

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)

截至二零二二年六月三十日止六個月之
中期業績公告

財務摘要

	截至六月三十日止六個月		百分比變動 增加／ (減少)
	二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	
收益	419,647	415,300	1.0%
銷售成本	(285,951)	(281,729)	1.5%
毛利	133,696	133,571	0.1%
毛利率	31.9%	32.2%	(0.3)個百份點
期內溢利	35,103	34,285	2.4%
本公司擁有人應佔溢利	24,213	19,482	24.3%
基本每股盈利(人民幣分)	3.99	3.21	24.3%

綜合損益表

截至二零二二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 二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元
收益	4	419,647	415,300
銷售成本		(285,951)	(281,729)
毛利		133,696	133,571
其他收益、收入及其他虧損淨額	7	14,540	11,042
銷售及分銷成本		(49,401)	(47,734)
行政開支		(45,313)	(43,544)
無形資產攤銷費用		(6,785)	(6,785)
經營溢利		46,737	46,550
融資成本	8(a)	(8,659)	(7,689)
應佔一家合營企業溢利		4,113	1,662
應佔一家聯營公司溢利		38	20
除稅前溢利	8	42,229	40,543
所得稅	9	(7,126)	(6,258)
期內溢利		35,103	34,285
應佔：			
本公司擁有人		24,213	19,482
非控股權益		10,890	14,803
期內溢利		35,103	34,285
每股盈利	11		
基本(人民幣分)		3.99	3.21
攤薄(人民幣分)		3.99	3.21

綜合損益及其他全面收入表

截至二零二二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

二零二二年
(未經審核)
人民幣千元

二零二一年
(未經審核)
人民幣千元

期內溢利

35,103

34,285

期內其他全面收入

期後可重新分類至損益之項目：

中國境外實體之財務報表換算產生之匯兌差額

(1,284)

5,814

(1,284)

5,814

期內全面收入總額(扣除稅項)

33,819

40,099

應佔：

本公司擁有人

22,929

25,296

非控股權益

10,890

14,803

期內全面收入總額

33,819

40,099

綜合財務狀況表

於二零二二年六月三十日 – 未經審核
(以人民幣列示)

	附註	二零二二年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
使用權資產		106,676	107,896
物業、廠房及設備		140,860	102,039
投資物業		121,800	121,800
於一家合營企業的權益		89,810	85,697
於聯營公司的權益		8,433	8,395
商譽		90,693	90,693
無形資產		6,919	13,703
按公平值計入損益的金融資產		6,461	6,461
按公平值計入其他全面收入的金融資產		38,702	37,490
		<u>610,354</u>	<u>574,174</u>
流動資產			
存貨		122,724	106,744
應收貿易賬款及其他應收款項	12	293,812	334,506
按公平值計入損益的金融資產		16,119	10,480
現金及現金等價物		237,820	187,925
		<u>670,475</u>	<u>639,655</u>
流動負債			
合約負債		63,962	71,730
應付貿易賬款及其他應付款項	13	187,811	152,490
銀行貸款		236,591	229,922
租賃負債		8,257	7,584
應付稅項		10,591	11,897
		<u>507,212</u>	<u>473,623</u>
流動資產淨值		<u>163,263</u>	<u>166,032</u>
總資產減流動負債		<u>773,617</u>	<u>740,206</u>

	二零二二年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動負債		
租賃負債	1,569	1,450
遞延稅項負債	17,595	18,122
	<u>19,164</u>	<u>19,572</u>
資產淨值	<u>754,453</u>	<u>720,634</u>
資本及儲備		
股本	53,468	53,468
儲備	586,358	563,429
本公司擁有人應佔權益總額	639,826	616,897
非控股權益	114,627	103,737
權益總額	<u>754,453</u>	<u>720,634</u>

簡明綜合財務報表附註

截至二零二二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(連同本公司,「本集團」)主要於中華人民共和國(「中國」)及香港從事(i)品牌進口醫藥及保健產品的分銷以及(ii)製造及銷售電療、物療設備及一般醫療檢查設備。

2. 編製基準

未經審核中期業績公告乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則的適用披露規定及香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港會計準則第34號中期財務報告(「香港會計準則第34號」)編製。

按香港會計準則第34號編製未經審核中期業績公告時,管理層須作出影響政策的應用以及本年度截至現時為止的資產、負債、收入及支出呈報金額之判斷、估計及假設。實際結果或會有別於該等估計。

未經審核中期業績公告包括簡明綜合財務報表及部分附註,闡明對理解自二零二一年年度財務報表以來本集團財務狀況變動和表現重要的事件及交易。簡明綜合財務報表及有關附註並不包括根據香港財務報告準則(亦包香港會計師公會頒佈的香港會計準則及詮釋)編製的完整財務報表所需的全部資料。

中期業績公告未經審核,但已由本公司的審核委員會進行審閱。

3. 主要會計政策

除投資物業及按公平值計入損益之金融資產按公平值列賬外,簡明綜合財務報表按歷史成本基準編製。

除下文所述者外,簡明綜合財務報表所用的會計政策與本集團編製截至二零二一年十二月三十一日止年度的年度財務報表所用者一致。

本集團已將下列由香港會計師公會發佈的香港財務報告準則修訂應用於本會計期間的本中期財務報告:

香港財務報告準則第3號的修訂本	概念框架之提述
香港會計準則第16號的修訂本	物業、廠房及設備:擬定用途前之所得款項
香港會計準則第37號的修訂本	有償合約:履行合約之成本
香港財務報告準則的修訂本	香港財務報告準則二零一八年至二零二零年 週期之年度改進

本集團並未應用於本會計期間尚未生效的任何新準則或解釋。

於本報告期間,應用上述修訂本並無對該等簡明綜合財務報表呈列之金額及/或該等簡明綜合財務報表所載披露造成重大影響。

除截至二零二一年十二月三十一日止年度的年度報告所披露者外,本公司董事預期應用其他新訂及經修訂準則及已發行但尚未生效的修訂本將不會對本集團之業績及財務狀況造成重大影響。

4. 收益

本報告期內，收益指進口品牌藥品及保健品及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銷售稅、退貨及折扣。

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 (未經審核)	二零二一年 (未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
以下產品的銷售額		
— 藥品	222,402	215,976
— 保健品	57,856	57,001
— 醫療設備	139,389	142,323
	<u>419,647</u>	<u>415,300</u>
收益確認時間 於某一時間點	<u>419,647</u>	<u>415,300</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組合而設立。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，本集團以下列兩個呈報分類呈列。並無將任何經營分類合計以構成以下之呈報分類。

1. 藥品及保健品分銷：本分類主要於香港及中國從事品牌進口藥品及保健品的分銷及銷售。
2. 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，本集團就此方面的業務主要於中國進行。

(a) 分類業績、資產及負債

本報告期內，主要經營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）如下：

截至六月三十日止六個月	藥品及保健品分銷				製造及銷售電療及物療 設備及一般醫療檢查設備		總計	
	香港		中國		中國			
	二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元	二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元
來自外界客戶的收益	22,679	20,883	257,579	252,094	139,389	142,323	419,647	415,300
分類間收益	2,571	2,332	3,318	3,280	-	-	5,889	5,612
可報告分類收益	<u>25,250</u>	<u>23,215</u>	<u>260,897</u>	<u>255,374</u>	<u>139,389</u>	<u>142,323</u>	<u>425,536</u>	<u>420,912</u>
可報告分類溢利／(虧損) (經調整EBITDA)	<u>(3,011)</u>	<u>(3,514)</u>	<u>40,989</u>	<u>35,695</u>	<u>39,895</u>	<u>42,211</u>	<u>77,873</u>	<u>74,392</u>
	二零二二年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元	二零二二年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元	二零二二年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元	二零二二年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
可報告分類資產	34,039	33,602	630,976	594,324	439,656	409,742	1,104,671	1,037,668
可報告分類負債	<u>6,110</u>	<u>6,026</u>	<u>290,885</u>	<u>268,246</u>	<u>89,739</u>	<u>85,341</u>	<u>386,734</u>	<u>359,613</u>

用於報告分類溢利的計量方法為「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」被視為包括投資收入，而「折舊及攤銷」被視為包括非流動資產之減值虧損。為得出經調整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，如董事薪酬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	
	二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元
來自本集團外界客戶及合營公司的可報告分類溢利	77,873	74,392
折舊及攤銷	(21,934)	(21,193)
融資成本	(8,659)	(7,689)
未分配總公司及企業費用	<u>(5,051)</u>	<u>(4,967)</u>
除稅前綜合溢利	<u>42,229</u>	<u>40,543</u>

6. 季節性營運

本集團於分銷藥品和保健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. 其他收益、收入及其他虧損淨額

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 (未經審核)	二零二一年 (未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
其他收益：		
並非按公平值計入損益的金融資產的利息收入總額：		
銀行利息收入	182	220
按公平值計入其他全面收益的金融資產之利息收入	239	291
投資物業的租金收入總額	1,093	1,449
推廣服務收入	3,486	3,009
	<u>5,000</u>	<u>4,969</u>
其他收入及其他虧損淨額：		
政府補貼(下文附註)	966	4,018
按公平值計入損益的金融資產公平值變動	5,036	3,497
匯兌收益／(虧損)淨額	3,603	(1,660)
其他	(65)	218
	<u>14,540</u>	<u>11,042</u>

附註：本集團獲當地政府機關授予之政府補貼，主要為鼓勵本集團發展及為當地經濟發展作出貢獻之獎勵，該等補貼並無未履行的附帶條件。

8. 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)以下各項後得出：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元
a) 融資成本		
並非按公平值計入損益的金融負債的利息開支總額：		
銀行貸款利息	8,155	7,207
租賃負債利息	504	482
	<u>8,659</u>	<u>7,689</u>
融資成本總額	<u>8,659</u>	<u>7,689</u>
b) 其他項目		
無形資產攤銷	6,785	6,785
存貨成本	285,951	281,729
員工成本	74,722	72,183
物業、廠房及設備折舊	5,972	5,582
使用權資產攤銷	5,023	6,073
投資物業的租金收入扣減直接開支人民幣169,000元 (截至二零二一年六月三十日止六個月： 人民幣172,000元)	(924)	(1,277)
研發成本	8,084	6,208
支付股份獎勵計劃費用	687	—
	<u>687</u>	<u>—</u>

9. 所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元
香港利得稅		
本期內	(827)	(965)
中國企業所得稅		
本期內	<u>7,953</u>	<u>7,223</u>
	<u>7,126</u>	<u>6,258</u>
遞延稅項		
暫時性差異的產生及撥回	<u>-</u>	<u>-</u>
	<u>7,126</u>	<u>6,258</u>

附註：

- i) 根據開曼群島及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) 於二零一八年三月二十一日，香港立法會通過《2017年稅務(修訂)(第7號)條例草案》(「條例草案」)，引入兩級制利得稅率制度。該條例草案於二零一八年三月二十八日簽署成為法律，並於翌日刊憲。根據兩級制利得稅率制度，符合條件的集團實體的首200萬港元溢利將按8.25%的稅率徵稅，而超過200萬港元的溢利將按16.5%的稅率徵稅。對於並不符合兩級制利得稅率制度條件的集團實體，其溢利將繼續按16.5%的統一稅率徵稅。兩級制利得稅率制度於截至二零二二年及二零二一年六月三十日止六個月適用於本集團。
- iii) 本集團於截至二零二二年及二零二一年六月三十日止六個月的中國企業所得稅支出主要指本集團中國附屬公司深圳市金活醫藥有限公司及深圳市東迪欣科技有限公司(「東迪欣」)的中國企業所得稅支出，按法定稅率25%(截至二零二一年六月三十日止六個月：25%)計算，惟東迪欣按優惠所得稅稅率15%(截至二零二一年六月三十日止六個月：15%)計算除外。
- iv) 根據新企業所得稅法及其實施條例，由非中國居民企業應收中國居民企業的股息須按10%稅率繳納預扣稅(除非經稅務條約或協議下調)。根據《中國內地及香港特別行政區關於對避免雙重課稅和防止逃稅的協定》，或中國內地／香港特別行政區全面性避免雙重課稅協定，持有一間中國企業25%或以上權益之香港企業稅居民有權享有5%的下調股息預扣稅率。根據財稅[2008]1號關於企業所得稅若干優惠政策的通知，於二零零八年一月一日前所產生的未分派溢利獲豁免繳納該預扣稅。因此，本集團於香港的投資控股公司就自二零零八年一月一日起所賺取溢利而應收中國附屬公司的股息將須繳納5%預扣稅。

10. 股息

- a) 本公司董事並不建議就截至二零二二年及二零二一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本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 二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元
就以往財政年度於本報告期內批准及支付的 末期股息2.39港仙(相等於約人民幣1.95分) (二零二一年：0.65港仙(相等於約人民幣0.55分))	12,138	3,424

11. 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 二零二二年 (未經審核) 人民幣千元	二零二一年 (未經審核) 人民幣千元
本公司擁有人應佔期內溢利	24,213	19,482
每股基本盈利之盈利	24,213	19,482

ii) 普通股加權平均數

	截至六月三十日止六個月 二零二二年 (未經審核)	二零二一年 (未經審核)
已發行普通股加權平均數	622,500,000	622,500,000
根據股份獎勵計劃購回及持有股份的 加權平均影響	(14,957,503)	(16,000,000)
每股基本盈利之普通股加權平均數	607,542,497	606,500,000

(b) 每股攤薄盈利

由於截至二零二二年及二零二一年六月三十日止六個月期內已授出購股權的行使價均高於本公司股份加權平均市價，因此，截至二零二二年及二零二一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。由於轉換或行使購股權將對每股盈利產生反攤薄影響，因此每股攤薄盈利的計算不包括假定轉換或行使購股權的潛在普通股。

12. 應收貿易賬款及其他應收款項

本集團授予其客戶的信貸期一般介乎30日至120日。於本報告期末，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：

	於二零二二年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二一年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至90日	116,031	134,256
91至120日	2,738	1,691
121至180日	186	245
181至365日	206	278
應收貿易賬款總額(扣除呆壞賬撥備)	119,161	136,470
應收票據	73,216	101,361
其他應收款項	44,259	37,599
應收關聯方款項	-	286
應收一間聯營公司款項	1,451	4,378
應收合營企業款項	-	2
按攤銷成本計量的金融資產	238,087	280,096
預付款項	19,906	18,276
貿易及其他按金	7,375	5,805
向關聯方支付的貿易按金	28,444	30,329
	293,812	334,506

13. 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。於本報告期末，應付貿易賬款按發票日期呈列的賬齡分析如下：

	於二零二二年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二一年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至90日	112,654	105,924
91至180日	3,568	174
應付貿易賬款總額	116,222	106,098
預提費用	6,319	6,522
應付關聯方款項	3,633	3,267
其他應付賬款	57,760	32,252
按攤銷成本計量的金融負債	183,934	148,139
應付增值稅	3,877	4,351
	187,811	152,490

管理層討論與分析

市場及行業回顧

1、中藥市場復甦利好，疫情防控常態化

在中醫藥相關政策利好的大環境下，同時受益於國民消費升級、健康養生意識提高以及中藥企業基本面完善，具備消費屬性的中藥OTC領域近年來市場整體在快速增長，由國家藥品監督管理局指導編發的二零二一年中藥監管藍皮書顯示，截至二零二一年底，中國共有中成藥生產企業2,225家，二零二一年中國中藥工業穩步增長，全年營業收入達到人民幣6,919億元，同比二零二零年增長12.4%。市場整體的快速發展也為藥店中藥業務提供了增長動能。因為新型冠狀病毒(COVID -19)疫情(「疫情」)的影響，國民健康意識越來越強，中藥也越來越受重視，未來中藥的業績貢獻佔比將會逐漸加大。

二零二二年醫藥行業受到整體經濟下行之影響，弱增長趨勢之下，中醫藥已逐步成為藥品零售突圍的方向。本集團20多年來專注於中醫藥產品，集團旗下運營多個百年及百年國際著名中成藥產品，為業界及消費者熟知。受益於相關政策利好本集團有望迎來更好發展。

自疫情以來，多地對退熱、止咳、抗病毒、抗生素等四大類藥品進行實名登記甚至禁售等分級管控。隨著疫情防控的常態化，四類藥品受限的情況於截至二零二二年六月三十日止六個月(「本報告期」)內稍有緩解，二零二二年五月底開始，浙江、河南、廣東、陝西等多地紛紛發文，常態化疫情防控期間，藥店可於線上線下正常銷售四大類藥品，無需再進行實名登記。本集團代理的京都念慈菴蜜煉川貝枇杷膏在止咳利咽方面具有良好功效並具有預防作用，疫情期間亦有市民將之列為防護家庭必備藥，但因四類藥限售原因於疫情期間銷售受到影響，現各地解禁意味著這一桎梏將有所緩解。同時因應新冠疫情防控成效不斷顯現，各行業的經濟發展呈現恢復增長的良好態勢。本集團亦與時俱進，快速新增通過了抗原試劑盒等醫療器械的營業範圍。

2、人口增速放緩，少子老齡化將成為常態

人口負增長下「少子老齡化」將成為常態。一是隨著長期累積的人口負增長勢能進一步釋放，中國總人口增速明顯放緩，「十四五」期間將進入負增長階段。二是生育水平持續走低，近年來總和生育率降到1.3以下，低生育率成為影響中國人口均衡發展的最主要風險。三是老齡化程度加深，預計二零三五年前後進入人口重度老齡化階段（60歲以上人口佔比超過30%）。四是家庭小型化，二零二零年平均家庭戶規模降至2.62人，較二零一零年減少了0.48人，養老和撫幼功能弱化。本集團根據這一趨勢已調整公司產品結構，引進青少年兒童健康產品如Life's DHA藻油系列等，及成年人營養健康產品和老齡化慢病健康產品，如馬來酸依那普利葉酸片（「依葉」）等產品進展順利。

3、藥品零售線上化，電商發展迅速

根據本集團行業分析顯示，「線上化、處方藥OTC化、消費自主化」成為中國藥品零售行業的3個關鍵詞。互聯網+時代，醫藥電商發展迅速，網上交易量不斷上升，於二零二一年受網售處方藥開放影響，網上藥品市場全年銷售規模較二零二零年全年增長51.5%。受後疫情催化、網上藥店開放處方藥銷售等因素影響，實體藥店進店人數和藥品份額有所下滑，而網上藥店購買人次和藥品份額則有所提升。

疫情刺激了線上購物快速增長。特別是二零二二年上半年，民生必需品和健康品類等兩個品類高速增長。從渠道來看，實體藥店與醫藥電商的市場增速則冷熱不均。二零二二年第一季度，實體藥店零售市場銷售額約為人民幣731.5億元，同比二零二一年同期增長3.8%。反之，醫藥電商發展再次提速。

根據中康數據顯示，二零二一年全國醫藥電商B2C市場年度銷售規模達人民幣1,259億元，同比二零二零年增長49.0%。其中B2C呈現出「2+N」格局，京東健康和阿里健康兩者市場份額超70.0%。在O2O領域，二零二二年第一季度O2O銷售額約人民幣29.7億元，同比二零二一年同期增長69.1%，佔到實體藥店零售市場的4.0%，同比二零二一年同期提升2個百分點，佔比翻了一番。疫情的變化極大影響了品類結構的發展，並促使細分品類的深耕。隨著新健康消費理念的產生，新產品及服務不斷湧現，使得線上的健康消費熱潮如火如荼。本集團抓住電商發展趨勢，與國內線上醫藥電商簡建立合作關係，開發O2O渠道，多年來在醫藥電商的投入亦在本報告期內取得了較好的增長。

業務回顧

本集團於醫藥大健康產業的三大業務包括：

藥品分部：代理及分銷海內外優質及知名的藥品，包括星級產品京都念慈菴產品系列、喇叭牌正露丸、依葉酸片等；

保健品及美妝分部：分銷海內外優質及知名的保健品，包括王牌產品康萃 (Culturelle) 益生菌產品系列、Life's DHA 藻油產品系列、CARMEX 唇膏系列及外用藥油產品系列等；及

醫療設備分部：從事紅外線體溫監測儀等醫療設備的研發、製造及生產；以及分銷醫療用品如醫用口罩。

於本報告期間，本集團於藥品分部的銷售佔比為53.0%，約人民幣222,402,000元，較去年同期增加3.0%；保健品及美妝分部銷售佔比為13.8%，約人民幣57,856,000元，較去年同期增加1.5%；醫療設備分部銷售佔比為33.2%，約人民幣139,389,000元，較去年同期減少2.1%。

藥品分部之重點回顧

本集團擁有完善的商業化體系，在市場準入、品牌策劃、零售管理、新媒體推廣、政府事務、商業合作等方面均擁有已被驗證的成功經驗，已為眾多品牌在中國及港澳市場創造了專業的品牌形象和好的銷售記錄，並得到海內外合作夥伴認可。藥品分銷為本集團多年來重點業務之一，包括京都念慈菴系列、依葉酸片、喇叭牌正露丸等多個名牌藥品。於本報告期內，本集團子公司珠海金明醫藥獲得了香港余仁生保嬰丹系列的授權。

雖然疫情反覆，局部地區為抗疫對感冒止咳發熱四類藥物多有限制，本集團京都念慈菴枇杷膏仍取得同比增長6.6%的佳績。於本報告期內，本集團引進的國家二類創新藥依葉酸片，市場取得突破，銷售亮眼，二零二二年上半年銷售額同比二零二一年同期增長三倍。於本報告期內，本集團藥品分銷緊隨OTC市場渠道的變化、針對消費人群及場景的不同採取不同營銷策略，包括：

1、深耕細作重點市場，下沉潛力市場，渠道網絡佈局向縱深化發展

二零二一年，國內醫藥行業連鎖集中度進一步提升，連鎖率佔比為57.2%，同時一、二級城市OTC增長慢於三、四級市場的增長。為此，本集團不斷加強和深化與醫藥連鎖企業開展多種多樣的合作模式，共建工商合作共贏的夥伴關係。同時，通過商業夥伴和連鎖的資源，強化三、四級市場的拓展和投入，使渠道網絡的觸角不斷向縱深延伸，提升產品的鋪市率和銷量。於二零二二年六月三十日，本集團醫藥OTC客戶數量分別為：一級客戶：229家；二級客戶：284家；連鎖客戶：1,975家；零售藥店（含連鎖及單體藥店）：147,275家；基層醫療機構、診所及醫院：36,369；覆蓋城市數：416個。其中，連鎖總部、連鎖藥店、單體藥店數量同比增長近10.0%，基層醫療機構同比增長11.0%。

在港澳市場方面，本集團依託建立的專業高效運營團隊，不斷開拓新市場，梳理渠道，加強宣傳及推廣，保持與零售商的溝通，及時了解及滿足零售商的需求，提升服務質量和滿意度。經過重新檢視佈局和優化流程，香港佛慈營銷管道佈局已成雛形，與華潤醫藥集團附屬公司之華潤堂連鎖零售店深度合作。關係和信任均得到升級，雙方合作產品由以前2個品規漸增至16個品規。香港佛慈產品覆蓋藥房數目由幾十家增至一百多家，銷售漸取得佳績，同比增長超過15.0%。

2、積極探索處方藥在OTC渠道營銷新模式，漸入佳境

依葉為本集團近年來引進的慢病心腦血管類處方藥，該產品為我國自主研發的I類創新藥物，是國家批准的H型高血壓規範治療藥物。針對中國人腦卒中高發特點常見心血管疾病診斷的個體化治療藥物；大型臨床研究顯示，依葉在降壓治療的同時能顯著降低腦卒中風險。

經過一年多的慢病處方藥營銷模式實踐，本集團積累了一套行之有效的營銷方法。通過公司的SMART信息系統分析及客戶評估體系，確定合作夥伴。針對不同客戶群體開展不同的培訓患教及實踐，通過公益活動及新媒體（如公眾號、百度、知乎、小紅書等）提高消費者對H型高血壓危害的認知度，做好高血壓人群的健康知識傳播及增值服務，提升產品美譽度。

另外，本集團通過大數據反覆研究高血壓高發區域，緊隨處方藥市場重點開發OTC市場，培養「明星」單店。於本報告期內，依葉銷售快速增長，給本集團拓展慢病健康管理開啟了一個新模式。未來本集團將尋找更多優質處方藥合作，進一步豐富現有產品組合，提升銷售規模及營銷團隊效能。

3、線上線下相互融合，共築品牌溫度

酒香還怕巷子深，優質產品也需要擁抱消費行為變化，讓更多的消費者了解及體驗。為了掌握消費場景、消費行為及消費習慣的變化趨勢，本集團不僅建立了內部數據分析SMART系統，還購買行業內各類分析數據，加強與國內頂尖新媒體合作，進一步提升品牌知名度。於本報告期內，念慈菴與愛奇藝進行合作，在其獨播劇《人世間》、《假日暖洋洋》及《心居》投放貼片廣告，收獲了一批年青粉絲。此外，本集團還利用直播形式打開地理空間限制，與連鎖藥店、京東等攜手合作，開展直播健康講座的科普活動，逐步提高本集團產品的知名度，積極參加行業內線上雲博會的產品路演等，整合各類線上資源與線下促銷活動相互融合，共促發展，並受到各類合作夥伴的喜愛。

疫情期間，線下門店人流減少。為此，本集團與各地線下門店聯盟為消費者提供生動活潑的生活場景化主題活動，提高了本集團及產品的品牌形象，增進了品牌和消費者間的情感聯繫，彰顯品牌溫度。如三八婦女節，我們和連鎖開展了插花活動和10.5°「甜」念膏DIY凍飲主題活動，受到了藥店及消費者的極度喜愛。針對中國傳統的端午節，我們聯合藥店和社區，開展了別開生面的包粽子活動，既弘揚了傳統文化，又增加了消費者與連鎖和品牌的互動，給消費者生活增添了樂趣。有些主題活動如養肺中國行快閃，高血壓公益篩查活動已經成為與連鎖合作的王牌活動，深受歡迎。另外，我們亦將此類線下活動通過微信分享、抖音等形式擴大參與人數和互動話題，反應熱烈。

疫情期間，醫藥電商發展提速，本集團看好醫藥電商的發展潛力，大力拓展醫藥電商渠道的深度和廣度，以2（京東、阿里）為核心，加強其他醫藥電商N的合作（健客、圓心妙手、1藥網等垂直醫藥平台），同時加強短視頻直播推廣，共築品牌溫度。

保健品及美妝分部之重點回顧

隨著人民生活水平的不斷提高，對美好生活、健康生活的向往提出了更高的要求，尤其是疫情的爆發，越來越多的國民愈發重視身體健康和自身免疫力的提高。營養保健品及日化品是本集團另一重要業務板塊，除了藥品，旗下亦代理了來自世界各地的著名保健品和日化產品，包括美國銷量第一的康萃樂益生菌 (Culturelle)，每分鐘熱銷170支的美國Carmex潤唇膏系列，Life's DHA藻油系列及外用藥油系列等產品。

於本報告期內，康萃樂兒童益生菌雖然受到香港疫情嚴重影響及出生率下降等原因，但是本集團香港團隊及時調整策略得當，根據成人免疫力提升需求的趨勢，加強成人益生菌的推廣、促銷及宣傳，同時向市場新推出女性益生菌。在市場推廣方面，不僅增加傳統媒體投放如地鐵站枱燈箱廣告，報紙廣告、電視廣告等，還加強與香港本地KOL (key opinion leader)和KOC (key opinion customer)的合作，通過KOL和KOC的親身體驗影響吸引消費者關注和興趣，提升品牌知名度及應用場景推廣。本報告期內，香港本地市場的康萃樂銷售與上年同期相比增長7%，且仍在同類產品中領先。

受國內生育率持續下降、新生兒出生人口逐漸減少、母嬰消費市場競爭越發激烈的影響，消費者對產品品質更加注重，本集團新引進的藻油開創者Life's DHA是從海藻類中提取的高品質DHA，源自NASA太空技術，全球超過600多種產品廣泛使用的藻油品種，擁有超過200多項人體臨床研究，安全有保障。長期食用可以有效促進嬰幼兒大腦神經系統和視網膜發育，提升智力和視力，陪伴寶寶健康成長。憑藉其優良的品牌效應和產品品質，本集團Life's DHA銷售表現亮眼，迅速搶佔市場受到消費者青睞。於本報告期內，Life's DHA銷售與去年同期相比增長213.2%

老齡化社會對骨科損傷類外用藥需求與日俱增，本集團針對該群體深度開發系列產品，通過推廣應用場景提升知名度，旗下金活依馬打正紅花油外用藥油系列繼續穩步增長，與去年同期相比，錄得23.9%增長。本報告期內，本集團以消費者需求及使用場景為核心，針對產品成份及功效，充分發揮互聯網的特性開展各類營銷工作。

1、嚴控產品品質、樹立專業形象、服務大眾健康

本集團旗下產品包括保健品在內均為國際優質健康產品，成分獨特、功效顯著，如康萃樂益生菌中所含LGG成分為全球研究最多的益生菌；Life's DHA採用藻類提取DHA、被譽為最「藻」的藻油；金活依馬打正紅花油是富含真正紅花和血竭的紅花油，由於產品成份和原材料的獨特，功效顯著，安全性高更易被專業人士接受與推崇。於本報告期內，本集團與骨科醫生、兒科醫生等專業人士建立合作，向消費者傳播營養健康及保健知識，亦聯合抖音網紅專業醫生進行視頻科普，以上專業背書為本集團產品樹立了專業形象，取得了良好的效果。其中紅花油的兩條抖音醫生視頻一周內傳播達近百萬人次。

2、借力平台流量打造爆款產品

於本報告期內，本集團持續在天貓、京東、丁香媽媽、年糕媽媽、抖音快手等平台深耕，在直播業務的強勁發展風口抓住機遇，借助短視頻和直播平台探索新營銷渠道以提升營銷能力，涵蓋KOL和KOC口碑沉澱、社群營銷、信息流等方式，助力打響品牌知名度和爆款產品。Life's DHA藻油系列上半年通過年糕媽媽、丁香媽媽、抖音快手矩陣號、明星背書、小紅書、微博達人帶貨等方式達1,000多萬總曝光量，通過強化抖音快手渠道運營，與頭部、腰部直播達人進行直播帶貨合作，帶動品牌曝光量以及成交權重，提升銷量，帶動Life's DHA快速搶佔市場份額。

3、抓住政策利好，積極開發新渠道

本集團以消費者為導向，協同合作夥伴逐步搭建起完善的醫藥大健康產業上下游供應鏈體系。二十多年來本集團深耕市場，建立了覆蓋全國20餘萬家的醫藥分銷網絡及覆蓋商超、大型百貨及母嬰店、美妝店等保健品日化渠道。於本報告期內，根據國家國務院辦公廳《全國深化「放管服」改革優化營商環境》的相關方案，國內多個省市為支持開展便民購藥服務，紛紛出台允許在具有24小時服務能力、門店較多的連鎖便利店設置便民藥櫃銷售乙類非處方藥。本集團抓住該機會，繼續下沉市場，積極開拓了便利店這一新型渠道。本集團金活依馬打正紅花油進駐福建、江西等地的首批藥品經營資質的便利店，更加便捷地服務消費者，進一步提高居民生活服務的品質，為群眾購藥帶來更大便利。未來，本集團將繼續拓寬便利店合作深度和寬度。

4、積極拓展電商，線上線下全渠道全鏈條打通

憑藉本集團優秀的全球供應鏈網絡及對消費需求的把握和選品能力，集合境外優質藥品、保健品產品在天貓國際、京東國際、拼多多等主流電商平台建立跨境OTC旗艦店，通過線上跨境銷售，滿足消費者對境外優質OTC家庭常用藥品及健康品的需求。本集團金活健康之家海外旗艦店自二零二一年三月正式入駐天貓國際海外醫藥類目以來，已與40餘家國際知名品牌商就近百款產品達成合作，覆蓋兒童營養、腸胃健康，風濕骨傷，感冒咳嗽，解熱鎮痛，滋養保健，皮膚用藥、美妝等幾大品類，其中黃道益活絡油、雙飛人、無比滴、皇漢堂便秘丸等重點產品銷售喜人。金活健康之家天貓海外旗艦店二零二二年上半年綜合排名為國際醫藥類目第22名。

為了建立專業的電商團隊，更好地激勵電商團隊提升銷售規模和利潤貢獻，基於跨境電商業務的快速發展和對未來前景的規劃，本集團於本報告期內將金活健康之家跨境業務建立全新運作機制－准事業部制予以扶持，給予一定範圍內的自主經營權以更好地運營跨境業務，快速響應市場需求，全面拓展2C及2B業務。未來，本集團還將把金活健康之家跨境業務延伸至線下主要連鎖合作夥伴，進一步滿足消費升級需求和連鎖品類拓展需求。

除跨境OTC旗艦店的運營外，本集團還負責若干品牌旗艦店及自營店的運營。於本報告期內，本集團借助旗艦店的品牌運營及推廣，不斷拓展線上平台鋪貨，對於主流電商平台採取直供模式，構建以TDI、考拉、阿里健康、唯品會、年糕媽媽為核心的平台板塊矩陣，並打通「線上+線下」全渠道全鏈條的營銷推廣和通路，利用大數據精準定位目標人群及其需求偏好，促進銷售轉化率提升，降低渠道成本的同時，增強了與消費者互動，提升客戶黏性。

醫療設備分部之重點回顧

隨著國內醫療保健健康意識的提升和老齡化的加劇，國內康復行業政策利好，本公司的非全資附屬公司東迪欣立志成為世界領先的物理康復設備供應商。

1、生產方面

於本報告期內，東迪欣繼續加大對精密機加中心項目的投入，進行多次組織流程的優化工作，增加了更多自動化設備，繼續進行生產半自動化改造工作，提高了生產效率，節約了成本。因此，二零二二年上半年完善了產品質量體系、售後服務體系及風險事故控制體系，為更好地服務全球客戶奠定了夯實的基礎。

2、銷售方面

二零二二年上半年繼續受疫情影響，公司紅外線體溫計雖然同比有所下降。但是，公司積極拓展客戶，通過多渠道多種方式進行市場營銷，專業台式治療儀系列產品繼續同比增速較大，使公司毛利率得到進一步提升。同時，公司加大國內市場的投入與市場推廣工作，取得了較大的進步，於本報告期內已覆蓋全國20多個省市，通過招投標方式成功進入國內超100多家甲級醫院及眾多的門診、康復理療機構。

3、科研及發展方面

於二零二二年六月三十日，公司累計擁有有效發明專利授權數3個，累計擁有有效實用新型授權數24個，累計擁有有效外觀設計授權數1個，累計擁有軟件著作權數13個。於本報告期內已完成國家高新技術企業的覆審申報工作，有望於二零二二年下半年獲批。

此外，本集團於二零二二年五月獲得了深圳市市場監督管理局頒發的醫療器械經營許可證，其中經營範圍新增了「診斷試劑不需低溫冷藏運輸貯存」。在疫情還在不斷變異以及國際國內疫情反覆的情況下，抗原試劑盒預計未來將成為常規檢測。同時，本集團預測隨著科技的發展和民眾對健康的關注，家庭自用檢測市場的發展前景廣闊，符合本集團致力於家庭健康產品與服務提供商的方向。

管理回顧

1、五五戰略為指引，推動集團穩健健康發展

於本報告期內，本集團以五五戰略為指引，致力於成為醫藥健康產業的世界級卓越企業。秉承積極進取、精誠利他的經營理念，通過不斷的科技創新，為全球顧客提供安全、有效的醫藥健康產品與服務，獲得客戶信賴，持續擴大市場，穩步健康發展，擔當社會責任。

本集團在五五戰略指引下，圍繞行業發展趨勢和消費人群演變，通過行業分析報告和二十多年的行業實踐經驗積累，確定了發展方向和業務主題，未來將繼續在醫藥健康產業中長期耕耘，聚焦於醫藥產業、醫療產業、保健品產業和健康管理服務四大產業集群。於本報告期內，本集團圍繞「主業突出、相關多元」的發展思路，持續提高企業綜合盈利能力，打造核心競爭力，培育和發展自主品牌，塑造良好的品牌形象。

2、發揮上市公司資本力量，助力公司主業發展，提升資金回報率

本集團充分利用上市公司資本力量，尋找合適的投資標的，優先聚焦於行業內上游生產企業，同時對於未來前景廣闊的非相關行業進行財務投資。於本報告期內，本集團推進蘭州佛慈股份轉讓事宜，成為香港佛慈的第二大股東。這將進一步豐富本集團在港澳及海外市場的產品組合，提升本地銷售和利潤貢獻。同時具有悠久歷史的「岷山」牌產品將幫助公司進一步夯實營銷網絡，築巢引鳳，吸引更多的優質產品合作，強化與合作夥伴的關係，助力本集團主業營銷規模的發展。

根據五五戰略規劃指引，本集團致力於成為醫藥健康產業的世界級卓越企業。為此，本集團加緊推進法國Innopharm項目併購工作，預期將於下半年完成所有投資併購工作。Innopharm公司由法國醫學博士、國際藥物CRO領域的奠基人之一諾瑞博士(JACQUES NOURY)於一九八三年創建，該項併購有利於本集團適時了解分析歐洲市場動態、研發及後續歐洲市場產品引進等，為公司面對服務全球顧客打下基礎。

另據深交所文件顯示，本集團投資於IGBT比亞迪半導體股份有限公司審核狀態變更為上市委會議通過，屆時上市後亦將為本集團帶來可觀的財務投資收益。

3、不斷豐富產品引進組合，促進主營業務持續發展

於本報告期內，本集團繼續依託多年積累的海外渠道資源、成熟的產品評估體系及高效的國際供應鏈體系，持續以高標準嚴選功效確切、質量優良的全球優質大健康產品，繼續不斷豐富線上線下經營產品種類，目前經營產品SKU已達到上百個。

本集團根據產品不同特性和不同消費者畫像進行不同渠道布局，深耕細作本地市場的純銷，積極把握內地市場對高品質產品的升級需求，線上線下齊頭並進，豐富產品組合和品類。同時，本集團注重自主品牌和引進產品並重，在引進優質產品的同時，大力打造自主品牌，自主研發順應消費趨勢和年輕群體消費習慣的產品，目前本集團金活依馬打正紅花油衍生產品已在調研中，即將推向市場。其他多個自主產品也在上市部署中。

此外，本集團海外OEM自主品牌也已經完成產品配方設計及包裝設計；產品商標亦已在多個國家完成註冊及申請註冊中，有望很快面向市場，服務大眾健康。

4、龍德健康產業園即將封頂，港藥落地取進展

於本報告期內，本集團龍德健康產業園迎來了包括政府、各協會和機構等在內的多方考察指導，其在深圳市龍崗區的中醫藥生命健康產業版塊的引領作用得以充分肯定，目標是建設成粵港澳大灣區中醫藥高地、國家級示範性中醫藥生命健康科技成果孵化轉化平台，其建成必將加速推動中醫藥生命健康產業的創新與轉化，加強對外中醫藥交流合作，有助於更多的中醫藥「走出去」，將優質的中成藥推向世界，傳播中醫藥文化及產品。此外，龍德健康產業園還就納米晶體磁珠應用達成戰略合作意向，有意將這一最新科研技術推廣應用於中醫藥檢測技術和中藥提取標準和方法提升。

深圳毗鄰香港且科技創新和金融等現代服務業發達，港澳台地區已上市的中醫藥安全性高且目標人群是華人，與大陸地區同宗同源，兩地用藥習慣及人種的適用性高度一致，區位優勢互補。於本報告期內，本集團港藥落地取得進展：深圳市決諮委「港藥落地」調研組一行蒞臨本集團調研指導，順利舉辦了「建設深港合作中醫藥先行示範區」課題調研溝通會。本集團作為創始單位，積極參與「港藥落地」項目工作，並就深圳中醫藥發展方向及進程，進行了方案展示及深入探討。自二零一六年以來，本集團便在研究「港藥落地」時大力發展中醫藥領域，緊跟政府政策，從線下銷售走到線上跨境電商，不斷努力推動百年老字號港藥「走進來」，還將通過龍德大健康產業綜合體，進一步為「港藥落地」項目提供更加完善的硬件設備設施。龍德健康產業園預計將於下半年封頂，建成後將進一步提升本集團的綜合實力及競爭力，為本集團產、商、融戰略一體化搭建專業平台。

5、 重塑企業文化，千萬股份獎勵人才

本集團的經營哲學與理念為「積極進取，精誠利他」，主張積極向上的奮鬥精神和厚德仁愛的人文情懷，並不斷培育積極進取精神，激發員工不斷向着更高的目標發起衝鋒，從而推動集團持續發展。

於本報告期內，本集團加強現有人才培訓與發展，通過企業文化軟實力與股權激勵作為價值引領，打造企業以價值觀為核心、重塑企業文化體系，除了穩固現有骨幹人才，還吸引優秀人才加入。為此，集團年初根據股份獎勵計劃向73名選定參與者以零代價授出合共155.6萬股獎勵股份，二零二二年三月份本集團將股份獎勵計劃提升個人限額10倍，二零二二年七月董事會決議進一步增加計劃限額至4,600萬股股份。這些均為本集團激勵骨幹人才、吸引外部優秀人才之舉，把更多的人才納入股權激勵範圍，讓每一位伴隨着企業共同成長的員工都成為合夥人，充分激發主觀能動性，強化主人翁意識，激勵全體員工拼搏奮鬥，全面完成公司戰略經營目標，也共同為社會做更多的貢獻。

6、 公益向善，潤澤蒼生

於本報告期內，本集團繼續秉承「效力世人，潤澤蒼生」的企業使命，積極履行社會責任，為構建和諧美好的生命共同體而努力奮鬥。於本報告期內，本集團齊心抗疫，向疫情嚴重的深圳、香港、陝西延安、廣西百色、內蒙等地捐贈善款、防疫藥品如金活一次性醫用口罩、金活依馬打正紅花油、普濟抗感顆粒等累計數百萬元。其中香港疫情嚴重時，本集團響應政府號召積極發動多方力量支持抗疫，聯合香港友好協進會、香港國際潮青聯合會、深圳市潮青會、深圳市高爾夫協會等友好組織協會多批次捐贈受到多方讚譽，收到各方致謝。本集團還協助九安(香港)科技有限公司向香港捐贈20餘萬支價值1,400萬元港幣的新冠病毒快速檢測試劑支持抗疫，並受到香港友好協進會唐英年會長頒發感謝狀。

於本報告期內，本集團扶貧濟困，向揭陽市大學生發展基金會捐贈善款，用於助力大學生人才發展。本集團多年來堅持在僧人結夏安居習俗潛心靜修期間捐贈日常藥品以關愛僧人和受眾健康，祈福蒼生。於本報告期內，本集團金活關愛健康基金會獲頒AAA級社會組織等級證書。

獲得榮譽

本報告期內及至本公告日期，本集團獲得以下榮譽和成績：

- 二零二二年一月，金活醫藥蟬聯深圳市重點物流企業；
- 二零二二年五月，獲頒深圳市健康產業促進會「抗擊疫情•愛心貢獻獎」及「傑出會員」兩個榮譽獎項；
- 二零二二年六月，深圳市金活關愛健康基金會獲頒AAA級社會組織；
- 二零二二年六月，金活醫藥獲浙江省第二屆智力運動會授權為指定外用油贊助單位；
- 二零二二年六月，本集團董事局主席趙利生先生任汕頭市僑聯第十八屆委員會榮譽主席；
- 二零二二年七月，京都念慈菴登榜「中國醫藥•品牌榜」、「中國中藥企業TOP100」以及「中國連鎖藥店最具合作價值單品」等多個榜單；及
- 二零二二年七月，本集團董事長助理趙鍵璋先生作為香港中醫藥屆傑出青年代表於香港回歸25周年之際榮登央視國際CGTN頻道播出專題片《我是90後港青，我為中藥代言》。

財務回顧

1. 收益

截至二零二二年六月三十日止六個月，本集團的收益約為人民幣419,647,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣415,300,000元增加約人民幣4,347,000元或1.0%。此項增加主要原因由於從事品牌進口醫藥及保健產品的中國分銷業務之收益因疫情受到控制，使市場在本報告期間相對截至二零二一年六月三十日止六個月有所復甦而增加，惟部分給東迪欣生產之醫療設備產品，包括紅外線測溫儀，銷售因防疫設備需求有所下降抵銷所致。

2. 銷售成本及毛利率

截至二零二二年六月三十日止六個月，本集團的銷售成本約為人民幣285,951,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣281,729,000元增加約人民幣4,222,000元或1.5%。銷售成本增加主要原因為銷量增加及銷售產品之組合有所變化。毛利率由截至二零二一年六月三十日止六個月的32.2%下跌至截至二零二二年六月三十日止六個月的31.9%，此項下跌主要原因為於本報告期內，較高毛利率之產品收益佔比減少所致。該類產品主要為由東迪欣生產之醫療設備用品。此外，東迪欣之毛利率亦從截至二零二一年六月三十日止六個月的42.8%下跌至本報告期間的41.6%。此下跌主要原因為於本報告期間，疫情受到控制，抗疫之醫療設備用品銷售單價亦有所下調。

3. 其他收益、收入及其他虧損淨額

其他收益、收入及其他虧損淨額主要包括租金收入、利息收入、推廣服務收入、政府補貼、按公平值計入損益之金融資產公平值變動、投資收益及匯兌收益。截至二零二二年六月三十日止六個月，其他收益、收入及其他收益淨額約為人民幣14,540,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣11,042,000元增加約人民幣3,498,000元或31.7%。此項增加主要是由於本報告期內匯兌收益及按公平值計入損益之金融資產公平值變動收益增加，惟部分被政府補貼減少抵銷所致。其他收益、收入及其他虧損淨額之詳情載於簡明綜合財務報表附註(7)。

4. 銷售及分銷成本

截至二零二二年六月三十日止六個月，銷售及分銷成本約為人民幣49,401,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣47,734,000元增加約人民幣1,667,000元或3.5%。此項增加主要是由於本報告期內銷量增加以致運輸、交通及儲存費用有所增加所致。

5. 行政開支

截至二零二二年六月三十日止六個月，行政開支約為人民幣45,313,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣43,544,000元增加約人民幣1,769,000元或4.1%。此項增加主要原因為於本報告期間研發成本增加所致。

6. 經營溢利

截至二零二二年六月三十日止六個月，本集團的經營溢利約為人民幣46,737,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣46,550,000元增加約人民幣187,000元或0.4%。於本報告期內，經營溢利增加主要歸因於其他收益、收入及其他虧損淨額增加，惟部份給銷售及分銷成本和行政開支增加抵銷所致。

7. 融資成本

截至二零二二年六月三十日止六個月，融資成本約為人民幣8,659,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣7,689,000元增加約人民幣970,000元或12.6%。融資成本增加主要由於平均銀行貸款額上升致銀行貸款利息增加所致。

8. 除稅前溢利

截至二零二二年六月三十日止六個月，本集團的除稅前溢利約為人民幣42,229,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣40,543,000元增加約人民幣1,686,000元或4.2%。除稅前溢利增加主要歸因於經營溢利及應佔一家合營企業溢利增加所致。

9. 所得稅

截至二零二二年六月三十日止六個月，本集團的所得稅約為人民幣7,126,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣6,258,000元增加約人民幣868,000元或13.9%。於本報告期間實際稅率為16.9%，而截至二零二一年六月三十日止六個月則為15.4%。所得稅之詳情載於簡明綜合財務報表附註(9)。

10. 期內溢利

基於上文所述，截至二零二二年六月三十日止六個月，本集團的期內溢利約為人民幣35,103,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣34,285,000元增加約人民幣818,000元或2.4%。

11. 期間本公司擁有人應佔溢利

截至二零二二年六月三十日止六個月，期內本公司擁有人應佔溢利約為人民幣24,213,000元，較截至二零二一年六月三十日止六個月的約人民幣19,482,000元增加約人民幣4,731,000元或24.3%。該項增加主要原因為期內溢利主要是由本公司擁有人之營動部份所產出。

12. 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，固定利率貸款之實際利率介乎2.05%至6.32%。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。

截至二零二二年六月三十日，本集團擁有的現金及現金等價物為人民幣237,820,000元（於二零二一年十二月三十一日：約人民幣187,925,000），主要來源於本集團營業收入。

13. 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。

於本報告期間，本集團之現金及現金等值物增加約人民幣49,895,000元，主要由以下原因所構成，經營活動所得現金淨額約人民幣98,385,000元；投資活動所用現金淨額約人民幣44,737,000元；融資活動所用現金淨額約人民幣2,469,000元；及匯率變動引致負面影響淨額約人民幣1,284,000元。

14. 資本架構

債務

本集團於二零二二年六月三十日的全部借貸約為人民幣236,591,000元，全部會於一年內到期，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。

資本負債比率

於二零二二年六月三十日，本集團的資本負債比率為(0.2)%（於二零二一年十二月三十一日：5.8%），乃按計息銀行貸款總額減去現金及現金等值物除以權益總額後乘以100%計算得出，資本負債比率減少主要是由於現金及現金等值物有所增加所致。

資產押記

於二零二二年六月三十日，本集團向銀行抵押投資物業、物業、廠房及設備，及應收賬款分別約為人民幣107,600,000元、人民幣56,920,000元、人民幣18,801,000元及人民幣95,200,000元（於二零二一年十二月三十一日：本集團向銀行抵押投資物業、使用權資產及物業、廠房及設備，及應收賬款分別約為人民幣107,600,000元、人民幣55,558,000元、人民幣18,801,000元及人民幣85,130,000元）。

資本支出

本集團的資本支出主要包括購買物業、廠房及設備。於本報告期及截至二零二一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37,978,000元及人民幣5,337,000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。

15. 或有負債、法律訴訟及潛在訴訟

於二零二二年六月三十日，本集團並無任何重大法律訴訟或潛在訴訟。

茲提述本公司二零一五年年報、二零一六年年報、二零一七年年報、二零一八年年報、二零一九年年報、二零二零年年報及二零二一年年報內「訴訟」一段、本公司二零一六年中期報告、二零一七年年報、二零一八年年報、二零一九年年報、二零二零年年報及二零二一年年報內「或有負債、法律訴訟及潛在訴訟」一段、本公司日期為二零一六年十月二十四日有關訴訟的最新消息的公告（「該公告」）、本公司日期為二零一六年十月三十一日有關訴訟的最新消息的公告（「第二項公告」）、本公司日期為二零一八年八月十日有關訴訟的最新消息的公告（「第三項公告」）、本公司日期為二零一九年八月二日有關訴訟的最新消息的公告（「第四項公告」）以及本公司日期為二零二二年一月十七日有關訴訟的最新消息的公告（「第五項公告」）。除另有界定者外，在此段所用詞彙與該公告、第二項公告、第三項公告、第四項公告及第五項公告所界定者具相同涵義。根據中級法院於二零二一年十二月三十一日宣佈的判決（「二零二一年判決」），中級法院判決駁回一審原告的全部訴訟請求，主要股東無需將其於東迪欣的15%股權轉讓予一審原告，東迪欣也無需承擔相關協助義務。本公司確認，二零二一年判決並無亦不會對本公司及其子公司的正常運作及財務狀況造成任何重大不利影響。詳情請參閱第五項公告。於二零二二年六月，本公司收到通知，原告已向廣東省高級法院申請重審。於本公告日期，廣東省高級法院仍在處理審閱該重審之申請。

16. 重大收購和出售

截至二零二二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。

17. 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

二零二二年是本集團五五戰略的開局之年，在此重要的轉折之際，本集團將繼續與時俱進，踏上中國經濟高質量發展的列車，牢牢把握深圳作為社會主義先行示範區及人口老齡化程度不斷加深對健康需求巨大所帶來的發展機遇，二零二二年下半年，本集團將重點推進如下工作：

1. 做實做強品牌運營業務，夯實發展根基

本集團將進一步加強市場管理，積極推動營銷工作創新，分類分策略打造更多不同領域的明星品牌，繼續鞏固念慈菴、喇叭牌正露丸、金活依馬打正紅花油、康萃樂益生菌等重點產品的重點市場，強化市場鋪貨率，拉動終端銷售；培育Life's DHA、依葉、岷山牌佛慈(香港)系列等潛力產品，加強市場拓展和培育力度，加強品牌宣傳，進一步提升市場份額。

2. 促進電商做強做大

本集團將憑着敏銳的市場觸覺和豐富的國外優秀供應商資源，進一步實現電商多元化、創新化的營銷模式，二零二二年下半年將持續擴大電商銷售，培養專業電商運營團隊，對市場情況作出快速反應，持續加強跨境電商體系與線下業務融合發展，努力實現行業綜合排名靠前的運營戰略規劃。

3. 引進更多更優產品，推進自主品牌發展

依託本集團公司多年積累的海外渠道資源、成熟的產品評估體系及高效的國際供應鏈體系等名牌總代的實力，持續引進更多優質的品牌產品，不斷優化產品組合，打造爆款，更好地為全球顧客提供安全、有效的醫藥健康產品與服務。加快推進紅花油延伸自主品牌及海外OEM品牌產品的上市，推動其他自主產品的上市步伐，進一步為消費者的健康需求提供專業的指導和服務，為消費者的健康保駕護航。

4. 投融資管理更科學，助力企業持續發展

本集團將進一步提升自身融資能力，優化企業資本結構，加強對東迪欣科技、香港佛慈等合資併購企業的管理；加快產業布局，依託龍德健康產業園打造一體化搭建醫藥供應鏈智慧服務平台，不斷完善與優化大健康業務體系的建設。

5. 持續加強風險控制，構建高效的風險管理體系

面對疫情反覆、國際形勢動盪等不確定因素，本集團將繼續加強「節本增效」的管理思路，加強應收賬款管理，強化本集團風險預警、監控、防控綜合能力。

6. 豐富激勵手段，推動公司長遠發展

本集團將繼續鞏固原有業務地位，培養自主研發能力，以龍德健康產業園為契機打造產商融一體化戰略。建立短、中、長期相結合的激勵機制，以事業聚人才，穩定和發展員工人才隊伍，不斷完善人才發展平台，推動公司長遠穩健發展。

人力資源及培訓

於二零二二年六月三十日，本集團擁有合共1,032名員工，其中131名於本集團深圳總辦事處任職，而391名則駐守34個其他地區，主要執行銷售及營銷職責；510名於東迪欣任職。截至二零二二年六月三十日止六個月，本集團向僱員支付的薪酬總額約為人民幣74,722,000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）負責協調前線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

資本承擔

於二零二二年六月三十日，本集團之資本承擔為約人民幣275,109,000元（於二零二一年十二月三十一日：約人民幣325,069,000元）。

公眾持股量

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

股息

根據本公司股東於二零二二年五月二十七日通過的決議，本公司向全體股東宣派截至二零二一年十二月三十一日止年度的末期股息每股2.39港仙，合共約14,878,000港元（相當於約人民幣12,138,000元）。該股息已於二零二二年六月二十九日以本公司內部現金全數支付。

董事會決議並不派發截至二零二二年六月三十日止六個月期間之任何中期股息（二零二一年：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

董事會致力於堅守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C.2.1條有所偏離者除外。

根據企業管治守則之守則條文第C.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（「趙先生」）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。本公司已向所有董事作出特定查詢，所有董事經已確認彼於本報告期間一直遵守標準守則。

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（「審核委員會」），並已以書面形式列明其職權範圍（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（其中包括）為：提供一份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且審計過程中為有效。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。審核委員會亦為董事會和外聘核數師之間的溝通渠道。審核委員會有三名成員，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。

本公司之審計師並沒有審計本中期業績公告內之財務資料。審核委員會已與集團管理層審閱本公司截至二零二二年六月三十日止六個月的未經審核簡明綜合財務報表、本未經審核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。同時，審核委員會信納，編製本中期業績公告內之財務報表乃合乎現行之會計準則和上市規則的要求，並已作出充分披露。

本報告期後事項

於本報告期後及直至本公告日期，概無任何重大事項。

信息披露

本公司將於適當時候將截至二零二二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，二零二二年八月三十一日

於本公告日期，執行董事為趙利生先生、陳樂嫻女士及周旭華先生；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。