

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料之概覽。由於本文僅屬概要，故並無載列所有閣下可能認為重要之資料。

## 概覽

本集團之主要業務為透過其於中國之特許營銷網絡，以Vitop®品牌在國內開發及營銷保健產品。本集團之產品大多為利用含天年素®複合物之微元生化纖維(MBF®)製成之功能紡織品。天年素®複合物及微元生化纖維(MBF®)均為已取得專利權之產品，並獲多家大學及研究所證實能促進血液微循環，並榮獲國內及國際多項獎項，包括國家科學技術委員會(現稱科學技術部(「科技部」))頒授之科學技術成果鑒定證書及國家級火炬計劃、珠海市政府頒授之科技進步獎一等獎及在新加坡舉辦之九四美國世界博覽會上取得之愛迪生科技發明金鷹金杯獎。

天年素®複合物由金銳先生及劉俊先生兩位董事及共同發明者聯合於一九九零年十月十六日發明。自此，本集團成功將天年素®複合物應用於亞麻纖維及泡棉物料。天年素®複合物之此種應用，使本集團之產品系列擴大至床上用品及亞麻布製品。

本集團開發及營銷兩大類保健產品，包括含天年素®複合物之產品及多肽產品。目前，本集團營銷逾三十種產品，包括健康睡眠系統、護身系列及內衣系列，大部份含天年素®複合物。

二零零零年六月，除了以微元生化纖維(MBF®)製成之功能紡織品外，本集團開始營銷多肽產品，分別為白蛋白多肽膠囊及核酸營養片。多肽產品已獲證實能加強人體之免疫能力。本集團之白蛋白多肽膠囊乃採自蛋白(蛋白質)精華。根據武漢市科學技術委員會發表之報告，多肽為合成核酸之重要元素，因為多肽能提供人體合成核酸所需物質，並可調節在核酸合成過程中產生之蛋白酶之活躍水平，從而改善核酸合成之效力。本集團營銷之白蛋白多肽膠囊乃與武漢天天好攜手開發。本集團於二零零二年七月十八日完成向武漢天天好收購製造白蛋白多肽之技術，代價為人民幣2,600,000元。董事相信，此項技術有助本集團開發其他多肽產品。於二零零二年八月中，因預期靈芝／冬蟲草複合肽面市，本集團採用新推廣策略，將白蛋白多肽膠囊與名為易靈蟲草膠囊之冬蟲草粉末組合以二合一包裝一併銷售，易靈蟲草膠囊乃向獨立製造商採購，代替以往之核酸營養片與白蛋白多肽膠囊之二合一包裝。

繼發明天年素®複合物後，本集團透過將聚酯切片與天年素®複合物合製而成之經加工纖維產品混入亞麻纖維，以開發微元生化纖維(MBF®)，並採用該纖維生產本集團之產品。本集團於一九九四年十月一日開始首度推出含天年素®複合物產品。本集團產品主要由其研究與開發人員開發或與國內之研究及學術機構共同開發。本集團不斷改良其製造天年素®複合物之技術。本集團會製造其產品含有之天年素®複合物，並將微元生化纖維(MBF®)之最終產品之生產程序外判予原設備製造商製造。

隨着天年素®複合物之持續強化及開發，董事相信，天年素®複合物之用途可擴大至其他產品。為了開拓天年素®複合物之新應用，本集團於二零零二年四月二十八日與合肥美菱訂立協議，據此，合肥美菱將會於離子水生成器應用天年素®複合物，及透過本集團之特許營銷網絡以Vitop®品牌營銷。含天年素®複合物之離子水生成器已於二零零二年五月面市。

本集團透過其特許營銷網絡營銷其保健產品。截至最後可行日期，特許營銷網絡有184名特許經銷商，遍佈我國190個城市335家特許經銷店。

本集團已委託多個不同醫療機構，就微元生化纖維(MBF®)對血液微循環之功效進行研究。結果發現，改善血液微循環可增加營養及氧氣之供給，促進細胞中代謝物之更替，從而使人恢復精力。

### 優勢

董事相信，本集團之主要優勢如下：

**品牌已打響名堂**—本集團注重促銷及宣傳活動，並在國內及國際保健產品展覽上屢獲殊榮，以致Vitop®品牌成為我國保健產品中之名牌。

**擁有專有技術**—本集團擁有獨家使用權，可運用專有技術研製在中國及美國註冊專利之天年素®複合物及微元生化泡棉，至於微元生化纖維(MBF®)亦已在中國註冊專利。凡此種種，均使本集團在我國保健產品市場更具競爭優勢。

**營銷網絡完備**—本集團之特許營銷網絡覆蓋我國各大城市，包括北京、上海、廣州及深圳，讓本集團得以打進該等城市之保健產品市場。

**擁有研究與開發專才**—本集團已延聘國內多名知名科學家擔任本集團之顧問，以掌握最新技術，提高其現有產品之質素及開發新產品。

**與用戶關係良好**—本集團之銷售隊伍不時與本集團產品之零售買家保持聯絡，使本集團更能了解產品最終消費者之需要，制訂有效之市場推廣策略，藉以促銷現有產品以及新產品。

**管理專才**—本集團之管理隊伍熟諳我國保健、醫藥及紡織行業之市場發展，使本集團洞悉此等行業之最新市場趨勢及發展。

### 未來計劃及前景

本集團之目標為，透過擴大其特許營銷網絡加強其現有產品之市場滲透，並透過旗下研究與開發隊伍或聯同其他研究所改良其現有產品及開發新產品，從而可擴大本集團於我國及香港之保健產品市場之份額。

### 展望

我國在九十年代初之經濟起飛，加快了保健產品行業之成長。根據衛生部轄下之中國保健科學技術學會於二零零零年四月發表之研究報告，保健產品市場之總生產值估計已由一九九六年之約人民幣150億元增至二零零零年之約人民幣300億元，年均複合增長率約14.9%。報告又預計我國保健產品市場之總銷售額到二零零五年將增至人民幣800億元，而到二零一零年更將達人民幣1,000億元。按二零零零年全球保健產品總消費約人民幣31,470億元計算，董事相信，我國作為佔全世界約22%之人口大國，其保健產品市場大有增長空間。

考慮到國內保健產品市場之整體巨大增長潛力，本集團已具知名度之品牌，以及龐大之特許營銷網絡，本集團將繼續擴大現有營銷網絡，把握市場增長潛力所帶來之商機，謀求成為我國保健產品行業居領先地位之保健產品開發商及營銷商。

## 策略

為達到以上目標，本集團採取了以下業務營運策略：

- 改良現有產品

本集團素重提高現有產品質量及效益，董事相信此乃本集團繼續增加其產品之市場滲透率之關鍵。

- 開發新創天年素®產品

天年素®產品順利打開市場後，董事打算乘勝追擊，將通過臨床測試之新天年素®產品推出市場。本集團現計劃推出兩個分別以婦女市場及醫療機構為對象之產品系列。

- 擴大天年素®複合物應用範圍

董事相信，本集團生產天年素®複合物之專有技術應用範圍可以更廣，商業價值不只於此，而本集團將在這方面繼續投入資源。此方面之努力，證諸於天年素®複合物在離子水生成器之應用，及委託體育科學研究所研究含天年素®複合物產品消除運動後疲勞之成效等發展。

- 繼續開發新多肽產品

在收購製造白蛋白多肽之技術後，董事計劃根據此項技術擴大大現有多肽產品系列。董事又計劃擴大及建立與知名學術及研究機構之策略關係，以聯手開發新多肽產品。此外，本集團更於二零零二年一月二十八日與多肽研究室訂立策略聯盟，以研究冬蟲草多肽之成效。

- 擴充本集團營銷渠道

為加強本集團產品之營銷渠道，本集團將繼續向特許經銷商提供產品及員工培訓支援。此外，董事又鼓勵現有特許經銷商，透過在所在經營地區開設更多特許經銷店以提高銷量。董事相信此將加強本集團與其特許經銷商之關係及擴大本集團營銷網絡。董事亦打算透過連串促銷活動，加強本集團Vitop®品牌在保健產品市場內之名聲。為打入香港保健產品市場，本集團更於二零零二年七月十八日收購在香港註冊成立之公司天年健康。

## 概 要

### • 提高集團研發實力

董事打算與國內具聲望科研機構、知名科學家及企業家結成夥伴及策略關係，以開發新的技術及提昇現有技術水平，配合集團之策略及開發需要。董事亦打算向其策略夥伴收購獨特及創新技術之專有權，惟會以符合集團利益，即外購比自行開發更具效益為前提。

### 營業記錄

以下為本集團截至二零零二年六月三十日止三個財政年度各年及截至二零零二年九月三十日止三個月之合併／綜合業績概要。本概要乃假設本集團之現行架構於整個往績期間一直存在而編製，並應與本文件附錄一所載截至二零零二年六月三十日止三個財政年度各年之會計師報告及已刊發截至二零零二年九月三十日止三個月未經審核季度報告一併閱讀。

	截至六月三十日止年度			截至 二零零二年 九月三十日止
	二零零零年	二零零一年	二零零二年	三個月
	經審核 千港元	經審核 千港元	經審核 千港元	未經審核 千港元
營業額 (附註1)	62,193	88,660	96,031	19,795
銷售成本	(22,670)	(28,497)	(30,701)	(7,718)
毛利	39,523	60,163	65,330	12,077
加：其他收入	240	1,079	1,943	195
減：分銷成本	(12,836)	(17,877)	(20,779)	(5,165)
行政管理開支	(7,905)	(13,152)	(16,672)	(3,941)
其他經營費用	(1,744)	(2,630)	(2,065)	(365)
財務成本	(615)	(473)	(274)	(11)
除稅前溢利	16,663	27,110	27,483	2,790
稅項	(1,912)	(2,359)	—	—
股東應佔純利	<u>14,751</u>	<u>24,751</u>	<u>27,483</u>	<u>2,790</u>
股息	<u>4,879</u>	<u>1,682</u>	<u>11,663</u>	<u>—</u>
每股盈利 (附註2)	<u>2.67港仙</u>	<u>4.48港仙</u>	<u>4.59港仙</u>	<u>0.42港仙</u>

#### 附註：

- 營業額指經扣除退貨及營業折扣(如適用)後之已售出貨品發票淨值。所有集團內公司間之一切重大交易已於合併／綜合賬目時撇銷。
- 每股基本盈利乃按有關年度股東應佔純利及552,000,000股已發行股份而計算，並假設該等股份已於截至二零零零年及二零零一年六月三十日止年度各年發行，以及按截至二零零二年六月三十日止年度已發行股份加權平均數599,062,466股及截至二零零二年九月三十日止三個月已發行股份加權平均數665,447,065股而計算。

3. 根據重組，本公司以人民幣1.00元出售珠海天年中介控股公司暨本集團前附屬公司深圳通衛連同珠海天年，產生出售虧損約10,206,000港元。出售事項已於二零零一年六月三十日完成。出售深圳通衛及珠海天年之其他資料載列於截至二零零二年六月三十日止年度本公司年報。

就本文件而言，上述概要之編製乃假設現時本集團架構於往績期間或自本集團旗下公司各自之註冊成立／成立日期之較短期間一直存在而編製。因此，深圳通衛及珠海天年在珠海天年轉讓予珠海天年生物工程業務以外之業績並未納入該等概要，猶如出售此等前附屬公司自一九九九年七月一日起已完成。

## 二零零二年二月配售股份所得款項用途

本公司於二零零二年二月以每股股份0.31港元提呈發售共114,300,000股新股份之方式配售股份之所得款項淨額約為27,000,000港元。售股章程中所述該筆所得款項淨額之既定用途如下：

- i. 約8,700,000港元用作改良現有產品及開發新產品；
- ii. 約10,900,000港元用作擴充本集團之營銷渠道；
- iii. 約1,900,000港元用作提高本集團之研發能力；及
- iv. 約5,500,000港元用作本集團之一般營運資金。

二零零二年二月在創業板上市至二零零二年六月三十日期間，本集團之所得款項實際已動用約7,300,000港元，另於截至二零零二年九月三十日止三個月已動用約4,600,000港元。集資所得款項實際使用情況（詳見本文件第73頁）與原來計劃在某部份有所出入，原因主要是有部份計劃時間表重新編排，但本集團仍擬按其於售股章程所載用途，動用餘下約15,100,000港元之尚未使用所得款項淨額。

## 概 要

以下列出本集團自二零零二年二月在創業板上市以來至二零零二年六月三十日期間所得款項實際用途與售股章程所載相應期間所得款項既定用途之比較：

	售股章程所載 所得款項既定用途 (直至 二零零二年 六月三十日) (千港元)	所得款項實際用途	
		二零零二年 二月一日至 二零零二年 六月三十日 期間 (千港元)	二零零二年 七月一日至 二零零二年 九月三十日 期間 (千港元)
<b>改良現有產品及開發新產品</b>			
<b>改良現有產品</b>			
— 納米級天年素®複合物及天然纖維研究	504.7	279.6	90.0
<b>開發新產品</b>			
— 女性健康內衣系列	1,009.3	22.3	666.4
— 功能紗布	1,056.1	—	646.7
— 靈芝／冬蟲草複合肽	2,046.7	1,062.6	1,162.1
— 靈芝安神肽	112.1	—	—
<b>加強本集團營銷渠道</b>			
— 加強國內特許營銷網絡	4,299.1	4,562.3	1,908.4
— CRM/FRM系統	1,186.9	687.7	102.5
<b>提高本集團研發實力</b>			
— 策略聯盟	972.0	643.7	73.9
	<u>11,186.9</u>	<u>7,258.2</u>	<u>4,650.0</u>

### 主要財務資料

約數

截至二零零二年六月三十日止財政年度之

每股盈利 (附註1) ..... 4.59港仙

經調整每股有形資產淨值 (附註2) ..... 11.3港仙

每手買賣單位 ..... 10,000股股份

附註：

- 每股盈利乃按截至二零零二年六月三十日止財政年度股東應佔純利及該年度已發行股份加權平均數599,062,466股而計算。
- 經調整每股有形資產淨值已作出本文件「財務資料」一節「經調整有形資產淨值」一段所述之調整，並按於介紹上市完成後共有665,170,000股已發行股份之基準計算，惟並無計及因行使根據擬議購股權計劃可授出之任何購股權而須予發行之任何股份，或本公司根據本文件附錄四所述之購回授權可能配發或發行或購回之任何股份。

## 風險因素

董事認為本集團之業務附帶多項風險，概述如下：

### 與本集團及行業有關之風險

- 產品責任
- 聲譽及品牌知名度
- 產品替代品
- 知識產權保護
- 季節性因素
- 對特許營銷網絡之倚賴
- 對主要原設備製造商及其他供應商之倚賴
- 對主要管理人員及研發人員之倚賴
- 對主要天然礦石供應商之倚賴
- 生產用物業
- 股息政策
- 就本文件所載之前瞻陳述中須考慮之事項
- 價格管制
- 並無載列截至二零零三年六月三十日止財政年度之溢利預測
- 不確定法律責任及後果
- 稅務優惠待遇之轉變及免稅期屆滿
- 可供分派溢利

### 與中國有關之風險

- 中國之經濟環境及政體
- 中國法律及規例之變更
- 外匯管制

## 介紹上市之原因

自股份在二零零二年二月一日於創業板上市以來，本集團業務持續增長，而本公司之公眾知名度亦與日俱增。但董事認為在主板上市可使本公司獲得更大機構投資者之進一步認可。本公司採用之一項業務營運策略為以連串促銷活動打響本集團Vitop®之品牌，從而加強營銷渠道。董事相信股份在主板上市可進一步增加本公司之公眾知名度及認可，有助宣傳本集團品牌。有見及此，董事認為股份在主板上市可進一步增加本公司之知名度及認可及預計對本集團未來增長及發展大有裨益。