

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)

截至二零二四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
	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 (未經審核) 人民幣千元	增加／ (減少)
收益	526,088	553,017	(4.9)%
銷售成本	(388,828)	(398,328)	(2.4)%
毛利	137,260	154,689	(11.3)%
毛利率	26.1%	28.0%	(1.9)個百分點
期內溢利	45,620	47,701	(4.4)%
本公司擁有人應佔溢利	30,716	37,727	(18.6)%
基本每股盈利(人民幣分)	5.20	6.38	(18.5)%

金活醫藥集團有限公司（「本公司」，連同其附屬公司統稱「本集團」）董事（「董事」）會（「董事會」）欣然宣佈，本集團截至二零二四年六月三十日止六個月（「本報告期」）之未經審核綜合業績，連同截至二零二三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

截至二零二四年六月三十日止六個月－未經審核

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二四年 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 (未經審核) 人民幣千元
收益	4	526,088	553,017
銷售成本		(388,828)	(398,328)
毛利		137,260	154,689
其他收益	7(a)	6,483	6,317
其他收入及其他虧損淨額	7(b)	(2,261)	(1,987)
銷售及分銷成本		(48,565)	(54,662)
行政開支		(42,708)	(47,347)
無形資產攤銷費用		-	(135)
投資物業估值溢利		7,720	3,330
經營溢利		57,929	60,205
融資成本	8(a)	(9,316)	(9,460)
應佔一家合營企業溢利		6,391	6,576
應佔一家聯營公司溢利		462	334
除稅前溢利	8	55,466	57,655
所得稅	9	(9,846)	(9,954)
期內溢利		45,620	47,701
應佔：			
本公司擁有人		30,716	37,727
非控股權益		14,904	9,974
期內溢利		45,620	47,701
每股盈利	11	5.20	6.38
基本（人民幣分）		5.20	6.38
攤薄（人民幣分）		5.20	6.38

綜合損益及其他全面收入表

截至二零二四年六月三十日止六個月 – 未經審核

截至六月三十日止六個月

二零二四年 二零二三年

(未經審核) (未經審核)

人民幣千元 人民幣千元

期內溢利	<u>45,620</u>	<u>47,701</u>
期內其他全面收入		
將不會重新分類至損益的項目：		
金融資產公平值增加之收益	9,537	–
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	<u>2,186</u>	<u>13,767</u>
	<u>11,723</u>	<u>13,767</u>
期內全面收入總額	<u><u>57,343</u></u>	<u><u>61,468</u></u>
應佔：		
本公司擁有人	42,439	51,494
非控股權益	<u>14,904</u>	<u>9,974</u>
期內全面收入總額	<u><u>57,343</u></u>	<u><u>61,468</u></u>

綜合財務狀況表

於二零二四年六月三十日 – 未經審核

	附註	二零二四年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 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		110,049	107,438
物業、廠房及設備		350,458	278,279
投資物業		128,339	120,619
於一家合營企業的權益		72,973	66,582
於聯營公司的權益		9,773	9,667
商譽		90,693	90,693
按公平值計入損益的金融資產		7,180	7,180
按公平值計入其他全面收入的金融資產		80,152	68,576
		849,617	749,034
流動資產			
存貨		118,209	117,628
應收貿易賬款及其他應收款項	12	241,691	276,959
按公平值計入損益的金融資產		14,864	20,351
現金及現金等價物		287,235	173,678
		661,999	588,616
流動負債			
合約負債		56,126	57,172
應付貿易賬款及其他應付款項	13	276,507	192,954
銀行貸款		220,531	191,663
租賃負債		6,420	6,366
應付稅項		15,099	15,377
		574,683	463,532
流動資產淨值		87,316	125,084
總資產減流動負債		936,933	874,118

	二零二四年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
附註		
非流動負債		
銀行貸款	154,930	150,467
租賃負債	6,541	5,930
遞延稅項負債	18,767	18,369
	<u>180,238</u>	<u>174,766</u>
資產淨值	<u>756,695</u>	<u>699,352</u>
資本及儲備		
股本	53,468	53,468
儲備	608,005	565,566
	<u>661,473</u>	<u>619,034</u>
本公司擁有人應佔權益總額	<u>661,473</u>	619,034
非控股權益	<u>95,222</u>	<u>80,318</u>
	<u>756,695</u>	<u>699,352</u>
權益總額	<u>756,695</u>	<u>699,352</u>

簡明綜合財務報表附註

截至二零二四年六月三十日止六個月 – 未經審核

1. 一般資料

金活醫藥集團有限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，闡明對理解自二零二三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（「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. 重大會計政策及披露

除因應用經修訂香港財務報告準則而產生的新會計政策外，截至二零二四年六月三十日止六個月簡明綜合中期財務報表所用的會計政策及計算方法與本集團截至二零二三年十二月三十一日止年度的綜合財務報表所呈列的會計政策及計算方法相同。

期內，本集團已就編製本集團簡明綜合中期財務報表首次應用下列由香港會計師公會頒佈並於本集團自二零二四年一月一日開始的年度期間強制生效的新訂及經修訂香港財務報告準則：

香港會計準則第1號的修訂本	負債分類為流動或非流動及香港詮釋第5號的相關修訂以及附帶契諾的非流動負債
香港會計準則第7號及香港財務報告準則第7號的修訂本	供應商融資安排
香港財務報告準則第16號的修訂本	售後租回租賃負債

本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效的新訂準則。除下文所述者外，期內經修訂香港財務報告準則對本集團於期內及過往期間的財務狀況以及表現及／或該等簡明綜合中期財務報表所載的披露並無重大影響。

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	
	二零二四年 (未經審核)	二零二三年 (未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
以下產品的銷售額		
— 藥品	356,306	366,196
— 保健品	55,876	77,850
— 醫療設備	113,906	108,971
	<u>526,088</u>	<u>553,017</u>
收益確認時間 於某一時間點	<u>526,088</u>	<u>553,017</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			
	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 (未經審核) 人民幣千元	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 (未經審核) 人民幣千元
來自外界客戶的收益	15,621	25,627	396,561	418,419	113,906	108,971	526,088	553,017
分類間收益	1,794	2,943	4,968	5,242	—	—	6,762	8,185
可報告分類收益	<u>17,415</u>	<u>28,570</u>	<u>401,529</u>	<u>423,661</u>	<u>113,906</u>	<u>108,971</u>	<u>532,850</u>	<u>561,202</u>
可報告分類溢利／(虧損) (經調整EBITDA)	<u>(1,872)</u>	<u>579</u>	<u>59,829</u>	<u>61,323</u>	<u>30,634</u>	<u>29,307</u>	<u>88,591</u>	<u>91,209</u>
	二零二四年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元	二零二四年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元	二零二四年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元	二零二四年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
可報告分類資產	55,521	49,448	611,773	544,851	392,029	349,144	1,059,323	943,443
可報告分類負債	<u>34,175</u>	<u>28,896</u>	<u>376,045</u>	<u>317,951</u>	<u>75,126</u>	<u>63,521</u>	<u>485,346</u>	<u>410,368</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	
	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 (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	88,591	91,209
折舊及攤銷	(19,026)	(18,791)
融資成本	(9,316)	(9,460)
未分配總公司及企業費用	<u>(4,783)</u>	<u>(5,303)</u>
除稅前綜合溢利	<u>55,466</u>	<u>57,655</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	
	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 (未經審核) 人民幣千元
(a) 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	779	734
按公平值計入其他全面收益的金融資產之利息收入	141	145
投資物業的租金收入總額	1,064	1,248
推廣服務收入	4,499	4,190
	<u>6,483</u>	<u>6,317</u>
(b) 其他收入及其他虧損淨額		
政府補貼(附註)	3,196	816
按公平值計入損益的金融資產公平值變動	(6,048)	(1,610)
匯兌虧損淨額	(546)	(303)
其他	1,137	(890)
	<u>(2,261)</u>	<u>(1,987)</u>
總額	<u><u>4,222</u></u>	<u><u>4,330</u></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	
	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 (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	8,990	9,044
租賃負債利息	326	416
	<u>9,316</u>	<u>9,460</u>
融資成本總額	<u>9,316</u>	<u>9,460</u>
(b) 其他項目		
無形資產攤銷	—	135
出售存貨成本	388,828	398,328
員工成本	66,559	73,441
物業、廠房及設備折舊	5,826	6,289
使用權資產攤銷	5,218	5,098
投資物業的租金收入扣減直接開支人民幣159,000元 (截至二零二三年六月三十日止六個月： 人民幣173,000元)	(905)	(1,075)
研發成本	6,742	6,433
支付股份獎勵計劃費用	3,509	2,330
	<u>3,509</u>	<u>2,330</u>

9. 所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年 (未經審核)	二零二三年 (未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
香港利得稅		
本期內	(884)	(938)
中國企業所得稅		
本期內	9,930	10,892
	<u>9,846</u>	<u>9,954</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二零二四年及二零二三年六月三十日止六個月適用於本集團。
- iii) 本集團於截至二零二四年及二零二三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%(截至二零二三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%(截至二零二三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

本公司董事並不建議就截至二零二四年及二零二三年六月三十日止六個月派付中期股息。

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	
	二零二四年	二零二三年
	(未經審核)	(未經審核)
	人民幣千元	人民幣千元
本公司擁有人應佔期內溢利	<u>30,716</u>	<u>37,727</u>

ii) 普通股加權平均數

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年	二零二三年
	(未經審核)	(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影響	<u>(31,688,791)</u>	<u>(31,143,425)</u>
每股基本盈利之普通股加權平均數	<u>590,811,209</u>	<u>591,356,575</u>

(b) 每股攤薄盈利

由於截至二零二四年及二零二三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，截至二零二四年及二零二三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。截至本報告期末，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：

	於二零二四年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至90日	75,212	87,093
91至120日	8,183	—
121至180日	68	105
181至365日	35	60
應收貿易賬款總額(扣除呆壞賬撥備)	83,498	87,258
應收票據	62,822	65,276
其他應收款項	39,475	46,216
應收一名關聯方款項	158	416
應收一間聯營公司款項	3,037	4,744
應收一間合營企業款項	11,434	15,002
按攤銷成本計量的金融資產	200,424	218,912
預付款項	9,208	11,677
貿易及其他按金	7,239	7,914
向關聯方支付的貿易按金	18,747	22,566
可收回增值稅	6,073	15,890
	241,691	276,959

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。截至本報告期末，應付貿易賬款按發票日期呈列的賬齡分析如下：

	於二零二四年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至90日	142,622	139,202
91至180日	9,693	9,461
應付貿易賬款總額	152,315	148,663
預提費用	7,087	6,683
應付一間聯營公司款項	—	158
應付關聯方款項	3,712	3,624
其他應付賬款及客戶訂金	102,039	33,826
應付股息	11,354	—
	276,507	192,954

管理層討論與分析

市場及行業回顧

於截至二零二四年六月三十日止六個月（「本報告期」）內，中國經濟運行總體平穩，市場銷售保持穩定增長，但內需偏弱，投資、消費增速均呈放緩態勢。回顧期內，全國居民消費價格同比微升0.1%，其中，醫療保健價格上漲1.4%。然而國際政治及經濟環境錯綜複雜，中國經濟基礎仍處於鞏固期，國內有效需求仍有待提升。根據中國醫藥保健品進出口商會統計，2024年上半年中國在全球市場醫藥產品出口額為525.79億美元，同比增長1.91%。其中，中藥類產品出口額為26.57億美元，在歐盟、美國、拉丁美洲、印度、非洲、俄羅斯等市場出口額均有不同幅度增長。

近年中央政府持續推動以醫療、醫藥、醫保為主體的三醫聯動改革。其中，醫藥反腐步伐進一步深化擴大到院外市場，如實體藥店，重點打擊零售藥店存在串換藥品、超量開藥、處方藥銷售不規範等問題。醫保部門對零售藥店的監管已趨常態化。同時，國內藥品價格整治政策相繼實施，如國家醫保局正部署開展「上網店，查藥價，比數據，抓治理」專項行動，各地醫保部門陸續上線了「藥品比價」系統，其對重資產運行的藥店來說將影響「靠規模衝業績」的傳統經營模式。

2024年國務院總理李強發表的《政府工作報告》表明將加大力度吸引外資進入中國，以開放的態度促進互利共贏發展，繼續縮減外資准入負面清單，其中放寬醫療等服務業市場進入是重要舉措之一。因此，在政策、資本雙軌驅動下，更多投資進入是直接推動大健康行業發展的重要動力。根據動脈橙產業智庫數據顯示，2023年中國大健康市場規模達到5.5萬億元，至2030年市場規模將超過11.0萬億元。這主要得益於居民健康意識增強和健康消費支出增加，根據國家統計局公佈的數據，2023年中國人均醫療保健消費支出為2460元，同比增長16%。

國內健康食品方面，根據京東健康的數據顯示，2024年上半年消費者對健康食品關注度不斷提高，營養均衡的粗雜糧類及零添加、健康營養的產品更受消費者青睞。中國網上零售份額不斷提升亦是帶動醫療保健產品增長的重要動力。2024年上半年，中國網上零售額達70,991億元，同比增長9.8%。其中，實物商品網上零售額59,596億元，增長8.8%，佔社會消費品零售總額的比重為25.3%。中國保健白牌產品憑藉達人種草、直播帶貨等方式快速出圈。

中藥市場增長持續原材料價格持續上漲

根據《2023-2028年中國中藥行業項目調研分析及市場前景預測評估報告》指出，2024年上半年中國中藥市場增長穩定，預計下半年趨勢持續，全年市場規模有望超過5,000億元。中藥創新藥領域於上半年呈現蓬勃的發展態勢。截至6月底，國內已有6款中藥新藥獲批上市。

2024年上半年，中國中藥類醫藥產品出口額為26.57億美元，同比稍微下降6.99%。但從全年來看，隨著市場需求的回暖和政策支持的加強，預計中藥類產品的出口總額將實現增長。特別是擁有較強市場競爭力的中成藥和保健品的出口同比增長將均超過30%。國家出台了一系列扶持政策，高度重視中醫藥行業的發展，促進了中藥市場的進一步擴大和企業的創新發展。

然而，中藥市場受野生資源的枯竭，加上南方多地遭遇洪澇災害等影響供應，今年中藥材出現了"淡季不淡"的漲價潮，多種中藥材價格大幅上漲，導致國內多種中成藥產品多次調整價格以保持利潤。為緩解中藥原材料供需問題，國家藥監局與海關總署擬就特定中藥原材料實施進口試點政策，以平抑天然藥材的市場價格，為企業緩解成本壓力。

電商銷售成醫藥零售增長主要渠道

按米內網數據顯示，2023年中國藥品零售終端銷售規模9,233億元，增速為5.8%，為歷年新低。2024年第一季度整體處方藥市場規模小幅下跌，線下市場呈負增長，而線上市場則保持雙位數增長。受個賬政策、門診統籌、「四同」+「即送價」等價格整治等政策的疊加影響，全國藥店零售市場進入「小冰河時期」。據中康CMH統計，2024年1-5月中國藥店零售市場規模約2,178億，同比下滑3.7%。

從實體藥店市場看，據米內網數據顯示，2024年1-5月，藥品佔藥店銷售81.6%，較2023年同期上升了5.7%。除藥品外，飲片、器械、保健品和其它類別產品的份額與去年同一時間段均有不同程度的萎縮。

消費者在線買藥已是普遍趨勢，醫藥O2O業務迅速發展。隨著《藥品網絡銷售監督管理辦法》的出台以及線上醫保支付服務覆蓋範圍不斷擴大，不同大型電商巨頭殺入醫藥電商。據統計，廣東共7座城市有超1,300家藥店開通支付寶「外賣買藥」服務；北京、廣東、上海等地藥店，或通過與美团、京東、餓了麼等第三方平台合作，或通過自建平台等不同方式探索線上醫保購藥。截至2024年5月，O2O直送店藥品市場規模近41億元，銷售規模同比增長21%，O2O直送店佔線下零售藥店渠道的重要性同比增長，佔比提升至4.2%。

此外，根據京東健康披露的數據顯示，參加京東健康618的商品數量同比增長逾兩位，新品數量同比增長超過4倍，其中改善睡眠、保健飲品、眼部營養品類成交額以按倍速度增長。

雖然，市場規模增速放緩，實體藥店飽和情況逐步加大，「互聯網+藥品流通」趨勢正在重塑藥品流通行業生態佈局。消費者的健康意識增強，健康消費趨於多元及精細化，來自養生保健及健康悅己等需求進一步提升。

公司亦積極抓住機遇，在老齡化市場及慢性疾病治療需求市場上，加速發展全品類中藥業務。在業務佈局上以促進消費者健康為出發點，聚焦在中藥大健康產業領域，加速發展多品類中藥業務，形成在中藥領域核心優勢。

業務回顧

一、藥品分銷分部業務回顧

二零二四年年初多種呼吸道疾病肆虐，社會上出現大量咳嗽患者，市場對咳嗽的治療需求甚為殷切。據資料統計，二零二四年受咳嗽困擾的成人人數預計將達8.53億人，二零二四年第一季度零售藥店客流量整體略高於去年同期，潤肺止咳藥物需求突出。

本集團代理之藥品京都念慈菴川貝枇杷膏憑藉其草本原料天然成分的優良品質和療效，通過不斷的品牌宣傳和全渠道覆蓋策略，深入消費者心中，帶動了京都念慈菴川貝枇杷膏銷售錄得大幅增長。

我們也關顧到受職業特性影響，如教培行業需長期用嗓，容易造成聲帶疲勞和喉嚨刺激，咳嗽困擾率相對更高。本集團另一款產品京都念慈菴枇杷糖是在京都念慈菴川貝枇杷膏草本原料及天然成分的優良配方基礎改良，攜帶方便。因此，本集團持續與品牌大使及零售門店合作，打造「一聲老師，一生老師」的品牌形象。

另一主要皇牌代理藥品喇叭牌正露丸，作為大小家庭居家必備有助消化整腸的藥品，憑藉良好的品質和起效快的特點，市場需求亦長期旺盛，然而基於日本當地產品原材料供求失衡的影響下，供貨期導至產品於國內長期供不應求，因此銷量下滑。但從長遠看來，生活習慣的改變、飲食結構的調整、疾病譜的變化等因素都在一定程度上推動了腸胃用藥市場的發展，腸胃用藥市場規模不斷擴大，喇叭牌正露丸也將受益於市場容量的不斷增加。二零二四年第一季度，中國腸胃用藥市場規模約為75億元。隨着日本原材料供求失衡問題的根本解決，喇叭牌正露丸的供貨將趨於穩定，銷售將恢復穩定增長。

在「健康」、「新中式」、「運動」的生活新風尚影響下，民眾更加青睞傳統中成藥，本集團旗下另一重點代理藥品金活依馬打正紅花油，成份中含有名貴中藥材紅花及血竭，能活血止痛，效果良好。報告期內，本集團除繼續與知名賽事合作外，還擴大賽事的合作範圍，將觸角繼續延伸到目標消費人群多的市場，不斷在運動人群中提升和鞏固品牌品牌影響力及認知度，指導運動人群規範使用產品，運動前用金活牌依馬打紅花油按摩可以使運動更加舒緩，減少肌肉緊張程度，加快產品的使用頻率。

本集團旗下代理擁有兩個處方藥產品，分別為依葉馬來酸依那普利葉酸片（「依葉」）及鳳寶牌健婦膠囊，分屬於心腦血管及女性不孕不育兩大範疇。本報告期內，本集團仍繼續致力通過籌辦線下活動，和連鎖藥店的專業藥劑師及醫生開展協助老年人及高血壓患者了解更多有關腦卒中的相關知識，再提醒民眾及相關病患者對疾病的了解，加強健康管理意識。但由於受醫保政策的影響，指導零售價下降幅度達38%，嚴重破壞了現有的價格體系，影響銷售業績。

於本報告期內，本集團就藥品分部採取了以下營銷策略：

1. 以廣覆蓋為目標，梳理及優化渠道佈局

面對經濟增長放緩，行業監管日趨嚴謹，本集團堅守「效力世人、澤潤蒼生」的企業使命，為合作夥伴提供安全、有效、優質的產品與服務，與合作夥伴建立共贏。本集團積極甄選優秀的合作夥伴，利用數據化技術管理合作夥伴的進、銷、存數據，以共同擬訂覆蓋目標及終端動銷策略。於報告期內，集團之覆蓋網點較去年增加9,128家，共計覆蓋連鎖藥店、單體藥店約162,719家，基層醫療機構約23,165家，醫院及診所12,570家，以及便利店和商超39家。

為了向更多消費者提供優質產品，本集團聘請了熟悉第三終端運作的營銷人才，建立及擴大本集團之第三終端組織架構，加強營銷網絡覆蓋率。目前本集團金活牌西洋參膠囊、金活牌壯腰健腎片、金活牌感冒清膠囊等產品已經進入第三終端網絡銷售。

B2C電商在OTC零售市場份額中佔比不斷提升，增長潛力與市場活力強勁，至二零二三年之三年複合增長高達47.1%。本集團加強與主流電商平台如京東健康、阿里健康的合作，並利用平台人流基數大的特點，與專業醫師及健康養生達人合作，開展針對產品及健康知識方面的講座。

2. 強化與百強連鎖及區域連鎖的深度合作，促進銷售

連鎖藥店數量及銷售金額在OTC終端零售市場佔比逐步提升，本集團繼續加強與百強連鎖及區域頭部連鎖的合作緊密度，簽訂年度合作協議，相互整合優勢資源，美化陳列、舉辦會員活動並提供增值服務，賦能店員專業知識及技能的提升，共同制訂銷售增長的市場推廣計劃。

隨著「懶人經濟」的發展，到家服務發展快速，特別是經歷了疫情之後，醫藥電商O2O增速迅猛。截至二零二四年三月，中康CMH監測O2O藥品市場規模近32億元，同比增長25%；其中直送店規模增長41%，佔線下零售藥店渠道的重要性同比增長，佔比提升至4.3%。本集團捕捉到這種營銷模式的變化後，不斷加強O2O渠道的市場推廣及規範管理，通過投放搜索關鍵詞、網站橫幅位廣告等形式，為合作夥伴賦能，促進銷售增長。

3. 把握「她經濟」、「新中式」及「悅己」的消費趨勢，豐富推廣方式，不斷提升品牌滲透率

據報道，過去十多年，中國「她經濟」相關領域經歷了比其他品類更高增長趨勢，而其中有更強女性主導痕跡的新消費名詞——如「新中式」、「摘花」、「悅己」等體驗式消費增長趨勢更高。

本集團緊密關注到這類消費趨勢的變化，在品牌推廣策略上積極擁抱這類變化，與專業運營公司在小紅書上開設品牌帳號，加強與消費者在線上的互動。同時，於線下舉辦這類體驗式主題活動，透過在線及線下的多元化品牌推廣活動，讓消費者增強對品牌的認知，並主動分享對品牌的感知，將品牌影響力進一步滲透至參與者與其朋友圈，擴大品牌影響力。

於本報告期內，本集團在全國多地與多個百強連鎖聯手開展了「三八婦女節插花活動」、「母親節買贈」、「端午節包粽子比賽」、「農家樂」、「摘花」等主題活動，深得消費者的喜愛，活動參與熱度高，為門店吸引了大批的人流，增加了門店的銷售額。

4. 強強聯手，擴大品牌影響力

本集團積極關注社會熱點及具有影響力的熱劇播出，旨在通過大的IP進一步擴大品牌影響力。京都念慈菴於多套火熱的影視節目進行品牌宣傳。除了冠名點擊收視率逾十億的愛奇藝《狂飆》、並冠名湖南衛視《我想和你唱》綜藝節目、更斥資於騰訊平台重磅推出由世界級知名王家衛導演首次執導年代都市劇《繁花》中於劇集前段投放廣告，其單日最高網播量達1.45億。二零二四年上半年，更是贊助了此等由國內到海外都刷出火熱收視的節目，大大有助京都念慈菴品牌戳中不同受眾的心坎中，進一步鞏固和拓展了不同消費群體對產品的偏好。

於本報告期內京都念慈菴以品牌價值48.15億元榮登第十六屆西普會「二零二三年健康產業品牌價值榜」第18名，較二零二二年再上升四位。線下方面，本集團通過品牌宣傳活動、戶外廣告、電梯廣告、社區活動等多種形式開展了線下宣傳，如京都念慈菴孝心工程、養肺嘉年華、明星面對面、「念慈菴•新聲力」全國少年歌唱大賽等品牌活動，讓更多的消費者參與活動，體會企業的社會責任和產品質量。

然而產品的核心價值離不開為廣大消費者帶來更健康的生活及體格，本報告期內，金活依馬打正紅花油積極參與各類型運動賽事，通過產品體驗，提升品牌知名度、拓寬使用場景，上半年共參與了深圳五園連通歡樂徒步活動、株洲馬拉松、深圳第二屆街道足球賽等賽事活動，通過賽前使用按摩熱身、賽後使用緩解肌肉疲勞，為民眾的健康運動保駕護航。

除參與運動賽事外，還積極參加關愛老兵、慰問環衛工人、公益拭擦等公益活動，為有需要幫助的民眾送去一份關愛。

5. 優化品類結構，聚焦資源培育新品類

於本報告期內，幸福科達琳經過本集團在上海、河南、安徽、陝西、甘肅五省市的深耕細作，鋪市率及動銷率有較大的提升。由於本集團的戰略調整，經過與幸福科達琳國內運營團隊的友好協商，雙方同意提前結束合作。

隨著人口老齡化進程的不斷加深，心腦血管疾病也隨之增長，其中腦中風成為人類健康的「第一殺手」。在中國，每12秒鐘就有1位中風新發患者，每12秒鐘就有1人死於中風。安宮牛黃丸作為從古自今流傳下來對於腦中風危急病重患者具有良好療效的名貴中藥被廣大消費者所認知及接受。從中康數控監測的數據顯示，心腦血管品類在線下市場中排名第三，銷售額逐年上升，二零二四年第一季度銷售額達84.01億元。其中安宮牛黃丸品類二零二三年銷售額超50億元，預計二零二四年全年銷售額超80億元，保持穩定的增長趨勢，市場容量在不斷擴大。於報告期內，佛慈金活牌安宮牛黃丸已經完成外包裝設計、產品備案公示及原輔材料的採購，將於下半年上市。相信憑藉佛慈悠久的歷史及精湛的製造工藝，現代科技賦能的體內培植牛黃和特色的金活營銷模式，佛慈金活安宮牛黃丸未來發展大有作為。

與此同時，本集團重啟的部分產品，如金活西洋參膠囊、金活牌壯腰健腎片、金活牌感冒清膠囊、金活牌紅花貼已經陸續上市，面向消費者。

二、保健品日化分銷分部業務回顧

作為本集團第二大業務板塊，保健品日化分銷分部隆重推出本集團新上市的兩款INNOPHARM茵諾梵魚油，它含95%Omega-3，頂配rTG魚油，EPA：DHA黃金3：2配比，是守護家庭健康的最好選擇。此外本業務板塊還包含美國最早的藻油Life's DHA系列、康萃樂及由美國Alfred Woelbing用以治理乾燥及破裂的嘴唇、於30年代初研發出Carmex潤唇膏，現已成為No.1藥劑師及網紅推介潤唇膏，曾刷出「全球每分鐘賣出170支、熱銷50多個國家和地區」熱賣紀錄等熱賣產品。於本報告期內，本集團與康萃樂的合作結束，未來將集中資源運營集團之法國天然高端營養品牌INNOPHARM茵諾梵魚油系列產品。

於本報告期內，本集團保健品日化類產品主要採取了以下重要發展策略：

1. 精準投入，提升轉化率

於本報告期內，本集團積極優化電商平台，如天貓國際、京東、考拉、唯品會、阿里健康等的推廣方式，聚集投放於平台的推廣工具，如關鍵詞、引力魔方、萬相台、京准通等，挑選與Life's DHA合作過，對產品熟悉，粉絲黏度較高的達人合作，提升ROI轉化，並取得一定的成效。

2. 捉緊個人化及全通路整合的運營趨勢，錄得理想收入及毛利佳績

現今以人工智能化下AIGC技術提升消費者購物體驗及Web 3.0的演化，成功的電商運營必需結分大數據分析以為客戶提供個人化的購物體驗為領先的必要條件。過去多年來，本集團致力利用數據來了解客戶的行為和偏好，以精準個人化營銷策略進行產品推薦、促銷和內容。本集團旗下金活電商通過公域流量推廣種草、私域流量推廣、醫療平台患教再通過金活醫藥集團品牌平台賦能到產品網銷平台產出GMV，形成一條完整的營銷生態鏈，目前已具雛形，今後將致力於打造一個信息共享、互利共贏的供應鏈、銷售生態圈。

3. 制訂INNOPHARM茵諾梵魚油運營規劃，著力打造爆品

INNOPHARM茵諾梵魚油是本集團控股之法國INNOPHARM公司旗下產品，共有兩款產品，一款是成人深海魚油，另一款大腦魚油。兩款均為五倍DHA巔峰魚油，補足腦力智選。它含95%高純度Omega-3，每粒含DHA500mg，頂配rTG魚油，清新橙子味。

隨著年齡的增長，人類對DHA的需求也越大，主要因為DHA是神經系統細胞生長及維持的一種主要元素，對智力和視力發育至關重要。

為了推廣茵諾梵魚油，本集團已經在渠道上進行了全面規劃和佈局，在天貓、京東、抖音、小紅書均開設了品牌旗艦店，同時利用二零二四年法國奧運會的熱點，加大營銷推廣，聚焦於年青人士、高端人士多的社交媒體進行大力度的推廣，從不同角度講透產品的特點、賣點及使用效果，促進銷售。

此外，本集團還將在香港線下主要渠道，如萬寧、屈臣氏等及香港線上HKTVmall上架INNOPHARM茵諾梵魚油，形成境內境外，線上線下的全鏈條渠道佈局，集中資源著力推廣INNOPHARM茵諾梵魚油。

4. 聚集優勢產品，提升店舖轉化率，打造特色店舖

本報告期內，電商行業競爭異常激烈，商家為了賺取流量，不惜虧本促成交，以致於一些流量產品陷入價格之爭。本集團金活健康之家海外旗艦店嚴選境外優質醫藥品牌及產品，滿足消費者對境外優質OTC家庭藥品的需求。在不斷豐富產品類目的策略下，其亦優選本集團貨源可控、價格維護好的產品，特別是本集團總代品種，如香港佛慈岷山牌系列產品。本集團關注到疫情後，民眾對健康的關注度提升，青睞中成藥，心血管類的藥品需求增長。故此，本集團跨境OTC旗艦店與香港線下形成合力，共同大力推廣天王補心丹，並取得一定的效果，該單品銷售增長，並推動該旗艦店成為了特色之店。同時，本集團還關注到小紅書對於逍遙丸的種草日誌在增長，經過多方調研論證，本集團認為該產品具有發展潛力，故此加大營銷推廣力度。另該產品在香港本地由於產品過硬的品質和療效確切，還獲得香港藥房最受歡迎品牌獎，未來本集團將繼續在營銷策略上全盤思考，形成境內境外，線上線下相互融合、共同促進，全力把金活健康之家海外旗艦店打造特色之店。

三、醫療器械設備分部業務回顧

作為全球電物理治療及康復設備的研發和製造商及國家高新企業，本集團非全資附屬子公司深圳市東迪欣科技有限公司（「東迪欣」）自二零零零年成立以來致力於電物理治療及康復設備，產品涵蓋物理康復理療儀器和普通診察器械兩個主要領域，其產品包含：紅外線溫度計產品系列、手持電物理治療產品系列、專業醫用電物理治療設備系列、生物負反饋與治療產品系列和附屬備件產品系列等五大類，主要銷售至歐美市場。

儘管全球各地經濟發展環境迥異，但醫療用品需求在全球人口老化，慢性病患率持續上升的趨勢下，需求依然殷切。據The Business Research Company報告預計，醫療設備市場規模預計到二零二八年將以8.6%的複合年成長率(CAGR)成長至10,776億美元，迎來大幅增長的機遇。本報告期內，東迪欣國內外市場銷售持續上升，東迪欣總體銷售表現理想。

按產品分部，本報告期內，紅外線體溫計銷售表現平穩。高毛利產品的銷售比，如專業桌上型治療儀系列產品，較去年增長。核心頭部客戶，尤期是歐洲地區的客戶，保持了穩定的增長勢頭，為爭取達成全年銷售目標提供了堅實支撐。通過積極營銷推廣，主力產品市場份額較去年同比大幅提高，從而提升了此分部的毛利率。國際市場公司於去年年底成功研發並投產的新產品－止癢儀，在歐洲市場成功取得銷售突破，從前期銷售表現來看，此產品有機會成為東迪欣另一項明星產品。

東迪欣不僅維持了歐美市場的穩定發展，並「走出去」與不同地區客戶進行積極溝通。同時，積極開拓中東、東南亞、中國香港等其他潛力市場。透過參與當地醫療器材展會，加強與客戶的直接溝通，並簽署了多份未來訂單，成功拓寬了公司產品的國際足跡。與此同時，東迪欣多次邀請國際客戶親臨廠房參觀交流，通過多渠道多種方式進行市場營銷，加大推廣力度。二零二四年上半年共接待不低於十場次的國際客戶實地來訪。通過此些有效的營銷方式，確保了二零二四年度客戶協議指標按進度落實達標。

於本報告期內，本集團醫療器械設備業務主要採取了以下重要發展策略：

1、 致力升級智慧生產及質量服務配合業務全球拓展步伐

二零二四年上半年，東迪欣繼續對數字化智能製造系統進行完善，與國內人工智能專業科研院所合作，安排核心骨幹到優秀企業實地學習，為公司產品實現智能化迭代，推進東迪欣不斷深化對「精實生產6S」管理模式的承諾，大幅增加對精密加工中心升級改造的投入，增加員工訓練，優化組織流程，顯著提高公司的生產管理水平。

在SMT智慧製造系統領域，公司管理團隊直接指導加強各產品各環節的招採督促，以確保在目前經濟環境背景下，有效降低勞動成本，提高生產效率，以減少人為錯誤，支撐「一次就把事情做好」的核心生產管理原則，確保毛利率達標。

此外，公司仍堅定不移地加強產品質量系統、售後服務架構和風險事件控制框架，將其視為生產管理策略的關鍵要素。建立醫療事故緊急制度和信息保密制度，確保了銷售業績的穩定。透過不懈的努力，東迪欣已經形成了行之有效的全球優質服務營運模式，為持續的銷售成功提供了堅實的保障。

2、積極培育自主品牌提升產品毛利

對於自主品牌NU-TEK的培育，東迪欣始終給予高度重視，並持續增加市場推廣投入。本報告期內，自主品牌銷售額佔總銷售額持續上升，在中國及歐美市場爭得理想銷售成績，其中中國市場銷售額已突破千萬元，覆蓋30多個省市，合作客戶約有200家。

此外，公司也與德國ZIMMER達成戰略合作，ZIMMER旗下3個中國註冊產品的委託生產交予東迪欣，本報告期內，公司已完成數個批次產品交付任務。隨著公司與此類國際知名物理復健治療企業繼續加強了合作。此類透過採取「國產註冊、供應全球」的銷售模式，在國家進口替代政策利好下，為東迪欣之產品未來在更多醫療機構的滲透及銷售成長提供了有利條件。

3、持續提升科研技術引領產品開發能力

截止二零二四年上半年，公司新增1個有效發明專利授權，累計擁有有效發明專利授權數4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，科研實力及成績有目共睹。本報告期內，公司通過在上海舉辦的第89屆CMEF展，成功發佈了新產品：便攜式衝擊波，獲得現場客戶一致好評，反應熱烈，已經有很多意向客戶計劃於二零二四年下半年與公司合作發展產品。同時，東迪欣繼續與國內知名康復醫院以及中科院深圳先進研究院進行康復領域產品的技術攻關合作，務求能共同研發更多備受市場歡迎的新產品。

在科研合作方面，東迪欣持續與中山大學及其附屬醫院進行技術交流，共同研發了吞咽障礙治療儀。此外，東迪欣與廣州中醫藥大學及其附屬醫院合作，致力於第三代物理復健治療儀的技術提升和臨床應用。

四、其他業務發展回顧

1. 龍德健康產業園順利獲不動產權證，深耕大灣區中醫藥發展

為了推動大灣區中醫藥發展及創新中藥國際化佈局，加強中港兩地產學研融合平台的建設，本集團致力打造金活·龍德生命健康產業園（「龍德健康產業園」），作為實現金活醫藥五五戰略中推動科研創新子策略的重要策略性舉措。產業園冀為行業提供專業化生物醫藥硬件及共享設備平台，軟件上打造「港藥落地港」、「深港中醫藥院內製劑中心」、「生物醫藥科創訓練營」等產學研融合平台，為創新中醫藥生態夥伴提供「產品研發規劃、生產及流通」、「品牌規劃與專利佈局」、「宏觀趨勢與融資」等多模塊服務。

於本報告期內，被列入龍崗區重大項目清單的龍德健康產業園已成功取得相關不動產權證書。龍德健康產業園處於極具價值的策略性商業位置，位於中國深圳市龍崗區寶龍科技城，處於深圳市東部高鐵新城和國際低碳城共同組成的龍崗東核的中心地帶，本集團有信心未來能成為大灣區面向國際一重要的中醫藥產學研的重要樞紐。

2. 積極物色大健康產業投融資機遇帶領業務可持續增長

本報告期內，本集團仍積極於大健康產業物色有助集團可持續發展的投資機遇，充分利用上市公司在資本市場的優勢，結合上市公司的資源及融資平台擴大合作協同效益、發揮彼此品牌影響力及啟動戰略合作等多維手段，積極與產業鏈上下游建立合作或聯盟。透過這種方式，本集團不但能夠與合作夥伴共享資源優勢，同時也能將自身的品牌和管理優勢帶入合作中，從而實現互利共贏，推動企業及合作夥伴的快速成長。

繼去年本集團入股認購喇叭牌正露丸之供應商日本大幸藥品株式會社（股票代碼：4574.JP）約6.35%股份，加強了集團之產業化佈局後，本集團資本體系團隊於本報告期內考察分析了超過69個項目，接洽機構及平台超過10家，項目主要分佈在創新藥、細胞治療、健康醫療設備等，其中創新藥項目佔多數。

此外，隨著本集團於佛慈藥廠有限公司（「香港佛慈」）持有超過40%股份，香港佛慈的產品銷售市場份額快速提升，為推廣地道隴藥打下了堅實的基礎。董事會與佛慈集團董事會在董事會上確定了未來將進一步拓展新產品及產業合作事項。為了進一步確保中藥材原材料的質量及供應，去年本集團與陝西醫藥控股集團中藥產業投資有限責任公司（「陝藥集團中藥投」）簽訂了戰略合作框架協議，優先合作開展營銷、研發及生產業務，如共同開拓市場及發展銷售合作，以中國香港為基點開展進出口業務，以及以陝西道地中藥材為原料的產品開發，共同推廣陝西道地「秦藥」中醫藥文化，本報告期內以上合作正有序推展。

3. 持續以股份激勵制度帶領團隊創造更大發展

於本報告期內，本集團進一步落實本集團股份獎勵計劃的實際舉措，嘉許本集團骨幹人才所做的貢獻並提供獎勵。集團於二零二四年四月三十日完成股份獎勵計劃第三次授出獎勵，向86名選定參與者以零代價授出合共6,648,000股獎勵股份，其中2,692,000股獎勵股份授予20名屬關連承授人的選定參與者，3,956,000股獎勵股份授予66名屬非關連承授人的選定參與者。獎勵股份約佔於授出日期本集團全部已發行622,500,000股股份的1.07%。於授出日期的股份收市價為每股0.55港元。本集團希望持續以股份激勵制度，與員工團隊建立更積極的協作關係，有利於增強集團的凝聚力，建立共贏，促進企業的長期穩定發展。同時吸引更多優秀人才加入推動本集團的進一步發展。激勵方案的實施刺激了員工士氣大振。

4. 建立科學的新產品引進評估流程和評價體系，確保企業發展之源泉

源源不斷的新產品引進是企業發展的動力及源泉，但每個新產品從上市到成功需要經歷長時間的培育和打磨，企業需要投入大量的人力、物力及財力。有潛力的產品不僅需要遠見、嗅覺和魄力，還需要團隊中各體系的緊密配合和支持。故此，本集團聘請了有跨國公司市場工作經驗的第三方專業團隊合作，與我們一起在總結以往選擇產品的成功經驗上，進行關鍵因素提煉，並反覆與關鍵崗位人員探討，形成新產品引進流程，建立新產品引進數據庫，為公司今後引進新產品提供數據化的工具供參考，提高新產品成功率，未來打造更多的熱賣產品。

五、企業文化及可持續發展

1. 堅持企業可持續性發展，積極履行企業社會責任

本集團繼續秉承「效力世人，潤澤蒼生」的企業使命，積極履行企業社會責任，為構建和諧美好的生命共同體而努力。二零二四上半年，本集團積極聚焦鄉村振興、助學興學、全民健康、賑災救難、關愛退役軍人及關愛僧侶健康等主要方面，為社會作出貢獻。於本報告期內，本集團共計捐贈現金及物資約人民幣842萬元，並獲得了「致敬退役軍人關愛行動溫暖夥伴稱號&卓越貢獻獎」、「羅湖區慈善會第四屆理事會理事單位」等榮譽。

本集團旗下金活關愛健康基金會聯合汕頭市公益基金會，響應「救在身邊」的呼籲，為汕頭市區採購捐贈了5台AED體外除顫器，為汕頭市民提供現場救護的急救設備，用實際行動支持大健康事業，為生命保駕護航。其中1台AED體外除顫器，被捐贈至汕頭市第十二中學，本集團攜金活關愛健康基金會另捐資建設該學校「閱書吧」，用愛心托起教育事業希望，通過助學行動成就學子未來。

面對廣東省梅州市多地出現特大暴雨的突發災情，本集團第一時間與深圳市慈善會聯絡，通過金活關愛健康基金會捐贈賑災款。本次捐贈的賑災款項，定向用於梅縣區桃堯鎮松林村希望小學的重建工作，竭力幫助學校復課。

本集團持續舉辦「結夏安居」大型公益活動，在僧人結夏安居習俗潛心靜修期間，向全國眾多省市七十餘座名山大寺捐贈金活依馬打正紅花油、京都念慈菴蜜煉川貝枇杷膏&枇杷糖、普濟抗感顆粒、金活紅花血竭保健貼等藥品，以關愛僧人和受眾健康，祈福蒼生。

本集團於本報告期內，還積極參與傳統文化及體育事業的建設活動，助力廣東省揭陽市玉滘鎮池渡村龍舟賽、深圳市南山區大沙河龍舟邀請賽順利舉辦，還贊助支持株洲馬拉松、深圳市五園連通歡樂徒步、深圳市街道足球邀請賽等群眾體育賽事順利舉辦，推動了地區傳承中華優秀傳統文化，為傳遞健康生活理念盡綿薄之力。

2. 引進專業人才，提升員工綜合素質和解決問題的能力

消費代際傳遞，Z世代消費者比年長一些的消費者對健康生活有更大需求，追求個性化和即時性，生成式人工智能的發展給營銷創新提供了更好的工具，互聯網及社交媒體的快速發展顛覆了傳統的營銷模式，而這一切的變化主體及推動變化都離不開人的因素，故此，本集團重視洞察市場變化，並不時地通過持續的學習和培訓來提升員工對市場變化的理解，並與時俱進，制訂應對市場變化的策略來提升公司運營質量。除了內部培訓學習外，本集團也注重從外部引進具備專業知識背景和豐富經驗的人才來充實管理團隊，帶領團隊解決存在的問題，助力公司業績的增長。於本報告期內，本集團香港公司及深圳金活引進了專業的高管人才。成功舉辦了數十場培訓，累計培訓人數接近一千次。培訓活動涵蓋了產品知識、智慧財產權保護、營銷策略以及針對新員工的入職培訓等多個面向。這些培訓活動旨在提升員工的專業技能和市場敏感度，並加強思維和視野的開拓。

透過這些努力，本集團不僅提升了員工的專業能力和綜合素質，也增強了團隊的凝聚力和整體的競爭力。我們深信，持續的學習和成長是推動企業和員工共贏的關鍵，也是本集團長期發展策略的重要組成部分。本集團與廣東食品與藥品職業學院創新辦學的「金活班」已連續辦學十餘年，為金活輸送了大量優秀基層員工。

本集團亦不斷優化組織架構和人員佈局，確保人才資源能夠高效配置，支援公司戰略目標的實現。集團高度重視人才引進，通過多渠道招聘、校企合作、獵頭合作和內部晉升等機制，不斷優化人才結構。為戰略、新產品、新管道等關鍵的核心崗位進行人才供需佈局。於二零二四年六月三十日，本集團擁有合共747名員工，其中132名於深圳總辦事處任職，而270名則於34個其他地區執行銷售及行銷職責，另有345名於東迪欣任職。

3. 嚴控風險管理，靈活對應市場風險

面對當前經濟增長放緩，行業監管加強，需求不強的形勢，本集團進一步強化運營風險管理，對於重大投資要求科學評估，完善流程，謹慎樂觀，同時做好風險退出評估及預案。對於主營業務應收帳款，採取嚴格的管理要求，每日監控貨款回收情況，對於超出公司應收日期的客戶採取停貨催收，情節嚴重採取法律訴訟。同時為鼓勵銷售團隊自覺把控應收風險，本集團進一步完善管理制度，建立了多維度的考核和激勵制度。

於本報告期內，儘管市場環境充滿不確定性，本集團成功將應收帳款保持在合理的帳期內，並未出現任何不良帳款，確保了企業的穩定運作，增強了企業抵禦風險的能力。透過這一系列的措施，本集團不僅有效地應對了複雜的市場環境，也進一步提升了企業的管理水平和風險控制能力，為我們的持續穩定發展奠定了堅實的基礎。

4. 建立數據中心，為客戶提供增值服務

本集團著力打造的SMART信息系統經過幾年的運作，已經能為公司運營管理及營銷策略提供有力的數據支持，並指引營銷活動的開展，提升公司對市場的反應速度。報告期內，為了進一步提高公司與上下游客戶的溝通效率，本集團擬向重要客戶開放部分數據庫，共享公司經銷產品在全鏈條渠道的分佈和動銷情況，幫助客戶與公司一起尋找市場機會及發現不足及時糾正，助力銷售業績的增長。於本報告期內，本集團完成了「客戶增值服務平台」的第一期系統建設，目前正在內部測試階段。相信該增值服務平台投入使用後，將可以推動公司與客戶更加緊密地合作。

財務回顧

1. 收益

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的收益約為人民幣526,088,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣553,017,000元減少約人民幣26,929,000元或4.9%。此項減少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的管控措施取消的正面效應減少，使市場在本報告期間相對截至二零二三年六月三十日止六個月有所減少，惟部分給東迪欣生產之醫療設備產品，包括電物理治療及康復設備，銷售有所上升抵銷所致。

2. 銷售成本及毛利率

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的銷售成本約為人民幣388,828,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣398,328,000元減少約人民幣9,500,000元或2.4%。銷售成本減少主要因為銷量減少及銷售產品之組合有所變化。毛利率由截至二零二三年六月三十日止六個月的28.0%下調至截至二零二四年六月三十日止六個月的26.1%，此項下調主要因為於本報告期內，銷售成本的平均單價有所上升所致。

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。截至二零二四年六月三十日止六個月，其他收益、收入及其他虧損淨額約為人民幣4,222,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣4,330,000元減少約人民幣108,000元或2.5%。此項減少主要是由於本報告期內按公平值計入損益之金融資產公平值變動虧損有所增加所致。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

截至二零二四年六月三十日止六個月，銷售及分銷成本約為人民幣48,565,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣54,662,000元減少約人民幣6,097,000元或11.2%。此項減少主要是由於本報告期內銷量減少以致推廣費用、運輸、交通及儲存費用有所減少所致。

5. 行政開支

截至二零二四年六月三十日止六個月，行政開支約為人民幣42,708,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣47,347,000元減少約人民幣4,639,000元或9.8%。此項減少主要原因為於本報告期間員工成本有所減少所致。

6. 經營溢利

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的經營溢利約為人民幣57,929,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣60,205,000元減少約人民幣2,276,000元或3.8%。於本報告期內，經營溢利減少主要歸因於毛利減少，惟部份給銷售及分銷成本和行政開支減少抵銷所致。

7. 融資成本

截至二零二四年六月三十日止六個月，融資成本約為人民幣9,316,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣9,460,000元減少約人民幣144,000元或1.5%。融資成本減少主要由於平均銀行貸款利率下調致銀行貸款利息減少所致。

8. 除稅前溢利

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的除稅前溢利約為人民幣55,466,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣57,655,000元減少約人民幣2,189,000元或3.8%。除稅前溢利減少主要歸因於經營溢利減少所致。

9. 所得稅

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的所得稅約為人民幣9,846,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣9,954,000元減少約人民幣108,000元或1.1%。於本報告期間實際稅率為17.8%，而截至二零二三年六月三十日止六個月則為17.3%。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，截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團的期內溢利約為人民幣45,620,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣47,701,000元減少約人民幣2,081,000元或4.4%。

11. 期間本公司擁有人應佔溢利

截至二零二四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30,716,000元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的約人民幣37,727,000元減少約人民幣7,011,000元或18.6%。該項減少主要因為期內由本公司擁有人之營運部份所產出的溢利有所減少所致。

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3.00%至8.35%。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。

截至二零二四年六月三十日，本集團擁有的現金及現金等價物為人民幣287,235,000元（於二零二三年十二月三十一日：約人民幣173,678,000元），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113,557,000元。

14. 資本架構

債務

本集團於二零二四年六月三十日的全部借貸約為人民幣375,461,000元（於二零二三年十二月三十一日：約人民幣342,130,000元）。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

於二零二四年六月三十日，本集團的資本負債比率為11.8%（於二零二三年十二月三十一日：24.1%），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；及權益總額均有所增加所致。

資產押記

於二零二四年六月三十日，本集團向銀行抵押投資物業、物業、廠房及設備分別約為人民幣99,990,000元、人民幣98,421,000元、及人民幣18,835,000元（於二零二三年十二月三十一日：本集團向銀行抵押投資物業、使用權資產及物業、廠房及設備分別約為人民幣99,990,000元、人民幣95,810,000元、及人民幣16,618,000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。於本報告期及截至二零二三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54,919,000元及人民幣87,368,000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

於二零二四年六月三十日，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、二零二一年年報、二零二二年及二零二三年年報內「訴訟」一段、本公司二零一六年中期報告、二零一七年年中期報告、二零一八年年中期報告、二零一九年年中期報告、二零二零年年中期報告、二零二一年年年中期報告、二零二二年年中期報告及二零二三年年年中期報告內「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，廣東省深圳市人民檢察院已不批准該重審之申請。

16. 重大收購和出售

截至二零二四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

根據《二零二三年至二零二八年中國醫療健康產業運行態勢及投資規劃深度研究報告》指出，目前全球醫療健康市場規模達8,300億美元。人口老齡化、健康意識提高及各地政府不斷加大對醫療健康投資，均大力推動整體醫療行業的發展。其中中國保健品市場發展潛力較大，中商產業研究院分析師預測，二零二三年保健食品銷售額將進一步增長至778億元。中國保健品滲透率較高的年齡段主要在45歲及以上，滲透率均在20%以上，24歲及以下年齡段的保健品滲透率為19%。未來，來自千禧世代及Z世代消費者比年長一些的消費者對健康生活有更大需求；生成式人工智能能貼合消費者需要，精準投放更多關乎健康生活的個人化信息推送；以及消費者對擁有科研實證及醫生專業推介的保健產品的需求等。艾媒諮詢則預計，二零二七年中國保健品市場規模約將進一步增加至人民幣4,237億元。

展望未來，我們會循以下主要方向和員工及夥伴共同努力，取得更豐盛的碩果。

1. 在公司使命驅使下，做好戰略復盤和動態管理，帶領公司實現願景

根據公司五五戰略管理指導，及時掌握和了解內外部環境變化對公司主營業務的影響，每半年做好戰略復盤工作，檢討戰略重要工作、里程碑目標及各子戰略是否執行到位，客觀認真地分析偏差內容，制訂改善措施，毫不動搖地沿著五五戰略制定的方向，通過不斷的科技創新，為廣大消費者提供更多更好的優質產品與服務。

2. 全球人工智能(AI)發展賦能醫療行業全場景發展

未來由AI賦能醫療健康市場發展，通過AI及大數據系統能助力醫療健康產業提升診療水平、提高智能化服務能力、完善醫療服務體系，推動全行業實現深度轉型及升級。弗若斯特沙利文的資料顯示，中國醫療人工智能行業的市場規模到2032年將達到3,110億元，二零二二年至二零三二年複合年增長率為46.6%。此外，在生成式人工智能快速發展下，AIGC將助力線上線下營銷整合，升級電商營銷，為用戶提供更精準的產品體驗及消費者洞察。根據麥肯錫預測，生成式人工智能每年為製藥和醫療行業帶來的經濟價值可達600億至1,100億美元。全球醫療產品行業也積極應用AIGC來帶動創造性生產，對醫療器械發展創新的降本增效能帶來重要幫助，並能更有效創造出貼合人體需要的產品。本集團將積極投借助生成式人工智能科技及大數據系統，進行市場精準投放，並促進我們和消費者的溝通，帶動銷售增長。

3. 抓住機遇，打造黃金單品、提升企業銷售規模

本集團多年來和商業合作夥伴維持互信的友好合作關係，使集團能持續獲得消費者喜歡的產品。二零二四年度內本集團推出的重量級兩個大單品－佛慈金活安宮牛黃丸及INNOPHARM魚油屬於市場容量大、有潛力，客單價高的優質產品，將可以通過強大的營銷網絡迅速將產品推向市場面向消費者。本集團亦同時抓住人口老齡化所產生的健康產品需求，開拓有效的醫藥健康產品與樂齡醫療器械產品。

4. 龍德健康產業園為灣區打造國家級醫藥產業孵化及招商基地

作為集團緊握大灣區醫療保健市場發展的科、產、學、研的重要基地，龍德健康產業園已成功取得相關不動產權證書。本集團冀望把產業園打造為大灣區內的國家級醫藥產業孵化及招商基地，就健康醫療產品研發、科技創新、現代物流及產業融資服務。隨著中港兩地跨境人流增加，大灣區能提供醫療跨境服務將擁有龐大需求，甚至是基層醫療及康復醫療需要將是重要的增長領域。按香港行政長官李家超發表的《行政長官二零二三年施政報告》提出「長者醫療券大灣區試點計劃」擬於二零二四年把長者醫療券的適用範圍擴展至大灣區內合適的醫療機構，亦有助為大灣區帶來更確實的商機。未來本集團將藉著大灣區建立統一市場，增加醫療資源及數據跨境流動的發展，加快把龍德健康產業園建設成特色產業園的發展。

5. 豐富企業文化內容，增強企業凝聚力

員工是企業最大的財富。公司員工遍佈全國各地，地域廣闊，管理幅度大。針對這種情況，公司通過建立微信群，企業微信群等社交媒體來組織員工活動，及時分享公司大事件、市場動態，加強員工對公司的相互了解，增進彼此之間的關係。同時，公司還要求管理人員要時常線下與員工見面，增強企業與員工之間的信任感。每個月，本集團還在總部舉辦形式不同的主題活動，豐富員工的生活和相互間的了解，有利日常工作的順利開展和提升效率。對於員工出現重大事件時，企業及時關心員工並送去溫暖，此舉深得廣大員工的讚許。

人力資源及培訓

於二零二四年六月三十日，本集團擁有合共927名員工，其中138名於本集團深圳總辦事處任職，而420名則駐守34個其他地區，主要執行銷售及營銷職責；369名於東迪欣任職。截至二零二四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66,559,000元(二零二三年：約人民幣73,441,000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

於二零二四年六月三十日，本集團之資本承擔為約人民幣87,706,000元(於二零二三年十二月三十一日：約人民幣141,678,000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

根據本公司股東於二零二四年五月二十九日通過的決議，本公司向全體股東宣派截至二零二三年十二月三十一日止年度的末期股息每股3.38港仙，合共約21,041,000港元(相當於約人民幣19,049,000元)。該股息已於二零二四年六月三十日以本公司內部現金全數支付。

董事會決議並不派發截至二零二四年六月三十日止六個月期間之任何中期股息(二零二三年：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C1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，本公司一直遵守於本報告期間生效的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條及B.2.4(b)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。

根據守則條文第B.2.4(b)條，自二零二三年一月一日或之後開始的財政年度起，倘發行人的所有獨立非執行董事於董事會任職均超過九年，則發行人應於下次股東週年大會上委任一名新的獨立非執行董事。

儲小平博士已獲委任為獨立非執行董事，自二零二四年九月一日起生效，以滿足守則條文第B.2.4(b)條的規定。詳情請參閱本公司日期為二零二四年八月三十日的公告。

證券交易之標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3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業績公告內之財務資料。審核委員會已與本集團管理層審閱本公司截至二零二四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二零二四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，二零二四年八月二十八日

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。