

行業概覽

本行業概覽一節所述資料已由歐睿編製並反映基於公開可得來源及行業調查的市況估計，乃主要作為市場調查工具而編製。對歐睿的提述不應被認為歐睿對於任何證券價值或投資於本公司的可取性的意見。董事認為本行業概覽一節所載資料的來源為該等資料的適當來源，且彼等於轉載該等資料時已採取合理審慎的態度。董事並無理由相信該等資料屬虛假或具誤導性，或已遺漏任何重大事實而導致該等資料屬虛假或具誤導性。由歐睿編製並載於本行業概覽一節的資料未經本集團、獨家全球協調人、獨家賬簿管理人、獨家牽頭經辦人、包銷商或參與[編纂]的任何其他各方獨立核證，且彼等及歐睿概不對其準確性作出任何聲明，而於作出或不作出任何投資決定時，均不應對該等資料加以倚賴。

中藥市場

概覽

香港及中國內地均有使用中藥替代西藥治療各種健康狀況或問題或疾病的悠久歷史。中藥產品主要包括以下三種類別：

- 中藥飲片。亦稱為傳統中藥飲片，乃根據傳統中醫藥理論將中藥材加工(如蒸煮、煮沸、煎煮、砍斷、切斷及脫毛)而成。
- 中藥保健品。此類產品包括中藥材或作為功能成分的中藥提取物。中藥保健品擁有超過正常健康飲食所能提供的保健裨益。中藥保健品包括一般保健產品及功能型產品。消費者主要為保持整體健康而使用一般保健產品。功能型產品嘗試針對消費者的特定健康狀況或問題或疾病(本質上並不嚴重)。
- 中成藥。使用中藥材加工而成的藥物。中成藥的療效已在醫學研究中及透過臨床經驗得到觀察及探討。此類產品已獲相關部門批准，可安全服用。中成藥的劑型各異，如膠囊狀、顆粒狀、粉末狀、膏狀或丸狀。

中藥市場或傳統中藥行業由三個分部組成，即中藥飲片市場分部、中藥保健品市場分部及中成藥市場分部。

行業概覽

濃縮中藥配方顆粒產品

濃縮中藥配方顆粒產品最初由日本於二十世紀七十年代發明而來。濃縮中藥配方顆粒產品本質上是中藥飲片的現代化形式，乃使用現代化提取及濃縮技術(複製製備湯藥的傳統方法)提取而來。濃縮中藥配方顆粒產品包括單方及複方產品。濃縮中藥配方顆粒單方產品為僅由一種成分製成的顆粒。濃縮中藥配方顆粒複方產品則為根據《中國藥典》及其他相關權威中醫文獻所載配方由多種成分組合製成的顆粒。患者透過由合資格中醫師開出處方使用此類產品。

多年來，濃縮中藥配方顆粒產品已逐漸取代中藥飲片，因為政府倡導推廣使用濃縮中藥配方顆粒產品以及消費者日益認識到此類產品的裨益。所有濃縮中藥配方顆粒產品須根據相關的產品質量及安全標準在獲GMP認證的設施生產。近年來，濃縮中藥配方顆粒產品的功效已更受患者歡迎。此外，濃縮中藥配方顆粒產品能迅速溶解於熱水，方便服用。相比而言，服用中藥飲片因其複雜的煎煮過程而不便於患者服用。

香港的中藥市場

增長動力

根據歐睿報告，香港中藥市場的主要增長動力包括下列各項：

- *中國消費者在香港的大量採購。*近年來，中國消費者訪港的人數創歷史新高。他們普遍認識到香港的中藥產品更正宗，產品的質量及安全性相對較高。此外，中國的種植商通常挑選頂級中藥飲片並將之出口至香港，以獲得更高的價格。每年向中國消費者銷售的中藥產品銷量巨大，推動了香港中藥市場的健康增長。
- *香港政府的支持。*於一九九九年，香港政府正式認可中藥產品的地位，亦採取一系列措施規管香港中藥市場的發展，包括成立香港中醫藥管理委員會及其轄下的中藥組以規管及密切注視中藥的使用。香港政府亦建立學術機構網絡並為中醫藥公司籌集研究資金供其進行研究及產品發展。此外，中醫藥條例已予頒佈，以規管中醫執業及標準化中醫藥的許可流程。

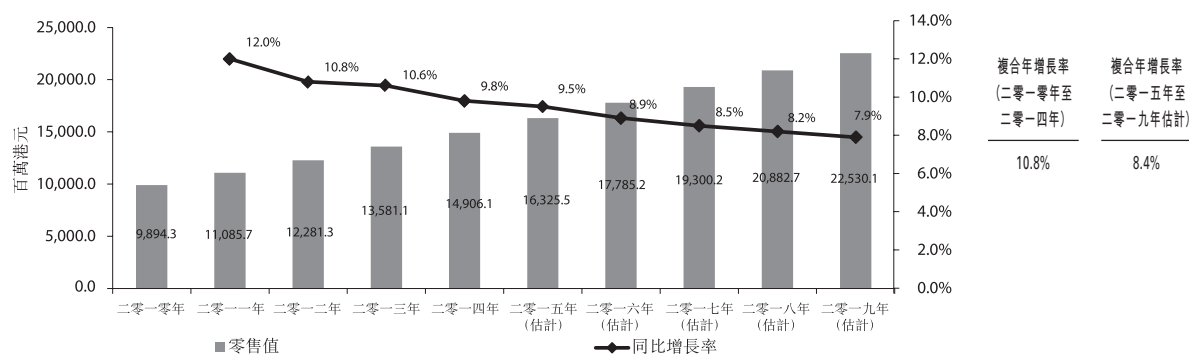
行業概覽

- 培養新型中醫師。學術機構(如香港中文大學、香港大學及香港浸會大學)開設課程幫助學生取得中醫師的專業資格。鑒於中醫師人數增加，預期會開設更多的中醫診所。
- 人口老齡化及不斷變化消費者對中藥的意識不斷變化導致市場需求日益增加。根據香港政府統計處的資料，老齡化人口(65歲及以上)日漸增加，而老年人會購買中藥產品來增強及保持健康狀態，這推動了中藥產品的需求。香港居民對傳統中醫文化深感興趣。隨著現代化中醫藥的發展，他們傾向於使用更多易於服用及適合生活在快節奏環境中的人的產品。

市場規模及前景

整體市場

下圖載列二零一零年至二零一九年香港中藥市場的過往及預測零售值：



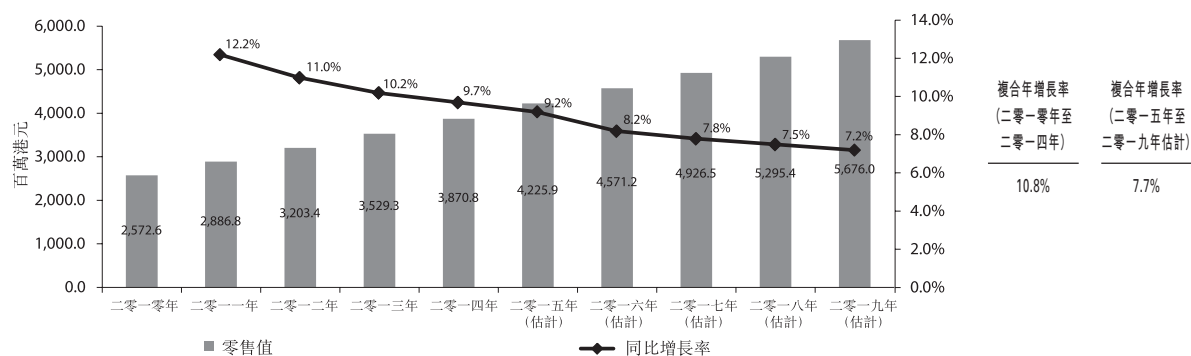
資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

相比在當地生產中藥產品，香港當地法規讓當地公司較容易將中藥產品進口至香港。隨著香港老齡化人口的持續增加以及消費者對中藥產品的興趣不斷增強，預期香港的中藥市場將於日後持續增長。

行業概覽

香港的中藥飲片市場

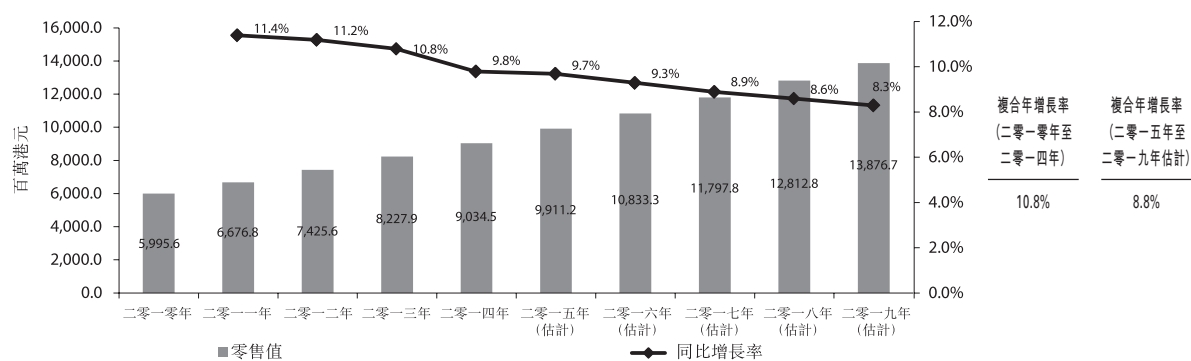
下圖載列二零一零年至二零一九年香港中藥飲片市場的過往及預測零售值：



資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

香港的中藥保健品市場

下圖載列二零一零年至二零一九年香港中藥保健品市場的過往及預測零售值：

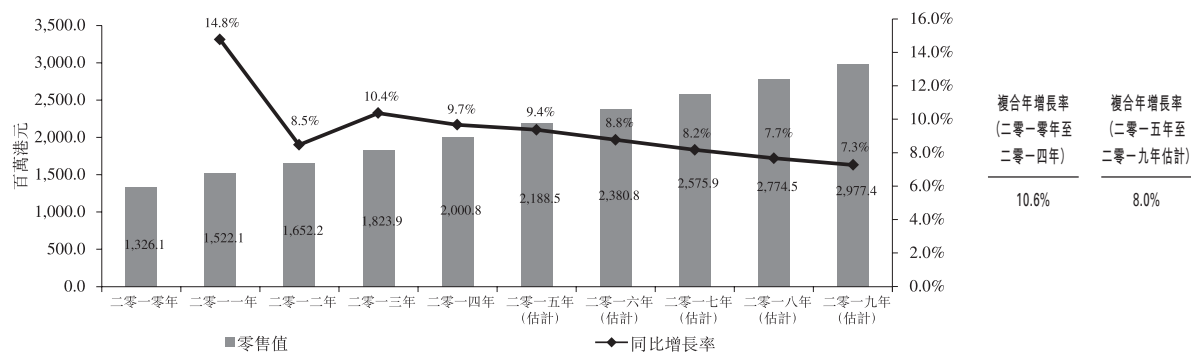


資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

行業概覽

香港的中成藥市場

下圖載列二零一零年至二零一九年香港中成藥市場的過往及預測零售值：



資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

香港的濃縮中藥配方顆粒產品市場

概覽

濃縮中藥配方顆粒產品於二十世紀九十年代初首次在香港推出。濃縮中藥配方顆粒產品在香港透過下列渠道處方予及售予患者：

- 公立診所。公立診所須向香港醫院管理局註冊。香港醫院管理局亦與非營利組織及當地大學合作，以向公眾提供中醫藥服務。非營利組織及慈善機構亦經營中醫診所。此外，當地大學開設中醫藥課程並向公眾提供門診服務。由於公立診所的准入門檻高於私立診所，因此部分濃縮中藥配方顆粒產品並不符合資格在公立診所處方及銷售。
- 私立診所。香港擁有成千上萬間私立中醫診所，包括大型連鎖診所及小型個人診所。約40%的私立中醫診所向患者開出濃縮中藥配方顆粒產品，而其餘則繼續開出中藥飲片。

行業概覽

增長動力

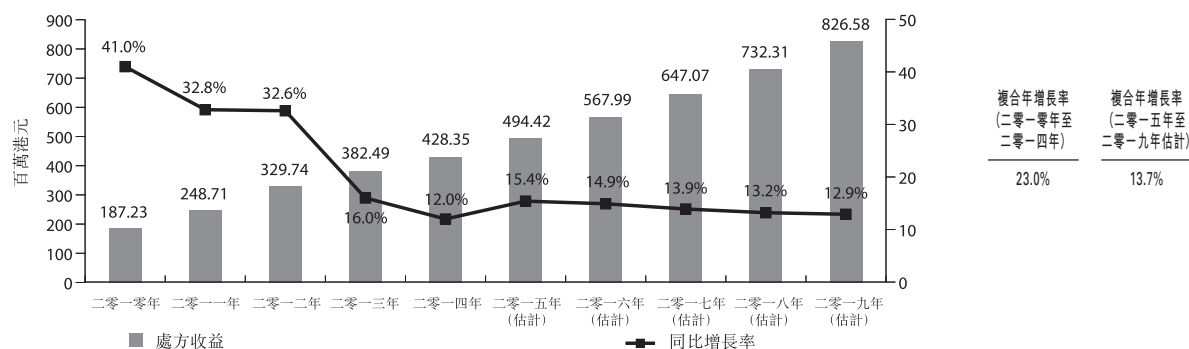
根據歐睿報告，香港濃縮中藥配方顆粒產品市場的主要增長動力包括下列各項：

- 領先的濃縮中藥配方顆粒產品參與者進一步擴張至新銷售渠道。香港領先的濃縮中藥配方顆粒產品參與者為進一步擴張至新銷售渠道以把握濃縮中藥配方顆粒產品不斷增長的市場需求而作出了努力。部分濃縮中藥配方顆粒產品生產商已在香港擴張其自有品牌的中醫診所。醫藥連鎖店(如屈臣氏)已在藥店內成立了中醫藥部門，中醫師便在此部門向患者開出濃縮中藥配方顆粒產品。部分生產商亦增加向非營利組織所經營的流動診所銷售濃縮中藥配方顆粒產品。
- 政府法規及密切注視使公眾對濃縮中藥配方顆粒產品更有信心。作為中成藥的子類別，濃縮中藥配方顆粒複方產品在香港銷售前須向香港中藥組註冊。自一九九九年，中醫藥管理委員會轄下的中醫組要求中醫師進行註冊，以增強中醫執業的標準。政府法規及密切注視使公眾對濃縮中藥配方顆粒產品及中醫執業更有信心。
- 濃縮中藥配方顆粒產品在香港的醫療保險範圍。香港的醫療保險報銷系統涵蓋了香港的中藥飲片及濃縮中藥配方顆粒產品，這鼓勵患者到中醫診所就診並允許中醫師開出濃縮中藥配方顆粒產品。
- 推廣使用中醫藥治療的多項舉措。中醫藥治療在香港越來越多地得到使用，特別是在公立醫院。香港醫院管理局計劃在三間公立醫院向患有癌症、中風或其他嚴重疾病的患者提供中西藥及相關服務。香港政府亦計劃在香港將軍澳建立一間新的中醫院，並於最近的將來向患者提供逾400個床位。此外，香港中文大學近期在香港威爾斯親王醫院成立了中西醫結合醫務中心，以向患者提供綜合醫療服務。由於此等舉措，預計香港對濃縮中藥配方顆粒產品的市場需求會進一步增加。

行業概覽

市場規模及前景

下圖載列二零一零年至二零一九年香港濃縮中藥配方顆粒產品市場的過往及預測處方收益：



資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

根據歐睿報告，濃縮中藥配方顆粒產品於香港中藥飲片市場的市場份額由二零一零年的7.3%增至二零一四年的11.1%，預計進一步由二零一五年的11.7%增至二零一九年的14.6%。未來幾年香港政府將繼續支持香港濃縮中藥配方顆粒產品市場的長遠發展及向公眾提供更多相關服務。領先行業參與者將繼續積極擴展至較不成熟私營部門，如社區中醫診所以及連鎖藥店。

競爭格局

整體市場

下圖載列香港濃縮中藥配方顆粒產品市場按二零一四年的處方價值計算的五大公司：

排名	公司	市場份額
1	培力控股有限公司	70%
2	競爭對手A	16%
3	競爭對手B	4%
4	競爭對手C	3%
5	競爭對手D	2%
6	其他競爭對手	5%
總計		100%

資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

附註：上述呈報的市場份額數據乃透過由案頭研究及行業訪談組成的實地考察項目確定。雖然可取得部分公司的經審核數據，但這些數據一般並無將收益數字分解成此研究所涵蓋的相關類別。就此等公司以及佔有市場份額但並無上市的該等公司而言，歐睿基於多個行業來源（即不只公司本身）提供的估計來估計市場份額並就盡可能多的此等估計尋求共識。

行業概覽

根據歐睿報告，香港的濃縮中藥配方顆粒產品市場相對集中，按二零一四年的處方價值計，五大濃縮中藥配方顆粒產品生產商合共佔有95.0%的市場份額，主要是由於此市場的高准入門檻所致。

我們在香港濃縮中藥配方顆粒產品市場中排名首位，市場份額為70%，大幅高於其他各大行業參與者。在研發、製造及銷售多種濃縮中藥配方顆粒單方及複方產品方面，我們為香港市場領導者。我們的農本方®品牌因其優質產品質量、可靠性及安全性而在香港得到廣泛認可及信任。根據美國藥典委員會的資料，我們亦為產品獲美國藥典認證及認可的唯一中藥製造商。

香港的其他領先市場參與者主要包括以下者：

- 競爭對手A。該公司於一九九零年開始其業務。該公司的藥廠位於中國，其將濃縮中藥配方顆粒產品再進口至香港進行進一步包裝及銷售。於二零一三年，競爭對手A開始銷售一家總部設於台灣的中藥生產商的濃縮中藥配方顆粒產品。該公司主要向香港的私人中醫診所及醫師銷售濃縮中藥配方顆粒產品。
- 競爭對手B。該公司於二零一三年開始其業務。該公司曾為一家總部設於台灣的中藥生產商的濃縮中藥配方顆粒產品的獨家分銷商。該公司的藥廠位於中國。在與總部設於台灣的生產商終止夥伴關係後，競爭對手B開始於二零一三年建立其自有品牌。該公司主要向香港的私人中醫診所及醫師銷售濃縮中藥配方顆粒產品。
- 競爭對手C。該公司於二十世紀九十年代開始其業務。該公司的藥廠位於台灣。該公司主要向香港的私人中醫診所及醫師銷售濃縮中藥配方顆粒產品。
- 競爭對手D。該公司於一九九九年開始其業務。該公司的藥廠位於中國，其複方濃縮中藥配方顆粒產品專門開發用於出口。該公司主要向香港的私人中醫診所及醫師銷售濃縮中藥配方顆粒產品。

准入門檻

香港濃縮中藥配方顆粒產品市場的准入門檻較高。此等門檻主要包括下列各項：

- 香港的註冊濃縮中藥配方顆粒複方產品。香港的中醫師向患者開出濃縮中藥配方顆粒複方產品極為常見。此等產品在向患者開出及售出前必須向中藥組註冊。完

行業概覽

成各項註冊的時間及成本通常較高，因為對各種測試（如測試成分、穩定性及產品安全性）有嚴格的規定。

- **產品保險要求。**濃縮中藥配方顆粒產品生產商在合資格參加香港醫院管理局就其中藥採購舉行的公開招標過程前須取得具有某一最低涵蓋率的产品責任險。為取得有關的产品責任險，濃縮中藥配方顆粒產品生產商必須提供可靠的产品質量證明。
- **建立廣泛的銷售網絡。**私立中醫診所高度分散，建立涵蓋香港分散的私立診所的廣泛銷售網絡費時費力。

主要原材料及最終產品

香港的中醫藥公司在很大程度上主要倚賴從位於中國的採購基地進口中藥材及現成的濃縮中藥配方顆粒產品。相比在當地生產中藥產品，香港當地法規讓當地公司較容易將濃縮中藥配方顆粒產品進口至香港。有關二零一零年至二零一四年製造中藥產品最常使用的五種中藥材的中國平均購買價的進一步討論，請參閱「—中國的濃縮中藥配方顆粒產品市場—主要原材料及最終產品」分節。

香港濃縮中藥配方顆粒產品的售價範圍廣泛，視乎有關產品的種類、包裝及品牌而定。特別是，香港濃縮中藥配方顆粒單方產品的售價有很大差異。於最後實際可行日期，100克包裝的濃縮中藥配方顆粒單方產品的售價介於7港元至400港元。香港濃縮中藥配方顆粒產品的售價於往績記錄期保持相對穩定。歐睿已確認，難以獲得在香港銷售的濃縮中藥配方顆粒產品的平均售價。我們並無依賴可能對我們總收益產生重大影響的任何特定濃縮中藥配方顆粒產品的銷售。

香港的中藥保健品市場

概覽

香港的中藥保健品種類廣泛，此等產品或在當地生產，或從其他國家進口。大多數中藥保健品按藥草的類別分類。中國最受歡迎的中藥保健品包括靈芝、靈芝孢子及冬蟲夏草。

中藥保健品在香港主要透過藥店（如屈臣氏、萬寧及華潤堂）及專門的中藥零售商銷售。此外，中藥保健品在香港透過多品牌藥店或互聯網零售商銷售。

行業概覽

有關相關市場規模及前景的進一步詳情，請參閱「—香港的中藥市場—市場規模及前景」分節。香港並無中藥保健品正式分類。有關藥品可登記為通常需要較長審批期的中成藥或按稱作具較少保健功能的食品和化妝品進行市場推廣。缺乏標準化產品分類阻礙了良好市場秩序的形成。根據歐睿報告，預期中藥保健品將因香港不斷增加的老齡化人口及消費者不斷提高的健康意識而越來越受到歡迎。

增長動力

根據歐睿報告，香港中藥保健品市場的主要增長動力包括下列各項：

- 香港消費者不斷提高的健康意識。老年人購買中藥保健品以保護本身免受疾病的入侵。越來越多的年輕人亦定期服用此類產品以防止出現亞健康狀況及慢性疾病。
- 中國消費者在香港大量採購。近年來，中國消費者訪港的人數創歷史新高。他們認為香港的中藥保健品更正宗，質量及安全性相對較高且價格相對合理。他們每年在香港購買大量的中藥保健品。
- 盈利能力較其他類別的中藥保健品高。由於香港中藥保健品的零售價通常較高，因此與其他類別的中藥產品相比，生產商及零售商從銷售此類產品中獲得了良好的溢利。更多的生產商及零售商進入此市場並向消費者提供種類繁多的中藥保健品。
- 建立研究合作令消費者的信心增強。香港主要產品品牌的生產商與重點大學及研究機構合作進行研究及產品發展，這增強了消費者對中藥保健品的信心。

競爭格局

根據歐睿報告，由於准入門檻相對較低及產品種類繁多，故香港的中藥保健品市場高度分散，市場上有數千名生產商。此外，消費者可在香港購買當地品牌及進口外國產品。部分品牌擁有人及零售商減價來贏得客戶，經常導致香港中藥保健品市場處於不良環境。

我們製造及銷售多種普通的中藥保健品，如金靈芝®及安固生®。我們中藥保健品之一安固生®的唯一成分ONCO-Z coriolus versicolor extract經美國藥典認證為食品補充劑，成為全球第一種獲得美國藥典認證的傳統中藥成分。

行業概覽

主要原材料及最終產品

歐睿確認，香港中藥保健品的平均售價難以得出，主要原因是：(i)香港的中藥保健品市場較為分散，有大量中藥保健品生產商向終端消費者提供種類繁多的產品；及(ii)該等香港生產商提供的不同中藥保健品因產品類型、包裝及品牌不同而售價迥異。

香港的中藥公司在很大程度上倚賴主要從中國進口而來的中藥材。有關二零一零年至二零一四年中藥產品生產商使用的五大最常用中藥材的中國平均採購價的進一步討論，請參閱「—中國的濃縮中藥配方顆粒產品市場—主要原材料及最終產品」分節。

中國的中藥市場

增長動力

根據歐睿報告，中國中藥市場的主要增長動力包括以下各項：

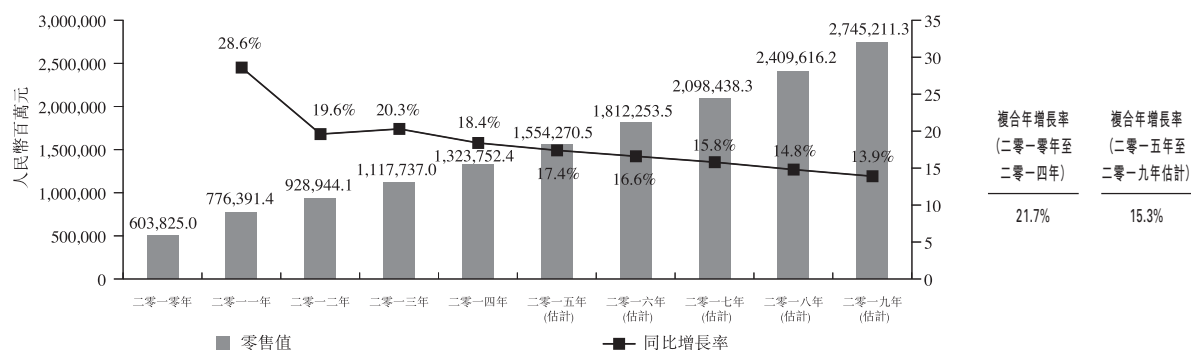
- *政府對中國醫療行業的投資及頒佈有利政策。*政府對中國醫療行業的投資促進相關行業(如中國中藥市場)的穩健增長。此外，於國家「十二五」科學和技術發展規劃中，中國政府支持建設中醫院、加強培養中醫人才及增強中藥的知識產權保護。
- *慢性病高發，促使對中藥的需求日益增加。*由於人們生活方式不健康、壓力較大、人口老齡化及環境問題，慢性病發病率高於先前。在治療慢性病方面，中藥與西藥相比具有更佳療效。
- *中藥的應用範圍擴大。*部分生產商已開發出新的中成藥應用(如醫美)。其他生產商已生產含有若干中藥提取物活性成分的牙膏及功能性飲料。該等應用增加消費者對中藥的認知。
- *消費者對於中藥的認知出現改變。*中藥保健品受到老一輩推崇以預防疾病。越來越多的年輕人開始了解到中藥產品的益處，並接受中藥治療，以預防亞健康狀態惡化及慢性病增加。

行業概覽

市場規模及前景

整體市場

下圖列示二零一零年至二零一九年中國中藥產品市場的過往及預計零售值：

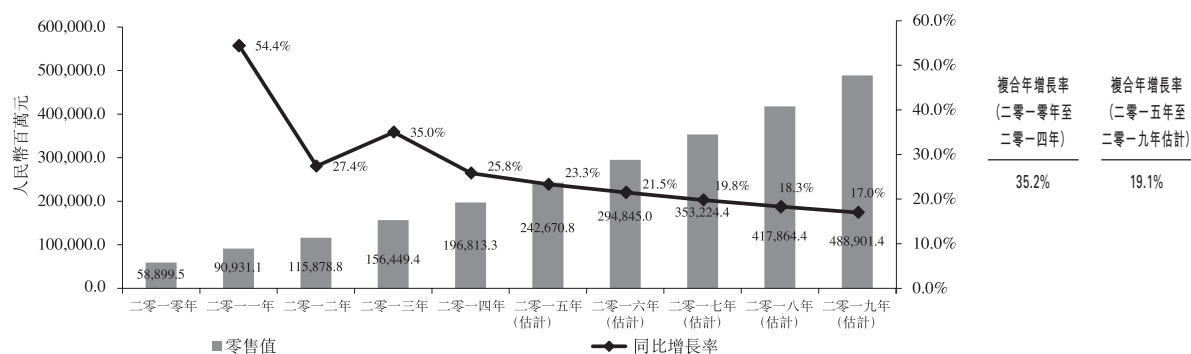


資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

由於越來越多的人們日益認可中醫產品對治療慢性病及預防病毒性症狀的好處，以及中醫保健行業的機會，預計中國中醫市場會繼續發展。中成藥製造商致力於開發創新性產品，以使其產品組合多樣化。

中國的傳統中藥飲片市場

下圖列示二零一零年至二零一九年中國傳統中藥飲片市場的過往及預計零售值：



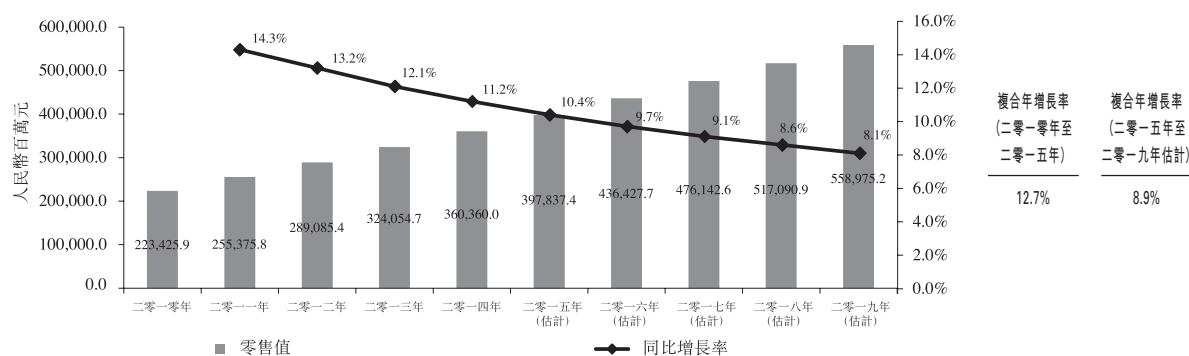
資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

本文件為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽資料時須一併細閱本文件封面「警告」一節。

行業概覽

中國的中藥保健品市場

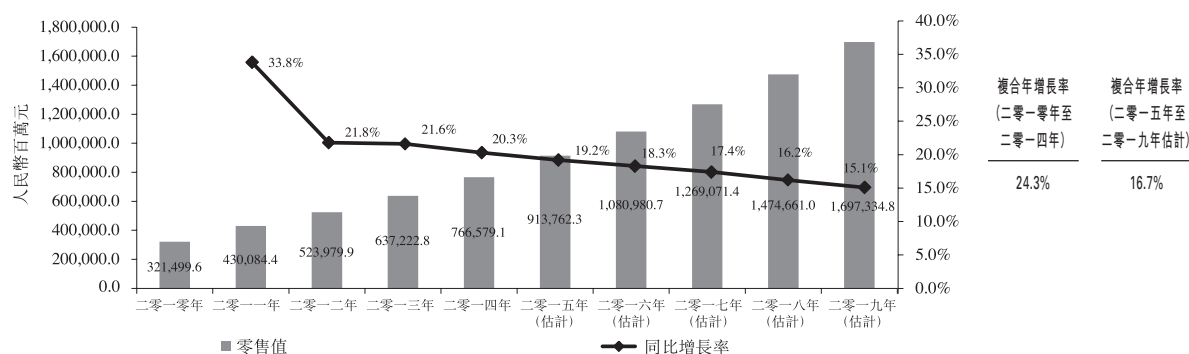
下圖列示二零一零年至二零一九年中國中藥保健品市場的過往及預計零售值：



資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

中國的中成藥市場

下圖列示二零一零年至二零一九年中國中成藥市場的過往及預計零售值：



資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

中國的濃縮中藥配方顆粒產品市場

概覽

於二十世紀八十年代初，中醫藥專業人員開始對濃縮中藥配方顆粒產品進行研究，並取得進行進一步產品研發的證據。於二零零一年，食品藥品監管總局印發「中藥配方顆粒管理暫行規定」。自印發此規定起，濃縮中藥配方顆粒產品一直處於醫院及醫療機構的試生產及測試使用階段。於二零一四年十二月三十一日，食品藥品監管總局批准五間公司在中國生產及銷售濃縮中藥配方顆粒產品。

行業概覽

僅濃縮中藥配方顆粒單方產品能在中國生產及銷售。由於濃縮中藥配方顆粒產品仍處於試生產及測試使用階段，因此僅可透過中國的醫院銷售渠道(包括中醫院及有中醫部的醫院)銷售。多個省份(如江蘇省)及直轄市甚至要求濃縮中藥配方顆粒產品僅可由二級或以上的醫院開出。

濃縮中藥配方顆粒產品出口的商品編碼為30049059(其他中成藥用於零售)。根據海關總署的意見，商品編碼30049059的出口值於二零一四年達181.5百萬美元。五大出口目的地包括香港、美國、日本、新加坡及馬來西亞。

增長動力

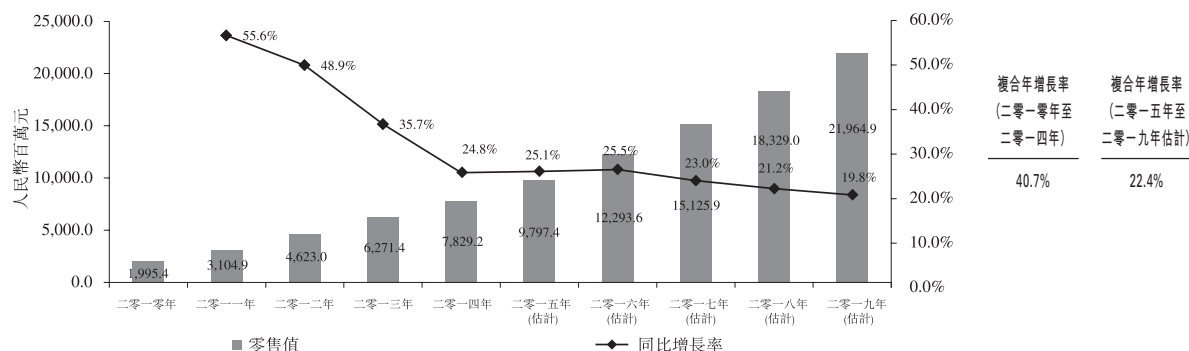
根據歐睿報告，中國濃縮中藥配方顆粒產品市場的主要增長動力包括以下各項：

- 濃縮中藥配方顆粒產品的易用性及時間效率。不同於需要複雜及耗時煎煮過程的傳統中藥飲片，濃縮中藥配方顆粒產品可迅速溶解於熱水中服用。病人傾向於選擇便於服用及適合生活在快節奏環境下的人們的濃縮中藥配方顆粒產品。
- 中國醫療保險報銷的範圍更廣。由於濃縮中藥配方顆粒產品的處方成本高於傳統中藥飲片，故部分病人可能會選擇傳統中藥飲片。越來越多中國地方政府機關已批准將濃縮中藥配方顆粒產品納入其醫療保險計劃，如於二零零九年獲北京政府批准及於二零一一年獲深圳政府批准。因此，未來中國該等城市更多消費者將可能處方濃縮中藥配方顆粒產品。
- 擴大濃縮中藥配方顆粒產品生產商的產能以滿足不斷增長的市場需求。五間獲食品藥品監管總局授權的濃縮中藥配方顆粒產品生產商中的三間已加強其生產迎合不斷增長的市場需求的優質濃縮中藥配方顆粒產品的能力或正處於提升此能力的過程中。
- 於濃縮中藥配方顆粒產品生產商的投資。五間獲食品藥品監管總局授權的濃縮中藥配方顆粒產品生產商中的兩間已吸引大型製藥公司的投資，並已加強其優勢。

行業概覽

市場規模及前景

下圖列示二零一零年至二零一九年中國濃縮中藥配方顆粒產品市場的過往及預計零售值：



資料來源：歐睿從行業訪談及案頭研究作出的估計

濃縮中藥配方顆粒產品受食品藥品監管總局監管，歸入中藥飲片市場。根據歐睿報告，濃縮中藥配方顆粒產品於中國中藥飲片市場的市場份額由二零一零年的3.4%增至二零一四年的4.0%，預計會進一步由二零一五年的4.1%增至二零一九年的4.6%。

五間獲食品藥品監管總局授權的濃縮中藥配方顆粒產品生產商中的部分將成立新的生產廠房及／或原材料種植基地來擴大製造優質濃縮中藥配方顆粒產品的產能。由於消費者對濃縮中藥配方顆粒產品益處的認知提高，因此中國濃縮中藥配方顆粒產品市場將繼續穩固增長。國家「十二五」規劃及《中藥配方顆粒管理暫行規定》對中國濃縮中藥配方顆粒產品市場的進一步發展提供指引。

准入門檻

進入中國濃縮中藥配方顆粒產品市場的門檻較高，主要包括以下方面：

- **嚴格的供應鏈要求。**生產濃縮中藥配方顆粒產品的中藥材須符合中國藥典的要求。獲食品藥品監管總局授權的濃縮中藥配方顆粒產品生產商被進一步引導直接從相關原產地購買中藥材，以更好地控制原材料的質量及安全。此外，獲食品藥品監管總局授權的濃縮中藥配方顆粒產品生產商平均需要300至500種中藥材，以滿足中國醫院方面的基本需求。

行業概覽

- 高昂的生產成本。採購及加工300至500種中藥材的存貨成本通常較高。由於產品種類繁多，濃縮中藥配方顆粒產品生產商須具備強大的生產規劃能力，以優化其生產設施的使用。
- 在現有醫院銷售渠道推出新品牌方面遭遇困難。在多個直轄市及省份，濃縮中藥配方顆粒產品僅可由二級或以上的醫院開出。由於每間醫院通常僅接納兩至三種品牌的濃縮中藥配方顆粒產品，因此新參與者難以在中國現有醫院銷售渠道建立其品牌知名度。

競爭格局

根據歐睿報告，中國濃縮中藥配方顆粒產品市場高度集中。按二零一四年的處方價值計算，三大市場參與者在中國濃縮中藥配方顆粒產品市場佔主導地位，合共擁有87%的市場份額，主要由於市場准入門檻較高。二零零八年，食品藥品監管總局批准六名濃縮中藥配方顆粒產品製造商及競爭對手A1(下文所列)收購另一名濃縮中藥配方顆粒產品製造商。於二零一四年十二月三十一日，該市場上僅有五間獲食品藥品監管總局授權的濃縮中藥配方顆粒產品生產商，包括以下：

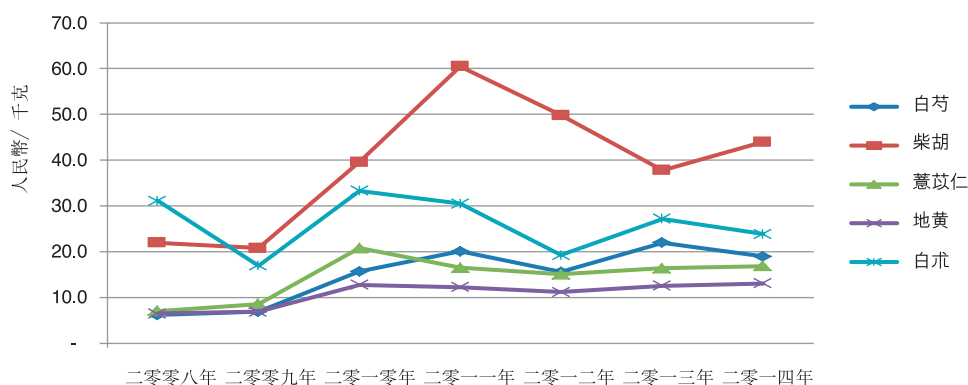
- 競爭對手A1。該公司以揮發油提取、低溫濃縮及超細粉碎的現代化生產設備、先進的測試設備及塑料複合膜包裝線運作獲GMP認證的生產設施。該公司亦擁有獲GAP認證的種植基地。該公司有強大的產品研發實力。該公司的銷售及分銷網絡遍佈中國，集中於華東地區。
- 競爭對手B1。該公司以細磨的現代化生產設備及先進的測試設備運作獲GMP及GSP認證的生產設施。該公司品牌有強大的市場知名度。該公司的母公司向其提供強大的財務及技術支持。該公司的銷售及分銷網絡遍佈中國，集中於華南地區。
- 競爭對手C1。該公司以先進的測試設備運作全自動生產設施。該公司已開發濃縮中藥配方顆粒產品診所管理系統。該公司亦與中國的學術機構關係緊密。該公司的母公司向其提供強大的財務及技術支持。該公司的銷售及分銷網絡遍佈中國，集中於華北地區。
- 競爭對手D1。該公司以先進的測試設備(如美國進口的Waters 2965高效液相色譜儀以及日本進口的氣相色譜儀及薄層色譜掃描儀)、現代化的生產設備(如超臨界二氧化碳萃取設備)及膜分離包裝設備運作獲GMP認證的生產設施。該公司亦擁有獲GAP認證的種植基地。該公司已開發一個自動化的濃縮中藥配方顆粒產品配藥系統。該公司有強大的產品研發實力。該公司的銷售及分銷網絡遍佈中國，集中於中國中西部地區。

行業概覽

根據歐睿報告，按二零一四年處方價值計，我們於中國濃縮中藥配方顆粒產品市場佔5%市場份額。在食品藥品監管總局許可的五名濃縮中藥配方顆粒產品製造商中，我們提供最全面的濃縮中藥配方顆粒產品。根據香港中醫藥管理委員會的資料，我們亦為製造及在香港銷售複方產品的唯一獲食品藥品監管總局許可的濃縮中藥配方顆粒產品製造商。此外，根據美國藥典委員會的資料，我們為若干濃縮中藥配方顆粒產品獲美國藥典認證的唯一獲食品藥品監管總局許可的濃縮中藥配方顆粒產品製造商。根據美國藥典委員會的資料，在中國獲食品藥品監管總局許可的五名濃縮中藥配方顆粒產品製造商中，我們為產品獲美國藥典認證及認可的唯一濃縮中藥配方顆粒產品製造商。此外，根據中國合格評定委員會的資料，我們為測試實驗室獲中國合格評定委員會根據相關ISO 17025標準核實並合資格透過內部中國合格評定委員會ISO 17025實驗室發佈獲70多個國家認可的安全報告的唯一獲食品藥品監管總局許可的濃縮中藥配方顆粒產品製造商。

主要原材料及最終產品

中國有許多用於生產濃縮中藥配方顆粒產品的主要中藥材。下圖列示二零一零年至二零一四年生產濃縮中藥配方顆粒產品最常使用的五種中藥材的中國平均購買價。該等五種中藥材的平均購買價分別於二零一零年至二零一一年及二零一三年及二零一四年有所增加，主要是由於中國若干主要種植區出現乾旱所致。有關價格於二零一一年至二零一二年有所減少，原因是中藥材的生產恢復至正常水平。



資料來源：www.ZYCTD.com

中國500多種濃縮中藥配方顆粒產品的售價範圍廣泛，視乎有關產品的種類、包裝及品牌而定。允許在中國銷售的唯一類型濃縮中藥配方顆粒單方產品的價格有很大差異。於最後實際可行日期，200克包裝的濃縮中藥配方顆粒單方產品的價格介於人民幣幾元至人民幣幾千元。中國濃縮中藥配方顆粒產品的價格於往績記錄期保持相對穩定。歐睿已確認，難以獲得在中國銷售的濃縮中藥配方顆粒產品的平均售價。

行業概覽

中國中藥保健品市場

有關相關市場規模及前景的進一步詳情，請參閱「—中國的中藥市場—市場規模及前景」分節。

增長動力

根據歐睿報告，中國中藥保健品市場的主要增長動力包括以下各項：

- *消費者的健康意識不斷增強。*由於中藥的概念深深根植在文化中，中國消費者對中藥保健品獨具偏好。此外，不同年齡群體的中國消費者越來越關注其健康狀況，彼等購買多種中藥保健品來增加能量及強化免疫系統。中醫保健公司得益於不斷增加的消費者需求。
- *網絡銷售渠道興起。*隨著電子商務的出現，越來越多的中藥保健品生產商已開設自營網絡零售店或透過網絡銷售平台銷售其產品，以獲得年輕一代的終端消費者及增加產品銷售。

競爭格局

根據歐睿報告，由於大量生產商提供種類繁多的產品，故中國中藥保健品市場高度分散，市場上有成百上千名生產商。我們將營銷資源主要集中於在香港銷售中藥保健品。我們僅在中國銷售極少部分的金靈芝®產品。

主要原材料及最終產品

中國的主要藥材及相關主要中藥保健品種類繁多，單價迥異，介乎幾元至上千元人民幣不等。歐睿確認，中國的中藥保健品的平均售價難以得出，主要原因是：(i)中國的中藥保健品市場較為分散，有大量中藥保健品生產商向終端消費者提供種類繁多的產品；及(ii)該等中國生產商提供的不同中藥保健品因產品類型、包裝及品牌以及藥材質量等級不同而售價迥異。例如，於最後實際可行日期，冬蟲夏草中藥保健品的價格達幾千元人民幣，而部分普通中藥保健品(如決明子或金銀花保健品)的價格則低於每瓶人民幣10元。

行業概覽

資料來源

我們已委聘獨立第三方歐睿編製有關評估香港及中國內地濃縮中藥配方顆粒產品及中藥保健品市場的報告，以供編製本文件。本節所披露資料摘錄自該報告（「歐睿報告」），並經歐睿同意而刊發。歐睿於一九七二年創立，是提供有關行業、國家及消費者業務信息的私人獨立提供商。本公司就編製及刊發該報告支付予歐睿的總代價為57,000美元，而不論歐睿報告的結果如何，現正支付有關代價。

歐睿主要進行次要研究及初步研究，以編製其報告。次要研究涉及審閱刊發來源，包括香港及中國內地的統計局、專業出版社及協會、我們的經審核財務報表（如有）、獨立研究報告及基於其研究數據庫的資料。初步研究涉及與領先行業參與者及行業專業進行訪談，以取得最新資料及對未來趨勢的洞察，從而證實及交叉檢查數據及研究估計的一致性。歐睿已使用多種次要及初步資料來源證實所收集的數據或資料。此外，歐睿對每名受訪者的資料及意見與其他人士所提供資料及意見進行查驗以及應用於確保可靠性及避免偏見。

歐睿預測時曾考慮的因素包括(i)宏觀經濟及調控；(ii)市場過往發展分析；(iii)經濟環境及相關市場推動因素；(iv)現成行業數據；及(v)與行業專家的訪談。該等預測乃基於若干假設，包括(i)預期中國經濟於預測期間保持穩步增長；(ii)預期中國社會、經濟及政治環境於預測期間保持穩定；(iii)於預測期間將不會出現影響香港及中國內地中藥產品（其中包括濃縮中藥配方顆粒產品及中藥保健品）供需的金融危機或原材料短缺的外部衝擊；及(iv)主要市場動力（如對濃縮中藥配方顆粒產品的不斷增長的消費者認知、人口老齡化不斷增長、政府對濃縮中藥配方顆粒產品及中藥保健品行業的支持）預計會繼續推動香港及中國內地相關市場的發展。董事及獨家保薦人基於上述假設及因素合理審慎地審核及與歐睿討論，認為彼等信納並無誤導性資料或披露有關資料時有任何重大遺漏。

所有統計數據均屬可靠並以歐睿報告日期的可得資料為基準。其他資料來源（包括政府、貿易協會或市場參與者）或已提供分析或數據所依據的部分資料。於最後實際可行日期，董事經合理審議後確認，自歐睿報告日期起，市場資料並無出現可能會限定、否定本節所載資料或對其造成影響的任何不利變動。