

[請即時發放]



醫思健康公佈 2022/23 年度中期業績
醫療服務業務推動收入同比增長 31.1%
多元化大健康業務策略下 業務韌性持續增強
進一步整合醫療健康服務市場

業績摘要

- 集團總收入同比上升 31.1%至 18.93 億港元
- 集團醫療分部收入同比上升 47.5%至 11.75 億港元，收入佔比提升至 62.1%
- 集團美學醫療及美容養生業務分部貢獻收入同比減少 2.0%至 6.07 億港元，收入佔比約 32.1%。
- 在此前收購的獸醫業務的推動下，集團來自其他服務分部的收入同比增加 301.9%至 1.11 億港元，收入佔比約 5.8%
- 集團內生業務貢獻之收入¹同比上升 22.8%至 17.74 億港元，佔比達 93.7%
- 期內集團錄得息稅折舊及攤銷前之盈利（「EBITDA」）2.70 億港元
- 期內集團稅後淨溢利為 1.05 億港元
- 期內每股基本盈利為 6.8 港仙
- 董事會宣派中期股息每股 5.8 港仙，派息比率為 85.3%，將以現金派發
- 截至 2022 年 9 月 30 日，集團已執行總估值為 2.19 億港元的收併購，涵蓋多個醫學專科服務、獸醫及健康檢查服務，醫療服務佈局得到進一步強化
- 集團醫療服務覆蓋的醫療學科及專科數目達 35 個，全職註冊專屬醫生團隊人數增加至 293 人
- 本集團保持優質的服務質量，客戶滿意度高達 99.98%⁶
- 老客戶貢獻之收入佔集團總收入的 71.6%^{3,7}
- 客戶忠誠度保持高水平，複購率為 93.7%^{4,7}
- 集團服務點數目擴張至 154 個，總樓面面積同比增加約 24.1%至 557,000 平方呎

（2022 年 11 月 24 日 – 香港）香港最大非醫院醫療服務機構* — 醫思健康（「公司」，連同附屬公司，總稱「集團」；香港聯交所股份編號：2138）公佈截至 2022 年 9 月 30 日止六個月（「期內」）未經審核之中期業績。

期內，集團面臨多重挑戰，包括全球經濟下行、長期旅遊限制導致的醫療旅客數目驟減、本地零售市道疲弱及疫情反復帶來的業務中斷擾動。儘管如此，集團業績仍維持韌性。得益於對本集團提供醫療服務的強勁需求及多元化經營策略，本集團仍得以增加其於醫療市場的份額，多元化服務範圍，並鞏固其作為香港最大的非醫院醫療服務供應商的領先地位。

市場對集團提供的醫療服務維持旺盛需求，集團於期內進一步拓展市場份額並推行有效的銷售策略。期內集團錄得銷售額 18.12 億港元，同比增長 18.3%；收入同比增長 31.1%至 18.93 億港元。集團內生業務貢獻之收入同比上升 22.8%至 17.74 億港元，收入佔比達 93.7%。集團於期內執行的併購交易總估值為 2.19 億港元，涵蓋多個醫學專科服務、獸醫及健康檢查服務，集團以客戶為中心的醫療服務佈局得到進一步強化。

然而，期內集團稅後淨溢利同比下跌 46.3%至 1.05 億港元。淨利率承壓主要由於疫情反復引致的集團於香港及澳門的美容養生業務遭強制停業，以及在中國內地面臨的業務中斷。淨利率下降 8.0 個百分點至 5.6%。期內，集團面臨的市場競爭環境日趨激烈、通脹導致成本結構上升、上一財政年度新設立服務點的營運協同暫時較低，以及新收購醫療資產所產生的折舊及攤銷開支的增加亦令集團期內的盈利能力承壓。集團投放了資本開支以支持新醫療設施內生增長，但相關設施於報告期內暫未投入服務及產生相應收入。有鑒於此，本公司權益股東應佔純利為 80.0 百萬港元。每股基本盈利為 6.8 港仙，去年同期則為 14.2 港仙。

多年來，本集團憑藉專業團隊所提供優質的客戶服務，通過閉環生態系統建立了忠實的客戶群。期內，集團客戶服務個人客戶數穩步增加至 122,883^{2,7} 人，老客戶貢獻之收入佔集團總收入的 71.6%^{3,7}。客戶忠誠度保持高水平，複購率為 93.7%^{4,7}。集團構建的大健康閉環生態系統發揮協同效益，期內有超過 28.1%⁵ 的客戶跨品牌進行消費。同時，本集團保持優質的服務質量，客戶滿意度高達 99.98%⁶。

集團服務點數目在內生擴張及收購的推動下有所增加。截至 2022 年 9 月 30 日，集團總共擁有 154 個服務點，包括 134 個位於香港，4 個位於澳門及 16 個位於中國內地，總樓面面積同比增加 24.1%至約 557,000 平方呎。較二零二二財年上半年淨增加的約 108,000 平方呎中，約 69.1%來自醫療業務，而約 22.8%來自美學醫療及美容養生服務業務。集團醫療服務覆蓋的醫療學科及專科數目達 35 個，全職註冊專屬醫生團隊人數增加至 293 人。

醫療服務業務快速增長

對醫療的剛性需求推動醫療分部繼續成為主要的增長動力。集團繼續透過內生擴張及併購增長，在大健康市場繼續拓展市場份額。集團醫療服務分部的收入同比上升 47.5%至 11.75 億港元，收入佔比提升至 62.1%。期內集團的醫療收入中，內生增長及收併購的貢獻佔比分別為 90.8%及 9.2%。內生增長主要受到有效的銷售策略、客戶逐漸提升的醫療保健意識和對應需求的增加所推動。期內，醫療分部已執行總估值為 1.75 億港元的收購。

1. 期內總收入減期內新入賬之新收購資產貢獻收入

2. 基於期內的收入

3. 老客戶於期內收入貢獻除以期內總收入

4. 年化期內老客戶貢獻之收入，除二零二二財年總收入

5. 於期內消費多於一個品牌服務客戶數目除以期內客戶總數，基於 31 個品牌在內的內部系統數據

6. 100% 減重大不利反饋佔當期總收入的百分比

7. 基於 39 個品牌在內的內部系統數據

美學醫療及美容養生服務分部輕微下滑

期內，集團美學醫療及美容養生服務貢獻的收入同比減少 2.0%至 6.07 億港元，佔總收入約 32.1%。香港部分收入同比輕微下滑 5.4%至 4.61 億港元，主要由於二零二二年四月份遭強制停業 20 日，客戶被壓抑的需求於稍後逐步復蘇。內地美學醫療市場面臨疫情反復帶來的業務中斷。期內儘管深圳、廣州及上海分別業務中斷的平均時長達 26 日、10 日及 122 日，來自中國內地的收入依然同比增長 12.6%至 89.8 百萬港元。期內集團於澳門的美學醫療及美容養生業務平均遭強制停業 31 日，澳門的收入同比小幅增加 7.7%至 56.8 百萬港元。

其他分部增長強勁

期內，受此前收併購的獸醫業務的拉動，其他服務分部的收入同比增加 301.9%至 1.11 億港元，收入佔比達 5.8%。

醫思健康主席、執行董事兼行政總裁鄧志輝先生總結：「受益於香港政府邁向『常態化』的政策立場及逐漸放寬對入境旅客的隔離措施，本地消費情緒逐步提振。但總體市場不景氣仍可能令集團旗下業務短期承壓。然而，我們相信醫療市場仍然有無限增大潛力，長遠而言公私營合作將帶動香港私營醫療市場支出不斷增加。

基於集團高增益的收併購策略，我們將持續提升醫療及美容領域的業務多元化水平，收購對我們核心業務具有互補及增值作用的項目，以建立一站式醫療保健及養生平台，更好地服務客戶。同時，我們將繼續深化與科技、電訊、保險、房地產及製藥行業巨頭的戰略合作夥伴關係，以建立大健康生態系統。

集團不斷致力於通過優化企業架構，提升管理能力，在數字化轉型的助力下優化資源配置以提升運營效率。集團將持續通過推行持股管理人文化及倡導公僕式領導力，提升人才生產力及對公司的認同感。」

關於醫思健康

香港最大非醫院醫療服務供應商*醫思健康以預防及精準醫療為業務核心，透過多元服務整合發展醫療人工智慧，配套高端品牌及優質客戶服務，致力為客戶提供最專業、安全、有效的醫療健康服務。集團為恆生綜合指數成份股及 MSCI 香港小型股指數。

集團目前直營的診所／服務中心主要位於大灣區，提供一站式醫療及健康服務。服務涵蓋面極廣，旗下主要知名服務品牌包括連續多年榮膺全港第一的一站式醫學美容解決方案 DR REBORN、專業健髮中心髮森及多元化多維度的醫學服務包括：健康管理中心香港仁和體檢中心、疫苗中心香港安苗醫療中心、普通科門診未來醫生、全港最大一站式痛症管理平台紐約脊骨物理治療中心、全方位牙科服務中心庇利積臣牙科醫務所，EC DENTAL CARE 及恆健牙科醫務所、高端影像中心博思醫學診斷中心、仁生腫瘤及癌症中心、內視鏡及日間醫療中心仁輝專科中心、專科中心進匯醫務中心，聯匯專科，新醫療中心、兒科專科匯兒兒科醫務中心、婦產科專科卓越醫務中心及產前診斷中心、栢立醫學化驗所、眼科中心唯視眼科和醫思獸醫醫院及影像中心。

*根據弗若斯特沙利文公司按 2020 年及 2021 年收入計算進行的獨立研究

若有進一步垂詢，請聯絡：

iPR 奧美公關

劉麗恩 / 陸詠詩 / 田野

電話：(852) 2136 6952 / 2169 0467 / 3920 7654

傳真：(852) 3170 6606

電郵：ech@iprogilvy.com