

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份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。



## ALIBABA HEALTH INFORMATION TECHNOLOGY LIMITED

### 阿里健康信息技術有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：00241)

## 截至2019年9月30日止六個月 中期業績公告

阿里健康信息技術有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2019年9月30日止六個月(「報告期」)之未經審核中期業績，連同上年同期的比較數字。本公司審核委員會已審閱中期簡明綜合財務報表。

### 摘要

- 截至2019年9月30日止六個月，本集團錄得收入人民幣4,116.8百萬元，毛利人民幣1,031.7百萬元，同比分別顯著增長119.1%和95.0%。收入和毛利的強勁增長乃主要由於本報告期醫藥自營業務、醫藥電商平台業務以及消費醫療業務快速成長所致。
- 報告期內，本集團虧損額為人民幣7.6百萬元，相比去年同期的虧損額人民幣90.0百萬元大幅收窄了人民幣82.4百萬元或91.5%。本集團經調整後利潤淨額(註1)達到人民幣139.5百萬元，較去年同期的經調整後利潤淨額(註1)人民幣10.5百萬元顯著提升。報告期內，經營活動所得現金流量淨額亦持續改善，達到人民幣475.6百萬元。本集團在盈利能力方面的持續增強，將有助於我們未來繼續探索醫藥零售新模式，加大在消費醫療、互聯網醫療和智慧醫療等創新性業務的投入和佈局。

- 報告期內，本集團所運營的天貓醫藥平台所產生的商品交易總額(GMV)超過人民幣370億元。截至2019年9月30日止十二個月，天貓醫藥平台的年度活躍消費者(於過往十二個月內在天猫醫藥平台實際購買過一次及以上商品的消費者)已超過1.6億。
- 報告期內，本集團醫藥自營業務繼續保持強勁增長。線上自營店截至2019年9月30日止十二個月的年度活躍消費者(於過往十二個月內在本集團線上自營店實際購買過一次及以上商品的消費者)超過3,700萬。本集團高速發展線上業務的同時，亦積極佈局線下醫藥零售市場，持續深入探索以O2O業務為載體的醫藥新零售業務的發展路徑，並做好承接政策變化後醫院處方藥外流的準備。
- 報告期內，本集團繼續著力拓展消費醫療業務，涵蓋醫美、口腔、疫苗、體檢等領域。報告期內，本集團消費醫療業務繼續保持良好的增長勢頭，來自消費醫療業務的收入較去年同期同比增長達到274.4%。我們繼續深化與上游企業的合作，持續通過手淘、支付寶、口碑等多個陣地為用戶對接安全、專業、普惠的消費醫療服務提供方，並繼續在不同板塊推動業務創新發展。
- 報告期內，根據於2018年11月14日與支付寶(中國)網絡技術有限公司(「支付寶」)訂立之戰略合作協議，本集團繼續建設本集團獨家運營的支付寶用戶端上的醫療健康服務頻道，並保持與線下醫療健康行業合作夥伴的密切合作，拓展支付寶所對接的線下醫療機構數量。截至2019年9月末，支付寶已經簽約的醫療機構數超過11,000家，其中二級和三級醫院數量超過3,600家，並在超過300家三級醫院接通了醫保支付。自本集團全權管理支付寶醫療健康服務頻道和醫療健康行業合作夥伴以來，本集團所運營的產品所覆蓋的醫院場景下的用戶數量增長迅速。2019年9月在醫院場景下使用支付寶醫療健康服務的月度活躍用戶數超過1,700萬。

- 本集團於報告期積極與政府和醫院探索互聯網醫院合作模式，搭建監管和服務一體化平台。2019年1月，由本集團下屬的浙江扁鵲健康數據技術有限公司（「浙江扁鵲」）所承建的「浙江互聯網醫院平台」正式發佈，並成為全國第一個集監管能力和服務能力於一體的互聯網醫院平台。截至2019年9月底，已有超過130家包括三甲醫院在內的醫療機構入駐到該平台，實現了浙江省所有地級市的全覆蓋。截至2019年9月底，由浙江扁鵲承建的「浙江省居民電子健康卡平台」已發放電子健康卡超過2,600萬張。
  - 本集團協同阿里巴巴集團（定義見下文）內外優質資源，致力於打造有實際應用場景的醫療AI系統。報告期內，本集團繼續在多個領域持續發力並取得進展，具體包括：腦電癲癇篩查AI引擎、腦健康篩查AI引擎、口腔數字化等，並逐步推廣應用於體檢機構和醫院科室。此外，本集團於報告期內成功自主研發了阿里健康臨床輔助決策支持系統(CDSS, Clinical Decision Support System)。截至2019年10月底，我們已經與全國超過20家包括三甲醫院在內的醫療機構簽約，將我們的CDSS產品投入使用。
- <sup>1</sup> 經調整後利潤淨額乃按相應期間虧損額撇除股權激勵費用後的金額。

## 主要財務數據

	截至9月30日止六個月		變動 %
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元	
收入	<b>4,116,846</b>	1,878,709	119.1
— 醫藥電商平台業務	<b>539,991</b>	225,170	139.8
— 醫藥自營業務	<b>3,435,166</b>	1,601,072	114.6
— 追溯業務	<b>18,953</b>	18,922	0.2
— 消費醫療業務	<b>110,664</b>	29,557	274.4
— 其他創新業務	<b>12,072</b>	3,988	202.7
毛利	<b>1,031,660</b>	529,144	95.0
毛利率	<b>25.1%</b>	28.2%	不適用
期內虧損	<b>(7,629)</b>	(89,980)	(91.5)
撇除			
— 股權激勵費用	<b>147,156</b>	100,466	46.5
經調整後利潤淨額	<b>139,527</b>	10,486	1,230.6

## 中期簡明綜合損益表

截至2019年9月30日止六個月

	附註	截至9月30日止六個月	
		2019年 未經審核 人民幣千元	2018年 未經審核 人民幣千元
收入	3	4,116,846	1,878,709
收入成本		<u>(3,085,186)</u>	<u>(1,349,565)</u>
毛利		1,031,660	529,144
運營開支			
履約	4	(467,029)	(246,041)
銷售及市場推廣開支		(333,252)	(156,848)
行政開支		(105,075)	(85,985)
產品開發開支		(135,138)	(103,679)
其他收入及收益	5	63,922	17,995
其他開支		(6,236)	(20,563)
財務費用	6	(19,462)	(4,607)
應佔以下單位溢利或虧損：			
合資公司	7	(5,344)	8,055
聯營公司	8	<u>(18,418)</u>	<u>(16,269)</u>
除稅前利潤／(虧損)	9	5,628	(78,798)
所得稅開支	10	<u>(13,257)</u>	<u>(11,182)</u>
期內虧損		<u>(7,629)</u>	<u>(89,980)</u>
歸屬於：			
母公司擁有人		(1,102)	(84,104)
非控股權益		<u>(6,527)</u>	<u>(5,876)</u>
		<u>(7,629)</u>	<u>(89,980)</u>
母公司普通股權持有人應佔每股虧損 基本及攤薄	12	<u>人民幣(0.01)分</u>	<u>人民幣(0.80)分</u>

中期簡明綜合全面收益表  
截至2019年9月30日止六個月

	截至9月30日止六個月	
	2019年 未經審核 人民幣千元	2018年 未經審核 人民幣千元
期內虧損	(7,629)	(89,980)
其他全面收益		
於其後期間可重新分類至損益之其他全面收益：		
換算功能貨幣為呈列貨幣	75,307	89,293
於其後期間不可重新分類至損益之其他全面收益：		
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益 之權益投資：		
公允價值變動	9,080	—
所得稅影響	(908)	—
期內其他全面收益(稅後淨額)	83,479	89,293
期內全面收益／(虧損)總額	75,850	(687)
歸屬於：		
母公司擁有人	82,377	5,189
非控股權益	(6,527)	(5,876)
	75,850	(687)

## 中期簡明綜合財務狀況表

於2019年9月30日

	附註	2019年9月30日 未經審核 人民幣千元	2019年3月31日 經審核 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業及設備		11,903	8,886
使用權資產		86,283	—
商譽		54,576	27,006
其他無形資產		4,826	—
於合資公司之投資		105,140	10,985
於聯營公司之投資		1,923,932	1,964,854
長期應收款項		15,571	39,372
指定為以公允價值計量且其變動計入其他全面 收益之權益投資		136,411	119,801
以公允價值計量且其變動計入損益之金融資產		483,321	507,587
非流動資產總值		<u>2,821,963</u>	<u>2,678,491</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		965,620	595,793
應收賬款及應收票據	13	223,879	365,446
預付賬款、其他應收款及其他資產		229,900	323,352
以公允價值計量且其變動計入損益之金融資產		1,110,131	1,736,713
受限制現金		2,688	1,719
現金及現金等價物		2,658,998	280,371
流動資產總值		<u>5,191,216</u>	<u>3,303,394</u>
<b>流動負債</b>			
計息借貸		1,000,000	1,700,000
租賃負債		33,456	—
應付賬款及應付票據	14	1,434,649	902,651
其他應付款項及應計費用		343,782	463,642
合約負債		164,081	151,991
應付稅項		15,423	15,098
流動負債總值		<u>2,991,391</u>	<u>3,233,382</u>
流動資產淨值		<u>2,199,825</u>	<u>70,012</u>
資產總值減流動負債		<u>5,021,788</u>	<u>2,748,503</u>

	2019年9月30日 未經審核 人民幣千元	2019年3月31日 經審核 人民幣千元
<b>非流動負債</b>		
遞延稅項負債	16,809	11,677
租賃負債	48,364	—
	<u>65,173</u>	<u>11,677</u>
<b>非流動負債總額</b>	<b><u>65,173</u></b>	<b><u>11,677</u></b>
淨資產	<u>4,956,615</u>	<u>2,736,826</u>
<b>權益</b>		
母公司擁有人應佔權益		
股本	105,636	102,898
庫存股份	(12,087)	(25,052)
儲備	4,927,098	2,716,673
	<u>5,020,647</u>	<u>2,794,519</u>
非控股權益	(64,032)	(57,693)
	<u>4,956,615</u>	<u>2,736,826</u>
<b>權益總值</b>	<b><u>4,956,615</u></b>	<b><u>2,736,826</u></b>



## 財務報表附註

2019年9月30日

### 1 編製基準

截至2019年9月30日止六個月之中期簡明綜合財務報表乃按照香港會計師公會頒佈之香港會計準則(「香港會計準則」)第34號「中期財務報告」編製。

中期簡明綜合財務報表並不包括年度財務報表中所規定之所有資料及披露事項，並應與根據香港財務報告準則(「香港財務報告準則」，包括所有香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋)編製的本集團截至2019年3月31日止年度之年度財務報表一併閱讀。

### 2 會計政策變動及披露

編製中期簡明綜合財務報表所採納之會計政策與編製本集團截至2019年3月31日止年度之年度綜合財務報表所採用者一致，惟採納截至2019年4月1日生效的新訂及經修訂香港財務報告準則除外。

香港財務報告準則第16號	租賃
香港會計準則第28號(修訂本)	於聯營公司及合資公司之長期權益
香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第23號	所得稅待遇之不確定性
2015年至2017年週期之年度改進	香港財務報告準則第3號、香港財務報告準則第11號、香港會計準則第12號及香港會計準則第23號之修訂本

- (a) 除下述有關香港財務報告準則第16號租賃及香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第23號所得稅待遇之不確定性之影響者外，採納上述新訂及經修訂準則對該等財務報表未造成重大財務影響：

本集團透過採用經修訂追溯採納法採納香港財務報告準則第16號，並於2019年4月1日初步應用。根據該方法，已追溯應用該準則，而初步應用該準則的累計影響為對2019年4月1日保留盈利期初結餘的調整，而2019年的比較資料並未重列，且繼續根據香港會計準則第17號租賃予以呈報。

於2019年4月1日應用香港財務報告準則第16號時，本集團使用以下選擇性可行權宜方法：

- 對租期於初步應用日期起計十二個月內結束的租賃應用短期租賃豁免
- 倘合約包含延長／終止租賃的選擇權，則於事後釐定租賃期限

於2019年4月1日採納香港財務報告準則第16號產生的影響如下：

	增加／(減少) (未經審核) 人民幣千元
<b>資產</b>	
使用權資產增加	73,087
預付賬款、其他應收款及其他資產減少	<u>(4,786)</u>
總資產增加	<u><u>68,301</u></u>
<b>負債</b>	
租賃負債增加	<u>68,301</u>
總負債增加	<u><u>68,301</u></u>

- (b) 香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第23號處理稅項處理涉及影響香港會計準則第12號的應用的不確定性(通常指「不確定稅務狀況」)時的所得稅(即期及遞延)會計處理方法。該詮釋不適用於香港會計準則第12號範圍外的稅項或徵稅，尤其亦不包括與不確定稅項處理相關的權益及處罰相關規定。該詮釋具體處理(i)實體是否考慮不確定稅項進行單獨處理；(ii)實體對稅務機關的稅項處理檢查所作的假設；(iii)實體如何釐定應課稅溢利或稅項虧損、稅基、未動用稅項虧損、未動用稅項抵免及稅率；及(iv)實體如何考慮事實及情況變動。該詮釋並無對本集團的中期簡明綜合財務資料造成任何重大影響。

### 3 收入

本集團主要於中華人民共和國(「中國」)從事醫藥自營業務、經營醫藥電商平台及消費醫療服務平台、提供追溯服務及其他創新服務。

收入之分析如下：

	截至9月30日止六個月	
	2019年 未經審核 人民幣千元	2018年 未經審核 人民幣千元
醫藥自營業務	3,435,166	1,601,072
醫藥電商平台業務	539,991	225,170
消費醫療業務	110,664	29,557
追溯業務	18,953	18,922
其他創新業務	<u>12,072</u>	<u>3,988</u>
<b>總計</b>	<u><u>4,116,846</u></u>	<u><u>1,878,709</u></u>

## 客戶合約收益

### 細分收益資料

	截至9月30日止六個月	
	2019年 未經審核 人民幣千元	2018年 未經審核 人民幣千元
<b>貨品或服務種類：</b>		
銷售產品	3,271,829	1,549,799
提供服務	<u>845,017</u>	<u>328,910</u>
來自客戶合約總收入	<u><b>4,116,846</b></u>	<u><b>1,878,709</b></u>
<b>收入確認時間：</b>		
於某一時點	3,911,563	1,795,259
於一段時間內	<u>205,283</u>	<u>83,450</u>
來自客戶合約總收入	<u><b>4,116,846</b></u>	<u><b>1,878,709</b></u>

本集團絕大部分收入均來自中國，因此，並無呈列有關地理分部的資料。

#### 4 履約

履約主要包括有關本集團非處方藥及其他健康相關產品之B2C線上醫藥業務所產生的倉儲、運輸、營運及客戶服務成本。

#### 5 其他收入及收益

	截至9月30日止六個月	
	2019 未經審核 人民幣千元	2018 未經審核 人民幣千元
利息收入	16,672	17,795
出售物業及設備項目收益	—	8
視作部分出售聯營公司收益	17,027	—
出售一間聯營公司收益#	21,791	—
匯兌差額淨額	1,783	—
租金收入	4,237	—
政府補助金	1,975	—
其他	437	192
	<u>63,922</u>	<u>17,995</u>

# 於2019年3月29日，本公司附屬公司弘云久康數據技術(北京)有限公司(「弘云久康」)與嘉和美康(北京)科技股份有限公司(「嘉和美康」，為弘云久康之聯營公司)之一家全資附屬公司訂立股權轉讓協議，據此，弘云久康持有之北京嘉美在線科技有限公司(「嘉美在線」)45%股權獲轉讓予嘉和美康之全資附屬公司，總現金代價約為人民幣53,042,000元。該交易已於2019年8月16日完成。

於截至2019年9月30日止六個月已悉數收取現金代價人民幣53,042,000元。

#### 6 財務費用

財務費用指本集團銀行貸款及其他借貸及租賃負債的利息。

#### 7 應佔合資公司溢利或虧損

本集團於截至2019年及2018年6月30日止六個月錄得應佔現有合資公司虧損，惟本集團先前擁有49%權益之合資公司北京鴻聯九五信息產業有限公司(「鴻聯九五」)(本集團於截至2018年9月30日止六個月自該公司錄得應佔溢利)及本集團擁有45%權益之合資公司浙江扁鵲(本集團自收購日期至2018年6月30日止自該公司錄得應佔虧損)除外。本集團亦於設立日期至2019年6月30日期間錄得應佔新成立合資公司虧損。

## 8 應佔聯營公司溢利或虧損

本集團於截至2019年及2018年6月30日止六個月錄得應佔現有聯營公司溢利或虧損，惟東方口岸科技有限公司(「東方口岸」)除外，本集團於截至2019年及2018年9月30日止六個月錄得應佔溢利或虧損。

## 9 除稅前利潤／(虧損)

本集團之除稅前利潤／(虧損)於扣除／(計入)以下各項後列賬：

	截至9月30日止六個月	
	2019年 未經審核 人民幣千元	2018年 未經審核 人民幣千元
銷售商品成本*	2,646,318	1,244,323
提供服務成本*(不包括僱員福利開支及股權激勵費用)	427,547	94,923
物業及設備折舊	2,318	3,050
使用權資產折舊	15,464	—
無形資產攤銷	1,104	—
以公允價值計量且其變動計入損益之金融資產之公允價值虧損#	6,605	1,906
存貨(轉回減值)／減值*	(1,362)	2,393
應收賬款減值轉回#	(1,227)	—
存貨撇銷#	—	354
僱員福利開支(包括董事及最高行政人員薪酬)：		
工資及薪金	196,821	145,150
退休金計劃供款	12,643	10,623
股權激勵費用	147,156	100,466
	<u>356,620</u>	<u>256,239</u>
匯兌差額淨額	<u>(1,783)</u>	<u>17,886</u>

# 該等項目計入中期簡明綜合損益表「其他開支」內。

\* 該等項目計入中期簡明綜合損益表「收入成本」內。

## 10 所得稅開支

	截至9月30日止六個月	
	2019年 未經審核 人民幣千元	2018年 未經審核 人民幣千元
即期 — 中國內地		
期間支出	21,181	17,075
於過往年度超額撥備	(12,122)	(6,883)
遞延	4,198	990
期內稅項支出總額	<u>13,257</u>	<u>11,182</u>

由於本集團於截至2019年9月30日及2018年9月30日止六個月期間並無在香港產生任何應課稅溢利，故並無作出香港利得稅撥備。

一般而言，本集團之中國附屬公司須按中國企業所得稅稅率25%繳稅，惟一家有權享有優惠稅率15%之中國附屬公司，以及另一家有權自2018年起享有前兩年所得稅豁免及其後三年50%減免政策之中國附屬公司則例外。

遞延所得稅指本集團聯營公司及合資公司可分派溢利之預扣稅，以及本集團業務產生之暫時差額的稅務影響。

## 11 股息

董事會議決不宣派截至2019年9月30日止六個月的中期股息（截至2018年9月30日止六個月：無）。

## 12 母公司擁有人應佔每股虧損

每股基本虧損金額乃根據母公司擁有人應佔期內虧損及期內已發行普通股加權平均數約11,835,917,067股（截至2018年9月30日止六個月：10,448,498,262股）計算。

由於尚未行使之認股權及受限制股份單位對所呈列每股虧損金額產生反攤薄效應之影響，故並無就截至2019年9月30日及2018年9月30日止六個月呈列之每股基本虧損金額作出任何攤薄調整。

### 13 應收賬款及應收票據

	2019年 9月30日 未經審核 人民幣千元	2019年 3月31日 經審核 人民幣千元
應收賬款	214,382	213,467
應收票據	<u>36,066</u>	<u>179,775</u>
	250,448	393,242
減值	<u>(26,569)</u>	<u>(27,796)</u>
	<u><u>223,879</u></u>	<u><u>365,446</u></u>

本集團就交易給予部分客戶信貸期。本集團提供30天至90天之信貸期。應收賬款根據各合約條款償付。本集團尋求嚴格控制其未償還應收賬款。高級管理層會定期檢討逾期款項。本集團並未就其應收賬款結餘持有任何抵押品或其他信貸增級措施。應收賬款為免息。

於2019年9月30日，本集團之應收賬款及應收票據包括應收阿里巴巴集團附屬公司款項約人民幣24,040,000元(2019年3月31日：人民幣10,735,000元)及應收本集團聯營公司款項約人民幣5,673,000元(2019年3月31日：人民幣25,331,000元)，該等款項須按提供予本集團主要客戶之類似信貸期償還。

於報告期末應收賬款按發票日期並扣除撥備之賬齡分析如下：

	2019年 9月30日 未經審核 人民幣千元	2019年 3月31日 經審核 人民幣千元
3個月內	185,961	179,668
3至12個月	1,713	5,867
1至2年	<u>139</u>	<u>136</u>
	<u><u>187,813</u></u>	<u><u>185,671</u></u>

## 14 應付賬款及應付票據

於報告期末應付賬款及應付票據按發票日期或發行日期之賬齡分析如下：

	2019年 9月30日 未經審核 人民幣千元	2019年 3月31日 經審核 人民幣千元
3個月內	1,010,984	715,779
3至12個月	422,306	186,182
超過12個月	1,359	690
	<u>1,434,649</u>	<u>902,651</u>

於2019年9月30日，計入本集團應付賬款為應付阿里巴巴集團附屬公司款項約人民幣716,692,000元（2019年3月31日：人民幣405,955,000元），按照關聯公司給予其主要客戶之相近信貸期償還。

應付賬款為免息及一般於30天至90天之期限內償付。



## 管理層討論與分析

### 行業概況

2019年，儘管國內外形勢嚴峻複雜，外部不穩定不確定因素增多，但我國國民經濟運行總體平穩。前三個季度，我國國內生產總值(GDP)同比增長6.2%，經濟結構不斷調整優化。這為醫藥健康產業的穩定發展奠定了良好基礎。

中國的醫藥健康市場規模持續穩步增長，商業模式創新與產業融合也在不斷加速。一方面，隨著城鎮居民可支配收入的穩步提升和健康意識的增強，越來越多的城鎮居民由被動就醫轉變為主動預防，醫療保健支出領跑城鎮居民消費支出增長；另一方面，醫藥科技、生物科技、智能化等技術的發展，推動醫藥健康產業供給側產品及服務的大幅提升，使更多的健康需求得以滿足。

2019年中國政府繼續貫徹落實《「健康中國2030」規劃綱要》，延續深化醫藥領域改革。2019年8月26日，第十三屆全國人大常委會第十二次會議表決通過了《中華人民共和國藥品管理法》修訂案（「新《藥品管理法》」）。新《藥品管理法》適應新時代藥品安全治理的新形勢和新要求，充分尊重藥品監管科學和目的，積極推進制度創新、對推進我國藥品安全治理體系和能力現代化具有重要而深遠的時代意義。新《藥品管理法》取消了網絡銷售處方藥的限制條款，採用了線上線下相同標準及一體化監管的原則，授權國務院藥品監督管理部門會同國務院衛生健康部門制定具體辦法，並規定了幾類國家實行特殊管理的藥品不得在網絡上銷售。此為實踐探索留下空間，也將有助於供給側持續推進藥品流通行業的改革。同時新《藥品管理法》多次強調了藥品可追溯體系的重要性，有效推動了全國藥品追溯體系的建設。

在互聯網診療方面，2019年6月，國務院公佈了《國務院辦公廳關於印發深化醫藥衛生體制改革2019年重點工作任務的通知》，突出強調了相關部門必須在2019年9月底之前完成互聯網診療收費和醫保支付相關政策的制定。2019年8月，國家醫保局公佈了《關於完善「互聯網+」醫療服務價格和醫保支付政策的指導意見》。基於深化「放管服」、分類管理、鼓勵創新和協調發展的四項基本原則，政府已首次將「互聯網+」醫療服務價格納入現行醫療服務價格的政策體系進行統一管理，對於符合條件的「互聯網+」醫療服務，按照線上線下公平的原則配套醫保支付政策。這將有力促進互聯網醫療行業規範化，助力互聯網診療普及。

此外，2019年9月，以國家發改委牽頭的國家21個部委聯合制定並發佈《促進健康產業高質量發展行動綱要(2019-2022年)》。行動綱要提出了圍繞重點領域和關鍵環節實施十項重大工程。在「互聯網+醫療健康」提升工程中明確提出要建設全民健康信息平台，以居民電子健康檔案、電子病歷等為核心的基礎數據庫，與國民體質測定、健康體檢以及其他外部數據源加強對接，逐步實現全人群、全生命週期的健康信息大數據管理。同時積極發展「互聯網+藥品流通」，建立互聯網診療處方信息與藥品零售消費信息互聯互通、實時共享的渠道，支持在線開具處方藥品的第三方配送，加快醫藥電商發展。在「健康產業科技創新工程」中提出支持前沿技術和產品研發應用，加快人工智能技術在醫學影像輔助判讀、臨床輔助診斷、多維醫療數據分析等方面的應用，推動符合條件的人工智能產品進入臨床試驗，積極探索醫療資源薄弱地區、基層醫療機構應用人工智能輔助技術提高診療質量，促進實現分級診療。

作為「互聯網+醫藥健康」行業的龍頭企業，阿里健康密切關注並積極跟進上述利好政策，並將積極探索新的發展機遇和商業機會，以為行業和用戶持續創造價值。

## 業務回顧

作為阿里巴巴集團控股有限公司（「**阿里巴巴控股**」，連同其附屬公司統稱「**阿里巴巴集團**」）在大健康領域的旗艦平台，本集團秉承讓健康觸手可得的使命，持續在大健康領域夯實業務基礎並做好前瞻性佈局。本集團的願景是讓大數據助力醫療，用互聯網改變健康，為10億人提供公平、普惠、可觸及的醫藥健康服務。為實現這一願景，本集團一方面向消費者大力發展優質醫藥健康產品銷售業務，開拓更透明便捷的消費醫療和互聯網醫療等醫療服務業務，另一方面利用云計算、人工智能和物聯網技術探索醫療產業信息化、數據化和智能化，提升醫療行業效率。

### 醫藥健康產品銷售業務

本集團積極運用互聯網技術、物聯網技術，打造全鏈路 and 全渠道健康產品的供應和新零售體系。藉助在線平台的既有優勢，結合對市場和用戶的理解，本集團向上游直接對接品牌商和大型經銷商，同時與線下醫藥連鎖企業深化合作，打通產品流通全鏈路，致力於為下游商家及消費者提供質優價美的產品。全鏈路的供應體系可有效提升供應鏈效率，拉近品牌商、經銷商和消費者之間的距離，把品牌商的專業服務能力下沉到消費者端，在服務好消費者的同時，不斷挖掘和激發出新的消費需求。

報告期內，本集團繼續積極拓展與上游優質品牌商的合作，同時進一步加強與醫藥滋補保健品牌商和國內大型醫藥經銷商的業務合作。截至報告期末，本集團已獲授權在天貓平台承接管理或開設超過70家品牌旗艦店，並幫助這些品牌在天貓上取得了良好的銷售業績。

報告期內，本集團繼續致力於開展多項公益活動。2019年8月，本集團協同合作伙伴啟動第四季全國家庭過期藥品回收活動，通過追溯碼能力助力公益，為廣大消費者安全用藥保駕護航。2017年7月，阿里健康牽頭聯合合作伙伴成立了「全球找藥聯盟」。截至本報告期末，我們已經累計幫助超過200萬名患者尋找稀缺藥品。同時我們積極傾聽用戶心聲，在原「找藥」功能基礎上進行擴展與迭代，上線了罕見病病種專題，實現從「尋藥」到「導

醫」的功能延伸。在「全球找藥聯盟」的平台上，我們還為患者開通了「臨床試驗」接口，一方面為那些不能直接找到藥品的患者及家屬提供多一種可能性和希望，另一方面利用阿里健康的流量基礎和品牌效應為醫學發展盡一份力。

- **醫藥電商平台業務**

報告期內，本集團繼續全面運營天貓醫藥平台，具體包括運營已從阿里巴巴集團收購的天貓醫藥平台上的醫療器械及保健用品、成人計生、隱形眼鏡、保健食品以及醫療及健康服務類目，同時為天貓提供藥品和滋補保健品（不含保健食品）產品類目的外包及增值服務。

報告期內，本集團所運營的天貓醫藥平台所產生的商品交易總額(GMV)超過人民幣370億元。截至2019年9月30日，天貓醫藥平台的年度活躍消費者（於過往12個月內在 天貓醫藥平台實際購買過一次及以上商品的消費者）已超過1.6億。

伴隨天貓醫藥平台GMV和用戶規模的不斷提升，本集團在不同行業及產品類目開展多種創新活動及服務，持續為平台商家和消費者創造價值，引領行業發展。在滋補保健品行業，我們與地方政府深化合作，共創共建地道滋補館原產地品類地圖，並吸引了寧夏、青海、雲南多個省市以政府官方旗艦店形式入駐天貓醫藥平台。在醫療器械行業，我們持續進行品類拓展，在既有品類基礎上大力發展生活照護、未病先防及輕健康產品，提升消費者對器械行業的認知水平，並通過重點運營這些新增品類拓展用戶群體，在滿足全人群健康需求的基礎上，打造家庭保健一站式的消費心智。

### **未來展望**

隨著中國居民健康管理需求持續增長，健康消費支出不斷提升，作為中國最大的醫藥電商平台，天貓醫藥平台業務有著廣闊的可持續增長空間。隨著新《藥品管理法》

的落地和生效，「互聯網+醫藥電商」的政策利好日漸清晰明朗，在去年已公佈的互聯網診療辦法基礎上，本集團也將致力於在線慢病和常見病複診購藥服務的加速發展，以合法合規為準繩，以用戶價值為出發點和目標，為消費者提供在線慢病和常見病複診購藥服務，在建立網售藥品規範的基礎上，引領行業良性發展，孕育更大的增長潛力。

- **醫藥自營業務**

本集團通過醫藥自營業務，為客戶提供經我們嚴格把控過質量的OTC藥品、保健滋補品、醫療器械、隱形眼鏡和美妝個護等眾多健康相關品類的商品，並致力於為客戶提供更加良好的購物體驗和售後保障。報告期內，得益於本集團的運營及品牌優勢，以及團隊高效的執行力，醫藥自營業務收入繼續保持高速增長。截至2019年9月30日，線上自營店(阿里健康大藥房和阿里健康海外旗艦店)年度活躍消費者(在過去12個月內在線上自營店實際購買過一次及以上商品的消費者)超過3,700萬。2019年9月，本集團在自營店成立三週年之際，發佈了超級藥房2.0的六大標準：全品類商品、全人群覆蓋、全場景服務、品質嚴選、用藥管理和健康陪伴，將阿里健康大藥房從藥品零售平台升級為以家庭為核心的健康服務平台。

與此同時，本集團在倉儲、物流、客服等方面的配套系統和服務能力也進一步提高。為了增加商品地域覆蓋，提升配送效率，本集團在原有的廣州、石家莊、崑山三個倉庫的基礎上，於本報告期內新增佛山、重慶中心倉庫，五倉配送全國。目前，通過菜鳥聯盟合作，我們對偏遠地區的覆蓋程度顯著提升，北至漠河、南至三沙，阿里健康大藥房的商品都能送達，其中北京、上海、廣州、深圳、杭州等20座核心城市可實現次日達。我們線上自營店還通過自有執業藥師團隊，提供7\*16小時在線諮詢服務，讓消費者通過售前諮詢、售後回訪服務，獲得更好的健康管理體驗，並通過完善的會員管理服務，不斷增強用戶對自營店的信賴度。



## 未來展望

本集團的自營業務在過去三年的運營中，一直保持強勁的增長動能。核心驅動是我們對不斷增長的消費者需求日益深入的理解和挖掘。我們未來將通過產品差異化的供應、專業的質檢質控程序、優質的倉儲配送客服服務、完善的家庭健康管理服務體系，持續提升現有客戶群體的購物體驗和粘性，同時最大化利用阿里巴巴集團各個入口的流量資源，不斷獲取新客，繼續擴大客戶群體。隨著新《藥品管理法》等政策的明確，本集團在自營業務產品品類上將有更廣闊的開拓空間，我們將積極準備慢病和常見病複診及購藥業務，並以繼續滿足用戶需求、提升用戶體驗和價值為驅動力，在萬億級處方藥市場中不斷探索，實現可持續增長。

- **新零售模式**

本集團在過往積累和沉澱的基礎上，持續深入探索醫藥新零售業務的發展戰略和路徑。截至2019年11月，「30分鐘送達、7\*24小時送藥」服務，已經覆蓋了杭州、北京、廣州、深圳、武漢、上海、成都等共10個城市。同時已在全國超過120個城市推出一小時達的「急送藥」服務，未來將在更多城市鋪開。本集團得益於過往沉澱的運營經驗，通過複診開方的合規系統，實現了藥品的網訂店送和網訂店取模式。通過與互聯網醫療業務聯動，嘗試掛號業務與送藥業務在城市端的聯合推廣，與支付寶共同培養和拓展支付寶海量用戶群體的在線看病購藥心智。

我們也繼續致力於創新業務模式，與全球助聽器領先企業西萬拓旗下品牌西嘉與西萬博開展新零售合作，幫助聽力受損的用戶通過天貓平台便捷地遠程「定製」助聽器，打通線上店鋪和線下門店渠道，讓用戶體驗高端助聽器，提供有溫度的新零售服務。報告期內，本集團與上游品牌方進一步深化合作，繼續推進新零售探索，聯合品牌工業打造B2B2C模式，實現與東阿阿膠、雲南白藥等品牌全鏈路合作，建立更多新品在O2O平台的首發機制，助力傳統品牌商通過新零售煥發新的生命力。

## 未來展望

本集團將不斷積累和沉澱經驗，通過人、貨、場的要素重構創新，在醫藥新零售領域繼續探索和發展。我們將通過運營經驗、技術能力、客戶流量基礎，繼續助力藥店新零售，幫助線下藥店降本增效，實現線上線下融合共贏。我們也將擁抱和助力更多的傳統品牌商，不僅成為他們的優質銷售管道，更為其品牌建設、產品創新和客戶服務提供強有力支持。我們還將繼續致力於醫藥新零售與其他業務模式的融合創新。報告期內，我們已經通過O2O業務與互聯網醫療板塊慢病管理業務鏈路有機結合，跑通了浙江衢州在線醫保支付購藥的業務模式，未來將在更多城市落地推廣。

- **追溯業務**

報告期內，本集團持續推進自主開發的「碼上放心」追溯平台業務發展。該平台依託阿里云強大的計算和數據處理能力，可處理千億級碼量大數據，並發支持數十萬企業使用者，具有良好的開放性、兼容性和安全性。

截至報告期末，在本集團「碼上放心」平台入駐並續約的藥品生產企業數量在中國藥品在產生產企業總數的佔比已超過90%，其中疫苗生產企業的覆蓋率已達到100%。「碼上放心」平台的廣泛運用，能夠助力實現藥品供應鏈在線化、數據化和透明化，為醫藥行業各方的日常管理以及實現線上線下融合提供基礎工具和增值服務，包括藥品追溯和召回、渠道管理、患者教育、冷鏈追溯、醫保控費等。截至報告期末，已有超過100家規模品牌企業購買本集團提供的增值服務。在非藥領域，本集團亦積極推進各種開放創新的合作方式。截至報告期末，本集團已累計覆蓋超過1,000個天貓國際商家，讓消費者可以便捷地查詢進口商品的鏈路信息。

## 未來展望

2019年6月29日，第十三屆全國人大常委會第十一次會議通過了《中華人民共和國疫苗管理法》，規定國家實行疫苗全程電子追溯制度。2019年8月26日，第十三屆全國人大常委會第十二次會議表決通過了《中華人民共和國藥品管理法》修訂案，明確規定「國家建立健全藥品追溯制度」及「藥品上市許可持有人、藥品生產企業、藥品經營企業和醫療機構應當建立並實施藥品追溯制度，按照規定提供追溯信息，保證藥品可追溯」。上述法規使得疫苗和藥品的信息化追溯體系建設真正有法可依。國家藥監局也陸續出臺了藥品信息化追溯體系建設的指導意見以及相關數據標準的徵求意見稿，意味著我國的醫藥產業正式進入電子監管時代和藥品追溯體系全方位建設階段。藉助本集團的先發優勢，本集團將順應新政策的指導方向，持續推進「碼上放心」平台的建設和發展，為醫藥關聯方提供安全便捷的合規解決方案和拓展更多增值服務，助力政府部門實現高效監管以及加強醫保控費。同時，追溯碼業務作為本集團醫藥業務的基礎建設，也將成為未來網售處方藥業務安全可追溯的底層技術支撐。

## 消費醫療業務

本集團消費醫療業務覆蓋醫美、口腔、疫苗、體檢等板塊。我們將長期致力於整個產業生態鏈的打造，在此基礎上重塑消費醫療的新格局，為消費者提供便利、可靠、透明的本地化專業醫療服務。

報告期內，本集團消費醫療業務繼續保持良好的增長勢頭，來自消費醫療業務的收入較去年同期增速達到274.4%。我們繼續深化與上游企業的合作，持續通過手淘、支付寶、口碑等多個陣地為用戶對接安全、專業、普惠的消費醫療服務提供方，並繼續在不同板塊推動業務創新發展。



在醫美行業，我們發佈了天貓醫美「煥新計劃」，致力於店舖、入口、產品、場景和營銷方式的全面升級。我們通過旗艦店等多種店舖形式，持續引入優質醫療機構入駐天貓，通過手淘、支付寶、口碑在不同領域和場景打通線上線下流量，同時加強天貓醫美和天貓美妝業務之間的「雙美聯動」，持續推動構建數字化營銷平台，不斷完善提升消費者的醫美服務體驗。

在口腔行業，我們拓展了支付寶陣地，並於報告期內，創新推出「口腔夜診所」新服務模式，解決口腔行業當中服務提供方和用戶之間供需時間不匹配的痛點。

在疫苗領域，我們初步實現了「疫苗預約服務電商」+「疫苗生態合作」的雙引擎成長佈局。不僅在疫苗預約服務方面繼續保持高速增長，同時與默沙東(Merck Sharp & Dohme)、葛蘭素史克(GlaxoSmithKline)及賽諾菲巴斯德(Sanofi Pasteur)繼續保持良好合作，推動提升中國消費者對疫苗的認知水平和接種率。我們還與多地衛生部門共同開展消費者在線疫苗預約等民生領域的合作。

阿里健康在體檢領域成功實踐「多端運營，多端服務」戰略。我們通過持續擴大手淘、支付寶等入口的供給和用戶覆蓋，持續提升服務效能，進一步鞏固了阿里健康作為「互聯網體檢」領先平台的行業地位。在過去的一年，阿里巴巴集團牽頭投資了愛康國賓和美年健康。資本層面的鏈接將為我們開展體檢等業務的合作奠定良好基礎。

## 未來展望

本集團的消費醫療業務具有廣闊成長空間。我們將持續致力於消費醫療的渠道建設、內容運營和優質品牌及商家拓展。我們也將通過平台、數據、客服、技術、會員管理等相關能力去賦能合作商家，在提升用戶體驗和持續為用戶創造價值的基礎上，幫助商家實現可持續的獲客及客戶維護和運營管理能力，做大做強。我們將著眼長遠，致力於推動提升行業整體服務水平，促進構建良好的營商環境，助力整個產業的良性可持續發展。

## 互聯網醫療業務

報告期內，本集團依託於前期建立的阿里健康網絡醫院有限公司，組織執業醫師、執業藥師和營養師等專業人員，為來自淘寶、天貓、支付寶等終端的用戶提供多方面、多層次、專業便捷的健康諮詢服務和指導。截至2019年9月末，與本集團簽約提供在線健康諮詢服務的執業醫師、執業藥師和營養師合計超過27,000人，其中主治、副主任及主任醫師超過18,000人。

本集團以支付寶為主陣地為用戶提供一攬子醫療健康服務，並已引入螞蟻金服成為股東，為進一步全面深化合作奠定堅實基礎。基於本集團與螞蟻金服於2018年11月簽訂的戰略合作協議，本集團獨家在支付寶客戶端上設立獨立的醫療健康頻道，並負責全權管理該頻道內的醫療健康行業合作伙伴。截至2019年9月末，支付寶已經簽約的醫療機構數超過11,000家，其中二級和三級醫院數量超過3,600家，並在超過300家三級醫院接通醫保支付。自本集團全權管理支付寶醫療健康服務頻道和醫療健康行業合作伙伴以來，本集團所運營的產品所覆蓋的醫院場景下的用戶數量增長迅速。2019年9月在醫院場景下使用支付寶醫療健康服務的月度活躍用戶數超過1,700萬。

本集團一直致力於通過技術改善供給，提升效率，滿足用戶順利實現線下就醫、線上問診、便捷醫療健康管理的相關需求。報告期內，我們在互聯網醫療領域再創佳績。2019年1月，由本集團和螞蟻金服共同投資的浙江扁鵲健康數據技術有限公司（「浙江扁鵲」）所承建的「浙江互聯網醫院平台」正式發佈，並成為全國第一個集監管能力和服務能力於一體的互聯網醫院平台。截至2019年9月底，已有超過130家包括三甲醫院在內的醫療機構入駐到該平台，實現了浙江省所有地級市的全覆蓋。專業的運營和良好的發展，也使「浙江互聯網醫院平台」成為了國家衛健委的樣板工程。報告期內，我們陸續接待了國家和多個到訪省衛健委的參觀調研。我們也在不斷沉澱運營經驗，運用技術能力進行產品

升級，陸續取得了互聯網醫院入駐審批一體化、監管維度多樣化等創新成果，為浙江省衛健委實現有效和高效監管保駕護航。同時，我們也持續為入駐平台的醫療機構創造價值，打通了將患者從線上多入口導流及線下上行到平台的核心業務鏈路，並成功接入和跑通了全流程線上化的處方流轉模式，實現藥品的網訂店取和網訂店送。報告期內，我們在平台上線了檢驗檢查預約項目，通過多樣化的服務，在優化用戶體驗的基礎上，增加用戶粘性，壯大用戶群體。

2019年10月，由阿里健康與浙江省衢州市政府共建的衢州慢病管理平台正式發佈。該平台是全國首個慢病管理在線醫保支付平台。它由阿里健康牽頭設計，整合了阿里巴巴集團數字經濟體內部的諸多能力，在確保醫保資金安全的基礎上，已實現「互聯網複診+處方在線流轉+醫保在線支付+藥品配送到家」的全鏈路跑通，從而實現慢病患者就診「一次都不用跑」。同時，衢州市的慢病管理服務，也實現了與浙江省互聯網醫院平台的有機結合，進一步落實了省市兩級政府及阿里健康為慢病患者服務的基本理念：讓慢病管理更輕鬆，患者體驗更便捷。

報告期內，本集團攜手多位移植領域頂級醫學專家共同搭建的器官移植隨訪創新平台在支付寶上線。這是國內首個基於互聯網技術建設的移植隨訪平台，通過將傳統線下隨訪模式轉移至線上，致力於改善國內器官移植術後管理困境，真正幫助到移植醫患。這既是我們對互聯網醫療如何創造價值的持續探索，也是阿里健康「讓健康觸手可得」徵途的又一實踐。

## **未來展望**

本集團將基於對互聯網醫療行業的經驗沉澱和業務佈局，結合資源和競爭優勢，推進互聯網醫療業務的深入發展。我們將繼續以支付寶為重要陣地，以螞蟻金服戰略投資為契機，加強本集團與螞蟻金服體系內資源優勢互補和業務協同，充實和豐富在線醫療健康產品和服務，繼續擴大支付寶醫療健康服務的用戶群體。同時，我們將在線下持續拓展優質醫療機構和醫生資源，特別是在接通醫保支付覆蓋面持續發力，幫助線下醫院進行信息化升級改造，提升服務水平和運營效率。

我們也將遵照國家關於互聯網醫療一系列利好性指導政策的指導方向，順勢而為地推進互聯網醫療業務的深入發展。我們將深刻理解國家相關政策，結合浙江省和相關城市的需求和指導意見，把浙江省互聯網醫院平台和衢州慢病項目發展壯大，並將繼續沉澱能力和運營經驗，向更多地區進行推廣，讓更廣大的老百姓享受到普惠、高效的互聯網醫療健康服務。醫藥板塊高效聯動，也將為本集團未來將處方藥業務做大做強，提供強有力的競爭優勢。

### **智慧醫療業務**

本集團通過積極與政府、醫院、科研院校等外部機構合作，探索開拓以信息化、人工智能和大數據技術為基礎的智慧醫療業務。相關領域涉及互聯網醫學聯盟、臨床輔助決策支持系統、遠程影像平台、生理信號輔助診斷引擎、區塊鏈數據安全解決方案等。

本集團於本報告期內繼續致力於通過技術助力政府和醫院的信息化建設，以此為基礎為廣大居民提供普惠、便捷的醫療健康服務。2018年9月，由浙江扁鵲承建的「浙江省居民電子健康卡平台」上線。該電子健康卡是由浙江扁鵲與浙江省衛健委合作，為方便在浙江省醫療機構就診的民眾而提供的，可跨機構和跨地域使用的線上線下一體化醫療健康服務電子卡。截至2019年9月，平台已發放超過2,600萬張電子健康卡，並覆蓋浙江省所有地級市。我們不斷致力於電子健康卡功能的拓展創新，除了為浙江省居民提供建檔、核身、支付、親情賬號等多項便民服務，還在包括浙江省人民醫院在內的多家醫院開通了信用就醫服務，同時積極響應政策號召，在浙江全省推進「浙江省居民電子健康卡」和「浙江省居民電子社保卡(醫保卡)」兩卡融合工程的落實和推廣，實現掛號、診療、檢驗檢查、取藥和醫療費用結算等線上線下服務「一卡通辦」，讓更多的居民享受到到醫療和醫保的融合服務的價值。浙江扁鵲一直致力於打造區域醫療城市大腦，並在報告期內取

得了階段性成果。2019年8月，「健康餘杭智慧云」平台正式發佈，這是浙江扁鵲運用領先的技術能力與資源，幫助杭州市餘杭區政府打造的區域智慧健康綜合應用體系。該項目不僅能助力政府瞭解餘杭區的醫療資源情況、醫療水平以及居民健康情況，更能從數據層面分析該區域的醫療服務能力和可持續發展能力，為更好地培養醫療人員和服務於居民提供良好基礎。同時該項目通過向居民提供線上預約、掛號、繳費及和家庭醫生互動、個人健康管理等服務，能真正實現讓數據跑起來，讓老百姓享受到更高效的便民服務。

本集團基於以雲計算為基礎的強大醫療大數據挖掘分析能力，與集團內外部機構建立聯動合作機制，致力於打造有實際應用場景的醫療人工智能系統。報告期內，我們在多個領域持續發力，並取得突破性進展。使用深度學習技術研發的腦電癲癇AI引擎，可自動識別偽差、生理、癲癇異常放電等各類腦電圖上的異常波形，輔助腦電圖讀圖醫生提升讀圖效率和質量。該產品不僅得到了國內該領域權威專家的認可，並已在多家醫院落地試點應用。我們還研發了腦健康篩查AI引擎，通過AI技術對腦電圖的定量分析，在提示抑鬱、老年癡呆風險等方面有廣泛應用場景。同時，我們也在口腔數字化領域進行AI應用的探索，研發了口腔正畸數字化輔助設計方案。我國的口腔正畸市場潛力大，增長迅速，但由於傳統正畸方式全靠醫生經驗手工操作，有能力的醫生供給嚴重不足。通過我們AI賦能的數字化隱形正畸解決方案，能夠降低口腔正畸醫生的從業技術門檻，為更多有需求的患者帶來福音。在電子病歷結構化領域，本集團2018/2019連續兩年在全國知識圖譜與語義計算大會(CCKS)的中文電子病歷命名實體識別評測任務中奪得冠軍。基於行業領先的技術能力，我們在報告期內成功自主研發了臨床輔助決策支持系統(CDSS, Clinical Decision Support System)。CDSS以醫生為主要使用對象，在問診過程中助力醫生標準化採集診療信息、為醫生提供規範的輔助診斷決策，用藥及檢查治療方案提醒，



以及相關疾病知識的全面信息，從而提升問診效率和準確率，同時也為醫院有效開展病歷質控工作提供了能力保障。通過上述綜合運用，CDSS也能賦能醫院進行技術改造升級，順應國家對智慧醫院建設提出的新要求。經過紮實的前期研發和產品測試，我們的CDSS產品一經推出，便得到了行業的廣泛認可。截至2019年10月底，我們已經與全國超過20家包括三甲醫院在內的醫療機構簽約，將我們的CDSS產品投入商用。

本集團通過控股的熙牛醫療科技(浙江)有限公司(「熙牛科技」)，致力於為醫療機構研發和打造覆蓋全業務流程、線上線下全服務場景的一體化雲平台。通過經驗積累，能力沉澱和產品打磨，熙牛科技已成功開發出運用於大型醫療集團／醫聯體的云HIS產品，通過信息化方式，實現醫療集團／醫聯體內各個分支機構達到統一的流程管控、服務水平和質量標準，同時兼具一定的個性化特色。該產品已在實體醫療集團上線測試。同時，熙牛科技也成功開發了以覆蓋區縣所有醫療機構為重點的區域云HIS系統，該產品將有力推動區域內醫療機構與醫療行政單位的互聯互通，降低信息化升級成本，提升醫療數據提取運用的效率和價值。以此為契機，本集團未來將為中國廣大的縣域民眾群體提供醫療及健康管理服務。

## 未來展望

本集團將基於在實踐中積累的技術和經驗，繼續助力政府和行業合作伙伴進行醫療服務的信息化升級改造。我們將繼續推進浙江省「兩卡融合」工程的全面落地和在線醫保支付服務的開通。積累沉澱「健康餘杭智慧云」的項目經驗，結合阿里健康行業領先的技術能力，推廣運用到更多區域的城市醫療大腦建設。我們還將繼續拓展已有的CDSS、口腔數字化、腦電癲癇AI產品和腦健康篩查AI產品在更多醫療機構和場景落地，實現商業化應用，以期通過AI改善醫療資源供給，降低醫療服務成本，為醫療行業創造價值，為百姓帶來普惠的醫療服務。我們的云HIS產品未來在縣域醫療機構和公共衛生部門的落地使用，也將有助於推動分級診療落地以及推進醫聯體建設，助力國家醫改。

## 財務回顧

本集團截至2019年9月30日及2018年9月30日止六個月之主要財務數據概列如下：

	截至9月30日止六個月		變動 %
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元	
收入	4,116,846	1,878,709	119.1
毛利	1,031,660	529,144	95.0
毛利率	25.1%	28.2%	不適用
履約	(467,029)	(246,041)	89.8
銷售及市場推廣開支	(333,252)	(156,848)	112.5
行政開支	(105,075)	(85,985)	22.2
產品開發支出	(135,138)	(103,679)	30.3
其他收入及收益	63,922	17,995	255.2
其他開支	(6,236)	(20,563)	(69.7)
財務費用	(19,462)	(4,607)	322.4
經營利潤／(虧損)	29,390	(70,584)	不適用
應佔合資公司(虧損)／溢利	(5,344)	8,055	不適用
應佔聯營公司虧損	(18,418)	(16,269)	13.2
報告期間虧損	(7,629)	(89,980)	(91.5)
母公司擁有人應佔虧損淨額	(1,102)	(84,104)	(98.7)
<b>非香港財務報告準則調整</b>			
經調整後利潤淨額	139,527	10,486	1,230.6

### 一 收入

本集團於截至2019年9月30日止六個月之收入為人民幣4,116,846,000元，較截至2018年9月30日止六個月之收入人民幣1,878,709,000元增加人民幣2,238,137,000元或119.1%。收入增加乃主要由於本報告期內醫藥自營業務、醫藥電商平台業務及消費醫療業務收入快速成長所致。

#### 一 醫藥電商平台業務

醫藥電商平台業務包括本集團已從阿里巴巴集團收購的保健食品及醫療器械等類目電商平台業務、本集團為天貓醫藥平台(除已收購類目外的其他類目)提供的外包服務業務以及醫藥O2O業務。報告期內，上述業務的收入總額達到人民幣539,991,000元，同比增長139.8%。

## — 醫藥自營業務

本集團醫藥自營業務包括自主經營的B2C零售、相關廣告業務和B2B集採分銷業務。報告期內，醫藥自營業務的收入達到人民幣3,435,166,000元，同比增長114.6%。收入的快速增長主要歸因於本集團繼續豐富自營B2C商品類目和SKU，加強自營業務的精細化管理，優化客戶購物體驗，提升客戶複購率，以及繼續加強與上游優質品牌商的合作。截至報告期末，本集團已獲授權在天貓醫藥平台承接或開設超過70家品牌旗艦店。

## — 追溯業務

報告期內，「碼上放心」追溯平台作為藥品追溯的有效解決方案，覆蓋超過90%的中國藥品在生產企業。報告期內，追溯業務收入為人民幣18,953,000元，與去年同期相比相對穩定，該業務現階段主要定位於為醫藥行業提供安全便捷的合規解決方案和助力政府部門實現高效監管。

## — 消費醫療業務

圍繞消費者追求更美、更健康的需求，本集團通過線上平台和自營店積極與醫美、體檢、疫苗、口腔等各類醫療健康服務機構合作，向用戶提供安全、專業、透明的醫療健康服務，並提供健康宣教、諮詢、預約等增值服務。本集團不僅通過消費醫療平台向合作商家提供整合營銷服務以持續獲客，也賦能商家維護客戶，解決客戶痛點，提升客戶體驗。報告期內，消費醫療業務快速增長，來自消費醫療業務的收入達到人民幣110,664,000元，同比增長274.4%。



## — 其他創新業務

除上述業務外，本集團還在互聯網醫療和智慧醫療領域開始探索收費模式。報告期內，本集團來自線上健康諮詢等創新服務項目的收入達到人民幣12,072,000元，同比增長202.7%。

## — 毛利及毛利率

截至2019年9月30日止六個月，本集團錄得毛利人民幣1,031,660,000元，較去年同期之人民幣529,144,000元，增加人民幣502,516,000元或增長95.0%。報告期內毛利率下跌至25.1%，去年同期則為28.2%。

## — 履約

本集團醫藥自營業務所產生的倉儲、物流及客服支出計入履約費用。截至2019年9月30日止六個月，履約支出為人民幣467,029,000元，較去年同期之人民幣246,041,000元增加人民幣220,988,000元或89.8%，主要由於自營B2C業務的收入增長迅猛導致。報告期內，履約費用佔醫藥自營業務收入的比例為13.6%，較去年同期之15.4%呈下降趨勢，反映了本集團在倉儲、物流及客服等方面運營效率的提升。

## — 銷售及市場推廣開支

截至2019年9月30日止六個月，銷售及市場推廣開支為人民幣333,252,000元，較去年同期之人民幣156,848,000元增加人民幣176,404,000元或112.5%。此乃主要由於本集團為提升自營店的曝光量而增加了流量獲取費用所致，另外本集團同時加大了在銷售運營職能人員和創新業務人員方面的投入。

## — 行政開支

截至2019年9月30日止六個月，行政開支為人民幣105,075,000元，較去年同期之人民幣85,985,000元增加人民幣19,090,000元或22.2%。有關增幅主要歸因於隨著業務快速增長，導致後臺支援成本、差旅費用及專業費用增加所致。

## — 產品開發支出

截至2019年9月30日止六個月，產品開發支出為人民幣135,138,000元，較去年同期之人民幣103,679,000元增加人民幣31,459,000元或30.3%。有關增幅主要由於本公司研發相關職能之人數增加所致。報告期內，本集團繼續聘請更多信息技術工程師以積極探索互聯網醫療和智慧醫療業務，同時支援醫藥業務和消費醫療業務快速成長。

## — 其他收入及收益

截至2019年9月30日止六個月，其他收入及收益為人民幣63,922,000元，較去年同期之人民幣17,995,000元增加人民幣45,927,000元或255.2%，主要由於報告期內所發生的聯營公司處置收益和視同處置聯營公司的收益(Gain on deemed disposal of associates)所致。其中，2019年8月，本集團出售擁有其45%權益之聯營公司 — 嘉美在線股權並確認收益人民幣21,791,000元。

## — 其他開支

截至2019年9月30日止六個月，其他開支為人民幣6,236,000元，較去年同期之人民幣20,563,000元減少人民幣14,327,000元或69.7%。有關減少主要由於去年存在匯兌損失人民幣17,886,000元所導致的其他開支，而本報告期無此項開支。

## — 財務費用

截至2019年9月30日止六個月，財務費用為人民幣19,462,000元，較去年同期之人民幣4,607,000元增加人民幣14,855,000元或322.4%。有關增加主要由於本報告期內借款金額的平均餘額較同期有所增加所致。

## — 應佔合資公司(虧損)/溢利

應佔合資公司(虧損)/溢利指應佔本集團擁有其45%權益之合資公司浙江扁鵲與其13.72%權益之合資公司江蘇紫金弘云健康產業投資合夥企業(有限合夥)運營業績淨額。截至2019年9月30日止六個月，應佔合資公司虧損為人民幣5,344,000元，而去年同期則為溢利人民幣8,055,000元。有關應佔合資公司虧損主要由於報告期內浙江扁

鵠仍處於公司發展初期的投入階段。去年同期應佔合資公司溢利主要來自本集團擁有其49%權益之合資公司 — 鴻聯九五的運營業績淨額，該部分股權已於上一年度全部處置。

## — 應佔聯營公司虧損

本集團積極通過投資方式佈局醫藥健康領域。應佔聯營公司虧損指報告期內本集團應佔已參股公司，例如安徽華人健康醫藥股份有限公司、貴州一樹連鎖藥業有限公司及甘肅德生堂醫藥科技集團有限公司等區域龍頭連鎖藥店和醫藥信息化公司等等的運營業績淨額。報告期內，本集團應佔聯營公司之虧損為人民幣18,418,000元，較去年同期之人民幣16,269,000元增加人民幣2,149,000元或13.2%。有關變動主要由於本集團聯營公司當中有些尚處於業務發展早期階段，有些處於轉型或成長階段。

## — 本報告期內利潤／虧損額非香港財務報告準則衡量指標：經調整後利潤淨額

截至2019年9月30日止六個月，本集團經調整後利潤淨額為人民幣139,527,000元，較去年同期的經調整後利潤淨額人民幣10,486,000元大幅增加人民幣129,041,000元。經調整後利潤淨額增加主要是由於本集團的醫藥電商平台服務業務和醫藥自營業務保持快速成長並呈現規模效應，同時消費醫療業務亦貢獻了利潤。本集團在盈利能力方面的持續改善將有助於我們未來繼續探索醫藥零售新模式，加大在消費醫療、互聯網醫療和智慧醫療等創新性業務的投入和佈局。

為補充本集團根據香港財務報告準則呈列的合併財務報表，本集團亦採用並非香港財務報告準則規定或並非按香港財務報告準則呈列的經調整後利潤淨額作為額外財務衡量指標。我們認為，連同相應香港財務報告準則衡量指標一併呈列非香港財務報告準則衡量指標，有利於投資者通過去除我們的管理層認為對我們經營表現不具指示性的項目的潛在影響，來比較不同期間的經營表現。我們相信，非香港財務報告準則衡量指標為投資者及其他人士提供有幫助的信息，以通過與我們的管理層相同方式瞭解及評估我們的合併經營業績。然而，我們呈列的經調整後利潤淨額未必

可與其他公司所呈列類似計量指標相比。該非香港財務報告準則衡量指標用作分析工具存在侷限性。該衡量指標不應被視為獨立於我們根據香港財務報告準則所呈報之經營業績或財務狀況或將其視為可用於分析本集團有關經營業績或財務狀況之替代工具。此外，該等非香港財務報告準則財務衡量指標的定義可能與其他公司所用之類似指標定義有所不同。

下表載列截至2019年及2018年9月30日止六個月的經調整後利潤淨額是根據香港財務報告準則計算及呈列的最直接可供比較財務衡量指標(即報告期間虧損)而調整：

	截至9月30日六個月	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
報告期間虧損	(7,629)	(89,980)
撤除		
— 股權激勵	<u>147,156</u>	<u>100,466</u>
經調整後利潤淨額	<u><u>139,527</u></u>	<u><u>10,486</u></u>

## 財務資源、流動資金及外匯風險

本集團於2019年9月30日之現金及其他流動財務資源及於2019年3月31日之相應比較數據概列如下：

	<b>2019年 9月30日 人民幣千元</b>	2019年 3月31日 人民幣千元
現金及現金等價物	<b>2,658,998</b>	280,371
以公允價值計入損益之短期投資 — 理財產品	<b>1,109,714</b>	1,736,713
現金及其他流動財務資源	<b><u>3,768,712</u></b>	<b><u>2,017,084</u></b>

現金及現金等價物由2019年3月31日之人民幣280,371,000元增加人民幣2,378,627,000元或848.4%至2019年9月30日之人民幣2,658,998,000元。有關增加主要由於本集團於本報告期的經營活動現金流實現淨流入以及本集團向阿里巴巴集團和螞蟻金服增發新股融資所致。

以公允價值計入損益之短期投資為原到期時間不超過3個月(含3個月)的短期高流動性銀行理財產品。

本集團截至2019年9月30日及2018年9月30日止六個月之現金流量如下：

	截至9月30日止六個月	
	2019年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
經營活動所得現金流量淨額	475,639	302,333
投資活動所得／(所用)現金流量淨額	359,333	(806,116)
融資活動所得現金流量淨額	<u>1,268,283</u>	<u>1,259,608</u>
現金及現金等價物增加淨額	<u>2,103,255</u>	<u>755,825</u>
期初現金及現金等價物	280,371	508,419
匯率變動影響	<u>63,735</u>	<u>54,837</u>
期末現金及現金等價物	<u>2,447,361</u>	<u>1,319,081</u>
中期簡明綜合財務狀況表所列現金及現金等價物	2,658,998	1,319,081
原到期日超過三個月之非抵押定期存款	<u>(211,637)</u>	<u>—</u>
期末現金及現金等價物	<u>2,447,361</u>	<u>1,319,081</u>

#### — 經營活動所得現金流量淨額

截至2019年9月30日止報告期，經營活動所得現金流量淨額為人民幣475,639,000元，主要歸因於來自持續經營業務的除所得稅前利潤淨額人民幣5,628,000元，並經以下各項調整：(1)加回非現金或非經營活動支出項目，主要包括股權激勵費用人民幣147,156,000元，應佔合資公司與聯營公司虧損人民幣23,762,000元與財務費用人民幣19,462,000元；減去非現金收益或非經營活動收益項目，主要包括聯營公司處置收益

及視同部分處置聯營公司收益人民幣38,818,000元與利息收入人民幣16,672,000元；及(2)運營資金變動，主要包括應付賬款增加人民幣529,698,000元，應收賬款減少人民幣142,797,000元，預付賬款及押金及其他應收款減少人民幣94,219,000元，存貨增加人民幣367,377,000元及其他應付賬款及應計費用減少人民幣132,332,000元。

#### — 投資活動所得現金流量淨額

截至2019年9月30日止六個月，投資活動所得現金流量淨額為人民幣359,333,000元，乃主要由於贖回以公允價值計入損益之金融資產所得現金淨額人民幣644,243,000元與收到處置聯營公司款項人民幣53,042,000元。另外，本報告期內購買3個月以上定期存款所用人民幣211,637,000元與注資聯營公司與合資公司所用現金淨額為人民幣99,500,000元。

#### — 融資活動所得現金流量淨額

截至2019年9月30日止六個月，融資活動所得現金流量淨額為人民幣1,268,283,000元，主要是由於報告期內本集團向阿里巴巴集團和螞蟻金服以每股7.5港元合計增發302,976,000股新股所得2,272,320,000港元。另外，本報告期內歸還向阿里巴巴集團借入的借款本金及利息人民幣719,249,000元。

#### — 資本負債比率

於2019年9月30日，本集團借款總額為人民幣10億元(2019年3月31日：人民幣17億元)，全部以固定利率計息。於2019年9月30日，本集團的現金及其他流動財務資源餘額大於借款總額，故並無資本負債比率(2019年3月31日：零)。

於2019年9月30日，本集團並無重大或然負債，且無質押任何本集團資產以換取銀行貸款及銀行融資。

本集團之業務及交易地點主要位於中國。於截至2019年9月30日止六個月，本集團一直審慎管理其庫務職能，並維持穩健之流動資金狀況。董事會密切監察本集團之流動資金狀況，確保我們的資產、負債及其他承擔之流動資金架構符合本集團不時之資金需求。除若干銀行結餘及現金外，本集團之銀行結餘及現金大部分為定期存款



並以港元、人民幣及美元計值，而其他資產及負債則主要以港元或人民幣計值。本集團採用人民幣作為其呈列貨幣，以有效反映其於中國之運營，並與董事審閱之內部申報組合一致。本集團並無外匯對沖政策，惟管理層將繼續密切監察匯率波動，並將採取適當措施以將外匯風險維持最低。本集團並無使用任何金融工具作為對沖用途。

## 僱員及薪酬政策

本集團於2019年9月30日之全職僱員人數為884人（於2019年3月31日為808人）。截至2019年9月30日止六個月，本集團之總員工成本為人民幣356.6百萬元（截至2018年9月30日止六個月為人民幣256.2百萬元）。本集團所有在香港受聘之員工均參加強制性公積金計劃。

本集團之政策為提供具競爭力之薪酬架構，而僱員均按工作相關表現獲給予報酬。

本集團亦已採納於2014年11月24日經本公司股東批准之股份獎勵計劃（「**股份獎勵計劃**」），據此，董事會可以受限制股份單位（「**受限制股份單位**」）或認股權形式向合資格參與者（包括董事、本公司附屬公司之董事、本集團之僱員，或董事會釐定且全權酌情認為對本集團作出或將作出貢獻之任何其他人士）授出股份獎勵。

## 重大投資、重大收購及出售附屬公司、聯營公司及合資公司

本集團已於報告期內根據其最初於2015年6月採納之財資政策進行包括單位信託、結構性存款及其他財富管理之短期及流動投資以及金融資產交易，以利用盈餘現金儲備作財資管理用途。本公司之財資政策載有參考其風險管理政策之可接受短期投資及金融資產之選擇指引以及相關審批程式。根據該財資政策，本公司之投資產品包括流動性強、可隨時或在短時間內變現之非股權金融資產投資。該等投資須從經核准之金融機構名單中購買，而該名單須每兩年審閱一次。報告期內，該等金融機構包括招商銀行、寧波銀行、浦發銀行、華夏銀行、民生銀行、中國銀行及平安銀行之多家分行。根據本公司目前之審批程式，任何有關金融資產之投資決定均須經本公司財務及庫務經理批准，並須視乎投資規模經財務總監或財務副總裁批准。於2019年9月30日，該等以公允價值計量且其變動計入損益之短期投資約為人民幣1,109.7百萬元，相當於本公司總資產之13.8%，其中規



模最大之任何一家金融機構之投資總額以公允價值計量且其變動計入損益約為人民幣251.3百萬元，相當於本公司總資產之3.1%。報告期內，(i)本公司並沒有出售任何以公允價值計量且其變動計入損益之投資，該等短期投資之總值減少主要是由於部份短期投資產品於報告期內到期獲發行商根據而其相關條款回購；(ii)本公司因上述短期投資交易而就以公允價值計量且其變動計入損益之金融資產實現公允價值收益約人民幣17.2百萬元。

## 中期股息

董事會已議決不宣派截至2019年9月30日止六個月之中期股息(2018年9月30日：無)。

## 遵守企業管治守則

本公司深信有效之企業管治常規乃保障股東及其他持份者權益與提升股東價值之基本要素，因此致力持續達致並維持高水準之企業管治。

董事會認為，於截至2019年9月30日止六個月，本公司一直遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄十四企業管治守則所載之守則條文(「守則條文」)，惟以下事項除外：

守則條文第C.1.2條規定，管理層應每月向董事會全體成員提供更新資料，詳細載列有關本公司的表現、財務狀況及前景的公正及易於理解的評估，讓董事會全體成員及每位董事履行上市規則第3.08條及第十三章所規定的職責。本公司按公司業務需要及情況，不定時向各董事會成員提供更新的業務資料及召開額外的董事會會議以商討重大業務或管理事項，讓董事及董事會全體成員均能履行其職責。

## 證券交易之標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載之標準守則（「標準守則」），以規管董事買賣本公司之證券。在回應本公司之具體查詢時，全體董事已確認彼等於截至2019年9月30日止六個月進行證券交易時一直遵守標準守則。

## 購買、贖回或出售本公司上市證券

於截至2019年9月30日止六個月，除股份獎勵計劃一名受託人於市場上購買合共1,903,200股本公司股份，以於歸屬時履行授予本公司關連僱員之股權獎勵外，本公司及其任何附屬公司並無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

## 審閱中期業績

本集團截至2019年9月30日止六個月之中期業績未經審核，惟已由本公司之審核委員會及本公司之獨立核數師安永會計師事務所審閱。

## 登載業績公告及中期報告

本公告在香港聯合交易所有限公司網站([www.hkex.com.hk](http://www.hkex.com.hk))及本公司網站([www.irasia.com/listco/hk/alihealth](http://www.irasia.com/listco/hk/alihealth))登載。截至2019年9月30日止六個月之中期報告將適時寄發予本公司股東及在上述網站登載。

承董事會命  
阿里健康信息技術有限公司  
首席執行官兼執行董事  
沈滌凡

香港，2019年11月26日

於本公告日期，董事會由八名董事組成，其中(i)兩名為執行董事，即沈滌凡先生及汪強先生；(ii)三名為非執行董事，即吳泳銘先生、王磊先生及徐宏先生；及(iii)三名為獨立非執行董事，即羅彤先生、黃敬安先生及黃一緋女士。