

管理層討論及分析

業務回顧

年內，本集團之業務受非典型肺炎嚴重影響。然而，經採取一連串補救措施後，本集團之營業額輕微上升至約103,500,000港元，而去年則錄得約96,000,000港元。本年度股東應佔日常業務純利約為5,600,000港元（二零零二年：27,500,000港元）。

含天年素®複合物紡織產品

含天年素®複合物紡織產品繼續為本集團之核心產品系列，並錄得營業額約69,000,000港元（二零零二年：87,100,000港元）。本集團之主線產品健康睡眠系統之銷售佔此產品類別總營業額約84.6%。此產品類別於年內之銷售受到中國主要城市（尤其是北京、上海及廣州）爆發非典型肺炎嚴重打擊。為減低非典型肺炎對銷售構成之不利影響，管理層決定向受許商提供更多支援。本集團委派員工協助主要受許商為客戶提供更多度身訂造服務，包括上門產品示範及送貨服務等。此外，本集團亦贊助受許商刊印展示本集團之保健哲學：「喝、吃和睡」之其他刊物，代替於非典型肺炎期間舉辦展覽等活動。經採取一連串補救措施後，此產品類別之銷售較上一個財政年度跌幅收窄至約20.7%。此外，本集團亦給予受許商銷售回贈。

目前，非典型肺炎經已受控，加上推出一連串宣傳活動，管理層相信，此產品類別之銷售將重拾升軌。

離子水生成器

經過一年市場推廣宣傳後，新推出之離子水生成器成為本集團另一主要收入來源。該產品之銷售約達29,100,000港元，佔本集團總營業額約28.1%。目前，樽裝水在中國極為普遍，惟樽裝水之問題包括二次污染（水於裝樽過程中受到污染）。作為樽裝水之代替品，家用淨化自來水之需求與日俱增。本集團之離子水生成器具備過濾及離子化自來水之功能，較一般自來水更能發揮水對人體之效益。非典型肺炎過後，市民趨向更加注重健康，從而加快市場對該產品之認受性。

管理層討論及分析

同類產品早已於日本等部份已發展國家獲廣泛使用多年，惟飲用家用離子水之概念在中國仍處於初期。管理層憧憬該產品有龐大之市場發展潛力，且深信如無受爆發非典型肺炎所影響，離子水生成器之銷售或會更為理想。

多肽產品

二零零三年五月五日，中國保健科技學會安排多名保健業界專家於抗炎期間向前線專業人員推薦十種提高免疫力產品。本集團之白蛋白多肽膠囊為其中一種推薦產品，證明該產品於行內受公眾肯定。管理層認為，爆發非典型肺炎普遍亦引起了市民對人體免疫系統之關注，相信該類產品日後之市場需求將有所增加。

銷售及市務

為與中國之經濟發展同步並進，本集團不斷拓展其特許營銷網絡。截至二零零三年六月三十日，本集團已委聘受許商222名(二零零二年：179名)，通過受許商旗下分布全國240個(二零零二年：179個)城市之387家(二零零二年：340家)特許營銷店銷售商品。

研究與開發

年內，國家體育總局體育科學研究所就含天年素[®]複合物產品對促進運動員於賽事後恢復體力之成效發出測試報告。報告顯示本集團之含天年素[®]複合物紡織產品具有提高運動員於賽事之效率以及睡眠質素之功能。管理層現正考慮進一步研究應用本集團含天年素[®]複合物紡織產品，於將在北京舉行之二零零八年奧運會之運動服裝產品之可能性。

管理層討論及分析

財務回顧

營業額

本集團本年度之總營業額約為103,500,000港元，較去年之約96,000,000港元增加約7.8%。營業額上升主要是由於離子水生成器(佔本集團營業額約28.1%)之表現出色所致。本集團之傳統產品健康睡眠系統仍為主線產品，為本集團帶來總營業額約56.5%之貢獻。其他天年素®產品之銷售佔總營業額約10.2%，而多肽產品則佔約5.2%。

毛利

本年度，整體邊際毛利約為60.5%，而去年則約為68.0%。邊際毛利下降，主要歸因在新產品組合中離子水生成器之邊際毛利較傳統產品健康睡眠系統為低。

按個別產品系列計算，健康睡眠系統錄得毛利率約70.0%，而去年則約為72.0%。毛利率下降乃由於給予銷售已達至預定水平之受許商銷售回贈所致。離子水生成器之邊際毛利較去年之約48.5%稍為下跌至約47.9%。其他天年素®產品之邊際毛利則較去年錄得之約37.1%增至約45.9%。多肽產品之邊際毛利約為54.6%，而去年則約為57.6%。

純利

本年度，股東應佔日常業務純利約達5,600,000港元，而去年則約27,500,000港元。股東應佔日常業務純利有所減少，主要原因是於抗炎期間投放額外資源以維持正常銷售及本集團之市場佔有率。

管理層討論及分析

此外，作為預定發展計劃之一部份，本集團亦投放額外資源為員工及受許商提供培訓，藉以加強本集團現有特許營銷網絡，及於上海、成都、蘇州、北京及杭州設立天年保健科技館。以上活動所耗費用乃為本集團日後之發展，惟本年度列為開支。因此，本年度之銷售開支由去年所錄得之約20,800,000港元增加至約33,200,000港元。

此外，股東應佔日常業務純利乃已扣除本公司股份以介紹形式轉至聯交所主板上市涉及之專業費用約4,100,000港元。

流動資金及財政資源

於二零零三年六月三十日，本集團之流動比率約為4.2，而於二零零二年六月三十日則為4.0。

於二零零三年六月三十日，本集團並無任何銀行信貸及銀行貸款，股東資金則約為76,900,000港元。本集團之資產負債比率為0%（二零零二年：2%）。

由於本集團大部份貨幣性資產均以人民幣和港元為單位，本集團並無重大之匯兌風險。

於二零零三年六月三十日，本集團並無將任何資產抵押。

於二零零三年六月三十日，本集團並無或然負債。

本集團最近安排收購位於上海南翔區之一幅土地，以作於中國主要城市發展銷售活動之用，收購將以本集團之內部資源撥付。

管理層認為本集團之財政狀況及經營業績令人滿意，如有需要，亦可應付進一步擴充業務之營運資金所需。因此，管理層相信，如出現投資良機而需要投入額外資金時，本集團有能力以優惠條款取得額外資金。

管理層討論及分析

重大投資

於回顧年內，本集團概無持有重大投資。

重大收購及出售附屬公司及聯營公司

於回顧年內，並無重大收購或出售附屬公司及聯營公司。

僱員及薪酬政策

於二零零三年六月三十日，本集團共聘有390名員工，其中385名在國內工作，另5名在香港工作。本年度產生之薪金及其他薪酬(不包括董事酬金)合共約為14,300,000港元。薪酬待遇包括薪金、強制性公積金、花紅、醫療津貼及購股權。

展望及未來前景

根據統計數據顯示於二零零二年，中國全國保健產品消費達24億美元，而全球保健產品消費則達2,000億美元，此比例較該有關之本地生產總值之比例遠遠落後。

人口統計數據亦顯示，中國之高齡人口比例正在上升，高齡組別人口對健康狀況之意識較高。此外，不少中國人已習慣服用藥用補充劑。隨著發展先進科技，許多人將傳統服用藥用補充劑之方式(如在家沖製草本茶)變得科學化(如服用膠囊)。

為發揮此等優勢，管理層將繼續投放資源，以鞏固現有特許營銷網絡、建立精密之管理系統及與具聲望之科研及學術機構及著名開發新專利科技之科學家維持緊密之策略關係。為維持本集團在中國保健產品行業之重要地位，本集團將採取以下策略：

管理層討論及分析

加強特許營銷網絡

管理層將繼續委聘新受許商，進佔中國部份未開拓城市之市場。此外，根據客戶資料庫數據分析，本集團將提供更多專業意見，以協助受許商更有效地經營業務。

進一步探究離子水生成器之市場潛力

由於分銷離子水生成器獲得初次成功，管理層認為，此類產品之市場潛力雄厚。目前，該產品專為家用而設。管理層決定撥出資源，研究將產品作醫療及飲食用途。憑藉本集團多項競爭優勢，管理層相信，離子水生成器將成為本集團之另一主線產品。

健康睡眠系統更專業化

本集團乃國內業界其中一家具領導地位之企業，加上經過多年宣傳，其主線產品健康睡眠系統廣為市場所接受。為維持目前之地位，管理層將以更專業之方式分銷產品，並以不同階層之客戶（如行政人員組別）為對象。

進一步研究白蛋白多肽膠囊

於抗炎期間，專家已於媒體上指出多肽有助增強人體免疫系統。此舉讓客戶更加瞭解此類產品之功能。管理層相信此舉對推廣本集團之多肽產品亦會帶來正面影響。由於本集團擁有生產白蛋白多肽膠囊之技術，本集團於未來日子將積極推行更多之市場推廣計劃。