

競爭優勢

董事相信，本公司的主要競爭優勢如下：

- 「朗力福」品牌已於其目標市場建立獨有的品牌地位和口碑

董事認為，以健康價值而言，「朗力福」品牌對現今消費者實為全面的時尚生活概念及意念，因而擁有獨特的地位。在多項市場推廣及宣傳計劃的配合下，本集團將「朗力福」定位及推廣為切合客戶不同需要的含天然成份保健相關產品的品牌。

- 發明項目專利權保障

本集團開發含天然成份的保健相關產品的專門生產技術成就受中國兩項發明項目專利權保障。適用於該等專利技術的保障期乃由申請註冊日期起計二十年。本集團的發明項目專利權亦展示本集團在研究及開發方面的實力。

本集團已申請並獲授兩項專門生產技術的發明項目專利權，分別為：

發明項目名稱	有效期	專利權編號
混合龜粉及蛇粉及其配製方法	由一九九七年三月四日起計二十年	ZL 97 1 06310.9
一種混合式保健產品及其配製方法(使用破壁赤靈芝孢子粉、赤靈芝子實體及羊胎盤作為原料)	由二零零零年六月二十日起計二十年	ZL 00 1 09665.6

除上文披露者外，本集團擁有獨家權利，可阻止其他人士使用上述於中國的專利權所涵蓋的專門生產技術。

如本招股章程「知識產權」一節所述，本集團就兩間公司侵害朗力福的專利權而展開訴訟。該兩間公司的聲稱侵權行為包括生產侵害朗力福的專利權的產品，以及按較低價格銷售該等產品，從而對朗力福的業務帶來不利影響。於二零零二年，該兩間公司向朗力福繳付合共約人民幣3,000,000元的特許費用。

業務目標

由於本集團很多產品乃使用本集團的專利發明下的專門生產技術生產，董事相信，本集團就銷售及繼續開發含天然成份保健產品（其生產過程涉及應用上述專利生產技術）擁有競爭優勢。

除專利生產技術外，鑑於本集團就開發及生產含天然成份保健相關產品擁有多年經驗，董事認為本集團廣獲認同的研究能力可確保本集團的競爭力及縮短開發新產品的完成時間，讓本集團的保健相關產品於華東（浙江省及上海市等）維持顯著的市場佔有率。

- **管理專家**

本集團的管理隊伍由楊先生率領，就開發、生產及銷售含天然成份的保健相關產品擁有豐富經驗。

- **市場多元化**

本集團擁有逾50種產品，包括含天然成份保健相關產品，而且於國內擁有廣佈的消費者基礎。

- **品質控制的承諾**

本集團已取得ISO 9001: 2000及ISO 14001: 1996的認證。

整體業務目標

董事深信，隨著中國對含有天然成份的優質保健相關產品的需求上升，可為本集團締造充裕的發展商機。本集團的目標是朝著以下的方向發展，使集團成為在中國主要從事含天然成份保健相關產品的製造、研究、開發及分銷業務的翹楚企業：

研究與開發

為了達成這個重點目標，本集團擬加強其與當地研究與專業機構（如當地中藥專業機構及當地大學）的策略性聯盟，方式為直接資助該等機構的研究及／或取得根據該等機構的研究成果開發商業產品的優先權。本集團在上海市中醫藥學會的技術協助下開發出集團的主要產品之一靈芝胎盤膠囊，並由上海市預防醫學研究院於一九九九年進行測試。董事深信，此等聯盟關係不單有助本集團穩站於開發保健相關產品的前線，而且亦有助提高本集團的品牌及產品在保健業界及最終用戶的知名度。

壯大銷售及市場推廣實力

- 繼續擴大集團於中國的銷售網絡

為了擴闊集團的分銷網絡，集團將擴大本身的銷售隊伍，並增設更多分公司辦事處及經營部，藉此建立本身的分銷網絡，以覆蓋華北及華南地區更多省份及城市。

- 繼續於中國及海外推廣及行銷本集團的產品

本集團已制訂計劃，藉著銷售會議及產品推出研討會推廣旗下產品。此外，本集團亦將進一步加強獎勵計劃，以鼓勵更積極進行市場推廣工作。

- 繼續增闊客戶基礎及市場覆蓋範圍

本集團將繼續推出嶄新產品，力求照顧到更多消費者的需要，從而致力擴大客戶基礎。此外，本集團將物色與具備雄厚分銷網絡（特別是華南省份）的其他分銷商攜手合作的契機，藉以擴闊集團的市場覆蓋範圍。

- 藉著對存貨週轉及分銷物流實施更具效率及有效的監控（如實施企業資源計劃系統），加強集團的生產及分銷管理。
- 確立集團的海外銷售及分銷網絡

本集團現正於東南亞國家積極物色於保健相關產品方面具優越實力的當地分銷商，為集團在海外市場推出產品跨出第一步。

投資於宣傳及推廣活動

董事相信，品牌及商標可提高客戶對集團產品的認知度，因而對市場推廣策略極為重要。

本集團計劃於五年期間就宣傳及推廣活動方面動用合共30,000,000港元，範疇概述如下：

- 制定具成本效益的推廣計劃，以便達致均衡的直銷活動組合（如銷售會議、研討會及媒體推廣）
- 確立及推廣本身作為優質保健相關產品製造商的企業形象

業務目標

- 提升集團的產品包裝及產品推廣材料，藉以改善產品形象
- 在報章、雜誌、電台及電視廣播等各種媒體上進行推廣活動

擴充及提升生產設施

本集團已於蘇州成立一家外商獨資企業蘇州別特福，以擴充本身的生產設施。

蘇州別特福已於一幅毗鄰蘇州朗力福廠房的地皮上設立其生產設施，以方便管理監督。預期蘇州別特福會製造及分銷現由蘇州朗力福生產的若干營養酒類產品、營養沐浴產品、營養護膚產品及營養護髮產品，並以年青顧客為目標。預期蘇州別特福將購置機器以應付其擴展需要。另外，蘇州別特福計劃發展及調整其產品組合及配方，以迎合年青顧客的口味及喜好。計劃中蘇州別特福的產能約相當於蘇州朗力福的產能約20%至30%。

實施計劃

本公司於截至二零零四年九月三十日止本財政年度餘下期間及截至二零零六年九月三十日止其後兩個年度的實施計劃載於下文。投資者務應注意，有關實施計劃及各自的達成時間表須受本招股章程內的本節「基準及假設」一段所載的基準和假設所規限。此等基準和假設取決於眾多既有的不明朗因素及不可預測的因素，尤其是本招股章程「風險因素」一節所載的風險因素。董事對市場潛力及業務計劃所作評估的準確性、可達性、持續性及／或可靠性，取決於此等基準和假設的有效性。如任何基準和假設未能成功應用或無效，則可能導致以下任何或所有未來計劃未能於預定時間內達成或全部未能達成。本公司亦需要繼續監察市場反應，且或會就此對其計劃作出調整。

業務目標

第一期：由最後可行日期至二零零四年九月止期間

概述	研究與開發	行銷、銷售及分銷	推廣及宣傳活動	生產	實施企業資源計劃管理及提升電腦設施
	繼續開發及測試祛斑養顏膠囊	在華東地區增設兩個經營部	完成公司標誌的標準化	精簡及提升蘇州朗力福廠房的生產設施	增購不多於二十台電腦供多個經營部使用
	完成高鈣蛋白質營養粉的產品測試及商業投產測試	物色東南亞的海外批發商及分銷商	為三種產品改換包裝		
	就製造及分銷高鈣蛋白質營養粉申請所有相關產品許可	招攬二十名額外銷售及行銷人員	進行市場調查以了解年輕顧客組別對本集團的身體護理產品的接受程度		
	繼續開發及測試營養黃酒		更新網站以推廣本集團提倡保健的企業形象		
預算用作投資的配售所得款項	1,000,000港元	2,000,000港元	3,000,000港元	3,000,000港元	1,000,000港元

業務目標

第二期：由二零零四年十月至二零零五年三月止期間

概述	研究與開發	行銷、銷售及分銷	推廣及宣傳活動	生產	實施企業資源計劃管理及提升電腦設施
	完成祛斑養顏膠囊的產品測試及商業投產測試	在廣東及福建地區增設三個經營部	為四種身體護理產品改換包裝	為蘇州別特福購買機器	增購不多於二十台電腦供多個經營部使用
	就製造及分銷祛斑養顏膠囊申請所有相關產品許可	本集團部分產品開始外銷往東南亞市場	提升禮品盒質素及改換包裝		實施電腦化匯報系統以供適時報告銷售及出貨情況
	繼續開發及測試營養黃酒	招攬三十名額外銷售及行銷人員	為銷售及推廣人員主辦互動式講座以加強其對本集團產品的知識及推廣技巧		
			透過在公眾媒體亮相並於中國的電視及雜誌進行推廣活動以宣傳高鈣蛋白質營養粉		
			為二零零四年底及二零零五年初的假期季節制訂廣告宣傳計劃		
預算用作投資的配售所得款項	6,000,000港元	2,000,000港元	4,000,000港元	5,000,000港元	1,000,000港元

業務目標

第三期：由二零零五年四月至二零零五年九月止期間

概述	研究與開發	行銷、銷售及分銷	推廣及宣傳活動	生產	實施企業資源計劃管理及提升電腦設施
	進一步改良靈芝胎盤膠囊的功效	在華北地區增設三個經營部	為三種身體護理產品改換包裝	為蘇州別特福購買機器	實施電腦化匯報系統以供適時報告銷售及出貨情況
	展開營養黃酒的生產	物色香港的海外批發商及分銷商	提升禮品盒質素及改換包裝		
	就製造及分銷營養黃酒申請所有相關產品許可	招攬三十名額外銷售及行銷人員	於中秋節期間舉行嘉年華會推廣本集團的保健相關產品		
預算用作投資的配售所得款項	2,000,000港元	2,000,000港元	1,000,000港元	3,000,000港元	—

業務目標

第四期：由二零零五年十月至二零零六年三月止期間

概述	研究與開發	行銷、銷售 及分銷	推廣及 宣傳活動	生產	實施企業資源 計劃管理及 提升電腦設施
	開始選定洗髮 露及美白乳霜 延伸產品線	在山東地區設 兩個經營部	提升禮品盒質 素及改換包裝	計劃廠房三班 制以增加產能 應付假期銷售	實施電腦化匯 報系統以供適 時報告銷售及 出貨情況
	進一步改良靈 芝胎盤膠囊的 功效	在購物商場及 百貨公司籌組 宣傳攤位及直 接銷售	推出聖誕節及 新年廣告活動		
		招攬二十名額 外銷售及行銷 人員	針對更廣闊的 客戶群為保健 相關產品採用 新格調禮品盒		
預算用作 投資的配 售所得款 項	1,000,000港元	2,000,000港元	1,000,000港元	3,000,000港元	—

業務目標

第五期：由二零零五年四月至二零零六年九月止期間

概述	研究與開發	行銷、銷售及分銷	推廣及宣傳活動	生產	實施企業資源計劃管理及提升電腦設施
	選定蛇油SOD蜜身體護理產品的延伸產品線	在山東地區設兩個經營部	提升禮品盒質素及改換包裝	檢討及精簡蘇州朗力福及蘇州別特福的工廠的供應物流及生產效率	實施電腦化匯報系統以供適時報告銷售及出貨情況
	改良龜蛇粉及補鈣膠囊的功效	在購物商場及百貨公司籌組宣傳攤位及直接銷售	推出新格調及體積較小的禮品盒以迎合年輕顧客組別		實施電子化資源處理系統
	新增產品展開試產及商業投產	本集團部分產品開始外銷往香港市場			
	就新增產品申請許可及／或註冊				
預算用作投資的配售所得款項	—	2,000,000港元	2,000,000港元	1,000,000港元	1,000,000港元

業務目標

基準及假設

董事已評估市場潛力、確定本公司的積極業務拓展陳述並制訂建議中的公司策略，以根據董事的經驗及知識而預測的市場需求及其產品的未來增長為基礎，從而達致本公司的業務目標。董事在作出評估及制訂策略時已作出下列假設：

1. 就中國的利率、稅率及貨幣匯率，不會有任何對本集團業務構成不利影響的重大經濟變動；
2. 本集團生產所用的原材料供應的價格及數量將無重大波動；
3. 現行法例（不論是中國、香港或全球其他地區）、有關本集團的政策或行業或規管待遇，或本集團經營所在地區的政治、經濟或市場狀況將無重大變動；
4. 本集團將可招攬及延聘合適職員；
5. 本文所述的各項近期發展策略的資金需求將無變動，以致與本公司管理層所估計的數額有所差別；
6. 本集團將具有備用的外來融資；及
7. 將無天災、政治動盪或其他災難可導致本集團的業務或營運受到嚴重干擾，或會對其物業或設施造成嚴重損失、破壞或毀壞。