

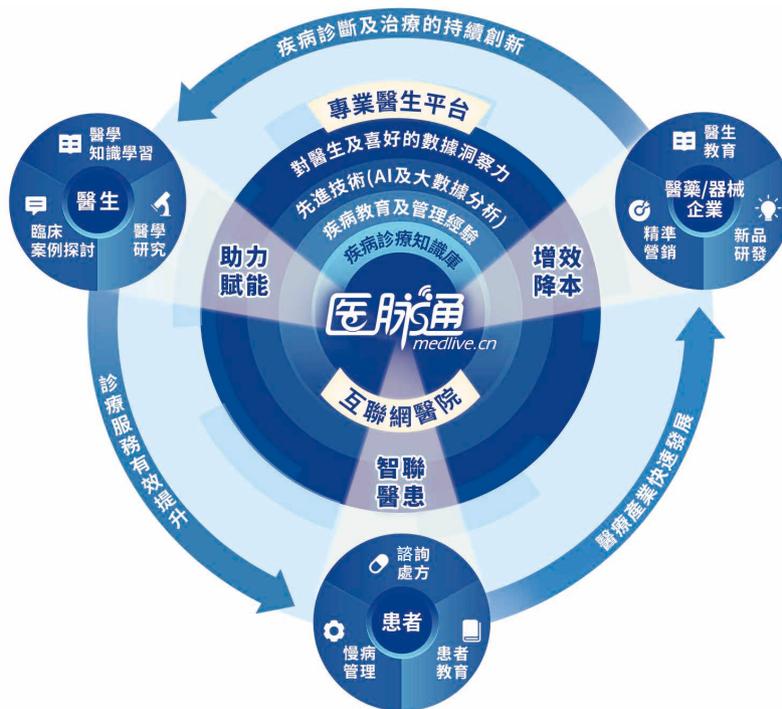
## 概 要

本概要旨在向閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於屬於概要，故並不包含閣下可能認為重要的所有資料亦並非完整招股章程，應連同招股章程全文一併閱讀。閣下決定投資於發售股份前，務請細閱整份文件。投資涉及風險。部分與投資發售股份相關的特定風險載於本招股章程的「風險因素」。閣下在決定投資於發售股份前，務請細閱該節。

### 概覽

根據弗若斯特沙利文報告，按截至2020年12月31日註冊醫師用戶數目計，我們是中國最大的在線專業醫師平台。二十多年來，我們致力以科技創新助力醫師作出更好的臨床決策。我們自主開發的醫脈通平台亦廣獲中國醫師認可，已成為最受歡迎的專業醫療平台，讓我們成為中國製藥及醫療設備公司精準數字醫療營銷的首選平台。根據弗若斯特沙利文報告，截至2020年12月31日，我們的醫脈通平台可透過網站、桌面應用程序及移動應用程序登入，約有3.5百萬註冊用戶，其中約2.4百萬用戶為執業醫師，佔截至同日中國所有執業醫師約58%。2020年第四季度，我們平台的平均每月活躍用戶數超過1.0百萬人。同一期間，註冊用戶每月在我們的平台平均觀看文章和視頻超過134百萬次。我們平台的文章和視頻包括(但不限於)臨床指南、研究文獻、用藥參考、臨床進展和定制內容。

憑藉我們龐大的醫師用戶群及其高活躍度，我們的醫脈通平台可讓平台參與者聚集、學習及交流。我們平台的參與者包括醫師、製藥及醫療設備公司和患者。我們全面借助我們的專有技術、內容生成能力及對醫學信息科學的理解，向各組平台參與者提供不同的服務和解決方案。下圖為我們醫脈通平台及我們為不同平台參與者提供的解決方案概覽：



---

## 概 要

---

我們的平台參與者可從我們平台強大的網絡效應獲益。醫師是醫學市場價值鏈的重要一員，是處方醫療產品的主要決策者。隨著更多醫師加入我們的平台，每位醫師將可與更多同業分享知識以及向彼此獲取支持。該平台其他的參與者，包括供應醫療產品的製藥和醫療設備公司，以及作為醫療產品最終用戶的患者，亦由於平台的醫師用戶水準高而且數目與日俱增而加入平台。

- **為製藥及醫療設備公司提供的解決方案。**我們主要為製藥及醫療設備公司提供數字醫療營銷服務。根據弗若斯特沙利文報告，按收益計算，我們於2020年在中國提供數字醫療營銷服務的醫師平台之中名列第一，市場佔有率為21.4%。我們亦提供可高度擴展的數字平台與用戶分析方法，協助製藥及醫療設備公司改進產品開發及商業化的效益及效率。我們主要從醫療客戶就數字推送、數字營銷顧問和數字內容創建等服務支付的費用賺取收益。

我們提供臨床試驗患者招募服務，幫助製藥及醫療設備公司能快速達成計劃入組目標。我們提供真實世界研究(「RWS」)支持解決方案，使製藥及醫療設備公司能收集及分析其產品在真實世界環境中的臨床效果。我們主要從醫療客戶就患者招募服務、RWS支持解決方案及相關應用軟件開發等服務支付的費用賺取收益。

- **為醫師提供的解決方案。**我們的平台提供醫師學習及討論醫學市場最新研究、產品及技術以及臨床最佳實踐的場景。平台提供的產品與服務奠基於專業的醫學知識內容，截至最後可行日期，我們的內容團隊包括62名全職醫學專家及30名全職數字推廣內容設計師，負責編製該等專業醫學內容。例如，我們的**臨床指南**解決方案匯集最新臨床指南，**用藥參考**解決方案提供全面藥物信息，為醫師提供隨手可得的臨床決策支持。截至最後可行日期，我們的平台提供國內外醫療機構刊發的逾12,000份臨床指南，載有超過30,000種藥物說明書信息以及超過100,000項有關藥物相互作用與配伍禁忌的指引。我們的平台現時已獲公

---

## 概 要

---

認為中國知名醫學信息權威來源。我們主要從**臨床指南**、**醫學文獻王**、**用藥參考**及**全醫藥學大詞典**等解決方案，收取會員年費以賺取收益。

- **為患者提供的解決方案**。我們於2021年推出互聯網醫院，標誌我們涵蓋全面慢性疾病管理服務的智能患者管理解決方案邁出重要一步。患者可便捷地獲得參與我們互聯網醫院的醫師提供的醫療建議及處方。我們亦通過互聯網醫院提供AI賦能的智能患者管理服務，幫助患者了解本身的狀況及治療方案，為患者量身定制慢性疾病管理建議，並追蹤服藥及藥物補充紀錄。該等服務旨在讓患者更準確地依照處方藥物治療方案用藥，改進治療成效。2021年，我們開始自患者就使用我們互聯網醫院的在線諮詢服務及處方服務而支付的費用中賺取佣金收益。我們亦借助AI技術及醫學知識圖譜為患者及非牟利組織提供患者教育服務，並自非牟利醫學組織及製藥公司的付費而賺取收益。
- **為醫院提供的解決方案**。醫院需要技術解決方案來提高臨床研究的效率。我們為醫院提供電子數據採集(「EDC」)系統，幫助進行智能化、自動化的數據收集及管理。於2020年，我們的EDC解決方案獲156家醫院採用。我們主要從醫院支付的EDC解決方案費用賺取收益。

我們的綜合解決方案亦使我們能夠為醫學研究人員、非牟利機構、CRO及醫療協會等醫療行業的其他參與者提供服務。我們把握本身在醫療界的強大品牌知名度優勢，吸引更多參與者(如保險公司)加入我們的平台。

於營業紀錄期間，我們的專業醫師平台業務實現強勁的財務業績。我們的收益由2018年的人民幣83.5百萬元增至2019年的人民幣121.6百萬元，並進一步增至2020年的人民幣213.5百萬元，2018年至2020年的複合年增長率為59.9%。我們的淨利潤由2018年的人民幣14.2百萬元增至2019年的人民幣31.3百萬元，並進一步增至2020年的人民幣85.2百萬元，2018年至2020年的複合年增長率為145.0%。於2021年，我們的互聯網醫院業務開始產生收益。

---

## 概 要

---

我們來自製藥及醫療設備公司的收益由2018年的人民幣58.8百萬元增至2019年的人民幣90.5百萬元，並進一步增至2020年的人民幣158.6百萬元，分別佔有關年度總收益的70.5%、74.4%及74.3%。營業紀錄期間，來自製藥及醫療設備公司收益的顯著增長主要是由於我們醫療客戶群持續擴張，以及使用我們精準營銷及企業解決方案進行營銷的醫療產品數量增加。來自其他客戶的收益由2018年的人民幣24.7百萬元增至2019年的人民幣31.1百萬元，並進一步增至2020年的人民幣54.9百萬元，分別佔有關年度總收益的29.5%、25.6%及25.7%。

2018年、2019年及2020年，來自我們五大客戶(均為跨國醫療或製藥公司)的合計收益分別為人民幣34.4百萬元、人民幣48.3百萬元及人民幣84.7百萬元，分別佔有關年度我們總收益的41.2%、39.7%及39.7%。2018年、2019年及2020年，來自我們五大供應商的合計採購額分別為人民幣8.7百萬元、人民幣8.7百萬元及人民幣17.0百萬元，分別佔有關年度我們總採購額的31.9%、23.3%及28.7%。我們的五大供應商包括M3集團、金葉天盛，亦包括信息科技服務、電信服務、產品採購服務及物業租賃服務供應商。

### 我們的盈利模式

我們通過提供不同解決方案盈利，解決平台參與者的不同需求。我們的解決方案分為三類，即精準營銷及企業解決方案、醫學知識解決方案及智能患者管理解決方案。我們大部分收益來自精準營銷解決方案，該解決方案為製藥及醫療設備公司提供數字醫療營銷服務。下文載列按解決方案類別劃分的盈利模式概要：

#### 精準營銷及企業解決方案

精準營銷及企業解決方案包括向醫療客戶提供精準營銷解決方案及向醫療客戶、醫院、研究機構及CRO提供企業解決方案。

#### 精準營銷解決方案

精準營銷解決方案的收益模式主要是表現掛鈎的營銷服務。精準營銷解決方案的收益來自製藥及醫療設備公司就數字推送、數字營銷諮詢及數字內容創建服務支付的費用。數字推送(通過平台上的多個渠道以互動形式向目標醫師提供定制內容)佔精準

---

## 概 要

---

營銷解決方案的大部分收益。我們向製藥及醫療設備公司就主要按點擊次數的數字推送收費。

我們通過利用龐大的醫師用戶基礎從製藥及醫療設備公司創造收益，龐大的醫師用戶基礎及用戶數據有助我們運用AI及大數據技術洞悉醫師背景、行為及喜好。借助我們過往多年與醫師交流所積累的龐大數據庫及數據見解，我們可準確地以符合成本效益的方式向特定醫師群組傳達製藥及醫療設備公司贊助的定制內容。用戶分析能力使我們成為中國製藥及醫療設備公司精準數字醫療營銷方面的首選。

我們的精準營銷解決方案為製藥及醫療設備公司創造價值。根據弗若斯特沙利文報告，按每份推送成本計算，我們精準數字推送的效率較傳統的醫療代表人手推送高出十倍。此外，我們能夠依據醫師用戶的閱讀偏好與興趣，通過多渠道向全國各地的廣大醫師用戶即時傳輸定制內容，並覆蓋那些無法通過當面交流有效傳達的領域。我們為製藥及醫療設備公司提供廣泛內容類型，包括特定疾病及治療的入門指南、臨床指南及其他醫學文獻的說明、臨床案例報告、專家意見以及有關藥物作用機制和化學特性的相關參考資源，以文本及多媒體形式帶動用戶參與度。我們將客戶提供的醫學主題及主要醫學信息轉化成我們根據從營銷前調查收集的醫師反饋及專業水平的定制的醫學劇本，並使用最能呈現該劇本的內容類型和格式開發創意演繹。我們與醫學界的KOL合作，使定制內容更具說服力。營銷活動完成後，我們使客戶能夠通過客觀的統計報告衡量營銷工作的有效性。參閱「業務 — 平台參與者 — 製藥及醫療設備公司」。

我們的平台對製藥及醫療設備公司的吸引力以及我們業務的增長部分由我們醫師用戶的參與度所推動。我們的醫師用戶參與度持續提高將使得醫師用戶對定制內容的潛在點擊次數增加。我們通過提供高質量醫學知識內容(屬非贊助的編輯內容)留住及吸引醫師用戶並帶動彼等的參與度，滿足醫師對持續醫學教育及臨床決策的需求。我們大部分醫學知識內容是免費的，因此我們可以培養和維持龐大的醫師用戶基礎。我們將不斷發展醫師網絡，推動用戶參與度，獲取製藥及醫療設備公司更多的營銷開支。

### 企業解決方案

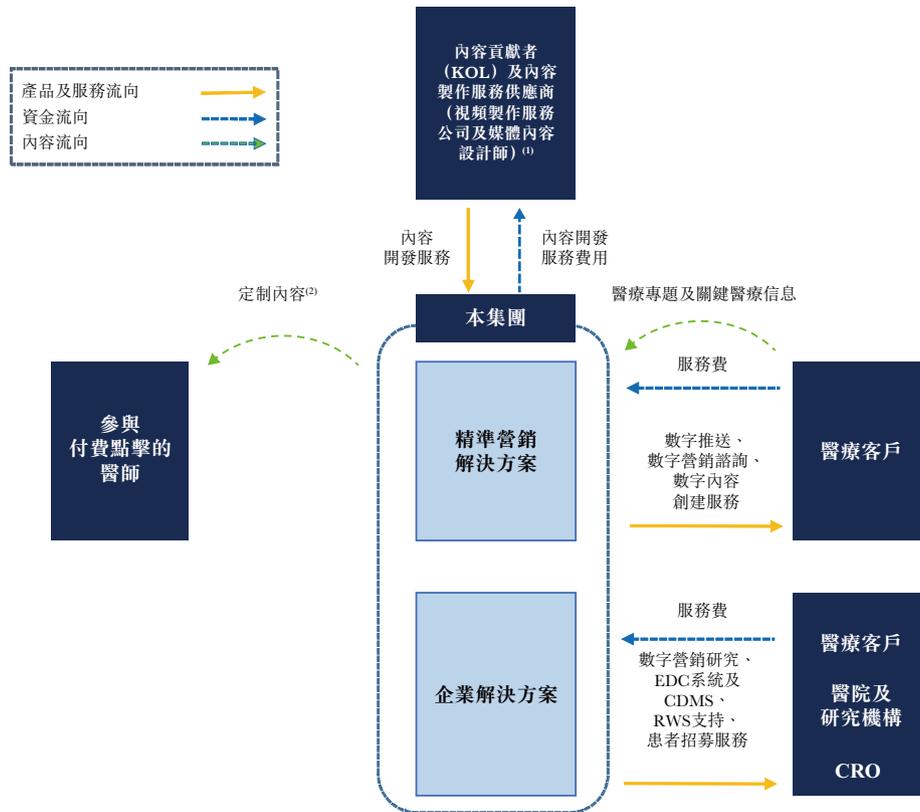
企業解決方案的收益模式主要是軟件即服務（「SaaS」）。企業解決方案的收益主要來自醫療客戶、醫院、研究機構及CRO（如適用）就數字市場研究、EDC及CDMS解決方案、RWS支持解決方案及患者招募服務支付的費用。我們採用SaaS模式提供EDC及CDMS解決方案以及RWS支持解決方案，並根據各項目時長定期向客戶收取軟件許可費。

我們通過提供SaaS服務賺取收益的能力源自我們對行業本身及數字化與數據技術需求的深入理解。我們的EDC系統是臨床試驗的數據管理工具，可自動進行臨床研究的關鍵任務。該系統整合各種通用編碼及診斷標準，令不同系統的臨床結果進行電子數據交換及收集。我們的CDMS旨在用於收集及管理臨床實踐所得的有關特定疾病的臨床數據，運用自定義數據集建立特定疾病的數據庫。我們亦利用龐大的醫師用戶基礎，通過提供其他企業解決方案創造收益。我們邀請醫師用戶參與調查及RWS，並推薦合適的患者參加由製藥及醫療設備公司贊助的臨床試驗，並就該等服務收取費用。我們的RWS支持解決方案利用我們的EDC系統收集、管理及處理真實世界的臨床數據，並進行統計分析。通過分析患者使用所研究藥物的情況和藥物推出後在真實世界中的影響，並將這些發現與最佳條件下的臨床數據進行比較，我們的解決方案有助客戶識別藥物的潛在益處及風險，並有助提高藥物的安全性和有效性。我們協助製藥及醫療設備公司和CRO進行臨床試驗的患者招募。一旦我們受聘為臨床試驗提供服務，我們會聯繫相關專業的醫師用戶，並邀請彼等推薦合適的患者並迅速與計劃招募目標會面。於選擇醫師時，我們會考慮其所在位置，並優先考慮靠近臨床試驗點的醫師，以增加在該地點附近物色患者的機會。請參閱「業務 — 我們的解決方案 — 精準營銷及企業解決方案」。

我們設立了專門的研究機構，即醫學信息科學研究院，致力發展對新藥及醫療設備的深刻見解以及於我們的解決方案應用技術。我們將通過提高現有解決方案的質量及效率以及擴展解決方案產品範圍，擴大SaaS服務的市場份額。我們將不斷發展醫師網絡，以便從其他企業解決方案中獲得更多收益並擴大市場份額。

## 概 要

以下流程圖顯示精準營銷及企業解決方案分部客戶、我們及若干供應商之間的產品及服務流向與資金流向以及內容流向。



附註：

- (1) 我們的內容團隊與作為我們內容貢獻者的KOL合作，共同發展內容，其專家觀點及意見亦補充我們的內部開發能力。我們聘請視頻製作服務公司及媒體內容設計師等內容製作服務供應商，提供可擴展性，助力推動我們的業務增長。
- (2) 定制內容由製藥及醫療設備公司贊助。我們的內容團隊與製藥及醫療設備公司合作創建定制內容。請參閱「業務—我們平台的內容—定制內容」。

中國的製藥及醫療設備公司一般通過分銷商向醫院及藥房銷售醫療產品。醫師是向患者開具醫療產品處方的主要決策者，而患者倚賴醫師處方購買醫療產品。我們的精準營銷及企業解決方案並不涉及向醫院、藥房或患者分銷或提供醫療產品，而是與醫師交流我們向醫療客戶所提供的醫療產品的各方面信息，讓醫師可以作出知情的處方決定。

---

## 概 要

---

我們主要通過銷售團隊向製藥及醫療設備公司推銷精準營銷及企業解決方案。我們有經驗豐富且訓練有素的專業團隊，包括業務發展代表與支援人員，專門負責與新舊客戶洽商。除製藥公司外，我們的臨床研究解決方案亦主要向醫院推銷。我們通過平台上不同渠道向醫師及彼等的醫院銷售解決方案。

我們服務的條款和安排會基於客戶要求的服務類型及性質而不同。我們與製藥及醫療設備公司訂立的精準營銷解決方案及數字市場研究框架服務協議一般為期最多一年，價格基於所提供服務的類別和性質而定。我們的數字推送服務定價條款視乎渠道而不同，基本是按點擊次數計算。醫療客戶可根據框架服務協議購買一定數量的點擊次數，而我們可能協定保證最低點擊次數。我們亦可能協定保證將會接收推送之定制內容的最低醫師人數。就直播服務而言，倘某一片段(直播長達一定時間)的實際觀眾未達最低人數，我們可能同意免收該片段的服務費。於營業紀錄期間及截至最後可行日期，我們與醫療客戶所協定有關保證醫師最少推送與點擊次數，及保證最低實際觀眾人數方面，我們均能滿足醫療客戶的需求。我們特定營銷諮詢項目的服務費基於團隊大小和所用時間計算。我們的數字內容創建服務費根據客制內容複雜程度而有所不同，亦即視乎特定產品和客戶要求而定。我們的e調研服務費主要根據研究覆蓋的醫師數目及問卷的複雜程度釐定。我們可能協定研究最低收集份數。

### 醫學知識解決方案

醫學知識解決方案的收益模式主要是會員模式。我們就若干醫學知識解決方案產品(即臨床指南、醫學文獻王、用藥參考及全醫藥學大詞典)收取年度會員費。用戶就單一產品支付會員費後，僅將獲得該產品的使用權限。

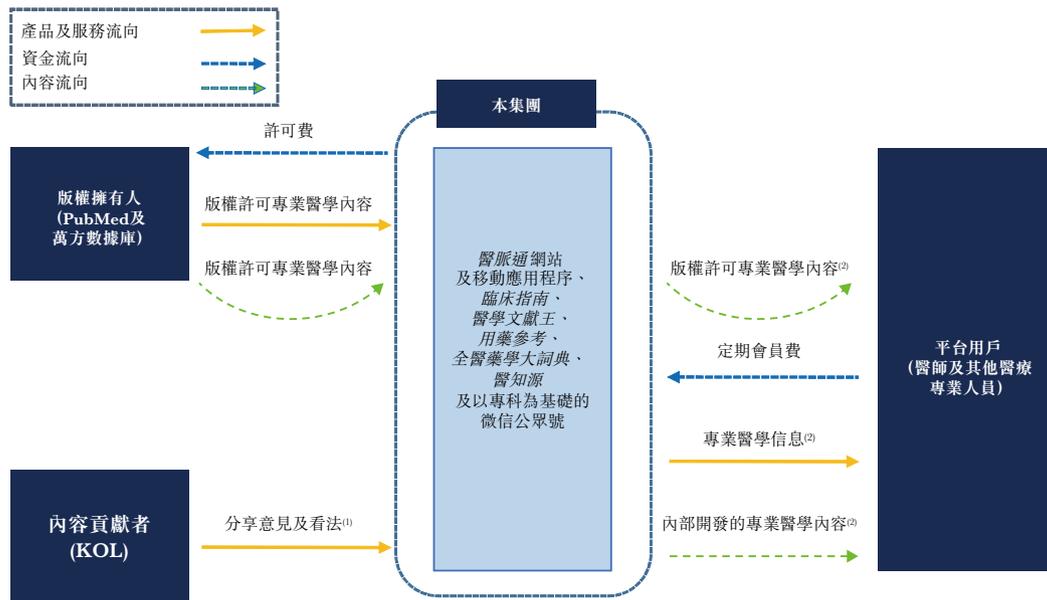
我們提供龐大醫學內容資料庫，為醫師及其他醫療專業人員隨時隨地提供大量專業醫學資料以滿足彼等進行持續醫學教育及臨床決策的需求。我們使用免費模式獲取

## 概 要

付費用戶。我們大部分醫學知識內容可免費獲得，用戶須支付年度會員費或下載費以獲取優質內容，例如最新臨床指南及新藥資料。

我們將通過提高平台可用醫學知識內容(尤其是優質內容)的質量及廣度以及提供更多增值服務(例如疾病知識數據庫及全面的臨床決策支持工具)增加付費用戶。

下圖顯示醫學知識解決方案分部客戶、我們及若干供應商之間的产品及服務流向與資金流向以及內容流向。



附註：

- (1) 營業紀錄期間，我們並無向身為開發我們醫學知識內容的內容貢獻者之KOL支付任何代價。
- (2) 我們的醫學知識內容包含專業醫學信息，屬非贊助的編輯內容。我們的醫學知識內容主要包括本身內容團隊編製的內容及從第三方專業信息來源取得的內容。請參閱「業務 — 我們平台的內容 — 醫學知識內容」。

通過口碑相傳，我們大規模且高價值的方案吸引了大量醫師及其他醫療專業人員加入我們的平台。於2020年12月31日，我們醫脈通平台約有3.5百萬註冊用戶，其中約2.4

## 概 要

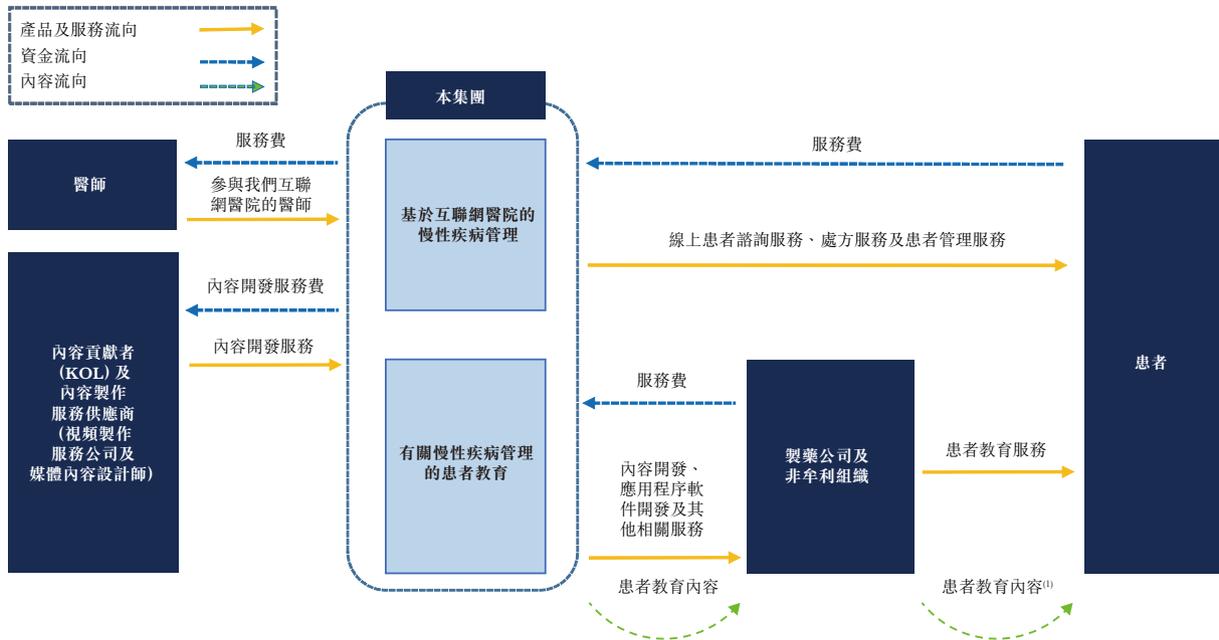
百萬人為執業醫師。於2018年、2019年及2020年，我們平台的平均每月活躍用戶數目分別為743千、856千及908千。我們亦通過主流搜尋引擎推銷我們的平台。

### 智能患者管理解決方案

營業紀錄期間，我們通過向非牟利醫學組織及製藥公司開發網頁及患者教育內容收費而獲得服務收益。我們於2021年開始自患者就使用我們互聯網醫院的在線諮詢服務而支付的費用中賺取佣金收益。我們並無就其他互聯網醫院服務收費，例如患者管理服務。

我們將繼續發展互聯網醫院及探索以互聯網醫院為基礎的患者管理服務盈利的新方法。醫師用戶協助我們邀請目標患者加入互聯網醫院平台。我們於平台上提供患者管理服務，協助彼等管理和追蹤患者的特定病情及治療方案，改善治療效果。隨着患者基礎增加，我們可能決定就患者使用患者管理服務收費。此外，由於我們的互聯網醫院提供處方服務，使我們的平台對製藥及醫療設備公司更有價值，我們日後可能有更多機會與該等公司合作。

下圖顯示智能患者管理解決方案分部客戶、我們及若干供應商之間的产品及服務流向與資金流向以及內容流向。



附註：

(1) 該內容由客戶發佈，不構成我們平台上的內容。

---

## 概 要

---

我們的互聯網醫院結合患者管理服務。基於我們龐大的醫師用戶基礎，我們可以借助註冊醫師用戶邀請目標患者加入我們的平台。我們為醫師提供的患者管理工具與臨床決策支持服務配合，使醫師可有效且準確地提供在綫諮詢，並在初步諮詢後對患者進行有效的跟進。我們面向患者的模塊可以追蹤患者治療方案的詳情。患者界面借助AI技術發送藥物提示及定制慢性疾病管理建議，旨在協助患者了解其病況及治療方案，改善生活質素。

除通過互聯網醫院提供綜合患者管理服務之外，我們與非牟利機構合作，提供針對特定病情的患者教育服務。患者可以通過合作夥伴非牟利機構的微信公眾號或網站使用我們的服務和工具，以了解其病情及治療方案。借助我們信息技術方面的專長，我們協助合作夥伴非牟利機構開發網站、微信小程序和微信公眾號，以提供患者教育內容。我們向合作夥伴機構收取有關開發網頁和內容的服務費。

我們在確定定價策略時會考慮多種因素，例如市場需求、預期市場趨勢及競爭對手產品的價格。我們相信我們的定價策略符合市場趨勢。營業紀錄期間，我們並無任何個別或共同錄得重大虧損的項目。

我們致力於遵守數據隱私法律及保護用戶數據的安全。我們根據適用法律法規徵得用戶及其他平台參與者事先同意後方於提供我們的解決方案時收集及存儲數據。請參閱「業務 — 數據保護及隱私」。

## 我們的行業

中國的醫療營銷市場競爭激烈，參與者眾多，包括(i)製藥及醫療設備公司的內部銷售團隊、(ii)傳統醫療營銷營運商和(iii)數字醫療營銷服務供應商。

按2020年製藥及醫療設備公司的醫療營銷總開支人民幣6,797億元計，製藥及醫療設備公司的內部銷售團隊佔中國醫療營銷市場的89.3%。估計中國有超過10,000家製藥及醫療設備公司。所有大型製藥及醫療設備公司均利用內部銷售團隊和外界營銷服務

---

## 概 要

---

供應商推銷產品。根據弗若斯特沙利文報告，2020年跨國製藥及醫療設備公司在中國的內部銷售團隊估計開支為人民幣20億元至人民幣80億元。

按2020年製藥及醫療設備公司的醫療營銷總開支計，傳統醫療營銷營運商佔中國醫療營銷市場的8.5%。據估計，中國醫療營銷市場有超過500家傳統醫療營銷營運商。由於傳統醫學市場規模較小且市場分散，即使大型傳統醫療營銷營運商於中國整體醫療營銷市場的份額亦較小。

按2020年製藥及醫療設備公司於醫療營銷市場的總開支計，數字醫療營銷服務供應商佔中國醫療營銷市場剩餘的2.2%。數字醫療營銷服務為新興市場，估計有超過200名參與者以不同的商業模式專注於市場的不同方面。由於數字醫療營銷市場相對較小且市場分散，即使該市場的大型參與者亦只佔中國整體醫療營銷市場的一小部分。

估計中國有十多個醫師平台數字醫療營銷服務供應商(包括我們)，按2020年收益計算，我們名列第一，2020年於中國醫療營銷市場的醫療營銷收益為人民幣204百萬元，所佔市場份額為0.03%。由於我們只專注於數字醫療營銷，而傳統醫療營銷參與者專注於面對面或以其他非電子方式開展業務，因此我們的市場份額無法與跨國製藥及醫療設備公司或一些大型傳統醫療營銷參與者的內部銷售團隊開支直接相提並論。儘管數字醫療營銷僅佔整體醫療營銷支出的一小部分，但隨著技術進步和政策變化，預計中國會有越來越多的製藥和醫療設備公司採用數字營銷，尤其是以精準數字營銷取代醫療代表面對面拜訪，提高滲透率。請參閱「行業概覽—數字醫療營銷」。

因擁有強大的技術能力及市場參與者網絡，數字平台是面向製藥及醫療設備公司的主要數字服務市場提供者。在各種數字平台當中，由於專業醫師平台通過向醫師提供醫學信息服務而有能力向目標醫師提供定制內容，因此製藥和醫療設備公司更傾向與專業醫師平台合作。

---

## 概 要

---

數字醫療營銷服務包括數字宣傳、營銷諮詢及分析以及技術服務。根據弗若斯特沙利文報告，中國數字醫療營銷市場由2018年的人民幣44億元增至2020年的人民幣152億元，複合年增長率為85.8%，預計2025年將達到人民幣1,110億元，複合年增長率為48.8%。2018年及2020年，數字醫療營銷市場分別佔中國醫療營銷市場總額的0.8%及2.2%，預計到2025年將進一步增至11.2%。

數字醫學信息服務滿足醫師在醫護場景下對最新的醫學信息及臨床決策支持的需求。根據弗若斯特沙利文報告，中國數字醫學信息市場由2018年的人民幣23.6百萬元增至2020年的人民幣114.2百萬元，複合年增長率為120.1%，預計到2025年將達到人民幣30億元，複合年增長率為92.7%。

與發達市場相比，中國的慢性疾病管理仍處於起步階段。作為慢性疾病管理市場的子市場，中國數字慢性疾病管理市場由2018年的人民幣779億元增至2020年的人民幣1,397億元，複合年增長率為33.9%，預計2025年將達到人民幣5,071億元，複合年增長率為29.4%。數字慢性疾病管理市場佔中國慢性疾病管理市場的百分比由2018年的2.0%增至2020年的2.5%，預計2025年將進一步增至5.2%。

### 研究及開發

我們的研發主要集中於提高現有解決方案的使用便利性、為用戶設計新解決方案以及優化與加強我們的技術基建。憑藉著優秀的研發團隊及先進的技術基建，我們持續開展創新，提供優質用戶體驗。於最後可行日期，我們的研發團隊共有106名人員，包括醫學信息科學研究院的研究科學家，以及我們技術團隊和產品開發團隊的工程師及專家。

### 醫學信息科學研究院

我們的強大技術能力持續支持業務快速增長。我們已設立醫學信息科學研究院，是我們的研究機構，專門開發有關新藥及醫療設備以及用於我們所提供解決方案的技術(例如AI、大數據及自然語言處理)應用的深入認識，以及設計和開發最能滿足製藥及醫療設備公司需要的解決方案。

---

## 概 要

---

醫學信息科學研究院由我們的總裁田立新先生帶領，而副院長為首席技術官田立軍先生和醫學總監姜男先生。醫學信息科學研究院進行的研究包括醫學本體研究，研究醫學數據收集標準(例如CDISC的CDASH)及其應用，並建立我們的醫學知識圖譜。醫學信息科學研究院的研究科學家亦研究新技術，包括研究標準醫學分類和醫學術語體系(例如SNOMED CT、MESH、UMLS、ICD、ATC、ICH-MedDRA及LOINC)，並運用醫學範疇的知識圖譜。此外，醫學信息科學研究院亦開發及優化機器學習及應用，包括深度學習及自然語言處理算法。

醫學系統命名法 — 臨床術語(SNOMED CT)，是一種通用的多語種臨床醫學術語體系，包括大量人類及非人類概念，提供用於臨床文獻及報告的代碼、術語、同義詞及定義。我們借助於SNOMED CT的概念與架構建立我們的知識圖譜。

醫學主題詞表(MESH)，是一種可用於建立期刊及書籍索引的全面規範化詞表，主要用於醫學資料研究。我們將MESH應用於我們的醫學文獻王。MESH術語可用於檢索主要數據庫(如PubMed)中的醫學文獻。

統一醫學語言系統(UMLS)，是一套整合了諸多醫療健康及生物醫學詞彙與標準的文件及軟件，有助於確保計算機系統間的互通性。我們使用UMLS建立我們的醫知源，促進了使用不同術語系統的知識信息之間的翻譯及整合。

疾病和有關健康問題的國際統計分類(ICD)，是醫療數據、臨床文獻及統計彙總的國際標準及所有臨床及研究方面的代碼系統。我們使用ICD第十次修訂本(ICD-10)對使用我們互聯網醫院的患者對話結果進行編碼，不僅符合存檔的監管規定，亦為我們的臨床決策支持工具積累臨床數據。

解剖學治療學及化學分類系統(ATC)，是一種國際藥物分類系統，根據藥物作用的器官或系統及其治療、藥理及化學特性，將藥物的有效成分進行分類。我們應用ATC對我們用藥參考支持的藥物進行分類。

---

## 概 要

---

監管活動醫學辭典(ICH-MedDRA)，是監管機構與醫療健康行業於監管期間，在產品獲准銷售前後使用的一套國際醫學術語。ICH-MedDRA旨在用於各類不良事件的分類。我們將ICH-MedDRA用於EDC系統的不良事件模塊，以實現不良事件記錄的標準化。

觀測指標標識符的邏輯命名與編碼系統(LOINC)，是一種用於健康測量、觀察及文件的通用代碼系統及標準，旨在協助臨床結果的電子數據交換與收集。我們將LOINC術語嵌入我們EDC系統的實驗室測試模塊，用於生成標準化的病歷報告表。

### 我們的優勢

我們相信以下優勢有助我們獲取成功，並使我們從競爭對手中脫穎而出。

- 擁有強大用戶參與度的最大在線專業醫師平台；
- 製藥及醫療設備公司的首選精準數字醫療營銷服務合作夥伴；
- 產品組合豐富，在針對用戶及客戶需要的創新產品及服務開發方面有強大實力；
- 具備強勁內容生成能力的龐大內容數據庫；
- 由我們對醫療行業及醫學信息科學的深刻見解與理解支撐的先進專有技術；  
及
- 管理團隊高瞻遠矚，人才儲備充裕及與M3的持續戰略合作。

### 我們的戰略

我們計劃執行以下戰略以達成我們的宗旨並進一步鞏固我們的市場領先地位：

- 透過提升醫學知識解決方案及豐富平台信息及內容，持續增加醫師的滲透率及參與度；

---

## 概 要

---

- 繼續建設技術平台及擴展應用範圍；
- 擴展客戶網絡並加強與現有客戶的關係；
- 持續拓展服務品項(包括基於數字健康管理工具的患者管理服務)及擴展臨床研究解決方案；及
- 探索戰略合作夥伴關係、投資及收購機會。

### 風險因素

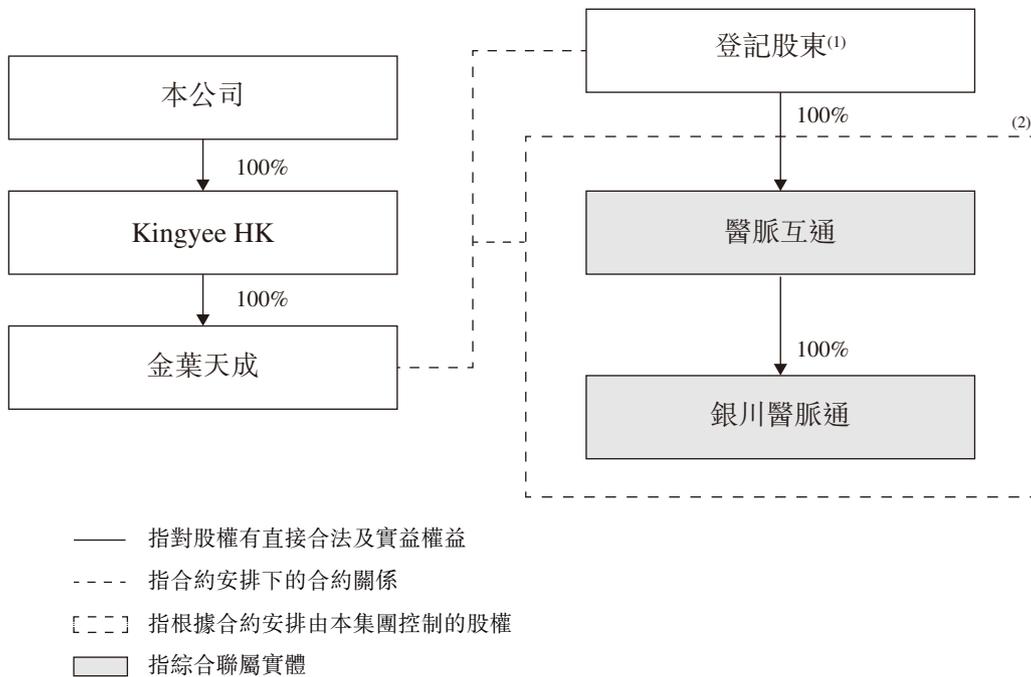
我們的業務及全球發售涉及若干風險，有關風險載於「風險因素」一節。閣下決定投資於發售股份前，務請細閱該節全部內容。我們面對的部分重大挑戰涉及以下範疇：

- 我們通過醫脈通平台盈利的能力；
- 我們維持或增強用戶對我們平台的信任的能力；
- 我們跟隨技術的快速變化並調整我們的平台以適應不斷變化的用戶要求或新興行業標準的能力；
- 我們持續提供最新、相關且可靠的醫學知識資料的能力；
- 我們可能須就我們平台上展示或自平台上可得或鏈接到我們平台或由我們創建的資料承擔責任；
- 我們的用戶集中度偏高，因此我們可能面臨主要客戶所遇到的風險，我們的收益亦可能大幅波動或下跌；
- 我們有效競爭的能力；
- 部分業務線的經營歷史有限；
- 我們須遵守廣泛且不斷變化的監管規定；及
- 我們已經且將會繼續授出股份激勵，因此股份支付薪酬開支將會增加，對我們的經營業績有不利影響。

合約安排

根據現行中國法律及法規，本公司目前經營或計劃經營的若干業務受限制及／或被禁止。為符合該等法律及法規，同時利用國際資本市場及保持對我們所有業務的有效控制，我們透過於2021年3月8日訂立的合約安排控制我們的綜合聯屬實體。因此，我們並無直接擁有綜合聯屬實體任何股權。根據合約安排，我們擁有目前由綜合聯屬實體所經營業務的實際控制權及其產生的所有經濟利益。詳情請參閱本文件「合約安排」一節。

以下簡圖顯示綜合聯屬實體的經濟利益如何按合約安排的規定流向本集團：



附註：

- (1) 登記股東為田立平女士及李卓霖博士，分別持有醫脈互通50%及50%股權。
- (2) 獨家運營服務協議、獨家購買權協議、貸款合同、股東權利委託協議、股權質押協議及配偶承諾書共同組成合約安排的法律關係。

---

## 概 要

---

醫脈互通營運我們醫脈通網站、桌面應用程序及移動應用程序。在我們醫脈通網站以及桌面應用程序與移動應用程序提供醫學知識解決方案涉及由醫脈互通提供的付費(包括會員費)醫學知識及內容，因此須遵守有關增值電信服務的中國法規。通過e調研提供數字市場研究服務須遵守涉外市場調查業務相關的中國法規。此外，我們計劃從事線上醫學廣播及視頻節目製作。該等業務受到有關廣播電視節目製作業務的中國法規規限。此外，我們通過銀川醫脈通經營互聯網醫院，透過其平台與一家寧夏自治區的合資格醫院合作，提供線上諮詢及處方服務。該業務須遵守互聯網醫院服務相關的中國法規。中國法律顧問表示，上述業務視為涉及相關中國法律法規限制及／或禁止外商投資的產業。

### 我們的控股股東

緊隨全球發售完成後(不計及可能因行使超額配股權或根據購股權計劃所授出或將予授出購股權而發行的任何股份)，本公司將有兩組控股股東：(i)由田立平女士、田立新先生、田立軍先生及Tiantian組成的團體；及(ii) M3，各組將持續擁有及控制本公司已發行股份分別約38.8%及38.8%。詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

### 持續關連交易

我們進行若干交易，而根據《上市規則》第14A章，該等交易於上市後將屬於不獲豁免持續關連交易及部分獲豁免的持續關連交易。該等交易及有關豁免嚴格遵守《上市規則》第14A章相關規定的申請詳情載於本招股章程「持續關連交易」一節。

## 概 要

### 歷史財務資料概要

下表載列營業紀錄期間綜合財務資料的財務數據概要，摘錄自本招股章程附錄一 所載會計師報告。下文所載綜合財務數據概要須與本文件內的綜合財務報表(包括相關附註)一併閱讀，以保證其完整性。綜合財務資料乃根據香港財務報告準則編製。

### 財務業績概要

下表載列所示期間的綜合經營業績概要，連同各細列項目的絕對金額及佔收益的百分比：

	截至12月31日止年度					
	2018年		2019年		2020年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
			(千元，百分比除外)			
收益.....	<b>83,463</b>	<b>100.0</b>	<b>121,569</b>	<b>100.0</b>	<b>213,529</b>	<b>100.0</b>
銷售成本.....	(33,573)	(40.2)	(44,379)	(36.5)	(57,293)	(26.8)
毛利.....	49,890	59.8	77,190	63.5	156,236	73.2
其他收入及收益.....	99	0.1	96	0.1	1,543	0.7
銷售及分銷開支.....	(7,080)	(8.5)	(8,588)	(7.1)	(20,037)	(9.4)
行政開支.....	(26,375)	(31.6)	(31,391)	(25.8)	(32,640)	(15.3)
其他開支.....	(75)	(0.1)	(13)	—	(45)	—
融資成本.....	(439)	(0.5)	(296)	(0.2)	(209)	(0.1)
除稅前溢利.....	<b>16,020</b>	<b>19.2</b>	<b>36,998</b>	<b>30.4</b>	<b>104,848</b>	<b>49.1</b>
所得稅開支.....	(1,831)	(2.2)	(5,728)	(4.7)	(19,651)	(9.2)
年內溢利.....	<b>14,189</b>	<b>17.0</b>	<b>31,270</b>	<b>25.7</b>	<b>85,197</b>	<b>39.9</b>

營業紀錄期間，我們的收益大幅增加，主要由於我們精準營銷解決方案收益的增加。精準營銷解決方案收益的增加主要由於我們醫療客戶群持續擴張，以及使用我們精準營銷及企業解決方案進行營銷的醫療產品數量增加，該等增加是由於我們的用戶群增長以及用戶參與度提高。營業紀錄期間，鑑於我們的平台提供豐富且優質的內容，吸引著更多醫師加入平台並提高了用戶參與度，繼而讓平台吸引更多製藥及醫療設備公司。此外，製藥及醫療設備公司因面對批量採購及日益激烈的市場競爭，而尋求通過具備高成本效益的數字推廣工具(例如我們的精準營銷解決方案)在合適時間接觸目標醫師，故處方藥推廣形式迎合時代的轉變為我們帶來裨益。

我們的溢利於營業紀錄期間亦大幅增長，主要歸因於各類解決方案收益的大幅增長及毛利率的增加。

## 概 要

### 綜合財務狀況表概要

下表載列所示日期的綜合財務狀況表：

	於12月31日		
	2018年	2019年	2020年
	(人民幣千元)		
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備.....	4,167	4,649	2,617
使用權資產.....	6,850	4,526	12,571
遞延稅項資產.....	2,445	3,591	3,509
<b>非流動資產總值.....</b>	<b>13,462</b>	<b>12,766</b>	<b>18,697</b>
<b>流動資產</b>			
貿易應收款項.....	26,024	35,643	42,480
合約資產.....	11,133	23,282	15,761
預付款項、其他應收款項及其他資產.....	2,799	3,225	3,026
現金及現金等價物.....	16,530	38,883	147,095
<b>流動資產總值.....</b>	<b>56,486</b>	<b>101,033</b>	<b>208,362</b>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項.....	2,454	2,634	6,265
其他應付款項及應計費用.....	23,663	32,422	45,231
租賃負債.....	3,036	3,016	2,591
應付稅項.....	1,186	6,919	9,991
<b>流動負債總額.....</b>	<b>30,339</b>	<b>44,991</b>	<b>64,078</b>
<b>流動資產淨值.....</b>	<b>26,147</b>	<b>56,042</b>	<b>144,284</b>
<b>總資產減流動負債.....</b>	<b>39,609</b>	<b>68,808</b>	<b>162,981</b>
<b>非流動負債</b>			
租賃負債.....	4,334	1,786	9,484
遞延稅項負債.....	317	790	2,083
<b>非流動負債總額.....</b>	<b>4,651</b>	<b>2,576</b>	<b>11,567</b>
<b>資產淨值.....</b>	<b>34,958</b>	<b>66,232</b>	<b>151,414</b>
<b>權益</b>			
股本.....	33	33	33
儲備.....	34,925	66,199	151,381
<b>權益總額.....</b>	<b>34,958</b>	<b>66,232</b>	<b>151,414</b>

## 概 要

於2018年、2019年及2020年12月31日以及2021年4月30日，我們的流動資產淨值分別為人民幣26.1百萬元、人民幣56.0百萬元、人民幣144.3百萬元及人民幣161.4百萬元。截至上述各日期，我們的流動資產淨值主要來自我們大量的現金及現金等價物、貿易應收款項及合約資產結餘，惟部分被我們的其他應付款項及應計費用、應付稅項、租賃負債及貿易應付款項所抵銷。截至上述各日期，我們的流動資產淨值增加主要是由於業務顯著增長。

我們的權益總額由2018年12月31日的人民幣35.0百萬元增至2019年12月31日的人民幣66.2百萬元，並進一步增至2020年12月31日的人民幣151.4百萬元，主要是由於營業紀錄期間的溢利增加。請參閱本招股章程附錄一所載會計師報告第I-7頁。

### 綜合現金流量表概要

下表載列所示期間的綜合現金流量表概要：

	於12月31日		
	2018年	2019年	2020年
	(人民幣千元)		
經營業務所得現金.....	23,765	28,871	126,252
已付所得稅.....	(1,674)	(668)	(15,204)
經營活動所得現金流量淨額.....	22,091	28,203	111,048
投資活動(所用)／所得現金流量淨額.....	(3,101)	(2,426)	13
融資活動所用現金流量淨額.....	(5,846)	(3,428)	(2,834)
現金及現金等價物增加淨額.....	13,144	22,349	108,227
年初現金及現金等價物.....	3,372	16,530	38,883
匯率變動影響淨額.....	14	4	(15)
年終現金及現金等價物.....	<b>16,530</b>	<b>38,883</b>	<b>147,095</b>

## 概 要

### 其他財務資料

下表載列所示期間按解決方案種類劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2018年		2019年		2020年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(千元，百分比除外)					
<b>收益：</b>						
精準營銷及企業解決方案：						
精準營銷解決方案.....	53,137	63.7	78,317	64.4	156,781	73.4
企業解決方案.....	24,923	29.8	32,823	27.0	35,045	16.4
醫學知識解決方案.....	1,349	1.6	5,311	4.4	9,113	4.3
智能患者管理						
解決方案.....	4,054	4.9	5,118	4.2	12,590	5.9
<b>總計.....</b>	<b>83,463</b>	<b>100.0</b>	<b>121,569</b>	<b>100.0</b>	<b>213,529</b>	<b>100.0</b>

下表載列所示期間按性質劃分的銷售成本明細(按絕對金額及佔總收益的百分比列示)：

	截至12月31日止年度					
	2018年		2019年		2020年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(千元，百分比除外)					
<b>銷售成本：</b>						
僱員福利開支.....	20,006	24.0	22,943	18.9	22,997	10.8
內容開發費用.....	7,284	8.7	13,373	11.0	23,935	11.2
技術服務費.....	5,065	6.1	6,244	5.1	9,153	4.3
其他.....	1,218	1.5	1,819	1.5	1,208	0.6
<b>總計.....</b>	<b>33,573</b>	<b>40.2</b>	<b>44,379</b>	<b>36.5</b>	<b>57,293</b>	<b>26.8</b>

我們的銷售成本包括(i)有關經營平台及開發內容的僱員薪金及福利的僱員福利開支；(ii)主要有關向內容貢獻者支付的費用及向內容製作服務供應商支付的服務費的內容開

---

## 概 要

---

發費用；(iii)有關雲內容交付網絡及電信服務的技術服務費以及有關MR-kun和外部醫學文獻數據庫的許可費；及(iv)主要有關顧問費、設備租賃開支、差旅及交通開支的其他開支。

營業紀錄期間，僱員福利開支佔收益百分比下降，主要是由於員工效率及平台基礎設施效能提高。該百分比於2020年下降亦是由於我們的部分員工遷至低線城市，導致平均工資下降。2018年至2019年，內容開發費用佔收益百分比上升，是由於我們將更多的內容開發外包以滿足客戶不斷增長的需求。2020年，該百分比較2019年相對平穩。外包內容開發提供可擴展性，助力推動我們的業務增長。然而，與內部內容開發相比，由於外部內容製作服務供應商會收取成本以外的加價，我們通常會因外包內容開發產生更高成本。我們亦就補充我們內部開發能力的專家觀點及意見向內容貢獻者支付費用，由此產生內容開發成本。

有關精準營銷解決方案的銷售成本主要包括(i)主要與開發定制內容的僱員薪金及福利有關的僱員福利開支；(ii)與就開發定制內容向內容貢獻者支付的費用及向內容製作服務供應商支付的服務費有關的內容開發費用；及(iii)主要就向醫師交付定制內容產生的有關雲內容交付網絡及電信服務的技術服務費以及有關MR-kun的許可費。有關企業解決方案的銷售成本主要包括(i)主要與開發及維護SaaS服務操作系統的僱員薪金及福利有關的僱員福利開支；及(ii)主要與就開發數字市場研究內容向研究參與者支付的費用有關的內容開發費用。有關醫學知識解決方案的銷售成本主要包括(i)主要與開發醫學知識內容的僱員薪金及福利有關的僱員福利開支；(ii)與就開發醫學知識內容向內容製作服務供應商支付的服務費有關的內容開發費用；及(iii)有關雲內容交付網絡及電信服務的技術服務費以及有關外部醫學文獻數據庫的許可費。有關智能患者管理解決方案的銷售成本主要包括(i)主要與為客戶開發網頁模塊及開發患者教育內容的僱員薪金及福利有關的僱員福利開支；及(ii)與就開發患者教育內容向內容製作服務供應商支付的服務費有關的內容開發費用。

## 概 要

下表載列所示期間按解決方案種類劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度					
	2018年		2019年		2020年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(千元，百分比除外)					
<b>毛利及毛利率：</b>						
精準營銷及企業解決方案：						
精準營銷解決方案.....	35,539	66.9	54,126	69.1	120,806	77.1
企業解決方案.....	14,164	56.8	18,236	55.6	20,360	58.1
醫學知識解決方案.....	61	4.5	2,792	52.6	6,881	75.5
智能患者管理解決方案...	126	3.1	2,036	39.8	8,189	65.0
<b>總計.....</b>	<b><u>49,890</u></b>	<b>59.8</b>	<b><u>77,190</u></b>	<b>63.5</b>	<b><u>156,236</u></b>	<b>73.2</b>

我們的毛利率於營業紀錄期間的增長，歸因於各類解決方案的毛利率的增加。

營業紀錄期間，精準營銷解決方案的毛利率增加，主要是由於我們的規模經濟效益提高及用戶參與度提升所致。我們於營業紀錄期間實現規模經濟增長。隨著越來越多醫師加入並參與我們的平台，整個平台得以增強數據洞察力及擴大網絡效應，讓我們能夠提供更快、更準確、更具成本效益的解決方案，繼而又吸引更多製藥及醫療設備公司。我們的平台基礎設施效能及員工效率的提升有助於提高營運槓桿。我們亦一直努力提高平台上專業醫學信息的質素並豐富信息，因此營業紀錄期間的用戶參與度有所提升。此外，我們的醫師用戶不斷增加，平台上的醫師能夠與更多專業同行分享知識並向彼等求助，於營業紀錄期間進一步提高了平台用戶的參與度。2020年，精準營銷解決方案的毛利率增加，是由於我們的部分員工遷至低線城市，導致平均工資下降。

## 概 要

營業紀錄期間，企業解決方案的毛利率相對平穩。

營業紀錄期間，醫學知識解決方案的毛利率增加，原因是付費用戶增加使收益上升，加上平台規模擴大使銷售成本減少。經改進的服務產品包括最新專業醫學信息，吸引更多醫師加入我們的平台並於營業紀錄期間激勵更多醫師付費獲取我們的醫學信息。2020年，醫學知識解決方案的毛利率增加，是由於開發和管理與醫學知識解決方案有關的移動應用程式及內容的成本下降所致，因我們於2019年進行了醫學知識內容的重大更新。2019年，醫學知識解決方案的毛利率增加，是由於我們付費用戶的快速擴張以及規模擴大使該解決方案的銷售成本增速低於收入。

營業紀錄期間，智能患者管理解決方案的毛利率增加，原因是我們的規模經濟效益提高。我們於營業紀錄期間實現規模經濟增長。隨著越來越多醫師加入並參與我們的平台，整個平台得以增強數據洞察力及擴大網絡效應，讓我們能夠提供更快、更準確、更具成本效益的解決方案，繼而又吸引更多患者加入平台。2020年，智能患者管理解決方案的毛利率增加，是由於規模經濟增長推動收益增加，從而提高營運槓桿。我們2020年的收益較2019年有所增加，是由於我們的客戶購買更多的解決方案來開發患者教育內容。受益於我們的患者教育系統，我們能夠為更多疾病開發內容，並以更具成本效益的方式提供增強版患者教育模塊(包括具有更高利潤的流媒體模塊)。2019年，智能患者管理解決方案的毛利率增加，是由於僱員福利開支減少致使收益增加及銷售成本減少。為推動智能患者管理解決方案增長，我們於2018年產生更多僱員福利開支以開發患者教育系統，但該開支於2019年有所下降。我們2019年的收益較2018年有所增加，是由於我們的客戶購買更多的解決方案來開發患者教育內容。受益於我們的患者教育系統，我們能夠為更多疾病開發內容，並以更具成本效益的方式提供患者教育模塊。

下表載列所示期間的主要財務比率／指標：

	於12月31日		
	2018年	2019年	2020年
<b>盈利能力</b>			
總收益增長(%)	—	45.7	75.6
毛利率 <sup>(1)</sup> (%)	59.8	63.5	73.2
純利率 <sup>(2)</sup> (%)	17.0	25.7	39.9

## 概 要

	於12月31日		
	2018年	2019年	2020年
<b>流動資金</b>			
流動比率 <sup>(3)</sup> .....	1.9	2.2	3.3
速動比率 <sup>(4)</sup> .....	1.9	2.2	3.3

附註：

- (1) 毛利率按毛利除以收益計算。
- (2) 純利率按淨利潤除以收益計算。
- (3) 流動比率按流動資產除以流動負債計算。
- (4) 速動比率按流動資產減存貨再除以流動負債計算。

### 若干營運數據

下表載列截至所示日期及所示期間的若干營運數據：

	於12月31日		
	2018年	2019年	2020年
註冊用戶數目(百萬人) .....	2.5	3.0	3.5
註冊醫師用戶數目(百萬人) .....	2.0	2.2	2.4

	截至12月31日止年度		
	2018年	2019年	2020年
<b>精準營銷及企業解決方案：</b>			
醫療客戶數目 <sup>(1)</sup> .....	42	61	81
醫療產品數目 <sup>(2)</sup> .....	99	144	191
參與付費點擊的醫師(千人) .....	228.3	295.2	403.2
付費點擊次數(百萬) .....	1.6	2.7	4.8
<b>醫學知識解決方案：</b>			
付費用戶(千人) .....	14.1	88.0	159.3

附註：

- (1) 指期內使用我們精準營銷及企業解決方案的醫療客戶數目。
- (2) 指期內使用我們精準營銷及企業解決方案營銷的醫療產品數目。

---

## 概 要

---

我們的平台提供豐富且優質的內容，吸引著更多醫師加入平台，提高了用戶參與度。因此，營業紀錄期間，我們的註冊用戶數目、註冊醫師用戶數目及付費用戶皆有所增加。醫師用戶群的增加及用戶參與度的提高吸引了更多製藥及醫療設備公司使用我們的平台，從而促進營業紀錄期間更多醫療客戶及醫療產品使用我們的精準營銷及企業解決方案。我們為參與付費點擊的醫師提供定制內容，主要自付費點擊次數賺取收益。得益於醫療客戶群的持續擴張，以及使用我們解決方案的醫療產品數增加，營業紀錄期間，參與付費點擊的醫師數目及付費點擊次數皆有所增加。

### 申請於聯交所上市

我們已向聯交所申請批准全球發售的已發行及將予發行股份(包括可能因行使超額配股權而發行的任何股份及可能因行使根據購股權計劃已授出或將授出的購股權而發行的任何股份)上市及買賣。

### 全球發售

本招股章程乃就作為全球發售一部分的香港公開發售而刊發。全球發售由以下部分組成：

- (a) 香港公開發售，按下文「全球發售的安排 — 香港公開發售」一節所述在香港初步提呈發售15,510,000股發售股份(可予調整)；及
- (b) 國際發售，根據S規例於美國境外及根據第144A條或《美國證券法》其他豁免登記規定於美國境內向合資格機構買家初步提呈發售139,586,000股發售股份(可予調整及視乎超額配股權行使與否而定)。

投資者可根據香港公開發售申請香港公開發售股份，或根據國際發售申請或表示有意認購國際發售股份，但兩者不可同時進行。

### 近期發展

於2021年3月29日，我們進行股份拆細，將本公司法定股本中每股面值0.01美元的現有已發行及未發行普通股拆分為1,000股每股面值0.00001美元的普通股，而本公司的法定股本更改為500,000美元，分為50,000,000,000股每股面值0.00001美元的股份。本公司的已發行股份總數由535,080股股份增至535,080,000股股份。

我們2021年的溢利將受到以下各項的不利影響：(i)預期上市開支為人民幣25.3百萬元，導致行政開支增加；(ii)預期股份支付薪酬開支導致僱員福利開支增加；及(iii)預扣稅人民幣7.1百萬元將於截至2021年12月31日止年度在我們的財務報表入賬，該預扣稅與2021年6月18日宣派的人民幣92百萬元特別中期股息有關。除非我們能實現充足增長以抵銷有關不利影響，否則我們2021年的溢利將較2020年下降。

我們已於2021年3月29日採納首次公開發售前購股權計劃，據此，我們已於2021年4月2日向62名承授人授出可認購合共26,754,000股股份的首次公開發售前購股權。因此，我們將產生股份支付薪酬開支，對我們的經營業績有不利影響。

於2021年4月30日，我們的流動資產淨值為人民幣161.4百萬元。截至同日，我們並無任何銀行借款。此外，截至2021年4月30日，截至2020年12月31日未扣減虧損撥備的貿易應收款項人民幣39.5百萬元(佔貿易應收款項的91.8%)經已結清。截至2021年4月30日，截至2020年12月31日的合約資產人民幣8.2百萬元(佔合約資產的52.3%)經已結清。截至2021年4月30日，截至2020年12月31日的貿易應付款項人民幣1.1百萬元(佔貿易應付款項的17.6%)經已結清。

經過董事認為適當的充分盡職審查並且仔細考慮後，董事確認截至本招股章程日期，我們的財務或經營狀況或前景自2020年12月31日(本招股章程附錄一所載會計師報告的申報期間結束日期)以來並無重大不利變動，且自2020年12月31日以來並無事件可能會對本招股章程附錄一所載會計師報告的資料有重大影響。

### 新冠疫情對我們營運的影響

我們主要自線上專業醫師平台產生收益。由於我們的大部分解決方案通過平台提供，我們並未經歷任何重大困難或因新冠疫情爆發相關中斷導致我們無法履行現有合約下的義務。我們亦未遭受因新冠疫情導致的服務供應商之重大服務中斷。因此，新冠疫情並未對我們的經營業績、財務狀況或發展計劃產生重大不利影響。

為進一步遏制新冠疫情的蔓延，中國政府於新冠疫情爆發期間採取一系列舉措，其中包括強制隔離檢疫安排、出行限制、遠程辦公安排及公共活動限制等。新冠疫情亦導致中國許多公司辦事處及其他類型的辦公場所臨時關閉。由於疫情，我們的北京總部於2020年2月關閉三周，在此期間僅有少數員工（主要為客戶服務部門的員工）在北京總部值班，其餘員工則遠程工作。關閉期間結束後，我們的北京員工開始返回辦公室工作，我們已於2020年3月全面恢復運營。此外，由於實施的出行限制及社交距離措施，我們一些面對面溝通工作（例如與醫療客戶的諮詢及內容開發會議）於新冠疫情爆發期間受到影響。為應對疫情，我們已採取一系列措施，包括暫時關閉辦公室，安排員工遠程工作以保證我們平台於新冠疫情期間的順暢運營，限制或暫停差旅以及鼓勵僱員接種疫苗。本集團亦就應對新冠疫情爆發採取衛生及預防措施，成立防疫小組協調落實防疫措施。我們每天對辦公場所進行消毒，確保僱員的衛生及安全。為監測僱員的健康狀況，我們對進入辦公室的員工測溫，並要求北京的員工出示北京健康寶（北京政府用於追蹤有關人員有否到訪任何新冠疫情高風險地區的手機應用）上的健康狀態。出現呼吸系統疾病症狀的僱員應直接向防疫小組報告並就近就醫。我們強制對進入我們物業的僱員及訪客進行手部消毒，並為僱員提供個人防護用品，如外科口罩及消毒液。我們鼓勵員工減少與客戶及供應商的面對面會議及拜訪，轉為通過電話、電子郵件等溝通平台進行溝通。我們亦建議彼等避免去擁擠的場所及保持社交距離，避免傳播新冠病毒，並建議彼等保持良好的衛生習慣。我們相信該等措施將有效降低新冠病毒於我們僱員傳播的風險。我們的僱員中並無新冠病毒確診病例。我們亦已制定業務持續及防疫計劃，避免疫情對我們的日常運營造成重大干擾，尤其是減輕業務中斷帶來的

---

## 概 要

---

任何負面影響及保持我們的盈利能力，包括將基層員工留在崗位，維持最少的員工人數以支持運營，安排大部分員工遠程辦公，以便我們能夠繼續通過電子媒體及電話提供服務，並為產品採購保留至少一位供應商。鑑於該等計劃下的相關措施，目前預期我們維持平台運營的能力不會面臨重大挑戰。

儘管中國在2020年6月底放鬆了國內出行限制及社交距離措施，但新冠疫情在全球大量國家蔓延，造成並有可能加劇全球經濟困境，目前無法合理估計新冠疫情的持續時間和影響程度。疫情對我們日後經營業績及財務狀況的影響程度將取決於其未來發展，而這是高度不確定和無法預測的。

於2020年12月31日，我們擁有現金及現金等價物約人民幣147百萬元。於2020年，我們的經營活動所得現金流量淨額約為人民幣111百萬元。於2021年6月18日，我們宣派有條件特別中期股息人民幣92百萬元，預期在上市後分派。我們相信，我們的流動資金足以順利應付長期的不明朗因素。

經考慮(i)我們的營運及業務受新冠疫情爆發不利影響的最壞情況；(ii)我們可動用的財務資源(包括現金及現金等價物及預期用作營運資金及一般企業用途的全球發售估計所得款項淨額部分)；(iii)2021年6月18日宣派而預期在上市後分派的人民幣92百萬元有條件特別中期股息；及(iv)結算貿易應收款項及貿易應付款項的審慎估計，我們相信我們大有能力管理業務營運，妥善兼顧業務擴充與營運效率。因此，我們認為我們可再動用內部資源及按發售價的最低價格計算指定作一般營運資金及業務用途的全球發售所得款項淨額，且可維持超過五年的財務上自給自足。

根據弗若斯特沙利文報告，將新冠疫情爆發的任何潛在影響納入考量後，由於中國製藥及醫療設備公司將繼續尋求更大效應的營銷活動，其數字營銷支出(即我們的主要收益來源)將在2021年持續高速增長。根據弗若斯特沙利文報告，新冠疫情的爆發促

## 概 要

進並加速醫療服務的數字化。數字醫療營銷，尤其是精準數字醫療營銷，獲製藥及醫療設備公司廣泛認可為於中國開展醫療營銷的一種具成本效益的方式，預計這將導致日後製藥及醫療設備公司從根本上轉向更為數字化的醫療營銷。

### 發售統計數據

下表載列的所有統計數據均基於2021年3月29日實施的將一股股份分拆為1,000股股份的股份拆細及以下假設：(i)全球發售已完成且根據全球發售已發行155,096,000股發售股份；及(ii)於全球發售完成後，已發行及流通690,176,000股股份。

	按發售價24.10港元計算	按發售價27.20港元計算
股份的市值 <sup>(1)</sup> .....	16,633.2百萬港元	18,772.8百萬港元
每股股份未經審核備考經調整有形資產淨值 <sup>(2)</sup> .....	5.39港元(人民幣4.48元)	6.06港元(人民幣5.04元)

附註：

- (1) 市值按緊隨全球發售完成後預計發行690,176,000股股份計算。
- (2) 截至2020年12月31日的每股股份未經審核備考經調整有形資產淨值乃於作出附錄二所述的調整後，按緊隨全球發售完成後預計發行690,176,000股股份計算。
- (3) 於2021年6月18日，我們基於2020年12月31日本集團可分派予股東的儲備宣派特別中期股息人民幣92百萬元(「特別股息」)，按50：50的比例派付全部現有股東、Tiantian及M3，惟有待上市方可作實。本公司擁有人應佔2020年12月31日已就特別股息調整的本集團每股股份未經審核備考經調整綜合有形資產淨值為5.23港元(相當於人民幣4.35元)或5.90港元(相當於人民幣4.91元)，分別基於發售價24.10港元或27.20港元計算，且預期緊隨全球發售完成後已發行690,176,000股股份。

有關股東應佔每股股份未經審核備考經調整有形資產淨值的計算，請參閱附錄二「A. 未經審核備考經調整綜合有形資產淨值報表」一節。

### 上市開支

根據發售價中間價25.65港元計算，有關全球發售的估計上市開支總額約為人民幣172.4百萬元(假設並無行使超額配股權，且全球發售的所有酌情獎勵費已悉數支付)，佔全球發售所得款項總額約5.2%(假設並無行使超額配股權)。營業紀錄期間並無產生上市開支。我們估計將產生上市開支人民幣172.4百萬元，其中人民幣25.3百萬元將於2021年自我們的合併損益表扣除。餘額約人民幣147.1百萬元(主要包括包銷佣金)預計於全球發售完成時作為權益扣除項目入賬。

### 未來計劃及所得款項用途

經扣除我們就全球發售已付及應付的包銷佣金及其他估計開支後，假設發售價為每股股份25.65港元(即指示發售價範圍每股股份24.10港元至27.20港元的中間價)，且並無行使超額配股權，我們估計全球發售所得款項淨額約為3,770.8百萬港元。我們擬將全球發售所得款項淨額用於以下用途：

- 所得款項淨額約40%(約1,508.3百萬港元)擬用於在未來三至五年內擴展業務，包括開發及增加解決方案種類、擴闊客戶基礎、提高客戶忠誠度及促進用戶增長與參與度；
- 所得款項淨額約30%(約1,131.2百萬港元)擬用於在未來三至五年內投資技術及提高研發能力；
- 所得款項淨額約20%(約754.2百萬港元)擬用於有精心挑選戰略投資或收購機會；及
- 所得款項淨額約10%(約377.1百萬港元)擬用作一般補充營運資金及其他一般企業用途。

---

## 概 要

---

我們擬將所得款項總額的7.8百萬港元用於償還來自Tiantian的免息貸款1.0百萬美元，該筆款項為非貿易性質且將於上市時到期應付。我們已將該貸款所得款項用作支付應付中國境外專業服務供應商的若干上市開支。由於我們未於中國境外持有現金，為節省付款處理時間，我們使用自Tiantian借入的免息貸款支付該等開支。營業紀錄期間及截至最後可行日期，有關本集團營運的成本或開支或資本開支並非由本集團任何關聯人士或關連人士或任何其他第三方在並無向本集團收回的情況下承擔。

倘發售價定於指示發售價範圍的最高點或最低點，則全球發售所得款項淨額將分別增加或減少約230.2百萬港元。在此情況下，我們將按比例增加或減少分配於上述用途的所得款項淨額。

倘超額配股權獲悉數行使，假設發售價為每股股份25.65港元(即指示發售價範圍的中間價)，則額外的所得款項淨額約為571.3百萬港元。根據超額配股權，我們或須發行合共不超過23,264,000股額外股份。

### 股息政策

營業紀錄期間，我們並無向股東宣派任何股息。於2021年6月18日，我們基於2020年12月31日本集團可分派予股東的儲備宣派特別中期股息人民幣92百萬元，按50：50的比例派付全部現有股東、Tiantian及M3，惟有待上市方可作實。金葉天成將首先向Kingyee HK宣派及派付股息人民幣92百萬元。Kingyee HK隨後將向本公司宣派及支付相同金額，本公司將向Tiantian及M3支付相同金額作為特別中期股息。特別中期股息將於2021年9月30日前支付予Tiantian及M3，資金將來自本公司的現金及銀行結餘以及經營活動所得現金流量。就特別股息而言，中國法律顧問認為，相關中國法律及法規並不禁止我們的中國附屬公司向其股東(包括境外股東)分派可分派溢利。然而，我們的中國附屬公司向境外股東的有關分派將產生分派金額10%的預扣稅。鑑於特別中期股息為人民幣92百萬元，則預扣稅預期將為人民幣9.2百萬元。截至2020年12月31日，我們為有關預扣稅計

---

## 概 要

---

提人民幣2.1百萬元。根據香港會計準則第12號(所得稅)，餘下預扣稅人民幣7.1百萬元將於截至2021年12月31日止年度在我們的財務報表入賬，預扣稅對截至2021年12月31日止年度的淨利潤產生負面影響。

我們日後可能以現金或我們認為合適的其他方式派發股息。根據開曼群島法律，本公司可自溢利(已變現或未變現)或股份溢價賬的進賬派付股息，惟上述派付不得導致本公司無力償還在日常業務中到期應付的債項。宣派及派付任何股息的決定須獲董事會酌情批准。此外，財政年度的任何末期股息須獲股東批准。董事會將不時基於以下因素檢討股息政策，以決定是否宣派及派付股息：(i)經營業績；(ii)現金流量；(iii)財務狀況；(iv)股東的利益；(v)一般業務狀況及策略；(vi)資本需求；(vii)附屬公司向我們派付的現金股息；及(viii)董事會可能視為相關的其他因素。