

本節載有若干統計數字、業內數據或其他資料，均源自政府、官方或其他公開資料來源以及Euromonitor刊發的研究報告。我們相信該等資料的來源屬有關資料的適當來源，並已合理審慎地摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信該等資料屬虛假或有誤導成份，或遺漏任何事實導致該等資料屬虛假或有誤導成份。我們、獨家保薦人、獨家全球協調人、包銷商或任何彼等各自的董事、高級職員、聯屬公司、顧問或代表或參與全球發售的任何其他各方並無獨立核實該等資料，而該等資料或與其他公眾可獲得的資料有所出入。我們、獨家保薦人、獨家全球協調人、包銷商或任何彼等各自的董事、高級職員、聯屬公司、顧問或代表或參與全球發售的任何其他各方概不就該等資料的準確性、完整性或公平性發表任何聲明。因此，不應過份依賴該等資料。

### 緒言

我們主要於中國、香港及澳門的纖體美容行業經營業務，我們特別專注發展中國市場。鑒於中國坐擁約13億人口，董事相信，中國纖體美容市場發展潛力巨大。我們亦相信，中國的纖體美容行業表現受多項因素推動，包括中國經濟增長以及城鎮家庭人均收入節節上升。

### 委託EUROMONITOR編製的報告

就全球發售而言，我們已委任獨立第三方Euromonitor在不受我們的影響下就中國美容纖體業進行詳盡的市場分析，並提交有關報告。我們編製本招股章程時依賴Euromonitor報告。Euromonitor提供的Euromonitor報告及服務合約總額為20,000美元，上市與否或Euromonitor報告內取得的結果如何，均與上述付款無關。我們並無委託編製其他特定報告，以載入本招股章程內。

日期為二零一一年六月三十日的Euromonitor報告包括(其中包括)二零零五年至二零一零年期間歷史數據，以及二零一一年至二零一五年期間的預測。Euromonitor的研究主要為由上而下進行的中央研究，輔以由下而上的資訊，以更全面準確地呈列中國纖體市場的情況。Euromonitor已評估可公開取得的相關背景資料，並將該等來源與現有資料及我們所知作對照。Euromonitor亦曾與多個組織進行貿易訪談，以納入多方意見及增加準確性。該等組織包括纖體中心、貿易組織、貿易新聞稿來源、政府數據及其他第三方。為核實所收集的所有數據及資料，亦會檢查多個二手及一手資料來源，避免依賴任何單一資料來源。

---

## 行業概覽

---

為確保預測的準確性，Euromonitor採用其慣常的數量及質量預測。此等預測讓Euromonitor能一方面設定市場規模及增長趨勢等數值，從而提供詳盡深入的過去及未來市場發展審閱，並(在可能情況下)同時與既有的政府或行業數字及交易訪談作出反覆確認。

董事已審閱Euromonitor編製截至二零一五年的預測時所採納的假設，並認為假設屬公平合理。

Euromonitor(代表其本身)、其附屬公司及單位確認，Euromonitor報告乃於其日常業務過程中編製，獨立於我們，及不受我們影響，並同意本集團引述Euromonitor報告，並將Euromonitor報告所載資料用於本招股章程內，迄今並無撤回其同意。

本招股章程載列若干摘錄自Euromonitor報告的資料，該等資料載於本招股章程「概要」、「行業概覽」、「業務」及「財務資料」。

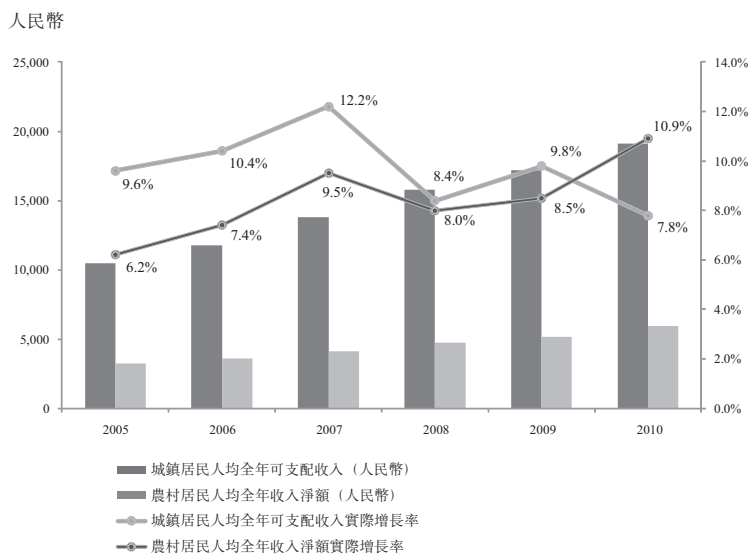
### 中國

#### 經濟概覽

自二零零五年至二零零七年，中國的國內生產總值按超過10%的比率迅猛增長，二零零七年增長率更創下歷史新高，達13%。自二零零八年至二零零九年，中國的國內生產總值增長率分別下跌約9.0%及8.7%。由於全球經濟復甦，二零一零年中國國內生產總值增長率回升至約10.3%。

人民生活水平亦穩步上升，尤其是城鎮家庭的水平升幅更為顯著。於二零零五年至二零一零年期間城鎮家庭可支配收入增長增加，顯示中國人口的購買力正穩步攀升。

### 中國居民人均收入及增長率：二零零五年至二零一零年歷史數據

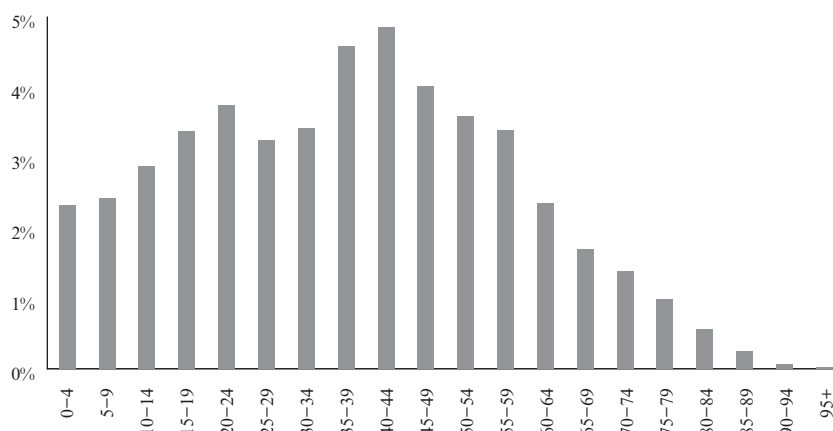


資料來源：中國國家統計局

### 女性人口

中國44-49歲的組別佔女性人口最大百分比，隨後是35-39歲的組別、45-49歲的組別、20-24歲的組別及50-54歲的組別。五大年齡組別佔女性總人口約42.3%。

### 中國女性分佈



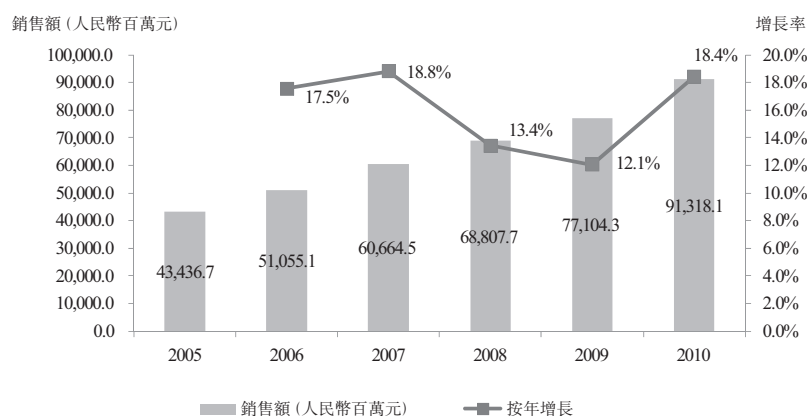
資料來源：中國國家統計局

## 中國美容纖體行業

### 美容中心服務的市場規模

隨著中國經濟發展蓬勃，中國人民收入水平節節上升，中國的美容中心正處於迅速增長階段，二零零五年至二零一零年服務銷售額的複合年增長率為16.0%。於二零一零年，美容中心服務的總銷售額約達人民幣913億元，較二零零九年增加18.4%。

中國美容中心服務的市場規模：二零零五年-二零一零年歷史數據



資料來源：Euromonitor報告

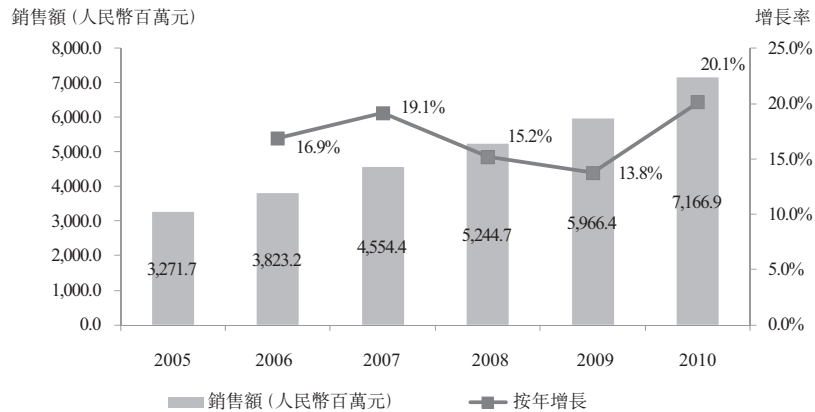
### 纖體行業的市場規模

根據Euromonitor報告顯示，比較所有美容中心(包括美容院)，中國的塑形纖體業相對幼嫩，按服務銷售額計算於二零一零年佔整體美容中心約7.9%。由於塑形纖體業的增長相對整體美容中心為快，故自二零零七年起塑形纖體的份額一直飆升。

自二零零五年至二零一零年，中國的塑形纖體業整體迅猛增長，服務銷售額的複合年增長率為17.0%。儘管二零零八年及二零零九年增長率因二零零八年底爆發金融危機而輕微下跌，然而，二零一零年市場迅速增長，服務銷售額的按年增長率為20.1%。此乃由於纖體中心擴充迅速，且中國的纖體服務需求殷切。於二零一零年，塑形纖體業的服務銷售額約達人民幣72億元，而二零零九年為人民幣60億元。

## 行業概覽

### 中國纖體行業的市場規模：二零零五年-二零一零年歷史數據



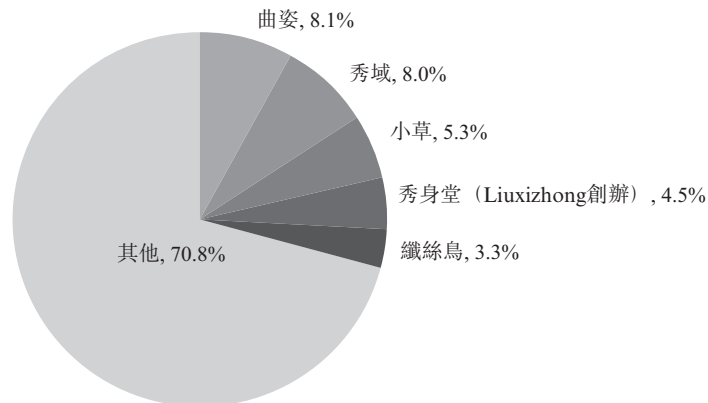
資料來源：Euromonitor報告

### 競爭

#### 五大品牌市場份額

中國塑形及纖體市場相當分散，五大品牌佔二零一零年服務總銷售額約29.2%。目前，市場尚欠具備高品牌知名度、宏大地域覆蓋及龐大市場佔有率的國內領先品牌。曲姿為領先品牌，秀域及小草緊隨其後，市場佔有率分別為8.1%、8.0%及5.3%。市場上大部分品牌仍集中在特定區域。

#### 中國五大塑身纖體品牌的市場佔有率



資料來源：Euromonitor報告

### 領先經營商的市場定位

中國大部分塑形纖體品牌均為大眾品牌，其目標客戶為中低收入水平的消費者，每個療程定價為人民幣5,000元以下。所有五大品牌均為大眾品牌。然而，隨著中國消費者的收入水平節節上升，越來越多如本集團等高級品牌(大多為外國品牌)打進中國市場。該等高級品牌的目標客戶為高收入水平的消費者，每個療程一般定價為人民幣5,000元以上。根據Euromonitor報告顯示，由於中國消費者整體趨向轉用高級產品，預期高級品牌(目前由外國品牌主導)將從大眾品牌吸納更多市場份額。

### 本集團競爭形勢

董事相信，我們在以下方面具有競爭力，能在中國市場上主要競爭對手中脫穎而出：

#### 1. 價格

根據Euromonitor報告顯示，大部分塑身纖體品牌(包括中國五大品牌)均為大眾品牌，而現時中國塑身纖體市場以地方品牌為主。我們的品牌「Perfect Shape必瘦站」等高級品牌(以外國品牌居多)主攻高收入水平的消費者，一般每套療程定價在人民幣5,000元以上。此外，高級品牌可負擔名人代言的高昂市場推廣開支，更易攫取消費者認同，予人信任之感。

#### 2. 服務特色

根據Euromonitor報告顯示，中國傳統針灸及按摩廣為地方纖體中心採用，以作為纖體塑身方法。我們的纖體計劃結合先進纖體美容儀器與按摩療程。此外，我們以提供度身訂造纖體服務引以為傲。我們根據客戶的目標及身體狀況向其建議最合適纖體療程，並於整個纖體過程中密切監察和跟進每名客戶的進度。

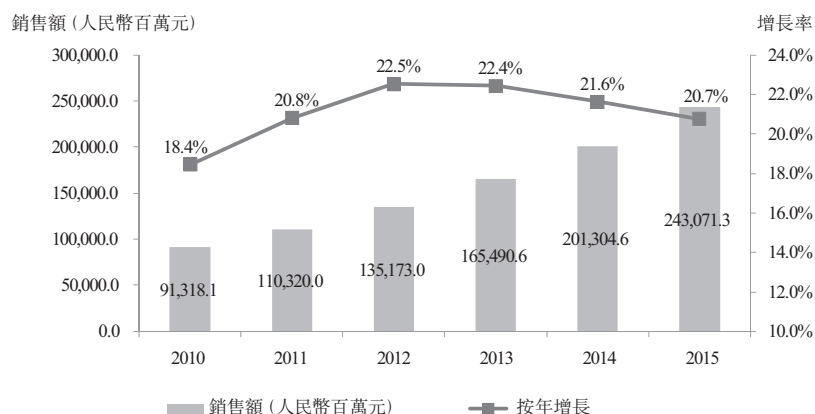
#### 3. 營運環境

我們的服務中心往往位處優越地段的黃金商業區及／或高尚購物商場及辦公室樓宇及／或高檔百貨公司，交通便利，並置有全面的纖體美容儀器，為客戶提供滿意的服務。

### 增長預測

按服務銷售值計算，於二零一零年美容中心的市場規模估計由約人民幣913億元增長至二零一五年約人民幣2,431億元，複合年增長率為21.6%。

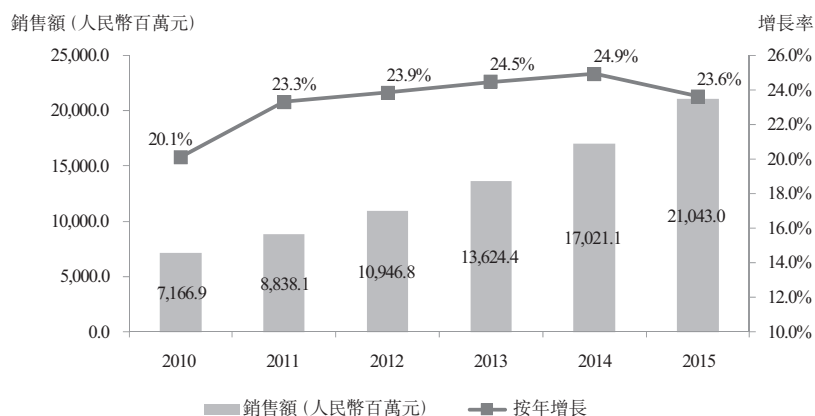
**中國美容業的市場規模：二零一零年至二零一五年預測**



資料來源：Euromonitor報告

中國的塑形纖體相較整體美容中心的份額預期持續增長，按服務銷售額計算預測於二零一五年佔整體美容中心約8.7%。中國的塑形纖體服務的銷售額估計由二零一零年約人民幣72億元增加至二零一五年的人民幣210億元，複合年增長率為24.0%。

**中國纖體中心的市場規模：二零一零年至二零一五年預測**



資料來源：Euromonitor報告

### 纖體行業的市場趨勢

根據Euromonitor報告指出，地方品牌目前主導中國塑形纖體市場，而包括我們在內的外地品牌在過去幾年不斷力求在中國快速拓展。

連鎖纖體中心較獨立纖體中心增長迅速，此乃由於連鎖纖體中心擁有較高知名度，管理技巧較卓越，觀感上較為可靠。

就纖體療程的類別而言，地方纖體中心一直廣泛使用傳統的中國針灸及按摩，作為塑形纖體方法。然而，近年來，越來越多纖體中心一併運用纖體儀器及傳統針灸或按摩方法。

由於纖體行業極度分散，營銷或作為提高客戶對品牌知名度的工具。名人擔任代言人已變成趨勢，特別是對高級品牌更為普遍，其可負擔昂貴的市場推廣開支。有名人擔任代言人的品牌更容易取得消費者認同，且觀感上較為可靠。

### 纖體行業增長的主要推動因素

隨著中國女性社會地位逐漸向上，現今中國女性更注重外表，且花費更多在纖體服務上。中國消費者的可支配收入越漸攀升，使得越來越多消費者負擔得起纖體服務。此外，中國消費者對減肥藥的安全性日益謹慎，許多消費者已轉向光顧纖體中心。在纖體中心，她們毋須使用藥物纖體。

此外，中國有極多癡肥及超重人口，顯示出纖體行業存在龐大潛在需求。根據於二零零九年三月十一日在搜瘦網([www.soosou.com](http://www.soosou.com))刊登由國際減肥美體行業協會(ISFA)專家委員會發表的「國內外癡肥預防及治療行業的新趨勢」指出，中國的癡肥人口已超過1億人，而超重人口則達2億人。

纖體中心推出眾多的促銷、廣告及折扣是推動中國塑形纖體增長的另一因素。鑒於互聯網購物十分流行，若干纖體中心亦透過網上團體購買代理提供折扣及贈券。高級品牌一般選擇名人擔任代名人作為廣告。

目前，中國塑形纖體市場仍在發展當中，纖體中心的滲透率仍然偏低，特別是次級城市。為接觸更多消費者及擴大客戶基礎，許多連鎖纖體中心嘗試透過開設更多分店擴充業務。此外，許多經營商亦嘗試打進中國市場。



## 香港

### 經濟概覽

香港經濟於過去數年一直穩步增長，並逐漸從二零零八年的全球金融危機復甦過來。香港的本地生產總值(以二零零八年環比物量計算)由二零零一年1,181,605百萬港元增加至二零一零年1,743,465百萬港元，複合年增長率4.4%。

香港人均本地生產總值(以二零零八年環比物量計算)由二零零一年175,893港元增加至二零一零年246,677港元，複合年增長率3.8%。這顯示香港的生活水平整體向好。

#### 二零零一年至二零一零年香港本地生產總值及人均本地生產總值 (以二零零八年環比物量計算)

	二零零一年	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年
本地生產總值(百萬港元) (以二零零八年環比物 量計算)	1,181,605	1,203,359	1,239,532	1,344,477	1,439,695	1,540,758	1,639,204	1,677,011	1,632,275	1,743,465
人均本地生產總值(港元) (以二零零八年環比物 量計算)	175,983	178,431	184,158	198,198	211,310	224,695	236,677	240,339	233,059	246,677

資料來源：香港政府統計處

香港個人消費開支過去數年呈現穩步上揚趨勢。香港的個人消費開支(以二零零八年環比物量計算)由二零零一年806,198百萬港元增加至二零一零年1,088,618百萬港元，複合年增長率3.4%。

#### 二零零一年至二零一零年香港個人消費開支 (以二零零八年環比物量計算)

	二零零一年	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年
個人消費開支(百萬港元) (以二零零八年環比物 量計算)	806,198	799,074	788,550	843,659	868,970	920,456	999,056	1,022,862	1,029,164	1,088,618

資料來源：香港政府統計處

## 行業概覽

### 女性人口

我們主要目標客戶為女性。至二零一零年底香港女性總人口為370萬人。具體而言，45-49歲的組別佔女性人口最大百分比，隨後是40-44歲的組別、35-39歲的組別、50-54歲的組別及30-34歲的組別。五大年齡組別佔女性總人口44.3%。

年齡組別	二零一零年香 港女性人口 (千)	二零一零年香 港總人口 (千)
15歲以下	409.7	848.5
15-19歲	209.8	431.2
20-24歲	232.9	453.5
25-29歲	309.6	539.0
30-34歲	325.1	551.0
35-39歲	332.2	570.0
40-44歲	334.2	583.1
45-49歲	359.2	661.6
50-54歲	325.2	641.0
55-59歲	252.5	501.3
60-64歲	193.7	391.5
65歲以上	496.3	925.9
<b>所有年齡組別</b>	<b><u>3,780.4</u></b>	<b><u>7,097.6</u></b>

資料來源：香港政府統計處

### 按每月受薪收入劃分的受僱女性

二零零九年香港的受僱女性總數約有120萬人。每月收入達30,000港元或以上的女性數目有上升跡象。於二零零五年，香港每月收入達30,000港元或以上的女性數目為118,300。於二零零九年增加至157,200，複合年增長率7.4%。

## 行業概覽

董事相信，上述趨勢顯示香港的高收入女性數目日益增加。該女性組別注重優質服務及產品，並有能力支付奢華美容及保健服務及產品。下表載列自二零零五年至二零零九年按每月受薪收入分類的香港受僱女性數目。

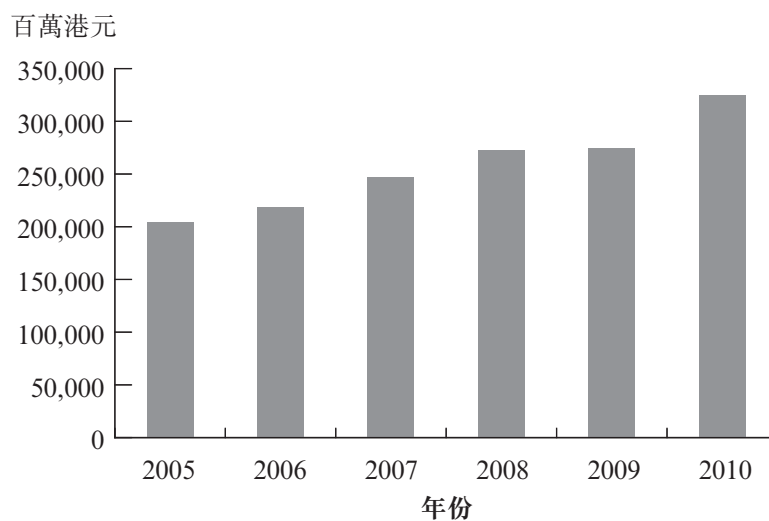
受僱女性的每月受薪收入(港元)	二零零五年 (千)	二零零六年 (千)	二零零七年 (千)	二零零八年 (千)	二零零九年 (千)
6,000–6,999	119.3	113.9	117.6	121.0	120.5
7,000–7,999	105.7	104.6	112.4	113.7	113.9
8,000–8,999	100.2	102.1	106.0	114.4	123.2
9,000–9,999	75.1	84.9	86.3	90.8	84.8
10,000–14,999	234.5	240.9	246.8	259.0	258.7
15,000–19,999	129.6	136.9	144.6	148.1	144.7
20,000–29,999	123.6	132.9	144.5	157.1	156.2
≥30,000	<u>118.3</u>	<u>135.7</u>	<u>143.8</u>	<u>156.7</u>	<u>157.2</u>
受僱女性總數	<u>1,006.3</u>	<u>1,051.9</u>	<u>1,102</u>	<u>1,160.8</u>	<u>1,159.2</u>

資料來源：香港政府統計處

### 化妝品及個人護理產品的開支

香港的零售銷售總額穩步上揚，由二零零五年204,372百萬港元增加至二零一零年324,966百萬港元，複合年增長率為9.7%。香港零售銷售量指數(按二零零四年十月至二零零五年九月的平均每月指數為100計)由二零零五年的101.3上升至二零一零年的141.9。

香港零售銷售總額



資料來源：香港政府統計處

香港化妝品及個人護理產品的平均每月家庭開支亦穩步上升，由二零零四／二零零五年度225港元增加至二零零九／二零一零年度233港元。