

業 務

概覽

我們是誰

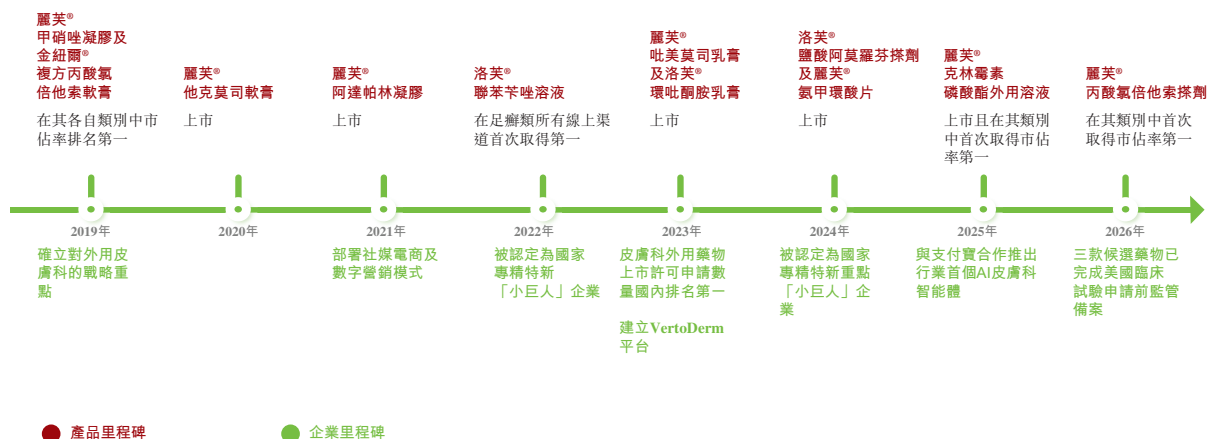
我們是一家專注於外用皮膚科領域的中國製藥公司，在多個治療領域均擁有品類領先的產品，提供涵蓋皮膚藥物及醫療級護膚品的「從頭到腳」的全面解決方案。我們的業務建立於皮膚科領域的顯著特點之上：患者通常自主地識別症狀、評估治療方案、作出購買決策，並在高度自主的情況下進行長期自我護理。此過程的每個階段日益頻繁地通過數字渠道進行。我們很早就意識到以用戶為中心的特性，並以此為基礎建立了我們的商業模式，由此打造出一個能夠帶來商業上可重複取得成功的產品引擎：通過結合數據驅動的用戶需求洞察、以臨床為基礎的產品開發、多劑型外用藥製造能力、具備30分鐘送達能力的全渠道商業化網絡，以及能夠反饋到用戶需求洞察的真實使用數據，我們能夠快速從用戶需求轉化為產品上市，並進一步在廣泛的治療領域中打造出行業領先的產品。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們已在中國建立業內最廣泛的高發病率皮膚病適應症覆蓋範圍，在年患者人數超過2,000萬的疾病領域處於市場領先地位。截至最後實際可行日期，我們已在六大核心治療領域推出逾50款商業化產品，已在中國提交三款創新候選藥物的臨床試驗申請，所有候選藥物均已獲得IND批准，且這三款候選藥物已完成美國臨床前IND監管備案。根據弗若斯特沙利文的資料，於截至最後實際可行日期前三年內，我們在申報及獲得上市許可的皮膚科外用藥物總數，均位居中國第一。2025年，我們有五款產品（洛芙®聯苯苄唑溶液、麗芙®甲硝唑凝膠、麗芙®克林霉素磷酸酯外用溶液、洛芙®環吡酮胺乳膏及金紐爾®複方丙酸氯倍他索軟膏）的全渠道銷售在所屬品類位居首位，另有三款產品（麗芙®阿達帕林凝膠、麗芙®吡美莫司乳膏及麗芙®氨甲環酸片）的線上銷售在所屬品類位居首位。

我們亦持續展現出將所推出產品快速打造為品類領先產品的能力。在2025年我們的品類領先產品中，於往績記錄期內推出的產品均以顯著的速度在線上躋身品類前列：麗芙®克林霉素磷酸酯外用溶液及洛芙®鹽酸阿莫羅芬搽劑分別在上市後3個月內達成這一目標；洛芙®環吡酮胺乳膏在5個月內；麗芙®吡美莫司乳膏在7個月內；麗芙®氨甲環酸片在12個月內，而洛芙®聯苯苄唑溶液及麗芙®甲硝唑凝膠在往績記錄期之前已位居市場第一，以及金紐爾®複方丙酸氯倍他索軟膏為我們的專有獨家藥物。

我們致力於臨床創新，專注於滿足用戶的實際需求，這為我們贏得了政府機關和行業機構的認可：我們於2022年首次被認定為國家專精特新「小巨人」企業，於2024年進一步被認定為國家專精特新重點「小巨人」企業，並於2024年獲批設立專門從事皮膚領域的博士後科研工作站。我們亦與江蘇省藥品監督檢驗研究院共同建立聯合實驗室，以及在皮膚輔料方面與Lubrizol以及在透皮分析方面與Logan Instruments運營聯合技術開發平台。

下表載列我們公司及產品組合發展歷程中的關鍵里程碑：



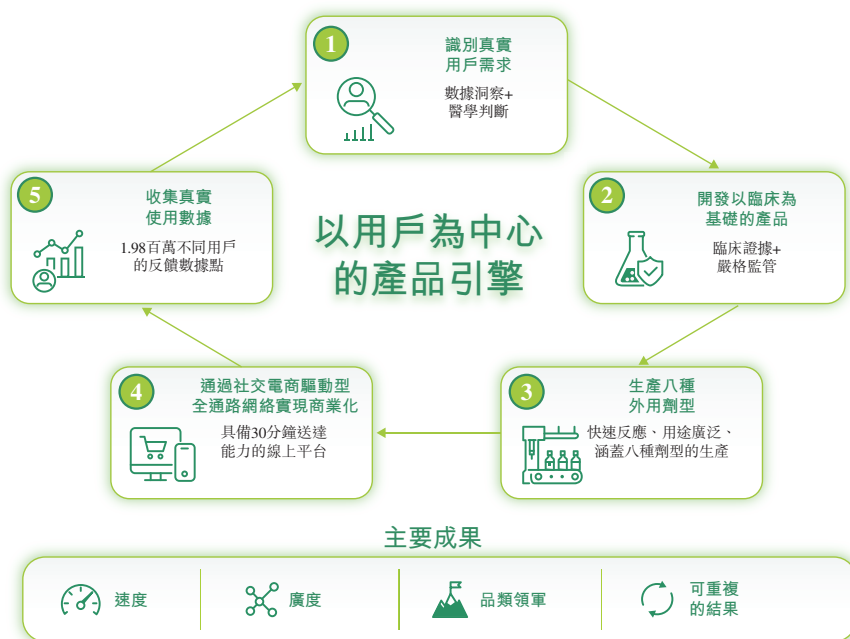
業 務

以用戶為中心的產品引擎

外用皮膚科領域具有以用戶為中心的特性，對該領域企業的構建方式有著根本性的影響。與許多主要由基礎活性成分決定競爭優勢的藥品類別不同，外用皮膚科領域是一個由患者發揮關鍵作用的領域，患者發揮關鍵作用，自主地識別病情、評估可用方案、作出購買決策，並通過數字渠道日益頻繁地在此過程的每個階段進行長期自我管理。這意味著產品的成功不僅取決於其活性成分，而且取決於遞送方式設計、膚感、耐受性及易用性，這些均直接決定患者用藥依從性，從而影響產品能否在臨床和商業上取得成功。

這些行業特性決定了我們以用戶為中心的產品引擎架構，這種架構循環貫穿於我們整個皮膚科價值鏈並自我強化。我們融合數據驅動的用戶需求洞察、以臨床為導向的產品開發、多劑型外用藥製造能力，以及全渠道商業化能力，將用戶需求快速轉化為市場領先產品，隨後收集真實世界使用數據，將其反饋至下一輪產品迭代。

以下圖表概述了我們以用戶為中心的理念如何驅動產品引擎，並助力實現速度、廣度及類別領導地位：



快速識別用戶需求。我們通過同步交叉參照臨床指南與現實世界的用戶行為，在市場關注度還不高就能夠識別出未被滿足的需求和製劑缺口。我們的團隊監測各大數字平台上的疾病認知度趨勢、搜索意圖、內容互動及用戶反饋，並可查閱約1.98百萬條用戶產品評論，我們對各治療領域的用藥模式、耐受性信號及用戶偏好的動態變化進行實時分析，從中提煉出可直接指導決策的洞察。這一需求洞察機制使我們能夠大幅縮短從發現市場空白到啟動臨床開發應對之間的週期，從而支撐我們在六個治療領域中快速且持續地實現類別領導地位的往績記錄。

業 務

以臨床為導向的研發。我們的研發以臨床價值為核心－識別在療效、耐受性或患者用藥依從性方面真實改善空間，並據此設計製劑以實現這一目標。該設計的主要載體為我們的專有VertoDerm平台，其是一個不受劑型限制的基於聚合物的外用遞送系統，通過五個功能模塊調控藥物在靶部位的釋放、滯留、滲透、分散與穩定性－該平台可適配不同活性成分的物理化學特性、不同皮膚部位的屏障差異及不同臨床使用場景要求。其已在皮膚、頭皮、足部及指甲適應症中得到驗證，並形成項目級製劑專利及獲批臨床試驗支撐，且其設計旨在提升局部藥物暴露量、降低全身吸收、延長滯留時間、改善製劑穩定性並解決患者用藥依從性－這些正是外用藥最常見難以將實驗室結果轉化為真實世界結果的臨床維度。配合VertoDerm平台，我們的D³-PK能力使我們能夠在人體臨床試驗前驗證藥物在皮膚各層的分佈，從而排除那些理論上等效但實際無法在靶點發揮作用的製劑，從而提升研發的成功率和效率。

多樣化且響應迅速的生產製造。我們在外用製劑生產領域實現垂直整合，涵蓋八種劑型，包括溶液劑、凝膠劑、乳膏劑、軟膏劑、搽劑、塗劑、洗劑及噴霧劑，使我們能夠針對所識別的任意新用戶需求，為相應的皮膚部位和使用場景匹配最佳遞送形式，不受生產限制的制約。我們的生產設施採用數字化過程控制系統，涵蓋供應鏈管理（「SCM」）、倉庫管理、工藝驗證、文檔管理及藥品追溯等環節，從而實現全生命週期追溯，並在商業化規模下確保質量的一致性。我們的生產製造專為應對外用製劑的複雜性而設計，具備充足的運營能力，可支持我們計劃在未來三到五年內推出15至20款新產品。

社交電商驅動的全渠道商業化。我們通過覆蓋醫院、零售藥房及線上平台（包括具備30分鐘送達能力的按需配送平台）的一體化全渠道網絡進行產品商業化，使我們的分銷網絡與外用皮膚科用戶實際搜索和獲取產品的方式相契合，並通過持續監測這些平台上的內容趨勢和用戶情緒獲得有價值的見解。這些洞察，結合我們產品組合覆蓋各皮膚部位及使用場景中高患病率適應症的廣度，有助於在用戶搜索相關解決方案時提高我們產品的可見性。隨著專業內容持續提升疾病認知，我們得以高效承接由此帶來的自然搜索用戶，加速潛在客戶的轉化。於2025年，我們在監測的線上平台上觸達合計約30.6百萬筆付費用戶購買交易。

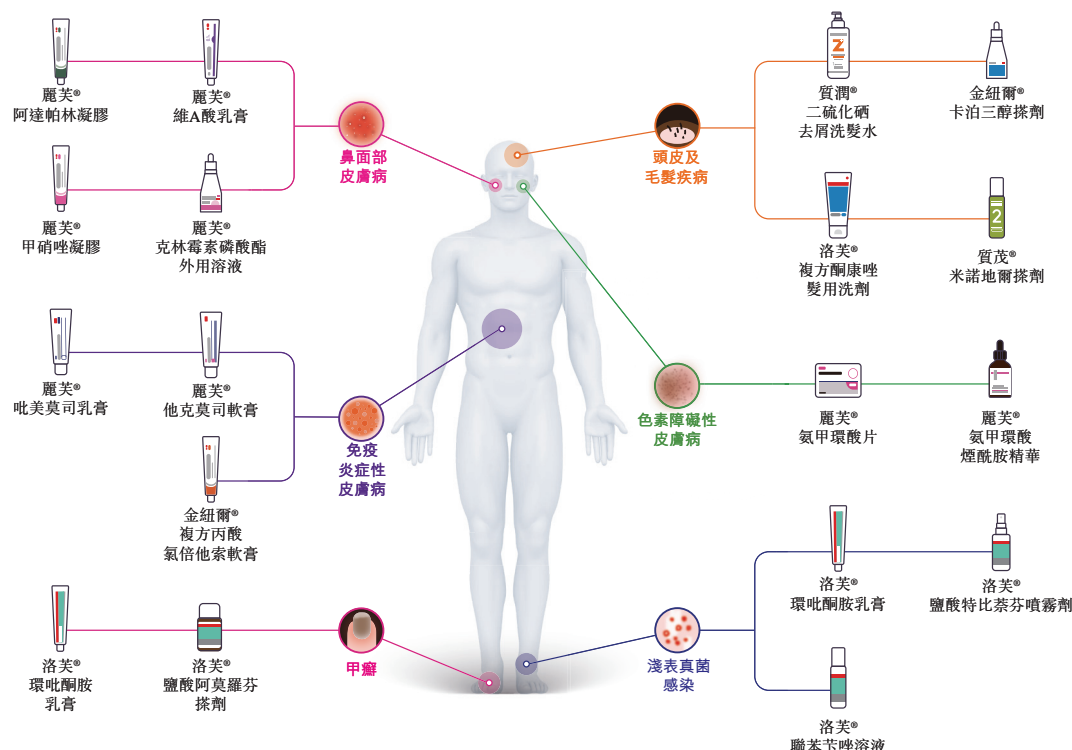
真實世界用戶反饋。我們的全渠道基礎設施同時也作為現實世界數據收集機制發揮作用：用戶購買模式、復購率、平台反饋及渠道參與度數據均得到系統化採集，並回饋至引擎的需求識別與研發階段，啟動下一輪產品洞察及產品組合拓展週期。

「從頭到腳」的產品組合覆蓋

我們憑藉以用戶為中心的產品引擎，打造出中國市場上覆蓋範圍最廣、商業成功度最高的外用皮膚科產品組合之一。根據弗若斯特沙利文的資料，在每年患者超過2,000萬的中國高發病率皮膚病適應症領域，我們已建立最全面的覆蓋範圍。我們的產品組合涵蓋所有皮膚部位，包括頭皮與毛髮、面部、軀幹、四肢及指甲，涉及的主要治療領域包括鼻面部皮膚病、淺表真菌感染、甲癬、免疫炎症性皮膚病、色素障礙性皮膚病以及頭皮及毛髮疾病。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的商業化產品覆蓋了中國的八大主要皮膚科適應症，中國八大主要皮膚科適應症的現患病例於2025年合計約達8.43億例。截至最後實際可行日期，我們已在六個核心治療領域實現超過50款產品的商業化，並擁有一條涵蓋逾30款候選藥物的管線，這些候選藥物處於不同開發階段。

業 務

下圖展示了我們產品組合的廣度，以及其在主要皮膚部位及治療領域從頭到腳的覆蓋範圍：



覆蓋範圍的廣度僅是我們產品組合競爭優勢的一個方面。在我們的六個核心治療領域中，我們已推出在各自品類中處於領先地位且佔據市場主導地位的產品，涵蓋從臉部至頭皮再到指甲的各個身體部位。就2025年彼等各自品類而言：在鼻面部皮膚病領域，麗芙®甲硝唑凝膠在玫瑰痤瘡品類所有渠道中排名第一，麗芙®克林霉素磷酸酯外用溶液在痤瘡抗生素品類所有渠道中排名第一，以及麗芙®阿達帕林凝膠在外用維A酸類痤瘡品類線上銷售中排名第一；在淺表真菌感染領域，洛芙®聯苯苄唑溶液在所有渠道中排名第一；在甲癬領域，洛芙®環吡酮胺乳膏在所有渠道中排名第一，以及洛芙®鹽酸阿莫羅芬搽劑在線上銷售排名第二；在免疫炎症性皮膚病領域，麗芙®吡美莫司乳膏在特應性皮炎和濕疹類線上銷售中排名第一，以及金紐爾®複方丙酸氯倍他索軟膏，在銀屑病品類的所有渠道中排名第一；在色素障礙性皮膚病領域，麗芙®氨甲環酸片在黃褐斑線上銷售中排名第一；以及在頭皮及毛髮疾病領域，質潤®二硫化硒去屑洗髮水作為我們針對頭屑及頭皮健康的醫用級頭皮護理解決方案，已迅速佔領市場領導地位。

我們產品組合的獨特之處，在於它並非一套依賴既有品種、止步不前的靜態佈局，而是憑藉產品引擎持續以穩定的節奏與速度孵化新的品類領軍品種。在上述於往績記錄期間上市的产品中，麗芙®克林霉素磷酸酯外用溶液及洛芙®鹽酸阿莫羅芬搽劑分別在上市後3個月內佔據線上品類領先地位；洛芙®環吡酮胺乳膏在5個月內；麗芙®吡美莫司乳膏在7個月內；以及麗芙®氨甲環酸片在12個月內，同時洛芙®聯苯苄唑溶液及麗芙®甲硝唑凝膠於往績記錄期間之前已是排名第一的市場領軍產品，以及金紐爾®複方丙酸氯倍他索軟膏為我們的專有獨家藥物。正是這股曾孕育出該等品類領導者的動力，持續推動著我們的研發產出：根據弗若斯特沙利文的資料，在截至最後實際可行日期前三年內，我們在申報及獲得上市許可的外用皮膚科藥物總數方面位居中國第一。此往績記錄反映了一種可複製的商業模式：識別需求、開發合適的製劑、快速進入市場，並系統地佔據品類領導地位。憑藉一條30多種處於不同研發階段的候選藥物管線、3款已獲得中國IND批准的創新候選藥物、3款已完成美國臨床試驗申請前監管備案的候選藥物，以及計劃於未來三到五年內推出的15至20款新產品，構建我們當前產品組合的引擎將繼續在新的適應症和治療領域打造行業領導者。

業 務

我們的市場機遇和財務表現

我們已成為中國皮膚藥物及醫療級護膚品市場結構性擴張的主要受益者。相關疾病患者人群的規模相當龐大。弗若斯特沙利文估計，皮膚病在中國大眾中的發病率估計為53.78%，2025年，中國八大主要皮膚科適應症的現患病例合計約達8.43億例。預計中國皮膚治療及醫療級護膚市場將由2025年的人民幣800億元增至2030年的人民幣1,706億元，年複合增長率約為16.4%，到2035年將達到人民幣2,840億元。

在中國外用皮膚藥物細分領域，預計市場總規模將由2025年的約人民幣278億元增至2030年的約人民幣451億元，年複合增長率約為10.2%。以絕對數值計算，該細分市場中的線上和線下渠道均在擴大，反映了整個市場的廣泛需求。受皮膚科患者持續轉向數字化購藥和諮詢的推動，預計2025年至2030年線上渠道（包括網上藥店、網絡醫院及線上平台）將以13.4%的年複合增長率增長。線下渠道（包括醫院藥房和零售藥房網絡）仍是市場中一個重要且不斷增長的組成部分，預計同期將以9.1%的年複合增長率增長。我們的一體化全渠道商業化模式旨在把握這兩個層面的增長機遇。

該市場的增長在結構上得益於相互促進的驅動因素，這些因素直接有利於我們的商業模式：疾病患病率和認知度的提高、尋求及時和標準化皮膚病護理意願的增強、線上醫療渠道（包括網上藥店及網絡醫院）的快速擴張，以及可及性和長期用藥依從性的提高。展望未來，製劑和先進遞送系統的持續創新、線上銷售向下沉市場的滲透，以及從單純治療向健康維護和預防保健的結構性轉變，預計將維持處方藥、非處方藥和醫療級護膚品類別的需求增長。

我們迄今為止的財務業績反映了我們把握這些趨勢所帶來增長的能力。我們的收入由2023年的人民幣1,030.6百萬元增至2024年的人民幣1,125.7百萬元，並於2025年進一步達到人民幣1,323.7百萬元，截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度的毛利率分別為71.8%、69.0%及66.8%。我們的收入渠道構成直接反映了上述市場結構性轉變：2023年線上銷售佔總收入的46.4%，2024年增至57.4%，2025年進一步增至58.0%；而線下銷售在收入中的佔比則由2023年的52.5%降至2025年的40.8%。2023年經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》指標）為人民幣146.6百萬元，2024年為人民幣71.5百萬元以及2025年為人民幣180.9百萬元，其中2024年的數據反映了由不具有重複性的若干單次事件而導致的商譽及若干無形資產減值。2023年經營活動產生的淨現金為人民幣183.2百萬元，2024年為人民幣161.1百萬元以及2025年為人民幣206.9百萬元；截至2025年12月31日，現金及現金等價物為人民幣433.5百萬元，總資產為人民幣1,440.6百萬元。持續的營收增長、高毛利率以及強勁的經營現金，共同證明了我們的產品引擎已取得顯著的財務成功。進入2026年，截至2026年3月31日止三個月收入較截至2025年3月31日止三個月收入增長14.9%，達到人民幣336.8百萬元，表明整個產品組合的勢頭持續強勁。

優勢

具備品類領軍產品的全方位皮膚科外用藥企業，捕捉高增長市場機遇

我們已在中國外用皮膚行業建立強勢地位，並由涵蓋研發、製造及全渠道商業化的完全整合產品引擎支持。通過我們以用戶為中心的戰略，我們已建立解決全方位皮膚需求的綜合能力。我們的領先地位體現在產品覆蓋範圍、市占率、研發，以及製造及商業化能力等方面：

- **高發病率皮膚病適應症最廣泛的產品覆蓋。**根據弗若斯特沙利文的資料，我們已建立中國最廣泛的高發病率皮膚病適應症覆蓋，在每年患者逾2,000萬人次的疾病領域中處於市場領先地位。截至最後實際可行日期，我們已在六大核心治療領域商業化逾50款產品，並擁有逾30款候選產品的管線，提供「從頭到腳」的全方位覆蓋，滿足用戶在不同皮膚部位和使用場景下的全方位皮膚科需求。

業 務

- **能夠快速佔據領先地位的品類領軍產品。**2025年，我們有五款產品在所有渠道位居首位，另有三款產品的線上銷售在所屬品類位居首位。我們的產品引擎始終展現出快速確立品類領導地位的能力：在於往績記錄期間上市的产品中，麗芙®克林霉素磷酸酯外用溶液及洛芙®鹽酸阿莫羅芬搽劑分別在上市後3個月內佔據線上品類領先地位；洛芙®環吡酮胺乳膏在5個月內；麗芙®吡美莫司乳膏在7個月內；以及麗芙®氮甲環酸片在12個月內。
- **外用皮膚科領域領先的研發成果。**根據弗若斯特沙利文的資料，截至最後實際可行日期，我們在截至最後實際可行日期前三年內申報及批准上市許可的皮膚科外用藥物總數位居國內第一。截至最後實際可行日期，我們已在中國提交三款創新候選藥物的臨床試驗申請，所有候選藥物均已獲得IND批准，且這三款候選藥物已完成美國臨床試驗申請前監管備案。
- **專業化生產能力及規模化全渠道商業化。**我們具備生產八種不同外用劑型（溶液劑、凝膠劑、乳膏劑、軟膏劑、搽劑、塗劑、洗劑及噴霧劑）的能力，使我們能夠針對特定適應症、皮膚部位及使用場景定製藥物遞送系統。我們的全渠道商業化模式覆蓋醫院、零售藥店及線上平台，其中包括具備30分鐘送達能力的按需配送，於2025年在所監測的線上平台上已觸達合計約30.6百萬筆付費用戶購買交易。

由臨床創新及戰略性品類擴充驅動的綜合產品組合

我們已構建一個全面的產品組合，旨在通過「從頭到腳」覆蓋策略解決全方位的皮膚需求。我們的產品組合開發由以下原則指導，包括針對高發病症的精準治療、劑型與給藥部位的匹配性、經臨床證實的療效及皮膚、毛髮及指甲的整體管理。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的商業化產品覆蓋了中國的八大主要皮膚科適應症，這些適應症於2025年的現患病例合計約達8.43億例，確保我們為絕大多數皮膚問題提供針對性解決方案。

以品類領軍旗艦產品為核心的全面商業化產品組合

我們已建立業內結構最完整的外用皮膚產品組合之一。我們的策略專注於通過高影響力旗艦產品迅速實現市場領導地位。該等產品通過針對性的劑型創新，例如用於有毛髮區域的搽劑、用於面部的非油膩凝膠劑，解決滲透差、皮膚刺激或患者用藥依從性低等特定臨床痛點。憑藉此策略，我們已在各核心治療領域建立領先品類市場地位。

截至最後實際可行日期，我們的旗艦產品已在多個細分領域取得領先市場地位：

- **麗芙®甲硝唑凝膠（痤瘡與玫瑰痤瘡）：**中國首款獲批的甲硝唑凝膠。於2025年在所有渠道市佔率第一。與傳統軟膏劑不同，其水基凝膠基質改善面部使用的透氣性及用藥依從性，解決往往導致治療中斷的「油膩感」。進一步地，基於臨床用藥場景及消費者使用習慣的持續洞察，公司在原有鋁管包裝基礎上，升級推出首個甲硝唑凝膠泵裝規格。相較於傳統鋁管包裝，泵裝設計的真​​空裝置杜絕空氣與藥物直接接觸，保證了產品的質量穩定性，且更加契合面部局部用藥中高頻、少量、重複取用的使用特點，有助於減少反覆擠壓、開蓋及直接接觸膏體帶來的不便，提升取用過程的衛生性、便利性和劑量可控性，同時更便於日常儲存及外出攜帶。
- **麗芙®阿達帕林凝膠（痤瘡）：**一種第三代維A酸類藥物，於2025年取得線上銷售市佔率第一。與傳統維A酸類藥物相比，其具有優越的光穩定性，並作為輕度至中度痤瘡的一線療法。

業 務

- **麗芙®克林霉素磷酸酯外用溶液(痤瘡)**：於2025年在所有渠道中取得其類別市佔率第一。我們通過專用噴嘴使該產品差異化，以實現360°覆蓋，專門解決手動塗抹困難的「背部痤瘡」臨床需求。
- **洛芙®聯苯苄唑溶液(真菌感染)**：於2025年在所有渠道中位居其類別市佔率第一。其獨特的噴霧形式便於患者將其噴灑於足部和鞋襪，切斷再感染的環境來源 — 這是相對於僅有乳膏劑的競爭對手的關鍵優勢。
- **麗芙®吡美莫司乳膏(濕疹／AD)**：首款同類國產仿製藥，迅速超越原研品牌，於2025年位居線上銷量第一。其為長期使用類固醇禁忌的敏感區域(面部、頸部)提供關鍵的非激素替代方案。
- **金紐爾®複方丙酸氯倍他索軟膏(尋常型銀屑病)**：專有獨家藥物，臨床上定位為尋常型銀屑病及其他伴有異常角化的炎症性皮膚病的一線療法。結合強效皮質類固醇丙酸氯倍他索與維A酸類藥物，代表一項治療創新解決方案。
- **質潤®二硫化硒去屑洗髮水(頭皮屑)**：我們的旗艦醫學護膚產品，以1%藥用級二硫化硒為核心活性成分——該成分經皮膚科臨床指南推薦用於脂溢性皮炎及頭皮屑治療，通過抑制馬拉色菌增殖、調節表皮細胞更新節律及皮脂分泌，從病理根源干預頭皮屑的發生與複發。我們選擇二硫化硒，正因其具備臨床指南認證的臨床地位，以此確保我們的醫學護膚產品能夠真正實現功效，而非單純的護膚效果。其功效已通過國內外權威機構及中國三甲醫院開展的臨床研究和檢驗加以認證，證實了其顯著的控油與去屑能力，且停用後仍可減少複發。依托自主研發的懸浮及抗氧化專利技術，我們突破了二硫化硒長期面臨的配方瓶頸，將這一臨床級活性成分轉化為質感細膩、適於日常使用的洗髮產品，成功彌合了臨床治療與日常護理之間的鴻溝。

已獲批待發佈的產品

除了我們已有的商業產品組合外，截至最後實際可行日期，我們還有四款產品已獲得監管審批，且目前正在籌備商業化上市：地奈德洗劑、鹽酸沙瑞環素片、夫西地酸乳膏及度他雄胺軟膠囊。這些產品涵蓋了我們的核心治療領域，預計將在近期進一步拓展我們的商業產品。

地奈德洗劑是一種低效力、非氟化外用皮質類固醇，用於治療特應性皮炎及脂溢性皮炎。雖然地奈德乳膏在中國廣泛應用，但先前尚無國產洗劑製劑獲批，而我們的產品正填補這一市場空白。與乳膏製劑相比，洗劑劑型具有更易塗抹、更輕盈且不油膩的質地，因此特別適用於大面積皮膚塗抹及濕疹或頭皮問題的患者 — 在這些臨床情況下，傳統的乳膏製劑對患者及處方者而言均存在局限性。

鹽酸沙瑞環素片是一種新型、每日一次的窄譜四環素類抗生素，適用於治療中度至重度尋常痤瘡，為40多年來中國首個獲批用於痤瘡的新化學實體抗生素。該產品最初由一家美國製藥公司開發並於2018年獲FDA批准，於2025年11月獲得國家藥監局的藥品註冊證書。與多西環素等廣譜四環素類藥物不同，鹽酸沙瑞環素具有窄抗菌譜，旨在最大限度地減少對腸道微生物群的破壞，並減少前庭副作用的發生率 — 解決現有口服抗生素治療痤瘡的兩個最重要臨床局限。

業 務

專注於臨床創新藥物的創新驅動型管線

我們的產品管線策略聚焦於能夠帶來可量化臨床價值的創新。我們並非單純複製現有仿製藥，相反，我們專注於改良型新藥（2類）及難以製造的複雜仿製藥，以解決特定的臨床局限。截至最後實際可行日期，我們的管線包括30多種候選產品。

關鍵的後期及高潛力資產包括：

- **克林霉素磷酸酯過氧化苯甲酰凝膠（痤瘡）**：該產品是一種含有1%克林霉素及5%過氧化苯甲酰（「**BPO**」）的複方凝膠劑，該方案被全球指南廣泛認可為輕度至中度痤瘡的一線療法。我們於2025年5月國內首家提交該產品的簡略新藥申請（「**ANDA**」）。該組合利用協同機制：**BPO**作為強效氧化劑殺滅細菌並溶解粉刺，而克林霉素抑制細菌蛋白質合成以減輕炎症。至關重要的是，**BPO**的氧化作用有助於減輕抗生素耐藥性的發展，這是單藥抗生素療法面臨的常見挑戰。我們的製劑技術成功克服結合強氧化劑與抗生素所固有的穩定性挑戰，提供進口品牌的高質量、穩定替代品，並且提高了多機制發病的痤瘡患者同時使用多種外用製劑的用藥依從性。
- **ZYG24002（脂溢性皮炎）**：ZYG24002為一款用於治療脂溢性皮炎的2.2+2.4類改良型新藥候選產品。我們已於2025年11月獲得其臨床試驗批准。ZYG24002為乳液製劑，針對面部、皮脂分泌旺盛及多毛部位用藥場景進行設計，旨在改善傳統乳膏製劑可能存在的厚重、油膩及不易塗抹等問題，從而提升患者用藥體驗及用藥依從性。該產品採用低黏度及流變學優化的乳液體系，以支持局部塗抹、皮膚表層遞送及局部滯留。非臨床研究顯示，ZYG24002在脂溢性皮炎動物模型中於皮損外觀、炎症因子及組織病理方面表現出改善作用。該產品亦加入舒緩性輔料並採用計量真空泵包裝，以提高局部耐受性、給藥準確性及使用便利性，使其成為一種安全、非皮質類固醇的長期疾病管理選擇。
- **ZYG24012（甲癬／灰指甲）**：2.2類改良型新藥。該候選產品的臨床試驗申請已於2026年3月獲批。其利用過飽和遞送系統滲透甲板的緻密角蛋白，旨在減少給藥頻率，提高患者依從性，同時避免與口服抗真菌藥物相關的全身肝毒性風險。

業 務

攻剋製劑開發與規模放大關鍵瓶頸的研發能力

我們不僅將外用皮膚產品開發視為製劑開發，更視為一門複雜的工程學科。與口服藥物不同，外用製劑必須克服嚴格的物理化學限制：活性成份必須滲透角質層屏障到達特定靶組織，最大限度地減少刺激。同時，製劑必須保持熱力學穩定性並具有確保患者用藥依從性的感官屬性。此外，將該等產品從實驗室擴大至商業生產代表一個重大的行業瓶頸，因為複雜的多相系統對剪切力及溫度控制等工藝參數高度敏感。為克服該等技術壁壘，我們已建立錨定於以下專門專有技術能力的研發系統：

- **VertoDerm平台**：VertoDerm平台是我們專有的基於聚合物的外用局部遞送系統，其核心價值在於突破傳統外用製劑「一種劑型、一類場景」的固有限制——通過將功能性聚合物作為通用工程工具，針對每種活性成分的物理化學特性、每個給藥部位的屏障差異及每類臨床場景的實際需求，靈活調配製劑技術組合，實現精準的局部藥物遞送。這一能力由五個相互獨立又可按需組合的技術模塊共同支撐：(i)局部滯留模塊通過聚合物介導的流變學控制將藥物「固定」於靶組織，在最大化局部藥物濃度的同時將全身吸收降至最低；(ii)應用體驗模塊精確調控制劑黏度與鋪展行為，解決頭皮、足底、趾間等給藥困難部位出現的藥物流失與分佈不均問題；(iii)成膜緩釋模塊在皮膚或甲板表面形成持久的藥物儲存庫，實現長效持續釋放、降低給藥頻率，從根本上改善患者用藥依從性；(iv)經皮及經甲遞送模塊結合溶劑蒸發濃縮與聚合物抑晶技術，突破指甲板等緻密角蛋白屏障，顯著提升藥物在甲床的滲透深度及滯留濃度；及(v)穩定性模塊則通過聚合物網絡構建與微環境工程，同時解決乳劑物理穩定性差及水敏性活性成分在水性製劑中易降解兩大難題。該平台已在皮膚、頭皮、足部及指甲多個治療領域完成技術驗證，支撐多個內部創新藥物項目，並已獲得項目級製劑專利授權及臨床試驗批准。
- **D³-PK (深度皮膚藥代動力學)**：深度皮膚藥代動力學解決了外用藥物療效測量的根本難題，即血液濃度並非有效的替代指標。在由30多名專業技術人士組成的多學科團隊的支持下，我們採用高靈敏度LC-MS/MS系統和數十個經皮擴散池，並運用先進的分析技術（包括質譜成像（「MSI」）、膠帶剝離和皮膚層分離），精確地可視化和量化藥物在皮膚深度各層中的分佈。此項能力使我們能夠在開展人體臨床試驗之前確認藥物在皮內的分佈情況，並在開發30多種複雜製劑的過程中發揮了重要作用。我們與Logan Instruments和Thermo Fisher建立了聯合實驗室，共同開發符合FDA和國家藥監局要求的標準化檢測方法。
- **外用製劑工藝放大**：將複雜的外用製劑從實驗室規模擴大至工業生產規模，歷來是行業的主要瓶頸，因為敏感的多相體系在批量生產條件下往往變得不穩定。我們的外用製劑工藝放大通過使用先進的模擬及數據分析彌合研發與商業製造之間的差距。我們基於長期以來在小試、中試和商業化生產中積累的大量數據對放大參數進行預判，將我們中試設備的關鍵工藝參數（如剪切速率、冷卻曲線及攪拌速度）與我們的商業生產罐進行映射。這允許我們以數學方式預測並抵銷放大效應，確保技術轉移的高成功率以及商業規模下批次間的一致性。

業 務

- **質量控制參數：**為應對外用製劑的複雜性，我們控制20多項微觀結構參數（包括液滴粒徑、晶癖和流變），設定高於監管要求的閾值，並根據每種產品和劑型的具體需求進行校準。這種更高的標準確保我們生產的每支產品均保持有效長期治療所需的精準一致性及穩定性。

具備專業多樣性及規模的整合製造平台

我們已建立中國最成熟的專注於外用皮膚的專業製造平台之一。與通用製造商不同，我們的生產系統專為處理外用製劑的複雜性而設計。我們擁有在商業規模上製造八種不同外用劑型的全面能力－包括溶液劑、凝膠劑、乳膏劑、軟膏劑、搽劑、塗劑、洗劑及噴霧劑。這種多功能性使我們能夠將臨床製劑迅速轉化為大眾市場產品，同時適應不同的物理化學性質、包裝要求及患者使用習慣。

我們的製造佈局乃經過戰略規劃，具備大規模擴展能力。我們目前位於江蘇省無錫的生產基地總建築面積約32,000平方米，集研發與生產製造於一體。為支持我們的快速商業擴張及旗艦特許經營權的產量提升，我們正在執行戰略擴張計劃。到2027年，我們旨在建立26條自動化生產線，打造中國最全面的專業外用皮膚製劑製造平台之一。建成後，該設施將提供約160百萬支的年生產能力，確保我們能夠滿足全國銷售網絡不斷增長的需求而無供應瓶頸。

我們通過致力於數字化過程控制及嚴格質量標準使自身脫穎而出。我們已在數字化方面投入巨資以確保一致的產品質量及運營效率。我們的設施利用供應鏈管理系統（「SCM」）、倉庫管理系統（「WMS」）、質量文檔管理系統（「DMS」）、藥物追溯系統和藥物警戒（「PV」）的綜合套件，實現產品全生命週期可追溯性，並確保每批產品均符合嚴格的安全及療效標準。

為進一步提升我們的工藝能力，我們與江蘇省藥品監督檢驗研究院成立聯合實驗室，可確保我們的質量和合規標準與不斷變化的監管要求保持同步。在工業方面，我們已與Lubrizol在皮膚輔料方面以及與Logan Instruments在透皮分析方面建立聯合技術開發平台，使我們能夠直接獲取專業的材料科學及分析技術，從而加速將製劑創新轉化為可商業化規模生產的產品。

社交電商驅動型全渠道商業化模式

對於輕度至中度皮膚病，用戶愈來愈傾向於通過數字渠道進行自我護理管理，自行完成「認知－決策－購買－使用」的全流程，即皮膚科患者識別症狀、評估解決方案、購買產品並進行長期自我護理的自主循環，尤其是對於非處方藥及醫療級護膚品而言。我們的商業化模式正是基於這一特性。我們建立了專有能力，實時監測中國主要數字平台上與疾病相關的搜索意向及用戶情緒變化。結合我們覆蓋不同皮膚部位、適應症及使用場景的廣泛產品組合，這些洞察使我們能夠確保產品精準佈局於用戶搜尋需求所在之處，並在購買決策時點實現便捷可得。由此形成一個自我強化的正向循環：疾病認知內容驅動用戶搜索行為，我們的產品在轉化環節精準承接這一搜索需求，增長持續疊加複利——而這一切均無需依賴傳統廣告模式。

業 務

該模式由兩套相互補充的洞察體系支撐：

- **臨床及教育洞察：**我們的醫學事務團隊系統地追蹤疾病患病趨勢的變化，並識別公眾健康知識的差距。通過聚焦於線上討論中反映出的臨床未滿足需求，我們將用戶畫像與特定疾病及劑型偏好進行匹配，從而確保我們的產品能夠回應比如小紅書、抖音及Bilibili等平台上討論的確切痛點。
- **數據驅動的反饋循環：**我們的用戶反饋系統植根於線上渠道，可查看超過1.98百萬條用戶產品評價，這使得我們能夠實時分析使用場景和用戶反饋的實際效果，並直接指導產品迭代。

我們應用該等洞察開展精準的、基於解決方案的營銷。例如，在足癬領域，用戶反饋顯示，傳統乳膏製劑難以徹底清除周圍環境中的真菌滋生地，而這正是導致足癬高複發率的關鍵因素。為此，我們研發並推出洛芙®聯苯苄唑溶液，噴霧形式直接解決了這一痛點：用戶可將其噴灑於患處皮膚和鞋襪上，從而消除作為導致反覆感染主因的殘留真菌。由於該等製劑創新，洛芙®聯苯苄唑溶液榮登同品類線上銷量榜首。

該模式亦支持我們實現顯著規模化增長。我們已與阿里健康、京東健康、抖音及拼多多等領先電商及本地生活服務平台建立戰略合作夥伴關係，我們的產品組合持續在各自品類中保持領先表現。於2025年，我們在所監測的線上平台上已觸達合計約30.6百萬筆付費用戶購買交易，而通過線上渠道產生的收入約佔我們總收入的58%。我們的線下渠道（包括醫院和零售藥房網絡）仍然是我們商業化佈局中一個重要且不斷增長的組成部分，並且我們的全渠道模式旨在滿足用戶獲取皮膚科產品的全方位需求。

兼具製藥專業知識與數字商業執行能力且富有經驗的管理團隊

本公司由一支經驗豐富的行業資深人士組成的管理團隊領導，彼等兼具傳統製藥治理經驗及現代數字商業執行能力的獨特優勢。核心領導團隊擁有長期的專業合作歷史，曾共同在朗生醫藥擔任高級職務。這種穩定性及共同的運營理念對於構建我們完全整合的平台至關重要，確保戰略決策平衡醫學嚴謹性與商業敏捷性：

- **董事長徐軍先生：**徐先生擁有30多年的製藥行業經驗。他曾於2002年至2013年擔任朗生醫藥執行董事兼首席執行官，負責監督公司的戰略方向及資本市場運作。彼之背景亦包括在三九醫藥貿易負責非處方藥及處方藥業務，提供對中國製藥行業的深刻洞察。
- **董事兼總經理謝宏偉先生：**謝先生擁有30多年的醫藥行業及運營專業知識，負責監督我們的業務執行。他曾擔任朗生醫藥附屬公司的總經理及營銷總監十年。彼之職業生涯始於與徐先生在三九醫藥貿易共事，展示在銷售管理及市場擴張方面的良好記錄。
- **董事兼副總經理蔡蓓蕾博士：**蔡博士統籌科學研發、醫學與臨床相關工作。彼為英國格拉斯哥大學免疫學博士，師從英國皇家科學院院士劉富友教授。彼制定研發戰

業 務

略、搭建技術平台，推動產學研與產品國際申報。彼入選無錫市「太湖人才計劃」，並兼任高校校外指導教師及醫藥科技成果轉化專家。

- **副總經理田志會先生：**田先生領導我們的數字商業化策略。彼在我們旗艦產品麗芙®及洛芙®的品牌運營中發揮關鍵作用，並統籌我們質潤®醫療級護膚品系列的市場發佈。作為行業知名人物，彼目前擔任中國醫藥物資協會執行副會長及其工業電商分會會長。

為執行我們內容及搜索意圖驅動的社交商業策略，我們構建商業組織以反映我們運營所在的數字平台的敏捷性。我們的數字商業化團隊以與我們核心用戶群體的人口統計特徵一致。團隊成員的平均年齡在29歲以下，且大多數人擁有電商運營或數字營銷的過往經驗。我們維持扁平的組織層級以提升決策效率，使該團隊能夠維持我們的線上渠道競爭優勢。

我們的增長也來自於多元化股東群體的進一步支持，彼等帶來超越資本的戰略價值。我們的股東包括專注於醫療保健的領先基金，如創新工場(「SDF」)、凱輝資本及阿里健康。彼等的支持驗證了我們的商業模式並提供通往寶貴行業網絡的途徑。

策略

我們擬推行以下策略，以鞏固我們的市場領導地位並推動可持續的長期增長：

深化對皮膚領域的戰略聚焦並通過技術創新鞏固核心競爭優勢

我們堅定不移地履行「專注皮膚」承諾，深信與多元化方法相比，深度專業化產生優越的長期回報。我們將進一步細化我們的戰略聚焦，以識別及捕捉特定皮膚細分領域內的高價值機遇。通過利用我們的用戶洞察能力，我們旨在查明新興的未滿足需求及不斷演變的偏好，將我們的研發投資集中於提供精準治療結果及優越療效的產品。

我們的開發路線圖優先考慮首仿藥、複雜製劑及外用複方。我們將持續投入我們的專有技術平台來支持產品開發。我們將深化我們在經皮遞送系統方面的科學專業知識，包括塗膜劑及洗劑技術，以創造具有難以模仿的優越性能特徵的產品。通過打造專有知識產權與技術壁壘，我們致力於在藥物遞送系統、用戶體驗以及活性成分等方面實現產品差異化。

加強我們的全渠道分銷網絡以最大化產品的可及性

我們將持續升級所有渠道的分銷能力以最大化市場覆蓋。我們的全渠道策略體現了不同用戶群體的購買行為差異，並據此在數字渠道及實體渠道建立全面佈局。

- **電商及數字渠道：**我們將深化在現有電商平台的佈局，同時主動擴展至新興數字渠道。我們計劃通過利用數據分析增強定位精度及營銷效率完善我們的數字營銷能力。

業 務

- **30分鐘配送：**我們將擴大與30分鐘配送平台的合作，為用戶提供快速獲取產品的渠道，結合線上訂購與本地履約能力，以滿足用戶對快速獲取藥品的需求。
- **專業及零售渠道：**在醫院渠道，我們將加強循證醫學推廣力度，投資於醫學教育以確保我們的產品仍是醫療專業人士的首選。同時，我們將通過與全國連鎖藥店更深度的合作擴大我們的零售足跡，實施商品推廣計劃以推動實體銷售點的轉化。

優化供應鏈以實現規模、效率及戰略靈活性

我們將持續投資於我們的供應鏈能力以支持我們的增長目標同時提高運營效率。到2027年，我們計劃建成26條自動化生產線，建立中國最全面的專用外用皮膚製劑製造平台之一。擴張後高達160百萬支的產能將支持我們的長期增長軌跡，並為市場需求激增預留緩衝空間。

除擴大產能外，我們將通過逐步以自主開發產品取代由合資格第三方公司生產的貼牌產品以改善我們的成本結構及供應鏈安全，獲取更大利潤，並考慮整合上游關鍵原材料以確保戰略獨立性。為支持我們多樣化的分銷模式，我們將優化倉儲及物流運營，投資於專門系統，使我們能夠同時在B2B批發分銷及高速直接面向用戶履約方面實現卓越運營。

加速AI驅動的數字化轉型以搶佔用戶認知高地

我們將擁抱人工智能及數字技術以轉型我們的運營，深知用戶注意力及決策的戰場正經歷根本性的範式轉變。歷來，患者通過搜索引擎及隨後的社交媒體平台獲取醫療信息。我們現在正進入一個新時代，用戶越來越依賴生成式AI回答有關皮膚狀況及治療選擇的問題。在這個新格局中，洞察搜索結果已不再足夠。我們致力於在AI驅動的用戶搜索領域確立競爭優勢。

為搶佔該戰略高地，我們正在實施前瞻性AI策略。一個典型的例子是我們與支付寶AI健康服務平台「螞蟻阿福」的戰略合作夥伴關係。通過該合作，將我們專有的皮膚知識圖譜及臨床洞察整合至其AI大模型中。這確保當用戶在平台上查詢皮膚狀況時，彼等能獲得滿足其個性化、精確和專業需求的權威、科學準確的答案——這一理念會貫穿於他們整個的認知－決策－購買－使用週期。我們在日益數字化的源頭影響決策過程。在內部，我們將利用AI轉型我們的價值鏈，利用先進分析進行研發中的製劑優化及提高製造中的預測準確性。

通過用戶體驗和口碑建立長期品牌價值

我們不斷完善商業模式，以強化品牌驅動的長期價值創造。隨著資訊管道日益多元化及便捷，皮膚健康消費者越來越傾向於根據自身需求作購買決定－其參考專業內容、真實使用體驗及同儕推薦，而非被動響應廣告。

我們的品牌建立策略是基於每年數千萬用戶觸點、長期產品滿意度記錄及我們產品組合中累積的真實用戶回饋。皮膚健康產品領域的用戶非常積極尋找資訊、分享其體驗並推薦有效的產品。通過提供涵蓋各種適應症的廣泛且不斷發展的產品系列及使用情境，我們能夠將用戶對單一

業 務

產品的正面體驗轉化為對我們廣泛產品組合的認知和喜愛 — 形成一個由產品性能及口碑驅動的自我強化增長循環。

我們秉承嚴謹的品牌定位策略，確保旗下每一品牌均以其獨特方式建立清晰、鮮明的品牌形象。麗芙®是我們專注於鼻面部疾患的外用藥品牌，依托一系列經臨床驗證的外用藥物，覆蓋痤瘡、玫瑰痤瘡等多種高發皮膚疾患。洛芙®是我們在外用抗真菌治療領域的權威品牌，以多劑型產品組合精準覆蓋足癬等淺表性真菌感染的多元臨床需求，確立其臨床領先地位。質潤®是我們的醫學級護膚產品線，以藥用級活性成分為基礎，致力於在日常護膚中實現真正的功效 — 架起臨床皮膚科與大眾皮膚健康管理之間的橋樑。

為了維持這一戰略，我們建立了一個專門的用戶和品牌中心。這個部門是我們市場洞察和產品開發之間的戰略接口，系統性地收集真實用戶反饋，確保品牌發展始終緊跟用戶需求的變化。通過制度化這一反饋機制，我們確保我們的品牌保持相關性、權威性，並與我們的核心消費群體的理性消費價值觀保持一致。

尋求戰略性國際擴張

我們擬推行多管齊下的國際擴張戰略，以多元化我們的收入基礎並深度融入全球皮膚生態系統。我們將積極尋求與全球製藥及生物技術合作夥伴的戰略研發合作及許可引進機會。我們的重點並非簡單地分銷製成品，而是獲取補充我們內部研發能力的、有前景的臨床階段候選產品及新型遞送技術的權利。通過參與共同開發及許可安排，我們旨在加速將全球創新引入我們的平台，以解決複雜皮膚需求的差異化資產豐富我們的管線。

憑藉我們擴張後的製造產能及先進的質量體系，我們計劃作為國際品牌的高質量生產合作夥伴。隨著我們計劃將產能提升至高達160百萬支，擴展至11種不同的外用劑型及憑藉對嚴格質量標準的堅持，我們完全有能力為全球製藥公司提供合同開發及生產服務。該策略使我們能夠最大化設施利用率，同時與國際合作夥伴建立深度運營聯繫，進一步驗證我們製造標準的全球競爭力。

與此同時，我們將推動我們專有產品的國際註冊及商業化，優先考慮具有強大臨床數據及對受監管市場有明顯差異化的資產。我們旨在通過直接註冊及當地分銷合作夥伴關係相結合的方式建立全球佈局。通過在這三個維度上執行，我們旨在將我們的組織從國內領導者轉變為全球綜合企業，能夠從源頭實現創新、規模化製造並在國際皮膚市場有效競爭。

我們的主要產品

截至最後實際可行日期，我們已建立全面的商業化產品組合，覆蓋皮膚科六個核心疾病領域，包括鼻面部皮膚病、淺表真菌感染、甲癬、免疫炎症性皮膚病、色素障礙性皮膚病以及頭皮及毛髮問題。該多元化的產品矩陣使我們能夠提供全週期的疾病管理解決方案 — 從急性醫療治療到長期日常護理 — 從而最大化患者用藥依從性及我們銷售渠道間的商業協同效應。

業 務

下表概述截至最後實際可行日期我們的主要商業化產品：

目標領域	產品	劑型	適應症	參考零售價	國家醫保藥品目錄
鼻面部皮膚病	麗芙®甲硝唑凝膠	凝膠劑	炎症性丘疹、膿疱、玫瑰痤瘡	人民幣18.89元／20克	是
	麗芙®阿達帕林凝膠	凝膠劑	輕度至中度尋常痤瘡	人民幣19.9元／16克	是
	麗芙®維A酸乳膏	乳膏劑	痤瘡、毛周角化病	人民幣18.9元／10克	是
淺表真菌感染	麗芙®克林霉素磷酸酯外用溶液	塗劑	尋常痤瘡	人民幣31.2元／30毫升	否
	洛芙®聯苯苄唑溶液	溶液劑	手癬、足癬、體癬	人民幣39.25元／60毫升	是
甲癬	洛芙®鹽酸特比萘芬噴霧劑	噴霧劑	手癬、足癬、體癬	人民幣32.37元／40毫升	否
	洛芙®鹽酸阿莫羅芬搽劑	搽劑	甲癬（灰指甲）	人民幣137元／2毫升	否
免疫炎症性皮膚病	洛芙®環吡酮胺乳膏	乳膏劑	甲癬、足癬、體癬	人民幣37.38元／30克	是
	麗芙®吡美莫司乳膏	乳膏劑	輕度至中度特應性皮炎	人民幣110元／10克	是
	麗芙®他克莫司軟膏	軟膏劑	中度至重度特應性皮炎	人民幣64元／15克	是
色素障礙性皮膚病	金紐爾®複方丙酸氯倍他索軟膏	軟膏劑	尋常型銀屑病	人民幣48.46元／30克	否
	麗芙®氨甲環酸片	片劑	黃褐斑	人民幣160元／36片	是
頭皮及毛髮問題	金紐爾®卡泊三醇搽劑	搽劑	頭皮銀屑病	人民幣98元／30毫升	是
	質茂®米諾地爾搽劑	搽劑	雄激素性脫髮（「AGA」）、斑禿	人民幣65.8元／60毫升	否
	質潤®二硫化硒去屑洗髮水	洗髮水	— *	人民幣99元／300毫升	否

附註：

* 不適用於醫療級護膚產品

下表載列於所示期間我們按目標領域劃分的產品銷售收入明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2023年		2024年		2025年		2025年		2026年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
							(未經審計)			
	(人民幣千元，百分比除外)									
免疫炎症性皮膚病	191,185	18.6	253,001	22.5	324,389	24.5	88,774	30.3	71,907	21.4
淺表真菌感染	263,390	25.6	288,469	25.6	283,440	21.4	55,778	19.0	53,052	15.8
鼻面部皮膚病	284,075	27.6	248,414	22.1	272,029	20.6	52,206	17.8	57,077	16.9
頭皮及毛髮疾病	36,415	3.5	118,741	10.5	142,708	10.8	38,203	13.0	61,386	18.2
甲癬	3,626	0.3	53,173	4.7	104,080	7.9	21,103	7.2	30,267	9.0
色素障礙性皮膚病	—	—	6,671	0.6	34,637	2.5	7,764	2.7	7,265	2.1
皮膚科產品小計	778,691	75.6	968,469	86.0	1,161,283	87.7	263,828	90.0	280,954	83.4
自身免疫性風濕病產品	217,962	21.2	124,904	11.1	134,802	10.2	24,195	8.2	46,599	13.8
其他產品	23,045	2.1	16,382	1.5	12,135	0.9	2,946	1.0	3,951	1.2
產品總銷售額	1,019,698	98.9	1,109,755	98.6	1,308,220	98.8	290,969	99.2	331,504	98.4
其他 ⁽¹⁾	10,862	1.1	15,945	1.4	15,450	1.2	2,226	0.8	5,274	1.6
總計	1,030,560	100.0	1,125,700	100.0	1,323,670	100.0	293,195	100.0	336,778	100.0

附註：

(1) 其他主要包括我們的技術服務、技術使用、委託加工及其他收入。

業 務

鼻面部皮膚病

鼻面部皮膚病是指一類主要影響面部中心區域（特別是鼻子、臉頰及口周區域）的炎症性疾病。該類別中的高發疾病包括尋常痤瘡、玫瑰痤瘡及面部脂溢性皮炎。特別是痤瘡，是一種以高患病率及頻繁複發為特徵的慢性炎症性疾病，影響從青少年到成人的廣泛人群。由於病變通常顯現於暴露的面部區域，該病症對患者造成巨大的社會及心理壓力，從而產生由強烈及主動的尋求治療意願驅動的韌性市場。

在病理上，痤瘡由一系列複雜的因素驅動，包括毛囊皮脂腺導管的異常角化、皮脂分泌過多、痤瘡丙酸桿菌定植及炎症反應。因此，有效的管理需要涵蓋控油、角質調節、抑菌及抗炎的綜合干預策略。然而，現有療法往往面臨重大臨床挑戰，包括抗生素耐藥性上升、皮膚刺激問題及因需長期堅持用藥而導致的患者用藥依從性差。

為應對該等挑戰，我們已開發一套綜合解決方案，結合用於輕度至中度病例的外用製劑與用於中度至重度病例的系統性口服治療，實現針對疾病多種致病因素的整體干預，同時平衡療效與皮膚耐受性。

麗芙®甲硝唑凝膠

— 於2025年在其所有渠道同類產品中排名第一

麗芙®甲硝唑凝膠是一種外用抗厭氧菌及抗原蟲製劑，被歸類為乙類非處方藥產品。作為中國首款獲批的甲硝唑凝膠製劑，其已成為市場領導者，於2025年位居所有渠道銷量第一。甲硝唑凝膠主要適用於炎症性丘疹、膿疱及玫瑰痤瘡的局部治療。其通過雙重機制發揮作用：抑制引發局部炎症的厭氧菌及蠕形蟎，同時通過抑制中性粒細胞產生的活性氧物質發揮抗氧化及免疫調節作用。這能迅速減少組織炎症及紅腫。作為一種非激素療法，甲硝唑凝膠避免與長期面部使用類固醇相關的風險（如糖皮質激素依賴性皮炎），使其成為玫瑰痤瘡等慢性疾病的安全維持療法。針對玫瑰痤瘡患者常見的皮膚屏障受損問題，甲硝唑凝膠採用水基凝膠劑基質而非油膩的軟膏劑。該親水性製劑具有優越的透氣性及美容雅觀度，能夠迅速吸收而不堵塞毛孔，顯著提高面部用藥的患者舒適度及依從性。

基於臨床用藥場景及消費者使用習慣的持續洞察，公司在原有鋁管包裝基礎上，升級推出首個甲硝唑凝膠泵裝規格。相較於傳統鋁管包裝，泵裝設計的真空裝置杜絕空氣與藥物直接接觸，保證了產品的質量穩定性，且更加契合面部局部用藥中高頻、少量、重複取用的使用特點，有助於減少反覆擠壓、開蓋及直接接觸膏體帶來的不便，提升取用過程的衛生性、便利性和劑量可控性，同時更便於日常儲存及外出攜帶。

麗芙®阿達帕林凝膠

— 於2025年在其線上渠道同類產品中排名第一

麗芙®阿達帕林凝膠是一種第三代外用維A酸類藥物，被歸類為乙類非處方藥產品。阿達帕林凝膠在臨床上被視為痤瘡的基石療法，被國內外指南推薦為輕度至中度痤瘡的一線治療藥物以及預防複發的長期維持首選藥物。於2025年，阿達帕林凝膠在線上銷量中取得第一的市占率，超越原研品牌產品。與前幾代維A酸類藥物相比，阿達帕林凝膠在化學穩定性及局部耐受性方面表現出顯著的技術優勢。其提供優越的光穩定性，克服傳統維A酸類藥物常伴隨的光敏性問題。在藥理學上，阿達帕林凝膠通過選擇性結合維A酸核受體使毛囊細胞分化正常化並溶解粉刺。與非選擇性維A酸類藥物相比，該選擇性結合特徵最大限度地減少刺激，顯著減少紅斑及脫屑等不良事件。阿達帕林凝膠採用專為油性、易長痘皮膚需求而設的水基凝膠製劑。其多功能性使其能有效用於大面積表面（如胸部及背部），既可作為輕度病例的單一療法，亦可作為中度至重度病例聯合療法的基礎藥物。

業 務

麗芙®維A酸乳膏

麗芙®維A酸乳膏是一種第一代維A酸類藥物，被歸類為國家基本藥物及甲類非處方藥產品。作為全球首款獲批使用的維A酸類藥物，維A酸乳膏仍是角化障礙及痤瘡的護理標準。受益於其作為享受全額醫保報銷的基本藥物地位，維A酸乳膏在基層醫療機構及零售終端實現廣泛滲透，於2025年位居線上銷量第一。維A酸乳膏具有廣譜藥理活性，調節表皮細胞有絲分裂及更新以促進正常的角質形成細胞分化。除溶解粉刺及排出黑頭外，維A酸乳膏亦能有效逆轉光老化及改善色素沉著過度，在治療性皮膚科及醫學美容中均具有臨床價值。我們提供特定濃度以實現精準治療。0.025%濃度定位於建立耐受性及抗衰老，適合敏感皮膚或治療黑頭及皮膚萎縮的初次使用者。0.1%濃度定位於強力靶向肥厚性病變、嚴重的角化障礙（如魚鱗病）及頑固性痤瘡。維A酸乳膏採用旨在平衡維A酸效力與皮膚舒適度的乳膏劑基質，以確保吸收及依從性。

麗芙®克林霉素磷酸酯外用溶液

— 於2025年在其所有渠道同類產品中排名第一

麗芙®克林霉素磷酸酯外用溶液是一種外用抗生素，被歸類為甲類非處方藥產品。根據《中國痤瘡治療指南（2019修訂版）》推薦，克林霉素因其對痤瘡丙酸桿菌的強效抑制及抗炎活性，被指定為輕度至中度痤瘡的一線外用抗感染藥物。於2025年，該產品在同類產品中取得第一的市占率。在藥理學上，克林霉素磷酸酯是一種化學合成衍生物，吸收後水解為活性克林霉素。與標準克林霉素相比，其表現出優越的脂溶性及滲透性，確保有效滲透至毛囊皮脂腺單元。除抗菌作用外，克林霉素通過抑制炎症趨化因子及細胞因子的生成以及減少皮膚表面的游離脂肪酸，發揮直接及間接的抗炎作用。我們將該產品設計為溶液而非凝膠劑或乳膏劑，使其比傳統軟膏劑顯著更輕盈清爽。其優點包括透皮吸收快、質地不油膩及不致粉刺特性，極大提高患者依從性。為解決背部及胸部難以觸及的痤瘡問題，我們為產品配備專用噴嘴。這支持360°覆蓋，確保藥物均勻到達受限區域。該創新設計不僅減輕手部塗抹造成繼發感染的風險，亦確保一致的藥物分佈，完全符合治療多部位痤瘡的臨床要求。

除該等旗艦製劑外，我們營銷更廣泛的痤瘡治療產品組合，包括克林霉素磷酸酯凝膠、維胺酯維E乳膏及異維A酸軟膠囊，確保為不同患者需求提供全面的治療選擇。

淺表真菌感染

淺表真菌感染以高患病率及持續複發為特徵，其中足癬（俗稱腳氣）是全球最普遍的皮膚病之一。受龐大的患者群體、高傳染率及嚴重瘙癢等症狀對生活質量的顯著影響所驅動，該類別代表一個巨大的韌性市場，患者對快速止癢及徹底治癒有明確而迫切的需求。

在病理上，足癬主要由紅色毛癬菌等皮膚癬菌感染足部引起。足部相對較厚的角質層及通常潮濕、封閉的環境加劇該病症，促進真菌的定植及持久性。傳播很容易通過直接接觸或通過受污染的物品（如鞋襪）發生，導致頻繁的再感染。傳統治療面臨重大挑戰，包括外用乳膏劑難以滲透厚或過度角化的皮膚層、因療程長導致患者依從性差及鞋襪中殘留真菌形成環境儲存庫導致高複發率。

業 務

同時，近年來隨著抗真菌藥物的廣泛使用，淺表真菌（如皮膚癬菌及念珠菌等）的臨床耐藥率不斷攀升，導致傳統單一成分藥物在應對複雜、頑固或複發性感染時面臨療效局限，成為當前抗真菌治療領域的重大臨床挑戰。

為應對該等挑戰，我們的產品策略集中於症狀管理及複發控制。我們針對特定臨床類型及使用場景匹配製劑，旨在提高治療完成率並阻斷環境傳播路徑。

洛芙®聯苯苄唑溶液

— 於2025年在其所有渠道同類產品中排名第一

洛芙®聯苯苄唑溶液是一種廣譜唑類抗真菌劑，被歸類為乙類非處方藥產品。於2025年，其在該類別的所有渠道中取得銷量排名第一的地位。該產品適用於淺表真菌感染，如手癬、足癬及體癬。在藥理學上，聯苯苄唑通過抑制麥角固醇（真菌細胞膜的重要成分）的合成發揮殺菌作用。其具有廣泛的抗微生物譜，對皮膚癬菌、酵母菌及霉菌有效，並具有起效快及在角質層中保留濃度高的特點。

我們通過獨特的溶液及噴霧形式使該產品差異化，直接解決傳統乳膏劑的局限性。

- **優越的滲透性：**與乳膏劑或軟膏劑不同，溶液製劑提供優越的滲透性，使活性成分能夠有效覆蓋並滲透受影響的皮膚層。
- **阻斷真菌生存環境：**傳統乳膏製劑難以清除患者周圍環境中的真菌，這是導致足癬複發率較高的關鍵因素之一。針對此項缺陷，洛芙®聯苯苄唑溶液採用噴霧形式研發而成，專門彌補該不足：使用者既能將藥劑塗敷於患處皮膚，亦可噴灑於鞋襪，殺滅做為二次感染主要源頭的殘留真菌，從而在完成治療後降低疾病的複發風險。

洛芙®鹽酸特比萘芬噴霧劑

洛芙®鹽酸特比萘芬噴霧劑是一種外用抗真菌藥物，被歸類為甲類非處方藥產品。該產品適用於淺表真菌感染，包括手癬、足癬及體癬。在藥理學上，特比萘芬是一種烯丙胺類抗真菌藥物，通過抑制角鯊烯環氧化酶（真菌固醇生物合成的關鍵酶）發揮殺菌作用。這種阻斷作用會抑制麥角固醇（真菌細胞膜不可或缺的結構成分）的合成，同時導致細胞內角鯊烯積聚，進而引發真菌細胞死亡。特比萘芬對皮膚癬菌具有強效活性，能在角質層中實現高局部濃度，且具備良好的外用安全性，使其成為在外用抗真菌領域中最具臨床可靠性的藥物之一。我們將該藥物設計為噴霧劑而非乳膏劑，以直接解決傳統外用抗真菌藥物的實際局限。噴霧劑能夠均勻塗抹不規則或難以觸及的皮膚表面，可快速揮發且不留油膩殘留物，並能讓活性成分滲透至趾間及其他狹窄的給藥部位，而乳膏劑往往難以均勻塗抹該等部位。這一劑型選擇反映了我們更廣泛的策略，即根據各適應症的具體臨床及患者體驗需求來調整劑型。

除我們的旗艦抗真菌產品以外，我們還佈局了涵蓋多種活性成分及不同劑型的抗真菌產品組合，例如曲安奈德益康唑乳膏、硝酸益康唑溶液等，為患者提供多樣化的治療方案。

業 務

甲癬

甲癬（俗稱灰指甲）的特徵在於治療週期長、複發風險高及與足癬（腳氣）頻繁共病。由於該病症顯著影響指甲外觀及日常功能－導致增厚、變色及變脆－患者通常尋求有效治癒。此外，家庭及公共環境內的交叉感染風險產生對有效管理以預防傳播的迫切需求。

然而，指甲的獨特結構對治療構成巨大的障礙。真菌在角化的甲板及甲床定植，導致結構破壞及甲板分離。臨床治療歷來面臨療效與安全性之間的兩難：口服抗真菌藥提供較高的治癒率，但帶有肝毒性風險，限制其在老年或受損人群中的使用；相反，傳統外用乳膏劑往往無法有效滲透堅硬的甲板。

為解決該問題，我們的產品策略專注於克服滲透障礙以平衡療效與安全性。我們強調先進的遞送技術－如成膜搽劑及高滲透乳膏劑－以增強藥物在甲板內的保留。該方法旨在提供與口服療法相當的臨床結果，同時保持外用治療的安全性。

洛芙®鹽酸阿莫羅芬搽劑

－於2025年在其線上渠道同類產品中排名第二

洛芙®鹽酸阿莫羅芬搽劑是一種強效、廣譜抗真菌劑，被歸類為甲類非處方藥產品。於2025年，其在线上銷售量中排名第二。該產品專為克服甲板的滲透障礙而設計。阿莫羅芬是一種嗎啉類抗真菌藥，通過干擾真菌甾醇的生物合成發揮作用，改變細胞膜通透性並導致真菌死亡。其對皮膚癬菌、酵母菌及霉菌表現出廣譜活性。

我們通過先進的成膜技術使該產品差異化。與傳統乳膏劑不同，該搽劑在幾分鐘內乾燥，在指甲表面形成防水、不可見的薄膜。該薄膜充當藥物儲庫，持續將活性成分釋放到甲板及甲床中長達七天。這種緩釋機制允許每週一次的給藥方案，與每日用藥相比顯著減輕患者負擔。該製劑實現高局部濃度而全身吸收極低，有效解決效力與全身安全性之間的臨床衝突。

洛芙®環吡酮胺乳膏

－於2025年在其所有渠道同類產品中排名第一

洛芙®環吡酮胺乳膏是一種高滲透、廣譜抗真菌藥，被歸類為甲類非處方藥產品。其於2025年在線上銷售量中排名第一。在臨床上，其定位為針對頑固性真菌感染（包括甲癬及過度角化性足癬）的多功能解決方案。環吡酮胺採用獨特的作用機制：其螯合真菌細胞內的必需金屬陽離子（如三價鐵）並破壞細胞轉運，同時充當殺菌劑及抗炎劑。

該產品的關鍵競爭優勢在於其卓越的滲透性。其可滲透表皮、毛囊甚至堅硬的甲板。這使其對我們的甲膚同治策略特別有效。由於甲癬常與周圍皮膚的真菌感染共存，將該乳膏劑應用於指甲及甲周組織可切斷交叉感染途徑，解決僅針對指甲的製劑可能遺漏的主要複發原因。

業 務

免疫炎症性皮膚病

特應性皮炎、濕疹及銀屑病等免疫炎症性皮膚病以其慢性性質及高複發易感性為特徵，通常需要長期甚至終身管理。該等病症由免疫系統功能障礙引起，涉及炎症通路的過度激活及皮膚屏障受損。患者遭受持續症狀，最顯著的是劇烈瘙癢及可見病變（如紅斑及鱗屑），顯著影響生活質量及社交自信。

該治療領域的一個關鍵挑戰是平衡快速症狀控制的需求與長期維持所需的安全性。雖然外用糖皮質激素(TCS)對急性發作有效，但長期使用帶有不良反應風險，如皮膚萎縮、毛細血管擴張及依賴性。因此，臨床需求已轉向序貫管理策略：使用強效藥物迅速抑制急性炎症，隨後使用安全、非激素的維持療法以預防複發並修復皮膚屏障。我們的產品組合通過用於急性重症病例的強效皮質類固醇複方製劑以及用於長期管理及敏感區域的非激素鈣調神經磷酸酶抑制劑應對該連續性。

麗芙®吡美莫司乳膏

— 於2025年在其線上渠道同類產品中排名第一 —

麗芙®吡美莫司乳膏是一種非激素外用鈣調神經磷酸酶抑制劑(TCI)，適用於輕度至中度特應性皮炎。作為中國首款獲批的仿製藥版本，其迅速奪取市占率，於2025年超越原研品牌，位居線上銷量第一。該產品解決治療不可長期外用皮質類固醇敏感皮膚區域的關鍵需求。

吡美莫司的主要優勢在於其高安全性。其選擇性抑制炎症細胞因子的釋放，而不會引起皮膚萎縮、糖皮質激素依賴或毛細血管擴張。這使其成為面部、頸部及皮膚褶皺等嬌嫩區域以及三個月及以上兒科患者長期管理的理想選擇。通過提供安全的替代方案，其解決父母及患者中普遍存在的類固醇恐懼，促進對維持方案的更好用藥依從性。

麗芙®他克莫司軟膏

麗芙®他克莫司軟膏是一種專為中度至重度特應性皮炎設計的強效非激素鈣調神經磷酸酶抑制劑。於2025年，其在同類產品的線上銷量中排名第二。在臨床上，其作為對傳統治療反應不佳或需要節省類固醇選項以控制實質性炎症的患者的基石療法。通過提供強效抗炎機制而無長期使用皮質類固醇的相關副作用，其為慢性皮炎的安全長期管理提供關鍵解決方案。

他克莫司通過抑制鈣調神經磷酸酶阻斷T淋巴細胞活化，有效抑制驅動疾病的免疫反應。我們採用濃度分層策略服務不同患者群體：0.03%製劑獲批用於兒科使用（兩歲及以上），平衡兒童的療效與安全性，而0.1%製劑為成人患者提供更強的效力。這種靈活性允許醫生根據患者年齡及疾病嚴重程度調整治療強度，確保有效控制發作，同時最大限度地減少與全身免疫抑制相關的風險。

業 務

金紐爾®複方丙酸氯倍他索軟膏

— 於2025年在其所有渠道同類產品中排名第一

金紐爾®複方丙酸氯倍他索軟膏是專有獨家藥物。其在臨床上定位為尋常型銀屑病及其他伴有異常角化的炎症性皮膚病的一線療法。該產品結合強效皮質類固醇丙酸氯倍他索與維A酸類藥物，代表一項重大創新。

該組合利用協同機制最大化療效同時減輕副作用。氯倍他索提供快速強效的抗炎作用以控制紅腫及瘙癢，而維A酸直接靶向與銀屑病相關的病理性過度角化，使細胞分化正常化。至關重要的是，添加維A酸有助於抵銷通常與強效類固醇相關的皮膚變薄效應，提高長期使用的安全性。我們利用納米脂質載體技術改良該製劑，該技術促進藥物精確遞送至表皮靶組織，同時最大限度地減少全身吸收，有效創建皮膚靶向遞送系統。

色素障礙性皮膚病

黃褐斑及白癜風等色素障礙性皮膚病是皮膚科中最難治療的病症之一。其特徵在於慢性性質、複雜的發病機制以及對患者心理及社交自信的深遠影響。黃褐斑通常由色素過度生成及潛在血管炎症驅動，而白癜風則源於黑素細胞的自身免疫破壞。臨床管理面臨獨特挑戰：傳統的黃褐斑外用藥往往無法解決血管成分，導致頻繁複發，而白癜風治療通常能成功阻止疾病進展，但難以誘導實際的色素再生。

為滿足該等未被滿足的需求，我們已開發系統性與外用相結合的策略。我們利用口服系統性藥物解決根源問題 — 如血管炎症及內部代謝通路 — 同時部署靶向外用製劑以直接刺激色素恢復或抑制黑色素轉移。該綜合方法旨在打破複發循環並實現可見的美學修復。

麗芙®氨甲環酸片

— 於2025年在其線上渠道同類產品中排名第一

麗芙®氨甲環酸片是一種經典的系統性治療藥物，被歸類為乙類處方藥。其在國內外臨床指南中被廣泛認可為黃褐斑的一線基礎療法。於2025年，其在同類產品的線上銷量中排名第一。

該產品通過靶向色素及血管的雙重機制使自己差異化。與僅作用於表面黑色素的外用藥不同，口服氨甲環酸作為抗纖維蛋白溶酶劑，從源頭阻斷黑色素合成通路。至關重要的是，其亦抑制血管內皮生長因子，有效抑制通常是頑固性黃褐斑基礎的毛細血管增生及炎症。這種同時治療色素沉著過度及血管紅斑的能力使其優於單一靶點療法。此外，其作為醫學美容中的關鍵輔助療法。當與基於能量的程序（如激光及IPL）結合使用時，其穩定黑素細胞活性，顯著降低炎症後色素沉著的風險，以確保更安全及更可持續的美學結果。

業 務

頭皮及毛髮疾病

頭皮在皮膚科領域構成了獨特的治療挑戰。在給藥部位，濃密頭髮的存在使得乳膏劑、軟膏劑等傳統外用製劑難以塗抹，通常會導致藥物吸收差及令人不悅的油膩黏稠感，從而嚴重阻礙了患者的用藥依從性。在臨床上，該領域的未滿足需求主要由三大類高發疾病主導：首先是頭皮脂溢性皮炎，其主要特徵為持續的頭皮屑增多、紅斑及伴隨的劇烈頭癢，極易反覆發作；其次是雄激素性脫髮，這是一種影響數以億計人群的進行性毛髮脫落疾病；此外，還包括炎症性頭皮疾病（如頭皮銀屑病），以影響超過50%銀屑病患者的頑固、厚鱗屑斑塊為特徵。這三大疾病均需要長期的外用疾病管理，這使得藥物的劑型選擇與活性成分同等重要。

針對上述複雜且相互關聯的頭皮及毛髮健康需求，我們的策略是構建全面的疾病管理產品組合，並引入專為有毛髮區域設計的給藥劑型。通過結合藥用級及醫用級護膚產品，我們旨在融入患者的日常生活，為患者提供從核心病理治療到日常頭皮維穩養護的全方位解決方案。

金紐爾®卡泊三醇搽劑

金紐爾®卡泊三醇搽劑是一種適用於治療頭皮銀屑病的維生素D3衍生物。於2024年7月，我們獲得該產品的註冊批准，成為國內首家在中國推出仿製藥版本的企業。此次推出打破原研進口品牌的長期壟斷，建立雙頭壟斷的市場格局。

該產品的核心優勢在於其專門的搽劑形式。用於頭皮銀屑病的傳統軟膏劑難以透過頭髮塗抹，且留下的油膩殘留物難以清洗——這是日間使用的主要阻礙。我們的搽劑使用揮發性醇基載體，可迅速滲透頭髮到達頭皮病變處，並快速乾燥而不留黏性殘留物。在藥理學上，卡泊三醇結合維生素D受體以使角質形成細胞的增殖及分化正常化，直接糾正銀屑病的病理性鱗屑，同時抑制局部炎症。這種療效與美容雅觀度的結合將其定義為長期維持的護理標準。

質茂®米諾地爾搽劑

質茂®米諾地爾搽劑是一種適用於AGA及斑禿的外用血管擴張劑。我們於2025年5月獲得註冊批准，將其作為錨定我們頭髮健康產品組合的基礎產品推出。米諾地爾是僅有的兩種獲FDA批准用於脫髮的藥物之一。

在機制上，米諾地爾充當鉀通道開放劑，擴張毛囊周圍的毛細血管，增強營養及氧氣供應，同時誘導靜止期毛囊進入活躍生長期，並延長其生長持續時間。通過將該產品製成搽劑，我們確保了藥物能深入毛囊，同時保持不油膩的特性，適合每日兩次使用。為此，我們全面佈局了2%與5%兩種濃度的米諾地爾產品以滿足精準治療的臨床需求：5%濃度是臨床指南推薦的男性雄激素性脫髮一線標準療法，具有更強效的毛髮促生作用；而2%濃度則廣泛適用於女性脫髮患者及輕度／敏感人群，在保障療效的同時降低了局部刺激及面部多毛症的風險。其加入我們的管線使我們能夠把握脫髮市場的強勁需求，並與我們更廣泛的抗炎及頭皮護理產品組合產生協同效應，提供全面的頭皮健康解決方案。

業 務

質潤®二硫化硒去屑洗髮水

質潤®二硫化硒去屑洗髮水是一種專為管理脂溢性皮炎、嚴重頭皮屑及瘙癢而設計的專業功效性洗髮水。作為我們功能性頭皮護理組合中的旗艦產品，其成功彌合臨床治療方案與日常用戶護理之間的差距。

該產品含有1%進口醫用級二硫化硒，該有效成分為臨床治療脂溢性皮炎及頭皮屑的指南推薦，經優化以平衡治療效力與安全性。在藥理學上，二硫化硒發揮雙重作用機制：其有效抑制馬拉色菌（頭皮屑的真菌病因）的增殖，同時提供細胞抑制作用以使表皮細胞更新正常化，從而減少脫屑。此外，其調節過多的皮脂分泌，解決助長複發的「油性頭皮」環境的根源問題。國內外權威機構及國內三甲醫院進行的療效研究已證實其顯著的控油及去屑能力，即使在停用後仍觀察到持續的複發預防。

我們通過解決與二硫化硒相關的長期製劑挑戰，為該產品建立高技術壁壘。利用專有的懸浮技術，我們設計一種結合卡波姆基質的液晶基質。這項創新解決傳統製劑中常見的沉澱問題，確保活性成分均勻分佈而無需劇烈搖晃。此外，我們專門的抗氧化系統通過精確調節表面活性劑分佈及氧化還原平衡，防止活性成分在儲存期間降解或變色。該等技術將通常粗糙的藥用製劑轉變為具有光滑、化妝品級質地的產品，顯著提高患者依從性。

我們的產品管線

截至最後實際可行日期，我們的研發管線包括處於不同開發階段的30多種候選產品。該等候選產品旨在解決特定的未滿足醫療需求，如改善患者用藥依從性、增強藥物向難治組織的遞送或減少全身副作用。我們已建立多元化的管線，戰略性地圍繞與我們商業組合相同的六個核心疾病領域。通過將我們的管線開發與已建立的商業化產品組合保持一體化，我們確保利用現有品牌資產及渠道資源的創新產品的持續流通，以推動可持續增長。

創新藥候選藥物管線

截至最後實際可行日期

治療領域	產品名稱	藥物分類	適應症	開發階段	下個里程碑	權利／來源
鼻面部皮膚病	ZYG24002	改良型新藥(2.2+2.4類)	脂溢性皮炎	I期臨床試驗	預計2027上半年 開啟II期臨床試驗	自主開發
淺表真菌感染	ZYG24004	改良型新藥(2.2+2.4類)	足癬	IND獲批	預計2026下半年 開啟I期臨床試驗	自主開發
甲癬	ZYG24012	改良型新藥(2.2類)	甲癬	IND獲批	預計2027上半年 開啟I期臨床試驗	自主開發

仿製藥候選藥物管線

截至最後實際可行日期

治療領域	產品名稱	劑型	適應症	監管狀況	下個里程碑
鼻面部皮膚病	克林霉素磷酸酯 過氧化苯甲酰凝膠	凝膠劑	尋常痤瘡	已提交上市許可申請	預計2027上半年獲批
	阿達帕林過氧化苯 甲酰凝膠	凝膠劑	尋常痤瘡	已提交上市許可申請	預計2027上半年獲批
免疫炎症性皮膚病	丁酸氫化可的鬆乳膏	乳膏劑	濕疹；皮炎	已提交上市許可申請	預計2026下半年獲批
	克立硼羅軟膏	軟膏劑	輕中度特應性皮炎	已提交上市許可申請	預計2026下半年獲批
	卡泊三醇倍他米鬆軟膏	軟膏劑	斑塊狀銀屑病	BE試驗已完成	預計2026下半年提交 上市許可申請
淺表真菌感染	鹽酸特比萘芬塗膜劑	塗膜劑	足癬	已提交上市許可申請	預計2026下半年獲批
頭皮及毛髮疾病	非那雄胺片	片劑	雄激素性脫髮	已提交上市許可申請	預計2026下半年獲批

業 務

鼻面部皮膚病

ZYG24002

ZYG24002為一款用於治療脂溢性皮炎的2.2+2.4類改良型新藥候選產品。我們已於2025年11月獲得其臨床試驗批准。ZYG24002為乳液製劑，針對面部、皮脂分泌旺盛及多毛部位用藥場景進行設計，旨在改善傳統乳膏製劑可能存在的厚重、油膩及不易塗抹等問題，從而提升患者用藥體驗及用藥依從性。該產品採用低黏度及流變學優化的乳液體系，以支持局部塗抹、皮膚表層遞送及局部滯留。非臨床研究顯示，ZYG24002在脂溢性皮炎動物模型中於皮損外觀、炎症因子及組織病理方面表現出改善作用。該產品亦加入舒緩性輔料並採用計量真空泵包裝，以提高局部耐受性、給藥準確性及使用便利性。該等特徵將ZYG24002定位為長期疾病管理的安全、非皮質類固醇替代品。

克林霉素磷酸酯過氧化苯甲酰凝膠

該產品是一種含有1%克林霉素及5%BPO的複方凝膠劑，該方案被全球指南廣泛認可為輕度至中度痤瘡的一線療法。我們於2025年5月國內首家提交該產品的ANDA。該組合利用協同機制：BPO作為強效氧化劑殺滅細菌並溶解粉刺，而克林霉素抑制細菌蛋白質合成以減輕炎症。至關重要的是，BPO的氧化作用有助於減輕抗生素耐藥性的發展，這是單藥抗生素療法面臨的常見挑戰。我們的製劑技術成功克服結合強氧化劑與抗生素所固有的穩定性挑戰，提供進口品牌的高質量、穩定替代品，並且提高了多機制發病的痤瘡患者同時使用多種外用製劑的用藥依從性。

阿達帕林過氧化苯甲酰凝膠

阿達帕林過氧化苯甲酰凝膠是一種外用複方製劑，結合了第三代類視黃醇阿達帕林與BPO。我們已於2025年5月提交此產品的ANDA，並預期將於2027年上半年獲得批准。此複方製劑能同時針對痤瘡的三種主要致病機制：阿達帕林透過選擇性結合核內視黃酸受體，調節毛囊角化並發揮抗炎作用，而過氧化苯甲酰則透過釋放氧自由基，直接殺死痤瘡丙酸桿菌，從而實現快速的殺菌作用。重要的是，過氧化苯甲酰的氧化機制亦能降低抗生素抗藥性的風險，而這正是單一藥劑抗生素療法長期以來的限制。透過於單一製劑中結合兩種互補機制，相較於同時使用多個獨立產品，本產品簡化了治療方案，預期將顯著提升患者用藥依從性。我們專有的製劑技術使此複方製劑保持穩定，克服了將類視黃醇與強氧化劑結合時固有的相容性挑戰。

淺表真菌感染

鹽酸特比萘芬塗膜劑

鹽酸特比萘芬塗膜劑是一種新型外用製劑，旨在優化足癬（腳氣）及其他淺表真菌感染的治療。我們於2024年8月提交該產品的ANDA，預計於2026年下半年度獲得批准。與傳統乳膏劑不同，該產品利用專有的成膜技術，在使用後於皮膚表面形成不可見的載藥儲庫。該儲庫促進鹽酸特比萘芬持續、緩釋進入角質層，維持長時間的殺菌濃度。該機制通過實現簡化的給藥方案，減少使用頻率或所需的總治療持續時間，從而解決依從性差的問題。

業 務

ZYG24004

ZYG24004是一種2.2+2.4類改良型新藥，目前處於臨床前開發階段。該候選產品的臨床試驗申請已於2026年3月獲批。該候選產品專為足癬開發，旨在探索單次應用或較短程療法的潛力，但須經過臨床驗證。其利用先進的聚合物遞送系統，旨在單次使用後最大化藥物在角質層中的沉積及保留。通過僅一次給藥即可維持長效殺菌濃度，ZYG24004尋求減少每日用藥依從性的負擔，而這正是傳統外用療法治療失敗的常見原因。

甲癬

ZYG24012

ZYG24012是專為治療甲癬而設計的2.2類改良型新藥。該候選產品的臨床試驗申請已於2026年3月獲批。針對甲板滲透的障礙，該製劑利用過飽和遞送系統結合聚合物薄膜技術。其旨在產生熱力學驅動力，迫使抗真菌劑穿過甲板的緻密角蛋白，與標準外用治療相比，在甲床中實現顯著更高的藥物濃度。該高滲透加緩釋的特徵旨在減輕與長期甲癬治療相關的每日給藥負擔。

免疫炎症性皮膚病

丁酸氫化可的鬆乳膏

丁酸氫化可的鬆乳膏是一種中效、無鹵素的外用皮質類固醇，適用於治療濕疹及皮炎。我們已於2025年1月提交此產品的ANDA，並預期將於2026年下半年獲得批准，屆時該產品將成為首個依據此產品的新監管分類獲得批准的國內仿製藥。作為一種無鹵素類固醇，丁酸氫化可的鬆在臨床上的佔據著重要地位，介於療效有限的低效力藥劑，與可能引發皮膚萎縮及全身吸收等較高不良反應風險的高效力氟化類固醇之間。通過在C-17位點將氫化可的鬆與丁酸進行酯化反應，該分子相較於普通氫化可的鬆，不僅顯著提升了皮膚滲透性與抗炎效力，同時仍保有與未經鹵素取代相關的安全性特徵。這種療效與安全性之間的平衡，使其成為濕疹及皮炎管理中具有臨床應用價值的外用糖皮質激素選擇，尤其適用於需要兼顧抗炎療效與局部耐受性的治療場景。

克立硼羅軟膏

克立硼羅軟膏是一種非類固醇小分子PDE-4抑制劑，適用於治療輕度至中度AD。我們已於2025年1月提交此產品的ANDA，並預期將於2026年下半年獲得批准。克立硼羅通過選擇性抑制PDE-4，阻斷cAMP的細胞內分解，進而抑制促炎細胞因子（包括IL-4、IL-13及TNF- α ）的產生與釋放，這些細胞因子在特應性皮炎的病理機制中扮演關鍵角色。作為非類固醇製劑，克立硼羅不會產生與TCS相關的皮膚萎縮、毛細血管擴張或下丘腦－垂體－腎上腺軸抑制等風險。此特性使其非常適合用於長期維持治療，以及適用於通常限制使用皮質類固醇的敏感部位，例如臉部、頸部及皮膚褶皺處。

業 務

卡泊三醇倍他米鬆軟膏

卡泊三醇倍他米鬆軟膏是一種固定劑量複方外用製劑，適用於治療斑塊型銀屑病。我們已完成此產品的BE試驗，並擬於2026年下半年提交ANDA。該製劑結合了合成維生素D3類似物卡泊三醇，以及強效氟化皮質類固醇二丙酸倍他米鬆。這兩種活性成分通過互補且相互促進的機制發揮功效：卡泊三醇通過與維生素D受體結合，對角質形成細胞異常增殖與分化進行調控，直接解決導致銀屑病特徵性鱗屑斑塊的表皮細胞過度更新問題；而二丙酸倍他米鬆則通過抑制促炎細胞因子的釋放，同時發揮強效的抗炎與免疫抑制作用。這種雙重作用機制所產生的臨床反應，比單獨使用任一藥劑更快且更持久，而加入卡泊三醇，可降低所需的累積類固醇劑量，從而減輕長期使用所導致的類固醇相關不良反應風險。此複合製劑已獲主要國際皮膚科指南認可為斑塊型銀屑病的一線療法，鑒於目前該適應症仍依賴進口原研藥品牌，此療法具有顯著的商業機會。

頭皮及毛髮疾病

非那雄胺片

非那雄胺片(1mg)是FDA唯一獲批用於治療男性AGA的口服5 α -還原酶抑制劑。我們於2024年12月提交該產品的ANDA。在藥理學上，其通過阻斷睪酮轉化為二氫睪酮(導致毛囊微型化的關鍵雄激素)發揮作用。非那雄胺加入我們的產品組合完成我們在脫髮管理中的戰略閉環，使我們能夠利用非那雄胺及米諾地爾提供口服加外用聯合療法。該組合被臨床認可為治療脫髮並促進再生的有效方案，使我們能夠滿足頭髮健康市場的全方位患者需求。

研發

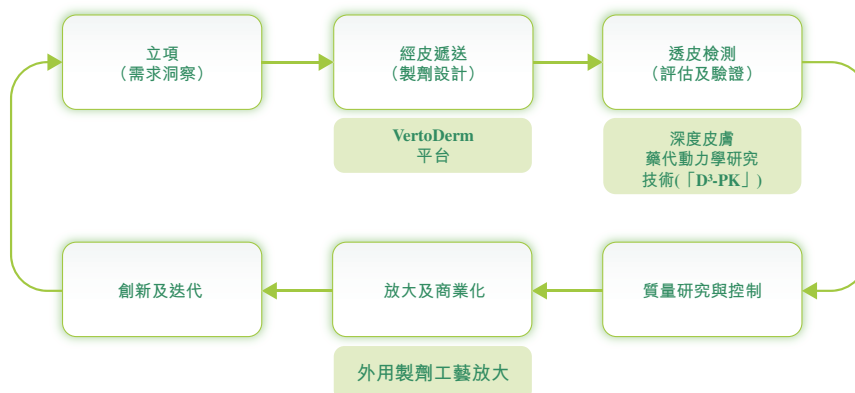
研發是我們業務戰略及競爭定位的核心。我們已建立專注於外用皮膚科製劑科學的綜合研發能力，使我們能夠開發差異化產品，解決未滿足的需求並創造可持續的競爭優勢。

研發流程

我們的研發理念以臨床價值為核心，著重藥物在臨床實踐及患者日常使用中的真實世界表現。對於慢性及易復發的皮膚疾病而言，臨床價值不僅取決於藥物的活性成分，亦同樣取決於其劑型配方：質地、對敏感肌膚的耐受性及於毛髮覆蓋部位的延展性等實際特性，均會直接影響患者的依從性，進而影響治療效果。基於患者的實際使用情境、給藥部位及疾病機制的綜合考量，我們設計藥物遞送系統，作為具有明確臨床優勢及較高技術壁壘的改良型新藥及複雜仿製藥的開發基礎。我們於整個開發過程中整合專有技術平台，於產品推出市場前對各候選產品進行驗證及優化，旨在實現藥物有效遞送至病灶部位，同時改善患者用藥體驗，並支持患者長期維持治療依從性。

業 務

下圖說明我們整合的六步研發流程，突出我們的戰略立項、專有技術平台及持續生命週期管理之間的交互：



立項 (需求洞察)

我們的研發項目源自一套結構化的內部評估流程，在該流程中，我們參照臨床治療指南，並結合真實世界患者行為及處方模式進行評估。當有關分析識別出現有標準治療與尚未滿足的患者需求之間存在明確缺口時，我們便會啟動相關研發項目，而非僅根據專利到期時間表或整體市場規模數據作出決定。

皮膚病因類型、給藥部位及患者人口統計特徵而顯著不同。面部痤瘡的治療需要與過度角化足癬治療截然不同的感官特徵。在立項階段，我們系統地評估現有療法在臨床實踐中的缺點：劑型與應用部位之間不匹配是否削弱療效，安全隱患是否限制類固醇的使用時長，或複雜的應用流程是否導致患者放棄療程。

我們採用數據驅動的評估模型量化各候選項目的潛力。通過整合流行病學數據（包括患者人群趨勢、診斷率及治療路徑特徵）與競爭環境及報銷政策動態的分析，我們評估每個機會的科學可行性及商業生存能力。該流程確保我們的研發資源專注於我們能夠提供可衡量臨床改善的項目，確保我們不僅是在開發另一種無差異化的仿製替代品。

經皮遞送 (製劑設計)

VertoDerm 平台

VertoDerm 平台是我們專有的基於聚合物的外用局部遞送平台。該平台專為皮膚、頭皮、足部和指甲板的皮膚病局部治療而設計，採用功能性聚合物和結構化製劑設計，可精確控制在局部組織內的藥物釋放、滯留、滲透、分散和穩定性。這顯著改進了外用藥物局部暴露量、產品穩定性和患者便利性。

與傳統的外用製劑（通常以單一劑型為主，例如乳膏劑、凝膠劑、溶液劑）不同，VertoDerm 平台不受任何特定劑型或材料的定義或限制。它是一個通用型製劑技術系統，可靈活適配不同 API 的物理化學特性、不同靶點部位的屏障特性及不同臨床使用場景的實際要求。該平

業 務

台已成功解決外用製劑開發中最長期存在的多項挑戰，包括：難以維持局部藥物高濃度；藥物從溶液劑中結晶析出；製劑在不規則或難以給藥的部位流失；指甲板滲透性差；乳劑和分散系統不穩定；API在水性製劑中不穩定；以及因高頻率給藥要求而導致的患者用藥依從性不足。

VertoDerm平台目前已被部署於多個內部外用創新藥物計劃，涵蓋針對頭皮的局部遞送、免疫抗炎外用乳劑、甲癬治療、針對足癬的長效成膜治療，以及含水敏性小分子API的外用製劑。在這些計劃中，該平台已被驗證其在以下方面具備優越性能：局部藥物高滯留率、低全身性暴露、防水成膜、緩釋、增強經皮和經甲遞送、分散系統穩定性及化學穩定性保持，所有相關的技術驗證均已完成並確認已達到其性能目標。

憑藉已獲授權的項目級製劑專利、臨床試驗批文及已建立的管線資產，VertoDerm平台已發展成為一項可持續擴展的外用製劑技術資產。我們進一步推進下一代專有聚合物材料的開發，預計這將增強平台在更多外用治療應用中的技術差異化及產品孵化能力。

VertoDerm平台通過五個專業技術模塊運行，每個模塊針對不同的製劑挑戰類別：

模塊I：局部滯留及低全身性暴露

該模塊主要適用於高活性小分子、針對頭皮的療法及外用藥物，其中以最大限度降低全身性吸收為臨床優先考量。

通過聚合物介導的對局部藥物滯留和製劑流變學特性的精確控制，該模塊可實現靶向給藥，顯著提高治療部位的藥物暴露量，同時抑制不必要的全身性吸收。該技術已在頭皮局部治療計劃中得到驗證，在這些計劃中，傳統製劑方法歷來難以同時滿足雙重要求：最大限度地提高局部治療濃度，同時最大限度降低全身性暴露及確保舒適的應用體驗。

模塊II：流變學控制與應用體驗優化

該模塊旨在解決給藥困難或結構不規則的部位（包括頭皮、足底、趾間、甲周區域和大面積皮膚病變）所帶來的應用挑戰。

該模塊利用聚合物控制製劑的黏度、鋪展性和流動行為，解決了在這些部位施用外用治療時常見的滴落、過度黏稠和產品分佈不均等問題，顯著改善患者的體驗。在ZYG24002的開發中，該模塊解決了乳劑分散系統穩定性、應用質地及在頭皮和鼻面部給藥部位的經皮遞送等綜合挑戰。通過構建聚合物網絡來穩定分散系統，從而改善物理穩定性、鋪展性和藥物遞送效率。

模塊III：成膜局部藥物儲存庫及緩釋

該模塊特別適用於足癬、甲癬以及其他需要在足底、甲板或角質層進行長效治療的疾病。

業 務

該模塊通過在給藥部位形成穩定的薄膜狀局部儲存庫，實現藥物的長時間持續釋放，延長藥物的局部滯留時間，並支持降低給藥頻率，從而直接提升患者的用藥依從性。該模塊已被應用於足癬和甲癬治療方案。在ZYG24004的開發中，核心技術挑戰在於足底皮膚容易受到摩擦磨損及清洗的影響，削弱了傳統乳膏製劑的療效，因此需要頻繁重複塗抹。該模塊採用防水成膜及緩釋設計，支持約一次給藥方案，直接解決了傳統抗真菌療法在治療該適應症時常見的用藥依從性限制。

模塊IV：經皮和經甲遞送及局部過飽和控制

該模塊專為面臨指甲板或角質層緻密滲透屏障的外用藥物而設計，在局部組織中達到臨床有效濃度本身極具挑戰性。

該模塊採用多管齊下的方法（溶劑蒸發後局部濃度增加、聚合物介導的結晶抑制及局部藥物儲存庫設計），顯著提高藥物遞送效率，延長藥物在皮膚和指甲板的組織暴露時間。在開發ZYG24012用於治療甲癬的過程中，核心挑戰在於指甲板對藥物滲透的頑強抵抗。將成膜型局部儲存庫設計與經甲遞送工程相結合，可提升指甲滲透率、局部高滯留率以及在甲床的持續藥物暴露。

模塊V：分散系統穩定性及化學穩定性增強

該模塊旨在解決乳劑、懸浮液和油滴分散系統以及活性成分在水性環境中不穩定的外用製劑所特有的製劑挑戰。

通過在製劑內進行聚合物網絡構建及微環境工程，該模塊可提升分散系統的物理穩定性，並增強活性成分的化學穩定性，而不影響局部藥物遞送效率。該技術已被成功應用於含有水敏性小分子API的外用製劑，為易於在水性載體系統中水解的藥物物質提供可行的製劑途徑。

技術優勢

VertoDerm平台的核心優勢在於其在各種遞送場景中的通用性。傳統的外用製劑受限於特定劑型，乳膏劑發揮乳膏劑的作用，凝膠劑發揮凝膠劑的作用。VertoDerm平台則將功能性聚合物視為一種通用的工程工具，結合不同的聚合物模塊以滿足每個靶點部位和臨床應用的特定API物理化學特性和不同給藥部位的需求。該平台具備跨劑型的靈活性，能夠作為一種自適應製劑解決方案層，而非受限於劑型。

透皮檢測（評價及驗證）

外用藥研發最大的技術風險是「虛假等效」— 創造出一種看似與參比藥物相同但未能將活性成分遞送至靶組織的製劑。與口服藥物中血液濃度作為評價藥物療效的可靠指標不同，外用藥物一般不入血，因此缺乏一種直接簡單成熟可用於評估藥物療效的方法。而採用臨床終點的臨床試驗耗時耗力，我們開發了透皮研究技術可用於預測外用藥物的皮內分佈。

業 務

深度皮膚藥代動力學研究技術(D³-PK)

我們的D³-PK技術使我們能夠定量繪製我們製劑的「深度皮膚藥代動力學」圖譜。我們建立了基於IVPT、膠帶剝離及高靈敏度LC-MS/MS定量檢測的D³-PK深度皮膚藥代動力學評價平台，用於定量分析外用製劑活性成分在皮膚不同層次中的滲透、分佈及滯留特徵。該平台不僅關注藥物透過皮膚後的累積透過量，也進一步分析藥物在角質層及其他皮膚組織中的分佈情況，從而為外用製劑的處方篩選、工藝優化及候選產品開發決策提供定量依據。

為支持該平台的持續運行，公司組建了20餘人的IVPT專職研究團隊，並配置10套全自動透皮擴散系統、合計120個擴散池，以及三套高靈敏度LC-MS/MS檢測系統。該配置使我們能夠對多種製劑、批次及條件進行平行的IVPT和皮膚分層定量研究，滿足極微量的檢測（低至1pg/mL）、多API複合檢測以及混懸樣品分析需求。公司日常研發中通常每週可以完成超過360個樣品及3,600次檢測，積累了30多個活性成分的透皮檢測研究。

我們已與該領域的國際領導者建立深度合作關係，包括與Logan Instruments及Thermo Fisher建立聯合實驗室，共同開發符合最嚴格FDA及國家藥監局要求的標準化測試方法。通過該平台，我們部署先進的分析技術，如膠帶剝離、皮膚分層及MSI，以逐層可視化及量化藥物分佈。該能力使我們能夠驗證抗真菌藥物是否集中在角質層或抗炎藥物是否到達真皮等，更加科學和精準地指導外用藥物的開發。該嚴格的驗證過程有助於30多種複雜製劑的開發，包括我們的鹽酸特比萘芬塗膜劑及吡美莫司乳膏。

質量研究與控制

外用製劑是複雜的多相系統——通常含有油、水、表面活性劑及懸浮液滴——比口服固體劑量對工藝參數及環境因素更為敏感。冷卻速率、混合速度或儲存溫度的輕微偏差可能會改變乳膏劑的微觀結構，影響其黏度、釋放速率及最終臨床療效。因此，傳統的質量標準往往不足以保證外用產品的一致性。

質量控制參數

為應對外用製劑的複雜性，我們控制20多個微觀結構參數，包括液滴大小、晶癖和流變等，根據不同產品及劑型的特定需要，我們設定高於法規標準要求的參數指標進行控制。這一更高標準確保我們生產的每一個單位都能保持有效的長期治療所需的精確一致性和穩定性。

這些指標涵蓋了製劑的微觀結構和基於性能的屬性。它們包括預測乳膏劑在皮膚上鋪展性的流變；影響穩定性和吸收的液滴粒徑分佈；影響溶出速率的晶癖；以及影響微生物穩定性的水活度。我們還進行嚴格的IVRT並評估製劑與其包裝系統之間的相互作用。通過在研發階段嚴格控制這些關鍵質量屬性，我們確保產品從實驗室階段過渡到大規模生產時，其性能保持穩健和一致。

業 務

工藝放大及商業化

從實驗室批量到商業化批量的過渡往往是外用產品的關鍵難點。放大效應 — 即較大體積下熱量及質量傳遞速率的變化改變產品的物理性質 — 可能導致批次失敗或不穩定。我們通過科學嚴謹的工程方法而非反覆試驗來應對該風險。

外用製劑工藝放大

我們的外用製劑工藝放大通過使用先進的模擬及數據分析彌合研發與商業製造之間的差距。我們基於長期以來在小試、中試和商業化生產中積累的大量數據對放大參數進行預判，將我們中試設備的關鍵工藝參數（如剪切速率、冷卻曲線及攪拌速度）與我們的商業生產罐進行映射。這允許我們以數學方式預測並抵消放大效應，確保技術轉移的高成功率。

該平台與智能製造設備整合，包括支持實時數據監控的真空均質機。我們採用在線質量控制，在製造過程中持續追蹤pH值、黏度及液滴粒徑分佈等關鍵指標，確保批次間的均勻性。此外，該平台將GMP合規性直接整合至工藝放大過程中，涵蓋全面的設備確認(IQ/OQ/PQ)及清潔驗證。該整體方法確保我們的工藝不僅在技術上穩健，而且完全符合監管標準，促進快速商業化。

創新及迭代

我們的研發過程並不隨產品發佈而結束。我們將商業應用視為新一輪創新週期的開始。我們積極監控上市後反饋及臨床使用數據以識別餘下的未滿足需求，隨後將其反饋至立項階段，以推動產品創新及迭代。該等創新通過我們的研發週期進行驗證並重新推向市場，創造產品演變及可持續市場競爭的可持續引擎。

研發組織及能力

截至最後實際可行日期，我們的研發組織由100多名專注於外用皮膚科產品開發的專業人員組成。我們的團隊包括製劑科學、分析化學、皮膚科研究、監管事務及臨床開發方面的專家，提供跨越開發生命週期的綜合能力。

我們多次作為企業代表，參與CDE皮膚外用領域相關研究技術指導原則的專家討論會，包括《局部起效化學仿製藥IVRT及IVPT研究技術指導原則》，同時參與中國食品藥品檢定研究院《化妝品原料透皮試驗方法標準》的制訂工作。此外，我們與江蘇省藥品監督檢驗研究院圍繞透皮分析技術開展合作，並聯合無錫市檢驗檢測認證研究院推進透皮擴散儀相關標準規範的研製。

我們的研發設施位於我們的無錫園區，擁有約3,000平方米的實驗室及中試規模製造空間。我們的設施包括用於製劑開發、分析測試、穩定性研究及小規模製造的專用設備。我們運營一個CNAS認證的實驗室和一個用於皮膚科研究的BSL-2生物安全實驗室。

業 務

與合同研究組織合作

除內部研發活動外，我們亦與具備良好聲譽的合同研究組織合作，以管理、進行及支持我們的臨床前研究及臨床開發。根據所需具體服務，我們訂立項目服務協議，或在某些情況下，訂立框架協議，其後根據該框架協議執行個別項目安排，詳細列明工作範圍、程序、交付成果、時間表及付款條款。

於選定合同研究組織合作夥伴時，我們會考慮多項因素，如其專業資格、相關研究經驗、服務質量及效率、業界聲譽及定價競爭力。我們合作的多家合同研究組織均屬備受認可的業界翹楚。我們對合同研究組織合作夥伴實施密切監督，以確保其表現完全符合我們的協議及所有適用法規。我們要求我們的合同研究組織合作夥伴提供有關項目執行的常規或定期進展更新，且我們會對他們進行定期審核。這種嚴格的監督有助於保護我們研究和試驗所產生數據的完整性和真實性。

我們通常與合同研究組織簽訂的協議的主要條款如下：

- **服務。**合同研究組織提供相關服務，包括臨床前研究、實驗室測試、藥物技術開發、臨床試驗技術服務及其他與我們需求相符的專門任務，如協議所述。合同研究組織須於協定時間表內完成相關項目。
- **付款。**我們根據雙方同意的合同價格或付款時間表進行支付，可能包括項目完成後的一次性付款、按里程碑分期付款或定期結算，具體取決於服務的性質。
- **知識產權。**如適用，我們保留項目產生的研究成果及相關知識產權的所有權。
- **風險分擔。**各方應對因其自身過失或重大疏忽所導致的損失承擔責任。倘項目因技術困難或其他不可控制的情形而失敗，各方應自行承擔由此產生的損失。

主要授權安排

鹽酸沙瑞環素片的授權協議

於2025年12月，我們與一家美國生物製藥公司訂立一份獨家授權協議及一份供應協議，據此，我們取得於中國內地、香港及澳門進口、重新包裝及商業化鹽酸沙瑞環素片的獨家授權。根據該協議，我們同意支付3.0百萬歐元的預付款及合計最高5.0百萬歐元的里程碑款項，該等里程碑款項將於產品首次商業上市、首次商業銷售、首次達成若干年度淨銷售額門檻及達成若干供應價格下調目標時支付，並按授權產品年度淨銷售額支付分層銷售分成，比例介乎個位數百分比。

鹽酸特比萘芬噴霧劑的授權協議

於2021年10月，我們與一家總部設於中國的製藥公司訂立一份授權協議，據此，對方同意以獨家方式向我們轉讓鹽酸特比萘芬噴霧劑在中國內地的藥品上市許可持有人（「MAH」）資格，以及在中國內地開發、生產及商業化該產品的相應獨家權利。我們同意支付合計固定對價約人民幣6.7百萬元，於簽署協議以及MAH變更及生產場地變更獲受理及／或批准後分期支付。根據該協議，無需支付銷售分成或銷售里程碑款項。

業 務

枸橼酸鐵片的授權協議

於2025年9月，我們與一家總部設於中國的生物製藥公司訂立一份授權協議，且隨後於2026年1月訂立該協議的補充協議，據此，我們授予對方於中國內地開發、生產及商業化枸橼酸鐵片的獨家授權，同時保留該產品於中國內地以外地區的所有權利。對方同意向我們支付人民幣5.0百萬元的預付款，而我們有權於達成若干開發、監管、市場准入、營運及銷售里程碑後收取合計最高人民幣290.0百萬元的里程碑款項，並有權按年度淨銷售額相關分段的毛利潤計算收取分級雙位數銷售分成。

吡美莫司乳膏的授權協議

於2021年1月，我們與一家總部設於中國的生物製藥公司訂立一份授權協議，該協議隨後經四份補充協議補充，據此，對方同意以獨家方式向我們轉讓吡美莫司乳膏在中國內地的MAH資格，以及在中國內地開發、生產及商業化該產品的相應獨家權利。我們同意支付合計固定款項人民幣3.4百萬元，於協議簽署及生效、產品註冊申請獲受理及產品取得上市批准後分期支付。產品商業化後，訂約各方將根據年度銷量按分層基準分享授權產品的銷售所得。

生產

我們的醫藥產品主要由內部生產，以確保我們產品的質量、安全及穩定供應。於往績記錄期間，我們持有所運營的所有車間及生產線的有效生產許可證及最新GMP認證。我們已建立靈活且可擴展的生產能力，旨在滿足皮膚科產品不斷增長的市場需求。為支持我們未來的增長及新產品的推出，我們正在同步建設我們位於無錫的新生產基地。我們認為，我們現有的設施結合我們的擴張計劃，足以滿足我們在可見未來的生產需求。

此外，我們的部分成品亦向合格第三方生產商採購，並委託合同生產商生產部分產品。該等安排主要基於產品組合規劃及業務戰略考量，使我們能夠高效豐富產品種類、優化資源配置。針對所有第三方採購產品或合同生產商生產的產品，我們設有嚴格的供應商資格與品質監管流程，確保產品完全符合我們的要求。

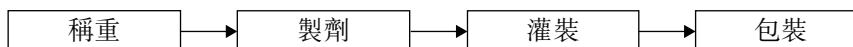
生產流程

我們為各種劑型的藥品生產量身定制的生產流程，主要包括半固體製劑（凝膠劑、乳膏劑、軟膏劑）、液體製劑（洗劑、搽劑、塗劑、溶液劑、噴霧劑）、固體製劑（片劑）及中成藥產品。

半固體製劑

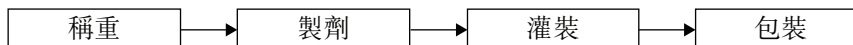
我們半固體製劑產品（包括軟膏劑、乳膏劑、凝膠劑）的生產流程通常涉及稱重、製劑、灌裝及包裝。製劑階段涉及活性藥物成分及輔料的混合、均質乳化，被確定為關鍵工藝步驟，其中攪拌速度、過程溫度及液滴大小等關鍵參數受到嚴格控制，以確保產品的均勻性及穩定性。下圖概述我們半固體製劑的生產流程。

業 務



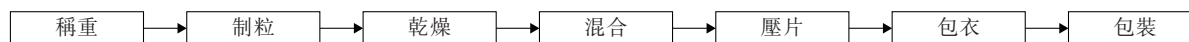
液體製劑

我們液體製劑產品（包括溶液劑、洗劑、噴霧劑、搽劑、塗劑）的生產流程通常涉及稱重、製劑、灌裝及包裝。製劑階段涉及活性藥物成分及輔料的混合攪拌，被確定為關鍵工藝步驟，其中攪拌速度、過程溫度及黏度等關鍵參數受到嚴格控制，以確保產品的均勻性及穩定性。下圖概述我們液體製劑的生產流程。



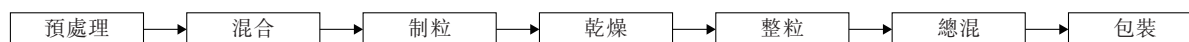
固體製劑

我們固體製劑產品（片劑）的生產流程通常涉及稱重、制粒、乾燥、混合、壓片、包衣及包裝。我們將制粒、混合及壓片確定為關鍵工藝步驟；其中，水分、混合時間、粒徑、含量等關鍵參數受到嚴格監測及控制，以確保藥物含量的一致性。下圖概述我們固體製劑的生產流程。



中成藥

我們中成藥產品的生產流程通常涉及預處理、混合、制粒、乾燥、整粒、總混及包裝。我們將制粒、乾燥、整粒和混合確定為關鍵步驟；其中，顆粒的均勻度、水分等關鍵參數受到嚴格監測及控制，以確保藥物含量的一致性。下圖概述我們中成藥的生產流程。



生產工廠

我們目前擁有兩個位於江蘇省無錫及重慶的生產工廠。我們的無錫工廠作為半固體製劑、液體製劑和固體製劑的主要生產中心，佔地面積約37,700平方米。截至最後實際可行日期，我們的無錫工廠擁有9個GMP認證車間及20條生產線，能夠生產包括軟膏劑、乳膏劑、凝膠劑、塗劑、搽劑、噴霧劑、溶液劑、洗劑及片劑在內的多種劑型。我們的重慶工廠作為我們自有專利中成藥的生產中心，佔地面積約39,910平方米。截至最後實際可行日期，我們的重慶工廠擁有2個GMP認證車間及3條生產線，能夠生產包括片劑、顆粒劑在內的多種劑型。截至最後實際可行日期，我們認為我們的設施及設備處於良好的工作狀態，且我們並無因設備或機械故障而經歷任何對我們生產過程造成的重大或長期中斷。

業 務

下表載列於往績記錄期間用於生產半固體製劑、液體製劑及固體製劑的生產線的設計產能、實際產量及利用率：

生產線	單位	截至12月31日止年度									截至3月31日止三個月		
		2023年			2024年			2025年			2026年		
		設計產能 ⁽¹⁾	產量	利用率 ⁽²⁾	設計產能 ⁽¹⁾	產量	利用率 ⁽²⁾	設計產能 ⁽¹⁾	產量	利用率 ⁽²⁾	設計產能 ⁽¹⁾	產量	利用率 ⁽²⁾
				(%)			(%)			(%)			(%)
半固體製劑	千支	22,500	22,098	98.2	65,400	21,380	32.7	65,400	23,773	36.3	16,350	5,780	35.4
液體製劑...	千支	35,000	25,080	71.7	35,000	28,230	80.7	35,000	26,880	76.8	8,750	5,340	61.0
固體製劑...	千片	400,000	5,960	1.5	400,000	28,320	7.1	400,000	157,792	39.5	100,000	44,800	44.8
中成藥	千片	176,040	63,010	35.8	160,875	23,400	14.6	160,875	32,175	20.0	40,219	30,000	74.6

附註：

- (1) 設計產能根據設備理論運行速度測算，按單班制、每班6.5小時、年有效工作日約250日及每季度有效工作日約63日計算。
- (2) 利用率通過產量除以設計產能計算。

於往績記錄期間，我們半固體製劑的利用率在2024年相對偏低，主要由於我們為配合產品管線的推進，主動增設額外生產線，而該等新設生產線仍處於產能爬坡初期階段。固體製劑的利用率在2023年及2024年亦相對偏低，原因是相關產品處於待獲批狀態，或剛獲批准。相反，我們中成藥因2023年新廠區搬遷，提前進行備貨，故產能利用率和產量相對偏高。2024年8月新廠區通過符合性檢查後，新廠區產品逐步起量生產。

我們的生產計劃乃基於每年年初對市場需求的年度、季度及月度滾動預測制定，並參考歷史銷售記錄及預期銷售訂單水平，該計劃將根據實際需求及存貨水平進行調整。詳情請參閱「一 物流及存貨管理－存貨管理」。

原材料供應商及採購

用於生產我們藥品的主要原材料主要包括活性藥物成分、輔料及包裝材料。於往績記錄期間採購的關鍵活性藥物成分包括聯苯苄唑、吡美莫司、硫酸羥氯喹、甲硝唑、丙酸氯倍他索及他克莫司。我們的原材料供應主要基於國內供應鏈，我們大部分原材料向中國供應商採購。我們對國際供應商的原材料並無重大依賴。有關供應商管理政策的詳情請參閱「一 質量管理－供應商管理及質量控制」。

我們一般與主要供應商保持長期業務關係，以確保關鍵原材料的穩定供應。對於若干戰略原材料（如我們核心產品的活性藥物成分），我們通常訂立年度框架協議或長期供應合同，以鎖定

業 務

供應量並減輕價格波動。我們原材料的採購價格主要基於類似質量原材料的現行市場價格。我們的供應商一般負責安排將原材料運送至我們的生產工廠，費用由其自行承擔。我們有權退回任何不符合我們要求的原材料。

我們的大部分主要原材料一般可通過多個供應商在市場上隨時獲得。我們相信我們擁有質量及價格相當的主要原材料替代來源。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何原材料供應的重大短缺或延誤，亦無經歷主要原材料價格的任何重大上漲或原材料成本的波動，而對我們的經營業績或毛利率產生重大不利影響。詳情請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們已經並預計將繼續委託第三方供應我們產品製造所需的若干材料，若我們無法獲得數量充足或質量及價格均可接受的該等材料，我們的業務可能會受到不利影響」。

質量管理

我們認為，穩健有效的質量管理體系是我們業務可持續性及品牌聲譽的基石。我們秉承「質量源於設計」和「全流程控制」的質量管理理念，確保產品質量貫穿產品全生命週期管理，涵蓋研發、商業化生產及上市後監測的每個階段。截至最後實際可行日期，我們已獲得我們所有在營生產車間及生產線的有效藥品生產許可證及適用的GMP認證。為確保質量監督的獨立性及權威性，我們已建立專門的質量管理部門，由質量保證及質量控制兩個職能模塊組成。我們的生產工廠亦已獲得ISO 9001質量管理體系認證。我們質量控制及保證程序的關鍵方面如下：

產品設計與開發中的質量控制

我們恪守「質量源於設計」理念，在產品開發的最初階段即融入質量管理考量。我們的研發質量管理體系覆蓋從項目立項、小試實驗到中試放大與技術轉移的研發全流程。我們在臨床前研究及臨床試驗中，嚴格遵循良好實驗室規範與藥物臨床試驗質量管理規範標準。針對實驗記錄、數據完整性及樣品管理，我們均已建立標準操作規程，以確保研究數據的可靠性與可追溯性。我們建立了從實驗室到商業化生產的系統化技術轉移流程。在從小規模試驗放大至規模化生產的過程中，我們對關鍵工藝參數進行嚴格驗證，確保最終商業化產品的質量屬性與臨床或驗證批次保持一致。

供應商管理及質量控制

我們實施嚴格的供應商管理體系，以確保上游材料的安全性及可追溯性。我們僅向經過嚴格篩選並獲准加入我們獲批供應商名單的供應商採購原材料、輔料及包裝材料。我們的採購及質量管理部門共同對潛在供應商進行全面審計，包括審查其資質、質量管理體系及生產能力。我們採用動態管理方法，對現有供應商進行定期績效審查，並剔除未能滿足我們要求的供應商。我們對現有供應商進行定期審核及績效審查，包括對關鍵材料供應商進行現場審計。收到原材料後，我們執行嚴格的入廠檢驗。我們的倉儲人員核實包裝及文件，將材料存放在指定的待檢區，直至我們的質量控制團隊根據我們的內部標準（通常比國家標準要求更嚴格）進行抽樣及檢測。只有通過該類檢測並經我們質量人員放行的材料方可用於生產。

業 務

產品過程質量控制

我們的質量控制程序貫穿整個生產過程，以確保產品質量一致性並持續符合GMP標準。我們已為每個生產步驟建立詳細的標準管理程序及標準操作程序。我們的生產管理人員和質量保證人員對生產過程進行定期現場監控及監督，以確保所有產品按照批准的生產工藝生產。為防止污染及交叉污染，我們在每批次生產完成後執行嚴格的清場及清潔程序，所有清場及清潔程序均按照GMP要求完成內部驗證，以確保清潔程序的有效性。我們利用計算機化系統監控潔淨室的環境條件，如溫度、濕度及壓差，並定期監測潔淨室微生物水平，以確保生產環境符合規定的潔淨度標準。

最終產品質量控制

我們對最終產品執行嚴格的兩步放行機制。首先，每批成品均由我們的質量控制團隊進行全面的實驗室檢測，通常涵蓋含量、雜質及微生物限度等指標。其次，我們的質量受權人對整批文件進行整體審查，包括生產批次記錄、過程控制數據及實驗室檢驗記錄。質量受權人擁有最終權限，僅在確認所有質量屬性均在質量標準範圍內時方可放行產品進行上市銷售。不符合我們質量標準的產品將被嚴格隔離和調查，並根據我們的不合格產品程序進行銷毀。我們亦對每批產品進行留樣，並在有效期內進行定期留樣觀察；同時我們對每個產品進行持續的穩定性考察，以監測產品在有效期內的質量穩定性和可靠性。

倉儲及物流質量

我們的WMS旨在確保產品在接收、存儲、裝運及運輸過程中的準確性及完整性。為適應不同類型材料及產品貯存要求，我們設有指定存儲區域，並確保符合受控溫度及濕度條件，包括適用情況下的危險品特定區域。我們利用WMS追蹤存貨並確保遵循「先進先出」原則。在物流方面，我們聘請合資格的第三方物流提供商，並要求其遵守GMP/GSP標準。我們核實其運輸能力，特別是對於在運輸過程中需要特定溫度控制的產品，以確保我們的產品以最佳狀態送達客戶。

藥物警戒及客戶服務

我們高度重視上市後監測及客戶反饋。根據《藥物警戒質量管理規範》，我們已建立專門的藥物警戒職能部門以監測及報告藥品不良反應。我們已制定系統化流程，用於收集、評估及向監管機構報告安全信息。我們擁有完善的客戶投訴處理機制。我們專門的客戶服務團隊接收用戶及分銷商的諮詢及投訴。收到與質量有關的投訴後，我們的質量部門會啟動調查，追溯相關批次的生產記錄，並在必要時測試留樣。我們致力於迅速回應客戶的擔憂並採取適當的糾正措施。截至最後實際可行日期，我們並無經歷任何對我們的業務產生重大不利影響的重大產品召回或與質量有關的糾紛。

業 務

知識產權

知識產權保護是公司業務發展的核心戰略支撐。公司設立專業的知識產權部門，構建了覆蓋項目立項、研發、臨床研究、產品上市及上市後全鏈條、全週期的知識產權保護體系，為核心技術與產品構建持續穩固的創新壁壘。公司未來的商業成功，在一定程度上取決於我們在知識產權領域的綜合能力，包括持續獲取並有效維護核心技術的知識產權保護、積極捍衛與實施公司專利組合、嚴格保障商業秘密的保密性與安全性，以及確保經營活動不侵犯任何第三方的知識產權，通過體系化、前置化的知識產權管理與戰略佈局，為技術創新與長期可持續發展提供堅實保障。

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有238項授權專利及在美國擁有1項授權專利，並在中國擁有130項專利申請及在美國擁有2項專利申請。我們在歐洲擁有3項專利申請，以及9項PCT專利申請。截至同日在全球擁有1,231項註冊商標。

我們主要通過自主開發獲取專利。截至最後實際可行日期，我們擁有我們所有專利及專利申請的所有權，並無與第三方共有或共享我們專利及專利申請的安排。

銷售及營銷

我們的銷售網絡

於往績記錄期間，我們的產品在中國銷售。我們已建立全面及全渠道的銷售網絡。我們的絕大部分收入產生自線上批發、線上零售及線下渠道。我們的銷售團隊結構旨在支持該模式。我們已建立專門的團隊負責電商運營、連鎖藥店的大客戶管理及醫療專業人員的學術推廣。該結構使我們能夠有效管理我們多樣化的產品組合。

下表載列於往績記錄期間我們按渠道劃分的產品銷售收入明細：

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2023年		2024年		2025年		2025年		2026年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
(未經審計)										
(人民幣千元，百分比除外)										
線上銷售										
批發	401,675	39.0	459,005	40.8	522,425	39.5	122,946	41.9	126,806	37.7
零售	76,533	7.4	186,931	16.6	245,496	18.5	55,497	18.9	81,259	24.1
線上銷售小計	478,208	46.4	645,936	57.4	767,921	58.0	178,443	60.8	208,065	61.8
線下銷售 ⁽¹⁾	541,490	52.5	463,819	41.2	540,299	40.8	112,526	38.4	123,439	36.6
產品銷售總額	1,019,698	98.9	1,109,755	98.6	1,308,220	98.8	290,969	99.2	331,504	98.4
其他 ⁽²⁾	10,862	1.1	15,945	1.4	15,450	1.2	2,226	0.8	5,274	1.6
合計	1,030,560	100.0	1,125,700	100.0	1,323,670	100.0	293,195	100.0	336,778	100.0

附註：

- (1) 我們的線下銷售主要指向分銷商的銷售。
- (2) 其他主要包括我們的技術服務及其他收入。

業 務

線上銷售

線上批發

在我們的線上批發模式下，我們與主要電商平台開展合作出售我們的產品。該等平台在買斷基準上直接向我們購買產品，並通過其自身的在線平台轉售予用戶。我們利用其龐大的用戶群、完善的物流基礎設施及強大的平台背書，實現廣泛的市場滲透及快速的銷量增長。根據弗若斯特沙利文的資料，採用線上批發模式為中國外用皮膚科藥物行業的行業慣例。

截至2026年3月31日，我們與七家線上批發客戶開展合作。於往績記錄期間，我們通過線上批發渠道銷售產品產生的收入分別為人民幣401.7百萬元、人民幣459.0百萬元、人民幣522.4百萬元及人民幣126.8百萬元，分別約佔我們截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度以及截至2026年3月31日止三個月總收入的39.0%、40.8%、39.5%及37.7%。

下表載列以下所示期間我們線上批發客戶數量的變動：

	截至12月31日止年度			截至3月31日 止三個月
	2023年	2024年	2025年	2026年
年初／期初線上批發客戶數量	7	14	15	14
新增線上批發客戶	7	1	3	—
終止合作的現有線上批發客戶	—	—	4	7
線上批發客戶淨增加／(減少).	7	1	(1)	(7)
年末／期末線上批發客戶數量	14	15	14	7

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與終止合作的線上批發客戶之間並無重大糾紛或訴訟。

我們與線上批發客戶訂立批發協議。我們與線上批發客戶訂立的協議的主要條款包括：

- **期限。**我們的協議一般為期一年，經雙方同意可續期。
- **付款協議。**我們通常通過銀行轉賬與線上批發客戶結算。
- **定價。**我們按協定的供應價格向線上批發客戶銷售產品。
- **銷售目標及最低採購要求。**我們在與線上批發客戶的協議中並無設定銷售目標或任何最低年度採購額。
- **信貸期。**付款根據協定的信貸期結算，通常為發票開具或產品驗收後30至60天。在少數情況下，我們採用款到發貨的結算方式。
- **存貨水平。**我們不要求線上批發客戶維持最低存貨水平。
- **退貨。**我們已制定藥品退貨管理制度，對退貨的接收、評估、處理及記錄全流程進行規範管理。

業 務

- **終止。**如果發生（其中包括）以下情況，我們可終止協議：線上批發客戶的任何重大違約，如在其指定平台之外進行銷售；或線上批發客戶的任何其他違約未在規定時間內補救。

線上零售

在我們的線上零售銷售模式下，我們主要通過我們在抖音、快手及拼多多等第三方電商及社交媒體平台上的自營旗艦店直接向客戶銷售產品。隨著用戶日益將品牌自營旗艦店視為值得信賴的購買渠道，我們已於該等平台投入資源建立專屬的線上零售業務，以迎合此日益增長的消費者偏好。在該模式下，我們一般保留產品的所有權並承擔存貨風險，直至產品交付予終端用戶並獲其驗收。我們與該等平台訂立框架協議，據此，平台向我們提供IT基礎設施、流量支持及支付處理服務，以換取服務費或佣金。我們在產品銷售予終端客戶時確認收入。

線下銷售

向分銷商銷售

我們將產品銷售予第三方分銷商，彼等為我們的直接客戶。我們聘用的分銷商均為線下分銷商，且為大型醫藥商業公司。通過分銷模式，我們能夠藉助分銷商的本地優勢和市場知識，有效開拓新客戶並進軍新的區域市場。我們對分銷商採用買斷銷售模式，據此，我們產品的所有權控制權及風險於交付及驗收後轉移予分銷商。該等分銷商負責將我們的產品分銷至線下終端，包括公立醫院、私立診所及零售連鎖藥店。該分層分銷結構使我們能夠以具成本效益的方式覆蓋中國龐大的醫療機構及藥店網絡。我們的分銷商一般負責管理其自身的存貨及銷售活動，並須遵守我們分銷協議的條款。該模式使我們能夠利用廣泛的網絡實現廣泛的市場覆蓋。根據弗若斯特沙利文的資料，聘請分銷商為中國外用皮膚科藥物行業的行業慣例。

據我們董事所知，我們的所有分銷商均為獨立第三方，且我們的分銷商概無由我們現任或前任僱員全資擁有或多數控制。此外，我們的分銷商與我們之間概無其他關係或安排（包括過去或現在的家庭、業務、融資、擔保或其他關係）。

截至2026年3月31日，我們的分銷網絡包括234家分銷商。於往績記錄期間，我們通過分銷商銷售產品產生的收入分別為人民幣539.7百萬元、人民幣462.5百萬元、人民幣540.1百萬元及人民幣123.4百萬元，分別約佔我們截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度以及截至2026年3月31日止三個月總收入的52.4%、41.1%、40.8%及36.6%。

下表載列以下所示期間我們分銷商數量的變動：

	截至12月31日止年度			截至3月31日 止三個月
	2023年	2024年	2025年	2026年
年初／期初分銷商數量	357	321	327	340
新增分銷商	89	105	118	43
終止合作的現有分銷商	125	99	105	149
分銷商淨增加／（減少）	(36)	6	13	(106)
年末／期末分銷商數量	321	327	340	234

業 務

於往績記錄期間，我們的分銷商數目出現一定波動，主要由於我們持續優化分銷網絡，既整合部分地區渠道，亦積極拓展新的分銷商以擴大客戶覆蓋範圍。截至2026年3月31日止三個月的分銷商數目顯著減少，主要由於部分年度合作協議於2025年年底自然到期，以及我們根據市場情況主動調整若干小型分銷商，而此均屬我們日常渠道管理的一部分。因此，我們預期有關變動不會對我們的整體經營業績造成重大影響。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，終止合作的分銷商與我們之間並無重大糾紛或訴訟。

我們與分銷商訂立的協議的主要條款包括：

- **期限。**我們的協議一般為期一年，經雙方同意可續期。
- **授權及區域。**我們授予分銷商在指定地理區域內及向特定醫院或藥店終端銷售指定產品的非獨家權利。嚴禁分銷商在其授權區域或渠道之外銷售我們的產品。
- **付款協議。**我們通常通過銀行轉賬與分銷商結算。
- **定價。**採購價格在協議或單獨的採購訂單中指定。
- **銷售目標及最低採購要求。**我們通常不會為分銷商設定年度或季度銷售目標。我們不設定任何最低年度採購額。
- **信貸期。**付款根據協定的信貸期結算，通常為發票開具或產品驗收後30至90天。在少數情況下，我們採用款到發貨的結算方式。
- **存貨水平。**我們不要求分銷商維持最低存貨水平。
- **退貨。**除收貨後確認存在質量缺陷、發貨錯誤、流標或渠道變更等特定特殊情形外，我們通常不接受產品退換貨。
- **終止。**如果發生（其中包括）以下情況，我們可終止分銷協議：分銷商的任何重大違約，如在其授權區域或渠道之外進行銷售；或分銷商的任何其他違約未在規定時間內補救。

分銷商管理

我們已為分銷商建立有效的管理體系。我們嚴格遵循我們的管理體系以維持與分銷商的穩定關係。我們重視與分銷商的長期關係。我們的主要分銷商管理策略包括：

- **選擇及准入。**我們基於對其藥品分銷資質（GSP認證）、倉儲及物流能力、財務實力及聲譽的嚴格評估選擇分銷商。我們進行背景調查及年度審查以確保其持續合規。
- **價格管理。**我們提供建議零售價以指導市場。我們積極監控不同渠道中我們產品的市場價格。我們擁有成熟的定價管理體系以審查及批准定價策略。如果我們發現可能擾亂市場秩序的異常定價行為，我們將採取糾正措施。

業 務

- **防竄貨管理。**我們嚴格執行渠道管理體系，通過對分銷商施加區域限制以防止竄貨。被發現違反區域限制的分銷商將受到處罰，包括罰款或終止分銷協議。
- **渠道填塞管理。**我們採用買斷模式運營，意味著我們的分銷商購買產品用於轉售並承擔主要存貨風險。我們建議其採購訂單基於確定的訂單或來自終端客戶的需求預測。
- **存貨管理。**在我們的買斷模式下，分銷商負責管理其自身的存貨。我們要求主要分銷商提供定期存貨及銷售流向數據。
- **次級分銷。**我們不禁止分銷商聘用次級分銷商。我們的部分分銷商可能會使用次級分銷商。我們概不與次級分銷商簽訂協議或直接建立關係，亦也不與分銷商所聘用的次級分銷商存在合同關係或對其擁有控制權，相關分銷商對其各自的次級分銷商負有主要監督責任。
- **反腐敗。**我們與主要分銷商簽訂的協議中包含反腐敗相關條款。雙方均嚴格履行協議。

營銷

我們始終堅持以用戶為中心、以科學為驅動的營銷理念。憑藉在皮膚科領域的深厚認知，我們實施定制化品牌傳播策略，高效傳遞科學循證理念，同時重點突出產品的功效與安全性。我們依托自主數字化運營能力開展營銷工作，搭建起複雜醫學知識與用戶日常護膚需求之間的溝通橋樑。

我們組建了具備敏銳市場洞察力的專門線上營銷團隊，專注於在各類社交媒體及電商平台開展營銷活動。我們不依賴外部代言，而是通過數據分析與趨勢研判，挖掘並把握內容驅動型產品機遇。通過密切關注線上趨勢變化與用戶反饋，我們識別未被滿足的用戶需求，並以針對性的產品供應予以響應。我們的線上推廣以科學指南與臨床學術資源為依托，確保面向用戶的宣傳內容均基於學術團體對我們產品的權威解讀及臨床指南。該模式通過提供可靠、優質的內容，有效將線上流量轉化為銷量，並培養高客戶黏性。針對我們的皮膚治療產品及醫療級護膚品，我們開展嚴謹的醫學循證活動，提升在醫療專業人士中的品牌知名度。上述舉措有助於擴大我們的學術影響力，搭建銜接學術界與醫療界的專業網絡，進一步夯實以技術領先、品質可靠為核心的專業品牌形象。

定價

我們採用以市場為導向的定價策略，綜合考慮市場需求、產品定位、競爭格局及生產成本等因素。我們實施符合相關法律法規的具競爭力且有效的定價政策。我們就競爭對手的價格進行市場調研及分析，並考慮產品成本及客戶反饋等各種因素分析及估計產品銷售情況，以確定我們產品的價格。我們根據終端客戶類型以及產品類型實行差異化定價。

業 務

產品退貨及召回

為保障患者用藥安全、維護公眾健康權益，我們已建立並持續完善一套系統化、嚴謹且全程可追溯的產品退貨與召回管理制度。該制度依據《中華人民共和國藥品管理法》、藥品GMP、《藥品召回管理辦法》等相關法律法規及行業標準制定，確保對可能存在或已產生質量風險的藥品進行及時、有效、合規的管控與處置。

我們已制定藥品退貨管理制度，對退貨產品的接收、評估、處理及記錄全流程進行規範管理。退貨產品須在隔離狀態下接受嚴格評估，並根據其儲存條件及質量狀態判定是否可經重新包裝或複檢後放行。對質量不合格、包裝不可恢復或來源不明的退貨產品，一律予以銷毀，嚴禁重新銷售。我們對退貨情況留存完整記錄，確保每一批次退貨產品均可追溯至原始生產批次、退貨客戶、退貨原因、評估結果及最終處置方式，實現閉環管理。

我們高度重視藥品安全預警與主動風險管理，已建立分級、高效、快速響應的藥品召回流程。我們通過上市後監測、客戶投訴分析、藥品監管部門通知、內部質量審核等多種渠道主動識別潛在風險，且一經確認產品存在安全隱患需實施召回，立即啟動召回程序，並向省級藥品監督管理部門報告。通過銷售網絡迅速通知所有相關分銷商、醫療機構或藥品使用者，確保召回信息傳遞準確、及時。依托產品追溯系統，精準鎖定待召回產品的批次、分銷流向及數量。我們亦定期組織模擬召回演練（每三年至少一次），檢驗召回系統的響應速度、追溯能力及協同效率，並根據演練結果及監管要求更新，持續優化召回應急預案及流程。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無收到任何對我們的業務、運營或財務狀況產生重大不利影響的與產品質量有關的重大投訴；亦無經歷任何重大產品退貨或召回。

我們的供應鏈

我們的主要供應商

我們的主要供應商主要包括原材料供應商、成品供應商以及推廣與建設服務提供商。於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月，各年度／期間向我們前五大供應商作出的採購額分別為人民幣190.8百萬元、人民幣160.4百萬元、人民幣231.5百萬元及人民幣76.1百萬元。於往績記錄期間各期間向我們前五大供應商作出的採購額分別佔我們採購總額的24.6%、19.7%、22.7%及26.5%。於往績記錄期間各年度／期間，我們所有的前五大供應商均為獨立第三方。

業 務

下表載列於往績記錄期間各年度／期間我們前五大供應商的詳情：

截至2023年12月31日止年度

序號	供應商	所提供產品／服務	採購額	佔採購總額 百分比	信貸期	與我們的 業務關係 開始年份
			(人民幣千元)			
1	供應商A ⁽¹⁾	原材藥和輔料	79,306.9	10.2%	款到發貨	2013年
2	供應商B ⁽²⁾	生產項目的建設服務	35,623.4	4.6%	按項目進度付款	2022年
3	供應商C ⁽³⁾	營銷活動服務	32,486.4	4.2%	預付款	2019年
4	供應商D ⁽⁴⁾	營銷及推廣服務	23,222.6	3.0%	預付款	2021年
5	供應商E ⁽⁵⁾	護膚品	20,154.9	2.6%	出貨後當月20日	2020年
總計 ...			190,794.2	24.6%		

附註：

- (1) 一家於1997年在中國註冊成立的股份有限公司，於上海證券交易所和聯交所雙重上市，主要從事醫藥研發、生產、分銷及零售藥房業務。
- (2) 一家於2009年在中國註冊成立的有限責任公司，主要從事建築工程。
- (3) 一家於1996年在香港註冊成立的公司（屬一家聯交所上市公司的全資附屬公司），是一家領先的數字醫療平台，主要從事醫藥直銷、醫藥電子商務平台業務、醫療及數字服務。
- (4) 一家於2020年在中國註冊成立的有限責任公司，主要從事皮膚科醫生線上科普推廣業務。
- (5) 一家於1993年在中國註冊成立的合資有限責任公司，主要從事護膚品研發及生產。

截至2024年12月31日止年度

序號	供應商	所提供產品／服務	採購額	佔採購總額 百分比	信貸期	與我們的業務 關係開始年份
			(人民幣千元)			
1	供應商C	見上文	46,067.5	5.7%	預付款	2019年
2	供應商A	見上文	36,980.8	4.5%	款到發貨	2013年
3	供應商F ⁽¹⁾	線上平台服務與推廣服務	30,417.2	3.7%	收到發票後 15天	2020年
4	供應商D	見上文	23,656.7	2.9%	收到發票後 10天	2021年
5	供應商G ⁽²⁾	藥品	23,281.1	2.9%	預付款	2024年
總計 ...			160,403.3	19.7%		

附註：

- (1) 一家於2016年在中國註冊成立的股份有限公司，主要從事處方藥的銷售與推廣。
- (2) 一家於2005年在中國註冊成立的有限責任公司，主要從事藥品批發。

業 務

截至2025年12月31日止年度

序號	供應商	所提供產品／服務	採購額 (人民幣千元)	佔採購總額 百分比	信貸期	與我們的業務 關係開始年份
1.....	供應商H ⁽¹⁾	生產基地和研發中心的 建設服務	69,357.6	6.8%	按項目進度 付款	2024年
2.....	供應商I ⁽²⁾	原材料	42,524.9	4.2%	款到發貨	2022年
3.....	供應商J ⁽³⁾	原材料	40,076.2	3.9%	收到發票後 30天	2021年
4.....	供應商F	見上文	39,922.6	3.9%	收到發票後 15天	2020年
5.....	供應商C	見上文	39,648.5	3.9%	預付款	2019年
總計 ...			231,529.8	22.7%		

附註：

- (1) 一家於1952年在中國註冊成立的股份有限公司，主要從事建築工程。
- (2) 一家於2019年在中國註冊成立的有限責任公司，主要從事中成藥及化學活性藥物成分批發業務。
- (3) 一家於2001年在中國註冊成立並於上海證券交易所上市的股份有限公司，主要從事創新藥及高端仿製藥的研發與生產。

截至2026年3月31日止三個月

序號	供應商	所提供產品／服務	採購額 (人民幣千元)	佔採購總額 百分比	信貸期	與我們的業務 關係開始年份
1.....	供應商K ⁽¹⁾	生產基地和研發中心的 工程服務	16,094.5	5.6%	按項目進度 付款	2025年
2.....	供應商A	見上文	15,672.7	5.5%	款到發貨	2013年
3.....	供應商L ⁽²⁾	市場推廣服務	15,531.2	5.4%	雙方對賬後 5天	2022年
4.....	供應商H	見上文	15,223.3	5.3%	按項目進度 付款	2024年
5.....	供應商F	見上文	13,549.5	4.7%	收到發票後 15天	2020年
總計 ...			76,071.2	26.5%		

附註：

- (1) 一家於1997年在中國註冊成立的有限責任公司，主要從事建築工程。
- (2) 一家於2017年在中國註冊成立的有限責任公司，主要從事互聯網短視頻內容創作及運營、直播電商及品牌營銷業務。

業 務

我們一般與主要供應商訂立框架協議或長期戰略合作協議，並輔以單獨的採購訂單。我們與主要供應商訂立的協議的主要條款通常包括：

- **期限**。我們協議的期限為一至三年，經雙方同意可續期。
- **信貸期**。我們的主要原材料及成品藥供應商於收到貨款後交付貨品。對於其他供應商（如包裝材料供應商），我們可在其開具發票後獲得30至90天的信貸期。
- **價格**。價格在採購訂單中指定。
- **付款協議**。我們通常通過銀行轉賬與供應商結算。
- **風險轉移**。風險在我們完成檢驗並確認收到產品後轉移予我們。
- **產品退換**。我們有權因各種原因（包括不符合產品質量、產品規格或下單數量）拒收、更換或退回產品。
- **終止**。如果供應商發生重大違約（如持續的質量故障或無法滿足交付時間表），我們可終止協議。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與主要供應商訂立的協議具有法律約束力，且並無遭遇任何可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響的重大違約。

我們已實施嚴格及多方位的流程用於供應商的選擇及持續管理，以確保我們供應鏈的質量及可靠性。有關供應商管理政策的詳情請參閱「－質量管理－供應商管理及質量控制」及「－環境、社會及管治－供應鏈管理」。

我們的客戶

於往績記錄期間，我們的主要客戶主要包括線上批發客戶及分銷商。於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月，我們於往績記錄期間各年度／期間的前五大客戶分別合共產生人民幣667.8百萬元、人民幣599.3百萬元、人民幣706.5百萬元及人民幣159.9百萬元的收入，分別佔我們總收入的64.9%、53.2%、53.4%及47.5%。於往績記錄期間各年度／期間，我們所有的前五大客戶均為獨立第三方。

業 務

下表載列於往績記錄期間各年度／期間我們前五大客戶的詳情：

截至2023年12月31日止年度

序號	客戶	所銷售產品	收入 (人民幣千元)	佔總收入百分比	信貸期	與我們的 業務關係 開始年份
1.....	客戶A ⁽¹⁾	藥品及醫療級護膚品	236,806.9	23.0%	收到發票後 30/45天	2019年
2.....	客戶B ⁽²⁾	藥品	170,674.5	16.6%	收到發票後30天	2012年
3.....	客戶C ⁽³⁾	藥品	117,614.3	11.4%	收到發票後30天	2013年
4.....	客戶D ⁽⁴⁾	藥品及醫療級護膚品	74,836.7	7.3%	款到發貨	2021年
5.....	客戶E ⁽⁵⁾	藥品及醫療級護膚品	67,835.5	6.6%	款到發貨	2019年
總計 ...			667,767.9	64.9%		

附註：

- (1) 一家於1996年在香港註冊成立的公司，並為一家聯交所上市公司的全資附屬公司。該公司是領先的數字醫療平台，主要從事藥品直銷、藥品電商平台業務、醫療保健及數字服務。我們的其中一位[編纂]前投資者為客戶A的全資附屬公司。
- (2) 一家於2007年在中國註冊成立的公司，亦為一家聯交所上市公司的全資附屬公司，主要從事藥品分銷及物流、零售藥房業務、藥品製造及相關供應鏈服務。
- (3) 一家於1997年在中國註冊成立的公司，在上海證券交易所及聯交所雙重上市，主要從事藥品研發、生產、分銷及零售藥房業務。
- (4) 一家於2000年在中國註冊成立的有限責任公司，主要從事藥品、醫療器械及保健產品的批發與零售，以及互聯網信息服務。
- (5) 一家於2016年在中國註冊成立的股份有限公司，主要從事藥品的銷售及推廣。

截至2024年12月31日止年度

序號	客戶	所銷售產品	收入 (人民幣千元)	佔總收入百分比	信貸期	與我們的 業務關係 開始年份
1.....	客戶A	見上文	253,838.2	22.5%	收到發票後30/45天	2019年
2.....	客戶C	見上文	95,246.8	8.5%	收到發票後30天	2013年
3.....	客戶B	見上文	87,826.4	7.8%	收到發票後30天	2012年
4.....	客戶D	見上文	87,799.8	7.8%	款到發貨	2021年
5.....	客戶E	見上文	74,637.2	6.6%	款到發貨	2019年
總計			599,348.4	53.2%		

業 務

截至2025年12月31日止年度

序號	客戶	所銷售產品	收入 (人民幣千元)	佔總收入百分比	信貸期	與我們的 業務關係 開始年份
1	客戶A	見上文	264,195.0	20.0%	收到發票後30天	2019年
2	客戶C	見上文	134,098.1	10.1%	收到發票後30天	2013年
3	客戶B	見上文	105,456.7	8.0%	收到發票後30天	2012年
4	客戶E	見上文	102,300.3	7.7%	款到發貨	2019年
5	客戶D	見上文	100,405.6	7.6%	款到發貨	2021年
總計			706,455.7	53.4%		

截至2026年3月31日止三個月

序號	客戶	所銷售產品	收入 (人民幣千元)	佔總收入百分比	信貸期	與我們的 業務關係 開始年份
1	客戶A	見上文	45,438.8	13.5%	收到發票後30天	2019年
2	客戶D	見上文	35,977.5	10.7%	款到發貨	2021年
3	客戶E	見上文	35,760.0	10.6%	款到發貨	2019年
4	客戶C	見上文	23,692.4	7.0%	收到發票後30天	2013年
5	客戶B	見上文	19,050.7	5.7%	收到發票後30天	2012年
總計			159,919.4	47.5%		

據我們所知及截至最後實際可行日期，除客戶A以外，於往績記錄期間的各年度／期間，我們所有的前五大客戶均為獨立第三方。我們並不知悉任何會導致我們與任何主要客戶關係終止的信息或安排。我們的董事及其各自的聯繫人或擁有已發行股份總數5%或以上的股東概無於往績記錄期間各年度於我們的任何前五大客戶中擁有任何權益。

客戶集中度

於往績記錄期間，我們各年度前五大客戶合共產生的收入分別佔我們於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月總收入的64.9%、53.2%、53.4%及47.5%。於往績記錄期間的客戶集中度主要歸因於中國分銷市場的結構性特徵，該市場中數量相對較少的大型分銷商及線上平台代表製造商共同掌控終端市場銷售的相當大份額。因此，通過分銷商或線上平台銷售產

業 務

品的公司，其收入自然有相當一部分來自數量有限的領先分銷或數字平台合作夥伴。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的客戶集中度符合行業慣例。詳情請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們面臨因依賴主要客戶而產生的集中風險」。

於往績記錄期間，我們的客戶集中度呈現出持續且顯著的下降趨勢，由2023年的64.9%降至2024年的53.2%，並進一步降至截至2026年3月31日止三個月的47.5%。此外，於往績記錄期間，我們最大客戶（客戶A）的收入貢獻由2023年的23.0%降至2025年的20.0%，並進一步降至截至2026年3月31日止三個月的13.5%。這反映了我們持續致力於拓寬客戶群，並通過多元化渠道深化市場滲透。此外，於往績記錄期間，我們前五大客戶的構成總體保持穩定，這反映了客戶關係的長期性及持續性。我們與前五大客戶均保持長達5至14年的穩固業務關係。基於上述情況，董事認為，我們的客戶集中度反映了市場內的結構性特徵，並且隨著我們擴大銷售網絡和客戶群，該集中度預計將持續逐步下降。我們認為，客戶關係發生重大不利變化的風險有限。

我們的客戶與供應商重疊

於往績記錄期間，我們擁有下列主要重疊客戶及供應商：

於往績記錄期間各年度，客戶A／供應商C為我們的五大客戶及供應商之一。於往績記錄期間，我們主要向客戶A／供應商C銷售藥物及醫療級護膚品，並向其採購營銷活動服務。該等關係的產生是因為作為一家數字醫療平台，客戶A／供應商C在其日常運營中進行產品分銷並提供服務。於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月，客戶A／供應商C向我們貢獻了(i)分別為人民幣236.8百萬元、人民幣253.8百萬元、人民幣264.2百萬元及人民幣45.4百萬元的收入，佔我們同期收入的23.0%、22.5%、20.0%及13.5%；及(ii)分別為人民幣32.5百萬元、人民幣46.1百萬元、人民幣39.6百萬元及人民幣6.2百萬元的總採購金額，佔我們同期總採購金額的4.2%、5.7%、3.9%及2.2%。

於往績記錄期間各年度，客戶B為我們的五大客戶之一，亦為供應商。於往績記錄期間，我們主要向客戶B銷售藥物，並向其採購倉儲服務。該等關係的產生是因為作為一家醫藥商業公司，客戶B擁有廣泛的倉儲基礎設施，並向包括我們在內的業務合作夥伴提供倉儲服務，這是其正常運營的一部分。於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月，客戶B向我們貢獻了(i)分別為人民幣170.7百萬元、人民幣87.8百萬元、人民幣105.5百萬元及人民幣19.1百萬元的收入，佔我們同期總收入的16.6%、7.8%、8.0%及5.7%；及(ii)分別為人民幣2.8百萬元、人民幣2.7百萬元、人民幣2.3百萬元及零的總採購金額，佔我們同期總採購金額的0.4%、0.3%、0.2%及零。

客戶C／供應商A於往績記錄期間為我們的五大客戶之一，於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月亦為我們的五大供應商之一。於往績記錄期間，我們主要向客戶C／供應商A銷售藥物，並向其採購原材料和輔料。客戶C／供應商A是一組受最終共同控制的實體，於往績記錄期間各期間均合併作為單一客戶／供應商集團列報。本公司同期於該客戶C／供應商A集團內不同實體實現收入，並向其採購產品。該等關係的產生是因為客戶C／供應商A下的不同實體在日常運營中進行產品分銷及原材料交易。於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月，客戶C／供應商A向我們貢獻了(i)分別為人民幣117.6百萬元、人民幣95.2百萬元、人民幣134.1百萬元及人民幣23.7百萬元的收入，佔我們同期總收入的11.4%、8.5%、10.1%及7.0%；及(ii)分別為人民幣79.3百萬元、人民幣37.0百萬元、人民幣24.4百萬元及人民幣15.7百萬元的總採購金額，佔我們同期總採購金額的10.2%、4.5%、2.4%及5.5%。

業 務

於往績記錄期間各年度，客戶D為我們的五大客戶之一，亦為供應商。於往績記錄期間，我們主要向客戶D銷售藥物及醫療級護膚品，並向其採購營銷和推廣服務。該等關係的產生是因為客戶D在其日常運營中進行產品分銷並提供服務。於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月，客戶D向我們貢獻了(i)分別為人民幣74.8百萬元、人民幣87.8百萬元、人民幣100.4百萬元及人民幣36.0百萬元的收入，佔我們同期總收入的7.3%、7.8%、7.6%及10.7%；及(ii)分別為人民幣2.7百萬元、人民幣0.4百萬元、人民幣0.4百萬元及人民幣0.01百萬元的總採購金額，分別佔我們總採購金額的0.3%、0.05%、0.04%及0.01%。

於往績記錄期間，客戶E／供應商F為我們的五大客戶之一，於2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月亦為我們的五大供應商之一。於往績記錄期間，我們主要向客戶E／供應商F銷售藥物及醫療級護膚品，並向其採購線上平台服務和推廣服務。客戶E／供應商F是一組受最終共同控制的實體，於往績記錄期間各期間均合併作為單一客戶集團。本公司同期於該客戶E／供應商F集團內不同實體實現收入，並向其採購服務。該等關係的產生是因為客戶E／供應商F下的不同實體在正常運營中進行產品分銷並提供服務。於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月，客戶E／供應商F向我們貢獻了(i)分別為人民幣67.8百萬元、人民幣74.6百萬元、人民幣102.3百萬元及人民幣35.8百萬元的收入，佔我們同期總收入的6.6%、6.6%、7.7%及10.6%；及(ii)分別為人民幣19.2百萬元、人民幣30.4百萬元、人民幣39.9百萬元及人民幣13.5百萬元的總採購金額，佔我們同期總採購金額的2.5%、3.7%、3.9%及4.7%。

供應商I為我們2025年的五大供應商之一，亦為客戶。於往績記錄期間，我們主要向供應商I採購原料，並向其銷售藥物。該等關係的產生是因為供應商I在其日常運營中進行產品分銷及原材料交易。於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月，供應商I向我們貢獻了(i)分別為人民幣1.9百萬元、人民幣4.6百萬元、人民幣7.1百萬元及人民幣2.0百萬元的收入，佔我們同期總收入的0.2%、0.4%、0.5%及0.6%；及(ii)分別為人民幣0.5百萬元、人民幣1.8百萬元、人民幣42.5百萬元及人民幣9.0百萬元的總採購金額，佔我們同期總採購金額的0.1%、0.2%、4.2%及3.2%。

供應商J為我們2025年的五大供應商之一，亦為我們的客戶。於往績記錄期間，我們主要向供應商J採購原料，並向其銷售技術測試服務。來自供應商J的收入規模有限，源於一項已終止的獨立技術測試服務協議。於2023年、2024年、2025年及截至2026年3月31日止三個月，供應商J向我們貢獻了(i)分別為人民幣0.04百萬元、零、零及零的收入，佔我們同期總收入的0.003%、零、零及零；及(ii)分別為人民幣6.4百萬元、人民幣22.9百萬元、人民幣40.1百萬元及人民幣9.9百萬元的總採購金額，佔我們同期總採購金額的0.8%、2.8%、3.9%及3.4%。

於往績記錄期間，針對重疊的客戶及供應商，我們在正常業務範圍內根據具體情況逐一協商銷售及採購協議的條款，且彼此之間不互為條件。於往績記錄期間，概無捆綁或背對背的交易安排，重疊的客戶及供應商之間的主要條款通常與我們其他客戶及供應商的條款一致。我們向該等重疊客戶的所有銷售及自該等重疊供應商的所有採購，均與其他客戶及供應商適用相同的內部控制要求及審批程序。根據弗若斯特沙利文的數據，這種重疊關係符合行業慣例。我們的董事認為，該等安排乃於我們的日常業務過程中按照正常商業條款訂立。

業 務

物流及存貨管理

物流

我們聘請合資格的第三方物流服務提供商向客戶交付產品。我們根據地理覆蓋範圍、運輸能力（特別是針對冷鏈要求）及服務質量選擇物流合作夥伴。在分銷模式下，我們通常將產品交付至分銷商指定的交付地點，隨後由分銷商將產品交付予其各自的客戶。我們要求物流提供商在運輸過程中遵守GMP和GSP標準。對於溫度敏感產品，我們強制使用溫度監測設備以確保在整個運輸過程中維持產品質量。於往績記錄期間，我們並無經歷任何重大物流中斷。

存貨管理

我們的存貨主要包括原材料、在製品及製成品。我們利用企業資源規劃（「ERP」）系統、SCM系統和WMS系統實時追蹤存貨水平，並已實施「先進先出」政策。我們的生產計劃乃基於銷售部門提供的年度、季度及月度滾動市場需求預測制定，同時考慮歷史銷售記錄、預期銷售訂單及若干皮膚科產品的季節性。

我們根據市場需求波動及交付時間維持關鍵原材料及製成品的動態安全庫存水平。我們就原材料及成品實施分類安全庫存管理制度，並就不同類別的原材料及成品制定差異化的安全庫存管理策略，以保障供應鏈安全及韌性。我們設有配備受控溫度及濕度的指定倉庫，以確保我們材料及產品的穩定性。危險化學品的材料使用專門的存儲設施。我們進行定期實物盤點以確保我們存貨記錄的準確性，並及時識別任何滯銷或陳舊項目以進行減值評估。

數據安全

我們高度重視數據安全及個人信息保護。我們已建立全面的信息安全管理體系，涵蓋收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供及刪除等數據處理的全生命週期。我們的IT部門負責監督我們的數字化發展及維護數據安全。我們已制定並實施一系列內部政策，如《信息系統安全應急預案》、《網絡安全管理規定》及《數據備份與恢復管理規定》，以指導我們的日常運營。

我們的信息架構由穩健的IT系統支持，包括作為核心運營樞紐的ERP系統、用於內部協作的OA系統及用於數據分析的商業智能系統。我們已採取標準保護措施，包括嚴格的訪問控制、數據加密及定期數據備份，以防止未經授權的訪問、洩露、不當使用或數據丟失。

數據收集及處理

對於我們的線上銷售，我們主要通過第三方電商平台運營。我們一般不直接從該等平台收集或存儲用戶的敏感個人信息。相反，我們依賴平台提供的數據處理及脫敏機制。當訂單信息傳輸至我們的內部系統進行履約時，電話號碼等敏感字段會被加密或屏蔽。我們已實施嚴格的權限控制，僅限授權人員訪問該等數據。

業 務

在我們的研發活動（特別是臨床試驗）中，我們嚴格遵守適用的數據保護法律。我們僅在獲得受試者知情同意的情況下收集必要數據。為保護患者隱私，我們在研究過程中使用匿名代碼進行數據標識。物理記錄安全存儲在臨床現場，電子數據通過安全渠道傳輸，不包含可直接識別的個人信息。

數據存儲及跨境傳輸

我們在中國境內收集的所有關鍵業務數據及個人信息均存儲在位於中國內地的服務器上。我們結合使用本地服務器及安全雲服務以確保數據的可用性與安全性。我們進行定期全量及增量備份，以確保系統故障時的業務連續性。我們並無在中國境外部署任何服務器，亦無從事任何需要監管機構進行安全評估的敏感個人信息跨境傳輸。

競爭

中國外用皮膚病藥物市場由多家跨國企業及領先的國內製藥公司共同組成。根據弗若斯特沙利文的資料，在中國外用皮膚藥物細分領域，預計市場總規模將由2025年的約人民幣278億元增至2030年的約人民幣451億元，年複合增長率約為10.2%。這一增長受到疾病患病率上升、患者認知度提高及自我用藥便利性增強等結構性因素的支撐，而線上渠道預計於2025年至2030年按年複合增長率約13.4%增長，受皮膚科用戶持續轉向數字化購買及諮詢所驅動。

中國外用皮膚病藥物市場正處於快速發展階段，參與者眾多，競爭格局活躍。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年出廠價計算，本公司於中國所有外用皮膚病藥物製造商中排名第六，收入約為人民幣9.6億元。根據弗若斯特沙利文的資料，按在截至最後實際可行日期前三年內就外用皮膚病藥物提交及批准上市許可申請的總數量計算，我們位於中國第一。詳情請參閱「行業概覽－中國外用皮膚藥物市場的競爭格局」。

僱員

截至2026年3月31日，我們擁有750名全職僱員。下表載列按職能劃分的僱員人數：

僱員職能	僱員人數	佔總數百分比
研發	102	13.6
生產及質量	275	36.7
銷售及營銷	270	36.0
行政	103	13.7
總計	750	100.0

為簡化人力資源管理，我們已建立一套全面的內部管理辦法，列明發展與培訓、薪酬福利等方面的程序及標準。詳情請參閱「一 環境、社會及管治－僱員權益」。

業 務

根據中國法律法規的要求，我們參與由相關當地市級及省級政府組織的各種僱員社會保障計劃，包括住房、養老、醫療、工傷、生育及失業福利計劃，據此，我們按僱員薪金的特定百分比作出供款。於往績記錄期間，我們未就部分員工按照相關中國法律法規全額繳納社會保險及住房公積金，且部分中國實體委託第三方人力資源機構代為其僱員辦理社會保險及住房公積金繳費。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未收到任何相關監管機構就中國社會保險及住房公積金作出的重大行政處罰。詳情請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－未能遵守中國有關繳納社會保險及住房公積金的法律法規，可能對我們的業務及財務表現造成不利影響」。

我們認為我們與僱員保持良好的工作關係，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勞資糾紛或在為業務招聘員工方面遇到任何困難。

環境、社會及管治

我們深刻認識到，可持續發展不僅是企業的環境與社會責任，也是推動企業長期發展的核心要素。基於此，我們將ESG因素逐步融入我們的治理及日常運營，並致力於可持續發展工作的穩步推進。[編纂]後，我們將遵循《環境、社會及管治報告守則》(附錄C2)的要求，定期發佈ESG報告，主動識別與評估可能影響我們業務運營及財務表現的實際及潛在ESG風險，同時將ESG議題的考量納入我們的業務、戰略規劃及財務規劃當中。

ESG事宜的管治

董事會高度重視ESG管理，將其視為推動企業可持續發展的戰略基石，董事會是ESG事宜的最高層決策及風險監督機構，確保ESG工作與我們的長期發展戰略保持一致。

董事會已制定《董事會戰略及ESG委員會工作細則》，下設戰略及ESG委員會，作為董事會的專門工作機構，負責指導ESG戰略制定和監督ESG事宜，其職責主要包括：(i) 對公司長期發展戰略規劃、重大投融資方案、重大資本運作及資產經營項目進行研究並提出建議；(ii) 研究、分析及評估ESG相關事項，並對ESG戰略、目標、治理架構及重要制度等提出建議；(iii) 協助董事會識別及評估ESG相關影響、風險和機遇，指導有關職能部門採取適當應對措施；(iv) 審閱並向董事會提交ESG相關報告；及(v) 監督ESG戰略和目標的實施情況並提出意見。

董事會切實落實環境保護責任，持續關注公司在污染物排放、資源消耗等方面的表現，督促管理層將環保理念融入生產運營全流程。董事會積極履行社會責任，關注員工權益保障、產品的質量與安全等議題，確保公司在追求經濟效益的同時，切實維護員工、合作夥伴及其他利益相關方的合法權益。董事會將重點關注具備雙重重要性的ESG議題，並將ESG因素逐步融入決策考量，以促進企業的可持續發展。

業 務

我們亦致力於推動董事會構成的多元化。在董事會提名及繼任計劃中，我們將綜合考慮性別、年齡、文化背景及教育背景、專業經驗、技能、地區及行業經驗等多種因素，以構建均衡且包容的董事會。這有助於確保董事會從多元視角有效推動公司的ESG相關事宜，進而提升企業的決策質量及治理水平。

ESG實質性議題、風險及機遇的識別與評估

ESG實質性議題是我們開展可持續發展管理的重要發力點。我們基於經營活動、業務關係、商業模式、所處行業特點及價值鏈佈局等情況，參考監管規定及主流ESG評級機構的關注要點，通過對包括員工、投資者及股東、客戶、消費者及患者、供應商及合作夥伴、政府及監管機構、社區及公眾等利益相關方的調查，從「財務重要性」和「影響重要性」雙維度，識別和評估了與我們有關的ESG議題，包括但不限於：環境合規管理、應對氣候變化、污染物排放管理、員工權益保障、職業健康與安全、員工培訓與發展、產品和服務質量與安全、研發創新、供應鏈管理、商業道德與反腐敗等。

我們深刻認識到，ESG相關風險及機遇對企業的業務運營、財務表現及長期可持續發展具有重要影響。為持續完善風險管理和識別機制，我們定期採取了一系列內部及外部監測與管控措施，主要包括：定期開展污染物排放及能耗相關環境監測、安全隱患排查、職業健康風險識別、員工舉報及隱患報告、應急預案制定與演練等。此外，我們將致力於培養合規文化，旨在確保所有僱員都能充分了解並遵守相關ESG相關法規和要求。

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適用於我們業務運營的健康、安全及環境法律法規，未因違反健康、安全或環境法律法規而遭受任何罰款或其他行政處罰，亦未發生對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的事件。

環境合規管理

我們高度重視環境管理，並嚴格遵守適用於我們業務運營的環境法律法規。為系統化識別和管理可能面臨的環境風險，我們已建立並實施標準化的環境管理體系，並通過ISO 14001認證。

為保障環境管理的系統性、可操作性與規範化運行，我們制定了《環境及職業健康安全管理手冊》《環境因素識別、危險源識別和風險評價控制程序》《風險和機遇管理程序》《環境安全績效考核管理程序》等一系列內部管理制度。

我們定期進行環境保護培訓，培訓主題包括但不限於環境法律法規、危險廢棄物管理、環境應急預案等，助力提升全體僱員的環境合規意識，推動公司環境合規管理工作的有效執行。

業 務

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環境規定的所有適用法律及法規，且未因違反環境法律法規而遭受任何罰款或其他處罰。

環境指標及目標

為更好地評估並管控業務運營過程中產生的環境及氣候相關風險，我們對各項關鍵環境指標實施持續監測。

下表載列我們於所示年度的環境量化指標：

環境指標	單位	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月
		2023年	2024年	2025年	2026年
溫室氣體排放量(範圍1)	噸二氧化碳當量	617.34	1,049.89	1,455.03	488.08
溫室氣體排放量(範圍2)	噸二氧化碳當量	2,812.24	3,871.22	3,953.56	712.74
溫室氣體排放總量 (範圍1及範圍2)	噸二氧化碳當量	3,429.58	4,921.10	5,408.59	1,200.83
天然氣消耗量	兆瓦時	3,086.72	5,249.43	7,275.15	2,440.42
外購電力消耗量	兆瓦時	5,300.12	7,865.21	8,270.02	1,452.84
耗水總量	噸	66,570.00	96,650.00	80,557.00	17,730.00
有害廢棄物	噸	70.60	90.11	107.38	29.74
無害廢棄物	噸	48.97	115.68	145.01	87.48

附註：

- (1) 範圍1排放指直接溫室氣體排放，主要來自生產運營過程中天然氣的直接燃燒。
- (2) 範圍2排放指間接溫室氣體排放，主要來自外購電力的消耗。
- (3) 天然氣的排放因子參考中國國家發展和改革委員會辦公廳發佈的《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(試行)》計算。
- (4) 中國內地電力的溫室氣體排放因子參考生態環境部及國家統計局《關於發佈2023年電力二氧化碳排放因子的公告》所列全國平均電力排放因子計算。
- (5) 有害廢棄物，主要包括報廢藥品、化學品廢包裝、污泥、活性炭及實驗室廢液。
- (6) 無害廢棄物，主要包括可回收垃圾、廢過濾棉及藥渣。
- (7) 各類能源的消耗量，根據《綜合能耗計算通則》(GB/T 2589-2020)所訂明的折算系數將相關能源類型折算為標準煤當量進行計算。

於往績記錄期間，我們消耗的主要資源為天然氣、電力及水資源，生產經營中產生的溫室氣體排放主要源於天然氣及外購電力的消耗，環境量化指標的增加主要歸因於我們業務增長、生產結構調整以及生產產量逐年提升。

業 務

我們致力於踐行可持續發展理念，戰略及ESG委員會、公司相關部門將根據《環境、社會及管治報告守則》及[編纂]後的其他相關規則，定期評估重大關鍵績效指標的相關目標，確保目標持續適配公司的發展需求。在設定環境類關鍵績效指標的目標時，我們會綜合考慮往績記錄期間的環境指標，並審慎考量我們未來的業務擴展規劃，力求在業務增長與環境保護之間實現平衡，推動可持續發展。

能源消耗及溫室氣體排放管理

我們高度重視資源管理與能效提升，嚴格遵守《中華人民共和國能源法》等適用於我們業務運營的環境法律法規，建立了系統化的能源管理體系，並通過ISO 50001認證。我們已制定《能源管理體系程序文件》《資源能源控制程序》等內部管理政策，持續推動資源能源管理工作的規範化。我們已建立職責清晰、權責分明的能源管理組織體系，由廠務管理部作為歸口管理部門，牽頭組織開展能源消耗的監測和管理工作。

為響應國家碳中和目標，我們致力於節能及減少溫室氣體排放，為構建清潔、低碳、高效的能源利用體系，我們採取了一系列措施，包括但不限於：執行溫控與節電管理，推廣使用變頻空調；在廠區部署太陽能路燈、採購光伏發電綠電，逐步提高可再生能源的使用比例；實行無紙化線上辦公流程；通過中水回用、節水設備、包裝減量化等措施，實現資源節約與循環利用。

我們將持續優化綠色生產運營流程，積極探索更多可再生能源替代方案與技術減排路徑，優化能源結構和效率，持續提升企業綠色低碳運營水平。

污染物排放管理

我們高度重視污染物排放管理，嚴格遵守適用於我們業務運營的環境法律法規，按照ISO 14001環境管理體系的要求，已制定《環境與設施控制程序》等相關內部管理政策，以此全面規範污染物的排放管理工作。

我們已建立職責清晰及層級明確的污染物排放管理組織體系，由廠務管理部作為歸口管理部門，負責組織對污染物排放的監測和管理。我們在生產過程中產生的主要污染物包括廢水、廢氣、固體廢棄物及噪聲。為減少污染物的排放，我們採取的措施主要包括：

廢氣管理：有機廢氣經二級活性炭吸附處理後達標排放；粉塵廢氣採用布袋除塵工藝處理，部分工序中效過濾器處理後排放。

業 務

廢水管理：工業廢水經污水處理站處理後，達標排放；製劑廠區工業廢水經污水站處理後回用至冷卻塔，實現中水回用；生活污水經廠內化糞池預處理後達標排放。

固體廢棄物管理：我們生產運營過程中產生的固體廢棄物，按屬性分為有害廢棄物和無害廢棄物兩類進行管理。針對有害廢棄物，嚴格制定並執行全流程管理程序，專設暫存間，對各類有害廢棄物明確物料類別、規範黏貼標籤，實行分類分區存放；同時指定專人負責有害廢棄物的全流程管理工作，且委託具備相應資質的第三方專業機構進行處置。針對無害廢棄物，根據廢棄物類別分類管理，並委託第三方機構收集處置。

在固體廢棄物處理環節，我們確立了「減量化、再利用和再循環」原則，實施了一系列系統性的固體廢棄物減排措施，包括但不限於：推行綠色設計和清潔生產；通過數字化環境管理平台對廢棄物的產生、分類、貯存、轉移進行全流程追蹤；通過引入除渣車壓縮藥渣水分、採用雙效濃縮器減少浸膏濃縮液產生等具體工藝改進，從生產層面進一步降低固體廢棄物的產生量與排放量。

憑藉在環境保護領域的持續投入與實踐，我們榮獲無錫市工業和信息化局評定的「2023年度無錫市綠色工廠」稱號。

氣候變化

氣候風險

就可能影響我們的重大氣候變化相關風險而言，我們在綜合考慮面臨的內外部環境、業務性質等因素的基礎上，採用宏觀政策研究、同行對標等方式，識別與評估重大氣候風險對經營活動、財務的影響。我們可能面臨的氣候相關風險可分為兩大類：物理風險和轉型風險。

物理風險：其主要包括(i)急性物理風險，例如颱風及洪水等極端惡劣天氣加劇；及(ii)受長期氣候模式變化影響的慢性物理風險，例如平均氣溫上升變化等。氣候變化可能給原材料和製成品的存儲、運輸帶來挑戰，產生額外的維修及更換成本。

為應對上述物理風險，我們持續制定和完善應急預案，強化倉儲與物流環節的應急調度能力，盡可能減少運營中斷風險。同時，我們通過嚴格執行辦公與生產場所的溫控管理、推廣使用變頻空調與節能設備、在倉儲廠房採用環保保溫材料等措施，提升能效與設施適應性，以增強運營韌性。

轉型風險：其主要來自向低碳經濟轉型過程中涉及政策法律、市場等方面的變化。例如，因全球碳排放管制與減排標準日趨嚴格，加之用戶環保意識的提高及偏好轉變，均可能增加企業的合規成本和節能減排技術相關的資本支出。

業 務

為應對上述轉型風險，我們持續推進可再生能源應用，廠區安裝太陽能路燈、採購光伏發電，並引入新型節能建材與保溫技術，提升能源利用效率。此外，我們將密切關注碳排放相關政策及市場偏好變化趨勢，據此持續優化應對策略，增強對氣候相關轉型風險的適應能力，保持經營的前瞻性與韌性。

由於我們的業務性質，我們受上述氣候風險的影響有限。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的業務、營運及財務狀況並無受到任何氣候相關事件的重大影響。

氣候機遇

在應對氣候變化帶來的挑戰同時，我們也積極挖掘其中蘊含的氣候機遇，以推動我們的長期可持續發展。我們識別可能涉及的氣候相關機遇，主要包括：

資源機遇：開展生產運營端能源管理、水資源及物料的循環利用，推行綠色生產和物流等舉措，能夠提升公司資源利用效率，降低運營成本。

產品發展和市場機遇：氣候變化導致某些新型疾病或需求的出現，若我們針對該類疾病研發攻關，可以有效提升市場競爭地位，增加營業收入；同時，我們積極響應氣候變化相關激勵政策，可能有望獲得政策紅利或專項經濟支持。

責任與品牌提升機遇：積極參與氣候行動和可持續發展項目，有助於進一步提升公司的社會責任形象和品牌價值。

為把握氣候相關機遇，我們已落地多項舉措，例如工業廢水經處理後回用冷卻塔，實現中水回用、節約水資源；升級改造生產設備，逐步替換高能耗機型；持續關注疾病譜的變化並及時調整產品策略。展望未來，我們將持續關注氣候變化與政策發展，按照《環境、社會及管治報告守則》的要求定期發佈ESG報告，披露氣候行動實踐成果，同時加強與環保組織和社區的密切合作。

僱員權益

我們高度重視僱員權益保障，致力於營造和諧、健康、公平的工作環境，為全體員工提供平等機會，我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，與全體員工簽訂個人勞動合同，並與工會簽訂《工資集體協商、勞動安全衛生、職業病保護、女職工特殊保護協議》等集體合同。在內部管理制度方面，我們制定了《薪酬管理制度》《績效管理制度》與《員工手冊》，為招聘錄用、薪酬福利、績效考核、發展與培訓等勞工管理工作，建立了明確、公正的制度框架。

業 務

在薪酬待遇方面，我們建立了「固定薪酬+浮動薪酬+補貼津貼」的多元化薪酬結構，將員工薪酬與個人工作貢獻、公司整體業績緊密結合，以有效吸引、激勵與留用人才；在福利保障方面，除為員工繳納社會保險及住房公積金外，我們還提供商業保險，嚴格落實女職工孕產期、哺乳期休假的相關規定，保障已婚男員工依法享有護理假、育兒假等權益。此外，我們內部設有讀書角、母嬰室、員工體育館及心理諮詢室等配套設施，旨在全方位關愛員工身心健康，增強員工的歸屬感與整體幸福感。

截至2026年3月31日，我們的女性僱員佔比達58.93%，我們堅持公平及透明的員工管理政策，努力提升員工性別與年齡結構的多元化，營造包容、平等的工作環境。

職業健康與安全

我們高度重視職業健康與安全生產，嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》等相關法律法規。我們制定了《環境及職業健康安全手冊》，實施標準化的職業健康安全管理體系，並通過ISO 45001認證。

在職業健康方面，我們建立了系統化、動態化的職業健康風險管控機制，通過工作危害分析、安全檢查表等專業方法，全面識別公司運營流程中的職業健康風險，並針對性採取工程技術措施、管理措施及個體防護措施等多級防控措施。同時，我們為員工配備符合標準的防護用品並規範監督使用，定期開展職業健康培訓與宣傳教育，持續提升員工的職業健康防護意識與能力。

在安全生產方面，我們構建了安全風險分級管控與隱患排查治理雙重預防機制。通過設備安全技術改造，加裝安全聯鎖、緊急停車系統等裝置，提升設備設施的安全水平。同時，我們建立員工隱患報告機制，鼓勵全員參與安全管理，開展安全培訓與文化宣導，並組建專兼職應急救援隊伍、定期開展演練，全面提升員工安全意識和應急處置能力。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的營運並未發生任何重大事故，且未因違反職業健康或安全生產法律法規而遭受任何罰款或其他處罰。

供應鏈管理

我們持續加強供應鏈管理，制定了《採購管理制度》《供應商管理規程》，覆蓋供應商准入、考核評價、日常管理等全流程管控，以確保供應鏈活動規範透明、風險可控。

業 務

我們對供應商實行嚴格的准入機制，要求關鍵材料供應商符合GMP標準。我們通過調查問卷的形式，要求供應商就生產用水、廠房的環境控制情況、定期進行員工培訓、GMP培訓計劃和記錄、質量檢驗等情況進行說明，將其作為供應商准入的先決條件。同時，我們與供應商簽訂正式協議，明確約定反商業賄賂等合規要求。我們定期從質量、交付及時性、服務響應度、合規性等多維度對供應商開展績效評估，依據評估結果實施分級管理，切實保障供應鏈穩定運行與質量可控。

我們構建了供應鏈風險管理機制，重點圍繞合規、質量、供應中斷、外部環境等關鍵風險點，制定專項應對方案。此外，我們依托供應鏈信息化平台建設，進行供應商檔案管理、准入審核、考核評價等全流程信息的線上化運轉，持續提升供應鏈協同效率與管控水平。

商業道德與反腐敗

我們始終堅決反商業賄賂與反貪污，嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規，制定並持續完善《員工職務行為管理》《員工違規違紀責任追究辦法》等內部管理制度，明確禁止任何形式的貪污、賄賂及其他不正當利益交換行為，致力於培養廉潔透明的企業文化。

我們由內部審計部門牽頭，建立健全反商業賄賂與反貪污監督機制，對關鍵業務環節進行常態化風險排查與審計監督，並要求合作方遵守商業道德，嚴格禁止以任何不正當手段獲取商業機會。同時，我們設立「線上+線下」「內部+外部」相結合的舉報渠道，公開投訴電話、郵箱與地址，推動形成有效的監督體系。

社會公益

我們積極踐行企業社會責任，深耕公益慈善與志願服務領域，全面覆蓋行業發展、文化教育、醫療衛生、慈善救助、社區服務等多個維度。同時，我們積極倡導並組織全體員工參與各類社會公益活動，以切實行動傳遞企業溫度，彰顯社會責任擔當。

教育支持與鄉村振興：自2021年8月起，我們啟動開展連續三年「思源凌雲木計劃」金秋助學項目，於2025年1月啟動第二輪幫扶，既為村內家庭經濟困難學生提供助學資金支持，以緩解其就學壓力，也為優秀畢業生提供實習與就業機會，助力鄉村人才振興。

科研基金投入：我們於2020年與江蘇省藥學會聯合啟動設立公益性「靳培英」科研基金，自2021年起每年投入不低於人民幣30萬元，專項用於支持江蘇省內高等院校、科研院所及醫療機構開展皮膚相關領域的基礎研究、臨床應用研究及成果轉化，助力行業技術創新發展。

業 務

社會關懷與物資捐贈：我們定期向公安民警、環衛工人、教育工作者等一線工作群體捐贈防護用品等物資，以實際行動傳遞社會關懷與企業溫暖。

憑藉在公益領域的持續投入與貢獻，我們先後榮獲江蘇省紅十字會頒發的「2024年度表現突出捐贈人」，無錫市紅十字會頒發的「紅十字功勛獎」「2019-2023年度紅十字捐贈工作突出貢獻獎」「2023年度募捐工作紅十字博愛獎」「錫紅公益聯盟單位」，以及錫山區紅十字會頒發的「2022年度愛心捐贈紅十字功勛獎」「2023年度愛心捐贈紅十字博愛獎」等多項榮譽。

物業

我們的主要執行辦公室位於中國江蘇省。本文件附錄三中載列的獨立物業估值師艾華迪的物業估值報告，載列了截至2026年4月30日我們選擇性物業權益的詳細。截至2026年4月30日，艾華迪對該等物業權益的估值為人民幣492.9百萬元。除艾華迪物業估值報告所載物業權益外，根據《上市規則》第5.01A條，截至2026年3月31日，概無單一物業權益(i)構成我們物業活動部分且賬面值佔我們總資產的1%或以上；或(ii)構成我們非物業活動部分且賬面值佔我們總資產的15%或以上。

自有物業

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有9項物業，總建築面積約48,918.9平方米，主要用於我們的業務運營。

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們主要在中國租賃45項物業，總建築面積超過17,623平方米，主要用作倉儲、企業管理及住宅用途。我們認為中國內地有充足的物業供應，我們並不依賴現有租賃進行業務營運。我們認為我們目前的設施足以滿足我們當前的需求。

截至最後實際可行日期，有一處租賃物業尚未取得不動產所有權證書，且我們尚未就該物業向相關住房管理部門完成租賃登記備案。此外，其他兩處租賃物業亦未向相關住房管理部門完成租賃登記備案。根據相關中國法律法規，未能完成租賃協議的登記及備案不會影響租賃協議的有效性，但如果我們在收到相關主管部門通知後的規定期限內未能整改該等不合規行為，我們可能會就每份未登記租賃被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。詳情請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的部分租賃物業未能遵守中國房地產相關法律法規，可能會對我們的業務及財務表現產生不利影響」。

保險

我們投購保單以覆蓋我們業務營運的各個方面並管理我們的運營風險。具體而言，我們已購買臨床試驗責任險以覆蓋與我們研發活動相關的潛在風險，購買安全生產責任險以保障我們的

業 務

製造運營，並購買環境污染責任險以減輕環境風險。我們亦投購財產一切險以覆蓋我們的固定資產，並為我們的僱員投購補充商業保險。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的產品責任保險範圍符合市場慣例。我們及時審查我們的保單以確保其符合法定中國法律法規。我們認為我們現有的保險覆蓋範圍對我們的業務運營而言屬足夠，並符合一般市場慣例。

於往績記錄期間，我們並無受到任何重大保險申索。儘管如此，我們仍可能面臨超出我們保險覆蓋範圍的申索及責任。詳情請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－未能遵守中國有關繳納社會保險及住房公積金的法律法規，可能對我們的業務及財務表現造成不利影響」。

牌照、批准及許可

下表載列我們業務營運所需的重大牌照及許可的詳情：

牌照／許可	持有人	授予日期	屆滿日期
藥品生產許可證	本公司	2026年5月20日	2030年11月14日
藥品生產許可證	無錫朗潤醫藥有限公司 (「無錫朗潤」)	2026年1月15日	2027年2月25日
藥品生產許可證	重慶市藥研院製藥有限公司	2026年5月22日	2031年3月9日
藥品經營許可證	無錫朗潤	2025年11月25日	2029年7月14日
藥品經營許可證	重慶知原大藥房有限公司	2025年4月2日	2028年2月5日
醫療器械生產許可證	本公司	2026年3月17日	2031年5月19日
第一類醫療器械生產備案...	本公司	2024年7月5日	不適用
第二類醫療器械經營備案...	無錫朗潤	2021年4月9日	不適用

法律程序及合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無捲入任何未決的法律、仲裁或行政程序(包括任何破產或接管程序)，而我們認為該等程序會對我們的業務、經營業績、財務狀況或聲譽及合規情況造成重大不利影響。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無捲入任何導致重大行政處罰的不合規事項，而我們認為該等事項會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

風險管理及內部控制

我們已建立且目前維持風險管理及內部控制系統，包括我們認為適合我們業務營運的政策及程序。我們致力於不斷改進該等系統。我們已在業務營運的各個方面採納並實施風險管理政策。我們的董事會負責全面建立、監督及更新我們的內部控制系統。其每年審查我們風險管理政策的有效性。審計委員會通過監控內部控制程序的日常實施、審查內部審計報告及評估重大風險敞口支持董事會。我們設有內部審計部門，負責對我們的內部控制進行獨立評估，識別缺陷並建議糾正措施。

業 務

運營風險管理

我們面臨源於我們日常活動的各種運營風險，包括生產安全、質量控制及供應鏈穩定性。為管理該等風險，我們已在所有關鍵業務職能中建立標準化操作程序。我們嚴格遵守國家安全標準並實施安全生產責任制，據此，我們進行定期安全檢查、隱患排查治理及應急演練以盡量減少事故風險。在質量控制方面，我們維持覆蓋整個產品生命週期的嚴格質量管理體系以減輕與質量有關的風險。此外，為管理供應鏈風險，我們已對關鍵原材料實施多源採購策略並維持安全庫存以緩衝市場波動。我們的政策劃分每個部門的主要運營風險及相應的控制措施。

財務報告風險管理

為管理與財務報告有關的風險並確保我們財務報表的準確性及可靠性，我們已實施穩健的會計政策及內部控制框架。該框架包括我們的財務管理手冊、預算管理政策及資金管理規程。我們利用先進的IT系統（如我們的ERP系統）將財務數據與業務運營整合，實現財務表現及預算執行的實時監控。我們的財務部門按月審查管理賬目以識別及調查任何重大差異。此外，我們為財務人員提供定期培訓，以確保彼等了解最新的會計準則及稅務法規。

合規風險管理

我們在受到高度監管的行業運營，並須遵守中國不斷演變的法律法規。為管理合規風險，我們已建立專門的法律及合規職能，由指定人員負責定期監控國家藥監局及其他相關政府部門發佈的法律法規更新。這確保我們及時獲得及更新我們業務營運所需的所有必要牌照、許可及批准。我們的內部政策及規程不斷更新以反映法律、法規及行業標準的變化。

知識產權風險管理

我們已建立內部知識產權管理體系並實施各種政策以妥善管理我們的知識產權組合並減輕侵權訴訟風險。我們已實施專利申請、商標註冊及商業秘密保護政策。我們積極監控市場活動以識別對我們知識產權的潛在侵權，並在必要時採取適當的法律行動。作為一家技術密集型公司，我們可能面臨第三方指控侵權的申索。因此，我們可能會被敦促獲得其技術許可。詳情請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們可能無法充分保護自身的知識產權。侵犯或濫用知識產權（包括違反保密義務）的行為可能會損害我們的品牌價值，並對業務產生不利影響」。

業 務

獎項及表彰

直至最後實際可行日期，我們已獲得有關我們產品、技術及創新的獎項及表彰，其中的重大獎項及表彰載列如下：

獎項／表彰	頒獎機構	授予年份
國家級數字化轉型典型案例（數字三品（品種、品質及品牌）方向）.....	工業和信息化部消費品工業司	2026年
國家知識產權示範企業創建對象.....	國家知識產權局	2026年
國家級專精特新重點「小巨人」企業.....	國家工業和信息化部	2024年
CNAS實驗室認證.....	中國合格評定國家認可委員會	2025年
國家專精特新「小巨人」企業.....	國家工業和信息化部	2022年
國家高新技術企業.....	江蘇省科學技術廳	2025年
國家BSL-2備案.....	無錫市衛生健康委員會	2025年
國家專利產業化樣板企業培育庫入庫企業.....	江蘇省知識產權局	2025年
江蘇省院士專家創新中心.....	江蘇省科學技術協會	2025年
江蘇省先進級智能工廠.....	江蘇省工業和信息化廳	2025年
國家博士後科研工作站.....	江蘇省人力資源和社會保障廳	2024年
江蘇省質量信用AAA級企業.....	江蘇省市場監督管理局	2024年
江蘇省工程研究中心.....	江蘇省發展和改革委員會	2023年