

纖體食品之全球市場

根據Euromonitor於二零零二年十一月刊發有關減肥食品國際市場之報告，以下各項一直為及將會對纖體食品之銷售發展構成影響之趨勢：

- 主要製造商為推廣其品牌而大量投資於傳媒廣告、互聯網網站及名人現身說法等市場推廣活動；
- 代餐產品，預期可提供一種可減肥及控制體重之生活方式，作為嚴格控制飲食及特別運動鍛練以外之另一種選擇；
- 為吸引客戶而引入方便使用之包裝及增添口味；
- 由於發展中國家之生活水平及可動用收入有所改善，肥胖及超重將成為該等國家之消費者健康及心理狀態之一項威脅；及
- 由於這些國家之保健專家建議進食正常食物為減肥及控制體重之更佳方法，故該等國家之纖體食品銷售下跌。

行業概覽

下表呈列於二零零一年按產品類別及國家劃分之纖體食品銷量。

二零零一年按噸計以產品類別及國家劃分之纖體食品銷量

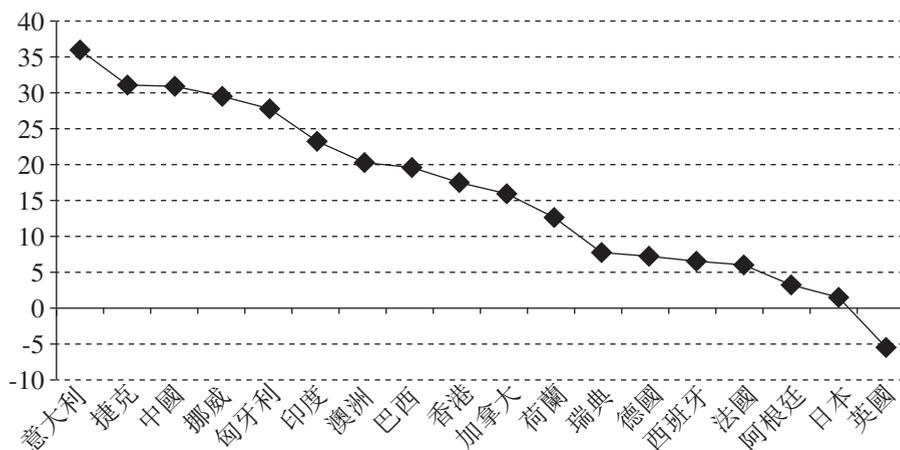
	營養補給品		高纖棒		纖體丸		總計 (噸)
	高蛋白粉						
	(噸)	(佔總額 百分比)	(噸)	(佔總額 百分比)	(噸)	(佔總額 百分比)	
中國	—	—	1,300.0	2%	63,480.0	98%	64,780.0
印度	5,700.0	99%	—	—	29.8	1%	5,729.8
日本	1,234.0	33%	540.0	14%	1,980.0	53%	3,754.0
加拿大	1,206.6	34%	2,365.4	66%	17.6	—	3,589.6
荷蘭	903.0	35%	1,584.0	61%	101.0	4%	2,588.0
意大利	744.0	42%	992.0	57%	14.0	1%	1,750.0
德國	587.8	66%	—	—	303.7	34%	891.5
法國	100.8	16%	370.7	57%	178.1	27%	649.6
西班牙	251.4	61%	36.9	9%	125.7	30%	414.0
捷克	0.2	—	173.0	93%	12.4	7%	185.6
阿根廷	75.6	60%	—	—	51.0	40%	126.6
挪威	—	—	41.7	39%	64.9	61%	106.6
巴西	18.2	39%	25.9	56%	2.2	5%	46.3
英國	—	—	—	—	43.3	100%	43.3
匈牙利	28.1	75%	2.7	7%	6.8	18%	37.6
澳洲	23.9	98%	0.5	2%	0.1	—	24.5
香港	0.2	1%	5.9	25%	17.8	74%	23.9
瑞典	7.6	33%	8.8	39%	6.5	28%	22.9

資料來源：Euromonitor，二零零二年十一月，減肥食品之全球市場

報告將二零零一年之纖體食品分為三大類，分別是營養補給品高蛋白粉、高纖棒及纖體丸。中國於二零零一年之纖體食品銷量約為64,780噸，在全球多個主要市場位列第一，而纖體丸銷售額佔中國纖體食品銷售總額之98%。於二零零一年，香港市場出售約23.9噸纖體食品，而纖體丸銷售額佔香港纖體食品銷售總額約74%。

下表呈列由一九九七年至二零零一年期間全球纖體食品主要市場銷量按噸計之複合年增長率百分比總額。

由一九九七年至二零零一年期間纖體食品銷量按噸計之複合年增長率百分比總額



資料來源：Euromonitor，二零零二年十一月，減肥食品之全球市場

由一九九七年至二零零一年期間，意大利在以噸計之纖體食品銷量中顯示整體最高增長，而其複合年增長率百分比總額約為36.4%。一九九七年至二零零一年期間，中國之複合年增長率百分比總額相對較高，約為31%；而一九九七年至二零零一年期間，香港之複合年增長率百分比總額則屬溫和，約為19%。

香港之纖體食品市場

追隨全球趨勢，香港市民越來越注重健康，並傾向購買更健康、營養豐富及天然之食品。由一九九七年至二零零一年期間，纖體食品之零售銷售價值增長為35.8%，於二零零一年之價值達到116,500,000港元。於二零零一年，市場出現超過100個品牌。

香港之肥胖情況及體重相關之疾病

香港之醫院及診所並無保存任何關於肥胖情況及體重相關疾病數字之官方資料。然而，曾經有研究指出，有關超重及肥胖人口百分比之調查。

一九九七年香港普查統計數字顯示，當時超重及肥胖人士分別佔男性人口比例之30.5%及3.3%，佔女性人口比例之22.1%及3.4%。超重及肥胖人士分別佔二十歲至六十五歲人口比例之29%及3.6%，當時超重及肥胖人士分別佔六十歲或以上人口比例則上升至36.3%及4.8%。

行業概覽

根據Euromonitor之報告，二十五歲至四十五歲之成年人日益注重健康及關注體重相關問題。他們傾向進食低卡路里食物，由一九九五年至一九九八年期間，人均每日卡路里攝取量，由一九九五年約3,250.6千卡路里穩定下降至一九九八年約3,163.43千卡路里，然後於一九九九年攀升至約3,230.8千卡路里。

香港纖體食品零售價

下表呈列由一九九七年至二零零一年期間以產品類別劃分按零售價計算之香港纖體食品零售額。

由一九九七年至二零零一年期間
以產品類別劃分按零售價計算之香港纖體食品零售額

百萬港元 (零售價)

	一九九七年	一九九八年	一九九九年	二零零零年	二零零一年	複合年
						增長率百分比 一九九七年/ 二零零一年
低卡路里餐及 極低卡路里餐 (附註1及2)	—	—	—	—	—	—
代餐及低卡路里療程 (附註3及4)	1.8	1.8	1.8	1.9	1.9	1.9
營養補給品						
— 高蛋白粉	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	2.1
— 高纖棒	1.4	1.4	1.5	1.6	1.7	3.3
纖體丸	66.1	68.0	73.5	83.0	92.7	8.8
抑制食慾藥物	16.5	16.6	17.3	18.7	20.2	5.2
總計	85.9	87.9	94.2	105.3	116.6	7.9

資料來源：Euromonitor, 二零零二年八月，香港之減肥食品

附註：(1)低卡路里餐，(2)極低卡路里餐，(3)代餐，(4)低卡路里療程

Euromonitor有關香港減肥食品之報告將纖體食品分為五類，即低卡路里餐及極低卡路里餐、代餐及低卡路里療程、營養補給品、纖體丸及抑制食慾藥物。於二零零一年，纖體食品行業按零售價計算之現行價值為116,600,000港元，由一九九七年至二零零一年期間之複合年增長率百分比總額為7.9%。

行業概覽

纖體丸佔纖體食品零售額最大份額，於二零零一年佔零售纖體食品市場約79.5%，並錄得按現行零售價計算之零售額達92,700,000港元。纖體丸零售額由一九九七年之66,100,000港元大幅增長約40.2%至二零零一年之92,700,000港元，而由一九九七年至二零零一年期間複合年增長率百分比總額為8.8%。第二大類別為抑制食慾藥物，於二零零一年錄得零售額20,200,000港元，佔纖體食品零售額約17.3%。代餐及低卡路里療程錄得最低增長，由一九九七年至二零零一年期間按複合年增長率計算之增長百分比總額僅為約1.9%，其銷售額之價值於二零零一年約達1,900,000港元。由於產品需求偏低，代餐及低卡路里療程製造商將會逐漸減少在市場上銷售之產品。

根據Euromonitor，下表顯示由二零零一年至二零零六年期間按零售價計算及按產品類別劃分之纖體食品實際(於二零零一年)及預測(由二零零二年至二零零六年)零售額。

由二零零一年至二零零六年期間 以產品類別劃分按零售價計算之香港纖體食品價值

以二零零一年為固定物價(零售價)計算，百萬港元

	二零零一年	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年
	(實際)					
低卡路里餐及 極低卡路里餐 (附註1及2)	—	—	—	—	—	—
代餐及低卡路里療程 (附註3及4)	1.9	2.0	2.0	2.1	2.1	2.1
營養補給品						
— 高蛋白質	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
— 高纖棒	1.7	1.7	1.8	1.9	2.0	2.2
纖體丸	92.7	102.0	114.2	127.9	142.0	157.6
抑制食慾藥物	20.2	21.4	23.1	24.7	26.4	28.0
總計	116.6	127.2	141.2	156.7	172.6	190.0

資料來源：Euromonitor，二零零二年八月，香港之減肥食品

附註：(1)低卡路里餐；(2)極低卡路里餐；(3)代餐；(4)低卡路里療程

根據上述統計數字，纖體食品行業預期於二零零六年達到190,000,000港元之價值，按固定物價計算較二零零一年上升63%。預期纖體丸將繼續雄踞零售市場，於二零零六年之零售價為157,600,000港元，佔纖體食品行業價值約83%。抑制食慾藥物於二零零六年之零售價將達28,000,000港元，與二零零一年比較，於二零零六年將增長39%。

中國纖體食品市場

在主要市場中，中國於二零零一年之纖體食品銷量約為64,780噸，零售額約為人民幣106億元，位列第一。由一九九七年至二零零一年期間，中國之纖體食品零售額複合年增長率之總百分比較高，約為19.7%。纖體丸到目前為止是最大產品類別，於二零零一年零售價值銷售總額逾96%，價值約為人民幣102億元。由一九九七年至二零零一年期間，銷售額因大量宣傳而更強勁。

中國之肥胖情況及體重相關疾病

隨著城市及農村地區生活水平持續改善，由一九九七年至二零零一年期間，脂肪、蛋白質及卡路里之每日攝取量迅速上升，而被視為超重之人口百分比由一九九七年之31%上升至二零零一年之37%。

據Chinese Medical Association於二零零一年進行之調查顯示，中國有約480,000,000人被視為超重，當中有約60,000,000人屬於肥胖，而於一九九七年則錄得超重及肥胖之人士分別約為372,000,000人及48,000,000人，顯示中國於二零零一年之超重及肥胖之人士有明顯增幅。

受心臟病及糖尿病等體重相關疾病影響之人口百分比，亦由一九九七年之0.8%上升至二零零一年之0.9%。

行業概覽

下表呈列由一九九七年至二零零一年期間以產品類別劃分按零售價計算之中國纖體食品零售額。

由一九九七年至二零零一年期間以產品類別劃分之中國纖體食品零售額

人民幣百萬元 (零售價)

	一九九七年	一九九八年	一九九九年	二零零零年	二零零一年	一九九七年/ 二零零一年 %複合年 增長率
低卡路里餐及 極低卡路里餐 (附註1及2)	—	—	—	—	—	—
代餐及低卡路里療程 (附註3及4)	—	—	—	—	—	—
營養補給品						
— 高蛋白粉	—	—	—	—	—	—
— 高纖棒	132.0	140.0	152.0	166.0	184.0	8.7
纖體丸	4,892.0	5,832.0	6,880.0	8,400.0	10,156.0	20.0
抑制食慾藥物	129.0	149.0	171.0	196.0	229.0	15.4
合共	<u>5,153.0</u>	<u>6,121.0</u>	<u>7,203.0</u>	<u>8,762.0</u>	<u>10,569.0</u>	19.7

資料來源：Euromonitor，二零零二年八月，中國之減肥食品

附註：(1)低卡路里餐，(2)極低卡路里餐，(3)代餐，(4)低卡路里療程

由一九九七年至二零零一年期間，纖體食品之零售額錄得超過兩倍之增幅，並於二零零一年錄得銷售價值約人民幣106億元，由一九九七年至二零零一年期間之複合年增長率百分比總額為19.7%。於二零零一年，纖體丸之銷售額約為人民幣102億元，佔纖體食品銷售總額逾96%。增加透過電視及其他視覺媒體如雜誌及報紙等宣傳及推廣主要品牌帶來顯著增幅。大部份產品均藉著電影女明星證明產品之成效。

行業概覽

下表顯示二零零一年至二零零六年期間以產品類別劃分按零售價計算之實際(二零零一年)及預測(二零零二年至二零零六年)中國纖體食品零售額。

由二零零一年至二零零六年期間以產品類別劃分之中國纖體食品零售額

以二零零一年為固定物價(零售價)計算,人民幣百萬元

	二零零一年 (實際)	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年
低卡路里餐及 極低卡路里餐 (附註1及2)	—	—	—	—	—	—
代餐及低卡路里療程 (附註3及4)	—	—	—	—	—	—
營養補給品						
— 高蛋白粉	—	—	—	—	—	—
— 高纖棒	184.0	201.0	219.0	239.0	259.0	280.0
纖體丸	10,156.0	12,065.0	14,273.0	16,728.0	19,656.0	23,017.0
抑制食慾藥物	229.0	264.0	303.0	348.0	399.0	455.0
合共	<u>10,569.0</u>	<u>12,530.0</u>	<u>14,795.0</u>	<u>17,315.0</u>	<u>20,314.0</u>	<u>23,752.0</u>

資料來源: Euromonitor, 二零零二年八月, 中國之減肥食品

附註: (1)低卡路里餐, (2)極低卡路里餐, (3)代餐, (4)低卡路里療程

據上表的統計數字,以二零零一年為固定物價計算,預計纖體食品之零售額將會錄得增幅約124.7%,由二零零一年人民幣106億元上升至二零零六年人民幣238億元。纖體丸將持續佔據中國市場,並預料二零零一年至二零零六年期間銷售額將錄得增長126.6%。欲減肥之消費者願意多花金錢購買其認為有效之產品。

董事認為,隨著注重超重及健康之人口不斷增加,本集團可伺機開拓中國市場。

香港之纖體服務

在香港,參加纖體中心開辦之度身訂造纖體療程以控制體重變得日益流行。香港之纖體中心一般會聘請女性名人作為其代言人,該等纖體中心強調使用纖體設備及其他纖體療程,而毋須做運動或節食。隨著超重之人口日漸上升,董事同時相信香港具有龐大之市場潛力以供本集團增長。

發牌及監管批准

(i) 中醫藥條例

當中醫藥條例有關中成藥之註冊及領牌制度一經生效，香港之中成藥及中成藥業者（包括零售商及批發商）須強制規定註冊及領牌。中醫藥條例亦訂明適用於中成藥之多項條例。

(1) 中成藥註冊

中醫藥條例第120條列明，倘(a)中成藥由製造商於香港製造，(b)倘中成藥在進口香港前於香港以外由(i)進口商；或(ii)由製造商之當地代表或代理製造，則須就中成藥申請註冊。

當中醫藥條例第119條一經生效，除非中成藥已根據中醫藥條例規定註冊，否則任何人將不得銷售或進口或管有任何中成藥。

據公佈，中醫藥條例第120條及第121條將於二零零三年十二月十九日生效。因此，由二零零三年十二月十九日起，可向中藥組提出中成藥註冊之申請。然而，中醫藥條例第119條之實施日期及根據中醫藥條例為中成藥註冊之程序及詳細標準，仍有待中藥組公佈。

(2) 中成藥業者領牌

當中醫藥條例第109條、110條及111條一經生效，任何人如並無領有牌照，不得以零售方式銷售、或向他人配發、或為零售而管有、或以批發方式銷售或分銷、或為批發而管有中醫藥條例附表1及附表2指明之中藥材。

中醫藥條例第109條至111條之實施日期有待公佈。

(A) 中藥材零售商牌照

當中醫藥條例第114條於二零零三年四月三十日一經生效，任何人向中藥組提出申請零售商牌照，須採用中藥組所決定之格式並附有中藥組決定之文件、資料及詳情，包括：

(a) 包括就下述人士而作出之提名：

(i) 一名負責監管中藥材配發的人；及

(ii) 不多於2名副手，其中一名須在該人不在場時執行職務；

(b) 指明該申請所關乎之中藥材；及

(c) 指明該申請所關乎之處所之所在。

根據中醫藥條例第114(3)條規定，中藥組如信納提出之申請符合根據中藥規例第3條之領牌規定，則在中醫藥(費用)規例第2條訂明費用繳付後，可在所施加之條件或限制之規限下，發出中藥材零售商牌照。

中藥規例第3條訂明關於零售商牌照申請之領牌規定：

(a) 該申請所關乎之處所符合衛生；

(b) 該處所內留有足夠空間及備有足夠和適當之設施以貯存中藥材；

(c) 在有任何附表1藥材會與任何附表2藥材或慣常獲華人作藥用源於植物、動物或礦物之物料貯存在同一處所內之情況下，已作出安排使該附表1藥材與該附表2藥材或該物料能有效地分開貯存；

(d) 會於該處所內配發中藥材之情況下，該處所內留有足夠空間及備有足夠和適當之設施以配發中藥材；

(e) 該處所在所有其他方面均適合進行中藥材零售業務；及

(f) 該申請所提名之每名負責人均符合中藥規例附表1第1條所列明在知識及經驗方面之最低要求。

根據中醫藥條例第114(4)條規定，中藥組如認為為公眾利益而有此需要，則可拒絕提出之申請。

中醫藥(費用)規例第2條及中藥規例第3條於二零零三年四月三十日生效。

(B) 中藥材批發商牌照

當中醫藥條例第115條於二零零三年四月三十日一經生效，任何人向中藥組提出申請中藥材批發商牌照，須採用中藥組所決定之格式並附有中藥組所決定之文件、資料及詳情，指明該申請所關乎之中藥材，以及指明該申請所關乎之處所之所在。

根據中醫藥條例第115(3)條規定，中藥組如信納提出之申請符合根據中藥規例第4條之領牌規定，則在中醫藥(費用)規例附表第1項訂明費用繳付後，可在所施加之條件或限制之規限下，發出中藥材批發商牌照。

中藥規例第4條訂明關於中藥材批發商牌照申請之領牌規定：

- (a) 該申請所關乎之處所符合衛生；
- (b) 該處所內留有足夠空間及備有足夠和適當之設施以貯存中藥材；
- (c) 在有任何附表1藥材會與任何附表2藥材或慣常獲華人作藥用源於植物、動物或礦物之物料貯存在同一處所內之情況下，已作出安排使該附表1藥材與該附表2藥材或該物料能有效地分開貯存；及
- (d) 該處所在所有其他方面均適合進行中藥材批發業務。

中醫藥條例第115(4)條規定，中藥組如認為為公眾利益而有此需要，則可拒絕提出之申請。

當根據中醫藥條例第XV部第139條於二零零三年四月三十日生效時，中藥組可將任何牌照暫時吊銷一段由中藥組決定之時間、撤銷任何牌照、更改任何牌照之發牌條件或限制；或向根據中醫藥條例第114條及115條發出之牌照持有人發出警告，倘

- (a) 中藥組根據中藥業監管小組之建議，認為為公眾利益而有需要如此行事；
或

(b) 中藥組根據中藥業監管小組之建議，信納有關牌照持有人：

- (i) 沒有遵從該牌照之發牌條件或限制；
- (ii) 沒有遵從或沒有執行就其行業之實務所訂明之條件或職責；或
- (iii) 曾被裁定犯中醫藥條例所訂之任何罪行。

中醫藥條例第4條及中醫藥(費用)規例附表第1項於二零零三年四月三十日生效。

由於本集團並不涉及中藥材之批發業務，故董事確認，本集團毋須根據中醫藥條例取得中藥材批發牌照。

(C) 中成藥之批發商

中醫藥條例第134條生效時，任何人士不得在無牌情況下以批發方式銷售或分銷、或為批發而管有任何中成藥。

中醫藥條例第135條於二零零三年四月三十日生效時，中成藥批發商牌照之申請須向中藥組提出，並須採用中藥組所決定之格式並附有中藥組所決定之文件、詳情及其他物料，以及指明該申請所關乎之處所之所在。

根據中藥規例第135(2)條，中藥組如信納根據中醫藥條例第6條提出之申請符合訂明之領牌規定，則在中醫藥(費用)規例附表第3項所訂明費用繳付後，可在中藥組施加之條件或限制之規限下，發出中成藥批發商牌照。

中醫藥條例第6條載有以下關於中成藥批發商牌照申請之訂明領牌規定：

- (a) 該申請所關乎之處所符合衛生；
- (b) 該處所內留有足夠空間及備有足夠和適當之設施，以貯存中成藥；及

(c) 該處所在所有其他方面均適合進行中成藥批發業務。

中醫藥條例第135(3)條規定，中藥組如認為為公眾利益而有此需要，則可拒絕提出之申請。

中藥規例第6條及中醫藥(費用)規例附表第3項將於二零零三年四月三十日生效。

多個中藥業者牌照的有效期一般不超逾兩年。持牌人可支付指定費用申請於到期時續牌。中藥組為了公眾利益緣故，可能不會考慮批准續牌申請。

董事已確認，於二零零三年六月，本集團若干成員已申請中成藥批發牌照及中藥材零售商牌照，倘中醫藥條例之有關條文生效，將申請註冊中成藥。中成藥批發商牌照之申請人為修身堂有限公司及崇光，而中藥材零售商牌照之申請人為修身堂健康纖體服務中心(尖沙咀)有限公司、修身堂健康纖體服務中心(銅鑼灣)有限公司及修身堂健康纖體服務中心。鑑於纖體中心或會從事銷售本集團含有中藥材之產品，及本集團之註冊中醫將於纖體中心提供可能涉及中醫藥條例所指明之中藥材配發之顧問服務，因此，本集團之有關成員須根據中醫藥條例取得中藥材零售商牌照。本公司須於二零零三年七月十五日或之前提交有關申請，而本集團全部申請已於二零零三年六月提交，於最後實際可行日期仍有待批准。董事相信，鑑於(1)本集團用以儲存中藥材及中成藥之倉庫有足夠空間支持本集團之業務；(2)倉庫內有充足之倉架及儲存櫃作儲存用途，而控制昆蟲、嚙齒目動物、濕度及霉菌之設備齊全；(3)大廈內有足夠空間及合適之量度設備以及鄰近地區並無可污染本集團產品之污染來源；(4)本集團之大廈在各方面均適合進行中藥材及中成藥之零售或批發業務；及(5)本集團已僱用具有必需知識及經驗之人士監督於纖體中心之中藥材配發，本集團已達到根據訂明條例取得有關牌照之先決條件。根據上文所述，法律顧問已向董事提供意見，表示本集團有關成員在根據中醫藥條例取得有關牌照上將不會遇到任何重大法律障礙。然而，倘中藥組認為由於公眾利益，牌照之申請可能會被拒絕，而中藥組亦可在授出牌照時酌情施加條件。

根據中醫藥條例第138條，於二零零零年一月三日進行中成藥批發業務及於該期間內根據中醫藥條例向中藥組申請批發商牌照(由中藥組決定)，被視為已獲授牌照。該牌照將一直生效，直至(a)發出有關牌照；或(b)拒絕其牌照之申請或(c)衛生福利及食物局局長於憲報刊發通知可能指定或公佈之該其他日期(以較早者為準)。

董事已確認，於二零零零年一月三日，崇光正進行中成藥批發業務。由於崇光於中藥組指定之期限內提交申請，故在等待牌照發出期間，根據中醫藥條例第138條之過渡安排，崇光被視為已獲授牌照，因此仍可繼續進行該業務。

(3) 中成藥須加上標籤

根據中醫藥條例第142條，任何中藥材批發商須在或須安排在任何中藥材之容器上以訂明方式附加或印刷標籤。

根據中醫藥條例第143條，除非有關中成藥之包裝是以訂明方式加上標籤的，否則任何人不得銷售該中成藥或為銷售而管有該中成藥。中醫藥條例第144條規定，任何人不得銷售或為銷售而管有，任何並無附有符合訂明規定之說明書之中成藥。

中醫藥條例第142條至144條之實施日期有待公佈。當中醫藥條例下之有關條文實施後，本集團須(其中包括)在香港出售之中成藥包裝之標籤上載上若干資料，包括藥品名稱、超過有效成份總數一半之名稱、生產藥品之國家名稱、藥品之註冊號碼、其設計及到期日。董事不預期本集團在遵照該等規定上將遇到任何困難，並確認本集團將於生效時遵照有關法定監管規定。

(4) 藥劑業及毒藥條例之相應修訂

當中醫藥條例第163條於二零零三年十二月十九日生效時，將修訂藥劑業及毒藥條例第37條。藥劑業及毒藥條例第37條之新條文訂明(其中包括)藥劑業及毒藥條例將不適用於中醫藥條例第2條所定義之中藥材或中成藥或慣常獲華人作藥用源於植物、動物

或礦物之物料之銷售、製造、配發或合成，但仍適用於含有任何該等中藥材或中成藥或慣常獲華人作藥用源於植物、動物或礦物之物料作為有效成分之藥劑製品。

(5) 進出口條例之相應修訂

當中醫藥條例第171至174條一經生效，中成藥將獲納入進出口(一般)規例附表1及附表2之項目之一，進出口(一般)規例訂明進出口中成藥需要進出口牌照。當該等條文生效時，本集團產品將須符合進出口條例有關中成藥之進出口條文。中醫藥條例第171至174條之實施日期有待公佈。

(6) 公眾衛生及市政條例之相應修訂

當中醫藥條例第162條於二零零三年十二月十九日生效，「藥物」之定義包括人內服或外用之中藥材或中成藥。本集團將須符合公眾衛生及市政條例第五部有關食物及藥物之規定。

(7) 不良醫藥廣告條例之相應修訂

當中醫藥條例第167條於二零零三年十二月十九日生效，不良醫藥廣告條例界定之「藥物」中包括中藥材或中成藥。

根據不良醫藥廣告條例第2(2)條，就該條例而言：

- (a) 出售或供應、或要約出售或要約供應、或為出售或供應而展示任何藥物、外科用具或療法，而該等藥物、外科用具或療法是載於附有標籤之容器或包裹內的，即構成廣告之發布；
- (b) 在載有任何藥物、外科用具或療法之容器或包裹內提供有關該藥物、外科用具或療法之資料，或提供有關任何其他藥物、外科用具或療法之資料，並不構成廣告之發布。

根據不良醫藥廣告條例第3條，任何人不得發佈或安排發佈任何可能導致他人為治療患上該條例所指明之疾病或病理情況之人，或預防人類染上該條例所指明之疾病或病理情況，除非根據不良醫藥廣告條例第5條證明廣告只載於屬技術性質之刊物，而該刊物為主要擬在該條例所述類別之人士（包括根據中醫藥條例註冊或表列中醫）當中流通者，即為免責辯護。

(8) 不良醫藥廣告條例有關若干禁止健康聲稱之建議修訂

香港衛生署於二零零三年九月二十六日發出諮詢文件，建議納入下列9類禁止健康聲稱作為不良醫藥廣告條例之新附表：

- 調節人體糖份或葡萄糖，包括改變胰臟功能
- 調節血壓
- 調節血脂或膽固醇
- 預防、消除或治療乳房腫塊
- 調節泌尿生殖系統功能，包括改善泌尿生殖毛病之徵狀
- 調節內分泌系統功能，包括維持或改變激素分泌
- 有關纖體或減少人體脂肪之聲稱，包括燒脂、消除脂肪、控制食慾、吸收脂肪及消除水腫
- 調節人體對抗疾病之免疫系統，包括癌症、慢性疾病及感染；或改變治療效果，如化學治療及放射治療等
- 宣傳排毒

香港衛生署表示市場參與者可於18個月之寬限期內作出改變及準備，以遵照新規定。諮詢期將於二零零三年十一月十五日結束。

(ii) 發牌及醫生之批准

根據醫生註冊條例，西醫須根據醫生註冊條例向香港醫務委員會註冊，方獲准在香港行醫及進行手術。

根據中醫藥條例，中醫須根據中醫藥條例表列或註冊，方獲准在香港行醫。