

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



KINGWORLD MEDICINES GROUP LIMITED

金活醫藥集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：01110)

截至二零一七年六月三十日止六個月之 中期業績公告

業績摘要

- 收益增加22.0%至約人民幣509,111,000元(二零一六年：人民幣417,467,000元)。
- 毛利增加8.8%至約人民幣148,601,000元(二零一六年：人民幣136,552,000元)。
- 毛利率約為29.2%，下跌3.5個百分點(二零一六年：32.7%)。
- 截至二零一七年六月三十日止六個月之本公司擁有人應佔溢利上升10.1%至約人民幣22,137,000元(二零一六年：人民幣20,115,000元)。
- 每股基本盈利約為人民幣3.56分(二零一六年：人民幣3.00分)。
- 董事會並不建議派發截至二零一七年六月三十日止六個月的任何中期股息(二零一六年：零)。

金活醫藥集團有限公司(「本公司」)董事(「董事」)組成之董事會(「董事會」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零一七年六月三十日止六個月(「本報告期」)之未經審核綜合業績，連同截至二零一六年六月三十日止六個月之比較數字及經選擇附註如下：

綜合損益表

截至二零一七年六月三十日止六個月－未經審核
(以人民幣列示)

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元
收益	4	509,111	417,467
銷售成本		(360,510)	(280,915)
毛利		148,601	136,552
其他收入		12,923	14,398
銷售及分銷成本		(71,727)	(64,467)
行政開支		(33,655)	(37,057)
無形資產攤銷費用		(9,415)	(9,415)
經營溢利		46,727	40,011
融資成本	7(a)	(12,669)	(4,307)
分佔合營企業溢利		3,696	2,690
除稅前溢利	7	37,754	38,394
所得稅	8	(8,724)	(8,342)
期內溢利		29,030	30,052
應佔：			
本公司擁有人		22,137	20,115
非控股權益		6,893	9,937
期內溢利		29,030	30,052
每股盈利	10		
基本(人民幣分)		3.56	3.00
攤薄(人民幣分)		3.56	3.00

綜合損益及其他全面收入表

截至二零一七年六月三十日止六個月－未經審核

(以人民幣列示)

	截至六月三十日止六個月	
	二零一七年	二零一六年
	(未經審核)	(未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
期內溢利	<u>29,030</u>	<u>30,052</u>
期內其他全面虧損		
期後可重新分類至損益之項目：		
中國境外實體的財務報表產生之匯兌差額	(1,539)	(345)
出售可供出售金融資產之公平值儲備轉撥	<u>(698)</u>	<u>(2,396)</u>
	<u>(2,237)</u>	<u>(2,741)</u>
期內全面收入總額(扣除稅項)	<u><u>26,793</u></u>	<u><u>27,311</u></u>
應佔：		
本公司擁有人	20,214	18,453
非控股權益	<u>6,579</u>	<u>8,858</u>
期內全面收入總額	<u><u>26,793</u></u>	<u><u>27,311</u></u>

綜合財務狀況表
截至二零一七年六月三十日止六個月－未經審核
(以人民幣列示)

	附註	於二零一七年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零一六年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		103,282	22,808
投資物業		108,130	108,130
於合營企業的權益		72,929	69,233
支付物業、廠房及設備的按金		—	75,000
支付收購土地的按金		18,988	18,988
商譽		90,693	90,693
無形資產		87,919	97,334
按公平值計入損益的金融資產		4,232	4,232
可供出售財務資產		19,401	19,401
		505,574	505,819
流動資產			
存貨		116,708	127,633
應收貿易賬款及其他應收款項	11	406,011	437,874
可供出售金融資產		28,500	65,199
其他金融資產		—	533
按公平值計入損益的金融資產		16,894	17,400
現金及銀行結餘		152,623	239,281
		720,736	887,920
流動負債			
應付貿易賬款及其他應付款項	12	272,546	271,689
其他金融負債		3,256	13,623
銀行貸款		177,130	311,196
可轉換債券之負債部分	13	113,939	114,909
當期稅項		15,704	15,503
遞延稅項負債		770	—
		583,345	726,920
流動資產淨值		137,391	161,000
總資產減流動負債		642,965	666,819
非流動負債			
遞延稅項負債		25,963	28,169
		25,963	28,169
資產淨值		617,002	638,650
資本及儲備			
股本		53,468	53,468
儲備		474,611	470,347
本公司擁有人應佔權益總額		528,079	523,815
非控股權益		88,923	114,835
總權益		617,002	638,650

簡明綜合財務報表附註

截至二零一七年六月三十日止六個月－未經審核

(除非另有所指，否則以人民幣列示)

1. 一般資料

金活醫藥集團有限公司(「本公司」)於二零零八年七月十日根據開曼群島法律第22章公司法(一九六一年第三號法律的綜合及修訂本)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司為一間投資控股公司而其子公司(「本集團」)主要於中華人民共和國(「中國」)及香港(i)從事品牌進口醫藥及保健產品的分銷以及(ii)電療及物療設備及一般醫療設備的製造及銷售。

2. 編製基準

本簡明綜合財務報表乃根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則之適用披露規定，包括遵守香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈之香港會計準則(「香港會計準則」)第34號「中期財務報表」而編製。

本簡明綜合財務報表已按照與二零一六年度財務報表內所採納之相同會計政策編製，惟預期於二零一七年度財務報表內反映的會計政策變動除外。會計政策的任何變動詳情載於附註3。

本集團每間實體的財務報表所載列的項目以最能反映有關該實體的相關事件及情況的經濟實質的貨幣(「功能貨幣」)計量。本財務報表乃以人民幣(「人民幣」)載列，並約整至最接近千元計算，惟另有說明則除外。本公司以及在英屬處女群島(「英屬處女群島」)及香港註冊成立的其他投資控股子子公司乃採用港元(「港元」)作為其功能貨幣。中國子公司的功能貨幣為人民幣。由於本集團主要於中國大陸營運，故以人民幣為呈報貨幣。

按香港會計準則第34號編製的簡明綜合財務報表要求管理層就影響政策應用和呈報資產及負債、收入及支出的數額作出至目前為止的判斷、估計和假設。實際結果可能有別於估計數額。

本簡明綜合財務報表包含經選定的詮釋附註。附註包括對若干事件及交易的闡釋，而該等事件及交易對於了解自二零一六年度財務報表以來，本集團在財務狀況及業績表現方面的變動屬重要。簡明綜合中期財務報表及有關附註，並不包括根據香港財務報告準則編製完整財務報表所需的全部資料。

簡明綜合財務報表乃按歷史成本基準編製，惟投資物業、其他金融資產、其他金融負債、分類為可供出售或交易證券的財務工具及按公平值計入損益的金融資產則按公平值計量。

簡明綜合財務報表為未經審核，但已由本公司審核委員會審閱。

3. 會計政策的變動

本集團於本中期期間首次應用由香港會計師公會頒佈之以下香港財務報告準則修訂本：

香港會計準則第7號(修訂本)	披露動議
香港會計準則第12號(修訂本)	就未變現虧損確認遞延稅項資產

於本中期期間應用之上述經修訂的香港財務報告準則對該等簡明綜合財務報表內呈報數額及／或該等簡明綜合財務報表所載披露事宜並無重大影響。

除截至二零一六年十二月三十一日止年度的年報所披露者外，本公司董事預期採用已發行但尚未生效的其他新訂及經修訂之準則及修訂對本集團的業績及財務狀況並無重大影響。

4. 收益

期內，收益指進口品牌醫藥及保健產品及製造及銷售電療及物療設備及一般醫療設備的銷售額，按所銷售貨品的發票價值淨額減增值稅及營業稅、退貨及折扣列賬。

	截至六月三十日止六個月	
	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元
以下產品的銷售額		
— 醫藥產品	279,304	256,675
— 保健產品	132,569	78,681
— 醫療器械	97,238	82,111
	<u>509,111</u>	<u>417,467</u>

5. 分類資料

本集團按部門劃分管理業務，而部門按業務及地區設立。以與就資源分配及表現評估向本集團董事(即主要經營決策者)內部呈報資料方式一致之方式，本集團確定以下兩個呈報分類。並無將任何經營分類合計以構成以下之呈報分類。

1. 醫藥及保健產品分銷：本分類從事品牌進口醫藥及保健產品於香港及中國的分銷及銷售。
2. 醫療器械製造及銷售電療及物療設備及一般醫療檢查設備：本分類從事製造及銷售電療及物療設備及一般醫療檢查設備。目前，本集團的有關活動主要於中國進行。

(a) 有關損益、資產及負債的資料

期內，首席營運決策者取得有關本集團可報告分類的資料(以供其進行資源分配及分類表現評估)，詳情如下：

	醫藥及保健產品分銷				製造及銷售電療及物療 設備及一般醫療設備		總計	
	香港		中國		中國			
	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元
截至有關年度止六個月								
來自外界客戶的收益	110,508	66,941	385,658	336,565	97,238	82,111	593,404	485,617
分類間收益	16,264	9,415	—	—	—	—	16,264	9,415
可報告分類收益	<u>126,772</u>	<u>76,356</u>	<u>385,658</u>	<u>336,565</u>	<u>97,238</u>	<u>82,111</u>	<u>609,668</u>	<u>495,032</u>
可報告分類溢利/(虧損)(調整扣 除利息、稅項、折舊 及攤銷前的盈利)	<u>17,627</u>	<u>14,464</u>	<u>5,790</u>	<u>(1,266)</u>	<u>27,968</u>	<u>30,434</u>	<u>51,385</u>	<u>43,632</u>
於六月三十日(未經審核)/ 十二月三十一日(經審核)								
可報告分類資產	154,925	197,692	677,122	578,797	147,547	227,250	979,594	1,003,739
可報告分類負債	61,590	29,197	282,865	132,974	39,455	54,098	383,910	216,269

用於報告分類溢利的方法為「經調整EBITDA」，即「扣除利息、稅項、折舊及攤銷前之經調整盈利」，其中「利息」包括投資收入，而「折舊及攤銷」包括非流動資產之減值虧損。為達到經調整EBITDA，本集團之盈利乃對並未指定屬於個別分類之項目作出進一步調整，如董事及核數師之酬金及其他總部或公司行政開支。

(b) 可報告分類損益的對賬

	截至六月三十日止六個月	
	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元
來自集團外界客戶及合營公司的可報告分類溢利	51,385	43,632
其他收入	12,923	14,398
折舊及攤銷	(12,073)	(11,519)
融資成本	(12,669)	(4,307)
未分配總公司及企業費用	(1,812)	(3,810)
除稅前綜合溢利	<u>37,754</u>	<u>38,394</u>

6. 季節性營運

本集團於分銷醫藥和保健產品及製造和銷售電療和物療設備和一般醫療檢查設備並無特定的季節性因素。

7. 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)以下各項後達致：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元
a) 融資成本		
並非透過損益按公平值列賬的金融負債的利息開支總額：		
銀行貸款利息	5,449	3,959
可轉換債券負債部分的估算利息	5,355	266
其他財務成本	1,865	82
	<u>12,669</u>	<u>4,307</u>
b) 其他項目		
無形資產攤銷	9,415	9,415
存貨成本(附註i)	360,510	280,915
折舊	2,658	2,104
其他應收款項減值虧損	—	179
應收貿易賬款的減值虧損撥回	(1,106)	(41)
出售物業、廠房及設備的虧損	5	3
有關土地及樓宇的經營租賃開支	4,287	5,362
投資物業的租金收入扣減直接支銷人民幣191,000元 (截至二零一六年六月三十日止六個月：人民幣175,000元)	(1,373)	(1,206)
研發成本(附註ii)	<u>6,002</u>	<u>2,355</u>

附註：

- i) 存貨成本包括折舊及經營租約租金約人民幣1,889,000元(二零一六年：人民幣1,670,000元)，該等成本已計入上文獨立披露的個別總額內。
- ii) 研發成本包括折舊及經營租約租金約人民幣591,000元(二零一六年：人民幣339,000元)，該等成本已計入上文獨立披露的個別總額內。

8. 所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元
香港利得稅		
本期內	3,865	2,660
中國所得稅		
本期內	6,271	7,010
過往年度撥備不足	—	84
	<u>10,136</u>	<u>9,754</u>
遞延稅項		
本期內	(1,412)	(1,412)
	<u>8,724</u>	<u>8,342</u>

附註：

- i) 根據開曼群島及英屬處女群島(「英屬處女群島」)規則及規例，本集團毋須繳納任何開曼群島及英屬處女群島所得稅。
- ii) 截至二零一七年六月三十日止六個月，香港利得稅撥備按估計實際年利率16.5%(二零一六年：16.5%)計算得出。
- iii) 本集團於截至二零一七年六月三十日止六個月的中國所得稅支出主要指本集團子公司深圳市金活醫藥有限公司的中國所得稅支出，按法定稅率25%(二零一六年六月三十日止六個月：25%)計算，惟中國子公司之一深圳市東迪欣科技有限公司按優惠所得稅稅率15%(二零一六年六月三十日止六個月：15%)計算除外。

9. 股息

- a) 本公司董事並無建議就截至二零一七年及二零一六年六月三十日止六個月派付中期股息。
- b) 本公司擁有人應佔以往財政年度於報告期內批准及支付的應付股息：

	截至六月三十日止六個月	
	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元
就以往財政年度於報告期內批准及支付的 末期股息2.95港仙(相等於約人民幣2.64分) (二零一六年：1.53港仙(相等於約人民幣1.31分))	<u>15,949</u>	<u>8,140</u>

10. 每股盈利

a) 每股基本盈利

本公司擁有人應佔每股基本盈利乃基於以下數據計算：

i) 本公司擁有人應佔溢利

	截至六月三十日止六個月	
	二零一七年 (未經審核) 人民幣千元	二零一六年 (未經審核) 人民幣千元
本公司擁有人應佔本年溢利	22,137	20,115
強制性可轉換債券之負債部分之估算利息	—	266
每股基本盈利之盈利	<u>22,137</u>	<u>20,381</u>

ii) 普通股加權平均數

	截至六月三十日止六個月	
	二零一七年 (未經審核)	二零一六年 (未經審核)
已發行普通股加權平均數	622,500,000	622,500,000
轉換強制性可轉換債券時對將予發行之普通股加權 平均數之影響*	—	56,777,473
每股基本盈利之普通股加權平均數	<u>622,500,000</u>	<u>679,277,473</u>

* 二零一六年六月十五日前，本公司可轉換債券為於到期日強制性轉換至普通股。隨時間流逝，可單獨發行的股份並非偶發可發行股份並納入於計算每股基本盈利。

於二零一六年六月十五日，可轉換債券的條款已根據本公司與認購方於二零一六年五月十八日訂立的協議修訂，可轉換債券於到期日不再強制轉換為本公司普通股，轉換意向須經本公司及認購方同意。可轉換債券的修訂詳情載於附註13。

b) 每股攤薄盈利

由授出購股權至二零一七年六月三十日的期間內購股權的行使價及可轉換價均高於本公司股份加權平均市價，因此，截至二零一七年及二零一六年六月三十日止六個月的每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

11. 應收貿易賬款及其他應收款項

於報告期末，應收貿易賬款及應收票據(包括在應收貿易賬款及其他應收款項)按發票日期呈列及扣除呆壞賬撥備的賬齡分析如下：

	於二零一七年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零一六年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至90日	229,912	255,667
91至180日	12,653	22,692
181至365日	2,252	3,788
超過1年	1,284	7,409
應收貿易賬款及應收票據總額(扣除呆壞賬撥備)	246,101	289,556
其他應收款項	48,743	44,923
其他貸款	47,111	48,521
應收關連人士款項	39	40
貸款及應收款項	341,994	383,040
預付款項	25,993	19,672
貿易及其他按金	1,947	1,191
向關連人士支付的貿易按金	36,077	33,971
	406,011	437,874

a) 本集團授予其客戶的信貸期介乎30日至90日。

12. 應付貿易賬款及其他應付款項

供應商授予本集團的信貸期通常介乎45日至90日。於報告期末，應付貿易賬款按發票日期呈列的賬齡分析如下：

	於二零一七年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零一六年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至90日	140,499	233,757
91至180日	73,103	3,689
181至365日	106	—
貿易應收賬款總額	213,708	237,446
預提費用	8,666	10,413
應付關聯公司款項	25,000	—
其他應付賬款	16,903	15,999
按攤銷成本計量的金融負債	264,277	263,858
已收貿易按金	8,269	7,831
	272,546	271,689

13. 可轉換債券

	二零一七年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零一六年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
負債部分	<u>113,939</u>	<u>114,909</u>

於二零一四年九月十五日，本公司與國藥集團資本管理有限公司(「認購方」)簽訂認購協議(先後於二零一四年十月九日及二零一四年十二月十五日簽訂補充協議)。根據該等協議，認購方同意認購本公司之強制性可轉換債券並支付本金總額133,837,500港元(相當於人民幣105,584,000元)。強制性可轉換債券於二零一四年十二月十七日獲認購方指定發行予Shine Light Investment Fund及Legend Times Corporation Limited(「持有人」)，扣除發行開支後所得款項淨額為人民幣105,448,000元。強制性可轉換債券年利率為7.4%，並將於二零一六年六月十六日到期。強制性可轉換債券授權持有人於二零一四年十二月十七日或之後直至到期日隨時將強制性可轉換債券以每股2.15港元的轉換價轉換為62,250,000股本公司普通股，惟每次轉換必須為最低本金總額13,383,750港元(相當於人民幣10,558,000元)。直至到期日尚未轉換之任何強制性可轉換債券於到期日被強制兌換成本公司普通股。

於二零一六年五月十八日，本公司與認購方及持有人訂立補充契據，據此，本公司、認購方及持有人同意修訂本公司於二零一四年九月十五日根據認購協議(經不時補充及修訂)向債券持有人發行的本金總額為133,837,500港元的可轉換債券(「新可轉換債券」)之若干條款及條件，詳情(其中包括)如下：

- 1) 新可轉換債券的到期日將由二零一六年六月十六日(「原到期日」)延長18個月及換股期將相應延長18個月至二零一七年十二月十六日(「新到期日」)；
- 2) 自原到期日後首日至新到期日，可轉換債券年利率為5.0%，按新可轉換債券的本金餘額計息；
- 3) 本公司與持有人根據補充契據須書面同意於新到期日將可轉換債券項下全部未償還本金款項轉換為換股股份(「悉數轉換」)。倘公司或債券持有人不同意悉數轉換，於新到期日，公司須贖回可轉換債券項下的未償還本金款項連同截至新到期日(包括該日)應計的任何未付利息(如有)；及
- 4) 當持有人及／或其各自關連人士(定義見上市規則)及／或一致行動(定義見收購規則)人士於換股期內任何時間合共持有本公司已發行股本總額少於5%時，則該等人士應無權在董事會中提名一名非執行董事及／或本集團的其他職位(如適用)並應促使獲提名人士辭任非執行董事職位及本集團其他職位(如適用)。

補充契據所載可轉換債券的條款及條件的修訂已於二零一六年六月十五日獲本公司獨立股東在股東特別大會上以普通決議通過。於當日，原有強制性可轉換債券已被抵銷，而新可轉換債券已被確認。認購人為本公司的利益相關方。虧損人民幣19,654,000元被視為計入其他儲備的視作向股東分派。於二零一七年六月三十日，新可轉換債券之負債部分及權益部分(經扣除遞延稅項負債)的賬面值分別為人民幣113,939,000元(二零一六年十二月三十一日：人民幣114,909,000元)及人民幣6,259,000元(二零一六年十二月三十一日：人民幣6,259,000元)。

	負債部分 人民幣千元	權益部分 人民幣千元	總計 人民幣千元
於二零一五年十二月三十一日及 二零一六年一月一日(經審核)	4,155	94,905	99,060
註銷可轉換債券	—	(94,905)	(94,905)
可轉換債券權益部分確認	106,642	6,259	112,901
自綜合損益表中扣除的估算利息	5,764	—	5,764
已付利息	(7,581)	—	(7,581)
匯兌調整	5,929	—	5,929
於二零一六年十二月三十一日及 二零一七年一月一日(經審核)	114,909	6,259	121,168
自綜合損益表中扣除的估算利息	5,355	—	5,355
已付利息	(2,949)	—	(2,949)
匯兌調整	(3,376)	—	(3,376)
於二零一七年六月三十日(未經審核)	113,939	6,259	120,198

於強制性可轉換債券發行日期，其負債部分的公平值是基於獨立專業評估師羅馬國際評估有限公司所進行的估值而釐定。該公司擁有認可專業資格以及使用貼現現金流模型之經驗。負債部分的實際利率為每年12.9%。負債部分指直至到期日二零一六年六月十六日之應付持有人未來利息之公平值。剩餘金額獲分配至強制性可轉換債券之權益部分。

於可轉換債券條款及條件修訂日期，可轉換債券的負債部分公平值是基於獨立專業評估師戴德梁行有限公司所進行的估值而釐定。該公司擁有認可專業資格以及就不可轉換之同等貸款使用貼現現金流模型之經驗。負債部分的實際利率為每年9.8%。剩餘金額獲分配至可轉換債券之權益部分。

於截至二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年六月三十日止六個月內，並無於行使強制性可轉換債券或可轉換債券時發行新股。

管理層討論與分析

市場及行業回顧

1、全球醫藥行業持續增長，健康中國列入政府工作重點

世界人口總量的增長、社會老齡化程度的提高、人們保健意識的增強以及疾病譜的改變，使得人類對生命健康事業愈發重視。同時，全球城市化進程的加快，各國醫療保障體制的不斷完善，種種因素推動了全球醫藥行業的發展，進而帶動了全球藥品市場的發展。全球醫藥行業呈持續增長態勢。

未來五年全球醫藥市場依然保持較高增速，在中國國內醫藥終端上，二零零八年至二零一六年，全國藥品規模從人民幣4,835億元增長至人民幣14,909億元。其中，醫藥終端藥品市場規模在二零一三年正式突破人民幣1萬億元，於二零一六年達到人民幣14,909億元。

醫藥行業是中國朝陽型戰略性新興產業，也是《中國製造2025》的重點發展領域，在國家對醫藥行業的空前重視下，醫藥行業的行業地位不斷提升。此外，醫藥的市場需求是一種剛性需求，我國人口眾多，在老齡化進程加快、環境惡化及人們生活方式改變的背景下，人類疾病譜從傳染性疾病逐漸過渡到慢性疾病。醫藥行業的市場規模將進一步增長，預計到二零一九年，我國醫藥市場規模有望超過人民幣2.2萬億元。

二零一六年十月，中共中央、國務院印發了《「健康中國2030」規劃綱要》引述到二零二零年，中國健康服務業的總規劃將增至人民幣8萬億元，建立覆蓋城鄉居民的中國特色基本醫療衛生制度，主要健康指標居於中高收入國家前列。據估計到二零三零年進一步擴張至人民幣16萬億元，基本實現健康公平，主要健康指標進入高收入國家行列。

二零一七年中國兩會政府工作報告將推進健康中國建設列入政府工作重點，報告中提出，為了推進健康中國建設。城鄉居民醫保財政補助由每人每年人民幣420元提高到人民幣450元，同步提高個人繳費標準，擴大用藥保障範圍；在全國推進醫保信息聯網，實現異地就醫住院費用直接結算。上述提及的建議，包括擴大用藥保障範圍、全面兩孩政策、支持中醫藥事業發展等規劃對本集團均是利好政策。隨著醫保覆蓋和醫保目錄的擴大，有利於本集團京都念慈菴蜜煉川貝枇杷膏等入選醫保目錄的產品進一步擴大市場份額，本集團將抓住政策利好大力發展。

2、連鎖率提升，行業整合加劇

國家食藥監總局官網發佈《二零一六年度食品藥品監管統計年報》，對比二零一五年數據，二零一六年國內藥店總數量下降，從448,057家降至447,034家，減少1,023家。其中，單體藥店數量明顯減少，過去一年下降了1.6萬餘家！而據CFDA數據，二零一一年全國單體藥店數量為277,085間，截止到二零一六年十一月底，單體藥店數量為226,331家。可以看到，六年來，單體藥店已經消失了5萬餘家。

藥店的連鎖率在逐年提升，從二零一一年的34.61%提升至二零一六年的49.37%，已經逼近50%。這些均已說明行業集中度進一步提高，企業創新業務和服務模式不斷出現，行業進入轉型創新、全面升級階段。

本集團準確把握住大連鎖趨勢，於本報告期內健全醫藥線KA體系，與行業內全國排名100強及區域排名前30強的重點連鎖總部達成深度戰略合作，不斷強化與重點醫藥連鎖合作，強化了終端網絡及銷售管控。

3、醫藥健康佔比逐步提升，消費進入「精益服務」

隨著經濟的增長，中國國內城鄉居民收入增長迅速，根據國家統計局數據，二零一六年全年全國居民人均可支配收入為人民幣23,821元，二零一五年中國人均GDP突破8,000美元，消費進入了「精益服務」階段。醫療服務具有一定的剛性特徵，收入的增加和人民生活水平的提高，直接引致居民健康意識提升，醫療服務需求上升，從而拉動藥品需求，支持醫藥行業的快速發展。二零一六年全國居民人均消費支出中醫療保健佔7.6%，為人民幣1,307元。居民收入的增長和對產品質量的追求為進口產品提供了良機，作為深耕健康領域多年的金活醫藥集團，利用好自身的全球供應鏈資源來滿足居民的需求將迎來良機。

在人口老齡化的影響下，為解決人口結構失衡問題，中國全面放開二胎政策以提高生育率，預計未來每年將可能新增新生兒100-200萬人，二零一八年新生人數有望超2,000萬人。全面放開二胎政策將對母嬰市場的需求有明顯拉動作用，對海外進口健康優質產品需求更加顯著，本集團代理的美國康萃樂益生菌、挪威lifeline care魚油營養素系列等母嬰健康產品將從中受益。

4、電子商務飛速發展，跨境電商鋒芒畢現

消費多元化及升級體現在了渠道的變革上，尤其隨著互聯網技術的飛速發展，電商渠道在消費領域佔比逐年提升。

據國家統計局數據，二零一六年全年社會消費品零售總額約為人民幣332,316億元，實際增長9.6%，其中網上零售額約為人民幣51,556億元，比上年增長26.2%，佔社會消費品零售總額的比重達15.5%。

據艾瑞諮詢調查顯示，二零一六年中國跨境電商市場規模達到人民幣2,198億元，比上年增長80%以上，二零一七年跨境電商市場有望增至人民幣3,413億元。80後、90後成為消費的主體，追求個性化品牌商品，移動電商成為主要購物方式。

本集團於本報告期內，跨境電商業務增長迅速，除了原有的天貓、蘇寧易購、京東等綜合電商平台以及貝貝網、寶寶樹、辣媽幫等各類專業母嬰電商平台外，新與網易考拉、阿裡健康、亞馬遜等重點電商平台達成戰略合作，此外，本集團啟動了前海跨境電商新平台的開發，未來將加速推動金活健康之家前海跨境電商平台的成功上線及正式運營，預計本集團跨境電商業務將繼續保持高速增長。

業務回顧

1. 集團一體化經營戰略顯成效，銷售同比增長快速

本報告期內為集團「四五規劃」的開局之年，公司上下高度重視，齊心協力地把營銷子戰略作為重要工作去落實，並分解到全員的KPI績效考核中，於本報告期內取得顯著的成效。

第一大支柱型傳統產品京都念慈菴蜜煉川貝枇杷膏於報告期內專注於百強連鎖及區域連鎖的合作，並通過新媒體傳播來吸引年青消費人群的好喜，在鞏固原有一、二線城市的恢復性銷售增長外，加速佈局三、四線城市的覆蓋，重新提升斷貨期間失去的市場影響。於本報告期內京都念慈菴蜜煉川貝枇杷膏錄得的銷售量與去年同期相約。

為了提升京都念慈菴枇杷糖的銷售，本集團制訂了與京都念慈菴蜜煉川貝枇杷膏的組合營銷策略，例如銷售陳列競賽等多種形式的營銷模式，策劃了大學校園歌手比賽、試吃等多種公益活動，在回饋社會的同時，讓更多的消費者見證京都念慈菴品牌的影響力，產品的質量和企業的社會責任。於本報告期內，京都念慈菴枇杷糖錄得的銷售量與去年同期相約。

美國Culturelle（中文註冊名康萃樂）益生菌迅速成長為本集團第二大產品系列，一方面得益於該產品品質（含100%LGG）和對人體健康的有效改善；另一方面更得益於本集團強有力的線上線下推廣融合及有效的營銷策略。於報告期內，本集團進一步增加了港澳市場的鋪貨終端，覆蓋了萬寧、華潤堂、荷花親子中心及各大連鎖藥房等門店，同時增加了高檔便利店等的鋪市和銷售。在中國大陸市場，本集團選取母嬰連鎖門店、連鎖藥店、母嬰店、高檔個人護理店及醫院為重點渠道強化鋪市和銷售。截至目前，康萃樂系列產品已成功鋪貨至港、澳市場，以及中國大陸包括西藏、新疆在內的33個省級行政區域、超過341個城市的線下母嬰門店、藥房以及高端商超等。於本報告期內，康萃樂益生菌銷售理想與去年同期相比大幅上升91.6%。

喇叭牌正露丸作為本集團另一個支柱型產品，於本報告期內，對於重點市場，本集團採取了終端陳列維價活動，加大了廣告宣傳和消費者教育，加強了對合作夥伴的培訓，這些有效的策略提升了銷售。對於非重點市場，本集團主要採取優選、精選合作連鎖藥店，加強對店員的培訓和消費者教育活動。在品牌宣傳方面，除常規動車廣告、鬧市區廣告及品牌雙微營銷外，尤其是利用新時期的信息化新工具促進品牌意識，提升品牌影響力，增加品牌互動性，走進消費者心智中。另外，本集團亦與各合作商業公司及電商平台開展了線上電商宣傳等營銷活動，促進線上線下融合。在中康資訊的「腸道抗炎／抗感染、止瀉」中成藥分類中，日本大幸生產的正露丸居於第五。於本報告期內，喇叭牌正露丸累計銷售比二零一六年同期增長71.9%，其中100粒增長達93.1%，該產品市場地位有望再繼續進一步得以提升。

金活依馬打正紅花油因生產廠家GMP改造等原因曾斷貨一年多，市場翹首以盼，自六月份上市始，供不應求、瞬時訂空。本集團抓住分銷商銷售積極性高的良好機會，將制訂好的營銷策略迅速推廣，建立與各分銷商和零售終端的合作關係，開展消費者教育活動，提升品牌知名度，於報告期內錄得良好銷售。未來，本集團將大力執行渠道分銷和終端獎勵活動，以提振分銷、快速實現廣大終端的鋪貨上架，同時加強與全國百強連鎖合作，迅速鋪市，以期儘快恢復市場份額，重新奠定其外用藥油領導者身份。

2. 加強目標市場滲透，推動產品快速發展

於本報告期內，本集團營銷子戰略中著重強調了加強目標市場滲透的策略，各產品聚焦目標市場做深做透，總結成功經驗並複製於其他目標市場。由於本集團採取的有效策略和強力實施，使本集團其他幾個產品錄得較快的增長，所代理的產品發展更加均衡，京都念慈菴枇杷膏仍為本集團第一大支柱型傳統產品、佔比42.6%，而美國康萃樂益生菌迅速崛起，成為本集團第二大產品系列，佔據集團銷售份額達19.8%，傳統百年產品正露丸居第三，達9.6%。此外，新引進產品中的和興白花油、挪威Lifeline Care魚油系列表現令人眼前一亮。

本集團新代理的和興白花油於本報告期內的銷售額較二零一六年同期增長54.7%，與飛鷹活絡油、金活依馬打正紅花油互為補充，成為本集團外用油系列又一強力支撐。於本報告期內，白花油迎來上市九十周年大喜之年，本集團充分利用其於重點市場的品牌影響力，持續加大鋪貨及不斷挖掘銷售潛力，利用九十周年為切入口策劃了系列品牌活動，加大品牌推廣、品牌教育及消費者互動活動，並參與了白花油九十周年健康中國行杭州站、廈門站等各類品牌活動，從而提升了產品品牌影響力及美譽度。

本集團自二零一六年成功獲得挪威Lifeline Care魚油營養素系列產品的大中華地區獨家代理權以來，為該品牌產品度身制定了相應的市場推廣及產品運營方案，借助本集團成熟的分銷網絡和產品經營策略，該品牌產品快速突破線上市場，且亦成功登陸香港、澳門地區線下的萬寧、母嬰店及連鎖藥房零售門店等。同時，本集團亦於線下和線上多元化平台大面積投放了產品廣告，如人流密集的地鐵站、巴士站、通關口岸、紙媒、母嬰專業門戶網站以及社交媒體等，從而有效樹立了品牌認知度，為產品的市場擴展及銷售增長奠定了重要的品牌基礎，使該產品系列取得了良好的銷售開端。於本報告期內，該產品快速增長，銷售良好。此外，隨著中國母嬰健康市場需求的逐漸擴大，作為挪威銷量第一且具有高於歐盟嚴格標準的魚油品牌，Lifeline Care魚油營養素系列產品有望繼康萃樂後成為本集團又一主打新產品。

3. 強化線上線下融合，加速新零售佈局

馬雲先生認為，線上、線下和物流必須結合在一起，才能誕生真正的新零售。於報告期內，本集團持續完善各大品類產品於線上、線下市場網絡拓展，實現多渠道資源整合協同，從而推動旗下傳統型產品與新型健康產品的共同增長。

本集團於本報告期內已著手統一線上線下品牌形象，加強線上推廣，深化線上線下融合，包括建立百度百科、百度詞條等統一線上品牌形象，使用百度問答、百度文庫、百度經驗、論壇、貼吧等方式進行SEO優化，亦通過博客、官方微博、微信、視頻、H5、試用推薦、網紅直播等多種方式進行線上推廣。

線下渠道和傳播為本集團潛力經營二十幾年的市場，於本報告期內，本集團重視線下推廣和品牌提升。例如康萃樂益生菌在上海、廣州、深圳等地鐵進行了專列展示，於本報告期內傳播覆蓋多達2,000多萬人次；康萃樂與中國關心下一代工作委員會兒童發展研究中心合作，加入到中國母嬰萬里行大型公益活動中，報告期內已在13個城市進行16場線下品牌推廣、兒童養護知識講座。此外，本集團還與國內權威兒科醫生崔玉濤育學園合作，參與科學育兒巡迴演講，通過這些全國各地的育兒活動，把科學的育兒養育方法傳遞給母嬰家庭，同時也把優質的產品帶給消費者體驗，鼓勵其分享，從而贏得口碑。

4. 繼續拓展電商平台，加快全渠道佈局戰略

於本報告期內，本集團繼續積極捕捉互聯網醫藥銷售政策放鬆帶來的契機，篩選適合電商銷售的藥品及品規，實現傳統型產品於電商新渠道的開發，同時也在全球範圍內尋找更多適合電商渠道銷售的健康品。

憑藉著豐富的優質產品組合及良好的電商平台運營拓展經驗，本集團緊跟政策腳步，在積極加強對已有線上平台的管控及銷售推廣力度的同時，結合自身不斷豐富的健康產品組合，進一步開拓了新的電商平台。持續完善渠道等級化管理、多元化產品上架、線上貨源及價格管控、推廣營銷、售前售後服務、會員管理及服務等運營策略，並進一步實現與網易考拉、阿里健康、亞馬遜等重點電商平台達成戰略合作，實現了旗下產品線上、線下相互協同的全方位戰略佈局，有效推動了產品銷售的增長。同時，本集團抓住微商所帶來的機遇，建立

了微商城，專注於公司所經營的健康產品，並取得一定效果。截至二零一七年六月三十日止六個月，本集團跨境電商業務增長迅速，銷售額較去年同期大幅增長92.4%。

報告期內，本集團已經啟動了前海跨境電商新平台的開發，未來將加速推動金活健康之家前海跨境電商平台的成功上線及正式運營。

5. 加強投融資項目管理，確保項目運作順利

針對併購深圳市東迪欣科技股份有限公司「東迪欣」一項目，本集團於本報告期內繼續對該公司在企業治理、業務經營、資本運作、財務情況等方面予以監管並參與管理。同時，本集團亦於本報告期內進一步促進了雙方在公司運營、業務發展等方面的資源深化協同及整合，從而推動項目的正常運作。於本報告期內，東迪欣業務及銷售呈持續性穩步增長，連續兩年多以來，實現了雙方協議所約定的業績承諾。

於本報告期內，本集團經營的其他投資項目亦運作順利。二零一五年本集團曾斥資逾港幣50,000,000元透過參股東華通投資有限公司間接參股西班牙食品分銷批發及供應鏈運營商西班牙米蓋爾公司和澳大利亞大型食品公司瑪納森。該項目於本報告期內營運順利。

此外，本集團於二零一五年斥資約二千萬港元，以招股價8.6港元認購創美藥業股份有限公司(股份代號：2289.HK)之2,302,000股H股份。創美藥業股份有限公司正考慮及探討於上海證券交易所或深圳證券交易所發行以人民幣進行買賣的該公司普通股的可行性並已委任中信建投證券股份有限公司作為A股的擬發行的上市輔導機構。

管理回顧

1. 實施「四五」戰略規劃，制訂子戰略

二零一七年，本集團在「四五」規劃的指導下，繼續堅持以「效力世人、澤潤蒼生」為使命，以成為「國內領先、國際知名的大健康服務供應商」為願景，繼續秉承「有精神，凡事有可能」的核心價值觀，全面貫徹落實四五戰略規劃精神，將四五戰略規劃中的相關內容分解到各子戰略中，制訂了各產品的子戰略、引進子戰略、營銷子戰略及相關支持子戰略，同時，將子戰略內容分解到各部門的年度工作計劃及績效考核中，以確保戰略可執行和落地。

2. 強化醫藥線 KA 體系，推進母嬰線 KA 體系

由於國家政策導向，醫藥連鎖率不斷提升，對 OTC 市場的影響力和貢獻率也越來越大，為此，本集團把與 KA 連鎖的合作視為重要手段。於本報告期內，本集團與醫藥線 KA 連鎖合作的產品數量及合作連鎖數據都較以前有增長，各主要產品進一步深化了與重點終端合作的 KA 連鎖合作模式，成功促進集團與行業內全國排名 100 強及區域排名前 30 強的重點連鎖總部達成深度戰略合作，促進了本集團主要產品在連鎖銷售的提升。

相比醫藥線規範的管理，母嬰渠道的終端仍處於零散、各自為政、無全國龍頭零售的現狀，但正向全國連鎖和區域連鎖的道路邁進。特別是對於一、二城市來說，連鎖門店由於良好的地理位置、高素質及專業的店員服務、有品質保證的產品及售後服務，良好的購物環境及會員管理等倍受 80 後及 90 後媽媽們的喜愛，連鎖化發展也是未來的發展方向。故此，於本報告期內，本集團已經和諸如樂友等有影響力的母嬰連鎖確定了合作關係，並制訂了相關的推廣策略來提升銷售。為加快佈局多元化終端網絡，已經進了入一些高端的個人護理店及營養保健品專賣店，如屈臣氏、萬寧、華潤堂國內店等。

3. 完善激勵獎勵政策，優化管理機制

於本報告期內，本集團完善及實施了多種激勵政策組合，從根本上提升銷售人員主觀能動性：在薪酬管理方面，調整業務人員薪酬架構，打破銷售管理人員的年薪制，從根本上解決員工動力源問題，提高激勵力，基本工資注重內部公平，業績提成與片區業績掛鉤、注重效率。對於基層銷售人員，本集團設立了季度超額獎的獎勵制度，引導業務人員通過加大產品的動銷來提升收入。開展持續優化考核方案，增強考核體系的科學性、系統性和針對性，突出目標導向；重新梳理各部門KPI指標庫，並簡化員工績效考核指標，提高考核效率。於本報告期內，基本達到了預期效果。未來，本集團將繼續推進和完善此激勵政策。

於本報告期內，本集團啟動了銷售副總輪值制，並緊密跟進輪值人員的安排、考核、激勵、述職、評價，取得了不錯的效果。大區總監通過銷售副總輪值的方式，參與了本集團的日常經營管理，更加深刻理解了本集團未來的發展方向及業務佈局和要求，利於他們將此要求分解到業務層面，提升銷售隊伍的執行力。同時，他們還可以向總部及時傳達和反饋市場所存在的問題，並給出解決方案，加快了本集團對市場的反應速度。

4. 優化信息管理工作，加強信息隊伍建設

本集團一直認為信息化對本集團長遠持續發展非常重要。於本報告期內，本集團根據業務發展需要對現有運作系統的流程進一步優化，並自主開發了企業內部雲平台，將企業內部的各類分析數據共享給全國各地的業務人員，方便其查詢所負責客戶、區域的相關數據，及時掌握市場實時動態，制訂相應的策略。此外，為了滿足未來大數據建設和自建電商平台需要，本集團招聘了相關的專業人員，隊伍編製翻倍擴大。

5. 重視員工技能培訓，滿足業務發展需要

本集團重視人才培訓，積極鼓勵員工自我增值，終身學習。為此，本集團已制定一套完善的員工發展及培訓制度，每年集團商學院會根據部門及員工需要提出培訓需求，並根據業務發展及工作安排，統籌落實各級人員的在崗培訓，以提升工作技能。例如本集團積極開拓網絡銷售管道時，特別需要相關的員工掌握網絡營銷方面的知識和技能，因此商學院通過在線及線下相結合的模式，推出定期的培訓，以及不定期的進修，讓員工加強熟知產品知識、掌握政府政策及提升銷售技能等。另外，每年集團還舉辦多次營銷大會、主題會議、專題學習、行業交流學習講座、崗位實習、主題比賽活動、室外拓展活動及文化活動等，涵蓋各專業技能、職業崗位、職業素養等，員工須按其需要參加。

此外，本集團還加強與外部交流和學習，不定時派員出外進修學習，參與各高等院校或行業機構舉辦的課程，內容主要涵蓋財務、審計等專業知識，以及各業務部門的專業技能。對於所有接受培訓的員工，均會進行月、季、年度績效考核，並與受訓員工溝通，商討改進方案，員工技能的不斷提升是集團業務發展的重要保障。

為了營造更好的工作環境，吸引及留住人才，於報告期內，本集團入駐南山總部經濟大廈—馬加龍創新大廈，面積逾5,000平方米，該設計曾獲新加坡室內設計師協會(SIDS)頒發首屆新加坡室內設計大獎(SIDA)銀獎(Silver Award)。寬鬆的辦公區域，富於現代設計感的交流區及多個會議室等為員工提供了工作舒適、便利的同時，更激發了員工的創新思維及團隊的合作。

6. 繼續擴大品牌影響，協同基金會共推公益事業

誠信經營，精心立業，並積極回饋社會，致力承擔一個企業公民的社會責任。於報告期內，本集團攜金活關愛健康基金會，倡導「健康中國益起來」的公益精神，繼續大力推行各項公益善舉，造福社會各界。

於本報告期內，香港科技大學為感謝本集團向其捐贈350萬港元用於學生交流及中醫藥研發，因而將李兆基商學院一階梯教室命名為金活醫藥集團教室，該教室已於二零一七年一月舉行揭幕儀式並供學生使用。此外，本集團及金活關愛健康基金會聯合健康部落、安瀾義工等組織開展不倒翁關愛項目，為老年人提供關愛健康服務；並聯合廣州醫藥為貴州省織金縣自強鄉大沖小學愛心助學，捐贈健康藥包；亦通過無錫農工黨組織為甘孜藏民送健康，以及通過香港陽光天使義工團向香港社區獨居老人饋贈健康禮包開展關愛老年人健康公益活動。

深圳市民政局於六月公佈的《二零一六年度深圳慈善捐贈榜》顯示，集團旗下深圳市金活醫藥有限公司與騰訊控股有限公司及萬科企業股份有限公司等企業一起上榜，位列第17位；深圳市金活關愛健康基金會在該社會組織捐贈收入排行榜上亦榜上有名，位列第104位。於報告期內，本集團還取得了深圳知名品牌、深圳健康產業領軍企業、深圳健康產業社會責任企業、二零一四至二零一六守合同重信用企業等榮譽。

7. 接力馬拉松熱，為健康加「油」

目前，國際國內馬拉松熱蔚然成風，二零一六年全國馬拉松接近300場，全國舉辦馬拉松賽事已經連續兩年增長超過一倍，其中一線大型城市馬拉松名額一票難求。二零一六年中國國務院正式印發《全民健身計劃(二零一六至二零二零年)》，提出將使全民健身成為健康中國建設的有力支撐和全面建成小康社會的國家名片。本集團於二零一三至二零一六年連續贊助了深圳國際馬拉松賽，二零一六年還贊助了廣州國際馬拉松賽，以賽事指定外用藥油供應商為賽事提供外用藥油及醫療站支持等保障服務，擴大了本集團及集團金活依馬打正紅花油、飛鷹活絡油等外用藥油在跑友圈的口碑、美譽度和知名度。未來，本集團將繼續並擴大對馬拉松賽事的贊助及宣傳，除了廣州馬拉松、深圳馬拉松的繼續贊助外，也將評估長沙馬拉松、南昌馬拉松、東莞馬拉松亞錦賽等賽事，繼續積累及擴大本集團在該賽事外用藥油相關優勢。

財務回顧

1. 收益

截至二零一七年六月三十日止六個月，本集團的收益約為人民幣509,111,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣417,467,000元增加約人民幣91,644,000元或22.0%。此項增加主要原因為康萃樂(Culturelle)益生菌及喇叭牌正露丸之收益增加所致。

2. 銷售成本

截至二零一七年六月三十日止六個月，本集團的銷售成本約為人民幣360,510,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣280,915,000元增加約人民幣79,595,000元或28.3%。銷售成本增加與收益上升一致。毛利率由截至二零一六年六月三十日止六個月的32.7%下調至截至二零一七年六月三十日止六個月的29.2%，此項下調主要原因為於本報告期內，較高毛利率之產品如康萃樂(Culturelle)益生菌之收益佔比減少所致。

3. 其他收入

其他收入主要包括租金收入、利息收入、推廣服務收入、佣金收入、投資收益及滙兌虧損。截至二零一七年六月三十日止六個月，其他收益及其他收入淨額約為人民幣12,923,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣14,398,000元減少約人民幣1,475,000元或10.2%。此項減少主要是由於佣金收入、推廣服務收及投資收益於本報告期內減少所致。

4. 銷售及分銷成本

截至二零一七年六月三十日止六個月，銷售及分銷成本約為人民幣71,727,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣64,467,000元增加約人民幣7,260,000元或11.3%。此項增加主要來自廣告活動費用增加所致，此項費用由截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣28,799,000元增加至約人民幣29,928,000元，上升約人民幣1,129,000元或3.9%。其次為運輸費用增加所致，此項費用由截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣4,769,000元增加至本報告期之約人民幣7,530,000元，上升約人民幣2,761,000元或57.9%。

5. 行政開支

截至二零一七年六月三十日止六個月，行政開支約為人民幣33,655,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣37,057,000元減少約人民幣3,402,000元或9.2%。此項減少主要是原因為於本報告期間損款減少約人民幣6,564,000元所致。

6. 經營溢利

截至二零一七年六月三十日止六個月，本集團的經營溢利約為人民幣46,727,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣40,011,000元增加約人民幣6,716,000元或16.8%。經營溢利增加主要歸因於毛利增加約人民幣12,049,000元，惟部分被整體營運費用(特別是廣告活動費用及運輸費用)增加抵銷所致。

7. 融資成本

截至二零一七年六月三十日止六個月，融資成本約為人民幣12,669,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣4,307,000元增加約人民幣8,362,000元或194.2%。融資成本增加主要由於可轉換債券負債部份的估算利息及銀行貸款利息增加所致。

8. 除稅前溢利

截至二零一七年六月三十日止六個月，本集團的除稅前溢利約為人民幣37,754,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣38,394,000元減少約人民幣640,000元或1.7%。除稅前溢利減少主要歸因於銷售及分銷和融資成本增加，惟部分被毛利增加抵銷所致。

9. 所得稅開支

截至二零一七年六月三十日止六個月，本集團的所得稅開支約為人民幣8,724,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣8,342,000元增加約人民幣382,000元或4.6%。於本報告期間實際稅率為23.1%，而截至二零一六年六月三十日止六個月則為21.7%。所得稅開支之詳情載於未經審核財務報告附註(8)。

10. 期間本公司擁有人應佔溢利

截至二零一七年六月三十日止六個月，本公司期間本公司擁有人應佔溢利約為人民幣22,137,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的約人民幣20,115,000元增加約人民幣2,022,000元或10.1%。

11. 流動資金及資金來源

本集團主要以各項營運所得現金和各項長短期銀行借貸滿足營運資金的需求。於本報告期間，實際利率為固定利率貸款1.8%至4.5%。考慮到本集團可動用長短期銀行借貸額和營運現金流，董事認為，本集團有足夠營運資金滿足目前及本公告公佈之日後至少十二個月的資金需求。

截至二零一七年六月三十日，本集團擁有的現金及現金等價物為人民幣152,623,000元，主要來源於本集團營業收入。

12. 現金流量

本集團的主要現金乃用作應付營運資金需求、償還到期債項利息及本金、為本集團設施及業務增長及擴展提供資金。

經營活動所得現金淨額

本集團主要自銷售集團產品所得款項獲得營運現金流入。於本報告期間，本集團經營活動所得現金淨額約為人民幣74,082,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的經營活動所得現金淨額約人民幣26,096,000元增加約人民幣47,986,000元。

投資活動所得／(所用)現金淨額

於本報告期間，本集團投資活動所得現金淨額約為人民幣28,453,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的投資活動所用現金淨額約人民幣5,728,000元增加約人民幣34,181,000元。此項增加主要是由於購買可供出售財務資產之現金流出減少所致。

融資活動所用現金淨額

於本報告期間，本集團融資活動所用現金淨額約為人民幣177,769,000元，較截至二零一六年六月三十日止六個月的融資活動所用現金淨額約人民幣2,032,000元增加約人民幣175,737,000元。此項增加主要原因為償還銀行貸款增加所致。

13. 資本架構

債務

本集團於二零一七年六月三十日的全部借貸約為人民幣177,130,000元，全部會於一年至三年內到期，於本報告期間，本集團向貸方續借銀行貸款時並無任何困難。

資產負債率

於二零一七年六月三十日，本集團資產負債率約為14.4%（二零一六年十二月三十一日：22.3%），乃按總銀行借貸除以總資產後乘以100%計算得出，資產負債率增高的主要原因是由於銀行借貸增加所致。

資產押記

於二零一七年六月三十日，本集團並沒有任何向銀行抵押之資產（二零一六年十二月三十一日：人民幣96,000,000之投資物業）。

資本支出

本集團的資本開支主要包括購買廠房及設備、租賃物業裝修及購買汽車。本報告期及截至二零一六年六月三十日止六個月，本集團的資本支出分別約為人民幣8,303,000元與約人民幣4,748,000元。

匯率風險

本集團之主要業務均以人民幣、港元、歐羅及美元為功能及營運貨幣。本集團承受由人民幣、港元、歐羅及美元而產生的外匯風險。本集團對其他匯率變動並無重大之風險。

14. 或有負債、法律訴訟及潛在訴訟

截至二零一七年六月三十日止，除了東迪欣的前行政總裁(「原告人」)向東迪欣一名主要股東(「該主要股東」)及東迪欣提出索償；及東迪欣就廣東省深圳市南山區人民法院之判決：(1)該主要股東須轉讓其持有的東迪欣15%的股權予原告人(「股權轉讓」)；(2)該主要股東及東迪欣須協助進行完成股權轉讓的所有相關程序；及(3)該主要股東及東迪欣須承擔人民幣2,900元的訴訟費，已向廣東省深圳市中級人民法院(「法院」)提出上訴(「上訴」)；如於二零一六年年報內於「訴訟」一節所披露之申索外，本集團並無任何重大或有負債、法律訴訟或潛在訴訟。如二零一六年年報所披露，基於判決，本公司將毋須承擔任何責任或被責令支付的任何重大訴訟費用，並將不會對本集團於東迪欣持有的股權造成攤薄影響。因此，判決將不會對本集團的日常營運及財務狀況造成任何重大不利影響。於本報告日，法院已就上訴作出聆訊但還未作出裁決。而本公司將會於適當時就上訴的任何重大進展根據上市規則刊發進一步公告知會本公司股東及公眾。

15. 重大收購和出售

截至二零一七年六月三十日止六個月，本集團並沒有任何重大收購和出售。

16. 持續經營

根據現行財務狀況和可動用的融資，本集團在可見未來有足夠財務資源繼續經營。因此，在編製財務報告時已採用持續經營基準編製。

未來展望

1. 執行「四五」戰略規劃，推動總戰略和子戰略進一步深化落實和檢討。

未來，本集團將在「四五」戰略的指引下，進一步完善產業化佈局，通過立足大健康產業，打造產品引進、投資兼併、工業生產三大產品動力源，搭建傳統業務、新業務、投資管理和電商平台業務四大平台，實施密集增長和一體化戰略，加快國際化步伐，推進管理系統建設，提升核心競爭力。定期檢討總戰略和子戰略的執行情況，並對執行過程中存在的問題及時糾偏。

2. 強化企業內部數據建設，開啟數據化平台管理模式，建立自營電商平台。

本集團已經建立了以企業內部進、銷、存為基礎的SAP ERP數據系統及BI分析系統，並在不斷推進與客戶的進、銷、存數據對接工作，以評估客戶在經營本集團產品的能力及本集團產品在渠道的流速。為了確保數據的準確性，逐步建立以內部數據為基礎，並引入外部數據的大數據系統，本集團將推進與客戶的數據實時對接系統建設，利用信息技術自動採集本集團產品的銷售數據，庫存數據及終端的覆蓋和周轉，發現潛力市場和評估市場費用使用的有效性。未來，還將依託電子商務平台的運行，建立會員管理系統，開啟企業內部的大數據建設，為集團業務的精準化有序開展提供依據。

基於消費習慣的改變及信息技術的發展，近年來，電商業務發展迅猛，本集團也積極主動地擁抱互聯網，充分利用跨境電商的政策優勢，建立了電商業務部，並取得了良好的成績。為了將這些業務進一步擴大，本集團再次牽手全球軟件實力最強的SAP公司，啟動了hybris電商項目，該項目將對本集團的電商業務(包含第三方平台)進行全渠道管理，進一步增強客戶粘性，建立數據化管理中台。預計年內將上線第一期跨境B2C平台。

3. 優化渠道管理，提升銷售。

中國是一個地域遼闊、多民族、生活習慣差異很大的國家，因此，每個地區的經濟發展水平不同，商業習慣也不一樣，渠道在商品的流通環境仍然起到很重要的作用，特別對於受政策監管嚴厲的醫藥行業更是如此。商業的本質是互惠互利，但是當一個產品很暢銷時，有的商業為了吸引流量可能不遵守廠家的價格體系和區域管理秩序，導致渠道商經營積極性下降，盈利減少，更關注盈利大的競品。為此，本集團和廠家將會聯手對渠道商進行重新評估，精選優質的渠道商進行合作，達到最少客戶最大覆蓋的目的，維護各級渠道商合理利潤，大家共同促進銷售。

4. 繼續強化醫藥線及母嬰線 KA 體系的合作，提升單店產出。

未來，本集團繼續擴大與母嬰 KA 體系的合作範圍，尋找區域有影響力的區域連鎖進行合作，同時，通過多種多樣的推廣方式來提升品牌對消費者的吸引力，提高門店的鋪市率，加快門店進場、優化推廣方案、促進終端動銷以及打造樣板門店等方式提升屈臣氏及萬寧等個人護理連鎖門店的終端銷售及維護；加快步伐拓展全國大型母嬰連鎖網絡，強化終端網絡及銷售管控。

5. 加快康萃樂益生菌系列產品的全渠道佈局及新品銷售

未來，本集團將繼續積極拓展康萃樂益生菌系列產品所覆蓋的跨境電商分銷、自營平台及線下醫藥線和母嬰線 KA 門店的拓展，並以康萃樂成人粉劑上市為切入點，推動康萃樂在 KA 體系及線下渠道全品類的發展，使康萃樂產品在線下覆蓋的終端數量達幾萬家以上，以進一步發揮品牌的市場競爭力，為更多的家庭提供健康服務。

6. 推動「全球瘦」產品家族快速發展

未來，本集團將繼續打造「全球瘦」平台，尋找瘦身類產品的爆款，以比利時 Tilman 植物減肥茶包系列產品天貓旗艦店為切入點，通過多種組合營銷的模式，引發目標人群的關注和購買，建立品牌形象，提升品牌知名度，並通過達人、大咖及軟文等來繼續引發爆點，提升銷售。

全球瘦的另一款產品——意大利 Zuccari 濃縮瘦身果汁已經可以銷售，本集團將通過深化與原有各大電商平台、分銷渠道的合作，與網易考拉、唯品會等新的大型渠道建立合作機制，成為其減肥品類戰略性客戶，為 Zuccari 濃縮瘦身果汁迅速上市及引發爆點提供保障，同時通過新媒體傳播助力銷售。

同時，本集團將繼續豐富「全球瘦」家族的品類，並於全球範圍內甄選暢銷、優質及無毒害副作用的健康減肥產品。在保持澳洲菲拉斯德椰子水良好銷售運營的同時，加大德國慧纖(BMI smart)、比利時 Tilman 植物減肥茶包、意大利 Zuccari 濃縮瘦身果汁、日本 VL 瘦身霜系列等新產品的市場拓展及品牌推廣策劃。

7. 繼續優化管理機制，選拔優秀人才

未來，本集團將繼續落實和執行多種激勵政策組合，及時評估實施激勵政策給業務帶來的有利影響，消除不利因素。同時，本集團繼續推動銷售副總輪值制，完善及跟進輪值人員的安排、考核、激勵、述職、評價，確保集團達到提升業績、選拔優秀管理人才的目標。此外，本集團還將啟動全員職業生涯規劃工作，為公司未來發展培養梯隊人才，為優秀人才未來發展提供機會和平台。

8. 立足大中華，鞏固大健康名牌代理領先地位

作為國內領先的大健康品牌代理商，本集團擁有眾多優質海外健康產品於大中華地區的獨家代理權，且於行業內具有顯著的運營經驗及資源優勢。未來，集團將加快國際化步伐，夯實港澳市場、探索亞洲市場，並展開對台灣地區以及東南亞重點市場的調研，摸索旗下代理產品進駐更廣泛市場的可行性。

本集團將打造全方位產品引進體系，推進產品引進分類管理、市場監測、動態分析、目標進度、人才培養等體系的建設，發揮源動力。同時，本集團將發揮多渠道資源優勢，加速包括藥品、保健品、健康食品、減肥產品、美妝護理、醫療器械等多樣化產品體系的引進，並目標將旗下產品打造成為各細分體系的龍頭品牌，從而鞏固自身大健康領域名牌代理的行業領先地位。

9. 優化資本運作體系，建立風險應對財務機制

未來，本集團將繼續以升級大健康領域佈局為根本，合理借助多元化的資本工具，採用市場差異化的投資策略，積極有序地推動集團資本化運作。本集團將在不斷夯實渠道資源核心競爭力的同時，充分運用資本力量，全速推動產業鏈一體化整合，合理佈局大健康市場，為主營業務輸入源動力，並提升集團資本擴張能力。

此外，在本集團引進境外產品品類增加以及人民幣匯率持續波動的情況下，本集團將建立以適應匯率波動為核心的財務體系，建立流程化、標準化的預算制、核算制，推進條線、區域、部門獨立核算。本集團將不定期評估匯率風險，採取遠期售匯等措施鎖定匯率，建立完善的風險應對財務機制。

10. 攜手金活關愛健康基金會，助力全民大健康

金活關愛健康基金會自二零一五年成立以來，一直秉承本集團「效力世人、澤潤蒼生」的責任和使命，助力身心靈三位一體全民健康理念，倡導「健康中國益起來」的公益精神，借助本集團在中國醫藥行業和大健康領域卓越的社會影響力，推動中國公益事業之發展。

未來，本集團也將與金活關愛健康基金會聯合深圳晚報、ZAKER等媒體以及健康部落等民間NGO組織，繼續舉辦「金活健康使者進社區」系列關愛活動，尤其是關愛肌肉、關節、頸肩腰腿痛人群，在全國近百個城市招募金活健康使者，把慰問和關愛送到全國各大城市各個社區，向關愛對象提供飛鷹活絡油、金活依馬打正紅花油、和興白花油及曼秀雷敦薄荷膏等外用藥物按摩拭擦服務。希望在為人們提供健康服務的同時，從社區發展角度，普及健康生活、優化健康服務、傳遞健康理念、建設健康環境，以實際行動助力健康中國，助力全民大健康。

人力資源及培訓

於二零一七年六月三十日，本集團擁有合共986名員工，其中127名於本集團深圳總辦事處任職，而386名則駐守34個地區，主要執行銷售及營銷職責；473名於東迪欣任職。於本報告期間總員工成本約為人民幣27,922,000元(二零一六年：人民幣27,613,000元)。本集團每年發出年度銷售指引，載列年度銷售目標並制訂季度營銷策略，以提供銷售及營銷指示供各代表辦事處及其員工遵守。本集團的資深管理團隊(包括銷售總監及產品經理)負責協調前綫銷售及營銷團隊以達致年度銷售目標。

於本報告期間，本集團秉承「以人為本」的管理理念，積極為員工搭建管理與發展的平台。本集團聘請其僱員時有嚴格甄選程序。本集團採用多項獎勵機制提升僱員的工作效率，定期考察僱員表現，並相應調整薪金及花紅。此外，本集團亦為不同職能僱員提供培訓。

其他資料

本公司上市所得款項用途

本公司股份於二零一零年十一月二十五日在聯交所上市所得款項經扣除相關費用後，約為241,862,000港元(相當於約人民幣206,167,000元)。截至二零一七年六月三十日，本集團已動用所得款項淨額中約人民幣136,920,000元，其中約人民幣6,000,000元已經用於提升向客戶的運輸及配送服務、約人民幣15,760,000元已經用於擴展產品專櫃計劃、約人民幣20,600,000元用作營運資金及約人民幣94,560,000元已經用於收購東迪欣。而剩餘所得款項將根據招股章程內所載之建議用途使用。

資本承擔

於二零一七年六月三十日，本集團之資本承擔約為人民幣20,739,000元(二零一六年十二月三十一日：約為人民幣24,074,000元)。

公眾持股量

根據公開可得資料及就董事所知，於本報告期間至本公告日期，本公司最少25%的已發行股本由公眾股東持有。

股息

根據本公司股東於二零一七年五月二十六日通過的決議，本公司向全體股東宣派截至二零一六年十二月三十一日的經審核可分派溢利合共約18,364,000港元(相當於約人民幣16,434,000元)。該股息已於二零一七年六月二十七日以本公司內部現金全數支付。

董事會並不建議派發截至二零一七年六月三十日止六個月期間的中期股息(二零一六年：零)。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於本報告期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

企業管治常規

董事會致力堅守於香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十四所載的企業管治守則(「企業管治守則」)載列的企業管治原則，並採納多項措施以加強內部監控系統、董事的持續專業培訓及本公司其他常規範疇。董事會在努力保持高標準企業管治的同時，亦致力為其股東創造價值及爭取最大回報。董事會將繼續參照本地及國際標準檢討及提高企業管治常規的質量。

於本報告期間，本公司一直遵守企業管治守則內所有適用之守則條文，惟與企業管治守則內條文第 A.2.1 條有所偏離者除外。

根據企業管治守則之守則條文第 A.2.1 條，主席與行政總裁的角色應予以區分，不應由一人同時兼任。現時，趙利生先生為董事會主席兼任行政總裁。董事會認為，讓趙先生同時擔任兩個職務可為本集團提供強大而貫徹之領導，並可於規劃及落實長遠業務策略時更有效益。董事會亦認為，鑒於董事會之成員包括強大而獨立的非執行董事在內，故此架構不會損害董事會及管理層於本集團業務權力及權限之平衡。董事會認為，上文描述之架構對本公司及其業務有利。

證券交易之標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載之上市公司董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為其本身監管董事進行證券交易之守則。每位董事經已確認彼於本報告期間一直遵守標準守則。本公司亦已就有關僱員採納條款不會較標準守則寬鬆之書面指引。高級管理層因其在本公司所擔任之職務而可能擁有未公佈之內幕資料，彼等已應要求遵守標準守則及本公司有關董事進行證券交易之操守準則之有關規定。於本報告期間內，根據本公司所知，並無出現有關僱員違反僱員書面指引之情況。

審核委員會

本公司於二零一零年十一月五日成立審核委員會，並已以書面列明其職權範圍(已按照企業管治守則現行條文不時予以修訂)。審核委員會的主要職責(除其他事項外)是：提供一個獨立的審查和監督財務報告，並審查本集團的內部控制的有效性以及確保外聘核數師為獨立的且審計過程中是有效的。審核委員會審查本集團所實行的會計原則及政策、審計功能，內部控制，風險管理及財務報告的有關所有事項。審核委員會亦作為董事會和外聘核數師之間溝通的渠道。審核委員會有3名成員，即段繼東先生、張建斌先生及黃焯琳先生。黃焯琳先生擁有合適專業資格且具備會計事務經驗已獲委任為審核委員會主席。黃焯琳先生已獲委任為審核委員會主席。

審核委員會已審閱本公司截至二零一七年六月三十日止六個月的未經審核簡明合併財務報告、本業績公告及中期報告，並同意本公司所採納的會計處理方法。

結算日後事項

於本公告日期，概無重大本報告期後事項。

信息披露

本公司將於適當時候將截至二零一七年六月三十日止六個月之中期報告寄發至本公司股東並將於聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)及本公司網站(<http://www.kingworld.com.cn>)登載。

承董事會命
金活醫藥集團有限公司
主席
趙利生

香港，二零一七年八月二十九日

於本公告日期，執行董事為趙利生先生、陳樂燊女士及周旭華先生；非執行董事為張翼先生以及獨立非執行董事為段繼東先生、張建斌先生和黃焯琳先生。