

### 業務目標

本集團之宗旨為藉著其特許營銷網絡提高其於保健產品市場之佔有率、增加其現有產品之市場滲透率，以及透過自身之研究與開發或聯同其他研究機構改良其現有產品及開發新產品。

### 本集團之優勢

董事相信，本集團之主要優勢如下：

- *品牌已打響名堂*

董事相信，本集團之 Vitop® 品牌享譽全中國。本集團自一九九六年以來一直以 Vitop® 品牌推廣自身產品。本集團在中國各大報章、保健及健身雜誌及電視台(包括中國中央電視台)上推廣 Vitop® 產品。本集團亦參加國內及國際保健產品展覽會。自一九九三年起，本集團獲各級政府機關及上述展覽會之主辦者頒授多個獎項，使 Vitop® 品牌的知名度進一步提高。本集團榮獲獎項之詳情載於本文件「本集團綜覽」一節「獎項」一段。

- *擁有專有技術*

本集團大多數產品均利用由珠海天年開發而本集團擁有獨家使用權之技術生產，而該等專利技術均不得在中國複製，否則即屬違法。本集團功能紡織品利用天年素®複合物及微元生化纖維(MBF®)技術，兩者於中國及美國均受專利保護。本集團之天年素®複合物可用於生產多種產品，例如本集團現時生產之被褥及服裝。轉讓以珠海天年名義註冊之專利正在進行中，所有目前以珠海天年名義註冊之專利將逐步完全轉讓予珠海天年生物工程。除將天年素®複合物應用於現時產品外，本集團已開始將天年素®複合物應用於離子水生成器。此外，本集團已委任體育科學研究所研究天年素®產品於消除運動後疲勞之功效。

- *營銷網絡完備*

鑑於董事認為本集團應擁有高效營銷平台支援產品開發，本集團於一九九八年開始特許營銷網絡的建設。於最後可行日期，本集團透過184名特許經銷商在中國190個城市335家特許經銷店內使用 Vitop® 品牌名稱營銷旗下產品。

- *擁有研究與開發專才*

董事認為，本集團強大的研發能力不僅來自本身之研究及開發部門，亦來自本集團與中國若干學術團體、研究機構及研究公司之間所建立之策略關係，例如第一軍醫大學。為促進本集團開發多肽產品，本集團已委任多肽研究室對冬蟲草多肽之成效進行研究與開發。於最後可行日期，本集團之研究及開發部門有12名全職研究員。本集團亦延聘國內多名科學家擔任本集團之顧問，並不時按項目增聘顧問。董事相信，該等顧問的技術專長有助改良本集團產品。在作出與產品有關的決策過程中，本集團管理人員可利用顧問的技術知識評估產品之性能及可行性。

- *與用戶關係良好*

為保持長期用戶關係，本集團不時舉辦長者及有意用戶聚會，以提升人們的保健意識及展示本集團產品。此外，本集團成立了天年健康俱樂部，向客戶提供產品資訊。於最後可行日期，俱樂部擁有280,908名會員。實行CRM制度後，該會員名單將轉至CRM制度處理，以維繫客戶關係。

- *管理專才*

本集團大多數高級管理人員在中國之保健、醫療或紡織行業累積相當之市場發展經驗。本集團的管理人員擁有豐富的行業知識及經驗，以了解保健產品消費者的需求，並物色保健行業的商機。

### 未來前景

#### 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%。報告又預計中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，中國作為佔全世界約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，謀求成為中國保健產品行業居領先地位之開發商及營銷商。

#### 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，不敢鬆懈，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創天年素®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。

- 繼續開發新創多肽產品

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，以聯手開發新創之多肽產品。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。

- 加強本集團營銷渠道

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。

- 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建立策略關係，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。