

財務業績

於回顧財政年度內，本集團之營業額為91,195,462港元（二零零二年：81,476,126港元），較去年上升11.9%。回顧年度內之股東應佔溢利為15,550,969港元，每股基本盈利為2.9港仙。於上一個財政年度，股東應佔溢利為26,678,547港元，每股基本盈利為5.93港仙。

產品

鑒於產品的成效和良好的口碑，再加上成功的廣告宣傳及「龍發製藥」品牌的高知名度，本集團之旗艦產品排毒美顏寶於回顧年度之營業額與去年比較錄得6.6%的增長。為擴大其客戶基礎，排毒美顏寶之附屬產品輕盈版排毒美顏寶（備有經改良配方及24片新包裝）已於二零零三年一月推出市場。於良好之聲譽及成功之廣告及宣傳計劃活動下，年輕消費者之反應良好，本集團對此感到十分滿意。本集團相信，該產品可擴大排毒美顏寶之客戶基礎之餘，更可分散客戶組合至年輕一代。

繼確立良好聲譽後，本集團會致力使「龍發製藥」品牌之產品系列更多樣化，務求為本集團帶來穩定之收益。憑藉已確立之聲譽及廣闊之分銷網絡，本集團亦分別於二零零二年五月及十月成功推出兩種新產品—補氣養血寶及填精生力寶。於二零零三年三月三十一日，以「龍發製藥」品牌推出之四種產品於全港市場有售。

補氣養血寶乃專為女性研製之產品，有改善體質之功效；而填精生力寶則有助補充及提升活力及回復身體機能。該兩種產品自推出以來反應尚可接受，預期可於下一個財政年度為本集團之營業額締造更大貢獻。

地區分部

回顧年度內之營業額成績理想，乃因成功擴展市場、已確立經銷市場、本集團之「龍發製藥」品牌產品之知名度，以及本集團產品之銷售及市場推廣策略行之有效所致。

香港

香港乃本集團產品之核心市場，香港於回顧年度內之營業額佔本集團營業額約**74.7%**（二零零二年：**73.7%**）。

香港市場於回顧年度內之營業額為**68,106,102**港元（二零零二年：**60,034,296**港元），較去年增長約**13.4%**。

增長乃因本集團之旗艦產品排毒美顏寶之銷量持續上升，以及分別於二零零二年五月、二零零二年十月及二零零三年一月推出的補氣養血寶、填精生力寶及輕盈版排毒美顏寶三種新產品所致。香港市場營業額增加乃因本集團透過大眾傳播媒界進行成功之廣告宣傳所致。

東南亞

以本集團品牌「龍發製藥」行銷之排毒美顏寶，其經銷網絡拓展至東南亞。該等市場於年內之營業額佔本集團營業額約**9.3%**（二零零二年：**25.7%**）。

東南亞市場於回顧年度內之營業額為**8,473,360**港元（二零零二年：**20,935,310**港元），較去年同期減少了**59.5%**。減少乃由於本集團於東南亞之海外經銷商決定終止與當地部份表現欠佳之經銷商訂立之協議。本集團將與其海外經銷商緊密合作，透過與當地著名經銷代理合作於該等地區重整一個較佳之經銷網絡。本公司董事（「董事」）有信心日後該等地區之銷售情況可得以改善。

日本

日本市場為本集團產品之新市場。於回顧年度內，日本市場之營業額佔本集團營業額約**16.0%**。

日本於回顧年度內之營業額為**14,616,000**港元。該營業額由本集團之旗艦產品排毒美顏寶自二零零二年三月透過著名授權分銷商在日本推出以來，銷售情況理想。

研究及開發

於回顧財政年度內，本集團物色得若干適當之中成藥產品進行研發。

於二零零二年九月十六日，本集團與獨立第三方雲南省中醫中藥研究所訂立兩項研究及開發協議，開發兩項新產品之製藥配方，合約總金額為5,850,000港元。該兩項研究及開發項目已於本年度內完成。其中一項產品乃專為增強及調理肝腎功能，而另一項產品則專為改善失眠、強心、健脾、舒緩神經緊張及幫助鬆弛而開發。藉著該等研究及開發項目本集團得以多元化開發其產品系列，緊貼應用於開發中藥配方之研發技術及中藥界之最新發展。

本集團亦與香港一間大學訂下協議，對排毒美顏寶進行藥效學的評估驗證，評估證明排毒美顏寶具有確切的藥效學功能。

廣告宣傳及推廣

於回顧年度內，本集團耗資21,120,355港元（二零零二年：15,329,143港元）於廣告宣傳及推廣活動，主要包括電視、報章及雜誌廣告，還有演唱會、電影及電視節目之贊助，務求鞏固本集團在製藥業之領導地位並提高本集團產品之需求量。廣告宣傳及推廣活動的成效令人滿意。此外，本集團已委任一位本地流行歌手作為新產品輕盈版排毒美顏寶的代言人。是項推廣活動相當成功，輕盈版排毒美顏寶自二零零三年一月推出以來，首三個月已錄得滿意成績。

同時，經在1,000家本港公司中嚴格甄選之過程，本集團乃榮獲一個世界性機構頒發「超級品牌獎」之138家公司之一，此獎項要求於五大範疇中取得成功，包括市場優勢、受歡迎程度歷久不衰、商譽、顧客忠誠度及整體市場認受性，此項榮譽足顯本集團長期建立之品牌深受區內市場認同。此外，本集團榮獲由兩間大型連鎖店集團頒發之二零零二年度「至FIT排毒獎」、二零零二年度「排毒產品銷量冠軍大獎」及二零零二年度「健康系列冠軍中之冠軍大獎」。

未來前景

展望未來，鑒於零售市道持續疲弱兼中成藥產品市場競爭日趨激烈，本集團預期於來年將要繼續面對此等挑戰。為配合本集團保持業務穩定增長之謹慎業務策略，本集團將會致力提高銷量及推行有效之成本控制措施以提升其競爭力，務求為股東帶來更大之投資價值。

本集團明白時刻緊貼市場需求乃未來業務發展之關鍵。除積極為現有產品促銷外，本集團將推出一系列新產品，確保本集團得以持續發展。新開發之產品包括已於二零零三年五月推出市面之良方系列，此外還包括科學中藥系列、健康食品系列、新古方系列及多維健系列，本集團矢志憑藉此等新產品系列提高本集團之收入及為顧客提供優質產品及照顧日常所需。

此外，本集團積極尋求與香港之大學合作開發新產品。直至本財政年度末，本集團已與一間香港之大學就若干中藥配方項目展開多次認真深入磋商。

目前，本集團仍然積極在中國物色潛在投資目標以進行收購，以便進一步加強其於研究及開發、生產、推廣及分銷天然中成藥方面之業務。

誠如本公司於二零零二年八月二十七日刊發的招股章程（「招股章程」）所披露，本集團有意在中國開發一個中藥材原料生產地。為更有效控制生產成本及滿足不斷增加之原料需求，本集團現正物色具備適當天然條件之地點建立該生產地。

為達致普及保健知識及向公眾提供保健服務之目標，本集團將於香港成立保健中心。

最後，憑藉本集團之豐富中藥知識及中醫保健市場之殷切需求，以及享負盛名之「龍發製藥」品牌、行之有效之銷售及市場推廣策略、已確立之本地及海外分銷網絡及研發能力，董事深信本集團已準備就緒，可維持繼續迅速增長，並保證能為其股東帶來豐厚回報。

僱員

於二零零三年三月三十一日，本集團共有50名僱員（二零零二年：39名僱員）。

董事會定期檢討及批准本集團僱員之酬金政策及福利。本集團參照業內慣例及個別僱員之表現釐定其薪酬。本集團亦為其僱員提供酌情花紅及購股權計劃。

所得款項用途

於二零零二年九月五日，本公司根據配售及公開發售（定義見招股章程）以每股0.34港元的發行價合共發行150,000,000股股份。來自該配售及公開發售所得款項淨額經扣除有關開支後為38,751,000港元。截至二零零三年三月三十一日，本集團自所得款項淨額中動用6,183,000港元研發新產品。餘下未動用之所得款項淨額，已存入香港之持牌銀行。所得款項之用途與招股章程所披露者相符。

流動資金及財務資源

本集團一貫保持充足營運資金。於二零零三年三月三十一日，本集團有流動資產90,421,854港元（二零零二年：62,031,725港元）以及現金及銀行結餘58,332,209港元（二零零二年：11,322,812港元），於二零零三年三月三十一日，本集團之流動負債為7,581,041港元（二零零二年：9,704,923港元）。

於二零零三年三月三十一日，本集團之股東資金為85,239,798港元（二零零二年：54,768,485港元）。於二零零三年三月三十一日，本集團概無任何未償還貸款（二零零二年：1,660,902港元）。資本與負債比率（即負債總額佔股東資金之百分比）為8.9%（二零零二年：19.8%）。

或有負債

於二零零三年三月三十一日，本集團授予客戶之優惠券有459,030張（二零零二年：316,852張）尚未行使，優惠券持有人可獲每樽30港元之折扣來購買排毒美顏寶。該等未行使優惠券之可兌換價值為13,770,900港元（二零零二年：9,505,560港元）。截至二零零三年三月三十一日止年度之每月已兌換優惠券之數量與已授出優惠券之數量之百分率介乎4%至16%之間。

匯兌風險

董事認為，本集團之外匯風險影響極微，原因為其買賣主要以港元進行。本集團並無涉及任何對沖合約。

本集團之資產抵押

於二零零三年三月三十一日，本集團並無任何本集團之資產抵押。