複雜的臨床推理，尤其在中醫等領域擁有強大的知識庫和決策輔助能力。

**針對基層醫療場景的優化和智能病歷生成。** AI好醫生診療支持系統進行了優化，增強了對專業術語、複雜症狀描述以及醫患互動中診斷邏輯的理解。通過先進的微調和快速工程，AI好醫生診療支持系統在意圖識別和語義理解方面表現出色。此外，AI好醫生診療支持系統可在五秒內生成合規病歷，實現較高合規率及內容一致性，縮短醫生的文件處理時間，並提升患者服務效率。隨著功能的完善，醫療AI驅動平台已得到中國領先醫院的認可。

**靈活部署和強大的安全控制。** AI好醫生診療支持系統為一個模塊化及可定制的平台提供支持，該平台支持廣泛的醫療場景，包括分診、諮詢、處方及隨訪。該平台融合了光學字符和語音識別技術，支持雲端部署，以滿足醫療機構的數據安全和合規性要求。此外，AI好醫生診療支持系統確保所有輸出嚴格遵守醫療標準和法規要求。

### 數據分析

我們利用先進技術來提升我們的產品、服務及解決方案。我們採用了專有的BI智能數據系統（「**BI系統**」），收集並分析數據以輔助決策及提高客戶服務質量。在市場分析方面，我們的BI系統分析市場份額、客戶滿意度及競爭對手的動態。在銷售管理方面，BI系統實時更新銷售數據，協助銷售人員制定策略。例如，於往績記錄期間，我們透過數據分析建立客戶畫像，藉此能在APP上提供符合每位客戶需求的客製化產品。我們相信此舉不僅提升了用戶體驗，更促進收入增長。在存貨管理方面，BI系統分析歷史銷售數據，以預測未來需求及調整存貨水平。在客戶關係管理方面，我們的BI系統分析客戶購買記錄以提供個性化的營銷活動及客戶服務。

### IT基礎設施及線上平台

我們的線上平台建立在高度可擴展且可靠的IT基礎設施之上，這允許提供遠程服務並支撐了我們業務的高效運營。我們的研發團隊致力於IT系統的開發和維護，確保功能上的無縫銜接及實時數據傳輸。我們遵循標準化的軟件開發週期和流程以提高開發效率和軟件質量。我們為客戶提供AI輔助的諮詢服務及響應迅速的人工在線支持兩種服務。此雙重服務並行運行，併發響應能力高，以確保在高用戶流量時段的中斷率

---

## 業 務

---

極低及整體穩定性高，從而充分滿足客戶的諮詢需求。我們的業務系統基礎架構旨在確保客戶在檢索及使用過程中獲得卓越的體驗。通過我們的APP，客戶可快捷地獲得其所需的藥品或服務。

此外，我們的業務運營在各方面均應用雲技術作為支持。我們向客戶提供的所有線上產品均部署在雲端。我們在雲端實現隊列集群架構，使我們能夠處理大量客戶採購訂單並集中管理診斷報告數據。我們利用可實時擴展的彈性容器技術，從而在高峰時段應對我們APP的用戶流量，確保服務高可用性。我們也採用即時串流數據分析來管理客戶購買信息，從而增強運營控制。透過雲計算實現即時物流計算及異常警報，我們能夠有效管理供應鏈，確保訂單及時交付。另外，我們利用各種雲原生服務，並針對不同的業務場景選擇最合適的雲原生服務，以確保最佳效率。

### 供應鏈管理

我們開發了供應鏈工具，確保供應鏈管理高效。我們利用先進的技術和供應鏈優化技術，整合供應鏈的前端和後端，從而提高我們的庫存管理，順利、及時向客戶交貨。我們的供應鏈管理系統包括採購、倉儲、發運和配送以及售後客戶服務。

於採購端，我們已與自有品牌藥品業務下逾1,600家製藥企業建立深入高效的作關係，以及時了解其當前的生產、發運與庫存水平，從而降低每批次藥品的生產週期並提升周轉效率。此外，我們通過分析過往客戶訂單數據，利用大數據技術預測產品銷售趨勢，為採購計劃提供可執行的洞察見解。此方法使我們能有效管理庫存水平，避免缺貨情況。於倉儲端，我們擁有配備自動化系統及設備的最大藥品倉儲設施。我們實施倉儲管理系統(WMS)，與企業資源計劃(「ERP」)系統和物流系統等多個業務平台無縫整合，確保藥品及其他醫療產品從倉儲到配送全流程的全面化、標準化、智能化管理。特別是，我們在天津的倉庫透過採用自動導引車(「AGV」)及貨到人作業模式，展現出高度的數智化水平。由倉庫控制系統及機械人控制系統管理的AGV，能自動將貨物運送至揀貨站。此整合系統透過協調動作、優化倉儲分配與路徑規劃，確保精準的作業準確性。配合動態分配任務並優化揀貨順序的WMS，這些系統及設備有效提升我們物流運作的效率。

於發運端，我們自主研發與打造了「即時訂單大數據智能分配系統」，為每筆訂單制定最優的配貨與發運計劃。得益於該系統，對於當天16:00時之前的訂單，我們依然能夠確保約80%訂單可當日發運，根據灼識諮詢的資料，顯著領先於行業水平。於配送端，我們搭建了「物流智能預警監測平台」，依托大數據與AI技術，我們可對物流在

## 業 務

途進行有效追蹤監測並對異常實時預警處理，並提前介入予以干預。於售後端，我們採用「物流售後工單系統」，該系統將客戶的售後反饋時長從平均8分鐘縮短至2分鐘，響應及處理時長縮短至2個小時以內，諸如破損等複雜售後問題可在0.5小時內全部處理完成，從而最大化確保了客戶滿意度。

### 我們的研發合作

作為本集團與全診醫學於2025年7月建立的戰略合作夥伴關係的一部分，全診醫學向我們提供其全診醫療大模型。請參閱「歷史、發展及公司架構 – 本集團的主要股權變動 – 2025年7月增資」及本文件附錄一所載會計師報告附註31。基於全診醫療大模型，我們正在與全診醫學緊密合作，共同開發一套面向中國基層醫療的開放、靈活、可擴展且易於維護的AI智能系統。

尤其是，我們正在聯合開發一套針對基層醫療的雲HIS系統及一套專業AI賦能醫療信息系統，打造「AI+雲HIS」解決方案。我們的聯合研發項目將分三個階段進行。第一階段計劃建立分佈式醫療數據處理平台，整合基層醫療知識數據，打造高質量的基層醫療數據庫。第二階段將重點利用第一階段建立的高質量數據庫，通過監督調整來完善專業AI賦能醫療信息系統。第三階段計劃打造面向基層醫療的AI賦能醫療信息系統，推出至少五個面向基層醫療的專業、AI賦能醫療應用。

根據我們與全診醫學的協議，此次聯合研發項目所產生的知識產權歸雙方共同所有。

### 銷售及營銷

#### 銷售渠道

我們的藥品及其他醫療產品既直接銷售給基層醫療終端客戶（包括基層醫療機構及基層藥店），亦銷售給作為客戶購買我們產品並通過其自有渠道轉售給基層醫療行業下游客戶的直接批發客戶及分銷商。

下表載列於所示年度我們按銷售渠道劃分的收入明細（按絕對金額及佔總收入的百分比）：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
直銷 .....	2,945,239	96.1	2,850,756	87.3	2,966,360	77.6
批發 .....	119,643	3.9	412,903	12.7	856,453	22.4
– 直接批發客戶 .....	70,756	2.3	193,121	5.9	363,834	9.5
– 分銷商 .....	48,887	1.6	219,782	6.8	492,619	12.9
總計 .....	<b>3,064,882</b>	<b>100.0</b>	<b>3,263,659</b>	<b>100.0</b>	<b>3,822,813</b>	<b>100.0</b>

## 業 務

直銷所得收入於2023年、2024年及2025年保持相對穩定，分別為人民幣2,945.2百萬元、人民幣2,850.8百萬元及人民幣2,966.4百萬元。於整個往績記錄期間，批發產生的收入的絕對金額及佔總收入的百分比均有所增加。批發產生的收入由2023年的人民幣119.6百萬元增加245.1%至2024年的人民幣412.9百萬元，並進一步增加107.4%至2025年的人民幣856.5百萬元。該增加主要是由於(i)我們於往績記錄期間的業務增長及(ii)四川醫貿終止相關業務後，我們承接了其相關業務的客戶關係。請參閱「我們的服務及解決方案－專病診治解決方案」。

### 直銷

於往績記錄期間，我們銷售藥品及其他醫療產品產生的大部分收入來自直銷。直銷客戶，即基層醫療終端通常須向我們的APP註冊，並訂立平台服務協議，雙方權利義務明確。客戶亦須提交其營業執照以及相關政府頒發的許可證，以核實其身份及資歷。註冊客戶隨後可於該等平台向我們下達採購訂單。儘管我們並無向直銷客戶收取會員費，但來自彼等的收入乃自產品銷售產生。我們實行先款後貨的模式。在收到訂單及付款後，我們會通過第三方物流供應商安排送貨至客戶指定地址。一旦產品交付予客戶，風險即轉移至客戶。我們主要憑藉我們良好的品牌聲譽、實惠優質及獨具特色的產品組合以及營銷及推廣工作吸引直銷客戶。請參閱「銷售渠道」及「營銷」。

我們於客戶透過我們的APP下單時逐次簽訂買賣協議。於往績記錄期間我們與直銷客戶訂立的買賣協議的主要條款載列如下：

- **產品標準。**我們必須提供符合國家標準及行業標準的產品。
- **定價。**APP標示價格，我們依據整體市場狀況釐定銷售價格。
- **產品退貨。**我們通常不接受客戶退貨，除非存在由我們造成的產品質量問題。
- **物流安排。**通常由我們負責將產品運送至客戶指定地址。
- **終止。**若任何一方違反其義務且未能於合理期限內補救違約行為，雙方可終止協議。

在較小程度上，我們通過第三方電商平台京東的自營網店，直接向個人客戶銷售藥品及其他醫療產品。我們經營網店的主要目的是以具成本效益的方式提升我們的品牌在個人客戶中的知名度，我們相信此舉將有利於進一步吸引及留住基層醫療終端客

---

## 業 務

---

戶採用我們的服務及解決方案。我們與第三方電商平台訂立協議以經營自營網店。該協議一般為期一年，可逐年續約。根據協議規定，平台提供軟件及互聯網信息服務，我們為此支付服務費，包括年費及以銷售為基礎的佣金。我們嚴格遵守平台的付款規則，客戶需在訂單處理及交付前向平台付款。客戶付款由平台確認產品交付後一次性向我們結算付款。於往績記錄期間，我們於京東銷售所得收入於各年度所佔比例均較低。第三方平台上提供的產品與我們的銷售及客戶服務團隊通過APP直銷的產品並無不同。除產品質量問題由我們造成等特殊情況外，藥品通常不允許退貨。

### 批發

除直接向基層醫療終端供應藥品及其他醫療產品外，我們亦向(i)直接批發客戶；及(ii)分銷商（統稱為「**批發客戶**」）銷售第三方品牌下的產品。

該等批發客戶亦作為我們的客戶，購買產品以通過彼等各自的渠道轉售予基層醫療行業的下游客戶。所有批發客戶均持有向彼等下游客戶銷售藥品所需的牌照及許可證。根據灼識諮詢的資料，從事醫藥流通的公司透過批發客戶進行銷售乃屬行業規範。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與批發客戶並無重大未解決糾紛或訴訟。

### 直接批發客戶

我們與直接批發客戶訂立買賣協議，以銷售第三方品牌的常用藥品及其他醫療產品。我們的直接批發客戶主要為從事藥品及其他醫療產品流通的製藥公司。彼等向我們購買常用藥品及醫療產品，主要由於我們的潛在價格優勢及我們有能力供應特定SKU所需數量。根據灼識諮詢的資料，從事藥品流通業務的公司於必要時相互交易是行業常態，尤其在當交易一方在特定產品定價方面具有比較優勢，而另一方需要補充該類產品庫存以滿足客戶需求的情況下。我們要求直接批發客戶提供營業執照及相關政府簽發的許可證，以核實其身份及資格。我們的銷售人員通常與直接批發客戶的採購團隊協商以確認產品需求，其後直接批發客戶向我們提交採購訂單。彼等自行管理庫存。鑒於(i)我們與直接批發客戶維持合約買賣關係；及(ii)除本公司原因導致產品質量問題外，我們通常不允許直接批發客戶退貨。我們並無限制或要求委任分銷商，亦無向下游客戶強制售價。於往績記錄期間，我們的直接批發客戶並無任何重大的產品退貨。

---

## 業 務

---

於往績記錄期間，我們與直接批發客戶訂立的標準買賣協議的主要條款載列如下：

- **期限**。我們每次與直接批發客戶進行交易時，均會簽訂買賣協議。
- **信用額度及期限**。我們一般向直接批發客戶提供30天的信用期限，並根據其信譽經公平磋商後釐定信貸期限。
- **定價**。結合整體市況，我們與直接批發客戶協商釐定售價。
- **產品退貨**。除本公司原因導致產品質量問題外，我們通常不允許產品退貨，根據灼識諮詢的資料，這符合行業常規。
- **物流**。我們通常負責將產品運送至直接批發客戶指定的地址。
- **終止**。倘一方違反其義務且未能在合理時限內糾正違約行為，另一方有權終止協議。

### 分銷商

藥品流通及分銷受到中國政府嚴格監管。中國境內的製藥企業通常會建立分銷網絡，以分銷其藥品及其他醫療保健產品。由於單家分銷商無法觸達所有終端客戶，製藥企業有時會委聘多層級分銷商，以提高客戶滲透率。作為決定分銷結構及決定分銷政策的一方，製藥企業一般在每個地區（通常為各省）選擇一家或多家一級分銷商，並可能指定次級地區的範圍（如該地區部分或全部城市），以供一級分銷商進一步委聘下級分銷商。根據灼識諮詢的資料，中國製藥企業通常對其分銷網絡實施嚴格而緊密的管控，並對分銷商進行密切管理，包括分銷商的甄選及終止合作。於往績記錄期間，我們擔任多家製藥企業的一級分銷商。作為該等製藥企業的一級分銷商，我們於多數情況下會與相關製藥企業簽訂分銷協議，我們同時亦會在製藥企業指定區域內，與我們的分銷商（即製藥企業的二級分銷商）簽訂分銷協議。於少數情況下，製藥企業同時委派我們作為一級分銷商，並指定二級分銷商，從而形成三方關係。據灼識諮詢的資料，此類安排符合行業慣例。

我們謹慎管理與分銷商的合作，降低渠道囤貨風險。我們認為我們向分銷商銷售產品所導致的渠道囤貨風險較低，乃由於(i)除本公司原因導致產品質量問題外，我們通常不允許分銷商退貨；以及(ii)分銷商須按時（通常為每月一次）向我們分享彼等的分銷流向及存貨水平。根據我們與製藥企業簽訂的協議，我們通常不得在指定分銷地

## 業 務

區外銷售產品。若發現任何二級分銷商或其次級分銷商（視情況而定）在指定地區外銷售產品，我們可向製藥企業通報此類活動，由製藥企業據此處理。此外，我們須向製藥企業匯報分銷流向及存貨水平。我們不限制或強制要求委任次級分銷商，亦不對二級分銷商設定銷售價格。根據製藥企業的具體要求，我們甄選及委任二級分銷商的行為，以及二級分銷商委任次級分銷商的行為（如適用），通常需要得到製藥企業的認可。

於2023年、2024年及2025年，來自我們分銷商的收入分別為人民幣48.9百萬元、人民幣219.8百萬元及人民幣492.6百萬元。於往績記錄期間，我們概無分銷商退貨。

我們通常與分銷商訂立性質為買賣協議的標準分銷協議。收入於產品控制權轉移時（即第三方品牌分銷商交付及驗收產品之時間點）確認。於往績記錄期間，我們與分銷商訂立的標準分銷協議的主要條款載列如下：

- **期限**。協議期限通常為一年。
- **指定區域**。協議明確規定指定銷售區域，分銷商一般不得在其指定分銷區域外銷售。
- **銷售目標**。我們根據分銷商的銷售業績協定獎勵金額，以鼓勵指定分銷商達到或超過年度銷售目標。
- **信用額度及期限**。我們一般會向我們的分銷商提供30至45天的信用期限，並根據其信譽經公平磋商後釐定信貸期限。
- **定價**。結合整體市況，我們與分銷商協商釐定售價。
- **產品退貨**。除本公司原因導致產品質量問題外，我們通常不允許分銷商產品退貨。根據灼識諮詢的資料，這符合行業常規。
- **物流**。我們通常負責將產品運送至分銷商指定的地址。
- **銷售與庫存報告**。分銷商須按協定頻率（通常每月一次）與我們提供其分銷流量及存貨水平的信息。
- **終止**。我們一般有權終止與違反協議所訂明責任的指定分銷商的協議。

我們與製藥企業（作為我們的供應商）訂立標準分銷協議，其性質屬銷售與採購協議。我們與製藥企業訂立的協議通常載明產品的規格及定價政策、付款方式，以及產品銷售及分銷的指導方針，包括對產品銷售區域的限制，以及目標總採購量。我們

---

## 業 務

---

須負責遵守製藥企業制定的指導方針。與其簽訂的協議通常不限制我們銷售競爭產品。以下為我們與製藥企業於往績記錄期間簽訂的標準分銷協議主要條款：

- **期限**。協議期限通常為一年。
- **指定區域**。製藥企業於協議中訂明指定銷售區域。我們通常不得在指定分銷區域外銷售產品。若我們發現任何二級分銷商或其下級分銷商（視情況而定）於指定分銷區域外銷售產品，我們可向製藥企業通報此類活動，製藥企業應據此採取相應措施。
- **銷售目標**。我們根據銷售績效協商獎勵金額。
- **信用額度及期限**。通常享有最長90天的信用期。
- **定價**。我們與製藥企業進行協商，並根據整體市況決定採購價格。製藥企業通常會建議我們向二級分銷商銷售的價格，但並非強制規定。
- **產品退貨**。若產品存在品質問題，我們有權向製藥企業退還產品。
- **物流**。製藥企業通常負責產品的準時交付與品質管控。
- **銷售與庫存報告**。我們須按約定頻率（通常為每月一次）向製藥企業提供分銷流向及存貨水平。
- **終止**。與製藥企業訂立的協議可經雙方同意後終止。與其訂立的協議亦可經雙方協議後續訂。

於往績記錄期間，我們通常以分銷商身份向控股股東採購。參閱「關連交易－非豁免持續關連交易（須遵守申報、年度審核、公告、通函及獨立股東批准規定）－2.採購藥品及其他醫療產品」。

在少數情況下，製藥企業委任我們為一級分銷商，同時也指定二級分銷商，從而形成三方關係。在該等情況下，我們與製藥企業一起參與甄選其二級分銷商（即我們的分銷商）。製藥企業決定有關向下游客戶的售價、定期更新分銷流向及存貨水平、銷售目標、激勵措施及二級分銷商其他責任的任何規定。根據灼識諮詢的資料，這符合行業常規。

## 業 務

下表載列我們於所示年度的分銷商總人數及變動：

	截至12月31日止年度／截至該日		
	2023年	2024年	2025年
年初分銷商人數 .....	–	101	331
新增分銷商人數 .....	101	278	216
終止分銷商人數 <sup>(1)</sup> .....	–	48	109
年末分銷商人數 .....	101	331	438

附註：

(1) 於上一年度曾向我們採購、但於所示年度未進行採購的分銷商數量。

於往績記錄期間，我們直接批發客戶中的其中三名為我們的關連人士（統稱為「非獨立直接批發客戶」）。於2023年、2024年及2025年，該等非獨立直接批發客戶貢獻的收入分別為人民幣10.9百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣0.2百萬元，分別佔我們相關年度總收入的0.4%、0.1%及0.0%。我們向該等非獨立直接批發客戶作出銷售主要是因為與我們向其他直接批發客戶銷售的相同原因：有時我們可能對若干產品的定價具有可比較優勢，且非獨立直接批發客戶需要補充該等產品的存貨以滿足客戶需求。我們與該等非獨立直接批發客戶訂立的買賣協議通常包含我們向獨立直接批發客戶提供的相同條款及條件。我們向非獨立直接批發客戶銷售產品時採用與我們向獨立直接批發客戶採用的大致相同的定價水平。

據我們所深知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除上述非獨立直接批發客戶外，所有其他批發客戶（包括直接批發客戶及分銷商）均為獨立第三方。

### 銷售及客戶服務團隊

我們主要依託直銷模式且亦通過直接向批發客戶及分銷商銷售藥品及其他醫療產品。請參閱「一銷售渠道」。我們通過一支龐大、經驗豐富且高效的本地化銷售團隊（即由全職僱員及彈性招募的銷售人員組成的銷售及客戶服務團隊）來推廣我們的產品、服務和解決方案。截至2025年12月31日，我們有476名銷售人員及8,881名由合同銷售組織（「CSO」）外派的彈性招募銷售人員。截至同日，我們的銷售及客戶服務團隊覆蓋全國31個省份。

我們定期開展培訓課程和績效評估，以使我們所有銷售及客戶服務人員了解最新的行業趨勢、銷售技巧以及我們產品、服務和解決方案的特點。我們的培訓計劃涵蓋客戶拓展策略與各客戶特徵及客戶拜訪計劃之間的匹配。該計劃還得到全面知識庫的

---

## 業 務

---

支持，可幫助新團隊成員有效解決客戶可能遇到的數百個常見問題。我們的員工端客戶關係管理系統還使銷售和客戶服務團隊能夠快速創建客戶檔案、設計客戶拓展路線和策略、明確每名人員的重點拓展目標，從而提升銷售和客戶服務的效率。

我們的全職銷售人員是銷售及客戶服務團隊的核心，他們深入基層醫療行業，在客戶開發(包括客戶獲取、管理及溝通)方面擁有豐富的專業知識。他們在銷售及客戶服務團隊中擔任領導者和教練，管理我們靈活招聘的銷售人員。截至2025年12月31日，我們的內部銷售人員平均在基層醫療行業工作超過10.1年，且對該行業及其各自地區的客戶有深入的了解。

除全職僱員外，我們在往績記錄期間聘請CSO向客戶推廣我們的產品、服務和解決方案。CSO向我們外派銷售人員，構成我們銷售及客戶服務團隊的生力軍，負責挖掘、吸引、服務和留住低線城市、區縣及社區的客戶。一旦彼等獲得新客戶，該等人員會幫助客戶在我們的APP上註冊賬戶。根據我們與CSO簽訂的合同，這些人員必須遵守我們的銷售和客戶服務標準。我們還要求CSO根據我們的標準管理這些人員。

我們實施嚴格的內部程序，基於人才庫的質素、行業經驗、信譽及聲譽等因素甄選CSO。我們為我們的銷售人員開發了專有的專用在線客戶關係管理工具，通過該工具我們將各客戶分配給專門且靈活招聘的銷售人員。此工具能夠記錄客戶的過往購買情況。基於該等記錄，我們的銷售人員可通過該等記錄分析客戶購買喜好及預測購買週期。利用該客戶關係管理工具，我們能夠追蹤彈性招募銷售團隊與潛在客戶和現有客戶的互動，隨時了解潛在客戶並管理客戶關係，確保個性化和高效的銷售和客戶服務流程。此外，由於我們將該等靈活招聘的銷售人員視為銷售及客戶服務團隊的重要組成部分，故我們會核實其身份以便培訓及管理。

與CSO簽訂的協議的主要條款載列如下：

- **期限**。協議通常為期一至兩年。
- **服務性質及範圍**。協議通常會界定CSO所提供服務的範圍。我們要求CSO提供人力來推廣我們的服務及解決方案，以確保其滿意地履行職責。我們負責提供相關人員履行職責所需的資料及材料。我們一般保留管理監督其工作的權利。
- **合規**。雙方以及CSO提供的人員通常須以符合相關法律法規的方式履行協議項下的責任。
- **定價**。費用通常在協議中載明並參考市場費率確定。

## 業 務

- **付款**。我們通常會商定付款時間表，並可能在收到發票後獲授若干天數的信貸期。
- **終止**。協議一般可經雙方協商後終止。例如，在若干情況下，我們有權在發出三十日書面通知後終止協議。於若干其他情況下，除非另一方違約，否則雙方均不得在期限屆滿前終止協議。

### 營銷

我們採用多方面的營銷策略來增強我們在基層醫療行業的影響力。我們憑藉良好的品牌認可度及APP廣泛的客戶網絡，以向更多的潛在客戶推銷我們的產品、服務和解決方案。我們還投資公共關係和活動贊助，以提高我們品牌的知名度和可信度。例如，我們組織或積極參與營銷活動，包括行業會議，例如全國鄉村醫師大會。在此類活動中，我們介紹行業動態，展示潛在的創新機會，並加深我們品牌的行業認可度。此外，我們正在探索直播等創新方法，以與我們的目標客戶和我們業務運營中的其他參與者互動。隨著我們不斷擴大和提高市場滲透率，我們將優化我們的銷售和營銷網絡，以確保在現有和新市場之間有足夠的地理覆蓋。

### 物流、倉儲及庫存管理

#### 物流

就臨床檢驗服務而言，我們的本地化銷售與客戶服務人員管理檢測樣本的運輸，且我們對物流操作有嚴格的協議。我們的本地化銷售與客戶服務人員為每個樣本分配一個條形碼，當中包含有關實驗室檢驗類別的信息，並且可以在我們APP使用條形碼識別號進行追蹤。對於含有感染性物質的檢測樣本，我們會按照我們的內部協議在試管上標記相關感染性物質，並進行密封。我們的本地化銷售與客戶服務人員會對檢測樣本進行初步評估，包括標籤檢查、密封和患者信息，以確保其符合臨床檢驗標準。如果檢測樣本不符合臨床檢驗標準，我們將要求基層醫生重新採樣。一旦從患者採集到令人滿意的樣本，對於臨床實驗室附近的大多數客戶，我們的本地化銷售與客戶服務人員向客戶採集檢測樣本，將其運送至臨床實驗室的收集站，並負責在整個過程中控制符合檢測樣本儲存條件的溫度和濕度。對於距離臨床實驗室較遠的客戶，我們的本地化銷售與客戶服務人員會根據臨床檢驗類別及檢測樣本的性質，使用第三方物流提供商的服務安排空運或火車運送檢測樣本至臨床實驗室。每名相關本地化銷售與客戶服務人員不遵守我們的協議的，將視乎不合規事件性質，一般被處以人民幣20元至人民幣150元不等的罰款。

對於臨床檢驗服務以外的產品、服務和解決方案，我們聘請了合格的第三方物流服務提供商，將我們倉庫中的藥品和其他醫療產品運送至客戶指定地點。我們為產品的運輸設定了嚴格的標準，而這些第三方物流服務提供商必須遵守。在簽訂服務協議之前，我們會審核這些提供商的質量保證能力。我們還每月評估第三方物流服務提供

## 業 務

商的合規性及表現。我們會記錄來自第三方物流服務提供商的信息，例如追蹤號碼、運輸方式以及代理和包銷商詳情。據我們所知，於往績記錄期間，我們委聘的所有物流服務提供商均為獨立第三方。我們與第三方物流服務提供商簽訂一年期的服務協議。我們通常在服務協議中明確服務範圍、付款時間表和定價。如果物流服務提供商對我們委託其提供物流服務的產品造成包裝破損或污染等損壞，其應按照協議條款對我們進行賠償。

為了管理檢測樣品和我們的產品的配送，我們開發了供應鏈工具，包括發運和配送系統，以確保及時配送。詳情請參閱「－技術－數智化運營－供應鏈管理」。

### 倉儲及庫存管理

我們根據中國相關法律法規管理藥品及健康產品的倉儲。截至2025年12月31日，我們在中國運營倉庫，總建築面積128,145.3平方米（包括主要用於儲存我們的藥品、其他醫療產品及耗材存貨的倉庫設施，以及用於行政和運營職能的綜合辦公區），共同構成西南地區規模最大的智能化醫藥倉儲物流中心。該等倉儲及物流中心集成了包括智能輸送分揀系統、機器人拆零系統、電子標籤揀選系統等在內的多種自動化系統，估計具備存儲超過100萬箱藥品的能力，可實現每日逾40,000箱藥品的入庫和拆垛作業，支持每日逾20,000訂單的揀選作業量以及每日逾20,000箱訂單的發貨。此外，我們於2025年7月開始在天津運營一座總建築面積為21,278.0平方米的倉庫。

我們實施WMS，以確保有效控制及管理我們的庫存。請參閱「－技術－數智化運營－供應鏈管理」。我們的目標是保持最佳庫存水平，在有效滿足客戶需求的同時，最大限度地減少庫存浪費和過時的可能性。我們的倉庫管理系統報告顯示，2025年平均每筆訂單處理時間約為23小時，較2023年的每筆訂單約46小時有顯著改善。我們的庫存主要包括製成品，主要為藥品及其他產品。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的庫存分別為人民幣464.2百萬元、人民幣603.1百萬元及人民幣568.3百萬元，分別佔截至相關日期總資產的34.5%、35.3%及27.4%。

### 質量控制及保證

我們已制定並採取質量控制措施，確保我們平台上營銷或銷售或作為專病診治解決方案一部分而提供的藥品均符合標準；若屬第三方品牌的普藥或其他醫療產品，則確保其非偽造品。就我們自供應商接收的每次交付而言，我們均會進行產品檢驗。若我們發現相關產品不符合標準，我們有權拒絕收貨或要求退貨退款。請參閱「－風險管理及內部控制－產品質量與安全」。

---

## 業 務

---

就實驗室檢驗結果及醫學影像檢查結果的解讀，以及我們編製並與基層醫生共享的資料，我們的內部醫療專家透過查閱專業醫學指南與學術文獻編製將與客戶共享的資料並確保資料質量及準確性。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們所提供產品或服務並無遇到任何重大產品退貨、重大客戶投訴、索賠或召回。

### 我們的客戶

我們的客戶主要包括基層醫療終端，主要包括覆蓋中國廣闊的下沉市場的基層醫療機構及基層藥店，以及以基層醫療行業的下游客戶為目標的直接批發客戶及分銷商。請參閱「一 銷售及營銷 — 銷售渠道」。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們於各年度的五大客戶分別約佔相關年度我們總收入的1.8%、3.9%及5.8%，而向我們於各年度的最大客戶的銷售額分別約佔相關年度我們總收入的0.5%、1.6%及1.5%。於往績記錄期間，我們並無面臨任何重大客戶集中風險。

於往績記錄期間，本公司於各年度的五大客戶中數家並非獨立（統稱為「**非獨立五大客戶**」）。其中，(i)四川醫貿（本公司非執行董事兼控股股東耿越飛先生目前持有少於10%股權）於2023年躋身本公司五大客戶之一。四川醫貿產生的收入於2023年、2024年及2025年分別為人民幣8.3百萬元、人民幣0.8百萬元及零，分別佔我們相關年度總收入的0.3%、0.0%及零。(ii)一家從事藥品流通業務的藥品零售連鎖企業（客戶A）是我們2024年五大客戶之一。我們的非執行董事兼控股股東耿越飛先生目前持有客戶A旗下一家附屬公司少於5%的股權。來自客戶A（包括與我們有交易來往的所有附屬公司）的收入於2023年、2024年及2025年分別為人民幣2.6百萬元、人民幣11.2百萬元及人民幣25.3百萬元，分別佔我們相關年度總收入的0.1%、0.3%及0.7%。於往績記錄期間，我們主要向該等非獨立五大客戶銷售藥品及其他醫療產品。據我們所知，除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，我們的董事、其各自的聯繫人或任何股東（擁有或據董事所知曾擁有我們已發行股本5%以上者）概無於我們各年度的五大客戶中擁有任何權益。

於往績記錄期間，據董事所知，本集團並無與客戶發生任何重大糾紛，亦無遇到任何重大缺陷產品退貨。

### 我們的供應商

於往績記錄期間，我們的主要供應商為製藥企業及醫藥流通企業、醫療設備製造商、ICL及物流服務提供商。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，

## 業 務

各年度向我們五大供應商進行的採購額分別約佔相關年度採購總額的20.2%、25.7%及22.7%，而各年度向我們最大供應商進行的採購額分別約佔相關年度採購總額的10.3%、13.7%及15.4%。於往績記錄期間，我們並無面臨任何重大供應商集中風險。

於往績記錄期間，本公司於各年度的五大供應商中有一家並非獨立（統稱「非獨立五大供應商」）。其中，我們的控股股東之一四川佳能達於2023年、2024年及2025年均位列我們的五大供應商之列。向四川佳能達進行的採購額於2023年、2024年及2025年分別為人民幣302.2百萬元、人民幣404.4百萬元及人民幣528.6百萬元，分別佔我們相關年度採購總額的10.3%、13.7%及15.4%。於往績記錄期間，我們主要向該等非獨立五大供應商採購藥品及其他醫療產品。據我們所知，除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，我們的董事、其各自緊密聯繫人或我們的任何股東（擁有或據董事所知曾擁有我們已發行股本5%以上者）概無於我們各年度的五大供應商中擁有任何權益。

我們在供應商委聘方面有嚴格的政策。請參閱「—我們的服務及解決方案」。我們與主要供應商保持着穩定的業務關係。於往績記錄期間，我們不存在與供應商發生任何重大爭議、採購供應困難、因供應短缺或延誤或其價格大幅波動而導致運營中斷等情況。鑒於我們的供應的相對同質性、採購能力和市場相對龐大的供應商基礎，我們相信，必要時，我們能夠找到替代供應商。

### 主要客戶與供應商身份重疊

我們向從事藥品或其他醫療產品流通的公司銷售藥品及其他醫療產品，我們亦可向該等公司採購藥品及其他醫療產品。因此，我們的部分客戶亦為我們的供應商，反之亦然。根據灼識諮詢的資料，從事藥品及其他醫療產品銷售的公司擁有重疊的客戶—供應商並不少見。

於往績記錄期間，在我們於各年度的五大客戶及五大供應商中，有12名重疊的客戶—供應商（「重疊的客戶—供應商」）。於2023年、2024年及2025年，對該等重疊的客戶—供應商的銷售額分別為人民幣61.4百萬元、人民幣158.5百萬元及人民幣335.5百萬元，分別佔我們相關年度總收入的2.0%、4.9%及8.8%。於2023年、2024年及2025年，自其進行的採購額分別為人民幣236.9百萬元、人民幣295.8百萬元及人民幣350.2百萬元，分別佔我們相關年度採購總額的8.1%、10.0%及10.2%。

於12名重疊的客戶—供應商中，我們有兩名非獨立重疊客戶—供應商（統稱為「非獨立重疊客戶—供應商」）。

四川醫賢（我們的非執行董事兼控股股東耿越飛先生目前持有少於10%股權）是我們的重疊客戶—供應商之一。於2023年、2024年及2025年，來自四川醫賢的收入分別為人民幣8.3百萬元、人民幣0.8百萬元及零，分別佔我們相關年度總收入的0.3%、0.0%及零。於2023年、2024年及2025年，向四川醫賢進行的採購額分別為人民幣18.0百萬元、人民幣10.4百萬元及零，分別佔我們相關年度採購總額的0.6%、0.4%及零。

## 業 務

於往績記錄期間，我們曾與客戶A的多家附屬公司（包括耿越飛先生目前於其中持有少於5%股權的一家附屬公司）有業務往來。於2023年、2024年及2025年，來自客戶A（包括我們與其有業務來往的所有附屬公司）的收入分別為人民幣2.6百萬元、人民幣11.2百萬元及人民幣25.3百萬元，分別佔我們相關年度總收入的0.1%、0.3%及0.7%。於2023年、2024年及2025年，向客戶A進行的採購額分別為人民幣52.7百萬元、人民幣42.8百萬元及人民幣47.0百萬元，分別佔我們相關年度採購總額的1.8%、1.5%及1.4%。

我們與該等非獨立重疊客戶－供應商（為從事醫藥及其他醫療產品流通業務的公司）同時進行銷售及採購，原因與我們同其他獨立第三方重疊客戶－供應商進行的銷售與採購交易相同。有關向該等非獨立重疊客戶－供應商進行的採購及銷售的性質，請參閱「－我們的客戶」及「－我們的供應商」。

我們與該等重疊客戶－供應商的銷售和採購彼此之間不存在條件。我們向該等重疊客戶－供應商進行的所有銷售和採購均在日常業務過程中按照正常商業條款，以公平交易原則進行。與該等客戶－供應商之間的條款通常與其他供應商和客戶的條款相當。於往績記錄期間，不曾發生應收該等重疊客戶－供應商的貿易款項與應付該公司貿易款項抵銷的情況。除所披露者外，盡我們所知，於往績記錄期間各年度，我們五大客戶均非我們的供應商，且於往績記錄期間各年度，我們五大供應商亦非我們的客戶。

### 季節性

我們的經營業績存在輕微的季節性波動。於往績記錄期間，我們通常於冬季錄得收入增長，主要是由於冬季對治療呼吸道疾病等季節性疾病的藥品及其他醫療產品需求增長。此外，由於若干客戶於冬季根據不可預測的天氣和極端天氣造成的不利道路狀況安排增加存貨，故季節性波動尚未對我們造成重大經營及財務挑戰。然而，我們過去所經歷的季節性趨勢可能並不適用於或者可以指示未來經營業績。

### 知識產權

我們依靠專利、版權、商標和商業秘密法律組合以及對披露的限制來保護我們的知識產權。截至最後實際可行日期，我們已經在中國註冊11項專利。我們已在中國國家版權局登記116項軟件版權。我們在中國擁有27個註冊域名。截至最後實際可行日期，我們已在中國國家知識產權局註冊124個註冊商標。當我們意識到我們的知識產權可能受到侵犯時，我們會採取行動。我們還在公共商標註冊平台上進行例行檢查，以確保我們的商標不被他人侵犯。

截至最後實際可行日期，據我們所知，並無任何法律訴訟阻礙我們利用我們的知識產權而對我們的業務產生重大影響，我們亦無因侵犯知識產權而面臨將對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的法律訴訟。

---

## 業 務

---

### 數據安全與隱私

我們致力於保護數據安全和隱私。我們已制定並實施嚴格的數據收集、處理及使用政策。

我們主要收集客戶的資料，包括他們的商業證書以及經營者的姓名及聯繫信息。當我們的基層醫療機構客戶使用我們的服務時，我們亦收集彼等提供的患者數據，包括彼等的醫療狀況描述、性別、年齡、檢測結果等，為該等基層醫療機構客戶提供相應服務。我們要求基層醫療機構客戶確認其已就收集並提供該等信息取得患者同意。在提供檢測服務的過程中，我們會根據適用的法律法規收集受檢查者的年齡、性別等個人信息，並保留其檢測結果。我們已採納嚴格的政策，以確保我們對數據的收集及使用符合相關中國法律及法規。我們所有的數據均存儲在中國。我們在徵得用戶同意及／或法律法規允許的情況下收集、使用和保留此類個人信息。

我們已採用並實施健全的內部控制制度，專注於數據安全和個人信息保護。我們的內部控制協議涵蓋數據處理的整個生命週期，包括數據收集、數據傳輸、數據存儲安全、數據備份和恢復、數據處理和分析、數據的正確使用、數據銷毀和處置。我們對敏感數據實施嚴格的數據安全監控和警報制度。我們還制定有業務連續性計劃，以防發生災難性事件，包括可能導致各種業務中斷的自然或非自然災害，例如網絡和數據安全事件、網絡故障或外在服務器機房故障。此外，我們的信息管理團隊人員密切監控常見的技術問題和數據資源的使用情況。我們的後端安全系統能夠處理惡意攻擊，維護我們平台的安全並保護我們用戶的隱私。

由於監管制度日新月異，我們將繼續關注數據安全領域的立法發展。為減輕任何監管變化的潛在影響，我們已對我們的網絡安全、數據合規性和個人數據保護狀況進行徹底審查，並已採取措施確保在所有重大方面（包括內部控制政策和程序）遵守當前有效的法律和法規。

截至最後實際可行日期，我們並未經歷任何可能對我們的業務營運造成重大不利影響的任何重大數據或個人資料外洩或遺失、數據或個人資料侵權，或信息安全事件。截至最後實際可行日期，我們並無因營運過程中與數據隱私及網絡安全有關的不合規行為而受到行政調查、查詢、處罰、訴訟或法律程序，從而對我們的業務營運造成重大不利影響。根據上文所述，我們的中國法律顧問認為，截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守有關數據隱私及網絡安全的現行有效且具有約束力的中國法律法規。

### 競爭

在醫療需求增加以及患者支付能力及意願提高的推動下，中國基層醫療行業具有強勁的增長前景。儘管中國的基層醫療行業規模龐大，但基本挑戰依然存在，包括診治不足、藥物供應鏈冗長且同質化，以及數字化能力有限。針對基層醫療的痛點，服

## 業 務

務提供商被驅使為基層醫療終端提供更具助力及有益的服務及解決方案，包括檢驗診斷服務、藥品直供服務及專病診治服務，而數字化及AI的應用亦正不斷增加。我們的主要競爭對手包括B2B平台、藥品分銷商及批發商，其中許多擁有廣泛的營銷及銷售網絡以及豐富的行業經驗。該行業具有市場集中度高、競爭激烈等特點以及面臨醫療人才不足及資質欠缺、醫藥同質化普遍、供應鏈效率低下、缺乏數字化及智能化支撐等關鍵挑戰。請參閱「行業概覽」。

根據灼識諮詢的資料，以2024年的收入計，我們在中國基層醫療的藥品直供市場排名第二。我們亦是中國基層醫療行業唯一一家透過數智化與AI輔助賦能為基層醫療機構提供包括檢驗、診斷、用藥及診療一體化業務場景全覆蓋服務及解決方案的服務提供商。我們的競爭優勢由我們產品範圍的多樣性、具競爭力的定價、用戶體驗、技術實力、高效的風險管理以及我們與基層醫療機構、藥店及藥品供應商合作定制我們的產品、服務及解決方案的能力所驅動。

### 僱員

我們相信，我們的專業員工隊伍是我們長期增長的動力。截至2025年12月31日，我們共有1,635名全職僱員。下表列示截至指定日期我們按職能劃分的僱員人數：

按職能分類的僱員	僱員人數	僱員佔比 (%)
行政管理人員 .....	118	7.2
銷售及營銷 .....	640	39.1
臨床實驗及醫學專家 .....	127	7.8
倉儲人員 .....	546	33.4
研發人員 .....	204	12.5
<b>總計 .....</b>	<b>1,635</b>	<b>100.0</b>

我們的員工隊伍由來自不同領域和教育背景的熟練專業人員組成，其中許多人擁有供職製藥公司和線上醫療服務提供商的廣泛專業知識和經驗。截至2025年12月31日，我們32.5%的僱員持有學士或以上學位。

我們非常重視對員工的投資，並建立了全面的人才發展體系。新員工入職前，必須完成相關培訓並通過考試。我們提供廣泛的專門培訓，旨在提升員工的專業技能，包括銷售及營銷培訓及醫療知識研討會。此外，我們開闢了多項內訓課程，制定了一系列針對性的專業課程，有效實施我們的人才發展戰略，促進關鍵人才的成長，提升我們團隊的管理水平。

---

## 業 務

---

我們為僱員提供具有競爭力的薪酬和福利。僱員的薪酬乃根據職能、績效考核及市場慣例釐定。我們的績效考核考慮多項因素，例如我們的業務發展、股本回報率和風險控制。同時，我們為員工提供多種福利，如年度體檢、差旅補貼、高溫補貼等。

我們已成立工會，我們的員工可以自願加入工會。我們認為，我們與員工保持良好的工作關係。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們不曾經歷任何重大勞資糾紛或干擾我們的運營的中斷。

### 保險

我們認為我們的保險範圍足夠，因為我們已投保中國法律法規要求的所有強制性保單，並且符合我們業內的商業慣例。根據中國法律法規的要求，我們的員工相關保險主要包括養老保險、生育保險、失業保險、工傷保險、醫療保險及住房公積金。我們為銷售人員以及司機購買僱主責任險。我們亦為存貨投購財產險。

截至最後實際可行日期，我們尚未提出任何重大保險索賠，亦未成為任何重大保險索賠的對象。我們的董事認為，我們現有的保險範圍足以滿足我們目前的運營需求，並符合中國的行業慣例。

### 環境、社會和治理

我們致力於推崇企業社會責任及可持續發展，並將其融入到我們業務經營的所有重要方面。該承擔是通過增進多元化和社區利益為股東持續創造價值的關鍵舉措。

我們通過支持包括企業慈善、建立社區合作夥伴關係及動員僱員參與義工的當地倡議，力求攜手僱員、顧客及業務合作夥伴建立可持續發展的社區。此外，我們通過節能措施及可持續實踐努力降低對環境的消極影響。我們重視多元化，平等對待所有僱員及所有僱員的專業發展，促進平等就業機會，實現工作與生活的平衡，形成積極的企業文化。確保人人都能享有平等的職業發展機會的同時，我們亦將持續促進工作與生活的平衡及為所有僱員創造一個快樂的工作場所文化。

我們將於[編纂]後成立ESG委員會，對我們的ESG願景、政策和目標負責，並且每年對ESG相關風險進行評估、確定及解決。ESG委員會將為董事會級委員會。董事會成員在業務和企業治理方面擁有豐富的經驗，他們將接受ESG培訓，以提高他們管理ESG相關風險以及一般ESG事務的能力。

董事會將承擔以下責任：(i)指導並制定我們的ESG願景、策略及架構，確保其符合相關法律、法規及標準；(ii)監督ESG政策的制定及實施；(iii)審查我們ESG政策的

## 業 務

適用性；及(iv)批准我們的ESG報告及相關披露信息。董事會將定期討論可能影響我們的經營及可持續發展的重大ESG風險，向執行團隊提出建議，加強我們整體的ESG體系。

於發現重大ESG問題時，董事會將考慮相關的法律、法規及標準（如上市規則中規定的《ESG報告指引》、聯合國提出的可持續發展目標、全球報告倡議組織頒佈的標準及永續會計準則委員會頒佈的準則），以及當前主要的經濟、社會和環境問題，與各利益相關者（如我們的僱員、賣家及買家）進行溝通，並與我們的管理層就核心ESG問題（包括應當予以優先考慮的具體的ESG問題）進行討論及分析。尤其是，董事會及ESG委員會將重點關注利益相關者所共同關注的問題、營運影響以及近期法律及監管發展情況。我們的ESG委員會將：(i)分析法律法規的要求、宏觀政策及行業慣例，參考國際標準、ESG評級體系及同行公司的優秀做法；(ii)與內部及外部利益相關者溝通，以了解彼等的核心關注點；(iii)通過矩陣評估進行重要性評估；及(iv)對高度重要、中度重要及低度重要的問題清單進行歸類。

我們的ESG委員會將監控ESG問題並與董事會確認我們ESG體系的有效性。董事會可評估或聘請第三方評估ESG風險並審查我們現有的策略、目標及內部控制。其將實施必要的改進措施以減輕風險。ESG委員會將定期召開會議，以報告進展及結果。我們ESG政策的執行將涉及供應鏈管理、運營、人力資源、營銷及法務等主要部門。例如，經向我們的法務部門諮詢後，人力資源部門可能會調整政策，以遵守勞動及安全法律。

### 識別、評估及減輕我們的ESG風險

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾面臨環境、社會和治理有關事宜的相關不合規行為而導致的任何罰款或處罰，而其會對我們的財務狀況或業務運營造成重大不利影響。

我們已識別以下我們認為重大且可能對我們的業務、戰略或財務表現產生影響的ESG風險。

#### 產品質量相關安全問題

鑒於醫藥交易及服務的固有風險，我們可能會因客戶遭受的健康或安全相關問題而面臨糾紛或法律訴訟。銷售人類用藥涉及固有的法律及其他風險，且針對藥品安全的政府審查及公眾意識也在不斷增強。我們銷售或第三方賣家通過我們的平台促成銷售的產品造成的意外副作用可能使我們面臨產品責任、過失或其他訴訟。請參閱「風險因素－業務及行業相關風險－我們可能會面臨產品責任及服務責任索賠，這可能會給我們帶來重大財務及聲譽損失，並對我們的業務、財務狀況及前景造成重大不利影響」。

我們要求我們的供應商須符合詳細的產品質量標準，包括檢查他們的證書、建立合約義務及審查他們的產品質量記錄。

---

## 業 務

---

我們對員工進行強制、全面化的培訓，確保他們能夠對產品質量及安全進行適當檢查。

### 供應鏈管理

健全的供應鏈管理對我們確保供應鏈產品質量可靠及可持續性而言至關重要。倘我們無法選擇合格的供應商，或監測、審計及管理供應鏈中的各方，我們可能面臨供應商未能遵守適用法律法規及不道德行為的風險。這可能削弱我們的競爭力並損害我們的聲譽。

我們已建立供應鏈批准程序，供應商必須通過該程序提供相關資質或證明，如（其中包括）其營業執照、藥品生產或交易許可證及經營許可證。倘供應商違反有關安全和質量的適用法律法規或存在不當行為，我們可能會終止與他們的合約。我們亦保留質量檢測及控制團隊，以確保每個產品都遵守法律法規。

### 環境保護

我們監測可能影響我們業務、戰略和財務表現的環境、社會和氣候相關的風險和機會，並評估由此帶來的短期、中期和長期影響程度。我們在制定業務戰略時計及該等問題，並可能調整我們在特定地區的戰略，以應對不斷變化的環境、社會和氣候相關情況。

### 包裝及配送

我們已採取措施，確保我們的包裝及配送流程符合環境保護目標。例如，我們每筆訂單採用算法推薦的包裝盒，以減少使用包裝材料。此外，我們已實施計劃，從供應商處回收包裝盒並重複利用損壞的盒子及包裹。

我們與第三方物流服務提供商合作，將藥品及其他醫療產品從我們的倉庫運送至客戶指定地點。我們對該等提供商使用的包裝材料並無具體的環保或回收要求；我們傾向於與環保政策健全的物流服務提供商合作。我們的大部分主要配送合作夥伴為上市公司，均擁有自己的ESG措施，包括綠色包裝及資源回收舉措。

### 環境保護

儘管我們的業務運營並不產生直接影響環境的污染物，我們已實施內部政策，通過下列舉措降低我們的碳排放量。該等政策包括：(i) 確保在不使用時手動或通過自動傳感器關閉燈；(ii) 要求我們所有辦事處的文件都要雙面打印；(iii) 關閉某些IT設備或採用自動關閉功能關閉某些系統和設備的電源；及(iv) 實施空調控制，如設定最低溫度、定期維護空氣冷卻技術和最佳時間控制。

---

## 業 務

---

### 董事會及管理層多元化

我們已採納董事會多元化政策，當中載有實現並維持董事多元化的目標及方針。有關董事會多元化政策的更多資料；請參閱「一 董事及高級管理層 一 董事會多元化政策」。目前，董事會由一位女性主席主持。[編纂]後，我們將定期檢討董事會多元化政策，確保其持續有效。

### 企業社會責任

我們致力於承擔企業社會責任，滿足不同社會群體不斷變化的需求。我們支持並參與符合我們核心價值觀和使命的社會責任項目，並促進醫藥流通行業的整體發展。多年來，我們開展了廣泛的慈善活動，包括扶助弱勢群體及在危機時刻提供緊急救援。在COVID-19 疫情期間，我們通過迅速動員專門的配送團隊、克服重重物流挑戰，確保向封鎖地區不間斷地供應基本藥物。為應對自然災害，我們及時向受災地區捐贈關鍵醫療物資及日用品，協助當地藥店及診所恢復運營，保障公眾健康。我們亦致力於改善弱勢群體的福祉，為偏遠地區的婦女提供藥品及健康產品，滿足殘疾人的醫療需求，並提高護理機構老年人的用藥機會。通過該等持續的努力，我們努力促進全社會不同社區的健康及福祉。

### 物業

我們的總部設在中國成都。我們主要在中國租賃物業，作倉儲及辦公用途。

截至最後實際可行日期，我們擁有或租賃的物業的賬面價值均不到我們綜合資產總值的15%。根據上市規則第五章及《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條的規定，即在公司（清盤及雜項條文）條例附表3第34(2)段所述的估值報告內載入土地或建築物的所有權益。

#### 自有物業

截至最後實際可行日期，我們於中國擁有一項物業，總建築面積約為301.7平方米，主要用作辦公室用途。

#### 租賃物業

截至最後實際可行日期，我們以合同方式租賃20項物業，總建築面積約為128,424.7平方米，主要用作倉儲及辦公室用途。

## 業 務

截至最後實際可行日期，我們於中國的12項租賃物業的租賃協議尚未向相關主管部門備案。根據中國適用法律法規，租賃物業的租賃協議須向中國相關房地產管理局備案。由於租賃協議的登記需要出租方的配合，而出租方通常不願承擔行政負擔，我們未能完成租賃協議的登記。誠如我們的中國法律顧問所告知，未辦理備案並不會影響租賃協議的效力及可執行性，亦不會導致我們須騰退租賃物業，但相關政府部門可能會責令我們於指定期限內完成備案，並可能對未如期備案之各租賃協議處以人民幣1,000元至人民幣10,000元不等之罰款。董事認為未辦理登記手續將不會對本集團的業務及經營業績構成重大不利影響。

有關我們租賃物業的風險，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面臨與租賃物業有關的風險」。

### 法律程序和合規

#### 法律程序

我們不時成為在日常業務運營過程中產生的法院、仲裁及行政程序的當事人。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，不存在針對我們或我們的任何董事的懸而未決的訴訟、仲裁或行政訴訟或受其脅迫，而有關訴訟、仲裁或行政訴訟可能對我們的運營、財務狀況或業務前景產生重大不利影響。

#### 合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概未涉及任何導致罰款、執法行動或其他處罰，可能單獨或合計對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響的重大不合規事件。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中國相關法律法規。

### 社會保險和住房公積金

根據中國法律及法規的規定，我們參與各類由地方政府管理的僱員社會保障計劃，包括住房公積金、養老保險、醫療保險、生育保險、工傷保險及失業保險。於往績記錄期間，我們並無按照相關中國法律法規的規定向我們若干僱員作出充足的社會保險及住房公積金供款，主要是因為員工不願意依照實際薪資水準繳納職工社會保險和住房公積金。

據我們的中國法律顧問所告知，根據中國相關法律法規規定，我們可能須遵守監管要求，於規定期限內補繳社會保險欠繳款項，並按逾期金額每日0.05%計收滯納金，自社會保險繳費到期日起計算。倘未能於規定期限內繳納，主管機關可進一步處以逾期金額一至三倍的罰款。我們的中國法律顧問進一步告知，根據中國相關法律法規，

## 業 務

若我們未按規定全額繳納住房公積金，住房公積金管理中心可責令我們於限期內補繳。逾期未繳者，管理中心可向中國法院申請強制執行。請參閱「風險因素－我們可能須繳納額外社會保險及住房公積金供款，以及被相關政府部門處以滯納金及罰款」。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未收到中國相關主管部門就社會保險及住房公積金要求我們補繳欠繳款項而發出的通知，或就社會保險及住房公積金供款對我們作出任何行政處罰，亦未獲悉存在僱員就社會保險及住房公積金供款提出的重大投訴或牽涉與此有關的重大僱員勞動糾紛。結合相關監管政策、政府部門訪談及上述事實，我們的中國法律顧問認為：(i)我們被中國相關部門要求補繳社會保險及住房公積金欠繳款項的風險較低；及(ii)因未足額繳納社會保險及住房公積金而受到處罰的風險較低，前提是現行監管政策及環境並無重大不利變化，且未發生重大員工投訴。

基於上述，董事認為，考慮到於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，上述事件不會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

### 牌照及許可

我們須就提供服務取得及重續若干證書、許可證及牌照。詳情請參閱「監管概覽」。我們的中國法律顧問已告知我們，截至最後實際可行日期，我們已向相關政府機構取得對我們目前在中國的業務營運而言屬重大的所有必要牌照及許可證。於往績記錄期間，我們在重續所需證書、許可證或牌照方面並無遇到任何重大困難，且我們並無就維護及重續我們的重大證書、許可證及牌照遭受任何重大行政處罰。

### 風險管理及內部控制

我們已建立風險管理系統，以識別、評估、監控和減輕可能阻礙我們成功的風險。為監察[編纂]後持續實施風險管理政策及企業管治措施，我們已採納或將繼續採納(其中包括)以下風險管理措施：

- 成立審計委員會以審查和監督我們的財務報告流程和內部控制系統。有關委員會成員的資格及經驗，請參閱「董事及高級管理層」；
- 採取政策確保遵守上市規則，包括但不限於風險管理、關連交易及信息披露等方面；

---

## 業 務

---

- 向高級管理層和僱員提供反腐敗和反賄賂合規培訓，以加強他們對適用法律法規的了解和遵守，並將針對不合規行為的相關政策納入員工手冊；
- 為董事和高級管理層舉辦有關上市規則的相關規定及香港上市公司董事職責的培訓課程；
- 加強生產設施報告及記錄系統，包括集中質量控制及安全管理系統，並對設施進行定期檢查；
- 在發生重大質量相關問題時建立一套應急程序；及
- 提供有關質量保證及產品安全程序的強化培訓計劃。

### 產品質量與安全

我們已實施全面的產品質量與安全政策和相關內部控制系統，以維持並監控通過我們的APP銷售的產品的產品安全及質量。請參閱「— 我們的服務及解決方案 — 檢驗診斷解決方案 — 臨床檢驗 — 實驗室」、「— 我們的服務及解決方案 — 藥品直供及分銷服務 — 自有品牌藥品業務」、「— 我們的服務及解決方案 — 藥品直供及分銷服務 — 普藥業務」及「— 質量控制及保證」。

### 醫療服務質量及安全

我們重視我們提供的醫療健康服務的質量和安全性。我們努力將運營中產生的醫療風險降到最低。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無收到任何有關重大不合規或違反醫療健康服務質量和安全法律法規的書面通知或處罰。請參閱「— 我們的醫學知識共享」。

### 人力資源風險管理

我們根據：(i)不同部門員工的需求；及(ii)我們的反賄賂和反腐敗政策提供定期和專門的培訓。我們制定了員工手冊和行為準則，並已向所有員工分發。該手冊載有關於職業道德、欺詐防範機制、失職和腐敗的內部規則和指引。我們為員工提供培訓和資源，以解釋員工手冊所載指引。

### 操作風險管理

我們已建立一系列內部程序以管理營運風險。我們會對我們的銷售人員進行評估，以確保任何銷售和促銷活動都符合適用的法律和法規要求。我們要求我們網絡內

---

## 業 務

---

供應商和醫學專家嚴格遵守我們規定的工作範圍和質量要求，以避免任何重大的操作風險。此外，我們還採取了有關我們的醫學知識共享內容選擇的內部政策。我們主要基於目標客戶的臨床效用和科學價值來選擇健康和醫療信息和主題。

我們的信息技術、人力資源、財務和運營人員共同負責確保我們的運營符合內部程序。倘發生重大不利事件，該事件將上報首席執行官及董事會，以採取適當措施。通過有效的操作風險管理，我們希望通過識別、測量、監控和遏制操作風險，將操作風險控制在合理範圍內，以減少潛在損失。

### 知識產權風險管理及合規風險管理

我們已設計並採用嚴格的內部程序，以確保我們的業務運營符合相關規則和法規。

我們已建立健全的合規風險管理程序，以實現對合規風險的有效識別和管理，並確保我們的運營符合適用的法律法規。根據有關程序，我們的法律與合規部門仔細審查我們與客戶和供應商簽訂的合約。在簽訂任何合約或商業安排之前，我們的法律與合規部門審查合約條款並檢查相關文件，包括所有必要的盡職調查材料、對方為履行相關合約義務而獲得的執照和許可證。此外，我們持續監控相關法律法規和監管環境的變化，以確保我們的業務運營合規。

### 信息安全及數據隱私風險管理

根據適用法律法規，我們訪問的某些類型的健康和醫療數據可能會被視為個人信息。健康和醫療數據的充分保護對我們業務的成功至關重要。我們已實施相關的內部程序和控制，以確保我們信息技術基礎設施的安全，確保我們訪問的任何健康和醫療數據受到保護，並避免此類數據的洩露和丟失。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們的信息技術基礎設施不曾發生任何重大系統故障，且未發生任何健康和醫療數據重大洩漏或丟失。

### 投資風險管理

我們投資或收購與我們的業務互補並符合我們整體增長戰略的業務，例如能夠擴大我們的服務範圍和加強我們的技術能力的業務。一般而言，我們擬以優先股或具有優先權的普通股的形式長期持有投資。我們對投資設有分級審批流程。

### 反腐敗風險管理

我們制定了反腐敗風險管理政策，禁止僱員為追求不正當的個人利益或本公司的不正當利益而進行任何腐敗活動。我們設有舉報機制，供僱員舉報任何賄賂和腐敗事

---

## 業 務

---

件。我們的管理層負責調查報告的事件，並採取適當的措施解決問題。我們對腐敗行為零容忍，不接受僱用或晉升對腐敗事件負有責任的人員。我們進行例行內部培訓，並要求所有供應商在聘用前履行反腐敗承諾。

### 審計委員會經驗與資格以及董事會監督

為監督我們的風險管理政策的持續實施，我們已成立審計委員會，持續審查和監督我們的財務報告程序和內部控制系統，以確保我們的內部控制系統能夠有效識別、管理和減輕我們業務運營中涉及的風險。審計委員會由三名成員組成，即劉勁柏先生、孫曉波博士及蔡龍軍先生。劉勁柏先生是審計委員會主席兼獨立非執行董事。請參閱「董事及高級管理層－董事」。

我們設有內部審核團隊，負責審查內部控制的有效性和報告所發現的問題，並通過不斷發現內部控制的缺陷和弱點來改善我們的內部控制系統和程序。內部審核團隊及時向審計委員會和董事會報告發現的任何重大問題。

### 第三方支付安排的控制權

於2025年，鑒於四川醫貿終止相關業務後，我們承接該等業務的若干客戶關係，我們透過第三方支付安排（「**第三方支付安排**」）代表若干基層醫療終端客戶（「**相關客戶**」）接受付款。本公司一名非執行董事兼控股股東耿越飛先生目前持有四川醫貿少於10%股權。我們於2025年開始將該等客戶關係資本化，並根據我們的專病診治解決方案為該等客戶提供服務。我們於2023年或2024年未參與第三方支付安排。根據第三方支付安排，我們的客戶透過第三方支付人（「**第三方支付人**」）付款，第三方支付人為獨立於我們的銷售人員。該等銷售人員接受了相關客戶的付款，並透過其個人電子支付渠道將款項匯給我們。截至2025年8月31日，我們已終止所有第三方支付安排。根據我們的中國法律顧問的意見，第三方支付安排並不違反中國民法典或中國現行適用法律法規的強制性要求。經灼識諮詢確認，基層醫療終端透過第三方支付人結算交易的情況並不少見。我們認為，第三方支付安排的終止並未且不會對我們的業務造成重大不利影響。

我們已根據內部會計政策妥善入賬所有依據第三方支付安排收到的款項。於2025年，我們收到的第三方支付款總額為人民幣165.9百萬元，佔同年收入的4.3%。於2025年，相關客戶的數量為50,437。於2025年，概無個別相關客戶對我們的收入有重大貢獻。於2023年或2024年，我們並無任何第三方支付安排。於2025年，如下所述，我們

---

## 業 務

---

已採取措施管理第三方支付安排，以(i)防止商業賄賂、洗錢及逃稅；(ii)確保第三方支付有真實的相關交易支持；(iii)確保遵守稅務相關法律法規；及(iv)確保藥品銷售至獲得許可的基層醫療終端，並符合中國藥物分銷的法律法規。

於往績記錄期間：(i)我們並無向任何相關客戶提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益以促進或激勵第三方支付安排；(ii)我們與相關客戶訂立的協議的定價及付款條款與未參與第三方支付安排的客戶一致，且相關客戶的下單流程與未參與第三方支付安排的客戶相同；及(iii)據董事所深知，所有相關客戶及根據第三方支付安排結算付款的指定第三方支付人均為獨立第三方。

### 訂立第三方支付安排的原因

第三方支付安排主要源於四川醫貿終止相關業務後，承接該公司相關業務下的客戶關係。我們自2025年起開始將此類客戶關係資本化並為該等客戶提供服務。於承接客戶關係前，四川醫貿曾以線下模式經營相關業務，並採用涉及此類第三方支付安排的方式獲取基層醫療終端客戶。承接客戶關係後，為維持業務營運與客戶關係之連續性，我們在逐步淘汰該等安排的同時，持續沿用此承接之基層醫療終端客戶互動模式及付款安排。然而，相關整改工作需要時間完成，導致在2025年承接控股股東客戶關係後仍存在第三方支付安排。截至2025年8月31日，我們已終止所有第三方支付安排。

該等第三方支付付款人在四川醫貿經營相關業務期間，已與相關客戶建立信任關係。相關客戶主要基於該流程的既定信任與便利性，被鼓勵透過該等第三方支付付款人付款。我們取得客戶關係前，銷售人員會親自向相關客戶推介解決方案。相關客戶向銷售人員提出需求後，將款項匯至其熟悉且經常面對面接觸的第三方支付付款人，並等待送達所購產品。於我們取得客戶關係後，相關客戶繼續向與其經常互動的可信賴的第三方支付付款人付款，而我們則逐步取消此類安排。

我們認為，第三方支付安排的終止不會對我們的業務產生重大不利影響，原因如下：(i)由於相關客戶已熟悉我們的專病診治解決方案及APP的使用，我們的內部銷售人員能夠在第三方支付安排終止後繼續透過線上向相關客戶銷售該等解決方案。(ii)我們擁有龐大且活躍的客戶群。截至2025年12月31日，我們已服務逾670,500家基層醫療終端客戶。基於我們的客戶基礎及網絡效應，我們的內部銷售人員將繼續向尚未購買專病診治解決方案的現有客戶推廣及交叉銷售該等解決方案。(iii)我們早在2023年就開始提供無需使用第三方支付安排的專病診治解決方案，該解決方案一推出便獲得了廣泛關注。鑒於我們過去成功推廣了我們的專病診治解決方案，並且我們的內部銷

## 業 務

售人員深深紮根於基層醫療行業並在客戶開發方面擁有豐富的專業知識，我們相信我們完全有能力進一步發展我們的專病診治解決方案並吸引新客戶。請參閱「一 銷售及營銷」。

### **管理與第三方支付安排相關的風險的政策**

在逐步淘汰第三方支付協議的同時，我們制定了相關政策來管理相關風險並確保第三方支付安排僅適用於真實交易。我們會記錄客戶在我們APP上註冊時的身份，以及負責每位客戶的銷售人員的身份。相關客戶在我們的APP上下單後，將款項轉給銷售人員，銷售人員作為相關客戶指定的第三方支付人再透過個人電子支付渠道將款項匯給我們。對於每筆採購訂單，我們均能監控下單的相關客戶、負責的銷售人員、訂單編號以及透過對應訂單編號支付鏈接匯款給我們的匯款人。為確保資金的可追溯性，我們僅接受第三方支付人透過其個人電子支付渠道的付款。

據我們所深知，於往績記錄期間，相關付款乃基於真實相關交易及有效合約關係。我們向相關客戶提供的定價及付款條款與於2025年向未涉及第三方支付安排的客戶提供的定價及付款條款一致。我們已根據內部會計政策及稅務相關法規妥善入賬所有根據第三方支付安排收到的款項。董事認為，上述確保根據真實相關交易及與客戶的有效合約關係進行付款的措施已足夠，並可大幅降低我們面臨的風險。

於2025年8月，我們於APP向客戶發出書面通知，告知其我們不接受任何第三方支付人的付款。我們認為，就上述討論的原因而言，終止第三方支付安排並未且不會對我們的業務造成重大不利影響。然而，我們仍面臨與第三方支付安排相關的若干風險。請參閱「風險因素 – 與我們的業務及行業有關的風險 – 我們面臨與第三方支付相關的各種風險」。

### **第三方支付安排的法律意義及終止**

我們按照與直接從客戶銀行賬戶收到的其他資金相同的方式管理根據第三方支付安排收到的資金。所有涉及第三方支付安排的資金收入及付款均已記錄在我們的會計記錄中。據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間第三方支付安排並未違反中國民法典或其他中國現行適用法律法規的強制性要求。我們確認，根據第三方支付安排進行的所有付款(i)均為真實的，且乃出於真實的商業考慮而與我們的客戶進行的；(ii)不涉及非法收入；及(iii)不涉及逃稅，並且所有收到的金額均已在我們的納稅申報表中妥善記賬。

## 業 務

為證明第三方支付安排的影響，我們與相關客戶及其指定的第三方付款人進行了溝通，並從絕大多數人處獲得了書面確認（「書面委託」），以追溯確認：

- 該等第三方支付安排是相關客戶與其指定第三方付款人之間自願達成的安排。我們並未提出任何該等安排，且除接受該等付款外，未以任何其他方式參與該等安排；
- 相關客戶將付款義務委託給其指定的第三方付款人，涉及相關客戶與我們之間真實的基礎商業交易。第三方付款不用於賄賂或其他不正當目的；
- 相關客戶及其指定的第三方未接受我們的任何財務資助。涉及第三方支付的資金來源合法，且該等第三方支付安排未被用於洗錢等非法活動；
- 在涉及第三方付款人的交易中，我們承擔的責任與在沒有第三方付款人的交易中類似。在該兩種情況下，我們均有義務確保及時交付產品及服務；
- 上述第三方支付所產生的一切風險由相關客戶及其指定的第三方付款人承擔，而非我們承擔；
- 第三方付款人代表相關客戶支付的金額應構成貨物的全部購買價格，包含所有適用稅費，且不得涉及虛構交易或商業賄賂；
- 第三方付款人無權要求我們退還任何資金或提出任何相關索賠；
- 我們並不涉及相關客戶與其指定第三方付款人之間因支付安排而產生的任何風險或糾紛，且無論相關客戶與其指定第三方付款人之間發生任何糾紛，我們均無義務退還從指定第三方付款人收到的款項。

我們確認，於2025年，(i)第三方支付安排乃基於真實交易及商業上合理的安排作出；(ii)我們取得絕大多數相關客戶及其第三方付款人的書面委託；(iii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無被要求退還任何第三方付款人支付的款項，且並無任何有關第三方付款的實際或未決糾紛或爭議；及(iv)截至2025年8月31日，我們已終止所有第三方支付安排。基於上述，我們的中國法律顧問認為(i)由相關客戶及相關第三方付款人簽署的該等書面委託的內容具合法約束力及有效，因此公司有權根據該已簽立的委託書收取第三方付款人支付的款項，及(ii)基於該等已簽署的書面委託，公司被認定有責任根據第三方支付安排向該等相關客戶或其指定第三方付款人退還款項的風險較低；(iii)於往績記錄期間的第三方支付安排並未違反目前生效的中國民法

## 業 務

典及其他相關適用中國法律法規的強制性規定；(iv)根據中國有關政府部門所簽發的線上信用報告，並經公司確認，於往績記錄期間，公司並未受到稅務機關的任何行政處罰；及(v)第三方支付安排被視為構成《中華人民共和國刑法》第191條所載以掩飾或隱瞞所得款項或收益的來源和性質為目的之洗錢罪的風險較低。

於2025年及直至最後實際可行日期，我們並不知悉第三方支付安排項下存在任何商業賄賂、洗錢、逃稅或現有或潛在爭議，亦未受到與第三方支付安排相關的任何行政通知、調查或處罰。

鑒於(i)我們已全面終止第三方支付安排並完成相關整改，(ii)於2025年及直至最後實際可行日期，我們並無受到任何警告、罰款或其他處罰，董事認為，第三方支付安排並無且不會對我們的整體業務運營或財務狀況造成重大不利影響。

### 我們加強的內部控制措施

我們已採取內部控制措施，以防止未來再次發生第三方支付安排。截至2025年8月31日，所有客戶均須於我們的APP註冊賬戶以訂購供應品，並透過其客戶賬戶採用特定付款方式進行支付。為確認所用銀行賬戶屬授權賬戶，我們的財務部門負責核對銀行對賬單與ERP系統訂單，確保「付款－訂單－客戶」三者一致性。財務部門特別重視資金流向核驗。凡非客戶本人付款之訂單均不予接納。若發現第三方支付行為，須立即向管理層匯報處理。

我們將持續監控內部控制措施的有效性，以防範第三方支付，並及時解決任何已發現的缺陷。我們認為，上述內部控制措施已足夠，並可大幅降低我們未來使用第三方支付所面臨的任何風險。我們的內部控制顧問已對我們的內部控制措施進行了後續審查，在審閱範圍內未發現檢測樣本存在任何問題。對於受檢樣本，我們未提出進一步的建議。

### 獎項及認可

我們因我們的品牌、業務運營、產品、服務和解決方案獲得了眾多獎項和認可。下表概述我們於往績記錄期間內及直至最後實際可行日期獲得的重大獎項及認可：

年份	獲獎實體／品牌	獎項／證書	頒發機構
2026年 . . . .	本集團	四川省瞪羚企業	四川省科學技術廳
2025年 . . . .	本集團	2025年四川省服務業企業百強(2025 Sichuan Top 100 Service Industry Enterprises)	四川省企業家協會

## 業 務

年份	獲獎實體／品牌	獎項／證書	頒發機構
2025年 . . . . .	本集團	四川省創新中小企業	四川省經濟和信息化廳
2025年 . . . . .	本集團	國家高新技術企業	四川省科學技術廳
2025年 . . . . .	本集團	有價值領域(醫療大語言模型)最具創新性產品	VB數據
2025年 . . . . .	本集團	未來醫療百強醫療大模型	VB數據
2025年 . . . . .	本集團	年度最具投資價值企業	《環球時報》、《中國周刊》 及中國企業網
2025年 . . . . .	自有品牌 藥品業務	消費者信賴品牌	中國財經峰會委員會
2025年 . . . . .	自有品牌 藥品業務	消費者信譽獎	中國財經峰會委員會
2025年 . . . . .	本集團	年度最具成長價值獎	數央公益
2024年 . . . . .	本集團	2024(行業)影響力品牌	中國財經峰會
2024年 . . . . .	自有品牌 藥品業務	2024中國十大影響力品牌	中國企業品牌大會
2024年 . . . . .	自有品牌 藥品業務	2024最佳醫藥數字化 社會影響力	棲觀資訊
2024年 . . . . .	本集團	理事會單位	四川省醫藥商業協會
2023年 . . . . .	本集團	2023年度醫療科技創新獎	2023第四屆國際科創節
2023年 . . . . .	本集團	2023年度產業影響力企業	第六屆斯貝瑞獎
2023年 . . . . .	本集團	中國中藥企業 Top100排行榜	米內研究院中國醫藥工業 百強排行榜專家委員會
2023年 . . . . .	本集團	最具創新醫藥數智化 服務平台	2023第三屆中國醫藥 數智化發展大會