

業務回顧

中國保健產品市場

中國保健產品歷史較短，而由於保健食品產品質素引起社會關注，加上該等產品發牌制度有變，對保健產品之需求於二零零零年雖達人民幣400億元，但於二零零一及二零零二年則降至約人民幣200億元左右。由於消費者對個人保健之意識提高，令二零零三年之市場反彈至人民幣300億元。

近年之規例為業內一項正面發展。二零零四年，中國保健協會取代中國保健食品協會成為業內之監管機構，以加強產品審批程序及將規則與規例標準化為宗旨。舊有牌照已經廢除，而新牌照只有在獲得國家藥品監督管理局批准後方可發出。

有鑑於不實之傳銷及消費者流失，中國政府於一九九八年在中國實施直銷禁令，然而預期中國政府將於二零零四年末撤銷在中國之直銷禁令，並預期新規例將提升保健產品之銷售額。



金銳
董事總經理

本集團認定保健產品業之成功要素為：優質產品及技術、知名品牌，以及廣泛分銷網絡。為達到此目標，本集團已於年內在其產品、支援系統、品牌及分銷網絡作進一步投資。該等投資已為增長奠定強勁基礎。

多功能製水機

多功能製水機銷售維持其增長之勢頭。本年度，此項產品由佔集團營業額28.1%上升至49.2%。本集團透過與現有夥伴OSG Corporation Co., Ltd. (「OSG」，於日本上市之公司，並為日本多功能製水機產品生產技術之先驅) 成立合營企業，從而進一步鞏固其於多功能製水機市場之主導地位。同時，本集團亦透過收購取得其生產夥伴合肥美菱環保電子有限責任公司 (「合肥美菱」，於中國成立之公司) 之控制權。本集團現已具有優勢，可滲入多功能製水機市場之所有價格分部。

健康睡眠系統

本集團跨產品類別客戶之擴展，有助本集團維持其於競爭激烈之保健床上用品市場之領導地位。本集團已獲許可在健康睡眠系統中使用中國消費者協會之《3.15》標誌，證明本集團之產品質素上乘。專為新婚夫婦及學生而設之新床上用品系列已經推出。此外，為夏季而設使用由竹製成之纖維及含有天年素®複合物之床上用品產品系列亦已推出，可望於夏季月份提升床上用品產品之銷量。

管理層討論及分析

本集團皇牌天年素®及微元生化纖維(MBF®)技術之應用，已擴展至連串納米級醫用功能敷料產品，並已於醫院分銷取得良好進展。

天年素®複合物	蘊含氧化鈦、氧化鋯、氧化硅、氧化釷、氧化鈾、氧化錫、磷酸銀及其他微元之超細微元生化混合物。已證實天年素®複合物可以改善人體血液微循環。
微元生化纖維(MBF®)	微元生物活性纖維為經處理纖維產品，以混合有天年素®複合物之聚酯切片編織成亞麻纖維。一項中國保健協會認可並於七所A級醫院進行之臨床研究顯示，微元生化纖維(MBF®)可大大減輕因微循環出現機能障礙所引起或與之有關之失眠、衰竭、疲憊、精神不集中、關節痛、肢痛症、肢端發紺、呼吸困難及肢體麻痺等臨床徵狀。

支援系統

本集團已增加其於支援系統之投資，以促進其特許經銷商間之統一，加強客戶服務及精簡物流：

- ERP(企業資源計劃)系統令本集團分銷網絡之營運及財政管理更形鞏固及標準化。
- CRM(客戶關係管理)系統於深圳進行試驗測試，並將初步擴展至八個主要城市。加上熱線中心之支援，CRM系統可為本集團客戶提供迎合客戶需要之服務，尤其是提供銷售後服務。
- 供應鍊管理系統讓本集團增加付運予本集團分銷商及客戶之靈活性及效率。

品牌

成為其品牌發展之里程碑，本集團已獲許可在其產品上使用中國消費者協會具權威性之《3.15》標誌。此標誌標示了本集團保健產品品質上乘，且確認本集團對消費者權益之貢獻。我們相信，於保健業內，Vitop乃首間獲許可使用《3.15》標誌之公司。

本集團更致力於公司溝通，從而於天年®優質保健品牌之定位中提升消費者之意識及信心。本集團更將嶄新公司形象Vitop®與其銷售網絡點之品牌統一。其他發展包括與中國國家體育總局合作，成為為中國奧林匹克運動員提供多功能製水機及健康睡眠系統之官方供應商。

分銷網絡

於二零零四年六月底，本集團於355個(二零零三年六月：240個)城市中有特許經銷商355名(二零零三年六月：222名)，並有647家(二零零三年六月：387家)專賣點銷售本集團產品。本集團繼續投放資源，透過新招聘，為特許經銷商提供專業諮詢及服務，以加強現有特許營銷網絡，並滲入未開發之市場。本集團亦希望藉聯盟及收購打入全新之分銷網絡。

財務回顧

零售額	透過特許經銷商銷售予顧客
集團營業額	源自批發收益及向特許經銷商銷售貨物之特許權費用之集團收益

零售額及集團營業額

本集團於二零零四年財政年度取得強勢表現，零售額及集團營業額分別較二零零三年上升32.7%及35.2%至約349,500,000港元及約140,000,000港元。集團營業額增長具廣泛基礎，且於二零零四年各個財政季度均有所增長，增長率為第二季之18.0%至最後一季之57.0%不等。

多功能製水機錄得最強勁增長，上升136.8%至約68,900,000港元，佔本年度集團營業額49.2%。健康睡眠系統之營業額約為55,600,000港元，較二零零三年下降約4.8%。本集團已推出專為新婚夫婦及學生而設及專為夏季而設使用由竹製成之纖維及含有天年素®複合物等數個新產品系列。預期新產品將改善夏季之銷售表現。由於本集團集中於主打產品方式盡快消化庫存，導致非床上用品微元生化纖維(MBF®)產品之營業額下跌8.2%至約9,700,000港元。至於多肽產品方面，受年內推出之清蛋白粉帶動，營業額上升7.0%至約5,800,000港元。

毛利

毛利較二零零三年之60.5%下跌5.5個百分點至55.0%。毛利率下降之主因是產品組合變動，而毛利率較低之多功能製水機佔集團營業額之比重接近一半。按個別產品計算，由於推行新模式以補足現有產品系列，導致多功能製水機之毛利率自去年之48.0%下降至46.3%。床上用品產品則錄得毛利率67.9%，與去年毛利率之70.0%一致。非床上用品微元生化纖維(MBF®)產品之毛利率較去年錄得之45.9%下降至本年度之35.4%，是由於本集團集中於主打產品方式盡快消化庫存所致。至於多肽產品方面，受近期推出之清蛋白粉帶動，毛利率較去年錄得之54.6%上升至66.4%。

純利

毛利由二零零三年之約62,700,000港元增加22.8%至約77,000,000港元。於二零零四年，其他收入(包括退稅、投資及利息收入)增加約1,400,000港元至約2,900,000港元。建立品牌與網絡發展之市場推廣，以及於支援系統投資，導致二零零四年之經營開支較去年總經營開支約54,000,000港元上升5.1%至約56,800,000港元。

由於二零零四年開支較大，營業額及毛利之增長亦因而減慢，導致經營溢利增加126.5%至約23,100,000港元，而經營溢利率上升6.6個百分點至16.5%。由本集團經營之附屬公司於中國之稅務減免期已於二零零三年屆滿，本集團須繳納中國所得稅，導致稅項開支於二零零四年由約500,000港元增加約1,800,000港元至約2,300,000港元。在扣除少數股東權益約600,000港元後，集團純利由二零零三年錄得之約5,600,000港元增加2.6倍至約20,200,000港元。

流動資金及財政資源

年內，本集團錄得經營業務流入約17,900,000港元，而於支付資本開支及無形資產約10,100,000港元，以及派付二零零三年財政年度末期股息約4,800,000港元（部份由因購股權獲行使而產生之流入資金約3,600,000港元支付）後，於二零零四年六月三十日之手頭現金增加約6,600,000港元至約48,800,000港元。本集團並無未償還銀行借貸及可動用銀行信貸。

重大投資

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／共同控制實體

年內，本集團與合肥美菱集團控股有限公司訂立收購協議，以代價人民幣3,570,000元（相等於約3,370,000港元）收購合肥美菱之80%權益。此收購於二零零四年四月完成，其後，合肥美菱轉為中外合營企業，並易名為合肥天年美菱環保科技有限責任公司（「天年美菱」）。天年美菱主要從事製造多功能製水機。

年內，本公司與OSG訂立協議，在中國成立合營企業，名為天年三愛環保科技（蘇州）有限公司（「天年三愛」），本公司擁有其40%權益，投資額為60,000,000日圓（相等於約4,300,000港元）。此合營企業於二零零四年五月成立，其後，天年三愛成為本集團之共同控制實體，主要從事製造多功能製水機。

除上文所披露者外，年內，本公司並無進行任何附屬公司及聯營公司／共同控制實體之重大收購或出售。

僱員及薪酬政策

於二零零四年六月三十日，本集團聘有合共334名僱員，其中327名在國內工作，另7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12,220,000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。

重大事項

年內，於二零零四年一月五日，李國明先生（「李先生」）獲委任為本公司執行董事，並與本公司訂立(i)為期兩年之董事服務協議及(ii)有關由李先生按每股認購價0.31港元認購合共7,752,000股新股之認購協議。同日，李先生亦獲授可於授出日期起計五年內行使，以每股行使價0.495港元認購最多20,000,000股股份之購股權（須待本公司獨立股東批准）。於二零零四年二月九日舉行之本公司股東特別大會上，此認購協議及授出購股權事宜已獲本公司獨立股東批准。該等交易之詳情已於本公司於二零零四年一月五日發表之公佈及於二零零四年一月二十一日刊發之通函中披露。

已發行證券

年內，共有13,028,400股股份因本公司購股權持有人行使購股權附帶認購權予以發行，其中5,695,000股股份之行使價為每股0.25港元，另7,333,400股股份則為0.30港元。

年結後，根據李先生與本公司於二零零四年一月五日訂立之認購協議中所提述，共有1,938,000股股份因李先生按每股認購價0.31港元認購第一批認購股份予以發行。

因上述行使購股權及認購股份而新發行14,966,400股股份，本公司於本年報日期之已發行股份總數為680,136,400股。

展望及未來前景

未來五年將為本集團充滿刺激之另一發展階段，亦為充滿變革及擴展之階段。重新投資於我們之銷售模式以增加直銷良機將為一項優先考慮。另一項優先考慮則為加快合併及收購活動以及其他策略性發展。本集團將推出新產品及多元品牌，加大國內市場佔有率，同時亦放眼海外，以發掘國際市場之商機。本集團將發展現有特許營銷網絡可互為補足之分銷網絡。而於品牌、產品開發、分銷網絡及支援系統之投資，更鞏固本集團於非保健食品業之領導地位，並為取得每年30%長期年度增長奠下穩固之基礎。

本集團之持續優先考慮將集中於更佳地落實其所有價值鏈。儘管本集團已達致大部份目標，但於營運效率、資訊系統及客戶服務方面仍可進一步改善，以確保本集團可成功地掌握變革與擴展。