

業 務

概 覽

我們主要提供健康洞察解決方案，以解決醫療產品製造商客戶的銷售及營銷需求。該等解決方案主要基於我們的零售數據，而零售數據佔我們健康大數據的大部分。我們在醫療產品及渠道分部處於領先地位。健康洞察解決方案指基於醫療大數據及相關技術的產品或服務產品，可支持業內各組織的信息化及數字化需求。我們的合作藥店為我們的重要業務合作夥伴，彼等主要為我們提供零售數據，而該等數據構成我們數據庫的關鍵組成部分。我們主要透過報告、發佈、活動及事件等形式的線下渠道提供解決方案。根據艾瑞諮詢報告，按(i)於2021年的收入；及(ii)於2020年所服務的頂級醫療產品製造商(基於Torreya及藥智網編製的2020年頂級醫療產品製造商名單)數目及企業級客戶數目計，我們就中國健康洞察解決方案醫療產品及渠道分部而言排名第一。

根據艾瑞諮詢報告，中國健康洞察解決方案的總市場規模於2021年達到人民幣249億元(其中就收入而言，我們排名第五)，預計於2026年將增至人民幣1,303億元，複合年增長率為39.2%。按應用場景劃分，中國健康洞察解決方案市場可分為三個分部：(i)醫療產品及渠道；(ii)醫療服務；及(iii)政府監管。我們於醫療產品及渠道洞察解決方案分部經營業務。根據艾瑞諮詢報告，醫療產品及渠道分部的規模為人民幣82億元，按於2021年收入計，佔健康洞察解決方案總額約32.9%，並預計增加至人民幣611億元，按於2026年收入計，佔健康洞察解決方案總額約46.9%，複合年增長率為49.4%。根據艾瑞諮詢報告，中國醫療產品及渠道分部及健康洞察解決方案市場相對分散，而按2021年的收入計，我們分別約佔市場份額的3.9%(當中約有800至1,000名市場參與者)及1.3%(當中超過2,500名市場參與者)。雖然我們是醫療產品及渠道健康洞察解決方案的領導者，但只要出現任何機會，我們就會積極拓展醫療服務健康大數據解決方案的市場。

我們的綜合健康洞察解決方案向多元化健康產業參與者群(尤其是專注於醫療產品製造商)提供：

- (i) **數據洞察解決方案**—以定制的數據洞察報告幫助客戶作出業務決策及數據驅動營銷解決方案的形式量身定制，用於向零售藥店及消費者推廣產品的業務增長或投資解決方案，主要針對醫療產品製造商；
- (ii) **數據驅動發佈及活動**—我們及客戶基於我們的數據洞察以報告、演講及演示的形式定制發佈，以及我們在業務參與者(包括我們的客戶及參與我們活動的非客戶)之間協調的精確連接，以協助行業參與者了解市場趨勢以及令彼等可獲得業務推廣及網絡機會，並且目標客戶為廣泛的醫療保健行業參與者(例如醫療產品製造商、零售藥店及投資機構)；及

業 務

- (iii) **SaaS**—用戶友好軟件，當中嵌入若干功能，例如對醫療產品、消費者畫像、零售市場及行業、商店及零售管理工具、健康及疾病管理工具以及臨床管理工具的數據洞察，以令我們的客戶快速將彼等的業務營運數字化，且主要目標客戶為醫療產品製造商、零售藥店、體檢機構及醫療服務機構。

通過行業知識和持續的產品發展相結合，我們為健康產業參與者開發了全面的健康洞察解決方案(包括多應用場景下的定制(數據洞察解決方案及數據驅動發佈及活動)及標準化(SaaS)解決方案及產品)。我們的解決方案及產品幫助我們的客戶提高運營和管理的效率，包括其產品銷售、市場營銷、客戶管理、供應鏈管理、研發、產品策略、戰略決策及企業投資。

我們已與大量健康產業中的著名企業級客戶建立長期合作關係。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們分別有630名、702名及918名企業級客戶。根據艾瑞諮詢報告，於2021年我們有63名頂級醫療產品製造商客戶，其中69.8%於截至2019年、2020年及2021年12月31日止三個年度各年與我們進行交易。

我們的業務模式由核心支柱支持，即：(i) **Sinohealth Engine** (透過一組通用應用模塊及技術支持我們所有的業務分部及提高我們的產品開發效率及一致性及包含數據倉庫的技術及數據平台)；(ii) 健康產業參與者網絡(包括我們組織及管理，為參與者提供業務及連接機會，推廣我們的產品組合並了解對新產品開發的業務需求的多個產生收入的大型活動及媒體渠道)；及(iii) 大數據和人工智能實驗室(透過內部研究工作及與外部各方合作支持我們專注於數據及人工智能技術的技術及向**Sinohealth Engine**提供完善的技術的研發團隊)。請參閱本節「我們的業務模式」。

於往績記錄期間，我們的業務持續穩定增長。我們的收入由截至2019年12月31日止年度約人民幣177.8百萬元增加約13.7%至截至2020年12月31日止年度約人民幣202.1百萬元，並增加約60.4%至截至2021年12月31日止年度約人民幣324.2百萬元。我們於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度的年內溢利分別約為人民幣54.4百萬元、人民幣65.3百萬元及人民幣72.0百萬元。同期，我們的淨利率分別約為30.6%、32.3%及22.2%。截至2021年12月31日止年度，我們的淨利率降至22.2%，主要由於2021年產生[編纂]、於數據洞察解決方案中推出具有較低利潤的若干解決方案，及重組導致實際稅率提高所致。更多詳情，請參閱本文件「財務資料」。於截至2021年12月31日止年度，我們的經調整淨利率(為非香港財務報告準則計量)為28.6%。詳情請參閱本文件「財務資料—非香港財務報告準則計量」。

業 務

健康洞察解決方案產業

健康洞察解決方案支持健康產業各組織、機構及企業的信息化及數字化需求。其為醫療機構、醫療產品製造商、醫療管理者、醫療監管機構、保險機構、患者及健康產業鏈中的其他參與者提供更好的服務。可以取得的切實成果包括降低臨床研發成本、提高醫院診療服務質量及提高機構管理與運營效率。該市場可分為三個分部，即：(i) 醫療產品及渠道，主要涉及基於醫療產品大數據、購買習慣及醫療產品流通的數據洞察解決方案、醫療產品現實數據及醫藥SaaS服務等解決方案；(ii) 醫療服務，主要涉及智慧醫療服務、電子病歷及醫學影像；及(iii) 政府監管，主要涉及決策支持和區域流行病學研究服務。目前，按市場規模計，醫療服務分部規模最大，醫療產品及渠道分部增長潛力最大。健康洞察解決方案產業的參與者一般提供滿足客戶的銷售及營銷或研發需求的解決方案。

受醫藥研發壓力及市場轉型壓力等因素的推動，該醫療產品及渠道分部市場增長迅速，根據艾瑞諮詢報告，預計2026年市場規模將達到人民幣611億元。該部分市場的客戶主要是醫療產品製造商、醫藥分銷公司及零售藥店。解決方案對該等公司的吸引力為對用戶購買行為和分銷渠道利用大數據，因為日後可以利用該等數據洞察創造和瞄準需求、促進銷售及作出明智的投資。為獲得競爭優勢，行業參與者須能夠形成和巧妙利用渠道、獲取優質健康大數據及開發和實施數據技術。請參閱本文件「行業概覽」。

我們的業務模式

我們經營的業務模式基於大數據及技術，並為客戶提供側重於解決問題、業務增長以及整個健康產業發展的價值主張。

自2008年起，我們一直專注於數據採集、數據分析應用和資源整合。我們利用大數據及技術，提供全面、綜合的解決方案，以支持醫療產業參與者，尤其是醫療產品及渠道銷售及營銷的健康洞察解決方案。

我們的業務分部及產品組合概覽

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們經營三個業務分部，按往績記錄期間收入貢獻順序計，包括數據洞察解決方案、數據驅動發佈及活動和SaaS。我們的業務模式以客戶為中心，且我們的業務組合使我們能夠在多個場景滿足客戶的需求。

業 務

下表列出了我們在最後實際可行日期各業務分部提供的全面及綜合的產品組合。

業務分部及目標客戶	產品組合	應用場景	為客戶創造的價值	交付	變現
數據洞察解決方案	<ul style="list-style-type: none"> 根據數據洞察按需要定制業務增長及投資解決方案，載有對相關醫療產品及渠道的清晰觀點 	<ul style="list-style-type: none"> 醫療產品製造商的業務運營，例如其生產、銷售和策略 投資決策 	<ul style="list-style-type: none"> 幫助客戶形成決策、營銷策略、解決問題、投資和戰略業務發展的基礎 	<ul style="list-style-type: none"> 一次性及/或定期定制報告，以及(如果需要)對數據分析問題解決建議的報告解讀 	<ul style="list-style-type: none"> 視乎數據洞察的範圍及報告將涵蓋的期間以及數據分析的複雜性及對客戶的價值按情況收取服務費
數據驅動營銷解決方案 (目標客戶為醫療產品製造商)	<ul style="list-style-type: none"> 多渠道營銷解決方案，包括由我們的數據技術支持的定制營銷諮詢與活動協調、媒體內容製作及培訓服務 	<ul style="list-style-type: none"> 客戶產品的精準連接及推廣 醫療產品製造商的零售渠道培訓 	<ul style="list-style-type: none"> 幫助客戶分析最終消費者的需求、偏好及行為，為客戶確定更合適的營銷渠道、制定更有效的營銷方案及創造更多有針對性的媒體內容，以實現客戶實現促銷的最終目標 	<ul style="list-style-type: none"> 營銷建議和活動 媒體內容 定制化培訓 	<ul style="list-style-type: none"> 視乎數據洞察的範圍以及營銷活動的複雜性、時間及開支按情況收取服務費 視乎媒體內容的複雜性按情況收取服務費
數據驅動發佈及活動 (目標客戶為醫療行業參與者 (例如醫療產品製造商、零售藥店及投資機構))	<ul style="list-style-type: none"> 通過報告、演講或展示發佈數據洞察；透過推廣活動及路演協調等精準連接；及舉辦展覽以推廣品牌 	<ul style="list-style-type: none"> 醫療產品製造商、藥房以及其他業務參與者了解行業發展、品牌及產品推廣及網絡機會 	<ul style="list-style-type: none"> 為客戶提供有關健康產業的數據洞察以及與目標業務合作夥伴精準連接、發表意見及想法、展覽、營銷及業務拓展 	<ul style="list-style-type: none"> 客戶與我們的發佈 我們組織的會議、峰會、論壇、展覽、促銷活動、路演 	<ul style="list-style-type: none"> 視乎服務範圍及相關成本按情況收取一次性服務費 視乎展覽攤位的大小、設施及位置按情況收取服務費
					<ul style="list-style-type: none"> 視乎參與者數目以及培訓的頻率及長度按情況收取服務費
					<ul style="list-style-type: none"> 視乎活動的性質收取門票費

業 務

業務分部及目標客戶	產品組合	應用場景	為客戶創造的價值	交付	變現
<p>SaaS</p> <ul style="list-style-type: none"> 智慧決策雲(主要為CHIS、嶺西及藥店通) (目標客戶為醫療產品製造商、醫療研究機構及醫療產品原材料供應商) 	<ul style="list-style-type: none"> 基於雲的專有軟件的授權，以基於藥品信息分析、消費者描繪分析或藥店信息分析產生數據洞察 	<ul style="list-style-type: none"> 藥物相關資料研究及競爭產品分析 就最新藥物零售表現生成的市場資料 藥店門店數目、市場潛力、地理位置及佈局的資料搜索 	<ul style="list-style-type: none"> 支持查找特定藥物或藥物類別的規格信息並評估市場潛力，此幫助客戶制定與藥物研究、開發或分銷有關的決策 支持全面了解藥品市場的銷售業績以及特定藥品類別或品牌的市場表現及消費者特徵，此幫助客戶優化與特定產品類別的零售分銷及開發相關決策 支持了解零售市場格局、規模及潛力，此幫助客戶優化銷售渠道選擇、促銷渠道選擇及營銷效果監控等決策 	<ul style="list-style-type: none"> 對我們基於雲的專有軟件的訪問權限，以及根據特萊需求的其他報告 	<ul style="list-style-type: none"> 根據所需的用戶賬號數量、所購買產品及訪問權限範圍而定的年度訂購費

業 務

業務分部及目標客戶	產品組合	應用場景	為客戶創造的價值	交付	變現
<ul style="list-style-type: none"> 智慧零售雲(主要為SG) (目標客戶為零售藥店) 	<ul style="list-style-type: none"> 基於雲的專有軟件的使用權，以促進門店及零售管理 	<ul style="list-style-type: none"> 會籍管理(例如會籍登記追蹤、會員忠誠度識別及購買行為監察)、門店管理(包括藥店員工管理及店內銷售表現及存貨評估)、獲取數據洞察(涉及市場狀況及機遇)以及藥店員工培訓(可追溯進度及效用) 	<ul style="list-style-type: none"> 支持藥店會員及營銷管理、門店管理及數據洞察及員工培訓，從而提高客戶服務效率、內部管理水平及專業服務 	<ul style="list-style-type: none"> 對我們基於雲的專有軟件的訪問權限 	<ul style="list-style-type: none"> 於住購記錄期間，我們的SG用戶毋須向我們支付安裝和訂購費，我們僅對定制的附加服務收費，例如類別管理及現場培訓
<ul style="list-style-type: none"> 智慧健康管理雲(AI-MDT) (目標客戶為體檢機構及醫療服務機構) 	<ul style="list-style-type: none"> 為身體檢查報告分析及其後健康管理計劃使用API 	<ul style="list-style-type: none"> 參考個別人士的健康指標及生活模式，進行智能疾病篩查及預防、亞健康干預及慢性病管理 	<ul style="list-style-type: none"> 支持我們的客戶(例如體檢機構)根據彼等相關健康指標及生活方式向更多用戶以具成本效益方式提供深入體檢報告分析及其後的健康管理計劃 	<ul style="list-style-type: none"> 定制的醫療報告 	<ul style="list-style-type: none"> 基於使用的API訂購
<ul style="list-style-type: none"> 智慧醫療雲(自2021年起憑藉若干已完成規模產生收入，而整個項目的研發尚未完成) (目標客戶為醫療服務機構及公共衛生機構) 	<ul style="list-style-type: none"> 透過應用程序軟件建設互聯網醫院 	<ul style="list-style-type: none"> 數字化醫療服務諮詢和治療流程，涵蓋在線醫療預約、門診諮詢、住院、診斷、醫療、處方配藥、後續諮詢和醫療產品物流 	<ul style="list-style-type: none"> 旨在支持醫療服務機構建造涵蓋全醫療過程的網上醫院 	<ul style="list-style-type: none"> 應用軟件 	<ul style="list-style-type: none"> 參考已建造服務模塊及所提供的相關技術及服務的項目基準收取服務費

業 務

我們業務分部的主要財務資料

我們在通過產品組合變現方面擁有良好的往績記錄。我們的解決方案及產品受到客戶的高度評價。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們的收入分別達到約人民幣177.8百萬元、人民幣202.1百萬元及人民幣324.2百萬元。

- **數據洞察解決方案。**於往績記錄期間，我們收入的相當大一部分來自我們的數據洞察解決方案。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們來自數據洞察解決方案的收入分別達到約人民幣92.8百萬元、人民幣98.4百萬元及人民幣161.4百萬元，約佔我們總收入的52.2%、48.7%及49.8%。
- **數據驅動發佈及活動。**此外，於往績記錄期間，我們的數據驅動發佈及活動是我們通過產業活動交付的健康洞察解決方案，為我們業務的重要組成部分。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們來自數據驅動發佈及活動的收入分別達到約人民幣80.5百萬元、人民幣96.7百萬元及人民幣134.6百萬元，約佔我們總收入的45.3%、47.8%及41.5%。
- **SaaS。**自2008年起經過多年來已奠定的堅實基礎，我們通過不斷的研發努力，開發了SaaS產品。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們來自SaaS產品的收入分別達到約人民幣4.4百萬元、人民幣7.0百萬元及人民幣28.2百萬元，約佔我們總收入的2.5%、3.5%及8.7%。

業 務

下表載列於往績記錄期間按業務分部劃分的收入、毛利和毛利率的明細。

	截至12月31日止年度								
	2019年			2020年			2021年		
	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率
人民幣千元	人民幣千元	%	人民幣千元	人民幣千元	%	人民幣千元	人民幣千元	%	
數據洞察									
解決方案.....	92,800	60,454	65.1%	98,418	66,294	67.4%	161,367	90,181	55.9%
數據驅動發佈及活動.....	80,506	46,658	58.0%	96,678	63,355	65.5%	134,613	85,426	63.5%
SaaS.....	4,444	(1,016)	(22.9)%	6,977	557	8.0%	28,186	17,032	60.4%
總計.....	<u>177,750</u>	<u>106,096</u>	<u>59.7%</u>	<u>202,073</u>	<u>130,206</u>	<u>64.4%</u>	<u>324,166</u>	<u>192,639</u>	<u>59.4%</u>

下表載列於往績記錄期間，我們各企業級客戶產生的平均收入及按業務分部收入計的各100大企業級客戶產生的平均收入。

	截至12月31日止年度		
	2019年	2020年	2021年
	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
各企業級客戶產生的平均收入			
數據洞察解決方案.....	422	434	628
數據驅動發佈及活動.....	259	295	314
SaaS.....	20	25	65
各100大企業級客戶產生的平均收入			
數據洞察解決方案.....	904	939	1,506
數據驅動發佈及活動.....	728	847	1,082
SaaS.....	40	62	241

截至2021年12月31日止年度，我們錄得就數據洞察解決方案分別自各企業級客戶及前100大企業級客戶的各客戶產生的平均收入大幅增加，主要由於(i)增長及投資決策解決方案項下客戶需求增加，此乃受市場從COVID-19疫情恢復及我們不斷致力發展解決方案及加強數據及技術能力所驅動；及(ii)我們重視數據驅動營銷解決方案項下價值更高的項目。同期，我們SaaS的相關收入亦大幅增加，主要乃由於我們智慧決策雲增長，其中我們與企業級客戶訂立價值更高的合約，且與2020年相比，錄得購買超過一個產品的企業級客戶數目增加。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間按客戶類別劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度		
	2019年 (人民幣千元)	2020年 (人民幣千元)	2021年 (人民幣千元)
按客戶類型劃分的收入			
企業級客戶	177,565	201,874	323,767
醫療產品製造商	165,220	185,404	291,824
其他 ⁽¹⁾	12,345	16,470	31,943
個人客戶	185	199	399
總計	177,750	202,073	324,166

附註：

- (1) 其他包括藥店、體檢機構、投資機構、監管機構及醫療服務機構。

我們核心支柱、解決方案及產品以及客戶之間的相互影響

我們的Sinohealth Engine、健康產業參與者網絡、大數據和人工智能實驗室是我們業務模式的核心支柱：

- **Sinohealth Engine**。其是我們的技術及數據平台，包括(i)我們大數據和人工智能實驗室開發的大量應用模塊及技術及(ii)我們的數據倉庫「天宮一號」，支持我們所有的業務分部。我們擁有三個主要應用模塊，分別支持我們在人工智能、大數據及技術開發方面的能力。我們的開發人員能夠將這些技術快速組合成面向最終用戶的功能或產品，從而提高我們的產品開發效率，並確保我們提供的產品之間的協同性及一致性。請參閱本節「一 我們的技術及大數據」。
- **健康產業參與者網絡**。該等網絡包括我們組織及管理的專注於健康產業的多個產生收入的大型活動及媒體渠道。我們的健康產業參與者網絡不僅為業務參與者提供業務及連接機會，亦協助我們快速及準確地了解其業務需要以進一步開發數據洞察解決方案及SaaS產品。此外，該等平台為數據洞察解決方案及SaaS產品的推廣平台，協助我們以低成本接觸大量潛在客戶及提升我們於健康產業的品牌知名度、客戶忠誠度及聲譽。請參閱本節「一 健康產業參與者網絡」。

業 務

- **大數據和人工智能實驗室。**我們的大數據和人工智能實驗室是我們透過內部研發工作及與外部各方合作進行大數據及人工智能技術研究的研發團隊。其在基礎技術方面為我們提供支持並培育更多的研發項目，並向**Sinohealth Engine**提供完善成熟的技術。實驗室專注於人工智能以及大數據處理及分析的技術研究，並採用針對醫療和健康的特定方法增強我們的核心競爭力。請參閱本節「一 研發」。

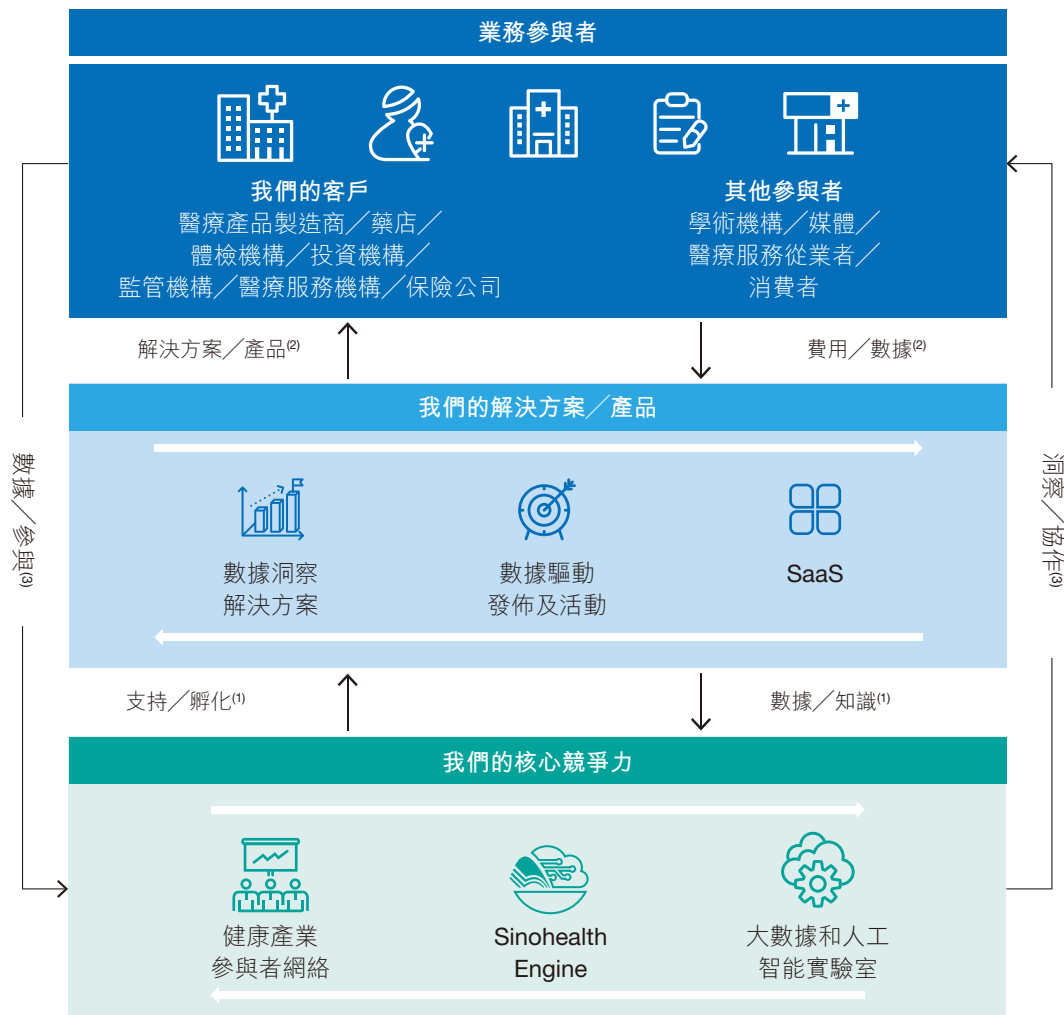
該等核心支柱通過下列方式相互作用：(i)大數據和人工智能實驗室通過其於大數據及人工智能技術的研發為**Sinohealth Engine**提供技術。其研發項目以及與外部專家的合作構成我們健康產業參與者網絡內容發佈及相關參與者的一部分；(ii) **Sinohealth Engine**通過提供可用的技術及數據倉庫支持健康產業參與者網絡的內容開發及發佈；及(iii)健康產業參與者網絡收集我們業務參與者的需求並激發大數據和人工智能實驗室的研究主動性，透過發佈幫助推動成熟的大數據和人工智能實驗室研發項目。

我們不同的業務分部會產生協同效應：(i)我們的數據驅動發佈及活動收集我們其他業務分部的業務需求，同時協助彼等的業務發展；(ii)我們的數據洞察解決方案支持數據驅動發佈及活動的內容要求，並通過將某些慣常行業需要(如軟件產品)標準化來驅動**SaaS**產品的開發；(iii)我們的**SaaS**產品(SIC)為數據洞察解決方案和數據驅動發佈及活動提供數據資料來源，且我們的**SaaS**客戶也成為數據洞察解決方案和數據驅動發佈及活動的參與者。

我們的業務參與者包括(i)我們的客戶，包括醫療產品製造商、藥店、體檢機構、投資機構、監管機構、醫療服務機構及保險公司；及(ii)其他非客戶參與者，包括學術機構、媒體、醫療服務從業者及消費者。網絡效應使我們能夠吸引、接觸、聘請及連接整個行業價值鏈中的各種參與者。

業 務

下圖說明了我們的核心競爭力、我們的解決方案／產品及我們的業務參與者以及它們之間的相互聯繫。



附註：

- (1) 誠如上文所述，我們的核心支柱Sinohealth Engine、健康產業參與者網絡以及大數據和人工智能實驗室是我們的核心競爭力，並為我們解決方案和產品的開發、推廣及交付提供支持。我們通過交付解決方案和產品，尤其是我們的數據驅動發佈及活動，與他們進行互動，從而了解我們客戶的業務需求。自使用我們SIC的零售藥店收集零售、門店管理和去標識化的消費者數據，並存儲於Sinohealth Engine。
- (2) 我們主要向包括醫療產品製造商、藥店、體檢機構、投資機構、監管機構、醫療服務機構及保險公司在內的客戶提供解決方案及產品，並收取費用作為回報。零售、門店管理和去標識化消費者數據自使用我們SIC的零售藥店收集，並最終存儲於Sinohealth Engine中。參與者的背景資料乃透過我們的數據驅動發佈及活動收集於我們的Healthcare Link。尤其是，我們已開始於2021年向醫療服務機構提供我們的智慧醫療雲產品以換取費用。
- (3) 我們透過我們的健康產業參與者網絡向包括消費者、醫療服務從業者、學術機構和媒體在內的參與者發佈我們的數據洞察及媒體內容，該等參與者未必是我們的客戶，為媒體渠道的關注者或我們邀請參加活動的人士。此外，我們於推廣我們的產業活動時亦與其他媒體機構合作。我們的大數據和人工智能實驗室亦與學術機構合作，以加強我們的數據及人工智能技術。零售數據自與我們訂立CMH合作協議的合作藥店收集。參與者的資料乃透過參與我們的健康產業參與者網絡由我們的Healthcare Link收集。

業 務

我們的優勢

我們相信，以下主要競爭優勢有助於我們的業務增長並使我們從競爭對手中脫穎而出：

我們為中國最大的醫療產品及渠道健康洞察解決方案供應商。

作為其中一名先驅，我們於**2008**年透過開展數據收集及數據分析舉措進軍健康洞察解決方案行業。由於我們的業務取得增長，我們的數據洞察在健康產業中已獲得廣泛接受且大受歡迎。根據艾瑞諮詢報告，按於**2021**年醫療產品及渠道健康洞察解決方案產生的收入計，我們在中國排名第一。根據艾瑞諮詢報告，按於**2021**年的收入計，醫療產品及渠道健康洞察解決方案約佔整個健康洞察解決方案市場的**32.9%**，預期於**2026**年將升至**46.9%**。

我們亦已受多個政府部門委聘從事構成其決策基礎之一部分的研究項目，此乃對本集團實力及領先地位的認可。該等項目包括(其中包括)：

- 於**2020**年為國家級健康機構進行關於國家藥品集中採購對零售藥店的影響之研究；
- 於**2017**年及**2019**年為國家級健康機構進行關於中國城市人口健康的白皮書課題；
- 於**2019**年為國家級健康機構進行關於通過零售藥店節省醫保基金及規範化管理政策之研究；
- 於**2016**年至**2019**年為一個區政府機關進行的健康產業第**13**個五年發展計劃，有關計劃根據地區的具體情況定制；
- 於**2015**年為一個國家級政府機關進行專注於藥物零售產業內藥品流通的第**13**個五年發展計劃；及
- 於**2014**年至**2015**年為一個國家級委員會進行的名優中藥界定及定價機制研究。

與傳統洞察解決方案供應商不同，我們亦已投資於軟件產品的研發，以捕捉健康產業的數字化轉型。根據我們的行業及數據洞察，我們已透過持續的產品升級及技術發展開發多項SaaS產品。截至**2019**年、**2020**年及**2021**年**12**月**31**日止年度，我們的SaaS產品分別有**226**名、**283**名及**435**名企業級客戶。根據艾瑞諮詢報告，於**2020**年**12**月**31**日，合作藥店的GMV約為人民幣**461**億元，於**2020**年佔中國總零售藥店GMV約**10.5%**。

業 務

我們已建立自身的產品進行商業化及價值變現模式。基於我們高效、成熟及證實可行的業務模式，我們已實現強勁的盈利能力。我們於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度的淨溢利分別約為人民幣54.4百萬元、人民幣65.3百萬元及人民幣72.0百萬元。於截至2021年12月31日止年度，我們的經調整淨溢利(為非香港財務報告準則計量)為人民幣92.6百萬元。請參閱本文件「財務資料—非香港財務報告準則計量」。於同期，我們的淨利率分別約為30.6%、32.3%及22.2%。截至2021年12月31日止年度，我們的淨利率減至22.2%，主要乃由於2021年產生[編纂]、數據洞察解決方案推出具較低利潤的若干解決方案，及重組導致實際稅率提高所致。更多詳情請參閱本文件「財務資料」。於截至2021年12月31日止年度，我們的經調整淨利率(為非香港財務報告準則計量)為28.6%。請參閱本文件「財務資料—非香港財務報告準則計量」。

憑藉我們的先發及市場領先優勢、大量的經驗、強勁的盈利能力、聲望、市場知名度及廣大的客戶群，我們相信，我們已準備就緒以進一步有效地提高我們於業內的市場份額，並且進一步使我們自身與競爭對手區別開來。

鑒於健康洞察解決方案行業具有較高的準入壁壘，作為先行者，我們具有競爭力，且憑藉強大的變現能力及專注於與健康產業獨特性相一致的垂直整合方案，我們受惠於強大的變現能力。

根據艾瑞諮詢報告，健康洞察解決方案行業已建立高進入壁壘，使新進入者難以在不投入大量資源或擁有清晰盈利模式的情況下取得成功。行業門檻很高，部分原因是健康產業及其相關數據收集和分析的壁壘很高，因為(i)健康產業既具有公共利益又具有商業性質；(ii)健康產業受到嚴格監管；及(iii)醫療接受者、醫療服務提供者和支付者分開。因此，在中國健康洞察解決方案行業中保持競爭力需要時間積累，完整的產業鏈產品和先發優勢被認為是進入壁壘之一。請參閱本文件「行業概覽」。

我們自2008年起一直深耕健康洞察行業，因此具有競爭力，並享有先發優勢。於2012年，我們開始研發商業大數據技術，並建立醫療數據庫和數據標準化系統。憑藉我們在健康洞察解決方案行業的專業知識以及對行業趨勢的洞察力，我們設計以我們的經驗及技術為基準，進行升級和優化的解決方案及產品。

我們認為，多年來我們已建立強大的品牌知名度，並提高我們的行業聲譽。我們努力成為客戶值得信賴的業務合作夥伴。我們幫助客戶識別市場機會，了解競爭格局，制定正確的市場決策並在複雜且不斷變化的市場環境中制定業務策略，實現可持續增長並擴大其產品的市場份額。我們認為，客戶群對於我們進一步將業務變現並實現更高的盈利能力至關重要。

業 務

我們為健康產業參與者提供數據洞察解決方案、數據驅動發佈及活動和各種垂直整合的SaaS產品。我們的數據洞察解決方案涵蓋健康產業應用場景的主要方面，包括產品銷售、市場推廣、客戶管理、供應鏈管理、研發、產品戰略、企業戰略和投資。我們的解決方案為中國的醫療產品製造商提供關鍵知識和有效工具，以使其提高效率。我們數據洞察解決方案產生的收入由截至2019年12月31日止年度的人民幣92.8百萬元增加約6.1%至截至2020年12月31日止年度的人民幣98.4百萬元並進一步增加約64.0%至截至2021年12月31日止年度的人民幣161.4百萬元，原因為我們獲得客戶的更多認可。

我們的SaaS產品經過專門設計，可為健康產業參與者在各種應用場景中提供卓越而可靠的客戶體驗。通過標準但有效的工具，我們的SaaS產品主要(i)使醫療產品製造商及藥店能夠快速了解零售市場趨勢、消費者洞察、零售規劃及渠道管理，並使其能夠有效地進行類別管理、會員管理、員工培訓；及(ii)使體檢機構能夠為更多用戶進行健康管理，從而提高其效率和績效。我們SaaS產品產生的收入由截至2019年12月31日止年度約人民幣4.4百萬元增加約57.0%至截至2020年12月31日止年度約人民幣7.0百萬元，並進一步增加約304.0%至截至2021年12月31日止年度的人民幣28.2百萬元。

我們認為，我們的數據洞察解決方案和SaaS產品為我們提供了巨大的增長潛力和競爭優勢。通過以醫療產品製造商為目標的全面數據洞察解決方案，我們已成功發展及加強與中國醫療產品製造商的關係以及市場地位。通過針對醫療產品製造商、藥店、醫療服務機構和其他健康產業參與者的各種SaaS產品，我們能夠從更多元化客戶基礎透過SaaS組合實現變現渠道的多元化。隨著我們的成長，我們投資於更優化的產品，以滿足客戶的需求並加強其與我們的關係。

我們強大的健康產業參與者網絡使我們產生收入，透過精準連接及營銷增加客戶的業務機會，了解客戶需求，並提高我們的銷售和營銷效率。

我們廣受認可的產業活動(例如我們已舉辦逾13年的產業前景活動、商品交易活動及零售銷售活動)，連同我們多個媒體渠道精準連接廣泛行業參與者，例如藥店、醫療產品製造商、投資機構、專家及媒體。詳情請參閱本節「一健康產業參與者網絡」。

我們的產業活動乃我們交付數據驅動發佈及活動並產生收入的渠道。我們為我們的客戶發佈提供定制的內容編製及審查，以便在活動期間向其潛在業務合作夥伴及投資者提供宣傳其品牌及產品。這些內容主要是根據我們的數據洞察以量身定制的報告、演講及演示幻燈片的形式編製，其中包含對客戶品牌價值及商業潛力的分析。我們亦

業 務

發佈並向我們的活動參與者提供我們根據每個活動主題量身定制的數據洞察報告。這些內容及我們的報告乃我們活動的核心價值及重要的洞察，吸引多元化的與會者積極地參與我們的活動逾十年。於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們的數據驅動發佈及活動產生的收入分別為約人民幣80.5百萬元、人民幣96.7百萬元及人民幣134.6百萬元。

此外，透過我們的產業活動，我們定期向該等行業參與者提供寶貴機會，以(i)與健康產業的專家、業務合作夥伴、同業及客戶面對面互動；(ii)發佈對行業和企業戰略的看法和想法；及(iii)進行展覽、營銷及業務拓展。憑藉我們的Healthcare Link(用於追蹤參與者的活動)，我們透過提供精準連接及營銷以及提倡參與者之間的業務合作創建關係連接。此外，我們各個媒體渠道擁有其自身的獨特市場定位及關注者，並可個別及共同滿足客戶不同目的，包括營銷及培訓。

通過我們的健康產業參與者網絡，我們能夠更快、更準確地追蹤健康產業參與者的需求，促進解決方案及產品成功取得發展。同時，我們的健康產業參與者網絡使我們能夠開發關鍵客戶，為其制定業務建議並提升我們的能力和產品。因此，本集團在有效爭取新客戶以及增強其品牌知名度及認可方面可維持較低的營銷開支。於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，本集團的銷售及分銷開支約為人民幣10.7百萬元、人民幣14.8百萬元及人民幣24.8百萬元，分別僅約佔本集團同期總收入之6.0%、7.3%及7.6%。截至2020年及2021年12月31日止年度，我們的銷售及分銷開支增加，主要乃由於為推廣我們的SaaS產品而擴大我們銷售及營銷團隊。請參閱本文件「財務資料」一節。

根據艾瑞諮詢報告，我們通過產業活動提供的數據驅動發佈及活動在以下方面不同於其他活動組織者組織的傳統醫學會議：(i)傳統醫學會議側重於針對醫生的醫學知識傳播，而我們的活動則通過推廣我們自己的解決方案和產品，並根據我們的數據洞察和技術幫助我們的客戶(主要是醫療產品製造商、藥店及投資者)提升其品牌價值和產品以及與其他行業參與者的精準連接；(ii)我們主導主辦及決定我們活動的主題和內容，而非傳統的醫學會議組織者，即僅扮演執行角色，通常由醫學協會等主辦方選擇主題；(iii)傳統醫學會議通常與醫療大數據無關，而我們的數據技術和分析在我們的活動中為我們和我們的客戶準備和交付發佈方面發揮著關鍵作用，而活動本身則是我們可交付成果的平台；及(iv)活動組織者通常會根據舉辦會議的相關費用的一定比例收取服務費，但我們的客戶向我們支付一次性合約費，其中涵蓋了我們選擇的服務項目，包括贊助、展覽、促銷活動及路演以及所請求服務的相關費用。

業 務

我們已經建立廣泛、有聲望和忠實的客戶群。

我們認為，當今的健康產業的特點是存在不同規模的醫療產品製造商，所有該等公司都是為了精簡業務流程和提高效率以有效競爭。我們認為，這對我們的解決方案和產品創造出巨大需求。我們對健康產業的理解以及對最新行業趨勢和發展的洞察使我們能夠提供全方位的健康洞察解決方案，以支持客戶的長期增長，並有助於我們從競爭對手中脫穎而出。

截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們分別有630名、702名及918名企業級客戶。我們的客戶主要涵蓋健康產業的主要參與者，主要包括醫療產品製造商、藥店、監管機構、投資機構及醫療服務機構。根據艾瑞諮詢報告，於2020年，我們有57名頂級醫療產品製造商客戶，且按所覆蓋頂級醫療產品製造商數目計，我們在中國醫療產品及渠道洞察解決方案供應商中排名第一。根據艾瑞諮詢報告，於2021年，我們涵蓋的頂級醫療產品製造商數目增至63名。截至2020年及2021年12月31日止年度，我們的企業級客戶中有304名及426名是回頭客。同期，我們來自該等回頭客的收入分別約為人民幣165.7百萬元及人民幣262.0百萬元，分別約佔我們總收入的82.0%及80.8%。

我們重視客戶反饋，這將推動我們改善客戶服務。我們及時有效地滿足各種售後客戶要求，以提高整體客戶滿意度。我們龐大且不斷增長的客戶群為我們提供了對最佳行業實踐的寶貴見解，使我們能夠更好地了解客戶需求並相應地改進我們的解決方案和產品。

我們廣泛的網絡以及大數據為我們的解決方案和產品提供有力支持。

我們擁有以與健康產業獨特特徵一致的方式安排的綜合數據庫，包括我們自行開發的主數據庫、零售市場數據庫及零售洞察數據庫。在超過十年的深耕中，該等數據庫構成我們所有分析和解決方案的骨幹。

我們的主數據庫由我們開發，可以作為索引，描述健康產業各種信息的核心屬性。我們的主數據主要從官方發佈的信息中收集。我們的主數據庫是我們重要的健康目錄，以及我們的解決方案及產品(包括藥店通)的基礎。請參閱本節「我們的技術及大數據—大數據」。

我們的零售市場數據庫乃通過與合作藥店的數據合作建立。我們的合作藥店由2019年12月31日的496家增加至2020年12月31日的759家，並進一步增加至2021年12月31日的1,072家，而所覆蓋的零售藥店由2019年12月31日的25,157家增加至2020年12月31日的37,703家，並進一步增加至2021年12月31日的52,882家。零售藥店是我們重要的業務合作夥伴。根據國家藥品監督管理局的統計，到2020年底，中國共有約

業 務

554,000家藥店，其中55.7%為連鎖藥店企業。為了建立及發展一個在行業中具有代表性的數據庫，需要與各級藥店進行合作。我們已經與合作藥店建立並保持緊密的關係。

在我們的零售市場數據庫的基礎上，我們通過擴大及模擬的建模來建立我們的零售洞察數據倉庫，涵蓋各種零售數據，例如藥品、健康產品、醫療設備和中藥。我們在數據倉庫對數據進行處理，與主數據庫進行交叉核對，並貼上各種標準化標籤，以滿足我們的分析需求，其中包括產品名稱、製造商、規格、包裝數量、藥品屬性、適用人群、劑型、用藥途徑及醫療保險目錄。

我們零售洞察數據庫的粒度能夠進行完整的零售指數分析，例如銷售規模、市場份額、銷售增長及分銷渠道。因此，於最後實際可行日期，我們能夠提供有關22個省份、直轄市及自治區(統稱「省份」)和101個城市的個別市場的數據洞察。與此同時，我們近期已開發DTP藥房市場洞察和電子商務市場洞察產品，以響應加快新藥推出和電子商務發展的趨勢。

除了我們數據資源外，我們擁有成熟的分析模型、營銷理論和行業實踐經驗，為客戶應用場景及公司不同級別的決策者和管理人員提供量身定制的可靠和標準化的數據洞察、專業研究及量身定制的解決方案，以應對不同的應用場景以及業務需求，例如有關戰略、市場營銷及銷售的決策。我們的數據和數據分析模型可以提供更深入、更準確的洞察、知識和解決方案。

Sinohealth Engine能夠有效且成功地孵化數據洞察解決方案和SaaS產品。

我們的產品和技術發展是我們的核心競爭力。自2008年起，由於其複雜的性質，我們已確定有關健康產業的研發、市場營銷和運營的巨大市場潛力。自那時起，我們已專注於產品和技術開發，推動中國健康產業數字化轉型。我們的SaaS產品基於先進的數據技術、AI技術和雲計算，並支持健康產業參與者複雜且數據密集型的運營和管理流程。

通過不斷的升級和優化，我們針對健康產業的數據洞察解決方案整合了常見行業慣例。我們的數據洞察解決方案可以有效地與客戶自身的數據庫和內部決策系統集成，有助於提升客戶體驗並增加我們的商機。

我們繼續使SaaS產品多樣化，以覆蓋健康產業參與者的主要應用場景。Sinohealth Engine使我們能夠將應用模塊集成到完整的SaaS產品中，並將其快速應用於應用場景。

業 務

於最後實際可行日期，我們就數據洞察解決方案和SaaS產品擁有62項註冊軟件版權及四項專利。我們的產品和技術創新的成功已獲得各種獎項和榮譽。例如，我們的中康健數已進行能力成熟度模式整合開發模式(階段式)2.0版本的CMMI成熟度三級評估，其有效期直至2024年2月5日。這表明我們的軟件中心已制定標準內部程序及設立綜合系統，積極改善我們的軟件開發及維護。

富有遠見的管理層及具備IT與健康專業知識的人才庫使得能夠在高度專業的行業中取得成功。

我們由經驗豐富的管理團隊所帶領，具有推動創新、增長及盈利能力的良好實證往績，專注於利用大數據分析及技術實力為健康產業參與者開發解決方案。我們的創辦人、首席執行官兼主席吳先生擁有逾20年從事健康及科技產業的經驗。彼帶來了之前於國家藥品監督管理局南方醫藥經濟研究所(「南方所」)出任信息中心總經理的豐富經驗。彼亦曾擔任南方所主辦的《醫藥經濟報》的運營公司的總經理。其企業精神及遠見成就引致本集團於2007年創立。於2008年吳先生迎來我們的首席營運官兼執行董事王女士加盟。彼於健康產業擁有逾20年經驗，之前曾出任《醫藥經濟報》的運營公司的副總經理。我們的首席數據官及本集團的副總裁蘇才華先生於2008年加入我們，主要負責我們的數據洞察解決方案業務。於1999年9月彼於中國浙江大學取得預防醫學學士學位。我們的首席技術官唐先生於2017年加入我們，主要負責我們人工智能技術及大數據的研發。唐先生於2010年6月取得廣西醫科大學的預防醫學學士學位，以及於2012年6月取得中國中山大學的公共衛生碩士學位。彼現時於中國科學院大學攻讀計算機應用技術博士學位。

我們的高級管理團隊與我們的數據科技專家緊密合作，並且能夠提供寶貴洞察，指導我們的程序及流程以提升其準確性、精準性、關聯性及有效性。我們的團隊共同了解我們的健康產業參與者所需，並能夠認知及預料其需求趨向，讓我們可持續開發及交付規模日益龐大的解決方案。

我們致力於吸引及留住業內的領軍人才，彼等因我們在健康大數據解決方案產業中擁有穩固地位、具備明確堅定的宗旨與價值主張、設有僱員激勵計劃而加入我們。我們可提供較高的工作滿意度，以穩定的團隊架構激勵僱員。於最後實際可行日期，我們28名僱員擁有醫學專業知識，平均工作經驗超過七年；54名僱員擁有醫藥專業知識，平均工作經驗超過六年；111名僱員擁有計算機科學專業知識，平均工作經驗超過

業 務

六年。顯然，我們所吸引及留住的複合型人才(包括唐先生)具備多學科的知識、專長及經驗。我們認為，我們的僱員是我們業務成功的關鍵，並可確保我們可持續發展。

我們的策略

我們擬維持並繼續穩固我們作為中國健康數據技術先驅的地位。有關我們的未來計劃及[編纂]，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」。為了實現此目標，我們計劃採用以下業務策略：

繼續在健康產業投資並擴展我們的SaaS產品

我們將繼續增強SaaS產品的功能和表現。隨著雲技術的發展，健康產業參與者對技術驅動的SaaS產品的需求已從決策支持擴展到更廣泛的特定業務場景。為了滿足我們客戶對特定解決方案不斷增長的需求，我們計劃增加對技術創新和產品開發的投資，推出更多可變現的SaaS產品和功能，並為客戶提供一站式服務。

根據艾瑞諮詢報告，SaaS交付及非SaaS交付為健康洞察解決方案市場的兩種交付模式，預計2021年至2026年SaaS交付的市場規模將以約61.4%的複合年增長率增長。SaaS交付模式有望隨著技術的進步而普及，且其交付、運作及維護方面的優勢將使其在健康產業具有廣闊的應用前景。我們認識到，構成我們核心客戶群的醫療產品製造商正在積極考慮更頻繁地採用SaaS產品解決其營銷及運營問題，特別是由於SaaS產品通常使用及操作靈活方便，能夠及時更新數據且相對具有成本效益。根據艾瑞諮詢報告，SaaS交付方式將在中國醫療產品及渠道洞察解決方案中發揮越來越重要的作用，此由其估計將由2021年使用SaaS交付方式的中國醫療產品及渠道洞察解決方案的14%升至2026年約22.0%所證明。

我們計劃通過加大對SaaS業務分部的品牌和營銷的投資來吸引新客戶。特別是，我們計劃通過交叉銷售來在我們現有的客戶中增加SaaS產品滲透。我們認為，這不僅將以具成本效益的方式推動SaaS產品的增長，亦將有助於加強我們與該等客戶的關係，並提高彼等的參與度和留存率。

除了研發新的SaaS產品外，我們亦計劃大力投資我們的現有智慧決策雲、智慧零售雲、智慧醫療雲和智慧健康管理雲，以(i)升級模塊並改善應用場景；及(ii)擴大客戶類型和基礎。例如，我們期望將我們的智慧醫療雲推廣到社區醫療機構、私立醫院和縣級醫院等各個團體。我們亦期望將我們的非付費SIC用戶轉變為付費用戶。就智慧健康管理雲而言，我們尋求與新客戶合作，並擴大我們的覆蓋範圍，以覆蓋更多的最終用戶。

業 務

專注於數據技術和人工智能技術的創新和深入研究

憑藉我們的行業經驗和專業知識，我們擬繼續加深對中國健康產業的發展趨勢以及該行業不同參與者的商業模式的了解，以開發我們的產品和技術。我們擬進一步應用包括大數據技術、人工智能技術及雲計算在內的技術，以擴展和改進我們的產品在不同業務場景中的表現。我們預計無縫集成為我們業務合作夥伴開發的技術和應用程序，以及進一步推動中國健康產業的數字化轉型。

- **數據洞察解決方案。**我們擬開發洞察交付平台(即幫助企業收集、了解及可視化其數據的商業智能平台)以提高交付效率和安全性，並使用數據技術和人工智能技術建立更多的數據模型，以便我們的數據洞察可以涵蓋更多業務場景。同時，我們亦將在數據處理技術、數據挖掘技術、數據可視化技術上投入更多資源，並開發更多的大數據洞察模型。
- **SaaS。**我們期望繼續使用雲技術、人工智能技術和軟件開發技術及升級 **Sinohealth Engine** 來進一步增強我們 **SaaS** 應用程序的開發效率，並更好地支持大規模產品開發。
- **中台 aPaaS。**我們認為 **Sinohealth Engine** 開放的架構將幫助我們構建強大的服務模型，使客戶能夠以更大的靈活性和更少的複雜性來開發和管理多個應用程序。於最後實際可行日期，本集團已對其 **aPaaS** 研發採取行動，包括卓睦鳥認知醫學平台 **aPaaS** 及生命科學解決方案 **aPaaS**。請參閱本節的「一研發—最近的計劃」。

此外，我們計劃利用我們的行業知識為我們的產品添加更多的行業數據和見解，以期在我們的數據洞察解決方案和 **SaaS** 之間產生協同作用，以進一步推動客戶業務的戰略發展。為此，我們希望在我們應用及開發的技術基礎上開發我們的 **SaaS** 產品，並開發我們的數據洞察解決方案。

通過利用我們的網絡效應及業務分部之間的協同效應，繼續擴大客戶群及推動銷售

我們擬繼續把握健康產業數字轉型的商機，並繼續吸引及挽留客戶以及提升客戶黏性水平。根據艾瑞諮詢報告，健康洞察解決方案的市場規模預期由2021年的人民幣249億元增加至2026年的人民幣1,303億元，複合年增長率為39.2%，乃由技術發展(例如人工智能及雲端計算)所推動。因此，我們預期將會大幅增加對我們的解決方案及

業 務

產品的需求，以及整體市場機會會大增。醫療產品及渠道洞察解決方案佔健康洞察解決方案市場的百分比預期將由2021年的32.9%上升至2026年的46.9%，成為整個健康洞察解決方案市場中最大的分部。由於大數據公司專注於醫療產品及渠道的洞察解決方案，我們擬利用我們目前的領導地位及繼續滲透此市場。

根據艾瑞諮詢報告，預計2024年醫療產品製造商於健康洞察解決方案方面擁有最強大的支付能力。醫療產品製造商作出的付款將成為主要收入產生者。因此，擁有更多醫療產品製造商的客戶基礎的醫療產品及渠道洞察解決方案供應商將變得更有優勢。憑藉我們於醫療產品製造商覆蓋範圍之領先地位，我們擬尋求提升我們的能力及聲譽，以擴大客戶群及瞄準更多醫療產品製造商。

透過我們直接的營銷工作及交叉銷售機會，我們計劃擴充我們的客戶群，以涵蓋全鏈條的業務參與者，例如直接服務更多醫療服務供應商、醫療從業者、患者及保險公司。由於預期該等業務參與者的潛在需求，我們打算開發及商業化我們的解決方案和產品，如消費者標籤系統、互聯網醫院、零售SaaS產品及院內SaaS產品。我們強大的健康產業參與者網絡令我們可維持及強化與業務參與者(包括現有及潛在客戶等)的關係。

通過資源整合，加強與健康產業主要客戶的合作

憑藉我們已建立的市場地位和行業洞察力，我們與健康產業中的領先公司(例如大型醫療產品製造商和零售藥店)保持著持續的合作關係。我們期望主要客戶將增加市場份額，並成為我們的戰略合作客戶。我們將繼續整合技術、人力和網絡資源，以加強與中國各地客戶的關係。我們計劃進一步加深和拓寬與醫療產品製造商的關係，以增進我們的長期客戶關係。

為此，我們計劃繼續利用我們的行業洞察力來優化產品，以滿足不斷發展的客戶需求。我們亦計劃與業務夥伴合作以為健康產業中的領先企業提供服務。

我們對我們客戶業務成功的重視對我們與主要醫療產品製造商建立長期關係的能力至關重要。我們認為，提供可衡量的業務成果是我們強大的品牌聲譽的基礎。此預期將協助我們以較低的成本留住現有客戶，並使我們的數據洞察解決方案和SaaS產品得到更廣泛的採用，從而建立閉環以推動業務的可持續增長。

業 務

利用我們的大數據和人工智能實驗室尋求外部研發機遇

由於我們進一步發展我們的內部研發能力，我們的大數據和人工智能實驗室準備就緒，利用我們的技術能力以及我們的專長，為外部客戶承接研發項目。我們的大數據和人工智能實驗室擬專注於人工智能應用、實時數據處理、大數據分析及預測建模。另外，我們採納特定的方法加強我們的醫療及健康管理研發以及引進新產品。倘我們確定合適的項目，則通過使用大數據和人工智能實驗室，我們積極地尋求外部研發機遇。倘有關項目可為我們提供預期回報率或與我們的現有技術及產品達成協同作用，則我們亦擬投資於該等項目。

物色戰略聯盟、投資及收購商機

我們擬有選擇地尋求戰略性收購、投資和其他戰略夥伴關係，以補充我們的增長戰略，尤其是有助於我們實現產品組合多樣化、增強技術和產品並擴大客戶基礎的戰略夥伴關係。我們認為，我們的行業經驗和見解將有助於我們選擇合適的目標公司，並有效地評估和把握潛在商機。對於投資業務，我們擬利用我們的資源促進其增長和成功，旨在與該等公司建立持續互利的關係，並從長遠來看共同促進健康產業的智能化。

擴大我們健康產業參與者網絡的建設，以整合更多的產業參與者

就產品開發及產品推廣而言，我們的健康產業參與者網絡對我們都具有戰略意義。展望未來，我們擬繼續擴大健康產業參與者網絡所涵蓋的產業參與者，包括增加現有參與者類型的數量和擴大新參與者的類型(例如藥品研發機構、醫療服務機構、科研服務機構、患者組織、海外醫療機構和商業保險機構)。我們預計新型產業參與者的引入將帶來新的業務需求，使我們的業務模式更加完整和牢固，並推動我們數據洞察解決方案和SaaS產品的開發和推廣。通過利用我們的技術能力，我們擬進一步改善Healthcare Link，預期其將成為一站式綜合平台，可允許線上展示產品，促進交易及互動數據合作，這些活動傳統上在線下實現。我們擬於成功開發功能及性能更強的Healthcare Link後，推廣我們經升級的Healthcare Link，將之發展為健康產業具有影響力的線上平台。

我們的業務分部

我們致力於為客戶提供可擴展、靈活和有效的解決方案。我們全面、綜合的數據洞察解決方案、數據驅動發佈及活動和SaaS產品組合涵蓋了整個垂直醫療產業鏈。我們的客戶可以根據他們的運營需求，從我們的任何業務分部上選擇不同組合的解決方案和產品。

業 務

數據洞察解決方案

我們在為健康產業提供數據洞察解決方案方面擁有逾十年經驗。於最後實際可行日期，我們的數據洞察解決方案包括增長及投資決策解決方案以及數據驅動營銷解決方案，該兩種方案均得益於我們的大數據及數據分析能力。根據我們的增長及投資決策解決方案，我們以一次性或定期定制報告形式提供定制業務增長或投資決策解決方案。憑藉我們的定制報告，我們就相關醫療產品及渠道的市場表現向客戶提供清晰視角，並協助彼等作出業務決策。根據我們的數據驅動營銷解決方案，我們參與提供多渠道數據驅動營銷解決方案，主要供客戶用於向彼等的終端客戶推銷彼等的產品。我們的定制數據驅動營銷解決方案涵蓋定制營銷諮詢及活動協調、媒體內容製作及培訓服務。

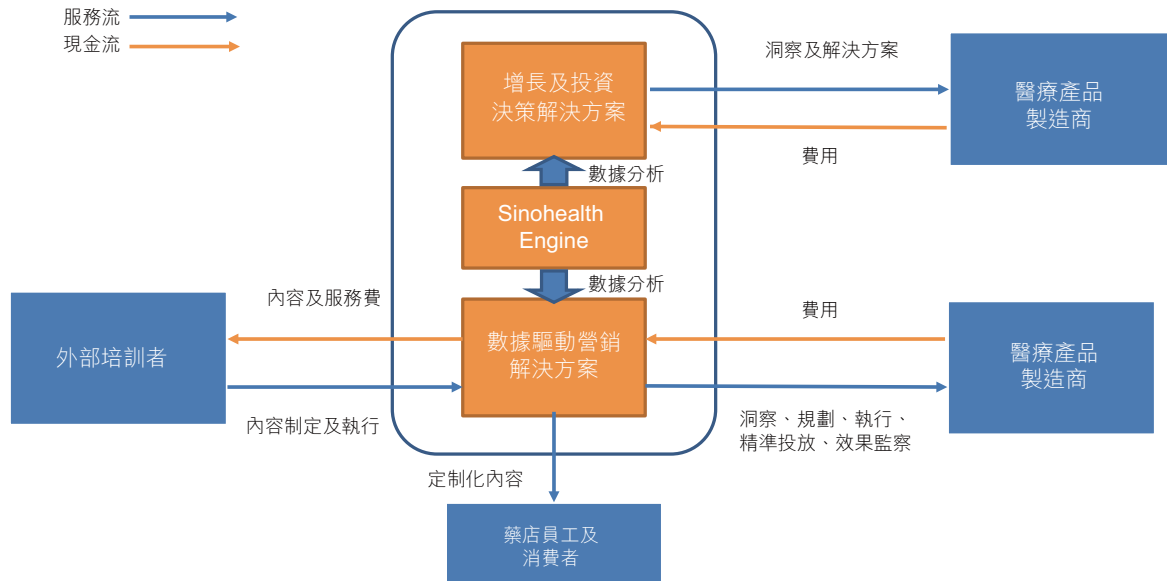
本集團的數據洞察解決方案主要面向醫療產品製造商，使彼等能以有效方式作出決策、管理內部資源並達成業務目標。以大數據為基礎，加上我們對健康產業的認識及經驗，我們的數據洞察解決方案是量身定制的解決方案，旨在滿足客戶對數據分析、應用場景、目標和偏好的特定組合的需求。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們的數據洞察解決方案分別擁有220名、227名及257名企業級客戶。本集團數據洞察解決方案的客戶主要為國內外處方藥和非處方藥、醫療設備及中藥等醫療產品製造商。由於數據洞察解決方案的性質，一旦客戶受益於本集團幫助彼等擴大業務規模的數據洞察解決方案的價值，彼等即會傾向於成為本集團的長期客戶。截至2020年及2021年12月31日止年度，我們約50.0%及56.8%的數據洞察解決方案企業級客戶是復購客戶。

我們的數據洞察解決方案由我們的數據處理及分析能力所支撐，有關能力建立在我們的數據模型(如我們的標準化清洗模型、銷售估計模型及品牌銷售模型)之上。我們主要將我們的標準化清洗模型及銷售估算模型用於數據處理及將我們的品牌銷售模型用於數據分析。具體而言，我們的標準化清洗模型基於深度學習程序，用於自我們的合作藥店收集的原始數據的數據清洗及標準化。我們的銷售估算模型(或分層加權放大模型)旨在作為數據清洗後的統計推斷方法，可使我們從我們的樣品數據中推斷完整市場數據。我們的品牌銷售模型乃一種分析模型，用於進行特定醫療品牌及／或產品市場表現的分析，例如產品市場份額分析、消費者描繪分析、市場細分分析及競爭分析。通過基於我們品牌銷售模型的數據分析，我們可識別影響特定醫療品牌及／或產品市場模式及表現的因素。我們利用數據可視系統整合及呈現我們數據分析工具的輸出資料。我們的程序及模型被納入基於雲原生架構的Sinohealth Engine中。請參閱本節「我們的技術及大數據」。

業 務

因此，我們的數據處理技術使我們能夠檢索符合特定應用場景的數據，而我們的數據分析技術確保我們的數據分析是具體的，並與我們客戶的業務目標密切相關。基於我們的數據處理及分析能力，我們的數據洞察解決方案具有詳細和可執行的數據洞察特徵，在健康產業中深受頂級醫療產品製造商歡迎。

下圖說明我們數據洞察解決方案分部的業務模式：



下表列出於所示年度，我們按應用場景劃分的數據洞察解決方案的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
增長及投資決策 解決方案.....	50,549	54.5%	66,613	67.7%	115,090	71.3%
數據驅動營銷 解決方案.....	42,251	45.5%	31,805	32.3%	46,277	28.7%
總計	92,800	100.0%	98,418	100.0%	161,367	100.0%

業 務

於2020年我們產生自增長及投資決策解決方案的收入增加部分被我們產生自數據驅動營銷解決方案的收入減少所抵銷，乃由於(i)我們的策略專注於數字營銷形式及逐步減少使用到2019年我們基本上已淘汰的印刷廣告；及(ii)2020年對我們的線下營銷活動及培訓服務的需求因中國COVID-19蔓延而減少。截至2021年12月31日止年度，我們增長及投資決策解決方案所得收入大幅增加乃主要由於客戶數目及其對我們定制業務增長或投資決策解決方案的需求增加，而有關增加乃由於市場從COVID-19疫情恢復，且我們孜孜不倦地致力於發展解決方案及增強數據及技術能力；而數據驅動營銷解決方案所得收入增加乃由於(i)2020年底及2021年COVID-19疫情的影響消退後對我們線下營銷活動的需求復甦；及(ii)我們經擴大精準營銷解決方案的銷售增加，結合涉及於數字媒體及其他廣告渠道推廣客戶產品廣告的數據驅動營銷諮詢、活動協調及服務增加。請參閱本文件「財務資料—經營業績主要組成部分的描述—收入—數據洞察解決方案」。

增長及投資決策解決方案

我們的增長及投資決策解決方案指我們根據數據洞察向客戶提供的定制業務增長或投資決策解決方案。我們以一次性或定期定制報告形式提供增長及投資決策解決方案。我們的報告內容各異，視乎我們客戶的需求而定。一般而言，我們的報告涵蓋(i)特定醫療品牌及／或產品的市場零售數據；(ii)指定場景的數據分析，例如特定醫療品牌及／或產品的消費者特徵及細分、產品零售分銷率、競爭格局、市場份額及相應波動；及(iii)我們客戶可根據我們的數據分析實施的策略建議，以推動更好業務或投資結果。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們已分別從217份、244份及374份合約中產生收入，每份合約的平均已確認金額分別約人民幣233,000元、人民幣273,000元及人民幣308,000元。於往績記錄期間我們產生收入的合約數目及每份合約的平均已確認金額增加與(i)我們力圖為新應用場景發展數據洞察解決方案工作；(ii)我們擴大合作藥店網絡，令我們可以有效方式為我們數據洞察收集多種零售數據一致；及(iii)我們的數據管治效率有所改善，繼而吸引更多企業客戶並令我們與客戶訂立更多價值更高的合約。於2022年4月30日，我們有未完成合約總價值約人民幣68.1百萬元的96份已訂立但未完成的未結合約，其中於截至2022年12月31日止年度約人民幣62.7百萬元預期確認為我們的收入。

業 務

我們的增長及投資決策解決方案根據我們的數據洞察、營銷理論及經驗協助醫療產品製造商物色市場機會、市場分析、競爭格局及策略、品牌創建和產品組合管理、分銷渠道和價值鏈管理以及消費者管理，目的是推動業務增長及搶佔市場份額。與此同時，我們近期已將我們的增長及投資決策解決方案擴大至DTP藥房市場和電子商務市場，以響應加快新藥推出和電子商務發展的趨勢。與傳統藥房相比，DTP藥房主要向患者銷售處方藥而非非處方藥，包括存儲標準更為嚴格的新藥。我們DTP市場的數據洞察緊跟政府最新推出的有關新藥及藥品供應鏈的政策。例如，政府於2021年頒佈「雙通道」政策，規定將若干新藥物納入國家醫療保險計劃。該新政策令DTP藥店供應的新藥物被國家醫療保險計劃涵蓋，繼而改善DTP藥店的新藥物於市場內的流通。就DTP藥店的市場解決方案而言，我們透過對政策出台至政策實施期間零售渠道表現、市場趨勢及競爭格局變化的解釋向客戶提供市場准入策略。我們的電子商務市場數據洞察一般涵蓋與透過在線銷售渠道分銷醫療產品有關的數據分析，據此，我們向客戶提供對在電子商務平台上分銷的醫療產品的銷售業績、產品零售分銷率、單價、市場格局及趨勢的理解及與探索電子商務市場分銷渠道有關的策略。此外，我們亦向為患有慢性病或長期病痛的患者提供創新藥物或治療的醫療產品製造商提供解決方案。我們亦為健康產業的投資機構提供可行的數據洞察及投資解決方案，支持投資機構作出決策。我們(其中包括)(i)有關初創階段業務的投資解決方案協助投資機構及醫療產品製造商對健康產業參與者、潛在業務分部的銷售預測及市場預測進行分析；及(ii)有關擴張階段業務的投資解決方案透過本集團對增長引擎、競爭、投資價值、銷售渠道、營銷及前景的數據驅動分析，在投資者關係、業務策略規劃及新產品市場調研方面協助醫療產品製造商。

緩解咽喉不適藥物的增長及投資決策解決方案的案例研究

- **背景。**品牌C是我們長期服務的治療咽喉不適品類的領導品牌之一。通過我們的數據洞察發現，三年來用於治療咽喉症狀的藥品市場規模持續擴大。品牌A和品牌B通過銷售緩解咽喉不適的口服液產品而迅速擴大市場份額，並將品牌C用於相同症狀的顆粒劑和片劑擠出市場。我們通過大數據分析為品牌C提供如下市場診斷和提高其市場份額的解決方案。
- **尋求解決方案。**品牌C的市場份額為何下降以及如何提高。

業 務

- **數據分析和建議。**
 - 我們的數據分析表明，連鎖藥店企業庫存中品牌C的顆粒劑和片劑周轉率較低，導致市場份額萎縮。因此，我們建議品牌C向藥店提供批發價格優惠，以促進銷售。
 - 我們亦注意到越來越多的製藥商開始主要向大多數年輕消費者提供緩解咽喉不適的口服液產品。因此，我們建議品牌C推出口服液產品，同時通過對年輕消費者更具影響力的新媒體和社交平台，提高其現有產品的銷售和營銷水平，以便增加銷量。
- **行動與改進。**
 - 根據我們的建議，品牌C調整了其顆粒劑和片劑的包裝批發價格。
 - 品牌C開始與治療咽喉的糖漿製造商合作，並促銷其治療咽喉的糖漿。此外，品牌C贊助了真人秀節目，並在年輕消費者中進行品牌推廣，此舉幫助品牌C快速獲得市場份額。

數據驅動營銷解決方案

我們的數據驅動營銷解決方案提供定制的營銷諮詢與活動協調、媒體內容製作及培訓服務。我們的數據驅動營銷解決方案主要旨在幫助醫療產品製造商利用我們的媒體渠道和其他形式的數字通信以及線下活動推廣其產品及與潛在的零售藥店和終端消費者建立聯繫。我們為客戶協調在線營銷活動，包括但不限於視頻廣告、直播、社交媒體宣傳，讓我們的客戶有效地接觸目標受眾，同時我們利用我們的媒體渠道等在線渠道宣傳線下營銷活動並將線上互動轉化為線下行動。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們已分別從275份、244份及228份合約中產生收入，每份合約的平均已確認金額分別約人民幣154,000元、人民幣130,000元及人民幣203,000元。截至2021年12月31日止年度，合約數目波動及每份合約確認的平均收入增加主要是因為我們戰略性專注於價值較高的項目，及我們的印刷廣告代理服務及投放不斷減少。於2022年4月30日，我們有90份已訂立但未完成的未結合約，未完成合約總價值約為人民幣32.3百萬元，其中約人民幣24.2百萬元預計於截至2022年12月31日止年度確認為收入。

業 務

我們的數據驅動營銷解決方案由我們的數據分析提供支持，這是我們對客戶的核心價值之一。憑藉我們的數據洞察，我們能(i)更清楚地了解藥品分銷渠道的潛力；(ii)全面了解我們客戶的產品及品牌的市場價值及模式；及(iii)了解客戶藥品分銷的不足，從而確定最適合各客戶的推廣方式。

- **精準營銷。**我們的精準營銷指我們的定制營銷諮詢及營銷活動協調，於往績記錄期間主要涵蓋透過藥店通推出的實體及線上活動以及透過媒體及其他廣告渠道投放的廣告。於推出營銷活動前，我們利用我們的大數據處理及分析能力(i)分析目標終端客戶的需求、偏好及行為及按目標性別、年齡、地區及興趣將彼等分組；(ii)根據其歷史店內消費者情況，物色目標藥店及其專賣店群體或根據其受眾情況物色目標數字媒體或其他廣告渠道；及(iii)分析歷史數據，展示我們客戶過往營銷活動的效果。該等分析有助於我們的客戶識別更合適的營銷渠道及為客戶制定更有效的營銷計劃，以實現增加銷售和市場份額的最終目標。對於透過藥店通推出的實體及線上活動協調，我們(其中包括)協助客戶與目標藥店聯絡，根據我們對客戶產品的市場潛力和競爭力的分析，向其介紹相關有益效果。我們亦利用藥店的線上平台，包括與SIC相關聯的在線公眾號，向終端消費者宣傳我們的營銷活動。對於提供廣告服務，我們(其中包括)與第三方廣告代理或平台接洽或與彼等訂約透過指定數字媒體或其他廣告渠道投放廣告或商業宣傳。
- **媒體內容。**我們全面的營銷能力包括我們的混合媒體內容製作，如宣傳材料、培訓視頻和商業廣告，涵蓋文本、圖片及視頻。我們為客戶設計及編製媒體內容，以便通過以零售藥店或最終消費者為目標的我們的媒體渠道或其他第三方平台發佈。在向零售藥店推廣客戶產品時，我們的媒體內容可能包括對客戶產品市場潛力的詮釋，且乃基於我們對市場及競爭模式的大數據和數據分析而產生。我們根據中國相關法律及法規，精心設計我們的媒體內容(就內容及風格而言)，尤其是廣告元素。我們的廣告中包含的所有關於產品的信息均由客戶提供，我們據此設計及編製媒體內容。我們認為，我們的媒體內容能力補充了我們的精準營銷能力，進而為客戶提供全方位的營銷解決方案。

業 務

- **培訓。**我們為醫療產品製造商提供按需求的現場培訓及線上培訓課程，以利用我們對零售藥店銷售情景的了解及店內員工需求，對藥店店內員工進行產品特點及相應銷售戰略的知識宣傳，以提高藥店店員在銷售有關產品方面的銷售和營銷技能。我們使用我們的大數據分析協助確定滿足客戶藥品分銷需求的目標藥店。我們有三名內部全職培訓專家(分別為執業藥劑師、執業醫師及醫學學位持有人)。我們根據客戶對培訓服務的要求不時聘請兼職培訓師。一般而言，我們的客戶負責安排會場(如酒店或彼等的總部會議室)，並就現場培訓與與會者聯繫。我們的現場培訓一般透過中國一個領先的線上媒體平台通過我們的媒體渠道或我們客戶的在線平台補充在線培訓課程和在線資源。於往績記錄期間，我們錄製及發佈了**500**個以上數據驅動營銷解決方案培訓視頻，其中主要涵蓋健康及藥物教育、銷售及營銷技巧。由於我們透過中國一個領先的線上媒體平台通過我們的媒體渠道或我們客戶的媒體渠道進行線上培訓，我們無需就該等培訓持有廣播電視節目製作經營許可證、ICP許可證或IDC許可證。

製藥公司的數據驅動營銷解決方案的案例研究

- **背景。**製藥公司X是中國知名品牌，製造種類齊全的藥品。自**2018**年底以來靜脈曲張及慢性靜脈功能不全藥物銷量下降。我們利用數據分析來識別銷售趨勢及有需求的區域，並提供以下數據驅動營銷解決方案，以增加靜脈曲張及慢性靜脈功能不全藥物的銷售。
- **尋求的解決方案。**為製藥公司X及其零售藥店客戶制定營銷策略及營銷內容，以擴大靜脈曲張及慢性靜脈功能不全藥物的人口細分。
- **數據分析。**
 - 我們的數據分析顯示，江蘇、河南及山東等多個地區對靜脈曲張及慢性靜脈功能不全藥物的需求量較高。我們確定了**211**家不提供靜脈曲張及慢性靜脈功能不全藥物的零售藥店。
 - 我們亦注意到年齡在**20**至**50**歲的工作組有很大潛力，彼等可能因在工作場所久坐或久站而導致腿部靜脈疾病或腳部血液循環不良。

業 務

- **提供的營銷解決方案。**
 - 我們向該等211名先前不提供該產品類別的零售藥房客戶介紹製藥公司X的靜脈曲張及慢性靜脈功能不全藥物。
 - 我們安排培訓，讓零售藥店的員工接受製藥公司X的教育，以提高彼等的產品知識、血管健康常識及營銷技巧。
 - 在零售藥店3公里範圍內製作及展示媒體內容。同時在線上媒體平台發佈與靜脈曲張疾病有關的文章。
 - 我們發起三項營銷活動以提高對血管疾病的認識，包括年輕工作一代的工作場所意識月、女性健康意識月及教師健康意識月。我們邀請專家舉辦在線流媒體會議，討論靜脈曲張的常見原因、補救措施及預防措施，組織健康諮詢會議並在選定藥店為最終消費者組織理療。營銷活動亦在線上媒體平台播出。

操作流程

除若干常見的基本功能外，我們的數據洞察解決方案通常是定制的。提供我們的數據洞察解決方案所涉及的主要步驟如下：

- **初步詢問。**收到潛在客戶的請求後，我們與潛在客戶聯繫，以確定及了解其要求。
- **內部討論並確認初步方案。**在考慮客戶的需求之後，我們將就我們的數據分析及解決方案進行內部討論。
- **對客戶的答覆。**我們向潛在客戶提供初步建議並進一步討論改進和調整。
- **簽署委聘合約。**在潛在客戶接受我們的初步建議和收費後，我們準備即將簽署的合約。
- **解決方案的交付及後續行動。**我們交付我們的一次性或重複性數據洞察報告或營銷解決方案。我們還會跟踪客戶對我們數據洞察解決方案與彼等可能要求的任何其他潛在服務的滿意度。

業 務

定價及折扣

我們通常為數據洞察解決方案的客戶提供基於項目和基於期限的定價安排。我們的數據洞察解決方案定價基於一系列因素，這些因素包括我們服務的範圍、所涉及數據洞察的規模(如地理規模、市場細分及分銷渠道)、與所要求服務相關的成本、我們數據洞察解決方案對客戶的價值以及合約期。由於我們的數據洞察解決方案大多是定制的，所以我們向客戶收取的費用也大不相同。

在往績記錄期間，我們對每個項目的數據洞察解決方案收取的費用一般約為人民幣100,000元至人民幣1百萬元不等，並可能超過人民幣數百萬元，取決於我們的工作範圍及複雜程度。例如，一份載有藥品零售指標(如單價、銷量)數據分析的數據洞察報告處於我們收費範圍的低端，而需要更深入地提取大量底層數據且當中載有消費者特徵和市場競爭的數據分析的數據洞察報告處於我們收費範圍的高端。於往績記錄期間，我們與某一產品類別藥品零售指標相關的定期報告的價格一般為人民幣4,500元(即涵蓋全市數據分析的月度報告)至人民幣15,000元(即涵蓋全國數據分析的年度報告)，而我們的客戶通常要求報告中涵蓋多個產品類別或城市。同樣，在我們的媒體渠道上投放廣告的營銷解決方案處於我們收費範圍的低端，而涉及大量人力和資源的大規模營銷活動的協調處於我們收費範圍的高端。我們通常根據具體情況與客戶協商費用。如果客戶滿足以下任一條件，則我們可考慮為數據洞察解決方案提供折扣：(i)復購客戶；或(ii)向我們購買其他解決方案及/或產品。

我們與客戶在增長及投資決策解決方案下的合約通常載有多種交付文件(例如，包括在一份合約中提供月度報告、季度報告及年報)，每一份均以單獨的售價計算。我們在個別可交付文件交付並被客戶接受時確認收入。同樣，數據驅動營銷解決方案項下的合約可能包括提供多個解決方案(例如，在一份合約中提供營銷諮詢、培訓服務、廣告服務和營銷活動)，每個解決方案均以單獨的售價計算。我們根據合約中規定的服務滿足進度，隨著時間的推移確認每個單獨營銷解決方案的收入。請參閱本文件「財務資料—重大會計政策—收入確認—客戶合約收入—(a)數據洞察解決方案」。

業 務

與我們的數據洞察解決方案客戶訂立的安排的主要條款

我們的數據洞察解決方案可以單獨出售，或與我們的其他解決方案和產品捆綁出售。因此，我們按項目或客戶而不是僅按單一產品管理合約。我們與客戶簽訂數據洞察解決方案相關協議的關鍵條款概要載列如下：

- **服務範圍。**我們詳細規定數據洞察或服務的範圍，如藥物類別(如口服鎮痛藥、消炎藥、降血脂藥、降壓藥)、目標市場數量、地理位置、銷售業績指標(如銷售收入、銷量及市場份額)、品牌、醫療產品製造商、競爭格局以及市場驅動者。實際服務範圍因客戶要求的具體解決方案而異。
- **付款和信用期。**我們收取的費用通常可分期支付。我們或會於簽署合約時要求客戶預付款項。如果我們的交付成果不符合合約規定，在我們可在規定期限內修改及/或調整我們的數據洞察解決方案。對於在合約履行過程中產生的任何分歧，我們與客戶溝通解決。我們通常給予客戶信用期。請參閱本節中的「我們的客戶」。
- **知識產權。**除合約另有約定和規定外，我們擁有數據洞察解決方案的知識產權，客戶有權使用我們的數據洞察和推薦解決方案。
- **聲明和保證。**如果某些客戶要求，我們可在合約中作出聲明和保證。聲明和保證通常包括：**(i)**我們的數據洞察解決方案不受任何第三方知識產權、商業秘密或隱私的所有權缺陷、限制或侵權索賠的影響；**(ii)**我們的數據洞察真實、完整及準確。有關我們的數據質量控制措施，請參閱本節中的「我們的技術及大數據—大數據—數據治理」；**(iii)**我們對合約的履行不會違反中國相關法律法規或違反我們與任何第三方簽署的協議；**(iv)**我們需遵守有關的反腐敗法律法規和行為準則；及**(v)**我們對客戶的公司名稱、品牌名稱、商標及標識的使用僅限於合約目的。根據相關合約，我們須就違反該等聲明及保證承擔責任。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無違反合約項下的任何聲明及保證。
- **機密性。**我們和我們的客戶均有保密義務，不得泄露在合約履行過程中獲得的機密信息。該等機密信息可能包括數據、圖形、原材料、合約的存在、合約條款，以及任何其他具有機密性質的信息。

業 務

- **期限和終止。**合約期限將因項目及／或我們獲委聘為監控市場和提供相關數據洞察的期限而有所不同。我們為就我們的增長及投資決策解決方案簽訂基於項目的合約及基於期限的合約，而我們通常為我們的數據驅動營銷解決方案簽訂基於項目的合約。我們根據基於項目的合約提供一次性解決方案，並根據基於期限的合約提供定期解決方案。於往績記錄期間，我們基於項目的合約期限一般約為兩天至一年，而我們基於期限的合約期限一般約為一年至三年。在以下情況下，我們與數據洞察解決方案客戶簽訂的合約可提前終止：**(i)**經雙方協商一致；**(ii)**客戶在發出事先書面通知後提出；**(iii)**我們違約或未能履行合約並且未在規定期限內予以補救時，由客戶提出；**(iv)**任何一方發生清盤、清算、破產及資不抵債的情況；及**(v)**我們違反保證與聲明時，由客戶提出。

數據驅動發佈及活動

我們透過我們的產業活動提供發佈、精準連接及展覽組合服務。我們的產業活動旨在推廣我們自身的解決方案和產品，並幫助我們的客戶(主要是醫療產品製造商)推廣其品牌價值和產品，以及與其行業參與者聯繫。於產業活動期間，我們亦透過進行演講、報告及展示為客戶提供有關最近期市場模式、新興趨勢及潛在商機的數據洞察。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們已為數據驅動發佈及活動分別舉辦36次、86次及58次活動。同期，我們已從412份、487份及746份合約中產生收入，每份合約的平均已確認金額分別約為人民幣195,000元、人民幣199,000元及人民幣180,000元。截至2021年12月31日止年度，每份合約確認的平均收入減少乃由於我們於截至2021年12月31日止年度的活動中訂立更多價值相對較低的合約(即購買活動門票)。

數據驅動發佈及活動是我們業務運營中不可分割的一部分。我們數據驅動發佈及活動客戶主要為醫療產品製造商、藥店及投資機構。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們數據驅動發佈及活動的企業級客戶分別有311名、328名及429名。我們的產業活動是實施我們數據驅動發佈及活動的載體，透過該載體我們主要透過提供贊助機會、推廣活動及路演協調及透過提供發佈、精準連接活動及展覽進行展位安排等產生收入。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們的數據驅動發佈及活動產生的收入分別約為人民幣80.5百萬元、人民幣96.7百萬元及人民幣134.6百萬元，分別約佔我們同期總收入的45.3%、47.8%及41.5%。

業 務

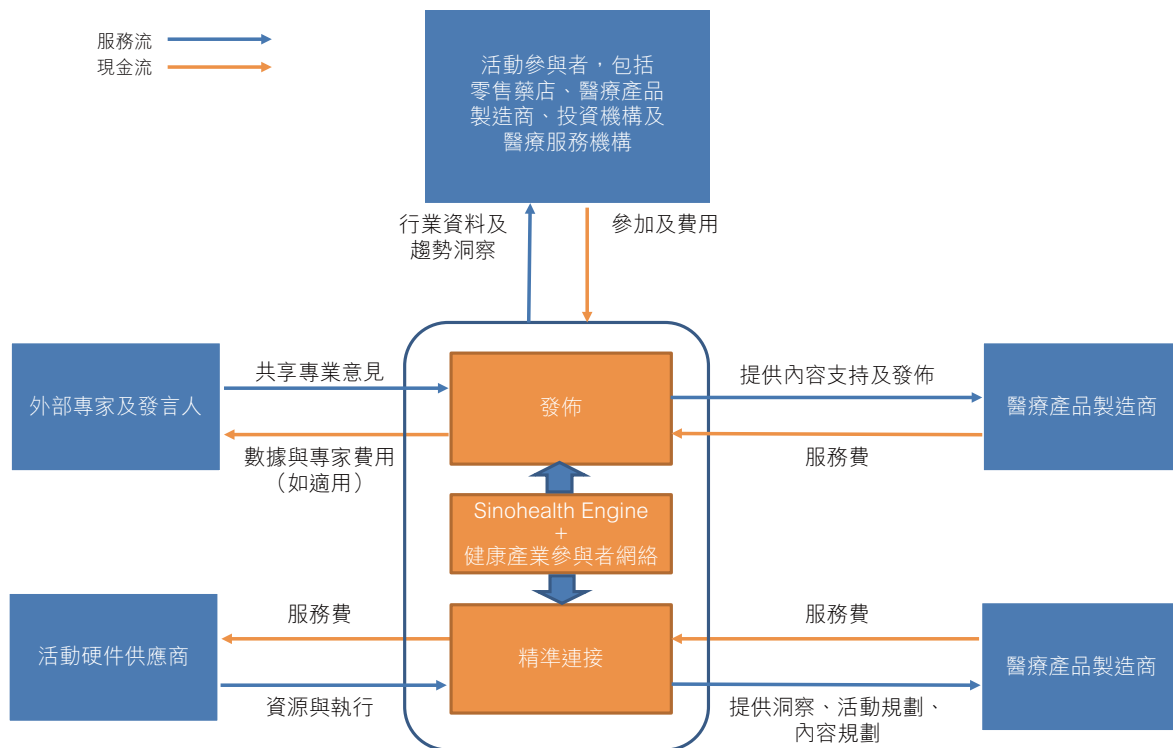
我們經營產業活動主要目的乃為客戶提供健康產業特定數據洞察的綜合解決方案以及連接及推廣機會，包括：

- **發佈。**我們於各產業活動期間提供的發佈主要指(i)內外部發言人發表的演講；(ii)就活動主題定制的數據洞察報告；及(iii)客戶於推廣其品牌時向其潛在業務合作夥伴及投資者提供的定制報告及展覽。我們各活動的報告乃根據我們於自主發起的研究及數據分析後對市場需求的理解編製。透過我們活動發佈的數據洞察報告包括(i)「健康產業政策詮釋及未來趨勢研究」；(ii)「中國醫療及藥物行業全渠道市場數據發佈」；(iii)「健康大數據及人工智能報告」；(iv)「中國創新藥發展報告」；及(v)「中國零售行業現實世界研究」。我們內部發言人的演講包含從我們的數據分析中獲得的健康市場信息，例如技術發展下的市場趨勢、市場驅動的投資機會以及數字解決方案對零售業績的有效性，同時，我們為客戶品牌推廣製作的定制報告及演示乃基於我們對客戶競爭力及市場潛力的數據分析。
- **精準連接。**我們的精準連接指(i)我們以論壇、峰會、小組討論或宴會的形式針對客戶的潛在業務合作夥伴及投資者分別為客戶協調提供品牌推廣活動和路演；及(ii)我們為彼此均具有潛在業務合作意願的活動參加者組織的按需一對一商務會議。如下所述，基於參與者情況標籤利用我們的數據分析通過Healthcare Link為客戶提供獨特的機會，在精準連接活動中與符合其業務需求的醫療保健行業參與者建立聯繫。
- **展覽。**我們的活動提供展覽，如展位及展板／展覽橫幅，讓我們的客戶能夠進行品牌推廣。活動場地內有多個展位及廣告牌，使醫療產品製造商可透過產品展示及面對面交流而吸引藥店及促進交易。於2021年，我們的產業前景活動、商品交易活動及零售銷售活動分別約有93名、117名及24名參展商，包括醫療產品製造商、零售藥店或其他行業參與者。

業 務

用於處理我們的大數據及對我們的數據驅動發佈及活動進行數據分析的技術類似於我們的數據洞察解決方案。請參閱本節「我們的業務分部—數據洞察解決方案」。我們亦已開發 **Healthcare Link** (一個活動管理系統)，以便於我們的活動管理。**Healthcare Link** 包括(i)一個小程序，供公眾註冊參加我們的活動並查看每個活動的介紹、議程及指南，以及通知我們的與會者活動的時間表及安排；及(ii)相應的後台控制面板，供我們審核及批准與會者的註冊，管理我們的與會者和通過小程序發佈的內容，並監控由此產生的數據。通過我們的 **Healthcare Link**，我們能夠跟踪與會者的註冊狀態，並根據對彼等情況(即公司背景、職位及活動出席頻率)的分析為我們各精準連接活動甄選與會者，從而將每個活動的目的與目標與會者的背景精確匹配。因此，在運營我們產業活動期間，來自 **Healthcare Link** 的數據是我們精準連接服務的重要資料來源。

下圖說明我們數據驅動發佈及活動分部的業務模式：



業 務

下圖分別展示了我們的發佈、精準連接活動及展覽。



展覽



精準連接活動



發佈

我們的產業活動主要包括產業前景活動、商品交易活動及零售銷售活動。請參閱本節「—健康產業參與者網絡—產業活動」。我們主要依靠我們的數據洞察來確定我們產業活動的主題。通過我們的數據分析，我們調查市場情況，確定目標活動參與者的需求，並制定與目標參與者產生共鳴的主題。下表總結了所示年度主要產業活動的主要資料。

業 務

活動	持續時間	年份	專題	主題	目標參與者
產業前景活動....	五天	2019年	浴火重生—證道產業未來	醫療產品製造商為應對國家集中採購藥物導致藥品價格下降而轉型	醫療產品製造商、主要零售藥店、醫療服務機構、投資機構、保險公司及其他行業參與者
		2020年	逐日毅行者	醫療產品製造商為解決年銷售額增長緩慢的問題而將採取的措施	
		2021年	效率革命—締造一個充分且均衡的新健康產業	醫改後通過提高藥品覆蓋率和可負擔性建立公平的醫療行業	
商品交易活動....	五天	2019年	共享式生存•縣城狂飆	區域及縣級藥店資源獲取與共享	醫療產品製造商、區域及本地零售藥店、物流公司及其他供應鏈參與者
		2020年	優化供業鏈，實現新供給	優化醫療產品供應鏈及結構	
		2021年	商品重構，激活市場下況	從產品角度滿足區域和本地市場的需求	
零售銷售活動....	三天	2019年	亮創價值動銷—掙脫客流下滑的夢魘 搶灘2020•聚客者勝！一贏戰城市藥店客流管理	根據消費者實際需要設計動態銷售活動	零售藥店、營銷人員、健康產業主要在線平台、領先數字化營銷供應商及其他從事銷售及營銷的參與者
		2020年	抓住顧客	客戶保留策略	
		2021年	爭奪顧客	客戶發展策略	

業 務

我們的參與者網絡

我們已錄得產業活動的大量參與者。我們良好的往績記錄吸引了現有客戶和新客戶以及其他健康產業參與者定期參加我們的產業活動。我們的活動參與者一般包括：(i) 客戶的僱員、業務合作夥伴及顧客；(ii) 我們邀請的業內專家及發言人；及(iii) 我們邀請的媒體代表。下表載列參加我們產業前景活動、商品交易活動及零售銷售活動的核心參與者人數，不包括選擇不向我們正式註冊的參與者。

年份	核心參與者概約人數		
	產業前景活動	商品交易活動	零售銷售活動
2019年	2,400	1,900	1,400
2020年	2,500	1,700	800 ⁽²⁾
2021年	3,100	3,500 ⁽¹⁾	1,100 ⁽³⁾

附註：

- (1) 於2021年，參與商品交易活動的核心參與者人數大幅增加，乃由於我們對活動定位進行戰略調整，以邀請更多小型零售藥店參與活動。請參閱本節「一健康產業參與者網絡一產業活動」。
- (2) 參與商品交易活動的核心參與者人數減少是因為我們因COVID-19爆發而取消原定於2020年上半年舉行的半年一次零售銷售活動。
- (3) 於2021年前我們的零售活動通常一年舉行兩次，自2021年起計劃每年舉行一次。此主要是由於我們精簡資源及擴大活動規模的策略。請參閱本節「一健康產業參與者網絡一產業活動」。

在過去的13年裡，我們成功主辦了各種活動，與市場利益相關者建立了長期穩定的關係，其中大部分利益相關者亦是我們的業務參與者。於最後實際可行日期，我們的網絡廣泛覆蓋醫療產品製造商、藥店、醫療服務機構、醫療從業者、保險公司、政府機構和學術機構。利用我們的數據洞察、營銷能力和聲譽，我們相信我們良好的網絡將持續增長。結合我們優質及全面的產品組合，我們的參與者網絡為我們提供了強大的行業競爭力。

發言人

我們的發言人包括(i)我們的內部發言人；(ii)我們主要透過收費的第三方代理邀請的外部發言人；(iii)就播放時長向我們付費的客戶代表；及(iv)我們免費聘請的其他外部發言人。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們為我們的產業前景活動、商品交易活動及零售銷售活動分別委聘合共514名、546名及542名發言人，其中分別471名、505名及496名為外部發言人。

業 務

下表載列於往績記錄期間我們相關產業活動外部發言人的詳情。

	發言人人數			發言人背景	演講目的
	截至12月31日止年度				
	2019年	2020年	2021年		
我們主要透過收費的					
 第三方代理邀請的					
 外部發言人					
產業前景活動.....	4	1	5	於經濟趨勢分析、醫	知識及經驗分享
商品交易活動.....	1	1	2	療保健、財政政策	
零售銷售活動.....	2	0	4	或營銷具有高知名	
				度及專長的人員，	
				包括知名跨國公司	
				前高級管理人員、	
				著名新聞或經濟評	
				論員、經驗豐富的	
				營銷顧問及與頂級	
				學術機構合作的專	
				家	
為就播放時長向我們付費					
 的客戶代表的發言人					
產業前景活動.....	35	48	60	從事醫療產品製造、	主要為推廣及提升其
商品交易活動.....	23	21	37	生物技術或媒體的	品牌及/或產品知
零售銷售活動.....	13	12	15	客戶的高級管理	名度
				員或高級行政人員	

業 務

	發言人人數			發言人背景	演講目的
	截至12月31日止年度				
	2019年	2020年	2021年		
我們免費邀請的					
其他外部發言人					
產業前景活動.....	241	274	219	零售藥店高級管理人員、投資機構、主流媒體平台、諮詢公司或技術公司高級行政人員、學術機構或政府機構專家及醫療從業者，彼等在健康營銷、人工智能及數據應用、政策實施、醫療服務或資本市場方面具有專長	主要為知識及經驗分享以及與活動參與者建立聯繫
商品交易活動.....	86	78	69		
零售銷售活動.....	66	70	85		

我們主要與第三方代理訂立協議以安排若干領域知名的付費發言人。根據協議，第三方代理負責聯絡及委聘指定發言人於活動期間發表所要求的演講，同時我們負責有關費用。於往績記錄期間，我們就委聘每名外部發言人支付的費用介乎約人民幣6,000元至人民幣275,000元，我們產業前景活動、商品交易活動及零售銷售活動的平均金額約為人民幣148,000元、人民幣44,000元及人民幣29,000元，視乎彼等的職銜、聲譽、知名度及我們活動的性質及規模而定。我們產業前景活動的付費發言人主要為於經濟領域在全國享有盛譽及影響力的專業人員，使我們於往績記錄期間就每名發言人支付的平均費用較商品交易活動及零售銷售活動相對為高。

運作流程

我們負責活動的策劃、組織和實施。我們還負責活動場地與展覽的整體裝飾設計。我們的活動策劃、組織和實施的關鍵步驟總結如下：

- **主題選擇。**基於我們對行業發展的數據洞察，我們選擇解決市場意向的活動主題和話題，其後制定我們的活動提案。

業 務

- **活動邀請和營銷。**我們根據活動提案向潛在客戶、業內專家及媒體代表發送活動邀請。我們亦通過我們的網站、我們的專有媒體渠道以及其他直接營銷工作來推廣我們的活動。
- **簽署委聘合約。**在潛在客戶接受活動邀請並確認選擇性贊助選項和其他服務(如展位佈置、促銷活動及路演協調等)之後，我們將編製合約以供簽署。
- **場地選擇與佈置。**我們一般直接預訂或通過第三方代理預訂活動場地、交通和餐飲服務。我們也可聘請第三方專業活動服務供應商負責場地佈置。
- **邀請發言人。**根據活動的主題，我們確認並邀請合適的外部發言人參加活動。我們選擇發言人的依據為彼等的行業參與度，以及彼等於市場上的知名度。我們一般邀請與知名企業或國家學術機構合作的發言人。
- **確認議程並向參與者發送通知。**活動開始之前，我們將確認議程並通知所有參與者。
- **現場實施。**我們將指派工作人員監督整個活動的現場實施情況，並與客戶、發言人及其他參與者協調。

收費模式

我們向我們的數據驅動發佈及活動客戶收取總合約費用，費用經參考下列事項釐定：(i)服務項目；(ii)與所需的服務相關的費用。請參閱本文件「財務資料—經營業績主要組成部分的描述—銷售成本」；及(iii)我們的歷史價格範圍和整體市況。由於我們提供全套服務項目供客戶選擇(包括但不限於贊助、精準連接協調、展位佈置及門票)，因此我們向客戶收取的費用範圍很廣。特別是，經計及播出的範圍、影響及時長以及展台規模、設施及位置，我們通常會提供多種服務，套餐價格一般約為人民幣200,000元至人民幣5,000,000元。我們提供單獨的展位佈置，費用通常介乎人民幣100,000元至人民幣1,000,000元。其次，我們亦提供活動門票套餐，根據活動的性質，費用約為每人人民幣5,000元至人民幣20,000元不等。我們的活動門票套餐一般包括活動入場券、一套活動手冊及為活動定制的數據洞察報告，以及活動標準食宿。於往績記錄期間，我們就數據驅動發佈及活動收取的費用一般介乎每份合約人民幣數千元至人民幣數百萬元，視乎客戶選擇的服務而定。

業 務

下表載列於往績記錄期間按數據驅動發佈及活動的產品組合類別劃分的本集團應佔相關收入。

	截至12月31日止年度								
	2019年			2020年			2021年		
	收入	百分比	每份合約	收入	百分比	每份合約	收入	百分比	每份合約
			確認的			確認的			確認的
(人民幣 千元)	%	平均收入 (人民幣 千元)	(人民幣 千元)	%	平均收入 (人民幣 千元)	(人民幣 千元)	%	平均收入 (人民幣 千元)	
按套餐價購買我們的服務 ⁽¹⁾	48,536	60.3	500	64,212	66.4	526	90,654	67.3	648
單獨購買展位安排.....	27,486	34.1	184	27,948	28.9	171	38,076	28.3	173
單獨購買活動門票 ⁽²⁾⁽³⁾	4,484	5.6	20	4,518	4.7	22	5,884	4.4	15
總計	80,506	100	-	96,678	100	-	134,613	100	-

附註：

- (1) 服務項目包括可供選擇的贊助、精準連接協調、展位佈置及門票組合。
- (2) 活動門票主要指我們的活動門票套餐，其次包括活動期間參加若干活動的通行證。
- (3) 相關合約可能包括購買多個活動門票套餐或活動通行證。

我們與客戶在數據驅動發佈及活動下的合約通常包含多項服務。我們在活動期間以直線法確認收入。請參閱本文件「財務資料—重大會計政策—收入確認—客戶合約收入—(b)數據驅動發佈及活動」。

與數據驅動發佈及活動客戶簽訂的安排的主要條款

我們的數據驅動發佈及活動合約的主要條款總結如下：

- **服務項目**。我們在合約中對服務項目進行詳細說明，如主題晚宴及其他精準連接活動、展位以及贊助等其他可選服務項目。
- **付款安排**。合約費用為「總」費用。我們收取的費用可一次性支付或分期支付。
- **知識產權**。對於客戶向我們提供的履行合約用的任何材料，其知識產權歸客戶所有。

業 務

- **機密性**。我們和我們的客戶均有保密義務，不得洩露在合約履行過程中獲得的機密信息。該等機密信息可能包括數據、圖形、原材料和合約條款，以及任何其他具有機密性質的信息。
- **期限**。於往績記錄期間，我們的一般於活動開始前六個月內訂立合約。

SaaS

我們利用多年來在健康產業的大數據、技術及良好口碑，開發SaaS產品，以便為客戶提供嵌入若干功能的方便使用的軟件，例如對醫療產品、消費者描繪、零售市場及行業、商店及零售管理工具健康及疾病管理工具及診所管理工具的數據洞察。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們分別擁有SaaS產品的226名、283名及432名企業級客戶。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們SaaS產品產生的收入分別約為人民幣4.4百萬元、人民幣7.0百萬元及人民幣28.2百萬元，分別約佔我們同期總收入的2.5%、3.5%及8.7%。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們所產生的收入來自599份、656份及876份合約，每份合約的平均經確認金額分別約為人民幣7,000元、人民幣11,000元及人民幣32,000元。截至2021年12月31日止年度，每份合約已確認平均收入增加乃主要由於智慧決策雲(尤其是瓴西)於2020年6月推出以來我們逐步與我們的客戶就智慧決策雲(尤其是瓴西)訂立較高價值合約。於2022年4月30日，我們的SaaS產品有未完成合約總價值為約人民幣14.1百萬元的163份已訂立但未完成的未結合約，其中約人民幣13.3百萬元預期於截至2022年12月31日止年度確認為收入。

相較於我們通常定制的數據洞察解決方案，我們SaaS產品基於我們對客戶共同需求和關注點的深刻理解而標準化及設計、開發和安排。我們的SaaS產品使客戶可將其業務營運進行快速數字化處理。透過我們的SaaS產品，我們的客戶可穩定、定期獲得我們最新及即用的數據洞察以及為不同應用場景添加的內置功能。

根據應用場景和目標客戶，我們SaaS產品類別包括(i)智慧決策雲；(ii)智慧零售雲；(iii)智慧健康管理雲；及(iv)智慧醫療雲。開發我們SaaS產品依賴我們的大數據能力以及Sinohealth Engine中含有的模塊化技術。有關各SaaS產品類別應用技術的詳情，請參閱本節「—我們的技術及大數據—我們的技術」。

業 務

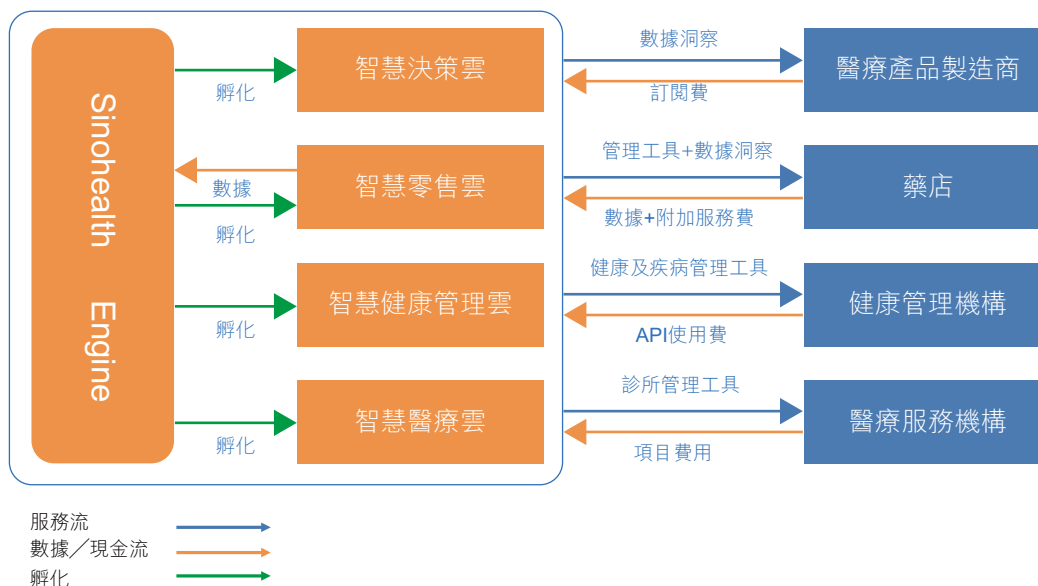
下表列出了各SaaS產品類別的主要產品及主要功能、應用場景和目標客戶。

SaaS	主要產品及主要功能	應用場景	目標客戶
智慧決策雲.....	i. CHIS—主要基於藥物信息分析提供數據洞察 ii. 瓏西—主要基於消費者描繪分析提供數據洞察 iii. 藥店通—主要基於藥店信息分析提供數據洞察	<ul style="list-style-type: none"> 藥物相關資料研究及競爭產品分析 就最新藥物零售表現生成的市場資料 藥店門店數目、市場潛力、地理位置及佈局的資料搜索 	醫療產品製造商、醫療研究機構、醫療產品原材料供應商
智慧零售雲.....	i. SIC—門店及零售管理工具	會籍管理(例如會籍登記追蹤、會員忠誠度識別及購買行為監察)、門店管理(包括藥店員工管理及店內銷售表現及存貨評估)、獲取有關市場狀況及機遇的數據洞察以及具有可追蹤進度及效用的藥店員工培訓	藥店
智慧健康管理雲.....	i. AI-MDT—健康及疾病管理工具	參考個別人士的健康指標及生活模式，進行智能疾病篩查與預防、亞健康干預及慢性病管理	體檢機構及醫療服務機構

業 務

SaaS	主要產品及主要功能	應用場景	目標客戶
智慧醫療雲.....	i. 卓睦鳥診所—診所管理工具(限制於若干已開發模塊)	醫療諮詢和治療流程的數字化，涉及在線醫療預約、門診諮詢、住院、診斷、醫療、處方配藥、後續諮詢及醫療產品物流	醫療服務機構及公共衛生機構

下圖說明我們SaaS分部的業務模式：



下表按所列年度的產品類別列出了我們SaaS產品的收入明細。於往績記錄期間，我們SaaS產生的收入增加，乃主要由於我們持續努力改進及推廣我們的SaaS產品。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，智慧決策雲對我們SaaS產生的總收入的貢獻分別為80.1%、82.7%及83.9%。我們自2021年起開始自智慧醫療雲產生收入。請參閱本文件「財務資料—SaaS—經營業績主要組成部分的描述—收入」。

業 務

	截至12月31日止年度					
	2019年		2020年		2021年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
智慧決策雲.....	3,559	80.1%	5,770	82.7%	23,658	83.9%
智慧零售雲.....	885	19.9%	1,005	14.4%	3,080	10.9%
智慧健康管理雲...	—	—	202	2.9%	371	1.3%
智慧醫療雲.....	—	—	—	—	1,077	3.9%
總計	4,444	100.0%	6,977	100.0%	28,186	100.0%

智慧決策雲

於最後實際可行日期，我們的智慧決策雲產品主要包括(i) CHIS；(ii) 瓏西；及(iii) 藥店通。該等產品作為具有易於使用的儀表板的行業數據目錄及分析工具，為用戶提供獲取行業及市場數據以及相應分析輸出數據的有效途徑，幫助用戶作出決策。我們於2015年推出第一個SaaS產品CHIS，隨後我們於2020年進一步推出藥店通及瓏西。

主要產品

CHIS

CHIS主要根據藥品信息分析提供數據洞察。其支持醫療產品製造商、醫療研究機構、醫藥原料供應商和其他健康產業參與者進行藥品相關信息搜索和競爭產品分析。用戶可通過CHIS查詢特定藥品或藥品類別的規格信息或評估市場潛力，從而制定與藥物研發或分銷等有關的決策。

CHIS上可用的藥品相關信息來源於我們的數據倉庫，我們的數據倉庫獲取相關公開和非公開數據並將其標準化，從而節省了用戶不得不使用各種不同來源搜索信息的時間。我們的用戶將其視為用於在日常運營中提供參考的核心「業務工具」。其主要包括(i) 全面的醫療產品製造商概況，顯示公司的基本信息、年報(如適用)、已推出藥物、競爭力、研發佈局及進度跟蹤；(ii) 藥物全生命周期概況，涵蓋發現、受理審評及上市；(iii) 藥物的歷史定位信息和廣告佈局；(iv) 藥物的歷史銷售額及按類別、品牌、療效及製造商劃分的相應排名；(v) 機關競標信息；及(vi) 最新的相關政府政策。

CHIS亦幫助用戶(尤其是醫療產品製造商)對市場上具有類似療效的藥物進行評估，從而調整他們的藥物開發或分銷策略，在競爭中保持領先地位。用戶可快速獲取有關

業 務

特定藥物替代品在以下方面的信息：市場准入(如價格、保險利益)、藥理學(如適應症、療效)、供需(如從事開發或銷售該藥物的醫療產品製造商數量)、臨床證據(如臨床試驗過程)及市場滲透率(如集中度、按名稱和類別劃分的市場份額)。

多年來我們不斷升級CHIS以提高其效率及功能。截至2021年12月31日止年度，我們有80名CHIS客戶，其中67名為醫療產品製造商。

CHIS支持電腦桌面版本和H5移動版本，使用戶能夠隨時隨地訪問我們的數據洞察。有關展示我們CHIS主要界面的圖表，請參閱本文件附錄六「有關我們SaaS產品的主要界面說明—智慧決策雲—CHIS」。

瓊西

瓊西主要根據消費者描繪分析提供數據洞察。其透過三個主要功能(即行業概覽、按醫藥類別劃分的數據洞察及按品牌劃分的數據洞察)支持醫療產品製造商獲得最新藥品零售表現的市場資料。透過瓊西，用戶能整體洞察藥品市場的銷售表現，並提煉特定藥品類別或品牌的市場表現及消費者特徵，從而優化與特定產品類別的零售分銷及發展有關的決策。

與CHIS(主要提供藥品相關信息的分析)相比，通過瓊西提供的數據洞察更加著重從消費者描繪角度按類別及品牌分析藥品零售表現。瓊西依賴基於每筆零售交易的大量藥店零售數據的真實零售樣本以及通過SIC收集的去識別化會員信息。我們在分析中將數據輸入關鍵指標標記為維度，包括消費者描繪(如年齡、消費習慣、消費力和偏好)、交易時間、地理位置(如地區、省級、市級)、所購買的產品類型(如名稱、原產地、劑型、分類以及適應症)以及藥店規模(如按年或月銷量計算的規模水平)。於最後實際可行日期，瓊西能夠根據其三個主要功能，在超過70個數據維度內提供100個類別以上的數據洞察。

用戶通過瓊西按標籤對數據洞察進行分類。具體而言，用戶可(i)通過於性別、年齡組別及偏好方面比較消費者描繪物色目標市場；(ii)通過於購買頻率、復購率、購買金額、每個產品的價格方面細化消費者行為，評估產品滲透及優化營銷策略；及(iii)通過了解通常一起購買的類別或品牌中的粘性物色營銷機會。

截至2021年12月31日止年度，我們有29名瓊西客戶，其中28名為醫療產品製造商。憑藉其數據模塊，我們旨在將其瓊西發展為健康產業內最具影響力的消費者洞察及營銷平台。

有關展示我們瓊西主要界面的說明，請參閱本文件附錄六「有關我們SaaS產品的主要界面說明—智慧決策雲—瓊西」。

業 務

藥店通

藥店通主要根據藥店信息分析提供數據洞察。我們的藥店通支持醫療產品製造商了解藥店的零售市場趨勢、規模、潛力及地理網絡圖。透過藥店通，用戶能夠按地區查詢藥店的數量及市場潛力，並搜索各藥店的店舖地理位置，以及按店舖類別、市場潛力及位置查看店舖佈局，從而優化與銷售渠道選擇、促銷渠道選擇及營銷效果監控有關的決策。

於最後實際可行日期，根據艾瑞諮詢報告，我們的藥店通是健康產業唯一一個提供中國整個藥店市場數據洞察的雲端SaaS產品，詳細信息級別可具體至每個藥店。可通過藥店通獲得的數據洞察不包括藥店的商業秘密(如某藥店的收入和銷售成本)或消費者的隱私和機密信息。

藥店通有四大特色功能，包括(i)通過展示全國藥店數量、全國／地區佈局、排名前10的連鎖藥店企業和多維排名，對全國的藥店進行概述；(ii)零售市場概述，包括分析市場趨勢、機遇和挑戰以及零售市場佈局；(iii)主要連鎖藥店概述，包括對各大連鎖藥店的門店分佈、市場潛力及特徵分析；及(iv)繪製藥店位置的地圖。

截至2021年12月31日止年度，我們有53名藥店通客戶，其中49名客戶為醫療產品製造商。憑藉我們的數據模塊，我們旨在將其藥店通發展為健康產業內最具影響力的零售渠道管理平台。

有關展示我們藥店通的主要界面說明，請參閱本文件附錄六「有關我們SaaS產品的主要界面說明－智慧零售雲－藥店通」。

操作流程

提供我們的智慧決策雲所涉及的主要步驟如下：

- **產品試用**。我們的潛在客戶可在購買我們的智慧決策雲產品之前一定期間發起產品試用。
- **確認訂閱套餐**。我們在試用體驗滿意的情況下與我們的潛在客戶確認訂閱。
- **簽署委聘合約**。在潛在客戶接受我們的訂閱建議和費用後，我們便會準備即將簽署的合約。
- **交付正式用戶賬號和技術援助**。我們將根據合約向客戶交付正式用戶賬號。我們亦會根據需要提供必要的技術援助。

業 務

收費模式

我們的智慧決策雲產品通常按每年訂閱收費，可以完全或按預先確定的部分查閱我們的數據洞察及功能。我們會根據訂閱套餐免費提供附加產品，如全國採購行為洞察報告和全國年度品牌營業額數據洞察報告。智慧決策雲客戶在訂閱期間支付預定費用。於往績記錄期間，我們通常：(i)就我們CHIS的每個用戶賬戶收取年度訂閱費用約人民幣80,000元至人民幣300,000元（視乎訪問範圍而定）；(ii)就我們瓏西的每個用戶賬戶收取年度訂閱費用每個藥品類別約人民幣360,000元，而我們的客戶可能要求覆蓋超過一個產品類別；及(iii)就我們藥店通的每個用戶賬戶收取年度訂閱費用約人民幣80,000元。對於我們的CHIS、瓏西及藥店通，客戶可能要求超過一個用戶賬戶，以便於其多個團隊使用我們的產品。同期，我們就每單個產品向客戶收取的每年訂閱費用總額一般介乎約人民幣80,000元至超過人民幣1百萬元，視乎所需的用戶賬戶數目、購買的產品及訪問範圍而定。智慧決策雲所得收入自激活用戶賬戶及滿足其他收入確認標準的時間點開始以直線法於授出用戶期間確認。請參閱本文件「財務資料—重大會計政策—收入確認—客戶合約收入—(c) SaaS產品」。

與我們的智慧決策雲客戶訂立的安排主要條款

根據有關提供智慧決策雲的合約，我們為客戶提供我們的智慧決策雲產品的訪問權限，並負責所交付系統的開發和維護以及技術支持。我們為我們的智慧決策雲產品收取年度訂閱費。我們受保密義務約束。我們亦須確保我們的智慧決策雲產品的交付符合相關的知識產權法律和法規，且不侵犯第三方的知識產權。除其工作人員外，我們的客戶不得向其他方出售、租賃、轉讓或授予智慧決策雲產品的訪問權限。於往績記錄期間，我們的合約期限通常為一年。我們亦就產品試用訂立為期一個月內的合約。

智慧零售雲

於最後實際可行日期，我們的智慧零售雲產品僅包括SIC，其為一個店舖及零售管理軟件並協助零售藥店改善專業服務、客戶服務效率及內部管理水平。SIC由我們大數據及人工智能技術所支持，為我們的客戶提供有價值的零售數據洞察，以及高效的客戶關係及店舖管理。

我們的SIC是我們業務模式的重要驅動力。根據我們的SIC服務協議，我們部分從SIC用戶獲得數據，包括店舖位置及存貨、零售數據及去標識化的店舖會員信息。我們不會透過SIC收集任何與藥店向店舖會員提供的客服服務有關的信息。請參閱本節「我們的技術及大數據—大數據—數據源和數據採集」。

業 務

在往績記錄期間，我們的SIC用戶毋須向我們支付安裝和基本服務訂閱費。我們的客戶可能需要定制的附加服務，例如(i)類別管理功能，使藥店可以產生店內銷售結構報告，監察店內及整體存貨，以及進行採購及促銷管理；(ii)自動營銷功能，其中包括向店舖會員發送回購提醒、促銷券及其他會員優惠通知；及(iii)現場培訓，需要額外的服務費。我們認為，我們的SIC運營對於奠定大數據基礎和建立廣泛的客戶網絡具有重要戰略意義。我們的SIC授權系統由三個端口組成，即為零售藥店總部安裝的連接至各店舖銷售系統的基於網絡的後端控制端口、面向藥店員工的移動應用，以及藥店通過微信設立的面向其消費者的線上公眾號。於最後實際可行日期，已有(i)約192,400名藥店員工註冊為SIC移動應用程序用戶，彼等通過SIC移動應用程序對約231百萬名消費者進行會員管理；(ii)自最後實際可行日期前30日內，約有43,100名活躍藥店員工使用我們的SIC移動應用程序；(iii)自最後實際可行日期前90日內，約有27百萬名由藥店通過我們的SIC管理的活躍消費者於我們的合作藥店的門店進行購買。於最後實際可行日期，1,257家零售藥店安裝了SIC及63,234家藥店通過彼等自身的銷售系統連接至我們的SIC端口。

我們SIC後端控制端口與我們相連並令零售藥店可管理及監控SIC的所有主要功能，通過連接至後端控制端口的移動應用及線上公眾號提供協助。SIC的主要功能和特色包括：

- **會員和自動營銷管理。**SIC能夠實現會員管理數字化。線上公眾號為會員提供電子會員功能。消費者通過藥店的線上公眾號內嵌的一鍵會員註冊功能成為會員後，消費者年齡、性別、歷史購物記錄、購物習慣、購物頻次等資料可在後端控制端口上查詢。藥店能夠跟蹤整體會員註冊、會員信息、會員滿意度及在線跟踪，以及根據其購買頻率識別會員忠誠度和會員活躍程度，從而了解會員需求及優化銷售策略。此外，藥店員工可了解店內會員及根據總部層面藥店授予的訪問權限通過移動應用監控其消費者的購物行為及歷史，從而了解彼等的銷售潛力。SIC亦提供定制營銷功能作為附加服務，包括回購提醒、促銷優惠券及其他會員特權通知，而通知將被設置在後端控制端口上，並通過線上公眾號向彼等的會員發送。

業 務

- **門店管理**。我們的SIC通過設置訪問權限、派遣人員分配和監控日常運營數據，使藥店能夠管理其門店及藥店員工，例如新會員數量、銷售收入、門店業績、員工業績及通過後端控制面板的促銷效果。相應地藥店員工可在移動應用上查看人員分配或銷售指標詳情，並及時跟蹤銷售目標進展。此外，我們通過後端控制端口按需求提供類別管理功能，作為附加服務，令藥店更加清楚及詳細地了解彼等每個門店的店內銷售表現。具體而言，通過SIC類別管理，藥店可根據毛利率及相關指標分析，形成店內銷售結構報告，監控店內及整體存貨，進行採購及促銷管理，以便識別可推動溢利的藥物類別，了解供需不平衡情況，並及時採取響應行動。
- **數據洞察**。數據洞察為我們的SIC用戶增加價值。通過後端控制端口，藥店在獲得授權下可接入我們的數據洞察，令彼等有效地檢索有關市況和機會的信息。我們的數據洞察涵蓋：(i)產品層面，每個門店藥物或每季度零售銷售表現概述及每個門店周邊區域內市場整體表現(如可查閱的平均藥物銷售金額及藥物類別數量的波動)；及(ii)會員層面，會員情況標籤、會員消費能力、會員營銷效果、會員變化趨勢。
- **培訓**。與在我們數據洞察解決方案下為我們醫療產品製造商客戶提供的培訓服務(為我們的醫療產品製造商客戶定制)相比，在SIC下的培訓服務主要旨在幫助藥店提高其店內員工的銷售技能，並通過SIC移動應用作為在線培訓課程定期交付。該等培訓服務與門店管理職能有關，通過該等服務，藥店可要求店內員工在移動應用上完成相關任務並跟蹤彼等的培訓進展及效果。於最後實際可行日期，我們已透過中國領先線上視頻平台在我們的移動應用程序上推出逾千個專有在線培訓課程，其中包括預先錄製的培訓視頻及詳細的培訓文章，涵蓋疾病、店舖管理技巧及銷售和市場營銷技巧。此外，我們亦為SIC用戶提供現場培訓作為附加服務，通過SIC功能的應用為彼等提供指導，提供可以結合藥店日常營運的特點，在使用為彼等業務狀況量身定制的SIC中提供有效及高效的方法。

業 務

我們於2021年5月完成收購廣州嘉思。廣州嘉思於2021年3月取得ICP許可證，並擬主要從事為零售藥店(作為商家)提供基於網絡的線上市場平台，涉及智慧零售雲下的增值電信業務服務。請參閱本文件「歷史、重組及公司架構—收購廣州嘉思」。我們預計未來更多產品可在智慧零售雲下提供。

操作流程

SIC的操作流程與智慧決策雲類似。請參閱本節中的「我們的業務分部—SaaS—智慧決策雲—操作流程」。

收費模式

於往績記錄期間，我們的SIC用戶毋須支付安裝及基本服務訂閱費。我們的SIC用戶僅須支付定制附加服務(如類別管理、自動營銷功能及現場培訓)訂閱費。展望未來，當我們推出升級版SIC時(預計將於2023年)，我們可能會考慮向我們的SIC用戶收取安裝及基本服務訂閱費。

SIC服務協議下的安排的主要條款

根據SIC服務協議，該協議將在我們的SIC用戶登錄我們的SIC後端控制端口時勾選複選框接受後立即生效。我們可能會修改及/或調整我們的服務條款，並就我們的SIC後端控制端口發佈相關公告。根據SIC服務協議，(i)有關變動將在我們SIC的後端控制端口發佈後立即生效，並無需單獨向每個用戶發出任何其他通知；(ii)倘用戶不同意相關變動，用戶可立即停止使用我們的SIC；及(iii)用戶繼續使用我們的SIC即被視為對相關變動並無異議。由於上述安排並無違反中國的強制性法律及法規，故我們的中國法律顧問認為，對SIC服務協議的服務條款作出的修改將於緊隨SIC後端控制端口發佈後生效及適用於我們的SIC用戶。

我們客戶可用的數字工具可能根據訂閱情況而不同。用戶可通過我們的網站申請SIC賬號，同時會默認生成移動應用賬號。我們擁有SIC賬號，而我們的用戶有權使用我們的SIC賬號。除非根據合約另有協定及規定，否則我們擁有我們服務範圍內產品、技術、軟件、數據及其他資料的知識產權。

根據SIC服務協議，我們可收集、管理及分析從我們的SIC用戶收集的零售及其他數據。我們獲准處理相關數據並受到嚴格保密約束。我們可分析、使用及開發所獲得的數據，而不被視為違反保密規定。我們可不經另行通知而隨時暫停或終止服務。倘客戶違反協議或未能支付服務款項，我們亦可要求用戶作出賠償。鑒於(i)我們的SIC

業 務

用戶將數據導入我們的數據庫前已對數據進行去標識化，即刪除或加密數據中包含的個人信息；及(ii) SIC用戶已通過接受SIC服務協議確認彼等有權在未經第三方同意的情況下提供數據，我們的中國法律顧問認為，通過簽立SIC服務協議收集、管理及分析從SIC用戶收集的數據並無違反中國的強制性法律及法規。

智慧健康管理雲

於最後實際可行日期，我們的智慧健康管理雲指我們的AI-MDT能力，在人工智能技術的支持下，提供深度體檢報告分析及後續健康管理計劃。我們的AI-MDT服務主要關注疾病篩查與預防、亞健康干預及慢性病管理。我們AI-MDT服務的目標終端用戶包括(i)接受年度體檢的個人；(ii)需要更經常進行體檢及／或醫療評估的老年人；及(iii)需要定期隨訪諮詢、風險評估、藥物警告和治療的慢性病患者。我們尋求與我們目標客戶(包括體檢機構及醫療服務機構)的各種合作機會，以使目標客戶可獲得AI-MDT服務。

我們的體檢報告分析說明指標的數值涵義，識別慢性病風險及提供健康管理解決方案，而我們的患者端小程序透過在線隨訪幫助慢性病前期患者管理其生活方式。其得到我們的專業團隊基於對已刊發的臨床指引的解讀及分析(經不時更新)創建的以循證醫學和生物醫學為基礎的知識圖譜的支持，而我們的專業團隊成員擁有醫學或計算機科學專業知識。以循證醫學為基礎的知識圖譜包括疾病圖、臨床路徑圖、藥物圖等，而生物醫學知識圖譜涵蓋基因圖、生物靶向圖等。我們將各種知識圖譜輸入至深度學習程序中，通過該程序，各種疾病自動與AI-MDT項下相應的健康指標、症狀、診斷術語、治療或日常護理建議等相關聯。此外，我們的深度學習程序可使AI-MDT跟蹤用戶健康指標的變化，並及時調整醫學及健康建議。目前，我們主要通過體檢機構向目標用戶提供我們的AI-MDT服務，而該等機構購買我們的AI-MDT以向彼等的體檢客戶提供附加服務。用戶可以通過機構部署且與我們的AI-MDT服務相連的平台獲得我們的AI-MDT服務。

我們的AI-MDT為用戶生成定制的醫療報告，當中包含飲食、健康、睡眠、醫療等方面的健康風險分析、健康管理目標及醫療建議。該等報告以體檢機構輸入的彼等醫療體檢結果的關鍵指標及用戶提供的生活方式信息(例如飲食及運動)為基礎。通過上文所披露我們的知識圖譜及深度學習程序，我們可高效地為眾多用戶提供定制的診斷

業 務

體驗，即識別慢性病風險及根據個人的健康指標及生活方式提供健康管理解決方案。我們的AI-MDT提供在線隨訪及健康管理方案實施並自動定期提醒醫生進行在線隨訪並提供評估。

收費模式

對於我們的AI-MDT，我們為API提供基於使用情況的訂閱，且以預定結構和格式對API進行預先編程。於往績記錄期間，視乎每月適用最低使用量門檻，我們就每次使用基礎AI-MDT版本收取的費用介乎人民幣10元至人民幣15元，以鼓勵我們的客戶吸引更多的用戶。因此，我們的基本AI-MDT服務需求越大，就每次使用收取的費用越低。我們的智慧健康管理雲所得收入主要在提供API使用權和為用戶生成報告的時間點確認。請參閱本文件「財務資料—重大會計政策—收入確認—客戶合約收入—(c) SaaS產品」。

與我們的AI-MDT客戶所訂立安排的主要條款

於往績記錄期間，我們已與中國最大的私營體檢機構(根據艾瑞諮詢報告，以收入及體檢機構數量計)訂立為期十年的合作協議，以及與一家互聯網醫院及一家數據公司建立了合作關係，以提供AI-MDT服務。該等協議的主要條款概要載列如下：

- **期限**。除雙方協議在較早日期終止外，合約有效期為十年。
- **發票及付款**。我們會將月結單送至客戶，供交叉檢查。經客戶確認，我們將出具月賬單。客戶應在收到月賬單後某個期限內向我們付款。
- **數據安全性**。客戶負責向服務接受者收集：(i)個人信息；及(ii)個人健康信息。我們並無在我們的服務器上收集或儲存來自客戶的患者個人信息及醫療記錄。
- **知識產權**。我們擁有AI-MDT的知識產權，並對因我們侵犯第三方的知識產權而引起的索賠給客戶造成的損失負責。

根據與客戶訂立的協議，(i)我們不會對醫療報告中包含的分析及建議的不準確性負責；(ii)醫療報告乃由我們的客戶交付予最終用戶，並經彼等內部審閱或批准；及(iii)我們主要負責為客戶基於我們的AI-MDT向其最終用戶提供相關服務提供技術支持。

業 務

就於我們AI-MDT服務期間採集若干摘錄自體檢報告的信息而言，(i)我們獲我們的AI-MDT客戶委託處理向彼等採集的相關資料，即摘錄自個人體檢報告的去標識化數據；(ii)我們嚴格按照我們與我們的AI-MDT客戶訂立的協議中訂明的目的及方法處理去標識化數據；及(iii)我們不會將該等數據用於有關協議中未協定的任何其他目的或未經相關AI-MDT客戶授權而向任何第三方提供有關數據。基於上文所述，我們的中國法律顧問確認，我們自我們的AI-MDT客戶所提供的體檢報告採集信息於所有重大方面遵守《信息安全技術—個人信息安全規範》及個人信息保護法。

與我們的醫療從業者所訂立協議的主要條款

於往績記錄期間，我們與多名作為專家的醫療從業者訂立合作協議，以提供整體諮詢，旨在支持我們的AI-MDT服務。該等協議的主要條款概要載列如下：

- **條款。**我們的醫療從業者負責(i)就升級我們的AI-MDT提供專業諮詢指引；及(ii)監督已生成的我們的AI-MDT體檢報告分析。
- **薪酬。**向醫療從業者支付的費用一般基於按協議規定審閱的體檢報告分析數目。一般而言，我們就每份報告支付人民幣2元至人民幣5元，視乎醫療從業者的經驗而定。就提供一般諮詢的醫療從業者而言，我們通常就全部已完成工作支付固定費用，而非根據報告數目計算費用。
- **知識產權。**我們擁有履行合約過程中所有工作的知識產權。未經我們同意，我們的醫療從業者不得於任何資料來源刊發有關其服務內容的文章或論文。

智慧醫療雲

我們的智慧醫療雲旨在通過提供應用軟件為醫療服務機構及公共衛生機構提供一站式醫療解決方案。其旨在結合線上和線下資源，支持從預約、諮詢、診斷、治療到隨訪、病歷管理與分析、藥物和醫療器械評估、症狀檢測及公共衛生監測到公共衛生教育的整個醫療過程。於最後實際可行日期，我們的智慧醫療雲正處於研發過程中，我們已經完成全部項目約50%。已完成的部分包括已投入使用的卓睦鳥診所及互聯網醫院SaaS產品的若干模塊，主要涵蓋通過網絡應用程序及相關的移動應用程序及／或小程序提供的面向我們的客戶及其患者的醫療預約管理、遠程醫療會診、可能的疾病預測、電子處方開具及藥品配送安排等服務模塊。在提供服務期間，我們並無在我們的服務器上收集或儲存客戶患者的任何信息。

業 務

於最後實際可行日期，我們已經與四個潛在的互聯網醫院營運商合作，為使其獲得互聯網醫院營運許可證協助其進行互聯網醫院建設，這是我們最初嘗試使這些模塊商業化的一部分。與潛在互聯網醫院營運商合作的主要條款概要載列如下：

- **服務範圍**。我們於設計、開發及安裝與所需服務模塊有關的軟件(涵蓋分別面向我們的客戶及其患者的網絡應用程序及相關的移動應用程序及/或小程序)方面提供服務。
- **付款安排**。我們的費用一般根據開發進度分期支付。
- **期限**。於往績記錄期間，我們的合約通常就我們的軟件交付訂有約一個月至三個月期限，連同約一年至五年的服務維護期(如適用)。

關於我們智慧醫療雲的研發和商業計劃的更多詳情，請參閱本節中的「一研發」。

收費模式

我們的智慧醫療雲於2021年開始產生收入。我們按項目基準向智慧醫療雲客戶收費，並經參考：(i)建設的服務模塊；及(ii)提供的相關技術及服務。於往績記錄期間，我們就智慧醫療雲收取的費用一般介乎每份合約人民幣100,000元至人民幣250,000元，視乎服務範圍而定。智慧醫療雲產生的收入於應用軟件交付並獲客戶接納的時間點確認。請參閱本文件「財務資料—經營業績主要組成部分的描述—收入—SaaS」。

我們的客戶

我們的解決方案和產品廣泛應用於健康產業。我們已經開發廣泛的客戶群，其中覆蓋醫療產業鏈的關鍵利益相關者，包括醫療產品製造商、藥店、體檢機構、投資機構、監管機構、醫療服務機構及保險公司。我們認為，我們吸引和留住客戶的能力取決於我們開發和提供滿足客戶需求的特定行業特性和解決方案的能力。

截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們分別擁有630名、702名及918名企業級客戶。於往績記錄期間，我們逾99.9%的收入來自企業級客戶。我們不斷加強自身能力，不斷根據市場趨勢推出新的解決方案和產品，不斷改善我們的解決方案和服務質量，不斷提升客戶服務和信譽，進而留住我們的客戶。截至2020年及2021年12月31日止年度，304名及426名企業級客戶為復購客戶。同期，自該等復購客戶產生的收入分別約為人民幣165.7百萬元及人民幣262.0百萬元，分別佔同期總收入約82.0%及80.8%。

業 務

通常我們給予客戶7至120天的信用期限。根據該等客戶的財務狀況、過往經歷、與本公司的業務關係等因素評估其信用質量。鑒於我們應收客戶賬款的良好收款記錄，我們的管理層認為我們的未償還貿易應收款項餘額的固有信貸風險並不大。請參閱本文件「財務資料—財務風險披露—信貸風險」。我們通常不會與客戶訂立長期框架協議，且來自現有客戶的大部分收入按逐個項目、一次性或年度基準產生。

前五大客戶

截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們的前五大客戶為我們帶來的收入分別約為人民幣42.3百萬元、人民幣47.8百萬元及人民幣71.7百萬元，佔我們同期總收入約23.7%、23.6%及22.1%。我們於往績記錄期間各年度的最大客戶為我們帶來的收入分別約為人民幣10.0百萬元、人民幣14.0百萬元及人民幣20.5百萬元，約佔我們同期總收入的5.6%、6.9%及6.3%。董事確認，於往績記錄期間，我們的董事、彼等各自的聯繫人或任何股東(據董事所知，該等股東擁有本公司已發行股本的5%或以上)在我們的前五大客戶中均未持有任何權益。

下表列出於往績記錄期間我們的前五大客戶的若干詳情。

截至2019年12月31日止年度

排名	客戶集團	分部	主要業務	開始業務 關係的年份	收入貢獻	收入貢獻
					人民幣千元	百分比
1	客戶A.....	數據驅動發佈及活動	於健康產業中從事藥品的投資、運營、批發分銷及零售的中國公司	2010年	10,001	5.6
2	客戶B.....	數據洞察解決方案、數據驅動發佈及活動和SaaS	從事多項業務的中國企業集團，包括消費產品、健康、城市建設及運營、能源服務以及技術及金融	2011年	9,729	5.5
3	客戶C.....	數據洞察解決方案、數據驅動發佈及活動和SaaS	從事藥品研發、生產及銷售的中國公司	2017年	9,328	5.2

業 務

排名	客戶集團	分部	主要業務	開始業務 關係的年份	收入貢獻	收入貢獻 百分比
					人民幣千元	%
4	客戶D.....	數據洞察解決方案和 數據驅動發佈及 活動	從事生產及加工各種營 養及治療產品以及藥 物的跨國製藥及健康 公司	2011年	6,648	3.7
5	客戶E.....	數據洞察解決方案和 數據驅動發佈及 活動	從事化學原料及生物化 學以及生物產品、傳 統中藥及抗生素原料 的生產及零售的中國 公司	2016年	6,575	3.7
合計					<u>42,281</u>	<u>23.7</u>

截至2020年12月31日止年度

排名	客戶集團	分部	主要業務	開始業務 關係的年份	收入貢獻	收入貢獻 百分比
					人民幣千元	%
1	客戶F.....	數據洞察解決方案、 數據驅動發佈及 活動和SaaS	從事各種化學原材料及 生物製品生產及加 工、藥品進出口、藥 物及食品批發以及醫 療設備銷售的跨國製 藥公司	2010年	14,004	6.9
2	客戶B.....	數據洞察解決方案、 數據驅動發佈及 活動和SaaS	從事多項業務的中國企 業集團，包括消費產 品、健康、城市建設 及運營、能源服務以 及技術及金融	2011年	10,847	5.4
3	客戶C.....	數據洞察解決方案和 數據驅動發佈及 活動	從事藥品研發、生產及 銷售的中國公司	2017年	8,353	4.1

業 務

排名	客戶集團	分部	主要業務	開始業務 關係的年份	收入貢獻	收入貢獻 百分比
					人民幣千元	%
4	客戶G.....	數據洞察解決方案、 數據驅動發佈及 活動和SaaS	從事研發、生產及加工 各種疾病的藥物及其 他藥物的跨國製藥 公司	2016年	7,729	3.8
5	客戶D.....	數據洞察解決方案和 數據驅動發佈及 活動	從事生產及加工各種營 養及治療產品以及藥 物的跨國製藥及健康 公司	2011年	6,868	3.4
合計					<u>47,801</u>	<u>23.6</u>

截至2021年12月31日止年度

排名	客戶集團	分部	主要業務	開始業務 關係的年份	收入貢獻	收入貢獻 百分比
					人民幣千元	%
1	客戶A.....	數據洞察解決方案、 數據驅動發佈及 活動和SaaS	於健康產業中從事藥品 的投資、運營、批發 分銷及零售的中國公 司	2010年	20,494	6.3%
2	客戶B.....	數據洞察解決方案、 數據驅動發佈及 活動和SaaS	從事多項業務的中國企 業集團，包括消費產 品、健康、城市建設 及運營、能源服務以 及技術及金融	2011年	15,652	4.8%
3	客戶F.....	數據洞察解決方案、 數據驅動發佈及 活動和SaaS	從事各種化學原材料及 生物製品生產及加 工、藥品進出口、藥 物及食品批發以及醫 療設備銷售的跨國製 藥公司	2010年	13,651	4.2%

業 務

排名	客戶集團	分部	主要業務	開始業務 關係的年份	收入貢獻	收入貢獻
					人民幣千元	百分比
4	客戶H.....	數據洞察解決方案和 數據驅動發佈及 活動	從事醫藥、生物及其他 相關項目的投資及運 營、創新醫藥產品及 高新技術研發的跨國 製藥及健康公司	2016年	11,628	3.6%
5	客戶D.....	數據洞察解決方案、 數據驅動發佈及 活動和SaaS	從事生產及加工各種營 養及治療產品以及藥 物的跨國製藥及健康 公司	2011年	10,266	3.2%
合計					<u>71,691</u>	<u>22.1%</u>

附註：

- (1) 於往績記錄期間，我們向客戶集團內的多間實體提供服務及與彼等簽訂協議。排名乃基於來自客戶集團內的實體之收入。

我們的銷售和營銷

通過線上線下營銷、品牌推廣、交叉營銷、產業活動等多種銷售與營銷手段的結合，我們在健康產業塑造了強大的品牌及龐大的客戶群。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們的銷售及分銷開支分別約為人民幣10.7百萬元、人民幣14.8百萬元及人民幣24.8百萬元，約佔我們同期總收入的6.0%、7.3%及7.6%。我們截至2021年12月31日止年度的銷售及分銷開支增加乃主要由於擴大我們的銷售及營銷團隊，以推廣我們的SaaS產品。請參閱本文件「財務資料—經營業績主要組成部分的描述—銷售及分銷開支」。一般而言，我們的銷售及分銷開支處於相對較低的水平，很大程度上是因為我們在健康產業中良好的聲譽以及我們的健康產業參與者網絡的出色能力。我們認為是口碑推動了我們新客戶的增長。我們亦以直接和間接的方式向現有和潛在的客戶交叉銷售我們的解決方案和產品。

業 務

直接銷售和市場營銷

我們主要通過我們的內部銷售和營銷團隊來推銷我們的解決方案和產品。於最後實際可行日期，我們的銷售和營銷團隊由89名員工組成，他們負責開發、支持和維護我們與客戶的關係，銷售和推廣我們的解決方案和產品。我們認為，我們的銷售和營銷團隊非常熟悉我們產品的特點、行業知識和技術訣竅，並且有能力識別我們客戶的需求。

我們通過我們的媒體渠道、官方網站及產業活動進行營銷活動。我們亦在營銷活動中與名人／關鍵意見領袖合作，將我們的品牌、解決方案和產品嵌入直播中。憑藉這些多元化的渠道，我們相信我們能有效地提升品牌知名度並吸引新客戶。

交叉銷售

通過為客戶提供綜合全面的解決方案和產品，我們在三個業務分部中進行交叉銷售處於有利地位，這補充直接銷售和市場營銷。我們通過各種方式向現有客戶和新客戶交叉銷售我們的解決方案和產品，如直接銷售和市場營銷、口碑、媒體和其他傳統營銷手段，旨在向客戶介紹我們的能力和我們獨特的價值主張。我們認為，基於我們經過驗證的往績記錄，我們已經贏得客戶的信任和忠誠，這將使我們能高效利用協同效應並使我們的收入流多樣化。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，(i)我們約14.9%、17.1%及16.7%的企業級客戶使用了我們多個業務分部的解決方案和產品，我們向該等客戶作出的銷售佔我們同期總收入約66.6%、65.6%及72.6%；及(ii)我們就收入而言最大的100家企業級客戶中約有58.0%、68.0%及75.0%使用了我們多個業務分部的解決方案和產品。

我們的每個業務分部都有其獨特的特點和定價策略。例如，我們的數據洞察解決方案是為解決特定問題而量身定制的，並可提供可執行的數據洞察，這種數據洞察不僅關注過去的模式和狀態，亦提供背後原因的邏輯分析和行動建議。相比之下，我們的SaaS可提供標準化的數據分析集，並經常進行更新。如果SaaS客戶需要定制的可執行數據洞察，我們就能交叉銷售數據洞察解決方案。

客戶支持、服務和教育

我們以客戶為中心。我們所建立的企業文化專注於持續為我們的客戶增加價值，並確保他們獲得業務成功和滿意。我們可提供技術支持、現場專業服務和教育內容，進而確保我們的客戶從我們的解決方案和產品中獲得最大收益：

- **技術援助。**我們通過我們龐大且經驗豐富的技術支持團隊提供技術援助。我們的合約範圍亦包括提供定期系統維護和持續功能完善服務，相關費用已包含在訂閱費中。

業 務

- **現場專業服務**。利用我們的數據洞察解決方案，我們可根據客戶的需求，面對面為他們提供諮詢服務。作為正式程序的一部分，我們在內部以及客戶關係生命週期內定期監測客戶滿意度，包括從銷售到實施的過渡期間，在實施項目的完成期間，以及在與客戶互動的基礎上持續監測客戶滿意度。
- **教育內容**。我們的專有教育內容發佈在我們的媒體渠道上，使客戶能夠及時便捷地掌握最新市場趨勢和一般專業知識。

我們的供應商

我們的供應商主要包括：(i)為我們提供數據並向我們收取費用的若干合作藥店。關於我們與合作藥店的數據合作安排的更多信息，請參閱本節中的「我們的技術及大數據 — 大數據 — 數據源和數據採集」；(ii)我們的軟件和硬件供應商。我們一般與我們的軟件和硬件供應商簽訂有效期為12個月的合約；(iii)(就我們的數據驅動發佈及活動而言)提供住宿、交通和活動組織服務的酒店、旅行社和專業服務供應商；及(iv)(就數據洞察解決方案而言)廣告代理服務供應商。我們通常與供應商就數據驅動發佈及活動訂立一次性採購合約。我們的採購合約通常會載列價格、工作範圍和質量、數量要求，視乎所提供服務的性質而定。於最後實際可行日期，我們尚未與供應商訂立任何長期協議。我們通常就商品或服務質量和數量設有詳盡和具體的標準，例如提供的酒店房間和配套設施的數量和等級，為服務預留的巴士及餐飲標準。商品或服務的價格主要取決於採購項目的類型和活動規模。我們通常會在收到供應商開具的發票之日後14至60天內全額付款。

於往績記錄期間，我們的部分合作藥店透過CMH合作協議亦為我們的客戶。我們從這些客戶獲得的原始數據主要與藥店的銷售信息有關，並且我們為彼等提供我們的醫療產品零售報告。請參閱本節的「我們的技術及大數據 — 大數據 — 數據源和數據採集」。這種重疊安排是為了實現信息和數據的合作與共享。我們持續需要大量原始數據，以豐富我們的數據資源。於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們透過CMH合作協議從該等客戶產生的收入分別約為人民幣1.3百萬元、人民幣1.3百萬元及人民幣2.6百萬元，而我們來自該等客戶的購買分別約為人民幣1.3百萬元、人民幣1.3百萬元及人民幣2.7百萬元，指我們就彼等的每月零售數據所支付的費用。此外，我們部分合作藥店於往績記錄期間亦向我們採購金額不重大的其他解決方案及產品。同期，該等重疊客戶及供應商應佔的毛利分別約為人民幣185,000元、人民幣889,000元及人民幣789,000元，而歸因於彼等的毛利率則分別為12.2%、40.0%及22.8%。

業 務

我們將按照我們內部關於供應商選擇和管理的政策來篩選供應商和服務供應商。我們在選擇首選供應商和服務供應商時，會考慮多種因素，如產品或服務質量和技術能力、價格競爭力、過往業績和行業聲譽，以及任何質量認證或健康、安全和環境資質。除我們的合作藥店外，供應商和服務供應商必須首先通過初步資格評估，這種評估一般包括資格認可和認證。完成初步評估後，我們將派遣工作人員根據約定的合約條款監督及／或檢查供應商的業績，只有在供應商通過質量檢查並提供所需的質量證明(如適用)之後，我們才接受其產品或服務。我們一般要求供應商和服務供應商提供售後服務以及產品保修服務。

我們一般通過競爭性談判來確定我們的供應商和服務供應商，而不保留少數首選供應商和服務供應商。我們相信有很多供應來源，因此任何供應商出現違約行為都不會對我們的業務造成重大不利影響。於往績記錄期間，我們與供應商的交易以人民幣計價，因為我們所有的供應商都位於中國。我們一般根據具體的採購訂單與供應商協商確定採購價格和付款方式。

截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們的銷售總成本分別約為人民幣71.7百萬元、人民幣71.9百萬元及人民幣131.5百萬元。於往績記錄期間，我們一般能夠將增加的成本轉嫁給我們的客戶，原因為我們為客戶提供的價值主張以及我們已建立的市場地位。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們沒有因供應商、服務供應商和承包商而出現任何重大產能不足、供應短缺、採購價格波動、運營延遲或中斷情況，亦沒有因供應商、服務供應商和承包商而引起任何重大產品索賠。

前五大供應商

截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們於往績記錄期間的各年度向最大供應商的採購額分別約佔我們總採購額的11.2%、11.6%及11.1%。同期內，我們總計向前五大供應商的採購額分別約佔我們總採購額的36.7%、31.8%及34.7%。截至2021年12月31日止年度，前五大供應商的採購佔比略有提高，乃由於我們擴大商品交易活動並就活動場地及服務產生更多開支。董事確認，於往績記錄期間，我們的董事、彼等各自的聯繫人或任何股東(據董事所知，該等股東擁有本公司已發行股本的5%或以上)在我們的前五大供應商中均未持有任何權益。

業 務

下表載列於往績記錄期間我們的前五大供應商的若干詳情。

截至2019年12月31日止年度

排名	供應商	向我們提供的 產品/服務類型	主要業務	開始業務 關係的年份	已產生 總採購金額 人民幣千元	佔已產生 總採購 金額的 百分比 %
1	供應商A...	活動服務及 場地供應商	從事活動及展覽的策劃、組織及接待、典禮及慶祝服務，以及組織及舉辦大型文化及體育活動的會議及展覽服務公司	2017年	6,610	11.2
2	供應商B...	活動服務及 場地供應商	從事酒店管理、會議展覽服務、活動服務及諮詢、餐飲服務以及銷售酒店用品及旅行用品的公司	2017年	6,569	11.1
3	供應商C...	數據倉庫項目及 其他	從事技術服務及銷售電子產品、數字產品、電腦硬件及軟件的資訊科技基建公司	2019年	3,658	6.2
4	供應商D...	活動服務及 場地供應商	從事活動服務以及 生產及銷售餐飲的 酒店公司	2018年	2,602	4.4
5	供應商E...	旅行社	提供旅遊、運輸、住宿及其他代理服務的旅遊公司	2017年	2,266	3.8
				合計	<u>21,705</u>	<u>36.7</u>

業 務

截至2020年12月31日止年度

排名	供應商	向我們提供的 產品/服務類型	主要業務	開始業務 關係的年份	已產生	佔已產生
					總採購金額	總採購 金額的 百分比
					人民幣千元	%
1	供應商B...	活動服務及 場地供應商	從事酒店管理、會議展覽服 務、活動服務及諮詢、餐 飲服務以及銷售酒店用 品及旅行用品的公司	2017年	6,265	11.6
2	供應商A...	活動服務及場地 供應商以及渠 道活動	從事活動及展覽的策劃、組 織及接待、典禮及慶祝服 務，以及組織及舉辦大型 文化及體育活動的活動 及展覽服務公司	2017年	5,490	10.2
3	供應商D...	活動服務及 場地供應商	從事活動服務以及生產及 銷售餐飲的酒店公司	2018年	2,533	4.7
4	供應商F...	活動服務及 場地供應商	從事餐廳、生產及銷售食品 以及活動服務的酒店公 司	2018年	1,514	2.8
5	供應商G...	活動服務及 場地供應商	從事旅遊業務、活動及展覽 服務、酒店預訂及機票代 理的旅遊公司	2017年	1,359	2.5
				合計	<u>17,161</u>	<u>31.8</u>

業 務

截至2021年12月31日止年度

排名	供應商	向我們提供的 產品/服務類型	主要業務	開始業務 關係的年份	已產生 總採購金額 人民幣千元	佔已產生 總採購 金額的 百分比 %
1	供應商A...	活動服務及場地 供應商	從事活動及展覽的策劃、 組織及接待、典禮及慶祝 服務，以及組織及舉辦 大型文化及體育活動的 活動及展覽服務公司	2017年	11,491	11.1
2	供應商H...	廣告及營銷服務 供應商	從事廣告設計、製作、代理 及發佈，提供廣告及營銷 一體化服務的廣告公司	2021年	7,913	7.7
3	供應商B...	活動服務及場地 供應商	從事酒店管理、會議展覽服 務、活動服務及諮詢、餐 飲服務以及銷售酒店用 品及旅行用品的公司	2017年	7,349	7.1
4	供應商I...	活動服務及場地 供應商	從事提供餐飲服務、住宿服 務、演出場地、體育設施 及娛樂活動的旅遊營運 公司	2021年	5,356	5.2
5	供應商J...	廣告及營銷服務 供應商	從事廣告設計、製作、代理 及發佈，提供營銷、推廣 及相關服務的廣告公司	2021年	3,774	3.7
				合計	<u>35,883</u>	<u>34.7</u>

業 務

研發

我們相信，為創造並完善我們的解決方案及產品而進行的持續研發乃提升我們市場地位的關鍵。我們將很大一部分營運支出用於研發，包括用於改進我們的數據技術以及開發新的解決方案及產品。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們的研發成本分別約為人民幣29.3百萬元、人民幣39.8百萬元及人民幣53.7百萬元，主要與我們的數據及AI技術、SaaS產品及aPaaS基礎設施有關。我們於往績記錄期間的研發成本已支銷。我們已實施研發政策，以管理及優化研發流程。我們要求研發團隊於開始各研發項目前制定具體計劃，並於整個研發過程中進行定期審閱。我們亦要求研發團隊密切合作，以簡化研發項目的交付。

於最後實際可行日期，我們的研發團隊有251名員工，其中約77%取得學士學位，且超過52%具有不少於五年的健康或技術相關行業專業工作經驗。我們的研發團隊成員具有臨床醫學、藥學、流行病學、數據分析、數據科學、機器學習程序、軟件開發、雲計算和項目管理等領域的專業知識。

我們的研發團隊負責的項目涉及雲計算和信息開發技術、AI技術和大數據技術。我們的大數據及AI實驗室包括(i)我們的AI技術團隊，專注於機器學習、數據分析、知識圖譜、自然語言處理、計算機視覺和預測建模；及(ii)我們的數據技術團隊，主要負責數據倉庫、數據清洗和標準化技術，以及數據管理和安全。另一個研發團隊專注於雲計算和信息開發技術，主要利用雲技術增強我們的數據存儲能力和數據處理能力。

我們亦成立了一個由吳先生、蘇先生及唐先生組成的專業委員會，負責監督產品和技術的研發方向，評估研發項目，審查項目目標和成果，並解決出現的任何重大問題。

此外，我們與擁有尖端技術(如機器學習、大數據分析和其他與我們業務相關的技術)的高校和研究中心開展合作，共同開發特定項目和可交付成果，進而提升我們的數據及技術能力。例如，我們與由一家中國領先學術機構的跨學科專家建立的研究中心開展合作，根據在生物醫學和生命科學期刊及其他醫學文獻上發表的學術文章開發知識圖譜的自動構建技術，而我們須支付超過人民幣1百萬元的費用。這種合作研究項目旨在建立基礎技術，並開發相關軟件，使基礎技術能夠得到更廣泛的應用，而我們擁有研究結果的知識產權。我們將進行進一步的測試和分析，並計劃將這些測試和分析納入技術中。

業 務

最近的計劃

我們致力於進一步加大對研發的投資，以推動我們的增長，擴大並提高我們的技術能力。於2021年8月，我們與一家中國跨國科技公司的雲服務機構訂立全面合作框架協議，當中載列開展合作共享智能建設及開發醫療保健行業的解決方案，同時利用彼等的雲能力、AI和大數據技術、高性能計算能力以及我們擁有的廣泛大量的醫療保健行業數據和相關專業知識。這些目標包括 (i)通過利用我們在醫療保健行業的影響力、促進彼等的雲服務和應用程序，並增加其市場份額和滲透率；(ii)共同開發用於追溯醫療產品及其管理的應用程序和系統，以滿足相關監管要求；(iii)制定加速創新藥物研究及其臨床試驗的解決方案；及(iv)促進整個醫療保健行業的數字化。我們將與中國跨國科技公司就特定項目分別進行磋商並簽訂特定合作協議。我們亦將根據執行需要，組建重點項目小組。彼等亦將負責確保合作的順利進行，並解決可能遇到的問題。

此外，我們目前的重點之一是我們專有的aPaaS產品的開發和商業化。雖然我們主要在醫療產品及渠道的洞察解決方案分部運營，但我們正在積極探索醫療服務分部的商機。有關醫療服務分部市場、未來趨勢及機遇、健康aPaaS的價值潛力以及互聯網醫院發展的更多資料，請參閱本文件「行業概覽」一節。

於最後實際可行日期，我們已採納下列計劃：

- **卓睦鳥認知醫學aPaaS**。於最後實際可行日期，我們正在進行卓睦鳥認知醫學aPaaS的研發。該平台以醫學知識圖譜、醫學影像分析、深度學習、推理、規劃及解決問題為特色，而我們已完成該研發項目約50%。我們擬向第三方開發者及業務夥伴開放卓睦鳥認知醫學aPaaS以高效地設計、創建及執行企業級SaaS產品，實現最優化操作效果，鼓勵開發人員及業務夥伴孵化靈活度更大、複雜程度降低且性能得到改善的創新型SaaS產品。我們亦擬以描述性、高水平的抽象編程(例如模型驅動及基於元數據的編程語言)為彼等提供支持。請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」。

業 務

我們的卓睦烏認知醫學aPaaS旨在成為一個數字化的醫學及製藥知識庫，可供內部使用以避免重複構建，並通過API向潛在客戶外部提供。其將使我們及我們的潛在客戶能夠通過各種工具(如臨床決策支持系統及臨床路徑管理系統)獲得廣泛專業領域的醫學及製藥知識與認知。我們認為，醫療機構及醫學研究機構對醫學及製藥知識賦能的需求很高，彼等將在數字化轉型過程中受益於該等工具。

- **智慧醫療雲**。隨著我們對卓睦烏認知醫學aPaaS的研發，鑒於aPaaS基礎設施是SaaS產品開發及培育的基礎，我們亦正在開發智慧醫療雲。於最後實際可行日期，我們以「卓睦烏診所」的名義已經成功開發了某些模塊。請參閱本節「我們的業務分部 — SaaS — 智慧醫療雲」。我們的智慧醫療雲預計將具備以下特點：(i)其將支持醫生的自動化治療隨訪管理，有助根據每名患者的情況制定及實施治療隨訪方案，包括自動要求患者提供相關的健康指標、提醒醫生患者情況的變化以及自動發送提醒與患者進行線上隨訪；(ii)其將支持基於患者情況及健康指標分析的患者關係管理；(iii)其將能夠構建標準化的患者病歷電子目錄；(iv)其將支持醫生根據時間軸查看患者完整的病歷，並支持患者獲取智能診斷導航；及(v)其將支持AI，並由我們AI-aPaaS應用模塊和知識圖譜支持。
- **生命科學解決方案aPaaS**。於最後實際可行日期，我們正在進行生命科學解決方案aPaaS的研發，旨在將醫療產品製造商的新藥研發過程數字化，並已完成該研發項目約10%。生命科學解決方案aPaaS旨在提供基於AI的基因及蛋白質生物學信息工具(例如基因序列比對工具及蛋白質空間結構預測工具)以及協助新藥發現的複雜生物醫學圖譜(例如基因 — 靶標 — 疾病 — 藥物)及圖譜推理工具。同時，為支持臨床試驗及真實世界研究，生命科學解決方案aPaaS將提供數據整合及治理工具、ePRO工具及臨床水平的統計分析工具。預計醫療產品製造商及科研機構透過生命科學解決方案aPaaS將可迅速獲得及整合所需的能力，而毋須進行相關研發，從而提高效率並促進創新。請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」。

業 務

- **中康雲**。展望未來，在 Sinohealth Engine (其目前為內部技術中台) 的能力基礎上，我們擬開發並重新組合其功能，使其成為一個能夠直接為客戶提供數字化轉型解決方案及產品的雲平台。**aPaaS** 應用程序和 **SaaS** 預計將分別成為該等解決方案及產品的核心層及上層，而該等解決方案及服務預計將按照健康產業的獨特特點進行組織。我們的客戶將受益於我們的 **aPaaS** 及 **SaaS** 解決方案和產品的靈活組合，其可適應健康產業的各種應用場景及業務功能。

我們的技術及大數據

我們的技術

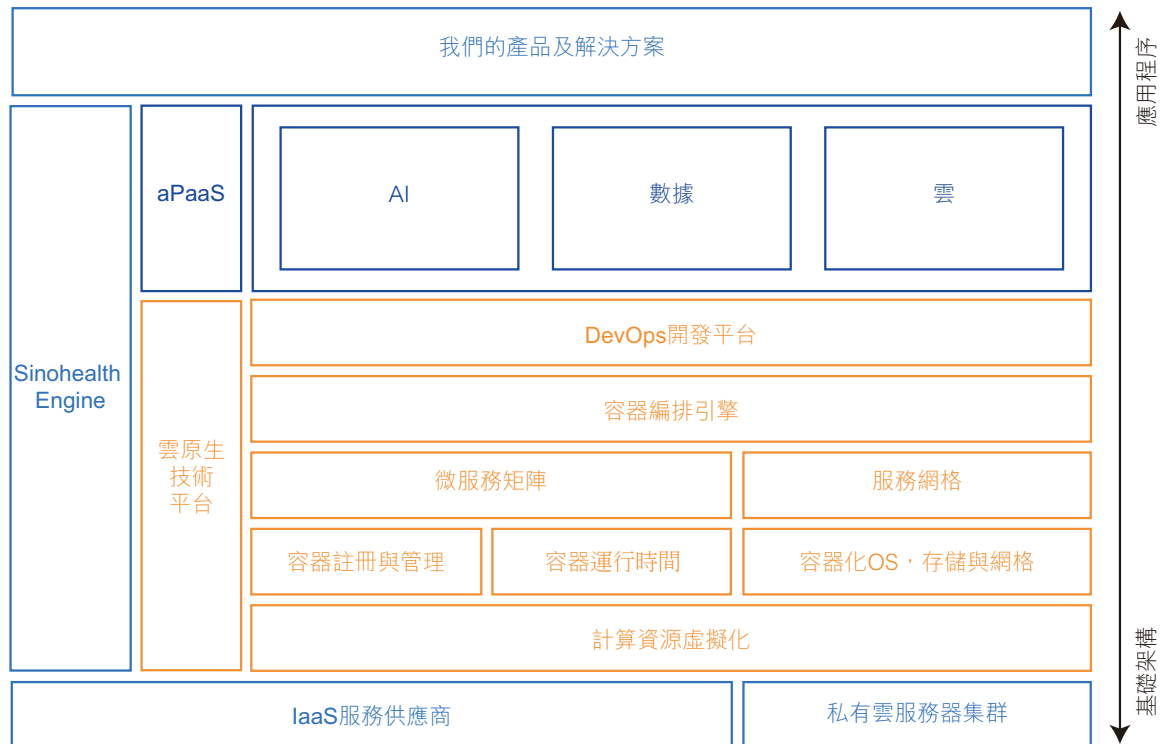
我們已經基於我們的雲原生技術建立了我們的技術中台 **Sinohealth Engine**，其為我們所有的業務分部提供內部支持，即數據洞察解決方案、數據驅動發佈及活動以及 **SaaS** 產品。我們的 **Sinohealth Engine** 使我們能夠快速調用各種技術以用於我們的解決方案及產品，並通過消除重複開發常用技術來簡化開發過程。

Sinohealth Engine 是一個可擴展的應用及管理平台，具有開放架構，可以不斷整合及積累應用模塊及技術。其由隔離的「容器」組成，其中微服務，即我們成熟的技術，例如程序及流程或 **SaaS** 組件，被打包並隔離在每個容器中。這些成熟的技術一般都是我們大數據及 **AI** 實驗室開發。每個容器均支持一個主要的應用模塊，因為不同的微服務被打包在一起。然後，我們將支持相同應用程序模塊的多個容器集成為一個整體，並作為一個 **aPaaS** 部署在我們的中台中。在此背景下，我們擁有三個主要的應用模塊，即 **AI-aPaaS**、數據-aPaaS 及雲-aPaaS，分別支持我們在 **AI**、大數據及技術開發方面的能力。換言之，具有相似功能的技術被歸為一組，並組裝在一起作為一個 **aPaaS** 應用程序模塊。通過這種方式，我們能夠通過簡單地選擇及集成我們想要的微服務來快速提供我們的產品，這使得它們的開發更具成本效益。**Sinohealth Engine** 作為我們的技術及終端產品之間的橋樑，顯著提高了開發效率。

我們利用我們的 **Sinohealth Engine** 中包含的微服務(例如程序、流程及模型)以快速且具有成本效益的方式定制我們的數據洞察解決方案及數據驅動發佈及活動產品。對於我們的 **SaaS** 產品，我們直接部署目標微服務並根據新產品的需求對其進行定制。

業 務

下圖說明我們的 Sinohealth Engine 的基礎架構及其關鍵組件：



下文進一步介紹我們 Sinohealth Engine 中的三個主要應用模塊：

- **雲 – aPaaS。**我們已經基於雲原生技術建立技術鏈，其提高了我們的靈活性、可維護性及擴展能力。例如，雲原生技術可適應公共雲、私有雲和混合雲並可應用於滿足各種不同的應用場景，使我們可以調用 aPaaS 模塊中的微服務，而無需就不同雲環境進行配置。此外，我們能夠通過部署雲原生技術來消除維護平台的成本。
- **數據 – aPaaS。**我們的大數據技術包括大數據技術平台、數據治理和與數據分析相關的技術功能；(i) 在大數據技術平台方面，我們構建了我們的數據倉庫「天宮一號」以及線上分析處理和數據可視化系統，以幫助我們進行數據洞察和更有效地為客戶提供服務；(ii) 我們擁有完整的數據治理系統及在我們的行業理解基礎上建立的數據模型；及 (iii) 在數據分析方面，我們基於服務大量客戶後形成的數據分析模型中開發數據分析 aPaaS。就上文 (i)、(ii) 及 (iii) 而言，請參閱本節「我們的技術及大數據 – 大數據」。

業 務

- **AI-aPaaS**。我們已建立AI技術流程和應用流程，主要包括機器學習、自然語言處理、知識圖譜和計算機視覺技術。在AI-aPaaS基礎上，我們的程序工程師能夠使用容器技術快速部署深度學習環境並進行模型訓練工作。在自然語言處理方面，我們使用了若干層深度神經網絡模型分析醫學文獻。在知識圖譜和計算方面，我們建立知識引擎工具，從而能夠計算循證醫學。在計算機視覺方面，我們已動用健康產業的光學字符識別模型和醫學圖像數據分析的深度學習模型。

下表概述我們在各個業務分部中通常使用及應用的技術：

	SaaS					
	數據洞察 解決方案	數據驅動 發佈及活動	智慧決策雲	智慧零售雲	智慧 健康管理雲	智慧醫療雲
<i>使用的技術：</i>						
數據處理技術	✓	✓	✓	✓	✓	✓
數據分析模型	✓	✓	✓	✓		
數據可視化系統	✓	✓	✓	✓		
機器學習程序	✓	✓	✓	✓	✓	✓
知識圖譜					✓	✓
計算機視覺技術 (包括光學字符 識別)					✓	✓
自然語言處理						✓

業務

SaaS

	數據驅動 發佈及活動	智慧 決策雲	智慧 零售雲	智慧健康 管理雲	智慧 醫療雲
應用：	我們使用機器學習程序來提高我們的數據清理和標準化效率，從而縮短數據分析的週期。同時，我們的數據分析能力支持分析海量數據的需求，包括比較和統計分析。最後，我們使用我們的數據可視化系統向客戶展示我們的數據分析和模型的結果。	參閱我們的數據洞察解決方案中的技術應用，其與我們的智慧決策雲產品的應用類似。	應用方法類似於智慧決策雲。關鍵不同點在於，智慧零售雲在交付服務時根據不同的業務需要使用云-aPaaS及數據-aPaaS中的不同技術。	數據處理技術用於處理及標準化體檢數據，然後在我們構建的知識圖譜中進行分析及產生分析結果。	我們使用自然語言處理加速醫學文獻分析，並結合我們的數據處理技術構建醫學知識圖譜。
	此外，我們的 Healthcare Link 為我們產業活動平台的營運提供支持。	與我們數據洞察解決方案的主要區別在於，在考慮業務場景後，我們已根據預先確定的產品設計將相關技術加入我們的 SaaS 產品中。我們的智慧決策雲用戶在使用我們的 SaaS 產品時，激活提供服務的相關技術模塊。	與其他 SaaS 產品一樣，必要的技術已經組裝在一個包中，可通過 API 連接到我們的客戶。	在我們的臨床決策支持系統中，上述技術可以對醫療報告數據進行解釋和結構化，從而提供診斷和治療建議。若干醫學圖譜可以通過計算機視覺技術的分析模型來解釋。	與其他 SaaS 產品一樣，必要的技術已經組裝在一個包中，可通過 API 連接到我們的客戶。

業 務

大數據

我們認為，大數據能力是我們寶貴的優勢，這幫助我們鞏固了市場地位。我們強調大數據的體量、速度、維度及多樣性。健康產業的獨特性質要求對數據的質量、數量和及時性提出更高的標準。因此，我們的大數據建立在特定行業的戰略之上。

為了整合及更好地管理我們在不同信息系統中收集及存儲的大數據，產生更大的數據價值，我們在Sinohealth Engine構建了數據存儲系統「天宮一號」數據倉庫，以提高我們的數據處理能力並確保準確、一致及高效的數據分析及我們數據洞察的及時性。在我們的「天宮一號」數據倉庫內，(i)我們分別為我們的CMH合作藥房及SIC用戶創建系統數據採集路徑，使原始數據內包含的相關資料可對應我們數據庫所定義的每個類別，因此可縮短數據採集及標準化所需的時間；(ii)我們已建立自動數據清理系統，可提升清理原始數據的效率，同時減少人為錯誤；(iii)我們已以標準模型開發統計推斷方法，該方法需要較少人工維護並可自動檢測異常數據；及(iv)我們能夠根據數據採集細分背景(即合作藥店的位置、性質)建立各種數據層及將具有類似零售背景的樣本數據歸為同一層，以進行統計推斷，從而增強數據粒度及提高反映市場表現的推斷數據的準確性。通過利用我們的「天宮一號」數據倉庫，相關原始數據日期與向我們客戶交付相應數據洞察的期間從45天縮短至35天。

我們的主數據庫包括標準化數據庫，可以作為索引，描述健康產業各種信息的核心屬性，其主要經參考政府機關發佈的官方資料來源建立。我們的主數據主要從官方公佈的信息中收集，這些信息經過加工、轉換和交叉引用，成為通用標準數據。我們的零售市場數據庫主要指我們從合作藥店收集的零售數據，包括門店位置、製造商、產品規格、單位、劑型、銷量、零售價、生產批准文號、條碼、國家醫療保險計劃使用情況、交易編號、交易時間及付款方式。我們的數據分析乃基於主數據及零售市場數據間的組合及互動得出。

數據源和數據採集

我們從戰略上開始專注於零售市場，我們認為這反映了對處方藥、非處方藥、醫療器械和健康產品的實際需求和庫存。為了獲得第一手、真實和最新的零售大數據，我們通過與經營實體門店或同時經營實體和線上門店的零售藥店合作努力建立覆蓋全國的網絡，以進行數據採集。我們合作的第一批藥店主要是在全國某些城市經營的藥店，根據我們先前的現場盡職調查，這些藥店在地理位置和消費者流量方面具有代表性。然後，我們逐步擴大規模並擴展了我們的合作藥店網絡。於最後實際可行日期，我們合作藥店門店覆蓋29個省及299個城市，而我們合作藥店約10.8%為根據我們的

業 務

估計每年錄得收入超過人民幣2億元的主要連鎖藥店。我們的合作藥店網絡為數據能力奠定了堅實的基礎，並使我們能夠不斷發展。於最後實際可行日期，我們亦通過公開資源及訂閱開發了38個主數據庫，包括產品及商家數據庫、企業和機構數據庫、從業人員數據庫、疾病和症狀數據庫以及檢查和檢測數據庫。

截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們就採集數據產生的成本分別約為人民幣2.0百萬元、人民幣3.5百萬元及人民幣6.3百萬元。

下表總結了我們的數據源、採集的大數據類型及授權範圍。

數據源	採集的關鍵數據	授權範圍
與我們訂立CMH合作協議及保密協議的零售藥店.....	零售數據	我們獲得授權處理及使用採集到的數據以提供相關解決方案及產品，前提是：(i)這些數據不能鏈接到特定商店或使其可以識別；(ii)我們的數據洞察不會以任何方式披露合作藥店的名稱或任何可能與零售藥店建立聯繫或導致其可識別的信息；及(iii)我們不會將原始數據提供給第三方。
身為我們SIC用戶的零售藥店.....	門店管理數據(即門店位置和存貨)、零售數據及去標識化會員數據	我們獲得授權處理和使用採集到的數據以提供相關解決方案及產品，前提是(i)我們將有關藥店名稱和地址、個人的會員卡號碼和其他相關數據去標識化；及(ii)我們不向第三方提供原始數據。
產業活動 (Healthcare Link)	活動參與者資料	我們獲授權僅就合法、正當及必要目的採集、處理、使用、儲存活動參與者提供的若干個人數據，例如姓名、電話號碼、性別、僱主及職位。

業 務

數據源	採集的關鍵數據	授權範圍
公共資源及訂閱 (例如國家藥品監督 管理局、國家醫療保 障局及國家衛生健康 委員會官方網站)...	數據包括醫療產品國 家許可編號、名稱、 規格及製造商及類 別、藥店、醫療服務 供應商及製造商的 公司註冊資料、 醫療從業者的疾病 治療效果、註冊及持 牌資料及與醫療產 品及健康產業相關 的政府批文、通知及 政策	不適用

我們與零售藥店就數據合作訂立**CMH**合作協議及保密協議。根據該等協議，我們通常同意根據數據洞察解決方案業務分部每月有償(如適用)提供我們的醫療產品零售報告，主要涵蓋按醫療產品、品牌及城市劃分的銷售量、市場規模及銷售額增長率，而合作藥店則同意向我們有償(如適用)提供其每月零售數據，包括門店代碼、門店名稱及地址、製造商、產品規格、單位、劑型、銷量、零售價、產品批准文號、條碼及醫療保險計劃使用情況。這些數據被上傳至我們的數據採集平台，然後連接並存儲在我們的「天宮一號」數據倉庫中。我們擁有所提供報告的知識產權，且承諾我們的報告並無侵犯第三方的知識產權。我們亦承諾將所採集的原始數據保密。我們的合作藥店保證彼等擁有向我們提供特定數據集的權利，並授權我們使用該等數據作指定用途(包括數據分析、製作及提供數據洞察、程序及流程構建及升級，以及其他合法合理的內部開發及運用)，而毋須任何第三方同意。我們的合作藥店不可向第三方披露我們所提供的報告。我們的**CMH**合作協議及保密協議一般每年續期。

我們的**SIC**用戶安裝後會連接至我們的雲平台，使我們能夠在預先約定的範圍內檢索去標識化的原始數據。我們的**SIC**用戶在使用我們的**SIC**產品前，須先訂立我們的**SIC**服務協議，根據**SIC**服務協議，我們的**SIC**用戶同意，我們獲准採集及管理數據、進行數據分析、製作及提供數據洞察輸出參數，而毋須任何第三方同意。我們的**SIC**用戶已與身為其店舖會員的消費者訂有會員服務協議，告知彼等收集、使用及共享其信息的目的、方法及範圍並取得彼等的同意。在我們使用由**SIC**用戶所提供數據時，我們須為該等數據去標識化，並且受保密條文約束。這些數據被傳輸至一個特定的數據庫，然後連接並存儲在我們的「天宮一號」數據倉庫中。我們的**SIC**用戶通過他們自身的銷售系統將原始數據導入**SIC**，該等銷售系統與我們的**SIC**兼容並可與之結合。我們可每日與**SIC**自動同步一次。從我們的**SIC**用戶處收集的零售數據乃根據每筆零售交易進行。

業 務

該等零售數據包括門店代碼、門店名稱及地址、製造商、產品規格、單位、劑型、銷量、零售價格、生產批准文號、條形碼、國家醫療保險計劃使用情況、交易編號、交易時間及付款方式。截至2021年12月31日止月份，我們透過SIC檢索零售數據採集的零售銷售條目總數約為137百萬。我們去標識化的會員數據包括會員的會員卡號碼、年齡及性別，對應其購買記錄(即零售數據)。根據去標識化的會員數據及相關零售數據，我們進行消費者描繪分析，例如購買頻率及喜好，以提供我們的解決方案。我們的SIC服務協議並無訂明合約期限，並維持生效直至協議暫停或終止為止。請參閱本節「我們的業務分部—智慧零售雲」。

該等安排對於我們的大數據構建至關重要。截至2021年12月31日止年度，從合作藥店收集的數據構成天宮一號數據倉庫中存儲的逾27億條數據，其中80%以上每天從我們的SIC用戶收集，餘下則根據CMH合作協議及保密協議每月進行收集。我們的合作藥店由截至2019年12月31日的496間增加至2020年12月31日的759間，並進一步增加至2021年12月31日的1,072間，而我們所覆蓋的零售藥店則由截至2019年12月31日的25,157間增加至2020年12月31日的37,703間，並進一步增加至2021年12月31日的52,882間。根據國家藥品監督管理局的數據，於最後實際可行日期，我們的合作藥房覆蓋29個省及299個城市的63,234家門店，約佔2020年中國藥店總數(約554,000家)的11.4%，而根據我們的估計，我們的合作藥店中約10.8%為年收入超過人民幣2億元的大型連鎖藥店。根據艾瑞諮詢報告，於2020年12月31日，我們的合作藥店GMV約為人民幣461億元，約佔2020年中國零售藥店總額的10.5%。零售藥店對應院外藥械流通量，根據艾瑞諮詢報告，預期其佔藥械流通總量的百分比將持續上升。於2020年及2021年，院外藥械流通量分別佔中國藥械流通市場總量約37.5%及38.9%。

下表載列於所示日期我們的合作藥店的明細。

	於12月31日						於最後 實際可行日期	
	2019年		2020年		2021年		零售藥店 數量	門店 數量
	零售藥店 數量	門店 數量	零售藥店 數量	門店 數量	零售藥店 數量	門店 數量		
基於CMH合作協議 及保密協議.....	66	4,865	95	7,523	136	8,945	151	12,261
基於SIC服務協議.....	430	20,292	664	30,180	936	43,937	1,106	50,973
總計⁽¹⁾.....	496	25,157	759	37,703	1,072	52,882	1,257	63,234

附註：

- (1) 於2021年12月31日及最後實際可行日期，根據國家藥品監督管理局統計的2020年中國藥店總數，我們合作藥店的門店數量約佔9.5%及11.4%。

業 務

數據治理

我們的Sinohealth Engine為我們的數據治理提供技術支持。我們已指派僱員專注於數據治理、AI程序設計和開發以及技術維護。我們的大部分數據治理工作致力於數據清洗，識別可用數據以及連接和整合正確的數據。為表彰我們的大數據能力，廣州市工業和信息化局將我們列入於2020年12月發佈的2020年大數據企業小組名單中。我們的數據治理(包括數據分類、數據處理和政策實施)乃針對特定行業而設計。

數據分類及標準化

我們制定並實施我們的數據分類和質量規則，以確保數據源的一致性、數據標準化，並應用敏感度控制。這些規則包括：

- 數據可用性 — 我們對合作藥店提出的有關強制性和可選數據項、類別、詳細程度和去標識化的指示和要求。在提供給我們之前，我們的合作藥店對數據進行去標識化。我們將檢查確定原始數據是否包含個人和私人信息。我們嚴格遵循根據《信息安全技術個人信息去標識化指南》(GB/T 37964-2019)制定的去標識化標準、信息安全技術 — 個人信息安全規範、《網絡安全法》和其他適用的法律和法規。
- 數據質量和標準化 — 我們的編碼和分類規則是根據官方參考，在我們複合型人才同時具備健康和信息技術專業知識組成的數據質量和標準化團隊的參與下制定，包括(i)《中國藥品通用名稱命名原則》、中華人民共和國藥典委員會發佈的《中華人民共和國藥典》；(ii)國家食品藥品監督管理總局(即國家藥品監督管理局的前身)發佈的《中國上市藥品目錄集》；及(iii)國家藥品監督管理局藥品數據查詢。於最後實際可行日期，我們的編碼和分類規則中有14個維度，包括藥物類別、標準化單位、製造商、包裝單位和材料，旨在涵蓋多種形式的醫療產品。
- 數據粒度 — 我們要求以最小的單位來表示我們的數據，並且要對有效成分進行識別，以確保數據標籤的豐富性和多樣性。我們要求以最詳細的級別獲取、處理及存儲數據，使我們能夠聚合及分解粒度數據，以滿足不同應用場景的需求，並為日後分析獲取最高的分析價值。隨著數據變得更細分及具體，其亦被視為更精細。該等規則亦適用於具更多細分字段供數據分析使用的數據存儲。

業 務

- 數據識別程序 — 我們的數據治理平台指南，旨在捕獲真實世界數據寫入可能存在的所有場景和變化，以對數據處理進行精簡和標準化。例如，在數據識別及與現有數據的交叉檢查過程中，我們應用了一組層次結構 — 首先，我們確定規格、商品名稱和製造商。如果我們無法根據上述內容對特定的數據進行分類，則檢查條形碼。如果發現任何不一致的地方，則下一項手段是由政府機構頒發的官方政府批准文號。

基於我們獲取的可由數據源結構化或非結構化處理原始數據，我們的系統就會在上傳新數據後立即更新我們的主及零售市場數據庫，從而創建新數據集及／或補充現有數據集。同時，我們通過我們的系統進行編碼和標記，從而豐富我們的數據倉庫。

數據處理

乾淨的數據為我們的數據分析奠定了重要基礎，對於實現機器學習能力取得的結果至關重要。於**2018年12月**，我們基於深度學習的數據清洗系統獲得了中華人民共和國國家版權局頒發的計算器軟件著作權登記證書。

我們的數據清洗目標為使無結構的數據標準化為結構化數據。我們在數據處理過程中堅持健康產業的獨特特點和業務流程。我們平均超過**98%**的數據處理乃通過機器處理獲得，從而提高了我們的效率，同時減少了人為錯誤。借助**AI**技術，我們能夠優化數據處理效率。

質量控制

於最後實際可行日期，我們的數據質量控制團隊由**51**名熟悉健康產業中所用數據的成員組成。我們嚴格執行數據治理政策，以確保我們的大數據質量(可用性、有效性、一致性、準確性、及時性和唯一性)，適當的大數據管理以及遵守去標識化要求和其他相關法律法規。

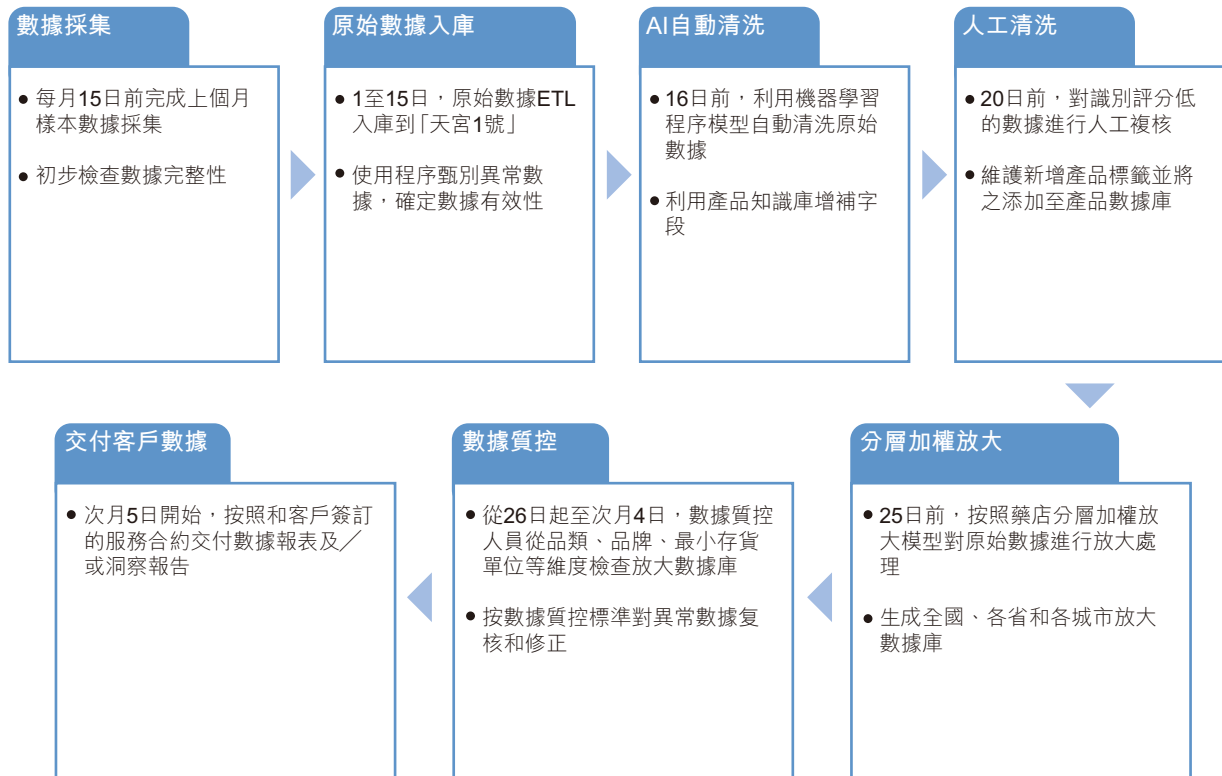
我們在整個系統進行數據分類和標準化的協調。此外，我們開發了強大的數據檢查和控制功能來建立數據關聯(即我們能夠提供數據位置、體量和標籤的可見性，並跟踪我們系統內的數據流)，這進一步使我們能夠更輕鬆地修復不良數據。

我們設計和開發了程序和指標，可以自動檢測異常數據和可能存在的錯誤。我們利用機器學習等**AI**技術來加強我們的質量控制。我們的關鍵質量控制步驟包括(i)通過比較相同維度的數據(包括平均價格、價格變動和位置)對核心品牌數據進行核對。例如，如果小批量銷售的藥物單價高於大批量銷售的同品牌藥物，我們可以發現問題；(ii)通

業 務

過交叉核對單價、銷量和市場滲透率的一般質量控制程序；及(iii)通過檢查與擴大層數據之間的偏差進行總體評估。此外，我們不定期開展實地考察，並收集有關線下藥店所在社區、消費者流量和實際運營情況的第一手資料。我們亦收集客戶對我們數據洞察準確性及完整性的反饋。

下圖說明從我們合作藥店獲得的數據的主要數據治理程序。



數據分析

於數據清洗後，我們的大數據將進行處理以進行數據分析，其後將其用於產生可行洞察。我們為醫療、藥品及相關用品、患者教育及健康管理等垂直健康產業鏈提供支持。

我們為客戶提供通過可視化工具(例如儀表板)與數據進行交互的機會，該等儀表板可構建數據以提供對醫療產品的分析、例如平均值、比率及百分比。大數據的小粒度使我們能夠獲得更深的匯總數據報告結果、搜索模式並查找變量之間的關係。我們設計假設及查詢數據以證明該關係。

此外，隨著更多的健康大數據處理，我們模型的數據分析能力在準確性和效率上均得到提高。預測乃基於歷史數據及依靠我們的過往記錄來測試數據、驗證模式、創建和測試假設。我們從數據分析中獲得的預測性洞察可為我們的客戶增加價值，因為其可幫助預測營銷效果，並為品牌競爭、市場潛力和目標消費者統計提供決策依據。

業 務

數據安全與隱私

我們致力於保護我們的數據庫和系統，以及客戶、用戶和平台上其他參與者的信息和隱私。我們的政策非常重視遵守中國適用法律法規規定的與網絡安全和個人數據相關的國家標準。我們制定並實施了全面的內部政策及措施，以規範數據處理及管理，從而確保我們訪問的數據具有安全性、機密性和完整性，以及我們的解決方案及產品具有穩定性和可靠性，以及確保用戶隱私及數據安全並遵守適用的網絡安全及數據隱私法律及法規。這些措施的詳情包括：

- **安全和系統認證。**我們的解決方案及產品所用的架構、系統及平台已獲得廣州市公安局的三級信息系統安全分級保護認證，因此，據我們的中國法律顧問告知，我們的解決方案及產品所用的所有數據庫已符合三級信息系統安全分級保護認證的要求。我們的中國法律顧問表示，由於我們信息系統的經營實體乃於廣州成立及登記，根據《信息安全等級保護管理辦法》，廣州市公安局為授出該認證的唯一主管機關。根據《信息安全等級保護管理辦法》和《信息安全技術網絡安全等級保護定級指南》(GB/T22240-2020)，信息系統運營商應確定信息系統的安全防護等級，並報相關部門審批。信息系統等級保護的定級乃根據信息系統被破壞後可能受到的影響和後果的嚴重程度兩個元素確定。這種定級通過對保護級別、安全性以及其他技術和安全管理要求(如安全審計和通信機密性)的嚴格評估而確定。三級信息系統安全分級保護認證是對非銀行機構的最高級別認證。其表明我們在信息及基礎設施安全方面的能力，尤其是我們的技術解決方案及安全管理已於所有要求方面滿足非銀行機構信息系統保護的最嚴格國家標準，包括但不限於(i)物理環境(例如我們位於廣州(我們的天宮一號數據倉庫服務器運行所在地)的服務器機房)；(ii)通訊網絡(例如廣域網、局域網)；(iii)網絡邊界(例如網絡端口、通訊鏈接)；(iv)內部網絡環境(例如路由器、防火牆、伺服器)；及(v)數據保護(有關我們的解決方案及產品所用所有數據(包括從我們的全國合作藥房網絡收集的數據)的通信及存儲)。此外，中康健數已進行能力成熟度模式整合開發(階段式)2.0版本的CMMI成熟度三級評估，其有效期直至2024年2月5日。這表明我們的軟件中心已制定內部標準程序及設立綜合系統，積極改善軟件開發及維護。
- **基礎設施穩定性與安全性。**我們的政策載有全面的安全防範措施，以確保我們的基礎設施和數據的穩定性和安全性。為實施我們的政策，我們按照設計原則構建了我們的內部網絡，以滿足對高性能、高可擴展性、高可靠性和易

業 務

於維護的需求。我們的內部網絡亦根據安全考慮劃分為不同的區域，例如數據庫區域、普通辦公室區域、安全桌面區域和存儲區域，每個區域都有全天候安保守衛並受防火牆和第三層交換機的保護。服務器、數據庫和核心防火牆在物理上亦與服務器機房的其他區域隔離，只有經授權的信息技術管理員才能訪問服務器機房。我們使用企業級數據保護軟件對所有運行數據進行每日備份，該軟件可在物理和虛擬環境中統一自動備份，用於災難恢復。我們具有針對運維管理、監視器和警報機製、網絡安全管理和災難恢復的協議。我們建立了預防重大災難事件的指定應急單位、升級協議及業務連續性機制，可應對包括可能導致各種業務中斷的自然或非自然災害，如停電、網絡故障或服務器斷電。指定應急單位負責在發生重大災難性事件後，對業務連續性機制的實施情況進行審查，並提供調查結果和建議。

- **數據安全架構、網絡安全與管理。**為實施我們的數據穩定政策，我們的大型數據庫存儲在我們創建的封閉平台環境中，並與外部互聯網斷開。我們相信，這種私有雲環境使我們具備業務所需的控制性、安全性、靈活性和隔離性，同時還可更好地控制對我們的解決方案和產品的訪問和使用情況。借助防火牆、IP白名單和堡壘主機，可進一步降低外部未經授權的訪問或攻擊帶來的風險。我們亦實施了先進的記錄和監控、數據加密、定期安全審計等機制，以確保正確記錄數據操作，並符合國家數據安全標準。平台上的各種數據具有四種安全級別，數據庫只能由特定的指定人員和授權人員經評估和批准後訪問，並且會對這種訪問進行相應記錄和監控。申請先經由直屬主管審查，隨後由負責的業務部副總裁審查，再交數據安全主管進行審查。我們亦將經處理的數據存放於自建的私有雲。
- **審查外部來源數據的完整性和質量。**我們的數據治理政策要求，通過我們的程序識別出的任何異常數據在使用之前必須接受人工檢查。在某些情況下，我們可能會要求合作的藥店檢查數據來源是否存在問題，或者在向我們提供數據之前是否手動更改了輸入。我們自己的數據平台與客戶和研究合作夥伴的數據平台相分離。
- **去標識化技術。**我們的合作藥店在他們的數據導入我們的數據庫之前去標識化。我們將我們的去標識化技術用於我們自各合作藥店收集的數據，包括與我們訂立CMH合作協議及保密協議或為我們SIC用戶者。根據《中華人民共和國網絡安全法》、《信息安全技術個人信息去標識化指南》(GB/T 37964-2019)和其他適用的中國法律法規，我們的去標識化技術符合處理個人信息的國家標準，可加密或刪除個人身份信息，包括姓名、地址、電話號碼、身份證號碼、電子郵箱地址。我們將不可逆地加密個人的身份信息字段，為每位個人生成

業 務

一系列編號，該等編號將用作個人的主索引或主標識符，不包含任何個人身份信息。使用這些編號而不是個人身份信息對去標識化的數據建立索引，而由於無法對該變換進行解密或逆轉，因此無法通過去標識化的數據來檢索個人可識別信息。除個人可識別信息外，我們亦根據**CMH**合作協議及保密協議以及**SIC**服務協議將我們的去標識化技術用於確保對可聯結至特定店舖或導致特定店舖可識別的任何信息進行加密。

- **對數據訪問和使用進行內部控制。**我們的內部控制協議涵蓋數據處理的整個生命週期，包括數據採集、數據質量管理、數據加密與傳輸、數據存儲安全、數據備份與恢復、數據處理與分析、數據的正確使用、數據銷毀與處置。我們根據必要性嚴格管理對個人數據的訪問，並保存數據訪問的記錄。我們要求所有員工出席定期培訓，遵守我們的內部政策，保護隱私和個人信息，並且我們嚴格禁止未經授權或不當採集或使用隱私數據或個人信息。

於最後實際可行日期，我們聘用**56**名僱員（包括整個數據質量控制團隊及我們研發團隊的五名成員）以確保數據安全，其中大部分僱員擁有五年以上的相關經驗。我們亦聘請我們的法律部門，該部門由四名平均具有約九年法律經驗的員工組成，以確保我們遵守適用的中國法律法規中有關網絡安全和個人數據的國家標準規定。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無被互聯網信息辦公室責令作出任何整改或施加任何其他行政處罰，且互聯網信息辦公室近期停止用戶數據採集的做法並無對我們的營運產生任何實際或潛在影響，原因是我們並非主要針對運營個人用戶應用程序的公司的暫停或整改要求的對象，且於往績記錄期間我們的營運通常服務企業客戶。

中國法律顧問的觀點

我們的中國法律顧問於審查我們提供的相關協議和政策以及我們確認與運營相關的某些事實後，根據上文所載情況及下列事項認為我們的運營在所有重要方面均符合數據保護和隱私方面的所有適用中國法律法規，包括個人信息保護法及數據安全法：

- **零售藥店向我們的**CMH**及**SIC**系統提供的零售數據。**根據我們與零售藥店就數據合作而訂立的**CMH**合作協議及保密協議，該等藥店同意定期向我們提供其零售數據。另外，我們各名**SIC**用戶於使用我們的**SIC**產品之前須訂立我們的**SIC**服務協議。根據**SIC**服務協議，我們的**SIC**用戶同意我們獲准採集及管理數據，進行數據分析以為健康零售行業提供服務。於往績記錄期間，我們並無違反該等協議相關條文。

業 務

- **SIC用戶提供的去標識化會員數據。**向我們提供會員資料的SIC用戶持有會員服務協議，於消費者決定成為我們SIC用戶的會員時，已告知消費者採集、使用及分享資料的目的、方法及範圍，並已取得彼等的同意。根據SIC服務協議，在使用我們的SIC產品之前，各SIC用戶均需要同意，我們可在我們的產品中採集、管理、分析及使用彼等向我們提供的數據，供醫療零售行業使用，前提為我們將有關數據去標識化。作為去標識化會員數據的接收方，我們會進一步將該等數據去標識化，並貫徹SIC服務協議規定的目的、方法和信息類型處理該等數據。於往績記錄期間，我們並無違反SIC服務協議的相關條文。
- **AI-MDT客戶提供的體檢報告的若干資料。**我們受數據所有者，即我們的AI-MDT客戶(私人體檢機構)的委託，處理從接受我們AI-MDT客戶進行的體檢的個人的體檢報告中提取的資料。我們並無在我們的服務器上採集或儲存個人資料及檢查報告。我們嚴格按照AI-MDT客戶與我們訂立的協議所指的用途及方式處理數據，且我們並無將有關數據用作有關協議並無訂明的任何其他用途，或未經AI-MDT客戶授權向任何第三方提供有關數據。
- **活動參與者提供的個人資料。**在我們的數據驅動發佈及活動業務中，我們在透過Healthcare Link運營產業活動時，經活動參與者的授權後採集、儲存、處理及分析活動參與者的若干個人資料。我們已制定個人資料保護政策，當中包括(i)向用戶告知我們採集及使用彼等個人資料的目的、方法及範圍，並獲得用戶同意；(ii)提供便於用戶撤回同意的途徑；(iii)倘我們將向任何人士提供我們所處理的個人資料，須徵得用戶同意；(iv)提供供用戶查閱及複製其個人資料的途徑；及(v)提供用戶於其個人資料不正確或不完整的情況下請求我們更正或補充相關資料的途徑。我們並無將數據使用作未經用戶同意或就我們向用戶提供服務而言屬不必要的任何用途。
- **我們從公共資源採集的資料。**我們並無使用特殊的互聯網方法或技術採集根據法律及法規並無公開或需要預先程序或特殊許可的該等資料。
- **其他數據安全與隱私措施。**我們已(i)建立並制定個人信息保護的相關內部控制措施、內部管理制度及操作規程，例如數據安全教育培訓、風險評估、個人信息安全事件應急預案等相關制度；及(ii)採取加密、去標識化、分類管理等

業 務

必要措施，保障相關數據的收集、處理、使用及提供的信息安全。請參閱本節「一大數據一數據安全與隱私」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因違反有關個人信息保護的法律法規而受到任何處罰。

基於以上所述，董事亦認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的營運於所有重大方面均符合中國規管數據保護及安全的所有適用法律及法規，包括個人信息保護法及數據安全法。

健康產業參與者網絡

我們的健康產業參與者網絡指我們廣受認可的產業活動及媒體渠道，可以讓藥店、醫療產品製造商、投資機構、專家及媒體等廣泛的產業參與者進行互動及對話，幫助我們的客戶推廣其品牌及產品。同時，通過我們的健康產業參與者網絡，我們能夠與參與者建立網絡，推廣我們的解決方案及產品，並在提供我們的數據驅動營銷解決方案及數據驅動發佈及活動的解決方案及產品過程中進一步為我們的客戶實現精準連接。

產業活動

我們的產業活動包括產業前景活動、商品交易活動、零售銷售活動以及我們於年度組織的其他小型活動：

- **產業前景活動**。產業前景活動是我們的旗艦活動。這是一次關注行業前景的具有影響力的大型和高規格盛會。其旨在通過演講、展覽及其他網絡活動，為行業參與者提供與潛在業務合作夥伴及投資者的精準連接。產業前景活動聚焦最新的行業改革和發展，相應地讓與會者了解市場前景及業務拓展戰略。我們產業前景活動的與會者主要為醫療產品製造商、主要零售藥店、投資機構等的高級管理層及執行人員，涵蓋廣泛的健康產業參與者。於往績記錄期間，我們各項產業前景活動有逾300名發言人，包括醫療保健行業學術及商業先鋒、國家醫療保健機構研究人員以及投資機構及技術公司行政人員，以向與會者提供對行業現狀及前景的多角度解讀。我們的產業前景活動以合作、創新、科技、研發和資本為基礎，為參與者提供「決策」和「連接」的支持。其每年在海南省瓊海市舉辦，核心與會者平均人數超過2,600人。截至最後實際可行日期，我們已成功舉辦了14次產業前景活動。

業 務

- **商品交易活動。**我們的商品交易活動是中國具影響力的大型健康商品交易活動。其專注於為零售市場建立高效的供應鏈。我們的商品交易活動提供與零售市場開發及醫藥供應鏈有關的洞察，旨在促成大量業務交易。我們商品交易活動的與會者主要為醫療產品製造商、區域及本地零售藥店、物流公司等的高級管理層及行政人員，涵蓋零售供應鏈中涉及的健康產業參與者。我們根據我們的大數據精心徵集與會者，以確保活動規模及與會者的背景符合商品交易的活動目的。於活動期間，我們為醫療產品製造商安排品牌推廣，讓零售藥店了解其市場價值。我們根據我們對其分銷情況的分析，選擇滿足醫療產品製造商零售需求的零售藥店，並相應地為他們組織一對一的商務會議或對話，以進一步建立業務合作。於往績記錄期間，我們各項商品交易活動邀請逾100名發言人，包括來自知名零售藥店、醫療產品製造商、諮詢公司等的人數。我們的商品交易活動每年舉辦一次。核心參與者的人數由2019年及2020年平均每年約1,800名增加至2021年約3,500名。其主要由於我們就活動定位作出戰略調整，以邀請更多小型零售藥店參與活動。於最後實際可行日期，我們已成功舉辦了七次商品交易活動。
- **零售銷售活動。**我們的零售銷售活動為健康產業零售流量活動。我們零售銷售活動期間的峰會及會議聚焦與零售藥店與消費者之間的營銷策略及關係有關的主題。我們零售銷售活動的與會者主要為零售藥店、賣主、醫療保健行業主要在線平台及領先數字化營銷供應商等的高級管理人員及行政人員。其旨在幫助藥品零售行業整合各種資源，並進一步實施以消費者為中心的新動銷模式，如「線上+線下」及「店內+店外」。在我們的零售銷售活動期間，我們邀請經營主要社交媒體或線上零售渠道的企業與零售藥店分享經驗和策略，以通過線上平台提高銷售業績。其為零售藥店與該等企業提供互動和對話的平台，幫助零售藥店了解線上平台對藥品銷售的影響，並與社交媒體和線上零售渠道建立合作，以提升其零售業績。於2021年，我們為我們的零售銷售活動聘請約120名發言人，他們在消費者營銷方面擁有豐富的專業知識。零售銷售活動通常每年舉辦兩次。2019年及2020年每個隊列核心參與者的平均人數約為700名，2021年約為1,000名。由於我們精簡資源及擴大活動規模的策略，我們決定自2021年起每年舉行一次零售銷售活動。於最後實際可行日期，我們已成功舉辦了八次零售銷售活動。

業 務

媒體渠道

我們專有的媒體渠道(主要包括新康界、醫師週刊、第一藥店財智及藥店人等官方網上媒體賬號)使我們可以發佈專有媒體內容和廣告，實現互動功能。我們的媒體渠道擁有自身獨特的市場定位和關注者，並分別及共同服務於我們客戶的各種目的。例如，「第一藥店財智」是微信和頭條上的官方賬戶。它是專門為健康產業零售商及分銷商的高級管理人員設計和開發的「掌上智庫」。它是一個獨特的平台，專門發佈前沿的行業研究、熱點話題分析和零售技術。於最後實際可行日期，微信上其擁有逾**171,000**名關注者，其中常用用戶超過**21%**，包括那些醫藥零售行業的「知名人士」。其中發表的文章經常受到好評。我們聘請對行業有深入了解的作家來編寫「第一藥店財智」的內容。我們亦將大數據用於內容製作。「藥店人」是微信公眾號，為藥店員工提供培訓資源、分享和在線交流。於最後實際可行日期，其擁有逾**349,000**名關注者，其中常用用戶約佔**34%**。它不僅透過中國一個領先的線上媒體平台為藥店員工提供線上培訓課程，讓他們掌握一般和特定的醫學知識和銷售技巧，以及提供量身定制的培訓計劃，使員工熟悉特定的品牌和產品。此類培訓將以更低的成本實現更高產及有效的銷售。此外，我們的新康界及醫師週刊分別以投資者及醫療行業從業人員為對象，於最後實際可行日期，分別約有**116,000**名及**100,000**名關注者。我們相信，我們的媒體渠道可以幫助藥店和醫療產品製造商促進銷售，進而滿足他們的業務需求。

競爭

根據艾瑞諮詢報告，中國健康洞察解決方案市場相對分散。較低的集中度令在行業處於有利地位以進行競爭的領先市場參與者獲益。約有**800**家至**1,000**家公司經營醫療產品及渠道的健康洞察解決方案。根據艾瑞諮詢報告，隨著小型公司將逐漸被淘汰，此分裂預計將屬暫時性，而由於公司間在形成及利用網絡及渠道、開發及實施數據技術以及僱用及挽留專業和熟練人才方面存在競爭，因此存在較高的進入壁壘。就競爭對手進入市場的進入壁壘及獲得優質健康大數據而言，累積更多數據及項目經驗、擁有更完整的產業鏈、挽留多學科專業人士及擁有大數據處理技術的公司擁有巨大優勢。健康洞察解決方案市場將呈現更多元化的市場競爭態勢，且數據庫的深度、廣度及多元化將成為行業競爭的關鍵要素。此外，所服務的醫療產品製造商網絡及數量乃此細分市場的核心競爭領域。

業 務

憑藉我們的大數據及技術，我們相信在中國醫療產品及渠道健康洞察解決方案市場中，我們相比競爭對手和其他行業參與者處於更有利的地位。我們從零售藥店獲取健康大數據，並於醫療產品製造商方面擁有豐富的資源。我們於所涵蓋的醫療產品製造商數量方面具有絕對優勢。請參閱本節中「我們的優勢」。我們的競爭對手可能會以多種方式與我們競爭，包括推出競爭性解決方案或產品，擴展其產品或功能，進行品牌推廣和其他營銷活動以及進行收購。此外，行業參與者憑藉信譽、技術能力、經驗、服務質量和客戶網絡與我們競爭。我們的一些競爭對手是知名的大公司，他們的資本可能比我們雄厚。我們透過提供基於我們來自全面覆蓋整個健康產業鏈的大數據的產品，從中國健康洞察解決方案市場的競爭對手中脫穎而出。此外，我們的數據處理能力反映在我們的數據洞察解決方案報告可交付成果的平均周轉時間上，約為**35至45天**，而行業平均水平通常為**40至60天**。相比我們的競爭對手，我們的數據洞察報告亦從一個包含大量樣本藥店和相關數據的數據庫編製，累積數據超過**20TB**，而平均行業參與者則為**1至10TB**的累積數據。我們的自動數據清洗率超過**95%**，而其他行業參與者平均約為**75%至80%**。我們收集的數據詳細程度亦比其他行業參與者更精細，因為於最後實際可行日期，我們從零售藥店採集的數據中超過**80%**處於個人訂單級別，而餘下處於月度匯總報告級別。對於其他行業參與者，一般而言，採集的大部分數據僅處於月度匯總報告級別。

大型、廣泛和多樣化的數據庫對於領先的健康洞察解決方案供應商而言至關重要，將領導者與其他市場參與者區別開來。機器學習、AI和雲計算等前沿技術，幫助健康洞察解決方案供應商不斷提升數據處理和分析能力，進而創造更高的價值，提供更多樣化的服務和應用場景。請參閱本文件「行業概覽」。

知識產權

我們認為，我們的品牌和技術，包括我們專有的健康數據處理及分析能力，以及我們的商標、版權、專利、域名、專業知識、其他專有技術和其他知識產權是確保我們業務運營成功的關鍵。我們通過版權法、商標法、專利法、商業秘密法和其他知識產權法，以及與我們的員工、供應商、客戶、商業和研究合作夥伴和其他方簽訂的保密協議來保護我們的品牌和技術。我們與員工簽訂的協議亦規定，他們在工作期間所創造的所有發明、開發、著作權和其他知識產權都是我們的財產。

於最後實際可行日期，我們擁有**188**個註冊商標、**98**項軟件產品註冊版權、**八**項作品註冊版權、**11**項專利和**43**個註冊域名，包括我們的主要網站**www.sinohealth.com**、**www.sinohealth.cn**，以及**sinoxk.com**和**aimdt.net**等網站。我們在中國亦擁有我們認為

業 務

對我們的業務屬重大的處於申請註冊中的15個商標及31項專利。請參閱本文件附錄四「法定及一般資料 — B.有關業務的進一步資料 — 2.本集團知識產權」。

我們採取積極和穩妥的方式保護我們的技術和專有權利，包括透過結合內部政策、保密協議、加密和數據安全措施，以及由法律與合規團隊負責管理和保護知識產權。此團隊負責指導和監督其他部門的知識產權保護事宜，註冊新知識產權，審查協議以確保知識產權得到妥善保護，以及處理可能發生的糾紛。除了正確註冊我們的知識產權外，我們還依靠商業秘密保護措施和合約限制要求來保護我們的知識產權。在我們與客戶或業務合作夥伴簽訂的協議中，我們明確規定了我們對知識產權的所有權，以防止他人侵犯我們的知識產權。我們密切監測並收集任何侵犯我們知識產權，或他人試圖註冊與我們相同或類似知識產權的資料。除了確保技術系統的安全外，我們亦維持我們辦公場所的物理安全，進而保持我們數據和商業秘密的完整性與機密性。

我們會定期審查在我們的網站、小程序或其他營銷渠道發佈的材料，以確保我們獲得使用任何第三方內容的授權。法律與合規部負責維護我們獲得許可的任何知識產權的數據庫。我們亦定期為員工提供知識產權合規方面的培訓，以防止任何未經授權使用或侵犯第三方知識產權的行為。

在往績記錄期間以及截至最後實際可行日期，我們未遭受任何重大的知識產權侵權申索。請參閱本文件的「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能面對其他人士針對我們提起知識產權侵權申索。」。

員工

於2019年、2020年及2021年12月31日以及於最後實際可行日期，我們分別共有340名、437名、624名及673名員工。我們於往績記錄期間的員工數目增加，主要由於我們為應對業務需要而擴大解決方案及產品團隊以及研發團隊。於最後實際可行日期，我們的員工中分別有28名擁有醫學專業知識、54名擁有醫藥專業知識及111名擁有計算機科學專業知識。我們的專業人才平均擁有逾六年的經驗。我們的員工工作地點為廣州市和北京市。

業 務

下表載列截至最後實際可行日期按職能分類的員工總數，以及各類員工佔員工總數的百分比：

職能	人數	佔總人數的百分比
解決方案及產品.....	270	40.1%
研發.....	251	37.3%
銷售和營銷.....	89	13.2%
總務與行政.....	63	9.4%
總計.....	<u>673</u>	<u>100.0%</u>

在招聘過程中，我們主張多元性，並重視平等機會。我們亦高度重視我們的員工及員工發展。為了提升員工的技能和知識，發掘員工的新潛力，我們為管理層和其他員工提供繼續教育和培訓項目，以定期更新他們的技能和知識。一般來說，我們的培訓主要注重與我們的運營、技術知識、知識產權保護和工作安全標準相關的事項。我們亦建立以藥學和醫學、數據和技術、行業發展等為主題的多個內部專業委員會，以促進員工的專業發展和鼓勵信息交流。

員工的薪酬待遇包括基本工資、績效獎金和津貼。我們根據能力、表現、資歷、專業知識和工作經驗等因素決定員工薪酬。我們通常與員工簽訂僱傭合約和保密協議。

我們參加並繳納當地省及市政府組織的住房公積金及社會保險供款計劃，包括養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險、以及住房公積金計劃。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們作出的福利捐贈總額分別約為人民幣7.5百萬元、人民幣4.3百萬元及人民幣14.6百萬元。

於往績記錄期間，我們未能按照相關中國法律及法規為僱員繳納社會保險及住房公積金。於2019年、2020年及2021年12月31日，差額合共分別約為人民幣6.0百萬元、人民幣6.7百萬元及人民幣13.1百萬元，並於我們的歷史財務資料中計提相關撥備。

根據相關中國法律及法規，我們於規定期限內欠繳社會保險費或須被加徵每天延遲繳存金額0.05%的滯納金。逾期不繳者，主管部門可能另外處以滯納金額一倍至三倍的罰款。根據相關中國法律及法規，倘未能按要求足額繳存住房公積金，主管部門可能會要求限期繳存。逾期仍不繳存的，可以申請中國法院強制執行。

業 務

根據我們的中國法律顧問於2021年5月向國家稅務總局(廣州市稅務局)及廣州住房公積金管理中心(據中國法律顧問告知，彼等分別為提供社會保險及住房公積金諮詢的主管部門)進行的諮詢，(i)社會保險及住房公積金供款乃由位於廣州的相關附屬公司按照相關法律、法規及／或相關地方政策及要求作出，我們已作出全數社會保險及住房公積金供款，或我們並無未繳納的社會保險及住房公積金供款；及(ii)並無被處以行政處罰。

於最後實際可行日期，我們並無接獲相關中國機關任何通知，指稱我們未有悉數作出社會保險金及住房公積金供款，並要求於指定的期限前支付有關款項。我們亦不知悉員工有任何關於社會保險金及住房公積金供款方面的重大投訴或催繳款項，亦並無收到勞動仲裁庭或中國法院就有關此方面糾紛所發出的任何法律文件，而可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

於2018年9月21日，中華人民共和國人力資源和社會保障部發出《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，其提出降低公司繳納的社會保險供款金額以避免企業負擔過重，並禁止地方機關要求企業一次追繳回過往少付或未付的社會保險供款。

基於上文所述，我們的中國法律顧問認為，上述我們向其作出諮詢的相關機關將就少付的社會保險及住房公積金供款要求我們補足差額或向我們作出任何行政處罰的風險不大。

鑒於上述，董事認為，有關不合規事件將不會對我們造成重大財務及營運影響。

為防止再次發生任何有關不合規事件，(i)我們已採納一項有關社會保險及住房公積金供款的相關內部控制政策；(ii)我們已指派我們的人力資源部人員密切監控我們持續遵守有關社會保險及住房公積金供款的法律及法規並監督相關政策的實施；及(iii)我們將就此定期為董事、高級管理層及負責人員安排有關最新監管發展的培訓。董事確認，本集團於[編纂]後將根據中國法律及法規為我們的僱員悉數繳納社會保險及住房公積金。

我們相信，我們與員工保持著良好的工作關係，在往績記錄期間以及截至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大勞資糾紛，亦無收到任何相關投訴，相關政府部門或第三方並無向我們發出對我們的經營造成重大干擾的通知或命令。

業 務

物業

我們的公司總部位於中國廣東省廣州市南沙區黃閣鎮望江二街5號1111房。於最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業，我們租賃(i)位於廣東省廣州市的18套房屋，其總建築面積約為3,302.4平方米；及(ii)位於北京的六套房屋(其總建築面積約為488.3平方米)，均用作辦公用途。這些租約的到期日一般介乎2023年3月至2025年11月。

我們已實施升級的內部控制措施，例如在租賃物業前要求出租人及／或主管機關提供業權文件或其他有效授權文件。於最後實際可行日期，我們未能作為租戶登記若干租賃協議，包括有關我們辦公室物業的租賃。請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們面臨與我們租賃的房地產有關的若干風險。」。

於2021年12月31日，我們租賃的物業賬面值概無佔我們總資產的15%或以上，因此，根據上市規則第五章與《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》(香港法例第32L章)第6(2)條，本文件獲豁免遵從公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條與公司(清盤及雜項條文)條例附表3第34(2)段相關的規定，該規定要求提供本集團的所有土地或樓宇權益的估值報告。

保險

我們為在中國的員工提供社會保險政策，包括養老保險、失業保險、工傷保險、生育保險、醫療保險和住房公積金。此外，我們可能亦為員工提供團體意外傷害保險。請參閱本節中的「一 員工」。此外，我們預計將在[編纂]當日或之前為本公司的執行董事和行政人員購買董事與高級職員責任保險。

在往績記錄期間，我們並無針對我們業務(包括我們擁有的服務器、計算機和其他財產)相關的潛在損失或損害購買保險。與有限商業保險保障範圍相關的風險，請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們的保險保障範圍有限。」。隨著我們業務的擴展和可能面臨的新風險，我們可能在董事認為合適的情況下購買其他保險。在往績記錄期間以及截至最後實際可行日期，我們並無遭受任何重大業務中斷，亦無因有限保險保障範圍而遭受重大損失。

業 務

健康、安全和環境事宜

由於我們的業務性質，我們認為我們不會受到重大的職業健康、安全和環境事宜的影響。為確保遵守適用的法律法規，如有必要，我們將在諮詢我們的法律顧問後調整我們的政策，以適應相關勞動和安全法律法規的任何重大修改。在往績記錄期間以及截至最後實際可行日期，我們並無因不遵守健康、工作安全或環境法規而受到任何重大罰款或其他處罰，並且我們的中國法律顧問告知，在同一期間，我們在所有重大方面均遵守所有相關的中國法律法規。

我們的環境、社會及管治政策

我們致力於將可持續發展概念融入我們的業務決策及日常營運，並採納一套環境、社會及企業管治政策(「**環境、社會及管治政策**」)，當中載列我們日常營運的相關目標及指引。我們的董事會支持我們履行我們環境、社會及企業管治(「**環境、社會及管治**」)責任的承諾，並負責制定我們環境、社會及管治策略的整體方向及確保其有效性。董事會亦將監控本集團在實現環境、社會及管治目標及目的方面的表現，以及最新的環境、社會及管治披露要求及監管合規。審核委員會負責修訂及評估我們環境、社會及管治政策的實施。我們擬於[編纂]後成立董事會環境、社會及管治管理小組委員會，該委員會將由我們的主席及執行董事吳先生領導，以支持董事會制定及實施環境、社會及管治政策及監督相關披露。我們亦擬成立環境、社會及管治團隊，以協調及管理環境、社會及管治的一般事務，該團隊將由來自主要部門(例如人力資源、行政、銷售及營銷、採購、技術及法律)的人員組成。環境、社會及管治團隊將負責指導發展環境、社會及管治相關事宜，與持份者溝通，根據我們的業務狀況評估環境、社會及管治風險(包括氣候相關風險及機遇)，改善評估指標，推廣環境、社會及管治工作成果及每年披露環境、社會及管治資料。

業 務

根據我們的環境、社會及管治政策，我們透過不同渠道向我們的僱員及持份者推廣環境保護及可持續發展以及高度重視建設誠信、開放及透明的企業文化。我們致力於在我們的日常活動中採取節能及減少廢物措施，以減少我們的碳足跡，並提高我們僱員在此方面的意識。我們已就辦公室節能節水制定措施，例如：

- 要求僱員下班後關閉電力設備及燈光；
- 要求僱員在使用辦公用品時注意環保，鼓勵僱員重複使用辦公用品；
- 鼓勵僱員在離開辦公桌時關閉顯示器；
- 鼓勵採用虛擬會議或電話會議，以代替實體會議，從而減少商務旅行；
- 鼓勵僱員合理用水並及時維修任何漏水電器；及
- 讓專職員工定期檢查供水及排水系統，以發現及修復洩漏。

環境、社會及氣候相關問題的影響及機會

董事知悉全球氣候變化對全球經濟及社會發展的不利影響，及持續排放溫室氣體將加劇該等影響。我們所識別的氣候相關風險可分為兩個主要類別：物理風險及轉型風險。

我們將物理風險界定為可能對我們造成物理影響的風險。我們相信，氣候相關問題可能帶來極端天氣事件風險，例如更頻繁的風暴、颱風及洪水。我們可能受基礎設施設備營運及維護成本增加及保險增加的潛在影響。我們僱員的健康及安全亦受到極端天氣狀況的威脅。

就轉型風險而言，根據我們對相關政府及監管政策的評估以及技術及市場趨勢，我們認為，我們可能受到可持續實踐要求變動所導致的經營成本增加的影響。例如，我們可能需要改用節能照明或增加我們業務場所的綠色空間。排放披露義務的增加可能意味著我們對排放及資源消耗進行更嚴格監控的成本增加。

除以上所載風險外，於最後實際可行日期，董事並不知悉任何其他可能對我們業務、策略或財務表現造成負面影響的實際氣候相關風險。

業 務

識別、評估及管理環境、社會及氣候相關風險及機會

我們非常重視管理及控制企業風險，已制定中康風險評估管理政策，並成立風險管理委員會，以識別風險及實施降低風險策略。該風險管理委員會直接向董事會報告。我們亦於任何層面鼓勵僱員就我們營運識別及評估風險並與彼等的主管或相關部門負責人溝通該等風險。

我們已根據我們的業務性質及未來發展方向，對環境、社會及氣候相關風險及機會進行有針對性的風險識別及影響評估，並已就多個風險項目採納控制及減低措施，包括：

- **向綠色建築過渡。**作為我們營運的一部分，我們有機會於我們的商業物業內改用節能照明及其他設備，以及增加我們的綠色面積。經營常規方面的該等變動可能使經營成本上升。
- **商業道德。**作為我們營運的一部分，僱員可能受賄，洩露公司機密，或未能遵守職業道德。為降低該等風險，我們已成立內部管理系統，以要求所有僱員遵守商業道德及承諾不會參與任何貪污、賄賂、欺詐、勒索及洗錢活動。
- **資料安全。**可能存在與我們業務發展或營運有關的風險，例如對資訊科技系統的攻擊、關鍵業務資料丟失以及僱員及客戶機密資料披露。我們已開發及實施綜合政策，以將我們的數據處理及管理標準化。請參閱本節「我們的技術及大數據—大數據—數據安全與隱私」。我們亦已參考JRT0072-2012「金融行業信息系統信息安全等級保護測評指南」建立資料安全管理系統。
- **僱員健康與發展。**我們的僱員可能於工作環境中面臨食品、交通及旅行安全風險，或可能受到COVID-19疫情的威脅，以及政府及整個社會對此施加的限制。我們亦可能面臨我們的人才培訓及發展與我們整體發展策略不一致的風險。我們已就辦公室環境安全採取若干措施，亦制定人才發展策略及相應的培訓系統及計劃，同時跟進僱員發展計劃的實施。

業 務

環境、社會及氣候相關風險的指標及目標

我們已亦評估反映我們環境、社會及氣候相關風險管理的定量資料，包括資源消耗及溫室氣體排放。溫室氣體排放包括範圍1及範圍2排放。範圍1直接排放包括我們汽車的溫室氣體排放。範圍2間接排放包括消耗已購買電力所產生的溫室氣體排放。下表載列截至2020年及2021年12月31日止年度該等排放的概要：

資源消耗	2020年	2021年
已購買電力(千瓦時)	407,894	495,497
汽車用油(升)	399	82
排放	2020年	2021年
溫室氣體排放(噸二氧化碳當量)	249.80	302.45
範圍1(直接排放)(噸二氧化碳當量)	0.94	0.19
範圍2(間接排放)(噸二氧化碳當量)	248.86	302.25

我們通過研究及評估該等定量指標，並參考其歷史水準，已確定有關環境、社會及氣候的風險，並已制定指引本集團業務運營的相關目標，以減少我們對環境及氣候變化的影響。於制定該等目標的過程中，我們亦考慮我們的業務變化及近期擴張，以及未來業務計劃，旨在實現可持續發展，同時保證經濟利益。於未來五年，我們預期實現(i)每百萬(人民幣)收入的溫室氣體排放(二氧化碳當量)減少0.005噸；及(ii)每百萬人民幣收入的電力消耗減少0.4%的目標。

企業社會責任

我們致力履行企業社會責任，在這方面取得的成就和採取的措施包括：

- **健康產業**。我們的平台和解決方案可促進健康產業參與者之間的精確連接，並促進他們訪問我們的數據和技術基建，使他們能夠快速感知行業需求，解決效率低下或缺陷問題，改善醫療流程以帶來更大的惠益。
- **患者和個人**。我們幫助提高患者護理的質量和精準性，包括通過為藥劑師、患者及其護理人員提供教育和培訓計劃。我們通過利用我們的數據技術基建提高診斷的準確性，並提供詳細分析和實證分析。此外，我們不斷努力提高人們對針對個人情況量身定制的持續醫療管理重要性的認識，並通過與體檢機構合作實現這一目標。

業 務

- **數據隱私與保護。**我們致力於保護個人信息和隱私。我們在全公司範圍內建立並實施了嚴格的數據聚合和處理政策。請參閱本節的「一 我們的技術及大數據 一 大數據 一 數據安全與隱私」。

法律程序及合規

我們可能會不時遭受於正常業務過程中產生的各種法律或行政申索與訴訟。我們亦可能提起法律程序以保護我們的知識產權和其他權利。董事確認，在往績記錄期間以及截至最後實際可行日期，我們並無牽涉或遭受任何重大法律、仲裁或行政訴訟，亦無發生任何針對我們或董事的未決或面臨威脅的法律、仲裁或行政訴訟(可能個別或總體上對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響)。

董事會確認，在往績記錄期間以及截至最後實際可行日期，除本節的「一 員工」所披露者外，我們在所有重大方面均遵守所有相關的中國法律法規。

風險管理和內部控制

我們認識到我們營運所屬的行業競爭激烈，我們的業務面臨各種風險，因此，有效的風險管理和內部控制對我們實現增長和成功至關重要。我們主要面臨以下風險，並且已實施各種政策和程序以確保對下列風險進行有效的風險管理和內部控制：(i) 業務／信息系統風險；(ii) 知識產權風險；及(iii) 合規和監管風險。有關我們管理層確定的主要風險詳情，請參閱本文件的「風險因素」。我們亦致力於不斷改進這些政策和程序。

運營風險／信息系統風險管理

運營風險是指由於內部程序不完整或有問題、信息技術系統或基礎設施故障、人員失誤或外部事件導致的直接或間接財務損失風險。我們已建立一系列內部程序和控制系統來管理此類風險，特別是與信息技術相關的風險，因為對醫療數據和其他相關信息進行妥善維護、存儲和保護是確保我們成功的關鍵。根據適用法律法規，我們可訪問的某些類型的醫療數據也可能被視為個人數據。我們亦設計內部程序和控制系統，確保我們訪問的任何醫療數據受到保護，並避免此類數據的泄露和丟失。在往績記錄期間以及截至最後實際可行日期，我們的信息技術基建並無發生任何重大系統故障，或發生因軟件或硬件故障導致的信息技術系統的任何重大中斷，或發生任何重大醫療數據泄漏或丟失事件。

業 務

我們建立了信息系統安全管理框架，包括備份與恢復管理系統以及其他相關的內部控制和風險管理機制，以管理網絡安全、數據安全、反病毒措施、系統變更審批程序、用戶管理、系統監控及事件管理。

我們的信息技術系統安全部門負責確保我們的信息技術基建的安全，並確保醫療數據的使用、維護和保護符合我們的內部規則和適用的法律法規。我們亦為員工提供持續的信息安全培訓，就出現的任何問題開展討論或不時進行必要的更新。

知識產權風險管理

我們設計並採用嚴格的內部程序，以確保我們的業務運營符合相關規章制度，並保護我們的知識產權。根據這些程序，在我們簽訂任何合約或業務安排之前，我們內部的法律與合規部將審查所有合約條款，並審查我們業務運營的所有相關文件，包括交易對手或我們為履行合約義務而獲得的許可證和牌照，以及所有必要的相關盡職調查材料。

我們亦制定詳細的內部程序，以確保我們在提供解決方案及產品之前，由我們內部的法律部門審查我們的產品和服務，包括對現有產品或系統的升級，以確保其符合法規要求。我們內部的法律合規部門負責獲得任何必要的政府預先批准或同意，包括在規定的監管時限內編製所有必要的文件並提交相關政府部門，並確保及時向主管部門提交所有必要的申請，以及辦理商標更新或備案、版權和專利登記。

合規與監管風險管理

為了有效地管理我們的合規與法律風險，我們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的法律法規。特別是，由於我們和我們的員工在開展業務過程中需要與各種第三方打交道，我們已就反賄賂、反腐敗和利益衝突事項實施內部程序。作為我們風險管理和內部控制措施的一部分，我們採納一系列內部規定打擊腐敗和欺詐活動，其中包括打擊收受賄賂和回扣、挪用公司資產的行為的措施。我們亦要求各部門定期對關鍵流程和職責中的違規行為進行自我檢查，並向法律與合規部報告任何違規行為或潛在的風險事件。

我們根據不同部門員工的需求就我們的反腐敗政策提供定期及專門的培訓。我們就員工感興趣的話題定期組織高級職員或外部顧問進行的內部培訓課程，並成立內部委員會，以促進員工的信息交流和專業發展。透過這些培訓課程，我們確保員工在反

業 務

貪政策方面的技能和知識水平保持最新水平，使他們在開拓商機的過程中，能更好地遵守適用的法律法規。我們關於反腐敗的完善內部控制政策包括違反所述規定的定義、具體禁止活動及後果。對於我們的數據驅動發佈及活動，所有活動參與者均須遵守有關反腐敗政策，並於我們與活動參與者簽署的協議中訂明。向活動參與者提供的活動指南包亦包括禁止活動提醒。我們參加該等活動的僱員接受培訓，關注任何可疑活動。僱員亦將參觀活動場地內設置的各個展位，並監察現場狀況及情況，以識別與會人員之間的任何異常活動或互動。我們亦設立指定熱線電話及電子郵件信箱，以接收活動參與者的投訴及任何可疑不當行為報告。

據我們的中國法律顧問告知，由於我們為客戶設計及製作透過我們的媒體渠道或其他第三方平台發佈的媒體內容，我們須遵守《中國廣告法》。在提供定制營銷解決方案時，我們制定於接受、規劃、執行及展示可交付物的階段對廣告內容進行審查的內部控制政策。客戶提供反饋後，我們的業務部門首先對廣告內容進行審核。我們的法律部門隨後審查廣告內容，以識別任何合規風險，包括識別是否存在任何不當或令人反感的內容，並確保所有廣告均遵守相關法律法規。我們的業務部門在交付及發佈廣告前與客戶確認廣告內容並進行必要修改。我們亦為業務人員定期組織相關法律法規培訓課程。根據主管部門發出的確認書，於往績記錄期間，我們並無因提供廣告服務而受到相關部門施加的任何行政處罰及捲入重大民事訴訟。

我們向所有員工發放《員工手冊》和《行為準則》。《員工手冊》載有職業道德、防欺詐機制、疏忽和腐敗方面的內部規則和指導方針。我們為員工提供定期培訓和資源，以解釋《員工手冊》中所包含的指導方針。

董事會監督

為了於[編纂]後監察我們的風險管理政策及公司治理措施的持續實施情況，我們已成立一個審核委員會，負責持續監測本集團風險管理政策的實施情況，以確保我們的內部控制系統能有效識別、管理和降低業務運營所涉及的風險。審核委員會由三名成員組成，分別為杜依琳女士、王丹舟女士及魏斌先生，均為獨立非執行董事。魏斌先生為審核委員會主席。關於審核委員會成員的專業資質和經驗，請參閱本文件的「董事及高級管理層」。

業 務

我們亦已建立一個內部審計部門，負責審查內部控制系統的有效性，並就發現的問題向審核委員會和高級管理層報告。我們的內部審計部門成員需要向管理層報告，以討論我們所面臨的內部控制問題以及解決這些問題的相應措施。內部審計部門亦向審核委員會報告，以確保將發現的任何重大問題及時提交予該委員會。屆時審核委員會討論這些問題，並在必要時向董事會報告。

就監測實施而採取的持續措施

我們的審核委員會、內部審計部門和高級管理層共同持續監測風險管理政策的實施情況，以確保政策和實施的有效性和充分性。

牌照及許可證

於最後實際可行日期，我們已從中國相關政府部門獲得於所有重大方面開展業務所需的所有重要牌照、許可證、批文和證書，並且該等牌照、許可證、批文和證書仍完全有效。

下表載列對我們業務經營而言屬重大的關鍵牌照、許可證和證書的詳情。

編號	牌照及許可證名稱	簽發機關	持有者	授予日期	屆滿日期
1	廣播電視節目 製作經營許可證.....	廣東省廣播電視局	中康資訊	2021年4月1日	2023年3月31日
2	出版物經營許可證.....	廣州市新聞出版局	中康資訊	2021年3月10日	2026年3月31日
3	互聯網藥品信息 服務資格證書(經營性)	廣東省藥品監督 管理局	中康資訊	2022年6月15日	2027年6月14日

業 務

編號	牌照及許可證名稱	簽發機關	持有者	授予日期	屆滿日期
4	互聯網藥品信息服務 資格證書(非經營性)	廣東省藥品監督 管理局	中康資訊	2021年9月14日	2026年9月13日
5	廣東省高新技術 企業證書.....	廣東省科學技術廳、 廣東省財政廳、 國家稅務總局 廣東省稅務局	中康資訊	2019年12月2日 ⁽¹⁾	2023年12月1日
6	廣東省高新技術產品 證書(醫療及醫療 大數據).....	廣東省高新技 術企業協會	中康資訊	2019年12月	2023年11月1日
7	廣東省高新技術產品 證書(深度學習).....	廣東省高新技 術企業協會	中康資訊	2019年12月	2023年11月1日
8	廣東省高新技術產品 證書(大數據分析)...	廣東省高新技 術企業協會	中康資訊	2019年12月	2023年11月1日

業 務

編號	牌照及許可證名稱	簽發機關	持有者	授予日期	屆滿日期
9	ICP許可證(中華人民共和國增值電信業務經營許可證).....	廣東省通信管理局	中康資訊	2021年4月20日	2026年4月20日
10	IDC許可證	工信部	中康資訊	2021年11月12日	2026年11月12日
11	EDI許可證	廣東省通信管理局	廣州嘉思	2021年3月13日	2026年1月12日
12	ICP許可證	廣東省通信管理局	廣州嘉思	2021年3月13日	2026年1月12日
13	互聯網藥品信息服務資格證書(經營性)	廣東省藥品監督管理局	廣州嘉思	2020年10月23日	2025年10月22日
14	EDI許可證	北京市通信管理局	中康君毅	2020年11月11日	2025年11月11日
15	ICP許可證	北京市通信管理局	中康君毅	2020年11月11日	2025年11月11日

附註：

(1) 於2016年中康資訊初始獲認定為高新技術企業。

業 務

獎項和表彰

自本公司成立以來，我們所提供的解決方案及產品質量獲得多項獎項和表彰。

下表載列本公司於所述期間內獲得的多項重要獎項和表彰。

年份	獎項／表彰	頒發機構	獲獎單位／稱號
2020年	中國科學院大學瀋陽 計算技術研究所研究生 實踐基地	中國科學院大學	中康資訊
2020年	2020年大數據企業小組名單	廣州市工業和信息化局	中康資訊
2021年	CMMI成熟度三級 ⁽¹⁾	美國卡內基梅隆大學 CMMI研究所	中康健數
2021年	三級信息系統安全 分級保護認證(AI-MDT)	廣州市公安局	外商獨資企業
2021年	三級信息系統安全 分級保護認證(SIC)	廣州市公安局	外商獨資企業
2022年	三級信息系統安全 分級保護認證(卓睦鳥診所)	廣州市公安局	廣州卓睦鳥

附註：

- (1) 其表明我們的軟件中心已制定標準內部程序，並建立集成系統，以主動改善我們的軟件開發及維護。