
業 務

概覽

我們是一名實力雄厚的纖體美容服務供應商，在中國、香港及澳門經營針對中高檔客戶的知名品牌「必瘦站」。我們植根香港，於往績記錄期間，在中國市場錄得顯著增長。經過多年發展，我們「必瘦站」品牌備受認同，成為優質有效纖體服務的代表。我們歷年來屢創佳績，足證品牌備受認同，如「香港超級品牌」及「中國消費者最喜愛香港品牌金獎品牌」。我們贊助香港大型選美賽事，為二零零八年香港小姐賽事的「二零零八年香港小姐競選大會指定纖體中心贊助商」、二零零九年國際大中華小姐賽事的「大會指定纖體中心贊助商」、二零零九年亞洲小姐（中國區）纖體顧問，凡此種種均為我們為增進品牌知名度進行的廣告及推廣活動。有賴我們在中國成功拓展，我們在過去幾年不斷增長。收益由截至二零零九年三月三十一日止年度的236,300,000港元增至截至二零一一年三月三十一日止年度的309,000,000港元，年複合增長率為14.4%。截至二零一一年七月三十一日止四個月，收益由二零一零年同期的100,900,000港元上升至134,500,000港元。權益持有人應佔利潤由截至二零零九年三月三十一日止年度的28,600,000港元增至截至二零一一年三月三十一日止年度的50,300,000港元，年複合增長率為32.6%。截至二零一一年七月三十一日止四個月，權益持有人應佔利潤由二零一零年同期的14,300,000港元上升至28,900,000港元。

服務及產品

我們提供約100種針對身體各部位的纖體療程，所用儀器、纖體產品及按摩技巧不僅著重減重管理，並且強調身段的塑造及維持。我們對提供度身訂造的纖體服務深感自豪，會依據客戶的目標及身體狀況推薦最適合的纖體療程。我們的纖體顧問及營養師會參予其中，密切監察及跟進每位客戶整個纖體計劃進展。連醫學美容療程在內，我們提供約80種美容療程，可分為針對身體不同部位的療程，例如面部療程、頸部療程、眼部療程、手部療程及胸部療程，並加上水療及按摩服務，以不同的機器及美容產品配合客戶各項需要。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，提供纖體美容服務的收益分別為143,300,000港元、148,500,000港元、203,000,000港元及83,700,000港元，佔總收益的60.6%、63.2%、65.7%及62.2%。

業 務

為配合我們的服務，我們於旗下服務中心出售約10種纖體美容產品，其中7種為纖體產品，3種為美容產品。我們自獨立製造商採購纖體美容產品，並以我們的品牌標籤及出售製成品。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們銷售上述產品的收益分別為7,000,000港元、13,600,000港元、32,800,000港元及15,600,000港元，佔總收益3.0%、5.8%、10.6%及11.6%。鑒於中國高檔纖體美容產品需求日趨上升，董事認為，銷售纖體美容產品將成為我們未來增長的推動力之一。

服務中心及會員

我們在中國、香港及澳門覆蓋宏大。於最後實際可行日期，我們為香港高檔纖體美容服務品牌之一，經營57家服務中心，44家坐落在中國10個主要城市，包括上海、廣州、深圳、北京、東莞、佛山、成都、南京、天津及重慶，12家位於香港，一家位於澳門。我們的服務中心主要位處中國頂級商業區。舉例而言，我們分別在位於北京、廣州及深圳的東方廣場、正佳廣場及金光華廣場經營三家旗艦中心，另於二零一一年十月在上海恒隆廣場開設一家新的旗艦中心。我們的服務中心分為旗艦中心及標準中心兩類。位處黃金地段的高尚購物商場或高檔百貨公司的服務中心歸類為旗艦中心，其餘則歸類為標準中心。我們擁有及經營所有標準及旗艦中心，兩者提供的服務並無重大分別。於最後實際可行日期，我們的旗艦中心及標準中心的平均面積分別約為422.58平方米及195.01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

以下載列於最後實際可行日期我們的服務中心列表：

地點	服務中心數目		總計
	標準中心	旗艦中心	
中國			
● 上海	10	2	12
● 廣州	7	3	10
● 深圳	4	2	6
● 北京	5	1	6
● 東莞	3	—	3
● 佛山	1	—	1
● 成都	2	—	2
● 南京	1	—	1
● 天津	1	—	1
● 重慶	2	—	2
香港 (附註)	9	3	12
澳門	1	—	1
總計	46	11	57

附註：我們的香港服務中心位於中環、銅鑼灣、旺角、荃灣、尖沙咀、屯門、元朗、沙田及大埔。

我們以折扣向客戶提供預繳套票，藉此推廣纖體美容服務。根據我們中國、香港及澳門法律顧問表示，除北京工商行政管理局頒佈的北京市消費類預付費服務交易合同行為指引（詳情載於本文件「法律及法規 — 有關保障消費者權益的法律與法規」）外，香港消費者委員會、澳門消費者委員會及中國、香港及澳門類似組織並無頒佈有關銷售預繳套票的指引。董事相信，此預繳經營模式既能讓我們提高客戶忠誠度，亦可與客戶建立長期關係。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們出售預繳套票分別為數達229,200,000港元、232,500,000港元、306,200,000港元及118,300,000港元。

預繳套票通常具一年有效期。作為忠誠度計劃的一部分，為提升口碑，刺激新高級套票的銷售，鞏固客戶忠誠度及與客戶建立長期關係，我們可酌情允許客戶在現有套票到期前將現有纖體美容套票升級至新高級套票。董事相信，升級安排亦為客戶提戶另一個選擇，不必捨棄現有套票的未動用價值，也可體驗最新纖體技術。現有套票到期後，不可升級。套票升

業 務

級時，現有套票合同將告終止，我們與相關客戶將就新高級套票簽訂新合同。客戶須支付新高級套票與未動用現有套票的價值差額。簽訂新合同後，新高級套票有效期將由新合同日期起計一年。有關忠誠度計劃的詳情，請參閱本節下文「業務 — 營銷 — 營銷與銷售 — 向客戶提供的忠誠度計劃」。在銷售時，我們將預繳套票於資產負債表入賬為遞延收益。於二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日，以及二零一一年七月三十一日，遞延收益分別為118,300,000港元、122,400,000港元、148,700,000港元及147,000,000港元。就財務申報目的而言，當提供服務療程予客戶時，我們不時於收益表確認預繳套票為銷售收益。關於尚待提供服務的金額將入賬為負債。由於客戶在屆滿日期以後，將無權享用服務，我們將購買日期逾一年的預繳套票全數於收益表確認為逾期預繳套票收益。於往績記錄期間，我們嚴格執行收益確認政策，概無預繳套票在屆滿後延期或重續。根據我們預繳套票業務模式的過往經營歷史所示，董事相信，我們得以鞏固未來收益。

本集團在香港、澳門及中國分別擁有近八年、四年及三年經營歷史。根據董事經驗及過往經營業績顯示，一家新服務中心達致收支平衡一般需時約6至12個月。我們積累穩固的客戶基礎，此舉對我們業務增長至為重要。於最後實際可行日期，[我們在中國、香港及澳門分別擁有約38,000名、48,000名及4,000名會員]。我們的客戶基礎穩固，給予新客戶信心之餘，客戶隨口碑光顧也為我們另添市場機遇。截至二零一一年三月三十一日活躍會員（即該年享用我們纖體美容服務的會員）於中國、香港及澳門分別為17,714名、9,105名及2,269名。於二零一一年三月三十一日，在活躍會員中，中國、香港及澳門分別有12,623名、4,231名及890名會員未動用本集團預繳套票。

我們相信，我們已成功建立「必瘦站」品牌，使我們在一眾競爭對手之中脫穎而出。背靠「必瘦站」品牌的成功，我們可收取可觀價格，並把服務與高檔市場接軌。此外，這為我們在中國再行拓展紮穩根基。

我們相信，我們結合以下各項：(i)在中國、香港及澳門深獲認同、覆蓋宏大的品牌；(ii)在增長迅猛的龐大中國市場上利用品牌管理及強大執行能力發展，往績斐然；及(iii)穩固的客戶基礎，形成成為一名中國市場翹楚必需的策略性優勢。

業 務

我們在中國拓展

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龐大。預期纖體美容服務需求隨同中國經濟快速增長及中國整體生活水準持續改善而上升。根據Euromonitor報告顯示，按服務銷售額計算，美容中心服務的市場規模估計由二零一零年約人民幣91,300,000,000元增加至二零一五年約人民幣243,100,000,000元，年複合增長率為21.6%。

為把握中國龐大纖體美容市場迅猛增長所帶來的眾多商機，我們深圳首家服務中心於二零零九年開業，自此，在中國大事拓展本身知名品牌「必瘦站」的服務中心網絡，成功實現以下驕人經營及財務表現：

- 於二零一零年一月一日前在中國成立的四家服務中心的門店銷售由二零一零年第一季的7,900,000港元上升至二零一一年第一季的14,800,000港元，增幅為87.3%；
- 我們的中國纖體美容服務中心總數由二零零九年三月三十一日的單一城市一家增至最後實際可行日期的10個城市44家，增幅達43倍；
- 我們在中國的會員數目由二零零九年三月三十一日約600名增至最後實際可行日期約38,000名，增幅為約為63倍；
- 我們來自中國業務的收益由截至二零零九年三月三十一日止年度的1,900,000港元（佔同年總收益0.8%）上升至截至二零一一年三月三十一日止年度的162,900,000港元（佔同年總收益52.7%），增幅為85倍；
- 權益持有人應佔純利由截至二零一零年三月三十一日止年度的29,500,000港元增至截至二零一一年三月三十一日止年度的50,300,000港元，增幅為70.3%。

我們將持續大事拓展中國業務營運。為把握中國纖體市場蓬勃增長，我們擬於截至二零一五年三月三十一日止四個年度在中國成立106家新服務中心。

受惠於纖體美容服務市場持續增長，加上我們在中國實施進取的擴充計劃，我們定下目標，擬於截至二零一二年三月三十一日止年度將中國業務收益貢獻佔總收益百分比提升至約80%。

業 務

我們的競爭優勢

我們過往成功及未來增長基礎有賴以下主要競爭優勢：

憑卓越執行能力探索增長迅猛的龐大中國纖體美容市場

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龐大。預期纖體美容服務需求隨同中國經濟快速增長及中國整體生活水準持續改善而上升。

根據Euromonitor報告顯示，按服務銷售額計算，美容中心服務的市場規模估計由二零一零年約人民幣91,300,000,000元增加至二零一五年約人民幣243,100,000,000元，年複合增長率為21.6%。

我們是一名實力雄厚的纖體美容服務供應商，在中國、香港及澳門經營針對中高檔客戶的知名品牌「必瘦站」。為把握中國龐大纖體美容市場迅猛增長所帶來的眾多商機，我們深圳首家服務中心於二零零九年開業，自此，在中國大事拓展本身知名品牌「必瘦站」的服務中心網絡，成功在往績記錄期間實現以下驕人經營及財務表現：

- 於二零一零年一月一日前在中國成立的四家服務中心的門店銷售由二零一零年第一季的7,900,000港元上升至二零一一年第一季的14,800,000港元，增幅為87.3%；
- 我們的中國纖體美容服務中心總數由二零零九年三月三十一日的單一城市一家增至最後實際可行日期的10個城市44家，增幅達43倍；
- 我們在中國的會員數目由二零零九年三月三十一日約600名增至最後實際可行日期約38,000名，增幅為約為63倍；
- 我們來自中國業務的收益由截至二零零九年三月三十一日止年度的1,900,000港元(佔同年總收益0.8%)上升至截至二零一一年三月三十一日止年度的162,900,000港元(佔同年總收益52.7%)，增幅為85倍；

業 務

- 權益持有人應佔純利由截至二零一零年三月三十一日止年度的29,500,000港元增至截至二零一一年三月三十一日止年度的50,300,000港元，增幅為71%。

我們將持續大事拓展中國業務營運。為把握中國纖體市場蓬勃增長，我們擬於截至二零一五年三月三十一日止四個年度在中國成立106家新服務中心。

受惠於纖體美容服務市場持續增長，加上我們在中國實施進取的擴充計劃，我們定下目標，擬於截至二零一二年三月三十一日止年度將中國業務收益貢獻佔總收益百分比提升至約80%。

品牌深受認同，在中港澳覆蓋宏大

經過近八年發展，我們「必瘦站」品牌備受認同，成為優質有效纖體服務的代表。我們歷年來屢創佳績，足證品牌備受認同，如「香港超級品牌」及「中國消費者最喜愛香港品牌金獎品牌」。我們贊助香港大型選美賽事，為二零零八年香港小姐賽事的「二零零八年香港小姐競選大會指定纖體中心贊助商」、二零零九年國際大中華小姐賽事的「大會指定纖體中心贊助商」、二零零九年亞洲小姐(中國區)纖體顧問，凡此種種均為我們為增進品牌知名度進行的廣告及推廣活動。

我們相信，我們已成功建立「必瘦站」品牌，既使我們在一眾競爭對手之中脫穎而出，也有助我們取得市場領導地位。背靠「必瘦站」品牌的成功，我們可收取可觀價格，並把服務與高檔市場接軌。此外，這為我們在中國再行拓展紮穩根基。

我們在中國、香港及澳門覆蓋宏大。於最後實際可行日期，我們為香港高檔纖體美容服務品牌之一，經營57家服務中心，44家坐落在中國10個主要城市，包括上海、廣州、深圳、北京、東莞、佛山、成都、南京、天津及重慶，12家位於香港，一家位於澳門。我們的服務中心主要位處中國頂級商業區。舉例而言，我們分別在位於北京、廣州及深圳的東方廣場、正佳廣場及金光華廣場經營三家旗艦中心，另於二零一一年十月在上海恒隆廣場開設一家新的旗艦中心。

本集團在香港及中國分別擁有近八年及三年經營歷史。我們積累穩固的客戶基礎，此舉對我們業務增長至為重要。於最後實際可行日期，我們在中國、香港及澳門分別擁有逾38,000名、48,000名及4,000名會員。活躍會員(即截至二零一一年三月三十一

業 務

日止年度享用我們纖體美容服務的會員)於中國、香港及澳門分別為17,714名、9,105名及2,269名。於二零一一年三月三十一日，在活躍會員中，中國、香港及澳門分別有12,623名、4,231名及890名會員未動用本集團預繳套票。我們的客戶基礎穩固，給予新客戶信心之餘，客戶因口碑光顧也為我們另添市場機遇。

我們相信，我們結合以下各項：(i)在中國、香港及澳門深獲認同、覆蓋宏大的品牌；(ii)在增長迅猛的龐大中國市場上利用品牌管理及強大執行能力發展，往績斐然；及(iii)穩固的客戶基礎，形成成為中國市場翹楚之一必需的策略性優勢。

行之有效的客戶細分法

我們相信，我們全面的客戶細分法確保我們識別、吸引及挽留盈利最為豐厚的客戶。根據我們的客戶細分法所示，我們邀請各服務中心消費最多的10%客戶成為我們的尊貴客戶。我們的尊貴客戶可享有如優先療程預約、私人療程房間、套票及產品特別優惠等優厚待遇。

在電子客戶關係平台上，我們可按分部、消費習慣及客戶個人概況分析客戶數據，此舉繼而改善我們的營銷活動效能，並使我們迎合貴賓客戶的需求。我們藉此亦可提升客戶忠誠度。

經營現金流入及財力雄厚，推動未來增長

根據我們的營業模式，我們應可收取強勁的經營業務所得現金流入。於往績記錄期間，經營業務現金流入分別為19,300,000港元、52,900,000港元、93,500,000港元及24,700,000港元，足以彌補於往績記錄期間我們投資及融資活動所用現金淨額。於二零一一年七月三十一日，我們的現金及現金等價物為139,800,000港元，佔我們資產總值48.7%。於往績記錄期間，我們並無銀行貸款。我們相信，我們擁有強大的經營業務所得現金流量，配合充沛的流動資金，使我們可快速拓展至中國市場，力爭其他增長機遇。

管理團隊陣容鼎盛，寫下持續增長及盈利的輝煌往績

三名執行董事歐陽醫生、歐陽慧女士及歐陽虹女士領導我們鼎盛的管理團隊。我們大部分管理團隊成員加盟逾5年。我們的創辦人兼行政總裁歐陽醫生為香港註冊醫生，在纖體美容行業積逾七年廣泛經驗。憑藉其醫學科學專業知識，歐陽醫生為尋求理

業 務

想身形及體重的東方女士，設計形形色色的纖體計劃。歐陽慧女士在業務及財務管理方面擁有廣泛經驗。自其於二零零四年加盟本集團以來，營運總監歐陽慧女士一直主要統管財務會計事宜。我們的執行董事歐陽虹女士自二零零五年加盟我們，積逾五年纖體美容行業經驗，主要負責服務中心的營運。管理團隊在三名執行董事帶領下具備業務營運、銷售營銷及財務管理方面多元化經驗。我們相信，我們的行業知識、管理團隊多元化經驗、對市場趨勢及客戶需要的深入了解是我們成功及未來發展的重要元素。

我們的業務策略

我們定下業務目標，擬在增長迅猛的中國纖體美容行業快速提高市場佔有率，坐擁優厚發展潛力之餘，晉身為中國纖體美容服務最大供應商之一。

據我們的主要業務策略，我們擴大中國廣泛的覆蓋、加強品牌吸引力與營銷所及之處、細緻化我們客戶細分法，以擴大收益與盈利能力、改善經營效率及在中國尋求吸引的增長機遇，藉以挾本身核心優勢持續發展。

拓展服務中心網絡，在中國進一步擴展宏大的覆蓋

於往績記錄期間，來自中國的收益分別為1,900,000港元、34,100,000港元、162,900,000港元及99,500,000港元，分別佔總收益0.8%、14.5%、52.7%及74.0%，年複合增長率為825.8%。據董事估計，於二零一二年三月三十一日前，來自中國的收益貢獻將進一步提升至約80%。

為把握增長迅猛的龐大中國纖體服務市場，我們將透過以下業務計劃，不斷擴大中國業務營運：

- 提高在上海、廣州、深圳及北京等一線城市的市場覆蓋。於最後實際可行日期，我們在一線城市經營合共34家服務中心，其中八家為旗艦中心。為提升市場覆蓋，我們擬於二零一五年三月三十一日前以知名品牌「必瘦站」成立另外78家新服務中心。我們預期於二零一五年三月三十一日前在一線城市經營合共112家服務中心。

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

- 提高在次級城市的市場覆蓋。於最後實際可行日期，我們在東莞、佛山、成都、南京及天津等五個次級城市經營合共10家服務中心。為提升市場覆蓋，我們擬於二零一五年三月三十一日以前以知名品牌「必瘦站」在二三線城市成立另外28家新服務中心。

下表載列截至二零一五年三月三十一日止年度我們的中國拓展計劃：

地點	截至三月三十一日止年度將開門營業的 新服務中心數目			
	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一五年
一線城市	7	25	23	23
二線及次級城市	<u>3</u>	<u>5</u>	<u>10</u>	<u>10</u>
總計	<u>10</u>	<u>30</u>	<u>33</u>	<u>33</u>

加強品牌吸引力

我們將以纖體美容服務的優質香港品牌為招徠，積極在中國推廣「必瘦站」品牌。我們將透過目標營銷活動、度身訂造的推廣與盛事贊助活動，進一步建立品牌。

我們將不斷推陳出新，以多種方式進行我們服務的營銷推廣，又會持續透過電視、電台、雜誌及戶外廣告板等不同媒體、委任名人代言人、贊助大型選美比賽及其他相關盛事，提升「必瘦站」品牌的形像。

細緻化客戶類別，鞏固客戶基礎

我們將對客戶資料庫應用先進分析，持續細緻化客戶類別。我們擬積極建立客戶資料庫，並按不同市場的客戶修訂客戶忠誠度計劃，擬建立客戶基礎，同時完善該等計劃。我們計劃架設電子客戶關係管理平台，並升級銷售積分系統，進一步提高客戶資料庫管理。

我們亦將持續改進貴賓計劃，積極透過營銷活動與貴賓建立直接關係。我們將持續著重優質纖體美容服務，以維持品牌吸引力、挽留現有高價值客戶的忠誠度，以及吸

業 務

引渴求按個人喜好度身訂造的高檔纖體體驗的新客戶投以青睞。

改善經營效率

我們將透過密切監察服務中心的主要表現，不懈地改善整體經營效率。我們亦將探尋可按較低經營成本實現規模經濟的城市。我們仍致力於提升人力資源實力，務求在競爭激烈的市場上吸引及挽留第一等的員工。我們擬利用培訓發展計劃，提高生產力，並培養積極主動的企業文化，藉以對提供高檔服務產生助益。

推廣纖體美容產品

環顧中國消費市場特徵，高檔纖體美容產品需求拾級而上。我們來自銷售纖體美容的收益由截至二零零九年三月三十一日止年度的7,000,000港元上升至截至二零一一年三月三十一日止年度的32,800,000港元，增幅為367.5%。截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們來自銷售纖體美容產品的收益由二零一零年同期的6,000,000港元增加至15,600,000港元。就此而言，我們計劃將現有及新增纖體美容產品線的銷售營銷規模做大。

尋求未來增長機遇

為補足現有業務，我們將積極對外爭取增長前景璀璨的機遇。我們相信，透過選擇性收購其他公司並與策略夥伴合組聯盟，我們可充實競爭力，鞏固市場地位。於最後實際可行日期，我們並無任何具體收購或聯盟目標。我們將審慎審議及評估各項潛在收購及聯盟，確保可為我們的業務形成協同效益，又能成功地併入我們現有業務平台。

我們相信，我們的市場覆蓋與聲譽配合悅目的資產負債表，我們已有充分條件探求該等機遇，尤其是在中國一二線城市。我們認為，我們今後能實現快速兼可持續增長，且我們對資產負債表採取審慎策略，加上充沛的現金流量，可望為我們尋求增長快、規模大的擴充提供所需的財務靈活性。

業 務

服務及產品

1. 纖體美容服務

我們的業務為以「必瘦站」、「Dr. Face」、「愛瑪纖體」、「Paris Beauty」及「Mosee」的品牌提供纖體美容服務。「必瘦站」是我們主要經營品牌，佔我們於往績記錄期間收益近90%。有關我們經營品牌的進一步詳情，請參閱本分節「品牌」一段。在我們的服務中心內，纖體美容服務由同一組治療師提供。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，提供纖體美容服務的收益分別為143,300,000港元、148,500,000港元、203,000,000港元及83,700,000港元，佔總收益的60.6%、63.2%、65.7%及62.3%。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止三個年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們分別出售12,867份、17,466份、23,832份及9,101份纖體美容預繳套票。董事確認，概無特別專注於向客戶提供若干服務種類及折扣。

纖體服務

我們提供約100種針對身體各部位的纖體療程，所用儀器、纖體產品及按摩技巧不僅著重減重管理，並且強調身段的塑造及維持。我們的纖體療程結合針對身體各部位的療程與纖體儀器，我們將身體部位療程分為五個主部位，計有手臂、小腿、大腿、腰腹及臀部，而所用纖體儀器按主要功能分類，由燒脂(如TNT、Zero-Fat、Cryo-V、Delta-X、Appollo-8000)、塑形(如E-Body、GTG、V8、Laser-fit、Slim-One)及通淋巴(如ESB、ISL, Therma-Spa, RF60 and SDV)。我們的顧問視乎客戶情況及纖體計劃進度，推薦客戶採用最適切纖體療程及不同纖體儀器，應用諸如超聲波、電流、射頻、熱力等各種方法與理論，實現不同目標成效，又配合形形色色的按摩技巧與纖體產品，以達客戶理想成效。我們的纖體療程包括：

暢通淋巴系列

經脈淋巴暢通療程

歐式淋巴暢通療程

香薰淋巴暢通療程

超聲波淋巴暢通療程

生物循環淋巴暢通療程

業 務

打散燒脂系列

射頻纖體療程
抗脂纖體療程
零脂肪纖體療程
Cryo-V纖體療程
TNT纖體療程

塑形系列

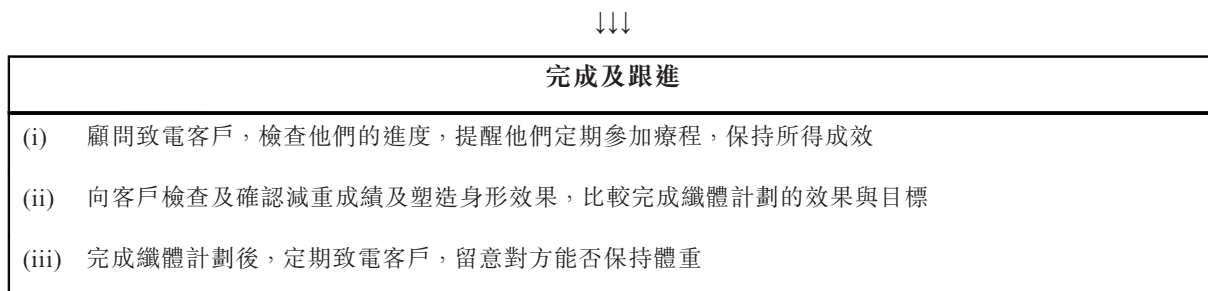
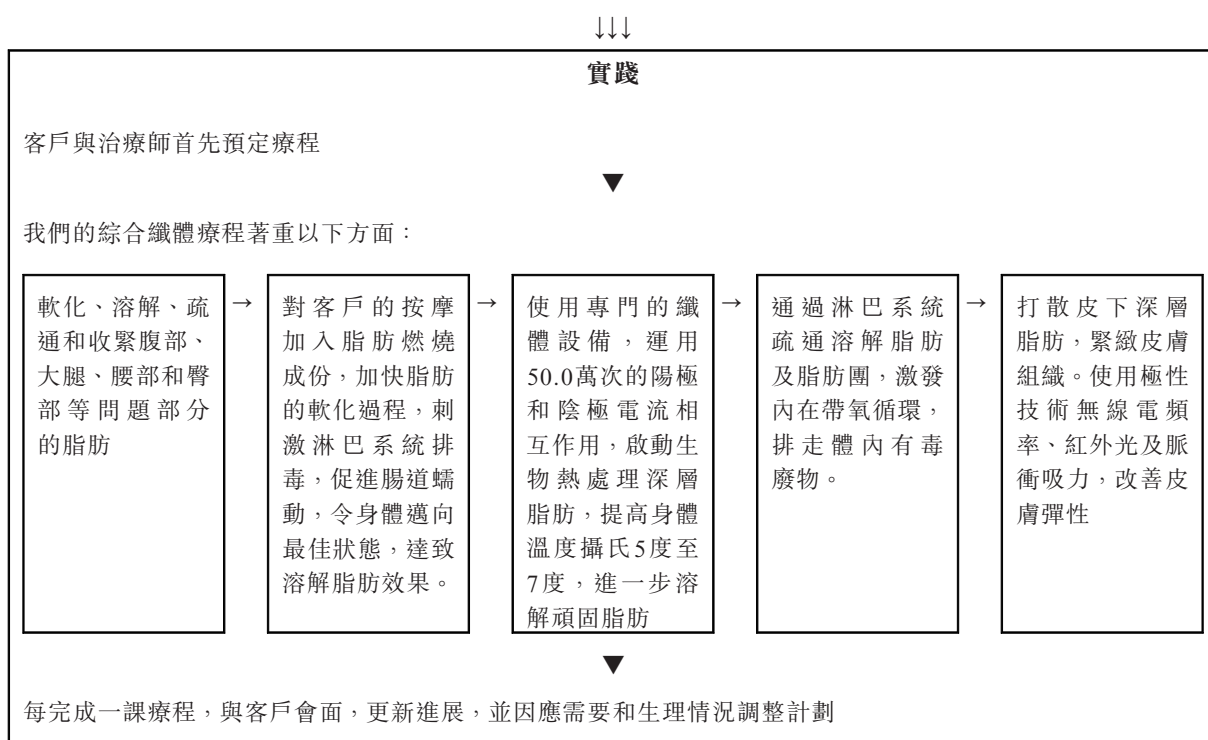
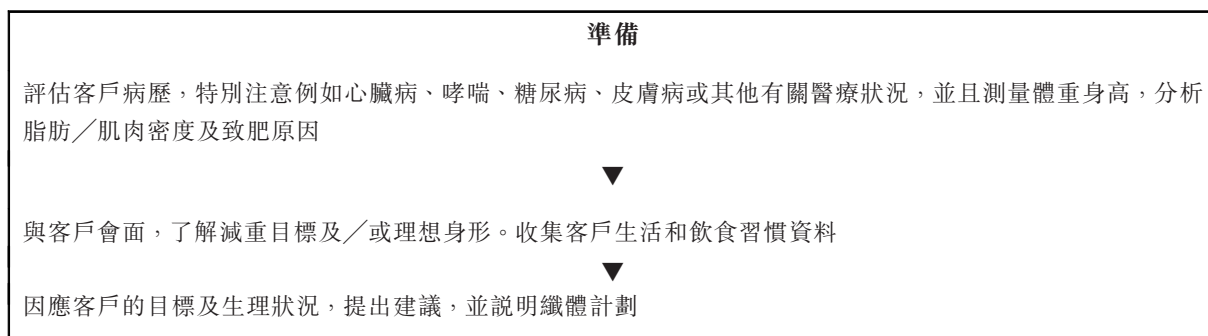
緊緻塑型療程
完美體態塑型療程
神奇纖體塑型療程
V8塑型療程
GTG塑型療程

往績記錄期間內，除兩項為新客戶而設的纖體療程（退款與否，視乎客戶能否達致協定纖體成績）外，我們所有的預繳套票一概不可退款。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，該等可退款的纖體計劃應佔收益金額分別為900,000港元、29,900,000港元、7,700,000港元及零。於往績記錄期，根據該等可退款的纖體計劃向客戶退款分別為零、4,800,000港元、3,600,000港元及零。

我們對提供切合客戶所需的纖體服務深感自豪，會依據客戶的目標及生理狀況提出最適合的纖體療程。我們的顧問及營養師會參予療程進程，密切監察及跟進每個客戶整個纖體計劃進展。根據度身訂造的纖體計劃，客戶須每星期參與服務療程兩至三次，每次接受兩至三個服務療程以達最佳纖體效果，故此，董事認為我們的纖體套票可在一至三個月內合理地盡用。

業 務

以下流程表闡述我們的纖體計劃的不同階段。



業 務

美容服務

連醫學美容療程在內，我們提供約80種美容療程，可分為針對身體不同部位的療程，例如面部療程、頸部療程、眼部療程、手部療程及胸部療程，並加上水療及按摩服務，以不同的機器及美容產品配合客戶各項需要。我們的治療師以人手或適當美容儀器進行美容療程（醫學美容療程除外）。我們的美容儀器包括T-light（用於活膚）、Beauty Expert（用於美白）、Super RF（用於促進膠原再生）、Skin Perfect（用於收緊肌膚）及Skin Doctor（用於抗衰老）。我們的美容療程包括：

面部護理服務

美白系列	神奇亮白面部護理
補濕系列	深層補濕面部護理
活膚系列	肌膚再生面部護理
收緊肌膚系列	生物提升面部護理
新生膠原系列	納米膠原面部護理

其他美容服務

眼部療程、頸部療程、胸部療程、手部療程及身體
療程

醫學美容

我們在香港提供醫學美容服務，以「Dr Face」品牌專營保妥適BOTOX[®]、透明質酸及塑然雅[®]等注射針劑療程及脫毛、活膚再生及祛斑的激光療程。我們以獨立預繳套票的形式向客出售醫學美容服務。於往績記錄期間，來自醫學美容的收益分別為10,000,000港元、21,600,000港元、40,100,000港元及13,100,000港元，佔本集團截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止三個年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月的總收益4.2%、9.2%、13.0%及9.7%。

我們的服務中心並無全職註冊醫生，我們兼職註冊醫生主理醫學美容療程。香港相關規則及規例並無進行該等療程的註冊醫生的資格或經驗的指定規定。我們香港法律顧問確認，註冊醫生在香港主理保妥適BOTOX[®]、透明質酸及塑然雅[®]等注射針劑

業 務

療程並無違反香港法例。除注射針劑療程外，激光面部護理、激光脫毛、活化皮膚細胞及祛斑等「Dr. Face」品牌提供的其他療程由於並不涉及藥物或手術，現時在香港無須由註冊醫生主理。

我們每月向註冊醫生支付固定顧問服務費。服務合同包括在服務中心的服務時間、顧問服務費及服務範圍，本集團與註冊醫生每月磋商重續合同。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們已付醫生顧問費金額分別為2,400,000港元、1,800,000港元、1,300,000港元及800,000港元。我們於往績記錄期間所付醫生顧問費呈下降趨勢，主要由於我們所委聘主理醫學美容服務的兼職註冊醫生人數減少。

於往績記錄期間，我們委聘(i)具備至少三年執業經業；(ii)執業期間並無醫療事故記錄；及(iii)能按本集團要求的服務時間在服務中心主理醫學美容療程的註冊醫生。自Dr. Face註冊成立至二零一零年十一月期間，我們有一名註冊醫生，其在香港具備14年執業經驗，亦為我們的客戶主理醫學美容服務，積逾三年醫學美容服務經驗。二零一零年七月至二零一一年七月期間，我們有另一名註冊醫生，其在香港具備七年執業經驗，亦為我們的客戶主理醫學美容服務，積逾3年醫學美容服務經驗。該兩名註冊醫生因私人理由，未能按要求服務時間在服務中心主理醫學美容服務，此乃委聘終止的主要原因。自二零一一年七月起，我們委聘一名註冊醫生，其在香港具備18年執業經驗，亦積逾四年醫學美容服務經驗。就董事所知，上述三名註冊醫生應診期間並無發生任何醫療事故。此外，我們日後將繼續按照上述三項標準篩選註冊醫生，為我們的客戶主理醫學美容服務。

董事確認，於往績記錄期間，客戶並無就醫學美容服務向本集團提呈投訴及法律訴訟。

董事確認，香港註冊醫生向認可保險公司自行購買專業責任保險，以涵蓋執業期間所引致的責任乃行業慣例。我們現行保險政策不包括上述涵蓋該等兼職註冊醫生執

業 務

業期間所引致責任(如有)的專業責任保險。據本集團與該等兼職註冊醫生協定，該等兼職註冊醫生如因提供醫學美容服務而產生一切申索、賠償或損害(如有)，將全數彌償本集團。

我們內部顧問在中國、香港及澳門營銷材料及廣告刊發前，事先審閱該等材料及廣告是否合法合規，並提出意見，且由董事審閱，需要時將尋求外界法律意見。我們內部法律顧問在香港修畢法律學位，現為執業律師，在取得專業資格後，具備約三年執業經驗。彼自二零零九年九月起加盟我們。據董事聲明，並就我們香港法律顧問在適當查詢後所知，我們香港法律顧問確認，於往績記錄期間，我們刊發並經我們香港法律顧問審閱的醫學美容服務廣告符合相關香港法例及法規。

我們現時無意將醫學美容服務向中國及澳門擴展，惟我們將就我們的醫學美容服務不時審閱業務策略，並作出適當調整。

牌照規定

中國美容業相關的主要法律及法規包括「美容美髮業管理暫行辦法」及「公共場所衛生管理條例」及其實施細則。

除有關醫生及中醫的監管規定外，現時香港及澳門概無我們業務(包括僱員或所用裝置資格)的纖體美容服務及產品的特定監管條文。

有關我們經營業務適用的法律及法規詳情，請參閱本文件「法律及法規」一節。

業 務

2. 產品

為配合我們的服務，我們於旗下服務中心出售約10種纖體美容產品。我們僅將纖體美容產品售予會員，以便服務療程達致較佳成效。由於我們並無自行生產纖體美容產品，我們無須遵守適用於中國化妝品製造商的相關發牌規定。由於我們並無在香港及澳門從事含醫藥成份產品或放射性物質醫療裝置的入口或銷售，故我們無須就銷售纖體美容產品申領指定牌照。我們已開發自家的品牌名稱，專攻纖體美容產品環節，例如「Dr. Lakar」、「Komatsu asuka」及「PH Perfect Health」。有關我們經營品牌的進一步詳情，請參閱本分節「品牌」一段。我們的主要纖體美容產品舉例如下：

1. Dr. Lakar 瑞士蘋果幹細胞金箔面膜



特點：

美容產品，活化肌膚，起抗衰老之效，導入豐富水份，有助改善肌膚觸感。

售價：

每套680港元／人民幣元／澳門元

有效期：

24個月

2. Dr. Lakar 瑞士蘋果幹細胞精華液



特點：

美容產品，保護皮膚細胞，起抗氧化及抗衰老之效。

售價：

每套2,800港元／人民幣元／澳門元

有效期：

18個月

業 務

3. 必瘦站 *Bodyperfect Svelte System*



特點：

纖體產品，改善肌膚缺乏彈性、膚色不均等問題，亦有助塑造身段線條。

售價：

每套680港元／人民幣元／澳門元

有效期：

24個月

4. 必瘦站草本輕盈精華乳霜 (*Essential Lipid Control*)



特點：

纖體產品，達致保濕、抗衰老、收緊、纖體之效。

售價：

每套680港元／人民幣元／澳門元

有效期：

24個月

5. [*Perfect Shape Bodyperfect Serum*]



特點：

纖體產品，有助使肌膚收緊、纖瘦及活化。

售價：

每套4,800港元／人民幣元／澳門元

有效期：

24個月

我們自獨立製造商採購纖體美容產品，並以我們的品牌標籤及出售製成品。為確保產品質量，我們審慎挑選纖體美容產品的供應商，並委聘獨立品質測試機構，在推售產品前，抽樣測試供應商供應的每批產品。一般而言，我們委聘獨立第三方測試機構對每批產品進行品質測試。我們先從名列首選獨立測試機構的測試機構取得報價，再將產品交付該等機構，該等機構大多位於中國收取產品前。我們按測試機構測試某批產品的經驗、給予我們的報價、測試及出具報告所需時間，挑選一家獨立品質測試機構進行測試。我們僅在測試報告並無異樣後，方始將產品送往服務中心出售。

業 務

於往績記錄期間，我們委聘四家獨立認可品質測試機構，我們自二零一零年以來主要委聘兩家首選獨立品質測試機構，其中一家依法成立，並獲中國政府認可，具備60年測試經驗。另一家首選獨立品質測試機構為一家位於深圳的國家級化學品測試中心創立的測試機構分公司，分支辦事處遍佈歐洲、香港及中國其他大城市。

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們銷售纖體美容產品的收益為7,000,000港元、13,600,000港元、32,800,000港元及15,600,000港元，佔總收益3.0%、5.8%、10.6%及11.6%。服務療程所用配套產品需求殷切，並備受市場認同，隨同我們在中國業務擴充一致增長，故我們纖體美容產品銷售於往績記錄期間大幅攀升，尤其是截至二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月。鑒於中國高檔纖體美容產品需求日趨上升，董事認為，銷售纖體美容產品將成為我們未來增長的推動力之一。

由於纖體美容產品銷售僅佔往績記錄期總收益3.0%、5.8%、10.6%及11.6%，我們現時出售的纖體美容產品僅供局部身體之用，且我們對纖體美容產品進行質量測試，故此董事認為，我們因使用該等產品而產生的產品責任申索的風險微不足道，因此，我們並無購買任何產品責任保險。不過，為配合纖體美容產品銷售增長，我們日後將審議購買適合的產品責任保險。

3. 品牌

下表載列我們纖體美容服務及產品的品牌詳情。

品牌	性質	每份套票 療程數目	價格範圍 (等值港元)	地點
必瘦站	提供纖體服務及 銷售產品	6-150	888港元至 48,880港元	中國/ 香港/澳門
愛瑪纖體	提供纖體美容服務 及銷售產品	7-135	399港元至 29,880港元	中國
Dr. Face	提供醫學美容服務 及銷售產品	1-60	4,800港元至 198,000港元	香港
Paris Beauty	提供美容服務及 銷售產品	10	2,142港元至 9,048港元	中國
Mosee	提供脫毛服務	4-43	999港元至 27,000港元	中國
Dr. Lakar	高檔面部產品	—	每套380港元 至2,800港元	香港/澳門 /中國
Komatsu asuka	面部及其他美容 產品	—	每套380港元 至980港元	香港
PH Perfect Health	代餐產品	—	每套680港元	香港/澳門

業 務

於往績記錄期，我們不再於香港經營提供纖體服務的「瘦得起」及提供脫毛服務的「Dr. Louis」品牌。我們於二零零六年十月及二零零四年六月開始經營「瘦得起」及「Dr. Louis」品牌，但由於管理層擬將我們的資源主攻高檔品牌「必瘦站」，上述品牌分別於二零零八年五月及二零一零年三月結束經營。「瘦得起」及「Dr. Louis」品牌經營的業務與我們目前經營的其他品牌在業務模式上並無重大差異。

服務中心

我們設有業務發展部，於二零一一年七月三十一日有12名員工，彼等負責落實業務發展策略，包括規劃、市場研究及設立新的服務中心。我們的業務發展部亦與市場部緊密合作，推廣旗下品牌與服務。

服務中心網絡

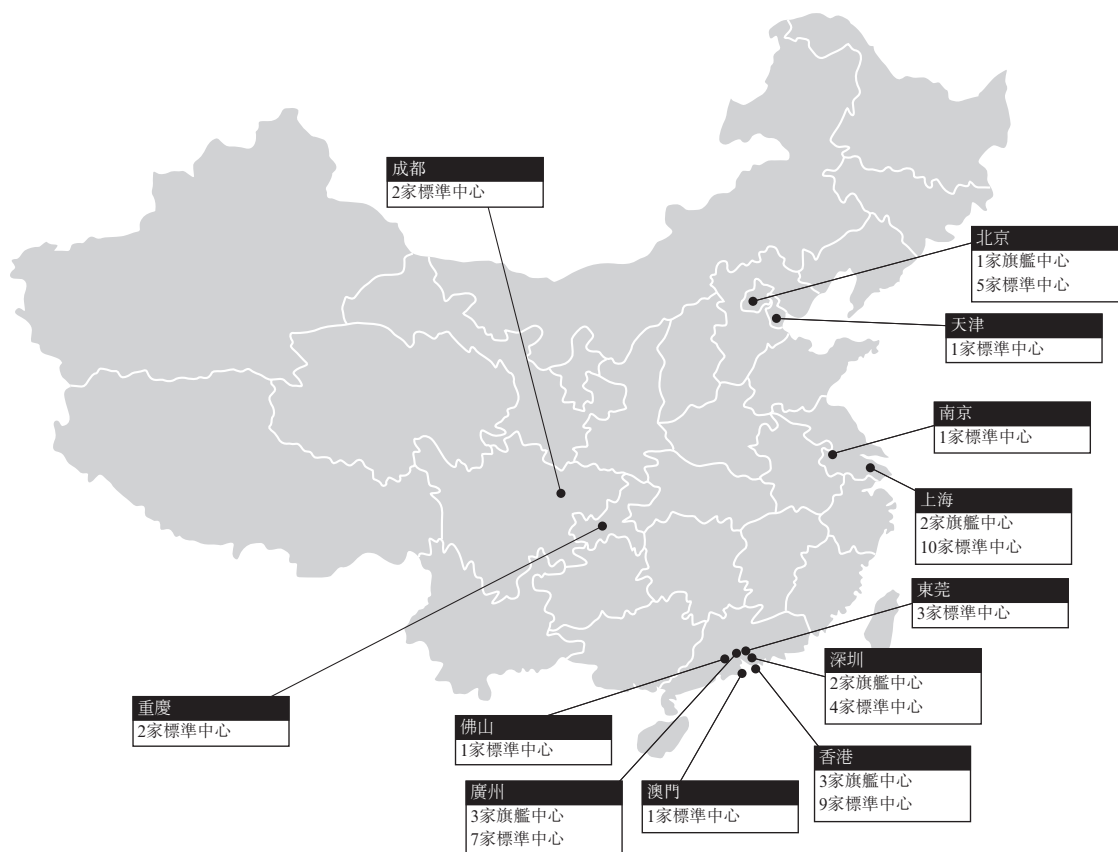
截至最後實際可行日期，我們擁有及經營的網絡包括57家服務中心，12家位於香港、一家在澳門、44家位於上海、廣州、深圳、北京、東莞、佛山、成都、南京、天津及重慶等中國10個主要城市。我們的服務中心分為旗艦中心及標準中心兩類。位處黃金地段的高尚購物商場或高檔百貨公司的服務中心歸類為旗艦中心，其餘則歸類為標準中心。我們擁有及經營所有標準及旗艦中心，兩者提供的服務並無重大分別。於最後實際可行日期，我們的旗艦中心及標準中心的平均面積分別約為422.58平方米及195.01平方米。下表為我們於最後實際可行日期經營的服務中心：

地點	服務中心數目			品牌
	標準中心	旗艦中心	總計	
上海	10	2	12	— 11家「必瘦站」品牌的中心 — 1家「愛瑪纖體」品牌的中心
廣州	7	3	10	— 8家「必瘦站」品牌的中心 — 1家「愛瑪纖體」品牌的中心及 — 1家「Mosee」品牌的中心
深圳	4	2	6	— 5家「必瘦站」品牌的中心 — 1家「Mosee」品牌的中心
北京	5	1	6	— 6家「必瘦站」品牌的中心
東莞	3	—	3	— 3家「必瘦站」品牌的中心
佛山	1	—	1	— 1家「必瘦站」品牌的中心
成都	2	—	2	— 2家「必瘦站」品牌的中心
南京	1	—	1	— 1家「必瘦站」品牌的中心
天津	1	—	1	— 1家「必瘦站」品牌的中心
重慶	2	—	2	— 1家「必瘦站」品牌的中心 — 1家「Paris Beauty」品牌的中心
香港	9	3	12	— 9家「必瘦站」品牌的中心 — 3家「Dr. Face」品牌的中心
澳門	1	—	1	— 1家「必瘦站」品牌的中心
總計	46	11	57	

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

下表顯示我們於最後實際可行日期的服務中心網絡：



下表載列於往績記錄期間按地點劃分的收益明細分析：

	截至三月三十一日			截至七月三十一日	
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	二零一零年	二零一一年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
香港	223,497	188,067	131,947	53,463	30,136
中國	1,900	34,139	162,851	42,548	99,465
澳門	10,876	12,651	14,178	4,864	4,898
	<u>236,273</u>	<u>234,857</u>	<u>308,976</u>	<u>100,875</u>	<u>134,499</u>

(未經審核)

於往績記錄期間，來自香港市場的收益由截至二零零九年三月三十一日止年度223,500,000港元下跌至截至二零一零年三月三十一日止年度188,100,000港元，截至二零一一年三月三十一日止年度再降至131,900,000港元。截至二零一一年七月三十一日止四個

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，來自香港市場的收益由二零一零年同期的53,500,000港元下降至30,100,000港元。我們香港服務中心數目亦由二零零九年三月三十一日的20家減至最後實際可行日期的12家。我們認為香港纖體美容市場已經飽和，而且，我們面臨其他市場上的企業日趨加劇的競爭，同時，我們將資源重點投放在中國擴充，包括將訓練有素、經驗豐富的前線員工由香港調至中國市場。

往績記錄期間內，我們已加快擴大服務覆蓋範圍，特別是中國。我們的服務中心由二零零九年三月三十一日的22家增至最後實際可行日期的57家。下表顯示我們服務中心於往績記錄期間內的增長。

	服務中心數目			於最後實際 可行日期
	於三月三十一日			
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	
中國				
上海	—	1	9	12
深圳	1	2	6	6
廣州	—	2	6	10
北京	—	1	3	6
其他城市	—	—	6	10
小計	1	6	30	44
香港 (附註)	20	14	15	12
澳門	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>3</u>
總計	<u>22</u>	<u>21</u>	<u>46</u>	<u>57</u>

附註：我們的香港服務中心位於中環、銅鑼灣、旺角、荃灣、尖沙咀、屯門、元朗、沙田及大埔。

下表載列我們於往績記錄期及截至最後實際可行日期新增及歇業的服務中心數目。

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

中國

	截至三月三十一日止年度			由二零一一年 四月一日至 最後實際 可行日期
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	
於有關期間開始時				
服務中心數目	—	1	6	30
於有關期間新增服務中心	1	5	24	14
於有關期間結束時				
服務中心數目	1	6	30	44

香港

	截至三月三十一日止年度			由二零一一年 四月一日至 最後實際 可行日期
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	
於有關期間開始時				
服務中心數目	20	20	14	15
於有關期間新增服務中心	1	2	4	—
於有關期間歇業的服務中心	1	8	3	3
於有關期間結束時				
服務中心數目	20	14	15	12

鑒於香港纖體美容市場已經飽和，我們於往績記錄期間至最後實際可行日期縮減香港服務中心數目，來自香港市場的收益亦相應減少。同時，我們重新分配香港市場的財務及人力資源，以擴張中國市場營運。

澳門

於往績記錄期間至最後實際可行日期，我們於澳門擁有及經營一家服務中心。

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

使用情況

下表詳述往績記錄期間我們的服務中心使用情況：

	二零零九年			截至三月三十一日止年度			二零一一年			截至二零一一年七月三十一日止四個月		
	服務能力 (療程數 目，以千 計) (附註1)	實際提供 的服務 (療程數 目，以千 計) (附註2)	使用率 (附註3)	服務能力 (療程數 目，以千 計) (附註1)	實際提供 的服務 (療程數 目，以千 計) (附註2)	使用率 (附註3)	服務能力 (療程數 目，以千 計) (附註1)	實際提供 的服務 (療程數 目，以千 計) (附註2)	使用率 (附註3)	服務能力 (療程數 目，以千 計) (附註1)	實際提供 的服務 (療程數 目，以千 計) (附註2)	使用率 (附註3)
中國 (附註5)												
上海												
週日 (附註4)												
— 繁忙時間				0.2	0	0%	26.1	14.5	56%	19.8	15.5	78%
— 非繁忙時間	—	—	—	0.6	0	0%	78.2	24.3	31%	59.4	27.1	46%
週末 (附註4)												
— 繁忙時間				0.0	0	0%	10.2	4.5	44%	8.2	4.9	60%
— 非繁忙時間	—	—	—	0.2	0	0%	30.5	8.1	27%	24.6	10.4	42%
北京												
週日 (附註4)												
— 繁忙時間				1.5	0.3	20%	24.2	8.0	33%	11.2	3.9	35%
— 非繁忙時間	—	—	—	4.6	0.3	7%	72.5	10.8	15%	33.5	6.4	19%
週末 (附註4)												
— 繁忙時間				0.6	0	0%	9.6	2.2	23%	4.7	1.1	24%
— 非繁忙時間	—	—	—	1.8	0.1	6%	28.9	4.0	14%	14.0	2.7	19%
深圳												
週日 (附註4)												
— 繁忙時間	2.2	1.3	59%	14.4	12.6	88%	27.0	22.6	84%	13.0	8.8	67%
— 非繁忙時間	6.5	3.2	49%	43.2	20.8	48%	81.0	32.4	40%	39.1	15.2	39%
週末 (附註4)												
— 繁忙時間	0.9	0.6	67%	5.6	4.7	84%	10.6	7.1	67%	5.4	2.7	49%
— 非繁忙時間	2.6	0.9	35%	16.9	6.3	37%	31.9	11.6	36%	16.3	6.0	37%
廣州												
週日 (附註4)												
— 繁忙時間	—	—	—	12.8	10.2	80%	32.8	25.4	77%	16.1	12.6	78%
— 非繁忙時間	—	—	—	38.3	20.2	53%	98.5	56.7	58%	48.2	19.8	41%
週末 (附註4)												
— 繁忙時間	—	—	—	4.9	3.9	80%	13.0	9.7	75%	6.6	3.7	56%
— 非繁忙時間	—	—	—	14.8	5.9	40%	39.1	17.6	45%	19.8	7.0	35%
其他中國城市												
週日 (附註4)												
— 繁忙時間	—	—	—	4.1	0.7	17%	32.1	7.1	22%	15.5	3.0	20%
— 非繁忙時間	—	—	—	12.3	1.2	10%	96.4	13.3	14%	46.4	5.9	13%
週末 (附註4)												
— 繁忙時間	—	—	—	1.5	0.3	20%	12.7	3.2	25%	6.2	0.8	13%
— 非繁忙時間	—	—	—	4.6	0.3	7%	38.2	3.6	9%	18.7	2.3	12%
中國小計												
週日 (附註4)												
— 繁忙時間	2.2	1.3	59%	33.0	23.8	72%	142.2	77.6	55%	75.5	43.8	58%
— 非繁忙時間	6.5	3.2	49%	99.0	42.5	43%	426.6	137.5	32%	226.5	74.4	33%
週末 (附註4)												
— 繁忙時間	0.9	0.6	67%	12.6	8.9	71%	56.1	26.7	48%	31.1	13.2	42%
— 非繁忙時間	2.6	0.9	35%	38.3	12.6	33%	168.6	44.9	27%	93.4	28.4	30%
香港 (附註6)												
週日 (附註4)												
— 繁忙時間	107.5	95.3	87%	96.4	77.4	80%	95.2	47.7	50%	29.8	10.5	35%
— 非繁忙時間	322.5	162.4	50%	289.3	121.5	42%	285.5	70.8	25%	89.4	17.9	20%
週末 (附註4)												
— 繁忙時間	42.4	33.7	79%	37.2	24.4	66%	33.6	14.8	44%	10.4	1.6	15%
— 非繁忙時間	127.2	36.2	28%	111.7	26.8	24%	100.8	15.9	16%	31.1	6.2	20%
澳門												
週日 (附註4)												
— 繁忙時間	7.4	5.8	78%	9.7	6.7	69%	9.8	5.8	59%	3.3	1.8	55%
— 非繁忙時間	22.3	10.4	47%	29.1	10.3	35%	29.3	10.5	36%	9.8	3.3	33%
週末 (附註4)												
— 繁忙時間	3.0	2.3	77%	3.9	2.3	59%	3.9	2.1	54%	1.4	0.8	59%
— 非繁忙時間	9.1	2.9	32%	11.6	2.9	25%	11.6	2.5	22%	4.1	0.8	20%
總計												
週日												
— 繁忙時間	117.1	102.4	87%	139.1	107.9	78%	247.2	131.1	53%	108.6	56.1	52%
— 非繁忙時間	351.3	176.0	50%	417.4	174.3	42%	741.4	218.8	30%	325.7	95.6	29%
週末												
— 繁忙時間	46.3	36.6	79%	53.7	35.6	66%	93.6	43.6	47%	42.9	15.6	36%
— 非繁忙時間	138.9	40.0	29%	161.6	42.3	26%	281.0	63.3	23%	128.6	35.4	28%
總和	653.6	355	54%	771.8	360.1	47%	1,363.2	456.8	34%	605.8	202.8	34%

業 務

附註：

1. 服務能力指提供療程年度總額，按(i)經營時數，即每日8小時；(ii)營業日數，即就香港及澳門而言，介乎358-360日，就中國而言，介乎362-365日；及(iii)提供服務的房間數目計算。
2. 實際提供的服務指一年內向客戶提供療程的實際數目。
3. 週日指星期一至五。週末指星期六及星期日。繁忙時間指(i)週日下午五時正至下午八時半；及(ii)週末下午一時半至下午四時半。非繁忙時間指其餘經營時間。
4. 使用率按所提供實際服務除以服務能力計算。
5. 我們於二零零九年第一季在深圳開設中國第一家服務中心。於往績記錄期，中國服務中心使用率下跌主要由於中國服務中心數目於往績記錄期間增加，致使中國服務中心的服務能力提升。
6. 於往績記錄期，香港服務中心使用率下跌主要由於香港纖體美容市場已經飽和，我們面臨其他市場參與者日趨激烈的競爭，導致於香港實際提供的服務下跌。

儘管旗艦中心通常設有更多療程房間、儀器及人員以滿足客戶需要，我們於各服務中心(i)向客戶提供同類服務；及(ii)提供同類儀器。我們通過考慮多項因素(包括規模、地點、會員人數、已出售預繳套票數量以及客戶過往預約記錄)分配人手及設備數量，從而優化使用我們的資源。

於往績記錄期，我們服務中心的服務能力尚未獲完全使用，繁忙時間及非繁忙時間的使用率分別介乎36%至87%及介乎23%至50%。

我們持續監察(i)服務中心使用率；(ii)已售予客戶的預繳套票消費情況；及(iii)不時售予客戶的新預繳套票。為確保我們具備應付所有已售預繳套票的能力，我們實施以下措施，提升服務能力，足以應付我們向客戶出售的所有預繳套票：

1. 延長服務中心服務時間；
2. 重新調配同區服務中心的人力資源；
3. 增聘前線員工；
4. 增購儀器；及／或
5. 成立新服務中心

業 務

董事確認(i)我們具備應付所有已售予客戶預繳套票的能力；及(ii)我們有適當監控措施，監察服務中心使用率、已售預繳套票消費情況及售予客戶的新預繳套票。

除服務中心未使用的服務能力外，根據治療師的平均服務時數顯示，我們擁有足夠人手向客戶提供所出售預繳套票的所有服務療程。根據內部記錄，於往績記錄期，中國、香港及澳門各治療師每日平均服務時數分別約為3至4小時、4至5小時及5至6小時。根據僱傭條款，我們的中國、香港及澳門治療師的每日正常工時均為8小時。

鑒於(i)我們於往績記錄期服務能力有餘；(ii)我們有充足人手提供服務療程；及(iii)我們定期評估服務中心服務承載能力，董事認為，我們有足夠能力於有效期內提供預繳套票的服務療程。

開設門店及有關選址

我們的業務發展部負責擴大服務中心網絡。我們已編製程序手冊，列明成立一間新的服務中心需考慮的所有關鍵和重要因素，包括(但不限於)以下各項：

- 選址的位置、社區及交通(例如是否接近任何大型購物商場、商用辦公室間、娛樂場所、住宅區等)；
- 該區人流及消費；
- 租金回報預測；
- 租戶的組合(例如鄰近是否有任何其他的著名品牌店舖)；及
- 同區內的潛在競爭。

我們的選址及開設門店程序如下：

(1) 選址

我們的服務中心往往位於以下地點：

- 人流暢旺的繁盛商業區；
- 娛樂中心；

業 務

- 高尚商場及辦公室樓宇；
- 商務地區；及
- 住宅屋苑。

我們依賴業務發展部物色合適地點。倘有需要，我們可聘用專業顧問公司或物業代理協助，揀選有潛力的地點。

(2) 內部業務評估

我們一旦覓得具潛力的地點，將展開內部盡職審查程序。就覓得潛在服務中心的地點，我們已建立一套必須遵守的標準盡職審查程序。我們從包括業務發展、營業、市場推廣、財務、法律等多個部門及行政總裁收取意見及取得批准。當我們的行政總裁承認批准盡職審查結果，我們的業務發展部將接洽業主磋商租約。

(3) 磋商租約及簽訂租賃協議

我們將接洽業主，展開租約條款及條件的磋商。一旦完成與業主的磋商，我們將簽立租賃協議。我們在中國大部分服務中心的租期為五年，而香港的租期為兩年。澳門的租期為四年。

(4) 服務中心的裝修及開業

確定地址將設置纖體美容儀器，並按照我們的標準裝置進行裝修。我們將使用平均兩個月完成每間服務中心的裝修。

(5) 遵守規管

對於在中國開設任何新的服務中心，我們亦實施一套清楚的內部合規指引，以免觸犯法規。我們已指示行政、市務、工程、財務及發展部門於每次開設新的服務中心時，申請所有必需的有關執照及批文。

二零一一年四月十五日，我們與香港上市的中國百貨公司連鎖經營商及物業開發商訂立策略合作協議，彼等均為獨立第三方。根據該等具法律約束力的策略合作協議，該等訂約方將就其各自物業開發項目給予我們磋商合作安排的優先權，而我們將優先考慮進駐彼等所開發的物業。我們尚未根據策略合作協議就給予我們的優先權支付任

業 務

何代價。策略合作協議的年期由訂立協議日期起計為期三年。我們預期於簽訂策略合作協議起計三年內訂立具約束力的協議。於最後實際可行日期，我們並無就上述策略合作協議訂立任何具法律約束力的協議。

收益及信貸控制

收益模型

我們以折扣向客戶提供預繳套票，藉此推廣纖體美容服務。預繳套票具一年有效期。作為忠誠度計劃的一部分，為提升口碑，刺激新高級套票的銷售，鞏固客戶忠誠度及與客戶建立長期關係，我們可酌情允許客戶在現有套票到期前將現有纖體美容套票升級至新高級套票。董事相信，升級安排亦為客戶提供另一個選擇，不必捨棄現有套票的未動用價值，也可體驗最新纖體技術。現有套票到期後，不可升級。套票升級時，現有套票合同將告終止，我們與相關客戶將就新高級套票簽訂新合同。客戶須支付新高級套票與未動用現有套票的價值差額。簽訂新合同後，新高級套票有效期將由新合同日期起計一年。根據本集團會計政策，現有套票未動用價值將不會於終止時確認為收益；(ii)來自客戶升級套票所得款項與現有套票未動用金額於簽訂新合同時確認為遞延收益；(iii)收益將於服務根據新合同供客戶使用時確認；及(iv)新合同到期時，將確認已到期套票的收益。有關忠誠度計劃的詳情，請參閱本節下文「營銷 — 營銷與銷售 — 向客戶提供的忠誠度計劃」。

董事認為，本集團提呈的預繳套票有效期與行業慣例一致。預繳套票療程價格及數目因品牌及所提供服務性質而異。其他詳情請參閱本節上文「服務及產品 — 品牌」。董事相信，此預繳經營模式既能讓我們提高客戶忠誠度，亦可與客戶建立長期關係。就財務申報目的而言，當提供服務療程予客戶時，我們不時於收益表確認預繳套票為銷售收益。關於尚待提供服務的金額將入賬為負債。我們將購買日期逾一年的預繳套票全數於從損益賬確認為收益。根據我們預繳套票業務模式的過往經營歷史所示，董事相信，我們得以鞏固未來收益。

業 務

會計政策

誠如香港會計準則第18號「收益」所載：

「於報告期末，在提供服務交易的結果能夠可靠估計的情況下，按交易完成進度確認相關收益。交易結果能夠可靠估計，是指同時滿足下列條件：

- (a) 收益的金額能夠可靠地計量；
- (b) 相關的經濟利益很可能流入實體；
- (c) 於報告期末交易的完成進度能夠可靠地確定；及
- (d) 交易中已發生和將發生的成本能夠可靠地計量。」

該準則另載列：

「一般而言，實體在與其他人士就交易協定下列各項後，能作出可靠估計：

- (a) 任何一方對各方將提供及收取服務的強制性執行權利；
- (b) 將交易的代價；及
- (c) 結算方式及條款。

實體通常須有行之有效的內部財務預算及報告系統。在需要時，當實體履行服務時審閱及條訂收益估計，惟有條修訂未必顯示交易結未能可靠地估計。」

本集團服務的目標客戶廣大，消費者行為及消費模式迥然不同。影響消費者行為及消費模式的重大因素包括但不限於：

- 客戶背景，如年齡、家庭收入、自尊、個性及婚姻狀況；
- 本集團競爭對手推出新產品及服務；
- 經濟環境不斷變動；

業 務

- 中國各省、香港及澳門文化差異；
- 社會因素，如消費者參考組別及信仰；及
- 產品及服務的科技發展與營銷途徑及媒體傳訊一日千里。

自逾期預繳套票確認的收益水平相當受上述因素左右，我們對該等因素控制能力有限。我們的客戶基礎迅速擴張，亦增加估計自逾期預繳套票確認收益水平的難度。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度，我們的會員人數分別上升8,340名、15,627名及23,212名。此外，由於本集團在中國經營歷史相對較短，其難以可靠地估計自中國市場確認的屆滿套票收益水平，而有關收益佔本集團於往績記錄期間內最後財政年度收益相當大部分。再者，自逾期預繳套票確認的收益佔本集團於往績記錄期間收益介乎24%至36%，範圍甚大。由此顯示消費者行為及消費模式持續改變，管理層不宜對往績記錄期間內各報告期末作出可靠估計的結論。

基於以上理由，董事相信，當服務提供予客戶時，或者當合同期滿，本集團再無提供服務的責任時，方始確認收益，乃適當做法。本集團估計自逾期預繳套票確認的收益水平，藉以提前確認往績記錄期間任何未動用療程的收益，並非適當做法。然而，本集團將不時[檢討]會計政策，在適當情況下採納適當的會計政策，以遵守香港財務報告準則。

收益確認的資訊系統

我們設有可靠的資訊系統及程序，透過比對監察預繳套票資料，以便我們：

- 提供服務時記錄收益；
- 預繳套票屆滿時記錄收益；及
- 計算遞延收益(如適用)。

該系統主要包括一個銷售時點數據庫，以記錄售予客戶的預繳套票的產生、使用、屆滿日期及變動。其亦內含一個應用程式，分析銷售時點數據庫所備存的數據，並適當地將來自

業 務

銷售預繳套票的所得款項分配至收益及遞延收益。按照銷售時點數據庫備存的資料，我們亦可識別已屆滿合同，並就會計目的量化所撇銷的相關遞延收益數額。

於各財政年度結算日後，我們於相應財政年度的結算日編製報告，按合同編號概述預繳套票詳情。我們的營運部及財務部員工均將對銷售時點系統數據進行人手核對及對賬，並審閱來自提供服務的收益、來自逾期預繳套票的收益及遞延收益的會計計算。

記錄我們纖體美容預繳套票的收益及成本

我們參與以下因素為纖體美容療程成套定價：(i)套票包含療程服務數目；(ii)進行療程的身體部位；(iii)採用的儀器先進程度；(iv)服務療程所用的纖體或美容產品；(v)採用的按摩技巧；及(vi)類似服務的市價。一般而言，按本集團定價策略，相同套票所包含的服務療程價值相若。

為達最佳纖體成效，我們向客戶提供度身訂造的纖體解決方案，按各客戶纖體進度及身體狀況，在纖體計劃不同階段調節儀器類型、纖體產品及按摩技巧。

當客戶接受服務療程時，我們將把來自服務療程的收益入賬，金額相當於某預繳套票售價除以我們會計系統內該預繳套票服務療程數目。

我們不應用成本會計法，將經營成本分配至各預繳套票。經營成本包括僱員福利開支、經營租賃租金及物業、廠房及設備折舊。經營成本為共同成本，在同一家服務中心提供的服務療程之間攤分。故此，我們的會計系統將各服務中心的經營成本合併入賬，因此，未能計算出不同服務套票應佔毛利率。

記錄我們纖體美容產品的收益及成本

當銷售不同纖體美容產品時，本集團會計系統入賬記錄該等產品的售價及數量，亦會入賬記錄纖體美容產各自的成本。於往績記錄期間，我們產品毛利率介乎80%至90%。

業 務

遞延收益

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們出售預繳套票分別為數達229,200,000港元、232,500,000港元、306,200,000港元及118,300,000港元。預繳套票通常為期有效一年。在銷售時，我們將預繳套票於資產負債表入賬為遞延收益。鑒於我們的業務在中國快速擴展，我們的遞延收益於往績記錄期上升。於二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日，以及二零一一年七月三十一日，遞延收益分別為118,300,000港元、122,400,000港元、148,700,000港元及147,000,000港元。就財務申報目的而言，當提供服務療程予客戶時，我們不時於收益表確認預繳套票為收益。關於尚待提供服務的金額將入賬為負債。

逾期預繳套票

由於客戶在屆滿日期以後，將無權享用服務，我們將從收益表的逾期預繳套票把逾期預繳套票全數確認為收益。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，來自確認逾期預繳套票的收益分別達86,000,000港元、72,800,000港元、73,300,000港元及35,100,000港元，佔我們收益的36.4%、31.0%、23.7%及26.1%。

每名客戶購買我們任何預繳纖體美容套票時，均須與我們訂立標準合同。合同列明預繳套票的條款及條件，包括但不限於「服務／療程由購買日期起計12個月內有效」一條，此舉構成我們視逾期預繳套票未動用部分為本公司所有的法律框架及基礎。標準合同亦載有其他條款，包括倘客戶未能於各到期日付清套票全額款項，本集團有權中斷療程及／或終止當時生效的合同。套票升級時，現有套票合同將告終止，我們與相關客戶將就新高級套票簽訂新合同。誠如我們中國、香港及澳門法律顧問表示，當我們向客戶出售的預繳套票屆滿時，我們確認來自逾期預繳套票的收益在中國、香港及澳門並無任何法律妨礙，而且中國、香港

業 務

及澳門現時並無即將生效的變動，可能影響本公司確認來自逾期預繳套票的收入。根據我們的內部監控政策，中國、香港及澳門客戶繳付預繳套票款項前，顧問須向客戶講解合同上每項條款及條件，客戶須簽署合同，表明其了解合同條款及條件。

我們認為，客戶參與纖體計劃時通常充滿熱誠。就纖體計劃而言，客戶需定期持續參與纖體療程，達致目標效果與否，有賴客戶的高度投入及配合。客戶或因躲惰及缺乏動力參與纖體服務療程，未能按照指定纖體計劃的建議時間表接受服務，不時導致彼等的預繳套票屆滿時仍有服務療程未曾動用。我們的會計系統每週出具已動用預繳套票金額報告。倘逾期預繳套票金額出現重大變動，我們將分析原因，並作出相應回應行動。為達致較佳纖體效果，我們鼓勵客戶定期參與服務療程。如客戶連續兩星期缺席服務，我們的電腦化信息系統將連續五星期自動向彼等每週發送短訊提示。倘客戶於接獲我們的短訊後仍未預訂服務，我們的客戶服務員工將立即打電話跟進。我們相信，我們藉該等措施減低逾期預繳套票金額，亦確保客戶實現較佳纖體計劃成效。

退款政策

於往績記錄期間，我們有兩個不可轉讓可退款計劃，即(i)當客戶達致協定纖體成績時退款的計劃(「纖體成功退款計劃」)及(ii)當客戶未能達致協定纖體成績時退款的計劃(「纖體無效退款計劃」)。

纖體成功退款計劃

二零零九年四月一日至二零一零年四月三十日期間，我們推出一款為特定目標客戶群量身訂做的纖體計劃，即纖體成功退款計劃，就香港及澳門服務中心而言，平均售價為39,900港元／澳門元。纖體成功退款計劃讓客戶提出期望體重目標。我們的顧問考慮客戶的體重質量指數、過往體重以及其他相關情況後評估其提出的期望體重目標是否可達到。根據結果，顧問為客戶擬定一份纖體套票，包括減重目標及指定期間。我們的顧問會於訂立合同前解釋計劃條款並與客戶協定減重目標。

為鼓勵客戶努力保持理想體重，若客戶於療程完成後達到體重目標，則可享已支付服務計劃費高達100%的退款。倘客戶於療程完成後無法立即達到體重目標，將無法享有任何退款，而我們亦無任何其他退款責任。我們於療程後12個月每月測量該等合資格客戶的體

業 務

重，倘合資格客戶在某次測量時體重維持於指定體重目標之下，可獲退還已支付服務費的十二分之一。某次測量時體重維持失敗將不會影響其合資格享有其後月份的退款。

纖體成功退款計劃為我們增加品牌及服務知名度的其中一項推廣活動。由於我們認為纖體成功退款計劃經已達到預期推廣效果，我們於二零一零年四月停止銷售該計劃。合共1,038名客戶參加纖體成功退款計劃，其中299名客戶最終可於療程後立即達到協定體重目標並享有退款。根據我們的會計政策，纖體成功退款計劃收取的所得款項獲遞延，並僅於我們提供服務並履行退款責任後確認為收益。截至二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度，我們出售纖體成功退款計劃合共41,400,000港元，其中合共33,100,000港元確認為收益。退款百分比(即纖體成功退款計劃項下退款款項除以合約款項)約為20%。

纖體無效退款計劃

我們的纖體無效退款計劃明碼實價，香港及澳門服務中心的價格為688港元／澳門元或888港元／澳門元，而中國服務中心的價格為人民幣888元，以新客戶為目標，促使其嘗試我們的纖體服務。我們將繼續向新客戶提呈纖體無效退款計劃。根據纖體無效退款計劃的條款及條件，客戶僅須支付相對少量款項，就可享有基本纖體服務套票。我們亦保證客戶可於兩個星期內減6至8磅(香港及澳門客戶)或8斤(中國客戶)，視乎客戶體重而定，否則，我們在扣除手續費後，按服務成效向客戶退回全數或部分款項。於往績記錄期間，1,326名、1,916名、2,936名及589名客戶參與纖體無效退款計劃，23名、113名、117名及9名獲退款。根據我們的會計政策，當提供服務，解除退款責任時，方會確認來自纖體無效退款計劃的收益。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們確認來自纖體無效退款計劃的收益900,000港元、1,700,000港元、2,700,000港元及300,000港元。於往績記錄期間，退款百分比(即退款金額除以纖體無效退款計劃項下訂約金額)分別約為1%、3%、2%及0.6%。

除該兩個可退款計劃外，我們一般不會保證減少任何體量，此項內容亦見於我們與客戶簽立合約的標準條款及條件。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，該等可退款的纖體計劃應佔收益金額分別為900,000港元、29,900,000港元、7,700,000港元及300,000港元。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，根據該

業 務

等可退款的纖體計劃向客戶退款分別為零、4,800,000港元、3,600,000港元及零，分別佔我們總收益零、2.0%、1.2%及零。在若干情況下，當有充分理由及證據支持，我們可酌情准許將他們享有的纖體計劃服務轉讓予他人及／或酌情向客戶退款。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們在處理客戶投訴時退款包括有關提呈香港消費者委員會及澳門消費者委員會的投訴及法律訴訟，退款總額分別為1,800,000港元、1,900,000港元、2,400,000港元及2,300,000港元，分別佔我們總收益0.7%、0.8%、0.8%及1.7%。

收益控制及管理政策

我們的香港及澳門客戶一般以信用卡及易辦事付款，而中國客戶通常以信用卡或現金付款。我們的服務中心接納所有通用類別的信用卡。我們與多家金融機構達成安排，提供免息六個月至24個月不等按月分期付款計劃。

我們已於旗下所有服務中心實施結餘監察機制，以確保我們的現金收款準確收妥及記賬。每個服務中心清算其交易，並編製每日總結。我們按信用卡刷卡機、易辦事終端機及現金簿所產生的信用卡銷售單、信用卡分期付款計劃申請表、現金銷售收據及每日銷售總結核對每日交易總結。我們並且將銷售數據與實際收取現金對照。在核對過後，每日交易總結將送給辦事處作為記錄。待收取銀行賬單後，我們進行按月的銀行對賬，確保準確收取銷售所得款項。

索款安排

我們與若干金融機構訂立安排，倘若我們違反商務協議任何條文，包括但不限於，我們向客戶提供滿意服務的承諾，發卡金融機構一般有權索回所付款項，以及將有關款項抵銷以信用卡應付予我們的款項，作為違約的補償。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，該等金融機構扣除的總額分別為零、13,880港元、零及零。截至二零一零年三月三十一日止年度，因客戶購買預繳套票後改變主意，並無使用任何療程服務，一名客戶透過金融機構向我們要求退款13,880港元。董事確認，上述索款安排事件並無違反任何商戶協議。

營銷

於二零一一年七月三十一日，營銷部由24名員工組成。我們的營銷部按地區劃分為香港及中國兩個分部。中國分部直接向香港分部匯報，並提供報告結果及建議書，以供批准。營銷部負責分析市場情報、組織推廣活動、評估營銷宣傳活動及協助準備推廣物料，他們與

業 務

業務開發部緊密合作，促進開拓新的地域市場。鑑於中國市場規模龐大，我們在我們經營所在或計劃開發的中國不同地區指派營銷人員，藉以進行地區的地域分析，制訂我們的銷售與營銷力度。於往績記錄期間，我們的營銷開支分別為46,900,000港元、47,300,000港元、56,400,000港元及23,100,000港元，分別佔收益19.8%、20.1%、18.3%及17.2%。

品牌建立

對於品牌建立的斐然往績，我們一直引以自豪，且相信品牌開發與維持知名度是成功的重要策略之一。我們自二零零三年十二月在香港成立以來，便開始以「必瘦站」的品牌提供纖體美容服務。我們於二零零九年及二零零七年分別將「必瘦站」品牌引進中國及澳門。經過多年發展，「必瘦站」品牌已成為中國、香港及澳門廣為人知的纖體服務代表，面向中高檔客戶。我們在經營及業務發展中戰略地採納多個品牌策略，藉以擴大市場份額，特別是高端市場份額，將我們不同服務清晰定位。於二零零八年四月，乘著「必瘦站」品牌的成功，順應我們在中國採取的多個品牌策略及擴充計劃，我們推出另一品牌「愛瑪纖體」，目標鎖定為高端纖體服務市場。我們亦開發如「Dr. Face」、「Paris Beauty」、「Mosee」、「Dr. Lakar」、「Komatsu asuka」及「PH Perfect Health」等專門纖體美容服務及產品品牌。

會員管理

於最後實際可行日期，我們在中國、香港及澳門分別有約38,000名、48,000名及4,000名會員。該等會員中，截至二零一一年三月三十一日活躍會員（即該年享用我們纖體美容服務的會員）於中國、香港及澳門分別為17,714名、9,105名及2,269名。於二零一一年三月三十一日，在活躍會員中，中國、香港及澳門分別有12,623名、4,231名及890名會員未動用本集團預繳套票。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度，在以往購買的預繳套票到期後購買其他療程套票的客戶數目佔活躍會員數目的百分比分別為3.3%、

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

2.4%及1.6%。我們相信，我們較競爭對手優勝的主要競爭優勢之一是我們擁有龐大的客戶基礎，此亦是我們業務增長的關鍵因素。下表載列於往績記錄期間我們的會員數目：

地點	會員數目			年複合 增長率(%)
	於三月三十一日			
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	
中國	628	8,320	24,717	527.4%
香港	34,468	41,564	46,542	16.2%
澳門	1,158	1,997	3,834	82.0%
總計	36,254	51,881	75,093	43.9%

為加強客戶的忠誠度，我們邀請各服務中心消費最多的10%客戶成為我們的尊貴客戶。我們的尊貴客戶可享有如優先療程預約、私人療程房間、套票及產品特別優惠等優厚待遇。我們計劃架設電子客戶關係管理平台，改善我們的營銷活動效能，並使我們迎合貴賓客戶的需求，同時亦可提升客戶忠誠度。

廣告及推廣

我們在推廣品牌及服務方面投放大量資源。我們制定推廣宣傳活動時，主要考慮如市場發展、品牌建立、客戶接納程度、季節因素以及競爭對手情況等因素。我們的營銷部一般不時因應業務發展及市場轉變而調整營銷力度。為了維持品牌知名度，我們會全年在香港及中國主要城市推出廣告。我們一般在夏季加大營銷力度。我們亦會推出特別宣傳活動，作為業務發展用途，如開設新服務中心及引入新服務計劃或產品。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們的營銷開支總額分別為46,900,000港元、47,300,000港元、56,400,000港元及23,100,000港元。我們透過多種營銷渠道推廣服務，該等渠道載列如下。

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

委聘代言人

我們委聘名人擔任我們的代言人。我們就不同品牌、服務、產品、消費群及市場考慮代言人的合適程度。於往績記錄期間，我們的代言人如下：

代言人	相關服務／產品	年份
佘詩曼	「必瘦站」的纖體服務	二零一二年／二零一三年 二零一一年／二零一二年
郭可盈	「必瘦站」的纖體美容服務	二零一零年／二零一一年
蔡少芬	「Dr. Face」的美容服務	二零一零年／二零一一年
廖碧兒	「必瘦站」及「愛瑪纖體」的纖體服務	二零一零年／二零一一年
傅穎	「Dr. Face」的纖體服務	二零零九年／二零一零年

於往績記錄期間，我們向代言人付款總額分別為1,400,000港元、1,200,000港元、3,800,000港元及零。

我們亦邀請客戶擔任我們的代言人，並分享她們成功纖體經驗。

選美賽事贊助商

我們贊助香港大型選美賽事。我們是二零零八年香港小姐競選大會「指定纖體中心贊助商」，二零零九年國際中華小姐大會「指定纖體中心贊助商」及二零零九年亞洲小姐(中國區)纖體顧問。

多種渠道的媒體廣告

我們在電視、電台、雜誌及戶外廣告板等傳統營銷渠道發放廣告，推廣我們的服務。我們又在地鐵站刊載廣告，並利用互聯網進行營銷。

據董事聲明，並就我們中國、香港及澳門法律顧問在適當查詢後所知，我們中國、香港及澳門法律顧問認為，本集團目前在中國、香港及澳門的廣告內容在各重大方面均無違反中國、香港及澳門相關法律及法規。

業 務

大型推廣活動

我們與受歡迎購物商場、大型銀行及信用卡公司合作安排推廣活動。我們在購物中心設立攤位，向商場客戶派發試用或優惠贈券。我們亦與合作的銀行及金融機構向信用卡持有人提供推廣折扣。新服務中心開張，尤其是在新地區市場的服務中心開張，我們每每將其視之為推廣的良機。我們邀請名人及傳媒參與我們服務中心隆重開幕的盛事。這些活動吸引廣泛的傳媒報導。為慶祝新店開張，我們亦會於推廣期間內在新服務中心提供特別折扣優惠。舉例而言，我們在二零一零年於北京國瑞購物中心、二零一零年在上海百聯世茂國際廣場及二零一零年在廣州正佳廣場的隆重開幕盛事。

旗艦中心

我們的旗艦中心位處黃金地段的高尚購物商場或高檔百貨公司。除了提供服務外，該等旗艦中心亦用作為品牌建立用途。

營銷與銷售

我們相信，我們高知名度的品牌、優越品質及高效服務的聲譽、龐大的客戶基礎，加上精心設計的推廣活動，均為我們的銷售奠下穩固根基。我們積極投放銷售力度，為要爭取新業務。我們委聘電話中心向我們目標客戶進行「電話推廣」，藉以推廣及銷售服務。為保障我們的形像及目標客戶，我們向電話中心僱員提供清晰指引，並要求電話中心將其僱員與潛在客戶的對話錄音。我們依賴銷售人員銷售服務及產品。我們會向成功銷售的銷售人員發放佣金，以示鼓勵，佣金為相關銷售額若干百分比。於往績記錄期間，我們向銷售員工支付的佣金分別為10,800,000港元、9,700,000港元、11,900,000港元及5,300,000港元，佔銷售收入4.7%、4.2%、3.9%及4.5%。我們亦透過客戶的口碑相傳，吸納新業務。

向客戶提供的忠誠度計劃

我們不時向客戶推出新纖體美容計劃，冀能吸引彼等重複惠顧預繳套票。作為忠誠度計劃的一部分，為提升口碑，刺激新高級套票的銷售，鞏固客戶忠誠度及與客戶建立長期關係，我們可酌情允許客戶在現有套票到期前將現有纖體美容套票升級至新高級套票。董事相信，升級安排亦為客戶提戶另一個選擇，不必捨棄現有套票的未動用價值，也可體驗最新纖體技術。現有套票到期後，不可升級。套票升級時，現有套票合同將告終止，我們與相關客戶將就新高級套票簽訂新合同。客戶須支付新高級套票與未動用現有套票的價值差額。簽訂

業 務

新合同後，新高級套票有效期將由新合同日期起計一年。新高級套票及現有套票未動用價值收取的所得款項將於簽訂新合同時確認為遞延收益。根據新合同，收益將於向客戶提供服務時確認，並於新合同屆滿時由已屆滿套票確認。

我們允許客戶將彼等現有的纖體美容套票升級為新高級纖體美容套票，條件為(i)現有套票有效期尚未屆滿；(ii)新高級套票適用於相關客戶；及(iii)相關客戶須支付不少於新高級套票價值40%的款項。由於作為忠誠度計劃的一部分，升級安排乃為口碑相傳、鼓勵銷售新高級套票、提高客戶忠誠度以及與客戶建立長期關係，我們並未限制升級纖體美容套票的數量。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，有21.3%、16.3%、16.8%及8.2%的總會員人數於現有套票屆滿前升級套票；預繳套票升級所收現金分別為31,000,000港元、24,000,000港元、28,400,000港元及6,500,000港元。

定價政策

我們根據幾項因素為預繳纖體美容套票定價，包括不同纖體美容套票的服務療程數目、於服務療程所用的先進纖體美容儀器；及於服務療程中應用的纖體美容產品類別。價格調整視乎產品與儀器成本、本集團的推廣計劃、市場預測趨勢及預期客戶需求等因素而定。

我們以折扣向客戶出售纖體美容預繳套票。在任何情況下，該折扣不會超逾預繳套票原值的60%，折扣多寡乃經參考客戶成為會員的時間長短及過往消費而定。

客戶

我們的客戶主要為零售客戶。於往績記錄期間，五大客戶合共佔收益總額少於3%。

業 務

客戶回應系統

作為提高顧客忠誠度及與客戶建立長期關係的一種方式，銷售營銷部自二零零九年八月實施客戶回應系統，以瞭解客戶期望，並收集客戶對我們及服務意見。有關系統使我們提升指定系統滿足客戶特定需求，從而鼓勵客戶重複惠顧我們的服務療程。我們透過多種內部渠道收集客戶回應，包括客戶服務熱線、各服務中心的意見收集箱以及於服務中心與前線員工當面溝通。根據客戶回應系統，我們的員工須妥善記錄客戶回應。我們於香港辦事總處集中處理透過服務熱線作出的回應。我們的員工每日於各服務中心檢收意見收集箱內的客戶回應。在與客戶面談後，我們將當面意見編製為書面記錄，並由相關服務中心店鋪經理審閱及批准。我們收集的客戶回應通常關於纖體療程進度以及服務水平。我們謹慎考慮客戶回應，作出適當回覆，並分析客戶回應以在適當方面作出相應改進，從而鼓勵客戶重複惠顧我們的服務療程。我們要求員工及時處理客戶回應。就直接透過電話、於意見收集箱或於服務中心親自向我們作出的回應，員工須於24小時內進行處理。

截至最後實際可行日期，我們從客戶接獲合共159項回應。

客戶回應數目

	截至三月三十一日止年度			自二零一一年
	二零零九年	二零一零年 (附註)	二零一一年	四月一日至最後 實際可行日期 止期間
中國	不適用	31	98	24
香港	不適用	3	2	—
澳門	不適用	1	—	—
總計	不適用	35	100	24

附註：我們自二零零九年八月起實施客戶回應系統。截至二零一零年三月三十一日止年度收集的客戶回應數目為於二零零九年八月至二零一零年三月三十一日止期間收集的客戶回應數目。

業 務

下表載列客戶回應按性質劃分的明細分析：

客戶回應性質	客戶回應數目
未能遵照指定纖體計劃(如出席次數及推薦餐單等)	76
客戶因未悉纖體設備的好處而產生憂慮	46
客戶疾病(如心臟病、高血壓、糖尿病等)	29
其他(如懷孕、搬家、工作地點改變等)	8
總計	<u>159</u>

據上表所示，我們所收取的客戶回應性質與投訴有所不同。董事相信，大部分回應源於客戶缺席纖體計劃，因此認為客戶回應不應算為，也不應分類為投訴。董事確認，所有客戶回應已適當地處理，並圓滿解決。董事也確認，於往績記錄期間至最後實際可行日期，除客戶提呈香港消費者委員會及澳門消費者委員會的投訴外，本集團並無收到其他投訴。

採購

我們的採購人員負責挑選供應商、與供應商磋商及下達訂單。我們主要開支是纖體美容儀器及貨品。我們已實施採購內部指引。我們規定採購人員在作出相關採購計劃前檢查存貨。我們的採購人員亦向不同供應商進行格價，並跟進採購訂單。交付時，我們的營銷人員須協助檢收有關供應品。

我們透過香港的貿易公司及其分銷商向歐洲及日本供應商採購儀器及部件。於往績記錄期間，我們纖體美容設備及儀器採購額分別達2,000,000港元、2,700,000港元、3,300,000港元及1,000,000港元。我們向製造商採購纖體美容產品，而製成品經貼上標籤後以我們的品牌銷售。為確保我們產品的質素，我們謹慎挑選纖體美容產品供應商，並對供應商的供應品進行品質測試。於往績記錄期間，我們纖體美容貨品採購額分別達1,900,000港元、4,900,000港元、7,500,000港元及2,200,000港元。

業 務

主要供應商

我們並無與供應商訂立任何長期合約，我們可自由向多名供應商採購。我們相信，這安排可讓我們靈活挑選品質是最優越且價格是最具競爭力的供應品，使我們獲益。我們與五大供應商擁有業務關係，年期介乎一年至五年。

董事相信，儘管我們並無與供應商訂立任何長期供應合約，然而在往績記錄期間我們與供應商維持良好的業務關係，且我們在採購方面概無遭遇任何重大問題。大部分供應商為記賬交易。若干供應商向我們授出介乎30日至60日的信貸期。我們在中國的採購主要透過電匯方式以人民幣與供應商結算，在中國境外則透過支票方式以港元結算。

我們挑選可靠及品質優越的供應商時採納嚴謹制度。我們根據定價、質量、可靠程度、準時交付程度、供應品的完整程度及整體市場聲譽等多種因素挑選及評價供應商。

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，我們於各年的最大供應商分別佔總採購17.8%、18.0%、17.0%及23.3%。同期，五大供應商分別合共佔總採購60.7%、55.0%、49.9%及49.6%。

存貨控制

我們的存貨包括我們的纖體美容產品。我們謹慎監察存貨水平，盡量減低倉儲時間。我們按先入先出的基準提取纖體美容產品。於二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日，以及二零一一年七月三十一日，我們的存貨結餘分別為500,000港元、1,000,000港元、1,100,000港元及700,000港元。

品質監控

董事相信，前線人員的專業知識及專業技能對於向客戶提供優質服務至為重要。我們向員工(特別是纖體顧問)提供內部培訓，內容有關客戶處理技巧、如脂肪積存及分解的過程及階段等纖體理論，以及儀器的功能及運作。我們相信，提供員工培訓是減低客戶投訴數目的主要方法之一。因此，員工培訓其中包括銷售技巧及投訴處理技巧。作為我們改善服務的員工培訓的一部分，我們亦與前線員工講述過往投訴個案。當員工加盟本集團時，我們為所有員工提供一個月入職培訓，每兩個月進行員工考核，按結果提供進一步培訓。

業 務

我們有兩名纖體美容培訓主管，負責培訓服務中心經理。服務中心經理則負責培訓各自服務中心內的員工。我們透過內部評估以評價及檢討前線員工的表現。我們亦要求前線人員參加技術及知識評估。我們邀請客戶提供服務質素的回應，包括員工提供的服務水平，該客戶的回應亦會計入表現檢討範圍之內。

我們擁有合資格的營養師及纖體顧問，在制定及執行纖體計劃方面為客戶提供專業意見。於二零一一年七月三十一日，我們有26名營養師及117名顧問，全部均為全職僱員。我們的營養師必須持有相關科目文憑或更高的資格，兼有逾一年相關工作經驗。我們的纖體顧問必須在纖體美容業至少積逾五年相關工作經驗。

作為客戶服務的一部分，我們設立客戶服務熱線，並對處理投訴及糾紛實施內部指引。

由於我們業務不涉及危險活動，我們並無就一般營運向僱員發放安全手冊。然而，我們就纖體美容儀器的功能及操作提供員工培訓及相關說明手冊。於往績記錄期間，有三宗申索個案，涉及兩名客戶及一名前僱員的申索提呈香港區域法院，全部分別與接受纖體服務過程中及其受僱期間受到的人身傷害有關，除此之外，董事確認，我們僱員或客戶概無於操作過程中受到任何嚴重損傷。

業 務

獎項及認可

近年，我們獲授下列大型獎項、證書及會籍：

成就	年份	組織 ⁽¹⁾
中國消費者最喜愛香港品牌 金獎品牌	二零一零年	中華(海外)企業信譽協會 ⁽²⁾
二零零九年亞洲小姐(中國區) 纖體顧問	二零零九年	亞洲電視有限公司 ⁽³⁾
2009國際中華小姐大會指定纖體 中心贊助商	二零零九年	電視廣播有限公司 ⁽⁴⁾
2008香港小姐競選大會 指定纖體中心	二零零八年	電視廣播有限公司
父母最愛信心品牌 — 香港明星 推崇纖體品牌	二零零八年及 二零零九年	3週刊 ⁽⁵⁾
優質生活品牌 — 最有效纖體中心	二零零八年	3週刊
資本才俊非凡品牌大賞	二零零七年	資本才俊雜誌 ⁽⁶⁾
香港(2007)最強品牌金獎 — 最佳品牌	二零零七年	中國世紀出版集團 ⁽⁷⁾
十大最佳專業瘦身及美容中心	二零零七年	旭茉 ⁽⁸⁾
香港超級品牌	二零零六年	國際超級品牌 ⁽⁹⁾

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. 所有頒獎組織均為獨立第三方。
2. 中華(海外)企業信譽協會為非政府協會，成立目的旨在(其中包括)於中國及海外市場上推動信譽及認證系統的建立。
3. 亞洲電視有限公司，通稱亞視，為香港商業電視台。
4. 電視廣播有限公司，通稱無線，為香港商業電視台。
5. 3週刊為南華傳媒集團刊發的娛樂週刊。
6. 資本才俊雜誌為南華傳媒集團刊發的商業雜誌。
7. 中國世紀出版集團出版幾項刊物，為讀者帶來最新財經新聞與分析。
8. 旭茉為時裝雜誌，為讀者帶來最新時裝新聞、美容趨勢及護膚妙法。
9. 國際超級品牌為獨立品牌仲裁人，推動品牌規範及認可非凡及最有價值品牌。

過往不合規事件

「More Slim」事件

二零零八年五月，儘管相關供應商提供了由合資格認證中心出具的清潔測試報告，香港衛生署告知我們，在我們的纖體產品「More Slim」的樣本中，發現含禁用醫藥物質「西布曲明」，證實違反香港法例第138A章藥劑業及毒藥規例。我們被勒令立即在香港停售全部該等產品，並在七日內回收有關產品。「More Slim」產品回收涉款總額1,300,000港元。董事相信，事件起因乃由於相關供應商瞞騙我們所致。

我們迅速應變，不再向相關供應商購貨，並在服務中心停售所有相關產品。為加強產品品質保證，除審慎挑選纖體美容產品的供應商，並要求供應商提供測試報告外，我們委聘兩間獨立品質測試機構測試每批產品。

業 務

「EnerDay」事件

我們於二零零七年九月至十一月三個月期間銷售「EnerDay」產品，總銷量為149,000港元。其後，我們開始自「EnerDay」產品相同的供應商處採購纖體產品，並於我們的專有品牌「More Slim」線下銷售該供應商的纖體產品。

於二零零八年九月前後，據報，一名女士因服食在我們的服務中心購買的「EnerDay」纖體產品後不適送院，其後，上述「EnerDay」纖體產品被發現含有「西布曲明」。香港衛生署已就相關服務中心進行店舖調查，並擬收集「EnerDay」產品樣本檢驗。由於我們已自二零零七年十二月停止出售「EnerDay」產品，於任何服務中心已無「EnerDay」存貨可供銷售。香港衛生署於二零零八年九月初就相關服務中心進行店舖調查，未發現任何「EnerDay」產品。除上文所述者外，香港衛生署並無勒令停售及回收任何「EnerDay」產品或就此對我們展開任何訴訟，並於二零零九年二月結案。

董事確認，彼等概無就上述事件收取香港衛生署其他通知及／或接受其調查，且我們概無因上述事件遭受任何申索或法律訴訟。董事確認，我們來自銷售「More Slim」及「EnerDay」的收益為3,100,000港元，我們後來向客戶退還1,400,000港元，於往績記錄期間，並無因上述事件撇銷存貨。董事確認，除上文披露者外，於往績記錄期間，停售及產品回收事件並無導致我們客戶投訴或受傷。此外，鑑於涉及產品數量不多，上述事件對我們的經營業務及財務狀況並無造成重大影響。除上述事件外，董事確認，於往績記錄期間，我們有售的產品概無被發現品質不良、受塑化劑、EDHP或其他有害物質污染、或違反適用法律及法規。

倘我們供應商的產品被發現品質不良或違反適用法律法規導致最終客戶受傷，我們的供應商（作為生產商）以及我們（作為零售商）可能須承擔最終客戶的產品責任索償。由於我們並未投保產品責任險，我們可能受客戶使用該等產品所遭受的任何傷害所影響。有關更多詳情，請參閱本文件「風險因素-我們向供應商採購纖體美容產品，或無法有效控制產品質素」。

業 務

客戶投訴

客戶投訴

由於纖體行業性質使然及對所提供纖體服務滿意程度屬乎主觀意見，我們偶而收到客戶投訴。此外，我們透過預繳套票方式向客戶收費，故有時客戶要求退還預付款項時會引起糾紛。客戶投訴一般與以下一個或多個範疇相關：

- 服務效果未如理想
- 服務造成人身受傷
- 付款方法的糾紛(如信用卡分期付款等)
- 不滿員工服務
- 不滿療程進展
- 客戶改變主意
- 合同條款後來出現爭議
- 退款計劃實施結果糾紛

部分客戶向消費者保障機構投訴。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及由二零一一年四月一日至最後實際可行日期期間，客戶透過香港消費者委員會向我們提出的投訴分別有一宗、74宗、22宗及四宗，客戶透過澳門消費者委員會向我們提出的投訴分別有七宗、六宗、一宗及一宗。

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

客戶向香港消費者委員會提出的投訴

服務中心	客戶投訴數目			自二零一一年 四月一日至 最後實際 可行日期
	截至三月三十一日止年度			
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	
銅鑼灣中心	—	24	2	1
旺角中心	—	16	8	—
荃灣				
— 南豐中心	1	5	1	—
荃灣				
— 荃灣城市中心	—	—	1	1
將軍澳中心	—	2	—	—
上水中心	—	2	1	—
元朗中心	—	1	3	1
大埔中心	—	4	—	—
屯門中心	—	2	—	—
馬鞍山中心	—	1	1	—
北角中心	—	5	—	—
中環中心	—	1	—	—
尖沙咀中心	—	1	2	—
觀塘中心	—	8	1	—
紅磡中心	—	1	—	—
沙田中心	—	1	—	1
其他	—	—	2	—
總計 <small>(附註)</small>	1	74	22	4

附註： 12宗香港消費者委員會投訴演變為法律訴訟，部分為提呈香港小額錢債審裁處審理的個案。

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

下表載列於往績記錄期間至最後實際可行日期按性質劃分客戶向香港消費者委員會提呈的投訴明細：

客戶投訴性質	於往績記錄期間至 最後實際可行日期 客戶投訴數目
— 服務效果未如理想	20
— 服務造成人身受傷	8
— 付款方法的糾紛(如信用卡分期付款等)	3
— 不滿員工服務	6
— 不滿療程進展	6
— 客戶改變主意	8
— 合同條款後來出現爭議	16
— 退款計劃實施結果糾紛	15
— 其他 ^(附註)	19
總計	<u>101</u>

附註： 其他主要涉及基於多項原因的退款要求，諸如(i)服務效果及客戶預期之間有出入；(ii)因一時衝動而購買；(iii)家人反對；(iv)其後財政出現問題；或(v)後悔消費過多。

根據截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，以及自二零一一年四月一日起至最後實際可行日期止期間向香港消費者委員會提呈的投訴文件所載，投訴人要求的退款總額約為4,300,000港元。

上述客戶向香港消費者委員會提出的101宗投訴，於最後實際可行日期，我們就其中21宗與投訴人和解，12宗演變為提呈香港小額錢債審裁處審理的個案(其中兩宗與投訴人達成和解)，而就餘下的68宗個案而言，由於我們與相關投訴人磋商後並未達成和解，故該等投訴未和解或擱置中(於最後實際可行日期前一個月投訴人與本集團並無聯絡)。

業 務

下表載列於往績記錄期間至最後實際可行日期按性質劃分68宗客戶投訴明細：

客戶投訴性質	於最後實際可行日期
	未和解或擱置中的 客戶投訴數目
— 服務效果未如理想	14
— 服務造成人身受傷	6
— 付款方法的糾紛(如信用卡分期付款等)	1
— 不滿員工服務	4
— 不滿療程進度	3
— 客戶改變主意	5
— 合同條款後來出現爭議	13
— 退款計劃實施結果糾紛	8
— 其他 ^(附註)	14
總計	68

附註： 其他主要涉及基於多項原因的退款要求，諸如服務效果及客戶預期之間有出入；因一時衝動而購買；家人反對；其後財政出現問題；或後悔消費過多。

在上述68宗客戶投訴中，截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及自二零一一年四月一日至最後實際可行日期止期間，客戶分別向本集團提呈一宗、47宗、18宗及兩宗投訴。上述68宗未和解或擱置投訴中，其中42宗投訴的投訴人不接納我們的和解要求，21宗投訴的投訴人要求不合理的和解條款，不為我們政策所能接納，五宗投訴的投訴人失去聯絡。我們按照內部指引處理上述68宗客戶投訴。我們於接獲香港消費者委員會通知後三日內主動與相關客戶聯繫，並採取積極措施，冀於接獲香港消費者委員會通知一個月內解決事件。然而，儘管我們按內部政策向所有投訴人提供合理要約，衷誠就投訴達成和解，惟何時能與投訴人達成和解，並非我們所能預測及控制。董事確認，於最後實際可行日期前一個月，香港消費者委員會並無就本集團處理68宗投訴採取任何跟進行動。上述68宗客戶投訴所產生的最高潛在申索為2,800,000港元，對我們的收益並不重大。

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

客戶向澳門消費者委員會提出的投訴

服務中心	客戶投訴數目			自二零一一年
	截至三月三十一日止年度			四月一日至
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	最後實際 可行日期
澳門中心	<u>7</u>	<u>6</u>	<u>1</u>	<u>1</u>
總計 <small>(附註)</small>	<u>7</u>	<u>6</u>	<u>1</u>	<u>1</u>

附註：由於一名客戶提呈多於一宗投訴，故15宗澳門消費者委員會個案涉及14名客戶。

下表載列於往績記錄期間至最後實際可行日期按性質劃分客戶向澳門消費者委員會提呈的投訴明細：

客戶投訴性質	於往績記錄期間至 最後實際可行日期 客戶投訴數目
— 服務造成人身受傷	1
— 員工及客戶溝通有誤	<u>14</u>
總計	<u>15</u>

上述向澳門消費者委員會提出的15宗客戶投訴，於最後實際可行日期，我們就其中10宗投訴與投訴人和解，而五宗則因投訴人撤回投訴或投訴人未能提供充分資料以便處理而告終。

客戶向中國消費者協會或組織或地方工商管理分局提呈的投訴

就中國投訴而言，客戶可要求消費者協會或組織調停；向地方工商管理分局（「地方工商管理分局」）提呈投訴；及／或申請仲裁或對我們展開商業法律訴訟。董事確認，於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並未就中國客戶投訴接獲任何消費者協會或組織或地方工商管理分局發出的任何通知，或接獲仲裁委員會或法院發出的任何仲裁或法律訴訟通知。

業 務

部分客戶投訴演變為對我們提呈的法律訴訟。12宗香港消費者委員會個案演變為法律訴訟，部分為提呈香港小額錢債審裁處審理的個案。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及自二零一一年四月一日起至最後實際可行日期止期間，客戶及一名前僱員對我們向香港小額錢債審裁處提呈的個案有15宗、29宗、四宗及零，而提呈香港區域法院者有一宗、兩宗、零及一宗。有關法律訴訟詳情，請參閱本節下文「合規情況及法律訴訟 — 法律訴訟」。

客戶對我們提呈的投訴及法律訴訟數目不多，分別僅佔本集團截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及自二零一一年四月一日至最後實際可行日期止期間活躍會員數目的0.14%、0.47%、0.09%及0.03%。

為達成和解，我們提供免費療程、退款及／或賠償。我們通常在客戶於療程過程中受傷並提供受傷醫療證明的情況下向客戶支付賠償。我們按每個個案的情況審閱退款要求的理由。在高級管理層酌情批准的規限下，倘客戶提出充分理由（譬如體質不宜進行療程、未達到預期纖體效果、工作地點變動、搬家及財政困難等），我們可能退款。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及自二零一一年四月一日起至最後實際可行日期止期間，我們就向香港消費者委員會及澳門消費者委員會提呈的投訴分別支付賠償總額200,000港元、500,000港元、零及零。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及自二零一一年四月一日起至最後實際可行日期止期間，我們在處理客戶投訴時（包括向香港消費者委員會及澳門消費者委員會提呈的投訴及法律訴訟）分別支付賠償／退款總額1,800,000港元、1,900,000港元、2,400,000港元及2,300,000港元。

董事確認，截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度及自二零一一年四月一日起至最後實際可行日期止期間，客戶向香港消費者委員會及澳門消費者委員會提呈的全部投訴與難以預約本集團服務療程無關，就客戶投訴而言，我們銷售時並無採用過量及／或不當技巧及／或錯誤陳述及／或誤導做法。

投訴管理

我們的客戶服務部負責處理客戶投訴。為確保及時及恰當處理客戶投訴，我們已實施相關內部指引，而我們規定員工嚴格遵守有關指引。所有接獲的投訴須向香港辦事總處匯報。接獲投訴後，我們謹慎審閱其內容，並向相關員工及服務中心了解其背景。

業 務

我們每週編製報告，總結所接獲的新投訴及／或現有投訴進展，呈送我們的營運總監（「營運總監」）兼執行董事歐陽慧女士審閱。倘接獲嚴重投訴，客戶服務員工即時向營運總監報告。我們亦會每月編製報告，總結每家服務中心接獲的新回應及投訴，呈送營運總監及董事會審閱。董事會在其認為需要時，檢討投訴管理的內部監控政策的效率及效能，並提出內部控制程序的改善建議。內部監控政策如有更新，將送服務中心員工傳閱及實施。我們透過內部評估考評前線員工表現，所考慮的因素包括但不限於針對每名前線員工的投訴數目。

有關向如香港消費者委員會等消費者保障機構作出的投訴，我們要求員工分別於相關機構通知後三日及六日內聯絡投訴人了解情況並解決有關事宜，並向相關機構匯報進展。我們的政策規定須於相關機構通知後一個月內採取積極措施聯絡客戶並冀解決事件。倘客戶入稟法院（如香港小額錢債審裁處）展開法律程序，則我們於法院指定時限內準備對索償進行抗辯，與此同時，我們盡一切能力與索償人達成和解。

為維持良好的客戶關係，我們嘗試於一個月內合理及友善地解決投訴。達致和解後，我們與客戶訂立和解協議，並在適當情況下向消費者保障機構匯報或向法院作出所需步驟。

為在未來減低向我們提出的索償，我們將採取多項措施，包括但不限於下列各項：

1. 加強我們的客戶服務團隊，以第一時間更高效處理客戶投訴；
2. 審閱每宗投訴，釐定導致投訴的原因，冀以友善的方式與客戶解決投訴；
3. 不時審閱向我們作出的投訴，確定本集團需要提升的領域，採取補救措施，提高我們提供的服務；及
4. 審閱索償，確認及評估產生糾紛的營運領域，以使經營業務更受歡迎。

業 務

員工培訓

我們致力透過提供內部培訓，改善前線人員的服務質素，我們相信內部培訓是減低客戶投訴數目的主要方法之一。員工培訓其中包括銷售技巧。為避免客戶與銷售人員產生誤會，我們要求銷售人員與客戶講解合約一次，並確保客戶在簽署前明白其權利及責任。我們亦向員工提供投訴處理技巧培訓，確保所有員工明白及遵守標準投訴處理程序。作為我們改善服務的員工培訓的一部分，我們亦與前線員工講述過往投訴個案。

訴訟及申索的彌償保證

根據彌償保證契據，控股股東已同意就(其中包括)在[●]或之前因本集團任何成員公司的任何行動而向其提出、產生及／或引致的投訴、訴訟、仲裁及／或法律程序而導致本集團任何成員公司將會產生的所有索償、付款、訴訟、損害賠償、和解款項及／或任何相關費用及開支，為本集團提供彌償保證。

倘截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，本集團已在經審核合併賬目內或本集團有關成員公司已在經審核賬目內就有關索償及／或費用作出全數撥備，則控股股東根據彌償保證契據毋須就訴訟及索償承擔任何責任。

合規情況及法律訴訟

法例及指引

我們的業務須遵守若干中國、香港及澳門的法律及法規。

中國

中國美容業相關的主要法律及法規包括「美容美髮業管理暫行辦法」及「公共場所衛生管理條例」及其執行法例。

舉例而言，北京工商行政管理局頒佈北京市消費類預付費服務交易合同行為指引(「該指引」)，於二零一一年九月起生效，內容有關逾期預繳套票的未動用部分，據此(其中包括)，預繳合同屆滿時，服務供應商應向客戶提供下列一個選擇：(i)免費辦理至少一次延期手續，延展期限不少於原有效期限的二分之一；(ii)返還預付費用餘額；(iii)另訂服務安排。

業 務

該指引亦規定服務供應商提供在客戶付款後為期七日的冷靜期。鑒於指引並非強制性質，不具法律效力，在生效日期後僅適用於在北京的交易，亦可能導致本集團產生額外經營成本，董事認為，現時遵守該指引並不合符成本效益。然而，董事將密切監察該指引的最新進展，並將遵守一切相關實施細則及規例。

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止三個年度及截至二零一一年七月三十一日止四個月，來自北京服務中心的收益分別為零、300,000港元、14,300,000港元及9,400,000港元，佔我們總收益的零、0.1%、4.6%及7.0%。

香港

就我們的香港業務而言，包括受僱員工的資歷或所用器材，香港現時並無特別法例監管纖體美容服務和產品，有關醫生及中醫的監管規定除外。然而，我們於香港的營運須遵守與食物、健康、安全、入口及出口、醫生及中醫相關的若干一般法例及法規。主要的法例有公眾衛生及市政條例、食物及藥物(成分組合及標籤)規例、消費品安全規例、商品說明條例、進出口條例、醫生註冊條例及中醫藥條例。

澳門

澳門現時並無特別法例監管纖體美容服務和產品，以及我們於澳門與美容醫療服務相關的業務，包括受僱員工的資歷或所用器材，有關醫生及中醫的監管規定除外。然而，我們於澳門的營運須遵守與經營業務、食物、健康、安全、入口及出口、醫生及中醫相關的若干一般法例及法規。主要的法例有就特定經濟活動發出行政准照之制度(法令第47/98/M號)、Law of Offense Acts against Public Health and Economy(法令第6/96/M號)、Prepared Food (Composition and Labeling) Regulation(法令第50/92/M號)、General Regime of Product Safety (Administrative Regulation n.º 17/2008)、Foreign Trade Law (Law n.º 7/2003) and Licensing for Provision of Private Health Care Activity Regulation(法令第84/90/M號)。

我們業務適用的法律及法規詳情，請參閱本文件「法規」一節。

業 務

誠如我們中國、香港及澳門法律顧問表示，中國、香港及澳門現行法律及法規並無有關銷售預繳套票後的冷靜期。董事確認，本集團現時並無提供銷售預繳套票後的冷靜期。董事相信，纖體美容行業不向客戶提供銷售預繳套票後的冷靜期乃行業慣例，且現時遵守冷靜期並不合符成本效益。然而，董事將密切監察有關強制性冷靜期的法制的最新進展，並將遵守一切相關實施細則及規例。

除本文件「風險因素 — 往績記錄期間，我們未有為及代僱員支付若干社會保險金及住房公積金供款」及「風險因素 — 我們於中國的若干服務中心並無完全遵守有關消防安全法律及條例」披露者外，我們的法律顧問確認，我們已獲取於中國、香港及澳門經營業務所需的相關執照、許可、批文及證書，並一直在所有重大方面遵守此等司法權區所有適用法律及法規。

持續合規

為預防我們今後再次違反相關中國法律及法規，包括但不限於本文件「風險因素」及本節上文「過往不合規事件」一段所披露我們過往違反有關消防安全法律及法規及我們並無為僱員支付若干社會保險及住房公積金供款，我們組成合規委員會，由全體執行董事組成，監察我們營運是否符合適用法律及監管規定與我們內部政策及程序。我們亦將與公司秘書、內部法律顧問及外部法律顧問緊密合作，審閱本集團事務，並確保悉數遵守所有法律規定。

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

法律訴訟

就訴訟而言，倘向我們提出的索償合理，我們嘗試與索償人達成和解，然而倘索償人的索償欠缺充分理據，我們會行使維護本身的權利。

下表載列截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及自二零一一年四月一日起至最後實際可行日期止期間由／向我們提出的法律訴訟數目：

	截至三月三十一日止年度			由二零一一年
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	四月一日至 最後實際 可行日期
法律訴訟數目				
— 香港小額錢債審裁處				
• 本集團提呈	—	—	—	—
• 針對本集團	15	29	4	—
— 香港區域法院				
• 本集團提呈	—	1	—	—
• 針對本集團	1	2	—	1
— 香港勞資審裁處				
• 本集團提呈	1	—	—	—
• 針對本集團	3	—	—	—
總計	<u>20</u>	<u>32</u>	<u>4</u>	<u>1</u>

香港小額錢債審裁處個案

往績記錄期間至最後實際可行日期，提呈香港小額錢債審裁處的全部48宗法律訴訟與纖體美容服務有關。索償人於香港小額錢債審裁處提出的主要投訴理據包括我們員工的服務欠善及服務成效未如理想。於香港小額錢債審裁處審理的索償個案，每一宗涉款不超過50,000港元。

業 務

下表載列按性質劃分於往績記錄期間至最後實際可行日期提呈香港小額錢債審裁處的48宗法律訴訟明細分析：

法律訴訟性質	於往績記錄期間至 最後實際可行日期 法律訴訟數目
— 服務效果未如理想	24
— 服務造成人身受傷	3
— 付款方法的糾紛(如信用卡分期付款等)	2
— 不滿員工服務	2
— 不滿療程進展	1
— 客戶改變主意	1
— 合同條款後來出現爭議	3
— 退款計劃實施結果糾紛	7
— 其他(附註)	5
總計	48

附註： 其他主要涉及基於多項原因的退款要求，諸如(i)因一時衝動而購買；(ii)後悔消費過多；或(iii)其後出現個人健康／身體憂慮。

就針對我們提呈香港小額錢債審裁處的48宗法律訴訟而言：

- (a) 審裁處已撤銷2宗索償人提出的索償個案；
- (b) 審裁處已批准19宗索償人申請終止索償的個案；
- (c) 由於9宗個案各自的申索人並未出席聆訊，審裁處已剔除相關個案；
- (d) 審裁處押後聆訊8宗個案，尚未另訂聆訊日期；及
- (e) 審裁處就10宗個案勒令我們向索償人支付介乎718港元至36,643港元的款項，涉款總額173,019港元。

於最後實際可行日期，48宗香港小額錢債審裁處向我們提出的法律訴訟中，27宗仍未結案，即上述(b)項(香港小額錢債審裁處已批准索償人申請終止索償的19宗個案)及(d)項

業 務

(香港小額錢債審裁處押後聆訊8宗個案，尚未另訂聆訊日期)。該27宗申索涉款總額為700,000港元，另加費用及利息。我們於二零一一年十月以訴訟程序中無人作出行動為由已向香港小額錢債審裁處申請撤銷有關訴訟。

香港區域法院個案

每宗香港區域法院個案涉款不超過1,000,000港元。往績記錄期間至最後實際可行日期，提呈香港區域法院的4宗法律訴訟於最後實際可行日期已全數達成和解。

就針對我們提呈香港區域法院的4宗法律訴訟而言：

- (a) 我們就前僱員在受僱期間因操作織體機器而蒙受人身傷害，向1宗個案的原告人支付293,410港元(截至二零零九年三月三十一日止年度提呈)；
- (b) 我們就客戶在服務過程中因織體機器的蒸氣熱力而蒙受人身傷害，向2宗個案的原告人支付228,117港元(截至二零一零年三月三十一日止年度經同一名原告人提呈)；及
- (c) 我們就客戶在服務過程中因地滑而蒙受人身傷害，被勒令向1宗個案的原告人支付559,256港元(於往績記錄期間後提呈)。

截至二零一零年三月三十一日止年度，我們就服務中心裝修工程合約糾紛，向香港區域法院提呈1宗法律訴訟，申索人民幣510,000元(或607,143港元)，另加利息及費用，我們預期將於二零一一年十一月初接獲香港區域法院頒發的判決。

香港勞資審裁處個案

往績記錄期間至最後實際可行日期，提呈香港勞資審裁處的全部4宗法律訴訟與我們與僱員的僱傭合約糾紛有關，於最後實際可行日期已達成和解。

就針對我們提呈香港勞資審裁處的3宗法律訴訟而言，審裁處判我們支付索償人介乎3,800港元至15,076港元的款項。

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

就我們提呈香港勞資審裁處的1宗法律訴訟而言，審裁處撤銷申索。

下表載列往績記錄期間至最後實際可行日期我們牽涉其中的法律訴訟申索總金額：

	截至三月三十一日止年度			自二零一一年 四月一日起至 最後實際可行 日期
	二零零九年	二零一零	二零一一	千港元
	千港元	千港元	千港元	千港元
涉款概約總額				
— 香港小額錢債審裁處	351	899	90	—
— 香港區域法院	293	835	—	559
— 香港勞資審裁處	308	—	—	—
總計	952	1,734	90	559

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及自二零一一年四月一日至最後實際可行日期止期間，針對我們的法律訴訟涉款總額分別為900,000港元、1,100,000港元、100,000港元及600,000港元。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年三月三十一日止年度及自二零一一年四月一日至最後實際可行日期止期間，我們提呈的法律訴訟涉款總額分別為零、600,000港元、零及零。

中國仲裁程序

我們自深圳仲裁委員會收到日期為二零一一年十月十四日的通知，內容有關中國承包商向我們提呈仲裁程序，我們於二零零九年七月委任該承包商進行服務中心裝修工程。上述仲裁程序與上述我們提呈香港區域法院的法律訴訟關於相同合同糾紛。該中國承包商我們申索合共約人民幣306,279元，理由是我們違反裝修工程訂約付款責任。在收到仲裁通知後，於二零一一年十月二十一日，我們向該中國承包商反申索合共約人民幣990,000元，理由是該中國承包商未能根據合同所載提供合乎水準的裝修工程。

我們概無就尚未了解投訴、法律訴訟及仲裁程序計提撥備，原因為董事認為由於該等投訴、法律訴訟及仲裁程序導致資源外流的機會很低。

經考慮各個案涉及的金額（與銷售比較）、我們勝訴的可能、與訴訟方達成和解的可能性，董事認為此等未了結投訴及法律訴訟及仲裁程序不會對我們的業務或財務狀況構成重

業 務

大不利影響，亦不會對我們的營運或聲譽造成影響。控股股東將就[●]或之前因本集團任何成員公司的任何行動而向其提出及／或產生及／或引致的任何投訴、訴訟、仲裁及／或法律程序而導致我們將蒙受的索償、付款、訴訟、損害賠償、和解款項及任何相關費用及開支提供彌償保證。

除上文所披露者外，本集團成員公司概無涉及任何重大投訴、訴訟或仲裁，據董事知悉，亦無重大投訴、訴訟或索償待決或威脅本集團任何成員公司。

保險

我們於香港持有營運所需的不同類別保險，包括財產保險為潛在的業務中斷、金錢損失、公眾責任、個人意外、責任保證、儀器損壞及僱員任何意外或疾病作出保障。就中國的業務而言，我們持有公眾責任保險及所有財務損失保險。我們並無為服務引致的損失就索償投保任何專業彌償保險，因認為市場內並無此等保險產品，而且此符合行內慣例。詳情請參閱本節「醫學美容」一段。於往績記錄期間，本集團已付保費總額分別為258,000港元、378,000港元、388,000港元及118,000港元，而我根據保單申索的保險金總額分別約為89,000港元、250,000港元、2,500港元及零。我們申索上述保險金與僱員、客戶及車禍賠償有關。

往績記錄期間，並無任何重大經營困難諸如儀器故障、工業意外等，亦無因火災及電力供應短缺或其他超出我們控制的事件而暫停業務，請參閱本文件「風險因素 — 與本集團有關的風險 — 我們或沒有足夠的保險範圍」。根據經營業務的經驗及對現時行內慣例的掌握，我們認為保險保障的範圍已足夠目前的業務。

知識產權

我們主要的知識產權為擁有的商標，包「必瘦站」、「Dr. Face」、「愛瑪纖體」、「Paris Beauty」、「Mosee」、「Komatsu asuka」、「Dr. Lakar」及「PH Perfect Health」，同時亦包括業務營運技術及提供個人纖體美容服務。我們正採取妥善程序保障我們的知識產權。我們

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

已註冊經營業務所需的一切主要商標及互聯網域名，註冊的知識產權進一步詳情載於本文件附錄六「知識產權」一段。此外，倘發現侵犯我們的商標及服務標記，或不恰當使用我們的品牌名稱，我們會採取必要的法律行動。

往績記錄期間，並無發現對我們的知識產權有任何重大侵權行為，我們認為已採取所有合理措施查察此等侵權活動。

物業

於二零一一年九月三十日，我們於中國租賃39項物業，於香港租賃13項物業，於澳門租賃一項物業，詳情載於本文件附錄三所載估值報告。該等物業主要用作經營服務中心、辦公室及員工宿舍。

就服務中心的租賃協議而言，大部分於中國的租期為五年，而於香港大部分的租期為兩年。澳門的租期為四年。大部分租賃均按固定條款訂立，惟部分中國服務中心的租賃按每月基本租金或若干營業額百分比(以較高者為準)計算。詳情請參閱下表「租金計量基準」一欄。截至二零一一年三月三十一日止年度，中國、香港及澳門平均每平方米租金為208.7港元、260.4港元及43.0港元。

下表載列我們於最後實際可行日期服務中心租賃協議的詳情。

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
深圳						
1. 深圳金光華店(必復站)	深圳市人民南路2028號羅湖 金光華廣場L5層L5-012號	389	約4年	由10/10/2008至 20/9/2012	不可續	由二零零八年十月十日至二零零九年九月二十日期間的每月基本租金為人民幣68,250元(不包括管理費)(首30日免租) 由二零零九年九月二十一日至二零一零年九月二十日期間的每月基本租金為人民幣116,700元(不包括管理費) (二零零九年九月二十一日至二零零九年十一月四日期間另外157平方米免租) 由二零一零年九月二十一日至二零一一年九月二十日期間的每月基本租金為人民幣126,036元(不包括管理費) 由二零一一年九月二十一日至二零一二年九月二十日期間的每月基本租金為人民幣136,119元(不包括管理費)

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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
2. 深圳海岸城店(必瘦站)	深圳市南山區文心五路33號 海岸城購物廣場4層411號舖	220	3年	由28/5/2009至 27/5/2012	不可續	由二零零九年五月二十八日至二零一 零年五月二十七日期間的每月基本租 金為人民幣60,000元(不包括管理費) (首45日免租) 由二零一零年五月二十八日至二零一 二年五月二十七日期間的每月基本租 金為人民幣64,000元(不包括管理費)
3. 深圳女人世界店(必瘦站)	深圳市華強北路深紡大廈AB 座NICO女人世界名店3樓 C021號舖)	350	3年	由2/5/2010至 2/5/2013	不可續	由二零一零年五月二日至二零一一年 五月一日期間的每月基本租金為人民 幣60,000元 由二零一一年五月二日至二零一二年 五月一日期間的每月基本租金為人民 幣63,000元 由二零一二年五月二日至二零一三年 五月一日期間的每月基本租金為人民 幣66,150元
4. 深圳新一佳店(必瘦站)	深圳市龍崗區布吉鎮白鶴路信 義假日名城一期沁芳園G座 203、204號	420	3年	由1/4/2010至 31/3/2013	不可續	由二零一零年四月一日至二零一二年 三月三十一日期間的每月基本租金為 人民幣30,800元(首60日免租) 由二零一二年四月一日至二零一三年 三月三十一日期間的每月基本租金為 人民幣32,340元
5. 深圳信興廣場A店 (必瘦站)	深圳市羅湖區深南東路5002號 信興廣場副樓(地王購物中心) 二層 201A單位	105	4年	由1/1/2011至 31/12/2014	不可續	由二零一一年一月一日至二零一二年 十二月三十一日期間的每月基本租金 為人民幣13,262元(不包括管理費)(二 零一一年一月一日至二零一一年三月 一日期間免租) 由二零一三年一月一日至二零一四年 十二月三十一日期間的每月基本租金 為人民幣14,441元
6. 深圳信興廣場B店 (愛瑪纖體)	深圳市羅湖區深南東路5002號 信興廣場副樓(地王購物中心) 二層 201B單位	206	4年	由15/9/2010至 14/9/2014	不可續	由二零一零年九月十五日至二零一二 年九月十四日期間的每月基本租金為 人民幣26,000元(不包括管理費)(二 零一零年九月十五日至二零一零年十 一月十四日期間免租) 由二零一二年九月十五日至二零一四 年九月十四日期間的每月基本租金為 人民幣28,312元(不包括管理費)

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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
北京						
7. 北京國瑞店(必瘦站)	北京市崇文區崇外大街18號 北京國瑞購物中心三層 F3-23號單元	323	5年	由9/12/2009至 8/12/2014	不可續	由二零零九年十二月九日至二零一一年十二月八日期間的每月基本租金為人民幣80,750元(不包括管理費)(首120日免租) 由二零一一年十二月九日至二零一四年十二月八日期間的每月基本租金為人民幣82,365元(不包括管理費)
8. 北京歐美匯店(必瘦站)	北京市海澱區丹棱街甲1號 歐美匯購物中心地上四層 第F4-06&07單元	225	3年	由20/5/2010至 19/5/2013	不可續	由二零一零年五月二十日至二零一一年五月十九日期間的每月基本租金為人民幣52,583元(不包括管理費)(首90日免租) 由二零一一年五月二十日至二零一二年五月十九日期間的每月基本租金為人民幣55,212元(不包括管理費) 由二零一二年五月二十日至二零一三年五月十九日期間的每月基本租金為人民幣57,972元(不包括管理費)
9. 北京東方新天地店(必瘦站)	北京市東城區東長安街1號 東方廣場東方新天地商場平台 層PW3-07B號商舖	208	5年	由1/8/2010至 31/7/2015	不可續	每月基本租金或營業額的1.5%(較高者為準) 由二零一零年八月一日至二零一一年七月三十一日期間的每月基本租金為人民幣54,200元(不包括管理費)(二零一零年八月一日至二零一零年十月十五日期間免租) 由二零一一年八月一日至二零一二年七月三十一日期間的每月基本租金為人民幣58,600元(不包括管理費)(二零一一年八月一日至二零一一年八月十五日期間免租) 由二零一二年八月一日至二零一三年七月三十一日期間的每月基本租金為人民幣63,300元(不包括管理費) 由二零一三年八月一日至二零一四年七月三十一日期間的每月基本租金為人民幣68,400元(不包括管理費) 由二零一四年八月一日至二零一五年七月三十一日期間的每月基本租金為人民幣73,900元(不包括管理費)

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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
10. 北京銀座店(必瘦站)	北京市東城區 東直門外大街48號 北京東方銀座商場B1樓11F店 舖	128	5年	由12/1/2011至 11/1/2016	不可續	由二零一一年一月十二日至二零一二年一月十一日期間的每月基本租金為人民幣51,200元(不包括管理費)(首60日免租) 由二零一二年一月十二日至二零一三年一月十一日期間的每月基本租金為人民幣53,760元(不包括管理費) 由二零一三年一月十二日至二零一四年一月十一日期間的每月基本租金為人民幣56,448元(不包括管理費) 由二零一四年一月十二日至二零一五年一月十一日期間的每月基本租金為人民幣59,264元(不包括管理費) 由二零一五年一月十二日至二零一六年一月十一日期間的每月基本租金為人民幣62,208元(不包括管理費)
11. 北京北辰店(必瘦站)	北京市北辰購物中心生活廣場 B11號商舖	105	2年	由8/6/2011至 7/6/2013	不可續	由二零一一年六月八日至二零一二年六月七日期間的每月基本租金為人民幣25,620元(不包括管理費)(首90日免租)
12. 北京嘉茂店(必瘦站)	北京市城區西直門外大街1號 西區嘉茂購物中心5層05.06號	97.15	3年	由16/5/2011至 15/5/2014	不可續	每月基金租金或營業額的10%(首兩年租金以較高者為準) 由二零一一年五月十六日至二零一二年五月十六日期間的每月基金租金為人民幣27,202元(不包括管理費)(二零一一年四月一日至二零一一年五月十五日期間免租) 由二零一二年五月十七日至二零一三年五月十七日期間的每月基金租金為人民幣29,922元(不包括管理費) 每月基金租金或營業額的11%(第三年租金以較高者為準) 由二零一三年五月十八日至二零一四年五月十五日日期間的每月基金租金為人民幣32,253.8元(不包括管理費)

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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
廣州						
13. 廣州正佳店(必瘦站)	廣州市天河路228號 正佳廣場5A005舖	480	5年	由10/10/2009至 9/10/2014	不可續	由二零零九年十月十日至二零一零年十月九日期間的每月基本租金為人民幣57,600元(不包括管理費)(二零零九年十月十日至二零一零年一月七日期間免租) 由二零一零年十月十日至二零一一年十月九日期間的每月基本租金為人民幣59,328元(不包括管理費) 由二零一一年十月十日至二零一二年十月九日期間的每月基本租金為人民幣61,108元(不包括管理費) 由二零一二年十月十日至二零一三年十月九日期間的每月基本租金為人民幣62,941元(不包括管理費) 由二零一三年十月十日至二零一四年十月九日期間的每月基本租金為人民幣64,829元(不包括管理費)
14. 廣州中華廣場店(必瘦站)	廣州市中山三路33號 中華廣場第9層C1A號商舖	420	3年	由7/4/2009至 6/4/2012	不可續	由二零零九年四月七日至二零一一年四月六日期間的每月基本租金為人民幣70,560元(二零零九年四月七日至二零零九年五月十九日期間免租) 由二零一一年四月七日至二零一二年四月六日期間的每月基本租金為人民幣74,793元
15. 廣州五月花711店(必瘦站)	廣州市中山五路68號 五月花商業廣場7層11號商舖	482	5年	由1/7/2009至 30/06/2014	不可續	由二零零九年七月一日至二零一零年六月三十日及由二零一零年七月一日至二零一四年六月三十日期間的每月基本租金為人民幣43,970元(二零零九年七月一日至二零零九年八月十五日及二零一零年七月一日至二零一零年八月十五日期間免租)

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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
16. 廣州五月花320店(慕詩)	廣州市中山五路68號五月花商業廣場320室	84.13	5年	由1/3/2011至 29/2/2016		<p>由二零一一年三月一日至二零一三年二月二十八日期間的每月基金租金為人民幣4,230元(不包括管理費、空調費、公共事業收費及其他開支及支銷)(二零一一年三月一日至二零一一年四月三十日期間免租)</p> <p>由二零一三年三月一日至二零一四年二月二十八日期間的每月基金租金為人民幣4,567元(不包括管理費、空調費、公共事業收費及其他開支及支銷)</p> <p>由二零一四年三月一日至二零一五年二月二十八日期間的每月基金租金為人民幣4,920元(不包括管理費、空調費、公共事業收費及其他開支及支銷)</p> <p>由二零一五年三月一日至二零一六年二月二十九日期間的每月基金租金為人民幣5,291元(不包括管理費、空調費、公共事業收費及其他開支及支銷)</p>
17. 廣州番禺鑽匯店(必瘦站)	廣州市番禺區市橋富華西路2號鑽匯珠寶廣場首層C205-C209號商舖	222	4年	由1/9/2010至 31/8/2014	不可續	<p>由二零一零年九月一日至二零一一年八月三十一日期間的每月基本租金為人民幣26,640元(二零一零年九月一日至二零一零年十月三十一日期間免租)</p> <p>由二零一一年九月一日至二零一二年八月三十一日期間的每月基本租金為人民幣27,972元</p> <p>由二零一二年九月一日至二零一三年八月三十一日期間的每月基本租金為人民幣29,371元</p> <p>由二零一三年九月一日至二零一四年八月三十一日期間的每月基本租金為人民幣30,839元</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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
18. 廣州麗影店(必瘦站)	廣州市海珠區 麗影購物廣場B區4樓	237	4年	由1/10/2010至 30/9/2014	不可續	<p>由二零一零年八月一日至二零一一年七月三十一日期間的每月基本租金為人民幣14,225元(二零一零年十月一日至二零一零年十一月十四日期間免租)</p> <p>由二零一一年八月一日至二零一二年七月三十一日期間的每月基本租金為人民幣16,216元</p> <p>由二零一二年八月一日至二零一三年七月三十一日期間的每月基本租金為人民幣18,367元</p> <p>由二零一三年八月一日至二零一四年七月三十一日期間的每月基本租金為人民幣20,690元</p> <p>由二零一四年八月一日至二零一四年九月三十日期間的每月基本租金為人民幣23,199元</p>
19. 廣州富邦店(愛瑪纖體)	廣州市中山七路51號 富邦中心二層208號商舖	303	5年	由1/11/2010至 31/10/2015	不可續	<p>由二零一零年十一月一日至二零一二年十月三十一日期間的每月基本租金為人民幣21,216元(不包括管理費)(二零一零年十一月一日至二零一一年一月三十一日期間免租)</p> <p>由二零一二年十一月一日至二零一三年十月三十一日期間的每月基本租金為人民幣22,277元(不包括管理費)</p> <p>由二零一三年十一月一日至二零一四年十月三十一日期間的每月基本租金為人民幣23,391元(不包括管理費)</p> <p>由二零一四年十一月一日至二零一五年十月三十一日期間的每月基本租金為人民幣24,561元(不包括管理費)</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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
20. 廣州太陽城店(必瘦站)	廣州市廣州大道北1811號嘉裕太陽城廣場1層33,35號	212	5年	由30/4/2011至 31/12/2015	不可續	<p>由二零一一年四月三十日至二零一一年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣19,500元(不包括管理費)</p> <p>由二零一二年一月一日至二零一二年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣20,475元(不包括管理費)</p> <p>由二零一三年一月一日至二零一三年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣21,499元(不包括管理費)</p> <p>由二零一四年一月一日至二零一四年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣22,574元(不包括管理費)</p> <p>由二零一五年一月一日至二零一五年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣23,702元(不包括管理費)</p>
21. 廣州新一城A店(必瘦站)	廣州市海珠區寶崗大道498號廣百新一城購物中心5層5-16A號商舖	373	3年	由20/12/2010至 19/12/2013	不可續	<p>由二零一零年十二月二十日至二零一一年十二月十九日期間的每月基本租金為人民幣28,721元(不包括管理費) (二零一零年十二月二十日至二零一一年二月二日期間免租)</p> <p>由二零一一年十二月二十日至二零一二年十二月十九日期間的每月基本租金為人民幣30,959元(不包括管理費)</p> <p>由二零一二年十二月二十日至二零一三年十二月十九日期間的每月基本租金為人民幣33,197元(不包括管理費)</p>
22. 廣州新一城B店(愛瑪纖體)	廣州市海珠區寶崗大道498號廣百新一城購物中心5層5-16B號商舖	160	3年	由20/12/2010至 19/12/2013	不可續	<p>由二零一零年十二月二十日至二零一一年十二月十九日期間的每月基本租金為人民幣12,320元(不包括管理費) (二零一零年十二月二十日至二零一一年二月二日期間免租)</p> <p>由二零一一年十二月二十日至二零一二年十二月十九日期間的每月基本租金為人民幣13,280元(不包括管理費)</p> <p>由二零一二年十二月二十日至二零一三年十二月十九日期間的每月基本租金為人民幣14,240元(不包括管理費)</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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
上海						
23. 上海百聯世茂店(必瘦站)	百聯世茂國際廣場6層T622號舖	430	約6年	由14/12/2009至 13/1/2015	不可續	每月基本租金或營業額的2% (較高者為準) 由二零零九年十二月十四日至二零一一年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣87,075元(不包括管理費)(二零零九年十二月十四日至二零一零年三月十三日期間免租) 由二零一二年一月一日至二零一三年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣91,332元(不包括管理費) 由二零一四年一月一日至二零一四年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣95,847元(不包括管理費)
24. 上海五角場店(必瘦站)	上海市楊浦區政通路189號 特力時尚匯2F-15, 2F-23商場	242	3年	由12/7/2010至 11/7/2013	不可續	由二零一零年七月十二日至二零一一年七月十一日期間的每月基本租金為人民幣73,608元(二零一零年七月十二日至二零一零年八月二十五日期間免租) 由二零一一年七月十二日至二零一二年七月十一日期間的每月基本租金為人民幣79,497元 由二零一二年七月十二日至二零一三年七月十一日期間的每月基本租金為人民幣85,827元
25. 上海大寧店(必瘦站)	上海市閘北區大寧國際商業廣場共和新路2008號434, 435室	170	約3年	由16/8/2010至 15/11/2013	不可續	由二零一零年八月十六日至二零一一年十一月十五日期間的每月基本租金為人民幣45,000元(二零一零年八月十六日至二零一零年十一月十五日期間免租) 由二零一一年十一月十六日至二零一二年十一月十五日期間的每月基本租金為人民幣47,000元 由二零一二年十一月十六日至二零一三年十一月十五日期間的每月基本租金為人民幣49,000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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
26. 上海長寧龍之夢店(必瘦站)	上海市長寧區長寧路1018號 龍之夢購物中心9層9006室	191	3年	由16/12/2010至 15/12/2013	不可續	每月基本租金或營業額的15% (較高者為準) 由二零一零年十一月一日至二零一一年十二月十五日期間的每月基本租金為人民幣58,064元(不包括管理費)(二零一零年十一月一日至二零一零年十二月十五日期間免租) 由二零一一年十二月十六日至二零一二年十二月十五日期間的每月基本租金為人民幣63,985元(不包括管理費) 由二零一二年十二月十六日至二零一三年十二月十五日期間的每月基本租金為人民幣69,715元(不包括管理費)
27. 上海香港廣場店(必瘦站)	上海市盧灣區淮海中路283號 香港廣場商場北座 NBL-03室及倉庫	295	5年	由20/12/2010至 19/12/2015	不可續	每月基本租金或營業額的9% (較高者為準) 由二零一零年十二月二十日至二零一一年十二月十九日期間的每月基本租金為人民幣102,112元 由二零一一年十二月二十日至二零一二年十二月十九日期間的每月基本租金為人民幣111,354元 由二零一二年十二月二十日至二零一三年十二月十九日期間的每月基本租金為人民幣120,686元 由二零一三年十二月二十日至二零一五年十二月十九日期間的每月基本租金為人民幣129,928元 二零一零年十月二十日至二零一零年十二月十九日期間免租
28. 上海嘉杰國際320店 (必瘦站)	上海市虹口區四川北路1689號 嘉杰國際第3層320單元	124	5年	由12/2/2011至 11/2/2016	不可續	每月基本租金為人民幣29,850元(不包括管理費)
29. 上海嘉杰國際321店 (愛瑪纖體)	中國上海四川北路1689號嘉杰 國際廣場3樓321號	48	5年	由12/2/2011至 11/2/2016	不可續	每月基本租金為人民幣11,592元(不包括管理費)

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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
30. 上海金鷹天地店(必瘦站)	上海市陝西路278號6樓B7商舖	147	5年	由1/1/2011至31/12/2015	不可續	由二零一一年一月一日至二零一三年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣35,770元(不包括管理費)(二零一一年一月一日至二零一一年二月二十八日期間免租) 由二零一四年一月一日至二零一五年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣37,559元(不包括管理費)
31. 上海聯洋廣場店(必瘦站)	中國上海市浦東新區芳甸路208-232號聯洋廣場A區二層A209單元	152	3年	由31/12/2010至30/12/2013	不可續	由二零一零年十二月三十一日至二零一二年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣26,833元 由二零一二年十二月三十一日至二零一三年十二月三十一日期間的每月基本租金為人民幣28,221元
32. 上海金橋店(必瘦站)	上海市浦東新區張楊路3611弄金橋國際廣場2座306室	128	4年3個月	由15/3/2011至14/6/2015	不可續	由二零一一年三月十五日至二零一二年六月十四日期間的每月基本租金為人民幣22,585元(不包括管理費)(二零一一年三月十五日至二零一一年六月十四日期間免租) 由二零一二年六月十五日至二零一三年六月十四日期間的每月基本租金為人民幣24,532元(不包括管理費) 由二零一三年六月十五日至二零一四年六月十四日期間的每月基本租金為人民幣26,479元(不包括管理費) 由二零一四年六月十五日至二零一五年六月十四日期間的每月基本租金為人民幣29,205元(不包括管理費)
33. 上海華潤時代廣場店(必瘦站)	上海市浦東新區張揚路500號華潤時代廣場三層314-316號	106	3年	由16/4/2011至31/3/2014	不可續	由二零一一年四月十六日至二零一二年三月三十一日期間的每月基金租金為人民幣41,875.4元(不包括差餉、管理費、公共事業收費及其他開支及支銷)(二零一一年四月十六日至二零一一年六月十五日日期間免租) 由二零一二年四月一日至二零一三年三月三十一日期間的每月基金租金為人民幣45,096.6元(不包括差餉、管理費、公共事業收費及其他開支及支銷) 由二零一三年四月一日至二零一四年三月三十一日期間的每月基金租金為人民幣48,317.8元(不包括差餉、管理費、公共事業收費及其他開支及支銷)

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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
34. 上海恒隆廣場(必瘦站)	上海市靜安區南京路1266號 2幢恒隆廣場第2層332、333室	305	約4年	由1/7/2011至 30/9/2015	不可續	由二零一一年七月一日至二零一五年九月三十日期間的每月基本租金為人民幣231,927.08元(不包括差餉、管理管、公共事業收費及其他開支及支銷)(首92日免租)
東莞						
35. 東莞怡安店(必瘦站)	東莞市長安鎮長青路303號地 王廣場怡安百貨L3層313號	517	3年	由28/10/2009至 27/10/2012	不可續	每月基本租金為人民幣27,900元(不包括管理費)(首75日免租)
36. 東莞世紀店(必瘦站)	東莞市東城大道世紀廣場負一 層I-21, I-22, I-23, I-25商舖	341	4年	由1/2/2010至 31/1/2014	不可續	由二零一零年二月一日至二零一一年一月三十一日期間的每月基本租金為人民幣15,345元 由二零一一年二月一日至二零一二年一月三十一日期間的每月基本租金為人民幣16,879元 由二零一二年二月一日至二零一三年一月三十一日期間的每月基本租金為人民幣18,567元 由二零一三年二月一日至二零一四年一月三十一日期間的每月基本租金為人民幣20,424元(不包括管理費)
37. 東莞海雅百貨店(必瘦站)	東莞市南城區鴻福路83號綜藝 廣場裙樓負一樓邊櫃商舖	159.6	5年	由25/3/2011至 24/3/2016	不可續	每月基本租金為人民幣10,000元(二零一一年三月二十五日至二零一一年六月二十一日期間免租)
佛山						
38. 佛山明珠店(必瘦站)	佛山市禪城區錦華路85號東方 廣場明珠城3層B328號商舖	284	3年	由9/11/2009至 8/11/2012	不可續	由二零零九年十一月九日至二零一零年十一月八日期間的每月基本租金為人民幣19,858元 由二零一零年十一月九日至二零一一年十一月八日期間的每月基本租金為人民幣22,694元 由二零一一年十一月九日至二零一二年十一月八日期間的每月基本租金為人民幣27,233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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
天津						
39. 天津米萊歐店(必瘦站)	天津市和平區南京路209號米萊歐百貨公司5樓5-2號舖	180	3年	由1/7/2010至 30/6/2013	不可續	由二零一零年七月一日至二零一一年六月三十日期間的每月基本租金為人民幣35,627元(二零一零年七月一日至二零一零年八月三十日期間免租) 由二零一一年七月一日至二零一二年六月三十日期間的每月基本租金為人民幣37,408元 由二零一二年七月一日至二零一三年六月三十日期間的每月基本租金為人民幣39,279元
南京						
40. 南京國際金融店(必瘦站)	南京市漢中路1號南京國際金融中心負一樓E3單位	273	約6年	由20/12/2010至 19/10/2016	不可續	由二零一零年十二月二十日至二零一三年十月十九日期間的每月基本租金為人民幣45,624元(不包括管理費)(首兩個月免租) 由二零一三年十月二十日至二零一五年十月十九日期間的每月基本租金為人民幣49,274元(不包括管理費) 由二零一五年十月二十日至二零一六年十月十九日期間的每月基本租金為人民幣53,172元(不包括管理費)
成都						
41. 成都樂森店(必瘦站)	四川省成都市錦江區總府路31號樂森購物中心5樓5004號	248	5年	由1/10/2010至 30/9/2015	不可續	每月基本租金或營業額的1%(較高者為準) 每月基本租金為人民幣38,440元(不包括管理費)(二零一一年十月一日至二零一一年十二月三十一日期間免租)
42. 成都伊藤洋華堂店(必瘦站)	成都市建設路2號伊藤洋華堂建設路店5樓	145	3年	由15/2/2011至 31/3/2014	不可續	由二零一一年二月十五日至二零一二年二月十五日期間的每月基本租金為人民幣21,750元(二零一一年二月十五日至二零一一年三月三十一日期間免租) 由二零一二年二月十六日至二零一三年二月十六日期間的每月基本租金為人民幣22,402.5元 由二零一三年二月十七日至二零一四年三月三十一日期間的每月基本租金為人民幣23,074.6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

中國服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
重慶						
43. 重慶新世界A店(必瘦站)	重慶新世界百貨江北店6樓5(1)	110	3年	由27/12/2010至26/12/2013	不可續	二零一零年十二月二十七日至二零一一年二月二十六日期間免租 由二零一一年二月二十七日至二零一一年十二月二十六日期間的每月基本租金為人民幣11,730元 由二零一一年十二月二十七日至二零一二年十二月二十六日期間的每月基本租金為人民幣12,660元 由二零一二年十二月二十七日至二零一三年十二月二十六日期間的每月基本租金為人民幣13,690元
44. 重慶新世界B店 (Paris Beauty)	重慶新世界百貨江北店6樓5(2)	110	3年	由27/12/2010至26/12/2013	不可續	二零一零年十二月二十七日至二零一一年二月二十六日期間免租 由二零一一年二月二十七日至二零一一年十二月二十六日期間的每月基本租金為人民幣7,225元 由二零一一年十二月二十七日至二零一二年十二月二十六日期間的每月基本租金為人民幣7,803元 由二零一二年十二月二十七日至二零一三年十二月二十六日期間的每月基本租金為人民幣8,432元

香港及澳門服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
中環						
45. 中環中心(必瘦站)	香港中環德己笠街1-13號世紀廣場18樓	339	1年	由5/3/2011至4/3/2012	不可續	由二零一一年三月五日至二零一二年三月四日期間的每月基本租金為131,544港元(不包括管理費)
銅鑼灣						
46. 銅鑼灣中心(必瘦站)	香港銅鑼灣百德新街2-20號恆隆中心19樓1901-02室、1905室	470	3年	由22/2/2010至21/2/2013	可選擇多續三年	每月基本租金為98,000港元(不包括差餉、管理費及冷氣費)(二零一零年二月二十二日至二零一零年六月二十一日期間免租)
	香港銅鑼灣百德新街2-20號恆隆中心19樓1904室		34個月又21日	由1/4/2010至21/2/2013	可選擇多續三年	同上(二零一零年四月一日至二零一零年七月三十一日免租)
47. 銅鑼灣中心(Dr. Face)	香港銅鑼灣百德新街2-20號恆隆中心19樓1914-15室	同上	3年	由22/2/2010至21/2/2013	可選擇多續三年	每月基本租金為37,200港元(不包括差餉、管理費及空調費)(二零一零年二月二十二日至二零一零年五月二十一日期間免租)

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

香港及澳門服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
旺角						
48. 旺角中心(必瘦站)	香港九龍彌敦道639號雅蘭中心一期17樓1719室	822	3年	由1/11/2010至 31/10/2013	不可續	每月基本租金為223,132港元(不包括差餉、管理費、空調費、公共事業收費及其他開支及支銷)
49. 旺角中心(Dr. Face)	香港九龍彌敦道639號雅蘭中心一期17樓1725室	同上	同上	同上	同上	同上
荃灣						
50. 荃灣城市中心店 (Dr. Face)	香港荃灣翠安街68號荃灣城市中心1期24樓2407號至2408號室	211	2年	由9/7/2010至 8/7/2012	不可續	每月基本租金為42,804港元(不包括差餉、管理費、冷氣費及其他開支)(二零一零年七月九日至二零一零年七月十九日期間免租)
51. 荃灣南豐中心店(必瘦站)	香港新界荃灣青山公路264-298號南豐中心1104-5室及1106室部分	192.59	2年	由14/12/2010至 13/12/2012	不可續	每月基本租金為41,976港元(不包括管理費)
尖沙咀						
52. 尖沙咀中心(必瘦站)	香港尖沙咀加拿分道20號加拿芬廣場13樓1301-2室	198	3年	由1/9/2009至 31/8/2012	可選擇多續三年	每月基本租金為44,646港元(不包括差餉、政府地租管理費、冷氣費及其他開支)(二零零九年九月一日至二零零九年九月三十日、二零一零年九月一日至二零一零年九月三十日及二零一二年八月一日至二零一二年八月三十一日期間免租)
屯門						
53. 屯門中心(必瘦站)	香港新界屯門栢麗廣場27樓2室	204	2年	由18/12/2010至 17/12/2012	不可續	每月基本租金為25,000港元(不包括差餉、政府地租、管理費、水費及電費)
元朗						
54. 元朗中心(必瘦站)	香港新界元朗大棠路11號光華廣場8樓5室	149.20	約3年	由23/2/2009至 15/2/2012	不可續	每月基本租金為9,594港元(不包括差餉及管理費)(二零零九年二月二十三日至二零零九年六月二十二日期間免租)
	香港新界元朗大棠路11號光華廣場8樓6、7及8室		3年	由16/2/2009至 15/2/2012	不可續	每月基本租金為31,940港元(不包括差餉及管理費)(二零零九年二月十六日至二零零九年四月十五日、二零一一年一月十六日至二零一一年二月十五日及二零一二年一月十六日至二零一二年二月十五日日期間免租)
沙田						
55. 沙田中心(必瘦站)	香港新界沙田白鶴汀街10-18號新城市商業大廈10樓1010-11室	154	1年	由16/3/2011至 15/3/2012	不可續	每月基本租金為50,000港元(不包括冷氣費及管理費及差餉)

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

香港及澳門服務中心

店名	地址	概約面積 (平方米)	租賃長度	租期	重續可能	租金計量基準
大埔						
56. 大埔中心(必瘦站)	香港新界大埔大埔廣場2樓5L及5M店	98	13個月	由28/1/2011至 27/2/2012	不可續	每月基本租金為50,000港元(包括空調費、管理費及差餉)
澳門						
57. 澳門中心(必瘦站)	澳門亞美打利庇盧大馬路89, 95, 99號, 龍嵩街2, 2A, 2B號, 南華商業大廈五樓	353	4年	由22/4/2008至 21/4/2012	不可續	由二零零八年四月二十二日至二零一零年四月三十一日期間的每月基本租金為15,000港元(不包括管理費及其他開支)(二零零八年九月免租) 由二零一零年四月二十二日至二零一二年四月三十一日期間每月基本租金為17,250港元(不包括管理費及其他開支)

我們一般於租賃協議屆滿前六個月就租金及租賃協議其他條款與業主磋商。我們考慮經修訂合約條款、新租金及分店的財務狀況後，方決定是否重續租賃協議及於相同地方經營業務。往績記錄期間，重續租賃協議或尋找新位置開張營業或搬遷服務中心，均無遇到重大困難。據中國法律顧問的意見，除本文件「風險因素 — 若干中國分租物業出租人並無就分租提供物業擁有人的書面授權」所披露者外，我們於中國已租物業的所有出租人，均取得已租物業的有效所有權或獲授權向我們出租物業，而租賃協議則有效及具法律約束力。物業的進一步詳情載於本文件附錄三。

競爭

董事認為香港纖體美容市場已經飽和。然而，董事認為，中國纖體美容市場具優厚發展潛力。市場同業於品牌定位、產品及服務多元及質量、服務中心位置及裝修、價格及財務資源上彼此競爭。

董事認為要成為纖體美容產品及服務供應商，主要的門檻包括：

- 足夠資金投資用作(i)大規模廣告及市場推廣開支，建立品牌認同，持續打造品牌；(ii)租賃位於黃金地段的服務中心；(iii)招聘及培訓專業員工，以提供優質纖體美容服務予客戶；(iv)購買纖體美容儀器；及

業 務

- 經驗豐富的管理團隊，(i) 打造品牌及管理上屢創佳績；及(ii) 有能力識別及回應消費者需求及趨勢的不斷變化，適時提供新式及具吸引力的纖體美容服務及產品。

根據Euromonitor報告，中國塑形纖體行業的市場由二零零五年的人民幣3,271,700,000元上升至二零一零年的人民幣7,166,900,000元，服務銷售額錄得複合年增長率17.0%。中國的美容市場由二零零五年的人民幣43,436,700,000元上升至二零一零年的人民幣91,318,100,000元，複合年增長率為16.0%。此外，按服務銷售額計算，美容中心服務的市場規模估計由二零一零年約人民幣91,300,000,000元增加至二零一五年約人民幣243,100,000,000元，年複合增長率為21.6%。中國塑形纖體服務的銷售額預測由二零一零年的人民幣7,200,000,000元上升至二零一五年的人民幣21,000,000,000元，年複合增長率為24.0%。

我們於二零零九年首次涉足中國市場，自此在中國市場上迅猛擴充。儘管我們經營的年資較若干競爭對手少，尤其是該等地區性品牌，我們相信已於分散的中國纖體美容市場建立品牌的認同。我們的中國纖體美容服務中心總數由二零零九年三月三十一日的單一城市一家增至最後實際可行日期的10個城市44家，增幅達43倍，而我們來自中國業務的收益由截至二零零九年三月三十一日止年度的1,900,000港元上升至截至二零一一年三月三十一日止年度的162,900,000港元，增幅為85倍。

董事認為我們從競爭對手脫穎而出，因(i)在中國、香港及澳門深獲認同、覆蓋宏大的品牌；(ii)在增長迅猛的龐大中國市場上利用品牌管理及強大執行能力發展，往績斐然；及(iii)穩固的客戶基礎，形成成為中國市場翹楚之一必需的策略性優勢。

為要在中國纖體美容市場保持競爭力，我們計劃以知名品牌「必瘦站」擴大服務中心網絡，積極拓展中國市場，並擴充品牌組合及服務，擴闊收益基礎，進一步凸顯我們較競爭對手的優勢。由於打造品牌及管理為業務的關鍵，我們將進一步加強現有的推廣活動，更多於戶外有策略地選取人流暢旺的地點進行廣告宣傳。