

管理層討論及分析

業務回顧及前景

本集團認為在中華人民共和國（「中國」，不包括香港）保健品行業競爭之要素為：優質產品、知名品牌、有生命力之合作團隊及廣泛之分銷網絡。一如既往，本集團不遺餘力地加大在以上各方面之投入力度，為本集團可以在競爭劇烈之中國保健品行業中持續發展下去，奠下穩固之基礎。

在產品方面，本集團一直堅持之保健哲學，覆蓋【睡】【喝】和【吃】三大人生要素，主要產品分別為：天年素®系列產品、多功能製水機及保健食品。

天年素®系列產品

本集團之天年素®系列產品，採用本集團獨家專利之天年素®複合物及微元生化纖維（MBF®），主要產品為健康睡眠系統包括健康睡枕、床墊、健康被及其他配套之床上用品。除了已獲得包括中國消費者協會之《3.15》消費者信心標誌等殊榮外，本集團之天年健康被在本年九月獲得國家質量監督檢驗檢疫總局根據國家名牌推進委員會之評價結果而頒發之《中國名牌產品》稱號，成為珠海獲得此殊榮之第三家企業。本年度，天年素®系列產品之營業額約為4,462萬港元，較二零零四年度下降32%。這主要是因為業界競爭激烈，而本集團之有關新產品研發接續不上。

年內，本集團在原有之天年素®基礎上，加強發展出天年素®A、天年素®B及天年素®C，分別針對性地加強在改善微循環、釋放負離子及抗菌抑菌方面之效用，其中天年素®C採用納米銀和光觸酶複合抗菌材料。在二零零五年九月隆重推出之『精品四季如春』健康睡眠系統系列中應用了上述加強技術，在最近之產品推介會上得到令人鼓舞之銷售成績，本集團期望『精品四季如春』健康睡眠系統系列能為本集團提供理想之增長。此外，本集團亦致力天年素®系列產品之進一步研發，以期擴闊產品之品種，符合目標顧客層之不同需要。

多功能製水機

本集團之多功能製水機生產基地在合肥（本集團佔80%股權之合肥天年美菱環保科技有限責任公司之美菱廠）及蘇州（與日本OSG Corporation Co., Ltd.（「OSG」）合資，本集團佔40%股權之蘇州廠）。此外，本集團亦從OSG之日本工廠進口原裝水機，以調節本集團之水機產品結構。年內，美菱廠處於調整期，新水機型號未能及時獲得生產批文，引致美菱廠水機之銷售下滑，拖累了本集團之水機整體毛利率。

本集團之蘇州廠剛在本年度完成投產前準備，按原計劃蘇州廠之水機型號應取代性能相若之OSG原裝進口之水機型號，而其相對低廉之成本會進一步加強本集團在多功能製水機之競爭優勢，亦調高本集團之整體水機毛利率。但是，蘇州廠之生產進度比原有計劃落後，以致本集團必需從OSG進口成本較高之日本原裝水機，以滿足顧客之需求。

綜合以上，本年度之多功能製水機銷售雖然比去年增長了32%，由去年約6,887萬港元增長了約2,200萬港元，達致約9,087萬港元。但是，多功能製水機業務對本集團之盈利貢獻從去年約1,955萬港元，減少了13%（約256萬港元），只有約1,699萬港元。

隨著蘇州廠之生產踏上坦途及美菱廠之新型號水機在二零零五年取得生產批文，本集團致力理順不同品種之水機銷售結構，以期改善水機之整體毛利貢獻。

管理層討論及分析

隨著本集團在過去數年成功開拓水機銷售產業，中國一窩蜂出現不少水機型號，其中存在以不負責任之短期行為及以低劣產品衝擊市場之情況。本年七月，中國衛生部發出針對性之『十號文件』，嚴控虛假、浮誇不實之多功能製水機宣傳活動。『十號文件』風波暫時影響了部份客戶之信心，令部份客戶採取觀望態度，在短期上影響了本集團之水機銷售，但是，本集團認為在長期上，『十號文件』會令市場規範化，取替一些不合資格之生產商。為此本集團作為中國保健協會之副理事長單位，積極與中國保健協會功能水分會合作，參與制定行業規則。本集團仍視多功能製水機為一長久基業，『十號文件』風波只是短暫，本集團在多功能製水機之不斷研發及推廣確保本集團在規範化後之多功能製水機行業長久佔有具影響性之份額。

保健食品

本集團之保健食品銷售在本年度增長34%，約198萬港元，達約776萬港元。年內，本集團致力擴闊保健食品系列，增添了天年蜂膠產品，亦在尋求其他保健食品上，與一些國內外著名企業之合作有良好進展。本集團期望保健食品能夠為本集團提供穩健之銷售增長。

品牌

本集團繼已獲許可為中國消費者協會《3.15》消費者信心標誌商品後，本年度在品牌發展方面又獲得殊榮，首先在二零零四年九月，『天年牌健康睡眠系列床上用品』被國家質量監督檢驗檢疫總局批准免檢，獲『國家免檢產品』資格。其次在二零零五年九月，根據中國名牌產品戰略推進委員會評價結果，「天年牌健康被」被國家質量監督檢驗檢疫總局授予《中國名牌產品》稱號。

以上表明，本集團之品牌基礎建設已基本完成，下步將計劃進入推廣階段，在強大之授信品牌基礎上，加深加強顧客對本集團品牌之信心，從而幫助推動產品銷售。

團隊

本集團深深明白，打造一個高效之銷售和管理團隊，是提升企業盈利能力，保持長久發展動力之重要因素；故本集團於二零零五年二月成立了天年國際行銷學院，聘請業內知名之專業培訓機構，為整個集團及各經銷商提供全方位之培訓，相信通過這一系列之培訓會對本集團在團隊建設方面打下良好基礎。

分銷網絡

為強化公司現存之分銷網絡和增加對現有特許經銷商之支援，本公司在本年度戰略性地整合了分銷網絡，讓擁有豐富經驗之特許經銷商來開拓新市場，並同時把其他表現差之周邊市場也交付於這些特許經銷商來經營。因此，本集團特許經銷商數量比去年相對減少。於二零零五年六月三十日，本集團於451個（二零零四年：355個）城市中有特許經銷商278名（二零零四年：355名），並有686家（二零零四年：647家）專賣點銷售本集團產品。隨著本集團加強對網絡之整合、培訓、指導及推動，本集團相信分銷網絡之績效會有所提高。

本集團相信一個廣泛而強有力之分銷網絡是本集團之重要資產，為本集團日後推出之新保健產品保證有效之銷售管道。

支援系統

經過一年來之推廣，本公司之CRM（客戶關係管理）系統在網絡中之推廣應用初有成效，已收集了之顧客檔案為本集團提供售後服務和分析顧客需求提供了基礎資料。

管理層討論及分析

財務回顧

營業額

本集團於二零零五財政年度之表現不盡理想，本集團營業額較二零零四年上升4%至約1億4,600萬港元，這主要是由於市場競爭加劇而導致。

其中多功能製水機仍然取得了32%之增長，上升至約9,087萬港元，佔本年度本集團營業額之62%；天年素®系列產品之營業額約為4,462萬港元，較二零零四年度下降32%，這主要是由於本公司在天年素®系列產品方面之新產品接續不上，為此本公司已於二零零五年九月推出了具有多種複合功效之天年素®系列新產品－『精品四季如春』，該產品經過試銷，目前市場反映積極，預期該款產品之推出會改善天年素®系列產品之營業表現；至於保健食品方面，由於不斷推出之新產品帶動，整體營業額上升34%至約776萬港元。

毛利

毛利較二零零四年之55%下跌6個百分點至49%；毛利率下降之主要原因是產品組合變動和市場競爭加劇導致；首先，毛利率較低之多功能製水機佔本集團營業額之比重已高達62%，其中毛利率最低之原裝進口水機佔總銷售之26%，導致水機之整體毛利率比去年之46.3%下降至42.4%，相信隨著合資之蘇州廠生產調整完畢，進口水機國產化後，毛利率會大幅提升。天年素®系列產品之毛利率為61%，較去年之63%有一定幅度之下降，主要是由於本集團集中於新產品而將庫存盡快消化所致。至於保健食品方面，因推出之蜂膠產品同類競爭較激烈，故本集團採用薄利多銷之方式以較低毛利率向經銷商供貨，故毛利率較去年之66%下跌至55%。

純利

雖然銷售增長，但毛利卻由於上述原因由二零零四年之約7,695萬港元下降8%至約7,081萬港元，而本集團為了應對激烈之市場競爭，在產品廣告宣傳及促銷方面進行了大量之投入，同時在企業經營管理上也投入較大費用以期增強企業之經營管理能力，故導致二零零五年之經營開支較去年之約5,565萬港元上升13%至約6,293萬港元；同時，由於本集團一名較大經銷商經營失敗而在年內結束業務，影響本集團之應收賬款無法回收，本集團需為此作出壞帳撥備，導致本集團之其他營運費用較去年增長約594萬港元。

由於二零零五年開支較大，而毛利又相應下降，導致經營溢利較去年下跌84%至約379萬港元；本年度本集團仍然按照優惠稅率（正常特區稅率之一半）交納所得稅，本年度交納所得稅約77萬港元。同時在扣除聯營公司之虧損約76萬港元和少數股東權益約100萬港元之後，本集團純利由二零零四年度錄得之約2,019萬港元大幅下降至約127萬港元。

流動資金及財政資源

年內，本集團錄得經營業務流入約為892萬港元，而支付資本開支及無形資產約709萬港元，及派付二零零四財政年度末期股息約680萬港元後，本集團於二零零五年六月三十日之手頭現金減少約399萬港元至4,478萬港元。本集團本年度新增銀行貸款約50萬港元。

管理層討論及分析

資產抵押及負債

於二零零五年六月三十日，本集團之資產負債比率（按總借貸佔股東權益總額百分比計算）為0.5%（二零零四年：無）。其中銀行貸款50萬港元乃以本集團為數250萬港元之存款作抵押。

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，本公司概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

於二零零五年六月三十日，本集團聘有合共260名僱員，其中253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1,698萬港元。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，於二零零五年一月五日，李國明先生（「李先生」）辭任本公司執行董事一職，其仍然留任為本公司非執行董事。於辭任時，李先生與本公司於同日訂立終止協議，藉此終止本公司與李先生就委任其為本公司執行董事而訂立之服務協議，以及本公司與李先生就以認購價每股0.31港元認購合共7,752,000股本公司股本中之新股份及根據本公司於二零零三年一月二十三日採納之購股權計劃授出可按行使價每股0.495港元認購20,000,000股股份之購股權而訂立之認購協議。該等交易之詳情已於本公司於二零零五年一月五日發表之公佈中披露。

已發行證券

年內，合共3,725,348股股份予以發行。根據本公司與李先生於二零零四年一月五日訂立之認購協議中所提述，其中1,938,000股股份及1,727,348股股份因李先生按認購價每股0.31港元分別認購第一批及第二批認購股份予以發行，另60,000股股份因本公司購股權持有人按行使價每股0.30港元行使購股權附帶認購權予以發行。

因上述認購股份及行使購股權而新發行3,725,348股股份，本公司於本年報日期之已發行股份總數為681,923,748股。

展望及未來前景

中國之保健品行業隨著中國市場進一步開放，國外同行業大集團紛紛湧入中國市場，會對本土公司帶來較大競爭壓力。但機遇與挑戰並存，本集團在國內已具有之十三年銷售經驗和品牌之積累，以及在顧客心中之知名度及美譽度，將成為本集團在激烈競爭中之優勢。

未來本集團將繼續在優質產品、知名品牌、有生命力之合作團隊及廣泛之分銷網絡上進一步投入，通過奠定穩固之基礎，穩步提升業績，確保市場佔有率，成功把握變革商機。