

歷史與發展

蘇州朗力福於一九九六年四月二十六日在中國成立為一家中外合資經營企業，生產與銷售含天然成份的保健相關產品，例如珍珠粉膠囊、龜蛇粉、純蛇粉或蛇膽雪蛤王。蘇州朗力福於成立時的註冊資本為200,000美元，其中100,000美元為楊先生（當時透過吳縣西湖農工商供銷公司（「西湖公司」））所應佔，而餘下100,000美元則為康業國際貿易公司（「康業公司」）所應佔。蘇州朗力福的組建經吳縣市對外經濟貿易委員會（「吳縣外經貿委」）於一九九六年四月十五日核准。

康業公司是一家在美國加利福利亞州成立的牟利公司，乃由牛超明及馮一慈實益擁有，彼等均為獨立人士，與本公司的任何董事、行政總裁、初期管理層股東或主要股東或彼等各自的任何聯繫人士概無關連。

西湖公司是於一九九三年三月十五日在中國成立，為西湖村居民集體擁有的集體所有制企業，其註冊資本為人民幣800,000元，經營範圍為涉及金屬、煤、建材、農產品及附屬產品的項目和其他工業項目的開發，以及當地工業產品的分銷。

一九九六年二月十八日，楊先生與西湖公司訂立一項買賣協議，據此，楊先生以人民幣423,060元之代價，向西湖公司購入蘇州吳縣渭塘鎮西湖村總面積約429平方米的廠房物業（「西湖廠房物業」），以供蘇州朗力福使用。代價乃按公平原則基準及由訂約雙方經磋商後達成的互惠協議而達致，其後由楊先生於一九九六年以現金分兩期支付。

楊先生（當時透過西湖公司）應佔蘇州朗力福的註冊資本金額是藉注入西湖廠房物業連同若干生產設施而繳足，康業公司應佔的出資額則以現金繳足。由於西湖廠房物業位於西湖村，楊先生遂透過西湖公司注入西湖廠房物業連同相關生產設施。中國法律顧問認為，就成立蘇州朗力福的所有批文均屬有效並由適當的主管機構發出，而所有法律及行政程序已妥善辦理。

於一九九七年二月二十日，楊先生（當時透過西湖公司）與康業公司就修訂合營協議的相關條文及蘇州朗力福的公司組織章程細則訂立協議，據此，蘇州朗力福的註冊資本已建議由200,000美元增至220,000美元。楊先生（當時透過西湖公司）和康業公司應佔註冊資本的金額分別為110,000美元及110,000美元。該協議已於一九九七年二月二十五日獲吳縣外經貿委批准。據董事表示，建議該增資的原意為注入額外營運資金，以應付蘇

州朗力福的擴展需要。然而，楊先生（當時透過西湖公司）及康業公司並無支付彼等各自應佔的註冊資本增幅。根據中國法律顧問，蘇州朗力福已就該增資取得批准，惟並無就該增資向當地工商管理局登記。因此，有關該增資的批准並無成為有效。

於一九九八年三月二十日，西湖公司、吳縣市渭塘鎮集體資產經營公司（「渭塘公司」）（渭塘公司是具有獨立法人地位並按集體基準擁有的渭塘鎮集體所有制企業，乃於一九九六年九月二十六日在中國成立，其註冊資本為人民幣100,000,000元，經營範圍為資產管理及相關業務）與康業公司就蘇州朗力福的股權變動而訂立協議。根據協議，各方同意(i)楊先生（透過西湖公司）已獲批的該部分註冊資本出資額將予撤回；(ii)蘇州朗力福的註冊資本會增至400,000美元；及(iii)楊先生（當時透過渭塘公司）將以廠房物業形式注入相等於300,000美元的該部分註冊資本。在有關改動後，楊先生（當時透過渭塘公司）應佔註冊資本的金額為300,000美元，而康業公司應佔的金額為100,000美元。協議於一九九八年三月三十一日經吳縣外經貿委核准。

根據楊先生與渭塘公司於一九九八年六月十二日訂立之買賣協議，楊先生以人民幣1,980,000元之代價，向渭塘公司購入蘇州吳縣渭塘鎮蘇渭路11號的廠房物業（「蘇渭廠房物業」），以作擴建之用。代價乃按訂約雙方經磋商後達成的互惠協議而達致，其後由楊先生於一九九八年至二零零零年期間以現金分四期支付。

楊先生（當時透過渭塘公司）應佔註冊資本的金額是藉於一九九八年六月十五日注入總建築樓面面積約為2,050平方米的蘇渭廠房物業而繳足。據董事表示，進行蘇州朗力福的註冊資本增資、轉讓及撤回楊先生（當時透過渭塘公司）以西湖廠房物業及相關生產設施為主的出資，是基於搬遷廠房物業以配合本集團擴展業務需要。由於蘇渭廠房物業（楊先生透過渭塘公司注入蘇州朗力福作為其註冊資本的一部分）較易連接及地理位置較方便，而該物業是在西湖村範圍以外，西湖公司指出，為易於行政管理，楊先生較適宜利用其他實體作出其投資。據此，楊先生透過渭塘公司作出投資。中國法律顧問認為，就有關註冊資本增資及轉讓的所有批文均屬有效並由負責及主管當局吳縣外經貿委發出，而所有法律及行政程序已妥善辦理。

於二零零零年三月二十九日，楊先生（當時透過渭塘公司）及康業公司訂立一項協議以修訂合營協議之若干條款及蘇州朗力福的公司組織章程，據此，雙方建議將蘇州朗力福的註冊資本由400,000美元增加至1,500,000美元。楊先生（當時透過渭塘公司）應佔的註冊資本金額為300,000美元，而康業公司應佔的金額則為1,200,000美元。該協議已於二零零零年四月十一日獲吳縣外經貿委批准。據董事表示，建議該增資的原意為注入額外營運資金，以應付蘇州朗力福的擴展需要。然而，各方並無支付有關增資。根據中國法律顧問，蘇州朗力福已就該增資取得批准，惟蘇州朗力福並無就該增資向當地工商管理局登記。因此，有關該增資的批准並無成為有效。

於二零零二年四月二十日，渭塘公司、康業公司、蘇州天成投資有限公司（「天成」）與劉卓如先生訂立買賣協議。於二零零二年四月二十六日，渭塘公司與天成訂立補充買賣協議。根據上述協議，75%註冊資本議定由渭塘公司轉讓予天成，而25%註冊資本則議定由康業公司轉讓予劉卓如先生。由於天成的99.93%註冊資本均由楊先生出資及擁有，因此，各方遂認為天成無需為轉讓支付代價，故並無就渭塘公司向天成的轉讓支付任何代價。從康業公司轉讓予劉卓如先生的代價為人民幣5,900,000元（即蘇州朗力福於二零零一年十二月三十一日的經審核資產淨值25%）。

天成是在中國成立的有限公司，其當時之註冊資本為人民幣15,000,000元，其中33.3%、40%及26.7%分別以包小妹女士（楊先生的妻子）、陳中璋先生（楊先生的女婿）及朱凌瑤女士（楊先生的媳婦）名義登記。根據於二零零二年二月八日由楊先生與上述登記持有人訂立的投資安排協議，楊先生就天成註冊資本出資人民幣14,990,000元，餘下人民幣10,000元由其妻子包小妹女士出資。該等出資按33.3%、40%及26.7%的比例分別以包小妹女士、陳中璋先生及朱凌瑤女士名義登記。據此，天成的註冊資本分別由楊先生及包小妹女士實益擁有99.93%及0.07%。楊先生希望保持較低調的形象，遂安排其親屬設立天成。應包小妹女士的要求，楊先生同意餘下人民幣10,000元由包小妹女士出資。除陳中璋先生外，天成其他股東在過去或現時於本集團均並無擔當任何職務。

於二零零二年四月二十日，蘇州朗力福董事會議決增加蘇州朗力福的註冊資本，由400,000美元增至人民幣12,400,000元，天成及劉卓如先生應佔註冊資本的金額分別為人民幣9,300,000元及人民幣3,100,000元。註冊資本增資及轉讓均獲蘇州市相城區對外貿易經濟合作局（「相城區外經貿局」）於二零零二年五月二十七日核准。註冊資本的增資額藉將蘇州朗力福的未分配純利撥充資本而繳付。據中國法律顧問表示，由負責及主管當局相城區外經貿局就有關轉讓及註冊資本增資發出的批文均屬有效，而所有法律及行政程序已妥善辦理。

據董事表示，於二零零二年四月進行上述轉讓的理由如下：

- (i) 由於渭塘公司實行將本身持有的物業與代表其他人士持有的物業分開處理的內部政策，渭塘公司建議楊先生就彼所持有的蘇州朗力福投資自行作出安排，而楊先生認為，將蘇州朗力福相關股東由渭塘公司改為天成，實屬適當；及
- (ii) 據董事所理解，康業公司有意於可行情況下盡早出售其於蘇州朗力福的股權並獲取出售所得款項。

於二零零三年二月十六日，天成與劉卓如訂立新合營協議及蘇州朗力福公司組織章程細則，據此，建議將蘇州朗力福的註冊資本由人民幣12,400,000元增至人民幣23,600,000元。天成及劉卓如應佔註冊資本的金額分別為人民幣17,700,000元及人民幣5,900,000元。協議經相城區外經貿局於二零零三年三月二十六日核准。註冊資本的增資額藉將蘇州朗力福的未分配純利撥充資本而繳付。據董事表示，進行增資旨在擴大資本基礎以擴充業務及配合獲取貸款融資的條件。中國法律顧問認為，就有關增資的所有批文均屬有效並由負責及主管當局相城區外經貿局發出，而所有法律及行政程序（包括所有外匯兌換的正式手續）已妥善辦理。

於二零零三年二月十八日，天成、劉卓如與Wallfaith（本集團的中介控股公司）訂立買賣協議，據此，75%註冊資本議定由天成轉讓予Wallfaith，而25%註冊資本則議定由劉卓如轉讓予Wallfaith。天成向Wallfaith轉讓的代價為17,700,000港元（相等於蘇州朗力福於二零零二年十二月三十一日的經審核資產淨值75%），劉卓如向Wallfaith轉讓的代價為人民幣5,900,000元（相等於蘇州朗力福於二零零二年十二月三十一日的經審核資產淨值25%）。協議經相城區外經貿局於二零零三年三月三十日核准。在有關改動後，註冊資本額已全數由Wallfaith所應佔，蘇州朗力福於二零零三年四月三十日從中外合營企業變成外商獨資企業。

中國法律顧問認為，就上述轉讓及將蘇州朗力福的法律地位更改為外商獨資企業的所有批文均屬有效，並由負責及主管當局相城區外經貿局發出，而所有法律及行政程序（包括所有外匯兌換的正式手續）已妥善辦理。

就天成轉讓蘇州朗力福的75%註冊資本予Wallfaith的代價為人民幣17,700,000元，已於二零零三年七月七日用Wallfaith以現金支付予天成。就劉卓如轉讓25%註冊資本予Wallfaith的代價人民幣5,900,000元，已藉於二零零三年九月二十六日發行及配發25股Wallfaith的股份予劉卓如予以支付。據董事表示，進行轉讓旨在將蘇州朗力福重組為一家外商獨資企業，藉以為籌備股份在創業板上市而理順本集團的架構。

中國法律顧問認為，就上述轉讓的所有批文均屬有效並由負責及主管當局發出，而所有法律及行政程序及規定已妥善辦理及／或遵行。

為籌備股份在創業板上市，本公司在開曼群島註冊成立，並已進行集團重組以理順本集團的架構。就有關重組而言，楊先生(i)以送贈方式向其他初期管理層股東轉讓本公司當時已發行股本合共約19.97%，作為彼等對本集團作出貢獻的獎勵，及(ii)以人民幣5,900,000元的代價向劉卓如先生購入本公司已發行股本的25%。有關重組的詳情載於本招股章程附錄五「公司重組」一段。

為提昇本集團的製造能力，本集團於二零零三年七月成立蘇州別特福。蘇州別特福是根據於二零零三年三月二十五日相城區外經貿局簽發的批覆函及江蘇省人民政府簽發的批覆證明並由Smiston Technology出資設立的一家外商獨資企業。蘇州別特福的註冊股本為300,000美元。根據蘇州天安會計師事務所於二零零三年九月二十九日發出的驗資報告，蘇州別特福的註冊股本已獲繳足。

蘇州別特福已在蘇州朗力福廠房毗鄰設立其生產廠房，以便管理及監督，並自二零零三年十一月起開始營運。蘇州別特福經營範圍為生產銷售日用生化產品、保健酒（需要專項審批的項目只能在取得有關批文後方可經營）。據董事所述，蘇州別特福預期將會製造及分銷若干酒類營養產品及現時由蘇州朗力福製造並以年輕一代為目標客戶的營養身體護理產品。此外，蘇州別特福已計劃開發及調整產品組合和配方，迎合年輕一代的口味和喜好。蘇州別特福亦計劃能給予年輕一代一種專為年青人提供個人化護理的產品的形象。蘇州別特福的詳盡公司資料詳載於本招股章程附錄五「本集團的中國外商獨資企業的其他資料」一段。

中國法律顧問認為，成立蘇州別特福的程序為合法及有效，並已取得所有必要的政府批文，及已遵守及／或符合所有法律及行政程序及規定。

Smiston Technology現為蘇州別特福100%股權的擁有人。中國法律顧問認為，其持有蘇州別特福的100%股權乃為合法及有效。

楊先生於往績期間為蘇州朗力福約75%股權的最終實益擁有人

如上文「歷史與發展」一段所述，楊先生於一九九八年透過渭塘公司將蘇渭廠房物業注入蘇州朗力福，以履行繳付其應佔蘇州朗力福註冊資本部分股款的責任。根據一份於一九九八年三月二日生效由渭塘公司發出的授權委託書（「渭塘授權委託書」），楊先生有權出席蘇州朗力福註冊資本持有人大會、在蘇州朗力福註冊資本持有人會議記錄和決議案上作為一名蘇州朗力福註冊資本持有人簽署，並承擔一名蘇州朗力福註冊資本持有人的該等責任、權利和義務。根據日期為二零零二年四月二十日並由渭塘公司發出的確認書，渭塘公司重新確認楊先生為蘇州朗力福註冊資本中75%股權的真正持有人。本公司的中國法律顧問競天公誠律師事務所（「競天」）表示，在考慮過上述文件及其他文件和經審閱資料後，彼等認為就該75%蘇州朗力福股權而言，楊先生為委託投資關係下的委託人而渭塘公司則為代理或受託人。按照中國法律，該種委託投資關係乃合法及有效，並得到中國法律的保護，而楊先生是實際上享有蘇州朗力福75%股權的法定資本持有人權利的人士。

如上文「歷史與發展」一段所述，渭塘公司於蘇州朗力福的權益於二零零二年四月轉讓予天成。天成的99.93%註冊資本由楊先生出資。一份日期為二零零二年二月八日的委託投資合同（「天成投資合同」）已由(a)楊先生作為委託人；及(b)包小妹女士、陳中璋先生和朱凌瑤女士（統稱「代理人」）作為代理或受託人訂立。根據天成投資合同，楊先生有權出席天成股東大會並行使有關投票權，及指示代理人按照其指令以行使彼等作為天成股權登記持有人的權利。根據天成投資合同，各代理人有責任依照楊先生的指示行使彼等各自作為天成股權登記持有人的權利。根據天成投資合同，楊先生有權於天成清盤時取得任何盈餘資產、要求將其姓名（代代理人的姓名及無需任何代價）加入為天成登記股本持有人，並獲得（其中包括）天成股本持有人的權利。競天表示，在考慮過上述文件及其他文件和經審閱資料後，彼等認為楊先生在所有關鍵時間均為天成的合法及實際控股股東。

競天亦表示，於各個關鍵時刻，上述楊先生與（其中包括）渭塘公司、陳中璋先生、朱凌瑤女士和包小妹女士的委託投資關係，在法律上有效並可依據中國法律強制執行。

董事和保薦人知悉，在普通法法制下，一間公司的股本或股份的實益擁有人一般享有以下權利：(i)出席股東（或股本持有人）大會及行使股份或股本所附根據有關公司組織章程文件賦予的投票權的權利；(ii)將其姓名登記成為有關股份（或股本）持有人的權利，及要求將其姓名（代替其代理人或信託人）登記為股份或股本持有人；(iii)享有有關股份或股本所附股息或其他分派的權利；及(iv)處理（例如質押）或轉讓有關股份或股本的權利。

董事注意到，根據涇塘授權委託書及天成投資合同，楊先生享有上述所有權利。此外，根據涇塘授權委託書，楊先生須要承擔（其中包括）蘇州朗力福註冊資本的持有人的責任和義務。此外，天成投資合同規定，楊先生會獨自承擔透過代理人投資天成引致在天成蒙受的任何損失。董事及保薦人認為，只有實益擁有人（而非代理人）會承擔此等虧損風險。

在上述基礎上以及考慮過競天提供的意見及經審閱文件後，董事及保薦人認為，於往績期間，楊先生(a)透過與涇塘公司的委託安排（以涇塘授權委託書為憑）而作為蘇州朗力福75%股權的實益擁有人；及(b)透過天成投資合同而作為天成約99.93%股權的實益擁有人，並繼而於關鍵時間持有蘇州朗力福75%股權。因此，於往績期間，本集團的擁有權並無任何重大變動。

蘇州朗力福的分公司

於最後可行日期，蘇州朗力福有60家分公司或經營部。根據中國適用法例及規例，各分公司或經營部須持有分公司營業證照、稅務登記證及衛生許可證，才可進行其業務活動。於最後可行日期，蘇州朗力福各分公司及經營部均持有上述分公司營業證照、稅務登記證及衛生許可證，惟下列者除外：

1. 哈爾濱分公司尚未申領衛生許可證
2. 廈門經營部尚未申領衛生許可證
3. 大連分公司尚未申請衛生許可證
4. 邯鄲經營部尚未申領衛生許可證
5. 武漢經營部尚未申請重續衛生許可證

6. 無錫經營部尚未申請重續衛生許可證
7. 金華分公司尚未取得重續分公司營業執照

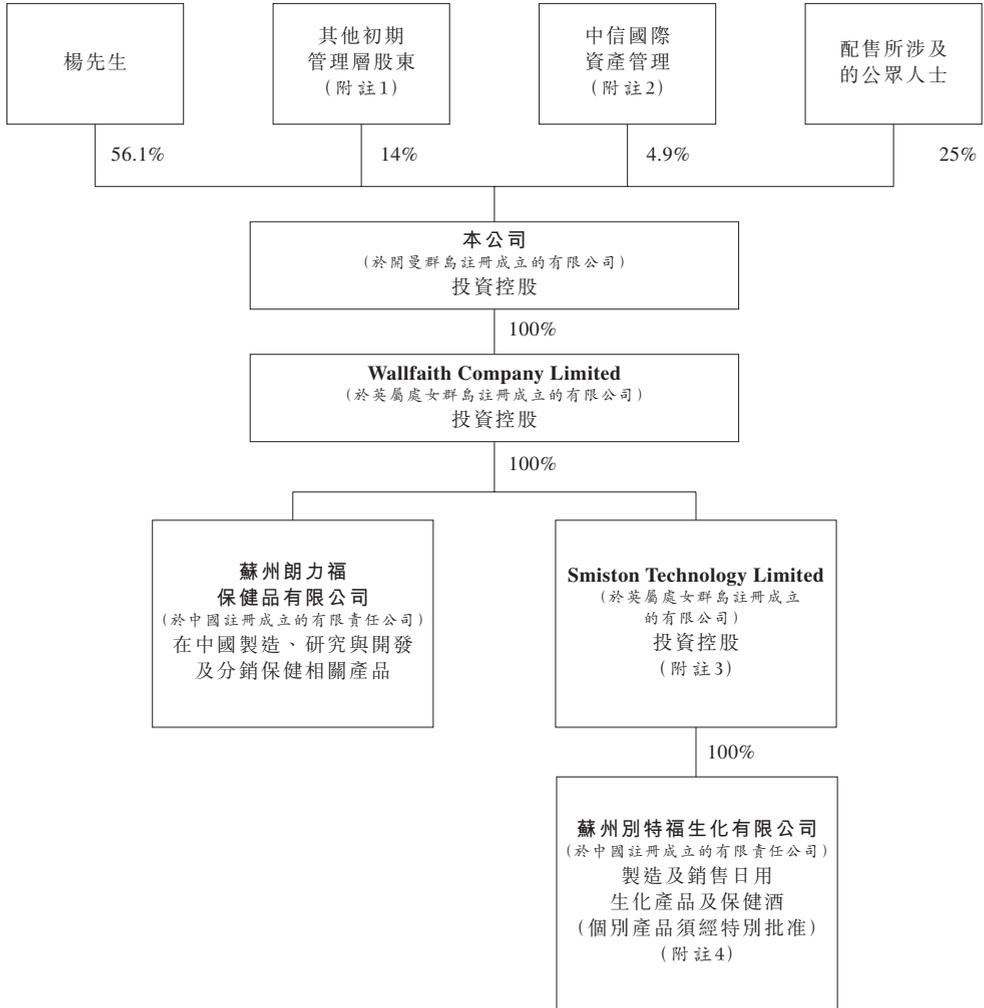
據董事所述，上述經營部及分公司並無從事健康食品分銷業務。中國法律顧問已查證該等經營部及分公司無需取得衛生許可證。

據董事所述，彼等並不知悉有任何因素或情況，將會對蘇州朗力福上述各分公司及經營部向有關中國機關申請或重續（視情況而定）其各自的營業執照、衛生許可證及其他許可證或登記證，構成重大不利影響，而此意見已獲本公司中國法律顧問確認。

業 務

集團架構

下圖載列於完成配售、資本化發行及發行換股股份後本公司的持股架構及本集團的公司架構：



業 務

附註：

1. 於完成配售、資本化發行及發行換股股份後，其他初期管理層股東的持股量詳情如下：

姓名	所持股份數目	持股量
張三林(執行董事、蘇州朗力福的董事、楊先生的妹夫、周生元先生的襟弟、楊順峰先生及包建根先生的叔舅)	25,000,000	5%
楊順峰(執行董事、蘇州朗力福的董事、楊先生的兒子及張三林先生、周生元先生及包建根先生的家屬)	10,000,000	2%
周生元(蘇州朗力福的董事、楊先生的妹夫及張三林先生、楊順峰先生及包建根先生的家屬)	10,000,000	2%
李錦森(蘇州朗力福的高級管理人員)	10,000,000	2%
姚鋒(執行董事)	10,000,000	2%
包建根(蘇州朗力福的高級管理人員、楊先生的外甥及張三林先生、楊順峰先生及周生元先生的家屬)	5,000,000	1%

2. 中信國際資產管理及其股東為獨立人士，與本公司或其附屬公司的任何董事、行政總裁、初期管理層股東或主要股東或彼等各自的任何聯繫人士概無關連。

3. 於重組完成前，Smiston Technology全部已發行股本共50,000美元(分為50,000股每股面值1美元的股份)乃由楊先生的兒子楊順峰先生以信託形式代楊先生持有。

4. 根據蘇州別特福的營業許可證，其業務範疇包括「生產及銷售供日常使用的生化產品及保健酒(就該等須要特定審批的項目而言，只能於取得相關審批後方可開始)」。蘇州別特福已於中國蘇州渭塘鎮鎮南路1號(亦稱為中國江蘇省蘇州市相城區渭塘鎮蘇渭路11號)以蘇州別特福名稱設立一全新生產設施，以擴大現有產品的產能，並由二零零三年十一月起開始營運。預期蘇州別特福所製造及出售的產品種類乃為蘇州朗力福目前按上述業務範疇所製造的產品。因此，蘇州別特福進行業務所需的有關測試、執照、許可、批文及證書，與適用於蘇州朗力福的類同。待蘇州別特福的生產設施通過有關測試後，生產執照將予授出，而本集團將轉移部分現由蘇州朗力福生產的產品至蘇州別特福生產。蘇州別特福擬定的產能約為蘇州朗力福的20%至30%，而蘇州別特福的預計營業額及溢利貢獻亦約為蘇州朗力福的20%至30%。

據董事所述，預期蘇州別特福將生產及分銷蘇州朗力福現時所生產的若干酒類營養品及營養身體護理產品，該等產品乃以年輕人士為顧客對象。此外，蘇州別特福計劃開發及調整其產品組合及處方，務求切合年輕人士的口味和喜好。蘇州別特福亦計劃給予年輕一代一種專為年青人提供個人化護理的產品的形象。

概覽

本集團以本身品牌在中國從事製造、研究、開發及分銷保健相關產品，大部分產品含有龜、蛇、珍珠、羊胎盤、靈芝、人蔘、蘆薈等天然材料或其部分，並透過不同形式及媒介提供使用，以切合不同需要及環境。本集團的產品大多數含有該等天然成份，並可包裝或分解為不同形態，如某些天然成份可內藏於膠囊及包裝形式或酒品內，並作為品牌營養品銷售；亦可蘊藏於乳霜、洗髮露或牙膏，並作為品牌身體護理產品銷售。

根據《保健食品管理辦法》，「保健食品」的定義為確認具有特定健體效用的食品。符合《保健食品管理辦法》對「保健食品」的定義的本集團產品包括龜蛇粉、靈芝胎盤膠囊、補鈣膠囊、骨鈣膠囊、珍珠粉膠囊、珍珠西洋蔘膠囊及祛斑養顏膠囊。另一方面，本招股章程內所用「保健相關」一詞，指按董事所相信普遍可提升人類健康的該等中國傳統天然成份。再者，所有本集團的產品均依照現行與保健相關的有效法規受到衛生部監管。因此，本集團的產品一般稱為「含天然成份的保健相關產品」。

蘇州朗力福已在江蘇省建立起知名兼聲譽甚高的品牌名稱。

董事並不知悉有任何報告、研究或測試顯示本集團的產品不適合人類服用或所含有害物質或成份超出適用於中國的安全水平。

董事認為，現代人非常注重其健康狀況，並更為意識到優質飲食的重要性，且一向著重改善及保持本身的身體健康，因此保健相關產品可能日益普及且深受歡迎。本集團現時分銷逾60種產品，包括龜蛇粉、靈芝胎盤膠囊、補鈣膠囊、龜蛇酒及黑芝麻洗髮露。

產品

本集團產品及業務的一般共同性質

- (i) 運用從天然成份開發出保健相關產品的專門生產技術自然發展產品

自本集團於一九九六年四月成立以來，本集團已從事開發、製造及銷售含天然成份的營養產品。隨著對營養產品商品化的經驗累積，並經過多番努力研究，楊先生及其研發隊伍已具備能力對含有天然成份的原材料中幾乎每個部分加以善用，

例如將蛇骨應用至「補鈣膠囊」，及將蛇膽和蛇油應用至身體護理產品。此外，根據對加工處理該等原材料的經驗、對天然成份的健體功效和有關使用份量／劑量的知識，楊先生及其研發隊伍得以進一步發展出所需專門生產技術，以將此等天然成份應用至不同保健相關產品。董事表示，本集團的發展可分為四個接續時期。

在第一期發展（一九九六年至一九九七年），本公司執行董事兼主席楊先生以楊先生作為發明者開發出混合龜粉和蛇粉的專門生產技術和兩者的配製方法，並作為蘇州朗力福擁有的技術進行一項專利發明註冊。同期，本集團應用該專利生產技術並推出其首項產品「龜蛇粉」。

在第二期發展（一九九八年至一九九九年），楊先生和本集團研發隊伍繼續對使用天然成份的專門生產技術進行研究和開發，並成功開發出集團的另一項產品「補鈣膠囊」，其基本成份為蛇骨。

在第三期發展（二零零零年至二零零一年），楊先生和本集團研發隊伍繼續開發主要採用蛇膽和蛇油作為基本成份的其他新營養產品及身體護理產品。該等產品包括蛇膽美白洗面奶、蛇油SOD蜜和蛇油防裂尿素霜。

據董事所述，為達致生產廠房整年的最高使用率以及優化本集團的產品組合，本集團的生產時間表乃按照市場產品需求的季節性而設計，例如消費者一般在冬季使用的產品像蛇油防凍防裂膏，其生產會編排在臨近冬季前或冬季期間。董事相信，應用共同生產技術及天然成份開發產品以配合不斷改變的季節性需求，有助將生產經常費用維持在較低水平。

於本集團的第三期發展期間，本集團以楊先生作為發明者開發出另一種採用破壁赤靈芝孢子粉、赤靈芝子實體和羊胎盤的混合式保健產品及其配製方法，並成功註冊為蘇州朗力福擁有的專利發明。董事相信，憑藉本集團研發隊伍具備的專門生產知識，本集團得以縮短含天然成份的保健相關產品的開發和生產完成時間。

在第四期發展（二零零二年至二零零三年），為使本集團的資源獲得最大程度的運用，以及把握其生產實力和產能的優勢，本集團繼續進行新營養產品的研發，該等產品採用多種天然成份如龜、蛇、珍珠、羊胎盤、靈芝、洋蔘、蘆薈等，並且應用（其中包括）專利生產技術。本集團的產品可劃分為五大類，即品牌營養產品、營養酒類、營養沐浴產品、營養護膚產品，以及營養護髮產品。

董事確認，本集團所有含天然成份的產品，均應用共同專門生產技術開發及生產。

(ii) 共同監管機關及法規

衛生部是國務院屬下的部級機關，主要負責中國全國公共衛生的整體管理事宜。作為中國的最主要衛生部門，衛生部的職責目標是提升、保障及維持中國國民的公眾健康。

由於本集團主要在中國從事研究、開發、製造及分銷以天然成份製成的保健相關產品，故按照現行有效的規例，本集團所有產品均受衛生部規管。本集團的業務及其產品主要由下列各規例及辦法規管：

由衛生部頒佈的《保健食品管理辦法》，規管保健食品（包括本集團的營養產品）的生產、標籤、說明及廣告事宜。

由衛生部頒佈的《化妝品衛生監督條例》，適用於在中國從事身體護理產品生產的公司。

董事相信，本集團產品受同一中國規管機關監督和規管的事實，清楚顯示本集團的產品均與保健相關並屬於同一類別。

(iii) 共同原材料和生產標準

本集團初期從事製造和銷售例如「龜蛇粉」等營養產品。由於「龜蛇粉」的生產僅採用了蛇肉，董事認為，未有適當利用蛇身剩餘部份實屬浪費。因此，楊先生和研發隊伍決定，將使用蛇身其他部分（包括蛇油及蛇膽）開發的新產品作為研發重點，以便盡可能善用可供使用的原材料。董事相信，憑藉楊先生對野生生物的知識，及該等生物（特別是蛇類）身體部分被認為具有的健體功效，本集團的研發隊伍必能成功利用來自相同來源（例如蛇）的原材料以開發其他全新營養及身體護理產品，

因而在最大程度上利用該等原材料，同時擴大本集團的產品組合。下表列出本集團利用蛇身不同部分為基本材料製成的部分現有產品：

蛇身部位	產品名稱	產品類別
蛇肉	龜蛇粉	品牌營養產品
蛇骨	補鈣膠囊	品牌營養產品
蛇油	蛇油珍珠洗面奶	營養沐浴產品
蛇膽	蛇膽珍珠洗髮露	營養護髮產品

(iv) 共同生產基地

本集團大部份產品均於集團本身的廠房製造，並符合ISO 9001及ISO 14001的嚴格標準，而本集團亦於品質及環境管理指標方面符合國際標準而獲發相關的認可證書。

(v) 共同最終客戶／銷售對象

本集團於一九九六年成立時，本集團所製造及銷售的產品大部份為傳統的品牌營養產品，如藥丸、膠囊及酒，全部均為口服。為迎合市場對含天然成份（如蛇及羊胎盤等）的外用營養產品的需求，自二零零零年起，本集團研製出多種身體護理產品，並以「明如福®」的品牌推出市場。該等身體護理產品所包含的天然成份與本集團的營養產品相同，並以相同的最終客戶群（即中等收入的中老年人士）為主要目標。因該等客戶對先前選購的產品感到滿意，本集團同時向相同的最終客戶群銷售營養產品及身體保健產品，可受惠於已建立的口碑。同時，本集團作為提供以天然成份為主要元素的產品的專家，聲譽亦有所提升。

儘管本集團的產品有口服和外用之分，但董事相信其對促進人體健康有相同功效，本集團的品牌營養產品及身體保健產品以套裝形式包裝便是一個例證。例如「龜蛇粉」及「蛇油珍珠洗面奶」便是以套裝方式售予最終客戶。此外，本集團的產品乃由同一位營銷員推銷予相關的零售門市。

業 務

(vi) 使用相同品牌及市場推廣策略的共同分銷渠道

本集團大部份產品均以相同的分銷渠道銷售，即透過零售商及超級市場。該等產品均以「明心福」的品牌宣傳及推廣。

本集團產品概要

下表概述本集團截至二零零三年九月三十日止三個年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月的的主要產品，當中涵蓋其名稱、擬定功能、材料、目標顧客、銷售額及所佔本集團營業額的百分比。該表乃就各個產品類別下的18項產品於截至二零零四年二月二十九日止五個月的營業額按遞減次序排列。

編號名稱	材料	擬定功效	目標顧客	截至 二零零一年 九月三十日 止年度的 營業額		截至 二零零二年 九月三十日 止年度的 營業額		截至 二零零三年 九月三十日 止年度的 營業額		截至 二零零四年 二月二十九日 止五個月的 營業額	
				千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
品牌營養產品											
1. 靈芝胎盤膠囊	破壁赤靈芝孢子粉、赤靈芝子實體、羊胎盤	調節免疫力、延緩衰老	中年及老年	13,492	13.62%	18,582	13.81%	19,474	10.44%	10,370	11.32%
2. 龜蛇粉	龜、烏梢蛇、蝮蛇	調節免疫力、提神、減少皮脂腺分泌	中年及老年	52,386	52.91%	44,549	33.11%	27,987	15.00%	9,477	10.34%
3. 骨鈣膠囊	烏梢蛇骨、鱧魚骨、珍珠	改善骨質疏鬆症	中年及老年	—	0.00%	1,453	1.08%	6,520	3.49%	4,627	5.05%
4. 補鈣膠囊	烏梢蛇骨、鱧魚骨及碳酸鈣	補充鈣質	中年及老年	13,006	13.13%	12,428	9.24%	9,333	5.00%	3,743	4.08%
5. 珍珠西洋蔘膠囊	西洋蔘、淡水珍珠	調節免疫力	中年及老年	—	0.00%	22	0.02%	11,608	6.22%	2,882	3.14%
6. 速溶骨鈣粉	烏梢蛇骨、鱧魚骨、珍珠	—	青年	—	0.00%	1,587	1.18%	2,675	1.43%	847	0.92%

業 務

編號名稱	材料	擬定功效	目標顧客	截至 二零零一年 九月三十日 止年度的 營業額		截至 二零零二年 九月三十日 止年度的 營業額		截至 二零零三年 九月三十日 止年度的 營業額		截至 二零零四年 二月二十九日 止五個月的 營業額	
				千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
營養酒類											
7. 龜蛇酒	野山龜、 烏梢蛇、蝮蛇、 大曲酒	—	中年及老年	68	0.07%	7,438	5.53%	11,922	6.39%	5,687	6.21%
營養護髮系列											
8. 蛇膽蘆薈 洗髮露	蛇膽汁、 蘆薈、 AAES、6501	—	青中年	—	0.00%	44	0.03%	6,749	3.62%	3,533	3.86%
9. 黑芝麻 洗髮露	黑芝麻、 ZL-20 調理劑、 6501	—	青中年	600	0.61%	4,191	3.12%	7,435	3.99%	3,403	3.71%
10. 蛇膽珍珠 洗髮露	蛇膽汁、 淡水珍珠、 ZL-20 調理劑、 6501	—	青中年	563	0.57%	4,917	3.65%	5,479	2.94%	2,556	2.79%
營養沐浴系列											
11. 綠茶含氟牙膏	綠茶、 粉K二甘醇、 單氧磷酸鈉、 山梨醇石粉、 二氧化碳	—	青中年	—	0.00%	64	0.05%	8,865	4.75%	4,217	4.60%
12. 抑菌止癢香皂	外加工產品	—	青中年	—	0.00%	895	0.67%	5,987	3.21%	3,491	3.81%
13. 蛇膽美白 洗面奶	蛇膽汁、 十八醇、 單甘酯、 白油、甘油	—	青中年女性	659	0.67%	2,079	1.55%	3,642	1.95%	1,618	1.77%

業 務

編號	名稱	材料	擬定功效	目標顧客	截至 二零零一年 九月三十日 止年度的 營業額		截至 二零零二年 九月三十日 止年度的 營業額		截至 二零零三年 九月三十日 止年度的 營業額		截至 二零零四年 二月二十九日 止五個月的 營業額	
					千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
14.	美白潤膚香皂	皂片、鈦白粉、 增白劑、香精	—	青中年	—	0.00%	754	0.56%	3,957	2.12%	1,567	1.71%
15.	蛇膽牛黃 花露水	酒精、蛇膽 牛黃汁、 薄荷腦、 冰片等	—	青中年	1,220	1.23%	3,190	2.37%	7,639	4.09%	1,415	1.54%
16.	蛇膽珍珠清爽 潔面乳	蛇膽汁、 淡水珍珠、 十八醇、 白油、甘油、 單甘酯	—	青中年女性	778	0.79%	2,679	1.99%	3,675	1.97%	1,312	1.43%
營養品及護膚系列												
17.	羊胎素SOD蜜	羊胎素 提取液、 SOD液	—	青中年女性	—	0.00%	2,793	2.08%	6,281	3.37%	5,274	5.76%
18.	蛇油SOD蜜	蛇油、SOD、 棕櫚酸昇 丙酯、白油、 矽油	—	青中年女性	—	0.00%	1,288	0.96%	3,128	1.68%	2,456	2.68%

截至最後可行日期，中國法律顧問確認由蘇州朗力福生產的68種產品並無超出其許可經營範圍：

品牌營養產品

1. 龜蛇粉
2. 靈芝胎盤膠囊
3. 補鈣膠囊
4. 骨鈣膠囊
5. 珍珠粉膠囊
6. 珍珠西洋參膠囊
7. 祛斑養顏膠囊
8. 超細純蝮蛇粉
9. 速溶骨鈣粉
10. 超細純蛇粉膠囊
11. 醋蒜軟膠囊
12. 多鞭丸

營養酒類

13. 龜蛇酒
14. 金羅漢酒
15. 根酒
16. 古吳越酒
17. 多鞭酒
18. 紅雙薑酒
19. 百果香酒

沐浴產品(大部份含營養成份)

20. 綠茶含氟牙膏
21. 清涼去火牙膏
22. 防蛀修復牙膏
23. 美白潤膚香皂
24. 蛇膽木瓜香皂
25. 抑菌止癢香皂
26. 哈密瓜香皂
27. 清爽沐浴露
28. 滋潤沐浴露
29. 驅蚊花露水
30. 蛇膽牛黃花露水
31. 防蛀修護牙膏
32. 芬蘭秀美白防蛀牙膏
33. 鹹口利齒牙膏
34. 維C兒童健齒牙膏(檸檬香型)
35. 維C兒童健齒牙膏(草莓香型)
36. 維C兒童健齒牙膏(蘋果香型)
37. 蛇油珍珠洗面奶
38. 蛇膽珍珠清爽潔面乳
39. 蛇膽美白洗面奶
40. 蛇膽磨砂洗面奶
41. 銀杏消痘洗面奶
42. 靈芝抗皺洗面奶
43. 男士深層潔面乳
44. 海藻去油潔面乳

護膚產品(大部份含營養成份)

45. 羊胎素SOD早霜
46. 羊胎素SOD晚霜
47. 蛇膽活性抗皺霜
48. 蛇膽全天候滋養霜
49. 羊胎美白營養霜
50. 蛇油果酸護手霜
51. 蛇油防凍防裂膏
52. 蛇油膏
53. 蛇油防裂尿素霜
54. 羊胎素SOD蜜
55. 蛇油SOD蜜

56. 蛇油美白嫩膚露
57. 兒童潤膚露
58. 美白防曬露
59. 美白祛斑霜
60. 蛇膽活力爽膚水
61. 蛇膽深層保濕露
62. 人蔘營養潤髮素
63. 美白精華露
64. 保濕潤膚露

護髮產品（全部含營養成份）

65. 蛇膽珍珠洗髮露
66. 黑芝麻洗髮露
67. 蛇膽蘆薈洗髮露
68. 蛇膽清爽洗髮露

據董事所述，以下為建議由蘇州別特福製造的產品：

營養酒類

1. 龜蛇酒
2. 金羅漢酒
3. 根酒
4. 古吳越酒

沐浴產品（大部份含營養成份）

5. 蛇膽牛黃花露水
6. 綠茶含氟牙膏
7. 美白潤膚香皂
8. 蛇膽木瓜香皂
9. 抑菌止癢香皂
10. 清爽沐浴露
11. 滋潤沐浴露
12. 驅蚊花露水

護膚產品（大部份含營養成份）

13. 蛇膽珍珠清爽潔面乳
14. 蛇膽磨砂洗面奶
15. 銀杏消痘洗面乳
16. 靈芝抗皺洗面乳
17. 羊胎素SOD蜜
18. 兒童潤膚露
19. 美白防曬露
20. 人蔘去死皮啫喱
21. 營養啫喱水
22. 斑斑兒童金銀花痱子粉
23. 斑斑兒童金銀花霜身粉

頭髮護理產品（全部含營養成份）

24. 蛇膽珍珠洗髮露
25. 黑芝麻洗髮露
26. 蛇膽蘆薈洗髮露
27. 蛇膽清爽洗髮露

中國法律顧問認為，蘇州別特福的經營範圍與營業證照所註明者一致。

業 務

營業證照及許可

下表概列本集團業務須受其規限的相關中國法例及規則，以及本集團須領取的有關執照、許可證、批文或證書。

序號	許可證名稱	文件編號	簽發單位	許可項目	簽發日期	有效期
1.	工業產品生產許可證	XK16-1083699	中華人民共和國國家質量監督檢驗檢疫總局	一般液態單元(護髮清潔類、護膚乳液類);膏霜乳液單元(護膚清潔類);噴霧劑及有機溶劑(有機溶劑類)	2004/02/27	至2007/12/23
2.	工業產品生產許可證	XK16-0300726	中華人民共和國國家質量監督檢驗檢疫總局	白酒	2001/08/21	至2006/08/20
3.	化妝品生產企業衛生許可證	(99)衛妝准字07-XK-0017號	江蘇省衛生廳	護髮產品、護膚產品、香水類	2003/04/22	自2003/04/22至2007/04/21
4.	印刷經營許可證	(2002)新出印證字326060387號	江蘇省新聞出版局	包裝裝潢印刷品印刷、其他印刷品印刷	2002/03/01	至2005/03/31
5.	特種行業許可證	相公特印字第0072號	蘇州市公安局相城分局	包裝裝潢印刷品印刷及其他印刷品印刷	2002/05/31	—
6.	保健食品生產衛生許可證	蘇衛食健產字(2002)第0039號	江蘇省衛生廳	朗力福牌龜蛇粉	2002/07/15	自2002/07/15至2004/07/14
7.	保健食品生產衛生許可證	蘇衛食健產字(2002)第0075號	江蘇省衛生廳	朗力福牌靈芝胎盤膠囊	2002/11/19	自2002/11/19至2004/11/18
8.	保健食品生產衛生許可證	蘇衛食健產字(2002)第0030號	江蘇省衛生廳	朗力福牌骨鈣膠囊	2002/06/29	自2002/06/29至2004/06/28

業 務

序號	許可證名稱	文件編號	簽發單位	許可項目	簽發日期	有效期
9.	保健食品生產衛生許可證	蘇衛食健產字(2002)第0031號	江蘇省衛生廳	朗力福牌補鈣膠囊(營養補充劑)	2002/06/29	自2002/06/29至2004/06/28
10.	保健食品生產衛生許可證	蘇衛食健產字(2002)第0070號	江蘇省衛生廳	朗力福牌珍珠粉膠囊	2002/10/18	自2002/10/18至2004/10/17
11.	保健食品生產衛生許可證	蘇衛食健產字(2002)第0069號	江蘇省衛生廳	朗力福牌珍珠西洋參膠囊	2002/10/18	自2002/10/18至2004/10/17
12.	保健食品生產衛生許可證	蘇衛食健產字(2003)第0096號	江蘇省衛生廳	朗力福牌祛斑養顏膠囊	2003/09/29	自2003/09/29至2007/09/28
13.	衛生許可證	蘇衛殺字(2002)第0045號	江蘇省衛生廳、江蘇省愛國衛生運動委員會	朗力福牌驅蚊花露水	2002/06/26	自2002/06/26至2005/06/25
14.	衛生許可證	蘇相衛食字(2002)第XC125100595號	蘇州市相城區衛生局	白酒製售	2002/05/28	有效 (附註1)
15.	衛生許可證	蘇相衛食字(2002)第XC125100597號	蘇州市相城區衛生局	珍珠粉膠囊、珍珠西洋參膠囊、超細純蛇粉、龜蛇粉、多鞭酒、多鞭丸、補鈣膠囊、骨鈣膠囊、速溶骨鈣粉、靈芝胎盤膠囊、百果香酒、龜蛇酒、金羅漢酒、代代紅酒、根酒、枸杞子酒、超細純蝮蛇粉、祛斑膠囊及蒜醋膠囊生產	2002/05/28	有效 (附註1)

業 務

序號	許可證名稱	文件編號	簽發單位	許可項目	簽發日期	有效期
16.	衛生部國產保健食品批准證書	衛 食 健 字 (2003)第 0036 號	衛生部	朗力福牌祛斑養顏膠囊	2003/02/13	有效 (附註2)
17.	衛生部國產保健食品批准證書	衛 食 健 字 (1997)第 165 號	衛生部	朗力福牌龜蛇粉	1997/09/04	有效 (附註2)
18.	衛生部國產保健食品批准證書	衛 食 健 字 (2000)第 0126 號	衛生部	朗力福牌靈芝胎盤膠囊	2000/03/13	有效 (附註2)
19.	衛生部國產保健食品批准證書	衛 食 健 字 (2001)第 0173 號	衛生部	朗力福牌骨鈣膠囊	2001/06/18	有效 (附註2)
20.	衛生部國產保健食品批准證書	衛 食 健 字 (1999)第 156 號	衛生部	朗力福牌補鈣膠囊(營養補充劑)	1999/03/08	有效 (附註2)
21.	衛生部國產保健食品批准證書	衛 食 健 字 (2002)第 0303 號	衛生部	朗力福牌珍珠粉膠囊	2002/04/12	有效 (附註2)
22.	衛生部國產保健食品批准證書	衛 食 健 字 (2001)第 0364 號	衛生部	朗力福牌珍珠西洋蔘膠囊	2001/11/29	有效 (附註2)
23.	野生動物及產品經營利用許可證	蘇林野經可字 蘇18號	江蘇省野生動物 監督局	蝮蛇、烏梢蛇、龜等蛇類(省級以下動物)	2004/01/01	至 2005/01/01止
24.	衛生部國產特殊用途化妝品衛生許可證	衛 妝 特 字 (2001)第 0241 號	衛生部	朗力福牌美白防曬露	2001/04/18	至 2005/04/17止
25.	衛生部國產特殊用途化妝品衛生許可證	衛 妝 特 字 (2000)第 0583 號	衛生部	朗力福牌美白祛斑霜	2000/11/01	至 2004/10/31止

業 務

序號	許可證名稱	文件編號	簽發單位	許可項目	簽發日期	有效期
26.	衛生部國產特殊用途化妝品衛生許可證	衛 妝 特 字 (2000)第 0581 號	衛生部	朗力福牌羊胎美白營養霜	2000/11/01	至 2004/10/31 止
27.	食品產品衛生審查批件	蘇 衛 食 准 字 (2002)第 0087 號	江蘇省衛生廳	朗力福牌根酒	2002/07/31	自 2002/07/31 至 2004/07/30
28.	食品產品衛生審查批件	蘇 衛 食 准 字 (2002)第 0060 號	江蘇省衛生廳	朗力福牌超細純蛇粉膠囊	2002/06/29	自 2002/06/29 至 2004/06/28

附註：

1. 中國法律顧問表示，該許可證為有效。
2. 中國法律顧問表示，該等認證為永久批文，無需定期重續。

除上文披露者外，生產許可證及營業執照需定期向中國政府相關部門申請續期。於往績期間，本集團已遵守管轄其有關生產活動的所有法例及措施。董事確認，根據本公司中國法律顧問的意見，蘇州朗力福及蘇州別特福已就其經營業務取得所需的全部批准及許可。經中國法律顧問查證及董事確認，現時並無任何會導致該等證照被撤銷的情況。

研究與開發

研究與開發（「研發」）對本集團業務而言是重要的一環。基於研發極其重要，本集團在延攬具專業知識的僱員方面不遺餘力。於最後可行日期，本集團的研究小組包括24名僱員。研究小組的成員被派往不同部門工作，並從事研發工作。有關安排的原因，是確保所有研發人員了解本集團的生產及運作流程及做法。例如來自銷售部的成員可協助小組了解顧客的喜好選擇，來自生產部的成員可協助小組在生產流程設定、分工及物料耗用效益方面加強配合。本集團研發小組的成員包括年輕且富有幹勁的本集團僱員，部分為大學畢業生。彼等由楊先生直接督導，而楊先生對本集團成功獲授兩項於中國註冊的發明專利曾作重大貢獻。該等專利即「龜粉與蛇粉混合物及其製法」及「一種利用破壁赤靈芝孢子粉及赤靈芝子實體和羊胎盤為原料的保健品混合物及其製法」。就技術專材而言，本集團有兩名主要的研發領導者：劉卓如先生為本集團其中一位董事，彼亦為醫生，

並於美國一家著名大學取得博士學位。此外，陳先聲教授（67歲）為本集團的兼職顧問，主要負責品質、技術及環境管理。陳教授於一九六零年獲取南京大學生物學學士學位。由一九九三年一月起，陳教授出任蘇州大學生物學系系主任一職。彼於一九九九年一月加盟本集團，負責品質控制及生產技術。彼為植物生理學的專家。彼亦曾進行有關「種蠶育桑樹專用複合肥的開發與推廣」及「桑樹黃化病的發生及其防治」的研究項目，並贏得「江蘇省農業科技進步獎」及「蘇州市自然科學優秀論文獎」。

擁有本科或以上學歷的研究與開發人員名錄

編號	姓名	教育背景	學校	畢業時間
1	華亮	本科	西安交通大學	二零零二年六月
2	申付文	本科	蘇州大學	二零零三年六月
3	王華	本科	東南大學	二零零一年六月
4	陳中華	本科	蘇州大學	二零零一年六月
5	薛峰	本科	吉林大學	二零零二年七月
6	崔春花	本科	南京郵電學校	二零零三年七月
7	劉正國	本科	揚州大學	一九九九年六月
8	石峰	本科	蘇州絲綢工學院	一九九二年七月
9	王金玉	本科	安徽技術師範學院	二零零三年七月

其他研究人員包括紀琳如、楊顯、史先偉、王瑩、李秋根、朱一勝、葉棟樑、張鳳雪、朱建玲、常燕、孫志紅、劉靜旻、朱加軍、趙中波和高洪萍。

本集團研究小組的主要功能為研究工作，對處方、毒性、製造程序、產品的質素和穩定性進行技術可行研究。關於保健相關產品的研發工作分為下列七個步驟：

1. 制訂研究與開發計劃
2. 研製配方
3. 制訂生產流程
4. 進行生產測驗
5. 設定生產標準
6. 向有關當局提交申請以獲取生產許可證
7. 展開商業生產

業 務

下表列出若干現時開發中的產品：

開發中產品的名稱	開發狀況	預期推出市場時間
雄蠶酒	產品測試及試用	二零零四年
高鈣蛋白質營養粉	產品測試及試用	二零零四年

此外，本集團的主要產品之一靈芝胎盤膠囊乃本集團在上海市中醫藥學會提供的技術協助下開發而成，並早於一九九九年由上海市預防醫學研究院進行測試。本集團所有產品均無需要與任何第三者攤分收入。

董事相信，本集團的研究方向別樹一幟，其特點如下：

- 不斷爭取與其他學術機構及大學就開發新產品展開具可行性的合作，例如靈芝胎盤膠囊乃本集團在上海市中醫藥學會提供技術協助下開發而成，並由上海市預防醫學研究院於一九九九年進行測試。
- 透過舉辦講座及不時參與其他有關機構主辦的保健產品展覽會等方式，達致資訊交流的目的，以緊貼保健產品市場的最新發展並取得該市場的最新資訊。
- 藉閱覽國內外的專業期刊及文獻，以及定期進行保健相關產品範疇的研究，以搜集與本集團業務相關的資料。

生產設施

以總建築樓面面積計，本集團的生產設施佔地約27,369平方米，包括位於中國江蘇省蘇州市相城區渭塘鎮蘇渭路11號的工業綜合大樓，該生產設施現時由本集團佔用作車間、倉庫、員工宿舍、附屬寫字樓及其他附屬設施。董事確認，於往績期間，生產設施並無發生任何重大的意外事故或生產運作停頓。

保持機器及設備在良好狀況為本集團的政策。本集團透過定期的維修計劃，確保其運作效率。

本集團的維修工作主要由本集團的技術人員負責執行。董事相信，本集團現用的主要機器及設備並無出現耗損情況。據董事所述，本集團的策略為因應產品的開發而提升機器設備，務求滿足日後市場的預期需求。

現時，本集團有一條品牌營養產品的生產線及八條身體護理產品的生產線。董事確認，各條生產線會根據管理層當時制訂的生產時間表運作，所考慮的因素包括本集團各類產品的需求及存貨。

品牌營養產品生產線設於擁有完備分級及空氣過濾的環境，其依照保健產品製造商的良好生產規範指引和規定構建並獲良好生產規範批准，機器乃按照生產流程設置於各個獨立房間。事實上，品牌營養產品生產線為製造本集團大部分其他產品（包括膠囊及包裝營養產品、營養酒類及營養身體護理產品）所用的主要原材料的重要提供者。

除核心生產線外，本集團亦有附屬加工設施以供酒類生產、各種身體護理產品生產及包裝。這些加工設施為核心生產線的延伸，供進行成份混合及將產品包裝成不同實物形式。關於八條生產線的提述乃指這些附屬加工設施。

生產用機器及設備

本集團的生產設施裝置有各類自動化機器及設備。本集團的機器及設備包括：(i)過濾機、切割機；(ii)磨碎機、攪拌機；(iii)稱量機；(iv)膨化機；(v)冷凍機；(vi)乾燥機；(vii)包裝機器；及(viii)泵及輸送機。

業 務

下表列示不同類型的本集團產品於各年度／期間的產能及設備使用率：

	截至九月三十日止年度			截至 二零零四年 二月二十九日 止五個月
	二零零一年	二零零二年	二零零三年	
膠囊類品牌營養產品的 產能(百萬粒)	200	220	300	125
設備使用率	146.7%	87.6%	45.0%	53.5%
粉末類品牌營養產品的 產能(百萬包)	0	5	5	2
設備使用率	0.0%	110.0%	102.2%	81.0%
酒類營養產品的產能 (千公升)	400	500	500	250
設備使用率	61.5%	133.6%	85.4%	46.4%
身體護理產品的產能(噸)	700	1,800	1,899	1,186
設備使用率	92.5%	80.0%	125.6%	78.4%

使用率以每天八小時工時的假設釐定，故假如機器及設備加班開動，部份生產線的使用率會超過100%。

膠囊類品牌營養品的生產線

截至二零零二年九月三十日止財政年度的膠囊類品牌營養產品的生產量，較截至二零零一年止財政年度減少，並於截至二零零三年九月三十日止年度進一步減少。董事相信其主要原因有二：

- (1) 本集團早年藉向舊有客戶推介新產品的方式推出新產品，方法為將新產品與現有產品配搭一起出售。在產品推出初期，會提供折扣予配搭形式銷售。其後，本集團新產品的推廣活動轉趨精細，並且包括電視廣告、報章宣傳稿及廣告，因而減少為新產品宣傳而給予的折扣及送贈優惠。
- (2) 當品牌營養產品商品化後，其自然發展方向為營養品以不同數量混合／應用於不同媒介，如酒類及身體護理產品。

然而，膠囊類營養品的生產量較低，不一定表示產品的生產量減少，此是由於更多不同形態的產品被開發及製造。

再者，截至二零零三年九月三十日止年度膠囊營養品的生產設備使用率下降，主要原因是為了預留充足存貨以備二零零三年二月的農曆新年節日銷售所需，故於二零零二年八月和九月增加生產（並記入截至二零零二年九月三十日止財政年度），此一做法的理由是(i)本集團預期二零零三年農曆新年的銷售會增加；(ii)本集團的銷售網絡已擴展至覆蓋較廣闊地區；及(iii)二零零三年農曆新年較二零零二年農曆新年提早了約半個月來臨。因此，本集團認為有必要加快二零零二年八月及九月的生產時間表，以確保將臨的高峰期有平穩的供應。

截至二零零四年二月二十九日止期間的生產設備使用率與二零零三年大致相若。

包裝品牌營養產品的生產線

包裝營養品為營養品商品化的新式包裝。由於包裝的成本較低，董事相信能吸引較精打細算的顧客，該形式的產品的需求量將增加。據此，管理層於二零零三年增加其生產能力，而生產量已逐步提升至理想水平。截至二零零四年二月二十九日止期間的生產設備使用率下降，此乃由於本集團轉移銷售焦點至其他產品，故此類別產品的生產減少。

營養酒類產品的生產線

營養酒類產品的生產設施已達飽和。有見及此，管理層於蘇州朗力福毗鄰設立蘇州別特福（一間新合營企業），為營養酒類產品（及身體護理產品）提供額外產能，以應付其業務擴張的需要。營養酒類產品截至二零零四年二月二十九日止期間的生產設備使用率較截至二零零三年九月三十日止年度減少，此乃由於本集團將酒類的生產時序提前至二零零三年八月和九月，以便有充足存貨應付二零零四年農曆新年的銷售季節。

身體護理產品的生產線

身體護理產品的生產設施幾已達飽和。有見及此，管理層於蘇州朗力福毗鄰設立蘇州別特福（一間新合營企業），為身體護理產品提供額外產能，以應付其業務擴張的需要。

本集團銳意使用新設備及機器，以達致更佳產品質素及更高生產效率。截至二零零一年九月三十日、二零零二年九月三十日及二零零三年九月三十日止三個年度，設備及機器的投資分別約為4,400,000港元、2,900,000港元及2,100,000港元。本集團於二零零零年及二零零一年作出重大投資，以促成將具有健體功效的營養素加入身體護理產品內，於隨後各年，鑑於市場對營養身體護理產品的需求日增，本集團在現有生產設施以外，逐

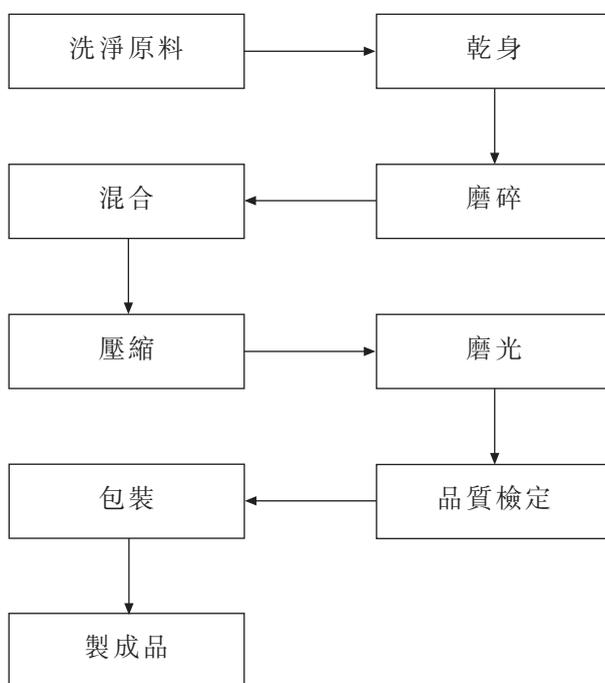
業 務

步投資興建額外設施及機器，以擴充現有生產能力，而董事認為其已於二零零三年達致最理想的產能水平。截至二零零四年二月二十九日止期間，本集團進一步增加於設施及機器的投資達1,100,000港元，因此令產能增加而生產設備使用率則減少。

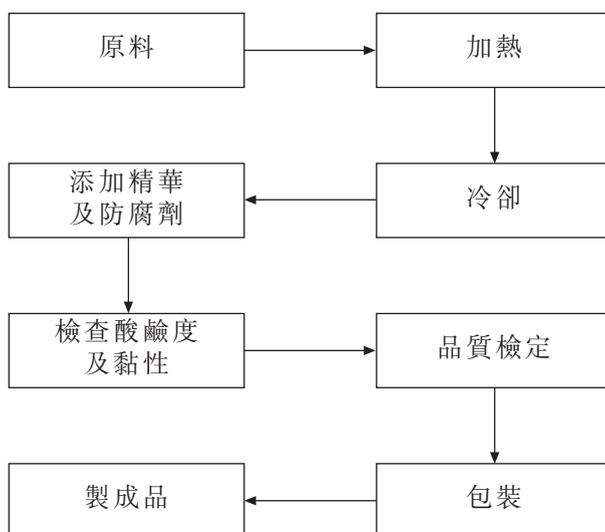
生產程序

本集團若干主要產品的生產程序如下圖所示：

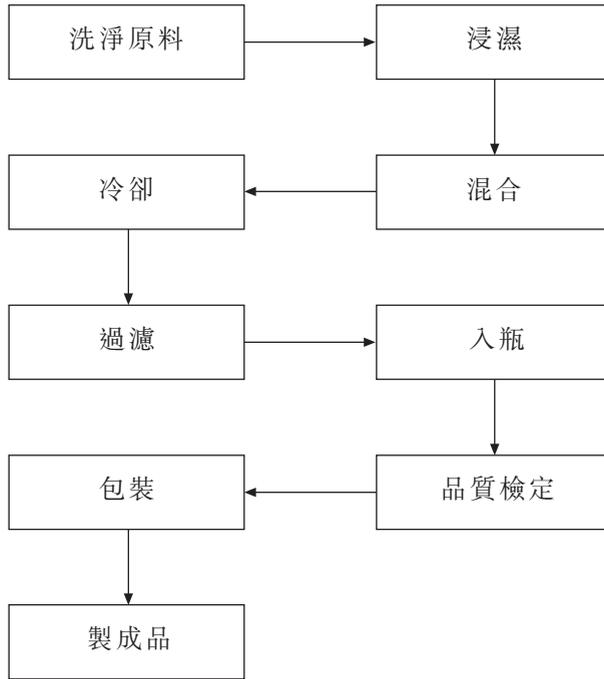
(1) 龜蛇粉（膠囊）



(2) 黑芝蔴洗髮露（身體護理產品）



(3) 龜蛇酒（酒類營養品）



其生產運作及品質控制程序符合ISO 9001: 2000標準。

為了提升本集團的生產靈活度及成本效益，本集團已將其部分產品生產工序（如牙膏及肥皂等）外判予多名中國製造商。倘若生產涉及需要某類機器的製造工序，而本集團並無有關機器，則本集團或會外判其部分生產。

下表載列截至二零零三年九月三十日止三個年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月的分包商總數。

	截至九月三十日止年度			截至 二零零四年 二月二十九日 止五個月
	二零零一年	二零零二年	二零零三年	
分包商數目	0	4	5	5

在此情況下，分包商將獲本集團提供生產方程式和該等產品的原材料。製成品其後由本集團售予最終用戶。截至二零零一年九月三十日止年度並無分包費用。截至二零零二年九月三十日止年度、截至二零零三年九月三十日止年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月，分包費用分別佔本集團的銷售成本約4.8%、1.7%及3.6%。董事確認，各分包商與本集團任何董事、行政總裁、初期管理層股東或主要股東或彼等各自的聯繫人士概無關連。

採購及供應

現時，用於本集團產品生產過程的天然材料包括多種龜、蛇、珍珠、胎盤、靈芝等成份。該等天然材料成本佔整體銷售成本的比重甚高。

本集團部分產品所採用的主要原材料為：

產品類別	主要原材料名稱
龜蛇粉	龜、烏梢蛇及蝮蛇
靈芝胎盤膠囊	破壁赤靈芝孢子粉、赤靈芝實體及羊胎盤
補鈣膠囊	烏梢蛇骨、鰻魚骨及碳酸鈣
珍珠西洋蔘膠囊	西洋蔘及淡水珍珠
龜蛇酒	野山龜、烏梢蛇、蝮蛇及大曲酒
黑芝麻洗髮露	黑芝麻、ZL-20調理劑、6501
蛇膽珍珠清爽潔面乳	蛇膽汁、淡水珍珠、十八醇、白油、甘油、單甘酯
蛇膽美白洗面奶	蛇膽汁、十八醇、單甘酯、白油及甘油
蛇膽珍珠洗髮露	蛇膽汁、淡水珍珠、ZL-201調理劑、6501
蛇膽牛黃花露水	酒精、蛇膽牛黃汁、薄荷腦及冰片
羊胎素SOD蜜	羊胎素提取液、SOD液

業 務

產品類別

主要原材料名稱

蛇油SOD蜜

蛇油、SOD、棕櫚酸異丙酯、白油、矽油

蛇油珍珠洗面奶

去離子水、十八醇、甘油、白油、單甘酯、司盤-60、極美(加)、蛇油、瑪麗香精及水溶珍珠粉

在為某一類原材料作出購買訂單前，本集團一般會於評估後從其供應商名單中選定合適的供應商。於採購部門查詢價格後，本集團隨之向有關供應商採購有關原材料。

董事認為，本集團已與其供應商確立良好的關係，並預期本集團於中國向供應商採購原材料時將不會面對任何困難。五大供應商的採購額佔本集團截至二零零三年九月三十日止三個年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月的總採購額分別約12.6%、17.5%、18.0%及20.5%。本集團的最大供應商佔本集團截至二零零三年九月三十日止三個年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月的總採購額約4.1%、5.6%、5.5%及6.3%。本集團的購貨主要以信貸票據及轉讓付款方式支付，信貸期為60日。供應商一般於3日至10日內處理本集團的購貨訂單。

本集團亦向個別農民採購若干原料。於收集季節期間，農民會將該等材料送到本集團，並按當時的市價向本集團發售。截至二零零一年九月三十日及二零零二年九月三十日止各財政年度、截至二零零三年九月三十日止年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月，本集團大部分龜及蛇供貨人給予兩至三個月的信貸期，而應付賬款週轉期分別為40日、20日、15日及21日。截至二零零三年九月三十日止三個年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月的應付賬款週轉期與大部分供貨人給予的信貸期相符。

下表載列截至二零零三年九月三十日止三個年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月的供應商總數：

	截至 二零零四年 截至九月三十日止年度 二零零一年 二零零二年 二零零三年 止五個月			
供應商數目	197	187	280	173

據董事所深知，於截至二零零三年九月三十日止三個年度各年及截至二零零四年二月二十九日止五個月，董事及初期管理層股東或擁有本集團已發行股本逾5%的任何股東或彼等各自的任何聯繫人士（定義見創業板上市規則），概無於本集團的任何原材料供應商中擁有任何股本權益。

業 務

銷售及市場推廣

於截至二零零三年九月三十日止三個財政年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月，本集團的保健產品在中國多處地方出售，其中較為重要的包括：

主要銷售地點 (按省份及市劃分)	截至九月三十日止年度			截至 二零零四年 二月二十九日 止五個月
	二零零一年 千港元	二零零二年 千港元	二零零三年 千港元	千港元
1. 江蘇省	27,299	33,660	57,215	23,262
2. 浙江省	19,163	25,917	35,501	16,800
3. 遼寧省	50	779	1,736	920
4. 陝西省	250	511	1,345	719
5. 安徽省	2,371	5,009	11,057	5,516
6. 山東省	3,496	12,090	11,511	5,760
7. 上海市	42,755	50,096	55,730	33,000
8. 北京市	3,230	3,324	4,849	1,664
9. 天津市	—	6	1,880	868
10. 其他	404	3,148	5,749	3,134
合計	<u>99,018</u>	<u>134,540</u>	<u>186,573</u>	<u>91,643</u>

業 務

本集團已為其產品進行多方面的廣告宣傳，包括電視、報章、戶內／戶外廣告及展覽。自二零零零年一月起至最後可行日期止，本集團與中國多個地點的電視台簽訂若干電視廣告協議，包括：

廣告期	廣告內容	覆蓋地區
二零零一年一月	朗力福產品	南京、徐州、鹽城、連雲港、淮陰、泰州、揚州、南通、鎮江、常州、無錫、常熟、金壇、溧陽、蘇州及昆山
二零零一年四月至五月	朗力福產品	南京、徐州、鹽城、連雲港、淮安、泰州、揚州、南通、鎮江、常州、無錫、蘇州及昆山
二零零一年七月至八月	龜蛇粉	南京、徐州、鹽城、連雲港、淮安、泰州、揚州、南通、鎮江、常州、無錫、常熟、張家港、江陰、宜興、金壇、通州、蘇州及昆山

業 務

廣告期	廣告內容	覆蓋地區
二零零一年八月至十一月	朗力福品牌	江蘇
二零零一年九月至十月	朗力福產品	徐州、連雲港、淮安、泰州、揚州、太倉、常州、蘇州、昆山
二零零二年一月至二月	朗力福品牌	杭州、寧波、嘉興、紹興、湖州、金華、衢州、台州及舟山
二零零二年一月至二月	朗力福品牌	福建、安徽及山東
二零零二年一月至二月	朗力福產品	南京、蘇州、無錫、常州、揚州、鎮江、南通、泰州、鹽城、連雲港、淮安及徐州
二零零二年九月至 二零零三年五月	朗力福品牌	徐州、鹽城、連雲港、淮安、泰州、揚州、南通、鎮江、常州、無錫、蘇州

本集團的五大客戶佔本集團截至二零零一年、二零零二年及二零零三年九月三十日止三個財政年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月的營業額分別約27.5%、27.7%、20.3%及28.1%，最大客戶佔本集團營業額約9.2%、9.6%、7.4%及10.0%。本集團銷售的主要付款方法為支票，或給予平均90日的信貸期。本集團的產品將於客戶發出訂單一日內向彼等付運。於各段期間的五大客戶均為零售商。據董事所知，董事或擁有本公司已發行股本5%以上的股東或彼等各自的聯繫人士概無於本集團任何五大客戶中擁有任何權益。

本集團銷售予超級市場及零售商舖等多類客戶。超級市場不時會因應市場需求情況而向本集團要求進行貨品交換。如貨品完好無損地運返倉庫，本集團會安排將其分銷

業 務

予其他對相同產品存有需求的客戶或地方。於運送期間已經損壞的貨品或包裝品會在損益賬內撇銷。基於上述各項，銷售退貨並不重大，於截至二零零一年、二零零二年及二零零三年九月三十日止三個年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月分別為零港元、100,000港元、300,000港元及100,000港元。本集團的壞賬開支佔本集團截至二零零三年九月三十日止三個年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月的營業額0.4%、0.4%、0.7%及零。董事認為，截至二零零三年九月三十日，已為應收貿易款項作出足夠撥備。

下表載列截至二零零三年九月三十日止三個年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月，零售商及超級市場各自的銷售百分比：

	截至							
	截至九月三十日止年度				二月二十九日			
	二零零一年		二零零二年		二零零三年		止五個月	
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
零售商數目	1,515	83	1,519	78	2,255	80	1,497	79
超級市場數目	301	17	438	22	563	20	408	21
客戶總數	1,816	100	1,957	100	2,818	100	1,905	100

截至最後可行日期，本集團的銷售及市場推廣部門共有逾1,000名員工。本集團的分銷渠道涵蓋六個省份、北京市、上海市及天津市。董事確認本集團須擁有一支逾1,000名員工的市場推廣隊伍，以便為分佈於上述省份／城市的客戶提供服務。該等員工均負責在中國推廣及銷售本集團的產品。除了本集團的銷售及市場推廣僱員外，董事確認在中國使用推廣員相當普遍，而此亦為本集團的市場推廣及宣傳策略的一部份。該等推廣員一般作為市場推廣活動的組合部份而由市場推廣公司安排，或透過零售商舖安排，彼等並非為本集團的全職或兼職僱員。該等推廣活動的成本已計入本集團的市場推廣及宣傳開支內。

業 務

下表載列按地區劃分的銷售及市場推廣僱員人數：

主要銷售地點 (按省市劃分)	截至九月三十日止年度			截至 二零零四年 二月二十九日 止五個月
	二零零一年	二零零二年	二零零三年	
1. 江蘇省	224	279	352	603
2. 浙江省	120	172	175	265
3. 遼寧省	21	21	25	18
4. 陝西省	7	10	12	15
5. 安徽省	26	80	143	232
6. 山東省	41	84	92	177
7. 上海市	64	116	60	103
8. 北京市	24	21	89	27
9. 天津市	0	15	39	23
10. 其他	54	22	86	265
合計	<u>581</u>	<u>820</u>	<u>1,073</u>	<u>1,728</u>

本集團為不同職級的員工提供在職培訓，以期提升彼等對產品的知識及市場推廣技巧。

市場推廣策略

由於本集團提供廣泛的含天然成份保健相關產品，故本集團藉著不同的市場推廣策略，從而清晰區分各個市場。董事已制訂及實施整體的市場推廣策略，有關策略的主要元素包括：

產品功能

本集團著眼於產品的功能，包括增強免疫力、抗衰老和補充鈣質，藉此推廣及宣傳其產品。本集團的產品多不勝數，並分為單一功能及多用功能。本集團的目標消費者按年齡分類。年長消費者是本集團推售增強免疫力產品的對象，而年青至中年的消費者則是本集團推售抗衰老及補充鈣質產品的對象。

市場區分

本集團認為一般而言市場可劃分為兩部份，即高消費及中等消費水平，各自具有不同的消費模式及需求。

產品包裝

本集團注重透過產品包裝建立產品形象。本集團藉不同產品的包裝以配合不同推廣手法的實行，計為大禮盒裝、簡易裝及優惠裝。

消費者需要

本集團的市場推廣人員負責與其消費者保持緊密且定期的聯絡，並搜集市場資訊，包括新產品於不同渠道的銷售模式及消費者的反應。此外，本集團為其客戶奉行「雙贏策略」，藉此確保各項銷售訂單由生產及銷售至售後服務的程序上得以暢順處理。董事相信，各個產品均有本身的產品週期，其中包括投入期、成長期及成熟期等三個週期。然而，董事相信首要策略在於洞悉客戶需要。因此，本集團繼續不時開發產品，以期達致令其客戶稱心滿意的水準。

本集團產品的價格根據市場上可作比較的價格釐定。本集團的產品價格毋須獲得政府有關當局有任何批准或同意。

季節性

本集團的品牌營養產品收益及經營收入會受季節性波動影響，一般而言，本集團於農曆新年期間會錄得較高的銷售收益，在財政年度其餘時間本集團保持穩定的收益及經營收入。董事相信，於農曆新年期間的銷售增加，主要歸因於(i)本集團在該節日之前及期間在中國不同城市中進行的電視廣告計劃；及(ii)本集團推出禮盒裝品牌營養產品，吸引顧客在農曆新年期間選購本集團的產品。另一方面，若干身體護理產品例如花露水、潔面乳、肥皂及洗髮露等在夏季期間會有較高的消費額及銷售營業額。

庫存及應收賬

董事確認，本集團並無為應收賬款及存貨提撥一般準備金的政策，相反，本集團通常會確認並為應收賬款及存貨提撥特別準備金。本集團管理層會密切監察存貨撇銷的步驟。凡整體或部分出現損毀、陳舊或即將轉換包裝的存貨，或者其售價下跌至成本以下，本集團會將該等存貨的賬面值撇減至其可變現淨值。以往，若干存貨曾因損壞及／或轉換包裝而被撇減至可變現淨值。於截至二零零三年九月三十日止三個年度，以及截至二零零四年二月二十九日止五個月，有關撇銷的數額分別約為零、1,500,000港元、3,300,000港元及零。

據董事所述，本集團定下給予平均90天信貸期的政策。然而，對已締結長遠關係而償還記錄良好的若干客戶，本集團會給予長達六個月的信貸期。本集團管理層會密切監察客戶的信貸風險和償還情況。倘若管理層相信客戶出現財政困難及未能於一段合理時間內償還其債務，或如若干客戶經本集團的銷售人員多次提醒及造訪後仍未能於合理時間內清還其債務，則會提撥特別準備金。於二零零四年二月二十九日，本集團提撥的壞賬準備金約為2,200,000港元。

應收賬款準備金乃按特定識別基準就呆賬金額作出。董事確認，問題應收賬款債務人中並無五大客戶。

本集團具有嚴謹的全面內部監控環境，為高效率的存貨控制提供良好架構及基礎。

(i) 在各個寄賣銷售點監控剩餘的存貨

本集團向寄賣銷售點交付貨品時，交貨單均由寄賣銷售點發出及簽署。就銷售製成品，銷售發票均由寄賣銷售點發出以記錄有關銷售。最新的存貨記錄則由本集團保存，以監控各個寄賣銷售點的存貨水平。

向寄賣銷售點交付貨品須經當地的銷售經理在考慮該等寄賣銷售點的存貨水平及過往記錄後批准。本集團向寄賣銷售點補給存貨乃每月報告一次。每月銷售及存貨控制記錄則送交總辦事處作中央銷售及存貨控制。存貨水平亦透過控制寄賣存貨入貨量（以超級市場等寄賣銷售點簽署的交貨單）及寄賣存貨出貨量（以寄賣銷售點發出的寄賣銷售報告）而監管。

(ii) 在各個報告期間終結時進行清貨銷售

本公司要求寄賣銷售點根據協議下的固定時段（一般為每月）及於各個財政年度年結日（即九月）定期發出寄賣銷售報告。銷售發票乃根據銷售報告而定期發出，可顯示期內向最終客戶作出的銷售，而所有銷售發票均定期記錄於分類賬內。

最新存貨記錄由本集團保存，以監控各個寄賣銷售點的存貨數量及變動情況。該等記錄按交貨單及銷售發票／寄賣銷售報告而定期更新。

每月銷售報告及管理賬目乃編製以供管理人員審閱。

(iii) 陳舊存貨控制

由於寄賣銷售將僅銷售予最終客戶後方會予以確認，在一般情況下，寄賣銷售點將呈報滯銷存貨，並要求於貨品陳舊／到期前更換。本集團產品一般的最佳使用期限為十八個月。本集團將密切監察寄賣銷售點內各種產品的存貨水平。

本集團的管理人員嚴密監察存貨撤銷程序。存貨如已損毀、全部或部份陳舊，或須更換包裝，或倘其售價降低至低於成本，則本集團會將存貨的賬面值撇減至其可變現淨值。

(iv) 將上文各項與有關的寄賣銷售點對賬

銷售部門會以實數或抽樣方式，定期將寄賣銷售點所保存剩餘存貨與會計部對賬，確保存貨管理運作的權責妥為分配。

持續最終客戶關係

本集團的市場推廣策略的主要目標，為加深消費者對「朗力福」品牌作為擁有優質產品、客戶服務及產品開發能力的品牌的印象。視乎各項產品而定，本集團在中國的目標客戶如下。

目標最終客戶	產品例子
中年至老年人士	龜蛇粉
中年至老年人士	龜蛇酒
青年至中年人士	黑芝麻洗髮露

於最後可行日期，本集團的銷售及市場推廣部門共有1,728名僱員。為確保本集團的市場推廣策略獲貫徹實行，本集團的銷售及市場推廣隊伍會與經銷本集團產品的零售商協調市場推廣活動。

本集團運用多種措施刺激產品需求，包括：

消費者服務

本集團致力確保消費者對其產品及服務感到稱心滿意。本集團透過客戶服務熱線與客戶保持溝通。客戶服務熱線解答消費者各種查詢。此後，消費者的投訴會轉介予本集團的售後服務人員，而該等投訴將向生產及技術部門反映。

消費者品質要求分析

本集團根據其搜集所得消費者對產品的反應，可以分析消費者所要求的品質及其滿意程度。董事相信，該等分析的結果不時在生產部門、品質控制部門、研究及開發等部門的員工之間共用。

廣告活動

董事相信，藉著廣告及推廣活動，本集團定能增加產品的銷售量。蘇州朗力福一直透過不同大眾媒體在中國進行廣告宣傳，包括報章及電視。董事相信，藉著上述的活動，將有助增強朗力福品牌的價值。

品質控制

董事相信，本集團產品的素質為本集團能否經營成功的重要因素之一。本集團極其重視對整個生產程序的品質控制，以確保品質水準穩定。

本集團於二零零二年八月獲頒授ISO 9001:2000認證，該認證的範圍涵蓋各種產品的生產。董事認為，上述認證足證本集團的管理系統符合ISO 9001:2000的品質管理系統標準。董事相信，由於本集團採取嚴謹的品質控制程序，於往績期間，本集團所實施的系統極少出現運作失靈的情況。

本集團倚賴其品質控制程序，務求生產優質產品。此外，董事確認，本集團管理層亦對挑選原料供應商制定若干準則及條件，該等準則及條件包括供應商的(i)生產能力；(ii)成立時間；及(iii)僱員培訓課程。

董事相信，透過對營運實行嚴格品質控制，本集團能夠有效地控制產品責任風險。

獎項及證書

獎項及證書

本集團曾獲取若干獎項及證書。下列是本集團及其產品獲得的主要獎項及證書的詳情：

頒發日期	頒發對象	獎項	頒發機構
一九九六年 三月	朗力福龜蛇粉、 蛇膽雪蛤王	全國消費者信得過名優產品	中國保護消費者基金會

業 務

頒發日期	頒發對象	獎項	頒發機構
一九九七年 十二月	朗力福龜蛇粉、 多鞭丸	97全國消費者信得過產品	中國保護消費者基金會
一九九八年 十一月	龜蛇粉、多鞭丸	中國名牌上榜品牌	中國名牌98系列宣傳 活動組委員會
一九九九年	朗力福	江蘇省明星企業(1998-1999)	江蘇省鄉鎮企業管理局
一九九九年	朗力福系列保健食品	質量信得過產品 (1998-1999年度)	吳縣市技術監督局
一九九九年 一月	朗力福	重合同守信用企業	蘇州市工商行政管理局
二零零零年 一月	朗力福	吳縣市文明單位 (1998-1999年度)	(1) 中共吳縣市委 (2) 吳縣市人民政府
二零零零年 五月	朗力福	蘇州市優秀鄉鎮企業	(1) 中共蘇州市委員會 (2) 蘇州市人民政府
二零零零年	朗力福	企業資信等級AA(2000年度)	江蘇東寧國際諮詢評估 有限公司
二零零零年	龜粉和蛇粉 的組合物及 其制備方法	江蘇省優秀專利	江蘇省知識產權局

業 務

頒發日期	頒發對象	獎項	頒發機構
二零零一年 十二月	朗力福	ISO14001證書	中國新時代質量體系認證中心
二零零二年 五月	朗力福	文明單位(2000, 2001年度)	蘇州市精神文明建設委員會
二零零二年 二月	朗力福	2001年度十佳外商投資企業	蘇州市相城區人民政府 中國共產黨蘇州市相城區委員會
二零零二年 二月	朗力福	2001年度十佳納稅大戶	蘇州市相城區人民政府 中國共產黨蘇州市相城區委員會
二零零二年 三月	朗力福	2001年度農業產業化優秀龍頭企業	蘇州市人民政府
二零零一年	朗力福	江蘇省著名商標 (2001年-2004年)	江蘇省工商行政管理局
二零零一年 十二月	朗力福	高新技術企業認定證書	蘇州市科學技術局

業 務

頒發日期	頒發對象	獎項	頒發機構
二零零一年	朗力福	企業資信等級AAA (2001年度)	江蘇東寧國際諮詢評估 有限公司
二零零二年 一月	朗力福	十佳企業(2000-2001年度)	中共涇塘鎮委員會、涇 塘鎮人民政府
二零零二年	龜蛇粉	浙江市場優秀科技產品	(1) 浙江省科學技術 協會 (2) 浙江省企業聯合會 (3) 浙江科技報社 (4) 浙江省優秀科技 產品宣傳活動 辦公室
二零零二年	靈芝胎盤	浙江市場優秀科技產品	(1) 浙江省科學技術 協會 (2) 浙江省企業聯合會 (3) 浙江科技報社 (4) 浙江省優秀科技 產品宣傳活動 辦公室

業 務

頒發日期	頒發對象	獎項	頒發機構
二零零二年	補鈣膠囊	浙江市場優秀科技產品	(1) 浙江省科學技術協會 (2) 浙江省企業聯合會 (3) 浙江科技報社 (4) 浙江省優秀科技產品宣傳活動辦公室
二零零零年 三月	朗力福	浙江省新千年質量計量 信得過單位	主辦單位：浙江日報社 公證單位：杭州市 公證處
二零零二年 八月	朗力福	ISO9001證書	中國新時代質量體系 認證中心
二零零二年 八月十八日	朗力福龜蛇粉、 補鈣膠囊、靈芝 胎盤膠囊	全國優秀品牌保健食品	中國保健食品協會
二零零二年	朗力福	企業資信等級AAA (2002年度)	江蘇東寧國際諮詢評估 有限公司
二零零三年 一月	朗力福	2001年－2002年蘇州市 「安康杯」競賽優勝企業	蘇州市總工會、蘇州市 安全生產監督局

業 務

頒發日期	頒發對象	獎項	頒發機構
二零零三年 二月	朗力福	先進集體	中共相城區渭塘鎮 委員會 相城區渭塘鎮人民 政府
二零零三年 二月	朗力福	2002年突出貢獻獎	蘇州市相城區人民政府 中國共產黨蘇州市 相城區委員會
二零零三年 二月	朗力福	產品質量定點檢驗單位	蘇州市產品質量監督 檢驗所

競爭

董事相信，中國的品牌營養產品行業極為分散而且競爭激烈。目前，中國有超過3,000家企業從事品牌營養產品製造及分銷業務。董事亦指出部份競爭對手為全國知名的品牌產品製造商／分銷商，而部份則僅為於當地市場佔有優勢的本土製造商。前者僅屬少數，惟彼等在其所提供的產品中穩佔了相對龐大的市場佔有率。董事認為，就集團的品牌營養產品而言，此等全國製造商／分銷商在集團的市場據點－江蘇省及浙江省為本集團的主要競爭對手。

本土製造商／分銷商數目眾多，惟各自僅佔較低的市場佔有率。董事認為，就集團的身體護理產品而言，此等本土製造商／分銷商為本集團的主要競爭對手。

董事認為，現難以精確地認定本集團的間接競爭對手。本集團的產品主要為在整體上可提升人類健康的產品。市場上充斥著眾多聲稱具有同類功效的保健相關產品。此外，新產品可能不時或於短期內推出。

董事認為，本集團為行業內少數在中國專注以天然材料如龜、蛇、珍珠、胎盤、靈芝、人蔘、蘆薈等（或其部份及以不同形態）為主要成份製造含天然成份保健相關產品的企業之一。本集團的產品在不同層面與對手競爭，包括品牌、產品種類及品質、價格、分銷網

絡覆蓋範圍及財務資源。獨特的品牌定位、品質、功效及價格，對消費者在相互競爭的產品及品牌中間作選擇時，具有重大影響力。董事亦相信，廣告、宣傳、行銷、推出新產品及擴大產品種類的能力，以及銷售人員的素質，亦對消費者的購買決定有重大影響。

董事相信，本集團具備競爭實力，令本集團在競爭中坐擁優勢，所指的競爭實力包括獨特的品牌定位、廣泛而全面的優質產品、致力於產品研究與開發，並就各個目標市場制訂有效及本地化的分銷策略。

知識產權

董事確認，於往績期間，大部分本集團產品乃以本集團的已註冊商標進行銷售。就尚待註冊的商標而言，已提出有關申請，以(i)避免其他人士利用本集團現有註冊商標於其他種類的食品或服務上，或(ii)供本集團將會製造的產品使用。

本集團迄今只申請及獲批兩項發明品專利權。專利權註冊一般須要的先決要求為(i)新發明品；(ii)創新(或創造性)；及(iii)可作工業應用。本集團的產品含有多種天然成份的混合物，大部分產品不被當作新發明品。此外，並無就本集團其他產品申請任何專利的原因是有關產品一般缺乏新穎性或原創性，而此乃中國專利權法下申請發明品專利權的基本要求。基於上述原因，本集團大部份產品並無申請專利。

誠如上文所載，本集團大部份營業額來自本集團註冊商標下產品的銷售。再者，董事認為，本集團的產品不過於倚賴對專利權的保障，而是依靠產品質素及品牌以在市場上競爭。有關本集團商標及專利的詳情載於本招股章程附錄五「知識產權」一段。

為保護其品牌名稱及商標，本集團採取了下列步驟：

- 商標註冊
- 企業形象及標誌標準化
- 為更廣泛的產品類別及服務商標進行標誌註冊
- 就產品包裝進行設計專利註冊

業 務

下表載述截至二零零四年二月二十九日止五個月銷售(i)已註冊商標及(ii)商標註冊申請中的產品應佔本集團的銷售額。

編號 名稱	銷售 已註冊 商標的 本集團產品 的營業額 千港元	銷售 商標註冊 申請中的 本集團產品 的營業額 千港元	專利權
品牌營養產品			
1. 龜蛇粉	9,477	—	有
2. 靈芝胎盤膠囊	—	—	有
3. 補鈣膠囊	3,743	—	無
4. 珍珠西洋蔘膠囊	—	—	無
5. 骨鈣膠囊	4,627	—	無
6. 速溶骨鈣粉	847	—	無
其他	729	—	
小計	<u>19,423</u>	<u>—</u>	
營養酒類			
7. 龜蛇酒	5,687	—	無
其他	1,778	—	
小計	<u>7,465</u>	<u>—</u>	

業 務

編號 名稱	銷售 已註冊 商標的 本集團產品 的營業額 千港元	銷售 商標註冊 申請中的 本集團產品 的營業額 千港元	專利權
護髮產品 (全部含營養成份)			
8. 黑芝麻洗髮露	3,403	—	無
9. 蛇膽蘆薈洗髮露	3,533	—	無
10. 蛇膽珍珠洗髮露	2,556	—	無
小計	9,492	—	
沐浴產品 (大部份含營養成份)			
11. 綠茶含氟牙膏	—	4,217	無
12. 蛇膽牛黃花露水	1,415	—	無
13. 抑菌止癢香皂	—	3,491	無
14. 美白潤膚香皂	—	1,567	無
15. 蛇膽美白洗面奶	1,618	—	無
16. 蛇膽珍珠清爽潔面乳	1,312	—	無
其他	6,359	3,029	
小計	10,704	12,304	

業 務

編號 名稱	銷售 已註冊 商標的 本集團產品 的營業額 千港元	銷售 商標註冊 申請中的 本集團產品 的營業額 千港元	專利權
營養護膚產品			
17. 羊胎素SOD蜜	5,274	—	無
18. 蛇油SOD蜜	2,455	—	無
其他	10,377	—	
小計	18,106	—	
總數	<u>65,190</u>	<u>12,304</u>	

於二零零零年九月，蘇州朗力福就兩家公司（統稱「被告人」）侵犯蘇州朗力福的專利權（國際專利類別編號ZL 97106310.9，即有關混合龜粉和蛇粉及其制備方法的發明專利權）而在南京市中級人民法院，對該兩家公司展開訴訟。對被告人指稱的侵權行為包括生產侵犯蘇州朗力福專利權的貨品，以及以低價銷售此等產品而對蘇州朗力福的業務構成不利影響。

法院於二零零一年九月聆訊初審時表示，蘇州朗力福的上述專利權乃受法例保障，而被告人的行為構成有關專利權的侵權。因此，被告人遭下令（其中包括）終止生產混合含有蛇粉及龜粉的產品，並向蘇州朗力福支付賠償金。

於二零零一年十月，被告人就初審判決向江蘇省高等人民法院提出上訴呈請。經高等法院調解後，蘇州朗力福與被告人於二零零二年三月訂立一項和解安排，而該安排已經江蘇省高等人民法院背簽。根據和解安排，各訂約方同意（其中包括）：(i)蘇州朗力福將向被告人授出一項非獨家特許權，據此使用有關專利權，並終止就被告人對有關專利權侵權而作出行動；及(ii)被告人將向蘇州朗力福支付一筆合共人民幣3,000,000元的特許權費用，並將終止申請宣稱有關專利權無效。除上述特許權費用外，蘇州朗力福或任何被告人均無需向對方賠償任何損失。

業 務

據董事所知，本集團並無就非獨家特許權與被告人達成任何其他協議，亦無向被告人給予任何保證或承諾。因本集團對被告人所製造及售賣的產品（不論是否採用非獨家特許權之下的專利項目）概不負任何責任，本集團並無採取任何措施以監控該等產品的素質。據董事的理解，被告人須遵守中國的適用保健法律及法規。

據董事表示，只要專利權註冊仍然有效，被告人即可於日後使用該專利權，原因為被告人獲授非獨家特許權並無受到時間限制。

截至二零零三年九月三十日止三個年度及截至二零零四年二月二十九日止五個月，龜蛇粉（本集團唯一一項使用該專利權製造的產品）佔本集團於相同期間的總銷售額分別約53%、33%、15%及10.3%。董事認為，截至最後可行日期，由於本集團產品種類繁多，向被告人授出有關的非獨家特許權對本集團的業務及營運的影響已在減少，且並不重大。

保險

本集團並無就個人損傷或所售產品變壞的任何索償買入產品責任保險。然而，董事確認，本集團從未遇上任何涉及其產品的重大第三者責任索償。董事相信，本集團能透過對其營運進行品質監控而有效地管理產品責任風險。

本集團已遵照中國有關法規為僱員參與社會保險計劃。根據蘇州市相城區社會保險基金管理中心於二零零三年七月九日發出的確認書及中國法律顧問向本公司提供的意見，自蘇州朗力福於一九九六年成立以來，一直遵守中國相關法規內有關支付僱員退休金及醫療保險費用的規定。

環境保護

董事確認，本集團已遵守中國的環保法例及規例。

本集團極為注重保護環境，並於二零零一年成功取得ISO14001認證。

與中信國際資產管理的貸款安排及中信國際資產管理可換股債券

貸款安排

為了提供本集團收購蘇州朗力福75%股權的資金，Wallfaith已於二零零三年六月二十七日與中信國際資產管理訂立一項貸款協議（「有期貸款協議」），據此，Wallfaith已向中信國際資產管理借入17,000,000港元，年期由二零零三年七月七日（「提用日期」）起計為期兩個月，以支付Wallfaith收購蘇州朗力福的75%股本權益而須支付予蘇州天成投資有限公司（「天成」）的現金代價人民幣17,700,000元。就上述的收購事項而言，總額約17,000,000港元的款項須自中國以外的司法權區匯入。由於Wallfaith及其投資者並無充足外匯以供此用途之用，Wallfaith向中信國際資產管理借入該筆款項。由於Wallfaith是一間於英屬處女群島註冊成立的公司，中信國際資產管理要求Wallfaith及其投資者提供抵押。此外，經審查本集團的財務及其他狀況後，中信國際資產管理認為，透過可換股債券安排投資本集團為合適之舉。

有期貸款協議項下的該筆貸款主要以楊先生及劉卓如先生作出的個人擔保、Wallfaith所有資產的浮動押記、楊先生於Wallfaith所持股份的抵押及蘇州朗力福的銀行賬款（最少為人民幣5,000,000元的存款）作為抵押品。應中信國際資產管理的要求，楊先生及劉卓如先生須就該筆貸款簽立個人擔保。董事確認，彼等現擬於上市前解除該等個人擔保。本集團已於二零零三年八月止全數償還上述貸款。可供用作償還貸款的財務資源來自蘇州朗力福所宣派及派付予Wallfaith的股息。除楊先生及劉卓如先生所提供的個人擔保外，所有有關抵押已因而予以解除。

根據楊先生及劉卓如先生各自提供的擔保的條款，該等擔保無論如何將於上市日期上午九時正終止，而不論該等擔保有任何相異的條文。

中信國際資產管理可換股債券的條款

有期貸款協議載有一項條款，訂明中信國際資產管理獲授權要求Wallfaith簽立一項構成中信國際資產管理可換股債券的平邊契據，以及於提用日期後三個月內（但無論如何不遲於本招股章程印刷日期）發行中信國際資產管理可換股債券。應中信國際資產管理的要求，Wallfaith於二零零三年九月十八日根據有期貸款協議發行中信國際資產管理可換股債券。有關中信國際資產管理可換股債券的部分主要條款載列如下：

(a) 本金額： 10,000,000港元

(b) 利息：

由中信國際資產管理可換股債券的發行日期起計按中信國際資產管理可換股債券的尚餘本金額以年利率12厘計息。

(c) 到期日：

該日（「到期日」）將為以下兩者中較早發生者：

(i) 發行中信國際資產管理可換股債券的有關文契的簽立日期起計六個月期間屆滿當日，或倘若上市日期並無於上述日期或之前發生，則為債券持有人可透過普通決議案決定及通知Wallfaith的較後日期（不得超過上述日期後三個月）；或

(ii) 緊隨上市日期後第五個營業日。

根據中信國際資產管理於二零零四年三月十七日向Wallfaith送達的通知書，到期日已延展至以下日期（以較早者為準）：

(a) 二零零四年六月十八日；或

(b) 緊隨上市日期後第五個營業日。

(d) 換股權：

中信國際資產管理作為中信國際資產管理可換股債券的持有人，有權於Wallfaith向持有人發出有關配售價的通知當日起至本招股章程印刷日期當日止期間（不得少於本招股章程最後印刷日期前七個營業日）任何時間，將任何中信國際資產管理可換股債券轉換為股份，惟所轉換的股份總數不得超逾於上市日期本公司全部已發行股本4.9%（「換股上限」）（僅中信國際資產管理可換股債券的本金（不包括應計利息）將轉換為股份（並不涉及碎股））。於二零零四年五月二十一日，本公司獲取中信國際資產管理的換股通知，並已在轉換上限（並不涉及碎股）之內全數轉換中信國際資產管理可換股債券。

(e) 換股價：

相當於每股換股股份的配售價70%，惟所轉換的股份上限數目不得超過換股上限。

(f) 寄發股票：

於寄發有關配售股份的股票當日，Wallfaith須促使中信國際資產管理獲登記成為因行使中信國際資產管理可換股債券所附換股權而發行的有關數目股份的持有人。

(g) 贖回：

除非先前已經換股，否則Wallfaith將於到期日贖回中信國際資產管理可換股債券的任何尚餘本金額。

中信國際資產管理可換股債券所得款項的用途

中信國際資產管理可換股債券的所得款項10,000,000港元已用作下列用途：

- 約1,880,000港元用於翻新生產設施，使之符合良好生產規範；
- 約470,000港元用於設立本集團的牙膏生產車間；
- 約940,000港元用於開發本集團生產設施管理相關的資訊科技；
- 約1,880,000港元用於擴展及開拓本集團的新市場；
- 約2,350,000港元用於推廣及宣傳本集團的產品；及
- 約2,480,000港元用於支付參與本公司上市籌備工作的專業人士的費用。

本集團贖回未行使的中信國際資產管理可換股債券的本金總額連利息約2,325,000港元，將以本集團的內部資源撥付。

董事認為，中信國際資產管理可換股債券及所涉及的交易不會對本集團有任何重大財務影響。

業 務

根據中信國際資產管理所提供的資料，中信國際資產管理為一家在香港註冊成立的公司，其主要活動為投資控股和資產管理。中信國際資產管理是中信國際金融控股有限公司（一家於聯交所主板上市的公司）的直接全資附屬公司。中信國際資產管理的最終控權股東是一家於中國成立的公司－中國國際信託投資公司。

中信國際資產管理已向聯交所、本公司、保薦人及包銷商承諾，除創業板上市規則第13.18條所訂明的規定外，其不會於最後可行日期起至上市日期後滿六個月當日止的凍結期內出售或訂立任何協議出售其於本公司的直接或間接權益。