

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

概覽

本集團主要在中國從事品牌進口藥品及保健產品的分銷。於往績記錄期，本集團的絕大部分收益來自銷售[●]蜜煉川貝枇杷膏，該產品由[●]總廠製造及由偉沂直接供應。於往績記錄期，本集團銷售[●]蜜煉川貝枇杷膏所產生的營業額分別約為人民幣353.8百萬元、人民幣357.1百萬元、人民幣373.7百萬元及人民幣229.2百萬元，分別佔本集團總營業額約67.1%、66.6%、67.1%及73.0%。

根據中國醫藥保健產品進出口商會根據中國海關提供的統計數字公佈的藥品及保健產品100強進口商報告，於二零零九年，按二零零九年進口價值47,300,000美元計算，深圳金活於中國藥品及保健產品進口商中排名76，而首10強進口商的平均進口價值則約292,800,000美元，100強進口商於二零零九年的總進口價值為95.3億美元。截至最後實際可行日期，本集團管理向13家不同供應商及／或生產商購買產自日本、美國、加拿大、香港、台灣、泰國及中國的48種藥品、保健產品及一般食品以及一種醫療產品。

本集團分銷的產品

除[●]蜜煉川貝枇杷膏外，本集團亦已與各分銷商或生產商訂立分銷協議，以分銷以下各類產品，包括喇叭牌正露丸、●系列、飛鷹活絡油、依馬打正紅花油、明通治傷風顆粒、鳳寶牌健婦膠囊、曼秀雷敦系列、金活產品系列、「大樹腳」即時退熱貼（8小時）、健美生產品系列。該等分銷協議期限介乎一年至五年不等。

●於二零一零年一月一日向深圳金活發出授權書，據此，本集團有權根據上述授權書規定於中國若干地區分銷[●]枇杷糖，期限為一年，可每年續期。就●而言，本集團亦與中國●獨家代理泰山於二零零八年八月二十九日訂立授權書，據此，本集團有權於中國分銷●，期限為三年。

於往績記錄期，本集團經已訂立多項分銷協議、授權書及採購訂單，涉及本集團於中國分銷產品的分銷權。本集團與供應商及／或生產商於往績記錄期訂立的授權書的期限並無明確訂明，或介乎一年至三年不等，而本集團於往績記錄期所取得的採購訂單則無訂明期限。本集團通常為其認為具市場潛力的產品及／或本集團經已銷售逾三年的產品訂立分銷協議。本集團將會為其任何試銷新產品訂立採購訂單。儘管分銷協議通常載有產品的價格及規格、信貸期限、銷售及分銷產品的指引（包括但不限於限制產品可銷售地區），但另

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

一方面，授權書及採購訂單僅列明以下條款，如產品的價格及規格。為正式訂立該等安排，獲得比較穩定的供應，與供應商及／或生產商維持較穩定的關係，本集團現時與[●]枇杷糖及●的各供應商及生產商磋商，以期簽訂分銷協議。

截至二零零九年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團分銷的產品（不包括[●]蜜煉川貝枇杷膏）佔本集團同期營業額約32.9%、33.5%、32.9%及27%。截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團分銷的各項產品（不包括[●]蜜煉川貝枇杷膏）佔本集團同期營業額低於5.4%。

根據分銷協議分銷產品

產品名稱	向本集團供應產品的合約方	分銷／供應商協議的主要條款	產品分銷權開始日期	價格控制
1. [●]蜜煉川貝枇杷膏	偉沂 <ul style="list-style-type: none"> • [●]蜜煉川貝枇杷膏在中國的授權分銷商 • 獨立第三方 	(a) 日期：二零一零年四月二十二日 (b) 分銷協議的訂約方： (i)[●]總廠、 (ii)偉沂、(iii)深圳金活及(iv)香港金活 (作為擔保人) (c) 分銷權的性質：於中國的分銷商 (d) 地理覆蓋範圍：上海、江蘇省、浙江省、福建省、江西省、海南省、安徽省、河南省、山西省、陝西省、甘肅省、青海省、寧夏回族自治區及內蒙古自治區	一九九七年六月十二日	須受中國政府設定的最高零售價限制 有關其他詳情，請參閱本招股章程「業務」一節「中國政府的價格控制」分節
		(e) 年期：三年（自二零一零年四月二十二日起至二零一三年四月二十二日）並經訂約各方進一步磋商後可予延期。有關詳細條款，請參閱本文件「業務－業務模式」一節「分銷[●]產品系列」分節。		

業 務

	產品名稱	向本集團供應產品的合約方	分銷／供應商協議的主要條款	產品分銷權開始日期	價格控制
2.	喇叭牌正露丸	一德貿易有限公司(「一德」) <ul style="list-style-type: none"> • 喇叭牌正露丸在中國的授權代理 • 獨立第三方 	(a) 日期：二零零九年四月一日 (b) 分銷協議的訂約方： (i)一德及(ii)深圳金活 (c) 分銷權的性質：於中國協定地區的分銷商 (d) 地理覆蓋範圍：廣東省、福建省、海南省、上海、浙江省、江蘇省、北京、天津、湖北省、陝西省、雲南省及廣西省 (e) 年期：三年(自二零零九年四月一日起至二零一二年三月三十一日)	一九九八年五月一日	須受中國政府設定的最高零售價限制 有關其他詳情，請參閱本招股章程「業務」一節「中國政府的價格控制」分節
3.	[●]產品系列 ([●]系列 (i) [●] Kanyu Drop S (ii) [●] Kanyu Drop C-20 (iii)[●] Kanyu Drop M400 (iv)[●] Vitamin EC	泰山 <ul style="list-style-type: none"> • ●系列在中國、香港、澳門、台灣、馬來西亞、新加坡等地的授權總代理 • 獨立第三方 	(a) 日期：二零零五年十二月十八日 (b) 分銷協議的訂約方： (i)泰山及(ii)深圳金活 (c) 分銷權的性質：於中國的分銷商 (d) 地理覆蓋範圍：中國(不包括香港、澳門及台灣) (e) 年期：五年(自二零零六年一月一日起至二零一零年十二月三十一日)並可自動另外延長五年，惟訂約各方另行協定則除外	一九九六年十月一日	不適用
4.	[●]金色100系列，共包括五種口味	仙樂製藥 <ul style="list-style-type: none"> • [●]金色100系列的授權製造商 • 獨立第三方 	(a) 日期：二零一零年十月十五日 (b) 供應商協議的訂約方： (i)仙樂製藥及(ii)深圳金活 (c) 分銷權的性質：不適用 (d) 地理覆蓋範圍：不適用 (e) 年期：兩年(自二零一零年十月十五日起至二零一二年十月十四日)	二零零八年五月十四日	不適用

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

產品名稱	向本集團供應產品的合約方	分銷／供應商協議的主要條款	產品分銷權開始日期	價格控制
5. 飛鷹活絡油	歐化藥業有限公司（「歐化」） <ul style="list-style-type: none"> 飛鷹活絡油的製造商 獨立第三方 	(a) 日期：二零零八年三月七日 (b) 分銷協議的訂約方： (i)歐化及(ii)深圳金活 (c) 分銷權的性質：於中國的分銷商 (d) 地理覆蓋範圍：中國（不包括香港及澳門） (e) 年期：自二零零八年三月七日起至二零一零年十二月三十一日	二零零三年八月二十六日	不適用
6. 依馬打正紅花油	1. 聯華 <ul style="list-style-type: none"> 依馬打正紅花油的製造商（於二零零九年十二月三十一日終止） 獨立第三方 2. 深圳金活利生 <ul style="list-style-type: none"> 於與聯華訂立分銷協議屆滿後的依馬打正紅花油製造商 	(a) 日期：二零一零年一月十四日 (b) 分銷協議的訂約方： (i)深圳金活利生及(ii)深圳金活 (c) 分銷權的性質：於中國的分銷商 (d) 地理覆蓋範圍：中國 (e) 年期：一年（自二零一零年二月一日起至二零一一年一月三十一日）	二零零二年十一月二十八日（與聯華） 二零一零年二月一日（與深圳金活利生）	不適用
7. 明通治傷風顆粒	寶信行 <ul style="list-style-type: none"> 明通治傷風顆粒在中國及香港的授權代理 	(a) 日期：二零一零年十月二十一日 (b) 分銷協議的訂約方： (i)寶信及(ii)深圳金活 (c) 分銷權的性質：中國分銷商 (d) 地理覆蓋範圍：中國 (e) 年期：自二零一零年十一月二十五日起至二零一二年十二月三十一日	一九九八年十一月二十五日	不適用
8. 鳳寶牌健婦膠囊	遠大 <ul style="list-style-type: none"> 鳳寶牌健婦膠囊的製造商 	(a) 日期：二零一零年十月二十一日 (b) 分銷協議的訂約方： (i)遠大及(ii)深圳金活 (c) 分銷權的性質：中國分銷商 (d) 地理覆蓋範圍：中國 (e) 年期：自二零一零年十一月二十五日起至二零一二年十二月三十一日	一九九九年十二月一日	不適用

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

	產品名稱	向本集團供應產品的合約方	分銷協議的主要條款	產品分銷權開始日期	價格控制
9.	<p>曼秀雷敦系列</p> <p>(i) 曼秀雷敦複方水楊酸甲酯乳膏</p> <p>(ii) 曼秀雷敦複方薄荷腦軟膏</p> <p>(iii) 曼秀雷敦複方薄荷鼻用吸入劑</p> <p>附註：已自二零一零年一月一日停止分銷曼秀雷敦眼藥水系列</p>	<p>曼秀雷敦(中國)藥業有限公司</p> <ul style="list-style-type: none"> • 曼秀雷敦系列的製造商 • 獨立第三方 	<p>(a) 日期：二零一零年五月十四日</p> <p>(b) 分銷協議的訂約方： (i) 曼秀雷敦(中國)藥業有限公司及(ii) 深圳金活</p> <p>(c) 分銷權的性質：於中國的分銷商</p> <p>(d) 地理覆蓋範圍：中國</p> <p>(e) 年期：二年(自二零一零年三月一日起至二零一二年二月二十八日)</p>	<p>二零零一年四月三十日</p>	<p>不適用</p>
10.	<p>金活產品系列</p> <p>(i) 金活感冒清膠囊</p> <p>(ii) 金活洋參膠囊</p> <p>(iii) 金活西洋參膠囊</p> <p>(iv) 金活洋參含片</p>	<p>深圳金活利生</p> <ul style="list-style-type: none"> • 金活產品系列的製造商 	<p>(a) 日期：二零一零年一月十四日</p> <p>(b) 分銷協議的訂約方： (i) 深圳金活利生及(ii) 深圳金活</p> <p>(c) 分銷權的性質：於中國的分銷商</p> <p>(d) 地理覆蓋範圍：中國</p> <p>(e) 年期：一年(自二零一零年二月一日起至二零一一年一月三十一日)</p>	<p>二零零七年一月一日</p>	<p>須受中國政府設定的最高零售價限制</p> <p>有關其他詳情，請參閱本招股章程「業務」一節「中國政府的價格控制」分節</p>
11.	<p>「大樹腳」即時退熱貼(8小時)</p>	<p>Serence Trading Co. H.K.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 授權分銷商 • 獨立第三方 	<p>(a) 日期：二零零九年七月八日</p> <p>(b) 分銷協議的訂約方： (i) Serence Trading Co. H.K.與(ii) 深圳金活</p> <p>(c) 分銷權的性質：中國分銷商</p> <p>(d) 地理覆蓋範圍：中國</p> <p>(e) 年期：五年(自二零零九年八月一日起至二零一四年七月三十一日)</p>	<p>二零零九年八月一日</p>	<p>不適用</p>

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

產品名稱	向本集團供應產品的合約方	分銷協議的主要條款	產品分銷權開始日期	價格控制
12. 健美生產品系列，共包括22種產品(有關22種產品的說明，請參閱本文件「業務」一節「品牌及產品」分節)	南京利豐英和 <ul style="list-style-type: none"> 健美生產品系列在中國的總代理 獨立第三方 	(a) 日期：二零一零年三月二十七日 (b) 分銷協議的訂約方： (i) 南京利豐英和及(ii) 深圳金活 (c) 分銷權的性質：於中國的分銷商 (d) 地理覆蓋範圍：位於深圳、廣州、東莞及佛山的藥店；位於北京及天津的百貨店、超市及藥店 (e) 年期：五年(自二零一零年三月二十七日起至二零一五年三月二十六日)	二零一零年三月二十七日	不適用

根據授權書分銷的產品

產品名稱	向本集團供應產品的合約方	分銷協議的主要條款	產品分銷權生效日期	價格控制
13. [●] 枇杷糖	●	(a) 日期：二零一零年一月一日 (b) 授權書的訂約方： [●] 總廠 (c) 分銷權的性質：於中國的分銷商 (d) 地理覆蓋範圍：上海、江蘇省、浙江省、福建省、江西省、海南省、安徽省、河南省、山西省、陝西省、甘肅省、青海省、寧夏回族自治區及內蒙古自治區 (e) 年期：一年(自二零一零年一月一日起至二零一零年十二月三十一日)並可按年續期	二零一零年七月八日	不適用

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

	產品名稱	向本集團供應產品的合約方	分銷協議的主要條款	產品分銷權生效日期	價格控制
14.	● 泰山	(a) 日期：二零零八年八月 <ul style="list-style-type: none"> ● 在中國的獨家代理 ● 獨立第三方 	一九九七年 二十九日 (b) 授權書的訂約方：泰山 (c) 分銷權的性質：於中國的分銷商 (d) 地理覆蓋範圍：中國 (e) 年期：三年 (自二零零八年八月二十九日起至二零一一年八月二十八日)	須受中國政府 三月十七日	設定的最高零售價限制 有關其他詳情，請參閱本招股章程「業務」一節「中國政府的價格控制」分節

根據採購訂單分銷產品

	產品名稱	產品來源	採購訂單的主要條款	產品分銷權生效日期	價格控制
15.	美菲娜益生菌複合無縫膠囊	日美健 <ul style="list-style-type: none"> ● 美菲娜益生菌複合無縫膠囊在中國的授權分銷商 ● 獨立第三方 	(a) 日期：二零零九年五月二十六日 (b) 採購訂單的訂約方： (i) 日美健及(ii) 深圳金活	二零零九年五月二十六日	不適用

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

下表載列(i)分銷權；及(ii)截至二零零九年十二月三十一日止年度及／或截至二零一零年六月三十日止六個月為本集團貢獻5%以上收益的本集團分銷產品各自的相關進口藥品註冊證或醫藥產品註冊證的屆滿日期：

產品名稱	分銷權屆滿日期	相關醫藥產品 註冊證屆滿日期	對本集團的收益貢獻 (截至二零零九年 十二月三十一日 止年度)	對本集團的 收益貢獻(截至 二零一零年 六月三十日 止六個月)
[●]蜜煉川貝枇杷膏	二零一三年四月二十二日	二零一五年三月十四日	67.1%	73.0%
喇叭牌正露丸	二零一二年三月三十一日	二零一五年二月二十一日	7.6%	3.5%
●系列	二零一零年十二月三十一日	不適用 ^(附註1)	5.2%	3.3%
飛鷹活絡油	二零一零年十二月三十一日	二零一零年十二月五日	5.1%	4.0%
[●]枇杷糖	二零一零年十二月三十一日	不適用 ^(附註1)	4.0%	5.3%

附註：

- 系列及[●]枇杷糖是保健產品。中國法律顧問確認，該兩類產品的進口保健食品批准證書已於二零零三年前發出，但當中並無訂明任何具體屆滿日期，故根據中國法律屬有效。

為將屆滿的分銷權續期

本集團將在各屆滿日期前約三個月與各生產商／供應商討論延長相關產品的分銷權。本集團已就●系列、飛鷹活絡油、[●]枇杷糖、依馬打正紅花油及金活產品系列分銷權的續期事項聯絡各供應商及製造商。本公司現正與授權生產商磋商[●]金色100系列分銷權的續期條款。董事預計該分銷協議將於二零一零年十月底續期。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

為已屆滿及將屆滿的註冊證續期

鳳寶牌健婦膠囊及明通治傷風顆粒各自的註冊證均已到期，且已於其各自的證書到期前提交註冊證續期申請。由於中國有關部門要求就鳳寶牌健婦膠囊的藥品註冊申請提交額外文件，深圳金活於鳳寶牌健婦膠囊的牌照到期後約六個月方收到有關部門的通知。通知確認，鳳寶牌健婦膠囊的藥品註冊申請已獲接納，由中國有關部門辦理。截至最後實際可行日期，中國有關部門仍在審核註冊申請，迄今尚未發出任何續期證書。

飛鷹活絡油註冊證於二零一零年十二月五日屆滿，中國政府相關部門已於二零一零年八月十七日收到飛鷹活絡油註冊證的續期申請。中國律師確認，本集團為該註冊證辦理續期並無法律障礙，而本公司將跟進續期的進度。此外，於辦理註冊證續期期間，本公司亦將就將飛鷹活絡油、鳳寶牌健婦膠囊及明通治傷風顆粒進口中國申請進口藥品批件。

儘管本集團在為分銷權及註冊證辦理續期方面出現延誤，但於往績記錄期有關分銷權及註冊證的續期申請並未遭拒。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

本集團管理的產品組合包括12種藥品、7個保健產品系列及28種一般食品。該等產品可分為七個功能類別，包括止咳化痰、胃腸、維生素、矯形、心血管、流感及其他。於往績記錄期，本集團分銷產品的營業額及相應金額佔本集團營業額的百分比如下：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
醫藥產品										
[●]蜜										
煉川貝枇杷膏	353,775	67.0%	357,121	66.6%	373,720	67.1%	186,728	67.9%	229,196	73.0%
喇叭牌正露丸	53,755	10.2%	61,623	11.5%	42,325	7.6%	26,002	9.4%	11,034	3.5%
飛鷹活絡油	4,345	0.8%	10,130	1.9%	28,591	5.1%	10,388	3.8%	12,587	4.0%
依馬打正紅花油	28,259	5.4%	28,573	5.3%	26,131	4.7%	12,289	4.5%	4,363	1.4%
曼秀雷敦系列 ^(附註1)	37,026	7.0%	20,432	3.8%	27,519	4.9%	16,611	6.0%	15,201	4.8%
●	7,886	1.5%	16,918	3.2%	1,202	0.2%	1,159	0.4%	9,921	3.2%
金活產品系列1 ^(附註3)	3,810	0.7%	221	0.1%	2,879	0.5%	740	0.3%	2,384	0.8%
明通治傷風顆粒	580	0.1%	128	—%	549	0.1%	484	0.2%	101	—%
鳳寶牌健婦膠囊	833	0.2%	312	0.1%	1,329	0.2%	23	—%	—	—%
保健產品、食品										
及醫療產品										
[●]枇杷糖	12,692	2.4%	14,266	2.6%	22,387	4.0%	8,276	3.0%	16,741	5.3%
●系列	23,910	4.5%	25,842	4.8%	29,127	5.2%	11,893	4.3%	10,442	3.3%
金活產品系列2 ^(附註3)	366	0.1%	—	—%	216	—%	19	—%	164	0.1%
其他產品 ^(附註2)	361	0.1%	980	0.1%	992	0.4%	545	0.2%	1,855	0.6%
銷售總額	527,598	100.0%	536,546	100.0%	556,967	100.0%	275,157	100.0%	313,989	100.0%
減：銷售稅項	(271)		(525)		(550)		(362)		(279)	
銷售淨額	527,327		536,021		556,417		274,795		313,710	

附註：

1. 深圳金活自二零一零年一月一日起不再分銷曼秀雷敦眼藥水系列。
2. 其他產品包括[●]金色100系列、美菲娜益生菌複合無縫膠囊、健美生產品系列及「大樹腳」即時退熱貼(8小時)。[●]金色100系列、美菲娜益生菌複合無縫膠囊及健美生產品系列屬本集團分銷的一般食品類。「大樹腳」即時退熱貼(8小時)為醫療產品。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

3. 金活產品系列1包括金活感冒清膠囊及金活西洋參膠囊。金活產品系列2包括金活洋參膠囊及金活洋參含片。

本集團分銷的多種產品已確立名牌地位，包括[●]川貝枇杷膏、喇叭牌正露丸、●系列、飛鷹活絡油、●、明通治傷風顆粒及曼秀雷敦系列。在上述品牌中，「●」於二零零六年被中國商標局評為第五類中國馳名商標。根據Speedroad進行的市場分析，[●]蜜煉川貝枇杷膏於二零零九年的總銷售額約為人民幣10.3億元，佔中國止咳中成藥市場約24.09%。根據Speedroad報告，於二零一零年六月，中國非處方藥市場共有四種經許可進口止咳化痰中成藥，而[●]蜜煉川貝枇杷膏為該等產品中的領先產品，佔中國進口止咳中成藥市場的份額超逾95%。於往績記錄期，[●]蜜煉川貝枇杷膏亦為本集團最暢銷的產品，分別佔本集團截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個財政年度以及截至二零一零年六月三十日止六個月的營業額約[67.1]％、[66.6]％、[67.1]％及73.0%。根據Speedroad報告，本集團[●]蜜煉川貝枇杷膏於往績記錄期的銷售額分別佔截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個財政年度中國市場的[●]蜜煉川貝枇杷膏總銷售額約[42.6]％、[41.1]％及[42.8]％。

自一九九六年十月開始營業以來，本集團已在中國建立廣泛的分銷網絡，截至最後實際可行日期，包括約190家擁有400家子分銷商客戶的網絡的分銷商客戶，而該等客戶並非本集團的直接客戶。已在中國12個省份設立約1,500個產品展位，遍及合共38個城市。本集團僅分銷產品予分銷商客戶。於往績記錄期，五大分銷商貢獻的收益分別佔本集團營業額的19.8%、24.3%、23.0%及17.6%。為更有效地管理及協調分銷網絡，本集團將中國市場劃分為34個地區，每個地區由十二家附屬公司其中一家或多家或設有銷售及營銷團隊的區域代表辦事處負責管理。成立該等代表辦事處及十二家附屬公司乃為協助本集團進行產品銷售及營銷、客戶管理、定價管理及品牌推廣。區域代表辦事處及十二家附屬公司的具體職責載於本文件「業務」一節「分銷網絡劃分」分節。此外，深圳金活及廣東明林於二零零四年專門為在廣東省分銷●產品系列而成立共同控制實體珠海金明。自二零零九年五月起，本集團與國內零售門店合作設立名為「金活健康之家」的產品展位，作為一種推廣手段展示喇叭牌正露丸及飛鷹活絡油兩種產品。

截至最後實際可行日期，本集團擁有合共378名員工，其中70名於本集團深圳總辦事處任職，而308名則駐守34個地區，主要執行銷售及營銷職責。本集團每年發出年度銷售指

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

引，載列年度銷售目標並制訂季度營銷策略，以提供銷售及營銷指示供各代表辦事處及其員工遵守。本集團的資深管理團隊(包括銷售總監及產品經理)負責協調前線銷售及營銷團隊以達致年度銷售目標。此外，本集團透過從國際市場引進新產品，不斷致力拓寬其分銷的產品組合。

目標及策略

本集團的主要目標是增加分銷國內知名藥品及保健產品和一般食品的銷量及市場份額。為此，董事擬採取以下策略：

維持及增加現有產品的市場份額

本集團將透過把[●]蜜煉川貝枇杷膏引入國內二三線市場及確定新客戶類別及人口分布，繼續維持[●]蜜煉川貝枇杷膏於止咳產品市場在銷量方面的領導地位。

本集團亦計劃於未來兩至三年喇叭牌正露丸及飛鷹活絡油各自於中國市場的營業額取得大幅增長。

新產品前景

為鞏固其現有市場地位及進一步擴大市場份額，本集團將繼續拓展其產品組合。除來自日本、泰國、台灣及香港的現有產品外，本集團擬將其產品採購範圍延伸至其他北美國家。本集團與南京利豐英和於二零一零年三月二十七日訂立分銷協議，據此本集團有權在中國分銷[22]種從加拿大進口的一般食品。該22款產品的詳情載於本文件「業務」一節「品牌及產品」分節。根據不競爭契據，控股股東將促使其聯繫人不在中國或海外從事對本集團構成競爭的任何業務，包括分銷本集團所有產品(包括透過南京利豐英和從加拿大進口的22種新一般食品)。不競爭契據的更多詳情載於本文件「與控股股東的關係」一節「不競爭契據」一段。

繼續拓展本集團的分銷網絡

本集團的分銷網絡對其藥品及保健產品分銷業務舉足輕重。本集團繼續縱向及橫向拓展其分銷網絡。縱向方面，本集團的目標是通過與分銷商客戶及子分銷商客戶網絡中的零售店直接合作而提升其分銷產品的銷量。該等零售店主要包括將設立名為「金活健康之家」

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

的產品展位作為品牌推廣方式的當地藥店。這些產品展位讓本集團擁有選擇展示產品的控制權。該策略將有助於提升本集團及其分銷產品的市場佔有率及知名度。截至最後實際可行日期，本集團已設立約1,500個產品展位以營銷及推廣喇叭牌正露丸及飛鷹活絡油。預計於二零一零年至二零一二年間，產品展位數目將繼續增加至約3,000個，分布於廣東、福建、江西、湖南、湖北、北京及其他中國省份約[3000]處零售點，如藥房、超市、診所及連鎖藥店。

橫向方面，本集團計劃在中國境外擴大其市場佔有率，尤其是將目標瞄向香港及澳門。香港金活與Kakki Corporation Limited於二零零九年七月二日訂立協議，以於香港及澳門分銷保健產品。截至最後實際可行日期，本集團尚未就在香港及澳門進行分銷確定及／或考慮任何具體產品。根據分銷協議，本集團不得在香港及澳門分銷[●]蜜煉川貝枇杷膏。

本集團亦計劃收購最多三家分銷企業，該等企業主要於中國從事分銷進口藥品及保健產品，藉以於中國進行橫向擴充，改善其分銷網絡，並擴增其經營規模。董事現時預期將予收購的三家分銷企業各自將會於華東及／或華南省份建立分銷網絡(由藥房、超市或診所等子分銷商客戶組成)，擁有於二零零九年銷售營業額達約人民幣[100]百萬元的良好往績並獲金融機構給予良好信貸條款。董事預期，收購目標將不會擁有或從事零售業務。

於完成上述收購事項後，董事預期(i)將予收購的三家分銷企業的客戶將會成為本集團的客戶，因此分銷商客戶數目將會增加；(ii)本集團所分銷產品數目將會增加，原因是原由將予收購的三家分銷企業分銷的產品將會成為本集團所分銷產品組合的一部分；及(iii)將予收購的分銷企業將會為本集團帶來額外收益及溢利，乃因額外銷售產自分銷商客戶數目的潛在增幅以及因加上將予收購的分銷企業原本賺取的溢利而提升邊際利潤所致。

本集團將會竭力透過挽留所有現職僱員，以維持將予收購的分銷企業的現狀，避免人力資源需求突增。另外，本集團亦將會維持各將予收購的分銷企業的現有分銷網絡及經營模式，以確保相關業務及本集團的整體持續穩定。然而，本集團將會調派兩名人員協助管理上述每家分銷企業。倘將予收購的分銷企業擁有較大的分銷網絡及／或本集團先前並無分銷的產品，致令宣傳及營銷活動增加，則本集團可能須新聘有相關經驗的僱員，以處理

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

相關工作，故或須承擔額外經營開支。鑒於將予收購的三家分銷售企業的客戶於上述收購事項完成後將會成為本集團的客戶，本集團將須評估該等新客戶的信譽，而倘發現彼等的信譽不及現有分銷商客戶，則或會考慮授予彼等遜於現有分銷商客戶的信貸條款。

董事確認，本集團現時並無意向收購任何零售企業，而將予收購的三家分銷企業將不會擁有任何零售企業。因此，董事預期本集團於收購該等分銷企業後存貨不會大幅增加。截至最後實際可行日期，本公司並無物色任何與潛在分銷業務有關的收購目標。有關其他詳情，請參閱本文件「未來計劃及所得款項用途」一節「所得款項用途」分節。

整合分銷商客戶及／或子分銷商客戶

除透過拓展分銷網絡發展業務外，本集團擬收購國內具穩定現金流業務穩健的具規模分銷商。為符合業務穩健分銷商的資格，本集團預期該等分銷商擁有穩定的現金流及具規模的國內零售店分銷網絡。本集團將建立更加垂直整合及建構的分銷網絡，以便本集團的銷售及營銷策略能夠更有效地執行，以提高銷量。

積極開拓新市場

截至最後實際可行日期，本集團現有分銷網絡覆蓋的零售店產品展位主要包括於中國的藥店。為獲取新最終用戶，本集團聯同其分銷商客戶及子分銷商客戶致力開拓及發展新市場(如住宅區當地的診所、超市及美容院，包括城市社區及偏遠地區鄉村)，以便接觸目前尚未覆蓋的更多人口。

競爭優勢

董事認為本集團具有以下主要優勢：

完善的分銷網絡及強大的銷售及營銷團隊

多年以來，本集團已建立了有組織及有凝聚力的分銷網絡，截至最後實際可行日期，該網絡包括約190家分銷商客戶及400家子分銷商客戶以及來自分銷商客戶及子分銷商客戶國內零售店的1,500個產品展位。據估計，本集團目前的分銷網絡覆蓋中國合共超過17,000間零售店(本集團並無控制權)。然而，本集團的分銷網絡尚未覆蓋新疆維吾爾自治區及西藏自治區。截至最後實際可行日期，本集團將中國市場按地理位置劃分為34個地區，由十二家附屬公司中的一家或多家及其他區域代表辦事處管理。該等辦事處為本集團銷售及

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

營銷策略的前線執行者，負責籌辦營銷活動(包括投放廣告、聯絡進行公開推廣、參與行業展覽及為供應商及生產商產品發布及其他推廣活動)及與本集團客戶緊密合作制訂銷售策略及手法、分享案例研究以及收集寶貴的銷售數據用於市場分析及策略檢證及調整。

由馳名品牌組成的產品組合

截至最後實際可行日期，本集團分銷的產品包括合共48種產品，可進一步分為七個功能類別。知名品牌包括但不限於●、●、Taiko、●及曼秀雷敦以及標註●授權材料的一般食品。品牌知名度從所獲獎項得以印證。例如，「●」於二零零六年被中國商標局評為中國知名商標；●系列於二零零六年及二零零七年被屈臣氏評為最暢銷產品，而●及●則分別於二零零二年及二零零四年獲評為超級品牌。有關本集團所獲獎項及嘉許的詳細資料載於本文件「業務」一節「獎項及嘉許」分節。

深圳金活具有分銷藥品及保健產品增長潛力

多年來，本集團一直進口知名品牌的藥品及保健產品。根據中國醫藥保健產品進出口商會根據中國海關提供的統計數字公佈的藥品及保健產品100強進口商報告，深圳金活於二零零九年在中國藥品及保健產品100強進口商中排名第76位(按進口總值計)。透過引進及分銷產品組合，本集團亦獲得藥品及保健產品分銷行業的嘉許。多年來，本集團獲得二零零六年深圳百強商業超級品牌及中國品牌百企業榜上榜企業以及二零零四年深圳市50強民營企業等多項殊榮。

與主要生產商／供應商及客戶久遠的業務關係

本集團成立之初成功從生產商及供應商取得若干重大分銷權，並與該等生產商及供應商建立長期關係，其中包括泰山(●系列及●的供應商)(自一九九五年起)(於深圳金活成立前以深圳實業的身份，兩家公司均由控股股東全資擁有)、[●]總廠及偉沂(自一九九七年)及Etta Trading Company Limited(喇叭牌正露丸的供應商)(自一九九八年)起。此外，本集團及其往績記錄期的五大客戶自深圳金活成立以來已合作長達七至十四年。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

受過良好教育的人員

截至最後實際可行日期，本集團僱用合共378名員工，其中81%以上曾接受高等教育，15%獲得大學學士或以上學位。四名執行董事中，陳女士及林玉生先生持有商務相關專業碩士學位，而本集團的質量控制人員均為具備專業資格的藥劑師或合格GSP人員。

業務模式

本集團從事且本集團的收益主要來自在中國分銷品牌進口藥口及保健產品，並無生產任何產品。本公司的間接全資附屬公司深圳金活是本集團從事藥品及保健產品分銷業務的主要經營公司。

在深圳金活分銷的48種產品中，其中十五種直接向生產商採購或購買，而餘下產品則向分銷商代理或總分銷商採購。深圳金活無權選擇向製造商或製造商的分銷商代理或主要代理（「授權代理」）採購產品以供在中國市場分銷。

深圳金活已與多家生產商及／或授權代理／分銷商訂立安排，取得在中國議定區域分銷藥品及保健產品的權利，並在若干情況下獲授在中國若干議定區域分銷藥品及保健產品的獨家分銷權。深圳金活已就若干藥品及保健產品訂立特許權安排，並據此獲授權生產及分銷有關藥品及保健產品。屆時深圳金活將與獲認可的生產商訂約，生產有關藥品及保健產品。

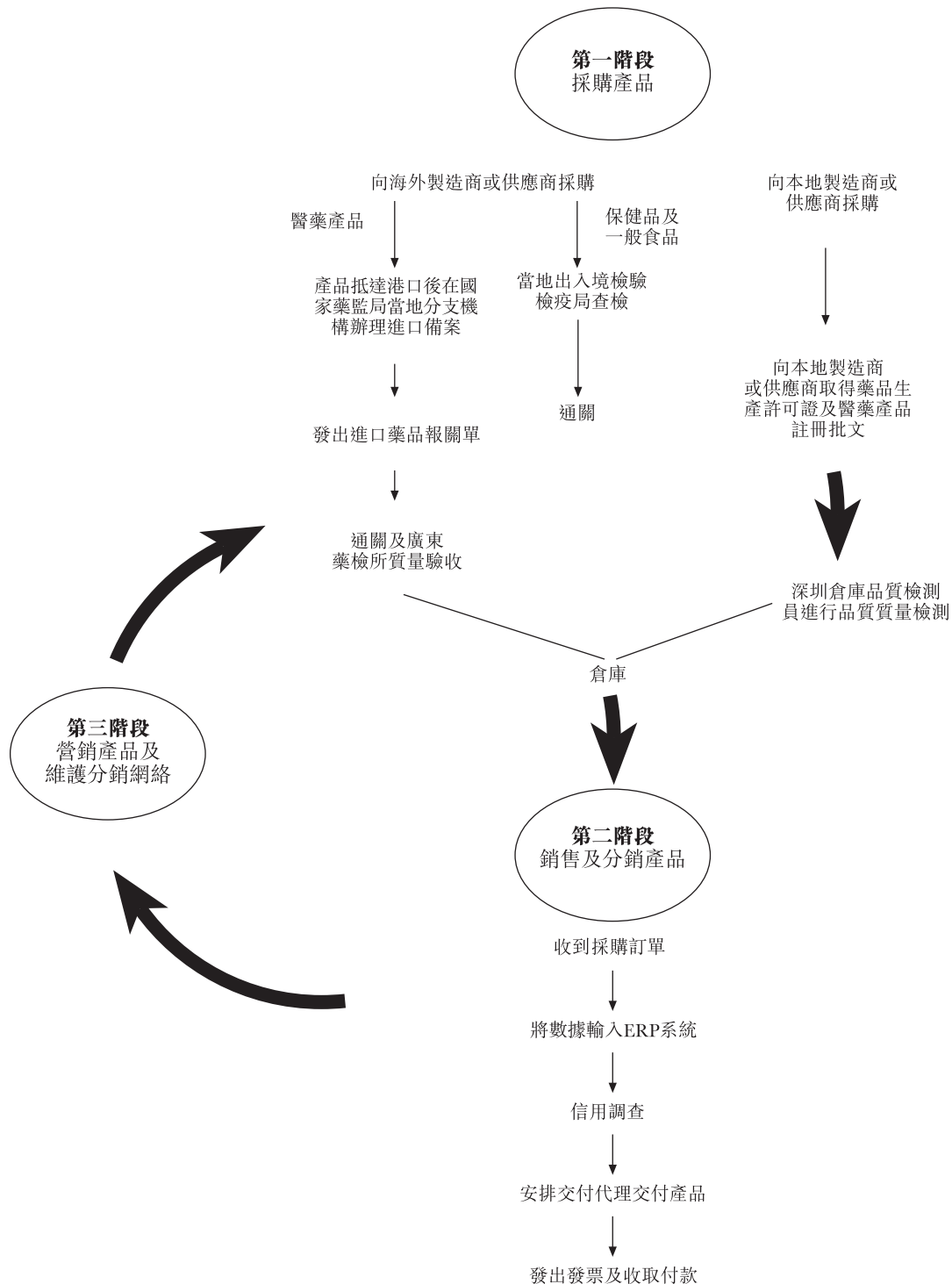
深圳金活透過分銷商客戶在中國分銷藥品及保健產品，而分銷商客戶則將產品再分銷予彼此各自的子分銷商網絡。就上述安排而言，深圳金活已與分銷商客戶訂立分銷協議，而僅就兩種特定產品（即●產品系列及喇叭牌正露丸）而言，深圳金活會與分銷商客戶及子分銷商客戶訂立三方協議，以(i)規範定價；(ii)防止跨區採購及銷售；及(iii)為子分銷商客戶設定銷售目標。

本集團的另一收益來源為珠海金明的業務。珠海金明是深圳金活及廣東明林於二零零四年成立的控制共同實體，負責在廣東省分銷●產品系列。珠海金明的日常經營獨立於本集團。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

截至最後實際可行日期，深圳金活負責分銷本集團在中國分銷的產品。本集團的分銷業務主要包括在中國銷售、分銷及營銷產品。深圳金活將其資源集中於分銷及營銷其分銷的產品，而付運及生產產品等其他工作則外判予第三方或由第三方提供。下圖說明本集團經營業務的營運流程。



本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

第一階段 – 採購產品

本集團管理從海外及本地生產商及／或其主要授權代理(統稱「供應商」)採購的產品組合。深圳金活的國際採購部負責研究從國際市場物色及引進新產品以令本集團的產品組合多元化。新產品的標準乃以良好的銷售記錄及盈利以及新產品的口碑、安全及可靠性作為標準。深圳金活經已取得地方藥監局頒發的藥品經營許可證，可於中國分銷產品。

藥品及保健產品分銷協議之年期由一年至三年不等。於往績記錄期，本集團與供應商續訂協議時並無遇到困難。

該等分銷協議一般會列明藥品及保健產品的詳細說明及價格、賒賬期、產品銷售及分銷指引，包括但不限於產品可銷售地區的限制。根據部分該等分銷協議，供應商負責確保其藥品的質素及知識產權。本集團負責向供應商付款以及遵守供應商訂定的指引，尤其是建議分銷價格。在某些情況下，供應商亦會規定一個最低或目標購買量。分銷協議可在屆滿日期前經雙方書面協議續期或延長。倘本集團違反主要合約條款，例如倘本集團沒有遵守協議內訂明的分銷指引，或倘本集團拖欠款項，則供應商可終止該等協議。一旦確立分銷權，產品乃透過以海外進口產品或在中國境內採購產品的方式向供應商採購。

向海外供應商採購產品

向海外供應商採購產品涉及進口程序。就進口醫藥產品而言，本集團於醫藥產品到達港口後須按法律向港口所在地的醫藥監管部門提交相關材料。於通過檢查後，本集團將會獲發《進口藥品通關單》。該單將會呈交當地中國海關以辦理報關、檢查及放行手續。質量檢查將會由廣東藥檢所進行。有關其他詳情，請參閱本文件「監管概覽」一節「進口藥品管理」及「藥品進口管理及違規處罰條例」各分節。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

就進口保健產品及一般食品而言，本集團將會呈交必要證書及相關批文，如合約、發票、包裝收據及付運單據，以供中國海關管轄的檢驗檢疫局檢查。待檢驗檢疫局檢查認定符合必要標準後，進口保健產品及一般食品將獲准進入中國。有關其他詳情，請參閱本文件「監管概覽」一節「食品及保健食品進口管理」分節。

就深圳金活而言，有關藥品及保健產品以及一般食品的進口手續通常於文錦渡邊檢站辦理。進口藥品與進口保健產品及一般食品的手續在其質量檢驗階段有所不同。藥品直接運往深圳金活的倉庫由廣東藥檢所進行檢驗，文錦渡檢驗檢疫局會在港口對保健產品及一般食品進行檢驗。收到廣東藥檢所發出的藥品檢驗報告及文錦渡檢驗檢疫局發出的保健產品及一般食品衛生證書後，產品會被移至深圳倉庫另一地方並準備分銷。

在中國採購產品

醫藥產品的中國生產商須取得藥品生產許可證及藥品註冊批件，方可向本集團銷售產品。本集團於中國採購的產品包括由深圳金活利生製造的依馬打正紅花油及金活產品系列及由曼秀雷敦(中國)藥業有限公司生產的曼秀雷敦系列，而質量檢查則由深圳倉儲的檢查員工負責進行。二零零四年十月至二零零九年十二月期間，深圳金活利生為聯華加工依馬打正紅花油。在獲得廣東藥監局於二零零六年一月一日發出的藥品生產許可證及國家藥監局於二零零六年三月七日發出的藥品註冊批件後，深圳金活利生於二零一零年八月開始生產依馬打正紅花油。

經中國律師確認，根據中國法律，深圳金活利生有權生產依馬打正紅花油，自二零一零年八月以後生產該產品毋須取得聯華同意。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

供應商的付款條款

於往績記錄期，深圳金活的採購款主要按多家供應商授予為期90日的一般信貸期透過電匯以港元支付(其餘以人民幣及美元支付)。截至二零零九年十二月三十一日止三個財政年度及截至二零一零年六月三十日止六個月，深圳金活的採購總額分別約83.9%、89.4%、92.7%及93.6%乃以港元結付，其餘採購額以人民幣及美元結付。

本集團已與中國的若干銀行訂立遠期外匯合約，藉以控制以港元向供應商付款所帶來的與日後匯率變動有關的風險。

分銷●產品系列

[●]總廠、偉沂及華健實業均為於香港註冊成立的有限公司並為獨立第三方。偉沂從事進出口業務，而華健實業則從事一般貿易業務。根據最近的公開查冊記錄，[●]總廠、偉沂及華健實業擁有共同股東及共同董事。偉沂及華健實業有三名共同董事及三名共同股東。下表載列[●]總廠、偉沂、華健實業、深圳金活及廣東明林擁有的共同董事及共同股東。

	職責	共同股東	共同董事
[●]總廠	●產品系列的生產商	A、B	D、E
偉沂	[●]蜜煉川貝枇杷膏的授權分銷商	A、B、C	C、D、E
華健實業	[●]枇杷糖的授權代理	A、B、C	C、D、E
深圳金活	●產品系列的地區分銷商，珠海金明50%股權的持有人	無	無
廣東明林	●產品系列的另一家地區分銷商，珠海金明50%股權的持有人	無	無

附註：據董事所知，[●]總廠、偉沂及華健實業並不構成一家公司集團，故彼此之間並無共同股東及董事。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

深圳金活獲授權分銷[●]總廠的兩項產品，即[●]蜜煉川貝枇杷膏(分300毫升、150毫升及75毫升三種不同規格)及[●]枇杷糖(分20克及45克兩種包裝規格)。根據[●]總廠網站的資料，其產品可分為三個系列(即枇杷膏、枇杷糖及傳統中藥顆粒)。下表載列各系列及本集團分銷產品所屬系列的產品數量：

[●]總廠網站 所示產品類別	[●]總廠網站 所示產品數量	本集團分銷的產品
1. 枇杷膏	三種不同包裝	300毫升、150毫升及75毫升瓶裝
2. 枇杷糖	三種口味、兩種不同包裝	20克及45克兩種規格，一種口味
3. 傳統中藥顆粒	五種用於感冒、止咳、 傷風及滋補的中藥	不適用

經[●]總廠確認，[●]蜜煉川貝枇杷膏是其主要產品。深圳金活及珠海金明均直接向偉沂及華健實業採購●產品系列。據董事所知，廣東明林亦直接向偉沂及華健實業採購●產品系列。

[●]蜜煉川貝枇杷膏(i)自二零零八年九月至最後實際可行日期期間向深圳金活、廣東明林及珠海金明提供的報價相同；及(ii)本集團向分銷商客戶提供的報價及分銷商客戶向子分銷商客戶提供的報價乃由[●]總廠及偉沂釐定並定期檢討。

據董事所知，截至最後實際可行日期，共有三家地區分銷商(即深圳金活、廣東明林及珠海金明)在中國(並無地區重疊)分銷●產品系列。據董事所知，自一九九七年至最後實際可行日期期間，除上述三家地區分銷商外，董事並不知悉有其他地區分銷商在中國分銷●產品系列。

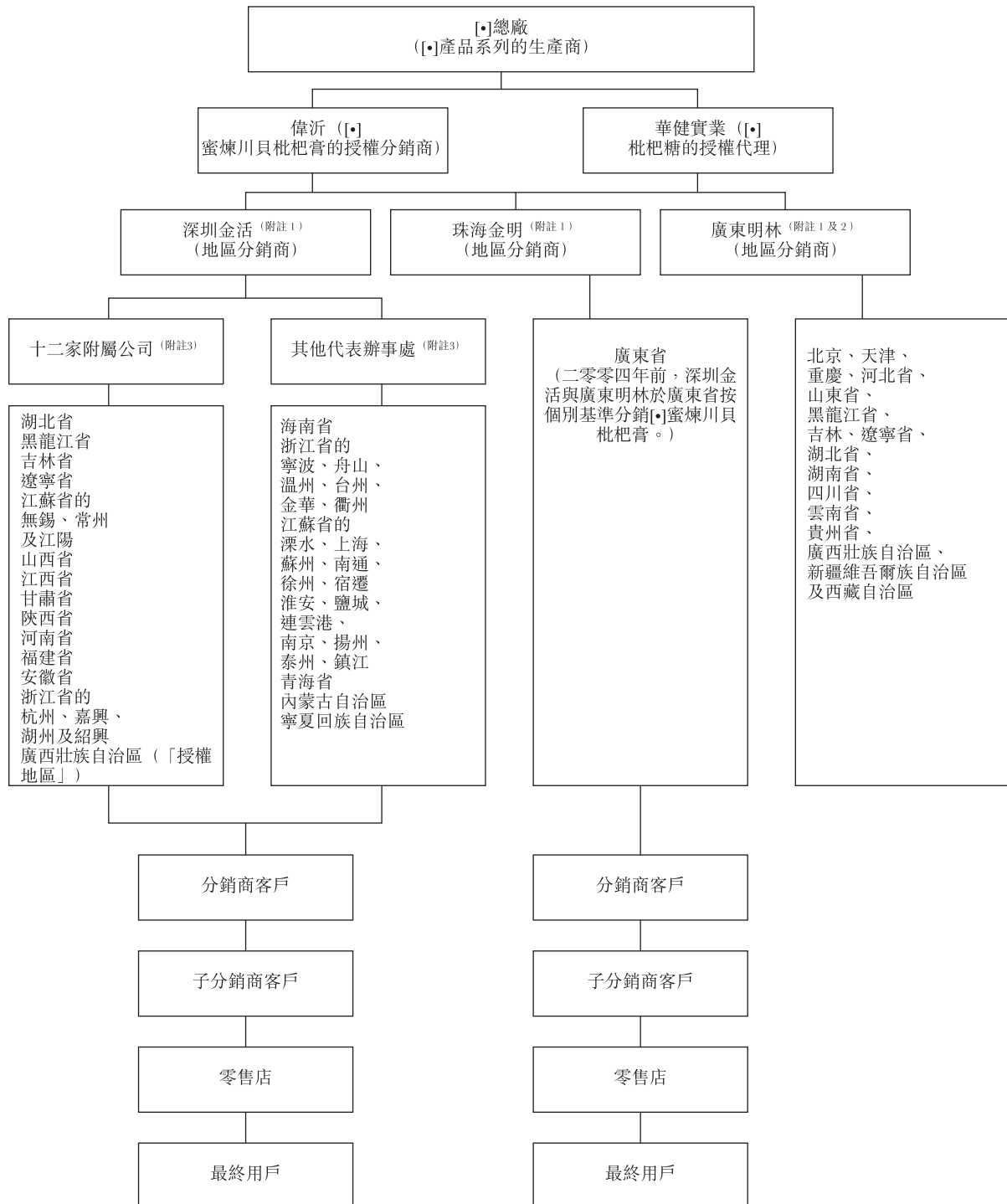
廣東明林乃於中國註冊成立的有限公司。廣東明林主要從事分銷藥物。控股股東或本集團任何成員公司概無於廣東明林擁有任何股權。除廣東明林於珠海金明的權益外，深圳金活及廣東明林於其股東、董事及高級管理層方面各自獨立。根據最近的公開查冊記錄，[●]總廠、偉沂、華健實業及廣東明林之間並無任何共同股東或董事。有關珠海金明的其他詳情，請參閱本文件「業務」一節「珠海金明」分節。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

分銷 ● 產品系列

下圖載列 ● 產品系列的分銷流程：



本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

附註：

1. 據董事所知，截至最後實際可行日期，共有三家地區分銷商(即深圳金活、廣東明林及珠海金明)在中國(並無地區重疊)分銷●產品系列。據董事所知，自一九九七年至最後實際可行日期期間，除上述三家地區分銷商外，董事並不知悉有其他地區分銷商在中國分銷●產品系列。
2. 除廣東明林於珠海金明的權益外，深圳金活及廣東明林於其股東、董事及高級管理層方面各自獨立。因此，廣東明林拒絕確認其分銷網絡的架構。
3. 根據深圳金活的政策，十二家附屬公司已在中國擁有較穩固客源的地區成立。除處理本集團較大額的銷售外，十二家附屬公司亦各自設有專人負責籌辦本集團的營銷及推廣活動。另一方面，地區代表辦事處乃在中國待建立客源的地區成立，負責開展本集團的銷售活動。於二零零八年七月前，深圳實業在上海分銷本集團所分銷的產品。於二零零八年七月，深圳實業終止為深圳金活分銷產品，故深圳金活承擔分銷該等產品的責任。作為一項過渡安排，深圳金活於上海成立代表辦事處，以分銷有關產品，而為了業務效益及效率，有關本集團於上海所分銷產品的營銷活動乃由附近的相關十二家附屬公司負責。本集團現計劃在上海成立一家附屬公司，以進行銷售及營銷活動。

根據深圳金活的政策，十二家附屬公司已在中國擁有較穩固客源的地區成立。除處理本集團較大額的銷售外，十二家附屬公司亦各自設有專人負責籌辦本集團的營銷及推廣活動。另一方面，地區代表辦事處乃在中國待建立客源的地區成立，負責開展本集團的銷售活動。於二零零八年七月前，深圳實業在上海分銷本集團所分銷的產品。於二零零八年七月，深圳實業終止為深圳金活分銷產品，故深圳金活承擔分銷該等產品的責任。作為一項過渡安排，深圳金活於上海成立代表辦事處，以分銷有關產品，而為了業務效益及效率，有關本集團於上海所分銷產品的營銷活動乃由附近的相關十二家附屬公司負責。本集團現計劃在上海成立一家附屬公司，以進行銷售及營銷活動。

業 務

於二零一零年四月二十二日，[●]總廠、偉沂、深圳金活及香港金活(作為擔保人)就有關在中國若干議定地區非獨家分銷[●]蜜煉川貝枇杷膏訂立分銷協議，據此，(i)[●]總廠須委任偉沂而偉沂則接受委任為分銷商在中國分銷[●]蜜煉川貝枇杷膏；(ii)偉沂須而[●]總廠已同意委任深圳金活且深圳金活須接受委任為區域分銷商，於授權地區非獨家分銷[●]蜜煉川貝枇杷膏；及(iii)深圳金活須向偉沂購買[●]蜜煉川貝枇杷膏。分銷協議主要條款概要如下：

- | | |
|------------------|--|
| 年期 | 由二零一零年四月二十二日至二零一三年四月二十二日為期三年，並可於訂約各方進一步磋商後延長。 |
| 深圳金活的主要
責任與義務 | <p>(1)分銷[●]蜜煉川貝枇杷膏予在授權地區持有有效藥品經營許可證及藥品經營質量管制規範認證證書的分銷商客戶及子分銷商客戶；</p> <p>(2)除非獲得[●]總廠事先同意，否則深圳金活不得於授權地區以外分銷或協助任何第三方分銷[●]蜜煉川貝枇杷膏，不論直接或間接或通過本身或任何其他共同控制實體或深圳金活於其中擁有任何股份或股權的實體或通過任何其他方法(惟通過珠海金明在廣東省分銷[●]蜜煉川貝枇杷膏則除外)；</p> <p>(3)須於每月15日至20日向偉沂提交書面採購訂單預測，據此，該每月採購訂單預測數量不得少於上一年度平均每月採購量的75%；</p> <p>(4)須辦理中國海關規定的所有進口手續並負責支付所有相關費用及稅款(如有)；</p> <p>(5)須承擔偉沂在深圳倉庫交付[●]蜜煉川貝枇杷膏時的所有風險；</p> <p>(6)須根據分銷協議按協定價格分銷[●]蜜煉川貝枇杷膏，而分銷協議將由[●]總廠及偉沂定期檢討；</p> <p>(7)須根據分銷協議向[●]總廠及偉沂提交每週銷售報告；</p> |

業 務

(8)須保證較上一曆年的全年銷量增加不少於5%；及

(9)須在交貨後60天內向偉沂付款，否則將收取拖欠款項的10%作為違約利息。

[●]總廠或
偉沂的終止權

倘發生以下任何事件，[●]總廠或偉沂(視乎情況而定)有權於深圳金活獲給予或被視為獲給予書面通知當日立即終止分銷協議，有關事件包括：—

- (i) 深圳金活或香港金活違反分銷協議的任何條文；
- (ii) 深圳金活於分銷協議所作出的任何聲明或承諾被證實為失實或不確或無法執行或遭違反；
- (iii) 當於授權地區銷售[●]蜜煉川貝枇杷膏，深圳金活違反或未能遵守相關法律、法例或政府政策；
- (iv) 於分銷協議訂立當日深圳金活的法定代表或深圳金活一半以上的董事或主要管理層員工(包括總經理及副總經理)已撤換；
- (v) 深圳金活就[●]蜜煉川貝枇杷膏的知識產權向[●]總廠提出疑問；
- (vi) 深圳金活或香港金活基於任何原因出售或有意出售任何重大資產；
- (vii) 深圳金活或香港金活擁有的任何資產遭扣押／充公／凍結／受物業保存措施或其他限制措施規限；

業 務

- (viii) 深圳金活或香港金活自願申請或遭申請破產、清盤或解散；
- (ix) 有關[●]蜜煉川貝枇杷膏(包括[●]總廠產品的任何規格)的醫藥產品註冊證基於任何原因失效或暫時失效，或遭廢除、取消註冊、註銷、撤回、終止，並因任何原因遇上其他類似情況；或
- (x) 深圳金活取得的《藥品經營許可證》或《藥品經營質量管理規範認證證書》於分銷協議有效期內基於任何原因失效或暫時失效，或遭廢除、取消註冊、註銷、撤回、終止，並因任何原因遇上其他類似情況。

違約責任

守約方有權向違約方要求賠償因違反分銷協議項下條款而蒙受的損失。

截至最後實際可行日期，深圳金活並無違反任何分銷協議的條款。除分銷協議外，本集團並未為取得[●]蜜煉川貝枇杷膏的分銷權而與[●]總廠及／或偉沂就分銷訂立任何規定本集團須保證全年銷量或採購數量的分銷協議。

與原設備製造供應商的關係

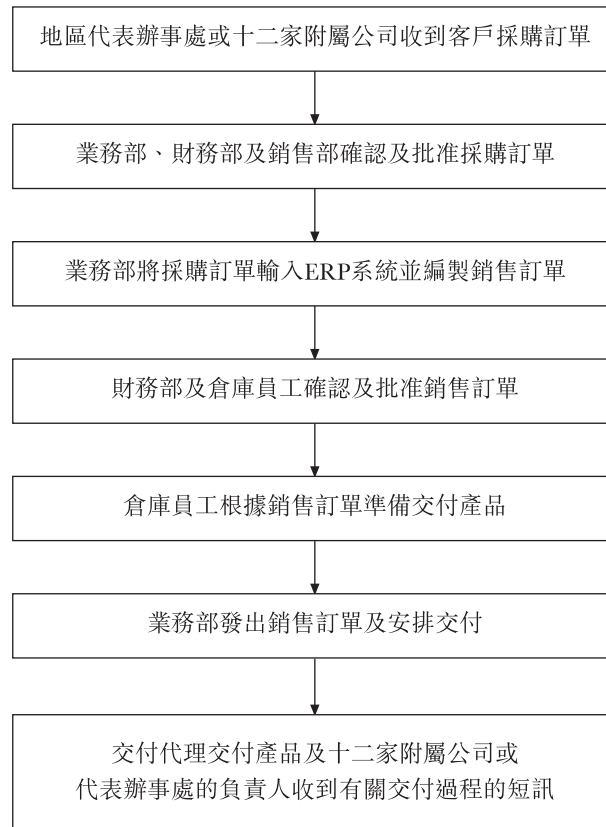
截至最後實際可行日期，根據深圳金活與[●](上海)於二零零七年訂立的特許權協議，深圳金活委託製造商生產[●]金色100系列。在上述特許權授出後，深圳金活與廣東仙樂訂立供應協議，以生產[●]金色100系列。本集團的原設備製造業務所佔的收益於截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個財政年度分別為0%、0.11%及0%。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

第二階段 – 銷售及分銷產品

十二家附屬公司及地區代表辦事處負責向分銷商客戶收集採購訂單，然後將該等採購訂單傳真至深圳金活總辦事處進行核實及處理。以下流程圖載列深圳金活產品分銷過程中涉及的主要程序及負責部門。



本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

分銷商客戶及子分銷商客戶

本集團的分銷商客戶為擁有接觸國內其他子分銷商(如零售藥房)的銷售渠道的獨立第三方分銷商。本集團僅向分銷商客戶分銷產品，而分銷商客戶則監察子分銷商客戶。我們根據分銷商客戶的聲譽、市場佔有率、信用記錄及分銷網絡規模甄選分銷商客戶。下表載列於往績記錄期的分銷商客戶詳情：

	總數	新委聘數目	終止數目	終止理由
二零零七年				
分銷商客戶	195	116	15	(a) 未達到銷售目標；或
			38	(b) 未能達到深圳金活所設定的要求，如： (i) 付款記錄欠佳； (ii) 於授權區域外銷售； (iii) 違背定價政策；及/或 (iv) 未能提供準確的銷售記錄。
二零零八年				
分銷商客戶	181	52	13	(a) 未達到銷售目標；或
			53	(b) 未能達到深圳金活所設定的要求，如： (i) 付款記錄欠佳； (ii) 於授權區域外銷售； (iii) 違背定價政策；及/或 (iv) 未能提供準確的銷售記錄。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

	總數	新委聘數目	終止數目	終止理由
二零零九年				
分銷商客戶	190	51	8	(a) 未達到銷售目標；或
			34	(b) 未能達到深圳金活所設定的要求，如： (i) 付款記錄欠佳； (ii) 於授權區域外銷售； (iii) 違背定價政策；及／或 (iv) 未能提供準確的銷售記錄。
截至二零一零年 六月三十日 止六個月				
分銷商客戶	190	64	12	(a) 未達到銷售目標；或
			52	(b) 未能達到深圳金活所設定的要求，如： (i) 付款記錄欠佳； (ii) 於授權區域外銷售； (iii) 違背定價政策；及／或 (iv) 未能提供準確的銷售記錄。

附註：

1. 分銷商客戶於二零零六年的總數目為132家。
2. 中山地區於二零零九年設立，而於二零零九年前則屬廣州地區內。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

於往績記錄期，本集團基於上表所述的理由終止與若干分銷商客戶訂立的安排（「已終止分銷商客戶」）。董事認為，有關終止不會對本集團的業務產生任何重大不利影響，原因如下：

- (i) 截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度以及截至二零一零年六月三十日止六個月，已終止分銷商客戶所產生的收益整體上佔本集團總收益的百分比分別約為7.2%、8.6%、6.4%及5.7%。本集團於往績記錄期向該等分銷商客戶的銷售於本集團同期收益所佔比重不多；
- (ii) 由於本集團將透過每月視察及審閱分銷商客戶的分銷流量及存貨水平報告監察其表現，故分銷商客戶方面不會有存貨囤積的情況。鑒於本集團定期對分銷商客戶進行存貨檢查，董事確認，已終止分銷商客戶於往績記錄期並無擁有本集團所分銷產品的過多存貨。然而，本集團將檢查已終止分銷商客戶於終止時的存貨水平。倘發現該等已終止分銷商客戶的存貨水平過高，本集團可能(i)應該等已終止分銷商客戶的要求行使其酌情權向該等已終止分銷商客戶回購過量存貨；或(ii)主動與該等已終止分銷商客戶就回購過量存貨進行磋商，以確保分銷商客戶方面不會有存貨囤積的情況。於往績記錄期，已終止分銷商客戶並無提出有關要求或本集團並無採取主動措施。及
- (iii) 已終止分銷商客戶的數目已由新委聘分銷商客戶的數目作出充分補充。

於往績記錄期，本集團分銷網絡中的子分銷商客戶合共分別為535、575、500及402家，而同期已終止子分銷商客戶分別為78、207、277及229家。終止子分銷商客戶乃由分銷商客戶（而非本集團）酌情決定，且有關終止乃主要由於該等子分銷商客戶未能達到分銷商客戶所設定的銷售目標及／或要求。董事認為，有關終止不會對本集團業務產生重大不利影響，因為本集團不會直接向子分銷商客戶分銷產品；而本集團從來直接向子分銷商客戶銷售產品。儘管本集團並不直接控制子分銷商客戶（已與深圳金活及分銷商客戶訂立三方分銷協議者除外，其詳情載於文件本節「與子分銷商客戶訂立的協議」分節），但分銷商客戶將監察子分銷商客戶的分銷流量及存貨水平。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

本集團向分銷商客戶分銷及銷售藥品及保健產品一般由雙方的分銷協議規限。

與分銷商客戶訂立的協議

與各分銷商客戶訂立的現有協議一般列明(其中包括)以下事宜：

1. 分銷商客戶將分銷的產品、將支付各項產品的價格、將達到的銷售目標及銷售範圍；
2. 分銷產品的地區、一年分銷期及分銷商客戶銷售的最低價格；
3. 付款條款及經議定深圳金活向分銷商客戶提供的銷售回扣的機制及條件；
4. 分銷商客戶可根據深圳金活的決定退回產品的情況；及
5. 深圳金活將進行的若干產品營銷活動，以協助分銷商客戶進行銷售活動。

根據與若干分銷商客戶訂立的協議，深圳金活及分銷商客戶須視乎市況及在達成分銷商客戶設定的若干條件後，共同合作就再分銷本集團分銷的產品挑選子分銷商客戶。

深圳金活及分銷商客戶的主要責任

根據所訂立的分銷協議，深圳金活及各分銷客戶須履行的義務及責任通常包括以下各項：

1. 深圳金活一般負責(i)根據時間表及相關質素標準向分銷商客戶供應產品；(ii)保持售價穩定及協助分銷商客戶獲取合理利潤；(iii)與分銷商客戶合作進行營銷及推廣活動，並提供售後服務；(iv)提供技術支援及培訓；及/或(v)處理所有有關產品質素的事宜及支付所產生的任何雜費。
2. 分銷商客戶一般負責(i)進行銷售活動及與深圳金活合作進行營銷及推廣活動；(ii)以經議定的交付地點提取深圳金活交付的產品；(iii)於交付地點檢查產品，發現任何問題後，取得有關證明文件，並於其後通知深圳金活，以助其與貨運代理盡早談判及解決問題；(iv)倘如上文所述，分銷商客戶未能履行其責任，則承擔產品瑕

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

疵所造成的所有經濟損失；(v) (a)不出售可能與深圳金活提供的產品構成競爭的任何類似產品及(b)不在經議定地區以外的地區銷售產品；及／或(vi)就有關銷售活動進行任何其他工作。

與子分銷商客戶訂立的協議

為規範分銷商客戶向子分銷商客戶供應的●產品系列及喇叭牌正露丸的價格，防止跨區採購及銷售以及直接為子分銷商客戶訂明銷售目標，深圳金活、分銷商客戶及子分銷商客戶訂立為期一年的三方分銷協議，據此子分銷商客戶須負責根據深圳金活及分銷商客戶訂立的協議所載的類似條款(尤其是設定建議售價)出售●產品系列及／或喇叭牌正露丸(視情況而定)。儘管訂有三方協議，但分銷商客戶將直接向子分銷商客戶供應●產品系列及／或喇叭牌正露丸(視情況而定)，而子分銷商客戶將直接向分銷商客戶付款。

收益確認

深圳金活於產品付運至分銷商客戶的場所時確認收益，即客戶接收產品以及相關風險的時間。每次付運均有指定特定預設編號的交付單據，因此可避免重複計算銷售額的情況。

分銷商客戶的信貸條款

賬單於交付產品時出具。付款主要採用電匯或信用證方式事先或以記賬方式(信貸期最長為90日，視乎產品交付計劃及客戶的信譽而定)結算。本集團會考慮與各客戶的(包括但不限於)業務關係年期、過往交易及付款記錄、訂單量、聲譽及各客戶的市場份額等多項因素，以評估各客戶的信用可靠程度。截至最後實際可行日期，深圳金活並不知悉有任何客戶面對重大財政困難並因而錄得壞賬。深圳金活與其主要客戶平均已建立約十年的業務關係。一般給予客戶的信貸期由30日至90日不等，惟本集團分銷的產品飛鷹活絡油的應收款項除外，截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止年度分別於發出賬單日期起計90日內、90日及12個月內到期支付。

本集團自二零零九年向飛鷹活絡油的所有分銷商客戶提供12個月的信貸期。實施此12個月信貸期政策是本集團為增加飛鷹活絡油在中國的市場份額而採取的銷售策略，因此產品仍處於市場擴張階段，其二零零九年毛利率高達約58%，而本集團其他產品的毛利率則

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

介乎1.5%至38%。此產品年度銷量由二零零七年的人民幣4.3百萬元增至二零零八年的人民幣10.1百萬元，再增至二零零九年的人民幣28.6百萬元；而其銷售額佔本集團總銷售額的百分比由二零零七年的0.8%飆升至二零零九年的5.1%。於二零一零年，本集團將會向分銷商客戶提供12個月信貸期限，作為分銷飛鷹活絡油而建立更廣客路的業務策略。

截至二零一零年六月三十日，深圳金活涉及飛鷹活絡油的應收賬款達人民幣14.1百萬元，其中逾60.9%已於二零一零年十月五日前結算。涉及飛鷹活絡油的未清繳應收賬款人民幣5.5百萬元仍在信貸期內，而董事預期該未收回結餘將在未清繳款項到期時償付。

本集團已制訂政策監察飛鷹活絡油應收款項能否收回的信貸風險。本集團管理層評估各客戶的信用可靠程度、財務狀況及情況，當中涉及評估相關客戶的信譽、賬齡及其過往付款記錄。於截至二零零九年十二月三十一日止年度，本集團已向超逾90家分銷商客戶銷售飛鷹活絡油，總銷售額達人民幣28.6百萬元，其中人民幣19.8百萬元(69.2%)已於二零零九年結付，而餘款則於二零一零年六月十三日前結付。於往績記錄期，所有分銷商客戶均已於其信貸期限屆滿前悉數結付其尚未償還應收款項，足證本集團的分銷商客戶擁有良好付款記錄。因此，董事認為，飛鷹活絡油應收貿易賬款於截至二零零九年十二月三十一日止年度毋須予以減值。

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個財政年度，本集團的應收賬款周轉日數分別為63日、88日及71日。信貸控制及收回措施包括(i)由本集團管理層定期覆查債務人結欠，以及倘有任何大額過期還款，由財務部立即通知本集團管理層；(ii)銷售人員頻密造訪過期還款的債務人，調查彼等的實際營運狀況；及(iii)財務部不時致電追查及跟進過期還款。

董事確認深圳金活並無有關應收賬款按賬齡分析的一般撥備政策。但本集團管理層／財務部會定期檢討長期未償還應收賬款及能否收回有關賬款，而可能出現收賬問題的特定應收賬款將作出撥備(如需要)。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個財政年度各年的應收賬款撥備分別約人民幣2,600,000元、人民幣2,800,000元及人民幣2,800,000元。

退貨

分銷商客戶可退回損壞、包裝不完整或與分銷商客戶採購訂單所列規格不符的產品外(惟須待深圳金活決定)。於往績記錄期，本集團每月向客戶作出的銷售一般保持穩定，並無客戶大量退貨的情況。於往績記錄期，本集團來自分銷商客戶的退貨分別約為人民幣1.84

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

百萬元、人民幣5.08百萬元、人民幣4.23百萬元及人民幣1.14百萬元，分別佔本集團往績記錄期營業額的0.3%、0.9%、0.8%及0.4%。因此，董事認為，本集團的銷售退貨及相關溢利對本集團的業績有重大影響，因此我們並未就客戶的銷售退貨於財務報表作出撥備。

定價

● 產品系列的定價

根據分銷協議，本集團向其分銷商客戶分銷的[●]蜜煉川貝枇杷膏的定價由[●]總廠及偉沂釐定。

就●產品系列的定價而言，定價指引載於(i)深圳金活與分銷商客戶訂立的分銷協議；及(ii)深圳金活、分銷商客戶及子分銷商客戶就在中國分銷●產品系列訂立的三方分銷協議（「●定價指引」）。經董事確認，●定價指引乃由[●]總廠、偉沂及／或華健實業所制訂，載列分銷商客戶及子分銷商客戶向其客戶（包括但不限於其子分銷商、連鎖店、超市、診所及零售店）銷售●產品系列的售價及●產品系列的零售價。經中國律師確認，分銷商客戶及子分銷商客戶如不遵循●定價指引不構成本集團違反分銷協議訂明的責任。然而，本集團或會在決定(i)向客戶提供現金回扣及／或(ii)與其客戶續訂分銷協議時考慮分銷商客戶遵守●定價指引的情況。[●]蜜煉川貝枇杷膏的零售價亦須遵守中國政府的價格管制，經中國律師確認，按高於中國政府設定的零售價上限的價格出售[●]蜜煉川貝枇杷膏的人士將須對違反中國政府的法定零售價格管制承擔責任並受處罰。董事確認往績記錄期內，●定價指引所載零售價格並未超過相關中國政府所定價格上限。

本集團所分銷●產品系列以外產品的定價

除●產品系列外，本集團向分銷商客戶所分銷的產品的售價乃由本集團與供應商及分銷商客戶公平磋商而釐定。釐定相關售價時會考慮多種因素。該等因素包括本集團的採購成本及毛利率、其分銷網絡的覆蓋範圍及議價能力、政府政策及法規、競爭、消費者喜好及市場考慮因素。往績記錄期內，就●產品系列以外的產品而言，本集團已根據(i)分銷商

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

客戶及子分銷商客戶向其客戶(包括但不限於其子分銷商、連鎖店、超市、診所及零售店)銷售有關產品的售價及(ii)該等產品的零售價格向分銷商客戶及子分銷商客戶發出其本身的定價指引。與[●]總廠、偉沂及／或華健實業制訂的●定價指引相同，分銷商客戶及子分銷商客戶如不遵循本集團本身的定價指引並不構成本集團違反與本集團供應商訂立的多項分銷協議訂明的責任。然而，本集團或會在決定(i)向客戶提供現金回扣及／或(ii)與客戶續訂分銷協議時考慮分銷商客戶及子分銷商客戶遵守有關定價指引的情況。

銷售回扣

[●]

中國政府的價格管制

經中國律師確認，本集團目前所分銷保健產品的價格不受政府限制，而本集團目前分銷的藥品中，有四種藥品受到政府的價格限制，具體限制如下：

1. 金活感冒清膠囊：屬於《國家發展改革委關於調整「國家發展改革委定價藥品目錄」等有關問題的通知》(發改價格[2010]429號)附表一《國家發展改革委定價藥品目錄》內「(二) 中成藥部分」中序號為8、醫保編號為12的「感冒清膠囊(片)」藥品；
2. [●]蜜煉川貝枇杷膏：屬於上述文件(發改價格[2010]429號)附表二《納入各省、自治區、直轄市價格主管部門定價範圍的非處方藥劑型目錄》內「(二) 中成藥部分」中序號為106、醫保編號為205的「蜜煉川貝枇杷膏」藥品；
3. 喇叭牌正露丸：屬於《廣東省物價局關於印發廣東省第一批新增政府最高限價管理藥品目錄的通知》(粵價(2009)177號)的附件《廣東省第一批新增政府最高限價管理藥品目錄》內「(二) 中成藥部分」中序號為YZ23的「正露丸」藥品；

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

4. ●：屬於《廣東省第一批新增政府最高限價管理藥品目錄》內「(二) 中成藥部分」中序號為YZ95的「●」藥品；

本集團所分銷上述產品的政府定價形式乃為設定最高零售價。然而，截至最後實際可行日期，有關部門尚未頒佈喇叭牌正露丸的零售價格上限，故喇叭牌正露丸的定價於頒佈相關通知前仍受市場調節。

據中國律師的意見，除上述四種藥品外，本集團分銷的保健產品及其他藥品的價格乃由市場決定，即由企業自主定價，中國政府部門對該等產品的價格不設限制。]

截至二零零九年十二月三十一日止財政年度，上述四種受規管產品(即[●]蜜煉川貝枇杷膏、金活感冒清膠囊、●及喇叭牌正露丸)各自對本集團的收益貢獻分別為人民幣373,700,000元、人民幣2,400,000元、人民幣1,200,000元及人民幣42,300,000元，佔本集團營業額的67.2%、0.4%、0.2%及7.6%，截至二零一零年六月三十日止六個月則分別為人民幣229,200,000元、人民幣1,800,000元、人民幣9,900,000元及人民幣11,000,000元，佔本集團營業額的73.1%、0.6%、3.2%及3.5%。據中國律師表示，中國相關政府當局預計不會對上述四種受規管產品的零售價上限作出修改。然而，對本集團所分銷產品施加的有關法定價格管制於[●]後將繼續實施，除非經相關中國部門頒令解除。

然而，於往績記錄期，[●]蜜煉川貝枇杷膏及喇叭牌正露丸的供應商均提高產品的購買價。於往績記錄期，[●]蜜煉川貝枇杷膏的採購價上升乃因生產成本增加所致。如上表所示，為保持利潤率，深圳金活可提高向分銷商客戶供應的喇叭牌正露丸的價格，但是，應偉沂的要求，深圳金活不可以提高向分銷商客戶供應的[●]蜜煉川貝枇杷膏的價格，從而導致本集團二零零九年的毛利率較二零零八年低。據董事所知，偉沂要求深圳金活不提高向分銷商客戶供應的[●]蜜煉川貝枇杷膏的價格，原因為：(i)維持分銷商客戶的合理利潤率；(ii)消除分銷商客戶不向本集團採購[●]蜜煉川貝枇杷膏的不利誘因；(iii)向其提供獎勵以留任為本集團客戶，從而維持[●]蜜煉川貝枇杷膏於中國的市場份額及(iv)避免零售商違反[●]蜜煉川貝枇杷膏的政府價格上限。因此，為彌補[●]蜜煉川貝枇杷膏單價上漲導致的收益虧絀，深圳金活決定投入更多資源宣傳產品，以獲取更高毛利率。有關本集團因中國政府實施價格管制而面臨的風險詳情，請參閱本文件「風險因素」一節「與行業有關的風險」分節。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

倉庫及交付

深圳金活自行設立及經營倉庫，且已取得GSP證書。《藥品經營質量管理規範》包括一系列有關藥品經營(包括批發及零售)的質量指引，對製藥企業進行規管，確保中國藥品的質量。目前適用的《藥品經營質量管理規範》規定製藥企業對藥品經營進行嚴格控制，包括但不限於有關員工資格、物業、倉庫、設備及設施檢驗、管理及質量控制的準則。

產品交付程序已外判予獨立交付代理。發出提貨單後，交付代理會到深圳倉庫提取產品，並將其交付予客戶。倘產品在付運過程中出現受損或丟失，深圳金活將由交付代理就該等受損或丟失作出賠償，或由相關保單承擔。

倉庫

深圳金活於中國廣東省深圳市經營並管理樓高兩層的深圳倉庫，該倉庫貯存全區將分銷予本集團客戶的全部產品。深圳倉庫的租賃協議的詳情載列如下：

地點	期限	代價	面積
中國深圳市龍崗區 龍東龍崗沙背瀝 新意物流綜合樓 301A、302B、303A、 304B、401A及402B	二零零九年三月一日至 二零一三年二月二十八日	前3年為每月人民幣 38,438.52元， 第四年的租金須 由雙方協商	6,406.42 平方米

交付

截至最後實際可行日期，深圳金活已委託深圳市吳越物流有限公司及深圳市海運物流有限公司(均為獨立第三方付運代理)根據指定時間及地點付運產品予其客戶。深圳金活與深圳市吳越物流有限公司的產品付運協議有效期至二零一一年六月十八日，而深圳金活與深圳市海運物流有限公司的產品付運協議有效期至二零一一年五月十四日。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

第三階段 – 管理分銷網絡

自一九九六年創建以來，深圳金活一直在中國市場發展其分銷網絡。截至最後實際可行日期，深圳金活的網絡覆蓋逾29個省份及660個城市，超過190家分銷商客戶、約400個子分銷商客戶網絡（並非本集團直接客戶）、17,000間零售店，而本集團對有關零售店並無控制權。本集團並無控制該等零售店的經營，乃因本集團並無與相關零售店建立任何合約關係（有關設立產品展位的協議除外），惟本集團將向其提供產品支援服務。

為更有效管理其分銷網絡，深圳金活會甄選及管理其分銷商客戶，並就發展及留住子分銷商客戶與分銷商客戶合作，以避免分銷網絡出現資源重疊。此外，深圳金活在整個中國市場部署銷售團隊，管理其網絡內的該等客戶並與之定期保持密切聯繫。

深圳金活發展多年以來，已在該地區建立相對穩定的分銷商客戶網絡。於往績記錄期，分銷商客戶數目分別約為195個、181個、190個及●個。各區的銷售經理向其各自地區的分銷商客戶收取採購訂單，而各區的銷售及營銷團隊與分銷商客戶及其各自的客戶聯繫，以營銷產品及收集市場數據以進行調研及分析。

於每年年初，根據年度銷售指引，本集團與分銷商客戶協定各項產品的地區銷售及營銷計劃，包括但不限於各區銷售額、定價策略及政策、產品分銷覆蓋率、交貨時間表、促銷及營銷支援、廣告計劃、回扣標準等，避免分銷商客戶之間的競爭。

本集團與分銷商客戶會獨立評估本集團所分銷產品的市場需求，然後才協定彼等訂立的分銷協議所載的銷售目標。達成相關銷售目標後，本集團將會向分銷商客戶提供回扣。因此，該等銷售回扣可作為分銷商客戶加大銷售力度的獎勵，以提升其向本集團購入產品的銷量。儘管本集團與分銷商客戶訂立的分銷協議已載明銷售目標，但該等分銷協議並無任何條款訂明未達致銷售目標時本集團及／或分銷商客戶須承擔任何方面的責任。此外，分銷商客戶向本集團購買產品乃由其酌情決定，在任何情況下，本集團均無權強迫分銷商客戶向本集團購買產品。因此，分銷協議列明的銷售目標不會導致分銷商客戶方面存貨過量。根據分銷協議，本集團亦會代表分銷商客戶在其各自地區舉辦市場推廣及宣傳活動，作為刺激其銷售額增加的措施。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

根據分銷協議，本集團管理分銷商客戶，透過在地區代表辦事處設立銷售團隊及向本集團深圳總辦事處管理層負責的十二家附屬公司監察其銷售活動。

本集團地區代表辦事處的銷售人員及十二家附屬公司會每月進行視察並審議分銷商客戶的分銷流量和存貨水平報告，從而監察分銷商客戶的表現，確保彼等遵守分銷協議，同時確保分銷商客戶方面不會有存貨囤積情況。倘本集團發現分銷商客戶的存貨水平過高，本集團可考慮能否減少及／或延遲向分銷商客戶的產品供應。此外，銷售團隊會向分銷商客戶提供支援，確保服務質量及收集市場信息(如提供予零售商及最終用戶的價格)。董事確認，本集團向分銷商客戶進行的銷售不附帶追索權。董事另確認，除可退回損壞、包裝不完整或與分銷商客戶採購訂單所列規格不符的產品外(惟須待深圳金活決定)，並無針對分銷商客戶的退貨政策。本集團亦要求分銷商客戶監察子分銷商客戶的分銷範圍、定價政策的落實情況、服務質量及存貨水平。

分銷網絡劃分

為便於管理及實施營銷政策，深圳金活將中國市場分為三個分區，即下表所示的銷售一區、銷售二區及銷售三區。三名業務總監獲委任監督三個分區及其相應地區代表辦事處以及十二家附屬公司的營運。為劃分及統一銷售策略及營銷計劃，本集團充分考慮了不同銷售區域產品集中覆蓋範圍及差異。

在三個分區中，中國市場被進一步劃分為34個地區(7個在銷售一區，13個在銷售二區，14個在銷售三區)，每個地區由十二家附屬公司中的一家或多家或一個地區代表辦事處(視情況而定)管理，負責管理及聯絡分銷客戶及產品營銷(例如舉辦試食試飲活動、派發傳單及張貼海報)、品牌推廣、監察付款、產品的零售價及遵守分銷協議條款的情況，以及提供產品支援服務(包括退貨、向其客戶及其相關零售店(包括有產品展位的零售店)的員工介紹產品特點及為推廣活動提供市場推廣材料)。二零零七年、二零零八年及二零零九年，提供該等服務所產生的相關費用分別為人民幣1.0百萬元、人民幣1.2百萬元及人民幣1.2百萬元。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

銷售一區

	地區	代表辦事處	負責的省級地區	負責的地區
1	深圳	深圳辦事處	廣東省 (附註1)	深圳 東莞 惠州 河源
2	廣州	廣州辦事處		廣州 佛山 肇慶 雲浮 韶關
3	中山	中山辦事處		中山 江門 珠海
4	汕頭	汕頭辦事處		汕頭 潮州 梅州 揭陽 汕尾
5	湛江	湛江辦事處		湛江 茂名 陽江
6	福建	福州諮詢公司	福建省	
7	海南	海南辦事處	海南省	

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

銷售二區

	地區	代表辦事處	負責的省級地區	負責的地區
1	杭州	杭州諮詢公司		杭州 嘉興 湖州 紹興
2	寧波	寧波辦事處	浙江省 (附註1)	寧波 舟山
3	溫台	溫台辦事處		溫州 台州
4	金華	金華辦事處		金華 衢州 麗水
5	上海	上海辦事處	上海	
6	雲南	雲南辦事處	雲南省	
7	貴州	貴州辦事處	貴州省	
8	廣西	南寧諮詢公司	廣西壯族自治區	
9	四川	四川辦事處	四川省	
10	重慶	重慶辦事處	重慶	
11	湖南	湖南辦事處	湖南省	
12	湖北	武漢諮詢公司	湖北省	
13	江西	南昌諮詢公司	江西省	

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

銷售三區

	地區	代表辦事處	負責的省級地區	負責的地區
1	無錫	無錫諮詢公司	江蘇省 (附註1)	無錫 常州
2	蘇州	蘇州辦事處		蘇州 南通
3	徐州	徐州辦事處		徐州 宿遷 淮安 鹽城 連雲港
4	南京	南京辦事處		南京 揚州 泰州 鎮江
5	河南	鄭州諮詢公司	河南省	
6	山西	太原諮詢公司	山西省	
7	甘肅	蘭州諮詢公司	甘肅省	
8	安徽	合肥諮詢公司	安徽省	
9	青海	青海辦事處	青海省	
10	內蒙古	內蒙古辦事處	內蒙古自治區	
11	寧夏	寧夏辦事處	寧夏 回族自治區	
12	陝西	西安諮詢公司	陝西省	
13	北京	北京辦事處	北京 天津 河北省 山東省	
14	北京	北京諮詢公司 (附註2)	黑龍江省 吉林省 遼寧省	

附註：

- 由於江蘇省、浙江省及廣東省市場的重要性，該等城市被細分為多個較小地區，以便更有效地管理；而北京地區由於並無分銷[●]產品系列，故覆蓋的範圍較廣，且對本集團營業額的貢獻比例較小。
- 北京諮詢公司負責管理上述三個省份的銷售及分銷，亦為本集團向中國政府各個機構及部門辦理許可證續期的聯絡辦事處。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

按地理區域劃分的收益

銷售一區

覆蓋地區	附屬公司 代表辦事處	深圳金活分銷的產品	二零零七年 銷售額 人民幣千元	二零零八年 銷售額 人民幣千元	二零零九年 銷售額 人民幣千元	截至 二零一零年 六月三十日 止六個月 銷售額 人民幣千元
深圳	深圳辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸、美菲娜益生菌 複合無縫膠囊、健美生產品系列	33,851	22,626	20,435	9,468
廣州	廣州辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸、美菲娜益生菌 複合無縫膠囊、健美生產品系列	44,459	65,308	39,446	15,640
中山	中山辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	687	404	11,452	12,086
汕頭	汕頭辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	3,196	8,735	7,299	2,523
湛江	湛江辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	403	550	2,251	2,069
福建	福州諮詢公司	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、 飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	47,337	48,193	56,921	28,722

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

覆蓋地區	附屬公司 代表辦事處	深圳金活分銷的產品	二零零七年	二零零八年	二零零九年	截至 二零一零年 六月三十日 止六個月 銷售額
			銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元
海南	海南辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	10,110	7,702	6,519	5,755
銷售二區						
杭州	杭州諮詢公司	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	22,268	17,403	24,038	15,610
寧波	寧波辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	13,208	9,663	10,960	8,214
溫台	溫台辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	10,957	14,504	17,092	8,786
金華	金華辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	4,256	4,549	5,755	3,788
上海	上海辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	63,095	46,490	53,015	33,573

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

覆蓋地區	附屬公司 代表辦事處	深圳金活分銷的產品	二零零七年	二零零八年	二零零九年	截至 二零一零年 六月三十日 止六個月
			銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元
雲南	雲南辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	1,860	305	558	359
貴州	貴州辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒	508	319	482	—
廣西	南寧諮詢公司	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	3,003	2,877	1,351	570
四川	四川辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒	805	246	84	35
重慶	重慶辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒	2,902	4,578	8,188	141
湖南	湖南辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒	4,908	4,475	5,811	1,863
湖北	武漢諮詢公司	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、 [●]金色A+系列、[●]金色100系列、 鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、 明通治傷風顆粒	7,562	13,262	21,973	1,048

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

覆蓋地區	附屬公司 代表辦事處	深圳金活分銷的產品	二零零七年	二零零八年	二零零九年	截至 二零一零年 六月三十日 止六個月 銷售額
			銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元
江西	南昌諮詢公司	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒	30,124	32,718	35,246	13,585
銷售三區						
無錫	無錫諮詢公司	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	21,018	25,204	28,002	16,392
蘇州	蘇州辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	11,601	14,024	15,624	10,615
南京	南京辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	15,898	19,048	16,758	9,970
徐州	徐州辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	21,182	26,712	27,429	13,470
青海	青海辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒	2,170	2,726	2,444	1,973

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

覆蓋地區	附屬公司 代表辦事處	深圳金活分銷的產品	二零零七年	二零零八年	二零零九年	截至 二零一零年 六月三十日 止六個月
			銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元
甘肅	蘭州諮詢公司	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒	4,777	6,058	6,684	4,729
寧夏	寧夏辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒	1,750	2,119	2,566	1,370
陝西	西安諮詢公司	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸	16,944	19,238	18,747	14,833
河南	鄭州諮詢公司	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒	25,160	20,485	23,317	13,809
安徽	合肥諮詢公司	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒	18,289	17,306	16,740	10,581
山西	太原諮詢公司	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒	6,968	9,863	8,150	4,703

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

覆蓋地區	附屬公司 代表辦事處	深圳金活分銷的產品	二零零七年	二零零八年	二零零九年	截至 二零一零年 六月三十日 止六個月
			銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元	銷售額 人民幣千元
內蒙古	內蒙古辦事處	[●]蜜煉川貝枇杷膏、[●]枇杷糖、飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒	4,870	5,571	4,814	3,612
北京	北京辦事處	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒、喇叭牌正露丸、健美生產品系列	5,987	1,302	1,160	4,355
北京	北京諮詢公司	飛鷹活絡油、●系列、金活產品系列、[●]金色A+系列、[●]金色100系列、鳳寶牌健婦膠囊、●、曼秀雷敦系列、明通治傷風顆粒	703	無	無	485
		深圳金活	總計：462,813	474,562	501,310	274,732
		珠海金明 ^(附註1)	64,785	61,984	55,657	39,257
		總銷售額	527,598	536,546	556,967	313,989
		減：營業稅	(271)	(525)	(550)	(279)
		淨銷售額	527,327	536,021	556,417	313,710

附註：

- 1 本文件附錄一所載會計師報告附註14所述本集團應佔珠海金明的收入包括銷售及其他收益。截至二零零九年十二月三十一日止三個財政年度各年以及截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團應佔珠海金明的銷售額分別為人民幣64.8百萬元、人民幣62.0百萬元、人民幣55.7百萬元及人民幣39.3百萬元，截至二零零九年十二月三十一日止三個財政年度各年以及截至二零一零年六月三十日止六個月本集團應佔其他收益分別為人民幣1.7百萬元、人民幣3.7百萬元、人民幣1.4百萬元及人民幣0.7百萬元。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

2. 本集團於二零零七年開始分銷金活產品系列，但自二零零八年一月至二零零九年一月為期13個月期間暫停，原因為生產商深圳金活利生決定透過其分銷網絡自行分銷金活產品系列。由於深圳金活利生自行分銷產品的表現差強人意，深圳金活於二零零九年重新取得金活產品系列的分銷權。董事確認，此安排於暫停期間對本集團產生的財務及營運影響微不足道。
3. 本公司自二零一零年一月一日起不再分銷曼秀雷敦眼藥水系列。
4. 本集團自二零一零年三月開始分銷健美生產品系列。

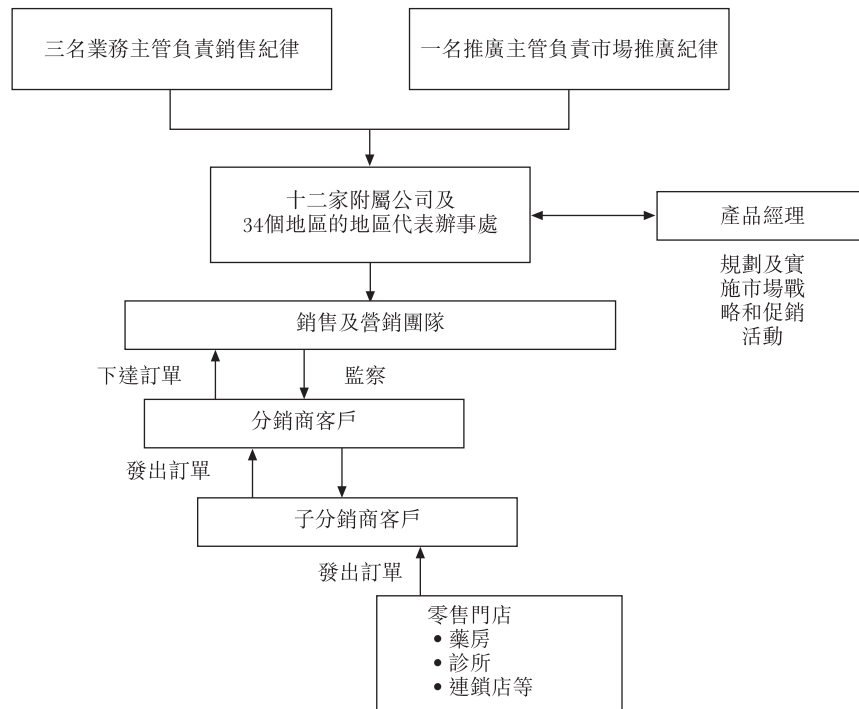
促銷產品

深圳金活向銷售及營銷產品投入大量人力資源。銷售紀律由三名業務主管監察，彼等各自負責銷售一區、銷售二區及銷售三區；而營銷紀律由推廣主管指引，彼與產品經理密切合作，共同規劃及實時營銷策略及推廣活動，以支持十二家附屬公司及地區辦事處達成年度銷售指引所載的銷售目標。根據深圳金活的政策，十二家附屬公司已在中國於擁有更穩固客戶基礎的地區成立。除處理本集團的大額銷售外，各十二家附屬公司亦擁有專人實施本集團的營銷及推廣活動。另一方面，地區辦事處乃在中國於擁有待發展客戶基礎的地區成立，負責開展本集團的銷售活動。於二零零八年七月前，深圳實業在上海分銷本集團所分銷的產品。於二零零八年七月，深圳實業終止為深圳金活分銷產品，故深圳金活承擔分銷該等產品的責任。作為一項過渡安排，深圳金活於上海成立辦事處，以分銷有關產品，而為了業務效能及效率，有關本集團於上海所分銷產品的營銷活動乃由附近的相關十二家附屬公司處理。本集團現計劃在上海成立一家附屬公司，以進行銷售及營銷活動。於最後實際可行日期，銷售及營銷團隊共有310名僱員，負責探尋、發展及維護本集團覆蓋34個地區的廣泛分銷網絡。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

下圖列示本集團在各區的銷售及營銷團隊的廣泛分佈：



媒體推廣

本集團與供應商及客戶密切合作推出營銷及宣傳活動，如在報章雜誌上刊發描寫本集團企業身份、品牌名及本集團所分銷產品效果的廣告及訪談。有關活動的成本主要由本集團及／或生產商和供應商承擔。

下表載列深圳金活及[●]總廠於往績記錄期就[●]蜜煉川貝枇杷膏及●產品系列所支付的推廣開支：

往績記錄期	[●]蜜煉川貝枇杷膏(港元)		[●]蜜枇杷糖(港元)	
	[●]總廠	深圳金活	[●]總廠	深圳金活
截至二零零七年十二月三十一日 止財政年度	8,106,897.78	零	536,547.85	178,933.60
截至二零零八年十二月三十一日 止財政年度	7,772,246.72	零	609,909.83	203,303.27
截至二零零九年十二月三十一日 止財政年度	5,990,096.37	零	442,116.07	147,371.79
截至二零一零年六月三十日 止六個月	1,251,287.50	零	157,062.94	52,354.30

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

於往績記錄期，[●]總廠負責承擔[●]蜜煉川貝枇杷膏的一切推廣開支及[●]枇杷糖約三分之二推廣開支，而深圳金活毋須承擔[●]蜜煉川貝枇杷膏的任何推廣開支，但須承擔[●]枇杷糖的三分之一推廣開支。深圳金活在就●產品系列推出任何市場營銷及推廣活動前須取得[●]總廠批准。[●]蜜煉川貝枇杷膏及[●]枇杷糖的推廣費用由其相關生產商／供應商承擔，而本集團分銷的其他產品的推廣開支由深圳金活承擔。

營銷及推廣活動

除與零售門店聯絡張貼產品的促銷海報、橫幅廣告及其他刊登方式外，本集團銷售及營銷團隊亦組織免費試嘗、發放免費樣品及消費者調查問卷等其他營銷及促銷活動。

零售商培訓

本集團銷售及營銷團隊與各零售門店合作組織培訓，傳授有關產品的知識，如產品保健益處的資料，亦介紹銷售技巧及其他一般健康事宜。二零零九年，本集團決定投資人民幣1,000,000元在深圳建立培訓中心，向員工及客戶提供培訓。

消費者教育

為激發公眾對醫藥及保健產品的興趣，以提升對本集團所分銷產品的認知，本集團定期組織媒介推廣活動，亦藉生產商及／或供應商的資源，組織特定健康主題活動，並刊發小冊子及宣傳單間接營銷產品。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

產品展位計劃

二零零九年五月，深圳金活直接與藥店及連鎖店等零售門店訂立協議，以「金活健康之家」的名義設立產品展位特意展示喇叭牌正露丸及飛鷹活絡油，乃因彼等為本集團繼[●]蜜煉川貝枇杷膏後的暢銷產品，另外該等產品於二零零九年的最高毛利率分別為38.5%及58.3%。



飛鷹活絡油產品陳列架

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務



喇叭牌正露丸產品陳列架

該等零售門店參與者來自深圳金活的銷售網絡，並由本集團的分銷商客戶及／或子分銷商客戶推薦或聯絡。設立產品展位乃深圳金活首創。產品展位超逾76%位於廣東省，乃本集團於該省擁有具有規模及知名銷售團隊，以協助產品展位成立零售分點，並就其提供支持服務。本集團負責飛鷹活絡油的产品展位的一切成本，並與喇叭牌正露丸供應商分攤相關部分成本，而零售門店負責維護該等產品展位。本集團是分銷商，而非零售商，不直接透過產品展位參與產品經營與銷售。飛鷹活絡油僅為產品展位展示的產品之一，而設立該等產品展位與本集團向飛鷹活絡油提供的12個月信貸期並無任何關連。本集團僅向分銷商客戶提供信貸政策，此項政策並不面向零售門店。產品展位的相關成本由二零零九年直至最後實際可行日期達約人民幣1.25百萬元。

設立產品展位的目的在於(i)宣傳本集團分銷的產品及提升本集團為製藥及保健產品行業主要公司之一的企業形象；(ii)協助分銷商客戶及子分銷商客戶進一步擴大其銷售網絡；(iii)讓本集團可更大程度地控制所展示產品的選擇，以更佳協調營銷策略；及(iv)實現本集團的年度銷售目標。於最後實際可行日期，深圳金活設有約1,500個展位，本集團計劃於二零一零年度在福建、江西、湖南、湖北、北京及國內其他省份另外設立1,000個展位。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

品牌及產品

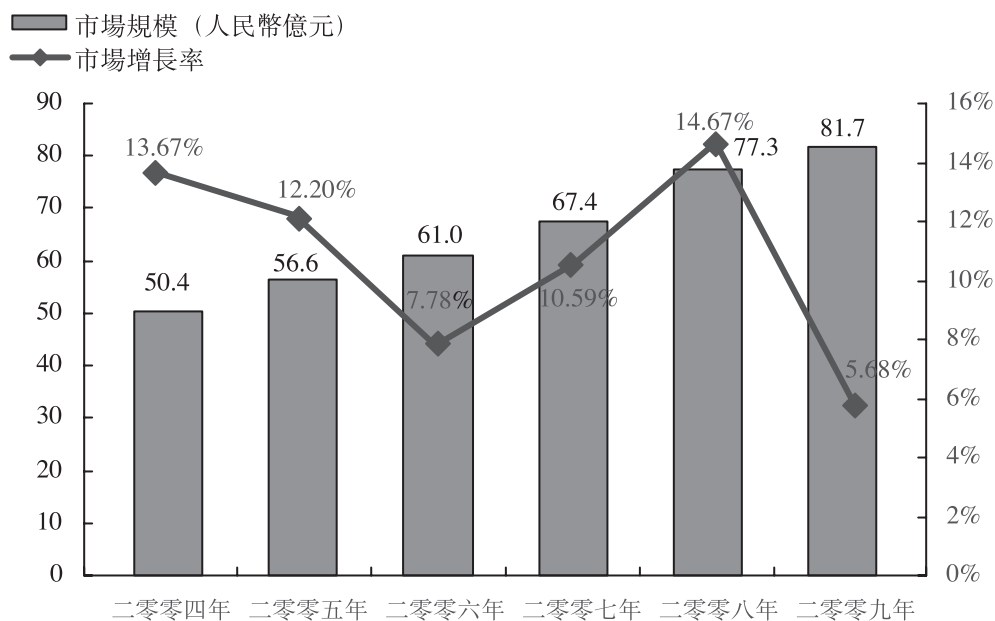
本集團分銷的產品包括採購自海外及中國12家不同生產商及／或供應商(包括香港)的47種產品。如本文件「監管概覽」一節所述，產品按不同監管規定及限制劃分為不同類別。

本集團分銷的各產品按不同功能類別(即止咳化痰、胃腸、維生素、矯形、心血管、流感及其他)詳細載列如下。

止咳產品

根據Speedroad的資料，止咳產品為中國零售市場十大藥品之一。止咳產品於藥品市場的市場份額由二零零五年的4.5%增加至二零零九年的6.01%。止咳產品市場於二零零九年的規模達人民幣81.7億元，於過去五年按平均9.63%增長。在各款止咳產品中，煎膏類於二零零九年錄得約5%的銷售增長。相比之下，[●]蜜煉川貝枇杷膏(屬於煎膏類產品)於二零零九年錄得4.65%的增長。

二零零四年至二零零九年中國止咳產品的市場增長趨勢



資料來源：2009年Speedroad中國藥品市場競爭力報告

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

[●]蜜煉川貝枇杷膏

[●]蜜煉川貝枇杷膏為止咳產品市場中銷量最高且在中國市場份額最大的一種現時由本集團以OTC(A)形式分銷的雙規格止咳產品，屬香港製造的潤喉液，可有效止咳化痰及緩解咽喉痛，共分三種不同瓶裝規格分銷(300毫升、150毫升及75毫升)。

[●]蜜煉川貝枇杷膏為本集團歷史上銷量最高的產品，佔往績記錄期本集團營業額逾67.1%、66.6%、67.2%、及73%。該產品於冬季的需求尤為旺盛。

根據Speedroad報告，[●]蜜煉川貝枇杷膏於二零零九年的總銷售額約為人民幣10.3億元，佔中國止咳中成藥市場約24.09%。於二零一零年六月，中國非處方藥市場共有四類經許可進口止咳化痰中成藥，而[●]蜜煉川貝枇杷膏為該等產品中的領先產品，佔中國進口止咳中成藥市場的份額超逾95%。根據Speedroad報告，[●]蜜煉川貝枇杷膏在中國的三名分銷商(即廣東明林、珠海金明及深圳金活)當中，於往績記錄期內，深圳金活在中國的[●]蜜煉川貝枇杷膏於二零零七年名列首位(市場份額為42.56%)，於二零零八年及二零零九年名列第二位(市場份額分別為41.06%及42.83%)，截至二零一零年六月三十日止六個月名列第[●]位(市場份額為[●]%)。

此外，根據國家食品藥品監督管理局南方醫藥經濟研究所製造的中國藥品零售用藥分析系統，[●]蜜煉川貝枇杷膏為二零零七年及二零零八年中國市場出售的藥用品中最暢銷產品之一。

[●]枇杷糖

[●]枇杷糖是一種在泰國生產並從香港進口的保健產品。本集團於二零零二年開始分銷該產品。該產品由多種天然草本製成，可減輕喉嚨疼痛並清新口腔。該產品以每盒20克及45克兩種規格分銷。

胃腸

喇叭牌正露丸

喇叭牌正露丸為一種中高檔OTC(A)藥，由深圳金活以每瓶50顆或100顆兩種規格分銷，可有效治療痢疾及其他常見消化系統病症。該產品在日本製造。

深圳金活從一九九八年開始一直為該產品在中國市場的分銷商。儘管由於延遲註冊證續期使得喇叭牌正露丸在中國的供應受到影響而導致該產品的銷售額由二零零八年的人民

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

幣62百萬元降至二零零九年的人民幣42百萬元，但喇叭牌正露丸仍為截至二零零九年十二月三十一日止年度本集團銷量第二高的產品。該產品是本集團在產品展位展出的主要產品之一。由於產品展位計劃擴大，董事預計，該產品的營業額將有所上升。

根據Speedroad的資料，二零零九年中國胃腸產品市場的總規模約為人民幣12.9億元，過往五年的平均增幅為10.86%。預計胃腸產品市場的總規模將於二零一二年增至人民幣18億元。根據中國衛生部的資料，該增幅主要由於二零零八年城鎮及農村地區的腸胃炎激增所致。

根據Speedroad的資料，喇叭牌正露丸於二零零七年至二零零九年在中國胃腸產品市場名列第四，分別約佔市場總銷量7.45%、7.53%及5.8%。

美菲娜益生菌複合無縫膠囊

美菲娜益生菌複合無縫膠囊是一種營養補充劑，以每盒10粒或60粒兩種包裝分銷。該產品在日本生產，對胃腸道功能紊亂(包括便秘及腹瀉)及免疫系統有良好功效。

維生素

根據國家食品藥品監督管理局南方醫藥經濟研究所製造的中國藥品零售用藥分析系統，維生素及礦物質補充品在中國藥品及保健產品市場中的市場份額由二零零四年的11.45%增至二零零八年的14.49%。於二零零九年，維生素及礦物質補充劑產品的市場規模為人民幣16,780,000,000元。根據Speedroad的資料，維生素及礦物質補充劑產品的市場規模將維持約8%的增長率。Speedroad估計於二零一零年，維生素及礦物質補充劑產品的市場規模可能約達人民幣20,000,000,000元。

●系列

●系列為一個保健產品。●系列於往績記錄期維持穩定增長率。這得到●系列於往績記錄期在中國維生素及礦物質補充劑產品分別的市場份額0.49%、0.55%、0.64%及●%(根據Speedroad報告)所支持。該系列包括四種水果口味、可咀嚼的果凍片，每種提供不同的維生素組合，分別為：

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

[●] *Kanyu Drop S*為富含維生素A及D的補劑，對改善食欲、視力及加強骨骼密度較為理想。深圳金活以每罐300片或100片兩種規格分銷該產品。

[●] *Kanyu Drop C20*為富含維生素A、D及C的補劑，有助骨骼及牙齒健康發育，保持健康視力及緩解眼睛干澀。深圳金活僅以每罐180片一種規格分銷該產品。

[●] *Kanyu Drop M400*為富含鈣和維生素A及D的補劑。維生素D可促進鈣的吸收，而鈣可促進牙齒及骨骼生長。深圳金活以每罐180片或100片兩種規格分銷該產品。

[●] *Vitamin EC*為富含維生素E及C(均對皮膚、牙齒、牙齦及骨骼健康不可或缺)的補劑，是保護人體及皮膚的非常有效的抗氧化劑，對形成膠原不可或缺。深圳金活以每罐200片一種規格分銷該產品。

本集團於一九九六年取得分銷●系列的資格。廣東省是●系列的主要市場。●系列已於江蘇省及浙江省積極地進行推廣，●系列於整個中國市場的發展維持穩定步伐。●系列現時為廣州及深圳十大維生素及補充劑產品之一，分別排名第七位及第四位(根據Speedroad的資料)，佔本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度總銷售營業額不少於5%。該產品系列於過往數年屢獲殊榮。

泰山自一九九六年起任●系列代理商。於二零零七年六月至二零零九年九月期間，金保利為●系列的進口代理商。於該期間，深圳金活透過金保利從泰山進口●系列在中國進行分銷。由於金保利自二零零九年九月起不再任●系列進口代理商，故該等安排於二零零九年九月終止。目前，深圳金活直接向泰山進口●系列在中國分銷。

金保利在二零零七年六月至二零零九年九月為本集團進口●系列期間並非為獨立第三方。

自金保利於二零零六年十一月十日註冊成立時起，陳展雄先生持有金保利80%股權並獲委任為金保利的監事，在任三年。

於二零零八年一月十五日，陳展雄先生分別將其於金保利的36.5%及16.5%股權轉讓予深圳金活公司財務經理黃若忠先生(有關黃若忠先生的詳情請參閱本文件「董事、高級管理層及員工」一節)及獨立第三方姚韜先生。由於上述轉讓，陳展雄先生於金保利的股權減少至27%。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

於二零零八年一月十五日，陳展雄先生辭任金保利的監事並擔任其董事，黃若忠先生獲委任為金保利董事，任期三年。

於二零零九年八月三十一日，陳展雄先生將其於金保利的其餘27%股權轉讓予姚韜先生。由於上述轉讓，陳展雄先生不再擔任金保利股東，姚韜先生於金保利的股權增至43.5%。

於二零零九年九月一日，陳展雄先生辭任金保利的董事，黃若忠先生擔任金保利的監事。

於二零一零年二月三日，黃若忠先生將其於金保利的全部股權轉讓予一名獨立第三方，不再為金保利的監事兼股東。

於最後實際可行日期，金保利為獨立第三方。

[●]金色100系列

此中國生產的一般食品系列共供應五種不同口味的嚼嚼軟片，包括三至十二歲兒童食用的多維健康嚼嚼軟片(香橙味)、鈣健康嚼嚼軟片(檸檬口味)、維C健康嚼嚼軟片(香橙味)、AD健康嚼嚼軟片(菠蘿口味)及乳鈣健康嚼嚼軟片(酸奶口味)。本集團於二零零八年取得分銷該系列的資格。

健美生產品系列

健美生產品系列共有以下22種產品組成：

天然維生素E100

該產品是一種維護健康的抗氧化劑，為瓶裝，每瓶100顆膠囊。有助防止可能引起細胞損傷的自由基氧化，亦可保護人體免受可能引起心臟病及癌症等退化疾病的器官受損。亦可保護人體免於過早老化。

葉酸營養片

該產品是一種複合葉酸乾燥片劑，為瓶裝，每瓶100片。孕前及懷孕初期服用有助防止神經管缺陷，亦可降低同型半胱氨酸的水平，保持心血管健康。

植物油複合營養片

植物油複合營養片是一種綜合維生素產品，由水溶性維生素B、維生素C及鋅混合配製而成，為瓶裝，每瓶90顆膠囊。有助保持神經系統健康，增加能量幫助人體緩解壓力，保持免疫系統健康。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

硫酸葡糖胺膠囊

該產品由硫酸鹽狀的葡糖胺配製而成，為瓶裝，每瓶150顆膠囊。有助緩解關節炎引起的關節疼痛，保持主要關節及骨頭健康，亦可防止軟骨退化。

珊瑚鈣提取物複合片

珊瑚鈣提取物複合片含有70多種微量礦物元素及2種基本礦物元素、鈣及鎂，為瓶裝，每瓶100顆膠囊。有助強健骨骼，保持牙齒健康。此外，其可維繫神經功能、新陳代謝健康、肌肉健康及正常的心跳。

植物甾醇複合片

植物甾醇複合片為瓶裝，每瓶60顆膠囊，含有甘蔗原及其他維生素，有助於降低膽固醇水平及預防繼發性心臟病。

維生素C水果複合嘴嚼片(500毫克)

該產品為瓶裝，每瓶100顆膠囊，所含的維生素C是一種抗氧化劑，該產品可有助預防普通感冒、防止細胞損傷，有助加快組織愈合及提高免疫系統。

葡萄籽提取物片

葡萄籽提取物片是一種維護健康的抗氧化劑，為瓶裝，每瓶60顆膠囊。有助加快血液流動和循環及提高視力，亦有助減輕靜脈曲張和透過修復受損膠原蛋白減緩過早老化。

蘋果醋片

這是一種天然的消化促進劑，為瓶裝，每瓶90顆膠囊。有助人體的新陳代謝，進而釋放食物產生的能量，而不會轉化為脂肪。

月見草油軟膠囊

該產品含有必需脂肪酸，為瓶裝，每瓶90顆膠囊。有助減輕經前綜合症症狀，緩解風濕性關節炎引起的疼痛和炎症，還有助使女性及男性荷爾蒙激素達到正常水平，有利頭髮、皮膚及指甲健康。

業 務

奧米加-3膠囊

該產品含有高濃度二十二碳六烯酸(PHA)，為瓶裝，每瓶60顆膠囊，是女性孕期及哺乳期的一種補充劑，有助胎兒及新生兒大腦及眼睛的正常發育。亦可防止老年性記憶力下降，對注意力缺陷／多動症亦有一定的療效。

乳果草提取物複合片

乳果草提取物複合片為肝臟及血液提供營養支持，有助修復肝細胞及肝細胞再生。該產品亦是一種抗氧化劑，可保護細胞免受自由基受損及保護膽囊、脾臟及腎臟。該產品為瓶裝，每瓶60顆膠囊。

CoQ10(輔梅)膠囊30

CoQ10有助維繫及／或保持心血管健康，亦可作為維持健康的抗氧化劑。該產品為瓶裝，每瓶60顆膠囊。

西蘭花苗植物複合營養膠囊

西蘭花苗植物複合營養膠囊是一種由20種維生素、礦物元素及其他營養元素組成的多營養維生素，可促進人體的免疫防衛系統及保持骨骼、乳房及尿路健康。該產品為瓶裝，每瓶90顆膠囊。

三文魚魚油提取物膠囊

三文魚魚油提取物膠囊可作為不飽和脂肪酸的一個來源，有助保持健康，亦有助保持認知健康／大腦功能。該產品為瓶裝，每瓶90顆膠囊。

氨基葡萄糖複合膠囊

氨基葡萄糖複合膠囊有助緩解關節疼痛及骨關節炎症狀，建立健康的軟骨，防止軟骨退化。該產品為瓶裝，每瓶60顆膠囊。

銀棕櫚提取物複合膠囊

銀棕櫚提取物複合膠囊是一種藥草膠囊，為瓶裝，每瓶30顆膠囊。這是一種傳統草藥，可緩解前列腺炎(前列腺發炎及感染)，亦可用於前列腺炎的預防治療及作為一種天然的尿路消毒藥。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

維生素C咀嚼片

維生素C咀嚼片(橙味)含有維生素C，可促進牙齦、牙齒和毛細血管的健康，並有助於結締組織形成骨膠原，亦可作為抗氧化劑防止自由基變異。該產品為瓶裝，每瓶100片，橙味。

藍莓提取物複合膠囊

藍莓提取物複合膠囊是一種保持健康的抗氧化劑來源，亦有助提高膠原蛋白的及毛細血管的滲透性，對毛細血管脆弱亦有一定的預防效果，並可提高視力及血液循環健康。該產品為瓶裝，每瓶60顆膠囊。

馬尾草提取物複合片

馬尾草提取物複合片含有硅及鋅，有助維持健康的皮膚、頭髮及指甲，亦有助維繫免疫功能。該產品為瓶裝，每瓶60顆膠囊。

金盞花提取物複合膠囊

金盞花提取物複合膠囊含有從金盞花中提取的葉黃素及玉米黃質，可保持眼部健康，亦有助於治療及預防黃斑變性及白內障。該產品為瓶裝，每瓶30顆膠囊。

大蒜提取物軟膠囊

大蒜提取物軟膠囊含有未提煉的大蒜油，可抗菌、殺菌及抗病毒，防感染，亦有助降低膽固醇，保持心血管健康和免疫系統健康。該產品為瓶裝，每瓶100顆膠囊。

矯形

矯形產品在中國於二零零九年的市場規模為人民幣5,640,000,000元。有關中國市場於過去五年的複合年增長率為17.1%，較同期藥品總市場規模的總增長率16.7%為高。根據Speedroad的資料，預期未來三至五年，矯形產品在中國的市場規模將維持約17%的增長率。Speedroad預期於二零一二年矯形產品的市場規模將不少於人民幣8,000,000,000元。

飛鷹活絡油

飛鷹活絡油為一種由香港製造并進口的處方藥用搽劑，用於治療風濕、肌肉酸痛及頭暈。飛鷹活絡油僅有每瓶20毫升一種規格。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

本集團於二零零三年取得分銷該產品的資格，該產品亦是本集團將在產品展位中展示的主要產品之一。於往績記錄期，該產品的銷量由截至二零零七年十二月三十一日止年度的0.8%增至截至二零零九年十二月三十一日止年度的5.1%。該產品於二零零九年的總銷售額已超過二零零八年全年的銷售額。於二零零七年、二零零八年及二零零九年，該產品佔矯形產品市場的市場份額分別約為0.43%、0.87%及2.08%。董事相信，該增長於未來幾年將會延續，使該產品成為本集團第三款年營業額達人民幣1億元的產品。

依馬打正紅花油

依馬打正紅花油為另一種處方藥用搽劑，分每瓶25毫升及12毫升兩種規格。依馬打正紅花油可即時緩解各種外部疼痛，如風濕、頸椎病、跌打損傷、痙攣、燒傷及割傷、四肢浮腫、蚊蟲叮咬、胃痛等症狀及各種關節疼痛。

本集團於二零零二年取得該產品的分銷權，該產品於二零零七年及二零零八年成為本集團五大暢銷產品之一。於二零零七年、二零零八年及二零零九年及截至二零一零年六月三十日止六個月，該產品的市場份額佔矯形產品市場的2.36%、2.50%、1.95%及[●]%。本集團決定於深圳金活與聯華於二零零九年十二月三十一日訂立的分銷協議屆滿後向深圳金活利生採購依馬打正紅花油，因為深圳金活利生供應的依馬打正紅花油價格低於聯華所提供者。

儘管用途相似，但這兩種矯形搽劑在本集團的產品組合中互相補充。依馬打正紅花油定價低於人民幣10元，飛鷹活絡油的銷售對象則為中高收入人群，定價為人民幣10元及以上。

總體而言，搽劑市場於過往五年迅速擴大，每年平均增幅為17.1%。由於人口老齡化及輕微事故增多，預計市場增長將保持其趨勢，截至二零一二年搽劑銷售市場將達約人民幣80億元。

心血管



●為一種處方藥，深圳金活以每瓶50顆或20顆兩種規格出售，可預防及治療冠心病，在日本製造。●於二零零四年喜獲香港超級品牌協會頒發超級品牌榮譽。本集團為該產品在中國的分銷商，於一九九七年取得分銷該產品的資格。

根據speedroad報告，●定位為高檔心血管用藥，其於該類十大最受歡迎產品中售價最高。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

根據IMS Health的資料，心血管用藥在二零零三年全球藥品總銷量中位居榜首，佔整個市場750億美元的16.09%。預計截至二零一零年底該市場將超過1,000億美元。在中國，心血管用藥產品市場僅次於流感用藥市場（二零零九年的銷量為人民幣884億元，其中36.15%為中藥產品）。中國市場的中國心血管用藥於過往五年的複合年增長率為16.48%。

泰山自一九九六年起任●的代理商。於二零零七年三月至二零零九年九月期間，金保利為●的進口代理商。期內，深圳金活透過金保利向泰山進口●在中國進行分銷。由於金保利自二零零九年九月起不再任●的進口代理商，故該等安排於二零零九年九月終止。目前，深圳金活直接向泰山進口●在中國分銷。

金保利在二零零七年三月至二零零九年九月期間為本集團進口●期間並非為獨立第三方。更多詳情請參閱本文件本節「●系列」分段。

於最後實際可行日期，金保利為獨立第三方。

流感

明通治傷風顆粒

明通治傷風顆粒為現時以OTC(A)形式分銷的雙規格藥，每份包裝共六包，每包兩克。這種台灣開發的藥品可有效舒緩流感症狀，尤其是咳嗽、打噴嚏、咽喉痛、發熱及頭痛等並發症。本集團於一九九八年取得分銷該產品的資格。

金活感冒清膠囊

金活感冒清膠囊為處方藥，為在中國製造的金活產品系列的四種產品之一。該產品以兩種包裝分銷，即每盒12片或24片，可有效舒緩流感、發熱、流鼻涕及頭痛的症狀。

其他類別

婦科

鳳寶牌健婦膠囊

鳳寶牌健婦膠囊為一種現時由本集團作為OTC(A)產品分銷的雙規格藥品，以每盒24或48粒一種規格出售。鳳寶牌健婦膠囊在香港製造及進口，可有效預防經期失血。深圳金活於一九九九年取得分銷該產品的資格。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

軟膏

曼秀雷敦複方水楊酸甲酯乳膏

複方水楊酸甲酯乳膏為一種僅供外用的OTC (B)藥，在中國製造，可緩解與關節炎、背痛、拉傷及扭傷有關的肌肉及關節疼痛。

曼秀雷敦複方薄荷腦軟膏

複方薄荷腦軟膏為一種僅供外用的OTC(B)藥，在中國製造，分為10克及28克兩種規格，可輔助緩解感冒症狀。

人參

金活西洋參膠囊

金活西洋參膠囊為一種OTC(B)藥，有每盒12粒一種規格。該產品為在中國製造的金活產品系列的產品之一。作為一種高級補劑，該產品可改善免疫系統及有助抵抗緊張及疲勞。

金活洋參膠囊

金活洋參膠囊為在中國製造的金活產品系列中的保健產品之一，有每盒12粒一種規格。該膠囊可有效促進免疫系統。

金活洋參含片

金活洋參含片為中國製造的金活產品系列的第二種保健產品，有每盒12片一種規格。該產品的主要原料西洋參可有效抵抗疲勞。

吸劑

曼秀雷敦複方薄荷鼻用吸入劑

曼秀雷敦複方薄荷鼻用吸入劑為一種在中國製造的OTC(B)藥，可有效緩解感冒引起的鼻部不適。

退熱產品

「大樹腳」即時退熱貼 (8小時)

「大樹腳」即時退熱貼 (8小時) 為一種產自日本的醫療產品，已根據《醫療器械監督管理條例》在中國註冊，用作發熱時即時退熱。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

滴眼液

截至二零一零年一月一日，因1.5%的利潤率低於截至二零零九年十二月三十一日止財政年度本集團所分銷產品21.8%的平均毛利率，深圳金活已停止分銷曼秀雷敦眼藥水系列的四種產品，包括(i)曼秀雷敦新樂敦眼藥水；(ii)曼秀雷敦小樂敦眼藥水；(iii)曼秀雷敦樂敦康眼藥水；及(iv)曼秀雷敦樂敦瑩眼藥水。因此，董事決定重新部署集團資源至較高毛利率的其他產品，如飛鷹活絡油及喇叭牌正露丸。

存貨管理

存貨控制對本集團的分銷業務意義重大。本集團根據其供應商的規定及客戶需求監控各種產品的存貨水平。就此而言，深圳金活投資於並維持ERP系統記錄及管理產品進出與訂貨及交付程序，以確保本集團的產品分銷受到良好管理。尤其是，由於各地區辦事處、十二家附屬公司及深圳倉庫在地域上分佈中國各地，ERP系統方便本集團的溝通及合作。

存貨按成本使用加權平均法或可變現淨值(以較低者為準)列賬。本集團設有存貨撥備程序，以對存貨進行估值及在存貨陳舊或損壞或到期時撇賬。於往績記錄期，本集團撇賬的存貨總額分別約為人民幣零元、人民幣零元、人民幣559,023元及人民幣零元。本集團密切監查該等產品的儲存狀況，並會於本集團向分銷商客戶交付該等產品前重新檢查其包裝及到期日。

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日及截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團的存貨餘額分別約為人民幣99.1百萬元、人民幣98.6百萬元、人民幣75.9百萬元及人民幣35.0元，而截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個財政年度及截至二零一零年六月三十日止六個月，其平均存貨周轉日分別為84日、89日、64日及25日。該減幅主要是由於本集團計劃縮短存貨周轉日，以改善現金流量管理。本集團擬保持一個月的存貨，●產品系列每月補倉一次，其他產品每兩個月補倉一次。根據本集團的政策，本集團會定期探訪分銷商客戶，並與其就採購額及對本集團所分銷產品的規定進行討論。本集團將透過該等探訪及自分銷商客戶所接收的採購訂單根據其對分銷商客戶規定的理解估計其向供應商的採購。董事估計，本集團一般可於其供應商交付產品起計三個月內分銷有關產品。然而，本集團所分銷產品的有效期一般介乎18至60個

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

月，尤其是本集團所分銷大部分產品(包括●產品系列)的有效期不少於36個月。董事確認，本集團不會向其分銷商客戶分銷過期產品。有鑒於此，董事預期，本集團並無可能擁有滯銷及陳舊存貨。儘管如此，為確保對其客戶的充足供應，本集團商譽維持合理的存貨水平。

良好供應慣例

深圳金活就產品分銷維護質量控制系統，並於二零零八年九月二十一日獲GFDA頒發GSP證書。該證書的有效期至二零一三年九月二十日為止。深圳金活擁有一個由6名經驗豐富及合資格僱員組成的質量控制團隊，負責確保深圳金活遵守所有適用規例、準則及內部政策，尤其是GSP規定。質量控制團隊亦負責制定及更新涉及管理深圳倉庫、維護本集團所分銷產品、定期對本集團所分銷產品進行質量檢查、僱員培訓及管理內部表現等方面的質量控制政策。

深圳金活僅會從擁有良好憑證及產品質量追蹤記錄的供應商及生產商採購產品。深圳金活總部的質量控制部及深圳倉庫的質量檢驗人員負責在產品分銷時實施質量控制政策。深圳倉庫亦設施完備，具備適當的倉儲條件維持產品質量並確保產品安全。

深圳倉庫的質量檢驗人員在生產商及／或供應商向深圳倉庫交付產品後，會根據採購訂單格式／交貨通知的包裝及產品描述檢驗交付的產品。完成上述檢驗程序後，產品交付及運送至深圳倉庫指定地點進行儲存。倘產品未能通過檢驗，或產品的數量、包裝及描述不符合採購訂單，則質量檢驗人員將通知有關供應商及／或生產商。就進口產品而言，深圳倉庫的質量檢驗人員會將該等產品移往指定區域，然後盡快通知廣東藥檢所。廣東藥檢所的檢驗人員將前往深圳倉庫當場檢驗該等產品是否符合規定的要求及準則。通過檢驗後，廣東藥檢所將向深圳金活頒發進口藥品檢驗報告，該報告是向本集團的客戶交付進口藥品前的必要文件。

就向本地中國供應商採購的產品而言，深圳倉庫的質量檢驗人員將確保交付的產品附有分析證書，該證書詳列產品測試結果。深圳金活僅會接納符合中國有關規則及規例規定的規格的產品。

已在深圳倉庫安裝電腦系統，以存儲質量檢驗人員進行的檢驗記錄。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

深圳倉庫的質量檢驗人員亦負責(i)確保質量檢測系統符合GSP證書有效期內的GSP規定；(ii)進行日常倉庫管理抽查；及(iii)進行季度產品質量抽查。本集團會在收到供應商或製造商的產品後委聘獨立專業人士進行質量檢測。

保險

本集團就其不同業務領域投保各類保險，其中包括：

貨物運輸保險協議

深圳金活均已為產品於運輸(陸路及海路)時因意外或天然災害產生的潛在虧損及損失投保，保單的有效期為三年，覆蓋範圍包括[●]蜜煉川貝枇杷膏、依馬打正紅花油及由深圳運輸至中國所有其他地點時的其他藥品及保健產品。

財產險保險

為使本集團保存於深圳倉庫的產品獲得更佳保障，深圳金活已購置一切財產保險，而其覆蓋範圍包括並非保單以外的意外或天然災害所導致的直接實質損失有關或財產損毀的風險。該保單的有效期為一年。

機動車輛保險

深圳金活擁有七部機動車，其中一部為屬於趙先生名義之下。該七部機動車的保障範圍包括：(i)機動車商業保險單；及(ii)機動車交通事故責任強制保險單。

機動車交通事故責任強制保險單一般承保以下情況的申索：(a)死亡及身體受傷；(b)醫療開支；及(c)財物損失；而機動車商業保險單則承保(a)第三者死亡或身體受傷以及第三者財物損毀；(b)於車輛上的駕駛者及乘客；及(c)受保車輛的任何意外損毀的法律責任。該等保單的有效期為一年。

社會保險

深圳金活已透過向退休金供款計劃、醫療保險計劃、失業保險計劃、勞工賠償計劃及婦產計劃供款，遵守關於其各自所有僱員的社會保險的相關中國法律及法規。本集團亦根據適用的中國法規向僱員房屋基金供款。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

團體意外傷害保險

本集團目前共有18名經常出差的員工（「被保險人」）由深圳金活投購的一年期團體意外傷害保險所保障。該保單承保因意外引致的傷害、住院津貼及醫療等若干範圍。

根據現有中國法律，倘不合格產品造成人身傷害及財產損壞，則受害人可尋求製造商或產品賣方彌償；倘賣方承擔導致產品不合格及造成人身傷害及損壞的瑕疵，則賣方負責彌償。倘責任在於製造商，則賣方在處理彌償後有權向製造商收回有關彌償，反之亦然。作為分銷商，本集團並無投保任何產品責任險，於往績記錄期內亦無被提起任何產品責任索償。於往績記錄期內，本集團並無提出任何重大保險申索。董事相信，本集團的現行保險範圍就其營運而言乃屬充分。本集團將繼續檢討及評估風險，並根據營運需求及行業慣例對其保險實務作出必要的調整。

牌照及許可證

董事及中國律師確認，自其成立以來，本集團便已從中國的相關政府機關取得進行其業務經營的所有牌照、許可證或證件（如有）。本集團成員公司就其業務所取得的牌照及許可證的概要載於本文件「本集團的經營業務所需的牌照及許可證」一節內分節。有關本集團成員公司就其營運取得的有關牌照及許可證以及屆滿日期的詳情，請參閱本文件附錄五「有關本集團業務的其他資料」一節。

根據有關中國法律及法規規定，本集團分銷的所有進口藥品於下列情況下方可進口至中國：(i)由外國製造商生產，並已取得進口藥品註冊證；或(ii)由香港、澳門或台灣生產，並已取得醫藥產品註冊證。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

下表載列本集團於往績記錄期分銷的進口醫藥產品、所取得註冊證的各自類別及其屆滿日期：

編號	進口產品的名稱	註冊證的類別	註冊證的屆滿日期
1	[●]蜜煉 川貝枇杷膏	《醫藥產品註冊證》	二零一五年三月十四日
2	喇叭牌正露丸	《進口藥品註冊證》	二零一五年二月二十一日
3	飛鷹活絡油	《醫藥產品註冊證》	二零一零年十二月五日
4	明通治傷風顆粒	《醫藥產品註冊證》	二零一零年四月十一日
5	鳳寶牌健婦膠囊	《醫藥產品註冊證》	二零零八年八月十四日
6	●	《進口藥品註冊證》	二零一五年十月八日

附註：

- 喇叭牌正露丸的進口藥品註冊證於二零零九年八月四日到期，並已於二零一零年二月二十二日續期。續期後的證書將於二零一五年二月二十一日到期。
- 的進口藥品註冊證於二零零八年八月二十八日到期，並已於二零一零年十月九日續期。續期後的證書將於二零一五年十月八日到期。
- 鳳寶牌健婦膠囊、●及明通治傷風顆粒各自的註冊證均已到期，且已於其各自的證書到期前提交註冊證續期申請。由於中國有關部門要求就鳳寶牌健婦膠囊的藥品註冊申請提交額外文件，深圳金活於鳳寶牌健婦膠囊的牌照到期後約六個月方收到有關部門的通知。於最後實際可行日期，中國有關部門仍在審查註冊申請，並無授出任何續期證書。董事預期，鳳寶牌健婦膠囊的醫藥產品註冊證將於二零一零年十一月初授出。

於往績記錄期，本集團的若干進口產品於相關《進口藥品註冊證》或《醫藥產品註冊證》(倘適用)到期後於中國銷售。本公司確認，其目前所銷售的《進口藥品註冊證》或《醫藥產品註冊證》項下的進口醫藥產品，均在上述註冊證到期前即已進口。上述註冊證主要用於醫藥產品的進口環節，且於有關註冊證過期後，除非取得進口藥品批件，否則不得將該等醫藥產品進口至中國。於往績記錄期，進口藥品批件 (i) 於二零零九年八月十三日及二零一零年六月五日授出，以將●進口至中國；(ii)於二零一零年六月五日授出以將鳳寶牌健婦膠囊

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

進口至中國。深圳金活已於二零一零年十月二十二日申請明通治傷風顆粒的進口藥品批件。誠如中國律師告悉及確認，對於在註冊證過期前已經進口的醫藥產品，法律並無規定禁止銷售。因此，本公司根據有效的進口註冊證書進口並銷售庫存醫藥產品的行為，不違反中國法律規定。

續新有關註冊證

本公司確認，本公司已於明通治傷風顆粒及鳳寶牌健婦膠囊各自的證書到期前向中國有關部門提出進口藥品再註冊申請。於最後實際可行日期，中國有關部門仍在審查註冊申請，並無授出任何續期證書。本集團預期，將分別於二零一一年四月及二零一零年十二月獲得明通治傷風顆粒及鳳寶牌健婦膠囊及●的續期證書。

於往績記錄期，本集團能為其經營業務獲取相關牌照、證書及許可證。然而，本集團的若干牌照、許可證及／或批准續期延誤，惟其非續期牌照、許可證及／或批准尚未遭拒絕。除上文所述者外，本集團並無任何非續期牌照、許可證及／或批准遭到拒絕。

獎項及認可

本集團多年來獲得多個中國政府機關、行業組織、商會、貿易促進及專業機構、社區組織及其他商業企業的獎項及認可。該等獎項及認可包括：

獎項	授獎人	獲授人	獲獎年度
商業獎項			
2001-2002年度優秀合作夥伴	深圳市海王星辰醫藥有限公司	深圳金活	二零零二年
深圳市工商業系統統計先進集體	深圳市經濟貿易局	深圳金活	二零零三年

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

獎項	授獎人	獲授人	獲獎年度
深圳市50強民營企業	深圳市人民政府	深圳金活	二零零四年
2005年度最佳合作夥伴	金華市醫藥有限公司	深圳金活	二零零五年
「愛國者」品牌中國總評榜(1980-2005) – 中國品牌百企業樓榜上榜企業	品牌中國總評榜組委會	深圳金活	二零零六年
首屆深圳百強商業超級品牌	首屆深圳百強商業 超級品牌評審委員會/ 深圳特區報及深圳 專家工作聯合會	深圳金活	二零零六年
「國大藥房五週年」開拓進取獎	上海國大藥房連鎖 有限公司	深圳金活	二零零六年
2005-2006年度中國醫藥品 保健產品行業「金銷獎」	中國「金銷獎」委員會	深圳金活	二零零六年五月
2005-2006年度中國分銷商「金銷獎」	中國「金銷獎」委員會	深圳金活	二零零六年八月
2007年度「中國醫藥經濟資訊網」 榮譽會員	南方醫藥經濟研究所	深圳金活	二零零七年
屈臣氏2007最佳部門銷售獎	屈臣氏	深圳金活	二零零七年

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

獎項	授獎人	獲授人	獲獎年度
2007-2008年度最佳合作 伙伴／優秀合作伙 伴	廣東一致藥店有限公司 ／深圳市一致醫藥連銷 有限公司	深圳金活	二零零七年 至二零零八年
「改革開放三十年廣東省 醫藥批發產業20強企業」榮譽證書	廣東省醫藥行業協會	深圳金活	二零零八年
2008廣東省服務行業100強	國家食品藥品監督管 理局／廣東省企業聯 合會及廣東省企業家 協會	深圳金活	二零零八年
2008年品牌合作獎	中國海王星辰連鎖藥店 有限公司	深圳金活	二零零八年
2009年度最佳合作伙 伴	廣東一致恆興醫藥 有限公司	深圳金活	二零零九年
慈善獎項			
關心少年兒童文化事業獎	共青團嘉興市委員會、 嘉興市教育局及 嘉興市文學藝術聯合會	深圳金活	二零零三年

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

獎項	授獎人	獲授人	獲獎年度
廣東省第六屆少兒藝術花會CIOFF 第三屆亞洲兒童民間藝術節－ 關愛兒童企業	廣東省第六屆少兒 暨藝術花會CIOFF 第三屆亞洲兒童民間 藝術節組委會	深圳金活	二零零四年
「抗震救災 眾志成城－為汶川賑災」 榮譽證書	羅湖區慈善會	本集團	二零零八年
蘭州市佛教協會「佛心醫心共創和諧」	蘭州市佛教協會	深圳金活	二零零八年
授本集團有關分銷特定產品的獎項			
南方都市報 3.15讀者最喜愛 的品牌－喇叭正露丸	南方都市報 3.15讀者 最喜愛的品牌活動 組委會	深圳金活	二零零六年
2006年南方都市報讀者最喜愛 的品牌－●	南方都市報 3.15讀者 最喜愛的品牌活動 組委會	深圳金活	二零零六年
會員資格			
深圳市質量協會團體 會員單位(2004-2009)	深圳質量協會	深圳金活	二零零四年 至二零零九年
理事會成員	中國國際商會第一次 理事會會議－深圳	深圳金活	二零零六年

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

獎項	授獎人	獲授人	獲獎年度
2008年度廣東省企業聯合會、廣東省企業家協會優秀會員	廣東省企業聯合會及廣東省企業家協會	深圳金活	二零零八年

供應商

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個財政年度及截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團的五大供應商分別約佔本集團總採購額的91.9%、94.0%、92.0%及84.3%。於往績記錄期間，本集團向[●]蜜煉川貝枇杷膏最大供應商偉沂作出的採購額分別約佔總本集團總採購額的66.3%、70.9%、73.1%及64.1%。本集團自一九九七年起與偉沂建立業務關係，以取得[●]蜜煉川貝枇杷膏供應。本集團亦分別自一九九八年、一九九六年、二零零三年及二零零二年起分別與一德、泰山、歐化、聯華Metholatum (China) Pharmaceutical Company Limited等其他主要供應商開始業務往來，以取得喇叭牌正露丸、●系列及●、飛鷹活絡油及曼秀雷敦系列。

董事、彼等各自的聯繫人或金國、金辰、趙先生及陳女士或彼等各自的聯繫人概無於上述供應商中擁有任何權益。

客戶

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個財政年度及截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團的五大分銷商客戶分別約佔本集團的總銷售額的19.8%、24.3%、23.0%及17.6%。於往績記錄期，本集團對最大分銷商客戶的銷售額分別約佔總銷售額的6.5%、7.2%、7.1%及6.4%。

董事、彼等各自的聯繫人或金國、金辰、趙先生及陳女士或彼等各自的聯繫人概無於上述分銷商客戶中擁有任何權益。

競爭

本集團主要在中國各地分銷及銷售一系列品牌進口藥品、保健產品及一般食品。董事認為，本集團為業內在中國市場取得部分著名藥品及保健產品地區分銷權的公司之一。於二零零八年及二零零九年，深圳金活按總進口價值計算在中國藥品及保健產品市場進口商中分別排名第64及76。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

董事認為，本集團已於過往年度在中國的一級客戶及二級客戶間建立起其聲譽，有能力以具競爭力的方式運作。然而，董事亦相信，本集團將主要面臨在財務資源、銷售及市場推廣專長以及大型零售商及批發商網絡方面與本集團實力相當或實力高於本集團的分銷商的競爭。

此外，中國客戶的健康意識日益增強，引致近年來對高品質藥品及保健產品的需求增加。這可能吸引了更多的企業進入中國的藥品及保健產品分銷市場。董事相信，本文件所載本集團的競爭力將令本集團有別於其競爭對手，並使其分銷業務拓展至中國更大區域。

本集團的知識產權

有關本集團商標及域名的詳情，請參閱本文件附錄五「有關本集團業務的其他資料」一節。

●特許權

深圳金活已與[●](上海)訂立特許權協議，據此，[●](上海)授予深圳金活在中國(不包括香港、澳門及台灣)生產及銷售保健分部內具備深圳金活授權材料的糖果蜜餞及營養補品的特許權，年期自二零零七年十月一日至二零一零年九月三十日。

香港金活亦與[●](亞太區)訂立特許權協議，據此，[●](亞太區)授予香港金活在香港及澳門生產及銷售保健分部內具備香港金活授權材料的糖果蜜餞及營養補品的特許權，年期自二零零八年八月一日至二零一零年九月三十日。

深圳金活及香港金活現正與[●](上海)及[●](亞太區)磋商及續訂相關特許權協議。

資訊管理系統

深圳金活與一名獨立軟件供應商於二零零五年七月二十九日訂立電腦系統合作協議(連同提供ERP系統(包括辦公應用系統)軟件及相關服務的協議)，據此，深圳金活及其擁有51%或以上權益的公司獲授特許權使用軟件並提供建立及管理ERP系統的相關服務，費用為人民幣490,000元。

深圳金活亦與獨立服務供應商訂立移動服務協議，據此，提供整合至ERP系統的軟件，以使本公司能夠於交付產品後透過手機向12家附屬公司各自的地區負責人或代表辦事處發

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

送短信（「SMS」）。該移動服務軟件乃免費提供予深圳金活，服務費為自第二年起每年人民幣1,200元，每條短信收費人民幣0.1元。

物業

租賃物業

於最後實際可行日期，本集團開展業務的所有辦公室及倉庫均為租賃物業，包括(i)面積為832.30平方米，位於中國廣東省深圳市人民南路天安國際大廈A座10樓1001-1008室的深圳金活總部（二零零九年一月一月至二零零九年十二月三十一日期間的月租為人民幣45,776.50元向深圳實業租用，二零一零年一月一日至二零一一年十二月三十一日期間的月租可按照中國有關部門的年度指引作出調整），及(ii)面積為6,406.42平方米，位於中國廣東省深圳市龍崗區龍東沙貝壩瀝新意物流綜合樓301A、302B、303A、304B、401A及402B的倉庫（租賃自一名獨立第三方）（二零零九年三月一日至二零一二年二月二十八日期間的月租為人民幣38,438.52元，二零一二年三月一日至二零一三年二月二十八日期間的月租待商定）。

收購物業

本集團擁有位於中國廣東省深圳羅湖金世界商場總面積為956平方米的一個商舖。該物業乃於二零零八年八月十一日由深圳實業轉讓予深圳金活，作為深圳實業支付結欠深圳金活的一筆貸款人民幣45,888,000元，已計及由合資格估值師對該物業製備的獨立估值報告。該物業現出租予獨立第三方，詳情如下：

物業地址	租金	期限	面積
深圳市羅湖區解放路 金世界商場負一層自 編號A028	每月人民幣 62,699.2元	二零一零年 一月八日至 二零一二年 十月七日	517 平方米
深圳市羅湖區解放路 金世界商場負一層自 編號A026	每月人民幣 53,239.73元， 二零一零年五月一日 起可按上年租金上調5%	二零一零年 一月一日至 二零一二年 四月三十日	439平方米

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

本集團亦擁有位於中國上海市靜安區延安西路376弄22號永興商務樓西9層B室總面積1,489平方米的物業，該物業於二零零九年九月二十八日以代價人民幣3,820,000元從上海實業收購獲得。該物業現用作上海代表辦事處。

珠海金明

珠海金明已獲授權於中國廣東省分銷產品系列。

為避免深圳金活與廣東明林之間的競爭，總廠、偉沂、深圳金活及廣東明林相互磋商並於二零零四年一月七日在珠海成立Zhuhai Jinming Trading Company，以在廣東省共同分銷產品系列。Zhuhai Jinming Trading Company的名稱於二零零四年二月十八日更改為珠海金明。

於最後實際可行日期，珠海金明的註冊資本為人民幣5,000,000元，由深圳金活及廣東明林以相同份額注資。因此，深圳金活及廣東明林各自持有珠海金明50%股權。珠海金明的主要業務及經營項目為於廣東省分銷保健產品及藥品（產品系列）。

珠海金明擁有一個股東委員會，包括來自深圳金活的四名代表及來自廣東明林的四名代表，並為珠海金明的最高機構。任何股東決議案須經佔超過50%投票權的股東通過。有關更改註冊資本、合併、解散或清盤、改變組織形式或修改章程細則的任何股東決議案，須經佔約超過66%投票權的股東通過。深圳金活及廣東明林（均為珠海金明的股東）將與珠海金明董事會討論及向其推薦珠海金明的業務發展策略及計劃。根據珠海金明的組織章程，有關珠海金明的所有業務決策均由珠海金明董事會作出，而深圳金活一直於珠海金明的董事會會議上積極參與管理層討論。

珠海金明的董事會包括九名由股東委員會選舉的董事。珠海金明的董事會負責經營珠海金明的日常業務。各董事的任期為三年。董事會主席（亦為珠海金明的法定代表）乃由董事選舉。任何董事決議案須在超過六名董事出席的董事會上經不低於50%的大多數列席董事通過。

珠海金明的日常經營乃由董事會所聘請的高級管理人員管理，其已獲授權招聘僱員、處理財務事宜及經營珠海金明的業務。因此，本集團並不直接控制珠海金明的日常經營，

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

且珠海金明與本集團於往績記錄期並未訂立任何交易。珠海金明的日常經營獨立於本集團。於最後實際可行日期，珠海金明共有48名僱員。於往績記錄期，珠海金明的總收益分別為人民幣66.5百萬元、人民幣65.7百萬元、人民幣57.1百萬元及人民幣40.0百萬元。

於最後實際可行日期，珠海金明賺取的任何溢利，在支付稅項及將有關部分撥作法定公積金及退休金後，將以同等份額分配予深圳金活及廣東明林。

根據中國律師的意見，於最後實際可行日期，珠海金明合法及有效地存續。

於最後實際可行日期，除在廣東省分銷產品系列外，珠海金明並無從事任何其他分銷業務。

珠海金明獲總廠授權在中國廣東省分銷產品系列。珠海金明分別自偉沂及華健實業採購[●]蜜煉川貝枇杷膏及[●]枇杷糖。珠海金明無權選擇向製造商或其授權代理採購產品系列。珠海金明、總廠、偉沂及／或華健實業並無就分銷產品系列訂立分銷協議。

於二零零八年九月，偉沂提高供應給珠海金明的[●]蜜煉川貝枇杷膏的價格。該等提價亦適用於深圳金活及廣東明林。然而，珠海金明、深圳金活及廣東明林無法答應偉沂為維持[●]蜜煉川貝枇杷膏在中國市場的佔有率而提高售予其客戶價格的要求。因此，珠海金明於二零零九年的財務表現嚴重惡化。

於二零一零年，珠海金明的財務表現有改善，因此，珠海金明董事會認為毋須於這關鍵時刻就其財務表現制定任何計劃。

分銷網絡

於最後實際可行日期，除分銷產品系列外，珠海金明並無從事任何其他業務。於往績記錄期，[●]蜜煉川貝枇杷膏佔珠海金明總營業額的96.1%、95.2%、93.7%及94.5%，而[●]枇杷糖佔珠海金明總營業額的3.9%、4.8%、6.3%及5.5%。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

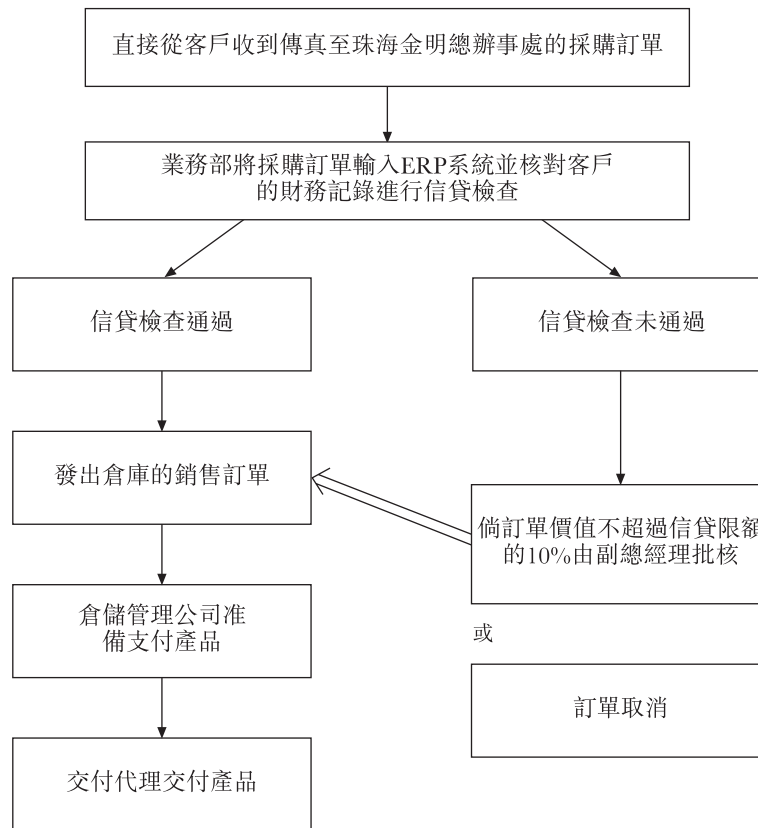
珠海金明透過其分銷商客戶在廣東省分銷產品系列。自二零零四年成立以來，珠海金明已將其分銷網絡發展至廣東省，而廣東省又分為下表所示的五個區，即深圳區、廣州區、粵東區、粵西區及珠三角區。五區各自自設銷售團隊，負責銷售及營銷產品系列、產品價格管理及協調推廣活動。深圳區、廣州區及粵東區各自在深圳、廣州及汕頭設有代表辦事處。廣州區亦在佛山經營一個小倉庫，協助存放產品系列。於最後實際可行日期，珠海金明有21個分銷商客戶。與深圳金活類似，珠海金明與其分銷商客戶訂立協議，條款與本文件「業務」一節「分銷商客戶協議」分節所列明者相同。珠海金明並無與其分銷商客戶網絡下的任何子分銷商客戶訂立任何協議。

	地區	代表辦事處	設立區	負責城市
1	深圳	深圳辦事處	深圳	深圳 東莞 惠州
2	廣州	廣州辦事處	廣州(辦事處) 佛山(小倉庫)	廣州 佛山 清遠 韶關
3	珠江三角洲	中山辦事處	珠海金明總部	珠海 中山 肇慶 云浮 江門
4	粵東	汕頭辦事處	汕頭	汕頭 潮州 梅州 揭陽 汕尾
5	粵西	湛江辦事處	無	湛江 茂名 陽江

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

以下流程圖載列珠海金明分銷產品系列過程中的主要程序及負責部門。



根據珠海金明的公司政策，為在收取訂單時評估客戶的信用狀況，信貸核查應透過ERP系統進行。倘超出客戶的信貸限額，採購訂單將予以取消，除非副總經理就此訂單發出特別批准。

於往績記錄期，珠海金明在交付產品以及客戶以電匯、90日信用證或現金付款後，便向客戶發出銷售發票。信貸限額應與其每月銷售目標相同，平均信貸期由30日至90日不等。

於最後實際可行日期，珠海金明並不知悉任何客戶遭遇財政困難或持有任何壞賬。珠海金明的客戶網絡均為其於二零零四年成立之前深圳金活或廣東明林的客戶，經數年發展一直保持穩定。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

辦公室、倉庫及交付

珠海金明向獨立第三方租用兩項物業，已全面利用作為其倉庫及辦公室。該倉庫已獲發GSP證書。珠海金明的有關倉庫及辦公室的相關租賃協議詳情分別載列如下：

用途	地點	期限	代價	面積
倉庫	中國珠海 屏西三路七號 南屏科技工業園 B棟一層	二零零八年 三月八日至 二零一一年 三月七日	二零零八年三月八日 至二零零九年三月七日 每月人民幣22,100元；及 二零零九年三月八日至 二零一一年三月七日 每月人民幣23,400元	1,300平方米
辦公室	中國珠海 香洲區 銀樺路566號 珠海報業大廈 六樓北	二零一零年 四月一日至 二零一二年 四月一日	每月人民幣18,573元	399平方米

向客戶交付產品的事宜外包予獨立第三方處理。珠海金明與交付代理就產品交付事宜訂立的協議有效期於二零一一年八月三十一日截止。

資訊管理系統

二零零七年三月二十五日，珠海金明與一間獨立軟件公司訂立一份SAP軟件個人終端用戶特許權協議，據此，珠海金明獲授非專用永久特許權在中國無限期使用SAP的專利軟件，直至該特許權由任何一方終止為止，淨特許權費為人民幣355,612元；並訂立一份維修保養協議，以在一個指定地點提供SAP軟件的維修服務。服務維修費定為每年人民幣345,254元的17%。

珠海金明亦與一名獨立服務供應商於二零零七年三月十九日訂立一份服務協議，內容有關按人民幣602,000元的服務費設立及管理SAP ERP系統及按人民幣70,000元的費用提供SMMS軟件。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

業 務

保險

就珠海金明而言，產品運輸保單的有效期為一年，覆蓋將產品系列由珠海倉庫運送至廣東省內其他地點的交付服務。

珠海金明亦就保存於深圳倉庫的產品購置一切財產保險，覆蓋範圍包括未被保單排除的意外事故或天災對有關財產造成的直接物理損失或損毀的風險。該保單的有效期為一年。

珠海金明已遵守關於其所有僱員的社會保險的相關中國法律及法規。

珠海金明擁有一部機動車，並已為該車輛取得標準機動車保險及強制交通事故保險。該等保單的有效期為一年。

土地使用權

根據二零零九年五月十三日訂立的土地使用權轉讓協議，珠海金明為其分銷業務的長遠發展有權使用位於中國珠海香洲區前山工業區第3-1-2號，總面積為10,376.67平方米的一幅土地，用於興建倉庫及辦公室以代替租賃物業，其轉讓價為人民幣7,783,000元，年期由二零零九年六月三十日起直至二零五七年十二月十九日。現擬將已建成物業的15%劃撥作辦公室及員工宿舍用途，42%及43%將分別用作倉庫以及其他營運設施如停車場、保安控制、陳列室等。收購該土地的原因為：(i)現時已租用的物業供儲存產品的空間不夠；(ii)珠海金明計劃擴大其產品組合以包括產品系列以外的產品；及(iii)自設倉庫及辦公室可節省原來會產生的租金開支。於最後實際可行日期，該土地上仍處施工的設計階段，而並無動工興建任何建築工程。於最後實際可行日期，珠海金明並未收到任何有關未開發該幅土地的不合規通知。董事預期開發該幅土地將會於規管時限屆滿日期前完成。

倉庫及辦公室的建設成本估計約為人民幣18,000,000元，將於二零一零年及二零一一年分不同階段產生。該等建設的資金來源為珠海金明的銀行借款及其內部資源。