

概覽

關於我們

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，渴望引領中國數字化慢病管理市場。我們圍繞慢病管理，為醫院和藥店提供醫療產品和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服務。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，並能夠透過我們自主開發的AIoT設備與我們銷售的部分醫療器械連接。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經常性的處方，以及院內和院外的服務，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。公立醫院也有更多的醫療資源和醫患關係，對慢病患者很重要。

業 務

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全面的慢病管理體驗。我們引入醫院、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。

通過我們提供的院內解決方案、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。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。我們亦通過提供數字營銷、SaaS及其他服務產生收益。



業 務

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	<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) 其他包括保險經紀服務、廣告代理服務及其他。

院內解決方案

我們的院內解決方案，通過我們的醫院醫療用品供應(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，幫助醫院滿足對慢病患者進行高效且有效的院內管理需求。憑藉我們的經銷商及醫院網絡，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

理的基本需求。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；該產品能夠在我們開發的AIoT設備的幫助下連接醫療器械。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。越多醫院採納我們的解決方案，我們就將吸引越多的醫生進入我們的網絡，從而為我們的藥店客戶及個人用戶提供更多及更好的問診及處方服務。更大的醫院和醫生網絡也使我們能夠為製藥公司提供更有效的數字營銷服務。

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。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。憑藉我們的經銷商及藥店網絡，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處方和配藥。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，我們的藥房解決方案業務僅包括藥房醫療用品銷售。我們與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。隨著越來越多的藥店和藥劑師採用我們的解決方案，更多醫生將願意加入我們的平台，提供藥房在線諮詢及處方服務，繼而更多的患者和其他個人用戶亦透過藥房在線諮詢及處方轉向我們的平台。

個人慢病管理解決方案

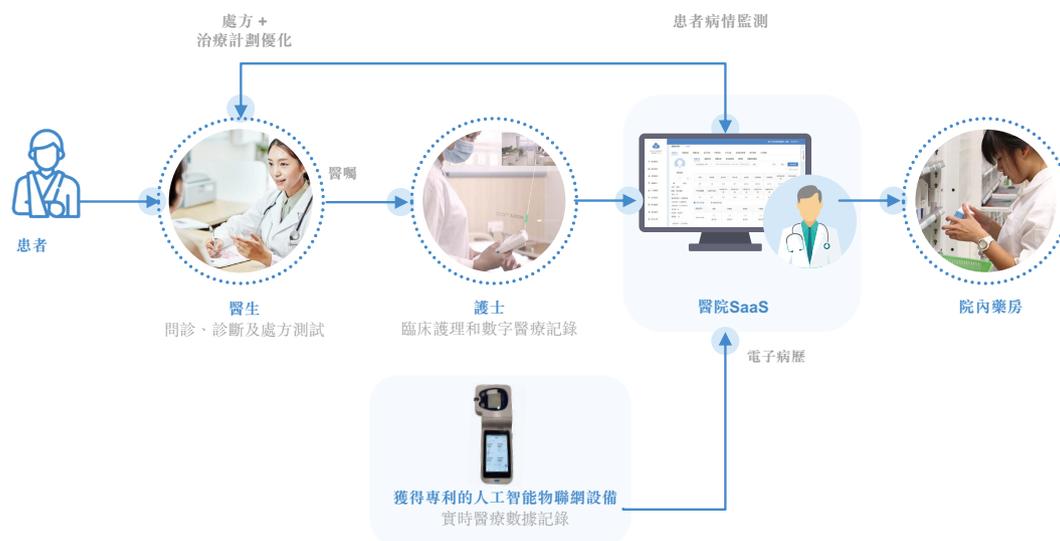
我們個人慢病管理解決方案主要通過我們的醫生與患者移動應用程序、小程序及微信公眾號將醫生與患者聯繫起來，為慢病患者實現院外監測、問診和處方開具。截至2021年12月31日，我們擁有超過87,000名註冊醫生及2,380萬註冊用戶。

通過解決方案，我們能夠為大量的個人用戶提供服務。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。隨著越來越多的患者及個人用戶採納我們的服務，更多的藥店及醫生將願意加入我們的平台。

我們的業務

為了應對這些挑戰，我們開發了一套解決方案，涵蓋了患者在院內院外的整個歷程。我們努力使慢病管理更加方便、有效和高效。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。

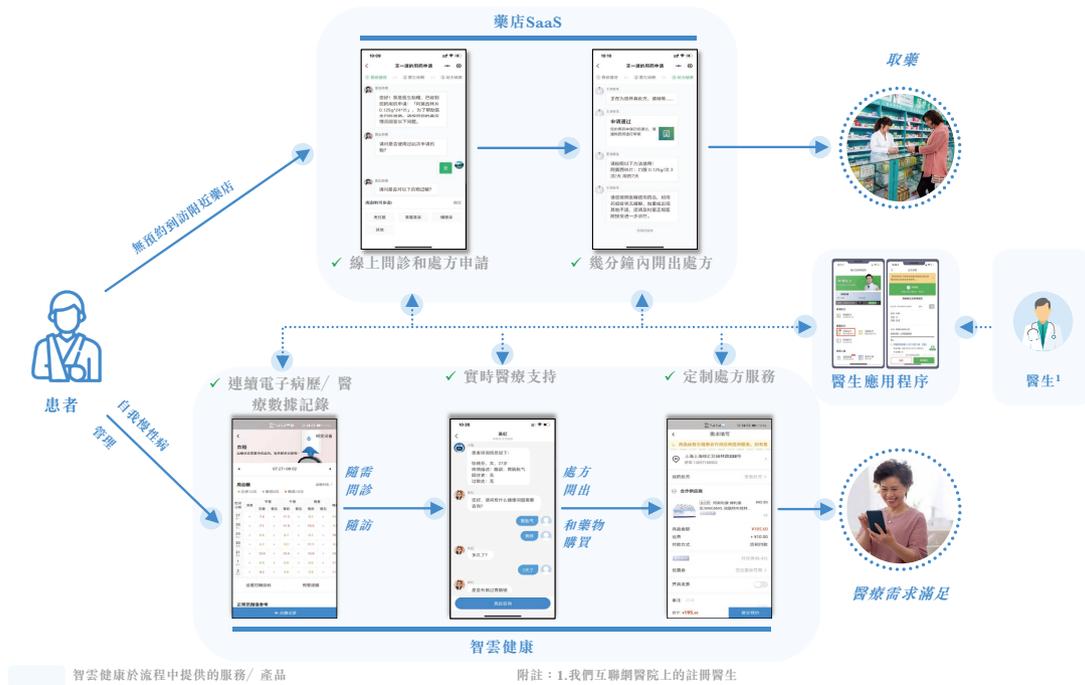
院內



智雲健康於流程中提供的服務/ 產品

為了滿足醫院在慢病管理方面的需求，我們通過經銷商或直接向醫院提供與慢病管理相關的醫療器械、耗材和藥品，包括記錄患者情況的醫療器械和耗材，如血糖儀、血糖試紙、和生命體征監測儀。智雲醫匯可以集中、簡化和自動化醫院慢病管理工作流程。智雲醫匯通過我們開發的AIoT設備與諸多類型的醫療器械連接，用於慢病管理，並與醫院現有信息系統同步。智雲醫匯還方便了電子病歷的創建、管理、分析和同步，並在醫院內部存儲數據。我們利用智雲醫匯開發一套專屬AIoT器械，能夠連接至我們作為中國分銷商的若干慢病管理醫療器械以及其他可連接設備。當護士使用AIoT醫療器械進行慢病管理時，我們的智雲醫匯自動監控並追蹤患者數據，例如患者的血糖水平，並實時生成警報並發送至護士及醫生。該類醫療AIoT集成功能推動我們醫院用品銷售，包括上述AIoT慢病管理醫療器械，比如血糖儀及生命體徵監測儀，以及試紙等相應醫療耗材。此外，智雲醫匯透過數字化供應及票務管理以及慢病管理醫療用品質量監控，提高醫院的管理效率。護士使用智雲醫匯可輕鬆檢查庫存，並可接收低庫存的補貨警報。該類供應及票務管理功能，特別是低庫存警報功能，能夠提醒醫院購買我們的醫院用品，因此我們認為利於醫院用品銷售。我們還利用自身龐大的醫院和醫生網絡，為製藥公司提供數字營銷服務，提高醫院和醫生對慢病相關藥物的認知。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。

院外



基於我們對慢病和市場需求的深入瞭解，我們分辨出並向藥店提供主要與慢病管理有關的醫療器械、耗材、藥品和其他類別商品。另一方面，智雲問診在我們的院外醫療服務中發揮了關鍵作用，使藥店能為無預約的顧客提供店內的實時問診和處方開具服務。患者可以向我們網絡中的醫生發起問診，以獲取處方並按方配藥。平均而言，2021年，部署有智雲問診的藥店的無預約患者等待不到3分鐘就會被分配到一名醫生進行問診。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。

我們的個人慢病管理解決方案智雲健康將患者與醫生聯繫起來，並實現院外醫患聯繫。患者可以很容易地獲得醫療服務，包括線上問診、處方開具、藥品購買，以及其他健康管理服務，如健康狀況的自我監測和電子記錄。醫生可以監控患者的記錄，並根據對患者健康狀況的分析發送用藥提醒。醫生們還受益於我們的知識庫和專家講座，以及時了解前沿醫療資訊。就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慢病產品產生收益。

我們相信，隨著越來越多的醫院部署我們的SaaS，越來越多的醫生會出於長期保持醫患關係的目的而在我們平台上登記並把患者轉介到我們的平台，越來越多的製藥公司會有動力使用我們的數字營銷服務；隨著越來越多的醫生和患者使用我們的移動應用程序，越來越多的藥店將有動力部署我們的SaaS解決方案以從我們豐富的醫生資源及龐大用戶群受益，以及越來越多的患者將通過藥店內問診及處方開具訪問我們的平台。

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

業 務

- **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：

- **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。我們通過直銷或分銷銷售藥店用品。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。

業 務

- **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。

我們的財務狀況

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。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「財務資料—經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)」。作為一家經營歷史相對有限但正在快速成長的公司，我們預測未來經營業績的能力有限，且受不確定因素影響，包括我們為未來增長進行規劃及建模的能力。我們近期的收入增長可能並不代表我們未來的表現。

毛利及毛利率

下表載列所示年度按收入來源及以絕對金額的毛利及佔總收入的百分比或按收入來源的毛利率：

	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

業 務

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

我們的競爭優勢

開拓者及市場引領者

行業開拓者。我們是中國慢病管理數字化的開拓者。根據弗若斯特沙利文報告，*智雲醫匯*於2016年推出，是中國首款幫助中國醫院數字化和標準化慢病管理流程的醫院SaaS，而且我們是唯一一個自行研發出經國家藥品監督管理局醫療器械認證、可以連接到醫院使用的AIoT設備的行業參與者。

市場領導地位。根據弗若斯特沙利文報告，基於截至2021年12月31日中國醫院及藥店的SaaS部署數量以及就2021年通過我們服務開出的線上處方量，我們都是中國最大的數字化慢病管理解決方案提供商。截至2021年12月31日，我們的SaaS產品已分別部署在2,300多家醫院和172,000多家藥店。截至2021年12月31日，我們的平台擁有超過87,000名註冊醫生及約2,380萬註冊用戶。2021年，我們的平台開出約153.4百萬張處方。

可擴展的商業模式

「醫院為先」戰略。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，我們採用「醫院為先」戰略，為患者提供全面的慢病管理體驗。截至2021年12月31日，智雲醫匯已在約640家三級公立醫院和約1,036家二級公立醫院部署，分別佔中國三級公立醫院的約21.4%和二級公立醫院的約10.0%。隨著我們與醫院合作的深入，我們的院內解決方案成為他們日常工作中不可或缺的一部分，而醫院改用其他解決方案通常會產生高昂的成本。

從醫院拓展到其他關鍵參與者。我們的願景是覆蓋從院內到院外的整個患者歷程，我們的服務已經擴展到覆蓋慢病管理價值鏈的所有主要參與者。利用我們在服務醫院方面的成功，我們已將解決方案擴展到藥店。隨著越來越多的醫院和藥店採用我們的解決方案，越來越多的醫生和藥劑師轉向我們的服務，繼而越來越多的患者和其他個人用戶也轉向我們的平台。進而，我們能夠利用自身的網絡，更好地為製藥公司提供更有效的數字營銷服務。

高效的全渠道用戶獲取。我們擁有從不同渠道獲取個人用戶的強大能力。2021年第三季度，我們的註冊用戶中有95%，約1.2百萬人，來自原生流量，如藥店內在線問診及處方開具、醫院內轉化和患者推薦。與通過大眾營銷獲取用戶相比，我們的「醫院為先」戰略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。

在院內院外建立有價值的醫患關繫

有價值的聯繫。個人用戶可以在我們的平台上註冊，享受問診和處方開具服務，並完成藥品購買。在我們的個人慢病管理解決方案上產生的互動是基於醫療服務的實際需求，使我們能夠更好地瞭解這些用戶，並向醫生和他們的患者提供有針對性的服務。慢病患者對問診和處方開具的經常性需求，形成巨大的患者生命周期價值。隨著個人用戶加深對我們平台上醫生和服務的信任，他們對自我健康管理更加自信，對我們的平台更加忠誠。有了這些深層次的聯繫，我們完全有能力加深我們的行業滲透，提供更廣泛的產品方案。

從院內擴張到院外。慢病管理是一個複雜的過程，需要長期的定期隨訪以及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。通過我們的醫院網絡，醫生可向他們的院內慢病患者推薦我們的個人慢病管理解決方案，以保持他們的聯繫，我們能幫助醫患在院外情景中鞏固此類關係。

強大的產品能力

技術和醫療知識。我們的技術能力使我們能夠在院內和院外環境中為主要的醫療行業參與者提供標準化的便捷體驗。**智雲醫匯**可與大多數現有醫院信息系統互聯互通，從而能簡化工作流程。通過模塊化的部署，醫院可以按需定制**智雲醫匯**的功能。我們還維護著一個龐大且不斷增長的知識庫，作為我們在線問診和處方開具服務的基礎。該知識庫擁有200萬篇醫學論文，逾11萬篇臨床指導文章，以及其他各種醫學來源的知識，幫助將患者與相應的科室和醫生相匹配，同時確保問診和處方開具過程的準確性。

經證實的有效性。我們已經開發了以成熟產學合作和經證實臨床表現為依托的技術化解決方案。根據上海東方醫院進行並在《糖尿病研究》雜誌(*Journal of Diabetes Investigation*)上發表的一項臨床研究，與美國某領先糖尿病管理公司開發的產品相比，我們開發的患者治療和管理計劃在各種指標上都展現出相當大的改善，包括相同程度的改善所需的天數。這項已發表的研究鞏固了患者和其他參與者對我們解決方案的信心和高度依賴。自2020年開始，我們與中國疾病預防控制中心合作，為其建立全國性的慢病大數據試點方案提供技術支持，該項目旨在規範和發展慢病數據的收集、存儲、處理和應用。我們有助於豐富和改善了國家慢病中心的數據平台。

高瞻遠矚的管理團隊

我們擁有一支富有遠見的高級管理團隊，在技術和醫療衛生領域具有深入且互補的經驗。懷著為中國每個家庭帶來更好的慢病管理體驗的使命，匡先生在2014年創立了本集團。匡先生在醫療衛生和技術行業有逾15年經驗，使他對改善中國的慢病管理市場有特殊的視角。他曾在強生公司擔任亞太區高級戰略營銷經理，並在英特爾中國公司擔任負責亞太區業務發展的多個技術職務。匡先生的獨特背景、海外經歷和對複雜的數字醫療行業的深入瞭解，使他能夠迅速發現市場機會，制定正確的全公司戰略，並將團隊帶到正確的執行道路上。我們團隊能做出快速反應，以解決行業痛點，開發技術驅動的解決方案。我們團隊在著名跨國公司中管理關鍵職能部門的豐富經驗和成熟的執行能力有極大的價值。

我們的成長戰略

我們打算專注於以下關鍵戰略，以鞏固我們在中國慢病管理市場的領導地位。

繼續擴大我們的醫院和藥店網絡

我們相信我們有充足的增長潛力，為更多醫院、藥店、醫生和護士提供我們的解決方案。在中國，我們努力推動更多的醫院，特別是在三級和二級醫院應用包括醫院SaaS在內的我們的產品解決方案。

雖然我們已經與許多中國領先的連鎖藥店合作，但我們計劃繼續擴大我們藥店醫療用品供應及SaaS的覆蓋範圍，為我們的網絡增加新的藥店，特別是大型連鎖藥店。我們還計劃繼續分配大量資源來優化我們的現有產品，並為醫院和藥店開發新產品。我們相信我們將能夠進一步開發與醫院和藥店合作的商業化潛力。

有關實施計劃詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途 — 所得款項用途 — A.業務擴展」。

繼續擴大我們的患者和醫生群

利用我們龐大的醫院和藥店網絡，我們的戰略定位是以相對較低的成本吸引有醫療需求的個人用戶使用我們的平台。我們將繼續通過有針對性的獲客，以及增強於潛在用戶中的品牌知名度來擴大我們的用戶群。我們還打算繼續利用我們與醫院的關係，吸引更多醫生加入我們的平台。我們計劃擴大我們的用戶群，並通過增加針對不同慢病的服務吸引用戶，抓住更多商業化機會。

有關實施計劃詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途 — 所得款項用途 — A.業務擴展」。

繼續投資於產品和技術的創新

我們將繼續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。

我們將通過產品和技術創新不斷為我們的解決方案增加新的功能和特性。特別是，我們相信AIoT設備及人工智能輔助匹配技術與全方位數字醫院衛生解決方案高度相關，並將在院內院外的慢病管理中發揮關鍵作用。我們計劃更多地與頂級醫院、醫療機構和大學合作進行臨床試驗，以進一步探索技術和醫療改進的潛力。我們還計劃進一步開發我們的SaaS和相關產品，以包括更多的功能、更好的用戶體驗和更高的用戶參與度。我們將不斷獲得更多的人才，以促進我們在產品和技術方面的創新。

有關實施計劃詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途 — 所得款項用途 — B.提升醫療及技術能力」。

繼續擴大我們對醫療衛生價值鏈的參與並驅動商業化

我們計劃繼續增強對醫療衛生價值鏈上游和下游的滲透。我們致力於接觸整個醫療衛生價值鏈的所有主要參與者。我們將擴大與上游製藥公司的現有合作關係，並提供醫療器械、耗材和藥品，以更好地滿足醫院和藥店的需求，並為他們提供數字營銷服務。我們還將加強我們的下游能力(如按方配藥)，以提供更多服務方案。這將進一步增加主要醫療衛生參與者對我們解決方案的黏性，並使我們的商業化渠道多樣化。

有關實施計劃詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途 — 所得款項用途 — C.戰略聯盟及投資」。

繼續投資於戰略合作和收購

我們將有選擇地尋求我們認為能夠擴大我們市場領導地位的戰略合作、投資和收購。我們還打算重點發展能夠吸引新參與者，並擴大我們的產品和服務的戰略合作、投資和收購。

有關實施計劃詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途 — 所得款項用途 — C.戰略聯盟及投資」。

我們的價值主張

我們產品和服務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。

業 務

我們採用「醫院優先」策略，透過我們的院內解決方案，為醫院、醫藥公司、醫生及患者提供全面的慢病管理體驗。醫院方面，我們的醫院SaaS已成為許多醫院日常工作不可分割的重要部分，能夠數字化慢病管理，改善醫院營運效率及治療有效性，有助於醫院為慢病患者創建及維護電子病歷。此外，我們透過提供醫院用品及庫存管理功能，解決醫院門診需求。我們亦向醫院提供適當用品，包括慢病治療相關的醫療器械、耗材及藥品。醫藥公司方面，我們的數字營銷服務便利醫藥公司提高產品意識，減少營銷開支，接觸更多醫生。醫生及患者方面，透過我們的醫院SaaS設備，醫生可有效監控而患者可持續記錄健康數據。

為讓優質醫療服務惠及醫院外場景，我們推出醫藥解決方案及個人解決方案，實現藥店及居家諮詢和處方開具。基於我們對中國醫療產業的了解及供應鏈網絡，我們向藥店提供醫藥用品。使用藥店SaaS，患者可便捷採購藥品，在藥店享受所需服務。我們的藥店解決方案亦提供其他渠道，協助藥店獲客。使用個人慢病管理解決方案，我們向患者提供專業慢病護理及其他健康管理服務，以及隨時隨地支持在線諮詢及處方服務。此外，我們的解決方案能讓醫生和患者遠程溝通，有助於維持長期的醫患關係。醫生於我們平台的工作亦會獲得額外收入。

隨著越來越多的醫院及藥店採用我們的系統，更多醫生和藥店轉向使用我們的服務，進而帶動更多患者及其他個人用戶轉用我們平台。我們能夠利用平台網絡，為醫藥公司提供更為高效的數字營銷服務。因此，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為我們的業務創造協同價值，因為這讓我們能夠服務包括醫院、醫生、患者、藥店及製藥公司在內的主要行業利益持份者，滲透並接觸慢病患者的整個患者旅程。詳情見「我們各業務線之間的協同作用」。

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

- *解決醫院醫院醫療用品需求*。我們向醫院提供廣泛的慢病相關醫療設備、耗材及藥品。使用我們的解決方案，醫生及護士可輕鬆管理該等醫院醫療用品庫存。
- *數字化和標準化的治療過程*。我們的醫院SaaS智雲醫匯幫助醫院創建和管理電子病歷，使醫院、醫生和護士能夠更有效地跟蹤和治療患者，減少醫療錯誤。
- *通過數字營銷提供的額外服務*。透過我們的數字營銷服務，醫院能夠方便地識別及採購適合慢病管理的相關藥品。醫院亦可通過我們的業務開發團隊參與我們贊助的學術活動，緊跟行業趨勢。
- *優化的醫院分級*。中國政府鼓勵醫院將電子病歷納入信息系統，並在醫院分類系統中對部署了我們的醫院SaaS解決方案的醫院額外給予分值。政府的支持進一步激勵了醫院採用我們的SaaS解決方案，以追求更高的分級。

對藥店的價值主張

- *種類更為廣泛的慢病管理用品*。利用我們在慢病管理方面的供應鏈網絡，我們根據醫院需求，提供全面的醫療設備、耗材、藥品及其他類別商品。
- *為未約診顧客提供店內實時問診和處方開具服務*。走進部署了我們藥店SaaS的藥店的患者可在個人手機或店內智能設備上通過我們的藥店SaaS向醫生問診並申請處方。
- *更寬的獲客渠道*。智雲問診為藥店提供了額外的獲客渠道，賦予其藥店內完成處方開藥的能力並優化其庫存和服務。

對製藥公司的價值主張

- *有效的營銷服務*。我們的數字營銷服務透過我們龐大的醫院及醫生網絡，有效地提高了品牌知名度並降低了製藥公司的營銷開支。
- *觸達更多的醫生*。利用我們廣泛的醫院和醫生網絡，我們幫助製藥公司向院內院外的更多醫生宣傳他們的產品及支持醫生的臨床決策。

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*。通過我們面向患者、醫生和藥店的產品，我們建立了一個方便患者尋求線上問診和處方開具服務，並購買所需的醫療產品的平台。
- *24/7流動慢病管理*。我們全面的「隨時隨地」醫療健康管理平台，在人工智能和分析能力的支持下，為我們的個人用戶提供24/7監測和護理，並提供適合自我管理的知識和工具。

對醫生的價值主張

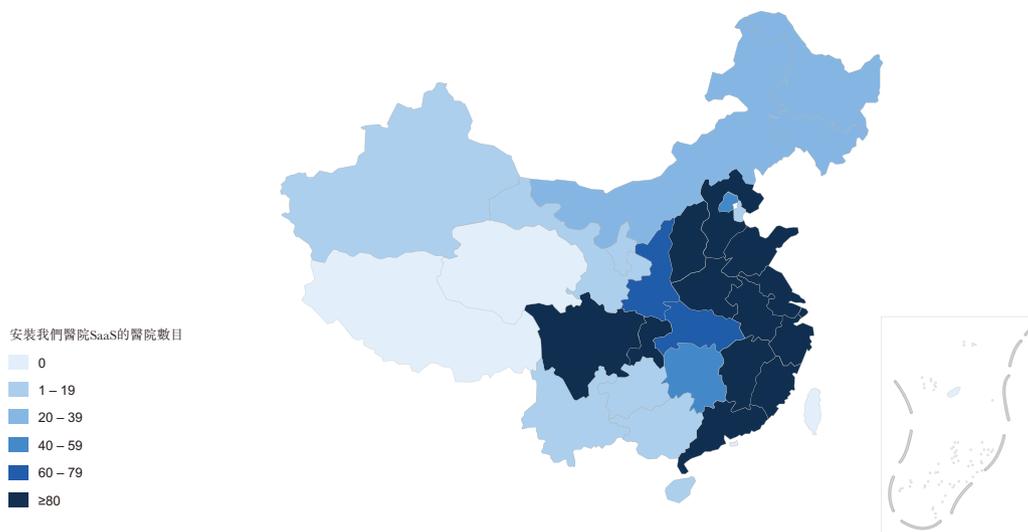
- *在院外擴展與患者的聯繫*。醫生可以其患者在住院後轉介到智雲健康，這樣醫生就可以與患者進行遠程交流，並有助於保持長期的醫患聯繫。
- *多點執業機會*。智雲醫生提供了多點執業的機會，醫生在我們的平台上工作而獲得額外的收入。

我們的商業模式

我們為慢病管理的所有主要參與者運營數字慢病管理業務，從而向醫院、醫療專業人士、藥店、製藥公司及個人用戶提供全面的產品和解決方案。我們的主要業務包括醫內解決方案、藥店解決方案和面向個人用戶的個人慢病管理解決方案。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

我們的院內解決方案主要包括醫院用品(為院內解決方案的主要收入貢獻來源)、醫院SaaS以及為製藥公司提供的數字營銷服務。截至2021年12月31日，其中2,300多家醫院部署了我們的SaaS。以下地圖為截至2021年12月31日，已部署我們醫院SaaS的醫院的地理覆蓋情況。



業 務

下列為於所示年度我們按收益來源劃分來自院內解決方案的收入明細，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	%
	<i>(以千計，百分比除外)</i>					
收入：						
院內解決方案						
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
共計	177,216	33.8	422,175	50.3	1,272,738	72.4

「AIM」模式

我們通過我們的「觸達、部署、商業化」模式（又稱AIM模式）拓展我們的院內解決方案業務。該三輪驅動模式展示我們的協同努力，以(i)透過我們於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（同時在較小程度上依賴醫院SaaS）以尋求商業化機遇。根據中國的醫院行業環境，我們出於戰略考慮，選擇醫院用品及數字營銷服務作為院內解決方案的主要收入來源。我們的醫院SaaS能力不僅令我們具備競爭優勢，令我們能觸達醫院，該等業務能力亦有助於我們與直接或間接向我們採購醫院用品的醫院建立牢固關係。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。我們預計醫院用品及數字營銷服務將繼續成為我們院內解決方案的主要收入來源。我們協同努力實現「觸達、部署與商業化」，因而能與醫院建立密切的合作關係，加深我們對行業的了解。

觸達

我們主要利用醫院SaaS業務觸達中國大量醫院並建立業務關係，旨在令該等醫院使用我們的院內解決方案。我們的業務拓展團隊尤其將我們的專屬醫院SaaS作為與醫院合作的起點。

利用我們對慢病管理的理解及專門知識，我們主要依靠我們的內部及外包業務發展團隊(其中許多人有醫學背景)來建立和維護這些關係。我們的業務拓展團隊通過展示我們的SaaS能力的差異優勢來接觸目標醫院，繼而向其介紹我們的院內解決方案。我們預計，專屬醫院SaaS將繼續作為我們的競爭優勢與差異化因素，透過高效及有效解決醫院慢病管理痛點，繼續助力我們擴大醫院最終客戶群。在此過程中，我們的業務發展團隊可瞭解到該等醫院的意願及信息技術環境，並努力使醫院採納我們的部分或全部院內解決方案時與其建立業務關係。

在初步與醫院建立業務關係後，作為我們觸達醫院過程中重要且持續的一部分，我們力求透過持續參與加深與醫院的關係。於持續參與中，我們共同部署醫院SaaS並探索商業化機會。實施這一方法後，雖然若干案例中相關醫院未聘用我們部署SaaS，我們透過醫院用品實現院內解決方案商業化，但我們通常會繼續與醫院討論以部署醫院SaaS，因為我們相信醫院SaaS提高醫院留存率，促進採購醫院用品及推動數字營銷服務。所有上述方法亦有助於進一步穩定化及拓展商業化路徑。

部署

部署我們的醫院SaaS產品有助於發展我們與醫院有粘性的關係，並擴大了我們的商業化渠道。由於我們提供的部分醫療設備都能通過我們的專屬AIoT設備連接我們的醫院SaaS，而我們所售的醫療器械原本與該等醫院所需同類醫療器械的功能類似，我們相信部署我們的醫院 SaaS 可鼓勵醫院向我們購買醫療器材和耗材。請參閱「一醫院 SaaS」瞭解有關醫院SaaS如何發揮功能促進醫療用品供應的銷售。此外，我們相信，我

們的醫院SaaS能力一定程度上是我們的一些供應商選擇我們作為慢病管理相關產品的獨家經銷商的原因，因為我們的SaaS能力有可能會鼓勵醫院向我們購買該等產品。此外，我們使用醫院SaaS以多種創新方式開展精準數字營銷服務。

我們積極與醫院合作部署醫院SaaS。於醫院部署醫院SaaS前，我們的業務拓展團隊及技術人員調研醫院的多個慢病管理部門以及信息技術部門，以了解醫院需求及工作流程。我們亦會與醫院的管理團隊溝通，對我們的醫院SaaS進行演示，並確定最適合醫院的安裝流程。在此過程中，我們協助醫院測試及調整其網絡設置，使其兼容我們的醫院SaaS。我們亦協助醫院完成部署醫院SaaS的內部審批程序。

商業化

我們積極尋求商業化機會，透過院內解決方案把我們與觸達的醫院所建立的關係商業化。當我們與醫院建立關係時，取決於具體情況和我們對醫院數字環境的評估，我們可能會選擇優先銷售醫院醫療用品供應，推廣我們的醫院SaaS，或利用此類關係為製藥公司提供數字營銷服務。

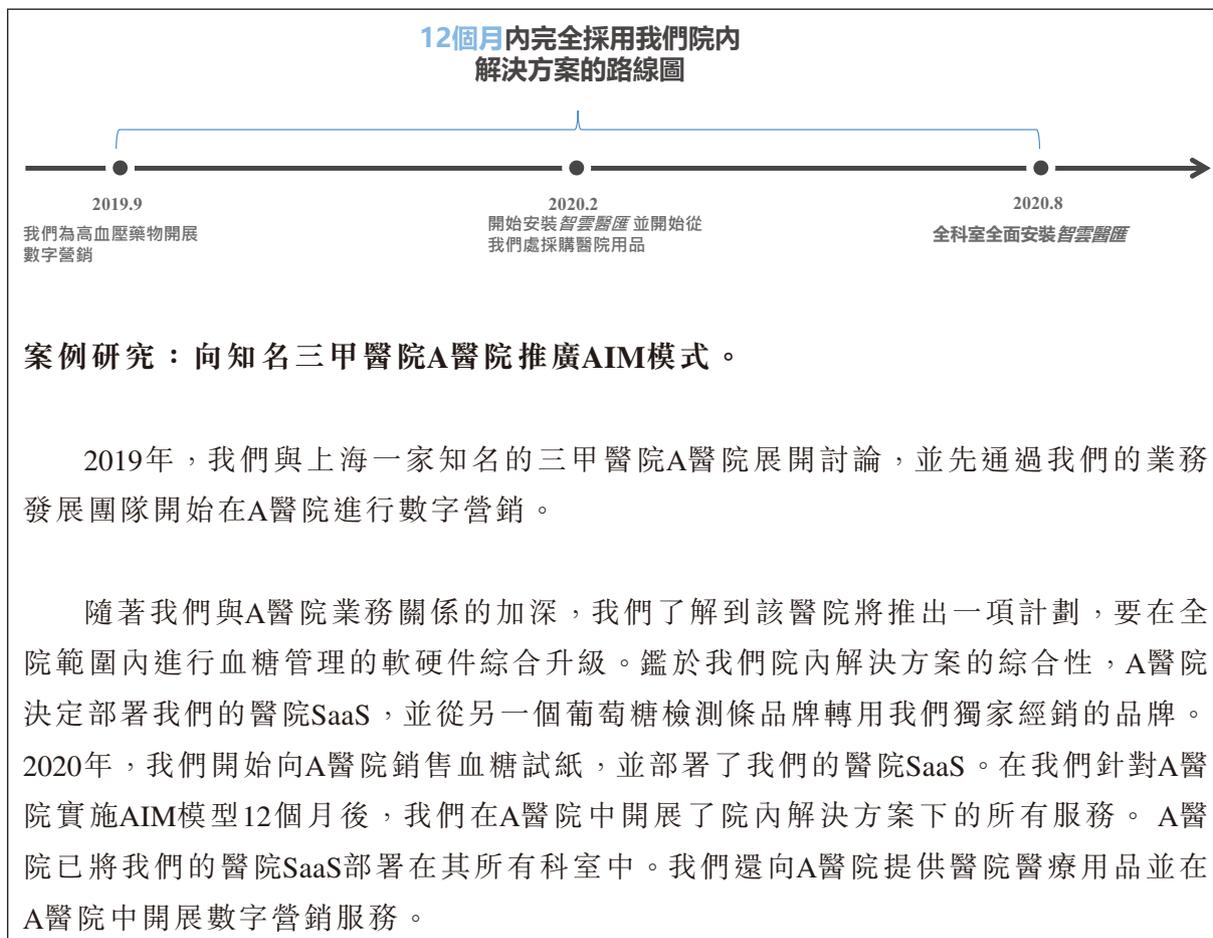
根據弗若斯特沙利文報告，鑒於中國公立醫院的公共和福利性質，其通常很難批准高額的軟件產品預算。鑑於此類限制，根據行業規範，我們經常免費或以折扣價提供我們的醫院SaaS。因此，我們認為安裝醫院SaaS並非我們收入的直接主要來源，而是與醫院建立穩固關係並了解彼等的需求並對醫療用品供應及數字化市場服務收入增長作出貢獻。

為證明我們的醫院SaaS在「AIM」模式下發揮的關鍵作用，根據內部記錄，於2019年、2020年及2021年分別向我們直接或間接採購醫院用品的1,016家、1,431家和2,101家醫院中，920、1,370及2,065家醫院在採購醫院用品之前或於當年同我們討論部署醫院SaaS的機遇，分別佔各自年份同年直接或間接購買醫院用品之醫院總數的91%、96%及98%。在這些醫院中，有283、794及1,003家醫院在購買醫院用品之前或當年部署或委託我們部署醫院SaaS，分別佔2019年、2020年及2021年直接或間接向我們購買醫院用品的醫院總數之28%、55%及48%。

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和透過銷售醫院用品拓寬商業化機遇。我們的醫院SaaS部署顯著提高我們於直接或間接向我們購買醫院用品的醫院的留存率。根據我們於2019年、2020年和2021年的內部記錄，2020年和2021年直接或間接向我們購買醫院用品的醫院使用醫院SaaS的留存率分別為100%和94%，而未使用醫院SaaS的醫院於相應各自年度的留存率分別為73%和64%。此外，於往績記錄期間，根據我們的內部銷售記錄及誠信評估，我們認為，在直接或間接向我們購買醫院用品的醫院中，使用醫院SaaS的醫院平均收益高於未部署醫院。

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。醫院SaaS承擔部分數字營銷服務，讓我們能夠以創新方式推廣製藥公司客戶的藥品，例如透過醫院SaaS增加藥品的曝光率及提升品牌知名度。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。

我們主要通過經銷商（往往是我們醫院終端客戶的批准供應商）向醫院銷售我們的SaaS和其他產品的使用權，其餘則是向醫院終端客戶直銷。請參閱「— 客戶」和「— 經銷商」章節。



醫院醫療用品供應

我們通過與醫院的密切協作關係，對不同等級、規模和地點的醫院的不同採購需求有了深入的瞭解。特別是，憑藉我們的「AIM」模式，我們醫院SaaS能力和安裝使我們能夠與醫院建立密切的合作關係，並積累慢病管理相關的行業及產品見解。通過與大量製藥和醫療器械公司的合作，我們可以以有競爭力的價格獲得供應豐富的高品質醫療器械、耗材和藥品。特別而言，一些供應商已選擇我們為若干地區中若干慢病管理

產品的獨家分銷商。通過將醫院的需求與我們的合作製藥公司及其他上游供應商所提供的用品相匹配，我們可以直接或通過我們的經銷商為醫院提供廣泛的醫療產品，作為我們院內解決方案的一部分。憑藉我們多年來的經營經驗，我們已發展了強大的供應管理能力，與我們慢病產品供應商維持穩定合作關係。

我們主要通過經銷商向醫院提供醫療器械、耗材和藥品。利用我們在慢病管理方面的專業知識，我們通過提供的產品主要包括：

- **醫療器械和耗材。**我們銷售醫療器械，如血糖儀和生命體征監測儀，其中大部分通過我們自主開發的AIoT設備能夠連通我們的醫院SaaS和其他非AIoT醫療器械。我們還銷售血糖試紙等消耗品，其中大部分用於與慢病有關的醫療器械或其他與院內慢病患者在醫院持續追蹤健康狀況的需求。
- **藥品。**我們為醫院提供各種藥品，包括非處方藥和處方藥，其中大部分與慢病有關，但也包括其他常見藥品。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。請參閱「— 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」。

由於醫療器械、耗材和藥品的長尾性質，我們出售給醫院的用品價格各不相同，我們出售的許多SKU對我們的收入貢獻很小。於2019年、2020年及2021年，產生了超過人民幣500,000元銷售額的SKU數量分別達到35個、42個和119個。這些SKU貢獻了相應年度醫院用品總收入的約94%、96%及90%。這些SKU主要包括血糖儀、試紙、生命體徵監測儀和檢測設備。

我們為我們所銷售的部分醫療器械和耗材在部分地區的獨家分銷商。我們相信，此等產品的供應商願意選擇我們作為彼等的獨家分銷商，一定程度上是因為我們的醫院SaaS能力。我們與此等供應商所簽訂的獨家分銷協議的條款並不相同，涉及各個方面，例如覆蓋領域及合規要求，一般為期一至兩年。此等合約符合我們的內部慣例，並基

於商業談判訂立。我們有時須遵守若干最低採購及／或最低銷售要求。倘我們未能滿足該等合約項下的相關最低採購及／或最低銷售要求，供應商有權將我們的獨家分銷權更改為非獨家分銷權，或撤回授予我們的獨家分銷權。於往績記錄期間，我們並無未能滿足任何該等合約項下的相關最低採購及／或最低銷售要求。根據此等協議，任何一方均可因故終止。2019年、2020年及2021年，我們銷售醫院用品產生的收入中分別約有18%、43%及30%來自具有此類獨家條文的合約。

一般來說，我們還更願意與那些與慢病管理有關的產品供應商合作。我們根據(其中包括)資質、可靠性和體量來選擇我們的供應商。在簽訂任何協議之前，我們對供應商和他們提供的產品進行背景調查，其中包括檢查他們的營業執照和他們產品的相關許可證和證書。我們還考慮到了供應商的品牌知名度，並在行業參與者中就他們產品的市場接受度進行調查。取決於具體情況，我們有時會有選擇地進行實地考察，以評估和核實其地點、業務規模、生產能力、物業和設備、人力資源、研發能力、質量控制體系和履行能力。

我們通過直接銷售或經銷商向醫院終端客戶提供醫療器械、耗材和藥品。2019年、2020年及2021年，我們銷售醫院用品產生的收入中分別約有86%、92%及89%來自向分銷商的銷售。因此，2019年、2020年及2021年，銷售醫院用品產生的收入中分別約有14%、8%及11%來自向醫院的直接銷售。請參閱「— 經銷商」一節。根據我們與經銷商的協議，我們向他們銷售這些商品，同時我們的經銷商獲授權將從我們這裡購買的產品直接銷售給醫院終端客戶。根據相關規定，除質量原因外，出售給我們經銷商的藥品和醫療器械一旦售出，不得以任何理由退貨或更換。因此，我們一般不會受到退貨風險的影響。請參閱「監管概覽 — 與藥品和醫療器械有關的法規 — 藥品經營」一節。據弗若斯特沙利文稱，此做法符合行業規範。這些經銷商在他們向我們購買這些商品的交易中屬於我們的客戶。我們出售的醫療器械、耗材及藥品的定價乃基於我們的供應商提供的參考價格及與我們的分銷商及直接銷售客戶進行商業磋商。尤其是，就向我們的分銷商銷售而言，我們可能會參考市場競爭情況及產品利潤率的業務目標調整供應商提供的參考價格。就直接向醫院銷售而言，在招標過程中與相關醫院協商價格。一旦貨物的所有權轉移給這些經銷商或我們的直接銷售客戶，我們的義務就履行完

畢。我們直接從這些銷售中產生收入，並於貨品所有權轉讓後按總額基準確認收入。於2019年、2020年及2021年，直接或間接向我們採購醫院用品的公立醫院數量分別為724、1,194及1,535間，分別佔相應期間直接或間接向我們採購醫院用品的醫院總數的71.3%、83.4%及73.0%。相應地，於2019年、2020年及2021年，直接或間接向我們採購醫院用品的非公立醫院數量分別為292、237及566間，分別佔相應期間直接或間接向我們採購醫院用品的醫院總數的28.7%、16.6%及26.9%。

就我們的醫療器械、耗材和藥品銷售而言，我們直接向我們的經銷商或醫院出售我們的庫存。我們管理我們的庫存，並根據供應、需求和價格的波動，以及就我們的某些庫存而言，季節性、產品受歡迎程度和保質期調整庫存水平。我們還利用第三方的倉儲服務來存放我們的部分庫存，其餘的則自行租用倉庫。我們使用第三方訂單履行服務來向我們的客戶，包括經銷商和醫院交付商品。此等第三方履約服務提供商為獨立第三方，其為我們從倉庫到客戶交付產品，同時承擔產品損壞的風險。

醫院SaaS

智雲醫匯是我們的醫院SaaS產品，旨在實現慢病管理的數字化，以提高醫院的運營效率和治療效果。該產品可幫助醫院為其慢病患者創建和維護電子病歷。其可以連通院內醫療AIoT設備。由於智雲醫匯是現有醫院信息系統和實驗室信息系統的「插件」或擴展，其無需對醫院系統進行重大修改，就以與醫院的現有系統無縫銜接。截至2021年12月31日，智雲醫匯在逾2,300家醫院中部署，包括約640家三級公立醫院和1,036家二級公立醫院，分別佔中國三級公立醫院的約21.4%和二級公立醫院的約10.0%。

業務

下圖為智雲醫匯的演示和截圖：

實時健康信息收集



我們受專利保護的人工智能物聯網設備

醫務人員採用我們的人工智能物聯網設備測量患者的血糖水平

醫生在智雲醫匯上查看患者的實時數據

智能健康數據跟蹤

醫院名 醫生用戶名

根據不同的標準篩選查詢

診療建議

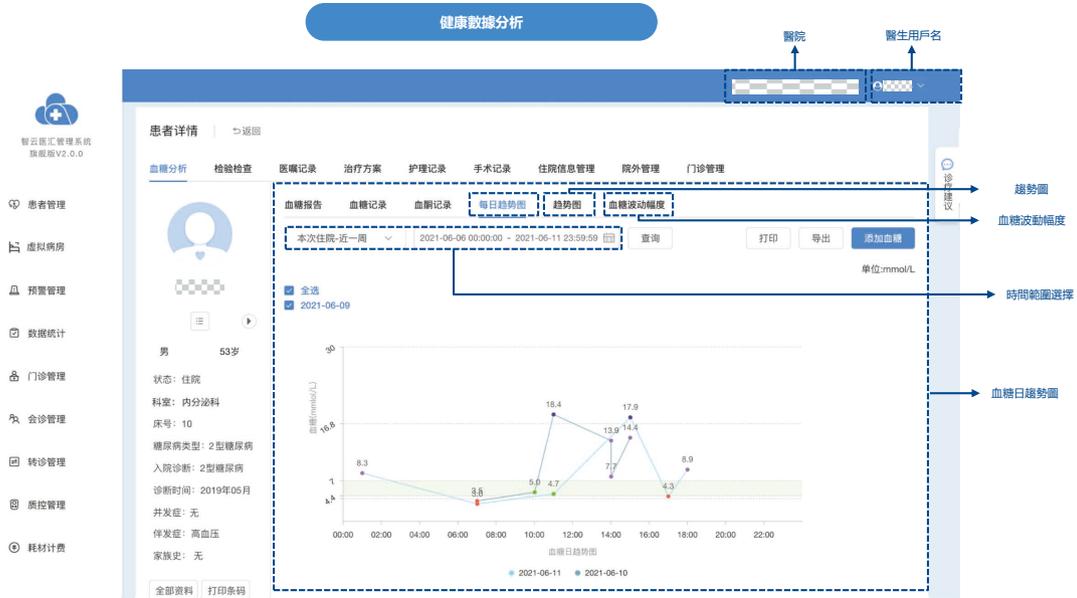
添加護理記錄

護理記錄

科室 病人的基本健康信息 疾病

检测时间	患者状态	体温 (°C)	脉搏 (次/分)	心率 (次/分)	呼吸 (次/分)	收缩压 (mmHg)	舒张压 (mmHg)	操作
2021-06-11 16:04	普通住院	36.5	90	98	22 ↑	110	90	编辑 查看
2021-06-11 14:23	普通住院	36.5	91	99	20	111	95 ↑	编辑 查看
2021-06-11 13:22	普通住院	36.7	92	97	21 ↑	107	78	编辑 查看
2021-06-10 16:20	普通住院	36.5	95	95	20	110	79	编辑 查看
2021-06-10 14:21	普通住院	36.5	97	96	21 ↑	112	80	编辑 查看
2021-06-10 12:21	普通住院	36.7	98	99	22 ↑	110	90	编辑 查看
2021-06-10 08:21	普通住院	36.5	95	97	23 ↑	111	90	编辑 查看

業務



智雲醫匯具有以下主要特點：

問診和處方開具。由於智雲醫匯可與醫院信息系統集成，醫生可以使用智雲醫匯輸入他們的診療結果和對病人的診斷，預約檢查、開具藥物和指示護士進行後續檢查。

自動健康記錄輸入。智雲醫匯將醫院的醫療器械，如血糖儀，與醫院信息系統和實驗室信息系統連通，並自動收集設備的輸出並將其傳輸到醫院的數據庫。

*建立電子病歷智能健康狀況跟蹤。*智雲醫匯記錄跟蹤患者的健康狀況、測試結果和其他醫療歷史，並可自動標記異常。還可幫助醫院建立和管理他們的電子病歷。

*健康分析。*智雲醫匯可以使用醫院本地保存的數據分析患者的健康狀況和醫療結果，並呈現出可視化的結果，以在我們的慢病知識庫的幫助下，協助醫生進行診斷和規劃治療。

*整合醫療AIoT。*在智雲醫匯內部，我們開發了一套AIoT設備，以連接大多數主流的慢病醫療器械，幫助醫院和醫生以保密的方式收集和標準化患者記錄。

*供應和計費管理。*醫生和護士可以獲得醫院指定耗材(如血糖試紙和抽血針)使用和庫存情況的全面數字化記錄，幫助他們高效地管理醫療用品。

*多科室及跨醫院合作。*智雲醫匯通過其「虛擬病房」功能，使醫院不同科室之間能夠共享、協作和內部科室患者轉移，以為患者協調、制定治療方案。表示同意的患者的醫療記錄亦可以通過智雲醫匯系統與其他醫院共享，以促進醫院之間的協作治療和醫院之間的轉院。

我們的醫院SaaS通常採用訂閱費模式，基礎套餐年費為人民幣250,000元。我們主要將SaaS的使用權賣給我們的客戶，通常為我們醫院終端客戶的經銷商，其後彼等向我們的醫院終端客戶轉售該等權利。根據弗若斯特沙利文的資料，此類做法乃屬行業慣例，因為大多數醫院僅從其各自的供應商名單上的供應商採購軟件權利。於2019年、2020年及2021年，我們醫院SaaS客戶中屬於醫院供應商名單的供應商的數量分別為11、22及19。我們亦有時直接向若干醫院銷售我們醫院SaaS的使用權。就向醫院供應商名單上的供應商銷售而言，我們通常收取人民幣250,000元的年度訂閱費作為基本套餐。就直接向醫院銷售而言，經參考向供應商提供的基本套餐在招標過程中與相關醫院協商我們醫院SaaS的價格。與向供應商銷售的收費模式類似，我們通常亦收取人民幣250,000元的年度訂閱費作為直接向醫院銷售的基本套餐。據弗若斯特沙利文稱，我們定價條款符合行業規範。根據行業慣例，我們經常免費或以折扣價提供我們的醫院SaaS，預計於不久將來內也繼續如此，然後用銷售醫院醫療用品供應的收入作為補償訂閱費的一種方式。

請參閱「『AIM』模式」。截至2019年、2020年及2021年12月31日，安裝我們醫院SaaS的公立醫院數量分別為359、1,602及2,164間，分別佔截至相應日期安裝我們醫院SaaS的醫院總數的95.2%、94.0%及91.3%。相應地，截至2019年、2020年及2021年12月31日，安裝我們醫院SaaS的非公立醫院數量分別為18、103及205間，分別佔截至相應日期安裝我們醫院SaaS的醫院總數的4.8%、6.0%及8.7%。

有關我們醫院SaaS的競爭格局、優勢及差異化特性及功能，請參閱「行業概覽 — 競爭格局」。

案例研究：我們醫院SaaS慢病管理展示。

B醫院是一家處於領先地位的三甲醫院，2019年，其採用了我們的院內解決方案，並在逾全部科室中部署了我們的醫院SaaS解決方案智雲醫匯。特別是，我們的智雲醫匯便於醫生和護士實時監測患者的情況，並根據數字診斷提出推薦用藥建議。由於我們的解決方案與B醫院現有的醫院信息系統系統完全集成，其還實現了各科室之間信息共享，從而能更好地為往往患有多種疾病的慢病患者服務。

我們的解決方案大大提高了醫生和護士的效率，而且與對照組相比，採用我們解決方案的糖尿病患者展示了有效的醫療效果：

- 平均住院時間縮短了3.2天
- 平均血糖正常值提高了20%
- 住院3天后，平均血糖下降3.3mmol/L (空腹)和4.1mmol/L (餐後)

為醫藥公司提供數字營銷服務

我們利用自身強大的醫院和醫生網絡，為製藥公司提供精確的數字營銷服務。根據弗若斯特沙利文報告，截至2021年12月31日，我們已與15家製藥公司簽約，為22種藥品SKU提供數字營銷服務。基於我們從與醫院的互動中提煉出的見解和專業知識，我們在如何提高醫院和醫生對某些藥品的認識方面積累了深入的知識。

業 務

我們的數字營銷服務包括一系列無縫整合的推廣方法，其中許多由我們的平台賦能。我們的數字營銷服務始於對特定SKU的市場研究和洞見收集，這使我們和我們的客戶對藥品有深入的瞭解，並幫助我們更好地理解 and 制定營銷戰略。在收集見解和分析具體產品後，我們再進行線上和線下的數字營銷服務。

我們的部分數字營銷服務通過我們的解決方案提供。我們通過自身醫院SaaS，能夠以多種創新方式推動我們的製藥公司客戶的藥品向前發展。例如，我們能夠通過我們的醫院SaaS增加某些藥品的曝光度，將特定的藥品供醫生選擇和開具的藥品列表的最上方。通過我們的醫生應用程序，我們還可以為我們的製藥公司客戶展示和推廣品牌意識，不過我們按照中國相關法律法規的規定沒有展示任何具體藥品的廣告。當醫生開出處方時，我們還基於我們的醫療知識庫在我們的醫生應用程序上向醫生推薦藥品。我們利用自身對中國慢病市場的瞭解，能夠準確地將製藥和醫療器械公司付費的定制內容以高性價比的方式傳遞給特定的醫生群體。

作為數字營銷服務的一部分，我們還通過由我們的員工和靈活用工人員組成的業務發展團隊，為製藥公司進行藥品推廣。我們的業務發展團隊許多成員都有醫學背景，可以提供關於藥品和其他慢病醫療產品的最新信息，並回答醫生可能提出的問題。這為我們贏得了與我們已建立關係的醫院的信任。我們的醫院業務發展團隊與醫院保持密切聯繫。為了與我們的醫院網絡保持密切關係，作為我們數字營銷業務的一部分，我們的業務發展團隊定期舉辦線上及線下學術活動、行業會議、論壇及研討會，以深化和加強我們的醫院和醫生網絡，提高醫生對我們製藥公司客戶的認識。我們的業務發展團隊為醫生組織關於醫療產品的線上培訓，並根據請求協調醫療產品的採購。

我們從數字營銷服務中獲得與業績掛鉤的收入。我們通常與製藥公司簽訂獨家合約，為他們在特定地區開展特定SKU的數字營銷服務。我們的收入來自於特定SKU和地區中收入的分成。我們與製藥公司的協議有時也有一個分層佣金機制，其中倘他們的收入增加超過設定幅度，我們的收入提成比例就會相應提高。我們不參與為其開展數字營銷服務的藥品的銷售。

業 務

我們已實現毛利率相對較高的數字營銷服務的增長，其貢獻佔比自我們於2019年推出數字營銷服務以來越來越大。於往績記錄期間，我們每家製藥公司數字營銷服務的平均收入於2019年、2020年及2021年分別為人民幣7.1百萬元、人民幣11.5百萬元及人民幣26.9百萬元。我們計劃通過(i)擴大訂約醫藥公司群體與更過跨國及本土醫藥公司合作；(ii)擴大我們推廣的SKU及藥品類型及探索新治療領域的機遇，例如神經病學、肝膽病學及心臟病學；及(iii)憑藉與醫藥公司的現有業務關係，探索額外的戰略合作機遇。

有關我們數字營銷服務的競爭格局、優勢及差異化特性及功能，請參閱「行業概覽—競爭格局」。

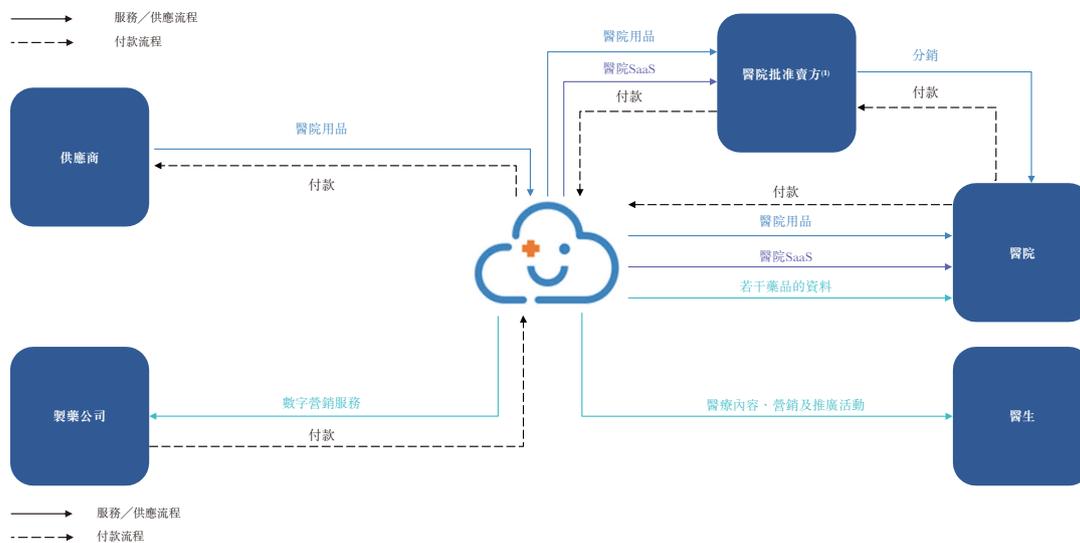
案例研究：我們的數字營銷服務有效地幫助一家製藥公司鎖定客戶並改善其渠道管理。

2019年，我們開始為E公司在浙江省提供數字營銷服務。根據弗若斯特沙利文報告，E公司是一家位列前三的中國製藥公司。我們利用我們廣泛的醫院網絡，以及我們對患者需求的深刻洞察，為E公司在滲透更多醫院及便於銷售計劃和渠道管理方面提供幫助。自從雙方建立此合作關係以來，E公司通過我們的營銷服務有效地擴大了其業務。2020年，本公司所售的E公司主打產品抗高血壓藥的銷量較2019年大約翻了一倍。

由於傳統的線下營銷渠道在新冠肺炎疫情期間受到干擾，疫情有效地推動了製藥公司對數字營銷服務的採用。據E公司稱，由於我們提供的數字營銷服務，其在浙江省的銷售增長明顯優於其他地區。

我們的交易及資金流向

下圖顯示了我們在院內解決方案業務中向不同利益持份者提供／自其收到的產品／服務以及資金流向。



附註：

1. 本公司的獨立第三方；

我們的經營及財務表現

下表載列我們院內解決方案的若干經營業績。

	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收入留存率 ⁽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。

安裝我們的醫院SaaS的醫院數目於往績記錄期間有所增加，並自2019年至2021年顯著增長，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。由於我們擴大數字營銷服務，交易的製藥公司數量在2020年及2021年亦大幅增加。我們的SaaS付費醫院由截至2020年12月31日止年度的184家減少至2021年的118家，因為在我們的「AIM」模式下，考慮到鑑於軟件產品的公共及福利性質，中國公立醫院通常難以批准彼等的巨額預算，我們認為安裝醫院SaaS並非我們收入的直接貢獻者。相反，我們致力通過銷售醫院用品及提供數字營銷服務驅動商業化。截至2021年12月31日，我們已成功將2021年內停止為我們的醫院SaaS付費的82家醫院中的29家轉換為直接或間接向我們購買醫院用品的醫院，轉換率約為35%，這說明了我們在「AIM」模式下的商業化策略。由於醫院的招標及採購程序乃根據彼等的需求定期進行，我們預期隨著彼等進行更多輪的招標及採購程序，我們會將更多停止為我們的醫院SaaS付費的醫院轉換為直接或間接向我們購買醫院用品的醫院。

業 務

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	%
	<i>(以千計，百分比除外)</i>					
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：

- (i) 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，以及推出和增長數字營銷服務。請參閱「財務資料—逐年經營業績比較」。

於2021年，118間醫院為我們醫院SaaS的付費用戶。2020年55.4%為我們醫院SaaS用戶的醫院仍為我們的用戶，而2020年1.1%為我們醫院SaaS非付費用戶則成為了付費用戶。

業 務

藥店解決方案

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。

下列為於所示年度我們按收益來源劃分來自藥店解決方案的收入明細，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	%
	(以千計，百分比除外)					
收入：						
藥店解決方案						
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
共計	<u>326,887</u>	<u>62.3</u>	<u>345,607</u>	<u>41.2</u>	<u>349,967</u>	<u>19.9</u>

藥店醫療用品供應

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，向藥店提供銷售醫療器械、耗材、藥品和其他類別商品。一般來說，對於單店藥店和作為大型藥品批發商的經銷商，我們選擇經銷商模式，而對於大型連鎖藥店則採用直銷模式。

但由於藥店的需求往往更寬泛，所以我們為藥店提供更多的SKU。例如，除了非處方藥和處方藥，我們還提供保健品和健康食品產品，以及我們的藥店終端客戶在其店中帶售的其他類別物品，如某些食品和日用物品。

由於醫療器械、耗材和藥品的長尾性質，我們出售給藥店的用品價格各不相同，我們出售的許多SKU對我們的收入貢獻微不足道。於2019年、2020年及2021年，產生了超過人民幣1百萬元銷售額的SKU數量分別達到36個、56個及35個。這些SKU貢獻了相應年度藥店供應總收入的92%、89%及90%。

業 務

我們為向藥店銷售的用品選擇供應商的方式與為向醫院銷售的用品選擇供應商的方式相同。我們通過直銷或經銷商向藥店終端客戶銷售商品。我們使用經銷商主要是為了更高效地接觸到中國數量龐大的藥店。由於我們不控制經銷商的終端客戶，我們的用品有時可能會轉售給非藥店實體。對於我們認為是我們藥店SaaS的理想目標的大型連鎖藥店和其他藥店，我們尋求與它們建立業務關係並直銷給它們。

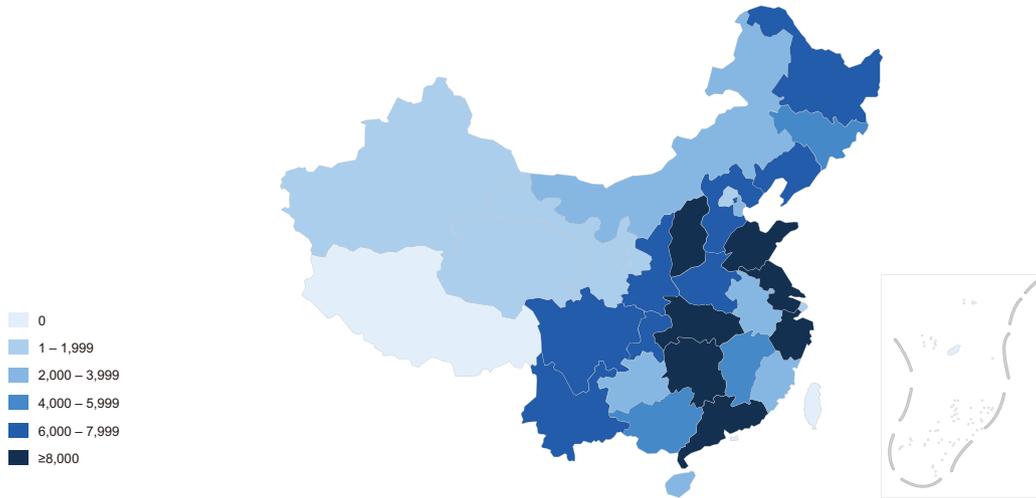
根據我們與經銷商的協議，我們向他們銷售商品，同時我們的經銷商將從我們這裡購買的商品銷售給藥店。據弗若斯特沙利文稱，此安排符合行業規範。根據相關規定，除藥品質量原因外，出售給我們經銷商的藥品和醫療器械一旦售出，不得以任何理由退貨或更換。因此，我們一般不會受到退貨風險的影響。請參閱「監管概覽 — 與藥品和醫療器械有關的法規 — 藥品經營」一節。這些經銷商在他們向我們購買此類商品的交易中屬於我們的客戶。我們出售的貨品的定價乃根據我們的供應商提供的參考價格及與我們的客戶進行磋商而釐定。一旦貨物的所有權轉移給這些經銷商及我們的直接銷售客戶，我們的義務就履行完畢。我們直接從這些銷售中產生收入，並於貨品所有權轉讓後按總額基準確認收入。

藥店醫療用品銷售下的經銷商通常為向藥店出售貨品的批發商。我們銷售藥店醫療用品的直接藥店客戶通常為中國的大型連鎖藥店。截至2021年12月31日止財政年度，藥店醫療用品產生的收入中約有74.1%及25.9%分別透過經銷商及直接銷售產生。我們為我們藥店解決方案在部分地區的獨家分銷商。於2019年、2020年及2021年，我們銷售藥店用品產生的收入中分別約有54%、61%及55%來自與供應商的該等獨家合約。

我們直接從我們的庫存中銷售給我們的經銷商或藥店。我們管理我們的庫存，並根據供應和價格的波動，以及就我們的某些庫存而言，季節性、產品受歡迎程度和保質期調整庫存水平。我們還利用第三方的倉儲服務來存放我們的部分庫存，其餘的則自行租用倉庫。我們使用第三方訂單履行服務來向我們的客戶，包括經銷商和藥店交付商品。

藥店SaaS

我們在2019年下半年開始提供智雲問診，即我們的藥店SaaS。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，並讓藥店能通過微信小程序開辦虛擬商場。截至2021年12月31日，超過172,000家藥店已經部署了智雲問診。以下地圖說明了截至2021年12月31日，已部署我們藥店SaaS的藥店的地理覆蓋情況。



下面的截圖顯示了智雲問診的界面：



智雲問診的主要功能包括：

藥店店內線上問診及處方開具服務。走進使用智雲問診的藥店的患者，可以通過我們的微信小程序或患者應用程序進入我們的平台，向醫生問診並申請續開處方。問診和處方開具過程可以通過即時消息和基於照片或視頻的對話與我們平台上的醫生一起完成。續開處方後，藥店的藥劑師或我們平台上的藥劑師將通過智雲問診進一步審核處方。

新零售。使用我們的藥店SaaS的藥店可以支付額外的費用來使用我們的新零售服務，讓我們為他們通過微信小程序為他們建立在線藥店。該在線藥店與藥店的智雲問診相連，可以實現一站式庫存、訂單、客戶和員工管理。我們還提供不同形式的營銷工具，包括直播及現金獎勵。

庫存管理。根據弗若斯特沙利文報告，藥店主要根據歷史經驗做出採購決定，由於大宗採購模式和缺乏詳細、精確的計劃，他們的庫存週轉天數普遍較長。智雲問診支持及時採購和按需庫存，優化了藥店的庫存管理。

我們通過向使用智雲問診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，視乎所選服務而定。目前，我們讓一些藥店SaaS客戶免費試用一年我們的藥店SaaS，之後他們需要支付標準的訂閱費。我們向每個使用我們新零售服務的藥店收取額外的訂閱費。我們還基於藥品銷售收入向使用我們新零售服務的藥店按百分比收取佣金。

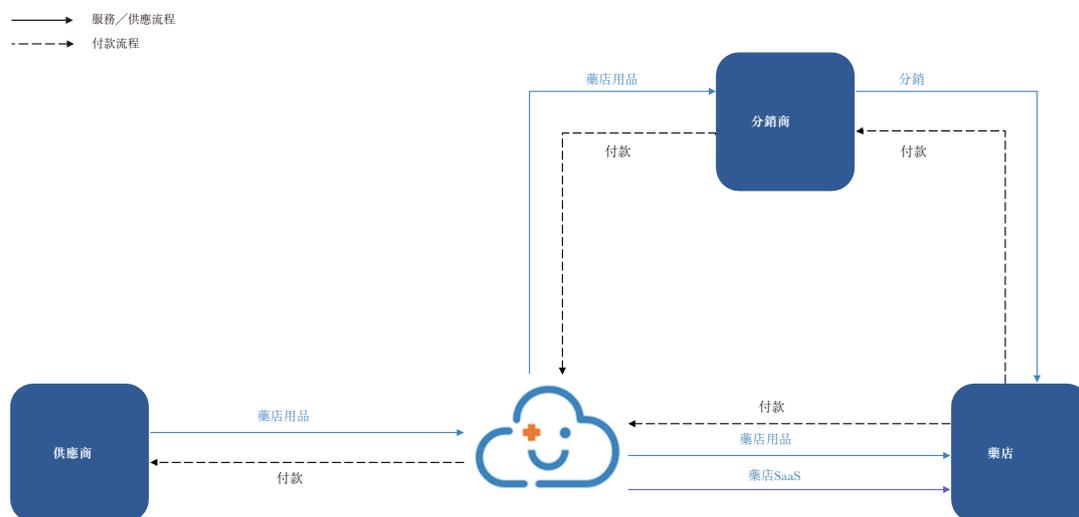
有關我們藥店SaaS的競爭格局、優勢及差異化特性及功能，請參閱「行業概覽 — 競爭格局」。

案例研究：連鎖藥店A使用我們的解決方案來提高效率 and 拓寬獲客渠道。

連鎖藥店A是一家在廣東省擁有30多家門店的區域性連鎖藥店。2021年3月，連鎖藥店A在其所有門店中部署了我們的藥店SaaS，並憑藉我們的新零售服務建立了自己的網上藥店。在我們的處方開具服務的幫助下，連鎖藥店A的處方藥銷售額增加了，因為患者能夠更容易地獲得處方和在藥店下訂單。在我們的新零售服務的幫助下，連鎖藥店A於三個月內創造了超過人民幣1.7百萬元的在線收入，這與部分其他連鎖藥店單間線下門店2020年產生的的平均年收入相當。

我們的交易及資金流向

下圖顯示了我們在藥店解決方案業務中向不同利益持份者提供／自其收到的產品／服務以及資金流向。



業 務

我們的經營及財務表現

下表載列我們藥店解決方案的若干經營業績。

	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期間結束日的累計總數。
- (2) 包括於有關期間我們透過其向藥店終端客戶銷售醫療器械、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有所增加，並自2019年至2021年顯著增長，因為我們不斷擴展我們的藥店網絡，吸引了不少藥店連鎖大客戶。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。

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	%
	<i>(以千計，百分比除外)</i>					
藥店解決方案						
藥店醫療用品 ⁽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.....	326,887	100.0	345,607	100.0	349,967	100.0

附註：

- (i) 藥店用品包括醫療器械(如血糖儀及生命體征監測儀)、耗材(如血糖試紙)、藥品(包括非處方藥及處方藥)以及其他類別商品項目。

業 務

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」。

截至2020年12月31日，84,389家藥店為我們藥店SaaS的付費用戶。於2021年，89.9% 2020年為我們藥店SaaS用戶的藥店仍為用戶，而2020年18.9%為我們藥店SaaS非付費用戶則成為了付費用戶。

我們面向個人用戶的個人慢病管理解決方案

醫雲健康是我們的個人的慢病管理平台，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。截至2021年12月31日，醫雲健康有約2,380萬註冊用戶。

下列為於所示年度我們按收益來源劃分來自個人慢病管理解決方案的收入明細，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	%
	(以千計，百分比除外)					
收入：						
個人慢病管理解決方案及其他：						
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	<u>20,335</u>	<u>3.9</u>	<u>71,341</u>	<u>8.5</u>	<u>134,026</u>	<u>7.7</u>

附註：

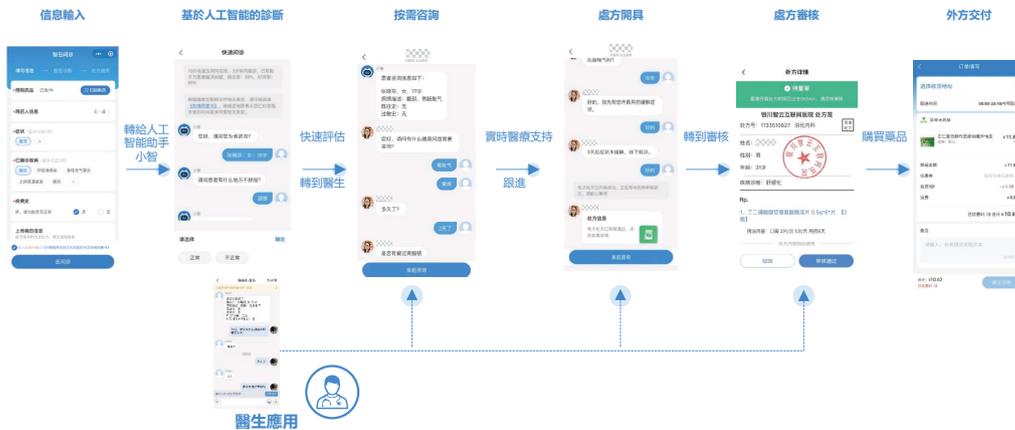
(1) 其他包括保險經紀服務、廣告代理服務及其他。

「隨時隨地」的健康管理

我們已經開發了一個移動優先的護理系統，用戶在這裡可以得到方便和智能的慢病護理和其他健康管理服務。我們的移動系統由我們的主移動應用、小程序和微信公眾號組成。下面的截圖說明了智雲健康的用戶界面，這是我們面向個人用戶的移動應用程序：



以下流程圖說明了患者在智雲健康上獲取問診及處方開具的整個歷程：



智雲健康提供以下服務，這些服務對於患者的慢病日常管理而言不可或缺。

*24/7跟蹤監測和個性化的健康管理服務。*智雲健康提供一個智能跟蹤功能。用戶可以記錄他們每天的身體指標、狀況、症狀、用藥、飲食、運動和其他類型的健康相關信息。我們的用戶在家使用的醫療AIoT器械，如支持藍牙的血糖血壓計，可以自動並立即將測試結果傳輸到每個用戶的個人記錄。智雲健康監測用戶的健康狀況，並在出現暗示潛在健康風險或問題的不正常情況時，向用戶的手機推送即時警報。此外，我們提供個性化的健康管理服務，如健康評估和量身定制的「健康任務」，供每個用戶完成以降低健康風險。

*高效、專業的線上問診。*智雲健康上的用戶可以獲得由我們的註冊醫生提供的在線問診和處方開具服務。我們的在線問診和處方開具服務專注於慢病管理，這需要長期的治療、二次處方開具和病情管理。每個尋求診治的用戶都會被問一些人工智能生成的問題，這些問題的答案揭示了用戶的病情和症狀概況，使系統能夠推薦合適的科室和醫生。問診可以通過即時消息和基於照片或視頻的對話進行。從2021年開始，我們就知名醫生在我們平台上進行的診治服務向用戶收取費用，這些醫生能以加價的方式自行確定其服務價格。

*在線處方開具和訂購服務。*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」提交購買處方藥的請求，該平台將把請求分配給有此訂單庫存且離您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。對於我們推薦給合作藥店的訂單，我們根據銷售額的一定比例向他們收取佣金。由於我們於2020年推出健康商城，並且我們主要通過銷售佣金而非總收入從健康商城產生收入，因此健康商城的收入貢獻於往績記錄期間並不重大。請參閱「—藥店解決方案」。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。我們經營的線上藥店使用不同的品牌名稱，可通過健康商城訪問。對於我們在平台上向用戶的直接銷售，我們已經制定了嚴格的規則來管理供應商的運作，以確保我們平台上提供的產品符合適用的中國法律和法規。

業 務

在2020年之前，我們的平台一般不向用戶收取使用我們的在線問診和處方開具服務的費用。從2020年開始，我們開始允許知名醫生為他們的問診服務定格。患者須就他們接受的服務向醫生付款，但我們不會將此類付款確認為收入。因此，我們在2020年沒有從慢病管理的在線問診和處方開具服務中產生任何收入。從2021年開始，我們通過醫生在我們平台上設定的費用加價，開始向用戶收取平台服務費。

根據適用的中國法律法規，互聯網醫院應由線下醫療機構支持，線下醫療機構可以是與該互聯網醫院處於同一控制下的線下醫療機構，也可以是通過簽訂合作協議的第三方線下醫療機構。有關詳情，請參閱「監管概覽 — 與在線醫療服務有關的法規 — 互聯網醫療服務」。為滿足我們建立互聯網醫院提供基於互聯網的問診及處方服務的許可證要求，目前我們可依託三家線下醫療機構(包括一家自有機構及兩家第三方機構)的許可證建立三家持有許可證的互聯網醫院，允許我們開展線上問診及處方服務。我們在海南成立自有線下醫療機構，以滿足設立相應互聯網醫院的許可要求。具體而言，二級非公立醫院與我們簽訂的合作協議期限為三年，允許我們通過其支持的互聯網醫院提供糖尿病等慢病的在線問診和處方開具。根據協議，二級非公立醫院應支持我們滿足相關法律和政策要求，我們應向該二級非公立醫院支付一定的年費進行合作。三級公立醫院與我們簽訂的合作協議期限為五年，允許我們通過該三級公立醫院支持的互聯網醫院提供包括糖尿病和高血壓在內的慢病診治。根據協議，我們應在慢病管理解決方案、品牌建設、線上合作等方面向三級公立醫院提供支持，而三級公立醫院向我們提供醫療設備及醫師支援。根據我們與三級公立醫院的協議，我們對因通過互聯網醫院進行診療而產生的醫療糾紛負責。由於我們專注於為患者提供在線醫療服務，於往績記錄期間，我們的自有線下醫療機構通常並無向患者提供任何服務，根據弗若斯特沙利文，對於該類由互聯網醫院運營商建立的配套線下醫療機構而言屬行業慣例。我們的中國法律顧問認為，我們為滿足互聯網醫院的許可要求而設立的自有線下醫療機構的安排，不向患者提供任何服務，符合中國適用的法律及法規。

業 務

我們三間互聯網醫院的臨床科室大體相同。由於我們專注於慢病管理，我們所有互聯網醫院均有內科、外科、婦產科、兒科、皮膚科及中醫藥等臨床科室。此外，我們的兩間互聯網醫院有婦科、耳鼻喉科、口腔科等臨床科室。一間互聯網醫院設有精神科、傳染病科及中西醫結合科等臨床科室。我們為患者提供線上問診及處方開具等綜合服務。因此，只要我們經營具備相關臨床科室的互聯網醫院，我們就能夠透過我們的網絡應用程序向全中國患者提供相關臨床科室的服務。倘我們的互聯網醫院終止運營，若我們的其他互聯網醫院缺少有關臨床科室，我們可能暫時無法向患者提供部分臨床科室的服務。有關事件可能會暫時影響我們的線上處方開具及問診服務，導致產生額外成本，亦會對我們的聲譽造成負面影響。

我們目前與一家二級非公立醫院及一家三級公立醫院合作。我們的互聯網醫院分別與兩家第三方線下醫療機構訂立合作協議，此為該等互聯網醫院獲得醫療機構執業許可證的先決條件。根據合作協議，各配套線下醫療機構應支持我們滿足相關法律和政策要求，並配合各互聯網醫院申請並獲頒牌照，而互聯網醫院各自應利用互聯網及科技手段為各線下醫療提供慢病管理支持。具體而言，二級非公立醫院與我們簽訂的合作協議期限為三年，允許我們通過其支持的互聯網醫院提供糖尿病等慢病的在線問診和處方開具。根據協議，二級非公立醫院應支持我們滿足相關法律和政策要求，我們應向該二級非公立醫院支付一定的年費進行合作。三級公立醫院與我們簽訂的合作協議期限為五年，允許我們通過該三級公立醫院支持的互聯網醫院提供包括糖尿病和高血壓在內的慢病診治。根據協議，我們應在慢病管理解決方案、品牌建設、線上合作等方面向三級公立醫院提供支持，而三級公立醫院向我們提供醫療設備及醫師支援。根據我們與三級公立醫院的協議，我們對因通過互聯網醫院進行診療而產生的醫療糾紛(如有)負責。我們擬重續合作協議或物色合適的替代醫院，以於協議到期前繼續為

互聯網醫院提供支持。我們獨立運營我們的在線問診和處方開具服務。相應地，我們的互聯網醫院及其各自配套的線下醫療機構應自行承擔其責任。而我們的互聯網醫院不會承擔第三方線下醫療機構的責任，反之亦然。然而，我們可能會因與第三方醫療機構的合作而面臨與第三方合作的固有風險。舉例而言，倘與有關第三方線下醫療機構中的其中之一或均終止合作，我們可能需要尋找替代方與線下醫療機構合作，此舉可能需要時間、產生額外成本並可能分散管理層注意力。我們不能保證我們會及時物色到合適的替代方，或完全無法如此。有關事件可能會暫時影響我們的線上處方開具及問診服務，導致產生額外成本，亦會對我們的聲譽造成負面影響。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」。中國法律顧問已告知我們，有關方式根據適用中國法律法規受到許可。根據弗若斯特沙利文，此方式符合行業規範。於往績記錄期間，我們透過於中國各省份的線上應用提供在線諮詢及處方服務，且誠如中國法律顧問天元律師事務所告知，該方式符合相關許可要求。我們的中國法律顧問認為，我們對支持我們互聯網醫院的三家線下醫療機構(包括一家自有及兩家第三方線下醫療機構)的安排，均符合中國適用法律及法規。

除與兩家第三方線下醫療機構合作外，我們亦與海南兩家醫療機構訂立合作協議。根據該等協議，該等合作夥伴中均同意與我們合作提供有關服務，例如醫學檢查、醫學成像、運送患者進行緊急護理及滅菌服務。各協議項下的合作期限最初為三年，可於到期後重續。我們擬重續合作協議或物色合適的替代醫院，以於協議到期前繼續為互聯網醫院提供支持。根據2020年指南，我們在海南的自營線下醫療機構需要配備部分功能用房，包括藥房、處置室、化驗室、X光治療室及滅菌室。我們自營線下醫療機構的三個功能室，即實驗室、X光治療室及滅菌室，根據上述合作協議運作，其根據2020年指南獲得准許。倘一名或該等合作伙伴均終止與我們的合作，我們將需要就功能室物色其他合資格的替代醫療機構，以滿足2020年指導意見的許可規定。倘我們未能及時或根本未物色到合資格的醫療機構並建立合作關係，我們可能無法通過下次適用的

業 務

年度審核程序，從而可能會影響我們在海南的自有線下醫療機構所持醫療機構執業許可證的有效性。有關詳情，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」。

我們的線上問診及處方服務重點向已經在其他地方獲得初步診斷並需要處方續開的慢性病患者提供。我們的線上醫院不會向患者提供初步診斷或身體診斷。因此，我們要求患者在獲得需要我們開具處方的問診服務之前上傳其之前開出的處方。慢病管理需要長期的治療、重新填寫及續開處方以及慢病管理。根據國家衛健委及國家醫療保障局於2021年發佈的《長期處方管理標準(試行)》，通常長期處方的時間不應超過4週，對於病情穩定的慢病患者，處方期可延長至12週。因此，每位需要長期處方的慢性病患者每年至少需要獲得4次處方。我們力求為患者提供便捷、高效、全面的在線問診和處方開具體驗，解決慢病患者的長期醫療需求。

我們的中國法律顧問北京市天元律師事務所認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的自有線下醫療機構符合相關牌照規定，原因為其已正式取得中國相關法律法規所規定的機構執業許可證。中國國家層面現行法律法規對實體醫院的業務規模、財務及經營業績或醫師總數等方面並無具體的許可要求，因此可以設立依託實體醫院的互聯網醫院。然而，就我們的自有線下醫療機構所在地海南省而言，其已在實體醫院的遠程會診室、醫師及護士資質、基礎設備設施、臨床科室、內部管理制度、信息安全等方面制定省級指導意見(即2019年指南和2020年指南)，以便建立依託於實體醫院的互聯網醫院。此外，我們的互聯網問診和處方服務在所有重大方面均符合適用法律法規。互聯網問診及處方服務亦符合相關許可要求，當中考慮到(i)三家互聯網醫院均根據適用中國法律法規，依託於線下醫療機構，(ii)三家互聯網醫院均已根據中國相關法律法規規定，依法獲得醫療機構執業許可證及(iii)截至最後實際可行日期，我們並無受到任何有關互聯網醫院許可要求的處罰。

我們已採取措施確保線下醫療機構的許可要求保持合規，包括遵守海南省關於實體醫院的指南（即2019年指南和2020年指南），以便設立依託於實體醫院的互聯網醫院。我們在海南的自有線下醫療機構於2020年指南發佈前已經成立，並已按照當時生效的2019年指南取得醫療機構執業許可證。自2020年指南發佈以來，我們的自有線下醫療機構首次開展年度核查工作，開始符合2020年指南規定。自2020年指南發佈以來，就自有線下醫療機構的首次年度核查原定於2021年5月進行。受COVID-19的限制，2021年度審核程序受到影響，我們的自有線下醫療機構尚未進行2021年度審核程序。我們目前預期將於2022年7月對我們的自有線下醫療機構進行2021年度審核程序。為確保符合2019年指南和2020年指南，我們通過核查2019年指南和2020年指南的各項規定評估我們自有醫療機構的運作狀況，包括遠程會診室、醫師及護士資格、基礎設備設施、臨床科室、內部管理制度、信息安全等。截至最後實際可行日期，由於自有醫療機構的運作狀態符合2019年指南和2020年指南的所有要求，故我們的自有線下醫療機構均符合2019年指南和2020年指南。我們將繼續密切關注線下醫療機構許可證規定的應用、執行及發展，以降低未來潛在違規風險。我們定期根據適用中國法律法規對我們的互聯網醫院和自有的線下醫療機構進行自評。我們亦為管理團隊成員以及銷售及營銷團隊提供定期培訓，以提高彼等對醫療保健和製藥行業最新法律法規的瞭解。倘未來法規對我們的線下醫療機構施加額外許可要求，我們將根據需要作出調整，以確保持續合規。

為我們的高級會員提供增值服務

我們的高級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。我們為高級會員提供全面和個性化的增值服務。高級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。以下是智雲健康的界面截圖，說明為我們的高級會員提供的額外服務：



為我們的高級會員提供的增值服務包括：

健康評估和篩查。我們的分析和人工智能能力使我們能夠對會員的健康狀況進行系統分析，包括會員的家族史、健康指標和生活方式，並提供個性化的評估，以幫助會員更好地了解自身的健康狀況。我們還提供健康篩查服務和全面的健康管理計劃，包括監測、體育鍛煉和飲食方面的定制建議。

健康顧問和培訓師。我們的健康顧問是具有多年臨床經驗的合格醫務人員，他們根據會員的健康狀況，為其提供專業且個性化的飲食、運動和其他生活方式建議，解釋健康管理計劃，並回答各種與健康有關的問題。此外，我們的會員還可以參加各種

健康管理方面的課程，包括私人教練提供的健康生活方式培訓、健康監測和相關領域知名專家的研討會。

*贈送的精選服務和體檢系列。*我們為會員贈送一些問診和處方開具服務，以及保險規劃和推薦服務。我們還通過第三方供應商提供體檢服務，並向會員提供家庭體檢津貼。

*健康商城的會員特權。*我們的會員可以在健康商城上獲得定制的產品方案。此外，當從健康商城購買處方藥或非處方藥或醫療器械時，我們的會員享有特殊折扣和免費送貨服務。

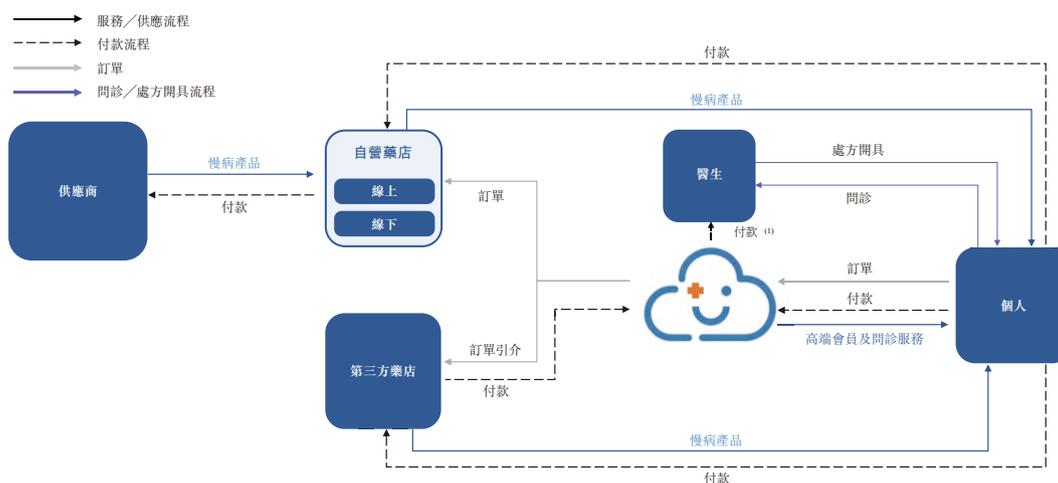
註冊之前，用戶須先同意我們的用戶協議，當中規定了我們提供的服務類型及用戶給予我們的若干聲明，例如彼等使用真實身份在我們的平台上註冊。用戶亦會收到提醒，其中列出(其中包括)慢病管理中涉及的若干醫療風險。

我們的其他收入渠道包括保險經紀和廣告服務等。我們向企業客戶銷售來自不同保險公司的健康護理套餐，並按銷售額的一定比例向保險公司收取佣金；我們還作為若干廣告客戶的代理。

於2020年，我們開始調整向個人最終客戶銷售產品的商業模式，由主要利用需要更高存貨水平的「第一方關係」(將第三方市場作為零售商)調整為主要利用需要相對較低庫存水平的「第三方關係」(我們自己作為零售商)。我們作出此轉變主要是為了豐富我們的產品種類並降低我們的供應鏈成本。請見「財務資料 — 若干主要資產負債表項目的討論 — 流動資產／負債 — 存貨」。

我們的交易及資金流向

下圖顯示了我們在個人慢病管理解決方案業務中向不同利益持份者提供／自其收到的產品／服務以及資金流向。



我們的經營及財務表現

下表載列我們個人慢病管理解決方案以及其他解決方案的若干經營業績。

	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年度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年度結束日的累計總數。

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，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年進一步增至660,535人。尤其是，於2020年，我們開始戰略轉變向

業 務

個人最終客戶銷售產品的商業模式，由需要更高存貨水平的「第一方關係」(將第三方市場作為零售商)調整為需要相對較低庫存水平的「第三方關係」(我們自己作為零售商)。

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	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)					
個人慢病管理解決方案及其他						
慢病用品	15,704	77.2	34,846	48.8	53,031	39.6
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	<u>20,335</u>	<u>100.0</u>	<u>71,341</u>	<u>100.0</u>	<u>134,026</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 包括保險經紀服務、廣告代理服務以及其他。

自2019年至2021年，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。

於往績記錄期間，個人慢病管理解決方案及其他項下我們每位付費個人用戶的平均收入，按我們的慢病產品及高端會員服務的收入除以每年付費個人用戶總數計算，於2019年、2020年及2021年分別為人民幣396元、人民幣134元及人民幣115元。2020年，由於我們開始戰略性地將面向個人終端客戶的產品銷售業務模式從「第一方關係」模式(其中我們將收入作為產品銷售金額入賬)轉向「第三方關係」模式(其中我們根據就產品銷售收取的佣金入賬收入)，個人慢病管理解決方案及其他項下我們每位付費個人用戶的

整體平均收入下降。2021年，由於我們開始探索更多的商業化模式，例如以醫生在我們平台上設定的費用加價形式向用戶收取平台服務費，每位付費個人用戶的平均收入較低，個人慢病管理解決方案及其他項下我們每位付費個人用戶的整體平均收入下降。

我們為醫生提供的移動應用程式

智雲醫生是我們的移動應用程式，供醫生訪問我們的平台。以下是智雲醫生的用戶界面截圖：



智雲醫生有以下內置功能，便於院外監測和醫患溝通：

易於使用的問診、處方開具和患者管理。醫生可以在患者結束醫院看病後將他們的患者轉介到用我們的個人慢病管理解決方案。然後，醫生就可以通過文本和基於照片或視頻的對話與他們的患者接觸，回答問題並提供醫療建議。已辦理多點執業的醫生還可以為這些患者開具處方。

監測和提醒。當某些情況(如患者的血糖水平)達到預先確定的風險閾值時，患者的指定醫生將收到即時提醒，以視需要及時干預或重新評估處方藥。

業 務

我們不向我們平台上的醫生收取使用費，因為我們認為他們是吸引更大用戶群和加深我們與醫療衛生行業參與者關係的重要資源。在我們的醫生應用程序上提供問診或處方開具服務的醫生可以根據他們被排班的小時數獲得報酬，而對於知名醫生，則根據他們為自己服務設定的費率獲付報酬。

我們的平台上有大量的註冊醫生，為我們的用戶提供問診服務。在我們這裡註冊的醫生必須遵守我們指定的工作範圍和質量要求以及適用的規則和條例。我們平台上的醫生需要提供他們的專業資格證明。具體來說，醫生只有在他們於當地醫生管理機構完成多點執業登記並我們核實該等登記後才能在我們的平台上開處方。我們也保留在必要時修改有關醫生的服務範圍、定價和服務方式的相關條款的權利。截至最後實際可行日期，我們的平台有超過94,000名註冊醫生。有8名醫生為我們全職工作，並在我們的自有線下醫療機構註冊為其主要執業場所。此外，超過14,800名兼職醫生辦理互聯網醫院多點執業，從而可於平台上開具處方。截至同一日期，其餘註冊醫生尚未辦理多點執業及未進行診斷或開具任何處方。該等醫生可充當輔助醫生，提供在線預問診及預診斷服務，例如在線分診、審查及交叉檢查已開具處方，組成我們的風險控制程序。截至最後實際可行日期，我們已向合共1,738名輔助醫生就彼等提供的平台服務支付費用。

為確保於互聯網醫院辦理多點執業的全職醫生及兼職醫生能夠正確評估相關患者病況，我們要求患者上傳此前開具的處方及其他初始及／或後續病例，隨後提供須開具處方的問診服務。與線下醫院類似，我們平台的醫生要求患者回答病況相關問題，並提交其就醫、處方及身體診斷記錄。如果我們平台的醫生根據彼等的專業判斷，認為需要指定過往病歷及／或身體診斷程序，或有必要進一步診斷及治療或調整用藥劑量或處方，彼等將要求相關患者前往符合資質的實體醫院，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。據弗若斯特沙利文稱，我們獲取患者病歷及要求額外線下治療及／或診斷乃符合行業規範。然而，與線下醫院相似，我們無法或根本無法保證患者提供的病歷完全真實、準確、完整及反映最新情況，從而可能影響醫生的專業判斷。儘管由於患者提供虛假、殘缺、不準確及／或過時病歷而導致針對我們及／或平台醫生的索賠可能並無事實依據，但該等申索可能導致負面宣傳，進而對我們的剩餘及品牌名稱產生重大不利影響。董事確認，於往績記錄期間及直至最

後實際可行日期，概無患者就其所提供的殘缺、不準確及／或過時病歷而向我們及／或平台醫生提起醫療索賠訴訟。請參閱「風險因素 — 我們可能會成為產品責任和醫療責任索賠的對象，倘不在保險範圍內，這可能會使我們產生巨大的費用，並承擔巨大的損失。我們也可能因為這些責任索賠而受到聲譽損害。」此外，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及親身治療，我們的患者可能需要定期前往線下醫院。儘管我們相信，我們的在線問診及處方服務作為「隨時隨地」醫療健康管理平台，為患者提供便捷、高效和全面的在線問診和處方配藥體驗，並可以解決慢病患者的長期醫療需求，但作為在線醫療服務提供商，該固有特色或會對我們身為高效醫療服務提供商的聲譽產生重大不利影響，進而對我們的財務業績產生重大不利影響。請參閱「風險因素 — 保持行業參與者對我們平台的信任是我們成功的關鍵，未能保持該等信任可能嚴重損害我們的聲譽和品牌。我們的聲譽及品牌認可度一旦受損(包括有關我們或我們的行業、或我們的董事、高級管理人員及僱員的負面報道)，則可能對我們的業務經營及前景造成重大不利影響。」

我們和我們的註冊醫生簽訂了服務協議，據此我們的註冊醫生在遵守相關規則和條例的前提下向用戶提供在線問診服務。註冊醫生向我們聲明和保證，其中包括：(i)他們向我們提供了真實和準確的個人信息；(ii)他們已經在相關部門註冊，並獲得了通過我們的平台執業所需的全部執照和證書；(iii)他們只在其服務範圍內使用通過其服務獲得的用戶數據，並得到用戶的同意；以及(iv)他們不基於新診斷開具處方，而只是根據線下開具並線上問診時確認的診斷開具處方。根據該等協議，我們有權監督和監控醫生在我們平台上的工作，而倘若我們認為醫生不適合我們的平台，我們可以提前15天通知單方面終止協議。

我們各業務線之間的協同作用

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為我們的業務創造協同價值，因為這讓我們能夠服務包括醫院、醫生、患者、藥店及製藥公司在內的主要行業利益持份者，滲透並接觸慢病患者的整個患者旅程。

透過我們的院內解決方案，我們可以在醫院之間建立穩固的關係，培養品牌知名度。儘管由於為了保護患者的院內醫療記錄，我們的醫院SaaS與我們的其他兩個解決方案並無連通，但我們對醫院工作的參與激勵了更多醫生加入我們的平台，反過來又為我們的藥店客戶及個人用戶提供更多及更好的問診及處方服務。我們安裝醫院SaaS能促使醫院向我們購買用品。截至2021年12月31日，約37%安裝了我們醫院SaaS的醫院向我們購買用品；這個百分比在我們分配更多銷售人員和資源的若干省份和區域達到約65%。由於更多的醫院及醫生使用我們的平台，彼等亦會有更多機會介紹自己的患者到平台上。

我們的藥店SaaS與我們的個人慢病管理解決方案協同運作。患者可以前往藥店，透過我們的藥店SaaS獲取處方及下訂單，也可以透過我們與藥店SaaS相連的患者應用來完成。隨著越來越多的藥店採用我們的藥店SaaS，更多的患者和其他個人用戶加入我們的平台以享受藥店內或線上問診及處方服務，更多的藥店及醫生願意加入我們的平台。截至2021年12月31日，我們的平台擁有2,380萬名註冊用戶。於2021年第三季度，我們的新註冊用戶中約120萬名或超過95%來自有機流量，如藥店內在線問診及處方服務、醫院內轉介和患者轉介。

我們的數字營銷業務正在快速增長。由於我們廣泛覆蓋醫院、藥店、醫生及患者，我們為製藥公司提供了重要價值主張，幫助彼等高效地進行藥品營銷，尤其是通過我們的醫院SaaS。我們數字營銷業務的增長也因此受到我們醫院SaaS安裝的推動。我們提供數字營銷服務的製藥公司數目由2019年的5家增加至2020年的13家，並進一步增加至截至2021年12月31日的15家，而且截至2021年12月31日的數字營銷服務並無客戶流失。

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，而非追求短期的財務回報或盈利能力，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

業 務

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 — 歷史上我們有淨虧損及負經營現金流，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。」

根據弗若斯特沙利文報告，中國是全球第二大醫療衛生市場，其醫療衛生支出相當可觀且穩步增長。中國的慢病管理市場擁有龐大且服務水平低下的患者群體，是中國醫療衛生系統最重要的分部之一。據弗若斯特沙利文報告統計，中國的慢病醫療衛生支出預計將從2020年的人民幣41,000億元(佔醫療衛生總支出的56.7%)增長到2030年的人民幣125,000億元(佔醫療衛生總支出的75.0%)。

自2014年成立以來，我們不斷擴大醫院及藥店網絡，擴大用戶及醫生群，投資產品及技術創新，並擴大我們在整條慢病管理價值鏈中的影響力。

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，並進一步增加至2021年的人民幣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)透過我們於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，並於截至2021年12月31日進一步增加至172,279家，表明我們藥店SaaS的快速滲透。
- **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截至2019年、2020年及2021年12月31日分別為840萬人、1,710 萬人及2,380萬人。

由於我們一直專注於投資研發能力以推動我們的醫院及藥店SaaS產品發展，同時投資銷售及營銷活動以拓展我們的醫院及藥店網絡、加強用戶接觸和提升我們的品牌認可度，我們於往績記錄期間處於虧損狀態。隨著我們增加數字營銷服務及藥店SaaS的收入貢獻，我們於截至2021年12月31日止財政年度的經調整淨虧損率(非國際財務報告準則計量)較截至2020年12月31日止財政年度減少。請見「概要 — 我們的財務狀況」。

於往績記錄期間，我們的收入及毛利大幅增長。隨著業務增長，我們受惠於規模經濟，經營虧損佔收入的百分比從2020年的99.7%顯著下降至2021年的39.6%，而經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)佔收入的百分比從2020年的75.8%大幅下降至2021年的25.3%。展望未來，由於我們從早期投資及規模經濟中進一步受益，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。我們與現有終端醫院客戶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來自院內解決方案的大部分收入。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，例如專家及名醫在線問診，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保持與2021年相同水平或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)並增加我們行政及研發團隊的人數。除以股份結算的報酬為一次性及不與經營效率相關外，經營開支佔我們收入的百分比由2019年約39.7%增加至2020年約103.4%；由截至2020年約103.4%減至截至2021年的約61.1%。經營開支(不包括以股份支付的薪酬)佔我們的收入百分比從2020年至2021年大幅減少，我們的收益從2020年的人民幣839.1百萬元增長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。我們相信該等投資為我們的長期成功奠定了堅實的基礎。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，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。

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

本公司認為，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，本公司近期完成了新一輪融資，令本公司具有良好的現金狀況。於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。本公司相信，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」。

我們的技術

通過我們連接慢病行業所有主要參與者的解決方案，我們已經積累了大量的醫療見解。利用機器學習和其他人工智能技術，我們的平台聚集和處理這些見解，以提取可操作的見解，為我們行業中不同的客戶提供服務。

我們的技術基礎架構

我們打造自己的技術基礎架構，以便以高性價比的方式支持我們的業務。我們已經建造了一個可靠、智能的網絡基礎架構，以確保高可用性和低停機風險。我們目前利用中國的第三方雲服務供應商來託管我們的網絡基礎架構，租用公共服務器和帶寬。

我們專注於維護和加強我們技術基礎架構的可靠性、穩定性和可擴展性。我們的技術基礎架構使我們能夠在高峰期容納大量的用戶流量，同時保持速度和質量的一致性，並為運營的可視化和控制賦能。我們利用微服務架構來提供能夠在應用程序上自動擴展的服務和細化流量控制。我們還建立了廣泛的強化服務控制程序，如安全檢查、斷路、有效載荷平衡和故障轉移。

我們的分析技術

我們專屬人工智能輔助問診過程使我們平台上的問診和處方開具過程非常高效，並降低了相關風險。由人工智能輔助的匹配過程將合適的醫生智能分配給尋求線上問診和處方開具的患者；這大大縮短了患者在我們平台上的等待時間。2021年，我們平台約99%的患者在180秒內得到回應。我們的人工智能輔助問診系統也會在醫生開出處方時對處方進行評估，並可以收回任何不合適的處方，降低醫生和藥店的風險。

我們的醫學算法引擎是我們四個人工智能工具「小雲」、「小智」、「靈通」和「知心」的基礎。小雲是我們面向醫生的應用程序的線上問診協助系統。其利用人工智能技術建立覆蓋不同醫療場景的預測模型，並用處方安全監測為醫生提供協助。小智是我們的智能診前系統(利用自然語言處理)，用於我們面向患者的應用程序和藥店解決方案。其可以與患者互動，並根據我們的醫療算法引擎，為患者匹配最好的醫生和其他醫療資源，大大縮短了醫生需要花費在線上問診環節的時間。

靈通和知心是我們內部的智能決策系統，可幫助協調我們平台上的醫療資源。靈通是我們的內部資源分配和優化系統。其可以應用於我們內部團隊的多個工作流並提高他們的效率。例如，靈通可應用於我們的內部醫生分配流程，並縮短我們平台上的患者平均等待時間。另一方面，知心則嵌入了我們的醫學算法引擎。其可以根據我們平台患者的病情和個人特徵進行分析，並向其推薦相關的醫療服務、知識和產品。

數據隱私和安全

我們致力於保護數據隱私和安全。我們已經建立並維持一個嚴格的全平台數據收集、處理和使用政策。我們有時會從我們的在線平台用戶那裡收集數據，這些數據嚴格限於我們向用戶提供服務所需的個人信息和其他數據。我們會就所收集的全部用戶數據事先取得用戶同意，並採取嚴格的政策確保我們對數據的收集及使用符合相關法律及法規。我們並無將任何收集的數據用於商業用途。註冊程序要求用戶提供同意，以允許我們收集、處理和使用提供服務所需的數據。

就我們醫院SaaS而言，為了遵守相關法律和法規，保護用戶和醫院的數據完好性，我們不處理或存儲醫院內的數據。相反，我們只為醫院終端客戶提供他們可以用來管理和存儲內部數據的工具和技術。因此，我們不會通過我們的醫院SaaS產品收集、處理、存儲或訪問任何個人信息(包括患者信息)和院內數據。我們只能訪問從我們的藥店SaaS和醫療健康管理平台產生的數據。具體而言，就我們的藥店SaaS而言，我們的藥房SaaS產生的數據類型主要包括(i)在藥店使用智雲問診的藥劑師和員工的個人信息，及(ii)使用智雲問診的未約診患者。我們收集和處理的數據類型在相關移動應用程序和微信小程序的隱私政策中明確披露，包括(i)使用我們藥店的藥店SaaS的員工的姓名、聯繫

方式、職位／職責／角色、電子簽名；(ii)在平台註冊並提供服務的藥劑師的執業執照、電子簽名等信息；(iii)患者的基本個人身份信息(如姓名、身份證等)和健康生理信息(如症狀、疾病診斷、用藥史、既往病史、過敏史)，以及患者的在線醫生診斷等，這些都是提供問診和處方開具服務的必要信息。在我們的個人慢病管理平台方面，我們收集患者和醫生的個人信息。我們收集和處理的數據類型在相關移動應用程序和微信小程序的隱私政策中明確披露，包括(i)患者的個人信息，包括基本的個人身份信息(如姓名、身份證號碼等)，這些都是提供問診和處方開具服務的必要信息，(ii)患者的健康生理信息(如症狀、病史、用藥史、既往病史、過敏史、住院／門診(急診)病歷、檢查和檢測報告)，這些都是提供問診和處方開具服務的必要信息，(iii)問診及處方開具過程中產生的患者信息(如健康諮詢詳情、預約掛號記錄、用藥處方、醫生診斷結果等)，(iv)醫生的基本個人身份信息(如掛號所用的手機號碼，以及姓名和身份證號碼)，這是實名驗證所必需的信息，(v)在提供問診和處方開具服務之前，醫生的其他信息，例如執業執照、電子簽名和其他信息。

為了確保我們數據的保密性和完好性，我們維持一個全面且嚴格的數據安全計劃。我們定期對我們的運營數據進行線下備份，並在獨立的各種安全數據備份系統中進行備份，以儘量減少數據丟失的風險。我們每天都在各種分佈式安全數據存儲系統中備份數據，以儘量減少數據丟失的風險。我們還經常對我們的備份系統進行審查，以確保其功能正常並得到良好的維護。我們就操作和維護管理、監控和警報機制、網絡安全管理和災難恢復制定的詳細管理規範確保了我們運營的連續性。我們還建立了一個業務連續性計劃，以應對災難性事件，如可能導致各種業務中斷的自然或非自然災難、電力故障、網絡故障或服務器斷電。此外，我們的維護團隊密切並不斷地監控諸如中央處理器及內存等的常見技術問題及資源使用情況，並向我們的技術團隊發出異常技術難題的警報。此外，我們還成立了一個應急小組，每年對重要系統進行災難恢復演習，並不斷改進我們的系統。我們的後端安全系統能夠應對惡意攻擊，以保障我們平台的安全和保護用戶的隱私。有關更多信息，請參見「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們的業務產生、處理和訪問大量的數據，這些數據的不當使用或披露可能損害我們的聲譽，並對我們的業務和前景產生重大不利影響」一節。

我們有嚴格的多層次數據收集政策，以確保(i)我們只收集我們向用戶提供服務所必需的用戶數據，(ii)我們會就所收集的全部用戶數據事先取得用戶同意，及(iii)我們對用戶數據的收集符合相關法律及法規。我們所有的數據都儲存在中國。我們對機密的個人信息進行身份消除和加密，並採取其他技術措施以確保數據的安全處理、傳輸和使用。我們還制定了嚴格的內部規程，根據這些規程，我們只允許有限的員工在嚴格定義的分層訪問權限內訪問機密的個人數據。我們根據網絡安全法和個人信息安全規範進行數據身份消除，並參考健康保險可移植性和責任法案並適當考慮數據控制方(例如醫院)的身份消除要求來設計和實現身份消除程序。我們的身份消除技術可以幫助我們的客戶檢測、加密或刪除個人身份識別信息，包括患者的姓名、地址、電話號碼、身份證號碼、社保號、電子郵件地址、家庭地址、聯繫人姓名、登記的永久居住地以及根據《中華人民共和國網絡安全法》和其他適用的中國法律法規，以及參照《美國健康保險可移植性和責任法案》，可以識別患者身份的任何其他信息。

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監控系統。這包括我們有關數據安全性、數據安全管理以及數據分類和編目的政策。我們的內部監控協議覆蓋數據處理的整個生命週期，包括數據收集、數據質量管理、數據加密及傳輸、數據儲存安全、數據備份及恢復、數據處理及分析、數據的正確使用以及數據破壞及處置。我們要求全體僱員遵守醫學倫理並保護我們客戶數據中包含的隱私和個人信息，且我們嚴格禁止未經授權或不正當收集或使用該等數據或個人信息。我們禁止我們的僱員在未經授權的服務器或個人電腦上存儲任何與工作相關的文件、資料或數據。此外，我們的政策要求嚴格遵守數據加密規定。我們要求我們的員工承認並簽署保密協議，其中包括雙方僱用關係所基於的保密義務。我們對敏感數據實施嚴格的數據安全監察及警報系統。在處理並分析客戶的數據時，我們亦嚴格遵循我們與客戶所訂協議內所載的授權條款及使用範圍。如僱員違法濫用或洩露我們的數據或客戶數據或對我們或客戶造成任何損害，則我們有權解僱任何僱員並可能對其採取進一步的法律行動。由於監管制度發展非常迅速，我們將密切關注數據安全領域的立法發展。為減輕任何監管變化的潛在影響，我們對我們的網絡安全、數據合規性和個人數據保護的狀態進行了全面審查，並已採取措施確保在所有重大方面遵守現行有效的法律法規，包括內部控制政策和程序。

根據《中華人民共和國反壟斷法》，壟斷行為包括(a)經營者達成壟斷協議，包括但不限於與競爭對手訂立壟斷協議，以固定或者變更商品價格、限制商品的生產數量或者銷售數量、分割市場、限制開發或使用新技術、新設備或新產品、聯合抵制交易，以及與交易對手訂立壟斷協議，固定轉售價格或限定轉售的最低價格；(b)經營者濫用市場支配地位；及(c)具有或者可能具有排除、限制市場競爭效果的經營者集中。我們並無進行任何上述壟斷行為，尤其是我們(i)並無與我們的客戶訂立獨家安排；(ii)由於行業競爭較為激烈，我們不大可能被有關當局視為在行業中擁有市場支配地位；(iii)並無進行任何被視為濫用市場支配地位的行動；及(iv)並無涉及任何根據反壟斷法或其他適用反托拉斯法須向有關當局呈報的經營者集中。基於上述情況，我們的中國法律顧問已經告知我們，我們的業務在任何重大方面都不違反《反壟斷法》或其他適用的反托拉斯法。

環境、社會和治理(ESG)倡議

新冠肺炎疫情

我們致力於承擔企業社會責任，滿足社會不斷變化的需求。我們致力於支持和參與符合我們核心價值觀和使命的社會責任項目，並通過我們的技術驅動平台將我們的產品和服務的惠益擴展到整個社區。為了應對最近的冠狀病毒爆發(新冠肺炎疫情)，我們採取了一系列的舉措。

我們是率先為抗擊新冠肺炎疫情做出貢獻者之一。2020年2月初，我們向武漢火神山醫院捐贈了一些醫療器械與耗材。我們派出了5名工程師，帶上捐贈物資前去武漢火神山醫院為其系統部署了智雲醫匯，幫助醫院以更加數字化和高效的方式應對這場疫情。由於我們對中國抗擊新冠肺炎疫情的貢獻，以及我們在新冠肺炎疫情爆發期間對員工的成功保護和關懷，我們被中國兩家領先的人力資源公司及胡潤聯合評為「新冠肺炎疫情期間中國最佳僱主」之一。

隨著2021年下半年中國多地再次報告少數新冠肺炎病例，我們採取了一系列舉措，與我們平台上的註冊醫生聯手合作，為出現新冠肺炎新病例的這些地區提供免費在線問診服務。

性別平等

我們重視性別平等和多樣性，我們採取了一些舉措來擴大女性僱員的影響，賦能和鼓勵她們分享自己的觀點。我們還致力於打破女性在工作場所面臨的挑戰。在我們的首席財務官徐黎黎女士和投資者關係總監劉夢雅的帶領下，我們在微信公眾賬號上發佈了一系列題為「做自己的女神」的文章，其中包括對本公司女性僱員的採訪。借助此系列採訪，我們希望能摘掉人們通常與「職業女性」相聯繫的固化標籤。通過讓女性僱員擁有發言和自由表達的講臺，我們相信此系列文章和背後的故事將鼓勵和賦能更多女性在本公司茁壯成長並取得成功。

工作場合多樣性

我們注重擁抱公司內部的多樣性，並平等和尊重地對待我們所有的僱員，包括殘障僱員。我們在僱員的僱傭、培訓、健康和專業及個人發展方面執行平等的政策。我們將繼續促進工作與生活的平衡，為所有員工營造積極向上的工作場所，並努力為他們建立一個良好的人才培養機制。

社會責任

我們積極參與當地社區的活動，努力促進健康認知並提供保健服務。

作為一家科技公司，我們相信技術與人才的力量。2021年，我們與重慶郵電大學合作舉辦了首屆「智雲健康杯」軟件測試大賽。大賽的使命是發現、培養和成就更多技術領域的人才，促進社區對技術重要性的認識。我們還與北京郵電大學合作，建立了一個人工智能醫療實驗室。此實驗室致力於人工智能醫療領域的研究，如智能輔助診療和診斷、智能診斷、醫學知識圖譜等。

2021年，我們還成立了「2021年數字醫療科技創新基金」，該基金將用於資助我們認為能夠最好地改變或改善中國醫療行業的創新項目。該基金將接受以下項目的申請：(i) 與院內院外疾病管理、疾病數據分析或互動軟件／硬件相關的行業領先技術項目；(ii) 疾病篩查、疾病數字化管理等科學管理解決方案。

業 務

我們還在北京和上海的社區建立了多個「智雲健康醫療站」，通過我們的平台為社區居民提供免費的在線問診服務。我們還在此類醫療站配備了人工智能賦能的機器人，讓居民連接自己的醫療器械，以獲得更好的問診效果。

在2021年7月河南鄭州城市洪水期間，我們為該地區的所有用戶提供免費的線上問診。

環境

我們致力於將可持續發展作為我們企業戰略的一部分，並努力在僱員及辦公環境中培養可持續發展的心態。我們開展了一系列旨在減少本公司及僱員的廢物及碳排放的活動，包括在我們所有的辦公室進行垃圾分類，減少用水及減少碳排放。為了減少用水，我們在辦公室制定了多項規程。我們張貼了標誌，提醒我們的僱員節約用水。

我們亦致力於碳減排措施，並將繼續探索進一步提高能源效率的途徑。我們要求僱員在使用辦公用品時注意環保，如僅在必要時打印並採用雙面打印。我們在辦公室裡制定了有關根據溫度及時間使用空調的時間及方式的內部政策。

銷售及營銷

銷售

我們通過經驗豐富的業務拓展團隊推廣我們的解決方案。該團隊由正式僱員及靈活用工人員構成。我們的銷售隊伍主要按終端客戶的類型分類和組建，並進一步細分成多個區域團隊，覆蓋中國不同地區。我們以醫院為中心的業務發展團隊的許多成員都有醫療和保健背景。我們以藥店為中心的業務發展團隊的大多成員有多年的銷售經驗。我們還利用外部銷售代理提供的服務，請他們協助我們推廣我們的產品和解決方案。我們通過為每個團隊設定特定的關鍵績效目標，並採用與銷售人員績效掛鈎的佣金獎勵機制，來激勵我們的業務發展團隊。

我們的業務發展團隊致力於覆蓋更多的醫院和藥店。對於現有的醫院和藥店終端客戶，我們的業務發展團隊也致力於鼓勵他們部署我們的SaaS以增加關係粘度，並儘可

能多地利用我們的解決方案以商業化。他們還鼓勵我們的終端客戶根據他們的需要購買不同類型的醫療器械和耗材。此外，我們的業務發展團隊還協助我們線下的醫生獲取活動。

我們還運行一個客戶管理系統，包括客戶管理、潛在客戶管理、售前管理和合約管理。我們的業務發展團隊使用我們的客戶管理系統來管理我們的客戶、銷售計劃及預售與訂約流程。我們的管理層還利用系統來評估我們業務發展團隊的生產力和效率，並評估每個客戶的價值，以優化我們的客戶關係管理。我們認為，迄今為止，客戶管理系統一直是幫助我們管理業務快速增長的關鍵因素，並有助我們日後擴展業務。

營銷

我們設有一個營銷團隊，負責提高我們的品牌知名度、推廣我們解決方案、維持與業務合作夥伴的關係以及管理公共關係。我們營銷團隊一部分側重於品牌推廣，包括舉辦線上和線下研討會來推廣我們的品牌，另一部分主要負責線上用戶獲取。我們的營銷方案首先針對頂級醫院、全國性連鎖藥店、以及大型製藥和醫療器械公司。從這些頂級客戶出發，我們希望將我們的客戶群擴大到較低級別的醫院、藥店以及製藥和醫療器械公司。

我們為我們的營銷工作部署了多種手段，包括線下活動和線上渠道。我們主持並參加各種活動，例如行業會議、論壇及研討會，以增加我們的曝光度並發展及維持與各種行業參與者的關係。我們還利用線上渠道(如網絡研討會和在線論壇)來加深我們與行業參與者的互動，在我們線上社區中吸引醫生和患者，並為我們的後續營銷嘗試創造更多的流量。

我們主要通過與營銷合作夥伴合作進行線上定向市場營銷。例如，我們與醫學專家合作，組織線上學術研討會，以增加我們的市場曝光率，建立品牌認知，擴大我們的潛在客戶群。

新冠肺炎疫情對我們業務的影響

新冠肺炎疫情的爆發導致我們截至2020年上半年和截至2021年上半年的業務運營暫時中斷，因為我們醫院SaaS的部署都受到了影響。於新冠肺炎疫情爆發初期，主要由於

業 務

中國政府對經濟及社會活動施加的限制、限制進入醫院以及新冠肺炎疫情爆發造成的經濟不確定性，醫院、藥店及個人對若干醫療產品及服務的需求有所減少，若干醫院及藥店推遲安裝我們的SaaS產品。在疫情期間，我們繼續通過遠程網絡方式工作，並與客戶進行遠程網絡拜訪和會議，以保持良好的業務關係。我們還建立了一個虛擬報告程序，以確保工作和內部溝通的效率。隨著2020年下半年新冠肺炎疫情控制措施的逐步解除，我們的業務，特別是院內解決方案，迅速恢復，並將強勁勢頭保持到2021年。初期新冠肺炎疫情爆發對我們業務的不利影響對我們的財務業績並無產生重大影響。於截至2020年及2021年12月31日止年度，我們的收入分別同比增長60.0%及109.4%。

中國出現病例增加的情況，促使受影響的地區實施選擇性的限制。例如，2021年夏季，因出現高度傳染性的德爾塔變體，江蘇省南京市的病例有所增加。南京疫情蔓延至全國多個省市。為了應對新增病例，多地已實施若干出行限制及其他限制措施。2021年9月，福建省再次爆發疫情，導致當地政府實施旅行限制及其他限制措施。2021年冬季及2022年初，由於高度傳染性的德爾塔及奧密克戎病毒變種，中國若干城市的病例數略有上升，導致中國多地實施若干旅行限制及其他限制。截至最後實際可行日期，我們的運營及財務狀況並無因中國近期爆發的新冠肺炎疫情(包括近期出現的奧密克戎變種)而受到重大不利影響。然而，由奧密克戎驅動的區域性新冠肺炎疫情爆發已經並且可能繼續對我們的運營及財務業績產生暫時及間歇性的不利影響。例如，由於自2022年3月起奧密克戎在上海的區域性爆發以及為遏制新冠肺炎疫情病例而實施的嚴格封鎖，我們位於上海的約160名僱員一直居家辦公。我們提供各種支持並採取各種措施，提高上海僱員的幸福感和工作效率。然而，我們僱員的生產力可能會因居家辦公模式而受到不利影響。此外，由於上海為遏制新冠肺炎疫情病例而實施的限制性措施，我們毛利率相對較高的數字營銷服務的業務發展活動暫時放緩，這可能會暫時影響我們的整體毛利率。我們繼續監控新冠肺炎疫情情況並相應地評估我們的策略。我們現時預計不會因新冠肺炎疫情(包括近期出現的奧密克戎病毒變種)而重大偏離我們的業務計劃。

業 務

自新冠肺炎疫情爆發以來，部署我們醫院SaaS的醫院數量從截至2019年12月31日的377家增加到截至2020年12月31日的1,700多家，我們的註冊用戶從截至2020年11月30日的1,710萬增加到截至2021年12月31日的2,380萬以上。疫情提高了醫院對數字化的認知和患者的接受程度，鑒於我們在行業數字化轉型中的領先地位，我們相信我們有能力長期利用這一優勢。

我們的供應商

於2019年、2020年及2021年，我們從前五大供應商處的總採購額分別佔我們總採購額的36.3%、21.2%及25.1%，及於往績記錄期間各年自我們最大供應商的採購額達人民幣205.7百萬元、人民幣231.4百萬元及人民幣146.4百萬元，佔各自年度總採購額的25.5%、7.8%及9.5%。所有該等供應商均位於中國。我們的五大供應商均為獨立第三方。概無董事、其聯繫人或我們任何現有股東(據董事所知其擁有我們股本的5%以上)於我們往績記錄期間的五大供應商中擁有根據上市規則須予披露的任何權益。我們通常在確認後180天內支付應付供應商的貿易賬款。下表列示於往績記錄期間就於總採購成本及開支中的百分比而言我們前五大供應商的詳情。

排名	供應商	業務關係 開始年份	供應商與我們 所開展業務的性質	所購商品/ 服務	採購 金額	佔總採購額的 百分比
					(人民幣千元)	(%)
截至2019年12月31日止年度						
1	供應商A，其主營業務為若干醫療產品的製造、營銷和銷售.....	2015年	醫療器械和耗材經銷商	採購醫療器械及耗材	205,728	25.5%
2	供應商B，其主營業務為醫療器械及耗材.....	2018年	醫療器械和耗材經銷商	採購醫療器械及耗材	24,808	3.1%
3	供應商C，其主營業務為醫療器械及耗材.....	2019年	醫療器械和耗材經銷商	採購醫療器械及耗材	23,539	2.9%
4	供應商D，其主營業務為醫療器械及耗材.....	2018年	醫療器械和耗材經銷商	採購醫療器械及耗材	21,981	2.7%
5	供應商E，其主營業務為醫療器械及耗材.....	2019年	藥品經銷商	採購藥品	16,470	2.1%

業 務

排名	供應商	業務關係 開始年份	供應商與我們 所開展業務的性質	所購商品/ 服務	採購 金額 <i>(人民幣千元)</i>	佔總採購額的 百分比 <i>(%)</i>
截至2020年12月31日止年度						
1	供應商A，其主營業務為若干醫療產品的製造、營銷和銷售.....	2015年	醫療器械和耗材經銷商	採購醫療器械及耗材	122,885	7.8%
2	供應商F，其主營業務為醫療器械及耗材.....	2020年	推廣及市場營銷服務	採購數字營銷服務	87,184	5.5%
3	供應商G，其主營業務為醫療器械及耗材.....	2019年	藥品、醫療器械和耗材經銷商	採購藥品	69,077	4.4%
4	供應商D，其主營業務為醫療器械及耗材.....	2018年	醫療器械和耗材經銷商	採購醫療器械及耗材	27,955	1.8%
5	供應商H，其主營業務為醫療器械及耗材.....	2019年	藥品經銷商	採購藥品	27,276	1.7%
截至2021年12月31日止財政年度						
1	供應商A，其主營業務為若干醫療產品的製造、營銷和銷售.....	2015年	醫療器械和耗材分銷商	採購醫療器械及耗材	231,361	9.5%
2	供應商I，其主營業務為若干醫療產品的營銷和銷售.....	2021年	醫療器械分銷商	採購醫療器械	132,440	5.4%
3	供應商J，其主營業務為若干醫療產品的營銷和銷售.....	2021年	醫療器械分銷商	採購醫療器械	118,983	4.9%
4	供應商K，其主營業務為若干醫療產品的營銷和銷售.....	2021年	醫療器械分銷商	採購醫療器械	73,494	3.0%
5	供應商L，其主營業務為若干醫療產品的營銷和銷售.....	2020年	醫療器械和耗材分銷商	採購醫療器械及耗材	55,540	2.3%

業 務

一般來說，我們不與供應商簽訂長期協議。我們與供應商的採購協議和分銷協議的期限一般不超過一年，並可續約。除若干協議規定我們是供應商的獨家經銷商外，否則我們通常不受這些協議的最低銷售目標和採購金額的規限。我們與供應商訂立的協議通常不允許任何一方無故終止。據我們所知，我們沒有違反過我們與供應商的任何採購和分銷協議。

2019年，我們與供應商B就其生產的多種產品簽訂了一份四年獨家分銷協議。根據該協議，我們要遵守若干最低採購和最低銷售要求。倘我們不能滿足這些要求，供應商B有權終止該協議。我們的信貸期限為45天。任何一方都可以因故終止協議，但任何一方都不能無故單方面終止協議。

於2019年、2020年及2021年，我們主要供應商中的兩家、一家及四家在同一時期也是我們的客戶。請參閱「—同時也是我們的供應商的客戶」。

客戶

我們的客戶包括為我們的院內解決方案和藥店解決方案所用的經銷商，以及使用我們數字營銷服務的製藥公司；我們還有醫院及藥店客戶。請參閱「—經銷商」。截至2019年、2020年及2021年12月31日止各年度，我們的前五大客戶約佔我們總收入的30.8%、26.5%及30.1%，及於往績記錄期間各年自我們最大供應商的收入單獨計算達人民幣72.1百萬元、人民幣49.8百萬元及人民幣146.4百萬元，佔各自期間總收入的13.7%、5.9%及8.3%。截至最後實際可行日期，我們與前五大客戶的業務關係已保持一至四年。據我們所深知，往績記錄期間的五大客戶全部為獨立第三方。概無董事、其各自的聯繫人或任何據董事所知於最後實際可行日期擁有我們已發行股本5%以上的股東於往績記錄期間於前五大客戶中擁有任何上市規則要求披露的權益。

業 務

下表列示於往績記錄期間就於總收入中的百分比而言我們前五大客戶的詳情：

排名	客戶	業務關係 開始年份	與我們有關的業務線	所售商品/ 服務	收入	佔總收入的 百分比
					(人民幣千元)	(%)
截至2019年12月31日止年度						
1	客戶A，其主營業務為日用品、技術及醫療用品供應	2018年	藥店解決方案	銷售醫療器械和耗材	72,105	13.7%
2	客戶B，中國領先的製藥公司之一	2018年	院內解決方案，藥店解決方案	銷售藥品、醫療器械及耗材	40,067	7.6%
3	客戶C，其主營業務為在線藥品銷售及營銷	2019年	藥店解決方案	銷售醫療器械和耗材	18,645	3.6%
4	客戶D，其主營業務為用於監控、診療的醫療器械	2018年	藥店解決方案	銷售醫療器械和耗材	17,564	3.3%
5	客戶E，其主營業務為製藥研究及物流運營	2019年	院內解決方案，藥店解決方案	銷售藥品	13,504	2.6%
截至2020年12月31日止年度						
1	客戶F，其主營業務為藥品	2020年	院內解決方案，藥店解決方案	銷售藥品及醫療器械	49,752	5.9%
2	客戶G，其主營業務為醫療器械及耗材	2020年	院內解決方案，藥店解決方案	銷售藥品	49,654	5.9%
3	客戶H，其主營業務為藥品	2019年	院內解決方案	數字營銷服務	44,720	5.3%
4	客戶B，中國領先的製藥公司之一	2018年	院內解決方案，藥店解決方案	銷售藥品、醫療器械及耗材	41,565	5.0%
5	客戶I，其主營業務為藥品	2019年	院內解決方案	數字營銷服務	36,950	4.4%

業 務

排名	客戶	業務關係	與我們有關的業務線	所售商品/ 服務	收入	佔總收入的 百分比
		開始年份			(人民幣千元)	(%)
截至2021年12月31日止年度						
1	客戶J，其主營業務為醫療器械及 耗材	2021年	院內解決方案	銷售醫療器械	146,407	8.3%
2	客戶K，其主營業務為若干醫療產品 的製造、營銷和銷售	2020年	院內解決方案	數字營銷服務	114,956	6.5%
3	客戶L，其主營業務為若干醫療產品 的營銷和銷售	2020年	院內解決方案	銷售耗材及醫療器械	107,540	6.1%
4	客戶M，其主營業務為若干醫療產品 的營銷和銷售	2020年	院內解決方案	銷售耗材及醫療器械	99,275	5.7%
5	客戶I，其主營業務為藥品	2019年	院內解決方案	數字營銷服務	62,017	3.5%

於往績記錄期間，我們的前五大客戶發生重大變動，主要乃由於隨著我們的業務擴張，各期間新客戶的收入貢獻較大，並且超過了過往期間前五名客戶中某些客戶的收入貢獻。於往績記錄期間，我們前五大客戶中至少50%的客戶仍然為我們的客戶，即使彼等可能不再處於前五名之列。

一般來說，我們不與客戶簽訂長期協議。我們與客戶的採購協議和服務協議的期限一般不超過一年，並可續約。根據我們的採購協議，客戶一般不受最低銷售目標和採購金額的規限。對於少量的客戶，我們已經訂立協議取得銷售我們的醫院SaaS的權利，據此客戶有最低購買義務。我們與客戶訂立的任何協議均不允許任何一方無故終止。據我們所知，我們在歷史上沒有違反過我們與供應商的任何採購和分銷協議。

我們已經與我們的一些藥店SaaS客戶簽訂了一些期限為15至24個月並可續期的合作協議，並根據這些協議，我們以訂閱模式向這些客戶提供我們的藥店SaaS。我們通常有權在提前至多30天通知的情況下單方面終止合同。

業 務

我們與客戶的協議的主要合約條款概述如下：

- **期限及續期選擇權**：我們通常不與客戶訂立長期協議。我們與客戶的協議一般按訂單基準訂立，期限為一年，惟須受限於續期選擇權
- **產品及服務**：協議規定我們提供的產品或服務的類型、產品的數量或服務的期限，以及其他產品或服務特定信息。
- **定價政策**：我們以協議中規定的固定價格銷售產品或提供服務。我們的產品及服務定價政策因解決方案線各異。有關各解決方案線的定價政策詳情，請參閱「—我們的業務模式」。
- **獨家性**：我們一般不會與分銷商訂立獨家協議。我們通常與製藥公司訂立獨家合約，為彼等在特定地區開展特定SKU的數字營銷服務。
- **付款及信貸條款**：信貸條款一般為發票日期後最多9個月的預付款，或按已發生基準每月付款。
- **終止**：一般而言，任何一方均可因故終止。
- **標準條款和條件**：我們的標準條款和條件構成合約的一部分，其中規定了包括有關所提供產品及服務、雙方的陳述和保證、保密、知識產權和爭議解決等方面的法律和合約規定事宜。

於2019年、2020年及2021年，我們主要客戶中的兩家、四家及三家在同一時期也是我們的供應商。請參閱「—同時也是我們的供應商的客戶」。

我們於2019年與客戶A進行大規模合作，作為客戶A平台上某知名血糖試紙品牌的獨家分銷商，銷售醫療器械及耗材。為了滿足客戶A平台上用戶的潛在需求，我們維持了較高的存貨水平。2020年，為了努力加強存貨及應收款項管理及降低相關成本及風險，

以及轉向利潤率更高的業務，我們開始在客戶A的平台上逐步停售低利潤率的產品。我們的存貨水平因此有所下降。請見「財務資料 — 若干主要資產負債表項目的討論 — 流動資產／負債 — 存貨」。

經銷商

按照行業慣例，我們經常依靠訂閱商來分銷我們的醫院SaaS，並向醫院終端客戶銷售醫療器械、耗材和藥品。我們還與作為批發商的經銷商合作，向一些藥店終端客戶銷售藥品、耗材、醫療器械和其他類別項目。我們的經銷商也是我們於該等相同交易下的客戶。

對於醫院終端客戶，我們合作的經銷商是獨立的第三方，並且其中大多數為我們醫院終端客戶採購供應商名單上的供應商。據弗若斯特沙利文稱，我們向這些供應商提供我們的醫院SaaS，以及醫療器械、耗材和藥品，然後由他們銷售給我們的醫院終端客戶，屬行業常態。中國醫院一般不會從不在其供應商名單上的供應商那裡採購藥品、耗材和醫療器械。特別是，相關監管部門通常要求公立醫院從供應商名單中進行採購。因此，我們利用經銷商向我們自身不在其供應商名單上的醫院進行銷售。我們有時也直接銷售給已將我們列入供應商名單上的醫院。對於藥店終端客戶，我們主要通過經銷商來進入大量中國的藥店。我們還直接銷售給幾個大型連鎖藥店。

我們選擇經銷商的依據是其業務資格和分銷能力，如分銷網絡的覆蓋面、質量、人員數量、現金流狀況、信用度、物流、合規標準和過去的業績，以及其在客戶管理方面的能力。截至最後實際可行日期，我們不知道我們的經銷商有任何潛在的濫用或不當使用我們的名字，從而對我們的聲譽、業務經營或財務狀況產生不利影響的情況。

我們與我們的經銷商簽訂分銷協議，據此我們將我們醫院／藥店SaaS的訂閱權以及銷售醫療器械、耗材、藥品和其他類別商品銷售給我們的經銷商，同時我們的經銷商獲授權將從我們這裡購買的商品銷售給醫院／藥店終端客戶。我們經銷商與我們構成買賣雙方的關係。因此，我們在貨物的控制權轉移給經銷商時確認收入。

以下是我們與經銷商的協議的主要合約條款：

- *期限和續約權*：分銷協議的簽訂一般以每筆訂單為基礎，或一年有效期，經雙方同意可續約。
- *所涉各方的權利和義務*：我們對出售給經銷商的產品不保留對所有權的控制，與產品有關的所有重大風險(包括庫存風險)和回報一般在交付給經銷商並被其接受後轉移給經銷商。
- *銷售和定價政策*：我們以協議中規定的固定價格向經銷商銷售產品。
- *獨家性*：我們通常不會與經銷商簽訂任何獨家協議。
- *指定地區和次級經銷商*：由於我們與經銷商的關係並非傳統的供銷關係，而更類似於買賣關係，我們通常並無與次級經銷商合作的限制。就我們對醫院進行銷售的經銷商而言，由於多數經銷商位於該等醫院各自的供應商名單上，因此其不太可能與次級經銷商合作。就我們對藥店進行銷售的經銷商而言，我們通常已指定其可以分銷的地理區域。
- *目標訂購頻率*：不適用
- *保修*：不適用
- *過時庫存安排*：不存在有關過時庫存安排的條件。
- *退貨和換貨政策*：我們一般不接受產品退貨，除非是有質量缺陷的產品，且這符合市場做法以及有關向醫院及藥店銷售藥品和醫療器械的法律法規。
- *最低銷售目標和採購金額*：我們一般不要求經銷商達到任何最低銷售目標和採購金額。對於少量客戶，我們已就於客戶有最低購買義務的情況下銷售我們醫院 SaaS 的權利達成協議。我們的經銷商可以根據自己的需求，不時向我們下訂單。

業 務

- 付款及信貸期：信貸期一般為從預付款到發票日期後的9個月。
- 終止：雙方都可因故終止。

我們相信我們不太會出現存貨囤積風險，因為(i)我們的許多經銷商根據實際需要按每個訂單基準向我們下達訂單；(ii)我們許多產品的保質期有限，通常介乎一至兩年；及(iii)我們的銷售團隊不時聯絡我們的經銷商以了解彼等的庫存流動。我們通過為藥店的每位分銷商指定地理區域來降低分銷商之間的蠶食風險，我們的銷售團隊會定期拜訪該等分銷商，以確保有關條款得到遵守。

下表載列我們於往績記錄期內各年度經銷商的數目。

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
年初經銷商數目.....	372	560	749
年內新增經銷商數目.....	344	453	584
年內終止合作經銷商數目.....	156	264	375
年末經銷商數目.....	560	749	958

於2019年、2020年及2021年，經銷商產生的收入分別約佔我們總收入的61.2%、66.0%及58.8%。總體而言，我們的經銷商數目於2019年至2021年因業務擴展均有所增加。我們的經銷商大部分為各醫院供應商名單上的供應商，其規模往往較小。部分時期內，我們按訂單使用這些小型經銷商。據弗若斯特沙利文報告稱，作為行業規範，醫院供應商名單上的小型經銷商每年均會變化；醫院供應商名單上某一年度的供應商可能不在明年的名單上。這就是我們經銷商構成會波動的原因。對於與我們按訂單簽訂合同的經銷商，倘我們在明年與他們簽訂至少一份新合同，我們即將他們視作繼續為我們服務。

業 務

下表載列於所示年度我們各業務線下透過分銷商實現的收入百分比。我們的個人慢病管理解決方案及其他業務並無使用分銷商。

	截至12月31日止各年度		
	2019年	2020年	2021年
院內解決方案	69.7%	59.8%	61.2%
藥店解決方案	51.8%	80.7%	63.7%

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與已終止或未繼續合作的其他經銷商並無任何重大糾紛。

同時也是我們的供應商的客戶

於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，據本公司董事所知及所信，本公司的主要客戶中的兩家、四家及三家及/或其相關集團公司亦為本公司的供應商。於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們向這些客戶的銷售額分別約佔我們總收入的6.1%、20.6%及15.7%。同一期間內，我們從此類客戶和/或其相關公司的採購量分別佔我們總採購量的約0.4%、1.0%及0.1%，。於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們向該等客戶銷售的毛利分別為人民幣1.3百萬元、人民幣71.4百萬元及人民幣169.2百萬元。同期，我們向該等客戶銷售的毛利率分別為4.0%、41.3%及61.2%。該等實體是均為我們的數字營銷服務的經銷商或客戶。該等實體既是我們的客戶，同時也是我們的供應商的主要原因是(i)這些我們貨品的經銷商本身也曾是/是我們所購用品SKU的供應商，該等SKU與彼等為我們分銷的SKU不同，或(ii)我們的數字營銷服務的客戶曾是/是製藥公司，彼等有時向我們出售我們所轉售的產品，惟所涉金額對我們的業務不屬重大。於往績記錄期間，我們對此等重合實體的銷售及採購概非相同或連續銷售。

於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，據本公司董事所知及所信，本公司的主要供應商中的兩家、一家、四家及/或其相關集團公司亦分別為本公司的客戶。於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們自此類客戶及/或各自相關公司的

採購額約佔我們總採購量的28.4%、7.8%及22.1%。同一期間內，我們向此類客戶的銷售額分別佔我們總收入的約1.1%、0.7%及0.6%。於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們向該等客戶銷售的毛利分別為人民幣2.2百萬元、人民幣3.8百萬元及人民幣4.9百萬元。同期，我們向該等客戶銷售的毛利率分別為32.9%、66.8%及43.3%。該等實體既是我們的客戶，同時也是我們的供應商的主要原因是(i)我們的供應商之一使用我們於個人慢病管理解決方案下的廣告服務；或(ii)部分主要供應商為我們對若干醫院的經銷商，因為彼等在這些醫院的供應商名單上。惟有兩種情形除外，由於我們於2021年的兩名主要供應商為若干SKU經銷商，並向我們出售一定數量單位的該等SKU。同期該供應商的該等SKU缺貨，並向我們購買未經使用的一個單位，以滿足其他客戶需求。我們與這些客戶和／或其相關集團公司的銷售和採購條款的談判逐個進行，銷售和採購之間既沒有相互聯繫也沒有互為條件。除上文所披露者外，我們對此等重合實體的銷售及採購概非相同或連續銷售。

研發

我們在研發方面投入大量資源，主要集中在改進現有技術，開發新產品和解決方案，以及加強客戶支持。截至2019年、2020年及2021年12月31日止各財政年度，我們分別投入了人民幣23.8百萬元、人民幣132.4百萬元和人民幣236.2百萬元的研發費用，分別佔同年總收入的4.5%、15.8%和13.4%。

我們的研發人員主要包括：數據工程師、軟件工程師、技術基礎設施架構師和醫療用品專家。我們擁有一支專職的數據工程師團隊，專注於大數據技術基礎設施及人工智能，負責維護和升級我們的醫療數據處理能力。他們的研發方向包括醫療自然語言處理、深層學習以及醫療大數據挖掘和應用。我們在產品及技術創新方面的研發舉措包括：(i)就我們的院內解決方案而言，不斷開發可以連接更多醫療器械的AIoT技術，並增強我們醫院SaaS的功能；(ii)就我們的藥店解決方案而言，不斷幫助更多藥店建立新零售業務；及(iii)就個人慢病管理解決方案而言，提供更全面的服務，以在整個慢病管理週期中更好地為患者服務。

我們還擁有一支專門的醫療和健康研究與開發團隊。他們把研發的重點放在不同疾病的慢病管理上，並與研究人員和醫院合作，為我們的解決方案進行臨床試驗。作為我們的醫療服務能力研發計劃的一部分，我們將繼續贊助、參與和貢獻在醫院進行

業 務

的四項正在進行的臨床試驗，該等試驗涉及(i)心臟病學治療領域的血脂管理臨床試驗；(ii)內分泌治療領域的血糖管理臨床試驗；(iii)神經病學治療領域的慢性失眠睡眠管理的臨床試驗；及(iv)內分泌治療領域肥胖體重管理的臨床試驗

我們的大部分研究和開發人員都在杭州和上海。

下表載列我們的研發開支明細，以絕對金額及佔我們於所示年度總研發開支的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	<i>(以千計，百分比除外)</i>					
員工成本	18,100	76.2	93,309	70.5	203,453	86.1
IT服務費.....	1,613	6.8	30,583	23.1	24,989	10.6
其他.....	4,040	17.0	8,505	6.4	7,802	3.3
共計.....	<u>23,753</u>	<u>100.0</u>	<u>132,397</u>	<u>100.0</u>	<u>236,244</u>	<u>100.0</u>

我們的研發開支於往績記錄期間大幅增加。

於往績記錄期間，我們因投資研發而實現若干里程碑。下表有選擇地展示了我們實現的技術里程碑。

醫院SaaS:

時間	里程碑
2020年3月	納入虛擬病房功能
2020年12月	擴展功能，以納入胰島素使用解決方案
2021年8月	擴展功能，以納入血酮、血氧和生命體徵監測解決方案

業 務

藥店SaaS

時間	里程碑
2019年5月	推出藥店SaaS
2019年7月	推出視頻問診
2020年6月	推出用於視頻問診的電腦端入口
2020年8月	推出醫生使用的電腦端問診

智雲健康

時間	里程碑
2019年5月	納入若干新疾病的管理功能
2020年1月	推出分層會員
2020年7月	推出健康商城
2021年4月	推出快速問診和專科疾病組合功能

我們預期，隨著我們擴大技術團隊，增強數據分析能力，以及開發新的功能及應用程序，以更好地為慢病管理價值鏈中的各個參與者提供服務，我們研發開支的絕對金額將繼續增長。然而，我們預期該等開支佔總收入的百分比將因我們不斷增大的業務規模而有所減少。

員工成本為研發開支最主要的部分。我們在研發人員方面的支出令我們能夠不斷擴大研發團隊，吸收在軟件、人工智能和大數據方面背景雄厚、專業知識豐富的成員，彼等在加強我們的研發能力以及開發及提升產品方面發揮了重要作用。在差旅費、折舊及辦公開支方面的其他研發開支為我們的研發人員提供先進的硬件及技術支持，有助於提升我們的技術能力。

知識產權

我們依靠中國的專利、著作權、商標和商業秘密法的組合，以及許可協議和其他合約保護來保護我們的專屬技術。我們還依靠許多註冊商標來保護我們的品牌。

截至最後實際可行日期，在中國，我們已經獲得了將於2025年3月和2040年9月之間到期的28個專利，並且有18個專利申請等待審批。此外，截至最後實際可行日期，我們在中國擁有267項註冊商標。

我們大力保護我們的技術和專屬權利。我們採用內部政策、保密協議、加密和數據安全措施來保護我們的專有權利。然而，我們的努力並不能保證萬無一失。即使卓有成效，我們在維護權利時可能付出巨大的成本。第三方可能不時向我們提出訴訟，指控我們侵犯其專有權或宣稱其並無侵犯我們的知識產權。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能無法防止他人未經授權使用我們的知識產權，進而可能會損害我們的業務及競爭地位。」

競爭

我們認為我們較競爭對手處於更有利的地位。然而，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，包括拓展他們的醫院／藥店網絡、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以獲取用戶及醫生以及進行收購。此外，我們的部分競爭對手都是大型的老牌公司，其資本實力比我們雄厚。

然而，我們可能會在我們的某些特定領域面臨競爭。例如，在我們的院內／藥店解決方案下，我們面臨著來自其他向醫院／藥店提供類似醫療器械和耗材的參與者的競爭。在我們的個人慢病管理平台下，我們面臨著來自擁有問診和處方開具服務的在線平台的其他行業參與者對患者和醫生的競爭。

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、我們具有高度可擴展性的商業模式、我們培養和維護的有價值的醫患關係、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

業 務

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、我們在營銷方面的努力、以及我們品牌的實力和聲譽。請參閱「—我們的競爭優勢」。

此外，隨著我們的業務持續快速增長，我們面臨著對高技能人才(包括管理人員、工程師、產品經理和風險管理人才)的激烈競爭。我們能否成功實現增長戰略，部分取決於我們能否留住現有人員和吸引更多高技能僱員。

僱員

截至2019年、2020年及2021年12月31日，我們有448名、1,492名和1,407名僱員。下表列出了截至2021年12月31日按職能分類的專門從事我們業務和運營的全職工作人員的人數：

職能	僱員人數
銷售及營銷	963
研發	364
一般及行政	80
總計	<u>1,407</u>

根據中國法律法規的要求，我們參加市、省政府組織的各類僱員社會保障計劃，其中包括養老金、醫療保險、失業保險、生育保險、工傷保險和住房公積金計劃。根據中國法律，我們須按僱員薪金、獎金及若干津貼的特定百分比進行僱員福利計劃繳款，最高不超過地方政府不定期規定的上限。

我們致力於建立有競爭力和公平的薪酬。為了有效激勵僱員，我們通過市場調研不斷完善薪酬和激勵政策。我們每季度對僱員進行績效評估，以提供僱員的績效反饋。我們僱員的薪酬通常包括基本工資、績效獎金，以及對高績效僱員的股權激勵。

我們通常與我們的高級管理層和核心人員簽訂標準僱傭協議和保密協議或條款。此類合同包括一項標準的競業禁止契約，禁止僱員在其受僱期間和終止僱傭關係後兩

年內直接或間接與我們競爭。我們與僱員保持著良好的工作關係，並無發生任何重大勞資糾紛。

除僱員外，我們還利用靈活用工人員進行部分業務拓展工作。我們與所用靈活用工平台簽訂服務協議，後者會就指定的工作範圍向我們派遣他們的靈活用工僱員。這些靈活用工平台為我們使用的靈活用工人員承擔社會保險和住房公基金或類似僱員福利的相關費用。

物業及設施

我們不擁有任何物業。我們主要在浙江杭州和上海運營，截至最後實際可行日期，我們在那裡租賃和佔用了總建築面積約為5,114平方米的辦公空間。我們絕大部分員工都在杭州和上海工作。截至最後實際可行日期，我們還在多個省份租賃和佔用了辦公樓及藥店，總建築面積約為7,805平方米。這些租約的屆滿日期介於2022年6月7日至2041年1月31日之間。

我們租賃的訂單履行中心中有若干出租人未向我們提供物業所有權證或證明彼等有權將該等物業出租予我們的任何其他文件。倘我們的出租人不是物業的所有者，而且他們沒有獲得所有者或其出租人的同意或有關政府當局的許可，我們的租約可能無效，我們可能不得不與所有者或有權租賃物業的各方重新談判租約，而且新租約的條款可能對我們不太有利。請見「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們目前訂單履行設施的運作的任何中斷或我們新設施的建設的任何中斷，都可能減少或消極影響銷售，並對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。」

保險

就我們通過藥店SaaS及個人慢病管理解決方案提供的線上問診和處方開具服務而言，我們購買了職業責任保險，一年內的總保額上限為人民幣20百萬元，截至最後實際可行日期，還未發生索賠。我們沒有繼續投保我們銷售的醫療器械、耗材和藥品，原因

是中國法律法規禁止承保此類商品的保險。請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們可能沒有足夠的保險來覆蓋我們的商業風險。」

我們為僱員購買社會保障保險，包括養老保險、失業保險、工傷保險、生育保險及醫療保險。此外，我們為所有員工提供團體意外保險，為所有技術人員和若干其他人員提供補充醫療保險。

商品質量和安全

我們已經制定了商品質量和安全政策以及相關的內部監控系統，以(i)維持及監測我們所售商品的安全和質量，(ii)避免不當銷售處方藥，以及(iii)保護我們免因未經授權或受污染商品而遭索賠。我們的商品質量和安全政策以及相關內部監控系統主要包括以下幾項：

*商品安全和質量。*我們其於(其中包括)資質、可靠性和供應量選擇供應商。在簽訂任何協議之前，我們對供應商和所供應商品開展背景調查，其中包括查驗他們的營業執照和他們商品的相關許可證和證書。我們還考慮到了供應商的品牌知名度，並在行業參與者中就他們產品的市場接受度進行調查。取決於具體情況，我們有時會有選擇地進行實地考察，以評估和核實其地點、業務規模、生產能力、物業和設備、人力資源、研發能力、質量控制體系和履行能力。我們一般選擇處於領先地位的製藥廠和經銷商，以確保商品的質量。我們已建立了一個團隊，專門負責管理供應商的商品質量、物流和退貨。根據相關規定，除藥品質量原因外，出售給我們經銷商的藥品和醫療器械一旦售出，不得以任何理由退貨或更換。因此，我們一般不會受到退貨風險的影響。請參閱「監管概覽 — 與藥品和醫療器械有關的法規 — 藥品經營」一節。

*處方藥管理。*我們擁有由人工智能輔助的嚴格處方驗證系統，以管理與銷售處方藥有關的風險。我們為預先已診斷疾病的患者提供在線處方開具服務，並且只接受經過資格驗證的持牌醫療衛生從業者的處方。我們還要求我們的註冊醫生在授權他們為患者續開處方之前完成他們的多點執業註冊。我們利用藥劑師和人工智能輔助工具來驗證我們平台上開出的處方的安全性和準確性。

業 務

倉儲和物流。我們致力於在業務運營的每個階段實行嚴格的質量控制，包括採購、商品檢驗、倉儲、銷售和交付。我們積極參與制定質量政策和標準，並在業務運營中通過不同的方式改進質量控制管理。我們為日常運營制定了一系列內部質量管理規程，對運營的各個環節進行指導和規範，其中包括商品質量、商品保質期管理、退貨、召回和倉儲。入庫前，我們對商品的外觀、包裝、標籤和規格進行檢查，並根據交貨單和供應商出具的檢驗報告對商品進行檢驗。對於儲存在我們倉庫的商品，我們定期進行質量維護、檢查和管理，並對儲存條件進行監測，以確保符合要求。我們設有溫控倉庫，以為我們藥品的質量和安全性維持合適的儲存環境。此外，若干特殊藥品單獨儲存在安全和受控的環境中，並由受過專業培訓的人員管理。在從我們的倉庫或藥店發貨之前，我們檢查並確保將要發出商品的質量。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，並無任何與我們業務有關的重大醫療及產品質量及安全問題。

季節性

我們的業務具有季節性，主要與中國的醫院和藥店活動的季節性規律正相關。例如，在與中國新年假期重合的第一季度，中國的醫院和藥店通常經歷了較低的患者訪問量和其他活動，我們通常會因此看到對我們的產品和解決方案的需求減少。請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們的經營業績面臨季節性波動的影響。」

風險管理和內部監控

我們致力於建立及維持風險管理及內部監控系統，當中包括我們認為對業務營運而言屬恰當的政策及程序。我們已對業務營運各方面(如財務報告、信息系統、內部監控、人力資源及投資管理)採取及執行全面風險管理政策。

財務報告風險管理

我們已制定一套與財務報告風險管理相關的會計政策，例如財務報告管理政策、預算管理政策、庫務管理政策、財務報表編製政策以及財務部門和僱員管理政策。我們已妥為制定多種程序及IT系統，以實行我們的會計政策，而我們的財務部根據此等程序審計管理賬目。我們亦為我們的財務部及僱員提供定期培訓，以確保彼等了解我們的財務管理及會計政策並在日常運營中實行此等政策。

信息系統風險管理

根據適用法律和法規，我們可以訪問的某些類型的醫療數據可能被視為個人信息。充分保護醫療數據對於我們的成功至關重要。我們已經實施相關的內部程序和控制措施，以確保我們IT基礎設施的安全性，確保我們可以訪問的任何醫療數據受到保護，並避免此類數據的洩漏和丟失。於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們的IT基礎設施並未遇到任何重大系統故障，也未遇到醫療數據的任何嚴重泄漏或丟失的情況。

我們的IT系統安全部門負責確保IT基礎設施的安全性，並確保醫療數據的使用、維持和保護符合我們的內部規則和適用的法律法規。我們定期為我們的信息技術團隊提供培訓。

合規與知識產權風險管理

我們已設計並採用了嚴格的內部程序，以確保我們的業務運營符合相關規則和法規，並保護我們的知識產權。

根據該等程序，我們的內部法務部門履行基本職能，即審查和更新我們與客戶和供應商簽訂的合同範本。在訂立任何合同或業務安排之前，我們的法務部門以及業務運營團隊會檢查合同條款並審查與我們的業務運營有關的所有文件，包括交易對方或我們為履行合同義務所獲得的許可證和批文以及所有必要的基本盡職調查材料。

我們亦已制定詳細的內部程序，以確保在向公眾提供之前，我們的內部法務部門會對我們的產品和服務(包括對現有產品的升級)進行審核，以確保符合監管要求。我們的內部法務部門負責獲得任何必要的政府預先批准或同意，包括擬備並提交所有必要的文件，以便在規定的監管時限內向相關政府部門提交文件，並確保商標、著作權及專利註冊的所有必要的申請、續期或備案已及時向主管部門作出。

人力資源風險管理

我們根據不同部門僱員的需求提供定制的定期和專門培訓。我們的人力資源部門定期組織由高級僱員或外部顧問就僱員感興趣的話題進行內部培訓課程。我們的人力資源部門安排在線培訓、審查培訓內容，跟進僱員以評估此類培訓的影響並獎勵獲得積極反饋的講師。通過這些培訓，我們確保僱員時刻保持最新的技能水平，從而使彼等能夠更好地發現並滿足消費者的需求。

我們已經制定獲管理層批准的內部政策，並將其分發給我們的所有僱員。該手冊載有關於職業道德、欺詐防範機制、失職和腐敗的內部規則和指引。我們為僱員提供定期培訓和資源，以解釋僱員手冊所載指引。

反賄賂及反腐敗政策

我們已制定反賄賂和反腐敗政策，以防止本公司內部發生任何腐敗。該政策說明了潛在的賄賂和腐敗行為以及我們的反賄賂和反腐敗措施。該政策禁止的不當付款包括賄賂、回扣、貴重禮品或疏通費，或者為獲得不法業務優勢而作出或提供的任何其他付款。尤其是，我們於2021年1月發佈與反賄賂和反腐敗有關的政策，為員工行為以及賄賂和腐敗事件的識別、監控和報告提供指引。我們保證賬簿和記錄準確，當中合理說明交易及資產處置的實際情況。我們特別要求，僱員根據我們的費用支出政策，提交所有招待相關費用或代表我們送予第三方禮品的相關報銷請示，並清晰記錄支出原因。該等費用應在財務系統入賬並按適用情況，記作促銷禮品費用或招待費用。此外，我們要求員工報告所有人均價值將超過人民幣300元或同等價值的業務招待費，並獲得

預先批准，以便我們審查和監督。我們亦要求付款不得用作支持文件所述用途以外的任何用途。不接受我們賬簿及記錄中有誤導性或不完整的賬目並可能會予以紀律處分。嚴格禁止對於違反費用審批流程、現金管理系統或報銷系統作出的付款。我們的財務部門定期檢查成效並監督該政策的實施，以及定期向董事會匯報該政策的適用性、合理性及成效。董事會釐定的任何改進措施應迅速執行。我們的法律、合規及內部審計部門定期進行內部審計，以審查相關協議、發票、包銷材料等，審計是否有可疑交易及內部審批程序是否遵守我們的決策及審批流程以及財務系統，並在發現任何異常問題時即刻上報管理層。我們開放內部報告渠道，供員工舉報任何賄賂和腐敗行為，我們的員工也可以向合規和內部風險管理部門匿名舉報。我們的合規和內部風險管理部門負責調查所報告的事件並採取適當的措施。我們在僱用任何第三方前進行充分的風險型盡職調查，並確保完全遵循反賄賂和腐敗政策執行僱用程序。我們亦對僱員進行有關反賄賂和腐敗政策培訓，有助促進政策執行。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未發現與我們所有客戶有關的任何僱員反賄賂事件。

投資風險管理

我們的投資戰略是投資或收購與我們業務相輔相成的業務。我們根據業務戰略制定投資計劃，並獲得各個業務部門的意見及建議。

我們一般擬長期持有我們的投資。為了管理與投資相關的潛在風險，我們通常要求被投資公司向我們授予常規的少數投資者保護權。

我們的投資部門負責投資項目的尋源、篩選、執行和投資後風險管理。此部門根據我們的投資戰略尋找投資項目，並初步評估投資項目的風險和潛力。我們根據投資項目所涉及的具體情況採用不同級別的批准和盡職調查機制。

此外，我們的投資部門負責定期監視每項投資的績效。該部門還負責準備分析報告，並就減少每個投資項目所涉及風險的措施提供建議，且倘若一項投資的財務狀況發生重大變化，則必須先報告給部門主管，然後再報告給我們的投資委員會。

審計委員會的經驗和資格以及董事會的監督

我們已成立審計委員會，以持續監督風險管理政策在本公司內部的實施情況，確保我們的內部監控系統有效識別、管理及減輕與業務運營相關的風險。審計委員會由三名成員組成，即張賽音先生、李家聰先生和洪偉立博士，均為獨立非執行董事。張賽音先生任審計委員會主席。有關審計委員會的成員的專業資格及經驗，請參閱「董事及高級管理層」。

我們亦成立內部審計部，負責檢討內部監控的成效以及向審計委員會及高級管理層報告任何識別出的問題。我們的內部審計部門成員須向管理層報告，以討論我們面臨的任何內部監控問題以及解決此類問題的相應措施。內部審計部向審計委員會報告工作，確保識別出的重要問題及時提交至委員會。審計委員會隨後討論有關問題並向董事會報告(如必要)。

持續監督風險管理政策的實施情況的措施

我們的審計委員會、內部審計部及高級管理層持續共同監控風險管理政策的實施情況，以確保我們的政策及實施屬有效及充分。

兩票制及採用帶量採購方法的國家集中採購

目前，「兩票制」已在向國家層面的公立醫療機構銷售藥品時獲嚴格執行及遵循，但就醫療器械和其他醫療耗材而言，「兩票制」尚未實現全國範圍內的明確實施，該等產品政策應用在中國因省而異。然而，醫療器械和耗材「兩票制」在一些省份沒有實行，而在實行的省份，有的僅適用於銷售至公立醫療機構的高值醫用耗材，而少數省份對銷售至公立醫療機構的醫療耗材實行統一監管。參見「法規」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，「兩票制」的實施未曾影響我們的業務及財務表現，因為(i)就藥品而言，根據我們的內部記錄及就董事所深知，我們並無向直接或間接向公立醫療機構銷售藥品，因此，全國實施「兩票制」並未對業務產生任何影響。考慮到中國現行「兩票制」法規，我們亦無意向直接或間接向公立醫療機構銷售藥品，這可能會限制我們該部分業務的前景和潛力。此外，根據「兩票制」，公立醫療機構須核驗藥品分銷鏈中的開票資料以確保合規，因此，公立醫療機構禁止向我們的分銷商採購藥品。具體而言，根據《印發關於在公立醫療機構藥品採購中推行「兩票制」的實施意見(試行)的通知》，公立醫療機構承擔在藥品儲存和使用前核對發票、貨物及記錄的一致性的義務。核對不僅包括經銷商開具的發票，亦包括製造商開具的發票副本，兩者均需納入公立醫療機構的財務記錄，並作為公立醫療機構的付款憑證。根據弗若斯特沙利文，中國公立醫療機構對發票開具信息進行核對以確保採購藥品的配送流程符合「兩票制」的要求屬行業正常行為。因此，倘一張發票由藥品製造商向我們開具而領一張發票由我們向分銷商開具時，公立醫療機構應無法向我們的分銷商採購藥品；(ii)就醫療器械及其他醫療耗材而言，根據弗若斯特沙利文的資料，中國省級監管機關實施「兩票制」，重點關注公立醫療機構高價值醫療耗材的採購。我們的SKU一般不屬於此類，因此，我們的SKU一般不受省級「兩票制」規管；及(iii)僅有兩個省份，我們於2020年及2021年的銷售三個受省級「兩票制」規管的非高值醫療耗材的SKU。三個SKU在該兩個省份產生的收入約佔我們於2020年及2021年總收入的0.01%。因此，於往績記錄期間，我們藥品的全部銷售、醫療器械的全部銷售及醫療耗材的銷售實施「兩票制」並未影響。我們於2020年及2021年

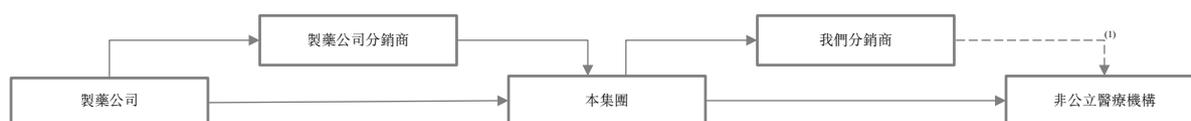
業 務

為該等SKU分銷鏈的獨家分銷商，因此，有關業務嚴格遵守「兩票制」的實施且並受其影響。因此，於往績記錄期間，分銷業務(包括下游銷售及上游採購)並未因實施「兩票制」而受到影響。我們的中國法律顧問天元律師事務所認為，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符合「兩票制」。下圖說明我們的分銷模式並詳細說明往績記錄期間的採購及銷售實踐：

藥品分銷模型

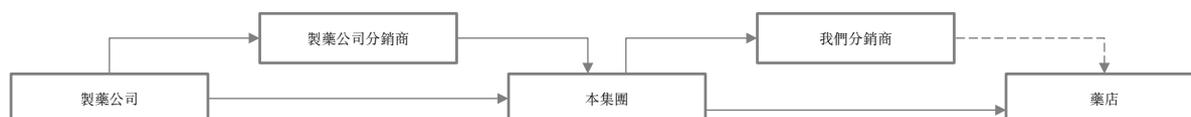
院內解決方案

我們並無且無意向向公立醫院直接或間接銷售藥品；向非公立醫療機構銷售藥品不受「兩票制」規管



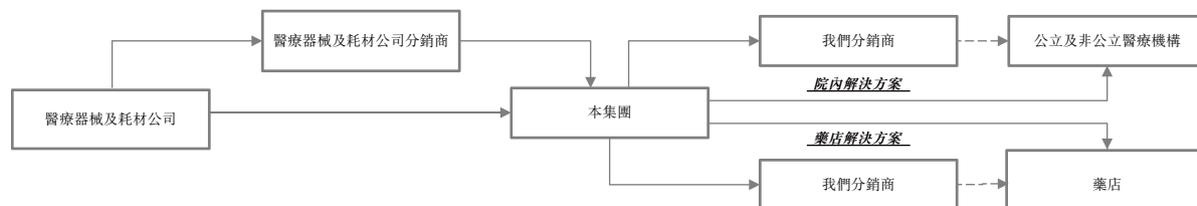
藥店解決方案

向藥店銷售藥品不受「兩票制」規管



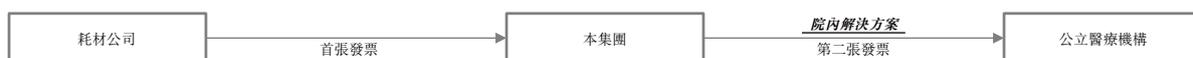
醫療器械及耗材的分銷模型

醫療器械及耗材的銷售不受「兩票制」規管⁽²⁾



醫療器械及耗材銷售不受「兩票制」規管⁽³⁾

我們涉及在兩個省份銷售3個SKU的醫療耗材(約為我們於2020年及2021年總收入的0.01%)受「兩票制」規管



附註：

1. 我們已採取措施確保嚴格遵守「兩票制」並對藥品流通實行嚴格的內部控制程序。我們將繼續密切關注「兩票制」的應用、執行及發展，以緩解我們未來可能發生違規行為的風險。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」。
2. 根據弗若斯特沙利文，中國省級監管機關實施「兩票制」，重點關注公立醫療機構採購高價值醫療耗材。我們的SKU不屬於此類，因此，我們的SKU一般不受省級「兩票制」規管。
3. 僅有兩個省份，我們銷售的少量SKU的非高值醫療耗材受省級「兩票制」規管。三個SKU在該兩個省份產生的收入約佔我們於2020年及2021年總收入的0.01%。我們於往績記錄期間為此兩個省份該等SKU分銷鏈的唯一一方，因此，此類業務嚴格遵守「兩票制」的實施且並未受其影響。

我們已採取措施確保嚴格遵守「兩票制」並將密切關注兩票制的應用、執行及發展，以緩解我們未來可能發生違規行為的風險。我們尤其關注受各省級機關不時頒佈的「兩票制」所限制的醫療器械及醫療耗材的清單。我們就每項SKU定期評估我們的經銷做法

以確保合規。我們亦為管理團隊成員以及銷售及營銷團隊提供定期培訓，以提高彼等對醫療保健和製藥行業最新法律法規的了解。我們要求銷售及營銷團隊根據各省份「兩票制」的最新實施情況，及時調整產品分銷及相關計劃。此外，我們要求我們的經銷商從我們採購產品時遵守適用法律和法規。經銷商如有違規行為，我們有權終止相應的經銷協議，並就相關違約行為造成的損失向經銷商索賠。我們頻繁與客戶溝通，確保相關當事方嚴格遵守「兩票制」。於往績記錄期間，我們並不知悉有任何我們分銷商未遵守「兩票制」的事件。於往績記錄期間，我們並無因任何經銷商違反經銷協議或不合規事件而終止任何經銷商。

截至最後實際可行日期，董事確認我們(i)概無被視為違反或規避任何有關「兩票制」的國家及／或地方法規、規定或政策，(ii)概無「兩票制」受到主管部門的行政罰款或處罰，及(iii)未收到任何主管部門就遵守「兩票制」的警告或通知系統。然而，我們無法保證我們的分銷商完全遵守「兩票制」，因為我們對分銷商的控制權有限，也無法完全限制彼等與次級分銷商或終端客戶的進一步交易。我們的中國法律顧問天元律師事務所認為，我們的經銷商不遵守「兩票制」的任何行為，將不會導致我們作為此類經銷商的供應商對「兩票制」下的任何責任承擔法律責任，因為有關法律法規不對其分銷商不遵守「兩票制」的企業施加任何直接責任。然而，分銷商的任何違規事件仍可能對我們的聲譽造成不利影響，分散管理層對業務營運的注意力，並進一步對我們的業務及經營業績造成不利影響。

面向公立醫療機構的藥品及高價值醫療耗材的銷售實施了採用帶量採購的全國集中採購程序。因此，於往績記錄期間，採用帶量採購的全國集中採購程序並無對我們的業務造成任何影響。

我們認為，基於(i)過去及目前省級機關針對高價值醫療器械及醫療耗材實施「兩票制」及採用帶量採購的全國集中採購程序的重點，及(ii)「兩票制」及採用帶量採購的全國集中採購程序的政策目的為規範高價值醫療器械及耗材，非高價值醫療器械及其他醫療耗材近期不太可能會受「兩票制」限制。

於未來，我們無法向閣下保證未來的法律法規，尤其是兩票制可能擴大覆蓋醫療設施及其他醫療用品的範圍不會使我們的業務不符合規定，也不能保證隨著我們業務的不斷發展和擴大，我們將始終完全遵守適用的有關「兩票制」的法律法規。例如，倘若兩票制在醫療器械和其他醫療用品的銷售中獲廣泛採銷用和實施（包括但不限於若干省級機關規管的醫療器械和耗材清單可能擴大），則這些產品的銷售可能受到影響，進而令我們的收入和盈利能力受損。此外，考慮到目前規範向公立醫療機構銷售藥品的兩票制，我們不打算直接或間接向公立醫療機構銷售藥品，因此，我們的經銷商不能向公立醫療機構銷售從我們採購的藥品。因此，實行「兩票制」可能會導致我們失去商機，限制我們該部分業務的前景和潛力。此外，我們無法保證我們的分銷商將會完全遵守「兩票制」，因為我們對分銷商的控制有限，也無法完全指示彼等與次級分銷商或最終客戶的進一步交易。分銷商的任何違反「兩票制」的行為可能對我們的聲譽造成不利影響，分散管理層對業務營運的注意力，並對我們的業務及經營業績造成不利影響。

詳情請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們面臨「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。」

法律訴訟及違規事項

我們目前並非任何我們認為對我們的業務或財務狀況有重大影響的法律或行政訴訟的一方。在正常的業務過程中，我們可能不時地受到法律訴訟和索賠，包括專利、商業、專業責任、產品責任、僱用、集體訴訟和其他訴訟和索賠，以及政府和其他監管部門的調查及訴訟。此外，第三方可能不時地以信件和其他通信形式向我們提出索賠。我們無法確定地預測任何未來訴訟或行政程序的結果。無論結果如何，訴訟和行政程序都會因為辯護和和解費用、管理資源的分流以及其他因素而對我們產生不利影響。

於2021年2月5日、2021年3月15日及2021年4月16日，我們的應用程序智雲健康的兩個不同版本(OPPO軟件商店上為5.6.5及華為應用市場上為5.7.0)受到工信部或本地行政部門的審查及批評。該應用程序的5.6.5版本因其向用戶請求權限的方式而受到批評；該應用程序的5.7.0版本首次因其收集和使用個人信息的方式以及收集用戶同意和推送目標內容的方式而受到批評。三起事件均已在有關機構規定的時限內通過版本更新得以整改。我們的中國法律顧問認為，此等問題輕微違反了適用法規，並且此等問題均在指定時限內獲整改，並無對我們的業務經營及財務表現產生重大不利影響。

天元律師事務所認為，截至最後實際可行日期，我們的互聯網問診及處方服務以及處方藥銷售在重大方面均符合中國相關法律法規。我們中國法律顧問意見的依據可能僅包括但不限於：(i)根據《互聯網診療管理辦法(試行)》，醫療機構開展的互聯網診療活動應與其線下診療類別一致，符合我們應用程序的慣例；(ii)根據《互聯網診療管理辦法(試行)》規定，初診患者不得開展互聯網診療活動。因此，我們要求患者在獲得需要我們提供處方的問診服務之前上傳其之前開出的處方；(iii)根據《處方管理辦法》規定，互聯網醫院執業醫師在向主管部門完成多點執業備案前，不得擅自開藥。我們要求所有在我們平台上開處方的醫生獲得此類登記；及(iv)根據《處方管理辦法》規定，處方自開藥之日起生效，特殊情況需要延期的，處方醫師必須註明有效期，最長不得超過3天。在我們的平台上發佈的處方包含符合此要求的時間戳。然而，我們無法確保第三方藥店通過我們的平台銷售處方藥是否並將繼續完全符合相關法律和法規或未來可能頒佈的任何新法律和法規。參見「處方藥的銷售受到嚴格的審查，這可能使我們面臨風險和挑戰」。

於往績記錄期間和截至最後實際可行日期，我們沒有也未曾涉及任何導致罰款、執法行動或其他處罰，且可能單獨或累計對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響的重大違規事件。

業 務

執照、許可和批准

獎項

獎項清單			
時間	事件名稱	主辦方和協辦方	獎項
2020年6月17日 ...	2020年胡潤中國瞪羚企業	胡潤研究院	2020年胡潤中國瞪羚企業
2020年6月29日 ...	第四屆萬物生長大會	杭州市人民政府，中國投資發展促進會	2020年杭州「准獨角獸」企業
2020年7月30日 ...	2020年中國(天津)高成長企業發展論壇	天津市科學技術局和長城戰略諮詢公司	長城戰略諮詢2019年中國獨角獸企業
2020年10月10日 ...	天府健談—CHS 2020第五屆中國大健康產業升級峰會	由中國衛生信息與健康醫療大數據學會和四川省衛生健康委指導，中國衛生信息與健康醫療大數據學會、全科醫學與健康管理委員會與億歐大健康聯合主辦	2020中國大健康產業創新獎—最佳健康管理創新企業
2020年10月30日 ...	2020年抗「疫」民營企業最佳僱主	胡潤百富、百富天啟和51Job	2020年抗「疫」民營企業最佳僱主
2020年12月13日 ...	2020年中國健康新勢力發展峰會	由人民網、無錫市人民政府指導，人民健康、無錫市科學技術局和無錫國家高新技術產業開發區共同主辦	2020年中國健康新勢力企業
2020年12月26日 ...	2020中國國際智慧醫院博覽會	由國家衛健委、國家發改委等部門指導，由中國醫院協會、中國醫師協會等機構主辦	2020年《中國智慧醫院十大品牌》創意創新獎

業 務

執照及許可證

於整個往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已從相關部門獲得對我們在中國的業務屬重要的所有必要執照、批文及許可證。

序號	持有人	執照名稱	屆滿日期	執照說明
1	91健康上海	醫療器械經營許可證	2023年7月26日	許可經營第三類醫療器械
2	91健康上海	第二類醫療器械經營備案	不適用	第二類醫療器械經營備案規定
3	杭州康明信息技術有限公司	增值電信業務經營許可證	2026年6月10日	許可提供互聯網資源協作服務
4	杭州康明信息技術有限公司	互聯網藥品信息服務資格證書	2026年4月20日	許可在互联网上提供藥品信息
5	杭州康晟健康管理諮詢有限公司	醫療器械經營許可證	2025年9月2日	許可經營醫療器械
6	杭州康晟健康管理諮詢有限公司	第二類醫療器械經營備案	不適用	第二類醫療器械經營備案規定
7	杭州康晟健康管理諮詢有限公司	藥品經營許可證	2023年10月24日	許可經營藥品批發
8	杭州康晟健康管理諮詢有限公司	藥品經營質量管理規範認證證書	2023年10月24日	證明遵守藥品經營良好規範
9	杭州康晟健康管理諮詢有限公司	食品經營許可證	2022年5月30日	許可經營食品業務

業 務

序號	持有人	執照名稱	屆滿日期	執照說明
10	智雲虹際(上海)醫療科技有限公司	醫療器械經營許可證	2025年7月15日	許可經營第三類醫療器械
11	智雲虹際(上海)醫療科技有限公司	第二類醫療器械經營備案	不適用	第二類醫療器械經營備案規定
12	銀川智雲互聯網醫院	醫療機構執業許可證	2025年1月6日	許可一般醫療機構執業
13	海南智雲互聯網醫院	醫療機構執業許可證	2025年5月8日	許可一般醫療機構執業
14	海南智雲互聯網醫院有限公司*	互聯網藥品信息服務資格證書	2025年12月27日	許可在互聯網上提供藥品信息
15	海南智雲遠程醫療中心	醫療機構執業許可證	2025年5月8日	許可一般醫療機構執業
16	杭州智雲齊康生物醫藥有限責任公司	藥品經營許可證	2026年3月31日	許可經營藥品批發
17	杭州智雲齊康生物醫藥有限責任公司	醫療器械經營許可證	2026年2月2日	許可經營第三類醫療器械
18	杭州智雲齊康生物醫藥有限責任公司	第二類醫療器械經營備案	不適用	第二類醫療器械經營備案規定
19	江蘇新萬格醫療科技有限公司	醫療器械經營許可證	2025年3月31日	許可經營第三類醫療器械
20	江蘇新萬格醫療科技有限公司	第二類醫療器械經營備案	不適用	第二類醫療器械經營備案規定
21	銀邦保險經紀有限公司	經營保險經紀業務許可證	2023年8月13日	提供保險經紀業務的許可證

業 務

序號	持有人	執照名稱	屆滿日期	執照說明
22	浙江啟聯醫藥有限公司	藥品經營許可證	2024年7月9日	許可經營藥品批發
23	浙江啟聯醫藥有限公司	醫療器械經營許可證	2024年5月9日	許可經營第三類醫療器械
24	浙江啟聯醫藥有限公司	第二類醫療器械經營備案	不適用	第二類醫療器械經營備案規定
25	浙江啟聯醫藥有限公司	食品經營許可證	2025年5月6日	許可經營食品業務
26	浙江啟聯醫藥有限公司	藥品經營質量管理規範認證證書	2024年7月9日	證明遵守藥品經營良好規範
27	銀川智雲互聯網醫院有限公司*	互聯網藥品信息服務許可證	2026年8月2日	許可於互聯網提供藥品信息
28	杭州康明信息技術有限公司	醫療設備網路交易服務第三方平台登記備案	不適用	醫療設備網路交易服務第三方平台登記備案
29	銀川智雲互聯網醫院有限公司	增值電信業務經營許可證	2026年11月30日	增值電信業務經營許可證
30	銀川智雲互聯網醫院有限公司	第二類醫療器械經營備案	不適用	第二類醫療器械經營備案
31	杭州康明信息技術有限公司	醫療器械網路交易第三方平台服務備案憑證	不適用	醫療器械網路交易第三方平台服務備案憑證
32	成都智雲互聯網醫院	醫療機構執業許可證	2031年9月1日	許可一般醫療機構執業

業 務

*附註：互聯網醫院為持有醫療機構執業許可證之實體，允許我們開展在線問診及處方服務。根據適用的中國法律法規，互聯網醫院應依託線下醫療機構支持而設立。有關詳情，請參閱「監管概覽 — 與在線醫療服務有關的法規 — 互聯網醫療服務」。我們的互聯網醫院分別依託於三家線下醫療機構，即寧夏祥安醫院、海南智雲遠程醫療中心及成都市溫江區人民醫院。其中，海南智雲遠程醫療中心為自有線下醫療機構。另外兩家線下醫療機構為獨立第三方。此外，我們於過往層收購一家線下醫療機構，層提供有限的線下診斷服務，後被我們剝離。我們成立線下醫療機構，即海南智雲遠程醫療中心，以滿足設立相應互聯網醫院(即海南智雲互聯網醫院)作為配套線下醫療機構的許可要求。海南智雲遠程醫療中心於往績記錄期間並無向患者提供任何服務，根據弗若斯特沙利文，對於該類由互聯網醫院運營商建立的配套線下醫療機構而言屬行業慣例。憑藉由三個互聯網醫院持有的三個醫療機構執業許可證，我們透過智雲健康及智雲問診等在線應用程序，為中國各地患者提供綜合在線醫療服務。截至最後實際可行日期，平臺註冊醫生為94,000名。有8名醫生為我們全職工作，並在我們的線下醫療機構註冊為其主要執業場所。此外，有超過14,800名醫生為我們兼職工作。彼等辦理互聯網醫院多點執業，從而可於平台上開具處方。截至同一日期，其餘註冊醫生尚未辦理多點執業及未進行診斷或開具任何處方。該等醫生可充當輔助醫生，提供在線預問診及預診斷服務，例如在線分診、審查及交叉檢查已開具處方，組成我們的風險控制程序。截至最後實際可行日期，我們已向合共1,738名輔助醫生就彼等提供的平台服務支付費用。根據適用的法律法規，當兼職醫生將醫療機構註冊為主要執業場所並向主管醫療機構就我們的互聯網醫院辦理多點執業後，可在我們的互聯網醫院提供診斷、治療及開藥。此外，根據適用的法律法規，倘兼職醫生並無診斷及治療或開具處方，該等醫生可以在我們的線上平台提供醫療問診服務而毋須進辦理多點執業。由於中國法律法規要求我們線上醫療機構的醫生須辦理多點執業，因此預期不會對其執業活動及執照造成任何問題。我們的中國法律顧問天元律師事務所認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的互聯網問診和處方開具服務在所有重大方面均符合適用法律法規。我們的在線問診和處方開具服務專注於慢病管理，這需要長期的治療、重新填寫處方和慢病管理。根據國家衛健委及國家醫療保障局於2021年發佈的《長期處方管理標準(試行)》，長期處方的處方量應不超過4週，對於病情穩定的慢病患者，處方量可以不超過12週。因此，每位有長期處方需求的慢病患者每年至少需要獲得4次處方。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。詳情請參閱「 — 我們面向個人用戶的個人慢病管理解決方案」。於往績記錄期間及截至2021年12月31日，這些線下醫療機構只有一家提供線下診斷服務並自其產生收入，與我們的收入相比微不足道。互聯網醫院是基礎設施的一環，遵照中國適用法律法規支持運營中的線上應用，例如智雲醫匯及智雲問診。於往績記錄期間，我們通過我們的線上應用程序提供在線問診和處方開具服務，於運營我們的線上應用的公司確認相應的收入、成本和費用，並沒有在互聯網醫院機構之間分配收入、成本和費用。截至本文件日期，我們出於業務原因已經剝離了一家產生收入的線下醫療機構，這是我們努力精簡業務營運關注線上醫療服務的一部分。考慮到(i)我們有能力繼續使用其他三個牌照開展在線醫療服務，以及(ii)被剝離實體在往績記錄期間產生的收入微不足道，我們相信，將該機構剝離不會對我們的業務經營和財務表現造成重大影響。於往績記錄期間，被剝離醫療機構線下診斷服務的收入、成本及開支均分配至該被剝離公司。