

業 務

概覽

我們為中國快速增長的全渠道零售藥房，根據弗若斯特沙利文的資料，按2020年的收入計，市場份額約0.8%¹。我們已於線下、O2O及B2C渠道發展均衡且全面的零售藥房業務，令我們抓住更多銷售機會，拓寬深化業務佈局且實現渠道協同，從而推動我們發展。我們是在電商平台上運營線上藥房、將線上及線下零售藥房以及線上處方藥銷售進行整合的新銷售渠道先行者。根據弗若斯特沙利文的資料，於2020年，按每月每間藥房平均訂單數計，我們於中國所有自營線上到線下（O2O）及線下零售藥房中排名第一。

我們主要經營全渠道零售藥房業務，並為客戶提供SaaS解決方案服務。於往績記錄期間，我們的全渠道零售藥房業務主要包括：(i)新零售業務，包括線下零售藥房及O2O零售業務（即我們向通過我們於O2O平台的線上零售藥房購買產品的消費者銷售及配送醫藥產品）；及(ii)B2C零售業務（即我們在B2C電商平台運營線上藥房）。其次，我們亦向行業客戶（包括零售藥房客戶及上游製藥企業）提供SaaS解決方案服務，賦能零售藥房行業的參與者實現線上運營。憑藉我們獲知名製藥公司授予的於特定地區若干產品的獨家分銷權，我們亦從事供應鏈業務，於該業務下，我們作為醫藥批發商向其他行業客戶（包括零售藥房客戶、醫療機構及藥品批發商）銷售醫藥產品。

截至最後實際可行日期，我們橫跨中國15座城市（包括成都、重慶、廣州、上海、深圳、鄭州及西安等一線及新一線醫藥消費市場），已設立471間線下零售藥房。通過線下零售藥房網絡，我們能夠直接接觸終端消費者並提供量身定制的專業服務。我們亦深耕第三方電商平台線上藥房運營，佈局主流O2O消費平台。通過線上及線下一體化模式，我們能夠將線上消費者需求與我們於線下零售藥房所提供醫藥產品進行精準匹配，從而將線上流量轉化為線下銷售，此進而提升了線下零售藥房的運營效率並擴大了線下零售藥房的經營半徑、加快了存貨周轉及提高了產品銷量。

我們已與領先的製藥企業維持長期合作，其為我們提供了穩定的醫藥產品供應來源。截至2020年12月31日，我們已與逾1,000家製藥企業開展合作，根據弗若斯特沙利文的資料，覆蓋了50家以上的中國前100強製藥企業及15家全球前20強製藥企業。得益於我們與包括我們股東中國生物製藥（中國最大型處方藥生產商及肝膽用藥生產商）在內的業內知名品牌的深度合作，我們能夠擴展直接面向患者（DTP）醫藥產品資源。

¹ 於2020年，按總收入計，中國五大全渠道零售藥房市場參與者的市場份額為59.7%。按2020年的總收入計，全渠道零售藥房市場的市場規模佔中國整體院外零售藥房產業的17.4%。

業 務

自我們於2020年開始DTP業務以來，我們自銷售DTP藥品產生的收入由2018年的人民幣0.1百萬元快速增至2019年的人民幣1.3百萬元，並進一步增至2020年的人民幣6.0百萬元及截至2021年9月30日止九個月的人民幣59.7百萬元。此外，多品類處方藥及優質服務令我們的處方藥銷售得以迅速擴展，其收入於2020年達人民幣476.8百萬元，佔我們同期全渠道零售藥房業務總收入的47.3%。通過提供覆蓋藥物及非藥物保健品的全品類產品，我們能夠提供全週期、一站式醫療保健服務以滿足客戶的不同需求。截至最後實際可行日期，我們藥房的SKU數量超過30,000種，涵蓋五大類最暢銷非處方藥及處方藥。全品類的產品使我們能夠滿足客戶對於心腦血管、糖尿病、風濕骨科及肝膽等主要慢性病的用藥需求。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國為數不多設有規模化藥學服務團隊的線上零售藥房，擁有逾200名執業藥師、健康顧問及慢性病專家等專業人員。

我們為零售藥房行業價值鏈中以技術驅動的參與者。我們專注於為零售藥房行業參與者開發SaaS解決方案，從而促進行業技術升級。根據弗若斯特沙利文的資料，我們為快速發展的SaaS解決方案提供商，專注於服務零售藥房行業參與者，按2020年的總收入計，我們的市場份額為1.1%。根據弗若斯特沙利文的資料，通過向其他零售藥房客戶賦能，在所覆蓋的城市數量上，我們已於中國全渠道零售藥房中建立起第三大零售藥房網絡。根據相同資料來源，我們亦為零售藥房行業內可向專業零售藥房提供SaaS解決方案的極少數者之一。

憑藉數據分析能力及在全國多座城市的線上運營經驗，我們形成了成熟的單店運營模式及城市業務模式。我們的單店運營模式乃根據我們現有藥房的表現及市場洞察力，概述了各藥房於其投資期間實現銷售額增長及盈利能力的方式，從而為藥房的開設及運營提供指引的模式。我們的城市業務模式能夠分析市場需求、競爭格局及銷售渠道分佈，該模式能讓我們於新城市高效複製單店運營並迅速獲取市場份額，可迅速進入新城市並搶佔市場。我們相信，憑藉我們在將業務擴張至新城市方面所積累的數據和豐富經驗，我們將能夠在目標城市利用全渠道零售藥房的優勢，在線上線下藥房繼續深化佈局。此外，我們於多年的運營中已積累專業的技術能力及豐富的運營經驗，成功將應用程序工具及線上運營基礎設施整合至相關數據分析系統。以提供有效的運營及穩定且智能化的支持的業務戰略為導向，我們應用結構化數據來支持業務發展及智能化業務運營。

業 務

競爭優勢

中國均衡發展的全渠道零售藥房及全渠道醫藥零售模式的開拓者

根據弗若斯特沙利文的資料，按2020年的收入計，我們為中國快速增長的全渠道零售藥房，市場份額約0.8%¹。我們通過線上及線下渠道相結合的方式運營零售藥房，無縫整合傳統及新零售模式。我們已於線下、O2O及B2C渠道發展均衡且全面的零售藥房業務，令我們抓住更多銷售機會，拓寬深化業務佈局且實現渠道協同，從而推動我們發展。我們開創了於電商平台上運營線上藥房、將線上及線下零售藥房以及線上處方藥銷售進行整合的先河。根據弗若斯特沙利文的資料，於2020年，按每月每間藥房平均訂單數計，我們於中國所有自營O2O及線下零售藥房中排名第一。

截至最後實際可行日期，我們橫跨中國15座城市（包括成都、重慶、廣州、上海、深圳、鄭州及西安等一線及新一線醫藥消費市場），已設立471間線下零售藥房。通過線下零售藥房網絡，我們能夠直接接觸終端消費者並提供量身定制的專業服務。我們亦深耕第三方電商平台線上藥房運營，佈局主流O2O消費平台。通過線上及線下一體化模式，我們能夠將線上消費者需求與我們於線下零售藥房所提供醫藥產品進行精準匹配，從而將線上流量轉化為線下銷售，此進而提升了線下零售藥房的運營效率並擴大了線下零售藥房的經營半徑、加快了存貨周轉及提高了產品銷量。根據弗若斯特沙利文的資料，按2020年的訂單數量計，我們於川渝地區所有O2O零售藥房中排名第一。截至最後實際可行日期，我們於中國領先的電商平台上合共運營45間B2C線上藥房。

由於線下零售藥房可滿足線下客戶的要求且O2O零售業務可滿足客戶的私密性和緊急需求，我們線上及線下一體化的運營模式解決了傳統B2C模式流量競爭激烈、獲客成本高企及盈利能力不確定等痛點。我們抓住中國零售網絡快速擴張的機遇，成功創新醫藥銷售的全渠道零售模式，以增加市場份額，並開發出可高度擴展的標準化運營，構建了顯著的行業壁壘。我們的每店日平均銷售額從2018年的人民幣4,322元快速增至2019年的人民幣5,139元，並於2020年進一步增至人民幣7,863元。

1 於2020年，按總收入計，中國兩大全渠道零售藥房市場參與者的市場份額為59.7%。按2020年的總收入計，全渠道零售藥房市場的市場規模佔中國整體院外零售藥房產業的17.4%。

業 務

全品類、一站式、高複購且優質的醫藥零售產品及服務

我們已與領先的製藥企業維持長期合作，其為我們提供了穩定的醫藥產品供應來源。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2020年12月31日，我們已與逾1,000家製藥企業開展合作，覆蓋了50家以上的中國前100強製藥企業及15家全球前20強製藥企業。我們為若干製藥企業於有關地區乃至全國的主要客戶之一，舉例而言，我們為一家總部位於英國的跨國製藥巨頭在中國的全國性主要客戶之一。此外，我們亦享有於特定地區若干產品的獨家分銷權。憑藉我們的全渠道覆蓋，我們處於更有利位置以進行價格管理，使我們所提供產品（尤其是處方藥）能夠獲得更優惠的採購價格。

受益於我們與業內知名品牌（包括我們的股東中國生物製藥（中國最大型處方藥生產商及肝膽用藥生產商））的深度合作，我們能夠擴展DTP藥品資源。自我們於2020年開始DTP業務以來，我們自銷售DTP藥品產生的收入由2018年的人民幣0.1百萬元快速增至2019年的人民幣1.3百萬元，進一步增至2020年的人民幣6.0百萬元及截至2021年9月30日止九個月的人民幣59.7百萬元。此外，多品類處方藥及優質服務令我們的處方藥銷售得以迅速擴展，我們自銷售處方藥產生的收入於2020年為人民幣476.8百萬元，佔我們同期全渠道零售藥房業務總收入的47.3%。

通過提供覆蓋藥物及非藥物保健品的全品類產品，我們能夠提供全週期、一站式醫療保健服務以滿足客戶的不同需求。截至最後實際可行日期，我們藥房的SKU數量超過30,000種，涵蓋五大類最暢銷非處方藥及處方藥。全品類的藥品使我們能夠滿足客戶對於心腦血管、糖尿病、風濕骨科及肝膽等主要慢性病的用藥需求。此外，我們利用三級倉（即單店、區倉、總倉）體系，解決很多小藥房存貨有限的痛點，確保不同銷售渠道的多品類藥品供應。我們根據患者對藥物的非彈性需求規律，保障庫存供應，增加客戶對我們平台的粘性。我們計劃有策略地引進更多慢性病處方藥，此將令我們能夠於線下及線上渠道提供處方藥，從而吸引及留住具有較強忠誠度的客戶，此進而將確保我們的業務穩步發展。

業 務

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是為數不多設有規模化藥學服務團隊的線上零售藥房，擁有逾200名執業藥師、健康顧問及慢性病專家等專業人員，並為消費者提供24小時線上專業藥學諮詢服務。於2020年，我們B2C零售業務線上藥學諮詢服務產生的平均轉化率（指經通過電商平台的線上藥房諮詢後作出購買的消費者數目除以通過我們的線上藥房進行線上諮詢的消費者數目）為46%，而行業平均轉化率為39%。為適應消費者生活方式轉變及客戶對夜間藥房服務的需求不斷增長，我們近40%的零售藥房提供24小時配送服務。我們一年內最高月均夜間訂單（指自夜間10時至翌日上午8時的訂單）由2018年的每間藥房412張訂單增至2020年的每間藥房799張訂單。我們認為，通過O2O的夜間訂單在可預見的未來預期將增長，且24小時營業及服務具有廣闊的增長前景。

我們專注打造專業藥物及非藥物保健品供應鏈。線上藥房提供網定店取和網定店送服務。線下採取的是員工直接面對面為消費者服務的方式。通過一站式為消費者提供便捷服務，面向更年輕化、多元化客戶群體的廣闊市場，我們能夠開發出高用戶黏性及高複購率的業務模式。根據弗若斯特沙利文的資料，於2020年，我們O2O零售業務於中國最大的O2O平台上的線上複購率由2018年的34.3%增至2019年的37.2%，並進一步增至2020年的55.2%。

快速發展的SaaS解決方案提供商賦能零售藥房行業價值鏈參與者

我們為零售藥房行業價值鏈中以技術驅動的參與者。我們專注於為零售藥房行業參與者開發SaaS解決方案，從而促進行業技術升級。根據弗若斯特沙利文的資料，我們為快速發展的SaaS解決方案提供商，專注於服務零售藥房行業參與者，按2020年的總收入計，我們的市場份額為1.1%。根據弗若斯特沙利文的資料，通過向其他零售藥房客戶賦能，在所覆蓋的城市數量上，我們已於中國全渠道零售藥房中建立起第三大零售藥房網絡。我們亦為零售藥房行業內可向專業零售藥房提供SaaS解決方案的極少數者之一。

截至最後實際可行日期，我們已向逾22,400間零售藥房（包括571間連鎖藥房客戶）提供SaaS解決方案服務。截至最後實際可行日期，我們的SaaS解決方案服務已覆蓋中國269座城市。來自33座城市（當地並無我們的自營零售藥房）的零售藥房客戶於委聘我們提供SaaS解決方案服務後，成為彼等各自當地市場的最大型O2O零售藥房。通過SaaS解決方案服務及線上運營，於2020年，我們運營逾22,000間線上藥房，該等藥房實現線上銷售成交總額高達人民幣200百萬元。通過技術驅動的解決方案及多年來

業 務

累積的行業見解，我們能夠對各城市消費流量分佈進行準確分析，此可協助上游製藥企業客戶獲取市場洞察及通過整合線上線下運營而更好地管理供應鏈。我們標準化、專業的SaaS解決方案，幫助我們維持現有行業客戶的高黏性及深度綁定，同時吸引更多新行業客戶與我們合作。於2020年，我們SaaS業務的平均客戶留存率達到90%以上，而於2020年我們SaaS業務現有客戶的淨收入留存率達到687%。

憑藉我們為零售藥房客戶提供SaaS解決方案的先發優勢，我們主要通過口碑推薦及行業協會推薦或O2O平台好評獲得新客戶。舉例而言，我們獲中國醫藥物資協會評為最值得推薦的SaaS解決方案提供商，是「美團外賣」及「餓了麼」等主流平台的正式運營合作夥伴之一。

擁有高效的單店運營模式及可複製的城市業務模式

憑藉數據分析能力及在全國多座城市的線上運營經驗，我們形成了成熟的單店運營模式及城市業務模式，可迅速進入新城市並搶佔市場。我們相信，憑藉我們在將業務擴張至新城市方面所積累的數據和豐富經驗，我們將能夠在目標城市利用全渠道零售藥房的優勢，在線上線下藥房繼續深化佈局。

我們自主開發的單店運營模式可提高單一零售藥房的每店日銷售額及日效率。我們堅持線上線下一體化運營策略，提高單店運營模式效率及經濟效益，打造已覆蓋城市中市場佔有率第一的零售藥房。深度契合零售藥房行業的市場需求和發展趨勢，我們建立了一套成熟、標準化、可複製的單店運營模式，具備涵蓋商品採購、倉儲物流、信息化管理、藥房管理等方面的綜合管理系統。

於往績記錄期間，我們從成渝起步，不斷擴大於全國市場的佔有率。截至最後實際可行日期，我們已進駐的市場已延伸至15座城市，包括成都、重慶、廣州、上海、深圳、鄭州及西安等一線及新一線醫藥消費市場，我們於該等市場迅速配合當地團隊並實施線上及線下一體化模式。舉例而言，我們於2018年11月進入重慶市場，在九個月內快速完成當地團隊的整合並實施線上及線下一體化模式。於2020年，我們於重慶自新零售業務產生的收入超過人民幣100.0百萬元。根據弗若斯特沙利文的資料，於2020年，按訂單量計，我們於重慶所有開展O2O藥房業務的線上線下藥房中位居第一。於2020年，相較於行業平均銷售額人民幣80,000元，我們截至2020年12月31日的成長藥房每店每月平均銷售額達到人民幣260,000元以上。

業 務

內部研發團隊運用線上及線下一體化運營專長構築專業的數據分析能力及專有智能技術

多年來，我們已積累專業的技術能力及豐富的運營經驗，成功將應用程序工具及線上運營基礎設施整合至基礎數據分析系統。我們以業務戰略為導向，以提供有效的運營及穩定且智能化的支持，我們應用結構化數據來支持業務發展及智能化業務運營。

憑藉自身豐富的零售藥房線上線下運營經驗，我們可為行業客戶（包括零售藥房客戶及上游製藥企業）提供一體化、一站式零售藥房運營解決方案。我們專業、線上高效率的運營解決方案包括數據系統、中台運營平台和專有商業智能技術賦能的多樣應用工具，覆蓋可應用於全渠道、全業務場景運營的功能。

我們具有完備的技術研發體系及核心科技的自主開發能力。截至最後實際可行日期，我們於中國擁有118名研發人員及23項軟件版權。我們的附屬公司與夢同行獲中華人民共和國科學技術部認定為國家高新技術企業。

富有遠見卓識及經驗的管理團隊以及股東的大力支持

我們的管理團隊對中國零售藥房行業具有深入了解及豐富經驗。本集團的聯合創始人兼董事長李燦先生擁有多多年醫藥行業管理經驗。聯合創始人兼首席執行官陳洲華先生擁有豐富的互聯網運營經驗。我們相信，我們經驗豐富的管理團隊將發揮至關重要的作用並繼續作為我們的寶貴資產。我們的管理團隊擁有所必須的領導才能、遠見灼識及淵博行業知識，以預測和把握最新的市場機遇，制定合理的業務戰略並促進其有效的實施。

我們的股東及戰略合作夥伴中國生物製藥具有龐大的醫藥產品資源，尤其是肝膽用藥、抗腫瘤藥物、血液用藥及罕見病用藥。中國生物製藥為我們的戰略發展提供了支持及資源。我們亦因得益於中國生物製藥的品牌而能夠獲得客戶更多的信賴。

業 務

業務戰略

我們的目標為保持並擴大於全渠道零售藥房行業的優勢。具體而言，我們計劃採取以下策略。

於已覆蓋城市鞏固我們的地位，通過複製城市業務模式於選定城市擴大佔有率

我們將複製業務模式並擴大零售藥房網絡，以此發掘可觸及新市場的機遇。借助我們獨特的「全渠道零售藥房+賦能」業務戰略，我們計劃有策略地於選定城市尋找機會。我們計劃通過拓展或開發全渠道零售藥房業務而進駐中國的一線、新一線及二線城市，尤其是人口眾多的前50大城市。我們亦計劃通過向當地藥房（尤其是擁有既有客戶群的連鎖藥房）提供SaaS解決方案服務，以於三線及四線城市取得市場佔有率。

我們計劃進一步整合線上線下運營，觸及和服務更多的客戶。根據弗若斯特沙利文的資料，按2020年收入計我們在全渠道零售藥房市場的市場份額為0.8%。2020年全渠道零售藥房市場規模佔院外零售藥房總營業收入的17.4%。我們計劃於人口眾多的選定城市通過全渠道業務模式提升滲透率及市場份額。我們亦計劃持續擴建倉儲設施並提升我們的物流效率與客戶服務。

持續投資技術創新及開發，以增強我們的技術開發能力，從而持續拓展SaaS服務

我們認為，技術創新對我們的未來發展至關重要。我們計劃通過進一步加強運營管理、技術開發及數據分析能力，持續改進技術支持系統，此將對SaaS解決方案服務發揮重要作用。我們計劃提高一體化管理能力及運營效率，尤其是系統於管理運營時間、SKU管理及定價方面的能力。我們計劃升級系統的基礎技術及基礎設施，從而改進SaaS產品的功能及性能。此外，為滿足不同客戶的各種需求，我們計劃開發具有創新技術的功能，以滿足更廣泛的應用場景。

此外，我們計劃增強技術開發及數據分析能力，以整合各種渠道的數據並實現流暢的實時集中管理。我們計劃將AI技術及大數據分析應用於我們的系統，尤其是於零售藥房業務的渠道管理及向客戶推薦定制化產品方面。我們亦計劃進一步投資開發專有的機器學習模式，為系統配備智能執行及優化功能。為更好地支持定制化SaaS產品

業 務

開發，我們計劃將更多能夠提高我們開發效率的技術（包括移動技術、雲技術及AI技術）整合至我們的產品設計當中，從而進一步升級SaaS產品。我們計劃投資開發系統的自助服務功能，以實現線上存貨管理、響應式移動訂單執行及遠程財務報告。

持續深化與上游供應商的戰略合作及DTP業務合作，最大程度實現互惠互利

我們將深化與股東中國生物製藥的戰略合作，持續豐富我們的DTP藥品組合供應，以滿足客戶不斷變化的需求。我們亦有意透過我們成熟的全渠道零售藥房網絡，滿足各種情況帶來的日益變化的消費者需求。我們計劃繼續拓展及提升與其他國內主流藥品供應商及外資品牌供應商深入的戰略合作關係。我們擬提升議價能力，獲得更好的合作條件和更佳資源。我們計劃整合供應鏈資源（包括互聯網醫療服務、醫療內容、線上健康保險及其他資源），以獲得全方位消費者及市場信息，從而建立為上游行業品牌賦能的體系，向上游製藥企業提供數據洞察及線上服務。

擴大處方藥的銷售網絡及擴展藥學諮詢服務

我們計劃向患者提供更多醫療服務產品、送貨上門服務、24小時線上藥學諮詢服務及處方藥持續用藥諮詢服務。我們亦將持續擴大處方藥的銷售網絡。通過將慢性病管理服務等藥學諮詢服務整合入零售藥房網絡，我們計劃開發基於社區的一站式醫療保健管理門戶網站，以解決患者未獲滿足的需求。舉例而言，我們計劃向慢性病患者提供有關健康風險及處方藥用藥指導的教育，從而提高患者對治療依從性重要性的認識，並改善患者的治療效果。

有選擇地進行戰略合作、投資及收購

我們計劃尋求戰略合作機會，以加強我們的市場地位和我們在技術開發方面的領導地位，提升我們作為零售藥房SaaS解決方案提供商的競爭力。我們計劃重點與具有強大研發能力的科技公司合作。

業 務

為擴大線下藥房的覆蓋範圍，我們還計劃探索潛在的收購和投資機會，特別是在我們一直向其提供SaaS解決方案服務的現有行業客戶中探索。我們將主要在中國人口數前50的城市尋求機會。在選擇收購和投資機會時，我們將考慮許多因素，包括我們的戰略目標、目標城市的人口、線下藥房的位置和目標公司的品牌知名度及業務前景。截至最後實際可行日期，我們服務的SaaS客戶所在的中國269個城市中，我們將從人口數前50的城市中選擇少於五個目標城市尋求潛在的收購及投資機會。我們所服務的SaaS客戶所在的城市與我們選擇探索收購及投資機會的城市之間存在有限重疊。我們選擇的目標城市將為根據我們的大數據分析具備大量市場機會及充足需求的城市。在選擇潛在目標時，我們計劃對目標的運營半徑進行篩查以避免與其他現有SaaS客戶的競爭。截至最後實際可行日期，我們並未確定任何投資或收購目標。

豐富及完善專業化人才隊伍

我們計劃吸引及挽留技術等領域的高素質專業人才，增強研發能力。我們擬吸引及挽留中高層互聯網營銷人才，以提高運營效率並增強營銷能力，從而讓我們得以發掘更多與知名線上平台開展合作的機會。我們將進一步吸引及挽留線下運營人才，為未來業務拓展打下堅實基礎。我們將持續實施股權激勵計劃，設立具有吸引力的薪酬體系。

我們的業務

我們主要經營全渠道零售藥房業務，並為客戶提供SaaS解決方案服務。於往績記錄期間，我們的全渠道零售藥房業務主要包括：(i)新零售業務，包括線下零售藥房及O2O零售業務（即我們向通過我們於O2O平台的線上零售藥房購買產品的消費者銷售及配送醫藥產品）；及(ii)B2C零售業務（即我們在B2C電商平台運營線上藥房）。其次，我們亦向行業客戶（包括零售藥房客戶及上游製藥企業）提供SaaS解決方案服務，賦能零售藥房行業的參與者實現線上運營。憑藉我們獲知名製藥公司授予的於特定地區若干產品的獨家分銷權，我們亦從事供應鏈業務，於該業務下，我們作為醫藥批發商向其他行業客戶（包括零售藥房客戶、醫療機構及藥品批發商）銷售醫藥產品。

業 務

下表載列我們於所示期間的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2018年		2019年		2020年		2020年		2021年	
	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	%
	(未經審核)									
全渠道零售藥房業務										
新零售業務										
— 線下零售藥房 ⁽¹⁾	48,101	8.3	200,792	23.4	365,166	29.2	259,577	29.8	406,326	31.7
— O2O零售業務	34,066	5.9	103,326	12.0	221,430	17.7	151,493	17.3	279,993	21.9
B2C零售業務	<u>379,484</u>	<u>65.9</u>	<u>378,359</u>	<u>44.1</u>	<u>421,523</u>	<u>33.8</u>	<u>305,260</u>	<u>34.9</u>	<u>337,365</u>	<u>26.3</u>
小計	461,651	80.1	682,477	79.5	1,008,119	80.7	716,330	82.0	1,023,684	79.9
供應鏈業務	114,840	19.9	175,302	20.4	225,685	18.1	150,132	17.2	229,664	17.9
SaaS解決方案服務	—	—	406	0.1	15,438	1.2	7,146	0.8	27,805	2.2
總計	<u>576,491</u>	<u>100.0</u>	<u>858,185</u>	<u>100.0</u>	<u>1,249,242</u>	<u>100.0</u>	<u>873,608</u>	<u>100.0</u>	<u>1,281,153</u>	<u>100.0</u>

- (1) 於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們通過於成都、重慶、西安、廣州、宜賓、雅安、德陽及遂寧醫院附近的線下零售藥房開展DTP零售藥房業務。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年9月30日止九個月，銷售DTP藥品所得收入分別為人民幣0.1百萬元、人民幣1.3百萬元、人民幣6.0百萬元及人民幣59.7百萬元。

在開展業務時，我們採用獨特的「全渠道零售藥房+賦能」業務戰略。特別是在我們開展全渠道零售藥房業務時，我們採用了「4-4-2模式」作為我們的發展戰略。

業 務

我們全渠道藥房業務的4-4-2模式

順應內部醫療保健業務的增長趨勢，為滿足消費者各種需求，零售藥房已發展出並分類為以下幾種（按銷售渠道劃分）：(i)線下零售藥房；(ii)O2O零售業務（即我們向通過我們於O2O平台的線上零售藥房購買產品的消費者銷售及配送醫藥產品）；及(iii)B2C零售業務（即我們在B2C電商平台運營線上藥房）。我們認為，隨著時間的推移，訂單於該等三個渠道中合理的分配比例將接近4:4:2。我們按照此類業務戰略開展藥房零售業務，並在業務經營中實施我們獨一無二的「4-4-2模式」。

我們認為這三種銷售渠道可滿足客戶不同的需求，因此需要採用以客戶為中心的均衡全渠道運營，解決每個渠道的痛點。B2C零售業務可提供廣泛的產品，滿足客戶的各種需求。線下零售藥房可滿足線下客戶的要求。O2O零售業務可滿足客戶的私密性和緊急需求。在零售藥房採用全渠道零售模式，(i)可以實現規模化經營，增強競爭力；(ii)根據不同年齡組消費者的購買方式和行為變化實現均衡發展；及(iii)在傳統零售商之間實現數字化和技術進步的協同效應。

與傳統的零售藥房參與者相比，我們從一開始就根據「4-4-2模式」量身打造了運營模式和開店策略，順應了中國藥房零售渠道分佈的最新趨勢和未來趨勢。我們對開店進行細緻的規劃，保持店面位置、藥房密度和藥房空間大小的平衡，使每個零售藥房的銷量及盈利能力最大化。因此，我們的線下零售藥房保持行業領先的運營效率。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的平均日效率及每店日銷售額都高於中國領先的傳統線下零售藥房參與者。

全渠道零售藥房業務

我們的全渠道零售藥房業務收入源自(i)新零售業務的產品銷售，包括通過線下零售藥房進行的線下產品銷售以及通過O2O平台進行的線上產品銷售；及(ii)B2C電商平台上線上藥房的产品銷售。

業 務

新零售業務

線下零售藥房

我們的線下零售藥房業務目前集中於若干城市，我們正致力將業務拓展至中國更多地區。我們從成渝起步，截至最後實際可行日期，我們的業務已延伸至15座城市，包括成都、重慶、廣州、上海、深圳、鄭州及西安等一線及新一線醫藥消費市場，我們於該等市場迅速整合當地團隊並順利實施線上及線下一體化模式。截至最後實際可行日期，我們在中國擁有471間線下零售藥房。

O2O零售業務

自2017年起，我們一直與多家主要O2O平台合作，通過即時配送平台向距離我們線下零售藥房3公里內的客戶銷售產品。位於我們零售藥房附近的客戶可以通過我們在O2O平台的零售藥房下單。我們在接獲線上訂單後，第三方快遞員一般在30分鐘內將商品送達客戶手中。由於我們近40%的零售藥房是每週7天每天24小時全天候運營，客戶可以通過O2O平台實時下單、便捷獲取我們的產品。隨著消費者生活方式的變化以及客戶於夜間對藥品服務的需求不斷增加，我們近40%的零售藥房提供24小時送貨服務。我們一年內最高月均夜間訂單（指自夜間10時至翌日上午8時的訂單）由2018年的每間藥房412張訂單增至2020年的每間藥房799張訂單。

我們與各大O2O平台簽訂進駐協議，並購買其服務，包括技術支持、營銷、接單、配送及結算。該等協議的最初期限一般為一年，可以每年續約。該等協議不要求作出最低購買承諾。我們通常向O2O平台支付平台中交易價值若干百分比（大部分在5%至7%之間）作為佣金費用。該等協議可經雙方同意終止。

業 務

下表載列於所示期間我們O2O零售業務的主要運營數據。

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
期內收入(人民幣百萬元)	34.1	103.3	221.4	151.5	280.0
客戶數(千人)	424.2	2,108.8	4,210.8	2,769.8	6,391.3
訂單數(百萬)	0.9	2.8	5.9	3.7	8.7
每單平均銷售額(人民幣元)	39.4	36.6	37.3	40.6	32.2
常客 ⁽¹⁾ 數(千人)	24.3	379.7	912.0	599.2	1,615.3
常客 ⁽¹⁾ 貢獻的收入(人民幣百萬元)	4.6	40.1	103.5	68.0	144.1

附註：

(1) 常客指同年度或期間作出一次以上購買的客戶。

於往績記錄期間，我們的O2O零售業務持續發展。因此，自O2O零售業務產生的收入、客戶數目、所獲得的訂單、常客數量及常客貢獻的收入持續增加。於往績記錄期間，由於消費者逐漸意識到O2O零售業務及時且高效的交付特性，因此他們傾向於按需下單，而非提前大批量購買，從而導致每單平均銷售額減少。

業 務

下表載列我們選定城市的新零售業務於所示期間及截至所示日期的主要運營數據，包括線下零售藥房及O2O零售業務的線下銷售。

	截至12月31日止年度／			截至9月30日止九個月／	
	截至12月31日			截至9月30日	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
截至年／期初的零售藥房數目					
一線城市	–	10	40	40	44
新一線城市	24	75	129	129	209
其他 ⁽¹⁾	–	–	–	–	–
總計	24	85	169	169	253
截至年／期末的零售藥房數目					
一線城市	10	40	44	37	62
新一線城市	75	129	209	175	355
其他 ⁽¹⁾	–	–	–	–	9
總計	85	169	253	212	426
每店日平均銷售額⁽²⁾(人民幣元)					
一線城市	1,251	5,720	7,310	6,286	8,364
– 線下	801	4,776	4,906	4,455	4,232
– O2O	450	943	2,404	1,831	4,133
新一線城市	4,578	4,945	7,997	8,033	7,497
– 線下	3,022	3,154	5,117	5,149	4,613
– O2O	1,556	1,791	2,880	2,884	2,883
其他 ⁽¹⁾	–	–	–	–	1,684
– 線下	–	–	–	–	1,341
– O2O	–	–	–	–	343
總計	4,322	5,139	7,863	7,635	7,575
– 線下	2,851	3,560	5,076	4,991	4,535
– O2O	1,471	1,579	2,787	2,644	3,040

業 務

	截至12月31日止年度／			截至9月30日止九個月／	
	截至12月31日			截至9月30日	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
截至年／期末成長藥房 ⁽³⁾ 的					
每店日平均銷售額 ⁽²⁾ (人民幣元)					
一線城市	—	2,807	7,499	6,349	10,639
— 線下	—	1,766	5,071	4,524	5,622
— O2O	—	1,041	2,428	1,825	5,017
新一線城市	6,099	5,814	8,885	8,865	10,080
— 線下	4,364	3,597	5,621	5,605	6,017
— O2O	1,735	2,217	3,264	3,260	4,063
其他 ⁽¹⁾	—	—	—	—	—
— 線下	—	—	—	—	—
— O2O	—	—	—	—	—
總計	6,099	5,508	8,575	8,221	10,167
— 線下	4,364	3,411	5,498	5,328	5,955
— O2O	1,735	2,097	3,077	2,893	4,212
每店日平均訂單數					
一線城市	43	115	144	123	200
— 線下	29	85	79	69	72
— O2O	14	30	66	53	127
新一線城市	105	107	142	136	141
— 線下	60	55	62	63	50
— O2O	45	51	80	73	90
其他 ⁽¹⁾	—	—	—	—	23
— 線下	—	—	—	—	16
— O2O	—	—	—	—	7
總計	100	109	142	133	148
— 線下	58	63	65	64	53
— O2O	43	46	77	69	95

業 務

	截至12月31日止年度／			截至9月30日止九個月／	
	截至12月31日			截至9月30日	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
每單平均銷售額(人民幣元)					
一線城市	29	50	51	51	42
－線下	28	56	62	64	58
－O2O	31	31	37	35	32
新一線城市	44	46	56	59	53
－線下	50	57	83	82	92
－O2O	35	35	36	39	32
其他 ⁽¹⁾	－	－	－	－	72
－線下	－	－	－	－	84
－O2O	－	－	－	－	47
總計	43	47	55	58	51
－線下	49	57	78	78	85
－O2O	35	34	36	39	32
每店平均面積(平方米)					
一線城市	113	130	127	133	123
新一線城市	141	136	130	131	124
其他 ⁽¹⁾	－	－	－	－	176
總計	138	135	130	131	125
平均日效率⁽⁴⁾(銷售額人民幣元／					
平方米)					
一線城市	11	44	58	47	68
－線下	7	37	39	34	35
－O2O	4	7	19	14	34
新一線城市	32	36	61	61	60
－線下	21	23	39	39	37
－O2O	11	13	22	22	23
其他 ⁽¹⁾	－	－	－	－	10
－線下	－	－	－	－	8
－O2O	－	－	－	－	2
總計	31	38	61	58	61
－線下	21	26	39	38	36
－O2O	11	12	21	20	24

業 務

- (1) 其他包括遂寧、雅安、德陽及宜賓。
- (2) 按期內藥房銷售總額（不含稅）除以期內藥房總營業天數計算。
- (3) 成長藥房指於相應期間已運營12個月以上的藥房，每年數量可能發生變化。
- (4) 按日平均銷售額除以藥房的平均面積計算。

我們成長藥房的每店日銷售額由2018年的人民幣6,099元減至2019年的人民幣5,508元，主要是因為2018年的成長藥房與2019年的成長藥房相比總運營時間相對較長，原因為2018年的62間新藥房於2019年變為成長藥房，而其大多數乃於2018年下半年開業。我們成長藥房的每店日銷售額增至2020年的人民幣8,575元，因為2019年新開的96間藥房大多數乃於2019年上半年開業並於2020年全年運營。截至2021年9月30日止九個月，我們成長藥房的每店日銷售額進一步增至人民幣10,167元，主要由於重慶及西安的成長藥房每店日平均銷售額從2020年至截至2021年9月30日止九個月呈現顯著增長。

我們的總平均日效率由2018年的每平方米人民幣31元增至2019年的每平方米人民幣38元，並進一步增至2020年的每平方米人民幣61元及截至2021年9月30日止九個月的人民幣61元，原因是我們一直在利用自主開發的藥房運營SaaS解決方案提高運營效率。我們的每店日平均銷售額由2018年的人民幣4,322元持續增至2020年的人民幣7,863元，而截至2021年9月30日止九個月輕微減至人民幣7,575元，此乃由於同期成都及重慶的新零售藥房增長迅速。於往績記錄期間，我們的每店日平均訂單數及每個訂單平均銷售額持續增長，原因亦是我們自主開發的藥房運營SaaS解決方案使運營效率提高。

業 務

下表載列於往績記錄期間按開業年份劃分的我們新零售業務每店日平均銷售額。

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
每店日平均銷售額 ⁽¹⁾ (人民幣元)					
2018年前開設的藥房 ⁽²⁾	6,098	7,244	9,850	9,842	10,451
— 線下	4,363	4,996	6,325	6,250	6,180
— O2O	1,735	2,247	3,525	3,592	4,272
2018年開設的藥房	2,562	4,849	9,059	9,367	14,171
— 線下	1,353	2,809	5,265	5,800	8,496
— O2O	1,209	2,040	3,794	3,566	5,675
2019年開設的藥房	—	4,715	8,142	7,042	10,141
— 線下	—	3,732	5,540	4,778	5,781
— O2O	—	983	2,602	2,264	4,359
2020年開設的藥房	—	—	3,858	3,461	5,448
— 線下	—	—	2,682	2,513	3,398
— O2O	—	—	1,176	948	2,050
2021年開設的藥房	—	—	—	—	2,789
— 線下	—	—	—	—	1,803
— O2O	—	—	—	—	986
總計	4,322	5,139	7,863	7,635	7,575
— 線下	2,851	3,560	5,076	4,991	4,535
— O2O	1,471	1,579	2,787	2,644	3,040

(1) 由期間總藥房銷售額(不含稅)除以期間總營業天數計算得出。

(2) 約70%的藥房於2016年開設，餘下藥房於2017年開設。

業 務

下表分別載列於往績記錄期間我們於2018年前、2018年及2019年開業之新零售藥房業務零售藥房主要運營業績及過往期間的詳情，表明我國零售藥房從開設成為成長藥房的趨勢及盈利。

2018年前開設的 藥房數目：22 ⁽¹⁾⁽²⁾	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
收入(人民幣千元)					
成都	50,881	58,143	91,460	59,325	63,728
重慶	—	—	—	—	—
西安	—	—	—	—	—
其他 ⁽³⁾	—	—	—	—	—
總計	<u>50,881</u>	<u>58,143</u>	<u>91,460</u>	<u>59,325</u>	<u>63,728</u>
毛利(人民幣千元)					
成都	12,430	17,197	22,949	16,454	17,507
重慶	—	—	—	—	—
西安	—	—	—	—	—
其他 ⁽³⁾	—	—	—	—	—
總計	<u>12,430</u>	<u>17,197</u>	<u>22,949</u>	<u>16,454</u>	<u>17,507</u>
毛利率(%)					
成都	24.4	29.6	25.1	27.7	27.5
重慶	—	—	—	—	—
西安	—	—	—	—	—
其他 ⁽³⁾	—	—	—	—	—
總計	<u>24.4</u>	<u>29.6</u>	<u>25.1</u>	<u>27.7</u>	<u>27.5</u>

業 務

2018年前開設的 藥房數目：22 ⁽¹⁾⁽²⁾	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
履約費用(人民幣千元)					
成都	14,691	15,592	18,970	13,564	15,415
重慶	—	—	—	—	—
西安	—	—	—	—	—
其他 ⁽³⁾	—	—	—	—	—
總計	<u>14,691</u>	<u>15,592</u>	<u>18,970</u>	<u>13,564</u>	<u>15,415</u>
履約費用佔收入百分比(%)	28.9	26.8	20.7	22.9	24.2
銷售與營銷費用(人民幣千元)					
成都	—	58	135	113	121
重慶	—	—	—	—	—
西安	—	—	—	—	—
其他 ⁽³⁾	—	—	—	—	—
總計	<u>—</u>	<u>58</u>	<u>135</u>	<u>113</u>	<u>121</u>
銷售與營銷費用佔收入百分比(%)	—	0.1	0.1	0.2	0.2

業 務

2018年開設或收購的 藥房數目：51 ⁽²⁾	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
收入(人民幣千元)					
成都	25,502	86,655	149,402	109,535	155,142
重慶	1,285	14,096	29,302	20,439	23,404
西安	2,372	10,168	14,942	10,072	14,734
其他 ⁽³⁾	2,115	7,879	11,964	5,853	7,363
總計	<u>31,274</u>	<u>118,798</u>	<u>205,610</u>	<u>145,899</u>	<u>200,643</u>
毛利(人民幣千元)					
成都	4,021	26,731	36,099	29,093	33,785
重慶	492	4,488	8,564	5,466	6,095
西安	373	2,468	4,000	2,693	3,712
其他 ⁽³⁾	503	2,280	3,102	1,554	2,063
總計	<u>5,389</u>	<u>35,967</u>	<u>51,765</u>	<u>38,806</u>	<u>45,655</u>
毛利率(%)					
成都	15.8	30.8	24.2	26.6	21.8
重慶	38.3	31.8	29.2	26.7	26.0
西安	15.7	24.3	26.8	26.7	25.2
其他 ⁽³⁾	23.7	28.9	25.9	26.6	28.0
總計	<u>17.2</u>	<u>30.3</u>	<u>25.2</u>	<u>26.6</u>	<u>22.8</u>

業 務

2018年開設或收購的 藥房數目：51 ⁽²⁾	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
履約費用(人民幣千元)					
成都	12,239	28,391	30,210	24,587	28,992
重慶	790	5,915	7,278	4,842	6,304
西安	1,884	4,621	4,954	3,325	4,526
其他 ⁽³⁾	4,277	5,457	4,814	3,080	3,425
總計	19,190	44,384	47,256	35,834	43,247
履約費用佔收入百分比(%)	61.4	37.4	23.0	24.6	21.6
銷售與營銷費用 (人民幣千元)					
成都	–	118	186	178	244
重慶	–	94	69	61	65
西安	–	112	20	18	14
其他 ⁽³⁾	–	96	60	35	46
總計	–	420	335	292	369
銷售與營銷費用佔收入百分比(%)	–	0.4	0.2	0.2	0.2

業 務

2019年開設或收購的 藥房數目：85 ⁽²⁾	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
收入(人民幣千元)					
成都	–	24,179	72,156	59,742	64,170
重慶	–	22,781	61,660	44,374	59,018
西安	–	417	3,726	2,580	4,063
其他 ⁽³⁾	–	70,141	98,188	67,141	83,943
總計	–	117,518	235,730	173,837	211,194
毛利(人民幣千元)					
成都	–	6,725	23,442	15,487	16,600
重慶	–	7,357	17,779	12,656	15,067
西安	–	103	981	668	867
其他 ⁽³⁾	–	23,053	27,852	19,064	21,007
總計	–	37,238	70,054	47,875	53,541
毛利率(%)					
成都	–	27.8	32.5	25.9	25.9
重慶	–	32.3	28.8	28.5	25.5
西安	–	24.7	26.3	25.9	21.3
其他 ⁽³⁾	–	32.9	28.4	28.4	25.0
總計	–	31.7	29.7	27.5	25.4
履約費用(人民幣千元)					
成都	–	12,454	21,978	14,662	16,651
重慶	–	10,859	17,766	12,612	18,285
西安	–	181	1,008	677	1,108
其他 ⁽³⁾	–	32,060	40,965	27,031	31,204
總計	–	55,554	81,717	54,982	67,248

業 務

2019年開設或收購的 藥房數目：85 ⁽²⁾	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
履約費用佔收入百分比(%)	–	47.3	34.7	31.6	31.8
銷售與營銷費用(人民幣千元)					
成都	–	37	130	125	178
重慶	–	171	169	159	144
西安	–	7	6	5	4
其他 ⁽³⁾	–	674	454	330	394
總計	–	889	759	619	720
銷售與營銷費用佔收入百分比(%)	–	0.8	0.3	0.4	0.3

(1) 約70%的藥房於2016年開設，餘下藥房於2017年開設。

(2) 關閉的藥房除外。

(3) 其他包括廣州、深圳及長沙。

就2018年前開設的藥房而言，該等藥房所得收入自2018年至2020年及自截至2020年9月30日止九個月至截至2021年9月30日止九個月經歷持續增長，主要因為該等藥房逐漸成熟，因而其運營持續提升。於往績記錄期間，該等藥房的毛利亦經歷持續增長，同收入的增長保持一致。該等藥房的毛利率於2019年後有所下降，主要由於該等藥房的O2O銷售（其毛利率普遍低於線下零售）逐漸增加且佔銷售比例較大。自2018年至2020年，該等藥房的履約費用佔收入百分比持續降低且其後保持相對穩定，主要由於該等藥房的運營效率於增長期後逐漸提升。

於2018年及2019年開設或收購的藥房之運營業績在過往期間與2018年前開設的藥房之運營業績大致相同。

業 務

下表載列於往績記錄期間我們新零售業務的同店銷售額及同店盈利能力的衡量指標，該等指標包括同店毛利及履約費用以及分配至同店的銷售與營銷費用（為管理層於評估新零售業務表現時所關注的重要指標）。我們將同店定義為於2018年及2019年，或於2019年及2020年開設至少300天，或於截至2020年9月30日止九個月及截至2021年9月30日止九個月開設至少225天的線下零售藥房（視情況而定）。

	截至12月31日止年度		截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2019年	2020年	2020年	2021年
同店數目						
一線城市	— ⁽²⁾		27		33	
新一線城市	27		90		127	
其他	— ⁽²⁾		— ⁽²⁾		— ⁽²⁾	
總計	27		117		160	

	截至12月31日止年度		截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2019年	2020年	2020年	2021年
同店銷售額 ⁽¹⁾						
（人民幣千元）						
一線城市	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	69,640	84,888	69,685	86,267
新一線城市	58,575	70,757	196,805	351,862	318,916	402,192
其他	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾
總計	58,575	70,757	266,445	436,750	388,601	488,459

業 務

	截至12月31日止年度		截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2019年	2020年	2020年	2021年
同店毛利						
(人民幣千元)						
一線城市	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	22,625	23,884	19,690	21,957
新一線城市	13,466	21,245	59,630	95,125	86,121	98,208
其他	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾
總計	13,466	21,245	82,255	119,009	105,811	120,165
	截至12月31日止年度		截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2019年	2020年	2020年	2021年
同店毛利率(%)						
一線城市	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	32.5	28.1	28.3	25.5
新一線城市	23.0	30.0	30.3	27.0	27.0	24.4
其他	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾
總計	23.0	30.0	30.9	27.2	27.2	24.6
	截至12月31日止年度		截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2019年	2020年	2020年	2021年
同店履約費用						
(人民幣千元)						
一線城市	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	29,807	33,610	28,591	33,421
新一線城市	17,442	19,248	69,104	86,443	80,679	98,765
其他	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾
總計	17,442	19,248	98,912	120,054	109,270	132,186
同店履約費用總額						
佔同店銷售額						
百分比(%)	29.8	27.2	37.1	27.5	28.1	27.1

業 務

	截至12月31日止年度		截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2019年	2020年	2020年	2021年
同店銷售與營銷費用 (人民幣千元)						
一線城市	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	610	436	372	412
新一線城市	—	72	516	556	759	867
其他	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾	— ⁽²⁾
總計	— ⁽²⁾	72	1,126	992	1,131	1,279
同店銷售與營銷費用 總額佔同店銷售額 百分比(%)	—	0.1	0.4	0.2	0.3	0.3

(1) 即該等期間，符合同店標準的所有線下零售藥房的收入。

(2) 考慮到由於經營天數有限，於有關期間無合資格同店，各期間數據不適用。

同店銷售額分別於2018年至2019年、2019年至2020年以及自截至2020年9月30日止九個月至截至2021年9月30日止九個月增加，主要因為該等店舖越來越成熟，而其運營效率有所提升。於往績記錄期間，該等藥房的毛利亦持續增加，與收入增長一致。該等藥房的毛利率於2019年後有所下降，主要由於該等藥房的O2O銷售（其毛利率普遍低於線下零售）逐漸增加且佔銷售比例較大。該等藥房履約費用佔同店銷售額的百分比於2018年至2020年持續降低，其後保持相對穩定，主要由於該等藥房的經營效率於增長期後逐步提升。

開店策略

於往績記錄期間，我們從成渝起步，不斷擴大於全國市場的佔有率。截至最後實際可行日期，我們的線下零售藥房的市場覆蓋面已延伸至15座城市，包括成都、重慶、廣州、上海、深圳、鄭州及西安等一線及新一線醫藥消費市場，我們於該等市場迅速整合當地團隊並實施線上及線下一體化模式。憑藉自身的運營經驗及所積累的來

業 務

源於政府、各大平台、製藥企業及零售商的多維市場資料，我們能夠開發專有決策支持系統，以識別不同城市的市場趨勢及特徵，此令我們得以於我們計劃啟動業務運營的城市量身定制有效且高效的開店策略。於決定開店策略時，我們會進行深入透徹的數據分析。憑藉數據分析能力及於全國各個城市的線上運營經驗，我們已建立成熟的單店運營模式及城市業務模式，使得我們能迅速入駐新城市並搶佔市場份額。憑藉我們在向新城市擴展業務時積累的數據及豐富經驗，我們相信我們能夠於目標一線、新一線及二線城市發揮全渠道零售藥房優勢，不斷深化線上及線下藥房佈局。

由於我們增加零售藥房網絡的密集度，我們非常重視避免我們的現有藥房與新藥房之間出現蠶食現象，尤其是在我們佈局更為成熟的市場。為使我們零售藥房之間的競爭最小化，經考慮空間距離及產品供應，我們會為將開設的每家新藥房慎重選擇地理位置。

- **空間距離。**為避免我們的現有藥房與新藥房之間出現蠶食現象，我們大部分零售藥房的空間距離一般為1公里以上。為確定我們新藥房的地理位置，其預期營運半徑及客戶及社區覆蓋範圍不可與我們現有的藥房重疊。我們利用數據分析能力為將開設的每家新藥房戰略性地選擇地理位置。我們新藥房的位置預期主要為線上及線下流量高且我們現有藥房尚未完全覆蓋的城市或地區。我們旨在根據我們對人口密度、O2O訂單量、預期市場份額滲透率及藥房之間的空間距離的評估，使用合理藥房數目覆蓋目標區域。通過與主要O2O平台的合作，我們能通過即時配送平台向距離我們線下藥房3公里配送半徑內的客戶銷售產品。我們認為，在3公里O2O配送半徑內（特別是人口密集地區）擁有多家零售藥房是提升客戶優質服務及購物體驗的最佳策略，同時也最大化減少我們零售藥房之間的蠶食。因為配送周轉時間更快且配送費較低，我們的O2O渠道客戶一般傾向於向更近的零售藥房購藥。此外，多家零售藥房根據存貨供應、產品組合差異化及空間距離為O2O渠道客戶提供更多選擇。例如，當客戶尋求應急藥品時，配送時間最短的零售藥房將適合；當客戶尋求不常見的藥物時，擁有更多SKU的零售藥房將適合。因此，我們在3公里O2O配送半徑內擁有多家零售藥房，以(i)實現更快的配送周轉時間及更低的配送費用及開支；(ii)為線下消費者提

業 務

供更短的路程以提升客戶體驗；(iii)維持人口密集地區的店面存貨供應（特別是某一家藥房某一款暢銷產品缺貨時）；及(iv)透過額外零售藥房的額外供應滿足未滿足的需求。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－在現有市場開設新零售藥房可能會蠶食，從而對我們現有零售藥房的業績造成負面影響」。

- **產品供應。**基於我們的數據分析能力及在各城市的過往線上運營經驗，我們能夠識別附近消費者的喜好及暢銷產品，因此能夠為我們的每家新藥房提供差異化的產品供應，以滿足附近不同客戶的需求。對於我們線下藥房的經營半徑重疊率相對較高的人口密集區域，我們零售藥房通過提供差異化產品而各具特色。

於2018年、2019年、2020年及截至2021年9月30日止九個月，我們分別開設62家、96家、95家及181家新零售藥房，這反映出我們所作的持續擴張工作。同期，我們分別關閉1家、12家、11家及8家零售藥房，主要是由於為了優化零售藥房的佈局及提升其業績。截至最後實際可行日期，我們已於中國設立471家線下零售藥房。下表載列於往績記錄期間線下零售藥房總數及其變動：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
期初藥房數	24	85	169	169	253
期內開設的新藥房數 ⁽¹⁾	62	96	95	51	181
期內關閉的藥房數 ⁽²⁾	1	12	11	8	8
期末藥房數	85	169	253	212	426

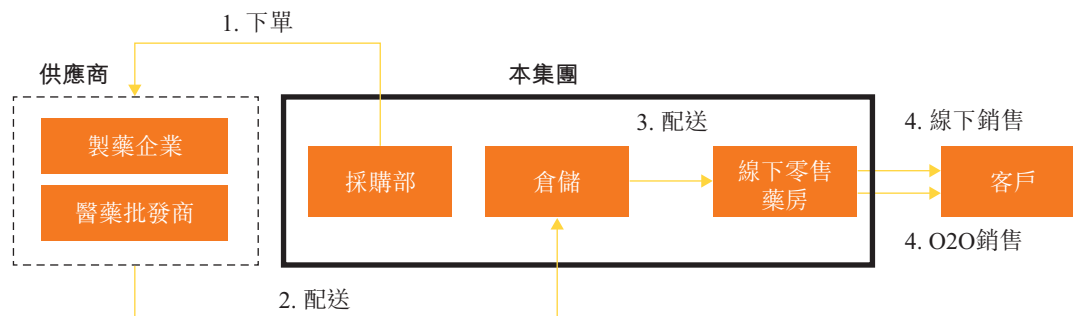
(1) 截至2018年及2019年12月31日止年度，我們5家及38家新藥房乃自第三方連鎖藥房處收購。

(2) 截至2020年12月31日止年度，我們關閉的兩家藥房最初乃自第三方連鎖藥房處收購。

業 務

新零售業務的運營模式

下圖載列新零售業務的運營流程圖。



首先，我們的採購部門向上游製藥企業及醫藥批發商購買產品。第二步，製藥企業及醫藥批發商向我們配送產品。第三步，我們根據需求將產品從我們的倉庫配送至線下零售藥房。第四步，我們透過線下店內銷售或O2O銷售實現銷售。就O2O銷售而言，我們的客戶於O2O平台下單並通過O2O平台向我們進行支付。O2O平台根據協議由其暫為保管資金。我們於同一時間從O2O平台收到訂單並向客戶安排配送。我們可於O2O平台選擇我們就每筆訂單使用的配送員，並釐定我們向客戶收取的配送費。我們可選擇使用O2O平台的配送員或O2O平台認可的第三方配送公司。我們向客戶收取的配送費基於各個配送訂單的距離、價格、重量及時長而有所不同。我們通常選擇向客戶收取與競爭對手相同的價格或自行承擔配送費，而在某些情況下（例如：午夜十二時正至上午七時正下達的O2O訂單），我們將考慮向我們的O2O客戶收取配送費。O2O平台配送員或O2O平台所認可配送公司的配送員在我們的零售藥房取貨並配送予客戶。之後我們通常於三至五天內自O2O平台收到已扣除佣金費用及配送費用的付款（倘由O2O平台的配送員配送）。對於O2O平台所認可配送公司的配送員配送的訂單，我們單獨與該等配送公司結算配送費。

我們自製藥企業或醫藥批發商處採購產品，並通過線下藥房及O2O零售業務銷售產品。

- **開店。**我們的新零售業務以零售藥房配置為基礎，這使得開店開設對我們的業務運營和經營業績至關重要。我們謹慎制定了開店計劃，以平衡滲透率和運營效率。請參閱「新零售業務－開店策略」。

業 務

- **採購。**我們已設立完善的商品中心，包括(i)採購甄選團隊，負責甄選我們的產品組合；及(ii)供應鏈管理團隊，負責監控銷售及存貨水平以及採購產品。請參閱「－ 供應商及採購」。
- **物流及倉儲。**採購後，產品由可靠的第三方物流公司運送至我們的倉庫。我們新零售業務的存貨存儲在同城倉庫中，通常由我們自己的團隊根據要求將其運送至我們的零售藥房。請參閱「－ 物流及倉儲」。

電商平台上的線上零售藥房 (B2C零售業務)

概覽

我們通過電商平台運營線上零售藥房，暨B2C零售業務，可追溯至2014年，當時我們意識到互聯網醫療保健的興起給傳統零售藥房帶來了巨大市場機遇。於2014年9月，我們在天貓開設首家線上旗艦藥房，自此開始在電商平台運營線上零售藥房。

我們通過在第三方電商平台所運營的線上藥房銷售藥品及保健品。截至最後實際可行日期，我們於領先電商平台上合共運營45家線上藥房。於2020年，我們通過B2C零售業務服務了3.7百萬名消費者及完成了5.4百萬份訂單。

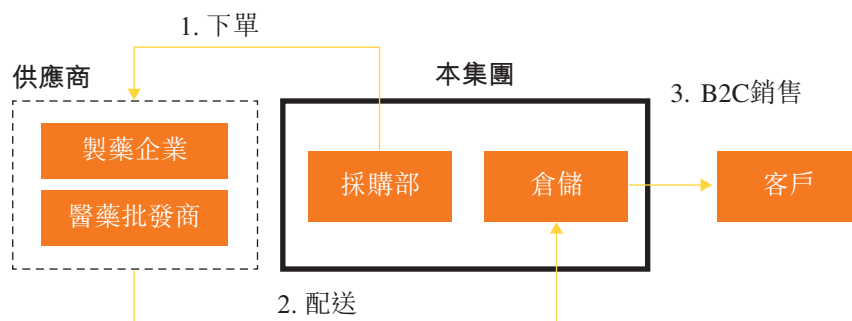
我們與各大B2C平台簽訂進駐協議，並購買其服務，包括技術支持及營銷。該等協議的最初期限一般為一年左右，可以於到期後續約。該等協議不要求作出最低購買承諾。我們通常向B2C平台支付的佣金為平台上所完成交易價值的若干百分比，大部分在3%至8%之間。該等協議可經雙方同意終止。

業務流程

消費者瀏覽我們的產品後於線上藥房下達購買訂單。我們設計的線上藥房可展示全面的產品資料，從而為消費者作出決定提供支持。各產品均有其本身的產品頁面。各產品頁面均載有產品圖片、價格、消費者所在地是否有庫存產品、過往消費者的評論及評分、建議零售價的折扣、預估配送費及完整產品資料。於完整產品資料頁面，所有包裝信息（包括成份、說明及禁忌）均展示於經放大的產品圖片旁。我們亦展示線上銷售有關產品的政府批文。

業 務

下圖說明醫療電商平台上線零售藥房的業務流程。



首先，我們的採購部門向上游製藥企業及醫藥批發商購買產品。第二步，製藥企業及批發商向我們配送產品，我們將該等產品放置於全國的倉庫中。第三步，我們的客戶向我們B2C電商平台上的線上藥房下單並通過平台向我們進行支付。B2C平台根據協議由其暫為保管資金。我們於同一時間收到訂單並透過第三方快遞公司向客戶安排配送我們的產品。之後我們通常於15天內自B2C電商平台收到已扣除佣金費用的付款。我們單獨與快遞公司結算配送費。

此外，我們設有線上藥學諮詢團隊以向消費者提供線上客戶服務及線上處方服務。更多詳情請參閱「－ 銷售及營銷 － 藥學服務中心」。

產品供應

我們與多家領先製藥企業保持長期合作，可獲得穩定的醫藥產品供應資源。截至2020年12月31日，我們已與超過1,000家製藥企業開展合作。得益於我們與業內知名品牌（包括我們的股東中國生物製藥，其為中國最大的處方藥製藥企業和肝膽藥製藥企業）的緊密合作，我們能夠維持涵蓋藥物及非藥物保健品的全品類產品供應。下表載列我們於所示期間按產品供應劃分的收入明細。

業 務

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月					
	2018年		2019年		2020年		2020年		2021年			
	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	%		
處方藥	321,470	69.6	376,301	55.1	476,829	47.3	343,529	48.0	499,373	48.7		
非處方藥	61,417	13.3	169,006	24.8	244,164	24.2	167,375	23.4	301,718	29.5		
家庭健康產品	34,922	7.6	53,944	7.9	166,995	16.6	127,437	17.8	88,318	8.6		
隱形眼鏡	28,898	6.3	33,674	4.9	43,462	4.3	27,423	3.8	42,504	4.2		
保健品	5,609	1.2	23,848	3.5	42,224	4.2	26,542	3.7	45,863	4.5		
中藥飲片	1,967	0.4	14,120	2.1	16,185	1.6	12,259	1.7	18,058	1.8		
個人護理	2,010	0.4	5,357	0.8	11,521	1.1	7,132	1.0	21,291	2.1		
其他 ⁽¹⁾	5,358	1.2	6,227	0.9	6,739	0.7	4,633	0.6	6,559	0.6		
總計	<u>461,651</u>	<u>100.0</u>	<u>682,477</u>	<u>100.0</u>	<u>1,008,119</u>	<u>100.0</u>	<u>716,330</u>	<u>100.0</u>	<u>1,023,684</u>	<u>100.0</u>		

(1) 其他主要包括日常消耗品及母嬰用品。

截至最後實際可行日期，我們的SPU數目達到25,000，SKU數目超過30,000，其中14,000個為醫藥產品，涵蓋70多個年銷售額超過人民幣100,000元的產品類別。我們全品類產品使我們能夠滿足客戶對於心腦血管病、糖尿病、風濕骨科及肝膽等主要慢性疾病的用藥需求。此外，利用我們的三級倉庫，我們能夠解決很多小藥房存貨不足的痛點，確保不同銷售渠道的多品類藥品供應。我們根據患者對藥物的非彈性需求規律，保障庫存供應，增加客戶對我們平台的粘性。

業 務

主要運營數據

下表載列於所示期間我們B2C零售業務的主要運營數據。

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
期內收入(人民幣百萬元)	379.5	378.4	421.5	305.3	337.4
客戶數(千人)	2,550.2	2,820.3	3,792.0	2,729.8	不適用 ⁽²⁾
訂單數(百萬)	3.7	3.9	5.2	3.7	5.1
每單平均銷售額(人民幣元)	102.9	95.9	81.2	83.4	66.0
常客 ⁽¹⁾ 數(千人)	553.7	577.4	761.4	529.1	不適用 ⁽²⁾
常客 ⁽¹⁾ 貢獻的收入(人民幣百萬元)	214.7	206.8	212.5	145.1	不適用 ⁽²⁾

附註：

- (1) 常客指同年度或期間作出一次以上購買的客戶。
- (2) 自2021年9月起，若干領先B2C平台已收緊對客戶數據管理的控制，以響應近期更嚴格的個人數據保護監管規定，因此，我們無法再取得客戶統計數據所需的有關資料，且無法於該等B2C平台獲得客戶統計數據。

業 務

於往績記錄期間，B2C零售業務所得收入持續增加，主要由於我們逐漸於中國領先的電商平台經營更多線上藥店。因此，於2018年至2020年各期間所服務的客戶數目、完成的訂單數目及常客數目持續增加。於往績記錄期間，各期間每單平均銷售價值逐漸下降，主要由於(i)我們在中國領先且快速發展的低價電子商務平台（我們於該平台提供更多低價產品）上擴大我們的營運；及(ii)該平台推廣一種與團購相似且不同於一般網上購物模式的新訂單製作模式，據此，就每位個體買家而言，實際上僅有一種產品可按單一訂單購買。

O2O零售業務及B2C零售業務之間的區別

下表載列O2O零售業務及B2C零售業務之間的主要區別。

	O2O零售業務	B2C零售業務
平台	O2O平台	B2C平台
定價	參照周邊O2O藥房	參照全國範圍的B2C藥房
每單價值	通常少於人民幣50元	通常少於人民幣100元
配送時間	通常少於1小時	通常一至五天
配送距離	通常3公里以內（由我們的線下藥房配送）	全國範圍（由我們全國範圍的倉庫配送）
產品	通常為緊急使用的產品	通常為用於治療慢性疾病的產品
SKU	通常為2,000到4,000	通常為6,000到8,000

業 務

DTP藥房

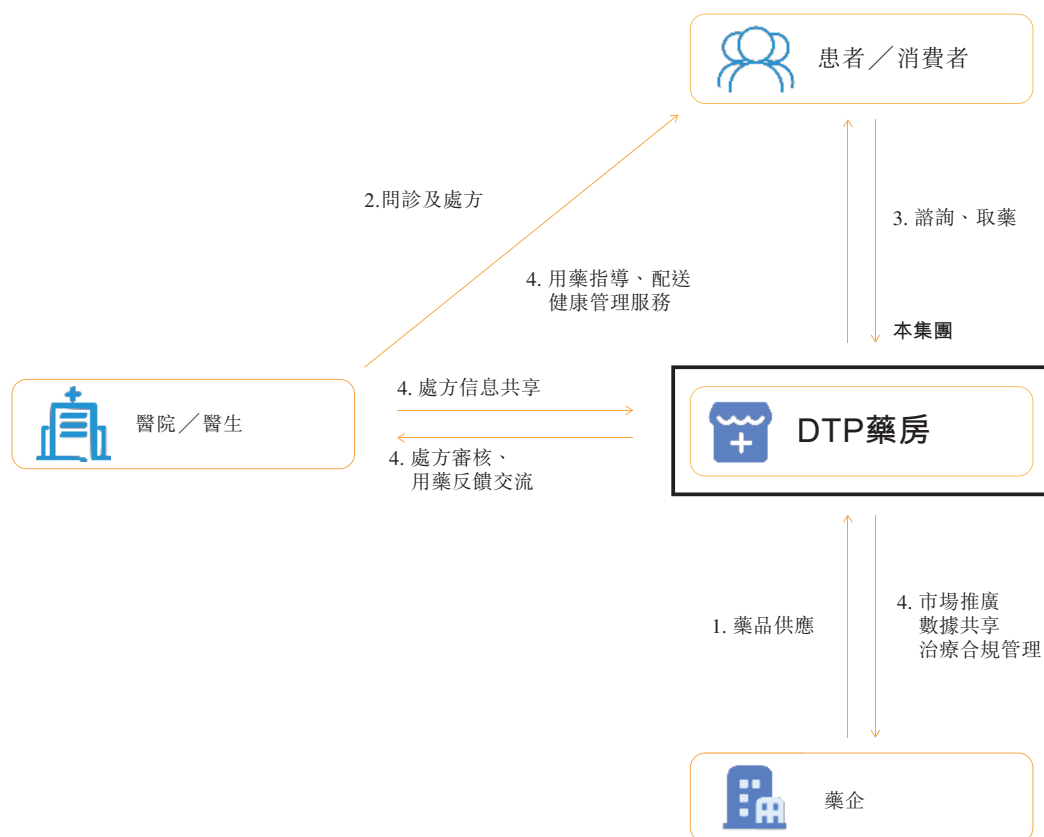
受醫藥分離政策及《關於建立完善國家醫保談判藥品「雙通道」管理機制的指導意見》等多項醫藥流通政策推動，自2020年起，我們一直在開發直接面向患者(DTP)的藥房業務。我們直接從製藥企業採購DTP藥品，然後根據醫生的處方通過醫院附近的線下零售藥房銷售給患者。我們的DTP零售藥房通常提供專供慢性病患者的新型專科藥品（如抗腫瘤藥、血液病用藥及罕見病用藥）。得益於我們與製藥業內知名品牌（包括我們的股東中國生物製藥，其為中國最大的處方藥製藥企業和領先的肝膽藥製藥企業）的緊密合作，我們能夠與中國生物製藥訂立採購框架協議，並擴大我們的DTP產品資源。截至最後實際可行日期，我們通過成都、重慶、西安、廣州、宜賓、雅安、德陽及遂寧醫院附近的23家線下零售藥房開展DTP零售藥房業務。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年9月30日止九個月，DTP藥品的銷售收入分別為人民幣0.1百萬元、人民幣1.3百萬元、人民幣6.0百萬元及人民幣59.7百萬元。

下表載列於往績記錄期間我們DTP藥房總數及其變動情況：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
期初DTP藥房數	—	—	—	—	3
期內開設的新DTP藥房數	—	—	3	3	8
期內關閉的DTP藥房數	—	—	—	—	—
期末DTP藥房數	—	—	3	3	11

業 務

以下流程圖說明我們DTP零售藥房的運營模式。



首先，我們的採購部門向上游供應商購買產品並在DTP藥房儲存產品。第二步，我們的客戶從線下或互聯網醫院取得相關處方。第三步，客戶憑處方從我們的線下DTP零售藥房購買。第四步，相關銷售後，我們持續向客戶提供用藥指導並與醫院及供應商溝通、分享用藥資料。

DTP藥房與非DTP藥房之間的主要區別包括藥品種類、服務種類、設施及地點以及資質。DTP藥房對接製藥企業、醫院及患者，簡化了藥品流通流程，並提供更專業的服務。DTP藥房一般鄰近當地大型醫院。下表載列DTP藥房與非DTP藥房之間的區別。

業 務

	DTP藥房	非DTP藥房
藥品種類	主要為用於慢性疾病的新型專科藥品及其他自費高價藥物，如抗癌藥物、血液病用藥及罕見病用藥	主要為非處方藥
服務種類	提供專業及定制的健康管理服务，包括但不限於健康檔案記錄保存、藥物處方審核、用藥追蹤、藥物劑量建議及若干藥品的冷鏈物流	為消費者提供有關產品使用及諮詢的指導以及簡單檢查
設施及地點	需要更先進的設備及專業人員。DTP藥房一般鄰近當地醫院	設備相對不先進，零售藥房鄰近居民
資質	藥品經營許可證、GSP證書、特殊藥品健康保險服務協議	藥品經營許可證、GSP證書

與藥品價值鏈中的傳統分銷模式相比，DTP藥房為患者與其所需的專科處方藥對接提供更直接的方式。患者從醫生拿到處方後，可以從我們獲授製藥企業分銷權的DTP零售藥房購買處方藥。同時，我們的專業藥師為患者提供專業及個性化的用藥指導。我們配備由資深客戶服務團隊及執業藥師團隊組成的藥學服務中心，令我們能夠提供更好的患者體驗，為患者提供獨立的諮詢和送貨服務。請參閱「一 銷售及營銷 一 藥學服務中心」。

業 務

SaaS解決方案服務

概覽

作為科技賦能型全渠道醫藥零售服務提供商，我們已開發專有的SaaS解決方案以管理業務運營。為緊跟線上運營的行業趨勢，變現對SaaS解決方案服務的需求，自2019年5月起，我們一直向零售藥房行業參與者提供專有的SaaS解決方案。截至最後實際可行日期，我們向全國超過22,400家零售藥房（包括571家連鎖藥房客戶）提供了SaaS解決方案服務。截至最後實際可行日期，我們的SaaS解決方案服務覆蓋全國269個城市。通過科技驅動型解決方案及多年來所積累的行業洞察力，我們能夠對各城市的流量分佈進行準確分析，此可協助行業客戶（包括零售藥房客戶及上游製藥企業）獲取市場洞察力並通過一體化線上線下運營更好地管理供應鏈。來自33個城市（我們在此並無自營零售藥房）的零售藥房客戶於委聘我們提供SaaS解決方案服務後，一躍成為各自當地市場的最大O2O零售藥房。通過SaaS解決方案服務及線上運營，於2020年，我們運營超過22,000家線上藥房，該等線上藥房實現線上銷售成交總額高達人民幣200百萬元。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年9月30日止九個月，我們分別服務了0家、118家、523家及1,866家客戶，實現收入零、人民幣0.4百萬元、人民幣15.4百萬元及人民幣27.8百萬元。

其次，我們還利用我們在全渠道運營方面的經驗，為上游供應商（主要為製藥企業）提供技術服務，如基於數據分析結果的行業洞察力和運營分析。我們還提供基於大數據分析的慢性病管理服務解決方案。截至2021年9月30日，我們與英國跨國製藥巨頭及德國跨國製藥巨頭等多家知名製藥企業開展了合作。



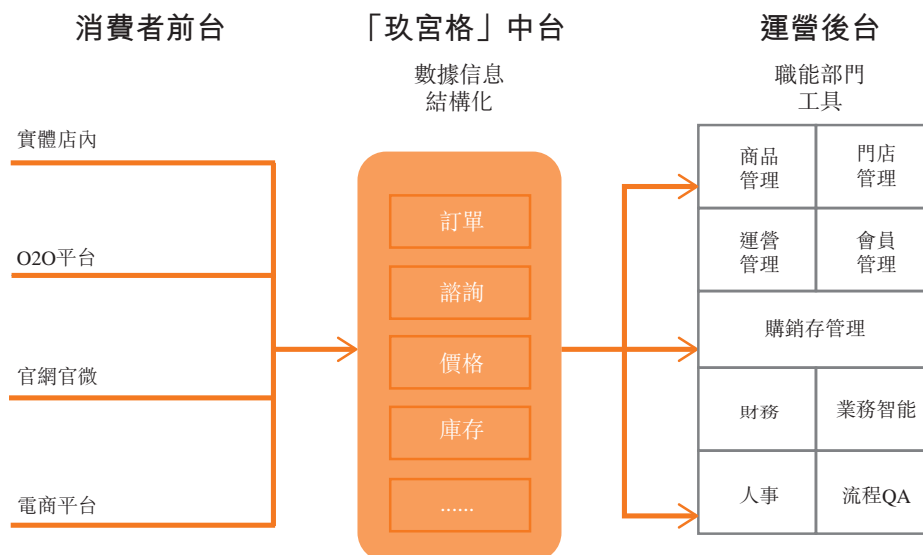
業 務

根據弗若斯特沙利文的資料，中國零售藥房SaaS解決方案服務市場高度分散，且其市場規模預計將於2021年至2025年間以38.2%的複合年增長率增長。同時，其服務與產品從需求和供給均實現了多樣化發展。因此，市場為不同的供應商提供充足的空間與定位。根據弗若斯特沙利文的資料，除提供SaaS軟件和系統等傳統SaaS服務外，我們還是極少數能提供基於SaaS的運營服務的供應商之一。我們認為，許多小微型線下零售藥店由於缺乏相關經驗和知識，需要基於SaaS的運營指導與服務。憑藉我們基於SaaS的軟件及其他具有先進智能功能的技術基礎設施、對傳統線下零售藥房運營和SaaS支持的O2O零售藥房運營深刻而透徹的了解和經驗，以及成功的線下與O2O聯合零售藥房業務的往績記錄（這對客戶來說是一個強大賣點），我們相信我們將獲得足夠的市場份額。

SaaS解決方案

我們的SaaS解決方案為一體化一站式零售藥房運營解決方案，專為零售藥房業務而設計。我們專業高效的線上運營解決方案由專有的業務智能技術所賦能的數據系統、中台運營平台及多樣化應用工具組成。我們的中台運營平台對我們的SaaS解決方案至關重要，通過這個平台我們能夠提供標準化的運營支持、專業的服務和供應鏈資源。我們的SaaS解決方案將多種前端線上系統與客戶自身的後台運營平台對接。我們的SaaS解決方案讓線下連鎖藥房能夠為客戶提供線上及線下一體化購物體驗。

我們專業高效的線上運營解決方案涵蓋全渠道運營和全業務場景運營所用功能。以下圖表說明我們SaaS解決方案的架構。



業 務

我們為客戶提供或幫助客戶搭建消費者前台，包括客戶線上零售藥房及其線下零售藥房信息系統。當消費者於該等平台下單時，該訂單將送到我們中台，同時發送給我們客戶處理。我們為客戶保留及管理的後台管理資料（如庫存資料）將同時更新。利用我們的後台，我們滿足客戶不同的藥房管理要求。根據客戶對我們平台不同的需求，我們向其收費。客戶根據其不同基礎設施水平，在我們綜合平台上選擇其想利用的部分。請參閱「定價－SaaS解決方案服務的定價」。

我們一直並計劃繼續提供SaaS解決方案服務。我們計劃通過向逾100,000家當地藥房（尤其是擁有成熟客戶基礎及經營歷史超過八年的連鎖藥店）提供SaaS解決方案服務，尋求在逾400個低線城市建立我們市場地位的機會，乃考慮到以下因素：

- **增長潛力。**根據弗若斯特沙利文的資料，中國三四線城市的零售藥房市場高度分散，估計2020年有逾150,000家零售藥房。儘管近年來龍頭連鎖藥房透過收購當地零售藥房或特許經營進行擴張，但中國三四線城市的零售藥房仍以個體藥房為主。因此，中國三四線城市的個體藥房在數字化運營方面具有增長潛力，並為推廣SaaS解決方案及賦能服務的潛在目標。
- **與線下零售藥房網絡相輔相成。**線下零售藥房網絡的擴張受限於資本投資及地域限制。透過提供SaaS解決方案，我們能夠將業務範圍擴展至三四線城市，以把握市場機遇及擴大我們的網絡。
- **分攤IT開發成本及開支。**我們已投入大量資金開發專為零售藥房業務設計的專有一體化及一站式零售藥房運營解決方案。通過提供SaaS解決方案服務，我們能夠與客戶分攤開發及升級SaaS解決方案的部分成本及開支，以實現更快的升級及數據積累。
- **行業洞察力。**透過提供SaaS解決方案服務，我們能夠為我們並無線下業務的城市獲得若干行業洞察力，並擴大我們的供應商資源。
- **潛在收購機遇。**透過提供SaaS解決方案服務，我們能夠探索潛在收購及投資機會並物色潛在收購目標。

業 務

供應鏈業務

得益於我們的全渠道優勢，我們能夠獲得若干知名品牌醫藥產品的區域代理權（包括獨家區域分銷權及非獨家區域分銷權），並將該等產品售予行業客戶（包括零售藥房客戶、醫療機構及醫藥批發商），尤其是我們SaaS解決方案服務的客戶。根據弗若斯特沙利文的資料，我們作為醫藥批發商，主要向我們的行業客戶銷售醫藥產品，而我們的行業客戶隨後向終端消費者銷售醫藥產品，其符合中國的行業慣例。該模式讓我們該等知名品牌醫藥產品的銷售額增加，進而提高了我們與供應商協商議價的能力。我們持有《藥品經營許可證》，可開展該供應鏈業務。於不久的將來，我們計劃增進與SaaS解決方案服務客戶的合作。我們賺取售價與採購成本之間的差價。我們與供應鏈客戶保持買賣雙方的關係且於貨品控制權轉移至客戶時確認對客戶的銷售收入。根據弗若斯特沙利文的資料，於供應鏈業務項下，除非有產品質量問題，否則我們售出的產品於配送後概不予退貨及不予退款，其符合中國的行業慣例。概無對供應鏈客戶施加最低銷售目標或整體存貨控制。除本集團的整體存貨管理政策外，我們並無就供應鏈業務維持單獨的存貨管理政策。根據弗若斯特沙利文的資料，我們並無對供應鏈客戶施加地理限制或產品類型限制，這符合中國的行業慣例。我們認為，缺乏對供應鏈客戶的地理限制或產品類型限制並無對我們的財務表現造成任何重大不利影響。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年9月30日止九個月，供應鏈業務的收入分別為人民幣114.8百萬元、人民幣175.3百萬元、人民幣225.7百萬元及人民幣229.7百萬元，分別佔我們同期總收入的19.9%、20.4%、18.1%及17.9%。同期，來自醫藥批發商客戶的收入分別佔供應鏈業務總收入的41.0%、58.6%、78.3%及87.6%。

業 務

下表載列於所示期間我們供應鏈業務收入及毛利的明細。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2018年		2019年		2020年		2020年		2021年	
	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利
(人民幣千元)										
獨家區域分銷權										
產品 ⁽¹⁾	46,330	16,536	73,440	25,238	109,171	27,909	56,881	18,803	86,707	24,063
其他產品	68,510	15,562	101,862	21,442	116,514	22,567	93,251	13,540	142,957	12,278
供應鏈業務										
總收入／毛利	<u>114,840</u>	<u>32,098</u>	<u>175,302</u>	<u>46,680</u>	<u>225,685</u>	<u>50,476</u>	<u>150,132</u>	<u>32,343</u>	<u>229,664</u>	<u>36,341</u>

(1) 參考我們於往績記錄期間根據相關分銷權協議獲得獨家區域分銷權的產品。

下表載列於往績記錄期間我們供應鏈客戶總數及其變動。

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
期初客戶數	2,878	1,792	1,224	1,224	1,231
期內新增的客戶數 ⁽¹⁾	719	382	525	399	742
期內減少的客戶數 ⁽²⁾	1,805	950	518	539	691
期末客戶數	1,792	1,224	1,231	1,084	1,282

(1) 指於所示期間進行採購但於緊接所示期間前的期間並未進行採購的供應鏈客戶。

(2) 指於緊接所示期間前的期間進行採購但於所示期間並未進行採購的供應鏈客戶。為免生疑問，期間內客戶數目減少並不意味著日後終止與該客戶的合作。

業 務

供應鏈客戶的數目由截至2018年12月31日的1,792名減少至截至2019年12月31日的1,224名，乃主要由於我們策略性地優化客戶組合並於評估有關客戶的採購量、信譽及業務規模後選擇不與若干客戶重續年度銷售協議。截至2019年及2020年12月31日以及2021年9月30日的客戶數目保持相對穩定。於2020年及截至2021年9月30日止九個月，客戶數目有所增加，主要是由於亦為SaaS解決方案服務的客戶數目有所增加。於往績記錄期間各期間，客戶數目有所減少，主要是由於我們所作優化客戶組合的工作。

我們不會控制我們供應鏈客戶的銷售活動或對其施加任何限制。以下為我們與供應鏈業務的客戶所訂立標準銷售協議的摘要。

- *期限*。我們通常與客戶訂立年度銷售協議。
- *地域限制*。我們不對客戶施加地域限制或產品類型限制。
- *定價*。我們並無對客戶設定指定強制銷售價格。我們按雙方協定的價格向客戶銷售產品及釐定建議零售價。
- *配送*。我們安排配送至客戶指定的地點，費用由我們自行承擔。
- *預付款項及信貸期*。我們通常要求客戶就其所下達訂單支付預付款項或根據我們對客戶採購金額、信譽度及業務規模的評估結果逐一釐定信貸期，並向客戶授出30天至90天的短信貸期。我們通常不設置年度保底購買量。
- *產品退貨*。我們與客戶保持買賣雙方的關係，並於貨品控制權轉移至客戶時確認對客戶的銷售收入。根據弗若斯特沙利文的資料，除非出於質量原因，否則我們不接受產品退貨，其符合中國的行業慣例。
- *終止*。倘我們未能及時配送產品，則客戶有權單方面終止銷售協議。可經雙方協商終止協議，亦可於不可抗力影響任何一方履行其於協議項下責任的能力的情況下終止協議。

業 務

除成都神鶴（於往績記錄期間為我們的供應鏈業務客戶之一）外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們供應鏈業務的所有客戶均為獨立第三方，且概無客戶受我們現任或前任僱員控制，或已接受我們提供的任何重大墊款或財務資助。

主要運營數據

下表載列於所示期間我們供應鏈業務的主要運營數據。

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
期內收入（人民幣百萬元）	114.8	175.3	225.7	150.1	229.7
客戶數	1,792	1,224	1,231	1,084	1,282
訂單數	18,734	17,426	15,913	11,926	14,722
每單平均銷售額（人民幣元）	6,130	10,060	14,182	12,589	15,600
常客 ⁽¹⁾ 數	1,380	998	910	798	1,072
常客 ⁽¹⁾ 貢獻的收入 （人民幣百萬元）	113.8	171.6	223.4	145.5	224.7

附註：

(1) 常客指同年度或期間作出一次以上購買的客戶。

於往績記錄期間，供應鏈業務所得收入持續增加，主要由於因我們擴張與供應商的合作以及提供更多的熱銷產品而令我們的客戶群擴大。於2018年至2020年，我們逐漸擁有更多採購需求較大供應鏈客戶。同時，我們的小型或微小型零售藥房客戶逐漸減少。因此，於2018年至2020年各期間服務的客戶數目及完成的訂單數目有所減少，而各期間每份訂單的平均銷售價值大幅上升。

業 務

我們的技術平台

數據系統

我們的數據分析系統能夠收集及集成多渠道及多類型的數據，收集海量歷史數據及實時運營數據。我們的數據分析系統可通過各種方法對收集的大量數據進行整理和建構，包括數據析取、數據轉換、數據拼接、數據分離及數據驗證。在數據收集後，我們的數據分析系統將運用其算法分析產品及所涵蓋區域的銷售情況。

中台運營系統

我們的中台運營系統由三個子系統組成：客戶訂單及諮詢系統、數據集成系統以及運營管理系統。客戶訂單及諮詢系統負責接收及記錄來自不同渠道的訂單。數據集成系統負責管理及監控訂單、藥房、產品及存貨。運營管理系統則結合了銷售運營及客戶關係管理系統。我們的中台運營系統與企業資源規劃系統、倉儲管理系統及數據系統等後端系統相連，令我們對複雜的業務運營實現全面高效的控制。

多樣化應用工具

我們亦已開發出多個應用工具，將其運用到數據系統和中台運營系統，並作為演示應用程序，以簡化我們的管理。例如，數據報告應用程序為我們的管理團隊提供實時及第一手的經整理綜合運營數據；數據分析應用程序支持第一手的經營數據分析，並向管理團隊提供初步的經營分析。

客戶

我們的客戶主要包括(i)來自全渠道零售藥房業務的個人消費者；及(ii)來自SaaS解決方案服務(包括零售藥房客戶)及供應鏈業務(包括零售藥房客戶、醫療機構及藥品批發商)的行業客戶。作為一家基於零售的全渠道零售藥房，我們的客戶群高度多元化。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年9月30日止九個月，來自我們五大客戶的收入分別佔我們相應期間總收入的4.6%、5.8%、4.8%及5.3%。

業 務

定價

全渠道零售藥房業務的定價

我們的供應鏈團隊負責產品定價。我們通過分析銷售數據及市場信息，經考慮產品類別、市場需求及競爭、採購價格、營銷策略等各種因素後，對產品進行定價。我們會根據市場狀況的變化對產品價格進行後續調整。我們的智能運營系統亦支持我們的產品定價。例如，在我們建立了24小時獨家藥房的若干覆蓋區域，我們的系統在晚上10點後自動調整送貨成本和某些產品的銷售價格。

就我們的O2O零售業務及電商平台的線上零售藥房而言，我們利用O2O平台及電商平台的線上支付服務及基礎設施處理消費者的付款。

SaaS解決方案服務的定價

我們就SaaS解決方案服務以三種方式向行業客戶（包括零售藥房客戶及上游製藥企業）收費：

- (i) 線上運營的銷售提成。我們主要對需要高效O2O運營的連鎖藥房採納此定價方法，以尋求增加線上訂單。對於通過O2O及B2C零售業務出售的產品，我們主要按成交總額的若干百分比（一般為5%左右）向我們的零售藥房客戶收取我們提供線上零售藥房運營服務的佣金；
- (ii) SaaS解決方案服務費。我們就提供SaaS解決方案服務向為具有O2O運營能力但尋求提升運營效率的連鎖藥房的行業客戶收取一次性服務費（每店一般介乎人民幣10,000元至人民幣100,000元）或按月收取服務費（每店一般介乎人民幣400元至人民幣800元）；及
- (iii) 提供標準化數據分析系統和營銷策略的服務費。我們主要對上游製藥企業採納此定價方法。

業 務

供應商及採購

供應商

我們一般自製藥企業及批發商採購我們供應的產品。我們的供應商通常授予我們一至三個月的信貸期。於採購產品時，我們會考慮以下因素來選擇供應商：(i) 品牌聲譽，原因是我們的產品通常由多個不同品牌生產；(ii) 採購價格；(iii) 付款方式；及(iv) 於決定是否直接從製藥企業或批發商採購時，考慮製藥企業與批發商之間規定的銷售限制。截至2020年12月31日止年度，我們與1,300多家知名製藥企業或批發商進行合作，其中我們與主要供應商的合作平均超過四年。

於委聘新供應商之前，我們的採購團隊會根據供應商的證書、資質及聲譽進行預篩選。隨後，我們的質量控制團隊和法律團隊審查這些預篩選結果並進行背景調查。此外，我們亦會在必要時進行實地檢查，以確保彼等及其產品遵守法律規定的質量標準。我們對供應商的篩選和檢查集中在彼等是否符合GSP。我們僅與通過我們的篩選及檢查的選定供應商合作。請參閱「— 藥品安全及質量控制 — 產品供應的質量控制」。

供應協議的主要合同條款

下文載列我們與供應商訂立的標準供應協議概要。

- **期限：**一般為一年，在此期間，我們可以按需下單。
- **定價：**協議規定的固定採購價格。
- **交付：**根據供應協議，供應商需要將產品送到我們指定的地點，費用自理。
- **驗收：**產品送達後須接受我們的檢驗，如有不良品，我們有權拒絕。若質量瑕疵並非由我們導致，我們有權根據供應協議要求更換產品或退款。
- **信貸期：**供應商一般授予我們一至三個月的信貸期。
- **付款：**我們通常每月和供應商結賬一次。

業 務

對於我們獲得區域分銷權（包括獨家及非獨家區域分銷權，來自獨家區域分銷權的收入貢獻2018年至2020年各年供應鏈業務收入超過40%）的極少數產品（包括若干暢銷非處方藥或非藥物保健品），採購價將因我們實現的銷售量而異。倘我們達到目標銷售量，我們或會收到該等供應商的返利。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年9月30日止九個月，我們從供應商收到的返利分別為人民幣11.2百萬元、人民幣12.2百萬元、人民幣20.5百萬元及人民幣47.5百萬元。

主要供應商

截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年9月30日止九個月，向我們五大供應商作出的採購額分別佔相應期間我們採購總額的34.3%、32.1%、38.1%及33.7%。下表載列於所示期間我們五大供應商的詳情：

供應商	採購金額 人民幣 千元	估同期 採購總額 的百分比	業務關係 開始年份	信貸期 (月)	供應商背景
截至2021年9月30日止九個月					
供應商A	233,087	15.2%	2016年	1-3	製藥企業及 醫藥批發商
中國生物製藥 ⁽¹⁾	130,449	8.5%	2018年	3	製藥企業
供應商B	94,845	6.2%	2016年	2	藥品批發商
供應商D	31,333	2.0%	2016年	2	藥品批發商
供應商H	27,178	1.8%	2018年	1.5	藥品批發商
總計	516,942	33.7%			

業 務

供應商	採購金額 人民幣 千元	佔同期 採購總額 的百分比	業務關係 開始年份	信貸期 (月)	供應商背景
截至2020年12月31日止年度					
供應商A	216,977	20.0%	2016年	1-3	製藥企業及 醫藥批發商
供應商B	86,900	8.0%	2016年	2	藥品批發商
供應商C	43,173	4.0%	2019年	1	藥品批發商
供應商D	39,933	3.7%	2016年	2	藥品批發商
成都神鶴 ⁽²⁾	26,572	2.4%	2016年	0.5-1	製藥企業
總計	413,555	38.1%			
截至2019年12月31日止年度					
供應商A	108,025	15.4%	2016年	1-3	製藥企業及 醫藥批發商
供應商B	41,862	6.0%	2016年	1-2	藥品批發商
供應商D	30,650	4.4%	2016年	1	藥品批發商
成都神鶴 ⁽²⁾	26,142	3.7%	2016年	0.5-1	製藥企業
供應商E	18,236	2.6%	2016年	2	藥品批發商
總計	224,915	32.1%			
截至2018年12月31日止年度					
供應商A	76,115	13.9%	2016年	1-1.7	製藥企業及 醫藥批發商
供應商F	37,449	6.9%	2016年	2	藥品批發商
供應商D	33,524	6.1%	2016年	0	藥品批發商
供應商G	21,618	4.0%	2016年	2	藥品批發商
成都神鶴 ⁽²⁾	18,796	3.4%	2016年	0.5-1	製藥企業
總計	187,502	34.3%			

業 務

附註：

- (1) 中國生物製藥的一組附屬公司。
- (2) 成都神鶴連同其附屬公司，包括成都勁草。

於往績記錄期間，供應商A、B、E、F、G及成都神鶴亦向我們採購醫藥或非醫藥保健品，此乃由於我們擁有若干熱銷產品的區域分銷權。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年9月30日止九個月，向該等供應商銷售的總金額分別為人民幣1.5百萬元、人民幣10.7百萬元、人民幣12.3百萬元及人民幣40.5百萬元，分別佔我們總收入的0.3%、1.3%、1.0%及3.2%。

如弗若斯特沙利文所告知，該等供應程序符合行業慣例，因為不同的醫藥批發商擁有不同產品的分銷權。董事確認，本公司與上述所有實體的採購及銷售條款均為個別磋商，且與所有該等實體的交易條款與本公司其他客戶或供應商的交易條款相若。就董事所知及所信，上述所有實體及其最終實益擁有人均為獨立第三方。

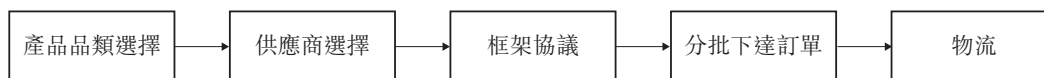
截至最後實際可行日期，成都神鶴由本公司控股股東之一及執行董事李先生持有95.0%。此外，截至最後實際可行日期，中國生物製藥為本公司的主要股東。

除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，概無董事、其聯繫人或據董事所知擁有本公司截至最後實際可行日期已發行股本5%以上的任何股東於往績記錄期間於我們任何五大供應商擁有任何權益。

採購

採購流程概覽

我們向客戶提供龐大產品組合。選擇產品組合、存貨監察及管理、採購頻率及議價能力對我們的業務表現及經營業績至關重要。我們的採購流程如下：



業 務

我們已經建立一個成熟的採購團隊，由採購選擇團隊及供應鏈管理團隊組成。

- **採購選擇團隊。**我們的採購選擇團隊負責選擇我們的產品組合，並進一步分為類別分析組及產品分析組。我們的類別分析組涉及多個主要類別，包括處方藥、非處方藥、中藥、保健品、個人護理產品、家庭健康產品、隱形眼鏡及母嬰用品，致力於根據我們的銷售數據及市場信息識別及監察這些主要類別中的暢銷子類別。其後，我們的產品分析組會不時從我們的類別分析組分析的暢銷類別中選擇特定的產品及供應商。
- **供應鏈管理團隊。**我們的供應鏈管理團隊負責監察我們的銷售及存貨水平、按我們採購選擇團隊的建議並計及我們需要的存貨水平採購產品，以及負責選擇我們的供應商並與其溝通。

採購成本控制

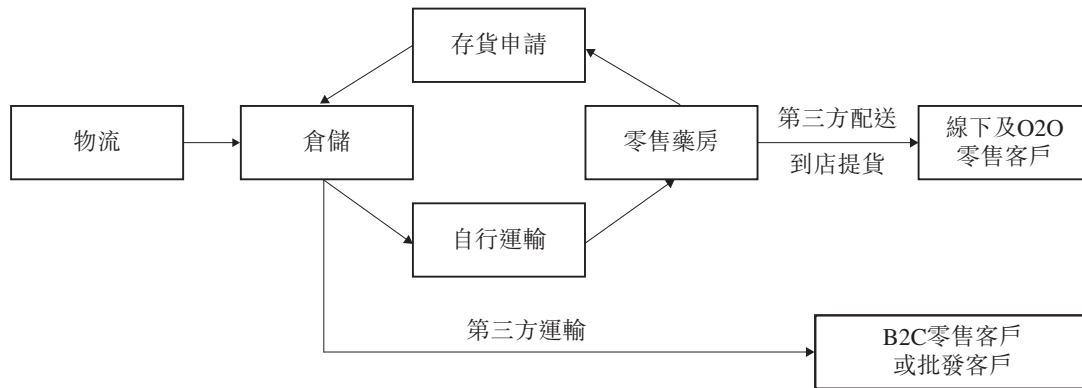
我們維持龐大的產品組合，因此，成本控制對我們的經營業績至關重要。除非受到政府價格管制或市場狀況的約束，否則我們的產品通常不會出現價格波動。由於我們的採購量龐大且持續不斷，因此我們通常以固定及優惠的價格採購並能夠將價格變動（如有）轉嫁給消費者。

我們的供應鏈管理團隊負責監察我們的採購價格並將其與市場價格進行比較。我們認為，與大部分行業參與者相比，我們的成本控制屬有效。此外，由於我們可提供超過30,000個SKU的龐大產品組合，向超過1,300名供應商採購，一般而言，我們對會限制我們的議價能力的供應商或有限產品並無依賴。

業 務

物流及倉儲

我們的物流及倉儲流程如下：



於採購後，產品會由可靠的第三方物流公司運至我們的倉庫。我們已建立三級倉系統（即單店、區倉、總倉）。我們已於成都、廣州及重慶擁有三個輻射全國的倉庫。我們還在營業所在的其他地區建立區倉。我們以本身團隊經營所有倉庫。成都倉庫為我們的主要倉庫及於建我們本身的物業。我們的其他倉庫乃自第三方租賃。

我們的新零售業務的存貨儲存於同城的倉庫及通常由我們本身的團隊按要求運至我們的零售藥房。通過O2O平台出售的產品乃通常由O2O平台的快遞公司或O2O平台認可的快遞公司的快遞員將其自零售藥房運送至我們的客戶。通過B2C平台或B2B銷售渠道銷售的產品通過快遞公司進行交付。我們通常與第三方快遞公司訂立長期採購協議並根據快遞訂單的數量、體積和重量支付快遞費用。快遞公司按合約負責我們產品的安排及按時交付。我們通過技術平台密切監控存貨，並以適當的方式在各個倉庫之間分配存貨。

業 務

銷售及營銷

藥學服務中心

我們通過專業的藥學服務中心為客戶提供服務。我們是中國極少數幾家擁有涵蓋多個治療領域的大型藥學服務中心的線上零售藥房之一。截至最後實際可行日期，我們的藥學服務中心由成熟的客戶服務團隊及執業藥師團隊組成，合共200餘人，其中93人為中國執業藥師。我們的藥學服務中心涵蓋逾20個治療領域。我們的客戶服務團隊由醫藥產品售前團隊、非醫藥產品售前團隊、醫藥產品售後團隊、非醫藥產品售後團隊、退款團隊及執業藥師團隊組成，覆蓋銷售的每個環節，可為客戶提供滿意、及時的客戶服務。我們的藥學服務中心全天候（24小時／每週7天）向客戶提供線上專業諮詢。特別是我們的執業藥師團隊為患者提供教育及用藥指導。

處方藥訂購

我們的所有處方藥均依據持證健康護理服務提供商的醫生所開處方進行銷售。我們要求客戶在我們的線下門店提供處方，如果客戶沒有處方，可遠程諮詢與我們有合作關係的持證健康護理服務提供商的醫生，獲取處方藥處方。在出售處方藥之前，我們的內部執業藥師將核實有關處方。通過O2O及B2C平台銷售的處方藥則由平台指定的遠程醫生開方。

醫療保險計劃的承保範圍

於往績記錄期間，客戶自O2O及B2C平台購買醫藥產品及保健品通常不在中國醫療保險計劃的承保範圍內。我們認為，隨著中國政府一直在探索將醫療保健體系與線上醫療保健平台進行整合的可能性，於未來數年將出現一條接入國家醫療保險體系的更為清晰的途徑。

退貨政策

於全渠道零售藥房業務下，我們就藥品及非藥品制定不同的退貨政策。就藥品而言，我們會與客戶確認選擇的藥品，並知會客戶於配送後藥品不可退貨，除非有質量或配送錯誤的問題。倘出現質量或配送錯誤的問題，一經確認，我們將為客戶辦理退換貨。我們不接受因其他原因所致的產品退貨。就非藥品而言，客戶享有七天內無條件退貨政策，只要所配送產品保持原樣。於該等情況下，客戶將承擔退貨快遞費。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概未遭遇任何對我們的業務造成重大不

業 務

利影響的客戶投訴、產品退回或產品責任索償。截至2018年、2019年及2020年的12月31日止年度及2021年9月30日止九個月，退貨及換貨訂單的相關數目佔總收入的比例分別為0.7%、1.5%、1.0%及0.8%。

營銷及推廣

我們已設立一支專職營銷團隊，其負責基於運營數據分析及技術驅動的以消費者為中心的品牌推廣策略，制定及協調營銷及推廣活動。通過深入了解消費者的購買行為（如關聯產品購買、重複購買、季節性需求及產品偏好）以及新的市場趨勢，營銷團隊能夠以符合消費者習慣的創意方式，通過向具有較高購買潛力的受眾推送其最可能感興趣的內容，從而推廣我們的品牌。我們的營銷團隊旨在創造以消費者為中心的營銷體驗以吸引新客戶、提高客戶留存率及提升我們的品牌知名度。營銷團隊與其他團隊密切合作以執行營銷策略。我們能夠與各類製藥企業及線上平台合作，以於線下線上藥房及線下線上媒體開展豐富的聯合推廣及營銷活動。

我們向我們的零售客戶提供優惠券。我們的優惠券可通過以下方式獲得：(i)當客戶達到一定消費額時，從合格的購買中獲得；(ii)從會員計劃中累積的會員積分的兌換獲得；(iii) 通過促銷和廣告活動免費分發。下表載列於所示期間贖回的優惠券金額及截至所示日期已確認的相關合約負債：

	截至12月31日／截至該日止年度			截至9月30日／ 截至該日止九個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
	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
優惠券	594	5,646	5,288	3,763	4,600
已確認的合約負債	1,215	2,574	4,096	4,640	2,031

業 務

藥品安全及質量控制

我們根據GSP維持質量控制系統。截至最後實際可行日期，我們已成立質量控制團隊，包括35名僱員，由店內質量控制人員提供支持，以實施質量控制措施。我們的質量控制主管擁有執業藥師資格，並在醫藥產品質量管理方面擁有約10年的經驗。我們的質量控制團隊成員通常於藥品安全及質量控制方面擁有廣泛的行業經驗，均擁有藥學、醫學、生物學、化學或相關專業的學位，並已接受20小時以上的入職培訓，以及隨後定期接受GSP培訓。我們已建立一系列內部質量控制措施，包括產品供應的質量控制、存貨及儲存的質量控制以及運輸及交付的質量控制。

我們十分強調從採購開始的質量控制。除市場認可度及成本外，我們亦根據供應商的GMP及GSP合規情況選擇產品。我們亦根據生產商的設施及能力（包括技術、包裝及物流）評估產品質量。我們對採購的每批產品進行隨機質量檢查，並更換未通過該等檢查的任何供應商。

產品供應的質量控制

在與供應商合作之前，我們的質量控制團隊將檢查供應商的資格、供應商的銷售人員及產品品種，並獲取證明文件以驗證其資格。我們與供應商的協議規定質量保證條款，以確認供應商對產品質量的責任。我們與供應商之間的協議規定，供應商所供產品的質量須達到相關質量標準及要求，並須根據相關物流及倉儲要求進行打包。於向供應商下發訂單時，我們要求供應商開具與所購產品嚴格一致的發票。我們亦在內部保留該等記錄。於採購產品到達後，我們的質量控制團隊將對每批產品進行抽樣檢查，並拒絕不合格的產品進入我們的倉庫。我們的質量控制團隊亦驗證GSP要求的隨貨同行單，該文件載列醫藥產品的詳細信息，包括生產信息和分銷歷史以及檢驗報告。對於冷藏產品，我們的質量控制團隊亦會驗證是否已按需要實施溫度控制。

業 務

存貨及儲存的質量控制

我們根據產品規定的溫度及濕度要求儲存產品。我們將具有特殊儲存要求的產品儲存在滿足該等要求的單獨倉庫中。我們的倉庫配備自動溫度及濕度監測系統。倘我們倉庫的溫度及濕度違反相關要求，我們將採取措施確保產品質量或放棄質量不達標的產品。我們亦會[定期]檢查我們儲存產品的外觀、包裝及其他質量指標，並將立即採取措施以防止銷售質量存疑的產品。

出庫及運輸的質量控制

我們檢查我們的出庫產品，包括產品的基本資料(名稱、規格、生產商)、批號、質量資料，以避免不合格的產品離開我們的倉庫。當我們通過本身的團隊將產品從倉庫運輸到零售藥房時，我們確保運輸條件符合產品的儲存要求。對於冷藏產品的運輸，我們在運輸過程中應用實時監控並記錄溫度數據。當我們委聘第三方將我們的產品運輸至O2O零售業務、B2C零售業務及供應鏈業務的客戶時，我們會篩查其證書及資格，規定其合同義務及責任。

零售藥房的質量控制

我們的零售藥房檢查已收到的各個批次的產品。我們的零售藥房亦根據GSP規定展示產品。我們的售後專員負責售後質量投訴，並採取有效措施解決投訴。根據GSP規定，倘產品出現安全問題，我們將停止銷售相關產品，並協助生產商召回產品；倘已售產品的材料質量存在缺陷，我們將立即通知我們的客戶，並在可能的情況下召回有缺陷的產品。

研發

我們設立組織完善的技術研發體系並具有獨立開發能力以開發核心技術。截至最後實際可行日期，我們擁有一支由118名人員組成的內部研發團隊。研發團隊通過吸引及招募業內經驗豐富的人才，建立了一支全面、多職能的技術開發團隊，以覆蓋產品、技術及開發、測試及監控、實施及運營等方面。研發團隊亦採納標準化且高效的管理體系，覆蓋了研究、設計、原型、開發、測試及發佈的各階段。我們的附屬公司與夢同行獲中華人民共和國科學技術部認定為國家高新技術企業。

業 務

憑藉豐富的線上線下零售藥房運營經驗，我們已開發出由數據系統、中台運營系統及多種應用工具組成的全面技術系統。請參閱「—我們的技術平台」。我們以業務策略為導向提供高效運營及穩定且智能化的支持，我們應用結構化數據來支持業務發展及智能化業務運營。

我們擁有一支新零售業務技術支持團隊，其致力於改進我們的技術管理系統（包括企業資源規劃系統、倉儲管理系統、運輸監控系統、客戶關係管理系統、財務系統、人事系統及辦公自動化系統），並就技術系統實施升級計劃。

結算及現金管理

作為全渠道零售藥房，我們接受多種支付方式，包括零售客戶的現金支付及非現金支付。我們線下零售藥房的經理負責確保已收現金的安全並及時將其交付至指定銀行。已收現金每日進行對賬及保存在保險箱中，以便隨後於翌日存入我們指定的銀行賬戶。我們的後端財務人員對零售藥房報告的現金存款、銀行對賬單及店內銷售記錄進行對賬，並編製現金長期及短期日報，以在對賬期間出現任何差異時進行跟進。我們亦要求各班次的店內員工在交接給下一個班次之前，在零售藥房經理的見證下對收銀機內的現金及其變動以及店內銷售記錄進行對賬。此外，我們亦在零售藥房安裝監視攝像頭，以監視及防止不當行為。我們亦接受非現金支付方式，包括微信支付、支付寶及信用卡。通過非現金付款收到的款項通常會在兩天內自動轉到我們在相關第三方處理平台上開設的公司賬戶中。

隨著非現金支付變得日益普遍，與現金管理有關的風險已經並將繼續保持在有限的水平。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，現金支付於我們所收款項中佔比非常有限，且我們並無發生任何對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大不利影響的現金侵吞或挪用事件。

業 務

下表載列於所示期間按付款方式劃分的我們的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2018年		2019年		2020年		2020年		2021年	
	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	%
第三方平台 ⁽¹⁾	503,771	87.4	639,344	74.5	914,845	73.2	651,041	74.5	920,775	71.8
銀行卡或銀行轉賬	137,951	23.9	210,695	24.6	287,749	23.0	194,623	22.3	306,952	24.0
微信支付	7,380	1.3	65,363	7.6	97,872	7.8	70,768	8.1	89,595	7.0
現金	18,029	3.1	33,132	3.9	58,455	4.7	38,349	4.4	55,572	4.3
支付寶	2,210	0.4	19,629	2.3	26,113	2.1	18,882	2.2	19,933	1.6
減：										
增值稅	(92,850)	(16.1)	(109,978)	(12.9)	(135,792)	(10.8)	(100,055)	(11.5)	(111,674)	(8.7)
總計	<u>576,491</u>	<u>100.0</u>	<u>858,185</u>	<u>100.0</u>	<u>1,249,242</u>	<u>100.0</u>	<u>873,608</u>	<u>100.0</u>	<u>1,281,153</u>	<u>100.0</u>

(1) 主要包括O2O、B2C電商及公共醫療保險平台。

知識產權

本公司與成都神鶴訂立四份商標許可協議，據此，成都神鶴同意以零對價或以名義對價授予本公司在中國使用若干商標的權利，每份協議年期均為十年。截至最後實際可行日期，成都神鶴由我們的控股股東之一李先生控制。請參閱「關連交易－全面獲豁免持續關連交易－商標許可協議」。

除上段所披露商標許可外，我們已取得與我們業務運營有關的主要知識產權及專有權。截至最後實際可行日期，我們於中國擁有50個註冊商標及23項在用軟件版權，並已於中國及香港申請註冊21個商標。我們亦於中國擁有16個在用註冊域名，包括qyt1902.com。截至最後實際可行日期，我們並無向任何第三方許可使用我們任何知識產權。

董事確認，我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並無涉及任何有關任何知識產權的重大糾紛或待決法律訴訟，我們亦無收到任何嚴重侵犯任何知識產權的索賠通知。

業 務

有關我們知識產權的進一步詳情，請參閱「附錄六－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.我們的知識產權」。

僱員

截至最後實際可行日期，我們合共擁有3,220名僱員，其中862名僱員於我們的總部及區域辦事處工作，以及餘下僱員為店內員工。我們所有的僱員均位於中國。下表載列截至最後實際可行日期按職能分類於我們總部及區域辦事處的僱員人數。

	僱員人數	佔總人數的百分比
藥房員工	1,659	51.5
藥師及客戶服務	520	16.1
銷售及營銷	124	3.9
採購及倉儲	287	8.9
線上運營	224	7.0
一般管理	253	7.9
研發	118	3.7
質量控制	35	1.1
合計	<u>3,220</u>	<u>100.0</u>

我們通過招聘會、招聘人員及招聘網站招聘員工。我們的成功取決於我們吸引、培訓、挽留合格人員以及管理我們僱員的能力。我們認為，我們為僱員提供具有競爭力的薪酬，並且我們整體已經能夠吸引及挽留合格的人員並維持穩定的核心管理團隊。我們已經推出僱員挽留計劃，據此，我們將僱員保留率作為我們用來評估管理團隊績效的關鍵標準之一。因此，我們的僱員保留率整體保持在行業平均比率之上。

我們向僱員提供培訓，以通過定期向不同職位的僱員提供不同的培訓課程提升彼等的工作技能及標準、醫療保健及藥學知識，以及對我們行業的了解。例如，我們要求每名新招募的僱員參加各類培訓課程以確保彼等達到我們的工作標準，我們亦每月向僱員提供滿足GSP標準所需的GSP培訓。我們設有工會。

業 務

我們與僱員訂立標準勞務合同、保密協議及不競爭協議。根據相關中國法律及法規規定，我們參與市級及省級政府舉辦的各類僱員社會保險計劃，包括基本養老、失業保險、生育保險、工傷保險、醫療保險及住房公積金。根據中國法律，我們須按僱員薪金、獎金及若干津貼的規定百分比向僱員福利計劃作出供款，不得超過當地政府不時規定的最高金額。獎金通常屬酌情性質及部分基於僱員表現及部分基於我們業務的整體表現。我們亦已於2020年實施股份獎勵計劃以激勵我們的關鍵僱員。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無面對任何重大勞資糾紛或可能對我們的業務、財務狀況或營運業績具有重大不利影響的罷工。我們已根據適用的中國法規規定為員工繳納社會保險金，包括養老計劃、醫療保險、工傷保險、失業保險、生育保險及住房公積金。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未為部分員工足額繳納社會保險及住房公積金，原因是我們的若干僱員不願意嚴格按彼等薪金的比例承擔與社會保險及住房公積金有關的成本。我們將根據適用的法律及法規規定努力為員工繳納社會保險及住房公積金，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們可能會被有關政府部門追加繳納額外的社會保險及住房公積金以及滯納金和罰款」。

保險

我們投購各類保單以防範風險及突發事件。我們已與領先的保險公司及提供商訂約，以就我們的藥品存貨及僱主責任取得保險保障。根據一般的市場慣例，我們未投購任何中國相關法律未強制要求的產品責任險或業務中斷險。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的保險可能不足以覆蓋我們的業務風險」。董事認為現有保險覆蓋範圍足以滿足我們當前的運營並符合中國的行業慣例。

物業

我們的總部位於成都。我們於中國租賃若干物業，主要用作零售藥房、倉庫及辦公室。

業 務

截至2021年9月30日，概無我們物業的賬面值為我們綜合資產總值的15%或以上。因此，根據公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條有關公司（清盤及雜項條文）條例附表3第34(2)段的規定，其要求就本集團所有土地或樓宇權益出具估值報告。

於中國的自有物業

截至最後實際可行日期，我們於中國成都擁有一幅建築面積為13,333.3平方米地塊的土地使用權及總建築面積為9,079.0平方米於該地塊上建築的擁有權，該等兩項權利均已質押予上海銀行成都分行，為2020年10月至2023年10月期間發生的銀行貸款提供擔保，擔保上限為人民幣300.0百萬元。位於成都的物業用作我們的倉庫。

於中國的租賃物業

截至最後實際可行日期，除我們自成都神鶴租賃的三項物業（總建築面積約782.6平方米）外，我們就中國的零售藥房、倉庫及辦公室向獨立第三方租賃499項物業，總建築面積約72,565.2平方米。於該等502項租賃物業中，總建築面積約53,751.2平方米的482項物業已用作我們的零售藥房，而總建築面積約19,596.6平方米的餘下20項物業則用作我們於重慶、廣州、成都、西安、鄭州及上海的倉庫及辦公室。相關租賃協議的租賃屆滿日期介乎2021年12月至2031年12月。

我們的租賃期限通常介乎一年至十年之間。重續租賃須視乎出租人與我們的磋商而定。我們通常於屆滿一個月內開始磋商重續租賃及我們通常按合約及／或按法律獲授優先重續權。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，由於我們強大的品牌聲譽，我們並無於及時重續租賃方面面對任何重大困難。除我們決定不續新現有租賃協議及其後因搬遷及其他戰略及商業考慮關閉相關線下零售藥房的情況外，我們所有將到期的租賃協議已於往績記錄期間及截至最後實際可行日期根據類似現有條款及時重續。未免產生疑問，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們概無因無法重續相關租賃協議而關閉我們的線下零售藥房。我們亦認為，中國的物業供應充足且我們的業務經營並無依賴現有租賃。

業 務

我們的線下零售藥房的租期介乎一年至十年之間。下表載列截至所示日期我們線下零售藥房租賃協議的到期情況。

	截至12月31日								
	2018年			2019年			2020年		
	面積	未償還 租賃負債	租賃協議 數目	面積	未償還 租賃負債	租賃協議 數目	面積	未償還 租賃負債	租賃協議 數目
	平方米	人民幣 千元		平方米	人民幣 千元		平方米	人民幣 千元	
於一年內到期	808	16,762	7	2,522	38,193	19	3,426	51,378	26
於一年後但於 兩年內到期	1,815	15,365	14	3,201	32,326	24	4,155	48,175	37
於兩年後但於 五年內到期	13,790	29,470	106	18,294	53,049	150	27,376	82,302	229
於五年後到期	667	250	7	596	3,994	7	882	3,753	8
總計	17,080	61,847	134	24,613	127,562	200	35,839	185,608	300

	截至9月30日			截至9月30日		
	2020年			2021年		
	面積	未償還 租賃負債	租賃協議 數目	面積	未償還 租賃負債	租賃協議 數目
	平方米	人民幣千元		平方米	人民幣千元	
於一年內到期	2,543	43,810	19	4,008	53,186	35
於一年後但於兩年內到期	3,298	38,747	28	7,208	48,220	56
於兩年後但於五年內到期	20,832	65,255	176	39,632	81,936	374
於五年後到期	632	3,383	5	3,766	2,216	29
總計	27,305	151,195	228	54,614	185,558	494

業 務

業權瑕疵

截至最後實際可行日期，99項租賃物業的出租人尚未向我們提供用作合適目的的有效業權證書或相關授權文件，以證明彼等將該等物業出租予我們的權利，該等物業總建築面積約為14,357.8平方米，佔我們於中國的租賃物業總建築面積約19.8%。

據我們的中國法律顧問告知，倘並無有效的商業用途業權證書或業主授權證明，我們對該等有瑕疵的租賃物業的使用可能無效或會受到第三方對租賃的申索或質疑的影響。此外，倘出租人不具有租賃該等有瑕疵租賃物業的必要權利，則相關租賃協議可能被視為無效，因此，我們可能需要清空該等有瑕疵的租賃物業並搬遷我們的零售藥房。然而，據我們的中國法律顧問告知，倘我們無法繼續使用該等有瑕疵的租賃物業，我們（作為租戶）將無需繼續支付租金。此外，出租人有責任獲得所有權證書以簽訂租約，而作為租戶，我們在此方面將不會受到任何行政處罰或罰款。該等法定保護措施大幅減輕我們因物業的法定擁有人要求清空物業而導致的來自該等有瑕疵租賃物業的風險。亦請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的若干租約可能會受到第三方或政府機關的質疑，可能導致我們的業務運營中斷」。

此外，我們所租賃的物業中，42項租賃物業（建築面積合共約4,125.5平方米，約佔我們在中國租賃的物業總建築面積的5.8%）的出租人所有權於出租予我們前已作為抵押物進行質押，我們對該等有瑕疵租賃物業的使用可能會受第三方對該等權利主張的影響。

經計及上文所述，董事認為，上述該等業權瑕疵將不會單獨或共同對我們的業務及經營業績造成重大影響，理由如下：(i)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據董事所知，我們與該等有瑕疵租賃物業有關的租賃從未受到任何第三方質疑；(ii)倘我們須終止租賃或自具有業權瑕疵的該等租賃物業搬遷，我們能夠於較短時期內按相若條款找到合資格的替代物業，且不會產生大量額外成本。

租賃登記

根據中國適用法律法規，物業租賃合同須向中國住房和城鄉建設部地方機構登記。截至最後實際可行日期，根據適用中國法律及法規的規定，我們所有的502項租賃物業須向中國相關房地產管理局登記及備案，其中486項尚未如此登記或備案。

業 務

據我們的中國法律顧問告知，未能完成租賃協議的登記及備案將不會影響租賃協議的效力或導致我們須清空該等租賃物業。然而，主管機構或會責令我們整改該等不合規事件，倘我們未在規定期間內整改，我們可能會就每項未登記租賃被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。最高罰款總額將約為人民幣4.8百萬元，董事認為其將不會對我們的業務運營產生任何重大不利影響。亦請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們租賃物業的大部分租賃協議並無根據中國法律的規定向中國有關政府部門登記，這可能使我們面臨潛在罰款」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無任何部門責令我們登記任何該等租賃協議。

經計及上文所述，董事認為，上述未登記租賃的情況將不會單獨或共同對我們的業務及經營業績造成重大影響，理由如下：(i)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，並無就未能登記及備案相關租賃協議對我們處以任何罰款；及(ii)我們獲中國法律顧問告知，倘租賃登記可於申請日期起計的合理時間內或主管政府機構責令的規定時限內根據相關法律及法規完成，則政府機構就該等租賃物業對我們處以重大罰款的風險甚微。

劃撥地及集體土地

截至最後實際可行日期，我們在中國總建築面積約為1,117.9平方米的七項租賃物業位於劃撥地或集體土地，這些土地已作為我們的零售藥房。

如中國法律顧問所告知，租賃劃撥地上的該等物業必須經中國土地和房地產管理局批准並登記，在集體土地上租賃物業須經相關集體經濟組織或村委會批准。但是，截至最後實際可行日期，出租人尚未獲得必要的批准，亦未完成登記。因此，該等租賃可能會被視為無效，我們可能會被迫搬出該等物業。

董事確認，未能獲得批准及完成登記不會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響，主要是因為，如果我們不得不從這些租賃物業搬遷，我們能夠於較短時期內按相若條款找到合資格的替代物業，且不會產生大量額外成本。

業 務

用戶隱私及數據安全

我們於O2O及B2C零售藥房業務以及提供SaaS解決方案服務的過程中或會收取O2O及B2C平台所提供去識別的（即匿名）客戶及訂單數據。於我們的線下零售藥房業務中，按照有關應對COVID-19疫情區域性復發的預防措施之地方方法規所規定，我們監控並保存購買退熱、鎮咳、抗病毒及抗生素產品的客戶的實體記錄。客戶亦可登記為我們的會員，關注社交媒體賬號或加入我們的線上服務及營銷群組，我們在此過程中通常僅收集客戶手機號碼且無法識別該等客戶。

我們收集、使用、保留、分享客戶相關個人資料以及該等資料的安全受中國多項法律法規約束。預期相關法律及法規將於日後更為嚴格。因此，我們已相應採納內部政策以遵守該等法律及法規並確保用戶隱私及數據安全。我們的技術團隊負責保護用戶隱私及數據安全。

- **數據存儲及保護。**我們的系統設計及構建具有高可用性及高安全性。我們採用分佈式部署技術，將應用程序及數據庫分開存儲，以確保系統的穩定性及可用性。我們對數據庫進行自動及定期手動備份。我們通過防火牆隔離我們的數據庫及我們的應用程序，我們僅允許授權的服務器或應用程序訪問我們的數據庫。我們的系統對私人數據進行加密，對私人數據的操作會自動記錄在系統日誌中。
- **數據收集及使用。**在收集資料時，我們不會收集對我們的業務而言不必要的隱私資料。對於我們業務所必需的隱私資料，我們嚴格按照相關資料保護規定處理及保護資料。在我們的日常業務運作中，不同的授權用戶根據需要可以訪問不同類型的資料。於系統維護時，我們的數據僅能通過堡壘機訪問，同時使用數據庫管理系統，以確保數據安全。
- **數據傳輸。**在數據傳輸過程中，我們使用SSL協議來保證數據傳輸過程不被篡改。當數據請求到達服務器時，我們會驗證請求的有效性及合法性，以確保通過我們系統的請求是正常的業務操作。

於往績記錄期間，我們並無經歷任何重大的網絡攻擊或數據安全漏洞。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的業務會生成及處理大量數據，不當使用、洩露或披露相關數據可能會損害我們的聲譽，並可能對我們的業務及前景造成重大不利影響」。

業 務

於2021年11月14日，中共中央網絡安全和信息化委員會辦公室（「網信辦」）發佈了《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》。早在2021年7月10日，網信辦開始就《網絡安全審查辦法（修訂草案徵求意見稿）》公開徵求意見。兩份徵求意見稿規定需要申報網絡安全審查的若干情形。目前，網絡安全審查的適用範圍尚未明確。倘相關監管變動實施，我們可能須接受網絡安全審查或可能在應對監管要求方面面臨挑戰。然而，據中國法律顧問告知，我們相信上述監管變動將不會對我們的業務營運、財務表現及在香港[編纂]造成即時重大不利影響。請參閱「監管概覽－有關互聯網安全及隱私保護的法規」。

獎項及認可

下表載列我們收到的主要獎項及認可概要。

年份	獎項或認可	頒發機構
2017年	2016-2017中國藥店價值榜電商十強	中國藥店雜誌社
2017年	成都服務業100強企業榜單	成都企業聯合會
2017年	2017-2018年度電子商務示範企業名錄	中國商務部
2018年	2018-2019年度中國連鎖藥店直營力百強企業	南方醫院經濟研究所－21世紀藥店報
2019年	2019年未來醫療100強－中國醫療服務榜	動脈網
2019年	2019成都電子商務優勢企業TOP榜年度卓越影響力電商品牌	成都市電子商務企業協會

業 務

年份	獎項或認可	頒發機構
2019年	2019年中國新經濟創新勢力榜最佳新零售平台	中國新經濟創新勢力榜評選組委員、艾媒諮詢集團
2020年	2019-2020年度中國藥品零售企業綜合競爭力排行榜－「電商經營」榜單	中康資訊
2020年	2019-2020年度中國連鎖藥店直營力百強企業	南方醫院經濟研究所－21世紀藥店報

競爭

中國的全渠道零售藥房市場競爭激烈且快速演變。我們面臨諸多不同實體（包括其他全渠道零售藥房、線上藥房及大型連鎖藥房）的潛在競爭。我們認為我們能夠與其他市場參與者競爭，原因為：(i)我們不同的銷售渠道發展相對均衡；(ii)透過我們成熟的線下藥房以及我們擴大及複製單店運營的能力，我們能夠脫穎而出並與其他B2C競爭對手競爭；(iii)透過我們成熟的O2O及B2C運營帶來的較高的單店銷售及效率，我們能夠脫穎而出並與其他傳統線下藥房競爭；(iv)我們採納以消費者為中心的戰略方法，輔以我們的大數據能力開設新藥店；(v)我們獲得戰略合作夥伴及股東中國生物製藥的支持，以把握處方外流的商機；及(vi)我們能夠向零售藥房行業的參與者提供SaaS解決方案。儘管我們認為我們能夠與其他市場參與者競爭，但我們可能無法與領先市場參與者有效競爭，或可能被超越，因為彼等目前較我們擁有更悠久的經營歷史及更穩固的市場地位。請參閱「行業概覽」及「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－倘我們無法在零售藥房行業有效競爭，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響」。

業 務

執照、許可證及批文

作為一家中國醫藥產品、醫療器械及營養補品零售商及批發商，我們須根據中國相關法律法規取得及續新我們業務所需的許可證、執照、證書及備案。我們的相關重要執照及許可證概述如下。我們通常於到期前重續我們的執照及許可證。

- 《藥品經營許可證》。本公司、我們的附屬公司及零售藥房經營醫藥產品批發或零售業務的，須各自持有醫藥產品管理主管部門頒發的於直至未來數月至2026年有效的《藥品經營許可證》。
- 《醫療器械經營許可證》。本公司、我們的附屬公司及零售藥房分銷第三類醫療器械的，須各自持有由醫療器械管理主管部門頒發的於直至未來數月至2026年有效的《醫療器械經營許可證》。
- 《第二類醫療器械經營備案憑證》。本公司、我們的附屬公司及零售藥房分銷第二類醫療器械的，須各自持有醫療器械管理主管部門頒發且無屆滿期限的《第二類醫療器械經營備案憑證》。
- 《食品經營許可證》。本公司、我們的附屬公司及零售藥房分銷營養補品的，須各自持有食品管理主管部門頒發的於直至未來數月至2026年有效的《食品經營許可證》。
- 《互聯網藥品信息服務資格證書》。本公司須持有四川省食品藥品監督管理局頒發的於2023年12月之前有效的《互聯網藥品信息服務資格證書》，以提供互聯網藥品信息服務。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據中國法律顧問告知，除我們若干零售藥房正在申請辦理或重續相關證書外，我們已自相關政府部門取得對我們於中國的業務運營整體上屬重大的所有必需執照、批文、許可證、登記及備案，有關執照、批文、許可證、登記及備案仍具有十足效力。我們不時重續所有相關執照、批文、許可證、登記及備案，以符合相關法律法規的規定。

業 務

法律訴訟及合規

誠如我們的中國法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無違反或違背適用中國法律法規，從而可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

環境、社會及管治（「環境、社會及管治」）

識別及評估環境、社會及管治風險及事宜

我們的業務並不涉及重大的職業、健康、工作安全及環境事宜，但須遵守中國適用法律法規規定。我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並未發生任何重大職業、健康、安全及環境事故，誠如我們的中國法律顧問所告知，亦無因違反有關職業、健康及安全以及環境問題的法律法規而受到任何重大行政處罰。然而，我們有責任識別及評估環境、社會及管治風險及事宜。我們的管理層負責評估及監察業務營運中與環境、社會及管治事宜有關的事宜，並執行環境、社會及管治措施，以確保我們的環境、社會及管治價值在業務營運中得以實施。

環境、社會及管治措施

我們已制定以下措施以加強與利益相關者的溝通並促進履行社會責任及可持續發展：

- **環境及氣候問題。**我們倡導綠色發展理念並繼續推行低碳環保。我們致力於減少使用一次性材料。例如，我們鼓勵客戶自行攜帶購物袋。由於我們的營運性質，環境風險對我們而言微乎其微。但我們將繼續監察營運中的環境及氣候問題。
- **公共福利及社會責任。**本集團積極參與有關公共衛生及教育事業的各項公共福利活動。於COVID-19疫情期間，我們捐贈了大量的醫用口罩，並積極推動一系列措施，助力疫情防控。同時，我們積極調動僱員參與志願服務。

業 務

- **董事會多元化。**我們已採納董事會多元化政策（「**董事會多元化政策**」），其中載列為實現及維持董事會多元化以提高董事會效能的目標及方法。根據董事會多元化政策，我們在篩選董事會候選人時力求通過考慮多項因素以實現董事會多元化，有關因素包括但不限於專業經驗、技能、知識、性別、年齡、文化及教育背景、種族及服務年限。我們相信董事會成員多元化裨益良多，旨在通過不斷提升董事會多元化程度（包括性別多元化）增強本公司能力以在最廣泛的可用人才中吸引、留聘及激勵僱員並維持我們的競爭優勢。
- **職業安全。**我們致力於保護員工的健康及安全：(i)我們為員工購買保險；(ii)我們在僱傭合同中規定了我們的工作安全保護義務；(iii)我們在線下零售藥房及辦公室租賃協議中規定出租人有義務保證租賃物業的安全；及(iv)我們已制定並實施各種工作場所安全政策及程序，確保我們的僱員擁有安全的工作環境。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的僱員概未在工作場所內發生任何重大事故。

風險管理與內部控制

我們在運營過程中會面臨各種風險，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險」。我們已建立綜合風險管理系統以及我們認為適合我們業務運營的相關政策和程序。我們的政策和程序旨在管理和監控我們的業務表現。

為監控[編纂]後風險管理政策及企業管治措施的持續執行情況，我們已採取或將繼續採取（其中包括）以下風險管理措施：

- 成立審核委員會，以審查和監督我們的財務報告流程和內部控制系統。有關該等成員的資質及經驗，請參閱「董事、監事及高級管理層」；
- 採取各種政策以確保遵守上市規則，包括但不限於有關風險管理、關連交易及信息披露的政策；及
- 安排董事及高級管理層參加有關上市規則規定以及[編纂]公司董事職責的培訓研討會。

業 務

特別是，我們採取了一系列的反腐敗及反賄賂政策及措施：

- 作為我們風險管理及內部控制措施的一部分，我們採用了針對腐敗及欺詐活動的內部規例，包括反腐敗及商業賄賂措施；
- 我們已實施明確而嚴格的政策及指引，禁止接受有利益關係的第三方的禮品、款待及其他好處；
- 我們的內部審計部門負責定期對關鍵流程及角色進行監督，以及調查違規或可能發生的風險事件的蹤跡；
- 我們定期為高級管理層及員工提供反腐敗及反賄賂合規培訓，以提高其對適用法律法規的了解及遵守；
- 我們的員工在加入我們時向我們簽署反腐敗及反賄賂承諾書及責任書；及
- 我們鼓勵報告並建立報告反應機制。

有關所涉及的潛在風險，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－倘我們未遵守反腐敗法律法規，我們的聲譽可能受損，同時我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響」

我們已任命一名內部控制顧問，負責審查與我們的主要業務流程相關的內部控制措施的有效性，發現有待改進的不足之處，就整改措施提供建議並審查該等措施的實施情況。我們內部控制顧問已在審查過程中識別出若干內部控制問題，且我們已採取相應的內部控制措施改正該等問題。我們已採納內部控制顧問的建議，且我們的內部控制顧問已就我們於2021年4月採取的行動完成了內部控制系統的後續程序，但尚未發現我們內部控制系統存在任何重大缺陷。