

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，概不就因本公告全部或任何部分內容所產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



YSB Inc.

藥師幫股份有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：9885)

截至2025年6月30日止六個月
中期業績公告

藥師幫股份有限公司(「本公司」，連同其附屬公司及綜合聯屬實體統稱「本集團」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣佈本集團截至2025年6月30日止六個月(「報告期」)的未經審計中期業績。該等中期業績已由本公司審計委員會(「審計委員會」)及本公司審計師德勤•關黃陳方會計師行(「審計師」)審閱。

除另有界定者外，本公告所用詞彙與本公司日期為2023年6月15日的招股章程(「招股章程」)所界定者具相同涵義。

摘要

	截至6月30日止六個月		
	2025年	2024年	變動(%)
	(人民幣千元，另有規定或百分比除外)		
	(未經審計) (未經審計)		
收入	9,842,619	8,813,955	11.7
毛利	1,104,502	881,716	25.3
毛利率	11.2%	10.0%	1.2個百分點
本公司擁有人應佔利潤	78,117	21,820	258.0
非《國際財務報告準則》： 經調整淨利潤 ⁽¹⁾	121,764	91,411	33.2
每股盈利(人民幣元)	0.11	0.03	266.7

(1) 經調整淨利潤(「經調整淨利潤」)指期內利潤加回(i)以權益結算的股份支付費用；及(ii)收購相關費用。

主席報告書

首先，我謹代表藥師幫股份有限公司董事會，向長期以來給予我們殷切關注和大力支持的各位股東、合作夥伴以及社會各界人士，致以最誠摯的感謝。

2025年上半年，中國醫藥健康行業機遇與挑戰並存。一方面，我國持續推動基層醫療體系建設與民生保障，推動醫藥醫療健康普惠可及，著力強化基層醫療機構服務能力，並鼓勵商業健康保險創新。醫藥行業在「健康中國2030」戰略深化與基層醫療普惠政策推動下，呈現結構性變革。這些政策導向與我們長期深耕基層、提升醫藥可及性的核心戰略高度契合，為我們的業務拓展提供了廣闊空間，也進一步拓寬了醫藥健康市場的邊界。另一方面，受經濟周期性下行、醫保政策調整等因素的影響，醫藥健康產業迎來階段性增速放緩。對於醫藥健康產業的每一位參與者而言，提質增效的重要性愈發顯著，這無疑對我們提出了更為嚴格的要求。

今年以來，藥師幫在充滿挑戰的市場環境中砥礪前行，牢牢把握政策脈搏，憑藉行業領先的全渠道佈局策略，深耕核心業務，開展醫藥產業鏈上下游的業務創新和服務升級，深化與上下游合作夥伴的協同合作，觸達更廣泛、更多元的用戶群體，為下游用戶提供更加便捷、高效、專業的全方位數字化解決方案。通過推進用戶體驗升級和行業降本增效，我們持續激發並釋放價值共創、共贏的產業鏈潛能，堅持以「技術驅動+生態協同」為核心戰略，在規模擴張、盈利優化與技術落地等方面取得突破性進展。

鞏固行業領先的平台業務和自營業務基本盤優勢，持續挖掘業務增長點

2025年上半年，依託以用戶為核心的數字化運營能力，我們持續洞察藥師幫平台下游用戶需求，攜手平台商家不斷提升平台供給側產品豐富度，現已成為第三方商家合作與下游用戶採購的首選平台。通過持續升級的精細化運營管理體系，我們協助商家精進運營策略，實現共贏增長。

同時，平台供給側實現產品矩陣多元化與品質化並進，精準對接下游客戶多樣性需求，驅動平台價值持續躍升。報告期內，平台SKU數量持續增長，採購用戶群體持續擴大。平台中藥飲片類產品在品類拓展、品質標準化管理、市場擴張等方面也同樣取得了顯著的成績。報告期內，我們堅持從供應鏈源頭把關產品質量，樹立了院外醫藥市場中藥飲片交付的新標杆—「金方標準」，推動了中藥飲片採購用戶數的持續破峰，充分印證了市場對我們平台中藥飲片產品的高度認可與信賴。

報告期內，更強大的供應鏈管理能力、更高效的倉儲物流體系、更智能的數智化運營模式，共同鑄就我們自營業務的堅實發展根基。我們已與華潤三九、科赴中國、恒瑞醫藥等眾多知名醫藥品牌和廠商建立了深度合作關係，既保證了醫藥健康產品的穩定、優質供應，也與各方共享業績增長，實現多方共贏。在倉儲物流方面，我們持續優化履約服務能力。報告期內，半日達訂單佔比自去年同期的67.7%提升至70.0%。在保證配送效率持續提升的情況下我們進一步優化了物流履約成本。通過智能運營系統的不斷迭代，我們能夠更精準實時監測庫存數據、銷售數據、市場動態等，對各個環節進行更精細化的管理和優化，提升運營效率，降低運營成本。

我們的廠牌首推業務則推動了自營業務邁向高質量發展的新台階。自有品牌系列產品構築起廠牌首推業務增長的關鍵動力源。報告期內，我們自有品牌產品交易規模同比增長約473%，實現爆破式的增長。該業務的突破性增長，有效提升了藥師幫的差異化競爭能力和持續盈利的能力。作為高毛利業務板塊，廠牌首推業務的加速增長不斷提升藥師幫自營板塊的盈利能力，進而促進整體業務的持續增長；而藥師幫業務規模的持續增長，也將進一步在下游客戶群體中構建起更強的品牌影響力，進而推動廠牌首推業務及自有品牌產品在下游客戶群體中更高的知名度及接受度。藥師幫將持續打造自有品牌通路，深度挖掘自有品牌的建設與拓展，豐富自有品牌產品和服務線，為下游客戶提供具有差異化競爭優勢的產品，滿足用戶多樣性、個性化的需求，從而提升下游客戶的運營效率和盈利能力，在激烈多變的市場競爭中贏得先機，為藥師幫的市場份額進一步擴張注入強勁催化劑。藥師幫通過首推業務的高速增長，正堅實地完成從「規模擴張」到「盈利提升」的戰略升級。

以數字技術為引擎，構建商業價值與社會價值共生共贏新生態

2025年上半年，我們在數字化轉型及全方位賦能院外醫藥服務領域的戰略佈局實現了更為深入的推進。通過人工智能(AI)技術與即時檢測(POCT)、診所SaaS系統的深度融合，藥師幫正構建起覆蓋「檢測—診斷—治療—管理」全鏈條的服務閉環，助力基層醫療機構實現診療能力升級。我們持續聚焦基層醫療需求，強勢入局POCT輔助診斷市場，推出了多款適應基層醫療機構使用場景的即時檢測設備並持續打造「光譜小屋」基層智慧醫療整體解決方案。「光譜小屋」基層智慧醫療整體解決方案融合了「未來光譜」即時檢驗監測硬件設備、「光譜雲診」SaaS診所管理系統，以及「光譜智醫」AI醫生輔助系統，從硬件、軟件、智能輔助多維度，全面賦能基層醫療機構與醫生，幫助基層醫療機構實現了常見病、慢性病的快速篩查與診斷，極大程度提升了基層醫療服務的效率和質量，推動優質醫療資源下沉，為推進更加均衡、更加高效的醫療資源分配貢獻力量。

我們在公益與社會責任領域持續深耕，積極探索ESG實踐，推動行業高質量發展。對外，我們聯合生產企業、相關協會、科研單位等共同編製《首營電子資料交換數據標準》、共建中藥飲片的交付標準，為推進行業規範化、數字化出智出力。我們在提升基層醫療衛生水平、基層醫藥工作者教育、公益教育等領域持續投入，與各方攜手共進，用實際行動踐行社會責任。對內，我們通過優化藥品供應鏈、推廣綠色包裝、引入節能技術等舉措，顯著降低了運營環節的碳排放和資源消耗。同時，我們進一步加強了員工關懷計劃，推行多樣性和包容性政策，為員工提供更多的職業發展機會和培訓資源，確保員工在公司內獲得良好的成長空間。

展望2025年，在我國加速推進「健康中國」建設、醫療健康普惠可及的大背景下，藥師幫將不斷在院外醫藥產業領域強化和鞏固我們現有平台業務和自營業務的根基。同時，我們將持續推進AI技術在醫藥產業鏈上下游的廣泛普及與深度應用，著力實現服務品質的躍升，全方位賦能用戶，進一步挖掘潛在增長動力、拓寬發展空間。依託卓越的數字技術和數字運營實力，我們將持續致力於為千千萬萬的商家、藥店以及基層醫療機構帶來普惠可及、便捷高效的健康服務體驗。

志之所趨，無遠弗屆！我們衷心感謝各位股東、合作夥伴、用戶及社會各界長期以來對藥師幫的信任與支持！正是你們的堅定陪伴和寶貴建議，讓我們在充滿挑戰的市場環境中不斷前行。

未來，我們將繼續秉持「讓好醫好藥普惠可及」的使命，以創新科技為公司的高質量發展積蓄新動能，為股東創造更大價值，為社會貢獻更多力量。

張步鎮

董事長兼首席執行官

2025年8月20日

業務展望與回顧

2025年，國家持續推進「健康中國2030」戰略和「十四五」規劃，出台多項支持政策，鼓勵院外醫藥健康產業的數字化、智能化轉型。《關於促進服務消費高質量發展的意見》等政策的出台，明確了零售藥店在健康促進、營養保健等方面的功能定位。消費者在慢性病管理、保健求美管理等方面對高質量、個性化的醫藥產品和服務需求不斷增加，為行業拓展了新的發展空間。此外，政策推動優質醫療資源下沉，基層醫療市場成為院外醫藥健康產業的新增長點。同時，醫保統籌政策的強化與零售市場的強監管正加速行業變革。在此背景下，公司緊跟政策導向，加大技術創新投入，深化數字化轉型，持續通過數智化採購降本增效、數智化物流全面提速、數智化營銷迭代優化，驅動業務全面升級，構建更加完善的院外醫藥健康服務生態。

報告期內，受藥品零售市場整體增速放緩影響，我們的業務雖然面臨挑戰，但仍實現了穩步增長。通過精準洞察用戶需求、構建全場景服務體系、數字化賦能的不斷優化，我們持續提升用戶體驗，增強用戶粘性，推動業務增長。報告期內，我們的月均活躍買家數453,000家，同比增長6.5%。月均付費買家數426,000家，同比增長7.6%。我們的付費率，即月均付費買家數佔月均活躍買家數的比達到了94.0%，且每個付費買家月均訂單數約29.2單。

平台業務

作為中國領先的院外醫藥產業數字化服務平台，我們持續加強數字化能力建設，優化用戶體驗，將平台的服務能力做厚做實，進一步提升了用戶滿意度和市場競爭力。

報告期內，我們全面提升平台產品豐富度，覆蓋更多客戶需求場景。通過大數據分析和用戶需求洞察，我們平台精準選品，優化擴充品類，確保上架商品符合市場需求。報告期內，平台月均SKU數已持續增長至約4,000,000個，極大程度滿足了用戶多樣化的需求。針對中藥飲片消費升級趨勢，平台通過優化、推廣金方標準、加強用戶教育和覆蓋，依託數字化的技術創新，構建了從田間到終端的全鏈路數字化生態。同時，平台業務嚴格執行中藥飲片的質量控制標準，推動行業從「經驗炮製」向「數據驅動」轉型。藥師幫深入道地藥材產區，實現藥材源頭可控；同時依託已建立的金方等級標準，反向推動入駐藥師幫的中藥飲片商家向中藥材產地延伸產業鏈，健全產業鏈追溯體系，提升中藥生產全過程質量控制水平。報告期內，我們共向下游客戶提供了125千個SKU，同比增長22.5%；銷售了超過18,000噸中藥飲片，同比增長約42.6%。

同時，我們始終致力於構建更加繁榮、多元的用戶生態。一方面，通過運營策略支持、技術賦能和生態共建，我們成功吸引了大量優質第三方賣家入駐，並依託完善的服務體系幫助其實現業務增長。另一方面，通過優化平台功能、開展多樣化營銷活動，全方位提升用戶體驗。平台在下游用戶群體中的影響力持續攀升，用戶活躍度和忠誠度顯著提高。

我們根據上游賣家在我們平台業務中銷售金額的一定比例向其收取佣金。相較於去年同期，報告期內我們平台業務收取的平均佣金率穩中有升，約為3.3%。與此對應的，我們以優惠券的形式向我們的下游買家提供補貼。在保證平台留存與活躍度的基礎上，我們2025年上半年平台業務的補貼率為0.5%，進一步低於2024年同期的0.6%。

常規自營業務

報告期內我們圍繞「多、快、好、省」四大核心維度的全面進階，持續提升自營業務的運營能力，實現了自營業務的穩健發展。自營業務通過我們自身經營的在線數字化商店開展，致力於為下游廣大用戶提供便捷、高效、優質的醫藥健康服務。

在「多」的維度上，我們在報告期內進一步完善了自營業務的全品類佈局。基於平台業務的交易歷史以及對買家需求及交易偏好的大數據分析，我們能夠根據下游需求作出採購決策，挑選出採購頻率更高且質量好的SKU，並自行對產品進行更高水平的質量控制。我們不僅進一步引入了各類常見疾病的治療藥物，同時，我們也豐富了醫療器械、滋補佳品等相關品類，滿足下游用戶多元化的健康採購需求。通過與更多優質供應商建立合作，我們的產品品類得以持續豐富，為用戶提供了更廣泛的選擇。報告期內，我們的自營業務向下游的買家提供月均SKU數達到480,000個，報告期內增加了58,000個。

「快」體現在報告期內我們智能供應鏈體系的持續優化。我們建立了高效的採購、倉儲和物流配送系統，實現醫藥健康產品的快速履約。隨著同城配送業務越來越成熟，我們在部分主倉所在城市及周邊城市上線了同城配送服務。報告期內，我們通過將配送站點細化至街道級別，顯著提升了分揀效率；通過調整線路和優化約車模型，優化了用車效率。我們自營倉同城配送的單位履約成本（等於單個配送班次總運費／單個配送班次的用戶數之和）下降了18.9%；從配送效率來看，達成從下單到送達僅需半日的訂單佔比自2024年上半年的67.7%提升到2025年上半年的70.0%。這種又快又好的採購體驗明顯提升了下游客戶採購的品種數和頻次。

「好」既是我們始終堅守的品質底線，也是我們永無止境的服務追求。我們從醫藥健康產品採購源頭開始，嚴格把控質量關，選擇資質齊全、信譽良好的供應商進行合作。報告期內，我們進一步升級了供應商服務平台，成功與公司的內部系統實現了數據交互，確保了供應商信息、訂單信息、訂單狀態等關鍵數據的實時更新與共享。該平台促進了信息在供應鏈各節點間的流通與共享，提升了整體供應鏈的響應速度和靈活性。同時，我們優化了流向管理系統的服務效能，實現對藥品和健康產品銷售渠道的全程追溯，以確保藥品和健康產品的安全性和合規性。基於這種對品質的嚴格把控，報告期內，我們的退貨率持續下降，自去年同期的0.5%下降至0.4%。

「省」是我們為用戶創造價值的重要體現。報告期內我們進一步加強了廠家直供模式，通過與廠家直接採購，我們持續優化採購渠道、降低運營成本，使得我們可以將藥品和健康產品以更具競爭力的價格提供給下游用戶。報告期內，我們和華潤三九、華海藥業、恒瑞醫藥等頭部醫藥工業開展集團官方合作，縮短醫藥工業直達廣闊院外市場終端的鏈路。通過與華潤三九合作，我們為用戶提供更多效益更好、渠道更集中的專銷品；通過與齊魯製藥開展深度合作，我們引入更多齊魯製藥的優質藥品，打通了從廠牌到終端的高效率高效益渠道。此外，我們還推出了單品包郵、廠牌補貼等一系列優惠活動和會員制度，讓下游用戶能夠以更實惠的價格享受到優質的服務。

廠牌首推業務

憑藉多年深耕平台業務及常規自營業務積累的深厚經驗和敏銳洞察力，我們能夠精準識別出市場需求前景廣闊的產品。基於這些洞察，一方面，我們積極尋求與藥企建立深度合作，旨在協助它們將針對下游需求定制的產品推向更廣闊的市場，從而將潛在的市場機遇轉化為實實在在的銷售業績。另一方面，依託公司已經構建的品牌影響力和渠道優勢，我們戰略性推進自有品牌產品的拓展，致力於推出品類豐富且緊密貼合市場需求的高質量自有品牌產品，以滿足更廣泛下游用戶的多元化需求。自有品牌產品在院外醫藥市場的加速覆蓋，我們顯著提升了品牌影響力，增強了市場競爭力，進一步擴大了市場份額。通過雙輪驅動，我們不僅為合作夥伴創造價值，也為下游用戶提供更優質、多元的藥品及健康產品選擇，持續推動公司業務增長。報告期內，廠牌首推業務交易規模合計達人民幣1,080百萬元，同比增長115.6%。

報告期內，我們把廠牌首推業務戰略佈局的重點聚焦於自有品牌產品在下游藥店及基層醫療機構的覆蓋，推動品牌影響力的深度滲透。自有品牌的拓展方面，我們堅持以品質與安全為核心，根據下游藥店及基層醫療機構的實際需求，持續致力於挖掘具有渠道爆品潛力的產品，全面提升自有品牌的產品覆蓋率，並以此作為實現差異化競爭與提升盈利能力的關鍵路徑。同時，我們利用數字化營銷手段，通過精準廣告投放、社交媒體平台、聯動標杆線下形象店等渠道，廣泛傳播自有品牌的品牌理念和產品優勢。

報告期內，自有品牌交易規模達人民幣852百萬元，同比增長約473.4%。其中，於2024年推出的大單品「樂藥師藿香正氣口服液」在基層醫療終端的覆蓋取得實質性突破，基層醫療機構客戶銷售貢獻佔比達超40%。此外，藥師幫在2025年上半年推出了第二個大單品「樂藥師腸炎寧口服液」，具有獨家批文的該產品在推出後的兩個月內覆蓋了超過30,000家的單體藥店和基層醫療機構。

其他業務

光譜小屋

在數字化浪潮席捲醫療行業的大背景下，我們持續致力於提高基層醫生的診療能力，助力基層醫生擴大服務範圍，提升基層醫生的綜合服務能力。報告期內，我們推出了「光譜小屋」基層智慧醫療整體解決方案，通過集成先進的即時檢驗及監測硬件設備「未來光譜」系列產品，數字化的診所管理系統「光譜雲診」SaaS，以及智能的AI醫生輔助系統「光譜智醫」，從設備升級、管理提效、診療賦能等多維度發力，全方位提升基層醫療機構運營水平與基層醫生業務能力。

基於平台龐大的用戶基數和海量的市場數據，我們精準捕捉到了基層醫療領域中疾病預防、急病治療、慢病康復、重症篩查以及流行病監測治療等常見且關鍵的應用場景中的潛在需求。基於這些精準洞察，我們於2024年8月推出3款「未來光譜」系列即時檢測設備，分別為光譜免疫小方盒、光譜慢病檢測儀以及光譜微型血球儀。這些設備具備即刻測、多項目、體型小、好操作等優勢，大大提高了基層醫療檢測效率，迅速獲得市場認可。截至2025年6月30日，這三款設備便憑藉其強大的功能和出色的性能，成功覆蓋了超過18,000家終端用戶，銷量超過23,000台。其連接的AI大模型不僅能即時解析血脂、尿酸、C反應蛋白、糖化血紅蛋白、甲乙流肺支合胞等數據，更能結合患者的歷史檢測記錄生成趨勢分析圖譜，提出相應的精準臨床建議，幫助基層醫生動態評估疾病控制效果。硬件與AI的結合，為基層醫生提供了更為全面、準確的診斷依據，從而推動基層醫生精準用藥，提高基層醫療服務的質量和效果，為廣大基層患者的健康保駕護航。

我們持續優化並升級專為基層醫療機構打造的「光譜雲診」SaaS服務。該服務以智能化、便捷化為核心，在AI的加持下實現了自動整合患者電子病歷、歷史用藥記錄及實時檢測數據，從而形成動態健康檔案。當醫生開具處方時，AI引擎在瞬時完成藥品配伍禁忌篩查、劑量合理性校驗及過敏史匹配，並推薦相應的西藥或中藥處方，大大縮短了傳統手寫病歷或紙質檔案查詢所耗時長，有效地提高了基層醫生的效率。截至2025年6月30日，「光譜雲診」已覆蓋超過1,500家診所。此外，我們還已完成對94個城市的醫保系統接入，使得當地的患者能夠通過系統使用醫保結算。硬件、軟件與AI的結合爆發出強大的生命力，讓藥師幫構建了覆蓋「檢測—診斷—治療—管理」全鏈條的服務閉環，助力基層醫療機構實現診療能力升級。

其他SaaS解決方案

報告期內，我們始終以提升院外醫藥產業鏈上下游參與者的經營效率為核心目標，通過數字化賦能與創新服務，持續優化院外醫藥生態圈的協同效應。

我們不斷升級為上游賣家提供的「雲商通」SaaS服務，幫助其實現庫存管理、訂單處理、市場分析等環節的數字化升級，提升運營效率與市場響應速度。通過精準的數據洞察與智能化的供應鏈支持，我們助力上游合作夥伴降低運營成本，擴大市場覆蓋。截至2025年6月30日，我們向超過9,000名賣家提供該項服務。

我們不斷精進為下游買家提供的「掌店易」SaaS服務，為藥店及基層醫療機構提供一站式採購、庫存管理、銷售分析等工具，幫助其實現高效運營與精準決策。通過數字化工具的深度應用，我們賦能下游用戶提升經營效率，優化服務質量。截至2025年6月30日，掌店易共為約66,000名買家提供該項服務，幫助了243個城市的買家連接了醫保部門，使得當地的藥店能夠向消費者提供醫保結算服務。

藥師培訓

報告期內，我們持續致力於提升藥師的專業服務能力，以更好地滿足終端客戶的需求。自2015年起，我們創新推出了移動醫藥培訓課堂，旨在通過系統化的培訓強化藥師的專業知識和實踐技能。我們為候選藥師提供了全面的在線培訓課程，涵蓋藥學理論、臨床實踐及法規知識，幫助他們高效備考藥師資格考試。同時，我們積極搭建藥企與藥師之間的溝通橋樑，定期邀請知名藥企舉辦在線推介會，使藥師能夠深入瞭解最新藥物信息、臨床應用及市場動態，從而提升其在實際工作中的專業判斷和服務水平。截至2025年6月30日，我們已向約314,000名藥師及候選藥師提供在線培訓。

供應鏈管理

在業務規模持續擴張的進程中，我們自主研發的智慧供應鏈管理系統扮演著不可或缺的關鍵角色。依託先進的算法技術以及我們在自營與平台業務廣泛交易所積累的深刻洞見，我們成功實現了供應鏈前後端的深度融合與全面整合，貫穿了從採購到倉儲，再到支付的全鏈條流程，推動了整個供應鏈體系的智能化升級與效能飛躍。報告期內，我們能夠保證平均約3小時處理訂單並完成發出，遠快於行業水平。得益於智慧供應鏈管理，報告期內，我們的應付帳款周轉天數約67.7天，存貨周轉天數約32.2天，應收賬款周轉天數約1.8天，由此我們的現金循環周期約-33.8天，經營現金流長期保持淨流入。快周轉的商業模式不僅顯著提升了我們的現金管理效率，還為平台帶來了可觀的沉澱資金，極大地增強了我們的流動性。這一模式為我們安全、迅速地擴展業務規模提供了堅實保障。同時，沉澱資金的存在不僅提升了毛利水平，還為我們創造了額外的收益來源，進一步優化了整體盈利能力，推動了業務的可持續發展。

在支付環節，我們平台為下游買家提供了創新的供應鏈金融服務。通過先進的數字化技術，我們高效整合了商流、物流、信息流和資金流，構建了一個貫穿上下游企業的全鏈條金融服務生態。第三方金融機構依託我們的平台，為下游用戶量身推出了訂單融資產品，確保貸款資金專款專用，僅限用於藥師幫平台內的採購，從而提升了下游用戶資金的使用效率，進一步推動了供應鏈的價值共創。報告期內，下游訂單融資產品活躍用戶數超過10,500戶，累計放款金額約人民幣4,402百萬元，同比增長31.0%；其中，下游連鎖藥店客戶訂單融資產品累計放款金額約人民幣3,522百萬元，同比增長34.2%。供應鏈金融業務通過優化下游用戶的資金流管理，顯著緩解了其資金周轉壓力，同時大幅增強了連鎖藥店在藥師幫平台的採購粘性。報告期內，連鎖總部客戶月均付費買家數約4,900家，佔全國的連鎖總部總數的比重為約73.0%。

業務拓展

憑藉在院外醫藥領域多年的深耕細作，我們積累了豐富的行業經驗，培養出精準的市場洞察能力、高效的資源調配能力以及卓越的客戶服務能力。基於這些核心優勢，我們定制了契合自身發展與市場需求的業務拓展戰略。我們始終密切關注市場蘊含的巨大潛力與機遇，同時緊跟監管政策的變化，動態優化戰略佈局，順應市場與政策的雙重導向。這種靈活且前瞻性的策略不僅使我們能夠快速響應市場變化，還為我們持續擴大市場份額、鞏固行業領先地位提供了有力支撐。截至2025年6月30日，除一塊醫藥之外，我們的業務拓展團隊由約2,500名成員組成，與去年同期相比，業務拓展團隊的人效進一步提升，每名成員平均可管理超過200家藥店，較去年同期上升超過50家。這種拓展戰略極富成效，截至2025年6月30日，我們覆蓋了353,000家基層醫療機構用戶，相比截至2024年12月31日的用戶數新增了超過24,000家；此外，我們的註冊買家滲透了全國98.9%的縣域和91.2%的鄉鎮。

公益與社會責任

我們始終將可持續發展理念融入企業基因，積極履行企業社會責任，致力於為社會創造長期價值。我們成立的「速道科技公益社團」協同各部門夥伴，在教育公益、社會公益等多個領域持續發力，以實際行動回饋社會。

在教育公益方面，我們面向公司各部門夥伴發起公益捐書活動，通過幕天公益組織將公益溫暖通過「書」傳遞到全國各地的鄉村少年手上；我們參與獵聘「一公斤盒子」公益項目，把多元的教學工具包提供給有需要的學校及學生；我們每季度向桂馨基金會捐贈善款，支持改善中國鄉村教育環境，助力教育公益，改善鄉村教師和學童的教育環境。

在社會公益方面，我們為遭受洪災的桑植、懷集、榕江等地包括消毒用品、防暑藥品在內的醫療物資，為當地受災群眾提供幫助；我們攜手合作夥伴發起公益助農促銷活動，以切實舉措為鄉村振興添磚加瓦；我們為高溫下的社會工作者提供「樂藥師藿香正氣口服液」及清涼飲品，守護他們的健康。

未來展望

作為院外醫藥產業數字化生態建設的引領者，我們將憑藉深厚的行業積累以及卓越的技術創新能力，在院外醫藥數字化變革的浪潮中勇立潮頭。我們將進一步深化與產業鏈各環節參與者的協同合作，全面提升產業鏈各參與者的經營效能，推動院外醫藥產業的數字化、智能化升級，助力實現醫藥資源的普惠可及與行業生態的可持續發展。

在平台業務板塊，我們將以推動行業發展和助力合作夥伴成長為己任，致力於為上游賣家打造更為完備、高效的數字化運營體系。從精準的市場趨勢洞察、高效的庫存管理，到個性化的營銷推廣策略制定，我們將全方位賦能商家，助力其在激烈的市場競爭中穩健發展。此外，我們也將持續發力優化產品供應體系，不斷拓寬產品品類，引入更多優質、創新的醫藥產品和健康服務，一站式滿足用戶需求。在重點拓展的中藥飲片領域，我們將積極加強與產區龍頭企業的深度戰略合作，共同打造極致性價比道地藥材大單品；在質量把控方面，我們堅守「保真+優於統貨」的原則，聯合三方商家共推「金方標準」，共同打造金方等級品體系，構建完整的產品梯度。

在常規自營業務方面，我們致力於將智慧供應鏈管理系統的優勢進一步放大，持續優化倉儲網絡和物流配送系統，提升整體運營效率與用戶體驗。我們將持續深化與重點醫藥頭部工業的合作，豐富產品矩陣，提升合作效益；同時，我們將逐步開展本地自營模式試點，為本地下游用戶打造自營甄選專區及半日極速達體驗，不斷提升用戶滿意度。

就廠牌首推業務而言，我們將通過與上游藥企和供應商的深度合作，構建更加緊密的上游合作生態，打造獨特的廠牌首推優勢，實現多方共贏。與此同時，我們也將不斷擴充自有品牌產品陣營，促進品牌成長。通過聚焦市場需求打造具有高增長潛力的首推大單品，形成品牌標杆；通過開發高性價比的流通爆品，推動爆品的規模化銷售；通過推出高品質、高附加值的獨家精品，打造差異化競爭優勢。我們將逐步構建覆蓋多品類、多場景的產品矩陣，從而持續擴大公司自有品牌的覆蓋範圍和影響力。

在其他業務方面，我們將以技術投入為核心驅動力，通過先進的AI能力與藥師幫SaaS產品矩陣的深度融合，推動數字化和AI技術應用潛力的全面釋放，由此進一步優化供應鏈管理、提升藥店診所運營效率、推動基層智慧醫療服務，打造更加智能、高效、用戶友好的業務生態。同時，為加速推動基層醫療檢測水平提升，我們將根據基層實際需求，不斷打磨「未來光譜」系列輔助診斷設備。通過不斷建立檢測項目與設備迭代反饋機制，優化檢測項目與設備功能，並持續豐富不同診療場景檢測項目。

更長期地，我們將秉持戰略性眼光與審慎態度，積極推動產業鏈投資與並購佈局，為公司長期發展注入新動能，實現向生態化、多元化方向的戰略升級，構建一個全面、協同的醫藥健康產業生態。

管理層討論及分析

收入

截至2025年6月30日止六個月，本集團錄得收入人民幣9,842.6百萬元，較截至2024年6月30日止六個月的人民幣8,814.0百萬元增加11.7%。收入增加主要歸因於：(i)報告期內自營業務持續穩定發展；及(ii)我們的收購事項為本集團收入增長注入新動力。

本集團自營業務的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣8,344.8百萬元增加12.5%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣9,389.4百萬元，主要歸因於：(i)買家群體擴大以及物流及客戶服務等買家體驗持續優化；(ii)自營業務的月付費買家數量比去年同期持續穩定增加；及(iii)我們的收購事項為本集團收入增長注入新動力。

本集團平台業務的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣440.5百萬元略微減少至截至2025年6月30日止六個月的人民幣436.3百萬元，主要歸因於藥品零售市場低迷對行業產生較大影響，導致第三方賣家受到波及。報告期內，第三方賣家的佣金率維持穩定。

本集團其他業務的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣28.6百萬元減少至截至2025年6月30日止六個月的人民幣17.0百萬元，主要歸因於對光譜雲檢的營運／服務模式作出調整。

銷售成本

本集團的銷售成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7,932.2百萬元增加10.2%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣8,738.1百萬元，主要由於自營業務銷售增加。

本集團自營業務的銷售成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣7,850.1百萬元增加10.4%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣8,666.4百萬元。截至2025年6月30日止六個月的銷售成本有所增加，主要由於買家購買需求增加使我們相應增加醫藥產品採購。

本集團平台業務的銷售成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣69.7百萬元增加2.3%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣71.3百萬元，主要由於我們平台的交易量擴大。

本集團其他業務的銷售成本由截至2024年6月30日止六個月的人民幣12.5百萬元下降96.5%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣0.4百萬元，主要由於光譜雲檢的相關成本有所減少。

毛利及毛利率

由於上文所述，本集團的毛利由截至2024年6月30日止六個月的人民幣881.7百萬元大幅增加25.3%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣1,104.5百萬元。本集團的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的10.0%上升至截至2025年6月30日止六個月的11.2%，主要由於本集團自有品牌產品的下游需求持續保持旺盛，該高毛利率的業務規模持續增長，不斷提升本集團的毛利率水平。

本集團自營業務的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的5.9%上升至截至2025年6月30日止六個月的7.7%，主要歸因於我們通過實施「向上走」戰略，逐步提高自有品牌(其利潤率遠高於其他產品)在產品線中的佔比。

本集團平台業務的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的84.2%略微下降至截至2025年6月30日止六個月的83.7%，主要歸因於：(i)隨著自營業務的擴張，我們來自平台上的自有店舖產生的平台業務佣金增加，該等佣金收入已於合併報告中被抵銷；及(ii)與我們自有店舖在平台上的交易相關的交易手續費已錄入該分部的銷售成本。

本集團其他業務的毛利率由截至2024年6月30日止六個月的56.4%上升至截至2025年6月30日止六個月的97.5%，主要由於毛利率較高的SaaS解決方案收入同比增長以及對應的收入佔比增加。

銷售及營銷費用

本集團的銷售及營銷費用由截至2024年6月30日止六個月的人民幣707.5百萬元增加16.9%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣826.9百萬元，主要由於：(i)收購一塊醫藥導致整體開支增加；及(ii)我們持續擴大業務營運。履約費用從截至2024年6月30日止六個月的人民幣155.7百萬元略微增加6.6%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣166.0百萬元，其中的物流費用從截至2024年6月30日止六個月的人民幣117.4百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣126.5百萬元。儘管本集團於報告期內的銷售及營銷費用有所增加，但由於收入實現更高增長，銷售及營銷費用所佔本集團收入百分比大致維持穩定。

一般行政及管理費用

本集團的一般行政及管理費用由截至2024年6月30日止六個月的人民幣169.7百萬元增加12.0%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣190.1百萬元，主要由於收購一塊醫藥導致整體開支增加。儘管本集團的一般行政及管理費用於報告期內有所增加，其所佔本集團收入的百分比仍維持穩定。

研發費用

本集團的研發費用由截至2024年6月30日止六個月的人民幣45.7百萬元增加6.3%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣48.6百萬元，主要歸因於收購一塊醫藥導致僱員人數增加，使薪金及福利增加。

其他收入

本集團的其他收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣49.1百萬元減少至截至2025年6月30日止六個月的人民幣36.7百萬元。該減幅主要歸因於銀行利息收入因銀行利率下降而減少及政府補助減少。

其他收益／虧損(淨額)

截至2024年6月30日止六個月，本集團錄得其他收益淨額人民幣9.6百萬元，而截至2025年6月30日止六個月則錄得其他虧損淨額人民幣0.4百萬元。該變動主要由於以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的公允價值變動虧損。

財務費用

本集團的財務費用由截至2024年6月30日止六個月的人民幣5.3百萬元略微增加至2025年同期的人民幣6.1百萬元，原因為應收票據貼現及租賃負債的利息費用增加。

期內利潤

由於上文所述，截至2025年6月30日止六個月，本集團的期內利潤為人民幣74.0百萬元，幾乎相當於截至2024年6月30日止六個月人民幣13.4百萬元的六倍。

非《國際財務報告準則》計量指標

於評估我們的業務時，我們考慮並使用(i)經調整淨利潤；及(ii)經調整淨利潤率作為審查及評估我們經營業績的補充計量指標。呈列該等非《國際財務報告準則》財務計量指標並非用作單獨考慮，或替代根據《國際財務報告準則》所編製及呈列的財務資料。我們將經調整淨利潤定義為期內利潤加回(i)以權益結算的股份支付費用；及(ii)收購相關費用。我們將經調整淨利潤率定義為經調整淨利潤除以收入。我們呈列該等非《國際財務報告準則》財務計量指標的原因是，我們的管理層採用有關指標評估經營業績並制定業務計劃。因此，我們相信，使用該等非《國際財務報告準則》財務計量指標為投資者和其他人士提供了有用的資料，使其能夠以與我們管理層及董事會相同的方式理解及評估我們的經營業績。該等非《國際財務報告準則》財務計量指標並未在《國際財務報告準則》中定義，亦無按照《國際財務報告準則》呈列。該等非《國際財務報告準則》財務計量指標作為一項分析工具具有局限性。此外，該等非《國際財務報告準則》計量指標可能不同於其他公司(包括同行公司)採用的非《國際財務報告準則》資料，因此其可比性可能有限。該等非《國際財務報告準則》財務計量指標不應單獨考慮，亦不應理解為取代利潤／虧損或任何其他業績衡量標準。我們鼓勵投資者根據最直接可比的《國際財務報告準則》計量指標(如下文所示)，審閱我們的歷史非《國際財務報告準則》財務計量指標。本節呈列的非《國際財務報告準則》財務計量指標可能無法與其他公司呈列的類似名稱的計量指標相比。其他公司可能以不同的方式計算類似名稱的計量指標，因而在對比分析我們的數據時，該等計量指標的實用性可能受限。我們鼓勵閣下全面審閱我們的財務資料，切勿依賴單一的財務計量指標。

經調整淨利潤(未經審計)指期內利潤加回(i)以權益結算的股份支付費用；及(ii)收購相關費用。本集團經調整淨利潤由截至2024年6月30日止六個月的人民幣91.4百萬元大幅增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣121.8百萬元，同比增長33.2%。

下表載列經調整淨利潤與根據《國際財務報告準則》計算及呈列的最直接可比財務計量指標(期內利潤)的對賬。

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	(人民幣千元)	(人民幣千元)
	(未經審計)	(未經審計)
期內利潤	73,998	13,354
加回：		
以權益結算的股份支付費用	34,790	78,057
收購相關費用	12,976	—
經調整淨利潤		
(一項非《國際財務報告準則》計量指標)	121,764	91,411
經調整淨利潤率		
(一項非《國際財務報告準則》計量指標)	1.2%	1.0%

根據《國際財務報告準則》，經調整淨利潤並非業績衡量指標。經調整淨利潤並不包括影響我們相關期間虧損的全部項目，因此使用該指標作為分析工具具有重大局限性。

流動資金、資金來源以及借款

本集團主要通過內部產生的現金流量和全球發售所得款項為其經營及投資活動提供資金。我們的現金及現金等價物指現金及銀行結餘以及原定到期日為三個月或以下的定期存款。

截至2025年6月30日，本集團的現金及現金等價物由2024年12月31日的人民幣1,041.2百萬元增加6.2%至人民幣1,105.9百萬元。截至2025年6月30日止六個月的現金及現金等價物增加主要是由於營運資金周轉效率提高。

下表載列我們於所示期間的現金流量：

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	(人民幣千元)	(人民幣千元)
	(未經審計)	(未經審計)
經營活動所得現金淨額	256,660	418,880
投資活動(所用)/所得現金淨額	(114,626)	299,301
融資活動所用現金淨額	(76,557)	(60,476)
現金及現金等價物增加淨額	65,477	657,705
期初現金及現金等價物	1,041,228	745,693
外匯匯率變動影響	(798)	1,469
期末現金及現金等價物	1,105,907	1,404,867

本集團就其現金管理政策採用審慎的財務管理方法，以確保本集團的流動資金架構(包括資產、負債及其他承擔)能夠始終滿足其資金需求。展望未來，我們相信，通過綜合使用經營活動產生的現金、外部借款、全球發售募集資金淨額以及不時自資本市場籌集的其他資金，將可滿足我們的流動資金需求。

經營活動所得現金淨額

截至2025年6月30日止六個月，經營活動所得現金淨額為人民幣256.7百萬元，主要歸因於期間稅前利潤人民幣68.9百萬元，並經過下列項目調整：(i)非現金和非經營項目，主要包括股份支付費用人民幣34.8百萬元；及(ii)營運資金變動，其主要是由於貿易及其他應付款項增加人民幣258.2百萬元，但被存貨增加人民幣199.2百萬元抵銷。

投資活動所用現金淨額

截至2025年6月30日止六個月，投資活動所用現金淨額為人民幣114.6百萬元，主要由於報告期內存放定期存款所產生人民幣163.0百萬元的淨流出。

融資活動所用現金淨額

截至2025年6月30日止六個月，融資活動所用現金淨額為人民幣76.6百萬元，主要歸因於(i)股份回購；及(ii)股息支付。

重大投資

截至2025年6月30日止六個月，本集團並無作出或持有任何重大投資(包括於2025年6月30日於被投資公司任何價值佔本集團總資產5%或以上的投資)。

重大收購及出售事項

截至2025年6月30日止六個月，本集團並無就附屬公司、綜合聯屬實體或聯營公司進行任何重大收購或出售。

資產質押

於2025年6月30日，本集團將計息存款人民幣1,544.0百萬元用於發行應付票據的質押擔保。

重大投資及資本資產的未來計劃

於2025年6月30日，本集團並無重大投資或資本資產的具體未來計劃。

資本負債比率

本集團的資本負債比率按計息借款總額除以權益總額計算。截至2025年6月30日，由於本集團存在因票據貼現產生的計息銀行借款，故資本負債比率為4.3% (截至2024年12月31日：0.9%)。

報告期後重大事項

於本公告日期，自報告期末以來概無可能對本集團造成影響的其他重大事項。

僱員及薪酬

於2025年6月30日，本集團共有6,620名僱員。下表載列於2025年6月30日按職能劃分的僱員總數：

職能	僱員人數
一般行政及管理	948
銷售及營銷	2,968
運營	2,338
研發	366
合計	<u>6,620</u>

本集團相信吸引、招聘及保留優秀僱員對本集團取得成功至關重要。僱員薪酬根據現行行業慣例以及僱員教育背景、經驗及表現釐定。本集團定期檢討僱員薪酬政策及待遇。

本集團僱員薪酬包括具有競爭力的薪資、銷售績效佣金、績效現金獎金以及若干其他激勵。根據適用中國法規，本集團就住房公積金及由相關當地省市政府組織的多種僱員社會保障計劃，包括住房、養老、醫療、生育、工傷及失業救濟計劃，按僱員薪資特定比例供款。獎金及銷售佣金一般由我們酌情發放，且部分取決於僱員表現及我們業務的整體業績。

本公司亦已採納兩項股份激勵計劃，分別為2019年股份激勵計劃及2023年股份激勵計劃，為本集團僱員提供激勵。有關股份激勵計劃的進一步詳情，請參閱招股章程附錄四「法定及一般資料—股份激勵計劃」一節。

截至2025年6月30日止六個月，本集團產生的薪酬成本總額為人民幣628.3百萬元，而截至2024年6月30日止六個月為人民幣545.1百萬元。截至2025年6月30日止六個月，本集團並無遭遇任何重大勞資糾紛，亦無在招聘僱員方面遭遇任何困難。

外匯風險

截至2025年6月30日止六個月，本集團主要在中國運營，大部分交易以人民幣（「人民幣」）（本公司主要綜合聯屬實體的功能貨幣）結算。我們面臨的外匯風險主要來自本集團若干實體的銀行結餘及以外幣計值的以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產。本集團目前並未就外幣交易、資產及負債制定外幣對沖政策。本集團將密切監控其外幣風險及外匯風險管理策略，並將視需要考慮對沖重大外幣風險，以盡量降低其外匯風險。

或有負債

於2025年6月30日，本集團並無重大或有負債。

企業管治

董事會致力實現至高標準的企業管治。董事會認為高水平的企業管治標準十分重要，有助本集團制訂框架，以保障股東利益、提升企業價值及加強問責。

遵守企業管治常規守則

除下文所披露者外，我們於報告期內已遵守《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》（「《上市規則》」）附錄C1第二部分《企業管治守則》（「《企業管治守則》」）所載的適用守則條文。

《企業管治守則》守則條文第C.2.1條建議（而非規定），主席與首席執行官的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。由於張步鎮先生兼任董事會主席及本公司首席執行官，故本公司做法與該條文有所偏離。張先生為本公司創始人兼主要股東，於本集團業務運營及管理方面有豐富經驗。董事會相信，主席及首席執行官由張先生兼任可確保本集團內部的領導一致，並使整體戰略規劃更為有效及高效。此架構將確保本公司能夠迅速及有效地作出及執行決定。董事會認為此項安排並不會損害權力及權責的平衡。此外，所有重大決定均於諮詢董事會成員（包括相關董事委員會）及三名獨立非執行董事的意見後作出。董事會將不時重新評估主席與首席執行官之間的角色區分，未來可能在考慮本集團整體情況後建議由不同人士擔任。

《企業管治守則》守則條文第C.3.2條建議(而非規定)應將那些保留予董事會的職能及那些轉授予管理層的職能分別確定下來；也應定期作檢討以確保有關安排符合發行人的需要。公司尚未定期檢討有關保留予董事會及轉授予管理層的職能的安排。然而，倘遇到需決定的事項，董事會會決定保留給董事會或者轉授予管理層處理。

遵守《董事進行證券交易的標準守則》

本公司已採納《上市規則》附錄C3所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「《標準守則》」)作為其證券交易守則，以規管董事及相關僱員進行的所有本公司證券交易及《標準守則》涵蓋的其他事項。

本公司已向所有董事進行具體查詢，而彼等已確認於報告期內一直遵守《標準守則》。

審計委員會及審閱財務報表

本公司已根據《上市規則》第3.21條及《企業管治守則》(經不時修訂)成立審計委員會，由邵蓉女士、孫含暉先生及趙宏強先生三名成員組成，並由具備適當專業資格的本公司獨立非執行董事趙先生出任審計委員會主席，以(其中包括)審閱及監督本集團的財務報告程序及內部控制系統，審批關連交易以及向董事會提供建議及意見等。

審計委員會已審閱本集團截至2025年6月30日止六個月的未經審計中期業績，並已與獨立審計師德勤•關黃陳方會計師行會面。審計委員會亦已與本公司高級管理層成員討論有關本公司所採納會計政策及實務以及內部控制的事宜。本集團截至2025年6月30日止六個月的簡明綜合財務報表已由審計師根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱委聘準則》第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」進行審閱。

其他資料

2023年股份激勵計劃

根據2023年股份激勵計劃的規則，本公司已與信託機構（「受託人」）訂立信託安排，藉以（其中包括）實施及管理2023年股份激勵計劃。

於報告期內，受託人已於聯交所購回合共2,310,000股股份。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告期內，本公司於聯交所以總對價44,298,184.24港元回購合共5,635,000股股份。回購股份的詳情如下：

回購月份	回購股份總數	每股股份所支付價格		總對價 (港元)
		最高價 (港元)	最低價 (港元)	
5月	5,175,000	8.36	6.98	39,702,308.24
6月	460,000	10.34	9.55	4,595,876.00
合計	5,635,000			44,298,184.24

除上文所披露者外，於報告期內及直至本公告日期，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司的任何上市證券（包括庫存股份（定義見《上市規則》的出售）。5,635,000股回購股份已於2025年7月4日註銷。

重大訴訟

截至2025年6月30日止六個月，本公司並無涉及任何重大訴訟或仲裁。董事亦不知悉報告期內及直至本公告日期本集團有任何尚未了結或面臨的重大訴訟或申索。

中期股息

董事會並不建議就截至2025年6月30日止六個月分派中期股息（截至2024年6月30日止六個月：無）。

簡明綜合損益及其他全面收益表
截至2025年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
收入	4	9,842,619	8,813,955
銷售成本		<u>(8,738,117)</u>	<u>(7,932,239)</u>
毛利		1,104,502	881,716
其他收入	5	36,687	49,092
其他收益及虧損	6	(384)	9,634
根據預期信貸虧損模式(確認)撥回的 減值虧損淨額		(264)	436
銷售及營銷費用		(826,937)	(707,545)
研發費用		(48,566)	(45,678)
一般行政及管理費用		(190,057)	(169,665)
財務費用	7	<u>(6,068)</u>	<u>(5,272)</u>
稅前利潤		68,913	12,718
所得稅抵免	8	<u>5,085</u>	<u>636</u>
期內利潤	9	<u>73,998</u>	<u>13,354</u>
期內其他全面費用		<u>—</u>	<u>—</u>
期內利潤及全面收入總額		<u>73,998</u>	<u>13,354</u>
以下各項應佔期內利潤(虧損)及全面收入 (費用)總額：			
本公司擁有人		78,117	21,820
非控股權益		<u>(4,119)</u>	<u>(8,466)</u>
		<u>73,998</u>	<u>13,354</u>
每股盈利			
基本及攤薄(人民幣元)	11	<u>0.11</u>	<u>0.03</u>

簡明綜合財務狀況表
於2025年6月30日

	附註	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
非流動資產			
物業、廠房及設備淨額		54,737	66,852
使用權資產		172,894	201,970
無形資產		505,231	526,498
商譽		273,290	273,290
遞延稅項資產		4,910	4,066
定期存款		542,000	254,000
		<u>1,553,062</u>	<u>1,326,676</u>
流動資產			
存貨		1,661,333	1,464,548
貿易及其他應收款項	12	551,518	582,657
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產		721,488	695,949
定期存款		124,450	281,574
受限制銀行存款		1,057,506	1,134,621
銀行結餘及現金		1,105,907	1,009,082
		<u>5,222,202</u>	<u>5,168,431</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	13	(3,962,753)	(3,739,673)
合約負債		(33,113)	(29,608)
租賃負債		(77,846)	(82,271)
銀行借款		(97,990)	(21,207)
應付或有對價		(41,609)	—
		<u>(4,213,311)</u>	<u>(3,872,759)</u>
流動資產淨額		<u>1,008,891</u>	<u>1,295,672</u>
資產總額減流動負債		<u>2,561,953</u>	<u>2,622,348</u>

簡明綜合財務狀況表
於2025年6月30日－續

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
非流動負債		
租賃負債	(106,554)	(130,036)
遞延稅項負債	(110,736)	(114,977)
應付或有對價	(71,451)	(108,691)
	<u>(288,741)</u>	<u>(353,704)</u>
資產淨額	<u>2,273,212</u>	<u>2,268,644</u>
資本及儲備		
股本	12	12
儲備	<u>2,327,738</u>	<u>2,319,051</u>
本公司擁有人應佔權益	2,327,750	2,319,063
非控股權益	<u>(54,538)</u>	<u>(50,419)</u>
權益總額	<u>2,273,212</u>	<u>2,268,644</u>

簡明綜合財務報表附註

截至2025年6月30日止六個月

1. 一般事項

本公司於2018年8月27日根據開曼群島《公司法》在開曼群島註冊成立為一家獲豁免有限公司。其直接控股公司為MIYT Holdings Limited，為一家在英屬維爾京群島註冊成立的公司。本公司股份已於2023年6月28日在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市（「上市」）。

本公司為一家投資控股公司。本集團主要經營線上平台，為藥品及保健產品製造商提供藥品及保健產品批發和零售以及平台業務服務。本集團的主要業務及地理市場位於中華人民共和國（「中國」）。

簡明綜合財務報表以人民幣（「人民幣」）呈列，人民幣亦為本公司的功能貨幣。

2. 編製基礎

本集團的簡明綜合財務報表已根據國際會計準則理事會頒佈的《國際會計準則》第34號「中期財務報告」（「《國際會計準則》第34號」）及《聯交所證券上市規則》的適用披露規定編製。

3. 會計政策

簡明綜合財務報表已按歷史成本法編製，惟若干金融工具在適用情況下按公允價值計量。

除應用經修訂《國際財務報告會計準則》後發生的會計政策變動外，截至2025年6月30日止六個月的簡明綜合財務報表所用的會計政策及計算方法與本集團截至2024年12月31日止年度的年度綜合財務報表所呈列者相同。

應用經修訂《國際財務報告會計準則》

於本中期期間，為編製本集團的簡明綜合財務報表，本集團已首次應用以下由國際會計準則理事會頒佈的經修訂《國際財務報告會計準則》，該等準則於2025年1月1日開始的本集團年度期間強制生效：

《國際會計準則》第21號（修訂本）

缺乏可交換性

於本中期期間應用經修訂《國際財務報告會計準則》對本集團於當前及過往期間的財務狀況及表現及／或該等簡明綜合財務報表所載披露並無造成重大影響。

4. 收入及分部資料

本集團主要從事：i)藥品及保健產品的線下或線上平台批發業務；ii)通過其零售店從事藥品及保健產品零售；iii)運營線上平台，方便藥品經銷商通過本集團的線上平台銷售其藥品及保健產品；iv)向下游藥店及基層醫療機構提供SaaS解決方案，以簡化其存貨管理；及v)通過一個融合了先進的即時檢測和監測設備、數字化管理系統以及智能AI醫生輔助系統的智慧醫療系統，為基層醫療機構提供系統技術和運營支持服務。

(a) 客戶合約收入細分

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)
商品或服務類型：		
自營業務(附註i)	9,389,356	8,344,771
平台業務服務(附註ii)	436,297	440,535
其他(附註iii)	16,966	28,649
合計	9,842,619	8,813,955
收入確認的時間：		
按時間點	9,832,262	8,806,461
隨時間	10,357	7,494
合計	9,842,619	8,813,955

附註：

- (i) 本集團主要向藥店及基層醫療機構出售藥品及保健產品。
- (ii) 平台業務服務收入主要指本集團就經銷商使用本集團的線上平台而收取的佣金，該佣金於終端客戶接受後確認，且按銷售額(扣除經銷商通過本集團線上平台的折扣及退貨撥備)的特定百分比收取。
- (iii) 其他主要包括
- (1) 本集團就向下游藥店及基層醫療機構提供的SaaS解決方案相關存貨管理收取一次性使用費及服務費，該解決方案有助於藥店簡化其存貨管理。
- (2) 本集團通過一個融合了先進的即時檢測和監測設備、數字化管理系統以及智能AI醫生輔助系統的智慧醫療系統，為基層醫療機構提供系統技術和運營支持服務。

(b) 分部資料

為進行資源分配及業績評估，本公司執行董事(為主要經營決策者)審閱本集團的整體業績及財務狀況。

因此，僅呈列整個實體的披露資料及地區資料。

(c) 地區資料

本集團主要在中國(亦是註冊地)進行經營。本集團收入全部來自中國的業務，且本集團的非流動資產全部位於中國。

5. 其他收入

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
政府補助(附註)	1,960	9,067
銀行利息收入	23,776	27,886
以公允價值計量且其變動計入當期損益的 金融資產的投資收益	8,530	11,294
其他	2,421	845
	<u>36,687</u>	<u>49,092</u>

附註：其指從當地政府用於鼓勵在中國經營業務而發放的未來無額外義務要求的補助中收取的現金。政府補助於收取時在損益中確認。

6. 其他收益及虧損

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
出售物業、廠房及設備虧損	(1,036)	(2,058)
捐贈	(96)	(856)
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的 公允價值變動收益	5,915	11,079
外匯(虧損)收益淨額	(798)	1,469
應付或有對價公允價值變動虧損	(4,369)	—
	<u>(384)</u>	<u>9,634</u>

7. 財務費用

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
租賃負債的利息費用	4,697	4,287
應收票據貼現的利息費用	1,371	985
	<u>6,068</u>	<u>5,272</u>

8. 所得稅抵免

	截至6月30日止六個月	
	2025年 人民幣千元 (未經審計)	2024年 人民幣千元 (未經審計)
中國企業所得稅(「企業所得稅」)：		
當期稅項	—	—
遞延稅項	5,085	636
	<u>5,085</u>	<u>636</u>

本公司根據開曼群島《公司法》在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，獲豁免繳納開曼群島所得稅。

由於本集團於兩個期間均無須繳納香港利得稅的任何應課稅利潤，故本集團並無於簡明綜合財務報表中就香港利得稅作出撥備。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「《企業所得稅法》」)及《企業所得稅法實施條例》，於兩個期間，本集團於中國經營的附屬公司的中國企業所得稅稅率為25%。

9. 期內利潤

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
期內利潤經扣除下列各項後得出：		
確認為費用的存貨成本	8,663,978	7,845,731
物業、廠房及設備折舊	14,202	19,183
使用權資產折舊	41,166	38,455
無形資產攤銷	22,121	6,787
陳舊存貨撇減	2,413	4,320
審計師酬金	930	880
員工成本：		
董事薪酬	4,203	5,894
其他員工成本	624,074	539,255
員工總成本	628,277	545,149

10. 股息

截至2025年6月30日止六個月，已就截至2024年12月31日止年度向本公司擁有人宣派及派付末期股息每股人民幣0.075元(相當於0.081港元)(截至2024年6月30日止六個月：無)。於中期期間宣派及派付的末期股息總額為人民幣50,786,000元(相當於54,608,000港元)(截至2024年6月30日止六個月：無)。

本公司董事已決定不會就中期期間派付任何股息。

11. 每股盈利

	截至6月30日止六個月	
	2025年	2024年
	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
用於計算每股基本及攤薄盈利的 本公司擁有人應佔期內利潤	78,117	21,820

	截至6月30日止六個月	
	2025年 股份數目 (未經審計)	2024年 股份數目 (未經審計)
用於計算每股基本盈利的普通股加權平均數目	681,901,859	640,367,822
具攤薄效應的潛在普通股的影響：		
購股權及限制性股份單位	9,457,644	7,937,028
用於計算每股攤薄盈利的普通股加權平均數目	691,359,503	648,304,850
本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利(每股人民幣元)	0.11	0.03

12. 貿易及其他應收款項

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
貿易應收款項	83,407	34,952
減：信貸虧損撥備	(921)	(794)
	82,486	34,158
應收票據	24,104	52,111
貿易應收款項及應收票據總額	106,590	86,269
預付供應商款項	242,264	287,698
押金	40,646	42,704
於託管商的應收款項(附註)	40,138	74,760
應收利息	24,017	15,716
預付費用	17,750	16,912
其他可收回稅項	4,293	1,911
其他應收款項	75,820	56,687
貿易及其他應收款項總額	551,518	582,657

附註：該款項指所收取的自營業務線上客戶付款，其會存入專管賬戶並隨後由本集團於客戶接受產品交付後提取。

貿易應收款項

本集團要求為其線上產品銷售、若干線下產品銷售和零售預付全部貨款。對於其他客戶，本集團通常給予15至30天的信用期。貿易應收款項根據相關合約的條款結算。貿易應收款項(扣除信貸虧損撥備)基於發票日期的賬齡分析如下：

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
3個月內	74,563	26,856
3至6個月	2,755	1,895
6至12個月	1,798	3,125
12個月以上	4,291	3,076
	83,407	34,952
減：信貸虧損撥備	(921)	(794)
	82,486	34,158

13. 貿易及其他應付款項

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
貿易應付款項	1,662,847	1,456,784
應付票據	1,754,477	1,702,051
應付薪資及福利	138,755	155,931
其他應納稅款	14,796	27,571
收購附屬公司的應付對價	7,163	42,721
其他應付款項	384,715	354,615
	3,962,753	3,739,673

貿易應付款項

貿易應付款項的信用期介於30至90天。於報告期末，貿易應付款項基於發票日期的賬齡分析如下：

	於2025年 6月30日 人民幣千元 (未經審計)	於2024年 12月31日 人民幣千元 (經審計)
0至30天	1,166,875	1,050,288
31至90天	406,267	334,464
90天以上	89,705	72,032
	<u>1,662,847</u>	<u>1,456,784</u>

應付票據

本集團發行的所有應付票據均少於六個月到期。

14. 報告期後事項

2025年6月30日後概無發現任何重大期後事項。

刊發中期業績公告及中期報告

本中期業績公告於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.ysbang.cn)刊登。截至2025年6月30日止六個月的中期報告將於上述聯交所及本公司網站刊登。

承董事會命
藥師幫股份有限公司
主席兼執行董事
張步鎮先生

香港，2025年8月20日

於本公告日期，董事會成員包括執行董事張步鎮先生及陳飛先生，非執行董事朱梓陽先生，以及獨立非執行董事邵蓉女士、孫含暉先生及趙宏強先生。