

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：011110)

截至二零二六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)
	二零二六年	二零二五年	
	(未經審核)	(未經審核)	
	人民幣千元	人民幣千元	
財務摘要			
收益	275,374	404,850	(32.0)%
銷售成本	(181,196)	(302,807)	(40.2)%
毛利	94,178	102,043	(7.7)%
毛利率	34.2%	25.2%	9.0個百分點
期內溢利	7,564	11,436	(33.9)%
本公司擁有人應佔虧損	(5,224)	(5,412)	(3.5)%
基本每股虧損(人民幣分)	(0.90)	(0.94)	(4.3)%

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，本集團截至二零二六年六月三十日止六個月(「本報告期」)之未經審核綜合業績，連同截至二零二五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

截至二零二六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	
	附註	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
收益	4	275,374	404,850
銷售成本		(181,196)	(302,807)
毛利		94,178	102,043
其他收益	6(a)	8,405	7,276
其他收入及其他虧損	6(b)	(463)	601
銷售及分銷成本		(30,671)	(43,592)
行政開支		(55,547)	(55,020)
投資物業估值溢利		4,110	4,650
經營溢利		20,012	15,958
融資成本	7(a)	(8,586)	(8,085)
應佔一家合營企業溢利		3,603	5,247
應佔一家聯營公司溢利		639	754
除稅前溢利	7	15,668	13,874
所得稅	8	(8,104)	(2,438)
期內溢利		7,564	11,436
期內虧損應佔：			
本公司擁有人		(5,224)	(5,412)
非控股權益		12,788	16,848
期內溢利		7,564	11,436
每股虧損	10	(0.90)	(0.94)
基本及攤薄(人民幣分)		(0.90)	(0.94)

綜合損益及其他全面收入表

截至二零二六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

二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
--------------------------	--------------------------

期內溢利	<u>7,564</u>	<u>11,436</u>
期內其他全面收入		
將不會重新分類至損益的項目：		
金融資產公平值變動	(3,695)	1,451
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>(10,891)</u>	<u>(1,121)</u>
	<u>(14,586)</u>	<u>330</u>
期內全面(虧損)／收入總額	<u><u>(7,022)</u></u>	<u><u>11,766</u></u>
應佔：		
本公司擁有人	(19,810)	(5,082)
非控股權益	<u>12,788</u>	<u>16,848</u>
期內全面(虧損)／收入總額	<u><u>(7,022)</u></u>	<u><u>11,766</u></u>

綜合財務狀況表

於二零二六年六月三十日 – 未經審核

	附註	二零二六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 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		341,138	340,325
使用權資產		105,485	109,473
投資物業		130,570	126,460
商譽		90,693	90,693
於一家合營企業的權益		95,155	91,552
於聯營公司的權益		12,300	12,001
按公平值計入其他全面收入的金融資產		44,902	50,239
按公平值計入損益的金融資產		7,903	7,903
		<u>828,146</u>	<u>828,646</u>
流動資產			
存貨		119,686	133,286
應收貿易賬款及應收票據	11	120,214	157,433
按公平值計入損益的金融資產		9,826	10,176
按金、預付款項及其他應收款項		45,112	48,437
現金及現金等價物		178,555	264,410
		<u>473,393</u>	<u>613,742</u>
流動負債			
合約負債		64,824	66,402
應付貿易賬款	12	43,900	162,684
預提費用及其他應付款項		69,212	57,045
銀行貸款		260,570	265,006
租賃負債		7,495	6,802
應付所得稅		5,772	7,365
		<u>451,773</u>	<u>565,304</u>
流動資產淨值		<u>21,620</u>	<u>48,438</u>
總資產減流動負債		<u>849,766</u>	<u>877,084</u>

	二零二六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 十二月 三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動負債		
銀行貸款	160,250	149,380
租賃負債	9,810	12,678
遞延稅項負債	27,208	26,175
	<u>197,268</u>	<u>188,233</u>
資產淨值	<u>652,498</u>	<u>688,851</u>
資本及儲備		
股本	53,468	53,468
儲備	543,092	564,233
	<u>596,560</u>	<u>617,701</u>
本公司擁有人應佔權益總額	596,560	617,701
非控股權益	55,938	71,150
	<u>652,498</u>	<u>688,851</u>
權益總額	<u>652,498</u>	<u>688,851</u>

簡明綜合財務報表附註

截至二零二六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，闡明對理解自二零二五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會計準則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. 會計政策變動

本集團已於本會計期間的本公告中應用下列由香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則的修訂本：

- 香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號的修訂本，「金融工具分類及計量的修訂」
- 香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號的修訂本，「涉及依賴自然能源生產電力的合約」
- 香港財務報告準則會計準則的年度改進（第11卷），「香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第10號及香港會計準則第7號的修訂」

該等發展概無對本集團編製或呈列本期間或過往期間的業績及財務狀況的方式產生重大影響。本集團並無應用任何於本會計期間尚未生效的新準則或詮釋。

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	
	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
以下產品的銷售額		
— 藥品	142,865	266,154
— 保健品	22,852	20,298
— 醫療設備	109,657	118,398
	<u>275,374</u>	<u>404,850</u>
收益確認時間 於某一時間點	<u>275,374</u>	<u>404,850</u>

5. 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。

6. 其他收益、收入及其他虧損

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (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	984	3,099
投資物業的租金收入總額	1,997	2,517
按公平值計入損益的金融資產之股息收入	424	—
來自一家合營企業的股息收入	5,000	—
推廣服務收入	—	1,588
管理費收入	—	72
	<u>8,405</u>	<u>7,276</u>
(b) 其他收入及其他虧損		
政府補貼	638	—
按公平值計入損益的金融資產公平值變動	14	(166)
匯兌虧損淨額	(2,032)	(1,500)
其他	917	2,267
	<u>(463)</u>	<u>601</u>
總額	<u>7,942</u>	<u>7,877</u>

7. 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	
	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
(a) 融資成本		
銀行貸款利息	8,110	7,617
租賃負債利息	476	468
	<u>8,586</u>	<u>8,085</u>
(b) 其他項目		
出售存貨成本	181,196	302,807
員工成本	53,190	61,110
物業、廠房及設備折舊	7,938	8,000
使用權資產攤銷	5,334	5,203
投資物業的租金收入扣減直接開支人民幣 300,000元(截至二零二五年六月三十日止 六個月：人民幣112,000元)	(1,697)	(2,405)
研發成本	12,211	8,492
支付股份獎勵計劃費用	10	—
	<u>10</u>	<u>—</u>

8. 所得稅

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
即期稅項		
香港利得稅	—	—
中國企業所得稅	4,589	4,727
以往期間撥備不足	2,488	861
	<u>7,077</u>	<u>5,588</u>
遞延稅項	<u>1,027</u>	<u>(3,150)</u>
	<u>8,104</u>	<u>2,438</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) 截至二零二六年六月三十日止六個月，香港利得稅撥備乃採用估計年度實際稅率16.5% (二零二五年：16.5%) 計算，惟本集團一間附屬公司除外，其為雙層利得稅稅率制度下的合資格公司。

就該附屬公司而言，首2百萬港元的應課稅溢利按8.25%徵稅，而餘下的應課稅溢利則按16.5%徵稅。該附屬公司的香港利得稅撥備於二零二五年按相同基準計算。

- (iii) 本集團於截至二零二六年及二零二五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% (截至二零二五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% (截至二零二五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。

9. 股息

本公司董事並不建議就截至二零二六年及二零二五年六月三十日止六個月派付中期股息。

10. 每股虧損

(a) 每股基本虧損

本公司擁有人應佔每股基本虧損乃基於以下數據計算：

(i) 本公司擁有人應佔虧損

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年 (未經審核) 人民幣千元	二零二五年 (未經審核) 人民幣千元
本公司擁有人應佔期內虧損	<u>(5,224)</u>	<u>(5,412)</u>

(ii) 普通股加權平均數

	截至六月三十日止六個月	
	二零二六年 (未經審核)	二零二五年 (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影響	<u>(39,152,261)</u>	<u>(48,016,667)</u>
每股基本虧損之普通股加權平均數	<u><u>583,347,739</u></u>	<u><u>574,483,333</u></u>

(b) 每股攤薄虧損

截至二零二六年及二零二五年六月三十日止六個月，並無攤薄潛在普通股；因此，每股攤薄虧損相等於每股基本虧損。

11. 應收貿易賬款及應收票據

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信貸虧損撥備的賬齡分析如下：

	於二零二六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二五年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至90日	102,367	109,726
91至120日	7,615	1,871
121至180日	82	757
181至365日	<u>5,603</u>	<u>1,056</u>
貿易應收賬款、扣除信貸虧損撥備	115,667	113,410
應收票據	<u>4,547</u>	<u>44,023</u>
	<u><u>120,214</u></u>	<u><u>157,433</u></u>

12. 應付貿易賬款

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：

	於二零二六年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二五年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
0至90日	43,457	159,607
91至180日	<u>443</u>	<u>3,077</u>
應付貿易賬款總額	<u><u>43,900</u></u>	<u><u>162,684</u></u>

管理層討論與分析

市場及行業回顧

截至二零二六年六月三十日止六個月（「本報告期」），全球經濟環境仍然複雜多變，中國經濟在逆周期調控政策實施下展現較強韌性。國家統計局數據顯示，上半年國內生產總值(GDP)約為人民幣695,704億元，同比增長4.7%。社會消費商品和服務零售總額同比增長2.7%。全國居民人均可支配收入約為人民幣22,981元，名義增長5.2%；人均醫療保健消費支出約為人民幣1,330元，同比增長1.2%，佔人均消費支出比重為9.0%。但與此同時，受醫保政策、市場需求、藥店客流下滑等因素影響，中國零售藥店終端（城市實體藥店及網上藥店）中成藥市場承壓，二零二五年銷售額跌破人民幣1,500億元，二零二六年一季度降幅進一步擴大至約4.8%。

中醫藥產業的長期增長邏輯未變，居民健康消費觀念持續從「被動醫療」向「主動健康管理」轉變，銀髮經濟、中醫藥振興及大灣區醫藥監管協同等結構性機遇進一步釋放，為本集團核心業務的穩健發展提供了有利土壤。

中醫藥產業政策紅利持續兌現。二零二六年一月，工業和信息化部等八部門聯合印發《中藥工業高質量發展實施方案（二零二六至二零三零年）》；二零二六年七月，國務院批覆同意《中醫藥振興發展「十五五」規劃》，為行業高質量發展繪製清晰路線圖。國內經典名方新藥獲批數量持續攀升，中藥創新熱度不減。與此同時，「港澳藥械通」政策已擴展至大灣區內地九市實施，截至二零二六年四月底獲批創新藥械162款，港澳已上市傳統外用中成藥在粵簡化註冊審批政策持續落地，為本集團依托香港產業資源推進港藥落地、深耕大灣區中醫藥市場創造了獨特的政策窗口。

監管層面，國家醫保局聯合財政部印發個人賬戶支付「白名單」政策文件，要求各省於二零二六年九月底前出臺全省統一支付範圍管理清單。藥品、醫療器械及醫用耗材等醫療屬性強的產品納入准予支付類，保健品及日常生活用品等納入不予支付類，行業准入及運營門檻進一步提升。零售藥店終端受宏觀經濟放緩、醫保政策調整及消費行為變化影響，持續面臨客流下滑與閉店壓力，中藥OTC動銷放緩。行業規範化、質量導向有利於品牌企業進一步提升市場份額。

與此同時，人工智能技術在醫藥健康領域的應用進入加速期，在內容營銷、精準投放、渠道管理及健康管理等場景持續落地。中國老齡化進程持續加速，銀髮經濟與功能性健康產品需求不斷釋放，老年慢性便秘、骨關節健康等賽道蘊含廣闊市場空間。本集團將持續把握老齡化與大灣區政策紅利，積極探索AI技術深度應用，推動集團高質量可持續發展。

一、藥品分銷分部業務回顧

二零二六年上半年，受宏觀經濟放緩、醫保政策調整及消費行為變化等多重因素影響，零售藥店終端持續面臨客流下滑壓力，中藥OTC動銷放緩。行業整體仍在深度調整中，全國藥店總量自二零二四年第三季度達到約70.6萬家高點後，已連續多個季度淨減少。二零二五年全國藥店關店約2.2萬家，關店率攀升至7.9%。進入二零二六年，行業出清進一步加速。

上述不利因素疊加，行業整體經營壓力持續加大，對各細分品類的影響呈現分化。從細分市場看，城市實體藥店為中成藥「主戰場」，近年來銷售佔比均超過80%，但銷售額逐年下滑，2026年一季度跌超6%；從治療大類看，主要受市場需求、國家政策、消費者行為、行業競爭等多方面因素影響，呼吸系統疾病中成藥、兒科中成藥跌幅均超過10%，本集團銷售念慈菴亦受環境影響銷售下滑；而心腦血管疾病中成藥等則保持較好的增長，可見藥店已成為慢病管理的重要場所。銀髮經濟與預防性健康需求持續釋放，為集團核心業務的長遠發展提供了堅實的市場基礎。

監管層面，國家醫保局聯合財政部於二零二六年五月印發通知，建立定點零售藥店職工醫保個人賬戶支付白名單制度，要求各省於二零二六年九月底前出臺統一支付範圍管理清單。列入白名單的應是經藥監部門正式批准註冊或備案、與治療密切相關、醫療屬性強的藥品、醫療器械和醫用耗材。集團核心產品以國藥準字藥品為主，政策規範化有利於品牌藥品在零售終端的市場份額進一步提升。此外，港澳已上市傳統外用中成藥在粵簡化註冊審批政策持續落地，為集團依托香港產業資源推進港藥落地、深耕大灣區中醫藥市場持續創造政策窗口。

面對行業結構性調整帶來的挑戰與機遇，本集團圍繞「穩規模、提效率、強結構」的經營主線，持續深化與上游供應商的市場營銷合作，鞏固現有核心產品的銷售規模。在核心產品方面，京都念慈菴品牌延續與代言人周深的深度合作，通過節慶營銷與品牌公益活動持續提升品牌影響力，連續十九年上榜「中國藥店臻選品牌」。喇叭牌正露丸銷售表現良好，同比實現較高增長，傳統優勢市場增長強勁。金活依馬打正紅花油持續深耕運動防護場景，通過賽事贊助與O2O精準投放強化品牌定位和銷售轉化。

在處方藥及自有品牌產品方面，鳳寶牌健婦膠囊重啟全國招商元年，初步完成核心市場卡位，深得醫療渠道合作夥伴的認可。獨家專利產品苳蓉通便口服液精準切入老年虛性便秘及產後便秘市場，產品覆蓋率實現穩步提升。佛慈金活安宮牛黃丸受外部環境及競品干擾，品類銷售整體承壓，但局部市場的「慈心講堂」模式已驗證可複製的突破路徑。壯腰健腎片、西洋參膠囊等自有品牌產品持續推進市場拓展與渠道建設。

於本報告期內，本集團就藥品分部採取了以下發展策略：

1) 深耕渠道網絡，優化客戶結構

於二零二六年上半年，集團一級客戶共計209家，較二零二五年同期微幅增長2.5%。其中醫藥渠道一級客戶119家，非藥線國內及港澳市場批零業務合作一級客戶90家，開發新增率8.4%。前10大客戶佔集團經營份額的44.8%。醫藥渠道覆蓋終端網絡共計156,800家。

在渠道建設方面，集團有序推進各省區二零二六年經營工作部署。自一月中旬起，西北、華北、華中、江蘇、上海、閩瓊、浙江、華南、西南等省區宣講會相繼召開，明確渠道精細化運營與全渠道價格監控方向，強化重點企業合作深度和協作。

在此背景下，集團積極把握行業整合機遇，依託與各省區核心分銷商的戰略協作，持續夯實渠道優勢，以SMART數據為指引挖掘渠道空白和增長點，雙方攜手共同發力。同時，集團持續推進渠道終端建設，喇叭牌正露丸聚焦華南及沿海重點市場推進終端旗艦店建設，金活依馬打正紅花油在全國範圍內持續提升終端可見度與品牌形象，進一步鞏固了在核心市場的渠道壁壘和品牌形象。

在營銷信息化升級方面，集團發揮AI智能機器人作用，開發並實現了向區域管理者定期推送有潛力客戶名單及採購規模的功能。SMART系統銷售管理模塊升級至2.0版本，升級細化了區域經營管理維度，滿足全國經營管理一盤棋的總原則下兼顧各區特色經營結構的營銷管理數字化深化需要。

2) 深化全週期場景營銷，拉動多圈層影響力

於本報告期內，集團圍繞各核心產品開展了多維度的場景化營銷與品牌推廣活動。王牌產品「金活依馬打正紅花油」持續深耕運動防護場景，上半年選定18個O2O重點城市開展美團平台線上投放，四至六月投放期間新客佔比高達93%。同時，在線下方面，母親節主題期間在全國門店開展健康講座、免費按摩、產品搽拭體驗服務。產品除了此前常年登陸的CCTV-13新聞頻道以外，還於二零二六年二月登陸了CCTV-17農業農村頻道，進一步借央視全國權威媒體傳播產品知名度；在賽事贊助方面，先後贊助深港澳青年網球團體交流賽、中山大學嶺南學院深圳校友會網球俱樂部賽事、百勝羽毛球館專場季度賽事等，通過賽事傳播拉動在年輕消費群體及大灣區區域的影響力。

京都念慈菴品牌延續與代言人周深的深度合作，圍繞新春、三八節、母親節、端午等節慶開展整合營銷活動。春節推出「聲聲有你，歲歲團圓」主題活動；三八節開展「菴然拂春意，花香沁芳華」主題插花獻禮活動；母親節推出「媽媽笑了，孝就到了」主題營銷活動；端午節開展「粽葉飄香•舟遊端午」主題活動。集團持續推進「孝心工程•青春伴夕陽」系列公益活動及第三屆「念慈菴•新聲力」全國少兒歌唱大賽。在廣告投放方面，集團持續加碼「梯媒+地鐵+公交+城市商圈大屏」四維戶外硬廣矩

陣，並獨家冠名《聲生不息華流季》《音樂緣計劃2》等文娛綜藝。京都念慈菴連續19年上榜「中國藥店臻選品牌」，以50.1億元品牌價值榮登西普會「2025健康中國•品牌價值榜」第17位。

喇叭牌正露丸圍繞「百年喇叭牌•快速止瀉專家」品牌定位，針對差旅、聚餐、水土不服等高頻腸胃不適場景，於高鐵站、機場等核心交通樞紐投放品牌廣告，結合線上社交媒體平台開展「腸胃健康科普」與「出行必備好物」主題種草活動。同時聯合廣東交通電台開展愛心助力高考活動，通過愛心助考包的派發及宣傳提升品牌知名度。米內網2025年城市實體藥店消化系統中成藥品牌TOP20數據顯示，正露丸排名第18位，增長23.82%。

3) 完善線上傳播營銷矩陣，打造全渠道營銷閉環

二零二六年上半年，即時零售市場保持強勁增長動能。據統計，今年一季度醫藥O2O市場同比增長超過30%，顯著高於實體藥店整體增速，已成為藥品零售行業的重要增長極。在此背景下，集團持續深化線上傳播佈局，各核心產品在O2O渠道均取得階段性成果。

念慈菴在O2O渠道組合上架規模持續擴大，組合上架有效拓展了新門店的覆蓋，帶動150ML門店純銷穩步提升，保持連續正增長態勢。紅花油在18個O2O重點城市開展精準投放，實現站內引流及轉化，有效拓展了年輕消費群體。正露丸結合微信、微博及小紅書等社交媒體平台開展多場「腸胃健康科普」與「出行必備好物」主題種草活動，在年輕消費群體中的品牌認知度持續提升。

與此同時，集團亦持續推進線上旗艦店建設，在美團、餓了麼等平台的品牌展示與商品陳列持續優化，有效提升終端可見度與品牌曝光。

在AI賦能內容營銷方面，集團推進AI自產KOC短視頻專項，通過AI工具批量生成品牌種草短視頻並在抖音平台投放，實現品牌曝光的持續強化與營銷效率的顯著提升，進一步完善了從內容觸達到銷售轉化的閉環路徑。

4) 自有及潛力產品培育，推動產品結構轉型

為響應國家發展銀髮經濟與應對老齡化的政策導向，本集團精準佈局老年健康與細分人群市場。獨家專利產品「荳蓉通便口服液」全面深化「聚焦核心人群，重塑產品價值」的營銷策略，聚焦老年虛性便秘及產後便秘核心人群。二零二六年一至六月累計實現銷售額314.7萬元，並通過嚴格價格管理使得產品價格維護穩定。與此同時，在分銷方面，閩瓊省區、西北省區兩地取得不俗的成績，為其他區域打下了良好的樣板。「健康管理大師13730」爆破活動在廣州、深圳、珠海多個連鎖實現動銷率逾80%。展望下半年，產品將加速從「院內處方藥」向「院外家庭常備藥」延伸。

集團加快孵化自有品牌產品。健婦膠囊重啟全國招商元年，採取招商控銷模式，上半年銷售取得進展，完成產品市場化從0到1的關鍵跨越。上半年順利簽約5家省級經銷商，市場覆蓋廣東、福建、浙江、山東、四川、重慶等八大省市；24粒規格完成華南核心醫療渠道銷售，48粒規格精準切入第三終端、專科診所，實現近百家優質終端進場。

喇叭牌正露丸上半年銷售同比增長約167.2%，華南、閩瓊傳統優勢市場增長逾90%。集團於二零二六年一月三十日與大幸藥品、香港一德貿易共同舉行「喇叭牌康腹止瀉片項目合作儀式」，計劃下半年推出姊妹產品喇叭牌康腹止瀉片，豐富腸胃用藥矩陣。

壯腰健腎片、西洋參膠囊、感冒清膠囊等自有品牌產品亦持續推進市場拓展與渠道建設中。

二、保健品日化分銷分部業務回顧

二零二六年上半年，中國保健品行業延續穩健增長態勢。二零二六年「618」大促期間，全網營養保健銷售總額達153億元，同比增長7.0%。中國膳食補充劑行業市場規模已從二零一六年的1,480億元增長至二零二五年的3,123.8億元，年複合增長率達8.65%。與此同時，保健食品備案制持續擴容，市場認知度高、消費需求大的原料已納入備案目錄，大幅縮短了產品上市時間。監管層面，市場監管總局等三部門聯合開展「保健食品護老提升專項行動」，着力解決中老年群體在保健食品消費中遇到的虛假宣傳等問題，推動行業高質量發展。在此背景下，本集團保健品日化分部緊扣集團戰略目標，全渠道推進業務佈局與銷售落地，整體經營業績超額完成。

於本報告期內，本集團就保健品日化分部採取了以下發展策略：

1) 電商平台數字化轉型，內容電商與貨架電商協同驅動增長

於本報告期內，核心產品INNOPHARM魚油同比增長51.64%，銷售增速超過70%，成為集團健康產品板塊中增長最為亮眼的業務單元之一。

品牌增長並非依賴單一渠道的短期流量紅利，而是逐步建立內容電商與貨架電商協同聯動的增長模式。抖音KOC矩陣結合AI視頻創作模式，累計產出短視頻180餘條，全域閱讀量突破數十萬，同時聯動超過100位抖音達人，累計直播超2,600場，其中，與千萬級家庭劇情號達人「高矮胖瘦」開展深度合作，全域曝光超120萬人次，兩場限量直播成交額逾100萬元。

小紅書則採取官號自營與達人種草相結合的策略，通過發佈內容、視頻號持續深化私域運營，粉絲數環比實現翻倍增長。隨著內容電商流量向天貓、京東等貨架電商平台有效外溢，貨架渠道亦實現同步高速增長，品牌已初步形成「抖音內容電商＋貨架電商（天貓／京東）＋私域渠道（有贊）＋線下高端零售（盒馬）」的全渠道佈局。

線下高端零售渠道亦實現突破，成功推進盒馬商城入駐戰略項目，相關產品已上架銷售，進一步觸達高淨值消費群體，推動品牌渠道由線上向線下延伸。

2) 跨境合作強化港澳市場，推動保健品出口增長

本集團持續深化香港金活及佛慈體系的跨境協作。香港金活上半年銷售額達近五百萬港元，同比增長55.9%。新品引進方面，引入李英愛代謝酵素、德國減脂片、愛爾蘭藥房NO.1普葆益生菌系列等多款產品；渠道拓展亦取得進展，成功進駐香港松本清連鎖、高端超市SOGO、龍豐MALL全線31家門店等重點陳列；運動渠道新開發16家店舖（包括迪卡儂、Sportimate、Hillmalaya等）；同時進入香港健身房推廣銷售渠道。

線上銷售持續拓展，與JOJO女皇、May I Keep Young、天堂島、ZOE等香港直播台開展合作，通過直播推廣銷售INNOPHARM、普葆、七葉莊園馬膏等品牌產品。品牌推廣方面，參與為期24天的工展會購物節，首次採用兩面開放的攤位設計及首次現場直播專區，展出11款新產品；同時於尚德商場、秀茂坪商場開展Road Show推廣，並持續運營Facebook及IG社交媒體賬號。此外，集團已與韓國Natureloud Co., Ltd簽署李英愛酵素系列港澳及大陸獨家代理權協議，該產品是韓國銷量No.1的酵素品牌。

香港佛慈上半年銷售額近千萬元，同比增長46.39%。銷售渠道持續擴容，已全面上架香港龍豐MALL全線25家門店；屈臣氏網站新增10款產品；通過中醫推薦會新開30家中醫診所客戶。品牌影響力亦穩步提升，岷山逍遙丸連續3屆榮獲「最受香港藥房歡迎品牌大獎」，不斷加強品牌聲量。

3) 豐富產品組合，深化國際品牌合作

在新品規劃方面，集團聚焦抗焦慮助眠（廣義睡眠經濟二零二六年將突破6,100億元）、美容抗衰及護肝三大高增長賽道，計劃推出INNOPHARM肝臟減脂膠囊、INNOPHARM抗焦慮助眠膠囊、INNOPHARM美容魚油軟膠囊三款新品。其中，抗焦慮助眠膠囊以法國專利助眠抗焦慮原料為核心配方，主打「情緒＋睡眠」系統性解決方案，覆蓋「焦慮型失眠」這一最大失眠人群；肝臟減脂膠囊復配專利護肝草本成分，順應中法兩個市場需求，可與魚油產品形成矩陣；美容魚油軟膠囊以深海魚油＋專利美容成分，全新定義口服美容白金標準。三款產品下半年將啟動於跨境及法國市場上市。受秘魯鯉魚捕撈配額收緊影響，魚油原料供應短缺為INNOPHARM魚油增長的主要制約因素，Mini規格魚油（60粒裝及10粒裝）計劃於八月上市，以豐富產品矩陣。Carmex唇膏下半年正式啟動跨境渠道轉換，開設海外旗艦店，導入海外暢銷新品，並佈局大陸KA系統跨境購業務試點。

於本報告期內，INNOPHARM受邀參加中法商會法國國慶慶典活動並成為官方指定營養品，法國駐廣州大使館總領事親臨品牌展位，進一步強化品牌高端形象與國際化定位。品牌持續依託法國高純度魚油及專利原料的科技含量，在內容電商與貨架電商協同聯動中呈現出較強的可持續性特徵。INNOPHARM護肝膠囊與睡眠膠囊兩大健康品類預計於第四季度推出，切入更廣泛的功能性健康賽道。

三、醫療器械設備分部業務回顧（東迪欣）

二零二六年上半年，中國醫療器械行業整體延續穩健發展態勢，市場規模預計超過540億美元，全年有望突破1,080億美元。在「十五五」規劃的引領下，行業正從「規模擴張」階段邁入「價值創造」的高質量發展新階段，AI醫療、精準醫療和數字醫療正處於快速商業化階段。

出口方面，中國醫療器械表現尤為突出。政策層面，國家藥監局持續優化分類管理，《醫療器械生產質量管理規範》修訂版將於二零二六年十一月一日起施行，推動行業合規水平持續提升。截至二零二六年六月十八日，全國累計獲批創新醫療器械數量達431個，二零二六年新增獲批40個，再創歷史新高。

面對行業的結構性機遇，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」）持續深化全球佈局。作為國家級高新技術企業，東迪欣產品已覆蓋全球60多個國家和地區。回顧期內，東迪欣整體銷售表現理想，國內業務同比穩步增長。在生產端，東迪欣持續推進「精益生產6S」管理並一次性通過歐盟國際標準生產認證；在市場端，海外新市場拓展取得階段性突破，國內醫療機構進場持續擴容。

於本報告期內，本集團就醫療器械設備分部採取了以下發展策略：

1) 精益生產持續深化，國際認證助力品質升級

二零二六年上半年，東迪欣繼續深入紮實推進「精益生產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，上半年工廠一次性通過歐盟國際標準生產認證。本公司繼續對數字化智能製造系統進行升級完善，持續深入與國內人工智能專業科研院所合作，深入研究學習人工智能AI技術賦能產品製造和科研，提高了生產效率。本公司進一步優化組織架構，重點整合生產環節，成立管理平台及決策委員會，持續提升管理及決策效率。在降本增效方面，通過優化制度、加強生產成本管控等措施，進一步提升生產管理效能，有效保障產品毛利率。

2) 新市場與新客戶拓展效果顯著，國際佈局持續突破

二零二六年上半年，國際局勢繼續動盪。面對局勢壓力，本公司管理層及時準確研判趨勢並做出正確決策，合理規劃運輸路線、安排船期，對沖外部情況對銷售的影響。本公司根據市場變化及時調整營銷策略，加強與美國國際品牌在高毛利產品（手持式物理治療儀）的深入洽談合作，取得較好收益。本公司通過參加迪拜醫療器械展、國內CMEF春季展、香港春季國際電子產品展及巴西聖保羅國際醫療器械展，積極拓展中東及南非市場。上半年新市場新客戶拓展效果喜人：新增加拿大一家知名物理康復治療企業；英國新增兩家頭部品牌經銷商，產品覆蓋歐洲醫療機構及康復理療機構；中東阿聯酋、東非肯亞及南美秘魯成功開發本土優秀康復設備進口商，產品首次進入該等地區市場。

3) 創新產品引領市場，國內渠道持續擴容

在國內市場方面，本公司通過上海舉辦的第93屆CMEF展及香港春季國際電子產品展，繼續推廣創新康復設備（便攜式衝擊波治療儀SW3200 Basic），該設備是全新一代的電磁式發散衝擊波設備，其獨特電磁驅動、便攜式設計、多層傳導柔性治療頭等特點為衝擊波治療領域帶來新的變革，客戶反響熱烈。兩次展會同步推出新品痛經治療儀，功效確切、使用方便、輕巧美觀，深受參展人員青睞。二零二六年上半年，國內業務同比穩步增長，新增14家醫療機構開發進場。截至二零二六年六月底，本公司已累計實現114家醫療機構成功招投標進場。主力產品超聲理療儀積極開拓線上銷售，開展達播宣傳引流推廣，銷售額增長較快，特別是在「6.18」期間取得同品類產品頭部成績。

四、其他業務

1) 投融資及產品管線拓展

本集團緊扣大健康產業鏈黃金賽道，採取「精準聚焦、高效配置」的投融資策略，全面提升資本運營效率。集團聚焦高價值、高壁壘的臨床品種，全力推進與金辰醫藥有限公司（「**金辰**」）（本公司的關聯方）、東莞中醫院的深度戰略合作，簽訂了諒解備忘錄，成功鎖定「紫珠葉洗劑」與「加味天麻健腦方」兩款嶺南特色中藥，實現了核心管線的強力擴容，鎖定未來新的利潤增長極。金辰亦與本集團簽訂了諒解備忘錄，委託本集團為產品的唯一和獨家分銷商，產品註冊及進一步的商業安排。

另外，為保障全體股東利益及資金回報最大化，本集團經審慎評估後終止對香港某藥企的收購，釋放並鎖定了充裕的現金儲備，為後續併購更具爆發力的優質項目奠定了堅實的資金基礎。

2) 蓄勢賦能，以龍德健康產業園為載體推動港藥落地與產業協同

於本報告期內，本集團依托致力打造的金活•龍德健康產業園（「**龍德健康產業園**」）產業園積極推動產業協同生態建設。園區成功舉辦醫療模具高端化與國際技術接軌論壇、人才政策宣講會等各類活動8場，涵蓋企業服

務對接、政企交流沙龍、產業資源對接等多元形式。東莞市醫學會、東莞市人民醫院代表團、僑商會代表團先後蒞臨產業園考察交流。集團與深圳天使母基金共同舉辦「20+8」產業對接會，與數十家生物醫藥、醫療器械、大健康等產業企業、投資機構和生態夥伴建立雙向聯繫。園區便利店、藥房及餐廳正式開業，園區藝龍酒店（深圳坪山高鐵站龍德店）同步開業，商業配套持續完善。園區入駐企業「益希醫療」獲得「深圳市專精特新中小企業」稱號，充分顯示了園區對優質產業的吸聚能力和培育能力，將進一步提升園區在大灣區大健康產業圈的知名度，吸引更多優質細分賽道企業入駐。

展望下半年，龍德健康產業園將作為集團中長期發展的重要載體，全面發揮平台價值，充分發揮既有銷售網絡、品牌推廣及市場運營能力，為入園企業提供從產品孵化到市場落地的全鏈路支持，加速孵化具有戰略意義的創新項目，積極推進港藥落地與中醫藥產業化進程，打造中醫藥國際化樞紐。園區將提升園區品質、完善配套服務，形成「招商衝鋒、運營托底」的聯動閉環。園區也將依托政府免費授權運營的便民服務站，推進服務站向OPC孵化配套、企業服務配套功能升級，打造園區輕量化企業服務前台，實現創收＋引流＋助招商三重價值。

3) 零售終端試點及新零售閉環

本集團於上半年新設金活龍德健康大藥房，作為本集團零售終端服務能力的試點載體。目前門店已順利辦理營業執照及GSP驗收等工作，全力配合線上業務工作及核心產品的健康服務體驗。

五、研發與創新

1) 研發與知識產權

截至二零二六年六月三十日，東迪欣公司擁有實用新型專利26件，外觀設計專利7件，發明公佈專利4件，軟件著作權13件，國內24個有效產品註冊證。本公司繼續加大與國內知名醫療機構及科研院所進行康復領域產品的技術攻關合作，上半年與國內知名醫院就5個產品系列進行了真實世界臨床研究。

於本報告期內，本集團深耕中醫藥產業，致力於中醫藥的傳承、守正與創新，與知名高等院校及中醫院保持長期合作研究關係。集團關聯公司遠大製藥廠有限公司為香港中成藥生產GMP企業，具備合規生產資質。

2) AI數據治理與智能運營

本公司全新上線智能流向系統，基於先進的微服務中台架構搭建，深度融合AI智能核心算法，構建標準化、智能化的數據處理體系，可自動完成全鏈路業務流向數據的梳理、清洗、校驗與整合工作，徹底替代傳統人工統計、核對、整理模式，有效降低人工操作成本與人為誤差。

本公司成功上線分銷洞察系統，搭建可視化、實時化的渠道運營監控平台，通過多維可視化圖表直觀呈現產品渠道鋪貨、終端分銷等全維度信息，實現分銷數據動態更新、實時可查、全程可溯，為渠道策略調整與經營決策提供精準數據支撐，助力區域充分發揮數智營銷管理能力，促進區域與各級合作夥伴的可持續共贏合作。

在此基礎上，本公司落地AI智能在崗預警機制，依托AI智能機器人打造自動化、主動化的智能管理賦能體系，通過智能化程序定時抓取、研判全域經營實時數據，自動識別業務運營、渠道流轉、日常管理中的異常信息，精準推送至對應管理層，實現異常風險主動預警，大幅提升管理響應效率與風險處置時效性。

六、人才與文化

1) 完善人才培養機制，支撐企業戰略新突破

本集團秉承「以人為本」的管理理念，優秀的人才隊伍是企業持續發展的關鍵。本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、新渠道等需要的核心崗位進行人才供需佈局。

截至二零二六年六月三十日，本集團共有711名員工，其中112名於本集團深圳總辦事處任職，250名駐守36個其他地區，主要執行銷售及營銷職責，349名於東迪欣任職。集團建立了完善的績效管理體系和激勵機制，通過設定明確的績效指標、實施定期的績效評估、提供多樣化的激勵措施，充分激發了員工的工作積極性和創造力。

人才的培養與發展是企業持續競爭力的源泉。本集團建立了完善的人才培養體系，包括新員工入職培訓、專業能力培訓、領導力發展項目、AI技能培訓等多個層次，累計培訓人次達近千人次。通過系統化的培訓與學習，不斷提升員工的專業技能和管理能力，為本公司的長遠發展奠定堅實的人才基礎。同時，本公司注重員工的職業生涯規劃，鼓勵員工根據個人興趣和發展目標制定個性化的職業發展規劃，提供多樣化的職業發展路徑和晉升機會。

2) 深化黨建引領，凝聚企業發展合力

二零二六年上半年，集團持續強化黨建工作，推動黨建與企業發展深度融合。二零二六年三月，深圳市金活集團聯合黨支部正式成立，標誌著集團黨建工作邁入新階段；二零二六年六月，集團與廣東食品藥品職業學院簽署黨建結對共建及校企合作協議，深化黨建與產教融合。二零二六年七一前夕，集團聯合黨支部組織黨員開展專題學習，重溫入黨誓詞，進一步強化黨員身份意識與責任擔當。二零二六年八月，集團董事局主席趙利生榮獲「積極支持黨建企業家」榮譽稱號。

3) 豐富企業文化活動，增強團隊凝聚力

於本報告期內，集團持續開展多元化企業文化活動，凝聚員工力量，弘揚企業文化。年初，集團舉行二零二六年度經營計劃簽約儀式及第二十屆金活「迎春杯」高爾夫球賽；二零二六年五月，二零二六年上半年度營銷工作會議暨培訓會順利舉行，來自全國各區域的營銷骨幹齊聚龍德健康產業園，共謀發展。此外，集團聯合黨支部赴井岡山開展主題教育，弘揚井岡山精神；執行董事陳樂榮書法作品參展首屆嶺南星海文化藝術節，以藝術形式弘揚嶺南文化與愛國精神。集團並參加第十四屆品牌故事大賽深圳賽區，憑藉短視頻及微電影作品獲得兩項佳績，進一步傳遞「效力世人，潤澤蒼生」的企業使命。

七、企業文化及可持續發展

本集團持續秉承「效力世人，潤澤蒼生」的企業使命，深耕健康公益賽道，全方位履行企業社會責任，以鄉村振興幫扶、災害應急支援、特殊群體關懷、文化傳承扶持等多元行動，持續釋放企業正向社會價值。

回顧二零二六年上半年，本集團熱心投身公益事業，參與多項慈善捐贈。二零二六年二月，集團啟動「金活•通潤萬家從容健康行」主題公益活動，以廣東省為核心輻射多地基層機構，向深圳市關愛行動公益基金會、深圳市慈善會、汕頭市公益基金會捐贈萆蓉通便口服液，針對性幫扶體虛人群改善便秘健康困擾。醫療援助方面，金活基金會透過深圳市慈善會向河源市僑聯及東源縣人民醫院捐贈感冒清膠囊，並於深圳市慈善會牽頭的騎手慰問活動中，為新就業群體及一線工作者捐贈金活依馬打正紅花油；同時持續開展第九屆「結夏安居大型護僧公益活動」，向全國百餘座寺院捐贈常用藥品及防護用品。

在應急救災方面，集團積極參與「守護地球第三極——雪域同心•情暖阿里」高原公益項目，透過深圳市慈善會向西藏阿里地區捐贈14,400瓶金活依馬打正紅花油；並於廣西遭遇特大洪澇災害期間啟動應急捐贈，再捐贈14,400瓶金活依馬打正紅花油，為受災民眾及一線救援人員提供健康保障。

此外，集團積極助力鄉村文化振興及公共文化體育事業，參與「點亮生命之光，守護白族阿婆的藝術人生」公益項目，支持少數民族傳統手工藝傳承；並為嶺南星海文化藝術節、羽毛球賽事、高考愛心助考及二零二六深港澳青年網球團體交流賽等公益及文體活動提供支持，以實際行動傳遞健康理念，助力公共文化及群眾體育事業發展。

獲得榮譽

企業榮譽

- 二零二五年至二零二八年深圳老字號牌匾及證書
- 深圳ESG TOP50標桿企業牌匾
- 深圳工業總會二零二五年度履行社會責任傑出企業稱號

- 二零二六年至二零二八年深圳知名品牌、灣區知名品牌牌匾

產品榮譽

- 佛慈岷山逍遙丸：連續三屆榮獲「最受香港藥房歡迎品牌大獎」
- 京都念慈菴：2026中國OTC品牌年度榜－潤喉止咳類TOP1、2026中醫藥文化傳承創新品牌獎、2026線上O2O平台潤喉類產品用戶滿意度金獎、香港傳統膏方技藝傳承示範單位

公益及黨建榮譽

- 金活關愛健康基金會：二零二五年度6•30助力鄉村振興活動通報表揚、雪域同心•情暖阿里公益活動「精準幫扶惠雪域人文暖心潤高原」鳴謝牌匾
- 金活集團聯合黨支部：「黨建共建單位」牌匾

集團領導個人榮譽

- 趙利生先生（主席）：香港潮屬社團總會名譽會長；澳門趙氏宗親聯合總會榮譽會長
- 陳樂榮女士（執行董事）：深圳工業總會二零二五年度履行社會責任傑出人物稱號；中山大學人文美學高級研修班班委
- 趙鍵瑋先生（董事長助理）：香港潮屬社團總會第十三屆會董
- 趙蔚瑛女士（董事長助理）：深圳市羅湖區工商業聯合會、深圳市羅湖區總商會第六屆執委會（理事會）執委（理事）

財務回顧

1. 收益

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的收益約為人民幣275,374,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月的約人民幣404,850,000元減少約人民幣129,476,000元或32.0%。此項減少主要原因是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相關產品之需求在市場有所放緩所致。

2. 銷售成本及毛利率

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的銷售成本約為人民幣181,196,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月的約人民幣302,807,000元減少約人民幣121,611,000元或40.2%。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。毛利率由截至二零二五年六月三十日止六個月的25.2%上調至截至二零二六年六月三十日止六個月的34.2%，此項上調主要因為於本報告期內，銷售組合的轉變致毛利率較高之產品收益佔比增加所致。

3. 其他收益、收入及其他虧損

其他收益、收入及其他虧損主要包括租金收入、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。截至二零二六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7,942,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月的約人民幣7,877,000元增加約人民幣65,000元或0.8%。此項增加主要是由於本報告期內從合營企業收取的股息有所增加所致。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(6)。

4. 銷售及分銷成本

截至二零二六年六月三十日止六個月，銷售及分銷成本約為人民幣30,671,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月的約人民幣43,592,000元減少約人民幣12,921,000元或29.6%。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

截至二零二六年六月三十日止六個月，行政開支約為人民幣55,547,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月的約人民幣55,020,000元增加約人民幣527,000元或1.0%。此項增加主要原因為於本報告期間折舊及研發費用有所增加所致。

6. 經營溢利

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的經營溢利約為人民幣20,012,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月的約人民幣15,958,000元增加約人民幣4,054,000元或25.4%。於本報告期內，經營溢利增加主要歸因於銷售及分銷成本減少所致。

7. 融資成本

截至二零二六年六月三十日止六個月，融資成本約為人民幣8,586,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月的約人民幣8,085,000元增加約人民幣501,000元或6.2%。融資成本增加主要由於本報告期間平均銀行貸款成本有所上升致銀行貸款利息增加所致。

8. 除稅前溢利

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的除稅前溢利約為人民幣15,668,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月的約人民幣13,874,000元增加約人民幣1,794,000元或12.9%。除稅前溢利增加主要歸因於經營溢利增加所致。

9. 所得稅

截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的所得稅約為人民幣8,104,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月的約人民幣2,438,000元增加約人民幣5,666,000元或232.4%。於本報告期間實際稅率為51.7%，而截至二零二五年六月三十日止六個月則為16.4%。所得稅之詳情載於簡明綜合財務報表附註(8)。

10. 期內溢利

基於上文所述，截至二零二六年六月三十日止六個月，本集團的期內溢利約為人民幣7,564,000元，較截至二零二五年六月三十日止六個月的約人民幣11,436,000元減少約人民幣3,872,000元或33.9%。

11. 期間本公司擁有人應佔虧損

截至二零二六年六月三十日止六個月，期內本公司擁有人應佔虧損約為人民幣5,224,000元，而截至二零二五年六月三十日止六個月則錄得虧損約人民幣5,412,000元，虧損減少約人民幣188,000元或3.5%。

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3.3%至7.0%。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。

截至二零二六年六月三十日，本集團擁有的現金及現金等價物為人民幣178,555,000元（於二零二五年十二月三十一日：約人民幣264,410,000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減少約人民幣85,855,000元。

14. 資本架構

債務

本集團於二零二六年六月三十日的全部借貸約為人民幣420,820,000元（於二零二五年十二月三十一日：約人民幣414,386,000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

於二零二六年六月三十日，本集團的資本負債比率為37.1%（於二零二五年十二月三十一日：21.8%），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，資本負債比率增加主要是由於現金及現金等值物；及權益總額均有所減少所致。

資產押記

於二零二六年六月三十日，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118,000,000元、人民幣89,530,000元及人民幣137,531,000元（於二零二五年十二月三十一日：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114,000,000元、人民幣91,106,000元及人民幣138,795,000元）。

資本支出

本集團的資本支出主要包括購置物業、廠房及設備。於本報告期及截至二零二五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9,927,000元及人民幣1,955,000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

於二零二六年六月三十日，本集團並無任何重大法律訴訟或潛在訴訟。

16. 重大收購和出售

截至二零二六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

1) 深化六五戰略佈局，鍛造高質量發展新動能

展望二零二六年下半年及未來，集團將以「高質量收官五五、高起點謀劃六五」為工作主線，確保六五戰略規劃順利開展；以「穩規模、提效率、強結構」為經營主線，推進「一個核心、兩個思路、三個維度、四大攻堅」的發展框架。集團將堅持自有產品與戰略合作雙輪驅動，依托龍德健康產業園打造港藥落地與中醫藥創新高地，充分把握粵港澳大灣區政策紅利；加快自有產品矩陣擴容與批文資源盤活，堅定推進產品結構轉型；深化全渠道新零售生態建設，積極把握基層中醫藥服務擴容與大健康消費升級的市場機遇。

2) 老品深挖、豐富產品矩陣

集團已於二零二六年一月三十日與日本大幸藥品、香港一德貿易正式簽署協議，引進喇叭牌康腹止瀉片進入中國市場。未來一年，集團將聚焦「老品深挖、新品拓規」戰略。原有支柱產品和潛力產品方面，推動蓰蓉通便口服液加速從「院內處方藥」向「院外家庭常備藥」延伸，重點推進空白省市拓展、連鎖共建及場景化種草，提升單店產出和復購；健婦膠囊加速全國招商佈局，攻堅華中、西北空白省份，深耕學術臨床建設，以專業化的臨床數據和論文作為抓手，服務好更多的醫生和消費者。此外，集團正推進健婦膠囊組方延伸HKC二次研發項目，持續提升產品創新能力，適應目前消費者對便捷、安全、有效的產品需求，打造以健婦膠囊組方為原點的產品矩陣。保健品方面，INNOPHARM將持續拓展產品佈局，聚焦護肝、睡眠及美容等品類。Mini規格魚油產品計劃於二零二六年九月上市，護肝膠囊及睡眠膠囊預計於第四季度推出；同時推進紅花油衍生產品開發，包括紅花貼等。

3) 全面優化「線上線下新零售生態圈」

集團將持續鞏固現有線上線下新零售生態圈，並根據產品的特性和消費習慣，積極拓展興趣電商、直播電商、私域及O2O渠道突破成果，進一步深化電商渠道拓展，同時鞏固現有線下零售藥店滲透率，擴大第三終端覆蓋，形成覆蓋傳統零售與新興業態的全渠道營銷網絡。同時，集團適應現有零售藥店向健康服務驛站轉型的趨勢，賦能現有產品的臨床價值和藥事服務、健康服務。金活龍德健康大藥房將補齊終端零售短板，完善全鏈路閉環，從「藥品銷售」向「健康服務樞紐」嘗試，為旗下核心大單品提供場景化體驗空間，並聯動龍德健康產業園延伸產業價值。

4) 積極推進港藥落地工作

集團將積極把握港藥落地的政策紅利推進港藥落地工作，為港藥品種的引進、註冊與商業化提供全鏈條支撐。集團關聯公司利生藥廠成功中標東莞市中醫院中藥製劑委託配制服務項目，在院內製劑加工領域邁出實質性步伐。集團將依託關聯公司香港遠大製藥廠GMP資質，持續深化港藥落地戰略，把握「港澳藥械通」政策紅利，推動集團目前已經上市的港藥品種在大灣區的註冊與商業化進程。

5) 積極探索AI技術深度應用，推動智能化戰略跨越

二零二六年被業界視為「AI個人健康管家元年」，AI技術在健康管理、用藥諮詢、智能隨訪等場景持續落地。機構普遍認為，AI醫療、精準醫療和數字醫療正處於快速商業化階段，AI技術融合與行業重構成為醫藥行業重要投資方向。集團已上線的智能流向系統、分銷洞察系統及AI智能在崗預警機制將持續迭代優化，深化AI技術在消費者洞察、產品開發及健康管理等場景的應用，推動企業從「數字化」向「智能化」戰略跨越。

展望未來，本集團對中醫藥大健康產業的長期發展前景充滿信心，將以紮實的戰略執行力推動集團高質量、可持續發展，為廣大股東及投資者創造長期價值。

人力資源及培訓

於二零二六年六月三十日，本集團擁有合共711名員工，其中112名於本集團深圳總辦事處任職，而250名則駐守36個其他地區，主要執行銷售及營銷職責；349名於東迪欣任職。截至二零二六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53,190,000元(二零二五年：約人民幣61,110,000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

於二零二六年六月三十日，本集團之資本承擔為約人民幣4,501,000元（於二零二五年十二月三十一日：約人民幣16,999,000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

董事會決議並不派發截至二零二六年六月三十日止六個月期間之任何中期股息（二零二五年：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，包括庫存股份（「**庫存股份**」），具有上市規則所賦予的涵義。於二零二六年六月三十日，本公司並沒有持有任何庫存股份。

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條及第B.3.5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。

企業管治守則之守則條文第B.3.5條規定，發行人應為提名委員會委任至少一名不同性別的董事。於本報告期間，提名委員會僅由男性董事組成，因此本公司偏離了守則條文第B.3.5條。

儘管上述情況，董事會認為，提名委員會現時之組成在技能、經驗及知識方面具備適當平衡，足以有效履行其職責。董事會仍致力推動多元化及共融，並將繼續將多元化（包括性別多元化）視為董事會繼任規劃及未來委任之重要考慮因素。本公司將於適當情況下致力提升提名委員會之多元化程度。

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。

提名委員會

本公司於二零一零年十一月五日成立提名委員會（「提名委員會」），董事會於二零二五年六月三十日修訂及採納其書面職權範圍，當中內容乃遵照企業管治守則的條文。詳情請參閱本公司日期為二零二五年六月三十日之公告。於本報告期間，提名委員會有三名成員，即段繼東先生、儲小平博士及黃焯琳先生。段先生已獲委任為提名委員會主席。

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。於本報告期間，審核委員會有三名成員，即段繼東先生、儲小平博士及黃焯琳先生。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二零二六年六月三十日止六個月的未經審核簡明綜合財務報表、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。同時，審核委員會信納，編製本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二零二六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，二零二六年八月二十七日

於本公告日期，執行董事為趙利生先生、陳樂榮女士及周旭華先生；以及獨立非執行董事為段繼東先生、黃焯琳先生及儲小平博士。