

歷史及積極拓展業務目標

歷史

問博集團由陳先生及馬先生創立。於一九九九年年初，陳先生與馬先生開始收集中國醫藥資訊，設立數據庫，令其成為中國及國際製藥及保健公司之完整解決方案供應商，向其提供產品顧問、直接市場推廣及銷售隊伍管理顧問服務。彼等的目標為積極利用國際及國內制度改革所帶來的商機，包括中國加入世貿及中國進行醫療改革等帶來之商機。問博集團已開始透過必需的工具及網絡輔助建立架構，務求在變化日新月異的中國製藥及醫療保健業躋身行內翹楚之列。

於一九九九年九月，Albatross聘用薛鷹先生並為一家以美國為基地的藥物貿易公司（一家擬在中國市場進行心臟科醫藥市場推廣活動之公司）簽訂其首份產品顧問合約，以期收集及歸納有關高血壓性心臟病與心力衰竭有關疾病之市場數據及市場醫療使用情況之數據。此份合約的金額為78,000港元。截至一九九九年年底，問博集團已聘用11名員工，在中國進行直接市場推廣、產品顧問及銷售隊伍管理服務方面支出約312,000港元。一份有關治療急性心肌感染之醫療產品顧問的合約於二零零零年三月簽署，合約總值為390,000港元。就人參產品提供產品顧問之另一份合約於二零零零年五月簽署，合約總金額為350,000港元。

二零零零年六月，鑒於向博集團需要營運資金，陳先生及馬先生分別透過Byron Bay及E-Source認購問博集團的股份，並向問博集團注資約6,600,000港元。

二零零零年六月，問博集團成立兩家中國經資合營企業，分別為「問博管理」及「問博信息」，藉以為問博集團在中國進行產品顧問工作、直接市場推廣及銷售隊伍管理顧問工作。當時直接市場推廣、產品顧問及銷售隊伍管理隊伍分別由五名、五名及四名員工組成。問博集團分別擁有各中國合資經營企業之80%權益，而中方合夥人北京嘉富高醫藥科技發展有限公司及北京嘉富高經貿有限公司擁有餘下20%權益。兩間中方合夥人公司均為中國私有公司。北京嘉富高醫藥科技發展有限公司及北京嘉富高經貿有限公司乃由三位問博集團的僱員（即薛鷹先生、侯春鳳小姐及孫亞利先生，彼乃與問博或其任何附屬公司的董事、行政總裁或主要股東或彼等各自的聯繫人士概無關連之獨立人士）的中國個別人士實益擁

有。董事認為讓僱員成為合夥人之安排將會激勵該等員工。成立此兩家中國公司的目的僅為持有問博管理及問博信息權益。自成立以來，問博管理及問博信息並無違反中國法例或超逾其營業註冊證所述之經營範圍。

二零零零年六月，問博集團與哈爾濱嘉富高藥業有限公司（「嘉富高藥業」）訂立一份為期十年的管理顧問服務協議。據此，問博集團同意向嘉富高藥業提供銷售隊伍之管理顧問服務，包括向嘉富高藥業提供銷售資訊及相關服務。嘉富高藥業是中國的特許藥物分銷商。根據該協議之條款，問博集團之酬金為每年人民幣120,000元。因為問博集團向嘉富高藥業提供服務，嘉富高藥業於二零零零年七月自一家中國藥物製造商取得一份為期十年的專利協議，據此，該製藥商授予嘉富高藥業一項在中國的專利分銷權分銷製藥產品「必克頸痛貼」。問博向嘉富高藥業提供之服務包括：(i)在嘉富高藥業與必克頸痛貼之製造商傳送資料及安排會議；(ii)協助嘉富高藥業改善其內部銷售制度，符合生產商所訂定之規定；(iii)就售後服務向嘉富高藥業提供意見。於二零零零年八月，嘉富高藥業在問博協助下，就必克頸痛貼與北京當地一間藥店簽定首份合約。問博集團與嘉富高藥業每季召開一次會議，以評估問博集團提供服務之業績。根據十年管理顧問服務協議之一項補充協議，問博同意在截至二零零零年九月三十日止三個月期間不會向嘉富高藥業收取任何費用。於截至二零零一年九月三十日止兩個年度，由十年管理顧問協議所賺取之收入分別為零及約113,000港元。

二零零零年八月，問博集團推出其醫療互聯網入門網站Webyiyao.com。平台為不同的製藥及醫療保健專業人員提供多元化的網上服務，初期致力為醫生提供與行業相關的資訊，譬如最新的研究公佈、數據及新藥物的發展等。透過向醫生提供服務，問博集團可搜集大量有關彼等的基本資料，從而豐富資料庫。內容豐富的資料庫對問博集團的產品顧問及直接市場推廣服務極為重要及有效用。

二零零零年七月，由於就I-Difference對問博集團於中國市場擴展的貢獻而向其配發股份，I-Difference成為問博集團的股東。憑藉與嘉富高藥業多年業務交往，I-Difference協助問博集團取得與嘉富高藥業為期十年的管理諮詢服務協議。

二零零零年九月，問博集團與一家法國製藥公司於香港之附屬公司訂立其首份直接市場推銷合約以期在中國市場促銷白蛋白產品。該製藥廠一直專注於生產處方藥，主要用於治療心臟病、糖尿病及呼吸疾病等重要病症。在此項目上，問博集團就制定促銷策略及為白蛋白產品設計促銷資料提供專業服務。

二零零零年八月，四名私人投資者Elbon Ventures、萬德生先生、黃偉基先生及Chung Yi Wen先生成為問博的股東，注資約10,700,000港元，作為一般營運資金之用。

於二零零一年二月，問博集團與一中國保健公司就各種中藥保健產品簽訂一份產品顧問合約。

隨後，問博集團的業務得以擴張，備有訂立更多產品顧問、直接市場推銷及銷售隊伍顧問合約。員工數目由一九九九年九月的3名（即陳先生、馬先生及薛鷹先生三人）增加至二零零一年九月的51名。

為以有效方式管理問博集團之業務模式，問博集團管理層不時（倘認為適用）向問博之顧問尋求涉及各專業領域之建議。問博集團之顧問已向問博提供市場推廣、金融、法律、人力資源、工業及資料庫管理之建議。問博集團並無與該等顧問就彼等提供建議而訂立任何協議，亦毋須向該等顧問提供之建議付費。該等顧問已同意於問博於創業板上市後繼續向問博集團提供建議（倘問博提出此等要求）。問博集團有意在聯交所上市後就顧問所提供之建議支付費用。應付款項按每項服務經公平磋商後釐定，並計及包括但並不限於建議之性質、所耗用時間及所涉及之人員等不同因素。

積極拓展業務目標

以下為截至二零零一年九月三十日止兩個年度各年及截至最後實際可行日期期間問博集團積極拓展業務之陳述。

截至二零零零年九月三十日止財政年度

業務發展

- 問博集團完成其於一九九九年九月簽署之首份產品顧問合約；
- 於二零零零年三月及五月分別簽署及完成兩份產品顧問合約；
- 問博管理及問博信息於二零零零年六月在中國成立。

- 於二零零零年六月與嘉富高藥業訂立一份銷售隊伍管理顧問合約。該銷售隊伍管理諮詢隊伍成功協助嘉富高藥業取得必克頸痛之分銷權。
- 於二零零零年六月成立產品顧問、直接市場推銷及銷售隊伍管理小組。
- 問博的資料庫連接超逾250,000名醫生及2,850家以上的醫院。
- 問博的互聯網平台於二零零零年八月完成及推出。
- 於二零零零年九月訂立兩項以上產品顧問合約及兩項直接市場推銷合約。
- 除銷售隊伍管理諮詢合約外，於二零零零年八月及九月簽署三份銷售隊伍管理諮詢合約。
- 來自其核心業務的收入約為2,581,000港元。

人力資源的分配

於二零零零年九月三十日，問博集團共聘請46名員工，分別從事下列工序：

管理	9
直接推銷	11
產品顧問	12
銷售隊伍管理顧問	10
財務及行政	4
	<hr/>
總計	<u>46</u>

截至二零零一年九月三十日止財政年度

業務發展

- 有超逾550,000名醫生及超逾5,400家醫院之豐富資料之數據庫。
- 與北京大學、北京生物技術和新藥產業促進中心、ValueFlash.com及Princeton Healthcare Media組成策略性聯盟。
- 於二零零一年二月，與一間中國保健公司就各種中藥保健產品訂立一項產品顧問管理合約。

- 期內訂立9項產品顧問合約、51項直接市場推銷及相關合約及42項銷售隊伍管理顧問合約。
- 來自核心業務的收如約為10,595,000港元。

人力資源的分配

於二零零一年九月三十日，問博集團共聘請51名員工，分別從事下列工序：

管理	9
直接推銷	12
產品顧問	16
銷售隊伍管理顧問	10
財務及行政	4
	<hr/>
總計	<u>51</u>

截至二零零一年十月一日至最後實際可行日期止期間

業務發展

- 問博的資料庫於中國已累積超逾600,000名醫生及超逾6,000家醫院。
- 與上海市藥業股份有限公司組成策略性聯盟。
- 與北京大學的策略性聯盟續約。
- 訂立七份產品顧問合約、二十二份直接市場推銷合約及三十二份銷售隊伍管理顧問合約。
- 問博的銷售隊伍管理顧問小組協助嘉富高藥業取得一項製藥產品即必克頸痛貼之分銷權。
- 來自其核心業務的收入約為7,700,000港元。

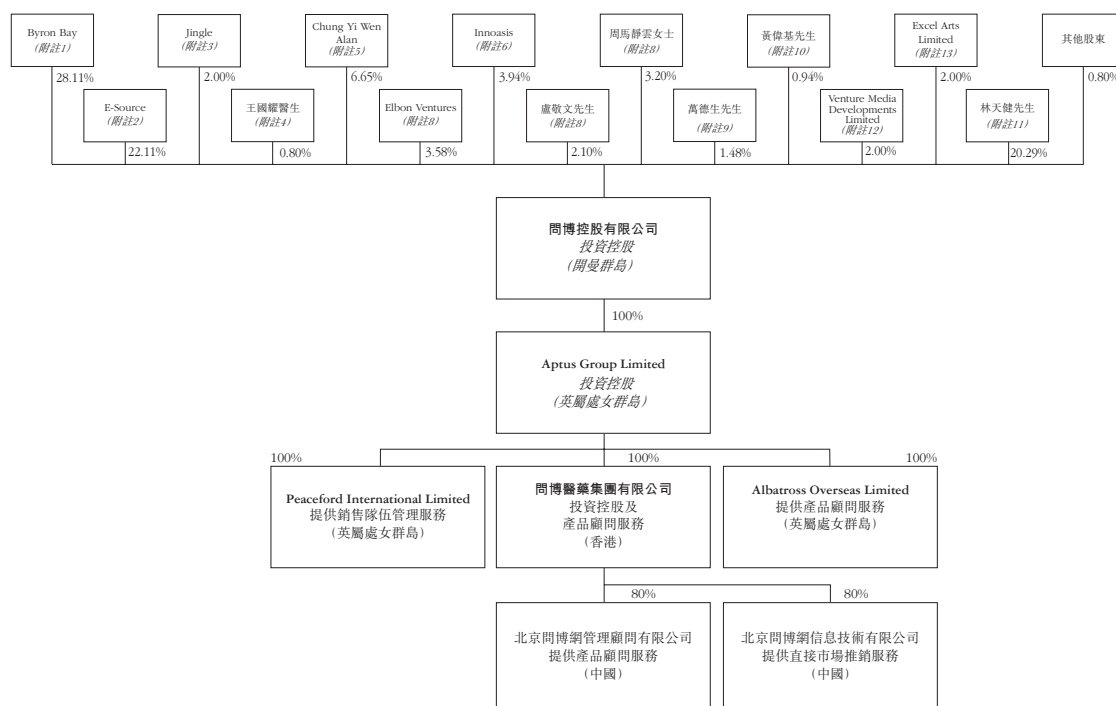
人力資源的分配

問博集團於最後實際可行日期聘請共51名員工：

管理	9
直接市場推銷	11
產品顧問	16
管理顧問	11
財務及行政	4
總計	<u>51</u>

公司架構

下圖為問博集團（假設超額配股權未獲行使，且未計及根據購股權計劃及僱員購股權計劃項下授出或將予授出的任何購股權獲行使）緊隨股份發售完成後的股權及公司架構圖表，包括權權及其主要附屬公司：



附註：

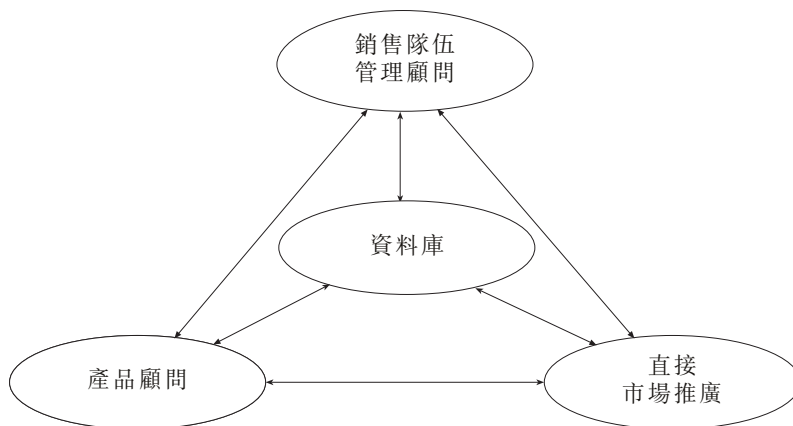
1. Byron Bay由陳氏家族二零零二信託全資擁有，該信託是一項全權信託，全權受益人包括陳先生家族成員。陳先生及陳世德先生（陳先生父親）根據首次公開發售前購股權計劃獲授分別可認購18,000,000股股份及250,000投資股股份之購股權。Byron Bay為上市時管理層股東，已向問博及聯交所承諾，除創業板上市規則所規定者外，於自上市日期起12個月期間，其不會出售（或訂立任何協議出售）或允許在冊之股份持有人出售（或訂立任何協議出售）彼於有關證券之任何直接或間接權益。而且，陳氏家族二零零二年信託之受託人已向聯交所承諾，(i)其不會直接或間接出售Byron Bay股份權益；及(ii)於自上市日期後首個12個月期間，其不會分配陳氏家族二零零二年信託之任何資產，包括Byron Bay之直接或間接權益，且陳氏家族二零零二年信託之委任人亦已向聯交所承諾於自上市日期起首個12個月期間，彼不會取消信託之受託人及委任新受託人填補其空缺。陳氏家族二零零二年信託之信託人及陳先生已共同及個別向聯交所承諾，彼等將不會(i)委任陳氏家族二零零二年信託之任何新受益人，除非其為陳先生之任何子女；及(ii)於上市日期後頭十二月內更換陳氏家族二零零二年信託之任何現有受益人。Byron Bay於二零零零年三月三十一日由陳先生成立，以持有其於問博集團之個人權益。於二零零二年四月二十五日，Byron Bay全部已發行股本轉讓予陳氏家族二零零二年信託。
2. E-Source由馬氏家族二零零二信託全資擁有，該信託是一項全權信託，全權受益人包括馬先生家族成員。馬先生根據首次公開發售前購股權計劃獲授購股權以認購18,000,000股股份。E-Source為上市時管理層股東，已向問博及聯交所承諾，除創業板上市規則所規定者外，於自上市日期起12個月期間，其不會出售（或訂立任何協議出售）或允許在冊之股份持有人出售（或訂立任何協議出售）彼於有關證券之任何直接或間接權益。而且，馬氏家族二零零二年信託之受託人已向聯交所承諾，(i)其不會直接或間接出售E-Source股份權益；及(ii)於自上市日期起首個12個月期間，其不會分配馬氏家族二零零二年信託之任何資產，包括E-Source之直接或間接權益。馬氏家族二零零二年信託之委任人亦已向聯交所承諾於自上市日期起首個12個月期間，彼不會取消信託之受託人及委任新受託人填補其空缺。馬氏家族二零零二年信託之信託人及馬先生已共同及個別向聯交所承諾，彼等將不會(i)委任馬氏家族二零零二年信託之任何新受益人，除非其為馬先生之任何子女；及(ii)於上市日期後首十二個月內取消馬氏家族二零零二年信託之任何現有受益人。E-Source於二零零零年五月十八日由馬先生成立，以持有其於問博集團之個人權益。二零零二年四月二十五日，E-Source全部已發行股本轉讓予馬氏家族二零零二信託。
3. Jingle由馬先生全資實益擁有。馬先生根據首次公開發售前購股權計劃獲授可認購18,000,000股股份之購股權。Jingle為上市時管理層股東，已向問博及聯交所承諾，除創業板上市規則所規定者外，於自上市日期起12個月期間，其不會出售（或訂立任何協議出售）或允許在冊之股份持有人出售（或訂立任何協議出售）彼於有關證券之任何直接或間接權益。而且，馬先生已向問博、保薦人及聯交所承諾，於自上市日期起12個月期間，其不會直接或間接出售（或訂立任何協議出售）任何Jingle股份。
4. 根據日期為二零零二年一月十七日的認購協議，問博於二零零二年二月二十七日以認購價1,000,000港元向王國耀醫生配發及發行4,800,000股股份。王國耀醫生是非執行董事。王醫生為上市時管理層股東，已向問博及聯交所承諾，除創業板上市規則所規定者外，於自上市日期起12個月期間，其不會出售（或訂立任何協議出售）或允許登記持有人出售（或訂立任何協議出售）彼於有關證券之任何直接或間接權益。

5. Chung Yi Wen先生是一名投資者，於二零零零年八月十六日成為問博集團股東。根據二零零二年一月十七日之認購協議，問博集團於二零零二年二月二十七日以認購價1,000,000港元配發並發行4,800,000股股份予Chung Yi Wen先生。其並無擔任問博集團任何管理或行政職位。Chung先生從未及現時無意參與問博集團的管理事務，並為與問博、董事、行政總裁、上市時管理層股東及彼等各自的聯繫人士及上文所述問博集團其他股東概無關連的獨立人士。Chung先生為問博之高持股量股東，已向問博及聯交所承諾，除創業板上市規則所規定者外，於自上市日期起12個月期間，其不會出售（或訂立任何協議出售）或允許登記持有人出售（或訂立任何協議出售）彼於有關證券之任何直接或間接權益。
6. Innoasis由蘇炳光先生全資實益擁有。蘇先生從未參與且現時無意參與問博集團的管理事務，並為與問博、董事、行政總裁、上市時管理層股東及彼等各自聯繫人士及上文所載問博集團之其他股東概無關連的獨立人士。根據二零零二年一月十七日之認購協議，問博集團於二零零二年二月二十七日以認購價800,000港元配發並發行3,840,000股予Innoasis。Innoasis已向問博集團、保薦人及聯交所承諾，除了創業板上市規則另有規定外，從上市日期起計十二月內其將不會出售（或訂約出售）或允許登記持有人出售（或訂約出售）其任何直接或間接之股份權益。此外，蘇先生已向問博、保薦人及聯交所承諾，於上市日期起計12個月期間，其不會直接或間接出售（或訂立任何協議出售）其所持任何Innoasis股份。
7. Elbon Ventures由戎成德先生全資實益擁有。戎先生從未參與且現時無意參與問博集團的管理事務，並為與問博、董事、行政總裁、上市時管理層股東及彼等各自聯繫人士概無關連的獨立人士。
8. 周馬靜雲女士及盧敬文先生初期透過一間稱為I-Difference的工具公司（周馬靜雲女士及盧敬文先生分別擁有其60%及40%權益）投資問博集團。透過重組，股份已按I-Difference的要求及指示發行予個別股東。周馬靜雲女士及盧敬文先生均從未參與且現時均無意參與問博集團的管理事務，並為與問博、董事、行政總裁、上市時管理層股東及彼等各自聯繫人士及上文所述問博集團其他股東（公眾股東除外）概無關連的獨立人士。
9. 萬德生先生是一名私人投資者，於二零零零年八月十六日成為問博集團股東。其從未參與且現時均無意參與問博集團的管理事務，亦無擔任問博集團任何管理或行政職位。彼乃獨立人士，與問博、董事、行政總裁、上市時管理層股東及彼等各自聯繫人士及上文所述問博集團其他股東（公眾股東除外）概無關連。
10. 黃偉基先生乃私人投資者，於二零零零年八月十六日成為問博集團股東。其從未參與且現時均無意參與問博集團的管理事務，亦無擔任問博集團任何管理或行政職位。彼乃獨立人士，與問博、董事、行政總裁、上市時管理層股東及彼等各自的聯繫人士及上文所述問博集團其他股東（公眾股東除外）概無關連。

11. 於二零零二年二月二十七日，問博根據日期為二零零二年一月十七日的認購協議，以認購價1,000,000港元向林天健先生配發及發行4,800,000股股份。林先生是一名私人投資者及與問博、董事、行政總裁、上市時管理層股東及彼等各自聯繫人士及上文所述問博集團其他股東概無關連的獨立人士。林先生未曾參與且現時均無意參與問博集團的管理事務，亦無擔任問博集團任何管理或行政職位。林先生已向問博、保薦人及聯交所承諾，除創業板上市規則所規定者外，於自上市日期起12個月期間，其不會出售（或訂立任何協議出售）或允許在冊之股份持有人出售（或訂立任何協議出售）其於有關證券之任何直接或間接權益。
12. 於二零零二年二月二十七日，問博根據日期為二零零二年一月十七日的認購協議，以認購價2,500,000港元向Venture Media Developments Limited配發及發行12,000,000股股份。Venture Media Developments Limited由盧楚鏘先生全資實益擁有，後者是一名私人投資者及與問博、董事、行政總裁、上市時管理層股東及彼等各自聯繫人士及上文所述問博集團其他股東概無關連的獨立人士。Venture Media Developments Limited及盧先生概無參與且現時均無意參與問博集團的管理事務，亦無擔任問博集團任何管理或行政職位。Venture Media Developments Limited已向問博、保薦人及聯交所承諾，除創業板上市規則所規定者外，於自上市日期起12個月期間，其不會出售（或訂立任何協議出售）或允許在冊之股份持有人出售（或訂立任何協議出售）其於有關證券之任何直接或間接權益。而且，盧楚鏘先生已向問博、保薦人及聯交所承諾，其於自上市日期起12個月期間，不會直接或間接出售（或訂立任何協議出售）任何Venture Media Developments Limited股份。
13. 於二零零二年二月二十七日，問博根據日期為二零零二年一月十七日的認購協議，以認購價2,500,000港元向Excel Arts Limited配發及發行12,000,000股股份。Excel Arts Limited由雷詠小姐全資實益擁有，後者是一名私人投資者及與問博、董事、行政總裁、上市時管理層股東及彼等各自聯繫人士概無關連的獨立人士。Excel Arts Limited及雷小姐概無參與且現時均無意參與問博集團的管理事務，亦無擔任問博集團任何管理或行政職位。Excel Arts Limited已向問博、保薦人及聯交所承諾，除創業板上市規則所規定者外，於自上市日期起12個月期間，其不會出售（或訂立任何協議出售）或允許在冊之股份持有人出售（或訂立任何協議出售）其於有關證券之任何直接或間接權益。而且，雷詠女士已向問博、保薦人及聯交所承諾，於自上市日期起12個月期間，其不會直接或間接出售（或訂立任何協議出售）任何Excel Arts Limited股份。

業務模式

問博集團業務模式乃從事有關製藥的合約服務，專為客戶在中國提供銷售及推廣其產品的健全而綜合的商品化服務。問博集團以服務合約方式提供服務。在美國及歐洲等先進國家，典型的製藥及醫療保健公司產品商品化服務包括銷售隊伍招聘與培訓、銷售隊伍管理顧問、產品推出服務、品牌管理、市場推廣策略、醫療通訊、教育活動及研討會、疾病管理以至其他相關服務等等。下圖顯示問博集團業務模式下的各個業務範疇的相互關係：



- 直接市場推廣

問博集團所提供的直接市場推廣服務乃一種「一對一」的市場推廣服務，其目的在於向特定對象傳遞特定的訊息，藉此改變他們的使用習慣。這項服務主要按「每件產品」或「每項計劃」計算，包括直接郵遞、市場研究計劃、樣本測試、電話中心服務及分發贊助醫療保健印刷品等。

- 直接郵遞 — 郵寄宣傳物料包裹給特定目標客戶；

- 市場研究計劃 — 這些不同類型的計劃可以透過若干形式進行，例如直接郵遞（在直接郵寄包裹附上問卷）或實地調查或一對一的訪問等；

- 樣本測試 — 遞送樣本產品（例如試用裝止痛劑、去頭皮洗頭水等）給目標客戶；

- 呼叫中心 — 提供免費專線及熱線服務；
- 分發印刷品 — 向客戶的目標市場遞送公司通訊或內部及專業印刷品。

客戶如要求問博集團為他進行特定一樣製藥產品的直接市場推廣服務，客戶通常會與問博集團簽訂按「每件產品」計算的合約，另一方面，若客戶要求問博集團為他的公司的形象及一系列產品進行一連串直接市場推廣服務，則該客戶通常會與問博集團簽訂按「每項計劃」計算的合約。

- **產品顧問**

董事相信由於外國與中國之間存在文化差異及市場分野，故此很多國際製藥及醫療保健公司可能無法有效地在中國推行富效率的產品定位策略。因此，很多國際製藥及醫療保健公司會將產品定位工作外判予國內產品顧問公司。此外，中國很多製藥及醫療保健公司亦有意提升其產品形象定位以應付在中國日益加劇的競爭。問博集團所提供產品顧問服務包括產品定位、產品包裝、產品推出、產品研究、產品宣傳、銷售策略及藥品註冊諮詢服務。

- 產品定位 — 適當利用市場智慧及市場資料為其客戶的產品重新定位，以達致最高回報；
- 產品包裝 — 設計新包裝或改變包裝形式，例如由樽裝改為透明塑料單包裝；
- 產品推出 — 利用中國所能接受的市場推廣策略推出製藥產品。通常產品推出活動包括專家會議、公共關係節目及研討會。

- **銷售隊伍管理顧問**

董事相信，健全的銷售隊伍管理策略，將會提高製藥及醫療保健公司的銷售額。問博集團所提供銷售隊伍管理顧問服務包括為其客戶要求招募及培訓銷售隊伍。問博集團亦將為其客戶提供銷售人員營運其銷售隊伍。大部份銷售代表的僱用合約期限為6至12個月，且通常時間足以涵蓋與問博客戶訂立之管理合約期限。

根據業務模式，問博集團可分為多個工作組別，各組別為客戶提供特別專業服務。每個工作組別亦可藉享用不同工作組別間內部資源在內的方法，為客戶提供增值服務。

業務策略

問博集團從事為國際及中國的製藥及醫療保健公司提供廣泛的產品商品化服務。董事相信，鑑於預期中國經濟將會強勁增長、中國加入世貿及主辦二零零八年奧運會，因此中國製藥及醫療保健業將會充滿商機。

董事相信，雖然中國製藥及醫療保健市場具備龐大的迅速增長潛力，但該等市場卻競爭激烈。一項成功的藥品需要周詳的市場推廣諮詢計劃，否則大部份產品將無法達致最高銷售額或可能甚至使產品不能成功推出。董事知悉在中國，大部份製藥及醫療保健公司並無市場推廣部門進行市場推廣的研究及計劃，亦無為產品製訂定價政策。總括而言，對中國的製藥及醫療保健公司而言，市場推廣主導銷售的理念仍然處於初步發展階段。董事相信中國的許多製藥及醫療保健公司對其產品的市場推廣知識有限。隨著中國加入世貿，中國不少製藥及醫療保健公司將面對來自國際同業更嚴峻的競爭。因此對有效地進行市場推廣及產品顧問服務的需求將會更為殷切。

問博集團之目標乃為成為製藥業及保健業界全面解決方案供應商之翹楚，為該等以大中華為市場之客戶提供直接及具經濟效益之商業化服務。為達致業務目標，問博集團已採取下列主要業務策略：

擴展市場推廣隊伍—直接市場推廣隊伍及產品顧問隊伍均增加資深出眾的客戶主任數目，提升直接市場推廣設施及採購額外支援設施，以充份開發每一現有及新客戶的潛力。

擴展銷售隊伍管理顧問服務－增加資深銷售代表人數及建設額外設施及代表辦事處，以期服務更多客戶及充分利用數據庫及電腦系統等現有資源，發揮更大經濟效益。

收購分銷權－付出專利權費爭取問博集團所物色海外暢銷產品的分銷權。問博集團擬展開此等業務，以期就問博集團之現有資源取得最大回報及縱向擴展問博集團之現有業務。藉著收購海外暢銷產品的分銷權，問博集團將可發展多元化的產品組合及達致更大經濟效益。專利權費將以直線法根據有關分銷權年期攤銷。於最後實際可行日期，問博集團正就六種不同醫藥產品分銷權事宜與六家製藥廠商進行商談。

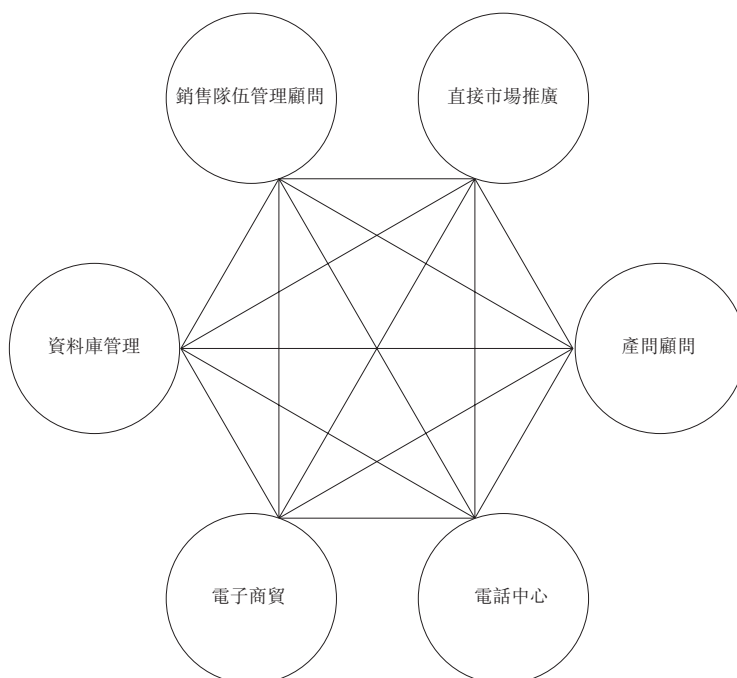
改善資料庫管理－充實資料庫的資料內容，改良資料庫管理系統的硬件與軟件電腦設施並招聘更多數據庫管理人員。藉著此等改善，問博集團將可開發有關醫院、藥房、病人、各種疾病及醫生的專門資料庫。

開發互聯網門站－充實問博集團的網站內容，加入更多有關製藥及醫療保健業的報導、新聞、研究報告以及其他資訊。董事相信，不繼充實問博集團的網站內容，將會提高瀏覽人士（尤其國內醫生以及製藥及醫療保健專業人員，他們可能成為問博集團的客戶）數目。此外，董事相信，問博集團網站的瀏覽人數增加將會擴大網站的用戶基礎，對問博集團透過電子商貿進行商業藥品交易的進展十分重要。

拓闊服務範圍－通過提供醫療刊物、電話中心服務及人力資源管理服務拓闊問博集團市場推廣服務範圍。董事認為，由問博集團醫療刊物之讀者群將會建立一個醫生社群，為問博客戶提供一個有效媒介，發佈有關彼等最新之研究與發展以及新型產品之資訊。接收呼叫中心之免費電話令問博集團可對產品最終用戶之要求或代其客戶提出之投訴作出直接回應。問博集團將提供之人力資源管理部門旨在協助其醫療界客戶以更有效之方式設立其銷售隊伍，尤以該客戶須覆蓋全國龐大隊伍之專職專責銷售人員方面為甚。

爭取與海外結盟－積極爭取與包括海外醫藥雜誌出版商、持續醫療教育服務供應商及資料庫管理公司建立更多策略聯盟。董事相信，與著名海外策略夥伴聯盟將可提升問博集團之形象、擴大其業務網絡，從而為問博集團帶來更多商機，拓闊其盈利基礎。

問博集團透過實行前述策略，銳意為其業務模式加添新的工作組別，藉此拓展現時所提供的服務範圍，最終令其業務模式更為完善。下圖展示問博集團預期將會出現的經擴大後業務模式：



問博集團的經擴大後業務模式乃以現時的模式為基礎，加入電子商貿及呼叫中心服務兩個額外工作組別後組成。根據問博集團的經擴大後業務模式，問博集團各個客戶可憑藉問博集團的一個或全部工作組別經營業務。

經營業務

現有業務

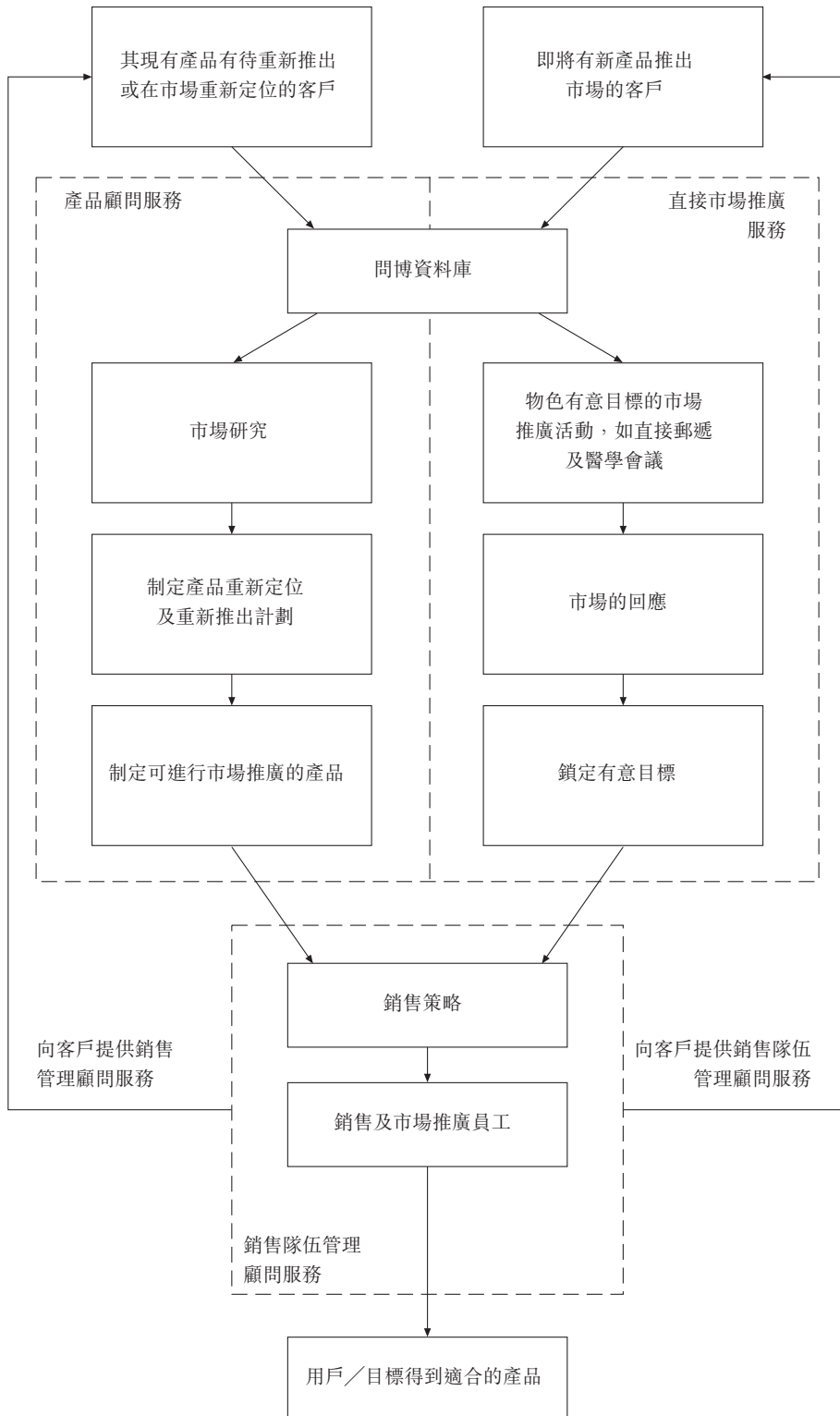
問博集團現時的業務模式乃從其資料庫開始。

資料庫主要由基本資料及經分析資料兩類型資料組成。基本資訊包括有關醫生及醫院的一般資料，例如醫生及醫院名稱、地址、聯絡電話及電郵地址，藉此可透過地理位置及所屬專科搜尋醫院及醫生。此外，由醫生撰寫，經已發表的文章、全國各地的醫學院及醫生用藥的喜好均被列作此類型資料。

經分析資料為更實用的資料，可用於制訂製藥產品的市場推廣及顧問方針。此類型資料包括醫生用藥的習慣、不同種類製藥產品的購買量及醫生對藥物包裝的喜好等。此外，資料庫內不僅儲存由醫生及醫學協會所進行的研究的總結，亦記載著根據地區、季節及年代出現的各種疾病的資料。

問博集團的資料庫所儲存的資料主要透過下列途徑收集得來：(i)大眾，如大學論文、報紙、雜誌及會議；(ii)每日營運，如直接郵寄、問卷及實地調查；(iii)問博集團的Webyiyao.com 互聯網門站，此門站為問博集團提供渠道向瀏覽者收集資料；及(iv)透過訪問製藥產品的最終使用者。

由問博集團的資料庫出發，問博集團的各個工作組別可互相連繫，其目的在於為客戶提供一體化的解決方案，下圖展示各工作組別交互組成的網絡及各組別間的工作流程：



1. 直接市場推廣服務

問博集團所供之直接市場推廣服務主要針對下列客戶：(i)旨在測試市場反應及物色彼等藥品之最終用戶；及(ii)藉僱用問博集團在中國市場促銷及市場推廣彼等製藥，實施市場推廣計劃及策略。為服務旨在測試市場反應及物色最終用戶之客戶，問博集團透過直接電郵向潛在客戶寄發有關產品之市場推廣資料，此等用戶之資料通常為存儲於問博數據庫之醫生、醫院及診所之資料。另外，有關產品之樣品亦寄發予潛在客戶，以有效提升產品於市場之知名度。此外，問博集團亦向潛在客戶寄發調查問卷，以獲取有關產品之初步市場反應。透過實施直接市場推廣服務，問博集團將向醫生、醫院及診所之社群促銷其產品。此外，上述調查問卷之反饋信息將會令問博集團之客戶了解彼等目標客戶之背景及/或資料。

對聘用問博集團實施其市場推廣計劃及策略之客戶，市場推廣人員將會與彼等舉行會議，了解客戶的目標、需要及問題。市場推廣人員繼而在問博資料庫所載資料之協助下，為上述客戶草擬市場推廣計劃。該等市場推廣計劃將透過與有關客戶磋商及商討而加以修訂及釐定。草擬的市場推廣計劃獲客戶批准後將會推出市場。市場推廣人員將會密切監察市場對有關計劃的反應，繼而根據市場反應修訂計劃。推出醫學刊物、會議及宣傳計劃等市場推廣活動。市場反應一般透過訪問用戶、街頭問卷及電話調查途徑收集。

在市場推廣計劃需要樣本情況下，將會由內部或外間設計樣本。問博集團將會分發樣本予有關對象供試用，在若干情況下，則採用如「有獎問答」及「填表格得獎品」等互動活動以提高市場推廣計劃的吸引力。多間製藥公司（包括一間法國跨國製藥公司）已成功委聘問博集團提供直接市場推廣服務。

問博集團的直接市場推廣工作由問博網進行。於截至二零零一年九月三十日止兩年期間，問博網訂立多項合約為跨國製藥公司及中國公司進行直接市場推廣計劃。

問博集團最初透過如醫學會議、發表文章及直接郵遞等直接市場推廣活動物色潛在客戶。問博集團大部份直接市場推廣服務客戶為藥物生產商及貿易商。在若干情況下，有意客戶乃經醫生而轉介。

於最後實際可行日期，問博集團已完成51項直接市場推廣服務合約，手頭則有8項直接市場推廣服務合約。

2. 產品顧問服務

主要向擬就如何定位及推出醫藥及保健產品取得專業意見之醫藥及保健公司提供產品顧問服務。大多數問博客戶尋求之資訊或意見包括：(i)產品最終用戶之身份；(ii)產品價格；(iii)銷售產品之目標中國省份；(iv)產品包裝；及(v)銷售及市場推廣策略。

根據服務之類別，問博集團向客戶就醫藥及保健產品提供有關產品之定位、包裝、市場推廣策略及藥物註冊之建議及意見。為就客戶之醫藥及保健產品提供上述綜合意見及資訊，問博集團之產品顧問隊伍將首先進行市場背景分析，繼而研究有關競爭與機會的一般情況、產品資料、產品特性分析、潛在競爭對手研究、市場推廣計劃、市場推廣策略製訂、產品管理分析、活動計劃綱要及整體預算分析各方面。

部份問博集團客戶可能有意為其產品重建地位或重新包裝，務求產品更迎合中國市場。在該情況下，產品顧問人員將會為有關客戶進行市場研究。進行研究時，產品顧問人員通常會從資料庫選取樣本或目標。根據研究結果，產品顧問隊伍繼而將會審閱其有現市場資料以就產品的重新定位、重新包裝及重新推出策略為其客戶提供建議。

董事相信，一項藥物產品若缺乏完善及因應需要而設計的市場推廣定位計劃，便不能達致最高銷售額。導致銷售額欠理想的因素可能包括所選擇用戶錯誤、製訂的定價政策不當及建立的產品形象含糊。透過運用完善的資料庫，問博集團得以採用中國市場接納的策略，協助客戶重新推出藥物產品。

於最後實際可行日期，問博集團已完成19項產品顧問項目，手頭則尚有三項產品顧問項目。

3. 銷售隊伍管理顧問

於最後實際可行日期，問博集團在中國有十名銷售管理顧問人員。董事相信，由於中國製藥業極為零散，並無具領導地位的大公司，眾多製藥公司競爭激烈，分佔市場佔有率。此外，董事認為大部份生產商並不具備資源、人力或專業知識以建立或管理本身銷售及市場推廣隊伍。董事認為，在中國物色勝任的銷售隊伍及搜尋有系統的市場資料極為困難。因此，不少中國及國際藥物生產商即使有優質產品，但在銷售產品方面仍然遇到問題。

銷售隊伍管理諮詢服務主要針對以下醫藥及保健產品製造商：(i)並無充份資源或專業知識管理其本身銷售隊，因此要求問博集團提供銷售人員管理顧問服務以協助其管理本身銷售隊伍；及(ii)有意欲在中國設立本身銷售隊伍，惟無足夠管理經驗及專才建立有效的銷售隊伍。

就判予問博集團提供銷售人員管理顧問服務以協助其管理本身銷售隊伍之客戶而言，銷售隊伍管理隊伍將會分析其客戶產品之特徵及過往銷售記錄始參與問博客戶銷售業務。就欲設立其本身銷售隊伍之客戶而言，銷售隊伍管理諮詢人員將會首先了解該等客戶之銷售目標及其產品。問博集團然後將會協助該等客戶搜尋符合彼等要求之合適人選，為其銷售隊伍建立組織架構。問博集團亦為其客戶銷售代表提供有關市場資訊、銷售技巧及產品知識之培訓。

於最後實際可行日期，問博集團利用一隊由11名員工組成的專業隊伍提供銷售隊伍管理顧問服務，及手頭共有9份合約。

日後業務

1. 資料庫管理

董事認為中國製藥及醫療保健業極為零散。其相信來自問博集團資料庫之獨特資料

將會成為價值無限之資產，因而將有效地確定客戶接觸面。有見及此，董事注意到將問博集團的資料庫租予其他有關業務（如醫療保險公司）的收入潛力。

類似PIPs，問博集團可將來自製藥業及保健業界之大量數據轉為有利之業務資料。如特殊區域醫生之藥物使用傾向、特殊區域所報之個別疾病概約數字及各特殊區域之個別製藥產品之銷售等，均可自問博集團之資料庫內取得。

為確保其數據庫之私隱及安全性，問博集團只會以合約形式出租經處理資料（並無披露有關原始數據之資料來源或詳情）予數據承租人，使數據庫仍為問博集團獨有及受其安全管理。

現時，董事有意在二零零四年三月前展開資料庫管理業務。預期於截至二零零四年九月三十日止年度有關收入約達1,000,000港元。

2. 電子商貿

問博集團利用本身互聯網門站透過電子商貿進行藥物及醫療商業交易，在不久將來中國政府撤銷有關管制時，問博擬從事提供大型醫療保健電子商貿平台服務。現時問博集團正開拓醫療設備交易平台方面的商機。董事相信，為方便給各中國機構替換新醫療產品，本集團設有因應彼等之需要及承擔能力而設之互聯網，從而加強了本集團之業務運作。就董事所知，於中國運作電子商易之經營商將須先獲取電訊業務經營許可證。目前中國就電子商貿活動之立法規管工作正處於初步階段。關於醫療設備之規例，董事明白於中國運作醫療設備業務將須向中國有關當局獲取醫療器械經營企業許可證。

問博集團將僅於有關法例或規例許可下方會運用電子商貿平台或醫療設備交換平台。問博集團正在上文所定之情況下，計劃於二零零三年首季啟用該平台，初步投資額約為200,000港元。

策略聯盟

為提高本身作為合約銷售組織的競爭力，問博集團與其他有關機構組成略聯盟以提高服務質素。目前，問博集團已與多間有關機構建立策略聯盟，詳情如下：

Princeton Healthcare Media (「普林斯頓」)

問博集團與普林斯頓透過於二零零一年七月十日簽訂備忘錄而建立策略聯盟。普林斯頓乃一間以美國為基地的公司，向跨國製藥公司諮詢有關傳遞產品知識予醫生、決定處方市場及醫療保健供應商。普林斯頓管理層在藥物市場積逾65年多方面經驗，涉及藥物與醫療教育、醫療刊物及藥物以及市場推廣與宣傳。問博與普林斯頓合作，為擬進軍中國藥物市場的普林斯頓客戶分別度身設計最合適的市場推廣策略。

上海市醫藥股份有限公司 (「上海醫藥」)

根據於二零零零年十一月二日訂立的意向書，問博集團與於一九九八年九月在上海證券交易所上市公司藥物及保健產品生產商上海醫藥建立策略聯盟，發展問博集團在中國的電子商貿業務。由於上海醫藥現時擁有中國政府轄下國家經濟貿易委員會發出的八個電子商貿牌照其中一個，因此在業務中具備大型醫療保健電子商貿平台的優勢。根據該項聯盟，雙方同意訂立合作計劃，在電子商貿環節進行藥物產品的市場推廣。藉著合作計劃，上海醫藥可補問博集團作為物流夥伴的不足，而問博集團則利用本身資訊技術提升上海醫藥的電子商貿能力，而其客戶之產品可藉上海醫藥電子商貿平台推向市場。據此協議，服務費將按每項服務議定。

北京生物技術和新藥產業促進中心 (「促進中心」)

根據於二零零零年十一月十五日訂立的意向書，問博集團與促進中心合作，據此，促進中心為問博提供中國衛生科學的最新研發資料。董事認為，與北京中心訂立該項意向書，將會提高問博集團透過其網站或諮詢渠道提供資料的認同性。根據該項協議，支付有關費

業務

用將按每項服務收取。董事認為，根據與促進中心訂立的意向書，問博在把促進中心的醫療技術及研究商品化方面將會擔當重要角色，因而將會擴展問博的產品系列及分銷覆蓋面。

北京大學

為充實問博互聯網入門網站的內容，問博集團與北京大學醫學圖書館於二零零零年十二月十八日訂立為期一年的協議。根據協議，北京大學將協助問博集團為問博集團的客戶及互聯網門站用戶提供研究與資料查詢及搜尋服務。根據該協議，北京大學將以每項服務收取服務費。該協議於二零零一年十二月十八日按相同條款及條件重新續約一年。

ValueFlash.com (「Vflash」)

於二零零一年五月十五日，問博集團與互聯網服務商Vflash組成聯盟。Vflash由Now Marketing Inc.於二零零零年一月推出，隨後於二零零一年六月由一家在美國那斯達克證券市場上市之公司Elbit Limited收購。據此聯盟，Vflash同意向問博提供中國醫療保健業在線直接市場推廣技術。Vflash可進行即時網上客戶通知、針對性推介新產品、提供產品最新資料及特設市場推廣活動而毋須用戶登入問博的互聯網門站。於往績期間，問博集團與Vflash互相交換各自客戶的資料。根據協議條款，Vflash同意就本集團推介的所有交易支付30%佣金淨額。董事認為，問博的網上醫生會員人數日漸增加，結合Vflash的技術，將會在為客戶推廣產品方面提供具有潛力而吸引的低成本選擇。

供應商

供應商主要為客戶提供設計與印刷服務、貨運與郵遞服務以及設計與生產服務。為向供應商爭取具有競爭力的價格及避免倚賴任何單一來源供應，問博集團向超過一名供應商採購每一種主要服務。截至二零零一年九月三十日止兩個年度各年，問博集團最大供應商佔問博集團採購服務總額分別約14.6%及3.5%。截至二零零一年九月三十日止兩個年度各年，問博集團頭五名供應商佔問博集團採購服務總額分別約100.0%及13.2%。

截至二零零一年九月三十日止兩個年度各年，各董事、其各自聯繫人士或（緊隨配售及資本化發行完成後）擁有問博現有已發行股本5%以上的本公司現有股東，概無擁有本集團頭五名供應商的任何權益。

雖然問博集團概無與任何供應商訂立長期協議，但董事相信問博集團與該等供應商的關係穩定，且預計在持續向供應商採購方面不會出現任何困難。由於問博集團向超過一名供應商採購每一種主要服務，而所需主要服務並非罕有或難於採購。因此，董事預期問博集團在採購服務商方面不會面對任何重大困難。

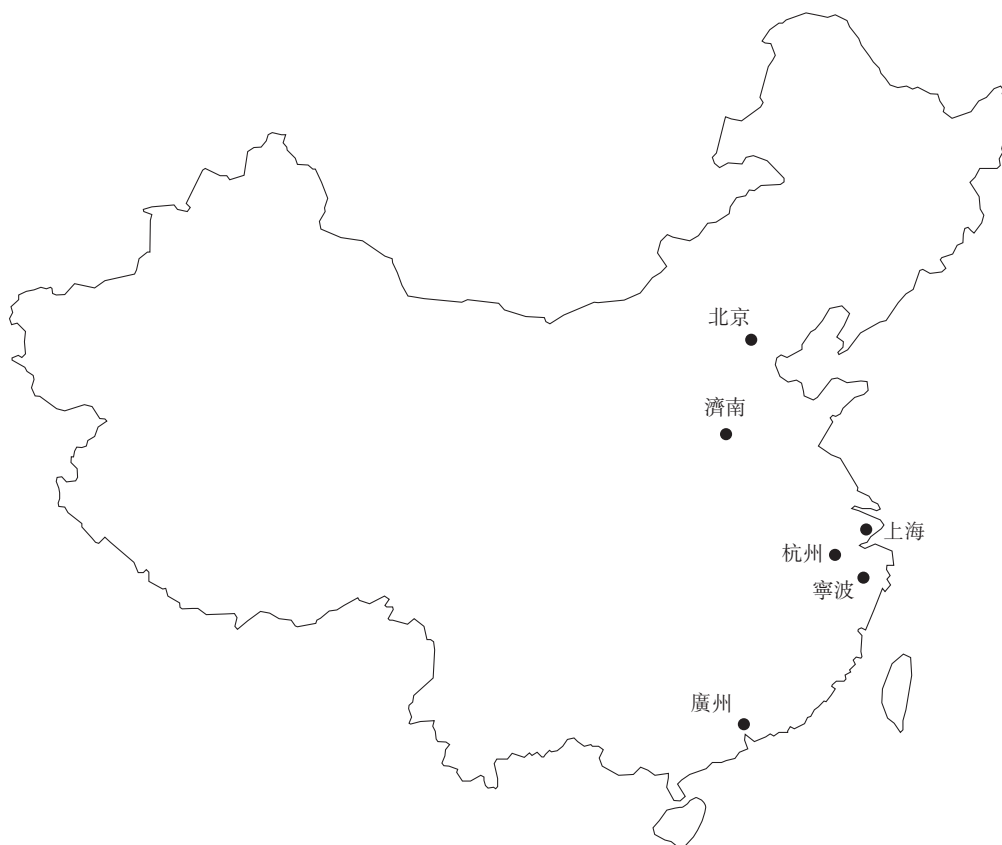
截至二零零一年九月三十日止兩個年度各年，問博集團絕大部份採購均以記賬交易方式進行，賒賬期約為30日，並以電匯或支票方式以人民幣付款。

銷售及市場推廣

客戶

董事認為，本集團與客戶之關係，包括與眾多世界最大製藥公司之良好關係，乃問博集團最重要優勢之一。該等製藥公司在製藥及醫療保健行業中之不同領域均屬專家。其中一間法國公司專注於生產處方藥，主要用於治療心臟病、糖尿病及呼吸疾病等重要病症。另一間公司則有種類廣泛之產品用於治療各種疾病，包括抑鬱症、糖尿病及癌症。除製藥公司外，問博集團其中一名客戶為科研公司、專門開發、製造及銷售廣泛系列之保健產品。問博集團之客戶關係策略，為集中與客戶之產品經理及高級管理層保持緊密關係，以及就客戶之市場需要提供具創意、專門及以實效為本之解決方案。

目前，問博集團客戶大都將產品定位於中國醫藥產品消費率較高之省市，如北京、上海、濟南、廣州、杭州及寧波等。以下地圖展示了最後實際可行日期問博集團銷售人員所覆蓋之中國城市。



於過往業績記錄期間，問博集團分別向三間海外及50間本地製藥公司提供市場推廣、諮詢及分銷服務。問博集團之海外客戶包括以美國及法國為基地之製藥公司。於最後實際可行日期，問博集團擁有逾60家客戶。

截至二零零一年九月三十日止兩個年度各年，問博集團之五大客戶分別約佔問博集團總營業額之99.9%及90.2%。同期，問博集團之最大客戶約佔問博集團總營業額分別55.1%及34.0%。該名問博集團客戶為一間美國貿易公司，該公司從事藥品、醫療設備之貿易以及提供顧問服務。問博集團與其五大客戶約有兩年業務關係。截至二零零一年九月三十日止兩個年度，問博集團之第二大客戶為一家顧問服務解決方案供應商。問博集團大部份客戶為藥品生產商，包括以中國為基地及跨國之公司。除上述者外，問博集團之客戶亦包括其他機構，如醫院、藥品分銷商、藥品連鎖店及醫療顧問等。

問博集團向客戶提供之服務按人民幣及美元計費。問博集團通常根據與個別客戶各自之業務關係長短及彼等之付款記錄、背景及財務狀況，為客戶提供90至180日賒賬期。問博集團嚴格控制及監督批予客戶之賒賬期及限額，且董事會定期檢討批予每家醫院之賒賬期及限額。有關信貸限額為20,000港元至500,000港元。有關問博之直接市場推廣及顧問服務，問博之客戶通常須在簽訂合約後30日內支付約50%合約價格作為訂金。於履行合約後，客戶將於90天內以支票或電傳形式償還餘額。本集團根據個別情況就呆壞賬撥備。截至二零零一年九月三十日止兩個年度，問博集團之債務收取並未出現任何問題，故此並無就呆壞賬作出撥備。於二零零一年九月三十日，本集團應收賬項約5,846,000港元，全部餘額於隨後償還。

截至二零零一年九月三十日止兩個年度內，持有問博已發行股本5%以上之問博任何董事、彼等各自聯繫人士或任何股東概無於問博集團任何五大客戶中擁有任何權益。

問博集團信貸委員會於二零零一年八月成立，成員包括問博集團財務部及銷售部之員工，彼等將緊密監察客戶之信貸情況。對於該等有長期債務之客戶，信貸委員會將檢討予彼等之信貸期限，並於重複要求償債不果後中止對彼等之服務。

市場推廣

於最後實際可行日期，問博之市場推廣部包括14名員工，負責問博集團之市場推廣及促銷活動。問博之市場推廣部中，13名員工在中國為工作，其餘則在香港為工作。問博之市場推廣部定期與問博之客戶會面以推廣問博集團之最新服務。

董事認為，問博集團之互聯網入門網站為提升問博集團及其服務形象之主要市場推廣及促銷渠道。董事相信，內容豐富之互聯網平台乃向醫生、醫院及制藥廠商等特別目標個體傳遞資訊之高效率低成本互動方式。問博集團市場推廣主要功能之一為進行有關醫藥產品及其他保健產品之論壇及研討會，以確定客戶及物色未來之商機。於往績記錄期間，問博集團於中國主辦過兩次研討會，一次在北京，另一次在上海。舉辦北京研討會乃為討

業務

論中國加入世貿對中國制藥市場之影響，對象為中國醫藥廠商。舉辦上海研討會乃為討論中藥之市場定位及銷售策略，對象為中藥廠商及分銷商。截至二零零一年九月三十日止兩個年度，問博集團分別調撥約327,000港元及772,000港元於促銷及市場推廣活動上。

競爭


董事認為，中國製藥及醫療行業之市場推廣、顧問諮詢及銷售人員管理服務競爭激烈。外購製藥業之入行障礙相對較少，其中尤以CSO行業為然，但基於中國CSO行業之持續發展，不能保證較問博集團更具實力之其他競爭者不會投入此行業。儘管董事認為問博集團擁有短期內較難仿效之獨特業務模式，在醫療業內仍有部份擁有各類專才及不同集資渠道之公司正採用各種策略進軍中國製藥及醫療市場。

董事認為，目前於中國之有關外購產品市場推廣及顧問諮詢業務發展尚未成熟，預期競爭將日益激烈。

公關公司之業務可能涉及與問博集團相似之若干方面，由於問博集團及公關公司均致力於在市場為彼等各自之客戶（可能包括制藥廠商）塑造正面形象。

董事認為，由於中國醫療制度之改革，私營製藥商數目不斷上升。許多藥品分銷商亦以私有化經營。此外，中國各大城市之私營診所數目亦與日俱增。由於私有化及西方管理理念已融入該等企業，董事認為，部份有關企業或會有興趣從事問博集團之若干業務。

知識產權

問博集團正為其商標在香港及中國註冊。請參閱本招股章程附錄四「有關業務之其他資料」一節「問博集團之知識產權」一段。

關連交易

於業務記錄期間內，並無進行關連交易及關連人士交易。