

## 我們的使命

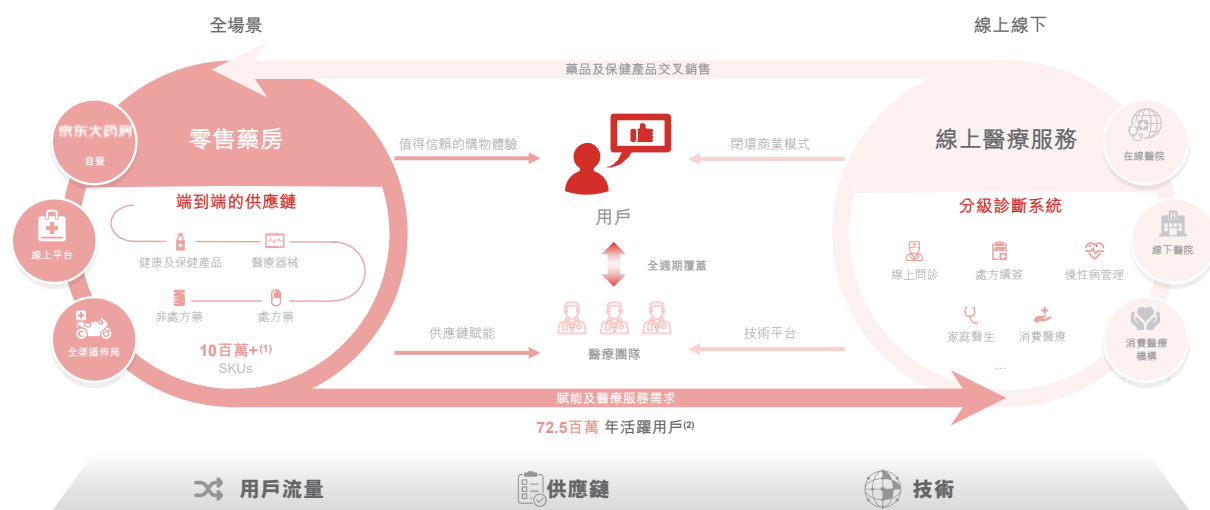
我們的使命是成為國民首席健康管家。

健康和更好的生活品質，是每個人都追求的主題。隨著人口的逐漸老齡化，收入水平的不斷提高，慢性病患率率的上升和健康保健意識的日益普及，中國國民醫療健康需求將日益增加。中國的醫療行業仍然面臨著一系列挑戰，例如行業低效及醫療健康資源分配不均。我們深信，科技的進步和監管環境的改善為中國醫療健康行業的升級帶來了前所未有的機遇。

傳承京東集團的核心價值主張，我們致力於建設一個完整、全面的「互聯網+醫療健康」產業生態。我們提供各式各樣優質的醫藥和健康產品覆蓋國民健康生活的方方面面，並通過強大的履約能力及時安全地送達千家萬戶。我們還為用戶提供全面完整的健康與醫療服務，以滿足用戶於健康產品及服務領域各個方面的需求。同時，我們持續投資供應鏈及科技，是醫療產業鏈數字化改造的領跑者，致力賦能全產業鏈的參與者。

我們相信通過我們的不懈努力，能夠讓國民享有易得、便捷、優質和可負擔的醫療健康產品與服務，成為國民信賴的首席健康管家。

## 我們的業務



(1) 截至2020年6月30日

(2) 截至2020年6月30日止十二個月

根據弗若斯特沙利文報告，於2019年按收入計，我們是中國最大的在線醫療健康平台，錄得總收入人民幣108億元。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年按收入計，我們亦是中國最大的在線零售藥房，市場份額為29.8%。我們致力於打造以醫藥及健康產品供應鏈為核心，醫療服務為抓手，數字驅動的用戶全生命週期全場景的健康管理平台。我們通過建立醫療健康產品和服務的端到端、全渠道的體系，重新定義用戶管理個人健康的方式。

## 零售藥房業務

我們是引領中國醫藥和健康產品供應鏈轉型的先行者之一。通過自營、線上平台和全渠道佈局相結合的運營模式，我們為用戶提供「人在貨在，隨時隨地」的一站式體驗。同時，我們擴大業務規模、豐富品類、並且保持嚴格品控、親民價格從而獲得用戶的信賴。

根據弗若斯特沙利文報告，按收入計，我們的零售藥房是2019年中國最大的在線零售藥房。我們的零售藥房業務通過自營、線上平台和全渠道佈局三種模式運營。我們主要通過京東大藥房經營自營業務。我們已建立涵蓋行業領先的製藥公司和健康產品供應商的供應鏈網絡。此外，截至2020年6月30日，我們與京東集團合作，利用其遍佈全國的配送基礎設施網絡，包括11個藥品倉庫和超過230個其他倉庫。我們的線上平台利用我們的品牌知名度，龐大且不斷增長的用戶群以及專有技術平台，提供更為豐富的產品品類，與京東大藥房形成良性互補、各揮優勢。截至2020年6月30日，線上平台上擁有超過9,000家第三方商家。我們的全渠道佈局滿足用戶緊急性用藥需求，按需求為用戶提供當日達、次日達、30分鐘、7\*24快速送達服務。截至2020年6月30日，我們的全渠道佈局覆蓋了超過200個城市。通過構建上述完整的線上線下、全場景零售及與醫院的全方位合作，我們可以滿足用戶「重、急、慢」等各類醫療健康場景下不同的需求。於2017年、2018年及2019年以及截至2020年6月30日止十二個月，我們分別擁有43.9百萬、50.5百萬、56.1百萬及72.5百萬個年活躍用戶。於2017年、2018年及2019年以及截至2019年6月30日及2020年6月30日止六個月，我們零售藥房業務產生的收入佔我們總收入的大部分，其中(i)醫藥及健康產品銷售收入分別佔我們總收入的88.4%、88.8%、87.0%、87.5%及87.6%；及(ii)平台服務收入分別佔我們總收入的7.9%、7.4%、7.3%、7.3%及6.8%。

## 在線醫療健康服務

我們提供綜合在線醫療健康服務，例如在線問診和處方續簽、慢性病管理、家庭醫生和消費醫療健康服務等。該等服務7\*24全天候提供，帶來便捷、值得信賴的用戶體驗。我們組建了一支由自有醫生和外部醫療專家組成的醫療團隊，跨越了不同科室和領域，同時我們與多家第三方醫院和醫療健康機構合作。另外，我們也在發展我們的消費醫療健康服務。通過與我們合作的線下消費醫療健康機構，用戶可在我們平台進行預約並支付服務開支，接受體檢服務、醫學美容、口腔齒科和疫苗預約等服務。在COVID-19期間，我們是中國第一家提供線上COVID-19核酸檢測預約服務的公司。通過構建分級診療的全科和專科醫生的服務體系，我們將輕度和慢性病、複診和健康管理線上化，將重疾和重大醫療類的患者需求對接線下醫療機構，從而實現為用戶提供高質量的醫療健康服務，並實現醫療資

---

## 業 務

---

源的優化配置和基層醫療服務能力的提升。於往績記錄期間各期間，我們的在線醫療健康服務收入佔我們總收入的很少一部分。

### **雙輪驅動的零售藥房業務和在線醫療健康服務**

我們通過零售藥房業務和在線醫療健康服務實現「醫、藥聯動」，打造了一個閉環體系。這讓我們收穫了良好的口碑效應並更好地服務用戶。我們零售藥房的買家同時是潛在高質量的醫療健康服務用戶，而醫療健康服務用戶又成為反哺零售藥房和其他消費醫療健康服務的重要流量。由於我們卓越的品牌形象，令人信賴的品質保證，和上乘的用藥體驗，購買過我們產品的用戶願意選擇使用我們包括在線問診和處方續簽等由藥品衍生出的相關專業醫療健康服務。我們又讓用戶從醫療健康服務中獲得良好的服務體驗，從而反哺我們的零售藥房業務，以及引導用戶開始使用例如慢性病管理、家庭醫生、消費醫療健康服務等其他更綜合、更高價值的健康管理服務。

### **賦能醫療健康產業的技術驅動平台**

利用強大的供應鏈和技術優勢，我們也為整個醫療健康產業鏈上的其他參與者提供數字化的解決方案。

通過使用包括AI在內等領先技術，我們積極研發落地下一代技術應用，例如智能輔助問診、智能輔助處方審核和智能健康管理儀器等。我們將各類應用與雲技術基礎設施結合，為線下醫院提供涵蓋其各方面服務的綜合解決方案。我們和醫院的合作使得我們能夠整合醫療資源和獲取用戶，這對於形成服務閉環至關重要。

我們進一步開放我們自身互聯網醫院基礎設施、供應鏈和技術能力，為醫院和綜合醫療健康系統提供一站式解決方案，並幫助醫療體系搭建數字操作系統，改善運營流程。通過以數字化的方式將這些醫療健康服務機構整合到我們的平台上，我們為用戶提供從檢測、診斷、治療、用藥到診後護理的無縫線上線下醫療健康服務體驗。

此外，我們利用大數據能力，為藥企和健康產品供應商提供反向定制(C2M)，幫助其開展產品研發。我們也為多個地方政府提供一攬子「健康城市」解決方案，涵蓋基層醫療、居民健康檔案、醫保支付等領域。

### **我們的財務表現**

我們於往績記錄期間實現了高速增長。我們的收入主要來自通過自營業務銷售醫藥和健康產品，其次來自向第三方商家收取佣金和平台使用費以及向供應商和第三方商家收取數字化營銷服務費等。我們的總收入由2017年的人民幣56億元增至2018年的人民幣82億

元，並進一步增至2019年的人民幣108億元。我們的總收入由截至2019年6月30日止六個月的人民幣50億元增至截至2020年6月30日止六個月的人民幣88億元。

於2017年、2018年及2019年，我們分別錄得盈利人民幣178.5百萬元、盈利人民幣214.9百萬元及虧損人民幣971.8百萬元。截至2019年6月30日及2020年6月30日止六個月，我們分別錄得盈利人民幣236.3百萬元及虧損人民幣54億元。於2019年及截至2020年6月30日止六個月錄得虧損主要是由於2019年及截至2020年6月30日止六個月A輪可轉換優先股公允價值因股權價值增加而增加。

不計可轉換優先股公允價值變動和若干其他非經常性項目的影響，我們(i)於2017年、2018年及2019年的非國際財務報告準則盈利為人民幣209.0百萬元、人民幣248.4百萬元及人民幣344.1百萬元；及(ii)截至2019年6月30日及2020年6月30日止六個月的非國際財務報告準則盈利為人民幣254.0百萬元及人民幣370.8百萬元。有關該非國際財務報告準則指標的詳情，請參閱「財務資料—非國際財務報告準則指標：年度／期間非國際財務報告準則盈利」。

### 我們的價值主張

我們相信我們的平台對於整個醫療健康產業生態中的參與者具有強大的價值主張。我們憑藉海量的用戶觸達、深耕供應鏈的優勢和領先技術的應用，連接藥企和醫療健康產品供應商、分銷商和消費者。我們打通了線下醫院和在線醫療健康平台，連接了醫生和患者，使其之間不再有隔閡。平台大幅提高了國民對優質健康類商品和服務的可及性和可負擔性，特別普惠到醫療資源有限的地區的居民。我們縮減了產業鏈中間環節並提高了效率，緩解了醫療資源不均衡的供給問題。我們相信我們全面的「互聯網+醫療健康」產業生態能為國民提供更好的醫療健康管理，實現醫療健康產業升級，創造巨大的社會價值。

### 對於用戶

- **優質、價格親民且可靠的產品。**通過提供優質的醫藥和健康產品，我們用親民的價格提高了優質商品的可及性。通過靈活的配送選項，為用戶提供了便捷且可信賴的購物體驗。
- **綜合的在線醫療健康服務。**我們提供一站式的7\*24小時的醫療健康服務，包括在線問診和處方續簽、家庭醫生和其他健康管理服務。我們同時鏈接第三方合作提供消費醫療健康服務，包括體檢、醫學美容、口腔齒科、疫苗預約和基因測試等。
- **優質可及的醫療資源。**通過與頭部專家共建的專科中心，我們為用戶提供稀缺優質的醫療資源。用戶可在我們平台上隨時隨地享用由頂級專家提供的在線問診及處方續簽服務，或經轉診、會診得到專家的診治。
- **線上線下結合的無縫診療體驗。**通過與線下醫療機構的合作，我們可建立分級診療系統，為用戶提供定制化醫療服務，包括在線問診和處方續簽、線下面診

---

## 業 務

---

和檢測、線上複診的貫通線上線下的診療路徑，使得用戶在診前提高效率、避免誤診，在診後方便複診並提高康復效果。

### **對於藥企、醫療健康產品供應商和藥房**

- *廣泛的用戶觸達*。我們龐大的用戶群為藥企、健康產品供應商和藥房觸達廣泛的用戶，增加銷售和提高用戶管理。
- *高效的營銷和廣告服務*。我們可為供應商、經銷商提供全面針對醫生、用戶或藥企的營銷服務，助力他們吸引和保留用戶，提高品牌認知度，並加強回報。
- *C2M計劃*。我們將下游海量用戶的數據和偏好進行分析，與藥企及醫療健康產品供應商進行深度合作，為其輸出定制商品的建議和意見，加強用戶滿意度。

### **對於醫院和醫生**

- *對於醫院*。我們為醫療機構客戶提供多種組件化、智能化產品方案以適應他們的不同需求。我們能夠為西醫、中醫、綜合醫療健康系統和互聯網醫院等多種場景提供定制化的數字解決方案，從而節省建設成本、提高產能效率並延展醫療服務範圍與能力。
- *對於醫生*。為醫生提供高效的工具和資源，使得醫生可以開展患者管理、學術和臨床研究。除了有吸引力的報酬，我們平台也幫助醫生增進專業技能，營造良好的聲譽和個人品牌來協助醫生在我們平台上進行長期可持續性的職業發展。

### **競爭優勢**

我們相信以下的競爭優勢幫助我們與競爭對手實現差異化並對我們的成功有重大貢獻。

### **零售藥房領域毋庸置疑的領先地位和規模效應**

根據弗若斯特沙利文報告，按2019年收入計，我們是中國最大的在線醫療健康平台及最大的在線零售藥房。我們的零售藥房業務通過三種模式營運：自營、線上平台及全渠道佈局。我們的自營業務主要通過京東大藥房運營。我們建立了一個涵蓋行業領先的製藥公司及健康產品供應商的供應鏈網絡。此外，截至2020年6月30日，我們與京東集團合作，利用其全國物流基礎設施網絡，包括11個藥品倉庫及逾230個其他倉庫。我們的線上平台與

---

## 業 務

---

京東大藥房形成良性互補、各揮優勢，進一步豐富了我們產品的品類和客戶觸達，滿足用戶的長尾需求。截至2020年6月30日，線上平台上擁有超過9,000家第三方商家。截至同日，我們的平台上擁有超過1,000萬的SKU，同時我們的全渠道佈局覆蓋了中國200多個城市。

我們通過自營、線上平台和全渠道佈局，建立了零售藥房的不同消費場景的佈局。於2017年、2018年及2019年以及截至2020年6月30日止十二個月，我們分別擁有43.9百萬、50.5百萬、56.1百萬及72.5百萬個年活躍用戶。

我們端到端的供應鏈能力是我們零售藥房業務的核心能力之一，讓我們聯通上游廠商、中游分銷商，以及下游藥房。通過發揮龐大的規模效應，打造強大的採購和議價能力，提升藥品分發渠道掌控能力，以及培養高效的倉儲和履約能力等，我們以具有競爭力的價格高效地完成銷售閉環。由於我們在中國醫藥和健康產品的分銷上的競爭優勢，我們廣受知名製藥公司和健康產品供應商的認可，成為受其青睞的分銷和營銷渠道合作方。

### **蓬勃發展的醫療健康服務**

我們在不斷發展醫療健康服務。2020年上半年，我們的日均在線問診量達到了約9萬次，是2019年上半年的近6倍。為了向用戶提供多種場景(包括檢測、診斷、治療、用藥、康復)下的綜合醫療健康服務，我們搭建了互聯網醫院並與線下醫院合作，且截至2020年9月20日已組建一支由68,720名自有和外部合作醫生組成的醫療團隊。我們的在線醫療健康服務平台連接醫院、醫生和其他專業醫療健康專業人員(包括藥師及營養師)與用戶，為用戶提供全方位的服務。我們發揮技術和供應鏈能力，充分賦能醫院、醫療機構、醫生和專業人士。由此，我們可以提高與我們合作的線下醫院和醫療機構的運營效率，提高我們平台上的醫療專業人士的職業素養並提供有吸引力的激勵回報。

此外，我們致力於打造示範品牌效應，截至2020年9月20日與頭部專家合作共建了16個專科中心，包括與胡大一教授合作的心臟中心，與韓德民院士共建的耳鼻喉中心等，幫助醫生打造個人品牌。優質的醫生團隊也將積累和沉澱用戶和醫生的關係，通過服務提升用戶黏性，並帶動產品銷售，實現合作共贏。

### **極致的用戶體驗**

用戶體驗對於我們的生態圈至關重要。通過為用戶提供線上和線下結合的一站式產品和服務，我們成為了值得用戶信賴的夥伴和滿足用戶多種健康需求的首選平台。用戶可以隨時隨地使用我們的平台並獲得無縫銜接的一站式全場景健康管理體驗。用戶在我們的平台可以享受品類豐富、品質上乘、價格親民的優質商品。用戶可以選擇不同時效的配送選項，並獲得購買醫藥和健康產品的專業建議。我們的線上醫療健康服務進一步指引用戶

---

## 業 務

---

選擇相關藥品、營養品或膳食補充產品和其他消費醫療健康服務，以幫助預防保健、康復及健康管理。

平台提高了用戶對於稀缺的、優質的醫療資源的可及性，並提供了線上線下貫通的診療路徑。用戶可在平台上克服地理限制享受特定領域專家的在線診療服務。通過整合線上和線下醫療健康服務，我們能優化醫療資源分配，滿足用戶的多樣化需求。

### **醫藥雙輪驅動，打造用戶全週期健康管理的一站式平台**

我們通過零售藥房業務和在線醫療健康服務實現「醫、藥聯動」，打造了一個具有網絡效應的一站式健康管理平台。我們的在線醫療健康服務與我們的零售藥房業務高度協同，創造了充分的交叉銷售機遇。我們在線零售藥房買家同時是潛在高質量的醫療服務用戶，而後者用戶又成為反哺藥品零售和其他消費醫療健康服務的重要流量。由於我們卓越的品牌形象，令人信賴的品質保證和上乘的用藥體驗，我們的零售藥房業務使我們得以提高用戶黏性並促進我們的醫療健康服務。同樣，我們的醫療健康服務對零售藥房產品產生自然需求。利用我們整合的業務模式及極致的用戶體驗，我們抓住了用戶對於藥品全週期的需求，並且吸引用戶使用慢性病管理，家庭醫生和消費醫療健康等高價值的健康管理服務。通過打造一個自我加強的循環，我們有效地增強了品牌認知，降低了獲客成本並提高了購買頻次。

### **領先技術賦能醫療健康價值鏈**

我們是技術驅動型公司，並以不斷改善技術能力為重中之重。於2017年、2018年及2019年以及截至2020年6月30日止六個月，我們分別在研發上投入人民幣122.7百萬元、人民幣218.3百萬元、人民幣338.2百萬元及人民幣278.2百萬元。我們充分發揮供應鏈和技術能力，通過開發和經營我們的平台賦能醫療健康價值鏈上的參與方，提升運營效率與優化醫療資源的分配。

我們為醫生提供問診及慢性病管理平台，使其能夠觸達更廣泛的用戶群，建立長期的健康管理關係，並打造他們的個人品牌。我們利用各類AI應用，優化診前問訊，處方續簽和用藥管理等環節幫助醫生提高診療準確性和效率。

我們為線下醫院提供智能解決方案，幫助他們開發及構建涵蓋預約、問診、醫保等醫療服務全過程的在線系統。我們的在線一體化系統利用AI支持技術來實現流程自動化，提高線下醫院的運營效率。此外，我們還利用自身及京東集團領先的雲技術，以基礎設施即服務(IaaS)、平台即服務(PaaS)及軟件即服務(SaaS)的方式提供科技賦能，提高醫院運營效率並解決醫院的患者管理需求。

---

## 業 務

---

我們發揮自身的大數據分析優勢，為平台用戶提供相關內容。我們還將我們的服務與智能設備進行整合，以向用戶提供綜合的健康管理體驗。此外，我們推出C2M項目，幫助上游藥企和健康產品供應商根據用戶對我們平台的反饋進行產品定制，為他們的定制產品提供銷售渠道和高效的營銷方案。

### **和京東集團強大的協同效應**

我們與京東集團之間有強大的協同效應。我們和京東集團在多領域進行合作，包括履約、技術、客服和營銷等。我們與京東集團之間的緊密合作可以幫助雙方進一步鞏固市場領先地位。截至2020年6月30日，我們與京東集團的緊密關係可以使我們觸達超過4億活躍用戶數。我們憑藉京東集團的人才和核心技術，獲得對用戶行為和需求的切實可行的見解，並增強我們的數字化賦能能力。同時我們也利用京東集團強大的客戶服務能力提升我們的用戶體驗。此外，我們利用京東集團的供應鏈管理能力和全國範圍內的履約網絡，並與其他物流服務供應商合作，促進我們的配送服務。

### **遠見卓識並富有經驗的管理團隊**

我們的管理團隊由在互聯網和醫療健康行業都具有豐富經驗的管理人員組成，其中許多人員是高速增長的「互聯網+醫療健康」領域的先鋒。他們致力於為用戶打造更好的醫療健康服務和引領產業升級，並擁有清晰的願景，高度的專注和不懈的承諾。我們的管理層培養了誠信、拼搏、客戶為先、協作、持續學習及效率驅動的企業文化。這些價值觀，加上我們的市場領導地位以及我們的員工培訓、職業發展和激勵計劃，極大地吸引和激勵了人才。

### **發展戰略**

我們將努力實現協助優化醫療資源分配，加速行業轉型的長期目標。為實現該目標，我們擬貫徹下列策略：

#### **進一步擴大用戶群體，提高用戶參與度**

我們計劃提高品牌認知，整合線上和線下服務，觸達和服務更多用戶。我們將以提升用戶體驗、實現平台的高效用戶管理為重點，不斷拓展及深化所提供的產品和服務，優化服務流程，提升整體服務質量。我們亦計劃進一步利用並加強我們的供應鏈能力，以加強我們對用戶的價值主張。我們擬利用我們對用戶需求及偏好的洞見，開發數據驅動的個性化健康產品與服務，以持續提高用戶黏性。

#### **加強在醫藥和健康產品方面的供應鏈能力**

我們計劃繼續鞏固在供應鏈上的優勢，並提供更多應用於從常見病，慢性病到急症及重症更多場景的醫藥和健康產品，以滿足用戶各方面的醫療健康需求。我們同時計劃繼



續加強全渠道佈局優勢，滿足用戶需求。我們還計劃嘗試院內分銷渠道。我們會繼續深化與京東集團的合作，加強在全國各地的履約能力並且繼續投資和改進我們的專業化供應鏈管理，以提高服務能力和運營效率。

### **擴張在線醫療健康服務**

我們計劃通過提供多樣化的醫療健康解決方案，如慢性病管理系統和家庭醫生服務等，來擴張我們的在線醫療健康服務。我們計劃為在我們的平台上購買醫藥和健康產品的用戶引入更加專業和個性化的醫療健康服務，在整個服務的全週期內為用戶提供卓越的用戶體驗，從而進一步通過零售藥房業務帶動更多產品的交叉銷售。同時，我們亦致力於通過我們的平台使用戶有更多機會接觸和享用消費醫療健康服務。

我們計劃通過設立更多的專業科室及吸引頂級醫療專家，加強我們的互聯網醫院服務並擴大專科診療部局，以覆蓋更多的治療領域。隨著不斷擴大內部和外部醫療團隊，我們的目標是滿足用戶的全方位需求。我們希望通過我們的線上健康管理平台整合我們其他服務以及線下醫療資源以擴大用戶群體，打造線上線下的完整服務體系，形成完善的服務閉環。

### **加強技術賦能解決方案並繼續創新**

我們計劃繼續建立線上和線下一體化分級診療系統，將小病和常見疾病問診和隨訪留在線上，同時將危重病問診和隨訪轉介予線下專科醫生，從而優化醫療資源分配和提高醫療健康行業的效率。我們將繼續完善為線下醫院和醫療機構提供的智能解決方案，以滿足他們的特定需求及更廣泛的醫療場景，改變用戶和醫學專業人員的醫療體驗。我們計劃為線下醫院提供綜合的數字化解決方案，如軟件、物聯網系統、集成平台解決方案等，提高患者監控管理等日常運營效率。

我們計劃繼續為醫療健康價值鏈的商業合作夥伴開發數字基礎設施和AI賦能的解決方案，使其能通過安全、響應迅速和可擴展的基礎設施和應用程序提供高質量的產品和服務。我們亦計劃進一步加強與藥企和健康產品供應商的合作關係，並繼續利用我們強大的數據分析能力以輸出C2M計劃，為我們的合作夥伴提供用戶需求分析，使其能定制和改進產品，以滿足用戶多樣化和不斷發展的需求。同時，我們計劃繼續探索其他機會，賦能醫療健康價值鏈的上游企業，例如數字化與我們平台上下游藥房的交易流程。

我們計劃進一步提升技術和數據分析能力，為互聯網醫院服務創建更多基於AI和其他先進技術的應用。我們還計劃為用戶開發更精準的針對性服務，以進一步提高用戶體驗

## 業 務

和效率。此外，我們旨在繼續吸引和培養更多軟件工程、數據科學、AI等前沿科技領域的人才。

### 我們的商業模式



我們的業務主要包括零售藥房業務和在線醫療健康服務，將用戶、藥房、藥企和健康產品供應商、醫院、醫學專業人員和其他醫療健康參與者聯繫起來，目的是提高醫療健康價值鏈的效率和透明度。

我們的零售藥房業務採用三種運營模式：自營、線上平台和全渠道佈局。我們的在線醫療健康服務包括互聯網醫院服務和消費醫療健康服務。我們的互聯網醫院服務主要包括在線問診和處方續簽、慢性病管理和家庭醫生服務。我們的消費醫療健康服務允許用戶預約線下消費醫療健康服務並支付費用，例如體檢服務、醫學美容、口腔齒科、疫苗預約和基因測試等服務。

我們利用自身技術基礎設施和能力，幫助醫院建立互聯網醫院系統和內部數字基礎設施，提供數字化的智能醫療健康解決方案。此外，我們正在嘗試在線藥品批發平台，目的是連接上游製藥公司和健康產品供應商和分銷商與下游藥店。於往績記錄期間各期間，我們在线藥品批發平台的收入在我們總收入中的佔比並不重大。

我們的零售藥房業務與在線醫療健康服務相輔相成，在醫療健康價值鏈上形成協同的閉環商業模式。我們的零售藥房業務將用戶群導向我們的醫療健康服務，以進行在線問診和處方續簽。通過提供慢性病管理和家庭醫生等服務，加上高質量的服務和品牌認知度，我們的在線醫療健康服務又將用戶流量重新導向零售藥房業務，購買其他健康產品，如補品和醫療器械。兩項業務相互促進，形成良性循環和共生的生態系統。

## 零售藥房

根據弗若斯特沙利文報告，我們的零售藥房業務是閉環商業模式中不可或缺的一部分，且於2019年按收入計，是中國最大的在線零售藥房。以下截圖舉例說明我們的零售藥房平台界面。



我們的零售藥房業務採用三種運營模式：自營、線上平台和全渠道佈局。我們的自營業務主要通過京東大藥房進行。我們已建立涵蓋行業領先的製藥公司和健康產品供應商的供應鏈網絡。此外，截至2020年6月30日，我們與京東集團合作，利用其遍佈全國的配送基礎設施網絡，包括11個藥品倉庫和超過230個其他倉庫。我們的線上平台利用我們的品牌知名度，龐大且不斷增長的用戶群以及專有技術平台，提供更加多樣化的醫藥和健康產品，與京東大藥房形成良性互補。截至2020年6月30日，我們的線上平台擁有超過9,000家第三方商家。

活躍用戶數的增長是零售藥房業務收入增長的主要推動力。於2017年、2018年及2019年以及截至2020年6月30日止十二個月，我們分別擁有43.9百萬、50.5百萬、56.1百萬及72.5百萬個年活躍用戶。年活躍用戶的增長主要是由於我們不斷提高品牌知名度和培養用戶習慣，而成功吸引新活躍用戶。我們擁有不斷增長的忠實用戶群。多年來，我們的用戶不斷增加購買活動，表現了他們的忠實度。隨著平台吸引越來越多的用戶，在可預見的將來，我們的零售藥房業務將繼續增長。

我們零售藥房業務的主要用戶是尋求醫藥和健康產品的個人。我們提供的主要產品可以分為以下幾類：

- 藥品。我們提供所有常見非處方藥(OTC) (如止咳、感冒藥、抗過敏藥和止痛藥) 和處方藥的全面選擇。我們相信，由於中國人口老齡化、慢性疾病增多以及消

---

## 業 務

---

費者對更方便、更高質量藥品的需求不斷增長，這一市場有望繼續增長。我們還相信，目前鼓勵藥店開具慢性病處方藥物的政策轉變將在未來繼續下去，並將進一步促進處方藥市場的增長。

- **醫療用品和設備。**我們提供全面的通用醫療用品和設備，包括隱形眼鏡、成人用品、計劃生育產品，以及用於家庭醫療保健、康復和健康監測的醫療設備。我們預計，由於中國人口老齡化和市場對便攜式醫療設備的接受程度越來越高，這一市場將繼續增長。
- **健康及保健產品。**我們提供健康及保健產品，包括各種飲食產品、免疫促進產品、補品、草藥、順勢療法和中國傳統保健產品(如中國食品與醫藥和傳統保健品)。我們相信，人們對改善身心健康的健康及保健產品越來越感興趣，促進了這類業務的增長。COVID-19的爆發，進一步轉變了中國民眾的觀念，提高了健康意識。

我們通過自營業務銷售醫藥和健康產品獲得商品收入，商品收入佔我們總收入的主要部分。此外，我們從通過我們的線上平台銷售的第三方商家賺取佣金及平台使用費。我們還會向供應商和第三方商家收取根據他們的要求提供數字化營銷服務的服務費。我們在我們及京東集團的多個網站渠道及第三方營銷聯盟的網站向廣告主(主要由第三方商家組成)提供數字化營銷服務，包括但不限於廣告投放(如橫幅、鏈接、標識及按鈕)及按效果付費營銷服務，即基於所展示產品或服務列表的每千次展示或按有效點擊向廣告主收費。在加入我們的平台時，我們的第三方商家可選擇開通廣告賬戶，並通過該賬戶選擇在我們或京東集團平台及第三方平台推廣其產品。截至2017年12月31日、2018年12月31日及2019年12月31日止三個年度各年以及截至2020年6月30止六個月，我們50%以上的第三方商家使用我們的營銷服務。使用我們的資源及／或平台提供的線上營銷服務時，我們作為主要責任人行事並確認所提供服務的總金額，原因為(i)我們擁有並控制數字化營銷資源，並能夠決定向客戶轉讓服務；(ii)我們可全權酌情釐定數字化營銷服務交付的定價；及(iii)我們保留數字化營銷資源未售出的存貨風險。當使用京東集團的資源及／或平台或使用本集團及京東集團平台以外的資源提供線上營銷服務時，我們作為代理人行事並確認來自京東集團分攤後的營銷服務費收入，原因為我們並未滿足上述條件。有關本集團與京東集團間的營銷服務費分攤安排的詳情，請參閱「關連交易—6.營銷服務框架協議」。

### 自營

在自營模式下，我們從供應商處採購醫藥和健康產品，然後直接銷售給用戶，主要從中賺取產品銷售收入。我們的自營業務主要通過京東大藥房進行。用戶可以通過我們運營的網站及移動應用程序訪問京東大藥房。另外，我們通過自營模式直接運營了一些線下藥房。截至2020年6月30日，我們於中國的13個城市擁有23間線下藥房。於往績記錄期間各期間，我們線下藥房的收入在我們總收入中的佔比並不重大。

在自營模式下，我們直接銷售存貨中的產品。我們根據供應和價格的波動、季節性、產品的受歡迎程度和保質期來管理和調整存貨水平。我們與京東集團合作，利用其遍佈全國的配送基礎設施網絡，包括11個藥品倉庫用於存放非處方藥和處方藥，以及超過230個其他貨倉存放非藥產品。我們還與京東集團及其他第三方快遞公司合作進行產品的配送。有關我們的履約能力的更多描述，請參閱「— 用戶體驗 — 履約」。

此外，我們與業界領先的藥企和健康產品供應商建立了供應鏈網絡。我們憑藉巨大的採購規模和業界知名的品牌形象，通常直接與藥企及健康產品供應商談判，以持續獲取具有競爭力的採購價格。有關選擇供應商和與供應商合作的更多細節，請參閱「— 商品採購」。

### 線上平台

我們引入線上平台，充分利用我們的品牌認知度、龐大且不斷增長的用戶群和專有技術平台。我們的線上平台引入連鎖店和獨立藥房以及醫藥和健康產品廠商和供應商，使其通過我們的平台銷售醫藥和健康產品。截至2020年6月30日，我們的線上平台擁有超過9,000家第三方商家。

我們的線上平台通過增加產品選擇和第三方商家的品牌認知度來擴大用戶群。我們的目標是通過線上平台為購買者提供同樣高質量的用戶體驗，無論他們選擇的產品是由何方供應的。

我們吸引了從本地商店到全國領先連鎖商店的各類藥店。一些醫藥品牌也在我們的平台上開設了自己的旗艦店。我們對想要進入線上平台的第三方商家實施了嚴格的篩選程序。他們必須管有經營業務的相關牌照及證書。我們還評估第三方商家完成線上訂單的能力，並進行視頻培訓，提高其客戶服務能力。第三方商家加入平台後，我們會定期監控其活動，包括銷售、客戶服務和用戶滿意度。我們提供獎勵予表現良好並吸引大量用戶流的商家。此外，我們為所有線上平台的訂單提供交易處理和賬單服務，並要求第三方商家在產品真實性和可靠性方面符合嚴格的標準。

我們的線上平台提供了一些京東大藥房不提供的長尾產品，作為我們平台上產品選

---

## 業 務

---

擇的補充。請參閱「三種零售模式的協同效應」。第三方商家通常自行負責存貨管理、履約和配送。

我們主要根據與第三方商家的單獨合同條款收取佣金和平台使用費。佣金一般按銷售額的百分比收取，具體取決於產品類別和其他事項。

### 全渠道佈局

我們的全渠道佈局是一項基於位置的服務，利用業務夥伴的按需同城派遞服務，滿足用戶的按需派遞需求。在全渠道佈局下，線下藥房通過提供存貨加入我們的平台，而我們為其管理線上銷售的所有步驟，包括平台上的線上展示和配送。當用戶使用全渠道服務時，我們運營的應用程序上基於位置的服務將定位用戶附近的藥店。用戶在我們的平台上向最近的藥房下單後，藥房將接收訂單並準備產品，同時我們管理藥房的履約流程。

截至2020年6月30日，我們的全渠道佈局覆蓋了中國200多個城市。未來我們希望引入更多優質商家，進一步向用戶提供多樣化的產品。

我們的全渠道佈局尤其適合對某些醫藥和健康產品有緊急或特殊需求的個人。全渠道業務作為自營和線上平台的補充，提供多種配送服務以滿足消費者的需求，這是傳統渠道所不能滿足的。全渠道佈局的服務種類包括當日達、次日達、30分鐘、7\*24快速送達服務。我們與業界領先的按需配送服務提供商合作，配送全渠道商家的產品。請參閱「用戶體驗—履約」。

我們根據我們完成的銷售額向參與全渠道佈局的藥店收取佣金。

### 三種零售模式的協同效應

我們的自營、線上平台和全渠道佈局相互之間可以產生強效的協同運營，以滿足用戶對多樣化的產品選擇、有競爭力的價格和靈活的快遞送達時間的需求。自營利用供應鏈和巨大規模來提供有競爭力的價格、優質的客戶服務和高效的訂單履行。在產品選擇方面，線上平台與自營相輔相成。全渠道佈局可以提供滿足緊急醫療需求的快遞服務。

我們的自營和線上平台都提供醫藥和健康產品，儘管若干品類有時提供不同的SKU。我們相信通過這兩種商業模式提供產品能形成良性互補，滿足用戶的各種需求。我們向第三方商家提供於我們的線上平台管理其線上商店運營的靈活性。我們不斷監控自營和線上平台的銷售情況，以確保其無縫有效地協同運作。

我們的全渠道佈局對自營和線上平台無法滿足消費者的需求方面進行了補充，特別

---

## 業 務

---

是緊急需求。這使我們得以進入傳統上來說由線下零售藥房佔據的市場。由於其業務遍佈全國，我們的全渠道佈局可以更快地將產品送到用戶手中。

### 商品採購

我們根據資質、品牌、過往電子商務經驗、可靠性和產量來選擇供應商和第三方商家。在簽訂任何協議之前，我們會對供應商和第三方商家及其提供的產品進行背景調查。我們將檢查他們的營業執照和產品相關執照和證書。我們將評估其品牌認知度，詢問其產品在同行業中的市場接受度。我們還將有選擇性地進行實地考察，對其所在地、業務規模、生產能力、物業及設備、人力資源、研發能力、質量控制體系和履約能力進行評估和驗證。

為達到質量控制的目的，我們要求大多數供應商和第三方商家預付定金。我們還在平台運營方面對供應商和第三方商家實施嚴格的規定，以確保平台上的醫藥和健康產品符合適用的中國法律法規。我們還會定期對第三方商家的表現進行審核。

我們組建了一個團隊，專注於對平台上的供應商和第三方商家進行產品質量、物流和售後客戶服務的管理。我們每天對平台上的物流和客戶服務數據進行監控，並在出現問題時第一時間與相關供應商和第三方商家進行溝通。

此外，我們還與業界領先的藥企和健康產品供應商共同啟動了一些C2M項目，幫助他們定制特定產品。我們啟動C2M項目的能力源於對醫療健康行業用戶的深刻了解，並基於大數據分析和京東集團強大的供應鏈能力。C2M模式令我們及上游公司雙方受益，為我們提供了特殊的在線零售藥房市場的競爭優勢，而上游藥企和健康產品供應商可以獲得獨特的見解並推出針對性的產品。我們龐大的用戶群和整合的零售藥房業務也降低了其研發活動和銷售的風險和成本。

### 處方藥下單

我們接受來自持牌醫療健康服務供應商的處方，並提供線上處方續簽服務。我們完成多點執業註冊的自有醫生和外部醫生可續簽現有處方。用戶可在平台上諮詢醫生有關藥物的信息以及在平台上購買處方藥。我們擁有嚴格的、人工智能輔助處方驗證系統來管理處方藥銷售相關的風險，這一過程由我們自有的和外部的醫生和藥師執行並密切監控。

於往績記錄期間，中國的醫療保險計劃通常不包括在我們平台上購買醫藥及健康產品或在線醫療健康服務。我們認為，於未來幾年，隨著中國政府一直探索將醫療系統與在線醫療健康平台整合的可能性，我們將擁有更明確的進入國家健康保險系統的途徑。

### 在線醫療健康服務

除銷售醫藥和健康產品外，我們還在平台上提供廣泛便捷的醫療健康服務。在線醫療健康服務為我們零售藥房業務的重要延伸，是我們閉環商業模式不可或缺的一部分。我們的目標是整合整個醫療健康價值鏈，通過打造一個覆蓋全國的網絡，將用戶與全面的線上和線下醫療健康資源連接起來。我們提供的在線醫療健康服務主要包括以下內容：

- *互聯網醫院服務*。我們的互聯網醫院服務主要包括在線問診和處方續簽、慢性病管理和家庭醫生服務。這些服務由我們的自有和外部醫療團隊提供。
- *消費醫療健康服務*。我們還上線了各種消費醫療健康服務，包括體檢、醫學美容、口腔齒科、疫苗預約和基因測試。用戶可在我們的平台上預約及購買這些服務。

根據弗若斯特沙利文報告，得益於健康意識的不斷增強、優惠政策的進一步實施、在線醫療健康服務的不斷普及以及持續的技術創新，中國在線醫療健康服務市場還有很大的增長空間。大數據、雲存儲和AI等技術能大幅提高在線醫療健康服務的質量和效率。



## 互聯網醫院服務

我們是中國首批獲得醫療執業許可證的線上平台之一。我們的互聯網醫院服務平台連接醫生和患者，以實現精簡和負擔得起的體驗。該平台可以通過我們營運的移動應用程序進行訪問。以下截圖舉例說明我們的互聯網醫院服務平台界面。



我們最初開展互聯網醫院服務時，主要是通過提供在線處方驗證及續簽服務來滿足用戶在線購買處方藥的需求。自此，我們擴展了互聯網醫院服務，包括問診、處方續簽、慢性病管理和家庭醫生服務。從2019年開始，我們成立了一支由自有和外部醫生組成的醫療團隊。2020年8月，我們推出了家庭醫生服務。我們的自有和外部醫生都提供類型及範圍相似的服務，即在線問診服務和處方續簽服務。我們的自有和外部醫生可能擅長不同的疾病領域且他們各自的專業知識相輔相成，使得我們能夠提供更好的用戶體驗。例如，我們的自有和外部醫生可針對症狀、所需問診時間及形式為患者提供一次或多次診斷。我們的互聯網醫院服務平台已經發展成為一個全面的在線服務平台，與在線零售藥房業務無縫連接。

### 在線問診和處方續簽

我們的在線問診和處方續簽服務涵蓋了廣泛的情況和案例，重點是常見病和慢性病。對於危重病或急性病，我們一般推薦患者到線下醫院就診。

## 業 務

我們的在線問診和處方續簽服務由自有醫生和其他醫療專業人員以及加入平台的外部醫生和醫療專家提供。有關醫療團隊的詳情，請參閱「我們的醫療團隊」。

我們開發了無縫、多步驟的在線問診流程，以更好地適應互聯網醫院服務的特殊性質。使用在線問診和處方續簽服務的患者從選擇一項我們提供的個性化問診服務開始，如快速問診、電話和視頻問診以及與指定醫生問診。患者可以在特定的時間段與指定醫生自由交流。根據問診服務的類型和問診需求的緊迫性，時間從15分鐘到48小時不等。之後，患者需要回答一系列AI輔助的篩查問題，包括就診原因、症狀和病史。患者可選擇通過文字、圖片、電話、視頻及在線聊天描述其症狀。之後，醫療專業人士團隊會根據對篩查問題的回答和智能導流系統的幫助，向患者推薦一份醫生名單。患者還可按科室瀏覽醫生庫，自行選擇醫生(需要額外付費)。一旦醫生接受問診請求，患者和醫生就可在平台建立連接，並可通過患者選擇的方式進行交流，例如文字、圖片、電話、視頻及在線聊天。必要時，患者可向醫生說明需要處方續簽的要求。以下截圖舉例說明我們的在線問診和處方續簽服務界面。



醫生根據患者的回應提供醫療建議和處方續簽，或建議患者到線下醫院進行檢查，並將結果上傳到系統中進行後續問診。從醫療過程的開始到結束，包括後續檢查、處方和疾病管理，我們始終為患者扮演著連接點的角色。我們還與業界知名專家合作，在平台上建立和培養專科實踐並幫助提升其品牌知名度。截至2020年9月20日，我們與知名外部專家

合作共建了16個專科醫療中心，包括胡大一教授領導的心臟中心，韓德民院士領導的耳鼻喉中心。我們的專科醫療中心為指定在線問診服務門戶，可通過我們運營的網頁與移動應用程序訪問。對自身情況有充足了解的用戶可以使用該等醫療中心直接與其希望的執業領域的專家（與我們合作的外部醫生）聯絡，無需先向我們平台的全科醫生諮詢。按具體執業領域細分在線問診服務更有助於專家建立自身品牌以及定位有特定需求的患者。根據我們與這些外部專家的安排，我們允許其為在線問診自行定價。我們向為患者提供收費在線問診服務的外部專家收取佣金，佣金金額與計算方式（佔問診費的百分比或固定費用）根據特定專家的專業能力、資歷、執業領域以及信譽等具體情況而定。另外，我們向患者收取問診費總額，並在扣除佣金後將問診費淨額按月發放給外部醫生。未來，我們計劃建立更多的專科中心，以覆蓋大多數醫療健康領域。通過建立分級診療系統，我們將小病、慢性病問診、複診及健康管理線上化，同時將重危病患者轉診至線下醫療機構，優化醫療資源配置。

我們採用了一套審查制度，供患者對醫療體驗做出評分和反饋，以便我們監控醫療團隊的表現，並激勵醫療專業人員提高服務質量。患者還可訪問其問診歷史，並與醫生溝通，以便進行複診或新的問診。

在我們的平台上，外部醫生可以選擇向患者收取我們建議的標準費用，也可以自行決定收取費用。我們根據醫生收取的費用向醫生收取手續費。

我們的互聯網醫院服務與零售藥房業務相結合，形成閉環商業模式。患者一旦拿到處方，就可以通過我們的零售藥房業務購買產品。2020年上半年，我們的日均在線問診量近9萬人次，達到2019年上半年日均在線問診量的近六倍。

### 慢性病管理

我們提供慢性病管理平台，該平台由醫生使用的移動應用程序形式的患者管理門戶及醫患溝通的微信通道組成。我們的慢性病管理平台可以提高治療效率，簡化患者用戶體驗，讓醫生接觸到更廣泛的患者群體。我們的慢性病管理平台是一個基於雲的系統，目前主要針對糖尿病，未來將逐步擴展到其他慢性病。在這個平台上，我們為醫生提供了有效的AI輔助治療、患者管理和專家服務工具，使醫生能更有效地跟蹤和管理患者，並為他們提供平台，通過與患者持續、便捷的溝通開展研究。該平台還允許醫生建立自己的個人品牌。利用我們的供應鏈能力，該平台整合了我們的零售藥房業務，使醫生和患者能夠無縫

---

## 業 務

---

地獲得我們提供的產品。我們會向使用該平台的患者收取月度訂閱費。醫生也可以為增值服務設定更高的價格。此外，我們還與地方政府和醫院合作，利用我們的技術和供應鏈，建立各類專注於醫療數據管理、醫療保險合作及藥品物流的中心。

### 家庭醫生服務

我們於2020年8月推出了家庭醫生服務。這是一項套餐服務，包括專職家庭醫生、無限制的專家問診、醫生轉診、全天候健康經理服務和其他服務。我們的家庭醫生服務為家庭提供醫生團隊，包括全科醫生、專科醫生和外部名醫。除問診服務外，還提供健康管理、慢性病管理和全生命週期服務。我們的家庭醫生服務的獨特之處在於提供全面的多層健康管理體驗。通過允許家庭成員從同一門戶網站管理他們的健康，可以滿足中國在此之前無法滿足的家庭醫生需求。用戶可通過我們營運的移動應用程序訪問我們的家庭醫生服務，我們會根據家庭選擇的套餐收取費用。

### 我們的醫療團隊

我們的互聯網醫院服務由自有醫生和其他醫療專業人員以及加入我們平台的外部醫生和醫療專家提供。我們的自有醫生在我們的互聯網醫院平台上全職工作，為用戶提供快速響應的服務，而我們平台上的外部醫生可以在他們方便時回應用戶要求，以補充自有團隊可能無法滿足的大量問診需求。

我們的全職自有醫療專業人員對於我們按需、實時的在線醫療健康服務至關重要。我們會安排班次，以匹配一天中在線問診的高峰和非高峰時間。截至2020年6月30日，我們自有團隊的執業醫生平均擁有超過15年的醫療專業經驗。我們所有的自有醫生均為主治醫生及以上職稱級別。

對於希望加入我們互聯網醫院服務的自有醫生，我們制定了嚴格的甄選程序，其中涉及面試、背景調查、筆試和試用評估。我們通常會選擇對在線醫療行業充滿熱情，擁有客戶服務理念並願意接受具有挑戰性和創造性的任務的應聘醫生。我們要求我們的自有醫生持有相關的專業證書，包括醫師資格證書、醫師執業證書和職稱證書。

我們為我們的自有醫生和助理醫師提供持續的培訓和專業發展課程。這些課程包括一般和專業醫學知識、案例研究、企業文化和IT技能，旨在增強他們的專業知識和管理技能並提高其績效。我們每月對自有醫生和助理醫師進行服務質量、用戶反饋和效率方面的評估。我們自有醫生的薪酬包括基本工資和績效獎金，通常根據每月的評估計算。我們還建立了嚴格的內部質量控制體系。

除了我們的自有醫療團隊，我們還在互聯網醫院服務平台上召集了大量外部醫生，以為用戶提供問診服務。外部醫生可以在我們的平台註冊以訪問我們廣泛的用戶群。在我

---

## 業 務

---

們平台註冊的外部醫生必須遵守我們規定的工作範圍和質量要求以及適用的規章制度。特別一點是，外部醫生需要提供他們的專業資格證明，並在完成多點執業註冊以供我們核實後方可在我們的平台上開具處方。我們還保留在必要時修改有關外部醫生的服務範圍、定價以及服務執行方式的相關條款的權利。

我們與我們的自有醫生簽訂標準員工合同。我們每季度對自有醫生進行表現評估，為其表現提供反饋。自有醫生的薪酬通常包括基本薪資及酌情決定的績效獎金。我們通常與自有醫生保持良好的僱主—員工關係，並且從未經歷任何重大勞資糾紛。關於我們與員工安排的更多資料，請參閱「業務—員工」。

我們與我們的外部醫生簽訂服務協議，根據該協議，我們的外部醫生依據相關規則與法規為用戶提供在線問診服務。外部醫生向我們聲明並保證：(i)其向我們提供的個人資料真實準確；(ii)其已在有關機構註冊並獲得在我們的平台執業所需要的所有執照與證書；(iii)其僅在相關服務範圍及用戶同意的範圍內使用通過服務獲得的用戶數據；及(iv)其不會開具新處方，而是僅提供處方續簽等其他事項。另外，我們有權處理及解決因外部醫生服務所產生的醫療投訴與索賠，外部醫生可能就此承擔醫療責任。倘外部醫生向我們提供虛假個人或專業資料、違反相關條款或在我們認為適當的其他任何情況下，我們有權終止服務協議。服務協議一般規定，外部醫生將獲得我們從問診費總額中扣除佣金後的問診費淨額。我們亦為我們的自有醫生及在我們的平台上提供處方續簽服務的外部醫生投購涵蓋醫療事故索賠的職業責任保險。據我們的中國法律顧問告知，我們或須對我們的外部醫生提供的服務承擔醫療責任。我們投保的職業責任保險範圍涵蓋醫療事故索賠，我們認為其金額足以覆蓋我們可能因外部醫生提供服務而面臨的潛在責任。我們的自有醫生及外部醫生應遵守規管處方管理的《處方管理辦法》。具體而言，其規定醫生須按照診療規範及藥品說明書向患者提供處方意見。請參閱「法規—有關醫療服務的法規—處方管理」。此外，為規範醫療機構處方審核，國家衛健委、國家中醫藥管理局及中央軍委後勤保障部聯合發佈《醫療機構處方審核規範》，從不同角度對處方審核提出了詳細要求，包括但不限於處方的有效性、規範性和適宜性。我們已在我們的平台上實施處方審核程序，遵守此類及其他規定。請參閱「業務—企業社會責任」。

據我們的中國法律顧問告知，根據自有醫生和外部醫生與我們訂立的服務協議或僱傭合同，彼等可根據現行法律法規自我們取得金錢及其他補償和福利。此外，根據《藥品管

理法》，製藥公司禁止向使用其藥品的醫療機構的醫生提供任何不正當補償或利益。醫生未遵守上述規定的，或將被吊銷執業證書，沒收違法所得，及追究刑事責任。

於2020年上半年，我們90%以上的在線問診為免費。就自有醫生與大部分外部醫生提供的付費在線問診服務而言，我們根據諸多因素釐定問診費，例如溝通方式(文字、電話及視頻、在線聊天)與時長(30分鐘、24小時、48小時)。另外，我們允許某些著名外部醫生全權酌情為其在線問診進行定價，其中部分醫生會提供免費問診服務來吸引更多患者並且建立其線上信譽，其他醫生可能收取人民幣數千元的問診費。我們向為患者提供收費在線問診服務的外部醫生收取佣金。佣金金額與計算方式(佔問診費的百分比或固定費用)根據特定醫生的專業能力、資歷、執業領域以及信譽等具體情況而定。於往績記錄期間，對於付費在線問診服務而言，我們通常收取每次問診費的不超過20%作為佣金。我們的自有醫生全部是我們的員工，其根據各自與本公司的僱傭協議獲得薪酬，通常為月薪及酌情決定的績效獎金。我們的外部醫生根據其各自與本公司的服務協議獲得薪酬，通常為我們從向患者收取的問診費總額中扣除佣金後的問診費淨額。我們通常按月結算外部醫生的酬勞。

### **消費醫療健康服務**

我們的消費醫療健康服務允許用戶，包括個人和公司，預約並支付由線下醫療機構提供的消費醫療健康服務。通過廣泛的服務供應商網絡所提供的服務，我們為用戶需求與醫療機構供應之間搭建起橋樑。我們的消費醫療健康服務使用戶能夠以合理的價格享受各種高質量且易於獲得的醫療健康服務套餐，同時降低了服務供應商的用戶獲取成本。

目前，我們在平台上列出的消費醫療健康服務包括體檢、醫學美容、口腔齒科、疫苗預約和基因測試。我們通常與第三方醫療健康服務供應商合作，將他們的服務和預約整合至我們的平台。我們的平台用戶能夠獲取醫療健康服務供應商提供的特定服務的信息，閱讀其他用戶的評論，預約並支付服務費用。

我們會根據聲譽、業務規模、服務質量和能力及其設施等多項因素精心選擇和管理我們的合作消費醫療健康服務供應商。我們要求我們的合作夥伴持有適當的許可證，遵守相關法律法規，並遵循我們的標準做法，包括產品供應、服務指導和定價。我們會密切監測用戶對服務供應商提供的服務的反饋。

### **智能醫療健康解決方案及其他新舉措**

利用我們的技術基礎設施和能力，我們為醫院和其他醫療機構以及我們的供應商和藥房合作夥伴提供智能醫療健康解決方案。我們根據各方需求，創建並提供針對不同場景

---

## 業 務

---

的各種應用程序和解決方案，包括但不限於臨床診療、處方管理系統、公共衛生監督和人口健康管理。

我們為醫院提供全方位的智能解決方案，可提高其日常運營效率並幫助醫院更好地為患者服務。我們幫助醫院建立一個整合服務和數據的互聯網醫院系統，提供多種基於數字化的解決方案，包括(i)線上預約系統、支付系統和患者索引系統；(ii)信息技術基礎設施，如物聯網和數據存儲解決方案；及(iii)醫療資源管理集成平台解決方案。我們與醫院的智能解決方案的關係為我們提供各種商機，包括醫療器械訂購、患者轉診和其他增值服務。未來我們尋求為全中國更多的醫院提供智能解決方案，這是我們業務戰略的重要組成部分。

此外，我們正在嘗試一個線上藥品批發平台，即藥京采，該平台將上游藥企、健康產品供應商和分銷商與下游藥房連接起來。於往績記錄期間各期間，我們在線藥品批發平台的收入在我們總收入中的佔比並不重大。我們竭力通過對整體過程進行數字化來提高整個醫療健康價值鏈的效率。

### 用戶體驗

過去多年來，我們積累了龐大的目標用戶群，並形成了多層次、全週期的用戶管理。憑藉卓越的用戶體驗和有效的用戶管理，我們有效地提高用戶參與度，同時也從我們的平台獲得用戶洞察力。同時，我們致力於加強專業服務，通過值得信賴、可靠的服務和無與倫比的用戶體驗，增強用戶對我們的信任和品牌影響力。此外，我們與京東集團良好的關係使我們能夠觸達超過4億活躍用戶。

基於京東集團行業領先的技術能力和我們自身在醫療健康行業的經驗，我們致力於優化用戶體驗，為我們在平台上提供的產品和服務實現用戶滿意度。我們除了不遺餘力地專注於提供真實優質的產品外，亦專注於以下幾個方面：極致的線上體驗、具有競爭力的價格、卓越的客戶服務、及時可靠的履約和交付以及便捷的支付方式。

### 線上體驗

我們認為，提供極致的線上體驗對於吸引和留住用戶以及增加訂單至關重要。我們的商品和服務主要通過我們所營運的內容豐富、方便用戶使用的網站和移動應用程序提供。

我們營運的網站和移動應用程序提供了方便的網站導航、基本和高級搜索功能、全面的商品／服務信息以及大量用戶評論和評分，並以具有競爭力的價格提供廣泛的醫藥和健康產品和醫療健康服務選擇。該等功能可以滿足用戶購買前查看、理解和比較產品和服務的願望。我們還專門設計若干功能，以滿足用戶對醫藥和健康產品和醫療健康服務的需求和關注。

---

## 業 務

---

我們營運的網站和移動應用程序主要包含以下資訊和功能特性：

- *全面的商品和服務資訊，以支持即時決策。*每個商品頁面載有商品圖片、價格、下拉菜單以顯示產品在用戶所在地是否有存貨、用戶評論和評分、建議零售價折扣以及產品是由我們還是由我們線上平台的第三方商家配送。鑒於醫藥和健康產品的性質，我們還提供以下信息，以更好地滿足用戶的需求：
  - *完整的商品信息。*我們平台上可用的每種商品都可以擴展查看，其中所有包裝信息(包括成分、用法用量和禁忌)都可在該商品的放大圖片旁邊讀取。我們還展示每種藥品的政府批准。此外，我們還為用戶提供一種簡單易懂的方式(包括購買指南、參考資訊和交互式購物顧問)，方便他們找到所需信息，從而做出明智的購買決定。
  - *訪問我們的在線醫療健康服務。*我們營運的網站和移動應用程序允許用戶訪問我們的互聯網醫院服務，以便他們可以分別與醫生、藥劑師和其他醫療專業人員進行交流，以更好地了解藥物及替代藥物的療效，並滿足其個人需求。
- *涵蓋產品和服務的一站式體驗。*我們的平台通過整合醫藥和健康產品及醫療健康服務，為用戶提供一站式體驗。因此，用戶所有的醫療健康需求都可以隨時隨地在我們的平台上得到滿足。
- *交互式用戶社區。*我們營運的網站和移動應用程序包含大量用戶生成的有用內容。就每個產品和服務而言，用戶可以在產品頁面的顯著位置進行評論和評分。我們認為，用戶生成的內容是一種有效的工具，可以使用戶有信心在線訂購自己不熟悉的產品。
- *智能訂購和跟蹤流程。*我們繼續利用我們和京東集團的技術來優化訂購流程，使購物體驗更加便捷和愉悅。例如，用戶在查看購物車時，我們不僅會顯示用戶購物車中產品當時可獲得的非藥品優惠，而且會將用戶賬戶中已有的優惠券與特價商品相結合，計算用戶的綜合福利，為用戶提供最大的實惠。用戶可以登錄他們的賬戶來檢查訂單狀態。對於我們的自營產品，用戶還可以使用線上地圖實時跟蹤該等產品的位置。

### 定價

我們提供具有競爭力的價格來吸引和留住用戶。我們正在不斷努力，使我們的價格與中國其他主要線上零售平台和實體店的價格相比具有競爭力。我們通常與供應商進行協



---

## 業 務

---

商，確保價格與其他健康產品銷售渠道提供予零售商的價格相當或更低。此外，為了鼓勵重複購買，我們為買家提供了多種購買選項和捆綁銷售，例如優惠券套餐和月度訂購（針對慢性病）。對於需要定期購買的產品，我們會通知用戶，以便將重複購買引導回我們的平台。此外，我們將在保持有吸引力的價格的同時，繼續豐富我們的產品和服務種類。

### 客戶服務

提供令人滿意的客戶服務是當務之急。我們利用京東集團的客戶服務能力和客戶服務團隊開展在線醫療健康業務，為我們的客戶提供以下服務：

- **全天候客戶服務中心。**我們利用京東集團的全天候客戶服務中心來處理有關我們產品和服務的各種客戶查詢和投訴。用戶可以通過各種渠道進行查詢和提交投訴，例如電話、在線即時消息、我們在微信和微博上的官方賬戶，以及通過電子郵件。
- **退貨和換貨。**考慮到藥品的特殊性，我們一般不允許用戶於我們的線上平台退貨或換貨，除非產品有缺陷。當(i)國家藥品監督管理局或其他監管機構將其歸類為有缺陷產品；(ii)國家藥品監督管理局或其他監管機構宣佈召回或停止銷售藥物的決定；或(iii)製造商宣佈召回或停止銷售藥物時，我們將其視為有缺陷的產品。

對於某些非藥產品，我們接受在購買後7天內無條件退貨或換貨。一般情況下，有缺陷的非藥產品（包括膳食補充劑）可以在購買後7天內退貨，並可以在購買後15天內換貨。用戶應提交退回或換貨非藥產品的申請。倘若申請被接受，我們將退回、換貨或維修產品，惟申請符合《中華人民共和國消費者權益保護法》、「三包」政策及製造商的產品退換或維修授權標準。對於特定商品，我們為用戶提供延長的365天維修政策。對於信用良好的用戶，我們提供「即時退款」服務，在他們提交退貨請求後，我們立即履行退款。倘若因物流原因導致部分產品丟失、損壞或性能故障，我們實施了一項政策，即當用戶在收到產品後的24小時內提出請求且該等請求已獲驗證時，允許在購買後7天內退回產品。

### 履約

京東集團為我們提供倉儲、配送及其他供應鏈支持。利用京東集團在全國範圍內行業領先的履約基礎設施，我們能夠通過快速準確地完成訂單來提供極致的用戶體驗。我們亦與其他物流服務供應商合作。

---

## 業 務

---

對於我們的自營業務，我們將藥品和非藥產品劃分在不同的履約基礎設施中，如下所述：

- **藥品**。中國對藥品的倉儲和配送有嚴格的規定。截至2020年6月30日，我們已與京東集團合作使用中國的11個藥品倉庫。這些藥品倉庫滿足了中國各地的履約需求。
- **非藥產品**。我們利用京東集團在全國範圍內的履約基礎設施，通過其230多個非藥品倉庫來存儲非藥產品。

訂單可以提供當日達、次日達、30分鐘、7\*24小時快速送達等配送方式。

### 支付

針對在我們的平台上進行的支付，我們利用京東集團的支付服務和基礎設施。我們提供多種支付方式，包括在線支付，貨到付款及其他支付選項。

### 技術

技術是我們的基礎，是我們優勢的關鍵組成部分。我們利用京東集團基於供應鏈的專有技術和我們內部開發的專有技術來構建我們的技術基礎設施，更好地改善我們的運營和用戶體驗。此外，我們還利用京東集團的一套技術，如京東智聯雲和AI，以確保我們的技術處於行業領先地位。

於2017年、2018年及2019年以及截至2020年6月30日止六個月，我們的研發開支分別為人民幣122.7百萬元、人民幣218.3百萬元、人民幣338.2百萬元及人民幣278.2百萬元。利用京東集團多年來在AI和大數據領域的經驗以及我們在醫療健康行業的專業知識，我們在智能醫療健康解決方案和大數據健康管理等領域開發了技術。

### 可靠性

為了保證系統在大流量和同時請求下的可靠性，我們在系統上採用了部署環境隔離，以最大限度地減少不同系統間的干擾。我們還利用京東集團的專有技術和中間件，如JSF、JIMDB、JMQ、彈性數據庫工具及JDOS等，提高系統性能和吞吐量，實現瓶頸時期的彈性吞吐量擴展。我們還定期進行全面的數據鏈壓力測試和系統安全演習，以確保我們的系統得到良好的保護。我們建立了安全程序和警告系統，以確保我們能夠快速、及時地發現和解決在線問題，以最大限度地減少任何數據丟失。

### 可擴展性

我們已建立一個可規模化和可擴展的技術基礎設施。我們提取了系統的不同功能，並構建了多個功能模塊，如交易、診斷、諮詢、處方、患者檔案及跟進就診。通過優化這些模塊的功能，我們可以將其結合起來，快速創建滿足不同醫療場景下不同需求的基礎設

---

## 業 務

---

施。我們的大部分模塊支持多種不同的界面和服務格式，如API、網頁和SDK，以便我們可以將我們的醫療健康服務能力與不同客戶的工作環境無縫集成。

在開發我們的醫院解決方案時，我們努力為不同醫院的需求提供靈活和可定制的選項，使我們的服務從競爭對手的服務中脫穎而出。為了實現這一目標，我們內部開發了三類解決方案：IaaS、PaaS及SaaS，以滿足不同的定制和基於場景的需求。我們的IaaS主要服務於建立醫院內部的互聯網系統。我們與京東智聯雲合作，為醫院提供高度定制的硬件和軟件解決方案，以滿足醫院對保密性和獨立性的定制需求。我們的PaaS系統適用於不需要高度專業化系統的醫院。我們有時與醫院合作，使用我們的PaaS系統開發其營運系統。我們的SaaS系統是通用和標準化系統，適合醫生和醫院參與我們的互聯網醫院服務。

### 智能應用程序

我們致力於通過突破性的AI技術和專有核心算法來改善用戶體驗和服務效率。目前，我們已在我們的互聯網醫院服務問診前、問診中及問診後環節部署AI技術。我們已利用AI技術來協助我們的患者分類流程實現自動化；基於數以百萬計的真實歷史症狀描述，我們使用行業領先的多元形態模式將患者分配到不同的專家科室。在問診過程中，我們利用AI輔助的問診服務，為不同的專家科室建立定制化的問診模式。我們使用AI支持的智能對話技術協助醫生與患者溝通，收集症狀描述和病史，以便醫生更有效地工作，並專注於診斷和處方驗證等關鍵步驟。問診後，我們的AI技術基於從物聯網收集的多維數據提供健康管理服務，為患者和醫生提供定制的疾病管理建議。

### 數據隱私和保護

我們致力於保護我們平台上的用戶、患者、客戶和其他參與者的資料和隱私。我們制定了公司範圍內的數據安全政策，以保護個人資料和隱私。我們嚴格遵守法律法規，不以任何目的分發或出售用戶的個人數據。我們在網絡傳輸和後端存儲中加密用戶數據，以確保機密性。

我們的網絡配置在多個層次上受到保護，以保護我們的數據庫免受未經授權的訪問。我們在移動應用程序、WAP網站和插件之間使用複雜的安全協議進行通信。為了防止未經授權訪問我們的系統，我們使用防火牆系統，並設置一個隔離區，以將外部服務與內部系統分開。

為了最大限度地降低數據丟失的風險，我們定期進行數據備份和數據恢復測試。只有經過評估和批准程序的若干獲指派和授權人員才能訪問我們的數據庫，且其行為會被記錄和監控。我們已制定數據災難恢復程序，並且正在建設我們的主動數據中心。

## 營銷

我們相信，最有效的營銷形式是不斷提高我們的用戶體驗，因為用戶滿意度會帶來口碑推薦和額外購買。具體而言，我們的銷售及市場推廣策略旨在擴大品牌知名度，增加平台的用戶流量，建立強大的用戶忠誠度，推動重複購買，並開發增量收入機會。

藉助京東集團的營銷支持，我們已建立一個龐大的忠實用戶群體。我們的線上營銷活動集中於搜索引擎、經常訪問的互聯網門戶、與健康相關的網站以及通過即時消息直接面向消費者的營銷計劃。我們採用各種營銷計劃和促銷活動，如折扣和免運費促銷。我們還定期參加京東集團組織的促銷活動，將用戶吸引至我們的平台。

我們的零售藥房業務和在線醫療健康服務所創造的協同效應也是彼此獲得用戶的重要來源。我們的零售藥房業務將用戶群導向我們的醫療健康服務，以進行在線問診和處方續簽。通過提供慢性病管理和家庭醫生服務等服務，加上高質量的服務和品牌認知度，我們的在線醫療健康服務將用戶流量重新導向零售藥房業務，購買其他健康產品，如補品和醫療器械。兩項業務相互促進，形成良性循環和共生的生態系統。

## 競爭

我們相信我們的業務模式是獨一無二的，我們的服務涵蓋了整個醫療健康價值鏈。我們的若干業務領域面臨競爭。我們與其他線上藥品零售公司及其他在線醫療健康服務供應商競爭。

我們相信，我們有效競爭的能力取決於許多因素，包括我們產品和服務供應的寬度和深度、我們的定價競爭力、我們平台上的用戶體驗、我們形成和保持閉環商業模式的能力、我們的供應鏈能力、我們的技術能力、對產品及服務供應的質量控制、我們與第三方的合作關係、我們的營銷工作以及我們品牌的優勢和聲譽。

此外，隨著我們業務的持續快速增長，我們面臨著對高技能人才的激烈競爭，包括管理人員、工程師、產品經理和風險管理人員。我們的增長策略能否成功，部分取決於我們能否留住現有人員和吸引更多高技能員工。

## 健康、安全和環境問題

我們不經營任何生產設施。此外，對於我們的自營業務，我們聘請京東物流為我們的用戶發貨和交付產品；對於我們的全渠道佈局，我們還使用第三方物流服務供應商。因此，我們不存在重大的健康、安全或環境風險。為確保遵守適用的法律法規，如有必要，我們的人力資源部會在諮詢我們的法律顧問後，不時調整我們的人力資源政策，以適應相

關勞動和安全法律法規的重大變化。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未因不遵守健康、安全或環境法律或法規而面臨任何罰款或其他處罰。

### 企業社會責任

自公司成立以來，我們一直致力於可持續的企業責任項目，包括通過慈善活動和將我們的生態系統的利益擴展到整個社會。例如，在抗擊COVID-19的戰鬥中，我們竭盡全力幫助全國人民。自武漢宣佈隔離後，我們即刻與京東集團聯合成立工作組，領導我們的疫情救援工作，並迅速採取行動，減輕我們平台上第三方商家的經濟負擔，包括降低佣金和免除平台使用費。面對在線醫療健康服務需求的激增，我們的互聯網醫院服務團隊成員晝夜不停地工作，為用戶提供流暢的體驗。同時，我們將員工的健康和安全放在首位。疫情爆發後，我們立即為所有前線員工提供口罩及其他防護設備。這反映了我們長期以來秉持的信念，即踐行企業社會責任的最佳方法是在我們的業務模式中嵌入社會責任的要素。

此外，我們已採取嚴格的內部政策和措施，以防止醫生處方過量。例如，我們已建立嚴格的內部處方審核制度，對自有醫生及外部醫生所開的處方進行仔細審核及交叉核對。我們的互聯網醫院採用雙藥劑師審核制度，以確保醫生的處方符合相關規則和法規。在收到醫生的處方後，我們的藥劑師將根據《藥品管理法》對處方進行驗證。倘藥劑師發現任何處方可能違反《藥品管理法》，藥劑師會將處方退給醫生，醫生必須對處方進行相應的調整，以確保符合《藥品管理法》的規定，否則我們的藥劑師有權拒絕進一步處理處方。此外，我們根據相關規則和法規設置處方藥劑量上限，而且，我們已採用一套審查制度，供患者就其體驗提供評分和反饋，以便我們監控我們醫生的表現，包括處方質量。

### 客戶

我們擁有廣泛的客戶群體。我們的大客戶主要為醫藥公司和健康產品公司。假設重組於2017年1月1日或之前已完成，截至2017年12月31日、2018年12月31日及2019年12月31日止年度各年以及截至2020年6月30日止六個月，我們五大客戶佔我們總收入的比例不到7%，而於該等各期間，單來自我們最大客戶（即京東集團）的收入佔我們總收入的比例不到6.5%。

截至本文件日期，京東集團間接擁有我們已發行股本總額的約78.29%。據我們所深知，截至最後實際可行日期，我們於往績記錄期間所有其他四大客戶均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，(i)本公司非執行董事兼董事會主席劉強東先生通過持有可於股東大會就決議案行使的股份持有京東集團約76.9%的表決權；及(ii)所有其他董事於京東集團總共持有低於1%的實益擁有權。

---

## 業 務

---

除以上所披露者外，於往績記錄期間，概無其他董事、彼等各自聯繫人或截至最後實際可行日期擁有本公司逾5%已發行股本的任何股東（盡該等董事所知）於任何五大客戶擁有任何權益。

### 供應商

我們的主要供應商主要是醫藥公司及健康產品公司或其銷售代理商。基於重組已於2017年1月1日或之前完成的假設，截至2017年12月31日、2018年12月31日及2019年12月31日止年度各年以及截至2020年6月30日止六個月，我們五大供應商佔我們採購的比例不到30%，自我們最大供應商（京東集團）的採購僅佔我們於該等各期間採購總額的不到16%。

截至本文件日期，京東集團間接擁有我們已發行股本總額的約78.29%。據我們所深知，截至最後實際可行日期，我們於往績記錄期間的所有其他四大供應商均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，(i)劉強東先生（本公司非執行董事兼董事會主席）通過持有可於股東大會就決議案行使的股份持有京東集團約76.9%的表決權；及(ii)所有其他董事於京東集團合共持有少於1%的實益擁有權。

除以上所披露者外，於往績記錄期間，概無其他董事、彼等各自聯繫人或截至最後實際可行日期擁有本公司逾5%已發行股本的任何股東（盡該等董事所知）於任何五大供應商擁有任何權益。

我們相信，我們有足夠的備選醫藥和健康產品供應商，可為我們提供質量和價格相當的替代產品。於往績記錄期間，我們並無因我們自供應商採購的產品出現嚴重供應短缺或供應延遲而導致業務中斷。

### 知識產權

我們認為，我們的商標、版權、專利、域名、專門知識、專有技術及類似知識產權對我們的成功至關重要，且我們依賴版權、商標及專利法以及與我們的員工之間的保密、發明轉讓及競業禁止協議及其他來保護我們的專有權利。截至2020年6月30日，我們在中國擁有關於我們經營各方面的8項計算機軟件版權，並在中國擁有44項商標註冊及28項商標申請。截至2020年6月30日，我們已註冊約170個域名，包括但不限於yiyaojd.com和jkcsjd.com。此外，作為分拆重組的一部分，截至2020年6月30日，京東集團正將與我們的經營有關的若干知識產權轉讓予我們，其中包括於中國的6項計算機軟件版權、3項專利及於中國的18項專利註冊。

京東集團授予我們獨家及非獨家權利，在我們的運營中使用在中國註冊或已提交註冊申請的若干受版權保護的材料、商標和專利。

## 業 務

知識產權對我們業務的成功至關重要。我們與京東集團共享其全面的知識產權保護政策和相關內部控制系統，以確保我們能夠獲得和維持商業上重要的技術、發明及業務相關專門知識的專利及其他知識產權以及專有保護、保護和執行我們的專利、保守我們的商業秘密，以及在不侵犯、侵佔或以其他方式侵害第三方之有效、可強制執行知識產權的情況下經營業務。我們的知識產權保護政策和相關內部控制系統之重點包括以下各項：

- 我們對相關知識產權進行調查，以確保我們的知識產權不會受到質疑。
- 我們向有關部門申請商標及專利，以保護我們的品牌形象及技術創新。我們定期監控第三方行為以保護我們的知識產權並針對任何侵權行為採取適當措施。
- 我們尋求部分通過與我們的業務合作夥伴訂立保密協議來保護我們的專有技術和工藝。我們已與我們的高級管理人員以及掌握與我們業務有關的商業秘密或機密資料的其他員工訂立保密協議和競業禁止協議。我們的標準僱傭合同載有轉讓條款，根據該等條款，我們擁有所有於員工工作過程中產生的發明、技術、專門知識及商業秘密的所有權利。
- 認為我們平台所售產品侵犯其知識產權的各方通過京東集團的線上知識產權保護系統向其索償，我們將配合京東集團處理該等索償。
- 我們亦尋求通過維持我們處所的物理安全及我們信息技術系統的物理和電子安全來保存我們數據和商業秘密的完整性並對該等數據和商業秘密予以保密。

於往績記錄期間，我們並無面臨任何重大知識產權侵權索償。

### 員工

下表載列截至所示日期按職能分類的專注於我們業務及運營的全職員工人數：

職能	2020年6月30日	
	員工人數 <sup>(1)(2)</sup>	佔總數的百分比
採購.....	951	67.4
銷售及市場推廣.....	105	7.4
研發.....	318	22.6
一般及行政.....	37	2.6
總計.....	1,411	100.0

附註：

- (1) 我們對該等員工的薪金及福利負責。
- (2) 若干員工的僱傭合同處於京東集團轉至本公司的過程中。詳情請參閱「歷史、重組及公司架構—企業重組—5. 將零售藥房業務轉讓至本集團」一節。

---

## 業 務

---

根據中國法律法規的要求，我們通過中國政府強制福利繳款計劃參加市、省政府組織的各類員工社會保障計劃，其中包括養老金、醫療保險、失業保險、生育保險、工傷保險和住房公積金計劃。根據中國法律，我們須按員工薪金、獎金及若干津貼的特定百分比進行員工福利計劃繳款，最高不超過地方政府不時規定的上限。

我們致力於建立有競爭力和公平的薪酬。為了有效激勵員工，我們通過市場調研不斷完善薪酬和激勵政策。我們每季度對員工進行績效評估，以提供員工的績效反饋。我們員工的薪酬通常包括基本工資和績效獎金。

我們通常與我們的高級管理人員和核心人員簽訂標準僱傭協議和保密協議或條款。該等合同包括一項標準的競業禁止契約，禁止員工在其受僱期間和終止僱傭關係後兩年內直接或間接與我們競爭。我們與員工保持著良好的工作關係，並無發生任何重大勞資糾紛。

### 物業

我們的總部位於北京亦莊經濟技術開發區。截至2020年6月30日，我們在中國並無擁有任何物業，而租賃了約70處總建築面積約為33,000平方米的物業。我們在中國的租賃物業主要用於辦公、倉儲和線下藥房。相關租賃協議於2020年至2026年間到期。我們相信，我們現有的設施基本上足以滿足我們當前的需求，但我們希望根據需要（特別是隨著我們擴大我們的藥品履約網絡和建立更多的藥品履約中心和倉庫而產生的需求）尋求額外的空間，以適應未來的增長。

截至2020年6月30日，本公司租賃的物業的賬面價值均不到本公司合併資產總額的15%。根據香港上市規則第五章和《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本招股章程獲豁免遵守《公司（清盤及雜項條文）條例》第342(1)(b)條的規定，即在《公司（清盤及雜項條文）條例》附表3第34(2)段所述的估值報告內載入土地或建築物的所有權益。

### 保險

我們認為我們的保險範圍足夠，因為我們已投保中國法律法規要求的所有強制性保單，並且符合我們營運所在行業的商業慣例。我們為員工提供養老保險、失業保險、工傷保險、生育保險、醫療保險等社會保障保險。此外，我們為全體員工購買團體意外保險，為所有技術人員和若干其他人員購買補充醫療保險。



---

## 業 務

---

就我們的互聯網醫院服務而言，我們投保職業責任保險，在一年內合計最高保額為人民幣50,000,000元，截至最後實際可行日期，尚未提出索賠。我們並無購買營業中斷險，亦無購買要員人壽保險。我們為我們在自營模式下出售的若干產品投保產品責任險。

### 法律程序和合規

#### 法律程序

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未參與任何重要的法律、仲裁或行政程序，亦非該等程序的任何一方，並且我們亦不知曉針對我們或董事，可能單獨或合計對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響的任何待決或受威脅的法律、仲裁或行政程序。

#### 合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概未參與且未涉及任何導致罰款、執法行動或其他處罰，可能單獨或合計對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響的重大不合規事件。

於往績記錄期間，我們並無面臨任何重大產品召回和退貨。

### 風險管理和內部控制

我們已採納並實施各種政策和程序，以確保嚴格的風險管理和內部控制，且我們致力於不斷改進這些政策和程序。

我們的風險管理和內部控制政策和程序涵蓋我們業務運營的各個方面，如產品安全、醫療健康質量和安全、運營和監管風險管理。

### 產品質量與安全

我們已實施全面的產品質量與安全政策和相關內部控制系統，以(i)維持並監控通過自營和第三方商家銷售的產品的產品安全及質量；(ii)避免不當銷售處方藥；及(iii)保護本公司免受未經授權或受污染產品索償。我們的產品質量與安全政策和相關內部控制系統之重點包括以下各項：

- **產品安全及質量。**我們根據資質、品牌、過往電子商務經驗、可靠性和產量來選擇供應商和第三方商家。在簽訂任何協議之前，我們會對供應商和第三方商家及其提供的產品進行背景調查。在與彼等訂立關係之前，我們會檢查他們的營業執照和產品相關執照和證書。我們將評估其品牌知名度，調查其產品在同

行業中的市場接受度。我們還將有選擇性地進行實地考察，對其所在地、業務規模、產能、物業及設備、人力資源、研發能力、質量控制體系和履約能力進行評估和驗證。為達到質量控制的目的，我們要求大多數供應商和第三方商家預付定金。我們還在平台運營方面對供應商和第三方商家實施嚴格的規定，以確保平台上的醫藥和健康產品符合適用的中國法律法規。我們還會定期對第三方商家的表現進行審核。我們組建了一個團隊，專注於對平台上的供應商和第三方商家進行產品質量、物流和售後客戶服務的管理。我們每天對平台上的物流和客戶服務數據進行監控，並在出現問題時與相關供應商和第三方商家進行溝通。根據我們與供應商的標準協議，我們有權退回任何不合格產品並對供應商施加處罰。倘供應商產品的質量對我們、我們的用戶或第三方造成任何損害，供應商亦須作出彌償。根據我們與第三方商家的標準協議，我們有權單方面終止我們與銷售走私、偽造或其他不合格產品的第三方商家的關係。第三方商家亦須對我們因其在我們平台上銷售產品的質量而招致的金錢和聲譽損失負責。

- *處方藥管理*。我們接受來自持牌醫療健康服務供應商的處方，並提供線上處方續簽服務。我們的自有醫生和外部醫生僅可在完成多點執業註冊後續簽現有處方。我們擁有嚴格的人工智能輔助處方驗證系統來管理處方藥銷售相關的風險，這一過程由我們的自有和外部醫生和藥劑師執行並密切監控。根據該系統，核准處方的藥劑師有權拒絕續簽任何非法、不正規或不適宜的處方。我們的系統實行雙藥劑師審核程序，以確保所有經續簽處方符合相關法律法規。未經我們專門驗證團隊簽字，不得銷售任何處方藥。
- *打擊未經授權或受污染的產品*。我們要求供應商聲明其已獲得必要的知識產權許可可以生產及提供其向我們供應的產品，並就其向我們供應產品所涉及的任何知識產權侵權訴訟向我們作出彌償。倘任何受損或受污染的產品由供應商造成，我們亦有權退回該等產品並獲得賠償。我們要求第三方商家在我們與其訂立的協議中聲明其在我們平台上銷售的所有產品均經合法授權和採購。我們已實施其他措施，以防止、發現及減少未經授權或受污染產品的出現，包括：(i)促使用戶、供應商及第三方商家報告有關未經授權產品的可疑交易；(ii)要求供應商和第三方商家在開戶時使用其真實身份；及(iii)分析交易模式以發現異常情況。

### 醫療健康服務質量與安全

我們重視我們提供的醫療健康服務的質量和安全性。我們努力將運營中產生的醫療風險降到最低。我們從未收到任何有關重大不合規或違反醫療健康服務質量和安全法律法規的書面通知或處罰。

我們自有醫療團隊的技能、能力和態度對於我們用戶獲得的護理質量至關重要。我們持續監控與我們自有醫療團隊提供服務相關的風險，以確保嚴格遵守風險管理政策和程序，從而實現有效和高效的治理、風險和控制流程。

我們對自有醫生、藥劑師和助理醫師採取了嚴格的聘用程序，包括面談和技術知識評估。我們的自有醫療團隊定期接受有關安全政策、標準、規程和程序的培訓，並須在我們運營的各個方面嚴格遵守該等政策、標準、規程和程序。我們對自有醫生、藥劑師和助理醫師進行評估，以尤其確保我們獲授權開出及續簽處方的自有醫生已將我們的醫療機構登記於其執照中。對於外部醫生，我們通常要求他們向我們提供其資質和執照，並嚴格遵守其服務協議中規定的工作範圍和質量要求，並遵守適用的法律和法規要求。我們對外部醫生進行評估，以確保我們獲授權開出及續簽處方的外部醫生已將我們的醫療機構登記於其執照中。實際上，我們僅向擁有相關資質和執照並將我們的醫療機構登記於其執照中的醫生(即完成彼等的多點登記)授予在我們平台的處方續簽職能。

對於我們推薦給用戶的醫療機構，我們會考慮多種因素，例如醫療機構的聲譽、業務規模、服務質量和能力及其設施。我們通常要求與我們合作的醫療機構維持必要的許可證，遵守相關法律法規並遵循我們的服務指南。我們還仔細監控用戶對這些醫療機構所提供服務的反饋，並在確定是否與此類醫療機構繼續合作時將其納入考量。

### 運營風險管理

運營風險是指由於內部流程不完整或有問題、人員錯誤、IT系統故障或外部事件而導致直接或間接財務損失的風險。我們已經建立一系列內部程序來管理這類風險。

具體而言，我們密切關注與我們的信息技術有關的風險管理，因為充分維護、存儲與保護用戶數據和其他相關資料對我們的成功至關重要。我們經營活動中的敏感用戶資料存儲在我們建立並擁有的互聯網數據中心。該等資料包括但不限於個人資料(例如，用戶名、手機號、配送地址、年齡和性別)、問診記錄、訂單記錄與活動日誌。自成立以來，我們將所有敏感的用戶資料都保存在數據庫中，例如訂單記錄、問診記錄等，並無限期地保留該等資料，除非相關法律法規、相關用戶或根據我們與用戶簽訂的服務條款中規定的條件要求刪除該等資料。

一般情況下，根據我們的服務條款，除相關法律法規要求外，用戶通過註冊，即表示用戶允許並授權我們使用其提供的資料以及在服務過程中產生的資料。用戶也同意按照

---

## 業 務

---

該等服務條款授權我們的業務合作夥伴使用他們的資料，以便我們的業務合作夥伴向他們提供服務或提高他們的服務質量。我們僅在授權範圍內向相關業務合作夥伴提供必要的用戶資料，主要通過以下幾種方式：(i)在消費醫療健康業務中，我們向醫療健康服務供應商提供必要的用戶資料，包括姓名和聯繫方式等，以便其向我們的客戶提供服務；及(ii)在線上平台業務中，我們向相關方提供有限的用戶資料，如配送地址和聯繫方式，僅用於訂單履約。為確保用戶資料的安全，我們與業務合作夥伴對用戶資料負有保密義務。

特別是互聯網醫院諮詢服務方面，用戶同意在諮詢我們的醫療團隊後將他們的就診記錄匿名化，允許我們的醫療團隊將其用於學術及社區利益用途，例如幫助其他處境相似的患者，並確認該匿名化資料由相關用戶、醫生和我們三方共同擁有。如果用戶不希望自己的匿名化資料被我們的醫療團隊使用，可通過刪除其賬戶、關閉數據共享功能或修改隱私設置來撤銷同意或收回授權。我們採用了強大的加密算法，實施嚴格規則控制數據的提取和傳輸，以確保對在線問診和處方續簽服務的用戶資料進行保密。我們已執行相關內部程序和控制措施，以確保用戶數據得到保護，避免洩露和丟失數據。我們已制定數據管理政策，明確了員工必須遵守的整體職責和程序。我們已頒佈內部指令，該指令規定了處理包含用戶數據的資料的具體程序，並打算制定有關用戶數據保護的職業道德規範。違反相關要求的，將受到紀律處分。對資料的獲取和控制程度是通過參考與本公司員工角色的相關性和資歷來確定的。對於保密程度要求較高的活動，需要多名工作人員在場。在日常工作中，我們還實行了數據管理人員責任輪換、分工負責等機制。在發現信息安全漏洞時，我們將進行調查和損害控制。一般而言，我們的員工可以訪問的用戶資料均已匿名化。我們還定期對員工進行數據保護的培訓。

我們的系統每天都會記錄數據提取和傳輸活動的日誌，以及數據提取和傳輸中的授權狀態，以供審查。我們還設有專職數據安全團隊，負責：(i)監測可疑的數據提取和傳輸活動或違反公司內部有關數據保護的規定；(ii)對監測過程中發現的數據保護問題提出建議，並報告公司管理層引起重視；及(iii)根據監管要求的變化和技術發展，加強數據保護制度。在相關法律法規要求的情況下，我們打算就用戶數據保護問題諮詢外部職業道德規範顧問。

我們還有一個數據備份系統，通過這個系統，數據會被加密並定期存儲在不同地點的服務器上，以降低數據丟失的風險。此外，我們還定期進行備份恢復測試，檢查備份系統的狀態。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大用戶資料洩露或丟失的情況。

### 人力資源風險管理

我們根據：(i)不同部門員工的需求；及(ii)我們的反賄賂和反腐敗政策提供定期和專門的培訓。我們有一個培訓中心，定期組織內部培訓課程，由資深員工或外聘顧問就員工感興趣的話題進行培訓，該話題由員工投票表決。培訓中心定期安排線上培訓和課堂培訓，審核培訓內容，並追蹤參與培訓的員工以評估培訓效果並獎勵獲得積極反饋的講師。通過該等培訓課程，確保員工的技能組合與反賄賂和反腐敗政策的認知水平持續更新，從而在探索業務過程中更好地遵守適用的法律法規。

我們制定了員工手冊和行為準則，並已向所有員工分發。該手冊載有關於職業道德、欺詐防範機制、失職和腐敗的內部規則和指引。我們為員工提供定期培訓和資源，用以解釋員工手冊中所載的指引。

### 監管合規和法律風險管理 — 反賄賂及反腐敗

合規風險是指因本公司未能遵守相關法律、法規、規則及指引而受到法律和監管部門制裁的風險，以及遭受重大財務和聲譽損失的風險。同時，法律風險是指因違反法律法規、違反合同和侵犯他人合法權利而產生的或與我們參與的任何合同或業務活動有關的法律責任風險。

為了有效地管理合規和法律風險，我們設計並採用了嚴格的內部程序，以確保我們的經營活動符合相關規則及法規。具體而言，由於我們和我們的員工在經營中與多個第三方打交道，我們已經實施了有關反賄賂、反腐敗和利益衝突事項的內部程序。第一，作為我們風險管理和內部控制措施的一部分，我們已針對腐敗和欺詐活動採納一系列內部規章，其中包括針對收受賄賂和回扣及濫用公司資產採取的措施。我們的大部分商業合同載入反腐敗和反賄賂條款，並且我們要求與我們合作的供應商和其他第三方遵守相關法律法規。第二，我們要求各部門定期對關鍵流程和職位的違規行為進行自查，對可能發生風險事件的違規行為或蛛絲馬跡向內控部門報告。第三，鼓勵員工和本公司以外的各方通過電話、電子郵件、信件等方式提供資料。對於有價值的資料，我們將給予獎勵。第四，內控部門會認真評估風險事件，必要時進行調查。第五，我們已實施明確和嚴格的政策及指引，禁止接受有利害關係的第三方的禮物、款待及其他物品。最後，由公司內控部門定期進行內控檢查。員工須承認並接受適用於我們且詳細列明相關政策和規章(包括但不限於明確的賄賂、腐敗及有利害關係的各方的定義)的JD.com商業行為與道德準則。我們對董事、高級管理人員和員工因任何涉及賄賂和腐敗的活動而招致的任何損失進行處罰並要求賠償。

## 業 務

我們根據法律、法規和行業標準的變化，不斷完善內部政策，並更新內部法律文件模板。我們還對業務和員工活動的各個方面進行合規管理，並建立了有關員工違反法律、法規和內部政策的問責制度。此外，我們不斷審查我們的風險管理政策和措施的執行情況，以確保我們的政策和執行是有效和充分的。

### 董事會監督

為監督上市後我們的風險管理政策及企業治理措施的持續執行情況，我們已建立審計委員會以持續監控我們的風險管理政策在整個公司的執行情況，以確保我們的內部控制系統能有效識別、管理及降低我們業務運營中的風險。審計委員會由陳興垚、黃文藝及許冉三名成員組成，其中陳興垚及黃文藝為獨立非執行董事，許冉為非執行董事。陳興垚為審計委員會主席。有關審計委員會成員的專業資質及經驗，請參閱本文件「董事及高級管理人員」一節。

### 執照、批文和許可證

於往績記錄期間，我們的中國法律顧問世輝律師事務所認為，我們已取得所有重要執照和證書，包括但不限於《醫療機構執業許可證》、《藥品經營許可證》、《互聯網藥品信息服務資格證書》、《醫療器械經營許可證》、《食品經營許可證》及《增值電信業務經營許可證》。根據我們的中國法律顧問世輝律師事務所的意見，於往績記錄期間，我們所有的主要子公司已在所有重大方面遵守相關法律法規。

銀川京東互聯網醫院已於2018年3月28日取得《醫療機構執業許可證》(並於2020年4月23日更新)。此許可證規定，許可的相關診療行為只能通過互聯網進行。倘若無此許可證，我們便無法向在線問診和處方續簽服務的用戶開具處方。

我們會不時更新所有該等許可證和執照，以符合相關法律法規的要求。我們的中國法律顧問已告知我們，更新該等許可證或執照不存在任何重大法律障礙。

下表列出了我們的重要執照、批文和證書的列表。

編號	實體	執照、批文和許可證名稱	屆滿日期
1.	北京京東健康有限公司	《食品經營許可證》	2024年12月12日
2.	銀川京東互聯網醫院有限公司	《醫療機構執業許可證》	2025年4月22日

## 業 務

編號	實體	執照、批文和許可證名稱	屆滿日期
3.	銀川京東互聯網醫院有限公司	《互聯網藥品信息服務資格證書》	2023年12月24日
4.	京東大藥房(青島)連鎖有限公司	《醫療器械經營許可證》	2021年7月3日
5.	京東大藥房(青島)連鎖有限公司	《互聯網藥品信息服務資格證書》	2023年11月5日
6.	京東大藥房(青島)連鎖有限公司	《藥品經營許可證》	2024年11月24日
7.	京東大藥房(青島)連鎖有限公司	《食品經營許可證》	2024年8月15日
8.	京東大藥房(青島)連鎖有限公司	《增值電信業務經營許可證》	2025年9月29日
9.	京東大藥房泰州連鎖有限公司	《增值電信業務經營許可證》	2024年8月2日
10.	京東大藥房泰州連鎖有限公司	《互聯網藥品信息服務資格證書》	2023年11月26日
11.	京東大藥房泰州連鎖有限公司	《藥品經營許可證》	2023年4月8日
12.	京東大藥房泰州連鎖有限公司	《食品經營許可證》	2025年8月2日
13.	京東大藥房泰州連鎖有限公司	《醫療器械經營許可證》	2025年8月2日
14.	京東大藥房(惠州)有限公司	《醫療器械經營許可證》	2025年1月22日
15.	京東大藥房(惠州)有限公司	《藥品經營許可證》	2022年5月23日
16.	京東大藥房(惠州)有限公司	《食品經營許可證》	2022年11月6日
17.	北京京東弘健健康有限公司	《食品經營許可證》	2025年6月7日
18.	北京京東弘健健康有限公司	《醫療器械經營許可證》	2025年5月8日

## 業 務

編號	實體	執照、批文和許可證名稱	屆滿日期
19.	廣州京東弘健貿易有限公司	《食品經營許可證》	2025年5月11日
20.	廣州京東弘健貿易有限公司	《醫療器械經營許可證》	2025年5月28日
21.	江蘇京東弘元信息技術有限公司	《增值電信業務經營許可證》	2024年12月13日
22.	廣漢京東弘健健康有限公司	《醫療器械經營許可證》	2025年6月22日
23.	廣漢京東弘健健康有限公司	《食品經營許可證》	2025年9月24日
24.	瀋陽京東弘健貿易有限公司	《醫療器械經營許可證》	2025年5月13日
25.	瀋陽京東弘健貿易有限公司	《食品經營許可證》	2025年8月19日

京東大藥房(青島)的互聯網藥品交易服務資格證書將於2020年11月29日到期。批准新互聯網藥品交易服務資格證書的行政審批程序已於2017年9月取消。因此，公司目前沒有續期或申請新互聯網藥品交易服務資格證書的途徑。

根據我們的中國法律顧問和聯席保薦人的中國法律顧問與山東省藥品監督管理局區域檢查第二分局相關官員的口頭磋商，該官員認為儘管批准新互聯網藥品交易服務資格證書的行政審批程序已經取消，但《互聯網藥品交易服務審批暫行規定》並未廢除，根據《互聯網藥品交易服務審批暫行規定》獲得互聯網藥品交易服務資格證書的公司，仍有資格為個人消費者提供線上藥品交易服務。

此外，根據最新修訂的《藥品管理法》(於2019年8月頒佈並於2019年12月生效)，《藥品管理法》下有關線上藥品交易服務的具體措施將由國家藥品監督管理局、中華人民共和國國家衛生健康委員會和其他相關政府部門共同制定。據中國法律顧問告知，有關部門尚未根據《藥品管理法》為線上藥品交易服務制定具體措施。

基於上文所述，根據中國法律顧問的意見，於頒佈線上藥品交易服務的新具體措施前，互聯網藥品交易服務資格證書於2017年9月後到期的公司，在資格證書到期後仍將有資



---

## 業 務

---

格向個人消費者提供線上藥品交易服務。因此，京東大藥房(青島)無須在其互聯網藥品交易服務資格證書到期後予以續期，便可繼續向個人消費者提供線上藥品交易服務。倘頒佈線上藥品交易服務的新具體措施，我們將根據該等措施(如適用)及時為線上藥品交易服務申請適用執照或批准。