

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此處僅為概要，故並不包含所有可能對閣下而言屬重要的資料，本概要作為整體受到整份本文件的限制，並應與之一並閱讀。閣下在決定投資[編纂]前務請閱讀本文件全文。任何投資均涉及風險。與投資[編纂]有關的部分特定風險載於本文件「風險因素」。閣下在決定投資[編纂]前務請細閱該節。

概覽

我們是中國最大的國內微創外科手術器械及配套耗材(MISIA)平台。我們的使命是為醫生提供優質產品和服務，致力於人類健康事業。根據CIC的資料，按銷售收入⁽¹⁾計，2019年中國MISIA市場規模達到人民幣185億元，我們在國內所有參與者中排名第一，在所有參與者(包括國際和國內參與者)中排名第四，所佔市場份額為2.7%。根據CIC的資料，按2019年銷量計，我們在中國MISIA市場的多個細分領域(包括一次性套管穿刺器、高分子結紮夾、第三類一次性電凝鉗以及重複性套管穿刺器和鉗)中亦排名第一。

我們採取以需求為導向的方法進行產品開發，專注於市場潛力大且提供臨床實踐效益的產品。我們提供一套全面的產品組合以主要向四項主要外科專科(即婦產科、普外科、泌尿外科和胸外科)的醫生及醫院提供一站式定制手術解決方案。我們認為，我們以解決方案為導向的全面產品組合可以提高手術效率並改善患者的臨床結果。我們廣泛的產品組合亦有助於我們與醫生及醫院建立品牌忠誠度，並於我們的研發、製造及商業化活動中實現協同效應，並獲得規模經濟。

作為我們學術推廣及營銷策略的一部分，我們與主要學術帶頭人、醫師、醫院及醫學協會互動，這使我們能夠建立優質的終端用戶基礎，尤其在具備MIS能力的三甲醫院中。根據行業慣例，我們主要向覆蓋中國所有省、直轄市和自治區的廣泛經銷商網絡銷售產品。通過有效且廣泛的銷售營銷活動，在中國通過經銷商購買我們產品的醫院由2017年的逾2,300家增至2019年的3,400多家，其中三甲醫院由約770家增至1,000多家。同期，我們來自國內經銷商的收入從2017年的人民幣214.1百萬元增至2018年的人民幣307.9百萬元，並進一步增至2019年的人民幣450.9百萬元，年複合增長率為45.1%。

我們的行業及市場增長機會

微創外科手術(MIS)在中國的滲透率仍顯著不足。根據CIC的資料，於2019年，中國每百萬人實施MIS的數量及MIS的滲透率⁽²⁾分別為8,514及38.1%，而美國則分別為16,877及80.1%。由於在中國進行的外科手術數量不斷增加，用MIS替代開放手術日益盛行以及採用MIS的可能性不斷提高，在2024年，中國每百萬人實施MIS的數量及MIS的滲透率預計將分別增至18,242及49.0%。因此，中國的MISIA市場有望實現巨大增長，於2024年達到人民幣408億元，自2019年起的年複合增長率為17.2%。作為中國最大的國內MISIA平台，我們認為我們可充分利用一次性產品的使用不斷增加、國內產品越來越受歡迎、產品升級創新及市場整合等有利的MISIA市場趨勢，並可從我們於中國快速發展的大型MISIA市場的競爭對手中(包括國際品牌)獲得市場份額。

¹ 除另有說明外，本文件中按銷售收入計算的市場規模有關行業數據乃按出廠價計。

² MIS的滲透率指MIS數量佔普外科、婦產科(不包括流產)、泌尿外科、胸外科及骨科開展的外科手術總數的百分比。

概 要

我們的產品組合

我們設計、開發、製造和銷售一整套MISIA，這些器械主要用於婦產科、泌尿外科、普外科以及胸外科等外科專科領域。我們提供一次性和重複性產品，而我們於往績記錄期間的絕大部分收入來自一次性產品。下表概述我們的現有產品。

產品類型	說明
一次性產品	
一次性套管穿刺器	一次性套管穿刺器在MIS時為內窺鏡或其他手術器械開闢通道。我們提供各種類型和規格的一次性套管穿刺器
高分子結紮夾	我們是就高分子結紮夾取得國家藥監局批准的第一家國內公司，高分子結紮夾在包括MIS在內的外科手術中用於快速結紮血管和其他管狀組織結構。我們的高分子結紮夾具有高生物相容性及穩定性，且射線可透及規格各異
一次性電凝鉗	我們就第三類一次性電凝鉗獲得國家藥監局的批准，為獲得該批准的第一家公司。使用不同的鉗頭（例如剪刀、抓取器或刀片），一次性電凝鉗利用高頻電流快速電凝止血或解剖或切割組織
其他一次性產品	其他一次性產品主要包括（其中包括）一次性沖洗吸引器及取物袋等
重複性產品	重複性產品主要包括重複性套管穿刺器、重複性鉗子及其他重複性產品

下表載列所示期間我們按產品類型劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	金額	佔總額的百分比	金額	佔總額的百分比	金額	佔總額的百分比
	人民幣千元 (百分比除外)					
一次性產品						
一次性套管穿刺器	123,760	50.0%	182,515	51.6%	251,398	49.9%
高分子結紮夾	54,916	22.2	81,832	23.1	141,638	28.1
一次性電凝鉗	15,959	6.4	25,207	7.1	32,501	6.5
其他一次性產品	3,985	1.6	6,489	1.8	8,213	1.6
小計	198,620	80.2	296,043	83.7	433,750	86.2
重複性產品	48,886	19.8	57,627	16.3	69,717	13.8
總計	247,506	100.0%	353,670	100.0%	503,467	100.0%

來自銷售一次性產品的收入於2017年至2019年按47.8%的年複合增長率增長，為我們收入整體增長的主要驅動力。於往績記錄期間，在我們的一次性產品中，一次性套管穿刺器和高分子結紮夾的銷量大幅增加，主要是由於向我們主要經銷商的平均銷量增長，而銷量增加是由於我們銷售網絡的擴張、中國MISIA市場的增長及該等產品需求的增長。

概 要

下表載列所示期間按產品類型劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元 (百分比除外)					
一次性產品	169,307	85.2%	252,849	85.4%	378,182	87.2%
重複性產品	30,398	62.2	36,448	63.2	44,993	64.5
毛利總額 / 整體						
毛利率	199,705	80.7%	289,297	81.8%	423,175	84.1%

我們的毛利從2017年的人民幣199.7百萬元增至2018年的人民幣289.3百萬元，並進一步增至2019年的人民幣423.2百萬元，主要由於銷量的增長，儘管我們的平均售價保持相對穩定。我們的毛利率從2017年的80.7%增至2018年的81.8%，並進一步增至2019年的84.1%，主要由於在往績記錄期間一次性產品通常比重複性產品利潤率更高，且一次性產品佔我們銷售總額的比例更高。一般而言，一次性產品的毛利率高於重複性產品的毛利率，主要因為使用不同的加工流程及原材料，一次性產品的單位成本通常低於重複性產品的單位成本，以及由於一次性產品的產量更大且加工流程更簡化及標準化，我們能夠更好地實現一次性產品的規模經濟。

產品管線

我們專注於符合以下條件的MISIA的研發(i)巨大市場需求未得到滿足；(ii)我們具備可快速完成從產品概念到產品獲批的研發能力；及(iii)可快速佔據市場份額。特別是，我們計劃持續專注婦產科、普外科、泌尿外科和胸外科等外科專科所使用的產品。截至最後實際可行日期，我們有四個候選產品處於註冊過程，且有五個候選產品在產品設計及開發階段。我們計劃自2020年至2021年推出六個產品，包括一次性超聲刀、可吸收結紮夾及腹腔鏡吻合器。我們認為，我們的管線產品可以進一步補充和升級我們現有的產品組合，從而支持更廣泛的手術程序。

我們的銷售及分銷

銷售模式

我們有一個廣泛的銷售網絡，主要包括向國內經銷商所作銷售，該等經銷商再將我們的產品銷售給醫院及／或其他終端客戶。我們還向中國醫院及其他客戶（主要包括將我們的產品售予海外ODM客戶的貿易公司）出售少量產品，以及向海外經銷商及ODM客戶進行銷售。於2019年，通過我們廣泛的銷售網絡，我們的產品最終銷往逾3,400家醫院，其中包括1,000多家三甲醫院，覆蓋中國所有省、直轄市、自治區以及其他42個國家。下表載列所示期間我們按地區市場及銷售渠道劃分的收入。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	金額	佔收入百分比	金額	佔收入百分比	金額	佔收入百分比
	人民幣千元 (百分比除外)					
國內						
經銷商	214,133	86.5%	307,949	87.1%	450,908	89.6%
醫院及其他客戶	6,731	2.7	12,236	3.5	16,736	3.3
小計	220,864	89.2	320,185	90.6	467,644	92.9

概 要

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	金額	佔收入百分比	金額	佔收入百分比	金額	佔收入百分比
	人民幣千元 (百分比除外)					
海外						
ODM客戶	24,129	9.7	30,871	8.7	33,220	6.6
經銷商	2,513	1.1	2,614	0.7	2,603	0.5
小計	26,642	10.8	33,485	9.4	35,823	7.1
總計	247,506	100.0%	353,670	100.0%	503,467	100.0%

截至2019年12月31日，我們已建立全國經銷網絡，擁有逾200家經銷商。這些經銷商大多數是從事醫療器械經銷業務的中小型獨立第三方經銷商。於往績記錄期間，我們一般與我們的主要經銷商維持長期穩定的業務關係。下表載列截至所示期間購買我們產品的經銷商的數目變動。

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
國內			
於上一年度的國內經銷商	215	205	212
國內經銷商增加 ⁽¹⁾	78	82	69
國內經銷商減少 ⁽²⁾	88	75	73
於當前年度的國內經銷商	205	212	208
國外			
於上一年度的國外經銷商	4	8	8
國外經銷商增加 ⁽¹⁾	4	—	2
國外經銷商減少 ⁽²⁾	—	—	—
於當前年度的國外經銷商	8	8	10

(1) 經銷商數量增加指該等經銷商於所示年份向我們進行採購但於所示年份前一年未向我們進行採購。

(2) 經銷商數量減少指該等經銷商於所示年份前一年向我們進行採購但於所示年份未向我們進行採購。

於往績記錄期間，我們每年都有新的經銷商部分由於我們業務的增長和銷售網絡的擴展。此外，經銷商數量於往績記錄期間的數量浮動還與下列因素有關：(i)不定期向我們採購或採購量較少的經銷商的變動；及(ii)經銷商之間的併購。

於往績記錄期間，我們的大部分收入來源於一組穩定的主要經銷商。通常，按貢獻收入計，該等主要經銷商於往績記錄期間每年均位列我們前十大國內經銷商。於2017年、2018年及2019年，我們自向國內前四十名主要經銷商銷售所獲得的收入分別為人民幣190.5百萬元、人民幣275.8百萬元及人民幣392.8百萬元，分別佔同年我們來自國內經銷商總收入的89.0%、89.6%及87.1%。同年，我們自向國內前四十名經銷商銷售所獲得的收入分別佔同年我們總收入的77.0%、78.0%及78.0%。於往績記錄期間，我們每年排名前四十的國內經銷商中的36名於該三年內均為我們的經銷商。於2017年、2018年及2019年，我們自該等36名經銷商獲得的收入分別為人民幣159.0百萬元、人民幣247.7百萬元及人民幣318.1百萬元，分別佔同年我們總收入的64.3%、70.0%及63.2%。此外，由於我們擴大國外銷售網絡，2017年我們的國外經銷商數量由四名增至八名，2018年及2019年保持穩定。

概 要

我們管理經銷商的目標是確保我們產品有一個健康有序的市場，保證高透明度以及準確了解我們經銷商的銷售業績和對我們產品的需求，同時建立並保護產品和品牌形象。為此，我們主要側重防止經銷商之間在銷售方面自相蠶食及存貨管控。我們主要依賴經銷協議管理我們的經銷商，同時我們還制定政策和措施以管控我們的經銷商。詳情請參閱「業務－銷售與經銷」。

於2017年、2018年及2019年，我們自五大客戶（全部為我們的經銷商）獲得的總銷售收益分別為人民幣100.9百萬元、人民幣158.2百萬元及人民幣212.2百萬元，分別佔我們總收益的40.8%、44.7%及42.2%。於2017年、2018年及2019年，我們來自最大客戶的銷售收入分別為人民幣59.6百萬元、人民幣100.4百萬元及人民幣122.9百萬元，分別佔我們總收入的24.1%、28.4%及24.4%。請參閱「風險因素－與商業化及銷售有關的風險－我們依賴數量有限的主要客戶且面臨失去這些客戶的風險。」

定價政策

在中國多數情況下，我們和我們的經銷商必須參與若干公開招標程序，才有權向特定區域內的公立醫院和非盈利性醫療機構出售我們的產品。我們產品的零售價通常由公開招標過程決定。我們通常按統一出廠價向中國經銷商銷售產品。我們於釐定出廠價時計及諸多因素，其主要包括我們的成本及費用、我們的市場份額以及競爭格局。於採用「兩票制」的地區，我們給予經銷商的出廠價可能高於其他地區，此乃因產品定價利潤的強制限制。詳情請參閱「法規－有關醫療器械的法律法規－兩票制」。我們不會向經銷商提供總量折扣，且通常不會基於地區間的零售價差異而分別調整出廠價。就我們的海外ODM銷售而言，我們與客戶進行商業談判，並基於許多因素（主要包括每個海外市場的具體市場情況、產品規格、海外客戶的規模及潛力、我們與他們的關係以及他們的購買金額）來釐定價格。詳情請參閱「業務－銷售與經銷－定價」。

研發

我們實施臨床需求導向型和快速反饋型研發策略。我們通常搜尋醫生及醫院對新產品的設計及潛在用途的意見並徵求彼等對我們現有產品的反饋。憑藉我們由主要學術帶頭人、醫生、醫院和醫學協會組成的廣泛網絡，我們已與大量的醫生及其所屬醫院和醫學協會建立了各種互動渠道，包括一個有五名成員的諮詢委員會、一個婦產科研究工作站、醫學會議及培訓計劃。

我們採用雙管齊下的研發方法，既重視內部研發，也重視與主要學術帶頭人、醫生、醫院及學術機構的共同開發。截至最後實際可行日期，我們擁有由74名成員組成的研發團隊，多位成員專門研究機械工程、電氣工程、力學或材料科學。我們亦與主要學術帶頭人、醫生、醫院和學術機構共同參與聯合研發活動，並與彼等簽訂數份合作開發協議。

製造

我們在位於浙江省桐廬縣的生產設施生產和裝配產品，我們的生產設施總建築面積為28,699平方米，其中17,835平方米為已於2019年上半年竣工的新設施。下表載列我們於往績記錄期間按主要一次性產品類別劃分的生產設施的產能、實際產量和利用率。

概 要

截至12月31日止年度

	2017年			2018年			2019年		
	產能 (千件)	產量 (千件)	利用率	產能 (千件)	產量 (千件)	利用率	產能 (千件)	產量 (千件)	利用率
一次性產品									
一次性套管穿刺器	2,531	2,193	86.6%	2,739	2,781	101.5%	3,259	3,568	109.5%
高分子結紮夾	4,340	3,751	86.4%	5,365	5,085	94.8%	7,448	7,748	104.0%
一次性電凝鉗	197	172	87.3%	311	279	89.7%	341	310	90.9%
其他一次性產品	54	46	85.2%	76	78	102.6%	76	72	94.7%

詳情請參閱「業務—製造—生產設施和產能」。

原材料及供應商

我們產品的主要原材料包括聚碳酸酯顆粒、醫用級不銹鋼、密封材料和包裝材料。我們於往績記錄期間在中國採購所有原材料。我們與大多數主要原材料供應商維持著穩定長久的關係，介乎三年至八年。於2017年、2018年及2019年，我們從我們的五大原材料供應商的採購額分別為人民幣10.1百萬元、人民幣13.3百萬元及人民幣15.7百萬元，分別佔我們同年原材料採購總額的35.3%、33.9%及38.9%。於2017年、2018年及2019年，我們從最大原材料供應商的採購額分別為人民幣3.1百萬元、人民幣4.5百萬元及人民幣5.0百萬元，分別佔我們同年原材料採購總額的10.8%、11.3%及12.4%。

競爭優勢及業務策略

我們相信以下因素為我們的競爭優勢和投資亮點：(i)中國龐大且快速增長的MISIA市場上最大的國內MISIA平台；(ii)全面優質的產品組合；(iii)由強大研發能力支持的需求導向型產品開發；(iv)通過對目標外科專科進行學術推廣，支撐廣泛經銷商網絡；(v)嚴格的質量控制體系支撐起堅實的可擴展製造能力；及(vi)高級管理層團隊經驗豐富、敬業而富有遠見，並得到諮詢委員會和[編纂]前投資者的大力支持。

我們擬實施由以下關鍵部分組成的業務策略：(i)繼續通過加大銷售及營銷力度以及商業化新產品，以增加產品銷售；(ii)進一步增強研發能力並擴大產品管線；(iii)擴大我們的產能以支撐未來增長；(iv)通過增加產品註冊及拓寬國外銷售渠道來擴大我們的全球足跡；及(v)選擇性地進行戰略投資及收購。

主要財務資料概要

以下載列的財務資料歷史數據概要乃摘錄自本文件附錄一會計師報告所載之合併財務報表及隨附附註，應與其以及本文件「財務資料」所載資料一併閱讀。

合併損益及其他全面收益表項目摘要

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	金額	佔收入 百分比	金額	佔收入 百分比	金額	佔收入 百分比
	人民幣千元 (百分比除外)					
收入	247,506	100%	353,670	100%	503,467	100%
銷售成本	(47,801)	(19.3)	(64,373)	(18.2)	(80,292)	(15.9)
毛利	199,705	80.7	289,297	81.8	423,175	84.1
除稅前利潤	162,172	65.5	261,159	73.8	391,194	77.7
本年度溢利及 全面收益總額	138,477	55.9%	223,793	63.3%	326,735	64.9%

概 要

合併財務狀況表摘要

	截至12月31日		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣千元		
非流動資產	65,598	72,836	75,517
流動資產	230,604	462,394	717,265
流動負債	32,233	48,125	267,372 ⁽¹⁾
流動資產淨值	198,371	414,269	449,893
非流動負債	3,837	3,180	9,950
資產淨值	260,132	483,925	515,460

(1) 我們的流動負債由截至2018年12月31日的人民幣48.1百萬元增至截至2019年12月31日的人民幣267.4百萬元，主要由於我們於截至2019年12月31日有金額為人民幣188.9百萬元的應付股息，反映了與杭州康基於2019年10月宣派的金額為人民幣295.2百萬元的股息相關的應付款項。

合併現金流量表摘要

	截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
	人民幣千元		
來自經營活動的現金流量淨額	142,715	204,737	325,842
來自／(用於)投資活動的現金流量淨額	(39,642)	(255,728)	183,135
用於融資活動的現金流量淨額	(32)	(33)	(106,293)
現金及現金等價物淨增加／(減少)	103,041	(51,024)	402,684
年初現金及現金等價物	11,188	110,809	64,580
匯率變動的影響淨額	(3,420)	4,795	2,072
年末現金及現金等價物	110,809	64,580	469,336

關鍵財務比率

	截至12月31日／截至12月31日止年度		
	2017年	2018年	2019年
毛利率	80.7%	81.8%	84.1%
淨利率	55.9%	63.3%	64.9%
平均股本回報率	72.5%	60.2%	65.4%
平均資產回報率	62.0%	53.8%	49.2%
流動比率	7.15	9.61	2.68
速動比率	6.34	8.84	2.54

詳情請參閱「財務資料－關鍵財務比率」。

控股股東

緊隨資本化發行及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，鐘先生(通過Fortune Spring ZM A Limited及Fortune Spring ZM B Limited)與申屠女士(通過Fortune Spring YG A Limited及Fortune Spring YG B Limited)將共同於本公司合共[編纂]%的全部已發行股本中擁有實益權益。因此，鐘先生、申屠女士、Fortune Spring ZM A Limited、Fortune Spring YG A Limited、Fortune Spring ZM B Limited及Fortune Spring YG B Limited將為本公司一組控股股東。詳情請參閱「與控股股東的關係」。

[編纂]前投資及重組

自我們成立以來，我們自各投資者收到融資及投資，尤其是LYFE Capital於2016年6月的投資及TPG Success於2017年12月的投資。於籌備[編纂]時及作為重組的一部分，於2020年3月，TPG Keyhole及LYFE Entities認購本公司25,000股及11,000股優先股。該等股份認購對價為TPG Keyhole及LYFE Entities分別持有TPG Success及LYFE Capital的全部股本權益。有關我們[編纂]前投資及重組的詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構－[編纂]前投資」及「一重組」。

概 要

[編纂]前購股權計劃及受限制股份單位計劃

為表彰董事、高級管理層及僱員的貢獻，並激勵彼等進一步促進我們的發展，本公司擬採用[編纂]前購股權計劃及受限制股份單位計劃。預計將於2020年5月或之前建立平台，以持有該兩項計劃項下將授予受讓人的激勵股份。根據[編纂]前購股權計劃及受限制股份單位計劃的條款，概無受讓人將於[編纂]前行使購股權或歸屬受限制股份單位。有關該兩項計劃的主要條款詳情，請參閱「附錄四－法定及一般資料－A. 有關本集團之進一步資料－5. [編纂]前購股權計劃及受限制股份單位計劃」。

[編纂]統計數據

下表載列統計數據乃基於資本化發行及[編纂]已完成，[編纂]已發行[編纂]股股份以及[編纂]未獲行使的假設。

[編纂]

[編纂]用途

我們估計[編纂]約為[編纂]港元（經扣除[編纂]、費用及我們就[編纂]應付的估計開支，並假設[編纂]為[編纂]港元（為本文件所述[編纂]的中位數）且[編纂]未獲行使）。我們擬將[編纂]用於以下用途：(i)約[編纂]（或[編纂]港元），將用於提升產能及加強製造能力；(ii)約[編纂]（或[編纂]港元），將用於為我們的研發活動提供資金；(iii)約[編纂]（或[編纂]港元），將用於投資我們的銷售及營銷活動；(iv)約[編纂]（或[編纂]港元），將用於為潛在戰略投資及收購提供資金。截至最後實際可行日期，我們並未發現任何特定收購目標，並未形成任何具體收購計劃，亦未與潛在目標訂立任何協議；及(v)約[編纂]（或[編纂]港元），將用於營運資金及一般公司用途。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]」。

股息政策

杭州康基於2019年10月宣派股息人民幣295.2百萬元。截至2019年12月31日，我們的應付股息為人民幣188.9百萬元，其中人民幣20.0百萬元於2020年1月支付，餘額將於[編纂]前支付。於2020年3月20日，杭州康基通過了一項股東決議，批准宣派杭州康基截至2019年12月31日的未分配利潤作為股息，且將於[編纂]前支付予杭州康基的股東。我們並無特定的股息政策或預定的股息支付比率。未來支付股息的決定將由董事會酌情作出，並將基於我們的利潤、現金流量、財務狀況、資本要求及董事會認為相關的其他條件。股息的支付可能受到其他法律限制和我們將來可能簽訂的協議約束。

[編纂]開支

我們將承擔的[編纂]開支估計約為[編纂]港元（包括[編纂]及其他開支），假設[編纂]為[編纂]港元（為本文件所述指示性[編纂]的中位數）且[編纂]未獲行使。預計約[編纂]港元將計入我們的合併損益及其他全面收益表，而預計約[編纂]港元將於[編纂]後

概 要

入賬為股本削減。截至2019年12月31日止年度，我們的[編纂]開支為零。上述[編纂]開支是最新的實際可行估計，僅供參考，實際金額可能與該估計有所不同。董事預計該[編纂]開支不會對我們截至2020年12月31日止年度的經營業績造成重大不利影響。

近期發展及無重大不利變動

為應對COVID-19冠狀病毒在中國及海外的爆發，中國政府已採取廣泛的疾病控制和治療措施遏制該爆發，包括但不限於延長農曆新年假期、限制現場辦公、交通管制、旅行禁令、在全國範圍內調動醫療資源以支持湖北省武漢市及其周邊城市疾病中心的治療，以及要求醫院管理和控制人員和服務，避免患者擁擠和交叉感染等。

自2020年2月上旬農曆新年假期結束以來，我們暫停運營約兩週時間至2020年2月17日，以保護我們的員工。考慮到我們暫時停產，並且由於重新安排手術時間以避免交叉感染以及醫院資源被重新定向以支持COVID-19治療，許多醫院對我們產品的需求較低，因此我們認為，COVID-19疫情可能會對我們在2020年第一季度的經營業績產生重大影響。然而，我們認為，考慮到以下因素，到2020年下半年，COVID-19爆發對我們業務的影響相對有限：

- (i) 我們於2020年2月18日正式恢復正常現場辦公，包括生產和銷售；
- (ii) 根據CIC資料，自2月中旬以來，中國的每日新增感染和疑似COVID-19病例數量顯著下降。醫院預期逐漸恢復全面服務，微創外科手術量有望在2020年第二季度逐漸恢復到正常水準，並在2020年下半年有所增加，以解決因疫情爆發而早期積累的未滿足的醫療需求，這會使對我們產品的預測需求增長；
- (iii) 我們的業務通常經歷季節性問題，第一季度的業務水準較低。COVID-19的爆發預計對第一季度產生的影響最大，通常我們在第一季度的銷售也比較低；
- (iv) 截至2020年1月31日，我們的資本資源為人民幣584.8百萬元，包括我們購買的金融產品人民幣332.2百萬元以及現金和現金等價物人民幣252.6百萬元。在最壞的情況下，如果我們無法開展運營，考慮到我們的現金和現金等價物，固定成本（如員工成本），預計的貿易應收款項和預計的貿易應付款項結算，我們認為於本文件日期後至少十二個月內我們將有足夠的營運資金；
- (v) 於春節假期之前，我們維持了充足的成品及原材料庫存以支撐我們於2月及3月的經營。截至2020年1月31日，我們的存貨為人民幣38.3百萬元。迄今為止，於2月份暫停運營並未影響我們滿足客戶現有訂單的能力；
- (vi) 我們所有主要原材料供應商已於2020年3月前恢復運營，並能夠及時交付原材料。因此，到目前為止，我們的供應鏈並未中斷；
- (vii) 我們大多數主要經銷商已恢復經營。目前，我們並無經歷來自經銷商的貿易應收款項回收重大延遲或拖欠；
- (viii) 我們認為，於往績記錄期間，我們自於湖北省銷售我們產品的經銷商所得的銷售收入並不高；即使湖北受防控措施實施較長時間的影響，我們預計這對我們2020年財務業績的影響將非常有限；
- (ix) 截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度，海外市場的銷售收入分別僅佔我們收入的10.8%、9.4%及7.1%。因此，COVID-19疫情的全球形勢對我們2020年財務業績的影響將有限。

概 要

我們已採取系統措施以減輕新型冠狀病毒爆發對我們的業務運營、財務業績及前景的影響，並於我們的辦公室及生產設施中保持安全衛生的工作環境。在世界衛生組織宣佈新型冠狀病毒爆發為國際關注的突發公共衛生事件後不久，我們成立了處理關於新型冠狀病毒突發事件的委員會。該委員會由我們的執行董事、董事長及行政總裁鐘先生領導，並由董事會及高級管理層的六名成員及10位部門主管組成。該委員會即時制定覆蓋全公司的新型冠狀病毒應急響應方案，包括但不限於採購衛生用品，指派特定人士監控新型冠狀病毒的相關信息，與我們的供應商緊密合作以確保原材料供應，以及定期與我們的客戶進行溝通以及時更新彼等運營及銷售業績資料。

恢復現場運營後，我們採取了以下防護措施：

- 每天在我們的辦公場所提供醫用口罩、衛生用品及溫度計等基本醫療設備；
- 要求所有員工在測量其體溫後方可允許其進入我們的辦公場所；
- 要求於春節假期後從疫區返回或在疫區旅行的相關工作人員自行隔離兩週；
- 要求到我們的辦公場所所有員工及訪客佩戴口罩；
- 每天對我們的辦公場所進行消毒，並停止集中供暖及空調，通過改為使用新鮮空氣以改善空氣流通；
- 持續監測每位員工的健康狀況；
- 盡可能通過電話或視頻進行會議，並限制面對面的會議和不必要的旅行；及
- 對我們辦公場所的現場到訪實施多項限制。

我們無法預知爆發的新型冠狀病毒將於何時完全控制，亦無法預知倘情況惡化新型冠狀病毒是否會對我們的業務發展產生重大及不利的影響。請參閱「風險因素 — 與我們營運有關的風險 — 未來出現的自然災害、疫情、戰爭、恐怖主義或超出我們控制範圍的其他因素可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響」。我們在持續監控新型冠狀病毒的狀況及地方政府為防控疫情採取的各項監管及行政措施。我們將持續評估此次疫情對我們的影響，並根據疫情的最新動態調整我們的預防措施。

董事確認，除上述披露者外及除於2020年3月20日杭州康基股東決議案批准的股息外，據彼等所知，自2019年12月31日（即本文件「附錄一 — 會計師報告」所載我們合併財務報表之截止日期）直至本文件日期，我們的財務、交易狀況或前景並未發生重大不利變化。

風險因素

我們的經營及[編纂]面臨若干風險，很多風險超出了我們的控制範圍。我們認為，我們面臨的最重大風險包括但不限於：(i)我們可能無法及時或根本無法取得、維持或重續我們產品商業化所需的監管備案及註冊證；(ii)我們可能無法維持或重續我們的業務和運營所需的所有許可證、執照和證書；(iii)我們可能無法及時或根本無法開發或成功上市新型或商業可行產品及技術或改進我們現有產品及技術；(iv)我們面臨來自國內外競爭對手的激烈競爭，且由於各種原因，我們可能無法維持或提高我們在該行業的市場份額；(v)我們依託與主要學術帶頭人、醫生、醫院及醫學協會的關係開發及營銷產品；(vi)我們可能無法維繫或重續與經銷商的關係，或無法進一步擴展經銷商網絡；及(vii)我們可能無法有效管理我們的經銷商網絡。我們的經銷商採取違反經銷協議的行動或我們未與之簽訂經銷協議的經銷商採取的行動可能對我們的業務、前景及聲譽產生重大不利影響。該等風險並非或會影響股份價值的唯一重大風險。有關與我們相關的風險及不確定性的詳情，請參閱「風險因素」。