
概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，故並不包括對閣下而言可能屬重要的所有資料。此外，任何投資均涉及風險。有關投資發售股份的若干特定風險載於「風險因素」。閣下於決定投資發售股份前務請細閱全份文件。

概覽

關於我們

我們為醫院和藥店提供醫療用品和SaaS產品，為製藥公司提供數字營銷服務，為患者提供在線問診和處方開具，所有均圍繞著慢病管理。我們一直、並預期在不久的將來繼續通過向醫院和藥店銷售醫療用品產生大部分收入。

我們通過為醫療價值鏈上的所有主要參與者(包括醫院、藥店、製藥公司、患者和醫生)提供解決方案，期望引領中國數字化慢病管理市場。根據弗若斯特沙利文報告，基於截至2021年12月31日止的中國醫院和藥店SaaS部署量以及截至2021年透過我們的服務開出的在線處方量，我們是中國最大的數字化慢病管理解決方案提供商。

我們提供院內解決方案、藥店解決方案及個人慢病管理解決方案。我們的院內解決方案包括銷售醫療器械、耗材及藥品、醫院SaaS及面向製藥公司的數字營銷服務。我們主要銷售醫療器械及耗材，以滿足醫院對患者慢病管理的需求。我們的醫院SaaS產品提高了院內慢病管理的效率和效果。利用我們的醫院網絡，我們還為製藥公司提供數字營銷服務，主要針對與慢病管理相關的藥物。我們的藥店解決方案包括銷售醫療器械、耗材、藥品及其他類別商品以及我們的藥店SaaS。我們向藥店出售的醫療用品主要與慢病管理有關，而我們的藥店SaaS產品使藥店擁有線上開方和配藥的能力。我們的個人慢病管理解決方案將醫生與患者聯繫起來，為慢病管理實現院外問診和處方開具。我們的收益來源包括產品收入及服務收入。我們主要通過銷售醫院及藥店用品以及個人慢病管理產品產生收益。我們亦通過提供數字營銷、SaaS及其他服務產生收益。

我們的解決方案及收入來源

中國擁有世界上最大的慢病患者群體，針對慢病的醫療支出在醫療整體支出中佔很大比重。根據弗若斯特沙利文報告，2020年中國患者在慢病管理方面的支出約為人民幣4.1萬億元。慢病患者通常需要持續的醫療護理和大致相同的處方，也需要院內和院外的服務，而根據弗若斯特沙利文報告，中國的醫療服務仍然主要集中在公立醫院。公立醫院也坐擁更多的醫療資源和醫患關係，對慢病患者很重要。

為抓住現有院內慢病管理市場並將該市場擴展到院外場景，我們採取了「醫院為先」戰略，為院內院外的患者提供完善的慢病管理體驗。我們吸引醫院、藥店、製藥公司、醫生及患者，並為他們提供解決方案，涵蓋主要慢病，如心血管疾病(如高血壓和高脂血症)和糖尿病等。

概 要

通過我們提供的全面的院內解決方案、藥店解決方案和個人慢病管理解決方案，我們覆蓋了院內院外數字化慢病管理的全生命週期。我們的收益來源包括產品收入及服務收入。我們主要通過銷售醫院及藥店用品以及個人慢病管理產品產生收益。我們亦通過提供數字營銷、SaaS及其他服務產生收益。院內解決方案、藥店解決方案及個人慢病管理解決方案下銷售的醫療器械及耗材的性質、功能與類型存在差異。院內解決方案銷售的醫療器械及耗材供醫院使用，通常需要患者到醫院就診。相比之下，藥店解決方案及個人慢病管理解決方案銷售的醫療器械及耗材多為供家庭使用。我們的數字營銷服務實現了快速增長，該部分毛利率相對較高，於2019年推出數字營銷服務以來貢獻較大部分的毛利。



下列為於所示年度我們按解決方案種類及收益來源劃分的收入明細，以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)					
收入：						
院內解決方案	177,216	33.8	422,175	50.3	1,272,738	72.4
銷售醫院醫療用品	129,911	24.7	250,124	29.8	854,114	48.6
醫院SaaS	11,857	2.3	22,660	2.7	15,666	0.9
數字營銷	35,448	6.8	149,391	17.8	402,958	22.9
藥店解決方案	326,887	62.3	345,607	41.2	349,967	19.9
銷售藥店醫療用品	326,863	62.3	330,480	39.4	300,961	17.1
藥店SaaS	24	0.0	15,127	1.8	49,006	2.8
個人慢病管理解決方案及其他	20,335	3.9	71,341	8.5	134,026	7.7
慢病產品	15,704	3.0	34,846	4.2	53,031	3.0
高端會員服務	—	—	14,211	1.7	22,688	1.3
其他 ⁽¹⁾	4,631	0.9	22,284	2.6	58,307	3.4
共計	524,438	100.0	839,123	100.0	1,756,731	100.0

附註：

- (1) 其他包括保險經紀服務、廣告代理服務及其他。我們通過保險經紀服務向客戶銷售不同保險公司的醫療保險產品。我們通過廣告代理服務擔任若干客戶的代理，協助其獲得媒體平台的廣告時間。

院內解決方案

我們的院內解決方案包括醫院醫療用品供應(醫療器械、耗材和藥品)，我們的醫院SaaS，以及我們向製藥公司提供的數字營銷服務。就院內解決方案而言，我們於往績記錄期間主要通過銷售醫院醫療用品產生收益。憑藉我們的醫院網絡，我們直接或間接通過經銷商為供應商向我們的終端醫院客戶分銷醫院醫療用品。我們提供的醫院用品主要與慢病相關(如血糖儀、血糖試紙和生命體征監測儀)，以滿足醫院為患者進行慢病管理的需求。於往績記錄期間，根據我們的內部記錄及就董事所深知，我們並無直接或間接向公共醫療機構銷售藥品，及考慮到中國現行「兩票制」法規，我們亦無此意向。有關詳情，請參閱「業務 — 風險管理和內部監控 — 兩票制及採用帶量採購方法的國家集中採購」。我們的醫院SaaS智雲醫匯於2016年推出，是中國首款將院內慢病管理流程數字化和標準化的產品；利用我們的醫院網絡，我們還為製藥公司提供數字營銷服務，主要針對與慢病管理相關的藥物，以提高該等藥物的知名度並支持臨床決策。我們的數字營銷服務實現了快速增長，該部分毛利率相對較高，於2019年推出數字營銷服務以來貢獻較大部分的毛利。

我們通過「觸達、部署、商業化」模式(又稱AIM模式)拓展我們在醫院的業務。該三輪驅動的模式集中體現了我們與醫院接觸並建立業務關係，部署醫院SaaS產品以增加醫院粘性，以及通過院內解決方案發掘商業化機會的業務拓展模式。截至2021年12月31日，已部署智雲醫匯的醫院超過2,300家，其中包括在第三方醫療研究公司艾力彼醫院管理研究中心排名的中國百強醫院中的33家。截至2021年12月31日，我們已經與15家製藥公司簽約，為他們提供數字營銷服務。我們的院內解決方案讓我們成功地與醫院建立深度聯繫，為我們將業務擴展到院外場景奠定了堅實的基礎。

藥店解決方案

我們的藥店解決方案通過我們的藥店醫療用品供應(醫療器械、耗材、藥品和其他類別商品)以及我們的藥店SaaS，滿足了慢病患者對院外問診和處方開具服務的需求。就藥店解決方案而言，我們於往績記錄期間主要通過銷售藥店醫療用品產生收益。我們直接或通過經銷商間接提供主要與慢病管理相關的藥店醫療用品。憑藉我們的藥店網絡，我們通過批發給經銷商或直接銷售給終端客戶為供應商向我們的終端藥房客戶分銷藥店用品。我們的藥店SaaS賦能藥店進行線上開方和配藥。我們亦提供增值服務，如在微信小程序上提供電子商務解決方案的新零售服務，以及庫存管理服務。

以往，我們的藥店解決方案業務僅包括藥店醫療用品銷售。我們於2019年上半年推出藥店SaaS智雲問診。截至2021年12月31日，中國已有超過172,000家藥店安裝了該產品。根據弗若斯特沙利文報告，佔中國藥店總數的比例約30%，就藥店安裝數量而言，我們是中國最大的藥店SaaS產品提供商。

個人慢病管理解決方案

我們個人慢病管理解決方案主要通過我們的醫生與患者移動應用程序、小程序及微信公眾號將醫生與患者聯繫起來，為慢病患者實現院外監測、問診和處方開具。就

概 要

個人慢病管理解決方案而言，我們於往績記錄期間主要通過銷售個人慢病管理解決方案的慢病產品產生收益。透過該解決方案，我們的在線問診和處方開具服務為患者提供便捷、高效及全面的在線問診和處方履行體驗，以及「隨時隨地」的醫療健康管理平台，我們相信這可以解決慢病患者的長期醫療需求。截至2021年12月31日，我們擁有超過87,000名註冊醫生及約2,380萬註冊用戶。我們依托於三家線下持牌醫療機構(包括一間自有機構及兩間第三方機構)建立三間自有持牌的互聯網醫院，以允許我們在中國各省份通過線上平台提供在線問診和處方開具服務，該方式符合相關規定要求。我們專注為患者提供線上服務，而我們的自有線下醫療機構於往績記錄期間一般不提供任何服務。我們的在線問診及處方開具服務專注於慢病管理，這需要長期的治療、覆診及慢病管理。我們的線上醫院不向患者提供初步診斷或身體診斷，因此我們的服務重點向已經在其他地方獲得初步診斷並需要覆診的慢病患者提供服務。由於互聯網運營特性，我們的互聯網醫院無法進行身體診斷或親身治療，平台醫生或會要求相關患者定期前往符合資質的線下醫院根據平台要求及醫生對患者的專業職責，接受必要治療及／或診斷。

通過解決方案，我們能夠為大量個人用戶提供服務。根據弗若斯特沙利文報告，2021年，透過我們的服務開出約153.4百萬張處方，就處方量而言，我們已成為中國最大的線上醫療服務提供商。

我們解決方案的財務表現

下表載列於所示年度我們的院內解決方案、藥店解決方案及個人慢病管理解決方案等解決方案的收入明細，均以絕對值及佔總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
			(以千計，百分比除外)			
收入：						
院內解決方案.....	177,216	33.8	422,175	50.3	1,272,738	72.4
藥店解決方案.....	326,887	62.3	345,607	41.2	349,967	19.9
個人慢病管理解決方案及其他 ⁽¹⁾ ..	20,335	3.9	71,341	8.5	134,026	7.7
共計.....	524,438	100.0	839,123	100.0	1,756,731	100.0

附註：

(1) 其他包括保險經紀服務、廣告代理服務及其他。

概 要

下表載列於所示年度我們按產品及服務劃分的收入明細，均以絕對金額及佔總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
收入						
產品收入						
銷售醫院及藥店用品以及個人慢病管理產品.....	472,478	90.1	615,450	73.3	1,208,106	68.8
服務收入						
數字營銷.....	35,448	6.8	149,391	17.8	402,958	22.9
SaaS及其他 ⁽¹⁾	16,512	3.1	74,282	8.9	145,667	8.3
共計.....	<u>524,438</u>	<u>100.0</u>	<u>839,123</u>	<u>100.0</u>	<u>1,756,731</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 包括醫院及藥店SaaS的訂閱費產生的收入、個人慢病管理解決方案的服務費及會員費及其他收入。

我們的商業化方法

我們的三個解決方案有著多樣的商業化方法：

在我們的院內解決方案下，我們尋求透過「AIM」模式發展我們的業務並推動商業化，在該模式下，我們協同努力，以(i)透過我們的SaaS業務能力，觸達醫院並持續合作以建立密切的業務關係，(ii)設法部署醫院SaaS以增加醫院粘性，及(iii)透過醫院用品及數字化營銷服務(同時在較小程度上依賴醫院SaaS)以探索商業化機會。因此，於往績記錄期間，我們通過以下方式產生收入：

- **銷售醫院用品。**利用我們與醫院的密切合作關係、我們的醫院SaaS的部署以及我們與大量製藥和醫療器械公司的合作夥伴關係，我們向醫院銷售醫院用品，包括醫療器械、耗材和藥品。我們通過直接銷售或分銷商銷售醫院用品。於2019年、2020年及2021年，直接或間接向我們採購醫院用品的醫院數量分別為1,016、1,431及2,101間。
- **數字營銷。**我們為製藥公司提供數字營銷服務，我們從我們幫助向我們龐大的醫院和醫生網絡推廣的藥品中從製藥公司客戶的銷售收入中提取一定比例。通過我們的醫院SaaS，我們能夠增加若干藥品的曝光率，並為製藥公司展示和提升品牌知名度。我們按績效基準從數字營銷服務中賺取收入，我們從我們為其提供數字市場服務的製藥公司客戶就特定地區的特定SKU所產生的收入中分成一部分；及
- **醫院SaaS。**我們收取醫院SaaS的訂閱費。我們的醫院SaaS旨在將慢病管理數字化，以提高醫院的運營效率和治療效果。我們的醫院SaaS一般採用了訂閱費模式，年費人民幣250,000元作為基礎套餐。

我們的藥房解決方案包括藥房用品(藥店解決方案的主要收入來源)和藥房SaaS。因此，於往績記錄期間，我們通過以下方式產生收入：

概 要

- **銷售藥店用品**。我們利用自身對中國醫療衛生行業的瞭解、與製藥公司的關係以及能接觸到上游供應商，向藥店銷售藥店用品，包括醫療器械、耗材、藥品和其他類別商品。於2019年、2020年及2021年，我們藥店用品的交易客戶數量分別為343、327及683家；及
- **藥店SaaS**。我們就我們的藥店SaaS（我們於2019年推出）收取訂閱費。我們為無預約患者在藥店內開具處方提供了便利，並幫助藥店管理其庫存及通過微信小程序開設線上藥店。我們通過向使用我們的藥店SaaS的藥店收取訂閱費而獲得收入，訂閱費按店收取年費，年費介乎約人民幣1,000元至人民幣17,000元，視所選服務而定。

在我們的個人慢病管理解決方案及其他下。我們提供個人的慢病管理平台醫雲健康，在這個平台上，用戶可以隨時隨地獲得慢病的即時、專業護理和其他健康管理服務。於往績記錄期間，我們通過以下方式產生收入：

- **慢病產品**。我們自慢病產品產生收入，包括醫療器械、耗材、藥品和其他類別商品。持有智雲健康處方的患者可以輕鬆地向我們的在線零售電子商務平台「健康商城」提交購買藥品的請求，該平台將把請求分配給有此訂單庫存且離患者最近的合作藥店或自營藥店，迅速順利完成為慢病患者獲取必要的藥品。我們還經營一些線上和線下藥店，如果用戶直接從我們處購買藥品和醫療器械及用品，我們就會從銷售中獲得收入。
- **高端會員服務**。我們的高端會員不僅包括購買我們會員資格的個人，還包括通過合作保險公司和企業僱主而成為會員的用戶。我們為高端會員提供全面和個性化的增值服務。高端會員價格為每年人民幣68元和人民幣599元，視會員級別而定；及
- **其他**。我們的其他收入包括保險經紀服務和廣告代理服務及其他。

行業機遇和我們的競爭優勢

數字慢病市場

我們渴望通過我們的解決方案引領中國數字化慢病管理市場。中國數字慢病管理市場的市場規模由2016年的人民幣578億元增長至2020年的人民幣1,761億元，期間的複合年增長率為32.1%。預期至2025年將進一步增長至人民幣8,001億元及2030年的人民幣18,085億元，2020年至2025年複合年增長率為35.4%，而2025年至2030年的複合年增長率為17.7%。

我們如何服務於數字慢病市場

我們向醫院提供我們的醫院SaaS及用品，以使院內慢病管理流程數字化和標準化，不僅集中、簡化和自動化其工作流程，亦便於EMR的創建、管理、分析。我們的醫院解決方案專為慢病管理而設計，以提高醫院的運營效率和治療效果。通過為醫院提供數字化解決方案，我們建立了穩固關係，並能夠通過醫院用品、數字營銷服務及醫院SaaS尋求商業化。

概 要

我們了解慢病管理是一個複雜的過程，涉及長期及定期就診，需要患者與醫療服務提供者(包括醫生、醫院和藥店)之間的頻繁互動。通過利用我們在服務醫院方面的成功，我們已將我們的解決方案擴展到覆蓋慢病管理的全生命週期並為醫療體系內藥店、患者和製藥公司等更多利益相關者提供價值主張。為了在院外環境中提供優質的醫療服務，我們推出並加強了藥店解決方案及個人慢病管理解決方案，以實現藥店及家庭醫療諮詢和開具處方。

我們的競爭優勢

我們相信，與我們的行業同行和其他提供現成類似產品和數字慢病管理解決方案服務選擇的潛在大型科技公司相比，我們處於有利地位。

不同於部分行業參與者，我們一直致力於落實「醫院為先」戰略，專注服務於醫院的慢病管理臨床需求，因為我們了解，中國的慢病管理集中於院內醫療護理服務。醫院是通常開始慢病管理流程、培養醫患關係的地方，需要數字化解決方案來提高運營效率，實現遠程診斷、管理和開具處方，尤其考慮到中國醫療資源的稀缺和分佈不均的問題則更是如此。與通過大眾營銷獲取用戶相比，我們的醫院優先方法使我們能夠與具有精確需求的個人用戶建立信任，從而實現較高的獲客效率。因此，我們相信我們能夠將我們的資金有效地用於產品開發，打造一個具有明確盈利途徑的強大商業模式。

我們努力提供獨特的解決方案，作為連接醫療系統內各種利益相關者的基礎設施。我們的醫院SaaS是一個可以滿足醫院運營需求的戰略產品。通過實施我們院內解決方案的「AIM」模式，我們建立並加強了與醫院的粘性關係，並主要通過醫療用品和數字營銷服務有效地進行商業化。同樣，我們的藥店SaaS旨在為患者提供更便捷、更好地獲取醫療資源，允許患者幾乎隨時隨地購買非處方藥和處方藥。根據弗若斯特沙利文的資料，就於2021年12月31日的醫院和藥店SaaS部署量分別而言，我們是中國最大的數字化慢病管理解決方案提供商。

醫療服務能力和合規理念是我們成功的重要保障。與其他同行相比，我們通過提供涵蓋整個患者療程的數字解決方案脫穎而出，旨在提高整體慢病管理效率，讓患者更容易獲得優質醫療服務。除院內解決方案及藥店解決方案外，我們還提供優質及高效的個人慢病管理解決方案。根據弗若斯特沙利文的資料，於2021年，我們透過我們的服務開出約153.4百萬張處方，就處方量而言，我們是中國最大的線上醫療服務提供商。截至最後實際可行日期，我們的持牌互聯網醫院有超過94,000名註冊醫生。我們還開發並採用了人工智能技術，智能地將合適的醫生分配給尋求線上問診和處方開具的患者，並對每張處方進行評估和檢查。2021年，約99%的患者在180秒內收到了我們平台的回應。

我們相信，我們的潛在競爭優勢使我們能夠有效地獲取客戶並與我們的行業同行和提供類似產品及服務的大型科技公司競爭，從而促進我們的業務可持續性和盈利途徑。詳情請參閱「業務—我們的競爭優勢」及「業務可持續性」。

我們的競爭優勢

我們相信我們取得成功得益於以下競爭優勢。

- 開拓者及市場引領者；
- 擴展性強的商業模式；
- 院內院外寶貴的醫患關係；
- 強大的產品能力；及
- 極富遠見的管理團隊。

我們的成長戰略

我們擬採取以下戰略以取得進一步成功，維持我們的快速增長。

- 繼續擴大我們的醫院和藥店網絡；
- 繼續擴大我們的用戶和醫生群；
- 繼續投資於產品和技術創新；
- 繼續擴大我們在醫療價值鏈的佔有率並驅動商業化；及
- 繼續投資於戰略夥伴關係和收購。

我們的價值主張

我們產品和服務系列覆蓋了慢病管理價值鏈上的所有主要參與者。具體而言，我們已開發慢病管理生態系統，其解決方案覆蓋患者從入院到出院全部過程。據此，我們相信醫療體系內相關持份者，包括醫院、藥店、醫生及患者均將受益於我們的服務。

我們就院內院外場景為醫院、藥店、製藥公司、患者及醫生提供了具有吸引力的價值主張：

- 對醫院的價值主張
 - 解決醫院醫療用品需求
 - 數字化和標準化的治療過程
 - 通過數字營銷提供的額外服務
 - 優化的醫院分級
- 對藥店的價值主張
 - 種類更為廣泛的慢病管理用品
 - 為未約診顧客提供店內實時間診和處方開具服務
 - 拓寬獲客渠道
- 對製藥公司的價值主張
 - 有效的營銷服務
 - 觸達更多的醫生

概 要

- 對患者和其他個人用戶的價值主張
 - 高效和全面的線上問診和按方配藥
 - 24/7移動慢病管理
- 對醫生的價值主張
 - 在院外擴大與患者的聯繫
 - 多點執業機會

詳情請參閱「業務 — 我們的價值主張」。

我們的營運及財務業績

我們的營運表現

下表載列所示年度的主要營運數據：

院內解決方案

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
部署了我們醫院SaaS的醫院數量 ⁽¹⁾	377	1,705	2,369
SaaS付費醫院的數量.....	104	184	118
交易客戶(不包括製藥公司)數量 ⁽²⁾	309	436	949
直接或間接向我們採購醫院用品的醫院數量 ⁽³⁾	1,016	1,431	2,101
直接或間接向我們採購醫院用品的醫院的留存率 ⁽⁴⁾	67%	75%	77%
交易製藥公司數量 ⁽⁵⁾	5	13	15
數字營銷服務營銷的SKU數量 ⁽⁶⁾	6	16	22

附註：

- (1) 部署了我們醫院SaaS的醫院數量為截至各相應年度結束日的累計總數。
- (2) 包括於各年度我們通過其將醫療器械、耗材及藥品銷售給終端醫院客戶的經銷商，以及我們通過其將我們的醫院SaaS銷售給終端醫院客戶的經銷商，以及直接從我們處採購醫療器械、耗材及藥品或我們的醫院SaaS的醫院。
- (3) 根據我們的內部記錄及我們於最後實際可行日期可得的資料。
- (4) 特定期間內直接或間接向我們採購醫院用品的醫院留存率按以下兩項的比值計算：(i)於特定年度及緊接特定期間前的年度已經直接或間接向我們採購醫院用品的醫院數量，及(ii)於緊接特定年度前之年度已經直接或間接向我們採購醫院用品的醫院數量。直接或間接向我們購買醫院用品的醫院數量乃根據我們的內部記錄及我們於最後實際可行日期可得的資料得出。
- (5) 交易製藥公司數量為我們於相關年度向其提供數字營銷服務的製藥公司數量。
- (6) 於有關年度通過數字營銷服務營銷的SKU數量。

概 要

安裝我們的醫院SaaS的醫院數目於往績記錄期間整體有所增加，因為我們透過「AIM」模式繼續擴展我們的醫院網絡。我們交易客戶(不包括製藥公司)的數量以及直接或間接向我們購買醫院用品的醫院數量出現大幅增加。

藥店解決方案

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
部署了我們藥店SaaS的藥店數量 ⁽¹⁾	3,002	111,413	172,279
SaaS付費的藥店數量.....	2,346	44,068	84,389
交易客戶數 ⁽²⁾	343	327	683

附註：

- (1) 部署了我們藥店SaaS的藥店數量為截至各相應年度結束日的累計總數。
- (2) 包括於有關期間我們透過其向藥店最終客戶銷售醫療器械、耗材、藥品及其他類別商品的經銷商以及直接向我們採購醫療器械、耗材、藥品及其他類別商品的連鎖藥店公司，惟不包括未直接或間接向我們購買此類產品的SaaS付費客戶。

安裝我們的藥店SaaS的藥店數目自2019年即我們開始提供該等服務之時起整體有所增加。藥店數目自2019年至2021年顯著增長，因為我們繼續擴展我們的藥店網絡，吸引了不少大型藥店連鎖客戶。隨著安裝了我們藥店SaaS的藥店數目增加，SaaS付費的藥店數目亦在增加。

個人慢病管理解決方案及其他

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
付費個人用戶數量 ⁽¹⁾	39,692	365,786	660,535
註冊用戶數(百萬) ⁽²⁾	8.4	17.1	23.8

附註：

- (1) 付費個人用戶數量是指於相應期間內屬於付費會員或至少向我們有過一次購買行為的個人用戶數。
- (2) 註冊用戶數為截至各期結束日的累計總數。

隨著我們將更多的醫院、醫生及藥店引入我們的平台，我們的個人用戶群也在不斷擴大。註冊用戶人數截至2020年12月31日的1,710萬人增加至截至2021年12月31日的2,380萬人。

隨著我們個人用戶群的增長，我們專注於擴大第三方線上藥品銷售，並於2020年推出高端會員服務。因此，付費個人用戶的數目由2019年的39,692人反彈821.6%至2020年的365,786人，並於2021年達到660,535人。

概 要

我們的財務表現

於往績記錄期間，我們取得大幅增長。我們的收入由2019年的人民幣524.4百萬元增加60.0%至2020年的人民幣839.1百萬元並進一步增加109.4%至2021年的人民幣1,756.7百萬元。

於往績記錄期間，我們的收入來自三個收入來源：(i)院內解決方案，(ii)藥店解決方案，及(iii)個人慢病管理解決方案及其他。

於往績記錄期間，隨著我們業務的不斷增長和發展，我們的收入出現大幅增長，收入結構也發生了變化。我們於2016年為醫院推出醫院SaaS，於2017年與一家全球領先的慢病管理公司達成我們首個獨家合作，開展醫療器械和耗材區域銷售，同時繼續與其他供應商發展針對慢病管理的醫療器械和耗材經銷關係，並於2019年推出了提供在線問診和處方開具的藥店SaaS。2019年，我們總收入中的大部分乃通過利用與製藥公司的關係和與上游供應商合作，從藥店用品供應中產生。自2020年以來，隨著我們通過繼續實施「醫院為先」戰略和擴大我們的醫院網絡，加大我們的醫院醫療用品供應，改善數字營銷服務和醫院SaaS，我們的院內解決方案已成為我們最大的收入來源，於2020年及2021年分別佔我們總收入的50.3%和72.4%。在藥店解決方案業務中，我們的大部分收入從藥店用品供應中產生。然而我們的藥店SaaS自2019年推出以來，已成為越來越重要的收入來源，於2020年及2021年分別佔我們藥店解決方案總收入的4.4%和14.0%。隨著我們業務的增長和發展，我們可能會繼續經歷收入結構的轉變。於往績記錄期間，我們的大部分收入來自銷售醫院醫療用品、藥店醫療用品以及個人慢病管理產品。儘管如此，我們來自數字營銷服務及SaaS以及其他的收入佔我們總收入的百分比有所上升。根據弗若斯特沙利文報告，鑑於中國公立醫院的公共和福利性質，其通常很難批准高額的軟件產品預算，且我們的藥店SaaS僅於2019年推出，我們預期將繼續自醫院醫療用品、藥店醫療用品以及個人用戶慢病產品產生很大一部分收入，這取決於(其中包括)市場狀況及我們業務策略的執行情況。

下表載列於所示年度我們的收入明細，以絕對金額及佔我們總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
收入：						
院內解決方案.....	177,216	33.8	422,175	50.3	1,272,738	72.4
藥店解決方案.....	326,887	62.3	345,607	41.2	349,967	19.9
個人慢病管理解決方案及其他 ...	20,335	3.9	71,341	8.5	134,026	7.7
共計.....	524,438	100.0	839,123	100.0	1,756,731	100.0

概 要

院內解決方案

下表載列於所示年度院內解決方案收入明細，以絕對金額及佔我們院內解決方案總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
			(以千計，百分比除外)			
院內解決方案						
醫院醫療用品供應 ⁽¹⁾	129,911	73.3	250,124	59.2	854,114	67.1
醫院SaaS	11,857	6.7	22,660	5.4	15,666	1.2
數字營銷服務.....	35,448	20.0	149,391	35.4	402,958	31.7
共計.....	<u>177,216</u>	<u>100.0</u>	<u>422,175</u>	<u>100.0</u>	<u>1,272,738</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 醫院用品包括醫療器械(如血糖儀及生命體征監測儀)、耗材(如血糖試紙)及藥品(包括非處方藥及處方藥)。

於往績記錄期間，我們的院內解決方案的收入顯著增長，主要驅動因素為我們繼續實施「醫院為先」戰略以及努力擴大醫院網絡，加強與醫院的互動，以及推出和推動數字營銷服務。請參閱「財務資料—逐年經營業績比較」。

藥店解決方案

下表載列於所示年度藥店解決方案收入明細，以絕對金額及佔我們藥店解決方案總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
			(以千計，百分比除外)			
藥店解決方案						
藥店用品 ⁽¹⁾	326,863	100.0	330,480	95.6	300,961	86.0
藥店SaaS	24	0.0	15,127	4.4	49,006	14.0
共計.....	<u>326,887</u>	<u>100.0</u>	<u>345,607</u>	<u>100.0</u>	<u>349,967</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 藥店用品包括醫療器械(如血糖儀及血壓計)、耗材(如血糖試紙)、藥品(包括非處方藥及處方藥)以及其他類別商品項目。

於往績記錄期間，我們的藥店解決方案的收入有所增長，主要驅動因素為我們藥店網絡的地理覆蓋範圍得到擴大，以及對我們的藥店SaaS的開發和升級所做的持續投資。請參閱「財務資料—逐年經營業績比較」。

概 要

個人慢病管理解決方案及其他

下表載列於所示年度個人慢病管理解決方案及其他收入明細，以絕對金額及佔我們個人慢病管理解決方案及其他總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
			(以千計，百分比除外)			
個人慢病管理解決方案及其他						
慢病產品	15,704	77.2	34,846	48.8	53,031	39.6
高端會員服務	—	—	14,211	19.9	22,688	16.9
其他 ⁽¹⁾	4,631	22.8	22,284	31.3	58,307	43.5
共計	20,335	100.0	71,341	100.0	134,026	100.0

附註：

(1) 包括保險經紀服務、廣告代理服務以及其他。

於往績記錄期間，我們來自個人慢病管理解決方案及其他的收入大幅增長，主要由於：我們繼續努力擴大我們的用戶數，豐富我們的產品和服務，以及我們保險經紀服務的增長。

我們於2019年、2020年及2021年分別錄得淨虧損人民幣565.4百萬元、人民幣2,896.9百萬元及人民幣4,153.2百萬元。我們的經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)定義為剔除金融負債公允價值變動、以股份為基礎的薪酬開支、上市開支及按公允價值計入損益的金融負債的發行成本等影響的淨虧損，其金額於2019年、2020年及2021年分別為人民幣149.5百萬元、人民幣636.3百萬元及人民幣444.0百萬元。詳情請參閱「經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)」。

下表載列所示年度的主要財務比率：

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
總收入增長(%)	110.0	60.0	109.4
毛利率(%)	11.7	27.7	32.4
經調整淨虧損率(非國際財務報告準則計量)(%) ⁽¹⁾	(28.5)	(75.8)	(25.3)

附註：

(1) 指經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)除以所示年度總收入。

我們的客戶、供應商及分銷商

我們的主要客戶包括使用院內解決方案和藥店解決方案的經銷商、醫院及藥店，以及使用我們數字營銷服務的製藥公司。請見「業務 — 客戶」。我們的主要供應商為製藥公司及藥品、醫療器械及耗材的經銷商。請見「業務 — 我們的供應商」。我們還主要與醫院供應商名單上的供應商以及藥店的批發商建立分銷關係。請見「業務 — 經銷商」。

競爭

我們行業的解決方案市場正在迅速發展。我們的競爭對手可能以各種方式與我們競爭，包括發佈競爭產品、擴展其產品種類或功能、進行品牌推廣和其他營銷活動獲取用戶及醫生以及進行收購，從而擴大其醫院／藥店網絡。我們相信，我們有效競爭的能力取決於許多因素，包括我們在行業中的領先地位、我們可擴展的商業模式、我們培養和保留的有價值醫患關係、我們活躍的用戶和醫生群體、我們的創新技術能力、我們在醫療保健價值鏈中的能力、我們的技術能力、我們產品和服務的質量控制、我們與第三方的合作關係、我們的營銷努力、以及我們品牌的實力和聲譽。請見「業務—競爭」。

風險因素

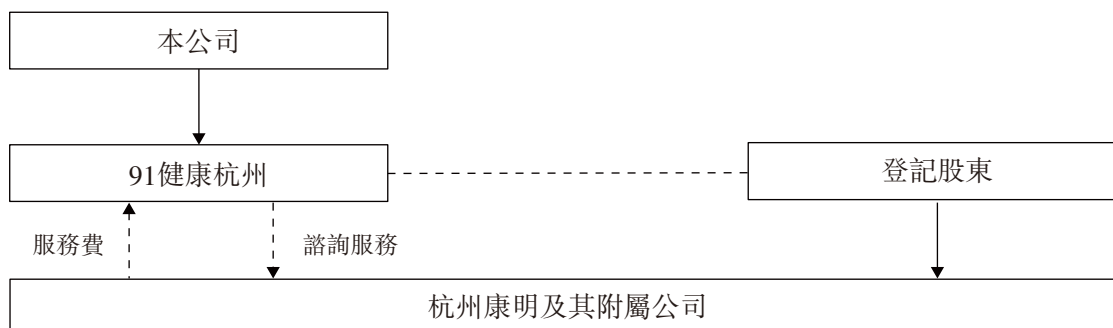
我們的業務及全球發售涉及若干風險及不確定因素，其載於「風險因素」一節。閣下於決定投資我們的股份前，應仔細閱讀全節。我們面臨的部分主要風險有關：

- 我們未來維持收入增長率的能力；
- 我們實現或維持盈利的能力；
- 我們將解決方案商業化的能力；
- 我們須遵守廣泛且不斷變化的法律及監管規定；
- 我們面臨「兩票制」及採用帶量採購方法的國家集中採購相關的風險，尤其是該機制可能會擴大覆蓋的產品範圍；
- 我們維護行業參與者對我們的平台的信任度並提升我們的聲譽及品牌的能力；
- 藥品、耗材和醫療器械在中國受到並將繼續受到價格限制、價格競爭及法規的約束；
- 我們的商譽及無形資產可能產生減值損失；
- 我們繼續擴大醫院和藥店網絡的能力；
- 我們依賴第三方供應商和經銷商；
- 我們面臨與製藥和醫療器械公司關係的相關風險；
- 我們為我們的個人慢病管理平台吸引或留住足夠用戶或醫療專業人員的能力；
- 我們有效競爭的能力；
- 我們的業務運營和財務業績已經並可能繼續受到新冠肺炎疫情的影響；及
- 我們面臨著與我們的醫院醫療用品供應、藥店醫療用品供應及慢病產品業務相關的各種風險。

合約安排

由於中國法律的外商投資限制，本公司無法擁有或持有開展我們業務的併表聯屬實體的任何直接股權。然而，我們通過合約安排控制該等實體，藉此我們能夠從併表聯屬實體獲取登記股東享有的絕大部分經濟利益。詳情請參閱「合約安排」。

以下簡圖說明合約安排的主要方面：



附註：

- (1) 有關登記股東的詳情，請參閱「合約安排」。
- (2) 「—>」指股權中的直接法定及實益擁有權。
- (3) 「--->」指合約關係。
- (4) 「----」指91健康杭州透過(i)行使所有股東於杭州康明及其子公司的權利的授權書；(ii)收購於杭州康明及其子公司的全部或部分股權的獨家購買權；及(iii)於杭州康明及其子公司股權的股權質押而對登記股東及杭州康明及其子公司行使的控制權。

股東資料及首次公開發售前投資者

緊隨全球發售完成後，假設所有優先股均按1：1的基準轉換為普通股，且超額配股權未獲行使且並無根據股份激勵計劃發行任何股份，本公司將由HaoYuan health Limited (前稱智雲有限公司) 持有約15.23%權益，其全部權益透過由匡先生(作為委託人)設立且以匡先生及其家族成員為受益人的信託持有，以及由Prime Forest Assets Limited持有約12.49%權益，該公司為一間根據英屬維爾京群島法律註冊成立的有限責任公司，成立的目的是根據首次公開發售前股份激勵計劃持有股份。有關我們股東的詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構—資本化」。

自成立以來，我們自首次公開發售前投資者取得多輪股權融資以支持我們擴展業務營運。我們的主要首次公開發售前投資者包括對本公司進行了有意義投資的私募基金或企業，並且於本文件日期各自持有我們全部已發行股本的2%以上。有關我們的首次公開發售前投資者的身份及背景以及首次公開發售前投資的主要條款之詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構—首次公開發售前投資」及「歷史、重組及公司架構—撥充資本」。

概 要

我們的成本結構

我們的成本及開支主要包括已售產品的成本、獨家分銷權攤銷、銷售及營銷開支、行政開支及研發開支。我們的開支主要包括與銷售及營銷、行政及研發有關的員工成本。請見「財務資料」。

過往財務資料概要

下表呈列我們於往績記錄期間的綜合財務資料的財務數據概要，乃摘錄自本文件附錄一所載的會計師報告。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。我們的綜合財務資料已根據國際財務報告準則編製。

我們於往績記錄期間經歷虧損淨額及經營現金流出及累計負債淨額以及流動負債淨額。我們的虧損淨額及經營現金流出淨額主要由於我們持續投資擴張醫院及藥店網絡以及用戶群體，以及對品牌資產及研發能力的投資。我們於往績記錄期間錄得的負債淨額及流動負債淨額主要由於我們在前幾輪融資發行的可轉換可贖回優先股的會計影響。我們的可轉換可贖回優先股將於全球發售後自動轉換為普通股。此後，我們預期不會就可轉換優先股公允價值變動確認任何進一步損益，並預期從先前的負債淨額狀況轉變為資產淨值狀況。進一步詳情請參閱「財務資料」。

節選綜合損益表項目

下表載列於所示年度我們的綜合損益及其他全面收益表，各項目以絕對金額及所佔我們收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
收入.....	524,438	100.0	839,123	100.0	1,756,731	100.0
銷售成本.....	(462,868)	(88.3)	(606,367)	(72.3)	(1,186,707)	(67.6)
毛利.....	61,570	11.7	232,756	27.7	570,024	32.4
其他淨收入.....	4,765	0.9	5,732	0.7	29,916	1.7
銷售及營銷開支 ⁽¹⁾	(149,179)	(28.4)	(626,020)	(74.6)	(787,280)	(44.8)
行政開支 ⁽¹⁾	(74,394)	(14.2)	(316,753)	(37.7)	(272,327)	(15.5)
研發開支 ⁽¹⁾	(23,753)	(4.5)	(132,397)	(15.8)	(236,244)	(13.4)
經營虧損.....	(180,991)	(34.5)	(836,682)	(99.7)	(695,911)	(39.6)
融資成本.....	(57,802)	(11.0)	(57,802)	(6.9)	(61,962)	(3.5)
金融負債的公允價值變動.....	(326,583)	(62.3)	(2,003,371)	(238.7)	(3,397,634)	(193.4)
除稅前虧損.....	(565,376)	(107.8)	(2,897,855)	(345.3)	(4,155,507)	(236.5)
所得稅.....	(13)	(0.0)	966	0.1	2,314	0.1
年內虧損.....	(565,389)	(107.8)	(2,896,889)	(345.2)	(4,153,193)	(236.4)
以下人士應佔：						
本公司權益股東.....	(557,397)	(106.3)	(2,866,975)	(341.7)	(4,138,913)	(235.6)
非控股權益.....	(7,992)	(1.5)	(29,914)	(3.5)	(14,280)	(0.8)
年內虧損.....	(565,389)	(107.8)	(2,896,889)	(345.2)	(4,153,193)	(236.4)
每股虧損						
基本及攤薄(人民幣元).....	(7.70)		(34.87)		(42.88)	

概 要

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
年內其他全面收入／(虧損)(除稅後)						
換算以下各項的匯兌差額：						
海外子公司的財務報表.....	(3,161)	(0.6)	145,590	17.4	131,932	7.5
年內全面虧損總額.....	<u>(568,550)</u>	<u>(108.4)</u>	<u>(2,751,299)</u>	<u>(327.9)</u>	<u>(4,021,261)</u>	<u>(228.9)</u>
以下人士應佔：						
本公司權益股東.....	(560,558)	(106.9)	(2,721,385)	(324.3)	(4,006,981)	(228.1)
非控股權益.....	(7,992)	(1.5)	(29,914)	(3.6)	(14,280)	(0.8)
年內全面虧損總額.....	<u>(568,550)</u>	<u>(108.4)</u>	<u>(2,751,299)</u>	<u>(327.9)</u>	<u>(4,021,261)</u>	<u>(228.9)</u>

附註：

(1) 以股份為基礎的薪酬開支分配如下：

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
	人民幣元	人民幣元	人民幣元
銷售及營銷開支.....	6,173	7,358	58,178
行政開支.....	32,254	195,611	130,644
研發開支.....	596	4,262	33,797
共計.....	<u>39,023</u>	<u>207,231</u>	<u>222,619</u>

經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用並非國際財務報告準則規定或呈列的經調整淨虧損(定義見下文)作為額外財務計量。我們相信，該非國際財務報告準則計量的呈列有利於通過去除若干非現金項目及與融資活動有關的若干交易成本等項目的潛在影響，來比較不同期間及不同公司間的經營表現。我們認為該項計量能為投資者提供有用資料令彼等與我們管理層採用同樣方式了解並評估我們的綜合經營業績。然而，該非國際財務報告準則計量用作分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。此外，該非國際財務報告準則財務計量可能與其他公司使用的類似術語定義不同。

我們將「經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)」界定為年內或期內虧損，並加回(i)金融負債公允價值變動，(ii)以股份為基礎的薪酬開支，(iii)上市開支，以及(iv)按公允價值計入損益的金融負債的發行成本。

截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們的經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)分別約為人民幣149.5百萬元、人民幣636.3百萬元及人民幣444.0百萬元。

下表載列截至2019年、2020年及2021年12月31日止財政年度我們非國際財務報告準則財務計量與根據國際財務報告準則編製的最相近指標年內虧損的對賬：

概 要

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
	(以千計，百分比除外)		
年內虧損	(565,389)	(2,896,889)	(4,153,193)
加：			
金融負債的公允價值變動 ⁽¹⁾	326,583	2,003,371	3,397,634
以股份為基礎的薪酬開支 ⁽²⁾	39,023	207,231	222,619
上市開支 ⁽³⁾	—	—	37,391
按公允價值計入損益的金融負債的發行成本 ⁽⁴⁾	50,278	49,976	51,554
經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)	<u>(149,505)</u>	<u>(636,311)</u>	<u>(443,995)</u>
經調整淨虧損率(非國際財務報告準則計量)(%) ⁽⁵⁾	<u>(28.5)</u>	<u>(75.8)</u>	<u>(25.3)</u>

附註：

- (1) 金融負債公允價值變動是指我們已發行可轉換可贖回優先股及可換股貸款的公允價值變動所產生的收益或虧損，確認為以公允價值計量且其變動計入損益的金融負債。該等變動屬非現金性質及經營活動。
- (2) 以股份為基礎的薪酬開支與我們根據首次公開發售前股權激勵計劃發行予僱員、董事及顧問的股份獎勵有關，主要為非現金性質，通常不包括於計算我們行業其他公司採用的類似非國際財務報告準則計量的國際財務報告準則計量。
- (3) 上市開支通常不包括於類似非國際財務報告準則財務計量的國際財務報告準則計量。
- (4) 於計算類似非國際財務報告準則財務計量時加回至國際財務報告準則計量。主要由於其指與優先股融資相關的專業服務成本，且僅與優先股投資者的融資規模有關。上市後預期不會產生該等發行成本。
- (5) 指經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)除以所示年度總收入。

我們的虧損由截至2019年12月31日止財政年度的人民幣565.4百萬元大幅增加至截至2020年12月31日止財政年度的人民幣2,896.9百萬元，並於截至2021年12月31日止財政年度進一步增加至人民幣4,153.2百萬元。有關大幅增加主要歸因於可轉換可贖回優先股及向投資者發行的可轉換貸款的公允價值增加令金融負債的公允價值變動增加，此乃由於本公司股權的公允價值增加所致。虧損增加亦部分由於我們不斷擴大包括研發、銷售及營銷團隊以支持並推動我們的業務增長，令我們的員工成本增加。研發人員成本由2019年的人民幣18.1百萬元增加至2020年的人民幣93.3百萬元，並於2021年進一步增加至人民幣203.5百萬元。銷售及營銷人員成本由2019年的人民幣75.2百萬元增加至2020年的人民幣276.0百萬元，並於2021年進一步增加至人民幣611.6百萬元。此外，2019年至2020年虧損增加亦部分歸因於(i)一般行政人員成本由2019年的人民幣53.0百萬元增加至2020年的人民幣237.5百萬元，乃由於我們不斷擴大承擔一般行政人員職能的團隊，以支持並推動業務增長，及(ii) 2020年進行的一次性品牌重塑營銷活動，導致我們於2020年產生額外推廣費用。詳情請參閱「財務資料 — 經營業績主要組成部分說明」及「財務資料 — 逐年經營業績比較」。

概 要

我們的經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)(定義為剔除金融負債公允價值變動、以股份為基礎的薪酬開支、上市開支及按公允價值計入損益的金融負債的發行成本等影響的淨虧損)由2020年的人民幣636.3百萬元減少30.2%至2021年的人民幣444.0百萬元。此外，我們的經調整淨虧損率(非國際財務報告準則計量)(按經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)除以年內收入總額計算)於2021年為負25.3%，而於2020年為負75.8%。

銷售成本

我們的銷售成本包括存貨成本、獨家分銷權攤銷及其他。我們預期，我們的銷售成本之絕對金額於可預見的未來將隨業務預期增長而繼續增加。

下表載列於所示年度我們按性質劃分的銷售成本明細，以絕對金額及佔我們總銷售成本的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(以千計，百分比除外)					
存貨成本	455,187	98.3	576,714	95.1	1,084,105	91.4
獨家分銷權攤銷.....	5,818	1.3	18,825	3.1	51,800	4.4
其他.....	1,863	0.4	10,828	1.8	50,802	4.2
共計.....	462,868	100.0	606,367	100.0	1,186,707	100.0

我們的獨家分銷權包括為若干醫藥產品品牌進行數字營銷服務的已收購獨家分銷權。截至2019年、2020年及2021年12月31日，我們分別錄得獨家分銷權價人民幣28.8百萬元、人民幣60.5百萬元及人民幣96.3百萬元。有關詳情，請參閱「財務資料 — 若干主要資產負債表項目的討論 — 非流動資產／負債 — 無形資產」。

毛利及毛利率

下表載列於所示年度按收入來源劃分的毛利(以絕對金額及佔總收入成本百分比列示)，或按收入來源劃分的毛利率：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(以千計，百分比除外)					
毛利：						
院內解決方案.....	48,007	27.1	179,790	42.6	473,067	37.2
藥店解決方案.....	6,379	2.0	18,936	5.5	62,285	17.8
個人慢病管理解決方案 及其他	7,184	35.3	34,030	47.7	34,672	25.9
共計.....	61,570	11.7	232,756	27.7	570,024	32.4

概 要

節選綜合財務狀況表項目

下表載列所示日期的綜合財務狀況表節選資料：

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
	(人民幣千元)		
非流動資產總值	35,987	154,795	226,421
流動資產總值	1,126,115	1,532,547	2,281,732
資產總值	<u>1,162,102</u>	<u>1,687,342</u>	<u>2,508,153</u>
非流動負債總額	1,704	12,812	19,159
流動負債總額	2,032,220	5,067,748	9,644,125
負債總額	<u>2,033,924</u>	<u>5,080,560</u>	<u>9,663,284</u>
資本及儲備			
股本	46	56	110
儲備	(854,664)	(3,361,977)	(7,138,062)
本公司權益股東應佔權益總額	<u>(854,618)</u>	<u>(3,361,921)</u>	<u>(7,137,952)</u>
非控股權益	<u>(17,204)</u>	<u>(31,297)</u>	<u>(17,179)</u>
虧絀總額	<u>(871,822)</u>	<u>(3,393,218)</u>	<u>(7,155,131)</u>
流動負債淨額	<u>(906,105)</u>	<u>(3,535,201)</u>	<u>(7,362,393)</u>

截至2019年、2020年及2021年12月31日，我們的流動負債淨額分別為人民幣906.1百萬元、人民幣3,535.2百萬元及人民幣7,362.4百萬元。我們截至各日期的淨流動負債狀況主要歸於可轉換可贖回優先股，部分為流動資產(包括現金及現金等價物結餘、按公允價值計入損益的金融資產、貿易應收款項及應收票據以及按金、預付款項及其他應收款項)所抵消。有關我們現金及現金等價物結餘變動的進一步詳情，請參閱「財務資料—流動資金和資本資源」。

截至2019年、2020年及2021年12月31日，我們分別錄得負債淨額人民幣871.8百萬元、人民幣3,393.2百萬元及人民幣7,155.1百萬元。負債淨額大幅增加主要由於往績記錄期間因金融負債之公允價值於往績記錄期間變動幅度增加，導致每年淨虧損增加所致。於往績記錄期流動負債淨額增加亦主要由於可轉換可贖回優先股價值增加。我們的可轉換可贖回優先股將於全球發售結束後自動轉換為普通股，此時我們預期由截至2021年12月31日的流動負債淨額狀況轉變為流動資產淨值狀況。

於全球發售後，我們預期不會就可轉換可贖回優先股的公允價值變動確認任何進一步虧損或收益，並預期將由截至2021年12月31日錄得的先前負債淨額狀況轉為資產淨值狀況。按公允價值計入損益的金融負債的公允價值變動已影響並將繼續影響我們的財務表現，直至我們的可轉換可贖回優先股轉換為普通股。有關詳情，請參閱「財務資料—若干主要資產負債表項目的討論—按公允價值計入損益的金融負債」。

概 要

節選綜合現金流量表項目

下表載列所示期年度的現金流量：

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
		(人民幣千元)	
營運資金變動前的經營現金流量	(130,844)	(581,400)	(390,964)
營運資金變動	(229,478)	(143,004)	(140,074)
代表保險公司向被保險人收取的受限制現金	—	—	(134,922)
已付所得稅	(13)	(69)	(373)
經營活動所用現金淨額	(360,335)	(438,465)	(666,333)
投資活動所得／(所用)現金淨額	3,405	(160,196)	(155,497)
融資活動所得現金淨額	813,589	918,406	1,015,371
現金及現金等價物增加淨額	456,659	319,745	193,541
年初現金及現金等價物	143,782	601,164	914,226
外匯匯率變動的影響	723	(6,683)	(17,192)
年末現金及現金等價物	601,164	914,226	1,090,575

截至2021年12月31日止財政年度，我們的經營現金流出淨額為人民幣666.3百萬元。展望未來，我們將嘗試通過繼續做出各種努力維持我們的收入增長並實現盈利，從而改善我們的淨經營現金流狀況，包括：

- **擴大我們的客戶群。**我們的醫院SaaS促進了我們與醫院的頻繁互動，並使我們能更好地了解彼等並將彼等的需求變現。我們與現有終端醫院客戶群的成功合作使我們能夠展示我們的價值主張，並幫助我們擴大各地區及各層級醫院的終端醫院客戶群。我們在醫院的知名度吸引更多醫生加入我們平台，從而為平台上藥店和個人用戶提供更多、更好的問診及處方開具服務。我們廣泛的醫院、藥店、醫生及患者覆蓋範圍使我們能夠為製藥公司提供更有效的數字營銷服務。
- **增加來自客戶的變現。**我們將繼續透過我們的產品及服務增加來自客戶的變現。就我們的院內解決方案而言，醫院醫療用品及數字營銷將推動我們的收入增長並貢獻我們來自院內解決方案的大部分收入。就我們的藥店解決方案而言，我們將專注於來自藥店SaaS的變現。我們亦不斷為個人用戶擴大我們的服務，例如專家及名醫在線問診，一對一長期慢病治療套餐。
- **提高毛利率。**隨著我們開始提供數字營銷服務及藥店SaaS，我們已於往績記錄期間實現有意義的毛利率增加。我們將繼續發展我們的高利潤率業務，包括數字營銷及藥店SaaS，且預期我們日後的毛利率將於未來數年將略為高於2021年水平。
- **受益於早期投資及規模經濟。**於往績記錄期間，我們大量投資於擴大不同職能的團隊及提升我們的品牌知名度。隨著我們繼續發展我們的業務並加強我們圍繞醫院、藥店、患者、醫生和製藥公司建立的網絡，我們將受益於規模經濟，

概 要

提高我們的運營效率，並以較低的成本獲得客戶。因此，我們的銷售及營銷開支、行政開支及研發開支佔收入的比例日後將減少。

詳情請參閱「概要 — 業務可持續性」。

申請於聯交所上市

我們已向香港聯交所申請批准已發行股份(包括將根據一換一基準轉換為本公司普通股股份的優先股)；根據全球發售將予發行的股份(包括因超額配股權獲行使而可能發行的任何股份)；及根據首次公開發售後股份激勵計劃將予發行的股份上市及買賣。

全球發售

本文件乃就香港公開發售(作為全球發售的一部分)而刊發。全球發售包括：

- (a) 根據下文「全球發售的架構 — 香港公開發售」一節所述，在香港初步提呈發售1,900,000股發售股份(可予重新分配)的香港公開發售；及
- (b) 根據下文「全球發售的架構 — 國際發售」一節所述，(i)於美國境內根據第144A條或另行獲豁免遵守美國證券法登記規定或於毋須遵守有關規定的交易中僅向合資格機構買家；及(ii)於美國境外(包括向香港境內專業及機構投資者)在依據S規例進行的離岸交易中，初步提呈發售17,100,000股發售股份(可予重新分配及視乎超額配股權行使與否而定)的國際發售。

假設超額配股權未獲行使且概無根據首次公開發售後股份激勵計劃授出股份，發售股份將佔緊隨全球發售完成後已發行股份總數約3.24%。倘超額配股權獲悉數行使，發售股份將佔緊隨全球發售完成後已發行股份總數約3.70%。

全球發售統計數據

下表所有統計數據均基於以下假設得出：(i)全球發售已完成，並根據全球發售發行19,000,000股發售股份；及(ii)超額配股權未獲行使及並無根據首次公開發售前股份激勵計劃發行股份。

	基於發售價 每股股份30.50港元
我們股份的市值 ⁽¹⁾	17,905百萬港元
未經審核備考經調整每股有形資產淨值 ⁽²⁾	4.65港元 (人民幣4.00元)

附註：

- (1) 市值乃基於緊隨全球發售完成後預期已發行587,038,219股股份計算，惟並無計及超額配股權獲行使後配發及發行的任何股份以及根據首次公開發售後股份激勵計劃將予發行的股份。
- (2) 於2021年12月31日的每股未經審核備考經調整有形資產淨值乃作出附錄二所述的調整後，根據已發行513,708,584股股份(其計算基於截至2021年12月31日已發行96,756,026股股份(不包括Prime Forest Assets Limited作為存托人持有的73,329,635股庫存股份，這些庫存股份為未來行使或授予本公司的2015年全球股票計劃股份時交付而保留)，397,952,558股股份將從2021年12月31日已發行

概 要

的可轉換可贖回優先股轉換，以及根據全球發售將發行19,000,000股股份)，及並無計及因超額配股權獲行使而可能發行的任何股份，本公司根據一般授權可能發行或回購的任何股份，以及根據首次公開發售前股權激勵計劃可能發行的任何股份而計算得出。

近期發展

經選定經營數據

下表載列我們截至2021年及2022年3月31日止三個月的部分經營數據。

	截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年
安裝了我們醫院SaaS的醫院數量 ⁽¹⁾	1,785	2,437
SaaS付費醫院數量	105	7
除製藥公司以外的交易客戶數量 ⁽²⁾	316	580
直接或間接向我們採購醫院用品的醫院數量 ⁽³⁾	1,192	1,738
直接或間接向我們採購醫院用品的醫院保留率 ⁽⁴⁾	不適用	不適用
交易製藥公司數量 ⁽⁵⁾	15	17
透過數字營銷服務銷售的SKU數量 ⁽⁶⁾	20	24

附註：

- (1) 安裝了我們醫院SaaS的醫院數量為截至各相應期間結束日的累計總數。
- (2) 包括於各期間我們通過其將醫療器械、耗材及藥品銷售給醫院最終客戶的經銷商，以及我們通過其將我們的醫院SaaS銷售醫院最終客戶的經銷商，以及直接從我們處採購醫療器械、耗材及藥品或我們的醫院SaaS的醫院。
- (3) 根據我們的內部記錄及我們於最後實際可行日期可得的資料。
- (4) 在特定年份直接或間接向我們購買醫院用品的醫院保留率計算為(i)在特定年份直接或間接向我們購買醫院用品的醫院數量與緊接年份之間的比率之前，以及(ii)在緊接給定年份的前一年直接或間接從我們這裡購買醫院用品的醫院數量。於特定年度內，我們的交易客戶與我們結算付款的時間並不相同，故我們認為於一年中的某個時期計算該等保留率在數學上並無意義，亦無法與年度數據進行比較。直接或間接向我們購買醫院用品的醫院數量乃根據我們的內部記錄及我們於最後實際可行日期可得的資料得出。
- (5) 開展交易的製藥公司數量為我們於相關期間向其提供數字營銷服務的製藥公司數量。
- (6) 於各期間透過數字營銷服務銷售的SKU數量。

	截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年
安裝了我們藥店SaaS解決方案的藥店數量 ⁽¹⁾	130,253	178,223
SaaS付費藥店數量	51,295	66,390
交易客戶數量 ⁽²⁾	171	290

附註：

- (1) 安裝了我們藥店SaaS的藥店數量為截至各相應期間結束日的累計總數。

概 要

- (2) 包括於有關期間我們透過其向藥店最終客戶銷售醫療器械、耗材、藥品及其他類別商品的經銷商以及直接向我們採購醫療器械、耗材、藥品及其他類別商品的連鎖藥店公司，但不包括並無向我們直接或間接採購有關產品的SaaS付費客戶。

	截至3月31日止三個月	
	2021年	2022年
付費個人用戶數量 ⁽¹⁾	282,056	206,243
註冊用戶數量 ⁽²⁾ (百萬人)	19.3	25.2

附註：

- (1) 付費個人用戶數量是指於相應期間內屬於付費會員會或至少從我們購買過一次的個人用戶數。
- (2) 註冊用戶數量為截至相應期間結束日的累計總數。

截至2022年3月31日止三個月未經審核的財務資料

截至2022年3月31日止三個月，我們錄得收入人民幣552.9百萬元。同期，我們錄得經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)(定義為剔除金融負債公允價值變動、以股份為基礎的薪酬開支、上市開支及按公允價值計入損益的金融負債的發行成本等影響的淨虧損)人民幣85.6百萬元。

以上披露的本集團截至2022年3月31日止三個月的財務資料來源於我們董事根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際會計準則第34號編製「中期財務報告」的截至2022年3月31日止三個月的未經審核的中期財務報表，並由我們的申報會計師根據香港審閱委聘準則第2410號「實體的獨立核數師審閱中期財務資料」進行審閱。

監管發展

網絡安全

於2022年1月4日，網信辦頒佈《網絡安全審查辦法》(亦稱新《網信辦辦法》)，該辦法於2022年2月15日生效並取代2020年4月13日頒佈的上一版本。根據新《網信辦辦法》，關鍵信息基礎設施運營者購買影響或可能影響國家安全的網絡產品和服務的，以及網絡平台運營者進行此類數據處理活動的，應當接受網絡安全審查。持有100萬以上用戶個人信息的網絡平台經營者，尋求境外上市前，亦須申請網絡安全審查。2021年11月14日，網信辦發佈《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》(亦稱網絡數據安全管理條例草案)，其中規定個人信息的保護、重要數據的安全、跨境數據傳輸的安全管理、互聯網平台運營商的義務、監督管理和法律責任等方面的一般準則。根據網絡數據安全管理條例草案，在香港上市對國家安全有影響或可能有影響的，應當申報並接受網絡安全審查。網絡數據安全管理條例草案中「對國家安全產生或可能產生影響」的認定標準尚不明確，有待網信辦進一步明確。截至本文件日期，網絡數據安全管理條例草案尚未實施，公眾意見徵詢期於2021年12月13日結束。

我們的中國法律顧問認為，假設新《網信辦辦法》、《網絡數據安全管理條例草案》按現行形式實施，預計我們在遵守相關辦法和法規的所有重大方面不會遇到任何重大阻礙。形成該觀點的基礎是：(i)截至本文件日期，我們沒有受到任何主管監管機構在網絡安全、數據和個人信息保護方面的任何重大行政處罰或其他制裁，亦無受到或涉及相關主管監管機構對網絡安全、數據和個人信息保護的任何調查；(ii)截至本文件日期，未發生與數據或個人信息被盜、洩漏、損壞或丟失有關的重大網絡安全和數據保護事件，

概 要

或任何第三方以侵權為由向我們提出任何索賠根據中國大陸的任何適用法律和法規，或其他法律程序、行政或政府程序，未決或據我們所知，威脅到我們或與我們有關的該方的數據保護權利；(iii)如「業務 — 數據隱私和安全」中所述，我們已採用並實施了以數據安全和個人信息保護為重點的穩健而嚴格的內部控制系統，該系統以全面詳細的規定來指導我們的數據處理活動遵守相關法律法規；及(iv)截至本文件日期，我們已在中國法律顧問的協助下對我們的網絡安全和數據保護的合規狀況進行了全面審查，並已採取整改措施以確保我們遵守當前的在所有實質性方面有效的法律法規。

截至本文件日期，我們未收到任何關於擬上市計劃的詢問、通知、警告或處罰，或要求對網絡數據安全管理條例草案進行任何網路安全審查。我們已告知網信辦相關分支機構有關我們於聯交所的上市計劃，隨後未接獲任何有關網絡安全審查或上市計劃的問詢、通知、警告或制裁。

我們的中國法律顧問還認為，假設新《網信辦辦法》、《網絡數據安全管理條例草案》按現行形式實施，則新《網信辦辦法》、《網絡數據安全管理條例草案》不會對我們的業務運營或擬在香港上市產生重大不利影響。該觀點是基於上述段落所載的事實後達致。然而，我們中國法律顧問告知我們，在立法時間表、最終內容、詮釋和實施方面存在很大的不確定性，特別是對確定在香港上市是否「影響或可能影響國家安全」的標準的詳細解釋。聯席保薦人的中國法律顧問同意我們中國法律顧問的上述觀點。聯席保薦人的中國法律顧問同意我們中國法律顧問的上述觀點。

聯席保薦人已(i)與本公司管理層討論了本公司的網絡安全及個人數據保護措施以及新《網信辦辦法》和《網絡數據安全管理條例草案》對本集團業務的潛在影響；及(ii)與本公司的中國法律顧問及聯席保薦人的中國法律顧問討論了與本公司擬在香港上市有關的新《網信辦辦法》和《網絡數據安全管理條例草案》的法律地位和影響。根據上述及本公司中國法律顧問及聯席保薦人中國法律顧問的意見，並考慮到上文討論的頒佈時間表、最終內容、詮釋和實施方面的重大不確定性，聯合保薦人作為非法律專家並無注意到任何情況，會導致彼等對上述本公司和中國法律顧問的觀點產生疑問。

個人信息保護

網信辦、工信部、公安部及國家市場監督管理總局於2021年3月12日聯合頒佈《常見類型移動互聯網應用程序必要個人信息範圍規定》，進一步規定了個人信息安全及隱私保護指引。相關部門開展了多項整改行動，其中包括工信部對移動應用軟件的檢查，督促存在問題的企業進行整改。有關個人資料保護的相關法律法規概要，請參閱「監管概覽 — 與互聯網資料安全及個人資料保護有關的法規」。

於往績記錄期間，我們的一款移動應用程序受到審查及批評，而我們收到相關部門的通報，要求糾正該應用程序的若干問題，即關於該應用程序就若干功能獲取用戶同意和權限的方式。請見「業務 — 法律訴訟及違規情況」。該等問題已在規定時限內糾

概 要

正，而我們的中國法律顧問認為，該等問題對我們的業務營運及財務業績並無重大不利影響。我們的中國法律顧問亦認為，我們於往績記錄期間在重大方面均遵守相關中國法律法規。

我們已採用並實施重點針對數據安全和個人信息保護的強大內部控制措施。請參閱「業務—數據隱私和安全」以及「業務—風險管理和內部監控—信息系統風險管理」。對我們網絡安全及已進行的數據處理活動合規情況方面的全面審查中並未發現任何重大不合規事件。

外商投資

已有若干有關外商投資的新法規或法規草案(亦稱新法規)。有關詳情，請參閱「監管概覽—中國法規—有關境內公司境外證券發售及上市的法規」。倘其按現有形式實施，我們認為我們遵守有關法規不存在任何重大阻礙，原因如下：

- a. 負面清單(2021年版)規定從事禁止外商投資的境內企業到境外發行股份並上市交易的，應當經國家有關主管部門審核同意。然而，根據國家發展和改革委員會於2022年1月18日在新聞發佈會上的答覆，此規定僅適用於境內公司直接到境外上市，即H股上市。此外，我們的業務不屬於負面清單(2021年版)規定禁止外商投資的業務範疇。因此，此規定不適用於我們以可變利益實體結構於聯交所上市的計劃。
- b. 就《國務院關於境內企業境外發行證券和上市的管理規定(草案徵求意見稿)》及《境內企業境外發行上市備案管理辦法》(徵求意見稿)(亦統稱草案徵求意見稿)而言，假設草案徵求意見稿以現有內容及形式實施，我們擬進行上市將構成境內企業股份間接於境外發行並上市，因此須遵守備案程序及向中國證監會呈交有關資料。然而，此不會對我們的業務營運及擬進行上市造成重大不利影響，原因如下：
 - i. 於2021年12月24日，中國證監會召開有關草案徵求意見稿的新聞發佈會。在新聞發佈會中，發言人表示「在遵守國內法律法規的前提下，如使用可變利益實體結構的企業符合合規要求，可在妥善完成備案程序後尋求在境外上市」。我們的重組及可變利益實體結構並無違反併購規則及其他中國相關法律及法規，且已妥善完成37號國家外匯局登記。我們已完成與工信部、衛健委主管機關的面談，其有關我們可變利益實體結構的結論大致正面。
 - ii. 截至本文件日期，中國證監會概無援引任何已生效的法律、法規或規範性文件，明確要求我們遵守任何有關擬進行上市的批准、核實或備案程序。倘草案徵求意見稿按現有內容及形式頒佈及執行，我們及我們的中國法律顧問預期根據草案徵求意見稿遵守備案程序不會有任何重大障礙，原因為：
 - (a) 國家法律、法規及相關規定概無具體條款禁止我們擬進行上市；
 - (b) 對我們網絡安全及數據處理活動合規情況方面的全面審查中並未發現任何重大不合規事件。我們已告知網信辦相關分部有關我們於聯交所的建議上市，隨後未接獲任何有關網絡安全審查或上市計劃的問詢、通知、警告或制裁；
 - (c) 根據中國法律顧問的盡職調查，我們不屬於草案徵求意見稿規定的任何

概 要

國內公司於海外發售及上市證券須予禁止的情況範圍；(d)境內子公司均根據相關法律法規，制定了公司章程，完善了內部控制制度，規範了公司治理和財務會計行為；(e)我們建立了完善的保密制度，並採取了必要的措施來落實保密義務，同時設立了數據安全管理系統和個人信息保護系統。我們收集及產生的全部用戶數據均存儲於中國大陸境內，並未提供給任何海外第三方。擬進行上市不涉及於中國大陸境外提供重要數據及用戶個人資料；及(f)全球發售所得款項的計劃用途符合中國相關法規的規定。

根據上述，董事及中國法律顧問認為，新法規不會對我們、上市計劃或可變利益實體結構下的業務造成任何重大不利影響。我們亦並無自任何中國機關(包括中國證監會)接獲有關上市計劃或新可變利益實體結構的問詢、意見、指示、指引或其他關注。然而，我們不能保證中國證監會或其他中國機關不會要求我們就上市計劃事先取得批准或完成其他程序，以致對我們的業務、經營、財務狀況及上市計劃造成重大不利影響。請參閱「風險因素 — 與於中國經營業務有關的風險 — 我們可能需要取得中國證監會或其他中國監管機構有關我們股份於聯交所上市及買賣的事先批准或遵守中國證監會或其他中國監管機構的備案或其他要求」。

關於修改或廢止部分行政法規的決定

於2022年3月29日，國務院頒佈《國務院關於廢止和修改部分行政法規的決定》(或決定)，決定於2022年5月1日生效。根據決定，取消《外商投資電信企業管理規定》中有關外商投資增值電信企業的主要外國投資須具備良好往績及運營經驗的規定。誠如我們中國法律顧問所告知，該監管發展並不會令我們的ICP許可證失效或要求我們根據中國法律法規修訂合約安排。截至最後實際可行日期，我們並無收到主管部門有關我們ICP許可證或我們合約安排整體有效性的任何問詢或通知。此外，誠如我們中國法律顧問所告知，由於決定僅於2022年5月1日生效，並無發佈具體的指引或實施辦法，因此決定日後會否對我們產生影響，包括任何我們可能需滿足的特定要求，仍屬未知之數。我們將密切關注有關決定的任何未來進展，並將採取一切必要行動遵守適用法律、法規及特定要求或指引，包括在未來有需要時重組企業架構。請參閱「風險因素 — 我們業務及行業有關的風險 — 我們受到廣泛且不斷變化的法律及監管規定的規限，不遵守該等規定或該等規定發生變動可能會對我們的業務及前景產生重大不利影響」。

我們業務的近期發展

繼往績記錄期間之後及截至本文件日期，我們的關鍵經營指標及收入持續增長。由於我們繼續努力擴大業務規模，提升經營槓桿及擴大經濟規模，儘管預期我們會於截至2022年止年度持續產生淨虧損及經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)(定義為

概 要

剔除金融負債公允價值變動、以股份為基礎的薪酬開支、上市開支及按公允價值計入損益的金融負債的發行成本)，我們預期經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）將下降。

經我們的董事確認，自2021年12月31日（即本文件附錄一會計師報告所載綜合財務報表的最近報告期截止日期）起及直至本文件日期，我們的財務、營運或交易狀況或前景並無重大不利變動。

業務可持續性

由於我們一直專注發展我們的醫院網絡、藥店網絡及個人用戶群並投資我們的產品創新及品牌資產，以便為取得長期成功打下堅實基礎，我們於整個往績記錄期間產生了淨虧損和淨經營現金流出。管理層認為我們處於變現的相對早期階段。我們未來的盈利能力尚不確定，並受到各種因素影響，包括我們有效將產品及服務變現以及以具有成本效益的方式持續增加收入的能力。儘管我們不斷擴大業務規模，但如上文所述，於可預見的未來，我們可能會繼續產生淨虧損和淨經營現金流出。我們預期將於截至2022年及2023年12月31日止年度產生淨虧損和淨經營現金流出。我們預期於上市後將成為綜合資產淨值狀況，然而，倘我們的盈利能力於上市後進一步惡化，我們可能會轉為淨負債狀況。倘我們未能擴大經營規模且未能達致令人滿意的未來增長，我們可能會出現資金短缺，這可能需要我們於達到經調整純利（非國際財務報告準則計量）或淨經營現金流盈虧平衡點之前籌集額外資金。參見「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們有淨虧損及經營現金流量為負的歷史。我們預計未來的支出會增加，並且我們可能無法實現或保持盈利。」

於往績記錄期間，我們實現了強勁收入增長。我們的收入由2019年的人民幣524.4百萬元增加至2020年的人民幣839.1百萬元，並於2021年進一步增加至人民幣1,756.7百萬元。我們的營運指標亦實現快速增長：

- **院內解決方案：**根據院內解決方案「AIM」模式，我們的協同努力，以(i)透過我們自2016年創立的SaaS業務能力，觸達醫院並持續合作以建立密切的業務關係，(ii)設法部署醫院SaaS以增加醫院粘性，及(iii)透過醫院用品及數字化營銷服務（但盡量少依賴醫院SaaS）以探索商業化機會。請參閱「業務 — 院內解決方案 — 「AIM」模式」。截至2019年、2020年及2021年12月31日，部署醫院SaaS的醫院數量由377家增加至1,705家，並進一步增加至2,369家。透過分銷商間接或直接向我們購買醫療器械、耗材及藥品的醫院數量從2019年的1,016家增加到2020年的1,431，隨後進一步增加至2021年的2,101家。不斷增長的醫院及醫生網絡亦使我們能夠為製藥公司提供更有效的數字營銷服務。數字營銷服務的交易製藥公司數目由2019年的5個增加至2020年的13個，並於2021年進一步增加至15個。我們通過數字營銷服務銷售的SKU數目由2019年的6個增加至2020年的16個，並於2021年進一步增加至22個。
- **藥店解決方案：**歷史數據上看，我們的藥店解決方案業務僅包括藥店用品銷售，而該等銷售持續為藥房解決方案的主要收入來源。於2019年、2020年及2021年，我們的藥店交易客戶數量分別為343、327及683家。我們於2019年下半年開始提供藥店SaaS，隨後迅速增長，成為我們藥店解決方案毛利率相對較高的另一個重要收入來源。安裝了我們藥店SaaS的藥店數目由截至2019年12月31日的3,002家增加至截至2020年12月31日的111,413家，並進一步增加至截至2021年12月31日的172,000多家，表明我們藥店SaaS解決方案的快速滲透。

概 要

- **個人慢病管理解決方案：**隨著我們擴大醫院、藥店及醫生的覆蓋範圍，平台上的註冊用戶人數由截至2019年12月31日的840萬人增加至截至2020年12月31日的1,710萬人，並進一步增加至截至2021年12月31日的2,380萬人。

展望未來，隨著我們繼續受益於早期投資及規模經濟，我們預期將維持持續的高增長。具體而言，我們預期將通過繼續擴大我們的客戶群、增加來自客戶的變現、提高毛利率以及自我們作出的早期投資中受益、提高運營效率及實現更大的規模經濟來維持我們的收入增長並實現盈利。

- **擴大我們的客戶群。**我們的醫院SaaS促進了我們與醫院的頻繁互動，並使我們能更好地了解彼等的需求並將其變現。我們取得對終端醫院客戶的高留存率。根據我們的內部記錄及我們於最後實際可行日期可得的資料，於2020年直接或間接向我們購買醫療用品的醫院中，77%的醫院於2021年再次向我們購買。對於同期部署SaaS的醫院而言，這一比例為94%，說明部署醫院SaaS提高醫院終端客戶粘性。我們與醫院的成功合作使我們能夠展示我們的價值主張，並幫助我們進一步滲透各地區及各層級醫院。我們對醫院工作的參與將吸引更多的醫生加入我們的平台，從而為我們平台上的藥店及個人用戶提供更多更好的問診及處方服務。因此，截至2021年12月31日，我們的172,279家藥店安裝了我們的藥店SaaS，平台註冊用戶達2,380萬人。我們預期將繼續擴大我們的藥店最終客戶群和個人用戶群。於往績記錄期間，來自藥店解決方案及個人慢病管理解決方案的收入增長顯著，我們預期將繼續受益於上述因素，實現持續的高增長。我們廣泛的醫院、藥店、醫生及患者覆蓋範圍使我們能夠為製藥公司提供更有效的數字營銷服務。由於我們透過醫院SaaS進行部分數字營銷服務，故醫院SaaS部署亦促進我們的數字營銷服務。2021年，我們擁有15家交易製藥公司客戶，且預期我們的數字營銷服務業務將繼續增長。因此，隨著客戶群持續增長及我們受益於早期投資及業務成長，預期我們的收入將於記起你未來持續快速增加。
- **增加來自客戶的變現。**我們將繼續透過我們的產品及服務增加來自客戶的變現。就我們的院內解決方案而言，醫院醫療用品及數字營銷將推動我們的收入增長並貢獻我們的大部分收入。我們相信部署醫院SaaS有助於我們獲得相對穩定的收入來源，透過銷售醫院用品拓寬商業化機遇。具體而言，在直接或間接向我們採購醫院用品的醫院中，使用醫院SaaS的醫院的留存率更高，解決方案對每家醫院的平均收入貢獻更大。此外，部署我們的醫院SaaS是我們提供精準數字營銷服務的關鍵一步，而來自數字營銷服務的收入於往績記錄期間增長顯著。醫院SaaS承擔部分數字營銷服務，讓我們能夠以多種創新方式為數字營銷服務的客戶推廣其銷售的藥品。醫院SaaS部署增加提升數字營銷服務收入，拓寬收入來源，並提高我們的整體毛利率。我們的藥店解決方案中，除藥店用品銷售為可持續收入來源外，我們將專注於來自藥店SaaS的變現。我們於2019年推出我們的藥店SaaS。SaaS付費藥店數目由截至2019年12月31日的2,346家增加至截至2021年12月31日的84,389家。我們亦不斷為個人用戶擴大我們的服務，例如專家在線問診，一對一長期慢病治療套餐。由於我們繼續探索個人慢病管

概 要

理解決方案商業化機遇，我們預期該解決方案能夠產生更多收入。由於我們持續著力提升客戶方面的商業化，預期我們的收入將在日後持續快速增長。

- **提高毛利率。**隨著我們開始提供數字營銷服務及藥店SaaS，我們已於往績記錄期間實現有意義的毛利率增加。於2019年、2020年及2021年，我們錄得毛利率分別為11.7%、27.7%及32.4%。我們將繼續發展我們的高利潤率業務，包括數字營銷及藥店SaaS，且預期我們日後的毛利率將於未來數年將略為高於2021年水平。
- **受益於早期投資及規模經濟。**於往績記錄期間，我們大量投資於擴大不同職能的團隊及提升我們的品牌知名度。自2020年開始，我們開始大力投資營銷、行政及研發，包括新的營銷舉措(如於2020年的一次性品牌重塑營銷活動)、行政及研發團隊人員增加。除以股份為基礎的薪酬外，經營開支佔我們收入的百分比由2019年約39.7%增加至2020年103.4%，隨後減少至2021年約61.1%。由於經營開支(不包括以股份為基礎的薪酬)佔我們的收入百分比於2020年至2021年間大幅下跌，我們的收入由2020年的人民幣839.1百萬元增加109.4%至2021年的人民幣1,756.7百萬元。我們認為這顯示出我們將支出轉化為收入的能力和潛力。隨著我們繼續發展我們的業務並加強我們圍繞醫院、藥劑師、患者及製藥公司建立的網絡，我們將受益於規模經濟，提高我們的運營效率，並以較低的成本獲得客戶。具體而言，我們此前於銷售及營銷業務的投資讓我們能夠觸達中國大量醫院、部署醫院SaaS及／或銷售醫院用品，並利用與醫院的關係提供數字營銷服務。截至2021年12月31日，我們已集結960多名銷售人員覆蓋並滲透醫院及藥店。於2021年，我們成功向2,369家醫院部署醫院SaaS，並直接或間接向2,101家醫院銷售醫院用品。憑藉大規模的銷售人員及醫院覆蓋率，展望未來，我們的戰略計劃將專注於主要透過現有銷售人員及醫院覆蓋轉換付費客戶，尚無預期進一步顯著擴大銷售網絡。具體而言，於日後，我們預期轉換已覆蓋醫院及藥店，進一步提升銷售效益，減少銷售及營銷開支佔總收入的百分比。此外，為開發並發佈醫院、藥店及個人慢病管理解決方案SaaS產品及移動應用程序，我們已於2021年引入360多名員工擴大研發團隊。由於我們已經為三個解決方案開發並發佈SaaS產品及移動應用程序，鑑於目前研發團隊人員規模，我們預期不會進一步提升研發投資，從而導致日後研發開支佔我們總收入的百分比減少。此外，我們預期行政費用於日後大致穩定，由於總收益持續上升，因此預期行政費用佔總收入的百分比將於日後減少。因此，我們的銷售及營銷開支、行政開支及研發開支佔收入的比例日後預期減少。因此，我們的銷售及營銷開支、行政開支及研發開支佔收入的比例日後將減少。

日後，我們預期收入將繼續快速增長並逐步提高毛利率，同時我們預期不會於銷售及營銷、研發及行政事務方面進行重大投資。我們的董事認為，上述努力已經推動並預期將會繼續推動我們的收入增長以及我們的盈利能力。

充足營運資金

我們認為，根據我們於往績記錄期間的收入增長及現金流狀況估計，其擁有充足的營運資金，包括充足的現金及流動資金資產，再加上強大的集資能力，可滿足我們目前及自本文件日期起未來12個月的需求。此外，我們近期完成了新一輪融資，令本公司具有良好的現金狀況。截至2021年12月31日，我們擁有人民幣11億元的現金及現金等價物。我們相信，全球發售將為其營運提供額外資金，直至其達致經調整純利(非國際財務報告準則計量)或淨經營現金流盈虧平衡。

有關我們日後收入及盈利能力的上述前瞻性陳述乃基於我們目前及未來業務策略以及我們未來經營所處環境的多項相關假設。我們的業務增長和長期盈利能力受已知和未知的風險、不確定因素和其他因素的影響，部分因素非我們所能控制，可能導致實際業績、表現或成果或行業業績與上述前瞻性陳述所明示或暗示的任何未來業績、表現或成果有重大出入。相關風險，請見「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險」。

上市開支

基於發售價中位數每股股份30.50港元，我們預期產生的上市開支約人民幣84.0百萬元。於往績記錄期間，我們已產生上市開支人民幣46.2百萬元，其中人民幣37.4百萬元已於綜合損益及其他全面收益表內確認，及人民幣8.8百萬元已資本化為上市開支預付款項，並於截至2021年12月31日之綜合財務報表中按權益中的減少項入賬。我們預期於2022年將產生額外上市開支約人民幣37.8百萬元，其中人民幣31.4百萬元預期將於綜合損益及其他全面收益表內確認，及約人民幣6.4百萬元預期將根據相關會計準則於上市後於權益中抵扣。以上上市開支乃最新預測估算，僅供參考，實際金額或與估算金額不同。基於發售價中位數每股股份30.50港元，上市開支的估計金額將佔全球發售的所得款項估計總額約16.9%(假設超額配股權未獲行使)。

約人民幣13.2百萬元的包銷相關開支結餘(主要包括包銷佣金)預期將於全球發售完成後作為權益中的扣除項入賬。約人民幣70.8百萬元的非包銷相關開支結餘主要包括法律顧問及會計師的費用及開支人民幣48.7百萬元以及其他費用及開支。

未來股息

我們乃一間根據開曼群島法例註冊成立的控股公司。我們於往績記錄期間錄得負債淨額，主要因為我們上輪融資向投資者發行的可轉換可贖回優先股公平值變動。待全球發售完成後，我們的可換股可贖回優先股將全部自動轉換為我們的普通股，而我們不再就該等優先股確認負債公允價值變動。根據開曼群島法律，累計虧損的狀況並不一定限制我們宣派和支付股息的能力，因為不論我們有盈利能力如何，我們可從股份溢價賬戶中宣派和支付股息。誠如我們的開曼群島法律顧問邁普達律師事務所告知，根據公司法(經修訂)，累計虧損的狀況並不一定限制我們宣派和支付股息的能力，

因為不論我們有盈利能力如何，我們可從股份溢價賬戶中宣派和支付股息，但董事必須始終考慮在計及這些虧損的情況下支付股息是否符合我們的最佳利益，而倘若支付股息會導致本公司無法償還我們在正常業務過程中到期的債務，我們將不會支付股息。然而，我們任何未來股息的支付及金額亦將取決於自子公司所得的可用股息。中國法律規定股息僅就根據中國會計原則計算的年度利潤而支付，該準則與其他司法權區的公認會計準則（包括國際財務報告準則）在許多方面有所不同。中國法律亦規定，外國投資企業須預留其稅後利潤（如有）至少10%作為其法定儲備，而有關儲備不可進行現金股利分派。向股東作出的股息分派於股息獲股東或董事（如適用）批准的期間內確認為負債。於往績記錄期間，我們概無派付或宣派股息。誠如中國法律顧問告知，由於中國公司僅可自其累計利潤派付股息且不得於上一財政年度的任何虧損獲抵銷前分派任何利潤，鑑於截至2021年12月31日累計虧損為人民幣60億元，我們預期將無法於2022年派付股息。

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，假設並無行使超額配股權及概無根據首次公開發售後股份激勵計劃發行股份，則我們按發售價每股股份30.50港元估計全球發售所得款項淨額約為481.7百萬港元。我們擬將此次發售所得款項淨額用於下列目的：

- 約60%預計將用於業務擴張。我們將繼續推行「醫院為先」戰略，在全國範圍內擴大我們的醫院網絡。我們還將利用我們的醫院網絡，繼續與產業價值鏈上的更多行業參與者聯繫，並繼續加強和擴大我們的解決方案，以推動客戶及用戶參與。這些努力將使我們能夠擴大我們於院內院外系統的慢病管理解決方案，更好滿足患者的需求，並在我們擴張的同時提高我們的運營效率；
- 約25%預計將用於提高我們的醫學知識和技術能力，以加強我們在數字醫療行業的領導地位。該等投資能讓我們深化與行業參與者的聯繫，並提供更好的醫療，這對於加強客戶對我們平台的信任至關重要；
- 約5%預計將用於通過戰略夥伴關係、投資和收購其他業務來擴大我們的生態系統，以補充我們的有機成長戰略。我們計劃繼續提升我們在價值鏈上游和下游的地位，並有選擇地尋求聯盟和投資機會；及
- 約10%預計將用於營運資金和一般公司用途。

倘若超額配股權獲悉數行使，則我們將按發售價每股股份30.50港元收取的額外所得款項淨額將為83.4百萬港元。