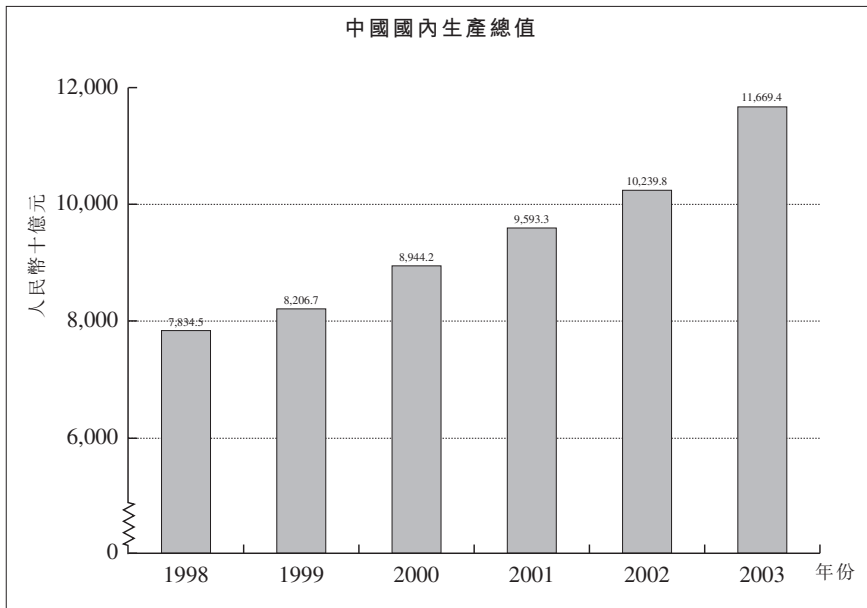


中國保健產品業概覽

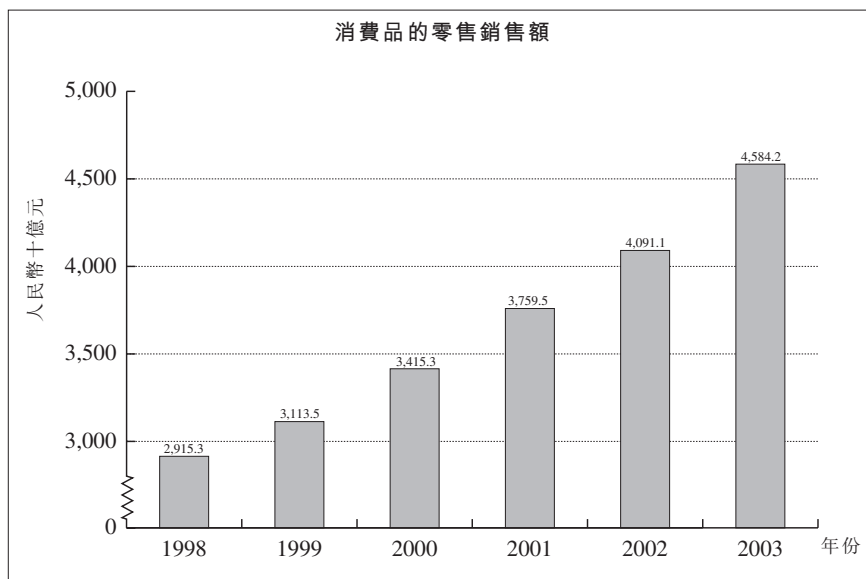
根據中國國家統計局的統計數字，中國國內生產總值（國內生產總值）由一九九八年的人民幣78,345億元增長至二零零三年的人民幣116,694億元，複合年增長率相當於10.47%。



資料來源：中國國家統計局

行業概覽

隨著經濟高速增長及可動用收入相應增加，按下圖顯示一九九八年至二零零三年中國的消費品零售總額，有關數字由一九九八年的人民幣29,153億元增長至二零零三年的人民幣45,842億元，複合年增長率相當於11.98%。數字反映消費額增長速度超過國內生產總值，此項宏觀經濟因素可望推高健康食品的銷售額。



資料來源：中國國家統計局

中國保健食品業

貿易發展局於一九九九年指出，注重「生活質素」將成為中國國內新一代消費市場的重點趨勢。在第十個五年計劃期間（二零零一年至二零零五年），中國國內大部分城市的消費者將轉往優質時尚生活的消費，消費者花費在食物、服裝及家庭電器方面的支出比例將會下降，而用於交通及通信、教育、醫療服務、旅遊，以及保健產品及服務的開支則會增加。

根據中國國家統計局進行的第五次人口普查，中國人平均壽數在一九九零年起計的十年間增加2.85年，至71.40歲，該數字高於全球平均水平，顯示中國人的保健意識很可能會愈來愈強，並準備花費較多金錢於保健相關的產品。

於二零零零年，中國共有保健產品企業3,000多家，年產值人民幣500多億元。投資總額在為人民幣1億元以上的大型企業只佔1.45%，投資總額在人民幣5000萬元以上、人民幣1億元以下的中型企業佔38%，投資在人民幣100萬元以上、人民幣5000萬元以下的企業佔6.66%，而投資在人民幣10萬元以上、人民幣100萬元以下的小型企業佔41.39%，投資不足人民幣10萬元的作坊式企業也佔12.5%。

行業概覽

從保健品的功能分布看，主要集中在免疫調節、抗疲勞、調節血脂、改善骨質疏鬆、改善腸胃道功能、延緩衰老、營養補劑（補充維生素等）。

就保健食品的形態而言，以非傳統食品的形態為多，即膠囊、口服液及片劑形態的產品約佔總量的半數以上。保健食品形態主要是膠囊（軟、硬）、口服液、片劑、沖劑和酒比較多，這些劑型的產品就佔了近70%。同一產品多採用兩種甚至兩種以上劑型。

中國傳統的藥食兩用且有滋補作用的植物和動物類的原料如人蔘、西洋蔘、黃芪、當歸、五味子、刺五加、冬蟲夏草以及鹿茸、海馬、蛤蚧和全蠍等。還有以酒浸泡多種動物、植物所提煉的均稱為保健酒。藥食兩用的滋補品有山藥、南瓜粉、香菇、豆粕、腐皮以及蜂蜜、蜂王漿、蜂蛹、蠶蛹、蛇肉等。總之，五花八門的原料經過一定的配比後加工成各類產品。

二零零二年初，衛生部食品衛生監督檢驗所對1,528種保健食品進行了統計分析，這其中國產保健食品有1,383種，進口保健食品有145種。國產產品產地集中於廣東、北京、山東、江蘇、上海、天津這六個省市，共764種，在全部國產保健食品市場中約佔55.24%；進口產品中美國產品最多，佔所有進口食品的半數左右。在所有調查的產品中，具有免疫功能的保健食品共602種，其次是具有抗疲勞功能的保健食品和具有調節血脂的保健食品。此外，有75%的保健產品只有一種保健功能，略少於五分之一的產品具有兩種功能，95種產品具有三種以上的保健功能，有四種產品具有五種功能。

截至二零零二年底，經衛生部批准的保健品約4,000種左右，而國家統計局發佈的統計資料顯示，二零零二年市場銷售的經議定／核准保健食品只有1,474種（比二零零一年減少了35種），不到總數的一半。市場上實際銷售的保健食品大部份集中於免疫調節、調節血脂和抗疲勞類這三種功能。二零零二年市場上指稱具免疫調節功能的產品最多，佔全部產品的37.3%；調節血脂的產品第二，佔13.6%；抗疲勞類的排在第三，佔10.8%。也就是說，市場上有61.7%的產品都屬於這三類，其銷售收入合共佔總收入的41.4%。

國家統計局的統計資料表明，二零零二年全國新增加的保健食品企業有126家，而停止生產的企業數卻達到156家，以致二零零二年的企業總數比二零零一年少了30家。

發展趨勢

1. 延緩衰老類等目前尚未完全開發的產品以及補充維生素類等在國外發展的已經比較成熟的產品在內地將會受到歡迎。二零零二年申請獲得批准的延緩衰老類保健食品的比重比二零零一年有所上升，同時，非典型肺炎的爆發令各維生素類產品紛紛熱銷，估計近幾年這種趨勢都將繼續下去。
2. 利用新資源開發保健品。隨著科技的不斷創新和人類認知程度的不斷深入，利用新資源，如昆蟲、海洋生物和中藥，開發新的保健品以滿足人們的需要，將是21世紀保健品的一大趨勢。
3. 綠色保健食品將成為內地市場的新寵。由於人們健康消費意識的不斷提高，綠色保健食品等天然保健品的需求將會越來越大。

軟膠囊、口服液成為包裝新趨勢。國際市場流行的包裝是以軟膠囊或一次性的口服液為主，既便於攜帶又衛生。內地目前的包裝技術與國際市場仍有距離，但隨著新型軟膠囊生產技術的應用，內地保健品將在用料、色彩、形狀等方面加以改進。

中國保健食品業的監管規例

根據《保健食品管理辦法》，保健食品被界定為擁有特定保健功效的任何食品，即適合指定類別人士服用並有效調節身體機能的食品，但並非作治療用途。本集團若干產品屬於《保健食品管理辦法》界定的「保健食品」類別，分別為龜蛇粉、靈芝胎盤膠囊、補鈣膠囊、骨鈣膠囊、珍珠粉膠囊、珍珠西洋參膠囊及祛斑養顏膠囊（統稱「朗力福保健食品」）。

行業概覽

產品必須大致上顯示具有下列24項衛生部認可功能最少其中一項，方會獲認可為保健食品：

1. 調理免疫功能
2. 調理血液脂肪
3. 調理血醣
4. 抗衰老
5. 改善記憶
6. 改善視力
7. 有助排出鉛毒
8. 潤喉
9. 調理血壓
10. 改善睡眠
11. 促進哺乳
12. 抗突變
13. 抗疲勞
14. 抗血缺氧
15. 抗輻射
16. 減肥
17. 提升生長及發展
18. 改善骨質疏鬆
19. 改善營養性貧血
20. 保護肝臟免受化學性質破壞
21. 改善儀容 (消除粉刺／消除褐黃斑／改善皮膚濕度及油性)
22. 改善腸胃系統功能 (控制細菌活動／改善消化／舒緩便秘／保護胃黏膜)
23. 抗癌
24. 改善性徵

衛生部為國務院屬下的部級機關，主責全國公共衛生事務。於一九九六年三月十五日，規管保健食品的生產、標籤、內容及廣告的《保健食品管理辦法》已由衛生部頒佈，以加強《食品衛生法》。該等管理辦法訂出有關保健產品的生產程序，而朗力福保健食品必須遵從該等法定規定。所有保健產品均須經衛生部檢查，由衛生部向每項獲批准的保健食用產品發出《保健食品批准證書》並給予批文編號，編號將印於保健食品的包裝盒上。未有取得《保健食品批准證書》的保健食品概不得推售。

生產業務所需的批文

根據現行有效的《中華人民共和國食品衛生法》有關規定，開辦食品生產經營企業，必須取得衛生行政部門發放的《衛生許可證》；根據《保健食品管理辦法》，保健食品生產企業必須取得《保健食品批准證書》、省級衛生行政部門簽發的《衛生許可證》；本集團已為旗下保健食品產品分別取得衛生部的《保健食品批准證書》以及江蘇省衛生廳的《衛生許可證》。根據《工業產品生產許可證管理辦法》，從事酒類及化妝品生產的企業應取得由中華人民共和國國家質量監督檢疫總局發出的《工業產品生產許可證》，從事酒類的銷售應根據銷售地的規定，辦理酒類銷售許可證，而並沒有適用於全國範圍內的全國性規定；截至最後可行日期，本集團已持有蘇州市相城區衛生局發出就生產及銷售白酒的《衛生許可證》。根據《印刷業管理條例》，從事印刷業務的企業應取得《印刷經營許可證》、《特種行業許可證》；截至最後可行日期，本集團已取得分別由江蘇省新聞出版局及蘇州市公安局相城分局發出的《印刷經營許可證》及《特種行業許可證》。根據《中華人民共和國野生動物保護實施條例》及江蘇省野生動物保護管理的規定，從事經營利用非國家級和江蘇省省級重點保護野生動物及其產品的單位或個人，必須取得《江蘇省野生動物及產品經營利用許可證》；根據《中華人民共和國動物防疫法》、《江蘇省動物防疫條例》，從事動物飼養、經營和動物產品生產、經營相關活動，應當符合國家規定的防疫條件，根據《中華人民共和國野生動物保護法》、《中華人民共和國陸生野生動物保護實施條例》及江蘇省野生動物保護管理的規定，從事馴養繁殖野生動物的單位或個人必須取得《野生動物馴養繁殖許可證》；從事牙膏香皂的生產經營，無需取得相關批准或許可。

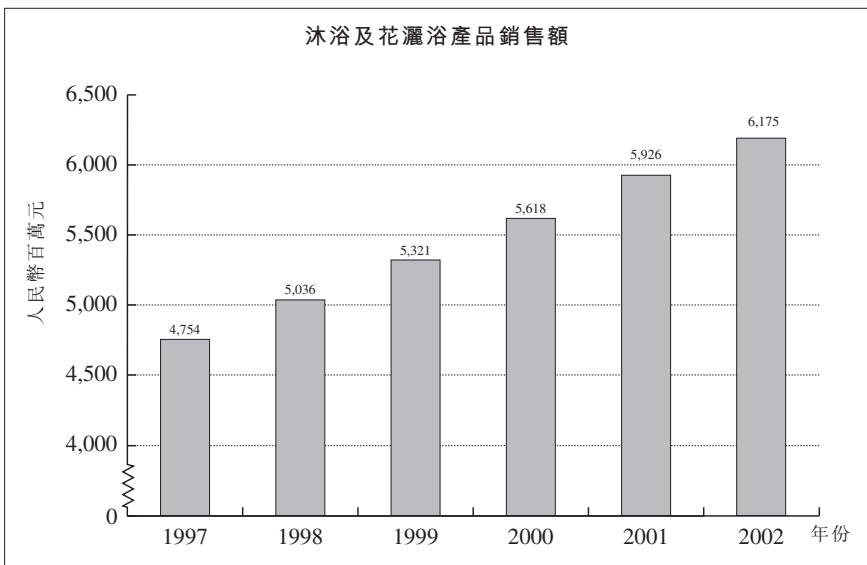
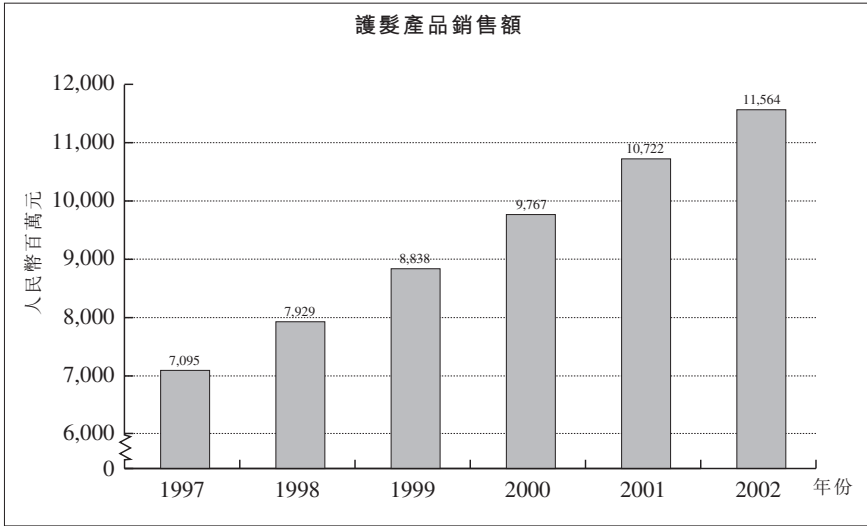
根據《中華人民共和國標準法》及其實施條例，中國的全國強制性標準、行業標準以及省、自治區、直轄市標準化行政部門制定的工業產品的安全、衛生要求的地方標準屬於企業經營必須執行的標準。

行業概覽

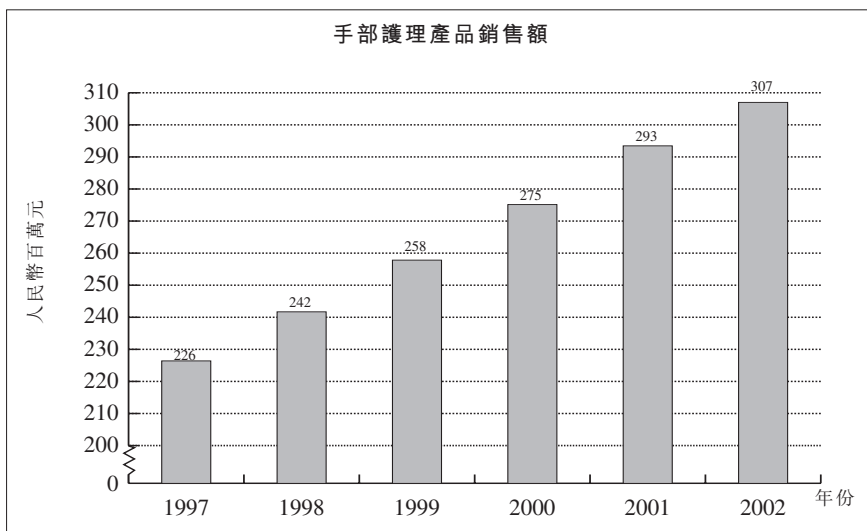
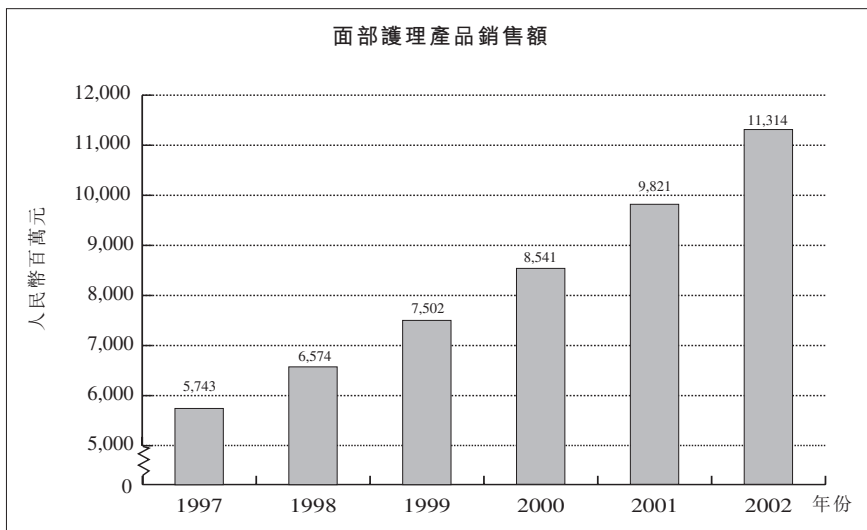
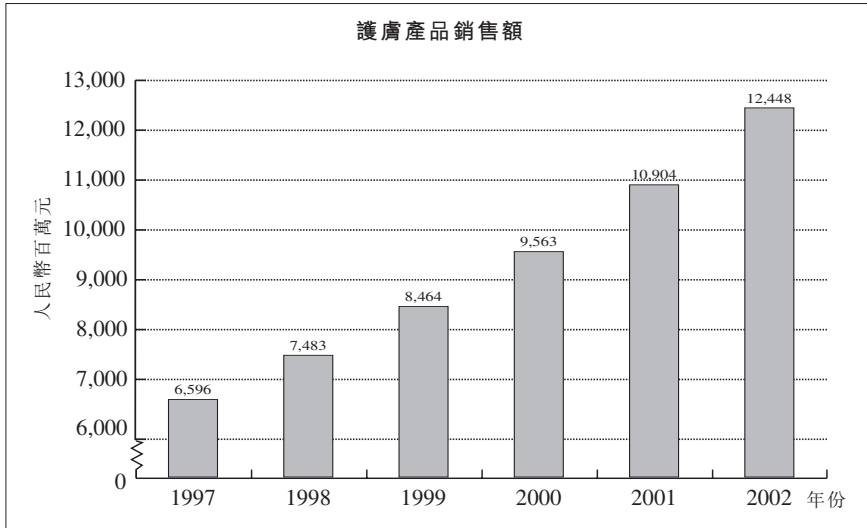
中國化妝品行業

本集團大部分身體護理產品受《中國化妝品衛生監督條例》規管並由衛生部監管。化妝品指以拭抹、噴霧等方法散佈在人體表層部分（如皮膚、頭髮、指甲及口唇等）的日常化工商品，作用為潔淨、除味、護膚及妝扮。

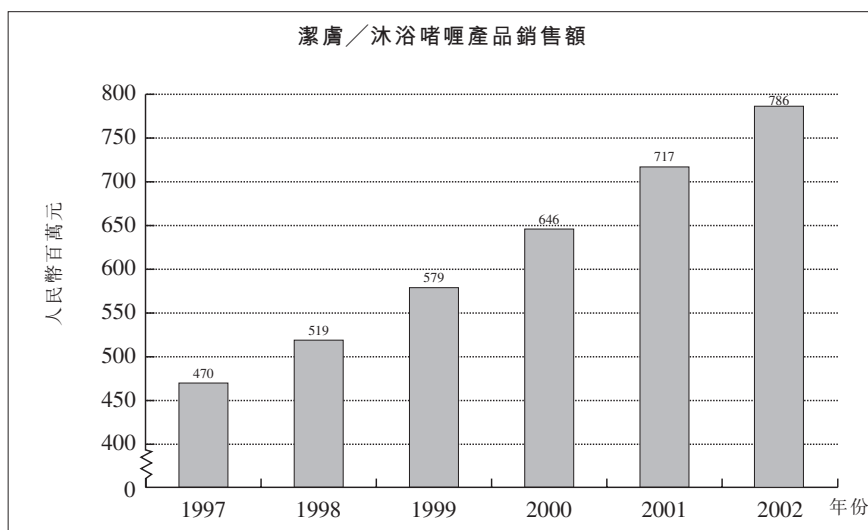
下圖列示六種主要身體護理產品類別於一九九七年至二零零二年在中國的銷售額：



行業概覽



行業概覽



資料來源：Euromonitor International編製的Consumer China 2004，Euromonitor International為一家全球市場研究公司及商業出版商，有30多年出版市場研究報告的業務經驗。

從上圖的統計數字所示，護髮產品、沐浴及花灑浴產品、護膚產品、面部護理產品、手部護理產品、潔膚及沐浴啫喱的銷售額均有所增長。於一九九七年至二零零二年的五年間，上述產品分別錄得10.26%、5.37%、13.54%、14.52%、6.32%及10.83%的複合年增長率。整體而言，化妝品及潔護用品總銷售額由一九九七年的人民幣299億元增加至二零零二年的人民幣452億元。據Euromonitor International的預測，化妝品及潔護用品的銷售額將於二零零五年攀升至人民幣730億元，較二零零二年該等產品的銷售額人民幣452億元，複合年增長率達17.33%。

於二零零二年，護膚品、護髮品、美容用品及香水分別佔中國化妝品市場銷售總額約35%、28%、24%及8%。護膚品是化妝品市場中增長最快的一環，潤膚乳霜及潤膚液佔護膚品銷售的主要部分，其次是潔面產品及沐浴啫喱。根據香港貿易發展局，以市場佔有率的增長而言，中檔產品較其他檔次的產品表現更為突出。隨著全球各地興起一片回歸自然的潮流，含天然成份的化妝品勢將日漸受歡迎。

在中國規管化妝品行業的規例

於一九八九年十一月十三日，衛生部頒佈《化妝品衛生監督條例》。據此條例，所有化妝品製造商在展開生產前必須領取由省衛生廳發出的《化妝品生產企業衛生許可證》。截至最後可行日期，本集團已取得江蘇省衛生廳發出的《化妝品生產企業衛生許可證》，有關詳情請參閱本招股章程「業務」一節「營業證照及許可」分節。此外，若要在中國生產供特殊用途的化妝品，必須向衛生部取得特殊用途化妝品衛生許可證。有關特殊用途包括潤髮、染髮、燙髮、脫毛、胸部護理、身體護理、除味、去斑及防曬。如發現任何生產企業在未獲得批准前生產任何特殊用途化妝品，該等生產商的产品及不合法盈利將被沒收，並須繳交相當於不合法盈利三至五倍的罰款。該等企業亦可能被下令停止其生產運作。