

整體業務目標及策略

本集團是在非中國市場從事零售及批發中藥產品的分銷商，以「同仁堂」品牌經營。我們亦製造中藥產品，並以「同仁堂」品牌自行進行分銷。本集團視自身為於非中國市場推廣中藥文化及服務的渠道。本集團乃同仁堂集團的海外平台。根據歐睿的數據顯示，就經營所在司法權區數目而言，本集團於海外地區經營領先的中藥產品零售連鎖店。

業務策略

繼續於非中國市場推廣中醫藥文化並提升市場對中藥產品及中醫諮詢的認知度

發展本集團的海外分銷業務時，本集團重視中醫藥文化在海外市場的推廣。因為與中國市場相比，海外市場在對中藥及其相關產品及服務方面的認知及認可通常較弱。提升海外市場對中醫藥文化及中藥產品及中醫保健服務功效的認同是本集團成功的關鍵。本集團致力推廣中醫藥文化，透過提供座談會及培訓項目向海外市場的當地居民傳授中醫藥文化的理念及中藥產品及中醫保健服務的功效。本集團將首先嘗試通過推廣中醫藥文化在波蘭開展業務。本集團亦將繼續擴大本集團的海外銷售團隊並增加中醫師的人數，以透過本集團現有的零售店舖推廣產品及服務。

繼續透過進軍新海外市場並增加現有市場的零售店舖及批發客戶數量以拓展及完善本集團的海外分銷網絡

本集團將繼續致力拓展業務版圖，並繼續尋求透過採用靈活的方式（即通過在該等司法權區提供使人更易接受的产品及服務以初步獲得市場份額）進軍其他中東及西方國家。例如，本集團已在阿聯酋開設一家主要提供中醫保健服務的零售店舖。於拓展新海外市場時，本集團將繼續採用與當地夥伴合作的模式。該模式已證明屬實用且有效。然而，本集團在可行的情況下，亦會考慮獨立成立業務，例如波蘭。本集團將於投資前對潛在新市場及潛在夥伴進行審慎研究。本集團或會策略性地考慮透過併購拓展業務。合適的收購目標有助於我們滲透目標市場，並帶來即時收入貢獻。本集團尚未物色到任何合適的目標，亦並無與任何潛在目標進行洽商。本集團將於開始營運前取得所有必要的批准及許可。

當我們於一個新的司法權區開展業務時，如果當地的「同仁堂」品牌產品並未獲註冊，我們將於該司法權區出售非「同仁堂」品牌的中藥產品。我們將向當地供應商採購有關產品，務求利用當地夥伴的網絡及專業知識，提供一系列全面及適合的產品，並視乎能否在相關司法權區覓得中醫及當地的需求而決定是否提供中醫諮詢服務。因此，本集團於當地市場初期的競爭優

業務目標陳述

勢來自「同仁堂」品牌的影響力及我們的服務，其後會就適合於相關司法權區銷售的「同仁堂」品牌產品進行註冊，以逐步加強本集團的競爭優勢。然而，若未能全面或及時完成業務計劃，可能令本集團不能成功註冊自製產品或於該等新司法權區分銷產品的有關風險，請參閱本招股章程「風險因素－與本集團業務有關的風險－中藥產品行業受嚴格監管」一節。

除拓展本集團業務版圖外，本集團亦有意透過增加零售店舖及批發客戶的數目提升現有市場滲透率，以拓展本集團的海外分銷網絡。於投資前，本集團將對司法權區內的供求及滲透情況進行審慎分析。本集團計劃於二零一五年十二月三十一日之前在歐洲及亞洲等約9個新海外國家或地區開拓業務，開設不少於30家新店舖。

一家新店舖要達致收支平衡及收回投資成本的時間取決於各種因素，包括但不限於市場環境、所提供的產品種類及店舖的規模。一般而言，我們的目標是可於新店舖成立後第二個完整財政年度取得收支平衡，此乃本集團近年開設店舖的一般經驗。此外，我們爭取在司法權區開展業務起計10年內收回投資成本。

繼續尋找機會開拓本集團的服務領域

本集團繼續尋找應用中藥產品及中藥保健服務專業的機會，以開拓收入來源。本集團計劃於香港成立一間中醫保健中心，向客戶提供中醫藥養生服務。本集團計劃提供中醫藥膳、中式按摩、針灸及推拿服務、中醫美容服務及中醫藥與文化講座，以中高收入消費群體為目標，並按客戶體質持續提供針對性的服務以改善客戶健康狀況。該中醫保健中心的總建築面積預計約為1,000平方米，預計投資額為90,000,000港元，將由股份發售所得款項撥付。本集團目前預期可於二零一三年下半年為該中心租賃場地並進行裝修，並於二零一四年開業。

繼續透過海外分銷業務開拓本集團的產品供應

向消費者提供切合其需求且全面的產品對本集團挽留批發及零售業務的現有客戶及吸引新客戶至關重要。提供全面且不斷創新的產品是本集團保持作為中藥產品海外分銷商的競爭力的關鍵，同時亦可開拓本集團的收入來源。本集團將繼續於不同市場註冊及推出新的「同仁堂」

品牌產品及非「同仁堂」品牌產品，讓本集團可從供應商進口該等產品並於該等市場進行分銷。本集團計劃於二零一五年十二月三十一日之前完成不少於32項新註冊。另一方面，本集團亦將於本集團的零售店舖增售容易向海外市場當地供應商採購的新產品。

繼續提升本集團安宮牛黃丸及靈芝孢子粉膠囊的銷量及提升安宮牛黃丸的生產能力

本集團將於新海外市場註冊安宮牛黃丸及靈芝孢子粉膠囊，並繼續透過本集團現有市場的零售店舖及批發客戶推廣安宮牛黃丸及靈芝孢子粉膠囊。我們已開始在澳門、柬埔寨、加拿大、印尼及越南為我們的安宮牛黃丸辦理註冊及備案及於二零一三年在本集團業務所在市場就本集團的靈芝孢子粉膠囊進行註冊及備案的發掘機會。

由於我們有意滿足因母集團終止銷售安宮牛黃丸而產生的非中國市場產品需求，我們將繼續提升安宮牛黃丸的生產能力。本集團及母集團於截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年於香港分別售出「同仁堂」品牌安宮牛黃丸1,200,000丸及1,300,000丸。有見及此，本集團將於截至二零一三年及二零一四年十二月三十一日分別增加安宮牛黃丸的製造產能至約1,000,000丸及約1,350,000丸。本集團製造安宮牛黃丸的現有廠房及機器足以應付預計於二零一三年進行的產能擴充。我們的現有生產設施設於香港大埔，即使我們須進一步大幅擴充生產，亦足夠容納額外所需設備以應付未來數年對安宮牛黃丸的製造要求。

建立有效的物流及財務信息系統以節約成本及提高經營效率

本集團正實行ERP系統，以管理本集團財務、供應鏈、生產、銷售及人力資源運營。本集團有意投入資源建立物流及財務信息系統，以提升本集團對海外分銷業務的監督及控制。隨著海外分銷網絡的拓展，有效的物流及財務信息系統必不可少。

實施計劃

本集團已制定下列業務計劃以於下述時間實施有關策略。本集團的實施計劃乃根據下文「業務計劃的基準及主要假設」一段所載的若干基準及假設而制定。務請注意，董事認為中藥產品的海外市場或中國市場均有欠穩定，可能會隨監管政策、市場需求及行業格局的變化而變動。下文所載的計劃僅反映董事目前對於市場的理解，日後可能會根據市場狀況予以調整，而實施計劃所需的資金預期將由內部及運營資金及股份發售所得款項提供。

業務目標陳述

最後可行日期至二零一三年六月三十日止期間

策略	措施
繼續於非中國市場推廣中藥產品	- 本集團將舉辦座談會及培訓課程以傳揚中醫養生文化及推廣中藥產品 - 本集團將於波蘭成立中醫養生教育中心並開展業務
拓展版圖及開設零售店舖	- 本集團將繼續擴大海外銷售團隊並增加中醫師的數目 - 本集團將評估及發掘收購商機 - 本集團將於香港開設兩間零售店舖
增加本集團的註冊產品及服務種類	- 本集團將著手四項「同仁堂」品牌產品的註冊 - 本集團將開始評估註冊非「同仁堂」品牌產品的可能性 - 本集團將繼續研發靈芝系列產品 - 本集團將發掘收購商機
提升並擴展安宮牛黃丸的生產設施	- 本集團將繼續提升安宮牛黃丸的生產能力 - 本集團將開展提高生產設備衛生級別的工程 - 本集團將繼續擴大生產團隊
繼續加強自製產品的分銷	本集團將著手於澳門、印尼及越南就安宮牛黃丸進行註冊及備案及於汶萊、加拿大、泰國及印尼就靈芝孢子粉膠囊進行註冊及備案
建立有效的物流及財務信息系統以節約成本及提升運營效率	本集團將繼續建立物流及財務信息系統

業務目標陳述

二零一三年七月一日至二零一三年十二月三十一日止期間

策略	措施
繼續於非中國市場推廣中藥產品	本集團將繼續舉辦座談會及培訓課程以傳揚中醫養生文化及推廣中藥產品
拓展版圖及開設零售店鋪	- 本集團將於阿聯酋及英國分別開設新店鋪 - 本集團將繼續評估可進行分銷及／或開設店鋪的新市場 - 本集團將於香港開設三間新零售店鋪，於新加坡、泰國及多倫多分別開設一間新零售店鋪 - 本集團將繼續評估及發掘收購商機 - 本集團將繼續擴大海外銷售團隊並增加中醫師的數目
增加本集團的產品及服務種類	- 本集團將繼續八項「同仁堂」品牌產品的註冊 - 本集團將繼續評估非「同仁堂」品牌產品的註冊並篩選目標產品 - 本集團將繼續研發靈芝系列產品 - 本集團將於香港設立中醫保健中心 - 本集團將繼續評估及發掘收購商機

業務目標陳述

策略

措施

- 提升並擴大安宮牛黃丸的生產設施
 - 本集團將完成安宮牛黃丸增產
 - 本集團將完成提高生產設施衛生級別的工程
 - 本集團將繼續擴大生產團隊
- 繼續加強自製產品的分銷
 - 本集團將於柬埔寨及加拿大著手註冊安宮牛黃丸及於阿聯酋及韓國註冊靈芝孢子粉膠囊
- 建立有效的物流及財務信息系統，以節約成本及提升運營效率
 - 本集團將繼續建立物流及財務信息系統

二零一四年一月一日至二零一四年六月三十日止期間

策略

措施

- 繼續於非中國市場推廣中藥產品
 - 本集團將繼續舉辦研討會及培訓課程以傳揚中醫養生文化及推廣中藥產品
- 拓展版圖及開設零售店鋪
 - 本集團將於俄羅斯及越南分別開設首間新店鋪
 - 本集團將繼續評估可開設店鋪的新市場並作出籌備
 - 本集團將於香港及印尼分別開設一間零售店鋪
 - 本集團將繼續評估及發掘收購商機
 - 本集團將繼續擴大海外銷售團隊並增加中醫師數目

業務目標陳述

策略

- 增加本集團的產品及服務種類

措施

- 本集團將著手九項「同仁堂」品牌產品的註冊
- 本集團將與經篩選入圍的非「同仁堂」品牌產品製造商展開磋商
- 本集團將對靈芝系列產品的研發成果展開測試

- 提升並擴大安宮牛黃丸的生產設施

- 本集團於香港的中醫保健中心將進行試營運
- 本集團將繼續評估及發掘收購商機
- 本集團將購買設備以擴大膠囊生產線的產能
- 本集團將評估生產設施及產能以決定是否需要進一步改善

- 建立有效的物流及財務信息系統以節約成本及提升運營效率

- 本集團將試運行物流及財務信息系統

二零一四年七月一日至二零一四年十二月三十一日止期間

策略

- 繼續於非中國市場推廣中藥產品

措施

- 本集團將持續舉辦研討會及培訓課程以傳揚中醫養生文化及推廣中藥產品

業務目標陳述

策略	措施
• 拓展版圖及開設零售店舖	• 本集團將於德國、匈牙利、新西蘭及瑞典分別開設首間零售店舖； • 本集團將於澳大利亞開設一間新零售店舖 • 本集團將繼續評估及發掘收購商機 • 本集團將繼續擴大海外銷售團隊並增加中醫師數目
• 增加本集團的產品及服務種類	• 本集團將與有意註冊的非「同仁堂」品牌產品製造商完成磋商 • 本集團將就新靈芝系列產品商品化進行評估 • 本集團於香港的中醫保健中心將開業 • 本集團將繼續評估及發掘收購商機
• 提升並擴大安宮牛黃丸的生產設備	• 本集團將基於安宮牛黃丸的銷售就是否需要擴大生產設施進行評估
• 繼續加強自製產品的分銷	• 本集團將於香港註冊新靈芝系列產品
• 建立有效的物流及財務信息系統以節約成本及提升運營效率	• 本集團將完成實施物流及財務信息系統

業務目標陳述

二零一五年一月一日至二零一五年六月三十日止期間

策略	措施
繼續於非中國市場推廣中藥產品	本集團將繼續舉辦研討會及培訓課程以傳揚中醫養生文化及推廣中藥產品
拓展版圖及開設零售店鋪	- 本集團將於澳大利亞、香港、澳門及新加坡分別開設一間新店鋪 - 本集團將評估潛在新市場及現有市場以決定擴充計劃 - 本集團將於新司法權區建立合資企業及於被視為合適的現有司法權區中增設新店鋪
增加本集團的產品及服務種類	- 本集團將著手籌備非「同仁堂」品牌產品於已獲得其製造商同意的司法權區註冊 - 本集團將於香港推出新靈芝系列產品
提升並擴大安宮牛黃丸的生產設施	本集團將繼續評估擴大產能的需要
繼續加強自製產品的分銷	- 本集團將就於尚未註冊安宮牛黃丸及靈芝孢子粉膠囊的國家進行這兩類產品註冊的可行性進行評估 - 本集團將完成新靈芝系列產品於香港的註冊並開始發售此類產品
建立有效的物流及財務信息系統以節約成本及提升營運效率	本集團將監察物流及財務信息系統的表現

業務目標陳述

二零一五年七月一日至二零一五年十二月三十一日止期間

策略	措施
繼續於非中國市場推廣中藥產品	本集團將繼續舉辦座談會及培訓課程以傳揚中醫養生文化及推廣中藥產品
拓展版圖及開設零售店舖	- 本集團將於奧地利開設首間新店舖 - 本集團將於香港、印尼、泰國及溫哥華分別開設一間新店舖 - 本集團將繼續評估業務網絡並適時進軍新司法權區及／或於現有司法權區設立新店舖
增加本集團的產品及服務種類	- 本集團將繼續適時註冊「同仁堂」品牌產品 - 本集團將著手於相關司法權區註冊非「同仁堂」品牌產品
提升並擴展自製產品生產設施	本集團將繼續評估提升及擴展的必要性
繼續加強自製產品的分銷	本集團將繼續評估在新司法權區註冊本集團自製產品
建立有效的物流及財務信息系統以節約成本及提升運營效率	本集團將繼續評估系統及升級的必要性

業務目標陳述

新店舖

下表按地理位置載列將於二零一五年十二月三十一日前開設的30間新店舖：

	二零一三年	二零一四年	二零一五年	合計
新市場				
波蘭.....	1 ^(附註1)	—	—	1
英國.....	1	—	—	1
德國.....	—	1	—	1
匈牙利.....	—	1	—	1
新西蘭.....	—	1	—	1
俄羅斯.....	—	1	—	1
瑞典.....	—	1	—	1
越南.....	—	1	—	1
奧地利.....	—	—	1	1
現有市場				
香港.....	5	2 ^(附註2)	2	9
新加坡.....	1	—	1	2
加拿大.....	1	—	1	2
泰國.....	1	—	1	2
阿聯酋.....	1	—	—	1
澳大利亞.....	—	1	1	2
印尼.....	—	1	1	2
澳門.....	—	—	1	1
合計.....	11	10	9	30

附註1： 中國養生教育中心

附註2： 其中一間為中醫保健中心

進軍新市場前，本公司會委聘當地法律顧問根據當地法規協助取得所有相關註冊。本集團會透過在當地市場刊登廣告及與當地職業介紹所合作聘請所需員工，並進行面試以確保應徵人士勝任有關工作。新海外聯營企業會向當地供應商及向本集團(倘合適)採購所需產品。本集團會於進軍新司法權區前與當地供應商聯繫並確定供應商。新海外夥伴(如有)會推動新海外聯營企業在該等區域的營運。本集團會向新海外聯營企業提供有關質量控制及採購的內部營運手冊與培訓，並向所有海外營運公司發出海外零售指導。

業務目標陳述

根據本公司過往的經驗，董事估計，(i)當作出決定後，新海外企業正式成立及開始營運所需的時間取決於覓得經營地點及聘請員工所需的時間，一般為期六至十二個月；(ii)新零售店鋪成立後，取決於其位置，預計第二至第五個完整財政年度會盈利；及(iii)於新市場及現有市場開設新店鋪的平均資本開支估計分別為1,600,000港元及1,100,000港元。上述30間將於二零一五年前開設的店鋪的投資款項將由股份發售所得款項提供。然而，任何額外資金需求將由內部資源提供。

母集團的產品概無於本集團尚無任何營運的司法權區註冊(越南除外)。因此，本集團日後擴張所至的任何新地理司法權區均不會出售「同仁堂」品牌產品。本集團初步會銷售於相關司法權區可供出售的非「同仁堂」品牌中藥產品及／或提供中醫諮詢。其後，本集團會於該等新司法權區註冊「同仁堂」品牌產品。因此，「同仁堂」品牌中藥產品於最後可行日期未註冊於本集團名下並不影響本集團的拓展版圖。

業務計劃的基準及主要假設

上文所載的本集團業務策略及實施計劃，乃經董事參照其行業知識及經驗，於評估自製產品的當前及潛在市場狀況及增長潛力後，根據若干基準及假設制訂。儘管董事認為該等基準及假設屬合理，惟不能保證該等基準及假設為正確及完整。倘實施計劃的任何部分並無落實或如期進行，董事將審慎評估情況，並可在其認為符合本公司及股東的整體最佳利益的情況下，對實施計劃作出適當的修訂或調整及／或將本公司股份發售所得款項重新分配至其他計劃及／或本公司的新項目。

有關本公司實施計劃所涉及的基準及假設如下：

一般假設：

- 與本集團有關的現行法律(不論是中國、香港或世界任何其他地方的現行法律)、政策或行業或監管措施、本集團業務所在地的政治、經濟或市場狀況並無出現重大變動；
- 於中國或本集團經營業務或直接或間接(如透過分銷商或進口商或出口商)進行銷售的其他司法權區內，概無任何可對本集團業務造成不利影響的重大經濟變動(如利率、通脹率、稅率及貨幣匯率或財政或貨幣政策其他方面出現的變動)；及

業務目標陳述

- 不會出現可對本集團業務或營運造成重大干擾或可引致本集團財產及設施遭受重大損失、損害或破壞的災害，不論屬自然、政治或其他性質。

特別假設：

- 現有市場或本集團計劃開展本集團分銷業務的其他市場不會出現重大不利變動；
- 本集團經營所在司法權區的政府及民眾醫療開支及投資繼續保持現有增長趨勢；
- 本文各項近期實施計劃的估計資金需求不會出現重大變動；
- 本公司可於需要時可隨時取得外部融資；
- 本集團並無受本招股章程「風險因素」一節所載之任何風險因素的重大及／或不利影響；及
- 本集團在達致任何特定期間的業務目標時將不會出現任何重大延誤。

股份發售之理由及所得款項用途

董事認為，股份於創業板上市會提升本集團的形象，且股份發售所得款項淨額將加強本集團的財務狀況並使本集團能夠實施本節所載之業務計劃。此外，於創業板公開上市可方便本集團日後借助資本市場獲取企業融資以推動日後業務發展及增強競爭力。

根據發售價每股股份2.82港元(即本招股章程所載發售價範圍的中位數)計算，則股份發售所得款項淨額(經扣除本公司就股份發售應付的包銷佣金及開支)估計將合共約為528,000,000港元。本公司現時計劃將股份發售所得款項淨額作以下用途：

- 約140,600,000港元(佔所得款項淨額26.6%)將用於擴展本集團於目前經營業務的司法權區的零售網絡。該所得款項將用於租賃、翻新、購買家具及設備、員工成本及採購存貨及零售物業。本集團於最後可行日期並無就此作出任何投資。下表載列各現有市場動用所得款項之相關投資額(百萬港元)：

香港	阿聯酋	澳大利亞	新加坡	加拿大	泰國	印尼	澳門	韓國
13.8	5.0	48.4	6.9	5.4	5.1	3.8	22.2	30.0

業務目標陳述

- 約95,400,000港元(佔所得款項淨額18.1%)將用於擴展本集團於新司法權區的分銷業務。該所得款項將用作本集團於各個新司法權區的初始資金投資，用於租賃、翻新、購買家具及設備、員工成本、採購存貨及初始營運資金。本集團於最後可行日期並無就此作出任何投資。下表載列各新市場將動用所得款項之相關投資額(百萬港元)：

波蘭	英國	俄羅斯	越南	匈牙利	瑞典	德國	新西蘭	奧地利	美國
9.2	6.1	5.1	3.1	5.1	6.1	6.1	4.6	10.0	40.0

- 約90,000,000港元(佔所得款項淨額17.1%)將用於在香港設立中醫保健中心(有關詳情請參閱本招股章程「業務—本集團的策略—繼續尋找機會開拓本集團的服務領域」一段)。該所得款項中約49,500,000港元、4,500,000港元及36,000,000港元將分別用作該新中心的初始資金投資，用於翻新、購買家具及設備、租金開支、員工成本及初始營運資金。本集團於最後可行日期並無就此作出任何投資；
- 約76,000,000港元(佔所得款項淨額14.4%)將用於進行併購；
- 約35,500,000港元(佔所得款項淨額6.7%)將用於提升、擴充及運行安宮牛黃丸的生產設施。所得款項中約23,700,000港元將用於有關生產安宮牛黃丸的熟手員工成本及約11,800,000港元將用於修理及維護以及日後必要時進行設備翻新。本集團於最後可行日期並無就此作出任何投資；
- 約29,000,000港元(佔所得款項淨額5.5%)將用於安宮牛黃丸、靈芝孢子粉膠囊及非自製「同仁堂」品牌產品於非中國市場的產品開發及註冊。該所得款項將主要用作與註冊過程所需調查、報告及測試，註冊費用以及研發靈芝孢子粉膠囊產品相關的開支。所得款項中約11,000,000港元及18,000,000港元將分別用於安宮牛黃丸及靈芝孢子粉膠囊。本集團於最後可行日期並無就此作出任何投資；
- 約9,500,000港元(佔所得款項淨額1.8%)將用於建立有效的物流及財務信息系統，以節約成本及提升運營效率。該所得款項將主要用作ERP系統、設備及培訓的成本。本集團於最後可行日期並無就此作出任何投資；及

業務目標陳述

- 約52,000,000港元(佔所得款項淨額9.8%)將用於為本集團的營運資本提供資金及作一般公司用途。

倘來自閒置資本的股份發售所得款項淨額未直接適用於上述用途，本集團擬將所得款項存入計息銀行賬戶。

倘發售價釐定為每股2.59港元或3.04港元(即分別為本招股章程所載指示性發售價範圍的最低價及最高價)，則本公司將分別收取約483,000,000港元及570,000,000港元的股份發售所得款項淨額(已扣除本公司所有已付及應付的包銷佣金及開支)。本集團現時計劃以上述相同方式及相同比率使用上述所得款項淨額。倘超額配股權獲悉數行使及假設發售價為每股2.82港元(為指示性發售價範圍的中位數)，股份發售之所得款項淨額將增加約83,600,000港元。我們擬按比例調整所得款項淨額以分配至上述各項用途。

業務目標陳述

下表載列自最後可行日期至截至二零一七年十二月三十一日止六個月期間用於實施本集團業務計劃的所得款項用途表：

百萬港元

	自最後 可行日期 至二零一三年 六月三十日	自二零一三年 七月一日 至二零一三年 十二月三十一日	自二零一四年 一月一日 至二零一四年 六月三十日	自二零一四年 七月一日 至二零一四年 十二月三十一日	自二零一五年 一月一日 至二零一五年 六月三十日	自二零一五年 七月一日 至二零一五年 十二月三十一日	自二零一六年 一月一日 至二零一六年 十二月三十一日	合計
擴展本集團於現有司法權區的								
零售網絡	3.0	10.7	5.9	7.7	13.7	9.6	90.0	140.6
拓展版圖及開設零售店舖								
繼續推廣中藥產品及擴展本集團								
於新司法權區的分銷業務	9.2	6.1	8.2	21.9	–	10.0	40.0	95.4
增加本集團提供的註冊產品及服務種類，								
並繼續提升自製產品的分銷								
於香港建立一間中醫								
保健中心	–	30.0	30.0	–	–	–	30.0	90.0
提升、擴展及經營安宮牛黃丸								
的生產設施	3.5	4.3	3.8	4.9	3.5	5.5	10.0	35.5
本集團安宮牛黃丸、靈芝孢子粉膠囊								
及於海外市場非自製「同仁堂」								
品牌產品的產品開發及註冊	3.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	13.0	29.0
併購境內或境外零售及／或								
批發業務	–	–	–	–	22.5	22.5	31.0	76.0
建立有效的物流及財務信息系統	1.5	1.5	1.5	1.5	1.7	1.8	–	9.5
營運資金及一般企業用途	10.0	10.0	10.0	10.0	6.0	6.0	–	52.0
合計	30.2	65.6	61.4	48.0	50.4	58.4	214.0	528.0

業務目標陳述

董事認為發行股份的所得款項淨額將足以為本招股章程所披露的日後計劃提供資金。倘本集團無法獲得充足融資以實施日後計劃，董事將審慎評估本集團的需求並考慮所有其他相關因素及情況，而在適當情況下，本公司或會修改上述各方面的資源配置。此外，有關計劃的規模日後或會因應市況、消費趨勢及本集團可獲得的財務資源而擴大或縮減。倘上述股份發售所得款項用途出現任何重大修訂，本公司將透過本公司網站www.tongrentangcm.com及香港交易所網站www.hkexnews.hk發佈公告。