

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)

截至二零二四年十二月三十一日止年度之 年度業績公告

業績摘要

- 收益減少1.6%至約人民幣1,061,082,000元(二零二三年：人民幣1,078,659,000元)。
- 毛利減少3.6%至約人民幣270,446,000元(二零二三年：人民幣280,665,000元)。
- 毛利率下跌0.5個百分點至25.5%(二零二三年：26.0%)。
- 除稅前溢利增加1.7%至約人民幣95,519,000元(二零二三年：人民幣93,886,000元)。
- 截至二零二四年十二月三十一日止年度之溢利增加20.9%至約人民幣74,466,000元(二零二三年：人民幣61,594,000元)。
- 本公司擁有人應佔溢利增加9.1%至約人民幣41,557,000元(二零二三年：人民幣38,096,000元)。
- 每股基本盈利增加12.1%至約人民幣7.22分(二零二三年：人民幣6.44分)。
- 董事會建議就截至二零二四年十二月三十一日止年度派發末期股息每股3.17港仙(二零二三年：3.38港仙)，惟須經本公司股東(「股東」)於二零二五年五月二十九日(星期四)舉行之應屆股東週年大會上批准。

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，本公司及其子公司(「本集團」)截至二零二四年十二月三十一日止年度(「回顧年度」)之經審核綜合業績及經選擇解釋附註，連同於二零二三年同期之比較數字如下：

綜合損益表

截至二零二四年十二月三十一日止年度

	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
收益	4	1,061,082	1,078,659
銷售成本		(790,636)	(797,994)
毛利		270,446	280,665
其他收益及其他收入	5	28,542	27,437
銷售開支		(98,839)	(102,762)
行政開支		(90,657)	(100,826)
研發開支		(17,593)	(18,840)
按公平值計入損益之 金融資產公平值(虧損)/收益		(4,249)	12,937
投資物業的公平值收益/(虧損)		5,164	(1,364)
應收貿易及其他賬款的減值虧損		(3,110)	(441)
經營溢利		89,704	96,806
融資成本	6(a)	(13,282)	(11,519)
應佔一家合營企業業績		18,187	8,212
應佔聯營公司業績		910	387
除稅前溢利	6	95,519	93,886
所得稅	7	(21,053)	(32,292)
年內溢利		74,466	61,594
應佔：			
本公司擁有人		41,557	38,096
非控股權益		32,909	23,498
年內溢利		74,466	61,594
每股盈利	8		
基本及攤薄(人民幣分)		7.22	6.44

綜合損益及其他全面收益表

截至二零二四年十二月三十一日止年度

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
年內溢利	<u>74,466</u>	<u>61,594</u>
年內其他全面收益／(虧損)		
將不會重新分類至損益的項目：		
按公平值計入其他全面收益之 金融資產公平值之虧損	(3,772)	(17,885)
期後可重新分類至損益的項目：		
中國境外實體之財務報表換算產生之匯兌差額	<u>3,945</u>	<u>3,924</u>
	<u>173</u>	<u>(13,961)</u>
年內全面收益總額	<u><u>74,639</u></u>	<u><u>47,633</u></u>
應佔：		
本公司擁有人	41,730	24,135
非控股權益	<u>32,909</u>	<u>23,498</u>
	<u><u>74,639</u></u>	<u><u>47,633</u></u>

綜合財務狀況表

於二零二四年十二月三十一日

	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
非流動資產			
使用權資產		108,362	107,438
物業、廠房及設備		315,347	278,279
投資物業		126,027	120,619
商譽		90,693	90,693
聯營公司的權益		10,858	9,667
於一家合營企業的權益		84,769	66,582
其他無形資產		—	—
按公平值計入其他全面收益之金融資產		64,203	68,576
按公平值計入損益之金融資產		7,541	7,180
		807,800	749,034
流動資產			
存貨		120,217	117,628
應收貿易賬款及應收票據	9	157,724	152,534
按金、預付款項及其他應收款項		80,226	124,425
按公平值計入損益之金融資產		14,302	20,351
現金及現金等價物		235,299	173,678
		607,768	588,616
流動負債			
合約負債		59,934	57,172
應付貿易賬款	10	159,899	148,663
預提費用及其他應付款項		54,157	44,291
銀行貸款		225,664	191,663
租賃負債		4,356	6,366
應付所得稅		10,858	15,377
		514,868	463,532
流動資產淨值		92,900	125,084
總資產減流動負債		900,700	874,118

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
非流動負債		
銀行貸款	161,952	150,467
租賃負債	10,465	5,930
遞延稅項負債	22,751	18,369
	<u>195,168</u>	<u>174,766</u>
資產淨值	<u>705,532</u>	<u>699,352</u>
資本及儲備		
股本	53,468	53,468
儲備	586,324	565,566
本公司擁有人應佔權益	639,792	619,034
非控股權益	65,740	80,318
權益總額	<u>705,532</u>	<u>699,352</u>

綜合財務報表附註

截至二零二四年十二月三十一日止年度
(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。本公司註冊辦事處及主要營業地點載於年報內的公司資料。

本公司為投資控股公司。本公司及其子公司(統稱「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，及(ii)製造和銷售電療、物療設備及一般醫療檢查設備。

2. 編製基準及重大會計政策資料

a) 遵例聲明

該等財務報表是按照香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的所有適用香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)(包含所有適用的個別香港財務報告準則、香港會計準則(「香港會計準則」)及詮譯)、香港公認會計原則及香港公司條例的適用披露規定編製。該等財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)有關適用披露的規定。本集團所採納之重大會計政策資料載於下文。

香港會計師公會已頒佈若干本集團之本會計年度首次生效或可提早採納之香港財務報告準則修訂本。附註3提供首次應用此等新訂及經修訂準則造成會計政策任何變動之資料，以於該等財務報表中反映當前及過往會計期間與本集團相關者為限。

b) 財務報表的編製基準

截至二零二四年十二月三十一日止年度的綜合財務報表包括本公司及其子公司以及本集團於聯營公司及合營企業之權益。

本集團每間實體的財務報表所載列的項目以貨幣(「功能貨幣」)計量。本綜合財務報表乃以人民幣(「人民幣」)載列，由於本集團主要於中國大陸營運，故本集團以人民幣為功能及呈報貨幣。

誠如下列會計政策所述，編製財務報表所採用的計量基準為歷史成本基準，惟以下資產及負債乃按其公平值列賬：

- 投資物業；
- 衍生金融工具；
- 分類為按公平值計入其他全面收益之金融資產的金融工具；及
- 按公平值計入損益之金融資產。

管理層須在編製符合香港財務報告準則的財務報表時作出會對會計政策的應用，以及對資產、負債、收入和支出的列報金額造成影響的判斷、估計和假設。估計及有關假設乃根據過往經驗及多個相信在有關情況下屬合理的其他因素而作出，其結果成為對在其他來源並不顯然易見的資產與負債賬面值作出判斷的基礎。實際結果可能有別於該等估計。

該等估計及相關之假設會不時檢討。因會計估計作出的修訂將於對估計作出的修訂之期間（若該等修訂僅影響該期間）或修訂期間及未來期間（若該等修訂均影響當前及未來期間）予以確認。

3. 應用香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）之修訂本

本集團已於本會計期間對該等財務報表應用以下由香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則修訂本：

香港會計準則第1號之修訂	負債分類為流動或非流動及香港詮釋第5號之相關修訂及附有契約條件之非流動負債
香港會計準則第7號及香港財務報告準則第7號之修訂	供應商融資安排
香港會計準則第16號之修訂	售後租回交易中之租賃負債

於本年度應用香港財務報告準則的該等修訂對本集團於本年度及過往年度的財務狀況及表現及／或該等綜合財務報表所載的披露內容並無重大影響。

香港會計準則第1號之修訂－負債分類為流動或非流動及香港詮釋第5號之相關修訂及附有契約條件之非流動負債

該等修訂影響負債為流動或非流動的分類，並作為一個整體追溯適用。除非本集團有權於報告期間結算日將負債的償還日期押後至報告期後至少12個月，否則借款分類為流動負債。將附帶契約的貸款安排分類為流動或非流動時，會考慮本集團須於報告期間結算日或之前遵守的契約。本集團於報告期後須遵守的契約不影響分類。

該等修訂並未導致本集團的借款分類發生變動。

香港會計準則第7號及香港財務報告準則第7號之修訂－供應商融資安排

該修訂引入了新的披露要求以提高供應商融資安排的透明度，並揭示其對企業負債、現金流量及流動性風險的影響。由於本集團並未訂立任何供應商融資安排，故該等修訂對該等財務報表並無重大影響。

香港會計準則第16號之修訂－售後租回交易中之租賃負債

該等修訂本澄清本實體於交易日之後如何對售後租回進行會計處理。該等修訂本規定賣方承租人就後續租賃負債會計處理應用一般規定，不可確認任何與所保留的使用權相關的收益或虧損。賣方承租人須將該等修訂本追溯應用於首次應用日期後訂立的售後租回交易。由於本集團並無進行任何售後租回交易，因此該等修訂本對該等財務報表並無重大影響。

本集團並無採納任何於本會計期間尚未生效的新訂香港財務報告準則。

4. 收益

年內，收益指進口品牌醫藥及保健產品、電療及物療設備與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。

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
香港財務報告準則第15號範圍內客戶合約的收益		
按主要產品分拆		
－ 醫藥產品	749,692	735,018
－ 保健產品	62,981	102,562
－ 醫療器械	248,409	241,079
	<u>1,061,082</u>	<u>1,078,659</u>
收益確認時間		
時間點	<u>1,061,082</u>	<u>1,078,659</u>

5. 其他收益及其他收入

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
其他收益：		
銀行利息收入	6,146	2,289
對聯營公司的貸款利息收入	119	106
投資物業的租金收入總額	3,003	2,745
按公平值計入損益之金融資產的股息收入	436	924
按公平值計入其他全面收益之金融資產的股息收入	1,660	8,202
推廣服務收入	19,829	12,261
	<u>31,193</u>	<u>26,527</u>
其他收入		
政府補貼(附註)	5,649	4,456
外匯虧損	(10,187)	(4,966)
補償收入	1,045	—
來自聯營公司的管理費收入	144	244
其他	698	1,176
	<u>(2,651)</u>	<u>910</u>
	<u>28,542</u>	<u>27,437</u>

附註：

政府補貼自政府機關獲取，以肯定本集團對當地經濟發展作出的貢獻，且為無條件授予，並由有關機關酌情決定。

6. 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)以下各項後達致：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
a) 融資成本		
銀行貸款利息	12,641	10,757
租賃負債利息	641	762
	<u>13,282</u>	<u>11,519</u>
b) 員工成本(包括董事及行政總裁酬金)		
工資及其他福利	117,642	120,089
定額供款退休計劃的供款	11,595	11,073
權益結算股份獎勵之開支	3,613	1,956
	<u>132,850</u>	<u>133,118</u>
c) 其他項目		
其他無形資產攤銷	—	134
核數師薪酬		
— 核數服務	1,538	1,490
— 非核數服務	124	182
存貨成本	742,666	806,277
折舊		
— 物業、廠房及設備	11,487	9,710
— 使用權資產	8,664	10,231
應收貿易賬款的減值虧損	199	441
應收其他賬款的減值虧損	2,911	—
物業、廠房及設備減值虧損	1,231	—
出售物業、廠房及設備的虧損	338	206
投資物業的租金收入(扣減直接支銷人民幣87,000元 (二零二三年：人民幣156,000元))	(2,916)	(2,589)
捐款	<u>9,574</u>	<u>8,284</u>

7. 綜合損益表內所得稅

a) 綜合損益表內的所得稅指：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
香港利得稅		
— 本年度	353	702
— 過往年度超額撥備	(201)	(312)
中國企業所得稅（「企業所得稅」）		
— 本年度	21,276	28,315
— 過往年度（超額撥備）／撥備不足	(4,757)	640
遞延稅項		
— 暫時差額的產生及回撥	4,382	2,947
	21,053	32,292

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) 於二零二四年作出的香港利得稅撥備乃就年內估計應課稅溢利按16.5%（二零二三年：16.5%）稅率計算，惟一間屬合資格企業的本集團子公司則根據兩級制利得稅率徵稅。

就此子公司而言，首2百萬港元的應課稅溢利按8.25%的稅率徵稅，而餘下應課稅溢利則按16.5%的稅率徵稅。就此子公司作出的香港利得稅撥備乃按於二零二四年的相同基準計算。

於二零二四年作出的香港利得稅撥備乃計及香港特別行政區政府就二零二四年／二五年評稅年度之應付稅項100%所授出的減免，且各業務可享有的最高減免為1,500港元（二零二三年：就二零二三年／二四年評稅年度授出的最高減免為3,000港元）。

- iii) 中國企業所得稅按法定稅率25%（二零二三年：25%）計提撥備，惟深圳市東迪欣科技有限公司按優惠所得稅稅率15%（二零二三年：15%）計提除外。

8. 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按下列數據計算：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
盈利		
本公司擁有人應佔年度溢利	<u>41,557</u>	<u>38,096</u>
	二零二四年 千股	二零二三年 千股
股份數目		
已發行普通股加權平均數	622,500	622,500
根據股份獎勵計劃購回及持有股份的影響	<u>(46,581)</u>	<u>(30,873)</u>
作為計算每股基本盈利之普通股加權平均數	<u>575,919</u>	<u>591,627</u>

b) 每股攤薄盈利

由於截至二零二四年及二零二三年十二月三十一日止年度並無尚未行使的購股權，故截至二零二四年及二零二三年十二月三十一日止年度的每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

9. 應收貿易賬款及應收票據

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
應收貿易賬款	124,419	94,437
減：信貸虧損撥備(附註(c))	(7,378)	(7,179)
	<u>117,041</u>	<u>87,258</u>
應收票據(附註(d))	40,683	65,276
	<u>157,724</u>	<u>152,534</u>

附註：

- a) 所有應收貿易賬款預期於一年內收回或確認為開支。
- b) 應收貿易賬款的賬齡分析

應收貿易賬款(扣除信貸虧損撥備)於報告期末按發票日期呈列的賬齡分析如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
0至90日	111,008	87,093
91至120日	5,331	—
121至180日	252	105
181至365日	450	60
	<u>117,041</u>	<u>87,258</u>

本集團授予客戶的信貸期通常介乎30日至120日。本集團並未就該等結餘持有任何抵押品。

c) 應收貿易賬款的減值

有關應收貿易賬款的減值虧損乃採用撥備賬法入賬，除非本集團信納收回該款項的機會極微，在此情況下，減值虧損將於應收貿易賬款中直接撇銷。

年內有關應收貿易賬款的虧損撥備賬變動如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
於一月一日	7,179	6,922
年內已確認減值虧損(附註6(c))	199	441
年內壞賬撇銷	—	(184)
	<u>7,378</u>	<u>7,179</u>
於十二月三十一日		

- d) 應收票據指由具備良好信貸評級的銀行發出一年內到期的不可撤銷票據。董事會認為該等銀行票據的違約風險不大。該等銀行票據並不重大，故毋須於報告期末作出減值。

10. 應付貿易賬款

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
應付貿易賬款 (附註(b))	159,899	148,663

附註：

a) 所有應付貿易賬款預期將於一年內結算或確認為收入或於要求時償還。

b) 應付貿易賬款的賬齡分析

應付貿易賬款於報告期末按發票日期呈列的賬齡分析如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
0至90日	159,545	139,202
91至180日	354	9,461
	159,899	148,663

供應商給予的信貸期一般介乎45日至90日。

11. 股息

董事會建議就截至二零二四年十二月三十一日止年度派發末期股息每股3.17港仙(二零二三年：3.38港仙)，惟須經本公司股東於二零二五年五月二十九日(星期四)舉行之應屆股東週年大會上批准。

12. 比較數字

若干比較數字已重新分類，以符合本年度的呈報。

管理層討論與分析

市場及行業回顧

於回顧年度內，中國經濟在高質量發展、減息降準、以舊換新等政策助力下保持了穩定增長，總體運行實現穩中有進、明顯回升。於二零二四年，中國國內生產總額達人民幣134.91萬億元，首次突破130萬億大關，年增長率約為5.0%。全國居民消費價格(CPI)比上年略升0.2%，其中，醫療保健價格上漲1.3%。國民消費總額超過人民幣48.79萬億元，年增長率為3.5%，其中，中西藥品類銷售額達人民幣7,157億元，年增長率為3.1%。回顧年度內，中國外需韌性超預期，中國進出口總值達到43.85萬億元人民幣，同比增長5%。中國醫藥產品進出口貿易額1,993.76億美元，同比增長2.13%，其中出口額1,079.64億美元，同比增長5.9%。

於回顧年度內，中國醫藥行業在政策引導下加速轉型，呈現多元化需求與增長動能。「一帶一路」倡議和區域全面經濟夥伴關係協定(「**RCEP**」)等國家戰略深化貫徹，為中國醫藥企業進出口貿易及全球化佈局創造良好環境。

居民消費方面，後疫情時代消費者健康意識增強，健康消費趨於多元化、精細化，養生保健、健康悅己等需求進一步凸顯，有望成為行業增長新引擎。同時，受未來收入預期及醫保集採調整影響，消費者對價格敏感度提升，消費者更傾向於線上尋找購買性價比高的藥品。加之O2O即時配送與數字化服務深度融合，帶動線上訂單量增長，線上購藥的便捷性和廣泛選擇正逐漸成為消費新常態。此外，在政策、經濟、文化多方利好因素的共同推動下，藥食同源市場展現出蓬勃的發展勢頭。破圈發展即食／即飲化、零食化成主流，「三高」藥食同源市場及助眠市場同比增長顯著，反應了消費者需求日益多樣化、個性化和對健康管理重視程度的提升。

政策調控持續推動行業向高質量發展轉型

在宏觀經濟承壓背景下，醫保控費常態化與醫療反腐持續深化，推動行業向高質量發展轉型。隨著醫保個賬改革深化，全國各地針對零售藥店醫保支付政策的調整加快。上海、深圳、安徽多地開始放寬其品類、資金、地域的使用限制，一定程度上方便參保職工在定點零售藥店購藥，利好連鎖藥店獲得增量機會。但隨著醫保個賬改革，消費者在藥店刷醫保的意願減少，零售藥店逐步增加非藥經營範圍，擴大營收。同時，門診統籌政策落地促使藥店加速向「診所化」服務模式升級，健康管理、慢性病服務等模塊有望成為新增長點。

於回顧年度內，中國藥品監管體系持續完善，更好適應醫藥創新和產業高質量發展需求。在連鎖藥店經營方面，「七統一」政策進一步強化了藥店的標準化運營，具體包括統一企業標識、管理制度、採購配送、服務規範、信息管理、財務管理以及藥學服務。此外，政策還要求藥店全面使用藥品追溯碼，以加強藥品流通監管，同時嚴厲打擊騙保行為，確保醫保基金的合理使用。藥品價格方面，「三同」（通用名、廠牌、劑型）「四同」（通用名、廠牌、劑型、規格均相同的藥品）政策通過掛網藥品價格橫向治理，消除省際間的不公平高價、歧視性高價。同時，新版GSP（藥品經營質量管理規範）提升藥店在藥師配備和藥品追溯信息化管理等方面水平，推動行業標準的進一步規範化和專業化。

集採常態化與中醫藥創新雙輪驅動

於回顧年度內，藥品零售業和中醫藥行業經歷了由政策刺激的正面拉動。集中採購政策作為重要推手，通過目錄擴容與規則優化重塑市場格局。據統計，擬納入第十批集採的62個品種在二零二三年中國公立醫療機構終端的銷售規模合計接近人民幣550億元，其中銷售額超過人民幣10億大品種有20餘個，而銷售額未突破人民幣1億元的品種則有6個。藥品集中採購的推廣鼓勵集採藥品進入零售渠道，帶動藥店銷售品類的豐富化，有望刺激銷售增長。中藥飲片、中成藥集採保持「擴容」主旋律，以「優質優價」為導向，明確不以簡單降價為目的實施採購，有力推動中醫藥產業價值回歸。

隨著中藥集採的溫和落地，利好中藥行業政策頻出。一方面國家持續加大力度推動中醫藥標準化建設，國家藥監局發佈《中藥標準管理專門規定》，為中醫藥傳承與創新奠定堅實的基礎。另一方面，提出「促進中醫藥傳承創新」，二零二四年以來，全國共批准12個中藥新藥上市。二零二四年四月國家衛健委發佈將「麥冬、地黃、化橘紅和天冬」這四種物質納入《按照傳統既是食品又是中藥材的物質目錄》徵求意見，政策的支持已成為藥食同源的蓬勃發展的一大推力。同時，國家機關將中藥材壟斷行為列為執法重點，嚴厲打擊違法違規提供資金、囤積哄抬中藥材價格的行為。通過多措並舉，推動中醫藥現代化與產業化發展，中醫藥產業正迎來政策紅利的集中釋放期。

中國醫藥產品出口穩回升呈現多元化格局

於回顧年度內，中國對「一帶一路」市場的醫藥出口額達444.66億美元，同比增長7.7%。非洲市場同樣呈現出強勁的增長態勢，出口增長10.9%，成為中國醫藥出口市場多元化的重要增長極。同時，在醫藥產業國際化高質量發展的背景下，創新藥、生物醫藥、高端耗材、診療設備等已經成為出口增長新動能，醫藥產業出海模式日趨多元化，為中國醫藥企業提供更多的市場機遇。

業務回顧

一、藥品分銷分部業務回顧

受本集團產品結構戰略性調整及行業宏觀環境變化影響，於回顧年度內，來自藥品分銷分部銷售額錄得銷售額約人民幣749,692,000元，按年增長2.0%，品牌影響力持續提升。其中，本集團主力代理藥品京都念慈菴川貝枇杷膏表現符合預期，發展良好。憑藉其卓越的療效品質與良好的產品口碑，結合精準的營銷推廣策略，京都念慈菴川貝枇杷膏成功拓展年輕群體市場。

京都念慈菴川貝枇杷糖在枇杷糖的優良配方上改良而來，攜帶方便，適用於長期用嗓、聲帶疲勞等特定行業人群，如教培行業。本集團持續與品牌大使及零售門店合作，將京都念慈菴川貝枇杷糖與教師正面形象綁定，培養用戶心智，提高產品美譽度。於回顧年度內，京都念慈菴川貝枇杷糖錄得銷售額約人民幣49,668,000元，品牌口碑穩步提升。

另一主要皇牌代理藥品喇叭牌正露丸作為居家必備有助消化整腸的藥品，市場需求旺盛。然而受廠方生產供貨能力限制，銷售額受供應鏈影響與上一年基本持平。隨著消化整腸類藥品市場的持續擴張及供需失衡問題的根本性解決，喇叭牌正露丸在未來擁有廣闊發展空間，市場潛力可期。

隨著消費者對中成藥的認可度提升與運動生活風尚的普及，於回顧年度內，本集團旗下另一重點代理藥品－以活血止痛見長的金活依馬打正紅花油表現亮眼，錄得銷售額約人民幣44,705,000元，按年增長6.3%。本集團透過超過1,000場拭擦活動及與多項運動賽事深度合作，不斷擴大該藥品在運動人士中的品牌影響力及認知度，陪伴消費者成長，強化與目標客戶群的聯繫及提升黏度。

於回顧年度內，本集團藥品分銷分部產品結構持續進行戰略性優化。本集團旗下代理兩個處方藥產品，分別為佛慈金活安宮牛黃丸及鳳寶牌健婦膠囊。其中，佛慈金活安宮牛黃丸作為本集團於三十週年慶典之際推出的重點產品，於二零二四年十一月上市。作為一款經典的中藥製劑，安宮牛黃丸具有清熱解毒、鎮驚開竅的卓越療效。其主要成分體內培育牛黃、人工麝香及珍珠等均經過嚴格篩選與檢測，展現出高品質與安全性。同時，體內培育牛黃憑藉其品質穩定、環保可持續、產品可溯源、成本效益高及安全性強等優勢，在保證藥品療效卓越穩定的同時有效控制成本，顯著提高了藥品性價比及市場競爭力。隨著人口老齡化加深，心腦血管等慢性疾病用戶需求將持續擴大，安宮牛黃丸作為治療腦中風危急病症的良藥具有穩定增長的市場潛力。截至二零二四年十二月三十一日，安宮牛黃丸成功拓展30餘家連鎖藥店，500餘家門店，實現了從零到一的突破，有望成為本集團核心增收產品之一。

於回顧年度內，本集團就藥品分部採取了以下營銷策略。

1. 全渠道優化驅動效能升級，構建精準營銷體系

於回顧年度內，中國醫藥零售行業在政策支持與消費需求升級的雙重驅動下，加速向全渠道融合轉型。本集團積極響應線上線下協同發展主流趨勢，以創新模式深耕渠道佈局。

線下方面，受喇叭牌正露丸供貨有限影響，本集團之覆蓋網點數量較二零二三年同期略上升至264,953家，共計覆蓋連鎖藥店、單體藥店209,831家，基層醫療機構約32,622家，醫院及診所16,816家，以及便利店和商超47家。其中，京都念慈菴蜜煉川貝枇杷膏、枇杷糖等其他產品覆蓋網點數量較二零二三年有不同幅度的增長。本集團一級客戶合作總體表現穩定良好，於回顧年度內，本集團依客戶管理制度、經營產品迭代及業務拓展需要對一級客戶數量進行了適度微調，確保本集團產品及時響應市場需求。

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品已經進入終端網絡銷售。

此外，本集團持續搭建品牌宣傳自媒體陣地，針對性觸及垂直群體，提升消費者品牌認知。其中，微信公眾號「金活健康之家」激活，該賬號以產品科普內容為核心定位，植入安宮牛黃丸及公司其他產品科普內容，同時進行搜索引擎優化，方便消費者及客戶可以精準定位到佛慈金活安宮牛黃丸正向信息。私域搭建方面，本集團通過官方客服對接從不同渠道而來購買安宮的消費者或意向消費者，一對一提供相關健康諮詢服務，承接聚合流量，提升產品復購率。

2. 戰略協同賦能終端生態，打造連鎖共贏價值

於回顧年度內，本集團持續加強與百強連鎖及區域連鎖的合作建設，推進資源互補共享機制，在終端運營層面實施多維賦能，包括但不限於優化產品陳列標準、開展精準會員營銷活動、構建專業藥學服務體系，共同打造終端解決方案，構建可持續增長的合作模型。

本集團持續強化門店人員產品知識與營銷技能培訓，於二零二四年九月開啓「商學院」金牌店長培訓活動，在河南鄭州、江蘇蘇州、福建平潭等城市，向400多名參與培訓的店長深度介紹人員管理、營銷技巧以及促銷方案設計等學習內容。通過講課和案例相融合的方式分享理論知識和成功經驗，助力合作店向專業化、流程化、信息化進一步轉型，加強與合作連鎖的緊密度，正面拉動銷售額。此外，於回顧年度內，本集團在全國6個片區包括湛江、中山、汕頭、廈門等開展品牌旗艦店建設活動，參與門店合計203家。

3. 深化全週期營銷佈局，針對性拉動多圈層品牌影響力

本集團持續深化線上線下融合營銷體系，圍繞全年節氣時令與核心消費節點，精準佈局品牌傳播節奏，實現品牌價值與用戶需求的深度契合，進一步鞏固市場認知度，推動品牌影響力向多層次、多圈層、年輕化滲透。

線下品牌建設方面，本集團圍繞核心產品矩陣實施差異化營銷戰略，系統提升品牌價值與市場滲透率。京都念慈菴川貝枇杷膏及枇杷糖以節日慶典為主線，構建情感化消費場景，積極採取營銷策略。在端午節民俗互動及教師節感恩活動不斷強化消費者認知，加強商業及終端的客情關係，以此增加曝光率，拉動終端銷量。同步發起的「念慈菴新聲力」全國少兒歌唱賽事與夏日音樂大篷車巡演，成功將傳統醫藥品牌融入年輕家庭娛樂場景，實現品牌文化傳承與創新傳播的雙向突破，推動產品向年輕消費群體滲透。

喇叭牌正露丸則根據產品特性，制定了聚焦健康公益領域的傳播策略。通過藥房巡迴快閃活動精準觸達目標客群，並借勢奧運熱點推出健康跑公益捐步項目，將品牌傳播與全民健康倡導深度綁定，有效提升品牌社會責任感認知。安宮牛黃丸則針對傳統節令消費特徵，通過冬至主題促銷精準激活市場需求。

金活牌依馬打紅花油通過「深愛老兵」公益義賣與體育賽事贊助深化品牌溫度。於回顧年度內，金活牌依馬打紅花油積極支持各項體育賽事舉辦，為深圳五園連通歡樂徒步活動、第八屆武功山越野賽、粵港澳大灣區潮青運動會網球賽、常州西太湖半程馬拉松、株洲馬拉松、深圳馬拉松、南昌馬拉松、紹興馬拉松以及二零二四年梧桐山登高賽等活動提供外用藥油及各項資金贊助和賽後拉伸服務支持，同時配合五城公交廣告投放及終端旗艦店建設形成立體化傳播矩陣，顯著提升終端能見度與消費者信任度。二零二四年六月，金活牌依馬打正紅花油在第四屆中國醫藥流通貿易大會暨世界醫藥零售業大會上獲得「工業電商創新營銷獎」獎項。

在線上品牌傳播領域，本集團通過戰略性冠名高熱度文娛IP實現全域流量覆蓋與年輕化轉型突破。京都念慈菴高度關注湖南衛視內容生態，獨家冠名元宵節慶IP《元宵喜樂會》及治癒系旅行綜藝《我們仨》，依託雙平台優勢觸達億萬家庭用戶，有效強化品牌節日情感關聯度；同時聚焦垂直圈層突破，獨家冠名的單口喜劇競技綜藝《喜劇之王單口季》上線即引爆市場，據燈塔專業版數據顯示，該節目上線20天內19次登頂愛奇藝熱度日冠，3次斬獲全網正片播放市佔率榜首，品牌傳播成功滲透年輕喜劇消費群體。

此外，京都念慈菴與國民級手遊《和平精英》聯名，在遊戲中上線「念慈菴好聲音音樂節」專屬地圖及遊戲道具，讓玩家在獨特的遊戲體驗中感知產品，有效加強品牌與年輕消費者之間的連接和互動，讓消費者對京都念慈菴產生更積極的品牌印象。念慈菴亦在騰訊視頻上投放了多部電視熱劇廣告，由王家衛執導的《繁花》、以及由劉亦菲出演的《玫瑰的故事》等均取得了不同凡響的收視率。

於回顧年度內，本集團系列品牌宣傳策略通過場景化體驗、公益價值輸出與精傳播的有機融合，推動各產品線品牌影響力實現階梯式增長。同時，通過台網聯動傳播矩陣，助推京都念慈菴在Z世代消費群體中的認知度提升，形成傳統醫藥品牌與潮流文化深度融合的破圈效應。

4. 深挖「她經濟」風口，聚焦悅己消費新勢能

於回顧年度內，「她經濟」成為拉動中國消費持續增長並引領消費市場趨勢變化的主力軍之一。隨著女性地位和收入的提高，以「悅己」為目的追求實際價值和情感體驗的消費趨勢蘊藏著巨大潛能。

為配合快速發展的女性消費市場，本集團高度關注這類消費趨勢的興趣，積極擁抱變化及把握市場機遇。本集團在以女性用戶為主體的平台小紅書上開設賬號，通過內容共創強化與女性客群的深度連接。本集團在線上加強與消費者互動的同時，也在線下開設各類體驗活動，創新打造「健康美學體驗場景」。本集團於婦女節開展插花活動，提供念膏試飲、念糖試吃，並為當天到店的女性消費者贈送鮮花。該活動覆蓋廈門、上海等12個重點城市，累計開展線下體驗活動25場，致力提升用戶黏性，為產品口碑傳播注入新動能。

二、保健品日化分銷分佈業務回顧

作為本集團第二大業務板塊，保健品日化包括熱銷全球、由美國No.1藥劑師及網紅推介的Carmex卡麥克斯潤唇膏、黃金搭檔氨糖白芍鈣膠囊以及本年度新上市的兩款INNOPHARM茵諾梵魚油。該系列魚油含有95%Omega-3，頂配rTG魚油，EPA:DHA黃金3:2配比，是守護家庭健康的上好選擇。本集團未來將專注圍繞高端天然營養品牌INNOPHARM茵諾梵魚油制定針對性的經營及營銷戰略。

於回顧年度內，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. 精打入新興網絡社群，實現流量轉化閉環

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，另一款為大腦魚油。兩款均為五倍DHA巔峰魚油，是補足腦力智選。於回顧年度內，本集團在小紅書、抖音、京東、在天貓均開設了品牌旗艦店，並持續推動產品口碑沉澱。其中，本集團重點聚焦小紅書平台運營，通過旗艦店搭建、達人直播矩陣及用戶評論等方式增強口碑傳播，推動提升品牌搜索量，並有效導流至天貓渠道，實現從種草到轉化的閉環鏈路。於回顧年度內，INNOPHARM在天貓國際、小紅書、抖音等多元化銷售渠道共同發力，其中天貓國際佔比近60%，奠定銷售基本盤。

同時，為擴大年輕消費群體，INNOPHARM茵諾梵魚油借勢小紅書流量生態，以「法國健康生活方式」為切入點，結合奧運熱點打造「法女看奧運開幕式」以及法國當下養生、運動等熱門話題實現精準滲透，總曝光量達2,585萬次，互動量超3萬次，成功搶佔Z世代心智。

此外，INNOPHARM茵諾梵魚油進一步通過高端場景強化品牌影響力。作為中法商會法國國慶慶典官方指定營養品，獲法國駐廣州總領事站台支持。同時受邀參加第三屆中法大灣區企業家峰會活動，並成為官方指定營養品。在中法建交六十週年之際，憑藉優秀的科研創新能力和卓越的品質贏得消費者的喜愛，獲得「中法合作夥伴獎」，以國家級背書提升消費者信任度。

2. 加強年輕化營銷策略，實現垂直圈層滲透：

Carmex潤唇膏通過精準圈層營銷，實現品牌年輕化轉型，在抖音平台以較低成本針對二次元、cosplay玩家及半專業妝造等垂直興趣群體定向投放數百條場景化內容，以高性價比觸達Z世代核心消費人群，成功推動旗艦店18-25歲客群佔比突破50%。通過「站外投流+限時促銷」組合策略，將流量高效轉化為銷售動能，帶動全年銷量同比增長60%。

同時，Carmex潤唇膏進一步借勢頭部主播勢能，聯動李佳琦助播團隊開展專場返場直播，其中二零二四年五月八日，單次產品直播所屬鏈接達成14.6萬元銷售額，並撬動同期旗艦店總銷售額攀升至17.9萬元。該營銷模型透過「垂直圈層滲透－興趣消費引導－頭部流量引爆」三級鏈路，通過多層級的市場滲透，逐步影響消費者決策，最終達成品牌增長和銷售轉化。回顧年度內，Carmex潤唇膏實現商品交易總額快速增長，成功構建年輕消費者對專業護唇品牌的價值認知，為長效用戶資產沉澱奠定基礎。

於回顧年度內，本集團與黃金搭檔聯合推出的氨糖白芍鈣膠囊憑藉卓越的功效和品牌影響力，加上精準的推廣策略，銷售同比增長了112%。一方面，該產品以店員培訓、消費者買贈夯實渠道建設和消費者基礎，另一方面本集團根據公司產品屬性，組合出金活依馬打正紅花油與氨糖白芍鈣搭配的外用內服「黃金搭檔」－在關節疼痛、腫脹時可用金活依馬打正紅花油外用緩解症狀，而口服氨糖白芍鈣膠囊則有助於修復受損的關節軟骨、增強骨質，從根本上改善骨骼健康狀況。兩產品多場景組合出現在藥店、馬拉松博覽會等地，在年度內該策略取得了一定的成效。

3. 產學研協同創新賦能新品開發，持續優化產品結構

於回顧年度內，本集團與香港科技大學聯合研發的肉蓯蓉益生菌項目取得階段性成果，目前處於外包裝和測試階段，預計在二零二五年正式推出。此外，於回顧年度內重啓的金活西洋參膠囊已於二零二四年十一月在海王系藥店鋪設上架，二零二五年將針對性地安排一系列推廣營銷活動，增補目前產品生態位空缺，並搭建西洋參系列產品矩陣。

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東迪欣自二零零零年成立以來致力於發展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。

於回顧年度內，疫情後公眾對疾病預防和健康的關注度顯著提高，加之全球老齡化直接推高心血管、糖尿病等慢性病發病率，醫療設備市場需求依舊堅挺。據Allied Market Research報告預計，全球醫療設備市場規模預計在二零三三年將增長至9,578億美元，二零二四年至二零三三年期間的複合年增長率為6.2%。

於回顧年度內，東迪欣繼續深入紮實地推進「精實生產6S」管理模式，在「一次就做對」的思想指導下確保產品高質量出品，有效推動國內外業務蓬勃發展，錄得銷售額為人民幣248,409,000元，較去年增長3.0%。

國際市場方面，東迪欣在夯實歐美市場的基礎上，持續踐行「走出去」策略，加速開拓南美、非洲增量市場。中東市場經過多年拓展及經驗積累，業務於回顧年度內初見成效，銷售實現突破。其中，高毛利產品手持治療儀銷量顯著提升，拉動整體毛利率增加。針對海外需求研發的止癢儀、痛經儀及頭痛儀三大新品在歐洲市場表現亮眼，上市首年即貢獻近500萬元銷售額，充分展現本集團卓越的市場洞察力，產品研發創新力以及持續提升的市場機遇捕捉能力。此外，東迪欣同步推進與國際康復龍頭企業的技術及渠道合作，力爭為新產品矩陣導入奠定基礎。

國內市場方面，東迪欣成功通過第89屆（上海）、90屆（深圳）CMEF展會將新品便攜式衝擊波治療儀推向市場，產品已實現向5個省市客戶的出貨。於回顧年度內，本集團採用精準招商策略，累計開發20個省市共208家客戶，其中UT1041超聲理療儀憑藉高性價比優勢，在基層醫療市場佔有率持續攀升。於回顧年度內，東迪欣積極深化與知名康復領域銷售商默遜科技的戰略合作。通過本次合作，東迪欣已實現核心產品在電商平台、私域流量及30餘家專業康復診所的多渠道滲透。

於回顧年度內，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、 數字化驅動全鏈條降本增效

東迪欣於回顧年度內搬遷寫字樓至新址，持續優化醫療設備業務運營體系，通過三大核心舉措實現降本增效。首先，完善SMT數字化智能製造系統，強化生產流程數字化管控，同時加強與國內國際優秀企業的交流學習，進一步提升智能生產的高效性。其次，優化下屬模具車間生產線並推行三級聯動管理模式。於回顧年度內，東迪欣對下屬磨具生產車間進行改造，顯著提高車間生產效率。同時，按照本集團要求對其進行科學管理，採取三級聯動管理模式，將員工收益與公司效益及績效考核掛鉤。此舉正面帶動員工的積極性，提高車間人均產出，有效保障公司的生產供應。公司持續進行組織優化，從多方面實施降本增效，確保在目前經濟環境背景下公司淨利潤及毛利率符合預期。最後，公司不斷健全全球服務體系，在主要銷售市場建立自主或聯合核心經銷商的產品售後響應網絡，做到在當地及時高效處理客戶及消費者的問題，有效縮減溝通成本，提高問題解決實效性。

2、 產學研協同構建技術護城河

於回顧年度內，東迪欣研發創新成果顯著，新增授權發明專利1項，累計持有有效發明專利授權數4個、有效實用新型授權數24個、有效外觀設計授權數1個及軟件著作權數13個，知識產權矩陣持續完善。

公司繼續深化產學研合作，於回顧年度內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科研創新合作項目，新一代的物理康復治療儀的研發合作已處於攻堅階段。目前，該項目已進入臨床驗證階段，計劃於二零二五年間申報國際和國內專利及批文，待審批完成後新產品將陸續推市場。

四、其他業務發展回顧

1. 龍德健康產業園正式投入使用，繪製大健康產業新藍圖

本集團積極響應國家大健康產業發展戰略，推動大灣區中醫藥發展和港藥領域的創新發展。本集團致力打造的金活•龍德生命健康產業園（「**龍德健康產業園**」）已於二零二四年十一月二十六日正式投入運營，目前在推動產學研合作、促進產業鏈上下游交流合作、整合行業資源等方面取得實質性進展。

龍德健康產業園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，有望成為大灣區面向國際一重要的中醫藥產學研的重要樞紐。於回顧年度內，龍德健康產業園首期招商成效令人欣喜，吸引超氧時代、GSP倉儲、醒霧生物等多家高成長性企業入駐，共跟進意向客戶129家，展現強勁產業集聚效應。同時舉辦產業峰會、交流路演等活動10餘場、聯合共建活動3場、接待領導來訪15場、對接投融資項目9個、投融資機構10餘家，通過高頻次資源對接，強化行業影響力。

在科研轉化層面，作為深圳市健康產業創新發展的重要載體，龍德健康產業園聯合高校及科研機構，打造生命健康項目孵化平台。龍德健康產業園與香港科技大學的校企合作取得具體進展，雙方有望成立合資公司落地園區，同時與天使母基金、深圳大學、深圳市健康產業促進會等多家單位促成戰略合作。此外，一家入駐龍德健康產業園的生物科技企業運用前沿科技，針對鼻竇炎這一常見且難以根治的疾病成功探索出創新療法。鑒於鼻竇炎的高復發率和患者的持續需求，園區計劃與該企業開展產業鏈下游深度合作，在整合醫藥供應鏈企業資源方面，龍德健康產業園已邁出堅實第一步。

未來，本集團將以龍德健康產業園為核心基地，堅持以科技創新為引領，注重生態環保與可持續發展，以高度的責任感和使命感，積極推動中醫藥產業的創新發展，構築面向國際的重要中醫藥產學研的重要樞紐，助力粵港澳大灣區醫藥健康產業的繁榮發展。

2. 立足港澳穩固基礎搶抓「港藥落地」政策新機遇

二零二五年一月，國家藥監局印發《關於簡化港澳已上市傳統口服中成藥內地上市註冊審批的公告（二零二五年第7號）》，對港澳本地登記的生產企業持有、經港澳藥品監督管理部門批准上市，且在港澳使用15年以上的、生產過程符合藥品生產質量管理規範(GMP)要求的傳統口服中成藥實施簡化審批。這一政策的實施，為港藥在內地市場的快速流通和應用提供了有力保障，更有助於打破地域壁壘，加速中醫藥產品的區域流通，攜手港澳特區編寫中醫藥事業的新篇章。

二零二四年十二月十六日，深圳市市場監督管理局副局長李穎帶領調研組走進金活醫藥集團，就《關於簡化港澳已上市傳統口服中成藥內地上市註冊審批的公告（徵求意見稿）》展開調研，本集團董事局主席趙利生率團隊高層與調研組成員進行了深入交流。新政策背景下，本集團將依託香港成熟的供應鏈體系及穩固的合作關係，搶佔市場先機。未來，本集團在香港成功推出的口碑產品有望登陸龐大的國內市場，極大拓寬本集團產品的市場接觸面，拉動銷售額。隨著政策的深入實施，本集團有信心充分利用香港與國內市場的互補優勢，在「港藥落地」的勢能中強化跨境醫藥服務能力，推動港澳與國內市場雙向滲透。

3. 主動尋求大健康產業投融資契機，驅動業務持續穩健增長

本集團積極探索大健康產業領域，以捉緊可持續發展的投資機遇。通過充分利用上市公司在資本市場的獨特優勢，整合內外部資源與融資平台，深化與產業鏈上下游企業的合作，提升品牌影響力，並積極構建穩固的戰略聯盟。

體系團隊於回顧年度內考察分析了超過128個項目，主要分佈在創新藥、中成藥、體外診斷及消費品類項目等，其中創新藥項目佔多數。通過這些舉措，本集團實現了資源的有效共享與優化配置，將自身的品牌影響力和先進的管理經驗融入合作之中，與合作夥伴共同探索互利共贏的發展模式，從而加速了本集團及合作夥伴在大健康產業中的市場拓展與業務增長，為未來投資增收奠定穩固基礎，推動雙方的共同成長與繁榮。

4. 堅持採用股權激勵措施激發團隊潛能，促進企業成長

於回顧年度內，本集團進一步推進落實股權激勵計劃，嘉許本集團骨幹人才所作出的貢獻並提供獎勵。繼於二零二二年一月二十一日首次投出股份獎勵、二零二三年四月第二次授出獎勵後，本集團於二零二四年四月三十日，根據公司於二零一九年八月二十七日採納的股份勵計劃，向86名選定參與者以零代價授出合共664.8萬股獎勵股份，其中269.2萬股獎勵股份授予20名屬關聯承授人的選定參與者，395.6萬股獎勵股份授予66名屬非關連承授人的選定參與者（「第三次授出獎勵」）。本集團旨在通過持續的股份激勵制度，深化與員工團隊的合作關係，提升本集團凝聚力，構建共贏局面，確保企業的穩健長遠發展。此舉亦旨在吸引頂尖人才加盟，加速本集團發展步伐。該激勵方案的推行，極大地振奮了員工的工作熱情。

五、企業文化及可持續發展

1. 堅持企業可持續發展，多維度履責實現社會價值

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。於回顧年度內，本集團持續在教育事業發展、關愛退役軍人、積極參與抗洪救災、環境保護等方面貢獻出力。於回顧年度內，本集團憑藉在社會責任領域的卓越表現，榮獲「履行社會責任傑出企業」稱號以及格隆匯第六屆「金格獎」年度社會責任獎，本集團董事局主席趙利生於回顧年代內被嘉獎為大自然保護協會(TNC)優秀理事。這些榮譽是對本集團長期以來積極參與公益事業、踐行社會責任的高度認可，也激勵著本集團繼續在公益道路上前行。

於回顧年度內，本集團熱心投身公益事業，參與多項慈善捐贈。在廣東省梅州市遭遇特大暴雨災情後，第一時間與深圳市慈善會取得聯繫，捐贈人民幣20萬元用於災區重建，並組織員工成立救災物資籌備小組。同時，本集團支持醫療設施建設，向汕頭市公益基金會捐贈人民幣十萬元，採購5台AED體外除顫器放置在人員密集的公共場所，提高公眾健康保障水平。助力教育事業方面，本集團向汕頭市第十二中學捐資65萬元建設「利生閱書吧」，將之建設成為集閱覽圖書、教學研修、德育研討和校友聚會等多功能於一體的多功能場所，與本集團此前向其捐建的利生圖書館優勢互補，推動和發揚師生勤閱讀、好閱讀的優良傳統。

本集團持續舉辦「結夏安居」大型公益活動，向全國七十餘座名山大寺捐贈藥品。其中，本集團工作人員深入瞭解各寺廟的需求，為寺廟及貧困信眾捐贈了京都念慈菴蜜煉川貝枇杷膏、金活依馬打正紅花油等藥品和物資，以緩解僧眾在夏季因氣候炎熱乾燥引發的咽喉不適、幫助僧眾緩解日常勞作帶來的肌肉酸痛。此外，本集團還組織志願者為寺廟的僧眾講解藥品的使用方法和注意事項，受到了僧眾的廣泛好評。本集團亦多年來持續支持潮青愛心光明行活動，回顧年度內向其捐贈人民幣18萬元及一批愛心醫療物資，用於尼泊爾白內障患者免費施行復明手術，傳遞了大愛精神，為中尼民間友好交流增添光彩的一筆。

本集團於回顧年度內，還積極參與各類傳統文化活動及體育賽事，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。此外，本集團還支持株洲馬拉松、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活動，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。

於回顧年度內，深圳市民政局發佈的《二零二三年度深圳慈善捐贈榜》上，本集團以捐贈總額約人民幣843.89萬元名列企業捐贈榜的第11位；集團旗下深圳市金活關愛健康基金會以捐贈收入約人民幣986.94萬元，位列社會組織慈善捐贈收入榜第58位。

2. 強化梯隊培養機制，夯實人才儲備基礎

於回顧年度內，為契合市場變化和企業多元化發展需求，本集團積極延攬專業人才，重視團隊梯度培養，提撥了一大批年輕的銷售精英作為中堅力量，管理團隊更加年輕化。

本集團高度重視內部培訓及員工成長，於回顧年度內開展多場各類培訓活動，累計培訓人數接近4千人次，培訓活涵蓋了產品知識、知識產權保護、營銷策略以及針對新員工的入職培訓、最佳實踐項目、領導力發展專案等多個面向。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。在產品知識培訓中，針對新推出的佛慈金活安宮牛黃丸，組織專業講師團隊為銷售和市場人員詳細講解產品的成分、功效、適用人群以及與競品的差異化優勢，使員工能更精準地向客戶介紹產品。此外，新員工入職培訓通過線上線下相結合的方式，讓新員工全面瞭解本集團的發展歷程、企業文化和業務流程，快速融入大家庭。於回顧年度內，本集團與廣東食品與藥品職業學院合作的「金活班」，持續輸送優秀畢業生加入公司，他們在各自崗位上迅速成長，部分已成為業務骨幹。

除了內部培訓外，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。於回顧年度內，本集團香港公司及深圳金活引入了具有豐富國際醫藥市場拓展經驗的高管，為業績增長帶來嶄新視角及方案。同時，招聘了數字化營銷領域的專業人才，為本集團線上業務的創新發展注入了新活力，助力電商營銷實現突破。

於二零二四年十二月三十一日，本集團擁有共739名員工，其中127名於本集團深圳總辦事處任職，而274名則駐守36個其他地區，主要執行銷售及行銷職責，338名於東迪欣任職。

3. 科技賦能管理創新，數智工具推動效能提升

於回顧年度內，本集團持續深化信息化建設，完善數智工具，優化流程制度。其中，數據駕駛艙完成架構優化，強化杜邦分析功能。本集團著力打造的SMART信息系統增加了市場活動管理系統，實現了從預算到報表的全模塊閉環，能夠智能制定預算分配規則、確認預算數據源、自動生成市場活動預算並針對特殊情況對個別項目費用進行調整。該系統是金活醫藥集體智慧的結晶，已於二零二五年一月投入使用。同時，舒心堂和基金會兩家公司也於二零二五年一月採納SAP系統，進一步提高本集團總體智慧化管理水平。

此外，本集團增加了手機移動端的銷售業務看板，通過可視化動態追蹤系統，為銷售團隊提供實時查詢產品動銷、賬款狀態及分銷排名的便捷通道，有效提升市場響應效率。從運營結果來看，以上數智工具對本集團管理、人員激勵以及客戶服務、區域管理上都發揮了莫大的作用，推動管理效能全面提升。

獲得榮譽

於回顧年度內，本集團獲得以下榮譽：

企業榮譽

- 深圳500強企業；
- 廣東省重點商標保護名錄；
- 深圳健康產業基業長青企業獎；
- 二零二四年-二零二六年南山區綠色通道企業；
- 九州通鼎力支持獎；
- 全國麝類產業聯盟理事單位。

產品榮譽

金活依馬打正紅花油：

- 工業電商創新獎；
- 二零二四年深圳馬拉松供應商；
- 二零二四年株洲馬拉松官方指定外用藥油；
- 二零二四年常州西太湖半馬賽事支持商；
- 二零二四年紹興馬拉松指定外用藥油；
- 二零二四年南昌馬拉松賽事供應商。

京都念慈菴：

- 二零二三年中國中藥企業TOP100（第46位）；
- 西普會「二零二四年健康產業品牌價值榜」（連續16年）；
- 二零二四年中國醫藥品牌榜•成人止咳化痰用藥（米內網）；
- 西鼎會中國藥品零售市場暢銷品牌獎；中國藥店甄選品牌（連續20年）。

安宮牛黃丸：

- 健康中國國際中醫藥健康科技產業博覽會科技創新獎。

佛慈（岷山逍遙丸）：

- 二零二三年-二零二四年度最受香港藥房歡迎品牌大獎。

公益榮譽

- 二零二三年度履行社會責任傑出企業；
- 第六屆「金格獎」年度卓越公司評選「年度社會責任獎」；
- 致敬退役軍人關愛行動「卓越貢獻獎」、「溫暖夥伴」。

集團領導個人榮譽

趙利生先生（董事局主席）：

- 中華海外聯誼會常務理事；
- 第四屆國際潮商經濟合作組織名譽顧問；
- 大自然保護協會優秀理事；
- 香港南山青年協會永遠名譽主席。

陳樂樂女士（執行董事）：

- 南方日報「最美她力量」；
- 深圳工業總會副會長。

趙鍵瑋先生（董事長助理）：

- 榜樣的力量•青藍創新獎；
- 傑出青年僑商；
- 粵港澳大灣區傑出企業家；
- 香港南山青年協會首屆會長；
- 深圳海關緝私局黨風政風警風監督員。

趙蔚瑛女士（董事長助理）：

- 深圳市羅湖區政協委員；
- 羅湖港澳青年聯盟第一屆理事會副主席；
- 深圳市政協歷屆港澳委員聯誼會第三屆理事會副會長；
- 第五屆「深圳新生代創新創業風雲人物」（二零二五年頒發）。

財務回顧

1. 收益

於回顧年度內，本集團的收益約為人民幣1,061,082,000元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度約人民幣1,078,659,000元減少約人民幣17,577,000元或1.6%。此項減少主要原因為藻油Life's DHA系列及康萃樂益生菌之銷售額有所減少所致。此減少惟部分給東迪欣生產之醫療設備產品，包括手持電物理治療產品系列，銷售有所增加抵銷所致。

2. 銷售成本及毛利

於回顧年度內，本集團的銷售成本約為人民幣790,636,000元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度約人民幣797,994,000元減少約人民幣7,358,000元或0.9%。銷售成本減少是由於銷售量減少所致。回顧年度的毛利約為人民幣270,446,000，較截至二零二三年十二月三十一日止年度約人民幣280,665,000元減少約人民幣10,219,000元或3.6%。毛利率由截至二零二三年十二月三十一日止年度的26.0%下跌至截至二零二四年十二月三十一日止年度的25.5%。此項下跌主要原因為於回顧年度內，較低毛利率之產品收益佔總收益的比例上升所致。該類產品主要為京都念慈菴產品系列。

3. 其他收益及其他收入

其他收益及其他收入主要包括外匯虧損淨額、推廣服務收入、租金收入、政府資助，利息收入及股息收入。回顧年度內，其他收益及其他收入約為人民幣28,542,000元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度約人民幣27,437,000元增加約人民幣1,105,000元或4.0%。此項增加主要是由於推廣收入及銀行利息收入增加所致。

4. 銷售及分銷成本

於回顧年度內，銷售及分銷成本約為人民幣98,839,000元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度約人民幣102,762,000元減少約人民幣3,923,000元或3.8%。此項減少主要來自廣告及推廣費有所減少所致。

5. 行政開支

於回顧年度內，行政開支約為人民幣90,657,000元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度約人民幣100,826,000元減少約人民幣10,169,000元或10.1%。此項減少主要是由於獎金及撇減存貨值開支有所減少所致。

6. 融資成本

於回顧年度內，融資成本約為人民幣13,282,000元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度約人民幣11,519,000元增加約人民幣1,763,000元或15.3%。融資成本增加主要由於平均銀行貸款金額上升致銀行貸款利息增加所致。

7. 除稅前溢利

於回顧年度內，本集團的除稅前溢利約為人民幣95,519,000元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度約人民幣93,886,000元增加約人民幣1,633,000元或1.7%。除稅前溢利增加主要歸因於應佔一家合營企業業績有所增加所致。

8. 所得稅

回顧年度內，本集團的所得稅開支約為人民幣21,053,000元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度約人民幣32,292,000元減少約人民幣11,239,000元或34.8%。此項減少主要是由於遞延稅項有所減少及過往年度超額撥備所致。於回顧年度內，實際稅率為22.0%，而截至二零二三年十二月三十一日止年度則為34.4%。詳情載於本公告內之綜合財務報表附註7。

9. 年內溢利

基於上文所述，於回顧年度內，本集團錄得年內溢利約為人民幣74,466,000元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度之約人民幣61,594,000元增加約人民幣12,872,000元或20.9%。

10. 本公司擁有人應佔年度溢利

於回顧年度內，本公司擁有人應佔之年度溢利約為人民幣41,557,000元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度之約人民幣38,096,000元增加約人民幣3,461,000元或9.1%。本公司擁有人應佔年度溢利增加主要是由於年內溢利有所增加所致。

主要資產負債表項目分析

1. 應收貿易賬款及應收票據

本集團的應收貿易賬款及應收票據主要為本集團的分銷商的信貸銷售款。於二零二四年十二月三十一日，本集團的應收貿易賬款及應收票據約為人民幣157,724,000元，較於二零二三年十二月三十一日之約人民幣152,534,000元增加了約人民幣5,190,000元或3.4%。此項增加主要因為二零二四年十二月之銷售較二零二三年同期之銷售有所增加所致。

2. 存貨

於二零二四年十二月三十一日，本集團擁有的存貨約為人民幣120,217,000元，較於二零二三年十二月三十一日人民幣117,628,000元增加了約人民幣2,589,000元或2.2%。存貨增加主要由於製成品增加所致。

3. 使用權資產

於二零二四年十二月三十一日使用權資產為約人民幣108,362,000元。於二零二三年十二月三十一日，本集團之使用權資產為約人民幣107,438,000元。此項增加主要因為於回顧年度內持作自用的樓宇有所增加所致。

4. 物業、廠房及設備

本集團擁有的物業、廠房及設備包括樓宇、租賃物業裝修、傢私、裝置及辦公室設備、機器、汽車及在建工程。於二零二四年十二月三十一日，本集團擁有的物業、廠房及設備之淨賬面值約為人民幣315,347,000元，較於二零二三年十二月三十一日的約人民幣278,279,000元增加約人民幣37,068,000元或13.3%。物業、廠房及設備的賬面值增加主要由於回顧年度內龍德健康產業園之工程完成所致。

5. 應付貿易賬款

於二零二四年十二月三十一日，本集團的應付貿易賬款約為人民幣159,899,000元，較於二零二三年十二月三十一日的約人民幣148,663,000元增加約人民幣11,236,000元或7.6%，此項增加主要是由於二零二四年十二月之採購較二零二三年同期之採購有所增加所致。

資本架構

1. 債務

本集團於二零二四年十二月三十一日的全部於一年內到期的銀行借款債務總額約為人民幣225,664,000元(二零二三年十二月三十一日：約人民幣191,663,000元)。於二零二四年十二月三十一日的超過一年到期的銀行借款約為人民幣161,952,000元(二零二三年十二月三十一日：人民幣150,467,000元)。於回顧年度內，本集團向貸方續借銀行貸款時並無任何困難。

2. 資本負債比率

於二零二四年十二月三十一日，本集團的資本負債比率約為21.6%(二零二三年十二月三十一日：約24.1%)，乃按計息銀行貸款總額減現金及現金等值物除以於相關年終的權益總額計算。該減少主要由於現金及現金等值物有所增加所致。

3. 資產押記

於二零二四年十二月三十一日，本集團向銀行抵押投資物業、使用權資產以及物業、廠房及設備分別約為人民幣107,000,000元、人民幣94,257,000元及人民幣15,526,000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、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。

4. 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、使用權資產及土地的其他相關費用。截至二零二四年十二月三十一日止年度及截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團的資本支出分別約為人民幣63,272,000元與人民幣107,400,000元。

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。於回顧年度內，本集團銀行貸款之實際利率為3.28%至6.95%。考慮到本集團可動用長短期銀行借貸額和營運現金流，本公司董事認為，本集團有足夠營運資金滿足目前及本公告日後至少十二個月的資金需求。

於二零二四年十二月三十一日，本集團擁有的現金及現金等價物約為人民幣235,299,000元（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。

資本承擔

於二零二四年十二月三十一日，本集團之資本承擔約為人民幣111,038,000元（二零二三年十二月三十一日：約人民幣141,678,000元）。

本集團之重大收購及出售

截至二零二四年十二月三十一日止年度，本集團並沒有任何重大收購或出售。

訴訟

於二零二四年十二月三十一日，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、二零二二年年報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、二零二二年年年中期報告、二零二三年年年中期報告及二零二四年年年中期報告內「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。

未來發展

根據Global Growth Insights行業研究報告，全球醫療保健及健康市場規模將從二零二四年的52.4億美元增長至二零二五年的110.4億美元，增長原因包括全民健康意識提升推動預防保健品市場擴大；日益加深的老齡化推動慢性病藥物治療需求增加；以及新興科技驅動下，個性化藥物、美容抗衰、營養飲食催生出的龐大需求增長。同時，據中商產業研究院預測，二零二五年保健食品銷售額將超過3,600億元。

儘管醫療健康行業面臨二零二五年全球以及中國經濟增速放緩、地緣政治不明朗、政策監管等不確定影響，但產業底層需求的結構性升級、技術創新的範式突破、健康消費的持續覺醒，仍為行業打開廣闊的長期價值空間。

展望未來，本集團會循以下主要方向和員工及夥伴共同努力，在不確定性中把握確定性機遇，共同譜寫高質量發展新篇章。

1. 深化戰略佈局鍛造全球化發展新動能

本集團將在二零二四年取得的業績碩果基礎上，以集團使命願景為引領，以五五戰略規劃為綱領，持續完善戰略信息收集和分析機制，建立戰略信息數據庫，緊抓二零二五年度計劃任務的分解與落實。本集團於二零二五年將加強國際合作，強化與「一帶一路」沿線國家的交流與歐洲市場的產品推廣，落實「走出去」的發展路徑，鞏固本集團的全球發展版圖。本集團將發揮法國INNOPHARM公司在歐洲市場的地緣優勢，高效挖掘引進當地優勢產品，同時作為歐洲市場諮詢平台，構建集團海外國際合作的對接門戶樞紐。本集團也將拓展非全資附屬子公司東迪欣的國際業務作為貫徹「走出去」策略的重要一環，繼續加速開拓南美、非洲增量市場，順應集團全球化戰略。

未來，集團將著力完善全球健康產業價值鏈佈局，通過國際優質產品引進與本土化運營能力的深度融合，持續豐富大健康產品矩陣。前瞻性關注創新療法與智慧醫療技術演進趨勢，戰略性投資收購如創新藥、細胞治療、數字健康等高成長性業務板塊，構建覆蓋全生命週期健康需求的解決方案體系，為集團可持續發展注入多元動能。

2. 以AI驅動創新，打造醫療健康核心競爭力

隨著AIGC勢如破竹快速發展，全球各行業生態面臨巨大機遇及挑戰，AI+醫療正成為行業發展的前沿陣地。從營銷層面看，本集團致力實行全通路線上線下的整合營銷，未來將結合AI進行市場趨勢、社會熱點、用戶畫像等方面的算法分析，更高效率地打造電商營銷方案。同時針對不同人群和社媒平台，精準瞭解消費者重視關注的健康需要，提供個人化的產品資訊，為消費者帶來更具獲得感的體驗。與此同時，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。

未來本集團將積極跟進AI賦能醫療行業最新趨勢，持續錨定醫藥健康主業開展產業佈局，構築戰略協同優勢，強化核心優勢，深度融入AI協同技術，實現降本增效，全方位提升競爭實力。

3. 產品矩陣持續優化驅動業績新增長

本集團將持續優化從供應端到銷售端的全價值鏈體系，提高產品引進能力及終端鋪貨力度，按「五五戰略」要求，優化產品組合結構，做好產品定位和規劃，定期進行產品管線優化，改進表現不佳的產品群策略，增加高增長潛力的產品支持，實行產品均衡度考核與激勵配套措施。

在品牌戰略維度，本集團將培育以紅花油為核心的自主品牌產品，系統構建衍生品開發與渠道賦能的協同生態。以市場需求為導向，科學規劃紅花油產品線延伸路徑，打造紅花產品矩陣，以合適的模式和策略重點激活工業板塊自主睡眠產品。同步夯實現有市場基本盤，通過縣域市場精耕與連鎖渠道擴容雙輪驅動，實現存量業務穩健增長與新興市場突破的有效平衡。

同時，本集團將完善戰略新品評估體系與孵化培育機制，探索跨境產能協同新模式，構建自主品牌與進口產品的生態化互補格局。通過智能化評估模型迭代與全流程決策機制優化，持續提升新品引進效能。未來，本集團將聚焦醫藥健康產業，堅持聯盟戰略，更加積極主動開展與國內上游製藥廠商在全國市場的營銷緊密合作，深化現有合作夥伴關係。

4. 以龍德產業園為支點構建大灣區健康產業新生態

隨著金活•龍德生命健康產業園已於回顧年度內正式投入運營，本集團向粵港澳大灣區協同發展邁出了堅實一步。本集團將以此為契機，嚴格遵循五五戰略規劃指引，系統構建園區運營管理體系，重點推進產業生態構建、創新資源整合與資本價值釋放三位一體發展模式。通過專業化招商機制建立、產學研平台搭建、產業服務生態培育等戰略舉措，著力打造生物醫藥創新要素集聚高地。

未來，本集團將充分發揮園區戰略支點作用，聯動集團全產業鏈資源，重點培育高成長性項目集群與前沿技術轉化平台。通過構建「產業孵化+資本賦能+商業應用」的價值閉環，實現研發創新、生產製造與市場拓展的深度協同。同步探索產業基金運作與資本市場聯動機制，釋放平台聚合效應，重塑健康產業價值評估體系，放大集團資本市場價值，激發資本市場活力，為集團可持續發展注入強勁動能。

人力資源及培訓

截至二零二四年十二月三十一日，本集團擁有合共739名員工，其中127名於本集團深圳總辦事處任職，而274名則駐守34個地區，主要執行銷售及營銷職責；338名於東迪欣任職。於回顧年度內，總員工成本約為人民幣132,850,000元（二零二三年：約人民幣133,118,000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。

於回顧年度內，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，本集團設立商學院，與高等院校合作，為僱員引進高校EMBA、EDP課程師資。

本公司亦設有購股權計劃，旨在獎勵及酬謝對本集團之成功作出貢獻之合資格參與者（包括本集團合資格的僱員）。

本公司亦已於二零一九年八月採納股份獎勵計劃（「**股份獎勵計劃**」），旨在嘉許由若干參與者作出的貢獻及提供獎勵，以為本集團持續營運及發展挽留參與者並為本集團未來發展吸引合適人士。

股息

為答謝各位股東的支持，董事會建議向於二零二五年六月十一日（星期三）名列本公司股東名冊之股東派發截至二零二四年十二月三十一日止年度的末期股息每股3.17港仙，總金額約為19,733,000港元（相當於約人民幣18,550,000元），惟須於二零二五年五月二十九日（星期四）舉行之本公司應屆股東週年大會上待股東批准後，方可作實。總派息率為本年度本公司擁有人應佔溢利的約50.0%。

沒有股東放棄或同意放棄領取股息的安排，上述末期股息預計將於二零二五年六月三十日（星期一）或之前派發。

暫停辦理股份過戶登記手續

符合出席即將舉行之股東週年大會及在會上投票的資格

本公司將於二零二五年五月二十六日（星期一）至二零二五年五月二十九日（星期四）期間（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，本公司股東須不能遲於二零二五年五月二十三日（星期五）下午四時三十分，將所有過戶文件交回本公司的香港股份登記處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

符合獲派建議末期股息的資格

本公司將於二零二五年六月九日（星期一）至二零二五年六月十一日（星期三）期間（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格收取建議末期股息，本公司股東須不能遲於二零二五年六月六日（星期五）下午四時三十分，將所有過戶文件交回本公司的香港股份登記處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

購股權計劃

本公司設有購股權計劃（「**購股權計劃**」），旨在獎勵及酬謝對本集團之成功作出貢獻之合資格參與者，包括本集團任何成員公司或聯營公司之董事、合資格僱員、顧問、供應商、客戶及股東或彼等各自之聯繫人。購股權計劃於二零一零年十一月五日由本公司股東以書面決議案有條件批准，購股權計劃的詳情載列於招股章程。於購股權計劃在二零二零年十一月四日屆滿後，於二零二一年八月二十日，本公司採納新購股權計劃（「**新購股權計劃**」），以激勵或獎勵合資格參與者對本集團的貢獻及／或使本集團能夠招募及挽留高質素僱員並吸引本集團可用的人力資源。有關新購股權計劃的詳情，請參閱本公司日期為二零二一年七月二十七日的通函。

以下為新購股權計劃主要條款的内容概要：

- (a) 倘無獲得股東的批准，因由行使根據新購股權計劃和本公司任何其他購股權計劃授出的所有購股權而可予發行的本公司股份總額最高數目不得超過本公司於採納新購股權計劃日期，即二零二一年八月二十日（「採納日期」）所有已發行股份的10%（股份數目為622,500,000股），並合共不得超過本公司不時已發行股份的30%。

於本公告日期，根據新購股權計劃可予以發行的股份總數為62,250,000股，佔於採納日期及本公告日期的已發行股份的10%。

- (b) 在任何截至購股權授出日期十二個月期間，每位參與者根據新購股權計劃及本公司任何其他購股權計劃獲授之購股權（包括已行使及尚未行使之購股權）獲行使時已發行及將予發行之股份總數，不得超過已發行股份之1%。
- (c) 根據新購股權計劃授出的任何特定購股權的股份認購價由董事會全權釐定並通知相關參與者，但不得低於下列最高者：(i)本公司股份於購股權授出日期（必須為營業日）於聯交所每日報價表所報之收市價；(ii)本公司股份於緊接購股權授出日期前五個交易日在聯交所每日報價表所報的平均收市價；及(iii)本公司股份於購股權授出日期的面值。
- (d) 承授人可於董事會可能釐定的期間，隨時根據新購股權計劃的條款行使購股權，惟有關期間不得超過授出日期起計10年，並受有關提前終止條文所規限。
- (e) 向本公司董事、最高行政人員或主要股東或彼等各自的任何聯繫人士授出任何購股權，均須經獨立非執行董事（不包括身為購股權承授人的獨立非執行董事）批准。
- (f) 新購股權計劃自採納日期（即二零二一年八月二十日）開始有效及生效十年。

按購股權計劃授出的所有購股權已於二零二一年十二月三十一日失效。於回顧年度內，按新購股權計劃並沒有授出任何購股權。

股份獎勵計劃

本公司亦已於二零一九年八月二十七日實施股份獎勵計劃，旨在嘉許由若干參與者作出的貢獻及提供獎勵，以為本集團持續營運及發展挽留參與者並為本集團未來發展吸引合適人士。股份獎勵計劃參與者包括(i)本公司或本公司任何子公司全職或兼職僱員（包括任何執行董事）；(ii)本公司或本公司任何子公司任何非執行董事（包括獨立非執行董事）；及(iii)董事會全權酌情認為對或可能對本集團作出貢獻的任何人士。股份獎勵計劃的詳情載列於本公司於二零一九年八月二十七日的公告（「八月公告」）。

根據本公司日期為二零二二年三月二十九日之公告，於任何十二個月期間，股份獎勵計劃各參與者可享有的最高數目（即已增加個人限額）不得超過緊接該分配及獎勵前本公司已發行股本的0.1%。

股份獎勵計劃由董事會根據獎勵計劃守則管理（定義見八月公告）。受託人（「受託人」）將根據股份獎勵計劃股份獎勵計劃持有本公司授出的股份及根據受託契約於本公司與受託人所訂立的條款任何所得自其的收益。根據股份獎勵計劃可予以獎勵的股份總數不得多於16,000,000股本公司股份（可在股份分拆、股份合併或發行紅利的情況下，根據獎勵計劃守則予以調整），惟以董事會決議案另行釐定者除外。

誠如本公司日期為二零二二年七月十三日之公告所披露，董事會已決議進一步增加計劃限額至46,000,000股股份，即於本公告日期本公司已發行股本的約7.39%（可在股份分拆、股份合併或發行紅利的情況下，根據獎勵計劃守則予以調整），自二零二二年七月十三日起生效。詳情請參閱本公司日期為二零二二年七月十三日之公告。

於截至二零二四年十二月三十一日止財政年度的年初及年末，根據股份獎勵計劃的計劃限額可供授出的股份數目分別為46,000,000股及34,292,000股。

截至二零二三年十二月三十一日及截至二零二四年十二月三十一日止年度，受託人就股份獎勵計劃在市場分別合共購入35,108,000及9,500,000股本公司股份。董事會於二零二四年四月三十日議決，根據股份獎勵計劃向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公司全部已發行股本（即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，而於緊接授出日期前五個營業日的股份平均收市價為每股0.53港元。待承授人接納後，獎勵股份將於二零二四年四月三十日歸屬予承授人。因此，於截至二零二四年十二月三十一日止財政年度的年初及年末，受託人分別以信託方式持有股份獎勵計劃的30,048,000股及32,900,000股。詳情請參閱本公司日期為二零二四年四月三十日之公告及下表。

承授人姓名／ 承授人類別說明	授出日期	於 二零二四年 授出獎勵數目	歸屬期	緊接授出 獎勵日期前 股份收市價 (每股港元)	於 二零二四年內 歸屬獎勵數目	於 二零二四年內 已註銷獎勵 數目及已註銷 獎勵購買價	於 二零二四年內 根據計劃條款 失效的 獎勵數目
董事							
趙利生先生	二零二四年 四月三十日	304,000	二零二四年 四月三十日	0.55	304,000	零	零
陳樂榮女士	二零二四年 四月三十日	256,000	二零二四年 四月三十日	0.55	256,000	零	零
周旭華先生	二零二四年 四月三十日	172,000	二零二四年 四月三十日	0.55	172,000	零	零
張建斌先生	二零二四年 四月三十日	140,000	二零二四年 四月三十日	0.55	140,000	零	零
段繼東先生	二零二四年 四月三十日	140,000	二零二四年 四月三十日	0.55	140,000	零	零
黃焯琳先生	二零二四年 四月三十日	140,000	二零二四年 四月三十日	0.55	140,000	零	零
僱員／其他承授人 (不包括董事)							
僱員／其他承授人	二零二四年 四月三十日	5,496,000	二零二四年 四月三十日	0.55	5,496,000	零	零

股份獎勵計劃是於新上市規則第十七章生效日（二零二三年一月一日）之前採納。股份獎勵計劃採納日期為二零一九年八月二十七日（「八月公告」）。因此，直至二零二五年八月二十六日，股份獎勵計劃（有效期為自採納日期起六年內）應維持有效。本公司仍會遵守新上市規則第十七章內所規定的對現有股份獎勵計劃過渡性的安排。然而，倘建議向身為本公司關連人士的任何人士授出任何獎勵股份（定義見八月公告），則本公司須遵守上市規則相關條文。

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。

公眾持股量

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

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零二四年十二月三十一日止年度，本公司或其任何子公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

企業管治

董事會致力堅守於回顧年度內有效的上市規則附錄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。

於回顧年度期間，本公司一直遵守於回顧年度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C3所載之上市發行人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回顧年度期間內一直遵守標準守則。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。在回顧年度期間內，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（「**審核委員會**」），並已遵照企業管治守則規定以書面列明職權範圍，其職權範圍亦會跟據最新的企業管治守則不斷更新。審核委員會有四名成員，即段繼東先生、張建斌先生、儲小平博士及黃焯琳先生（均為獨立非執行董事）。黃焯琳先生已獲委任為審核委員會主席。

審核委員會的主要職責（其中包括）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及風險管理系統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。審計委員會審查本集團所採納的會計原則及政策、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。外聘核數師及董事在必要時會受邀參加委員會會議。

於回顧年度內，審核委員會已舉行了兩次會議且所有成員出席了會議。審核委員會於回顧年度內進行的工作包括審閱本集團二零二三年十二月三十一日止年度經審核的綜合財務報表，本集團二零二四年六月三十日止六個月未經審核綜合中期財務報表，以及本集團內部控制措施的有效性。審核委員會已審閱外聘核數師審計計劃和方法，且定期監督審計的進展和結果。

於回顧年度審查內，審計委員會還實行了公司管治功能，包括制定和審查公司的政策及企業管治的做法，以及於守則條文D.2條規定的其他職責。

審核委員會已聯同公司管理層及外聘獨立審計師閱覽截至二零二四年十二月三十一日止年度之綜合財務報表、本業績公告、年報及於回顧年度內其應用之會計原則及守則，以及本集團的風險管理及內部控制系統，並已認同本集團所採用之會計處理方法及編製本業績公告之財務報表是合乎現行之會計準則和上市規則的要求並已作出足夠之披露。

報告期後事項

於本公告日期，概無重大本報告期後事項。

訊息披露

年度業績公告會於聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)「上市公司公告」及本公司網站(<http://www.kingworld.com.cn>)「投資者關係」內刊發，而載有上市規則規定之所有所需資料的截至二零二四年十二月三十一日止年度的年報將會在適當時候寄發予股東，並於聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)「上市公司公告」及本公司網站(<http://www.kingworld.com.cn>)「投資者關係」內刊發。

承董事會命
金活醫藥集團有限公司
主席
趙利生

香港，二零二五年三月二十八日

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；獨立非執行董事為段繼東先生、張建斌先生、黃焯琳先生及儲小平博士。