

業 務

概覽

我們是全球領先的能量源醫療美容器械供應商，具有自主設計、研發及生產能力，並且通常採用我們自有的創新及專利技術。我們相信我們的「Alma」品牌及「Soprano」、「Harmony」、「Accent」及「FemiLift」等多個產品品牌在國際市場上獲醫療美容機構及終端用戶廣泛認可且備受推崇。我們於二零一三年收購我們的主要營運附屬公司Alma Lasers。按二零一六年收益計，根據Medical Insight報告，我們亦已是中國市場上能量源醫療美容器械的最大供應商以及全球能量源醫療美容器械市場領導者之一。我們在全球約80個國家及司法／管轄權區銷售我們的醫療美容器械。

我們開發及生產的醫療美容器械可用於多種無創醫療美容及微創醫療美容治療。我們擁有全面的醫療美容器械組合，包括醫療美容產品線及生活美容產品線，可用於進行無創醫療美容治療，如脫毛、嫩膚、靚膚、血管治療及色素性病變治療、去除紋身、暗瘡治療、脂肪消滅、身體塑形及緊膚。我們的醫療美容器械亦可用於進行微創醫療美容治療，如私密美容治療、激光抽脂、治療靜脈曲張及治療多汗症。我們的旗艦產品包括(i) Soprano系列，主要用於脫毛；(ii) Harmony系列，可用於多達65種FDA許可適應症的多功能的應用平台；及(iii) Accent系列，主要用於身體塑形及緊膚，全部均屬醫療美容產品線；及(iv) FemiLift，一種女性使用的微創醫療美容器械(如私密美容治療)。此外，我們提供如修復與改進類的生活美容產品線。

我們主要(i)通過向醫療美容機構直銷銷售醫療美容器械或(ii)向分銷商銷售產品，而分銷商則向使用醫療美容器械開展醫療美容療程的醫療美容機構轉售。該等醫療美容機構主要包括醫療美容醫生(整形外科醫生及皮膚科醫生)、非醫療美容醫生(包括初級護理醫生、產科醫生、婦科醫生及耳鼻喉專科醫生)以及美容師。自我們於二零一三年收購的主要營運附屬公司Alma Lasers於二零零二年推出首個商業發佈起及截至最後實際可行日期，已累計售出逾27,400台主機及118,100台應用端頭。

在美國、加拿大、德國、奧地利及印度，我們主要向醫療美容機構直銷，而在全球其他地區，我們主要向分銷商銷售，而分銷商採購我們的醫療美容器械，然後銷售予作為其客戶的醫療美容機構。我們擁有全球銷售及分銷網絡，其中截至二零一六年十二月三十一日止年度，我們總收益中分別有26.2%、27.7%、21.8%、11.4%、7.6%及5.3%來自北美洲、歐洲、中國、亞太地區(不包括中國)、拉丁美洲及中東與非洲地區分部。

業 務

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，來自與我們訂有書面分銷協議的分銷商的收益分別佔我們總收益的66.1%、64.4%、61.1%及62.0%。同期，來自直銷客戶的收益分別佔我們總收益的30.1%、33.3%、35.9%及34.6%。我們的最大客戶是中國分銷商，其亦為我們於中國的唯一及獨家分銷商。於往績記錄期間，我們各期間的小部分收益歸因於並無與我們訂立書面分銷協議的分銷商、轉售商及其他經銷商，彼等向我們不定期採購醫療美容器械並將其轉售予醫療美容機構。

我們是能量源醫療美容技術創新的領導公司。我們重視研發，在此推動之下，我們已發展多項專有技術。於最後實際可行日期，我們在多個司法／管轄權區擁有對我們業務屬重大的38項註冊專利及10項專利申請。此外，自成立以來，專注於內生增長，成功完成大部分產品及技術的自主開發。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們自銷售產品的收益分別有91.8%、93.0%、93.7%及93.9%來自我們內部所開發的產品。此外，我們認為，我們產品的安全、可靠性及質量為我們良好的品牌形象奠定了基礎。我們大部分生產流程乃於我們的設施內進行。尤其是，憑借我們嚴格的質量控制流程，我們每個成品均經過內部質量測試。

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度，我們的總收益分別為101.3百萬美元、110.4百萬美元、118.2百萬美元，年化複合增長率為8.0%。截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們的總收益為32.6百萬美元。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們的年／期內溢利(根據國際財務報告準則)分別為6.7百萬美元、8.6百萬美元、8.5百萬美元及5.1百萬美元，佔我們收益的6.6%、7.8%、7.2%及15.5%。我們的年／期內溢利(根據國際財務報告準則)於往績記錄期經歷整體增長，主要由於(其中包括)客戶需求上升致使我們的產品銷售收益整體增加所致。我們的純利率(等於年／期內溢利(根據國際財務報告準則)除以同期收益)於往績記錄期出現波動，主要由於我們的產品組合及於二零一六年產生的一次性上市開支轉變所致。有關波動的原因的進一步資料，請參閱本招股章程「各期間經營業績比較」及「主要財務比率－純利率」。

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們的經調整純利(並非國際財務報告準則下界定的財務計量)分別為14.5百萬美元、16.6百萬美元、20.4百萬美元及7.1百萬美元，佔我們同期收益的

附註：

- (1) 有關此非國際財務報告準則計量的定義及使用其作為分析工具的重要限制，請參閱本招股章程「財務資料－非國際財務報告準則計量－經調整純利及經調整純利率」。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

14.3%、15.0%、17.2%及21.9%⁽¹⁾。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們的經調整EBITDA（並非國際財務報告準則下界定的財務計量）分別為22.1百萬美元、23.8百萬美元、28.0百萬美元及9.5百萬美元，佔我們同期收益的21.8%、21.5%、23.7%及29.0%。⁽²⁾

我們相信，我們極有能力在我們所經營市場的預期增長中受益。根據Medical Insight報告，醫療美容治療的全球消費者開支總額於二零一六年為259億美元，並預期於二零二一年增長至341億美元，年化複合增長率為5.7%。直接銷售能量源醫療美容器械及耗材的全球收益於二零一六年為27億美元，並預期將於二零二一年達44億美元，年化複合增長率為10.4%。於中國，預期銷售能量源醫療美容器械產生的收益由二零一六年的158.9百萬美元增加至二零二一年的326.8百萬美元，年化複合增長率為15.5%。

我們的競爭優勢

我們的成功有賴於以下競爭優勢：

作為中國最大的能量源醫療美容器械供應商及全球能量源醫療美容器械市場的領導者之一，我們已就全球市場對能量源醫療美容器械需求增長預期作好充分準備

根據Medical Insight報告，按二零一六年收益計，我們為中國能量源醫療美容器械的最大供應商，二零一六年的市場份額為16.2%。此外，根據Medical Insight報告，按銷售能量源醫療美容器械所得收益計，我們於二零一六年在全球亦排名第五，市場份額為4.4%。

作為市場領導者，我們認為，就全球能量源醫療美容器械需求的預期增長，我們已作好充分準備。根據Medical Insight報告，二零一六年至二零二一年，全球能量源醫療美容器械市場預期將由約27億美元增長至44億美元，年化複合增長率達10.4%。根據Medical Insight報告，全球醫療美容器械市場的主要增長推動力包括全球範圍內可自由支配收入整體不斷增加、醫療美容治療認知度及接納程度不斷提高以及相比較為入侵性的美容流程而言能量源無創醫療美容治療的消費者偏好程度不斷增長等。有關我們行業的進一步詳情，請參閱本招股章程「行業概覽」。

附註：

⁽²⁾ 經調整EBITDA一詞並非國際財務報告準則下界定的財務計量，且經調整EBITDA並非根據國際財務報告準則呈列年／期內溢利、經營溢利或流動資金的計量方法。有關此非國際財務報告準則計量的定義及使用其作為分析工具的重要限制，請參閱本招股章程「財務資料－非國際財務報告準則計量－經調整EBITDA及經調整EBITDA利潤率」。

業 務

作為國內快速增長的醫療美容器械市場上的市場領導者，我們預期將不斷獲益於此市場的增長。根據Medical Insight報告，二零一六年至二零二一年，預期中國市場將由158.9百萬美元增長至326.8百萬美元，年化複合增長率達15.5%，其主要增長推動因素包括健康開支增加、經濟不斷增長以及個人可支配收入不斷增加、人口老齡化及壽命延長。進一步詳情，請參閱本招股章程「行業概覽－中國醫療美容市場」。此外，我們預期，通過與控股股東復星醫藥合作，我們在能量源醫療美容器械市場的市場領先地位及增長前景將進一步加強。復星醫藥為中國領先醫藥健康公司，在中國控股並運營由多家醫療機構組成的醫療網絡。進一步詳情，另請參閱本招股章程「我們的策略－繼續加強我們作為中國能量源醫療美容器械最大供應商的地位」。

除無創醫療美容器械（自成立起一直為我們業務的重點）以外，我們於二零一三年開始發展及提供能量源微創醫療美容器械市場。根據Medical Insight報告，預期由二零一六年至二零二一年，全球能量源私密美容器械市場會由105.5百萬美元增加至332.4百萬美元，相當於年化複合增長率25.8%，另預期銷售能量源器械（應用於下肢靜脈的治療）的全球銷售收益會由二零一六年的156.8百萬美元增加至二零二一年的187.4百萬美元，相當於年化複合增長率3.6%。我們的能量源微創醫療美容器械組合乃為了解決多種傳統上以入侵性外科手術流程治療的適應症（包括上文所述）而設計。憑藉我們在能量源無創醫療美容器械市場的優勢及品牌形象，我們認為，我們已作好準備提高我們在能量源微創醫療美容器械細分市場的市場地位。我們擬透過擴大微創醫療美容產品組合及進軍我們認為滲透率不足的地區市場，如印度、日本、泰國、印尼以及波蘭等東歐國家來達致上述目的。於往績記錄期間內，通過促進我們FemiLift、LipoLife及VascuLife系統的銷售增長，我們已成功於微創醫療美容市場分部建立據點，我們認為，我們的未來增長建基於此基礎上。

豐富的技術平台及全面的多樣化產品組合，使我們能夠滿足醫療美容機構及終端用戶的多元化和具體需求

我們認為，我們多樣化技術及產品組合使我們能夠廣泛吸引(i)多類醫療美容機構，其中包括醫療美容醫生、非醫療美容醫生及美容師；(ii)不同層次市場的醫療美容機構，其中包括高端和入門級系統的用戶；及(iii)不同地域的醫療美容機構，其中包括美國及歐洲等已發展市場與中國及拉丁美洲等發展中市場，該等市場的監管規定及市場需求各不相同。此外，我們具備能力和靈活性，可在生產過程中製造迎合若干醫療美容機構的特定需要的定制醫療美容器械。請參閱本招股章程「生產」以了解進一步詳情。

業 務

自Alma於二零零二年首次將醫療美容器械進行商業化以來，我們已開發、生產及出售超過50個不同型號醫療美容器械及超過100個不同型號應用端頭。自Alma成立以來及直至最後實際可行日期，我們已出售累計逾27,400部主機及118,100個應用端頭。我們的無創醫療美容治療產品，以及我們的醫療美容治療產品可用於脫毛、去除紋身、疤痕修整、身體和面部塑形、嫩膚和緊膚、肌皮改造及提升、減少痤瘡、治療色素性病變和血管病變、改善膚色不均及肌膚紋理等。我們的微創醫療美容產品可用於修復女性身體狀況(如私密美容治療緊緻)、抽脂、治療靜脈曲張及治療多汗症。

我們豐富的產品組合包括多功能和具專業性的醫療美容器械，從而滿足不同醫療美容機構的不同需求，具體產品取決於醫療美容機構所提供的治療種類、專科治療、終端用戶資料、財務資源及營運規模而定。我們的多功能醫療美容器械(如Harmony系列)利用多種技術提供多樣的治療方案，並讓醫療美容機構能夠隨著其醫療美容業務規模擴大，通過購買額外應用端頭靈活地升級和擴充系統。醫療美容機構可在一個系統內結合不同技術及能量源(如超聲波及射頻)，以取得相較僅使用一項技術及能量源時更顯著的臨床效果。例如，Harmony XL Pro主機可與多達16種應用端頭兼容使用者能夠有效地解決多種適應症，例如嫩膚、脫毛、血管治療和色素性病變治療及除疤。另一方面，我們亦提供應用範圍縮小後的更專業的醫療美容器械，其更精細的配置可用來治療特定適應症。我們按醫療美容產品線的Aesthetic Precision系列出售有關系統，包括SINON、ARION、308 Excimer、IDAS、BURANE II及Alma-Q等醫療美容器械。此類產品為醫療美容醫生及其他專科醫生提供某些特殊治療所需的高度精確或側重某些特定適應症的醫療美容器械。例如，我們的SINON系統以一種名為Q-switched紅寶石激光的激光為特色，乃專門為治療色素性病變及移除多色紋身而設計及構造。

我們的醫療美容醫療美容器械結合了多種類型的能量源和技術，包括多類激光(如二極管、Nd:YAG、紫外線B、二氧化碳及Er:YAG激光)、新一代熒光技術或AFT(我們新一代專利強脈衝光技術)、Pixel(我們的分段式靚膚技術)、紅外線、射頻及Cold Ultrasound Shear Wave(獲得專利的超音波技術)。這種全面的技術平台使我們能夠根據各類醫療美容機構業務、當地終端用戶偏好及監管環境設計出滿足不同需求的產品。我們的醫療美容器械加入不同技術，使醫療美容機構能夠以最適合的能量源進行一系列的美容流程及針對終端用戶皮膚種類，從而量身設計混合療法，以進一步定制治療方案。

在我們承諾依系統性和用戶至上方針進行研究和開發的推動下促進內生增長，我們在緊跟不斷變化的市場需求推出創新產品方面成績驕人

我們不斷推出各種各樣的產品和開發新技術的能力有賴於我們的研發實力。自我們成立以來，我們一直專注於開發自有技術及產品。截至二零一四年、二零一五年及二零一六

業 務

年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們自銷售產品的收益分別有91.8%、93.0%、93.7%及93.9%來自我們自主開發的產品。此外，我們頻繁推出新產品。於最後實際可行日期，我們有約11款已於二零一七年推出或擬於二零一七年末推出的新產品。有關我們產品線的其他說明，請參閱「我們的解決方案及產品」近期推出的產品及在研產品」。

我們的研發工作重點在於採用系統化及以用戶為導向，滿足醫療美容機構的特定需求。我們始於預測及識別醫療美容機構的不斷變化及未滿足的需求，我們會積極參與各種行業會議，並與醫生(包括我們的行業專家)及其他醫療美容機構(如美容師)開發和保持積極及直接的對話。在我們確定市場需求後，我們嘗試開發一項新產品或技術概念。我們利用我們強大的技術及工程能力，並設計及／或定制新產品將概念現實化。我們相信我們能夠把產品快速推向市場的能力，以持續技術進步為特色，令我們可為業內客戶提供高效服務。

我們是能量源醫療美容技術創新的領先公司。我們的技術創新在(其中包括)減輕終端用戶的疼痛、盡量減少使用預處理消耗品(例如皮膚降溫凝膠或止痛霜)的必要性、提高療效及縮短治療時間方面取得顯著改進，這有助於改善醫療美容機構的業務實踐及提升經營效率。我們創新的例子包括採用三頻二極管激光(trio clustered diode laser)用於激光脫毛、在單一醫療美容器械內應用多種射頻、開創分段式靚膚療法，以及開發我們的專有技術，包括AFT、SHR及In-Motion。特別是我們的Soprano ICE Platinum醫療美容器械所採用的三頻激光(trio clustered laser)的開發，在單個脈衝中結合三種不同激光波長的創新激光脫毛醫療美容器械，從而能夠同時處理皮膚類型不同的皮膚組織深處及不同毛囊深度，帶來比其他類似技術更全面、舒適及安全的激光脫毛過程。於往績記錄期間內，有超過100份關於我們技術及產品的研究報告在*Journal of Cosmetics and Laser Therapy*及*Cosmetic Dermatology*等權威同業評審醫學期刊上發表。有關我們革新技術及產品的進一步說明，請參閱本招股章程「我們的解決方案及產品」。

我們的研發部門由主要營運附屬公司Alma Lasers首席執行官兼聯合創辦人Ziv Karni博士領導，彰顯出研發部門優勢以及我們對研發的投入。Karni博士自一九八零年起從事醫療激光研發並於醫療及美容激光系統發展及銷售擁有逾30年經驗。

於二零一七年三月三十一日，研發團隊共有56名全職僱員，他們絕大部分擁有學士或以上學位。有關研發團隊的進一步詳情，請參閱本招股章程「研發」。我們相信，長期服務的人員再加上相對扁平的匯報架構，塑造了一個思考敏銳，鼓勵新產品概念現實化的團隊。

業 務

我們通過高端品牌形象、優質可靠的產品及高水準的客戶服務，吸引及維護客戶

我們相信「Alma」及我們的許多產品與技術，如我們標誌性的Soprano及Harmony系列產品及SHR技術，是在全球醫療美容治療系統市場享有較高知名度的品牌。我們的產品及技術獲得全球醫生（包括我們的行業專家，他們當中許多為醫療美容領域的領袖）的正面評價，亦獲頒授多個獎項及榮譽。例如，我們的Soprano Ice治療系統於二零一五年獲美容指南(Aesthetic Guide)頒發「專科醫生首選」獎，而我們的Soprano Ice醫療美容器械於二零一五年獲美容指南(Aesthetic Guide)頒發「最佳脫毛應用平台」獎。於二零一六年，我們五大分銷商其中一名就我們Soprano Ice Platinum醫療美容器械獲得My Face My Body Awards頒發的「最創新療法(Most Innovative Treatment)」獎項。我們相信，我們的品牌形象及產品上的優勢亦從直銷客戶回頭購買足以證明。於往績記錄期間內，北美洲分部大部分收益（我們主要向醫療美容機構進行直銷）乃產生自向現有直銷客戶銷售。

我們相信，我們的產品享有安全可靠及優質的品牌形象。我們應用於當前產品的所有技術均已取得CE註冊並獲准於歐洲銷售，而我們於美國出售的所有產品已取得所需FDA的510(k)許可。此外，自成立日起及截至最後實際可行日期止，並無發生任何產品回收事件。

通過對生產流程及供應鏈實施嚴格品質控制，以確保我們的產品質量。我們絕大多數的研發流程在以色列進行，而我們在自有設施生產所有應用端頭以及我們醫療美容器械的大部分主機。就分包商負責進行的生產流程而言，我們向其提供次組裝的全部設計，且不得更改的半製成品的生產流程。我們亦要求分包商僅向我們指定的合資格供應商採購所有必需的零部件、組件及其他原材料。此外，我們向位於以色列、美國、德國、英國及西班牙的核准供應商採購大部分關鍵原材料及零部件。最重要是按照我們的嚴格品質控制流程，我們的每件產品均於內部進行測試。

我們及／或分銷商亦（直接從我們或當我們的分銷商出售時）向購買我們產品的醫療美容機構提供高水平的客戶服務及支援。我們認為，我們快速及準時向客戶交付產品的能力深受客戶認可。為確保銷售團隊向醫療美容機構提供專業支援及指引，首次加入本公司工作的每名銷售人員，均須接受臨床及技術培訓課程，並須參加持續的內部培訓，以保持對關鍵技術的轉變及發展有最新認識。我們的分銷商負責向自其購買產品的醫療美容機構提供服務及支援，亦須接受類似的臨床及技術培訓。就售後服務而言，我們為直銷客戶提供

業 務

的產品支援措施覆蓋較大範圍，包括為擁有高級保修的客戶提供24小時回轉借用系統及一般翌日更換零部件服務，以盡量減少其設備故障時間。我們的分銷商亦為其客戶提供保養及維修醫療美容器械等售後服務。

全球銷售及分銷渠道的有效結合能適應不同市場動態及接觸多個客戶群帶來較高盈利

於往績記錄期間，我們在全球約80個國家及司法／管轄權區主要向我們的直銷客戶及分銷商營銷及銷售我們的醫療美容器械。各渠道具有本身的優勢及好處，於特定時間適用於特定的地區市場。我們對營運兩種渠道均具有豐富的實際經驗以選擇最合適的渠道或結合兩種渠道，並同時在地區市場建立我們的銷售及分銷網絡。

在美國、加拿大、德國、奧地利及印度，我們主要透過附屬公司向醫療美容機構進行直銷。我們力求維持簡約高效的直銷團隊及架構，能有效地銷售及營銷，毋須作出不必要的資本投資或產生其他不必要的開支。由於美國銷售團隊的努力，我們得以與不同經營規模的醫療美容機構(包括醫療美容醫生、非醫療美容醫生及美容師醫療美容中心、生活美容中心連鎖機構以及診所及其他小型獨資企業)接觸，並與其建立穩固關係及向其提供各類不同服務。在印度，我們僅向分銷商出售產品，直至近年方在當地成立附屬公司開展直銷業務，而其均在成立首年開始盈利。

在其他地區市場，包括中國及亞太區其他地區、EMEA及拉丁美洲，我們主要向分銷商銷售產品，分銷商繼而把產品再轉售予醫療美容機構。我們的分銷商亦負責向其客戶提供售後服務及支援。我們十分重視與分銷商的關係，並盡力實現對本身及分銷商而言有利的結果。因此，我們與分銷商一般享有穩定的長期關係，與40名以上分銷商擁有至少三年的業務關係。於二零一六年十二月三十一日，我們與全球82名分銷商訂立書面分銷協議，全部均為獨立第三方。我們亦具有成功為網絡增添新分銷商的往績記錄，證明我們在擴大及全球市場份額加深市場滲透。我們相信通過分銷商，我們能將他們對當地業務及監管環境的了解，以及他們與當地醫療美容機構及其他市場參與者的聯繫網絡轉化為優勢。與分銷商合作亦提高我們的靈活性(就我們對分銷商的銷售而言)，可利用不同當地市場的各種定價動態為我們的產品確定具競爭力的價格，在進入新市場時能大幅降低前期成本及投資，使我們能以較快速度覆蓋銷售範圍，固定成本亦低於在相同市場以直銷模式經營的競爭對手。

業 務

舉例說明，我們於中國市場的成功，部分原因在於我們與中國的獨家分銷商的合作，我們與其的業務關係已超過10年。於最後實際可行日期，我們的中國分銷商已向我們確認，其於中國經營的大規模銷售網絡包括分佈中國的14個辦事處。我們一直憑藉中國分銷商的豐富的本地經驗及與中國不同市場參與者(如醫療美容機構及監管機構)的穩定關係而享有優勢。有關與我們中國分銷商的关系進一步詳情，請參閱本招股章程「一銷售、分銷及營銷—銷售予分銷商—我們的分銷商—我們與我們中國分銷商的关系」。

由於我們精簡的直銷團隊及有效利用分銷商，我們於往績記錄期間的銷售及分銷以及一般及行政開支(其中包括營運一支直銷團隊的開支)佔收益總額的比例介乎23.8%至29.1%，我們認為該比例相對低於業內領先公司，此乃盈利能力突出的主要因素。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「財務資料—我們經營業績主要組成部分的詳情」及「行業概覽—全球能量源醫療美容器械市場—概覽—競爭格局」。

擁有高資歷、經驗豐富及專注兼具成功往績的管理團隊且控股股東復星醫藥為中國領先醫藥健康公司

我們的高級管理層由發展及生產能量源醫療美容器械領域的高資歷且經驗豐富的專業人士組成。我們的執行董事兼首席執行官Lior Moshe Dayan先生於激光行業擁有15年經驗，具營運、物流、財務及銷售專業，並於二零零八年加入我們的主要營運附屬公司Alma Lasers，彼於本集團擔任若干管理職位。Dayan先生與Alma Lasers的首席執行官兼創辦人Karni博士緊密合作，Karni博士於醫療及美容激光系統研發及銷售擁有逾30年經驗。

Dayan先生與Karni博士由高級專業人員隊伍提供支援，隊伍中大多數人於醫療美容行業擁有逾10年經驗並在Alma Lasers就職多年，形成經驗豐富的團隊，在物色市場機會及執行策略方面具有成功的往績記錄。再者，我們的非執行董事於健康行業極具經驗，預計彼等將可成為我們的高級管理層的寶貴資源。

我們的控股股東復星醫藥為於聯交所及上海證券交易所上市的中國領先醫藥健康公司，我們相信我們的高層管理團隊將能夠利用復星醫藥(特別是在中國方面)的理解和行業信息。

業 務

我們的策略

我們的目標是成為能量源醫療美容器械的全球最大供應商。我們業務策略的關鍵因素是：

持續推廣我們的品牌並提升市場知名度及產品銷售，同時增加我們的銷售及分銷渠道

利用我們的全球覆蓋，我們擬透過(其中包括)策略地選定地區市場、擴闊客戶群及增加市場營銷活動等方法持續推廣品牌、擴大市場知名度及產品銷售。我們擬在目前市場份額相對有限或正在增長且滲透率不足的選定地區擴充業務，包括巴西、印度、日本、印尼及泰國等東南亞國家、以及波蘭等東歐國家。

我們擬在該等地區與分銷商緊密合作，提供額外支援以增加產品銷售，並在有需要時委聘額外分銷商擴大分銷網絡。我們亦計劃增加銷售代表數目並在美國、加拿大、德國及印度境內若干地區委聘分銷商，以提高我們在有關國家的市場份額。

我們計劃(無論由我們或由我們的分銷商)進一步擴大由醫療美容醫生至美容師治療提供機構的範圍。我們繼續將醫療美容醫生作為主要聯繫客戶擬在為醫療美容機構教育及提高產品知名度方面投資。我們擬透過增加行業會議、臨床研究調試、行業專家演講的參與度及支出及其他措施實現這一目標。我們亦計劃成立更多稱為「卓越中心」(為與我們擁有合作關係的診所或醫療中心)，將我們可能會於「卓越中心」內向醫療美容機構展示我們的產品以進行教育及營銷。

我們亦擬繼續專注於直接接觸終端用戶的營銷力度，透過(其中包括)增加投資於全球數碼營銷及利用社交媒體、我們的官方網址內容管理、座談會、研討會、公關活動、醫生媒體，在相關地方法律及法規准許的情況下向醫療美容機構提供終端用戶材料及直接針對終端用戶的廣告。

通過推出我們的研發實力所帶動的種類繁多的創新產品不斷滿足醫療美容機構及終端用戶不斷變化的不同需求

我們為能量源醫療美容技術創新的領導公司。我們的目標為於市場提供最廣泛的醫療美容技術，以及所有主要能量來源及應用中的尖端產品。

通過針對預計會有高增長需求的適應症，如身體塑形、脂肪移植及婦科，我們擬繼續擴充所提供的產品。我們亦致力於承諾開發產品的新應用，如治療打鼾。有關我們近期推

業 務

出的產品及擬於二零一七年末推出的待上市產品的進一步說明，請參閱「我們的解決方案及產品－近期推出的產品及在研產品」。特別是，我們認為市場（尤其是頂級醫師）對更強大及更精密的尖端能量源器械（技術規格可用於專門的特定應用）的需求不斷增加。我們的Aesthetic Precision系列迎合有關需求，且我們計劃擴充相關產品種類。我們的Alma-Q（Aesthetic Precision系列中）系統於二零一六年七月推出，預期於二零一七年年末前推出SINON II。

我們計劃通過加大研發投入以支持研發工作，而我們預期研發開支佔收益百分比將會高於過往研發開支佔收益百分比。我們擬於美國進行額外臨床研究、繼續加強與醫院的行業專家及研究員的關係，以及加強與大學及其他學術機構合作。此外，為成功完成預計增加的產品種類，我們亦旨在進一步加快將產品推向市場的速度，主要透過與相關司法／管轄權區的適用監管機構緊密合作以於新產品監管批准流程中更積極，以及加快新產品監管批准的籌備工作。為支持有關努力，我們（其中包括）在美國諮詢了專業律師，以促進我們與FDA的溝通並審閱我們向FDA提交的文件。

此外，我們擬通過生產線升級及重新分配以（其中包括）提升效率及增加產量、優化我們的信息技術基礎設施，從而提升我們的生產能力以及營運效率。我們預期有關努力能讓我們降低每單位的成本及以更快速度生產更多種類的產品。我們亦擬開拓機會以於增長市場建立設施以讓我們能更快應對客戶需求。

繼續提升我們於全球能量源微創醫療美容器械市場的市場份額

全球能量源微創醫療美容器械市場持續增長，對我們而言是有吸引力的機會。從推出FemiLift、LipoLife及VascuLife初次取得成功後，我們相信我們處於通過為產品線引入新微創醫療美容器械取得額外市場份額的有利位置。我們正為現有微創醫療美容器械開發額外應用端頭，旨在加強該等產品的功能性。此外，我們正在為額外適應症開發新醫療美容器械，包括直腸病學等門診美容適應症。我們亦正在改良及擴大我們最新醫療美容器械的脂肪移植（幹細胞）能力。

為支持微創醫療美容治療系統產品線的擴充，我們計劃增加直銷人員數目以及委聘具備所需專門知識，並能接觸到市場上將會為我們目標的醫療美容機構的額外分銷商。特別

業 務

是，我們目前計劃招聘額外區域經理以及在美國及德國招聘銷售代表以擴充這兩個市場的當地銷售人員，特別是與微創醫療美容器械銷售有關的銷售人員。

繼續加強我們作為中國能量源醫療美容器械最大供應商的地位

我們相信作為中國能量源醫療美容器械最大供應商，我們處於快速增長的中國市場的有利位置，並進一步增加市場份額。根據Medical Insight報告，於二零一六年，中國能量源醫療美容器械的總價值約為158.9百萬美元，預計將增至二零二一年的326.8百萬美元。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「行業概覽－中國的醫療美容治療市場」。我們擬與中國分銷商緊密合作，支持其進軍其他城市、省份及地區，特別是非一線城市，以及在全國範圍內物色新醫療美容機構集團。此外，我們擬增加於中國所提供產品的種類。目前，我們的中國分銷商主要銷售醫療美容器械，如Accent、Harmony及Soprano系列治療系統以及生活美容系統。我們擬為我們的中國分銷商引入額外醫療美容器械，包括Alma-Q、SINON II、LipoLife及Accent Prime醫療美容器械。我們的中國分銷商亦於中國為微整型產品範圍（包括Pixel CO₂及FemiLift）增加目標專門醫療美容機構，其過往對我們的銷售貢獻相對較小，但我們相信其於中國將具有龐大增長潛力。我們亦計劃通過貿易展覽、展銷及研討會等加強營銷力度，以進一步提升我們品牌及產品於中國醫師及美容師中的知名度。此外，我們正於中國投資直接面向終端用戶營銷，包括電視廣告宣傳活動及社交媒體賬戶及活動。

此外，我們計劃利用我們的控股股東復星醫藥的網絡優勢及市場渠道，進一步加強我們在中國的市場領先地位。我們從中國分銷商向佛山市禪城區中心醫院（一家復星醫藥控股並運營的中國醫療機構）激光中心銷售醫療美容器械獲得初步經驗。我們計劃複製我們與佛山市禪城區中心醫院激光中心的初步成功經驗（其中包括）促進我們的中國分銷商與由復星醫藥運營及控制的多家其他醫療機構的業務關係。此外，我們擬利用復星醫藥的現有基礎設施及在全國的覆蓋，進一步提升我們在中國的品牌形象和知名度。

通過全球收購或戰略合作抓住增長機會增加新的收入來源

除專注研發以促進內在增長外，我們擬於全球發售後探討並評估與我們現有業務有潛在協同效益的其他產品、技術或知識產權的收購機會。我們擬物色收購以下公司，與以下公司訂立戰略合作及特許安排的機會(i)於能量源醫療美容器械市場提供補充我們現有產品線及技術的具創新性及潛在突破性產品及技術（如有關泌尿科的醫療美容器械）；(ii)使我們

業 務

綜合及擴充於中國、北美洲及歐洲等主要地理市場的份額，或提供進入新地理市場；或(iii)透過與我們類似渠道及向類似於我們的終端用戶以及連鎖診所等醫療美容服務供應商經營相關產品範圍。我們將會通過內部市場研究及／或業務夥伴推薦意見物色潛在目標。於評估目標時，我們將會考慮協同效益水平、相關技術創新水平以及業務潛在增長及盈利能力等多種相關因素。

在夥伴關係及戰略合作方面，我們擬將重點放在開拓額外收入來源的機會（我們預期將保留在我們的業務中按收益而言與能量源醫療美容器械相比相對較小的一部分）。我們擬與一家於二零一七年七月我們與之訂立意向書的歐洲公司發展夥伴關係。該公司生產注射醫療美容產品（包括皮膚填充劑）。其他詳情請參閱本招股章程「我們的解決方案及產品－潛在戰略合作」。我們亦擬尋求與在生物技術行業具良好聲譽的公司進行戰略合作的機會。

此外，我們預期會得益於控股股東復星醫藥的聲譽及資源，特別是有關中國收購及合夥。除全球發售所得款項淨額及我們的內部資金資源外，於進行任何有關收購時，我們亦可能考慮外在股本及／或債務融資。於最後實際可行日期，我們並無物色任何特定目標、或採納任何具體時間表或預期資本開支計劃以實行任何特定收購，且我們並無就任何收購訂立意向書或正式協議。

我們的業務模式

我們是全球領先的能量源醫療美容器械供應商，可自行設計、開發及生產有關系統，這些系統通常採用了我們的創新及專有技術。我們註冊成立以來，我們一直專注於開發自有技術及產品。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度以及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們自銷售產品的收益分別有91.8%、93.0%、93.7%及93.9%來自我們自主開發的產品。於往績記錄期間，我們在全球約80個國家及司法／管轄權區把我們的產品銷售予我們的直銷客戶及分銷商。

我們的產品利用一種或多種能量源，包括激光、光、射頻及超聲波，可用於治療多種皮膚類型及適應症以及改善個人外貌。我們的研發能力一直是我們持續成功的支柱。我們

業 務

多套醫療美容器械具備自主研發技術及解決方案。有關進一步資料，請參閱本招股章程「一研發」。我們根據嚴格質量控制流程自行生產大部分產品，各產品均於內部進行質量測試。

於往績記錄期間內，我們逾90%收益總額產生自醫療美容器械銷售，主要包括能量源(i)無創醫療美容及(ii)微創醫療美容器械。此外，我們的小部分收益來自我們就醫療美容器械提供服務及耗材銷售，主要為與使用我們微創醫療美容器械相關的一次性用品(如我們FemiLift醫療美容器械的配件)。

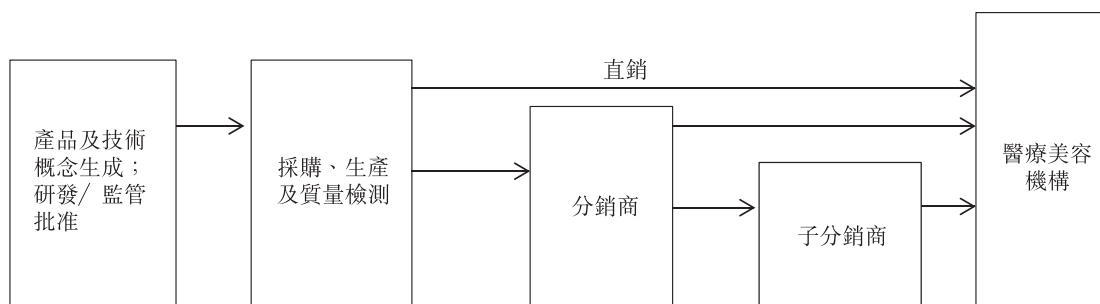
我們銷售產品的方式為(i)直接售予醫療美容機構，或(ii)售予分銷商，分銷商轉售予醫療美容機構，而醫療美容機構則使用我們的醫療美容器械為其終端用戶進行療程。該等醫療美容機構主要包括醫療美容醫生(整形外科醫生及皮膚科醫生)、非醫療美容醫生(包括初級護理醫生、產科醫生、婦科醫生以及耳鼻喉專科醫生)以及美容師。有關醫療美容機構於醫院、醫療診所、激光中心、醫療美容中心以及生活美容中心等機構及單位提供服務。

對於我們向分銷商銷售產品，我們的分銷商是我們的客戶；我們的分銷商從我們獲得我們產品的所有權，並以其釐定的價格向其客戶轉售有關產品。我們不會從我們的分銷商向其客戶銷售我們的產品收到任何收益。我們與分銷商的關係是賣方與買方關係，而非委託人與代理人關係。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「一銷售、分銷及營銷」。

我們提供服務的收益主要包括來自直銷客戶(向分銷商出售相同產品於我們的財務賬目中記錄為產品銷售)的售後服務費用、出售延期保修以及向直銷客戶銷售替代應用端頭(對於使用次數有限的應用端頭)。

業 務

下圖概述我們的業務模式：



我們的治療系統一般包括：

- (i) 主機，應用端頭可安裝在上面；及
- (ii) 附帶的應用端頭，就若干系統而言可互換。

例如，我們的Harmony XL Pro醫療美容器械的主機可附著於(其中包括)使用激光用於治療色素性病變的手具以及使用AFT用於嫩膚的另一手具。

下圖顯示醫療美容器械的主機及可附於其上的手具：



FemiLift主機



Accent Prime醫療美容器械的手具

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

醫療美容器械的主機一般售予醫療美容機構，連同至少一台應用端頭(如手具或其他配件)作為套裝，因為大部分主機需附帶於應用端頭上方可發揮作用。應用端頭亦由醫療美容機構按個別基準採購：

- Harmony及Accent系列等若干醫療美容器械就不同用途擁有多個應用端頭，且醫療美容機構可選擇通過購買額外應用端頭就業務或工作升級其系統；及
- 我們醫療美容器械的部分應用端頭須於使用若干次數後不時更換。如我們Harmony系列醫療美容器械的若干激光能量操作器使用者須不定期地購買替代冷卻機。

按產品線劃分的收益

下表載列所示期間我們按收益流及主要產品線劃分的收益明細以及佔我們總收益的百分比：

	截至十二月三十一日止年度						截至三月三十一日止三個月			
	二零一四年		二零一五年		二零一六年		二零一六年		二零一七年	
	(千美元，百分比除外)									
貨品出售：										
無創醫療美容：										
醫療美容	75,975	75.0%	84,719	76.7%	88,249	74.7%	20,315	73.6%	25,309	77.5%
生活美容	7,937	7.8%	10,045	9.1%	7,412	6.3%	2,525	9.1%	1,673	5.1%
小計	83,912	82.8%	94,764	85.8%	95,661	81.0%	22,840	82.7%	26,982	82.6%
微創醫療美容	8,214	8.1%	7,707	7.0%	14,165	12.0%	2,400	8.7%	3,361	10.3%
	92,126	90.9%	102,471	92.8%	109,826	93.0%	25,240	91.4%	30,343	92.9%
服務及其他	9,195	9.1%	7,935	7.2%	8,330	7.0%	2,365	8.6%	2,304	7.1%
總計	101,321	100.0%	110,406	100.0%	118,156	100.0%	27,605	100.0%	32,647	100.0%

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

於往績記錄期間內，我們在全球約80個國家及司法／管轄權區向直銷客戶及我們的分銷商出售產品。下表載列我們於所示期間按地理分部（根據我們的直銷客戶及分銷商的位置界定）劃分的收益：

	截至十二月三十一日止年度						截至三月三十一日止三個月			
	二零一四年		二零一五年		二零一六年		二零一六年		二零一七年	
	(千美元，百分比除外)									
歐洲	26,355	26.0%	26,492	24.0%	32,729	27.7%	7,511	27.2%	9,054	27.7%
北美洲 ⁽¹⁾	25,192	24.9%	28,383	25.7%	31,001	26.2%	6,475	23.5%	7,366	22.6%
中國	20,096	19.8%	25,845	23.4%	25,733	21.8%	6,193	22.4%	7,187	22.0%
亞太(不包括中國)	13,820	13.6%	14,831	13.4%	13,516	11.4%	3,405	12.3%	3,694	11.3%
拉丁美洲	10,403	10.3%	9,067	8.2%	8,989	7.6%	2,061	7.5%	3,458	10.6%
中東及非洲	5,455	5.4%	5,788	5.3%	6,188	5.3%	1,960	7.1%	1,888	5.8%
總計	101,321	100.0%	110,406	100.0%	118,156	100.0%	27,605	100.0%	32,647	100.0%

附註：

(1) 北美洲包括美國及加拿大(及不包括墨西哥)。

有關收益按地域分部劃分的不同期間變動原因的進一步詳情，請參閱本招股章程「財務資料－各期間經營業績比較」。

下表載列所示期間我們的收益按主要產品線及地理分部進一步劃分之明細：

	截至二零一七年三月三十一日止三個月						
	歐洲	北美洲	中國	亞太 (不包括中國)	拉丁美洲	中東及非洲	總計
	(千美元)						
貨品出售：							
無創醫療美容							
醫療美容	7,562	4,728	6,273	2,335	3,205	1,206	25,309
生活美容	611	131	202	422	95	212	1,673
微創醫療美容	630	1,219	652	428	109	323	3,361
服務及其他：	251	1,288	60	509	49	147	2,304
總計	9,054	7,366	7,187	3,694	3,458	1,888	32,647

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

截至二零一六年十二月三十一日止年度

	歐洲	北美洲	中國	亞太		中東及非洲	總計
				(不包括中國)	拉丁美洲		
				(千美元)			
貨品出售：							
無創醫療美容							
醫療美容	26,551	17,060	23,619	9,096	8,166	3,757	88,249
生活美容	2,344	1,451	382	1,872	320	1,043	7,412
微創醫療美容	2,692	7,519	1,458	1,352	312	832	14,165
服務及其他：	1,142	4,971	274	1,196	191	556	8,330
總計	<u>32,729</u>	<u>31,001</u>	<u>25,733</u>	<u>13,516</u>	<u>8,989</u>	<u>6,188</u>	<u>118,156</u>

截至二零一五年十二月三十一日止年度

	歐洲	北美洲	中國	亞太		中東及非洲	總計
				(不包括中國)	拉丁美洲		
				(千美元)			
貨品出售：							
無創醫療美容							
醫療美容	23,091	18,344	21,435	10,811	7,714	3,324	84,719
生活美容	1,687	1,237	3,688	1,819	385	1,229	10,045
微創醫療美容	1,300	4,179	516	1,087	314	311	7,707
服務及其他：	414	4,623	206	1,114	654	924	7,935
總計	<u>26,492</u>	<u>28,383</u>	<u>25,845</u>	<u>14,831</u>	<u>9,067</u>	<u>5,788</u>	<u>110,406</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

截至二零一四年十二月三十一日止年度

	歐洲	北美洲	中國	亞太			總計
				(不包括中國)	拉丁美洲	中東及非洲	
				(千美元)			
貨品出售：							
無創醫療美容							
醫療美容	21,450	17,315	16,322	8,510	9,288	3,090	75,975
生活美容	1,572	867	1,787	2,389	242	1,080	7,937
微創醫療美容	1,615	2,417	1,862	1,208	227	885	8,214
服務及其他：	1,718	4,593	125	1,713	646	400	9,195
總計	<u>26,355</u>	<u>25,192</u>	<u>20,096</u>	<u>13,820</u>	<u>10,403</u>	<u>5,455</u>	<u>101,321</u>

我們主要產品線的收益由截至二零一四年十二月三十一日止年度的76.0百萬美元增加11.5%至截至二零一五年十二月三十一日止年度的84.7百萬美元，並進一步增加4.2%至截至二零一六年十二月三十一日止年度的88.2百萬美元，此乃主要由於包括歐洲及中國等不同地區的銷量整體增長所致。在歐洲，我們主要產品線的銷售收益於二零一四年至二零一六年均錄得整體增長，主要是由於我們於歐洲各國的銷量均錄得增長。在中國，我們主要產品線的銷售收益於二零一四年至二零一六年均錄得整體增長，主要是由於我們多項主要醫療美容器械(如Accent Ultra V)的銷量均錄得增長，而我們相信部分是由於我們中國分銷商進行推廣工作所致。

我們生活美容產品線的收益由截至二零一四年十二月三十一日止年度的7.9百萬美元增加26.6%至截至二零一五年十二月三十一日止年度的10.1百萬美元，並再減少26.2%至截至二零一六年十二月三十一日止年度的7.5百萬美元。有關波動主要是由於我們在中國的生活美容產品線於有關期間的銷量波動所致。

我們微創醫療美容產品線的收益由截至二零一四年十二月三十一日止年度的8.2百萬美元減少6.2%至截至二零一五年十二月三十一日止年度的7.7百萬美元，並再增加83.8%至截至二零一六年十二月三十一日止年度的14.1百萬美元。推動整體增長的主要原因為二零一四年至二零一六年美國銷量持續增長，以及歐洲和中國的銷量增長於二零一五年相對緩慢後，於二零一六年錄得增長。

有關詳情，請參閱本招股章程「財務資料—各期間經營業績比較」。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

經營數據

銷量

於往績記錄期間內，我們的收益主要受我們已出售醫療美容器械主機所影響。下表載列我們於所示期內按主要產品線劃分的已出售主機數量：

	截至十二月三十一日止年度			截至三月三十一日止三個月	
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一六年	二零一七年
			(已售件數)		
無創醫療美容：					
醫療美容	1,946	2,418	2,386	575	656
生活美容	431	567	310	115	76
微創醫療美容	244	172	298	52	81
總計	<u>2,621</u>	<u>3,157</u>	<u>2,994</u>	<u>739</u>	<u>813</u>

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們主要產品線的收益分別佔我們收益的75.0%，76.7%，74.7%及77.5%，其對我們收益及盈利能力的貢獻維持相對一致的水平。在若干司法／管轄權區，推出新的主要產品線醫療美容器械提高了我們於若干時段的收益及毛利率。有關詳情，請參閱本招股章程「財務資料－各期間經營業績比較」。

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們生活美容產品線的收益佔我們收益的7.8%、9.1%、6.3%及5.1%，而我們於同期的微創醫療美容產品線收益則佔我們收益的8.1%、7.0%、12.0%及10.3%。於往績記錄期間，我們整體將產品組合由生活美容產品轉向微創醫療美容產品，主要是由於我們的微創醫療美容業務擴充，以及我們逐步淘汰我們較舊及較便宜的生活美容產品型號。整體而言，這導致毛利率上升。有關詳情，請參閱本招股章程「財務資料－各期間經營業績比較」。

我們通常將主機和手具作為套系銷售，且我們提供豐富組合的主機和手具，故我們相信我們系統的平均售價並非評估我們業務的有用資料。

業 務

我們的解決方案及產品

我們提供各種的能量源醫療美容器械，可用於提供醫療美容治療，亦可用於治療各種的皮膚類型及適應症，以及改善個人外貌。我們的無創醫療美容產品可用於提供脫毛、去除紋身、去除疤痕、身型和臉型塑形、嫩膚和緊膚、肌皮改造及提升、減少痤瘡、治療色素性病變和血管病變、改善膚色不均及肌膚紋理等的治療。我們的微創醫療美容產品可用於(其中包括)治療女性部位(例如私密美容治療)、抽脂、治療靜脈曲張及治療多汗症。

我們的解決方案

我們開發及設計旨在幫助醫療美容機構向終端用戶提供安全有效的醫療美容治療的產品。此外，我們力求使產品就醫療美容機構而言易於使用及具靈活性，同時尋求提升終端用戶舒適度及便利性。以下說明我們已開發及融入醫療美容器械的部分代表性技術及解決方案，我們相信這使我們的產品更有效及多功能：

- *In-Motion*技術：我們的專利*In-Motion*技術涉及醫療美容機構在治療區域內重複移動能量釋放設備，與更傳統的能量源治療相比使用相對較少密集性能量，而在更傳統的能量源治療中，醫療美容機構將高密度性能量集中於治療區域內，從而實現預期效果。在治療區域集中於高密度性能量(如鐳射)或會引起終端用戶某種程度的不適及疼痛(因而或需使用止痛劑)以及其他副作用。傳統上，部分能量源器械治療所採用的能源需要平衡疼痛、速度及所施能量，這會影響療效。然而，我們的*In-Motion*技術基於在治療區域重複移動治療設備(釋放相對較低能量)的原則，使肌膚能夠吸收較傳統方法等量的能量。因此，我們的*In-Motion*技術相對無痛治療，而無減少整體能源或損害治療的療效。

此外，由於我們使用*In-Motion*技術的醫療美容器械無須口服或外用止痛劑以使肌膚麻醉，這有助於醫療美容機構避免止痛劑掩蓋終端用戶疼痛的風險，因而減少風險不良反應的發生。

- *SHR*(超級脫毛)：在我們的脫毛醫療美容器械中應用*In-Motion*技術(如上文所述)。此技術以控制的方式逐漸加熱肌膚，有效損傷毛囊及防止毛髮再生，而並非

業 務

將毛囊暴露在單一高能脈衝，此舉或會引起肌膚及周圍組織創傷。SHR以高重複頻率向肌膚提供短脈衝，實現高平均能源及在生熱獲得良好療效。

- *Unipolar Pro*及深度控制：我們的身體及面部塑形及緊膚專利技術通過單電機進行手術，並能在肌膚的不同深度提供濃縮射頻，容許集中及高溫加熱肌膚組織。該技術在我們最近推出的Accent Prime系統整合，在針對肌膚預定深度的治療上給予醫療美容機構靈活性以增強療效。在完全自定義的治療中亦或會結合深度及表面的治療方法，視乎皮膚區、皮膚種類／厚度及治療適應症而定。
- *Cold Shear Wave*：我們的專利超聲波技術，用於面部及身體塑形。超聲波振動破壞脂肪細胞薄膜，導致逐步分解及釋放儲存脂肪。
- *ClearLift*：一種分段式非消融性Q-Switched Nd：YAG鐳射，主要用於治療與老化有關的皮膚缺陷，我們相信，其與更傳統的鐳射手術相比療效更好，且擁有更舒適的終端用戶體驗。不同於倚賴加熱刺激膠原再生的最傳統的鐳射手術（在皮膚上加熱與終端用戶某程度上不舒適有關連），ClearLift針對肌膚較深度鐳射，且機械性地產生傷口，依賴傷口癒合過程刺激膠原蛋白生長及收緊皮膚組織（顯示更深皮層機械傷口對終端用戶相對上更舒適）。
- *IMPACT*：與分段式鐳射治療相結合使用，在肌膚中使用微通道使外用化合物（如乳膏）更有效地達到肌膚的預定深度，從而最大化地促進皮膚修復及整形的超聲波技術。
- *Pixel*：我們開發的一種以分段式靚膚技術為基礎的專有嫩膚技術。在分段式治療中，單一光束被分成多光束，導致光的散射。此類治療將導致未治療的皮膚部位處於已治療皮膚的鄰近部位，這通過誘發皮膚的自然癒合反應刺激修復及更新。
- *AFT*（新一代熒光技術）：我們專有的強脈衝光技術的先進形式。我們相信，能提供更高效率的每脈衝能量、增強的安全性、延長的應用端頭使用壽命及改進的效能。

業 務

我們的產品

我們設計、開發及提供廣泛的能量源醫療美容器械。我們的產品種類包括無創醫療美容器械（進一步劃分為我們的醫療美容產品線及生活美容產品線）及微創醫療美容器械。

我們的醫療美容產品線包括介乎較為通用的系統—模塊化、多應用醫療美容器械，可為廣泛的技術和治療方案提供較低前期投資，讓醫療美容機構能夠隨著其醫療美容業務規模擴大，靈活升級和擴充醫療美容器械；—對於那些較為專業的系統—向若干醫療專業人員提供符合其慣例的針對性系統。我們的生活美容產品線包括更經濟的定價專門為美容師及其他未獲醫學培訓的治療師設計使用的醫療美容器械。我們的微創醫療美容器械乃旨在為提供或計劃提供有關微創醫療美容治療的專科醫生使用。

下表載列我們的代表性醫療美容器械及相關資料。除以下所述者外，我們若干產品系列的過往型號已獲出售及繼續由醫療美容機構使用。

產品	能量來源	推出年份 ⁽¹⁾	相關應用端頭數量／類型 ⁽²⁾	主要預期適應症
無創醫療美容—醫療美容				
Soprano XL	激光	二零零六年	2個手具	脫毛及緊膚
Soprano Accord ⁽³⁾	激光	二零零九年	2個手具及1個配件	脫毛
Soprano XLI	激光	二零一零年	2個手具	脫毛及緊膚
Soprano ICE	激光	二零一四年	4個手具及1個配件	脫毛
Soprano ICE Platinum	激光（三條組合波長）	二零一六年	5個手具及3個配件	脫毛

附註：

- (1) 產品首次在全球任何市場推出的年份。部分產品在多個地域市場的推出年份不同。我們未必能於所有市場銷售產品。
- (2) 並非所有應用端頭及配件可在治療系統首次推出時使用，且可能會就相同主機開發更多應用端頭及配件。
- (3) 在若干司法／管轄權區亦稱作Pontiac及Soprano Lite。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

產品	能量來源	推出年份 ⁽¹⁾	相關應用端頭數量／類型 ⁽²⁾	主要預期適應症
Harmony XL	激光；超聲波； AFT；NIR及LED	二零零七年	16個手具	超過65種適應症， 如嫩膚、脫毛、 血管治療和 色素性病變 治療、除疤 及緊膚
Harmony XL Pro	激光；超聲波； AFT；NIR及LED	二零一四年	與上述Harmony XL 相同，另附3個手具 [▲]	與上述相同， 此外，痘疤
Accent XL	射頻	二零零九年	3個手具	緊膚及脂肪 消滅、靚膚
Accent Ultra V	射頻及超聲波	二零一一年	9個手具	身體及面部 塑形、緊膚及 脂肪消滅及靚膚
Accent Prime ⁽³⁾	射頻及超聲波	二零一六年	12個手具	身體及面部 塑形、緊膚、 靚膚及嫩膚 以及脂肪消滅
Legato II	激光及超聲波	二零一二年	3個手具	靚膚及色斑
Pixel CO ₂	二氧化碳激光 及超聲波 [▲]	二零一二年	7個鐳射光斑模型	嫩膚及緊膚
Alma-Q	激光	二零一六年	3個手具	嫩膚及色斑
PicoClear	激光	二零一六年	鐳射光斑大小範圍	去除紋身及色斑

附註：

- (1) 產品首次在全球任何市場推出的年份。部分產品在多個地域市場的推出年份不同。我們未必能於所有市場銷售產品。
- (2) 並非所有應用端頭及配件可在治療系統首次推出時使用，且可能會就相同主機開發更多應用端頭及配件。
- (3) 在部分地域市場亦稱為ThermoLift。
- (4) 來自二零一二年收購Quantel集團公司的若干資產。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

產品	能量來源	推出年份 ⁽¹⁾	相關應用端頭數量／類型 ⁽²⁾	主要預期適應症
SINON ⁽⁴⁾	激光	二零一二年 ⁴	1個手具及2個配件	去除色素性病變及多色紋身
ARION ⁽⁴⁾	激光	二零一二年	3個手具	脫毛及 去除色素性病變
308 Excimer ⁽⁴⁾	光	二零一二年	多個配件	色素沉著障礙
IDAS ⁽⁴⁾	激光	二零一二年	5種不同光斑大小	血管適應症及 皮膚色素改變
Burane II／ Burane II XL ⁽⁴⁾	激光	二零一二年	2個手具	靚膚及嫩膚、 疤痕修整
無創醫療美容 – 生活美容				
Remove	激光	二零一五年	1個手具及多個配件	脫毛
Rejuve	AFT、Dye、NIR	二零一五年	5個應用端頭	嫩膚及緊膚、 臉型及身體塑形 及脫毛
Reform ⁽³⁾	射頻微等離子	二零一五年	5個應用端頭	身體及面部塑形 及緊致
Reboost	超聲波	二零一五年	1個配件	改善肌膚外觀 缺陷，包括： <ul style="list-style-type: none"> • 嫩膚 • 皮膚美白 • 緊膚 • 油性或問題 肌膚
Spa RF Pro ⁽⁴⁾	射頻	二零一五年	2個應用端頭	緊膚及身體塑形
Spa Slim ⁽⁴⁾	超聲波	二零一五年	1個配件	身體塑形
微創醫療美容				
FemiLift	二氧化碳激光	二零一三年	9個應用端頭	私密美容治療、 應激性尿失禁 (SUI)、女性 私密處乾澀、 複發性感染、 更年期後泌尿道 綜合症及 產後修復

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

產品	能量來源	推出年份 ⁽¹⁾	相關應用端頭數量／類型 ⁽²⁾	主要預期適應症
VascuLife	激光	二零一五年	1個應用端頭	靜脈曲張
LipoLife	激光	二零一六年	4個應用端頭	身體塑形、 抽脂及脂肪移植

附註：

- (1) 產品首次在全球任何市場推出的年份。部分產品在多個地域市場的推出年份不同。我們未必能於所有市場銷售產品。
- (2) 並非所有應用端頭及配件可在治療系統首次推出時使用，且可能會就相同主機開發更多應用端頭及配件。
- (3) 先前的SPA RF系列，現更名為Reform。
- (4) 僅在中國出售。

此外，為滿足某些國家及地區的醫療美容機構的特定偏好及需求或應分銷商要求，我們提供部分醫療美容器械的替代版本，在部分情況下屬不同商標。然而，由於我們擬進一步統一品牌形象營銷，故我們正淘汰此營銷慣例。

以下為我們部分產品的圖片：



Soprano Ice Platinum



Accent Prime



FemiLift

業 務

無創醫療美容器械

我們將無創醫療美容器械分類為醫療美容產品線及生活美容產品線。我們進一步將醫療美容產品線進一步按主要家族及系列分類，包括Soprano、Harmony及Accent醫療美容器械系列以及Aesthetic Precision系列。

醫療美容產品線

Soprano系列

Soprano系列是我們醫療美容器械的旗艦系列之一，主要用於鐳射脫毛。Soprano系列的最新產品Soprano ICE Platinum的特點是創新型三頻二極管技術，將三種激光波長(755納米、810納米及1065納米)結合為單一手具與一般僅結合一種激光波長的更傳統激光脫毛治療系統相比，擁有三種激光波長容許在毛囊中同時針對不同皮膚組織深度及解剖結構的治療。

Harmony系列

Harmony系列是我們醫療美容器械的旗艦系列之一，是利用激光、輕質及超聲波技術的能量源醫療美容治療的可擴展、多應用平台。醫療美容機構通過Harmony系統最新一代的Harmony XL Pro能夠在一個醫療美容器械中利用多個不同的能量源及多達16個不同的應用端頭，使其在僅擁有一個單一醫療美容器械的同時有效進行廣泛治療，包括嫩膚脫毛、血管治療及色素性病變治療、祛疤及緊膚。Harmony XL PRO是最新一代Harmony系列醫療美容器械，可解決逾65個FDA批准的適應症，並結合(其中包括)我們的ClearLift、IMPACT及Speed AFT技術。

Accent系列

Accent系列是我們醫療美容器械的旗艦系列之一，我們剛剛慶祝其面市十週年，主要用於身體塑形、緊膚及美容治療。Accent Prime是最新一代Accent系列治療系統，結合我們在結合超聲波及射頻技術方面的最新發展。Accent Prime就身體及面部塑形結合我們的Cold Shear Wave(超聲波)及Unipolar Pro(射頻)技術，我們相信這與單獨使用超聲波或射頻技術相比療效更佳。Cold Shear Wave用於分解脂肪細胞，而Unipolar Pro用於緊膚。相關的UltraSpeed應用端頭是一種新產品，結合了超聲波技術及就快速身體塑形使用的超大應用端頭。

業 務

Aesthetic Precision系列

我們的Aesthetic Precision系列(包括我們從Quantel集團公司收購若干資產得到的若干產品及我們內部開發的若干產品)包括SINON、ARION、308 Excimer、IDAs、Burane II/Burane II XL、PicoClear及Alma-Q。通常，我們的Aesthetic Precision醫療美容器械較我們的多應用平台更強大。該等治療系統的範圍較窄，因此，該產品系列為醫療美容醫生及其他專科醫生提供選擇，其(i)對用於某些特殊治療的系統有高度精確的需求或(ii)其執業實踐專注治療若干特定適應症。例如，執業實踐著重色素性病變及多種顏色紋身的醫生或會選擇專門就該等功能設計的SINON系統，而並非其中一個多應用系統。

生活美容產品線

一般而言，目標用戶為未經醫學培訓的醫療美容機構的生活美容系列治療系統與我們的醫療美容無創醫療美容器械相比，價格較低、能量較小及能夠治療部分不那麼複雜的適應症。生活美容產品線尤其受中國市場醫療美容機構歡迎。

我們生活美容系列治療系統的例子包括Remove(一種使用810納米二極管鐳射以SHR及IN-Motion技術為特色的脫毛治療系統)及Rejuve(一種以AFT、NIR及Dye技術為特色，擁有血管病變及色素性病變以及脫毛等多種應用的輕質治療系統)。

微創醫療美容器械

FemiLift

FemiLift是一種對女性私密處組織應用局部二氧化碳激光的微創醫療美容器械。該程式旨在修復女性私密處的壁黏膜質素。該醫療美容器械的適應症主要包括女性私密處鬆弛及應激性尿失禁。

LipoLife

LipoLife是一種鐳射微創醫療美容器械，提供涵蓋抽脂及脂肪移植所有階段的一體化解決方案。LipoLife的主要特色之一是其雙模套管應用端頭可同時發射鐳射及進行抽吸，從而有助於移植切除脂肪細胞。

業 務

VascuLife

VascuLife是一種使用鐳射消融的靜脈微創治療，旨在使用鐳射及其他光技術治療靜脈曲張。該技術透過插入靜脈的鐳射光纖將光能量送達目標靜脈。能量由靜脈壁吸收，使血液凝固及血管衰竭。由於靜脈獲得治療，故於整塊靜脈被摧毀時將鐳射光纖抽回。該系統的一個主要特色是自動抽回系統。

價格範圍

於往績記錄期間內，我們的(1)醫療美容產品線列表價格範圍(包括向直接客戶及分銷商銷售)一般介乎每部主機約10,000美元至135,000美元，以及每部應用端頭介乎1,000美元至25,000美元，(2)我們的生活美容產品線價格範圍一般介乎每部主機約11,000美元至59,000美元，以及每部應用端頭介乎1,000美元至15,000美元及(3)我們的微創醫療美容器械產品價格範圍一般介乎每部主機約10,000美元至100,000美元，以及每部應用端頭介乎3,000美元至10,000美元。

近期推出的產品及待推出產品

我們持續致力開發新的及創新產品。下表載列我們近期推出的若干最新產品及待推出產品，其中包括新醫療美容器械及增加我們現有醫療美容器械功能的新應用端頭：

產品	概況	推出日期／ 預期推出日期 ⁽¹⁾
Zero	一種使用冷凍療法治療過度出汗的Harmony XL Pro手具	二零一七年一月
Liposense	Lipolife的非消融二氧化碳激光應用端頭	二零一七年一月
SINON II	我們的新一代SINON醫療美容器械，以Q-Switched紅寶石激光為特色，乃專門為治療色素性病變及去除多色紋身而配置	二零一七年三月
HomoGenius手具	其他Alma-Q手具	二零一七年三月
Lipolife手具	(1) Lipotight，可用於臉部等小範圍治療的其他手具 (2) LipoLife振動手具，可令醫療美容機構增加LipoLife力度的其他手具	二零一七年六月

附註：

(1) 產品於全球任何市場最早推出／預期推出的時間。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

產品	概況	推出日期／ 預期推出日期 ⁽¹⁾
兩種其他Alma-Q手具	Spectrum-Y及Spectrum R， 延伸Alma Q去除難以去除的紋身色的能力	二零一七年八月
新一代Soprano器械	我們的下一代Soprano系列醫療美容器械	二零一七年十二月
像素手具治鼾機	一種治療打鼾的微創醫療美容器械	二零一七年十二月
Accentuate全自動塑形儀	一種使用射頻的醫療美容器械，可令醫療美容機構 不必手動操作器械即可提供身體塑形治療	二零一八年四月
Alma Hybrid	一種混合兩個激光器的新型高端醫療美容器械， 用於嫩膚、緊膚及女性身體狀況	二零一八年四月
聚焦超聲手具	一種使用高密度聚焦超聲波的治療器械	二零一八年八月

附註：

(1) 產品於全球任何市場最早推出／預期推出的時間。

我們可能在若干市場就若干產品取得監管批准方面遭遇延遲或困難。進一步詳情請參閱本招股章程「風險因素－與我們業務有關的風險－我們或我們的分銷商或會無法取得或維持我們當前或未來產品及適應症所需的適用監管資質或批准，這可能對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響」。

售後服務

我們及我們的分銷商為醫療美容機構提供各種售後服務，包括安裝及產品培訓以及產品服務及維修。

在醫療美容器械的直接銷售方面，我們安排器械安裝及初步產品培訓。對於我們向其直銷的位於美國、加拿大、德國、奧地利及印度若干地區的醫療美容機構，我們的團隊成員負責安裝器械，我們的臨床支援人員提供客戶培訓。就我們的直銷而言，安裝及初步培訓成本已計入我們產品的購買價格之中。就上述國家以外的偶爾直銷而言，我們一般安排位於或鄰近相關客戶所在國家的分銷商以協助提供售後服務。

我們培訓的分銷商為醫療美容機構安裝我們的器械並提供客戶培訓，這些分銷商向醫療美容機構出售我們的醫療美容器械。我們的分銷商亦負責為其客戶維修及維護我們的產品。

業 務

我們當中的很多產品乃按模塊式設計，以實現快捷高效的服務及支援。特別是，我們所生產的該等產品配有若干部件，在產品維修過程中能方便卸下及更換。

我們設有客戶服務中心，協助我們向其直銷的醫療美容機構診斷及解決與我們產品有關的問題。為應對我們的客戶服務中心無法解決產品所需的服務或維修問題：(i)在美國方面，我們會安排將產品的問題部件運至我們的美國服務中心，完成部件維修後運回客戶；或(ii)在美國以外地區，我們會安排將產品的問題部件運至我們的其中一個設施維修部或分銷商的設施維修部(視乎物流情況而定)，完成部件維修後運回客戶。

服務及其他收益

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們的收益總額中分別有9.1%、7.2%、7.0%及7.1%乃入賬列作服務及其他收益，主要包括向直銷客戶作出的售後服務、向直銷客戶作出的延保銷售及向直銷客戶作出的置換應用端頭銷售(對於使用次數有限的應用端頭)所收費用。我們相信通過提高在首次保修期屆滿後選擇延保及購買關於我們器械的其他服務合約的直銷客戶比例而使我們有機會增加常客收益。

我們為分銷商及我們的直銷醫療美容機構提供產品保修。有關我們產品保修的條款的進一步詳情，請參閱本招股章程「—客戶—退貨及保修」。

潛在戰略合作

二零一七年七月，我們與一家生產(其中包括)注射醫療美容產品(包括皮膚填充劑)的歐洲公司(「戰略合作夥伴」)簽訂意向書。根據該意向書，雙方同意研究達成分銷安排的可行性，據此我們將擔任戰略合作夥伴的皮膚填充劑(及潛在的其他產品)在中國、香港及印度(「地區」)的分銷商。在決定是否訂立正式的獨家分銷協議之前，我們同意於二零一七年完成以下準備步驟：

- 研究並編製在各個地區分銷戰略合作夥伴產品的登記及其他監管規定；及
- 提交在每個地區銷售及分銷戰略合作夥伴產品的詳細市場調查及商業計劃。

業 務

完成上述步驟後，戰略合作夥伴計劃於二零一八年第一季度決定是否與我們進行戰略合作安排並訂立正式的獨家分銷協議。於最後實際可行日期，我們並未與戰略合作夥伴訂立任何正式分銷協議。

生產

生產流程

我們的所有產品均由向第三方供應商採購的原材料、部件、子組件及半完成品生產而成。子組件由我們的第三方分包商組合，是我們於生產流程中進一步使用的(i)更加複雜的組件；或(ii)多件較小型部件裝配而成的組件。半完成品部分為幾乎完成的醫療美容器械主機，並可由內部或第三方分包商生產。

因此，我們的生產運營主要包括裝配及測試我們的醫療美容器械、整合我們的專有軟件及按照客戶訂單定製成品。我們的生產流程大致分為五個主要階段：(i)產品設計、研發、(ii)預測、(iii)採購、(iv)組裝半完成品及(v)校準、集成、定制及測試。

產品設計、研發

我們根據專有產品設計藍圖及計劃製造產品，有關藍圖及計劃經我們的研發過程於內部生產。該等產品設計藍圖及計劃融合了我們的代表性技術及解決方案，大部分技術及解決方案均有專利保護或屬商業機密。我們相信，我們的核心優勢在於我們的產品反映我們的技術及工程實力。此外，我們的競爭力亦來自下列方面：(i)我們擁有眾多專有技術，包括技術先進的專利保護組件和內部開發的軟件系統，而該等系統對我們生產醫療美容器械而言必不可少，再加上(ii)我們將該等組件和軟件系統整合並整合至醫療美容器械中的工程能力，並將其精確調整，以優化表現，上述所有均涉及需要由熟練和訓練有素的工人進行技術精密和複雜的程序。此外，我們各醫療美容器械中加載的專有軟件可控制所有醫療美容器械的功能和設定，因此我們的產品能在其他競爭對手的產品當中脫穎而出。

我們已採取各種措施來保護我們的專有技術和專有軟件。例如：

- 我們眾多關鍵技術在我們出售產品所在的主要司法／管轄區均獲得專利；
- 我們每個醫療美容器械中已加載的專有軟件均為內部開發和安裝，其他方均無法接通；

業 務

- 我們已與其主要分包商保持長期關係，並已制定了預防知識產權洩漏的措施；及
- 我們已與指定供應商保持關係，而分包商必須向該等供應商採購完成我們醫療美容器械組裝或生產所需的若干零部件，從而控制供應來源。

而且，我們相信我們定期推出新產品和升級產品的往績記錄亦可阻止潛在競爭對手複製我們的技術，原因為競爭對手可能需要投入大量的時間和精力來複製我們現有的技術，而有關技術於我們推出新產品和升級產品時可能變成過時。

有關我們專利技術及我們保護該等技術的方法的進一步詳情，亦請參閱本招股章程「我們的解決方案及產品－我們的解決方案」、「研發」及「知識產權」。我們相信，我們的技術優勢亦歸因於我們對研發的投入，以及我們按常規速度提供緊貼市場需要的創新產品的能力。有關進一步詳情，請參閱「我們的解決方案及產品－近期推出的產品及待推出產品」。請亦參閱本招股章程「風險因素－與知識產權有關的風險－我們知識產權的保護受到限制。倘我們不能取得或維持與我們的技術及產品有關的知識產權或倘其他人侵犯我們的知識產權，或倘我們為保護或強制執行我們的知識產權而捲入法律訴訟，我們的業務及競爭能力可能受到重大不利影響」。

按預測生產

我們一般盡力將從收到採購訂單到發貨的交貨期壓縮至14天，但非同尋常的大訂單耗時更長。為實現較短的交貨時間及優化我們產能利用率，我們很大程度上按照我們的生產預測而非僅僅在接獲客戶訂單後組裝我們的半成品或指示我們的第三方分包商組裝半成品。我們在ERP系統的協助下管理我們的生產預測，而該預測計及我們分銷商及直銷團隊的數據以及我們的過往經驗。此外，我們的採購團隊按該預測安排物資採購，確保我們擁有充足物資庫存以滿足生產之需。此舉有助我們在接獲實際採購訂單後加快完成校準、集成、定制及最終的質量測試流程。

部件、子組件及其他原材料採購

我們的採購部門使用基於我們預測的ERP系統數據採購我們生產流程所需物資。進一步詳情請參閱本招股章程「採購」。

業 務

生產訂單及半完成品生產

半完成品的內部組裝

基於我們的預測、客戶訂單及來自研發團隊的訂單以及ERP系統的建議，我們的生產控制經理發出醫療美容器械的半完成主機及應用端頭組裝流程的生產訂單。生產團隊將根據生產訂單從我們的存貨中提供原材料及部件。

我們的技師主要使用手動工具組裝醫療美容器械的半完成主機及應用端頭，而該等半完成主機及應用端頭乃來自向第三方供應商採購的供應品，如二極管、聚合物、電源、電路板、臍帶、塑料零件、機械加工金屬部件及若干子組件。其中部分部件(如特定形狀的金屬零件)由第三方供應商為我們的產品定製。我們亦進一步取用第三方分包商提供的子組件，如供水系統及電子模組，並將其與我們內部組裝的半完成品零件組裝在一起。

對於醫療美容器械的大部分主機及絕大部分應用端頭，半完成品的生產流程在我們以色列凱撒利亞的生產設施內部進行。對於相當小部分的若干產品，生產及組裝產品的最後步驟在德國進行。

分包商組裝的半完成品

我們主要視乎醫療美容器械的完備程度、進一步改進產品設計的潛在需求及我們獲得特定採購訂單時的內部產能，將若干醫療美容器械主機半完成品的組裝流程外包予分包商。此方法令我們可保持生產能力的靈活性。我們並無外包應用端頭的生產。

Accent Ultra V、Harmony XL、Harmony XL Pro、Legato II、Rejuve及Remove醫療美容器械的主機可由第三方分包商組裝。我們分包商所使用的部件、子組件及其他原材料乃來自我們的認可供應商，以及分包商所使用流程乃設計為與我們的內部流程大致上相同。因應特定產品，外包生產相關半完成品的生產步驟數目各不相同。

我們主要由以色列的兩名第三方分包商提供該等分裝服務。我們與該等分包商保持長期關係，我們培訓該等分包商組裝產品。有關分包商的進一步資料，請參閱本招股章程「採購－供應商－分包商」。

業 務

半完成品的質檢

各半完成品（無論是內部組裝或是由分包商組裝者）將轉交半完成品倉庫進行質檢。

校準、集成、定制及測試

根據實際採購訂單及來自研發團隊的訂單，我們的生產團隊將半完成品製成成品。主要步驟包括校準醫療美容器械的主機及應用端頭、給醫療美容器械安裝軟件（其為專有及控制我們的醫療美容器械的功能及設定）及調整用戶介面、定制、組裝醫療美容器械的塑料外殼及進行最終質量控制測試。有關質量控制流程的進一步資料，請參閱本招股章程「—質量控制」。

客戶或要求定制若干彼等購買的產品，我們會盡量滿足該等要求。例子包括外殼顏色、各種標識及標籤、軟件系統調整（如器械屏幕的視覺效果及圖像）以及定制大量皮套及天線。該等定制選擇權未必會授予所有客戶。例如，整體而言，在美國，我們向醫療美容機構提供標準型號的醫療美容器械。

OEM

PicoClear

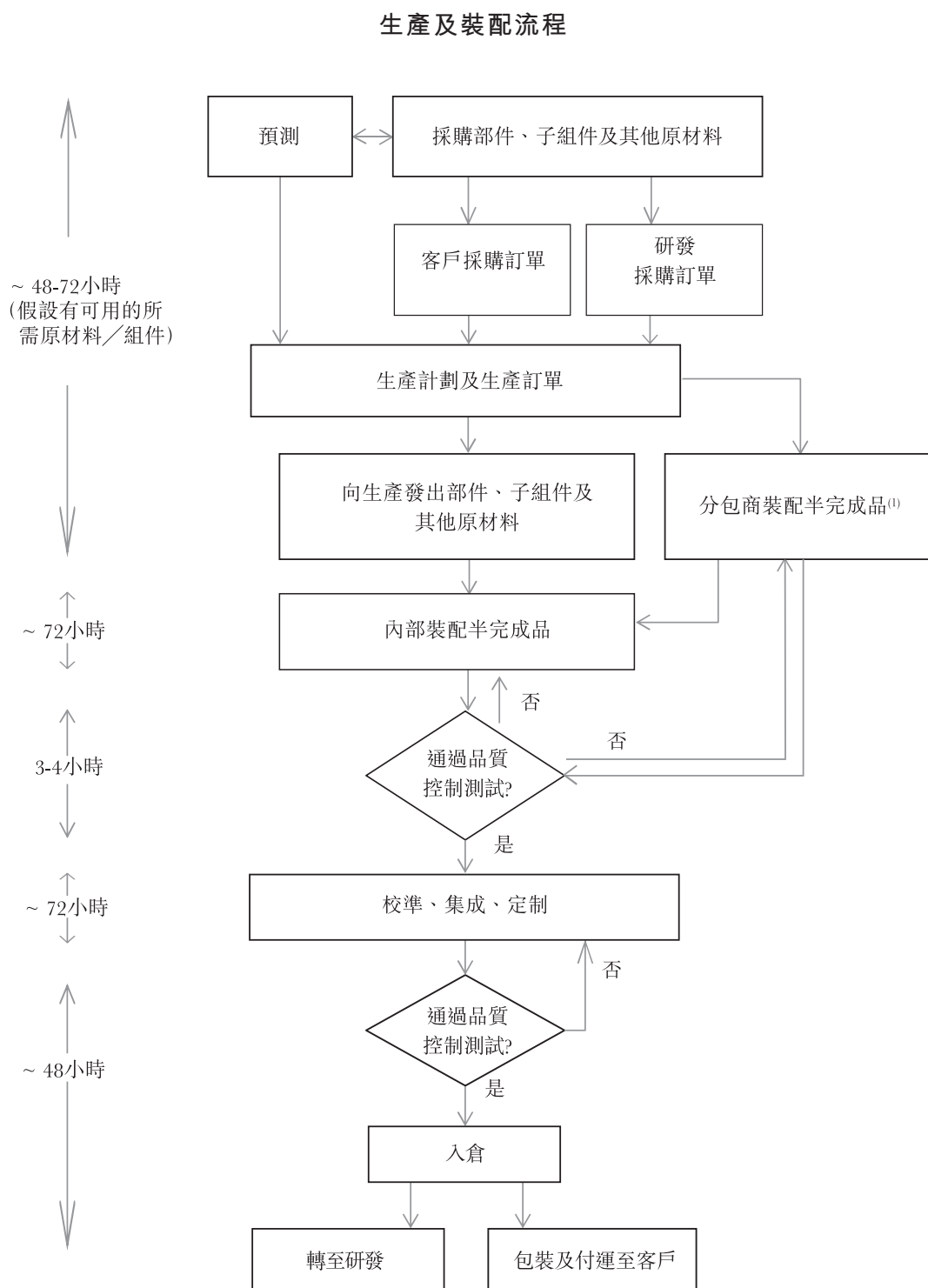
PicoClear系統現為我們唯一一個按採購訂單基準委聘位於美國的分包商提供全面OEM服務的系統。我們採用此方法是因為我們預期未來PicoClear的銷售將持續為收益的極小一部分，因此，不宜投資發展相關內部產能。

向Quantel SA收購的產品線

於往績記錄期間內，透過收購Quantel集團公司若干資產後獲得的生產線（大部分其後已成為Aesthetic Precision生產線的一部分）的生產已按OEM基準分包予Quantel SA，原因是我們需要時間將相關產能遷至我們的設施。此項OEM安排於二零一五年終止。有關自Quantel集團公司收購資產的進一步資料，請參閱本招股章程「歷史及公司架構」。

業 務

以下流程圖說明我們的一般生產流程：



附註：

- (1) 視乎完成程度，分包商裝配的半完成品可能需要經過進一步內部裝配或直接進行質量控制測試。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

生產設施

下表概述我們於二零一六年十二月三十一日的生產設施主要功能及樓面面積。我們位於以色列凱撒利亞的生產設施互相位於步行距離內。

樓宇	位置	可用樓面 面積(平方米)	主要功能
Ofek 2	以色列凱撒利亞	2,732	主要是辦公室， 部分亦作生產設施 用途(約500平方米)
Ofek 3	以色列凱撒利亞	1,536	辦公室、服務中心 及生產設施
Ofek 9	以色列凱撒利亞	1,904	生產設施及倉庫
德國辦公室	德國巴伐利亞紐倫堡	817	辦公室、服務中心 及部分作生產設施及倉庫

有關進一步資料，亦請參閱本招股章程「物業」。

擴張計劃

於二零一六年上半年，我們就以以色列凱撒利亞另一幢樓宇「Ofek 3」訂立新租約，該樓宇為我們增加1,536平方米可用作生產及營運空間，我們尚未完全利用該空間。我們現時並無任何其他直接的生產設施擴張計劃。我們於往績記錄期間內並無遇到且預期不會遇到因缺少用於生產活動的設施空間而導致的重大事宜。

設備及工具

我們並無要求生產流程使用任何特定設備，有關生產流程主要涉及組裝醫療美容器械部件、子組件，集成專利軟件及質量控制測試。我們工具包括螺絲刀、標尺及功率測量設備。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

產能及利用率

我們的生產流程主要由受過訓練的生產員工採用可廣泛獲取的工具完成。因此，我們的產能主要受我們可獲得的工時限制。下表列示所示期間（不計分包商完成的工作）我們的估計利用率及產能：

	截至十二月三十一日止年度			截至 三月三十一日 止三個月
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一七年
所記錄總實際生產時間 (小時)	106,955	127,439	141,700	41,899
估計可用生產時間上限 ⁽¹⁾ (小時)	183,954	198,080	224,783	61,490
於所示期末生產僱員人數	69	74	85	85
期內可利用工作日數 ⁽²⁾	248	249	246	65
利用率 ⁽³⁾	58%	64%	63%	68%
實際產量：				
期內生產主機數目 (件)	3,165	3,972	3,174	870
期內生產應用端頭數目 (件)	10,584	11,810	10,458	3,497
產能 ⁽⁴⁾ ：				
主機 (件)	5,444	6,174	5,035	1,277
應用端頭 (件)	18,204	18,356	16,590	5,132

附註：

- (1) 按(i)於所示期末生產僱員人數，乘以(ii)每名工人每日工作十小時四十五分（相關以色列法律允許的最高時長，計及每天的必要休息時間）及(iii)於有關期間的可利用工作日數（根據以色列政府的資料）估算。
- (2) 根據一個以色列政府機關刊發的工作日數計劃表。
- (3) 以所記錄總實際生產時間除以估計可用生產時間上限計算。
- (4) 以實際生產數量除以利用率計算得出。

我們的利用率由二零一四年的58%升至二零一五年的64%，並於二零一六年維持穩定為63%及於截至二零一七年三月三十一日止三個月進一步增至68.1%。整體上升原因為客戶需求上升銷售表現改善帶動生產需求增加。我們可於約三個月內聘用及培訓額外生產員工以提升我們所需的產能。因此，我們預計在管理產能方面將不會遇到任何重大困難。

業 務

採購

採購部件、子組件及其他原材料

我們的醫療美容器械由自供應商購買的部件、子組件及其他原材料組裝而成。因此，我們的供應品主要包括：(i)子組件、(ii)半完成品、(iii)醫療美容器械發出能量源的部件，如二極管、激光棒、濾光器、射頻及超聲波、(iv)醫療美容器械顯示屏、(v)電路板及處理器、(vi)醫療美容器械模具及塑料外殼、(vii)電源、(viii)冷卻系統及(ix)機械加工金屬部件。

我們及分包商向名單上的認可供應商購買(在部分情況下我們代表分包商採購)我們產品所用部件、子組件及其他原材料。在部分情況下我們的外包商亦為相關子組件的供應商。我們可靈活地調整所採購部件的數目及交付時間表。我們主要基於生產預測使用ERP系統訂購原材料、部件及子組件，而生產預測乃基於過往需求及未來計劃作出。交貨時間或因訂單規模、生產及測試所訂購部件所需時間、具體訂單要求及所訂購部件的現時市場需求而大為不同。我們就各重要類型部件保持與一名以上部件供應商的關係，藉此降低供應遭延誤的可能性。特別是，相關監管機構將若干部件明確列為醫療美容器械(已取得監管許可)設計的一部分，如發出能量源的部件、顯示屏、電子處理器及電源。在該等情況下，鑒於向相關監管機構確認替代部件及／或設計資格耗時，我們至少維持兩名合格部件供應商，以盡量降低生產過程可能延誤的風險。進一步詳情請亦參閱本招股章程「風險因素－與我們業務有關的風險－我們依賴第三方供應商供應多個產品的部件及子組件，使得我們容易面臨供應短缺及價格波動，而這或會對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響」。

於最後實際可行日期，我們並無出現採購任何供應品遭重大延誤情況或任何重大生產延誤情況，且我們相信我們的供應商擁有充足產能可滿足我們的預測生產需求。於往績記錄期間，我們的供應品價格並無出現任何重大波動。當我們向我們的銷售團隊發出內部建議價格時，我們考慮我們的供應品成本。當我們推出新一代器械時，其亦使我們可調整價格以反映我們供應品成本的增加(如有)。

業 務

供應商

製造產品所用的部件、子組件及半完成品採購自700多家第三方供應商，其中絕大部分位於以色列、美國、德國、中國、日本、英國及西班牙，且其均為獨立第三方。就我們部分位於以色列以外的供應商而言，我們將直接聯繫其位於以色列的銷售代理。於部分情形下，我們向有關當地代理下單。

下表載列於所示期間我們的若干最大供應商概要：

供應商名稱	供應商地點	成為五大供應商之一的年份	於二零一六年十二月三十一日與我們保持業務關係的概約年限	對供應商的主要採購項目
供應商1	美國	二零一四年、二零一五年及二零一六年	4	二極管
供應商2	以色列	二零一五年及二零一六年	6	分包服務
供應商3	以色列	二零一六年	8	分包服務及金屬薄片
供應商4	日本	二零一四年、二零一五年及二零一六年	15	醫療美容器械顯示屏
供應商5	以色列	二零一四年、二零一五年及二零一六年	10	切削加工金屬部件
供應商6	以色列	二零一四年及二零一五年	15	電路板及電腦板
供應商7	德國	二零一四年	4	OEM醫療美容器械 (Quantel產品線)

我們並無與供應商訂立長期框架供應合約且我們利用採購訂單向彼等採購供應品。然而，我們實行標準採購訂單格式，當中載有我們與供應商的持續商業條款，如（在各種情況下以適用者為限）我們檢查及測試的權利、轉移業權及風險、向我們作出的信用條款及彌償保證。雖然我們並無與我們的供應商訂立長期合約要求彼等滿足我們的供應需求，但由於我們與其中一些供應商保持長期關係，如若干基本原材料（包括螺絲、螺帽及螺栓）供應商，作為商業慣例，該等供應商通常為我們保留至少30天存貨。我們一般獲供應商給予60天的信用期。

我們保留一份認可供應商名單，並制定流程，據此將合資格供應商納入該名單。我們基於多項因素評估供應商及潛在供應商，如(i)彼等的正式認證（例如ISO 13485及ISO

業 務

9001)、鑒定及監管審批、(ii)履行訂單時所需的交貨期、(iii)其供應品價格、(iv)其供應品質量及(v)現場檢查結果。對於各類重要部件或子組件，我們盡量物色一名以上供應商以避免依賴任何單一供應商。

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，對五大供應商的採購額分別佔我們總採購額的29.2%、29.8%、36.5%及29.5%。於同期，對最大供應商的採購額分別佔我們總採購額的7.6%、10.1%、11.4%及8.7%。

據董事所知，於往績記錄期間，董事或擁有緊隨資本化發行及全球發售完成後已發行股本(並無計及行使超額配股權)5%以上的任何股東或彼等各自的任何緊密聯繫人概無於任何五大供應商中擁有任何權益。

分包商

我們委聘分包商組裝子組件及半完成品，該等分包商均為獨立第三方。與我們其他供應商類似，我們以採購訂單向分包商採購，且並無與彼等訂立長期框架合約。

我們主要使用兩家以色列分包商(上表中的供應商2及供應商3)的服務為我們生產子組件及半完成品，於二零一六年十二月三十一日我們與彼等的關係平均約為七年。我們嚴格監督分包商承擔的工作。待設計及原型開發完成後，該等分包商獲提供詳細產品規格文件以生產相關子組件及半完成品。我們會在合作關係開始時向兩家分包商員工提供現場培訓。此外，我們已向我們的分包商提出下列要求：

- 其僱員須接受我們提供的培訓；
- 其必須使用我們指定的用品及供應商；
- 未經我們明確許可，其不得在流程或所用原材料及部件方面偏離我們的生產規格；及
- 其不可開啟我們的半完成品的電源(此舉可幫助我們保護我們的知識產權)。

交付給我們的各子組件及半完成品會單獨進行質量及瑕疵檢查，其標準與我們用作檢查內部生產產品的標準相同，而我們會與我們的分包商共同合作解決我們所發現的任何問題。

業 務

我們選擇分包商時會考慮其各自的財務實力、工作質素及生產交貨週期。與一名分包商開始合作時，我們亦向其提供我們內部生產的樣本產品並讓其依據我們的樣本重新製造一個測試批次以測試其能力。我們檢查測試批次以確保彼等的工作質素符合我們就內部生產的產品所設立的相同標準。

倘目前兩家主要分包商中任何一家不再向我們提供服務，董事相信我們的生產及業務並不會受到重大不利影響。此乃因為：

- 我們擁有充足的內部產能以處理該情況，尤其是於短期內作出其他安排；
- 據我們所知，我們現時的主要分包商各自擁有足夠的產能及能力處理我們的需求及要求；及
- 我們與其他分包商擁有持續的業務關係，因此我們可向其增加我們的採購訂單，並可於較短時間內向其員工提供相關培訓以承擔任何退出分包商的訂單（且根據我們採用多於一家分包商的慣例）。

存貨控制

我們的存貨主要包括(i)原材料及部件，如二極管及激光棒；(ii)在製品，包括半完成品及子組件；及(iii)製成品。我們認為，控制存貨水平對我們的整體盈利能力至關重要。總體上，我們通過ERP系統管理存貨，該系統按我們輸入該系統的數據計算我們的採購及生產。

存貨周轉天數

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們的平均存貨周轉天數分別為127天、137天、142天及138天。於二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日及二零一七年三月三十一日，存貨餘額分別佔我們流動資產的23.2%、25.1%、23.1%及23.3%。有關我們存貨水平的詳細分析，請參閱本招股章程「財務資料－綜合財務狀況表節選項目－存貨」。

供應品來料存貨

我們指定僱員接收供應品，該僱員會在收貨時清點數量。價格昂貴的原材料及部件存放於特殊倉庫中，該倉庫僅允許指定僱員進入。

業 務

在製品存貨

在製品存貨包括(其中包括)我們內部生產的半完成品及子組件。視乎分包的步驟數目而定，由分包商生產的半完成品可分類為在製品或製成品。由於各產品被賦予一個唯一追蹤編號，故一旦根據生產訂單開始生產，我們可在需要時按採購訂單核對實際數量。

製成品存貨監控

由於我們一般在收到採購訂單後開始總裝及測試，並盡力盡快向客戶交付產品，故我們的製成品存貨較低。我們的製成品存放於安全倉庫中，內設定製防盜功能，如24小時保安攝像。

質量控制

質量控制對我們而言至關重要，而我們致力開發及生產符合國際標準並適用本地標準、規定及指令的優質產品。我們已建立我們認為相當嚴格的質量管理制度，以文件方式記錄於質量管理手冊中，並監管我們營運的各方面。我們的產品擁有平均超過兩年的故障間隔，此乃基於我們的產品被要求進行維修的各事件間之時間所作的內部記錄對我們產品可靠度的統計估算，而我們相信這相對較長。我們的最終產品各自均根據我們的嚴格質量控制流程於內部進行質量測試。

我們的質量管理制度符合ISO 9001:2008及ISO 13485:2012國際標準的規定，該等標準是適用於醫療激光及射頻設備設計、製造及檢驗公司的標準。我們的質量管理制度亦符合醫療設備生產的多種國際質量要求，如DA質量體系條例(DA Quality System Regulations)、NF EN ISO 13485:2012、AN/CSA ISO 13485:03、一九九三年醫療器械指令93/42/EEC號(經二零零七年九月五日2007/47/EC號修訂)及醫療器械條例SOR/98-282。

有關生產過程的質量管理步驟

作為我們整體質量管理制度的一部分，我們已制定具體來料、生產中及終檢測試流程，用來證實我們的產品符合各項具體質量規定。我們已建立制度記錄檢測結果，並由管理層定期審閱。根據我們的原則，我們將質量控制記錄保留五年以供參考。

我們的每件產品獲分配一個唯一的序列號。因此，如有質量或其他類似問題，我們可通過生產過程各環節來追蹤產品，從而強化我們查找問題原因的能力。

業 務

來料部件、子組件及其他原材料檢驗

向我們交付後，採購部的指定人員就質量及於我們醫療美容器械的適用性方面檢驗來料部件、子組件及其他原材料，這可包括檢查包裝的篡改或損壞跡象、審查有關合格證書及對照有關指定要求進行測量及測試。

半完成品及子組件的質量檢驗

一旦我們的半完成品經生產團隊組裝或經分包商交付時，每件半完成品或子組件（不論是主要部件或是應用端頭）在我們半完成品倉庫由我們的生產及質量控制人員對照有關指定要求進行測試及質量檢驗。

老化測試及終檢

根據我們的質量檢驗協定，在經校準及軟件安裝流程後及當產品已處於最終形式及於交付客戶前已獲裝配時，每件最終產品（不論是主機或是應用端頭）須根據我們的嚴格質量控制流程進行內部測試及檢驗。該等測試流程包括功能測試及「老化測試」，即醫療美容器械運行指定的小時數，期間觀察是否有任何缺陷。各產品均經過終檢。

我們產品的壽命

由於我們的質量管理措施嚴格，我們的醫療美容器械（特別是主機）的實質產品壽命一般較長。然而，由於醫療美容行業科技日新月異，據我們所知，醫療美容機構通常於器械的實質產品壽命完結前便已更換我們的醫療美容器械，以向終端用戶提供新開發醫療美容技術。過往，我們不時推出旗艦醫療美容器械的新一代器械，而據我們所知，部分醫療美容機構會選擇於新一代器械推出後升級及購買新器械。

我們醫療美容器械的部分應用端頭須於使用若干次數後不時更換，且應用端頭的具體壽命取決於特定型號及醫療美容機構的使用次數。例如，僅根據我們的估計，就經常使用一般的二極管激光能量手具的醫療美容機構而言，須於約12至18個月內置換替代手具。

業 務

銷售、分銷及營銷

於往績記錄期間內，我們在全球約80個國家及司法／管轄權區銷售產品。視乎具體地理位置，我們有兩種銷售模式（我們在少數區域市場採用兩種模式相結合的方式）：(i)我們直接向醫療美容機構銷售產品或(ii)我們向分銷商銷售產品，分銷商繼而將產品轉售予醫療美容機構（或在若干有限情況下，轉售予子分銷商）。我們直接對其銷售的醫療美容機構包括醫療美容醫生、非醫療美容醫生及美容師。因此，我們視(i)我們的客戶為我們向其直銷的醫療美容機構及(ii)把向我們購買的產品轉售予其客戶的分銷商。

下表列示我們的銷售及分銷網絡：

地區	銷售模式
歐洲	
德國及奧地利	主要為直銷
其他	主要為第三方分銷商
北美洲	主要為直銷
中國	第三方分銷商
亞太（不包括中國）	
印度	主要為直銷
其他	主要為第三方分銷商
拉丁美洲	主要為第三方分銷商
中東及非洲	主要為第三方分銷商

我們主要在美國、加拿大、德國、奧地利及印度向醫療美容機構提供直銷。除這些國家外，我們主要向轉售我們產品的分銷商出售產品。視乎我們的業務需要及在非常有限情況下，在我們主要從事直銷的若干國家中，我們亦委聘部分分銷商（如若干分銷商已接洽我們計劃瞄準的醫療美容機構時），而反之，在我們主要向分銷商銷售的若干國家中，我們亦從事直銷（例如更傾向與我們直接交易的若干類別的特定醫療美容機構）。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

下表載列所示期間按客戶類別劃分的收益：

	截至十二月三十一日止年度						截至三月三十一日止三個月			
	二零一四年		二零一五年		二零一六年		二零一六年 (未經審核)		二零一七年	
	(千美元，百分比除外)									
直銷客戶	30,466	30.1%	36,812	33.3%	42,391	35.9%	9,619	34.8%	11,285	34.6%
訂約分銷商 ⁽¹⁾	66,985	66.1%	71,052	64.4%	72,198	61.1%	17,374	62.9%	20,239	62.0%
其他客戶 ⁽²⁾	3,870	3.8%	2,542	2.3%	3,567	3.0%	612	2.3%	1,123	3.4%
總計	101,321	100.0%	110,406	100.0%	118,156	100.0%	27,605	100.0%	32,647	100.0%

附註：

- (1) 包括(a)於最後實際可行日期與我們訂立書面分銷協議或(b)於相關銷售的相關期間與我們訂有書面分銷協議的分銷商。
- (2) 包括並無與我們訂立書面分銷協議的分銷商、轉售商及經銷商，彼等不定期向我們採購數量較少的產品並將其轉售予醫療美容機構。

就直銷予醫療美容機構而言，我們於(i)裝運產品後或(ii)售後責任(如安裝及培訓)獲履行時確認收益。就售予分銷商而言，我們於裝運產品後確認收益。進一步詳情請亦參閱本招股章程「財務資料－我們經營業績主要組成部分的詳情」。

在決定是否就特定地區市場成立直銷團隊或聘用分銷商時，我們一般會考慮下列因素：(i)與我們整體策略目標的潛在協同效益；(ii)市場是否出現潛在分銷商及其質量；及(iii)成立直銷團隊使用資源的預期成本及利益，而我們預期這主要受(a)市場規模、(b)市場上機會的多樣化(例如不同的產品細分市場)及(c)法律或其他進入壁壘所影響。

直銷

北美(美國及加拿大)

我們在北美(我們的最重要市場之一)主要向醫療美容機構直銷，因我們認為直銷更適合該地理區域，此乃由於北美具備較為成熟的醫療美容治療市場。截至二零一六年十二月三十一日止年度，我們在美國及加拿大的銷售總額佔我們收益的約26.2%。我們在北美的銷

業 務

售及營銷工作由我們的美國附屬公司Alma Lasers Inc.開展及管理，該公司於特拉華州註冊成立，總部位於伊利諾斯州布法羅格羅夫。我們美國附屬公司的銷售團隊將產品直接售予醫療美容機構並與其維繫業務關係。

我們在北美的銷售由我們的北美銷售副總裁管理，該副總裁管理我們三個北美地區(就美國及加拿大兩國而言的西部、東南及東北地區)的三名地區銷售總監，而彼等各自管理各地區的銷售團隊。此外，我們擁有一名全國性客戶的銷售總監，其向我們的北美銷售副總裁匯報，具體負責管理向指定較大終端客戶以及當地美國分銷商全國性銷售若干產品。

於二零一七年三月三十一日，我們的美國附屬公司就美國市場聘請45名銷售代表。此外，於同日，我們委聘五名兼職美國獨立銷售代表(就特定產品線或美國國內地區)及委聘四名全職獨立銷售代表(就加拿大市場)。為了於廣闊的北美市場補充我們直銷業務及以具成本效益的方式擴大地域覆蓋範圍及提高滲透率，於二零一六年十二月三十一日，我們亦就若干產品線及在北美的若干地區委聘四名分銷商。於往績記錄期間內，向該等分銷商作出的銷售佔我們在北美整體銷售的非常小部分。

北美之外的直銷

德國附屬公司

我們的德國附屬公司位於巴伐利亞州紐倫堡，直接向德國、奧地利及偶爾向瑞士(我們主要向瑞士的分銷商銷售)的醫療美容機構銷售。於二零一七年三月三十一日，我們德國附屬公司的銷售團隊擁有15名僱員，當中小部分專責生活美容產品線。我們擬進一步擴大德國銷售團隊，尤其是透過額外聘請專門銷售微創醫療美容器械的銷售代表。此外，為進一步拓闊我們的銷售渠道，我們偶爾會同意委聘獨立銷售代表。於往績記錄期間內，獨立銷售代表的銷售佔我們德國附屬公司收益的一小部分。

我們亦在德國及奧地利委聘一些可幫助我們進入若干目標市場的分銷商。於往績記錄期間內，向分銷商作出的銷售佔我們在該等市場收益的非常小部分。

印度

我們於二零一四年十二月成立印度附屬公司，我們相信此舉比委聘分銷商更加有效，因為我們於成立附屬公司之前一直委聘的分銷商的表現不及我們的預期。於二零一七年三月三十一日，我們的印度附屬公司擁有12名銷售團隊僱員。

業 務

向我們的銷售團隊支付的佣金

一般而言，除工資外，直接向醫療美容機構銷售的銷售代表僱員獲支付的佣金佔其各自負責的銷售額的一定百分比。特定的百分比乃視乎(其中包括)個別代表的年資、銷售代表與其本身年度銷售目標作比較的年銷售總額，及其提供服務的相關醫療美容機構的性質及複雜性。我們的獨立銷售代理並不收取工資，但一般會收取基於彼等各自負責的銷售額的佣金，通常按高於支付予僱員的費率計算。

提供予直銷客戶的信用期

就我們美國附屬公司的直銷而言，我們向客戶提供30天至12個月的信用期。獲授四至六個月信用期的客戶須支付最高為有關購買價款2%的服務費，而獲授六個月以上信用期的客戶須支付有關購買價款10%的年度利率。此外，我們與若干第三方設備融資公司合作，該等設備融資公司可根據我們部分客戶的方案提供設備資本融資及租賃。我們亦要求若干客戶於交付後付款。

就我們的德國及印度附屬公司的直銷而言，大部分客戶須支付10%至50%的按金。在該等情況下，我們一般就餘下款項提供介乎30天至18個月的信用期。

向分銷商銷售

分銷模式

在美國、加拿大、德國、奧地利及印度之外的國家及司法／管轄權區，我們主要向我們的分銷商銷售產品。我們已就特定產品線或特定產品向我們的大部分分銷商授予地區獨家經銷權。在若干情況下，分銷商獲允許在一個地理區域內多於一個國家銷售。於若干國家，我們的分銷商委聘子分銷商以擴展其銷售渠道及覆蓋。我們認為我們的分銷模式是我們所在行業其他競爭對手所採納的典型分銷模式之一。我們與我們分銷商的關係為賣家與買家而非委託人與代理人關係。我們的分銷商購買我們的產品，取得產品所有權及其釐定的價格轉售這些產品予其客戶，以及為該等醫療美容機構(我們與其並無合約關係)提供有關產品的安裝及維修。除極少數的情況外，分銷商不可向我們退貨。

我們通常與分銷商保持穩定的長期關係，這可從我們與超過40名分銷商擁有至少三年工作關係的事實得以證實。我們相信透過委任分銷商，我們可利用其對當地營商及法律環境的瞭解及其可以具成本效益的方式接觸當地醫療美容機構及其他市場參與者的優勢。我

業 務

們相信我們的許多分銷商為其各自國家及地區醫療美容器械的較知名分銷商之一。於往績記錄期間內，所有我們的分銷商均為獨立第三方(即彼等並非復星國際集團或復星醫藥集團的成員公司或本公司任何其他關連人士)及據我們所知，概無現有或前僱員為該等分銷商的僱員。

於二零一七年三月三十一日，我們與81名分銷商訂立了書面分銷協議。我們於截至二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月來自分銷商的收益中有95%以上來自對上述分銷商的銷售。下表載列於所示期末該等分銷商全球範圍的數目及變動情況：

	截至十二月三十一日止年度			截至三月三十一日 止三個月
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一七年
上一期末訂約分銷商數目	67	76	80	82
終止或不續約的訂約分銷商	5	8	12	2
增加訂約分銷商	14	12	14	1
期末訂約分銷商數目	76	80	82	81

於往績記錄期間，訂立書面協議的分銷商數目增加主要是由於我們向一個新國家銷售及我們增聘分銷商專門從事某一產品或產品線。此外，我們亦一直致力透過簽署書面分銷協議使我們與分銷商的關係正式化。此外，我們於往績記錄期間終止分銷商，主要是因為該等分銷商的表現不符合我們的期望。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，來自於往績記錄期間終止或不延續書面協議的分銷商的收益分別佔我們同期總收益的4.3%、1.6%、0.7%及0.2%。為貫徹我們的政策，我們並無購回或接受我們已終止分銷商未售出的產品。然而，我們有時會協助將未售出貨物從被終止的分銷商轉移到同一地區內的新分銷商。於該情況下，我們並無財務方面的參與。

我們的分銷商向醫療美容機構提供安裝服務及初訓。我們的分銷商亦向有關醫療美容機構提供我們器械的設備、存貨及供應品維修部件，且彼等出席展會及行業會議(某些情況我們會與彼等一同出席)，並於會上推廣我們的產品。我們的分銷商經常承諾最低銷售額，

業 務

以便在其各自地區取得或保留對特定產品或產品線的獨家經銷權。在我們已向分銷商授出獨家經銷權的某些地區，我們或許有權直接向該地區的醫療美容機構出售，惟須視乎我們與相關分銷商的關係及磋商情況。

我們主要通過分銷協議管理分銷商，該等協議監管我們與分銷商之間的關係。儘管二零一六年逾95%來自分銷商的收益乃來自我們與其訂立書面分銷協議的分銷商，但我們並無與所有分銷商訂立書面協議。我們未與之訂立書面協議的分銷商或會終止與我們的關係，並在不發出任何通知的情況下停止轉售及維修我們的產品。此外，我們可能更難管理我們與並無與之訂立正式書面分銷協議的該等分銷商的關係或向其強制執行我們的權利。進一步詳情請參閱本招股章程「風險因素－與我們業務有關的風險－我們對分銷商的控制有限。倘分銷商未能履行其於相關分銷協議下的責任，我們的業務、經營業績、財務狀況及前景或會受到重大不利影響」。

我們的分銷商

我們使用分銷商作為銷售及分銷策略的一部分。我們的大多數分銷商主要從事分銷醫療美容器械。我們依賴分銷商對各地方市場的了解(包括客戶偏好、競爭格局及監管規定)以滲透至全球的目標市場。例如，分銷商在其各自司法／管轄權區須擁有銷售醫療產品所必需的牌照及許可證，並幫助我們向相關地方部門註冊產品(如適用)。進一步詳情亦請參閱本招股章程「一牌照及許可」。

下表載列於各所示期間我們按購買額計的五大客戶的概要，彼等均為分銷商。我們已就其所分銷的產品授予其在各自國家的獨家經銷權：

截至二零一七年三月三十一日止三個月					
分銷商名稱	地區	於二零一七年三月三十一日與我們的關係的概約時長(年數)	分銷商購買額佔我們收益的百分比	銷售的產品及分銷商背景	
中國分銷商	中國	14	22.0%	我們在中國的唯一分銷商	
分銷商2	拉丁美洲	14	4.5%	銷售無創醫療美容產品	
分銷商5	歐洲	4	2.8%	銷售無創醫療美容產品	

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

截至二零一七年三月三十一日止三個月

分銷商名稱	地區	於二零一七年 三月三十一日 與我們的 關係的概約 時長(年數)	分銷商 購買額 佔我們收益 的百分比	銷售的產品及分銷商背景
分銷商9	中東及非洲	9	2.4%	銷售無創醫療美容產品
分銷商4	歐洲	14	2.4%	銷售醫療美容產品

截至二零一六年十二月三十一日止年度

分銷商名稱	地區	於二零一六年 十二月三十一日 與我們的 關係的概約 時長(年數)	分銷商 購買額 佔我們收益 的百分比	銷售的產品及分銷商背景
中國分銷商	中國	14	21.8%	我們在中國的唯一分銷商
分銷商2	拉丁美洲	14	3.0%	銷售無創醫療美容產品
分銷商3	亞太	11	2.9%	銷售醫療美容產品
分銷商4	歐洲	14	2.4%	銷售醫療美容產品
分銷商5	歐洲	4	2.3%	銷售無創醫療美容產品

截至二零一五年十二月三十一日止年度

分銷商名稱	地區	於二零一六年 十二月三十一日 與我們的 關係的概約 時長(年數)	分銷商 購買額 佔我們收益 的百分比	銷售的產品及分銷商背景
中國分銷商	中國	14	23.4%	我們在中國的唯一分銷商
分銷商2	拉丁美洲	14	4.0%	銷售無創醫療美容產品
分銷商6	中東及非洲	15	2.5%	銷售無創醫療美容產品
分銷商4	歐洲	14	2.4%	銷售醫療美容產品
分銷商3	亞太	11	2.0%	銷售無創醫療美容產品

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

截至二零一四年十二月三十一日止年度

分銷商名稱	地區	於二零一六年 十二月三十一日 與我們的 關係的概約 時長(年數)	分銷商 購買額 佔我們收益 的百分比	銷售的產品及分銷商背景
中國分銷商	中國	14	19.8%	我們在中國的唯一分銷商
分銷商2	拉丁美洲	14	3.8%	銷售無創醫療美容產品
分銷商4	歐洲	14	2.7%	銷售無創醫療美容產品
分銷商7	拉丁美洲	14	2.4%	銷售無創醫療美容產品
分銷商8	歐洲	10	2.3%	銷售無創醫療美容產品

我們的中國分銷商

我們的中國分銷商曾為我們往績記錄期間內各年度最大的客戶及在中國的唯一獨家分銷商。據我們所知及該分銷商所告知，我們的中國分銷商於二零一七年三月三十一日有14個辦事處遍佈中國並有200多名僱員。

我們與我們的中國分銷商的關係始於二零零三年，當時我們的產品首次引入中國。自此，我們的業務及中國分銷商的業務一同發展。我們的中國分銷商已幫助我們探索中國的業務及監管環境，包括為我們的產品取得國家藥監局批准。我們在中國繼續委聘一名唯一分銷商，因我們與中國分銷商已建立良好且長期的關係。我們相信我們的中國分銷商對我們所提供產品及中國主要市場參與者有深入的了解及認知。我們計劃繼續與中國分銷商以獨家基準合作，乃由於我們相信中國分銷商將會幫助我們於中國擴大市場份額及為我們區內持續增長作出貢獻。

我們的中國分銷商已有根據相關法律《醫療器械經營監督管理辦法》銷售及分銷第二類及第三類醫療器械的所需許可。我們的中國分銷商在中國出售的產品根據該法屬於第二類及第三類醫療器械。

根據我們的中國分銷商與我們訂立日期為二零一三年一月十五日的分銷協議，我們的中國分銷商有權按其決定的方式、價格及條款，在中國獨家銷售採購自我們的若干產品。我們的中國分銷商為獨立第三方，並非我們的代理、僱員或代表。根據分銷協議的條款，我們的中國分銷商須保存最新的客戶名單及產品銷售記錄，以便出現需要處理產品召回或我們發現必要的其他情況，讓我們得以追蹤我們的產品。協議於二零一八年一月屆滿，我

業 務

們擁有全權選擇權為協議額外續期五年，而我們計劃續期。我們與中國分銷商的分銷協議訂有倘中國分銷商的股東向任何第三方出售股份，則我們擁有購買其股份的優先購買權。於最後實際可行日期，我們並不知悉中國分銷商股東出售其中國分銷商股份的任何意向。

我們按議定價格向我們的中國分銷商銷售產品，而不論中國分銷商所轉售的最終客戶。此外，與我們所訂的其他分銷協議相符，我們的中國分銷商在其將我們的產品售予其最終客戶前已取得有關產品的所有權。我們的中國分銷商亦負責向其最終客戶提供售後服務及支援，例如醫療美容器械的保養及維修。我們向中國分銷商銷售產品的價格，與我們向任何其他第三方分銷商銷售相同或類似產品的價格相若或大致接近，惟可能主要因我們的定價策略而出現變動。

於中國的若干「Alma」商標

我們的中國分銷商擁有且已申請註冊帶有「ALMA」英文字母的若干商標。於二零一七年五月二十三日，我們與我們的中國分銷商就該等商標訂立戰略合作備忘錄（「備忘錄」）。根據備忘錄，我們授權我們的中國分銷商在中國以其自身名義註冊含有「ALMA」英文字母的商標。此外，訂約方同意，對於在備忘錄日期我們的中國分銷商已在中國以其自身名義註冊或申請註冊的英文、中英混合及帶有「ALMA」英文字母的字母及圖形混合商標，我們的中國分銷商將在我們與我們的中國分銷商所有商業合作終止後10個營業日內申請將之在中國撤銷註冊。此外，訂約方同意，自備忘錄日期起，我們將直接以其自身名義申請所有帶有「ALMA」英文字母的新商標，並授權我們的中國分銷商獨家許可來使用該等新商標。我們亦可合法免費使用我們的中國分銷商現時以其自身名義註冊含有或以「ALMA」英文字母為基礎的商標（不包括帶有我們中國分銷商的中文公司名稱者）。

採購自復星醫藥

於往績記錄期間內，我們中國分銷商的最終客戶之一為我們的控股股東復星醫藥，復星醫藥於二零一四年從中國分銷商購買我們的產品，以在復星醫藥所控制及經營的民營醫療機構於中國的佛山市禪城區中心醫院的激光整形美容中心提供醫療美容治療。根據中國分銷商提供的銷售記錄，佛山市禪城區中心醫院於二零一四年從我們的中國分銷商購買我們的產品，為按公平基準，且屬正常商業條款（包括定價），並與中國分銷商與其他第三方民營醫療機構所訂立者類似。該等銷售佔中國分銷商於二零一四年自在中國銷售我們的產品所產生收益的比例不足1%。除上文所述外，我們的中國分銷商告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，復星醫藥並無向我們的中國分銷商或我們購買任何其他產品。

業 務

復星醫藥已向我們確認，全球發售完成後，復星醫藥集團日後在中國購買我們的任何產品將直接向中國分銷商購買。此舉貫徹我們委聘我們的中國分銷商為我們於中國的唯一獨家分銷商。所有有關購買將按公平及正常商業條款，與中國分銷商及獨立於餘下復星醫藥集團的其他醫療美容機構所購買者類似。

復星醫藥已告知我們，其預期日後基於其業務需求為其激光整形美容中心提供醫療美容治療而向中國分銷商購買我們的更多產品。我們與復星醫藥未曾訂立並將不會訂立有關銷售及購買我們產品的任何協議。有關我們向中國分銷商的未來計劃銷售的進一步詳情，請參閱上文「我們的策略－繼續加強我們作為中國能量源醫療美容器械最大供應商中的地位」。復星醫藥已告知我們，其無意從中國分銷商購買我們的產品，以供再售予中國其他第三方或為本身產品加工。

子分銷商

我們的部分分銷商僱用子分銷商來擴展銷售渠道，因為僱用子分銷商是獲得更多醫療美容機構的有效方式。然而，我們通常不會直接僱用或指導我們分銷商的子分銷商，亦不會與彼等建立合約關係。根據我們與相關分銷商訂立的各份分銷協議的條款及條件，我們主要依賴我們的分銷商來管理及控制彼等各自的子分銷商(如我們有書面協議)。根據我們的標準分銷協議，分銷商負責根據相關分銷協議監管其子分銷商，並有責任對因子分銷商違反該等條款及條件造成的損失賠償我們。於往績記錄期間內，我們並無就分銷商僱用的任何子分銷商經歷任何重大糾紛或收到醫療美容機構投訴。

管理與分銷商的關係

我們對任何分銷商均無擁有權或管理控制權。我們主要通過監督其遵守我們的分銷協議(倘有關協議仍然存續)以及我們與彼等的持續討論及其他要求的情況來管理與分銷商的關係。我們的銷售團隊由銷售及市場推廣部副經理領導，分別得到了亞太、拉丁美洲及EMEA各銷售部地區副經理以及我們DACH銷售部總監的支持，並負責我們與分銷商的關係的整體管理。此外，我們亦擁有多名國內經理代表，負責我們與分銷商關係的實地管理。

我們各國家經理負責管理一個或多個國家及司法／管轄權區的分銷商。國家經理負責實地考察其負責的地區市場，並通過(其中包括)與醫療美容機構(包括我們的行業專家)交談來了解市場。我們的國家經理與我們的分銷商密切合作，以(其中包括)設定年度銷售目

業 務

標、分享市場洞見、交流商業及市場策略、調整醫療美容機構特殊的配置需求以及向分銷商提供直接的表現反饋。彼等亦負責收集分銷商向我們下採購訂單的定期預測。我們的國家經理（負責監督我們與分銷商的關係）獲授部分獎金，此乃基於我們分銷商於彼等管理的相關國家的銷售表現（如銷售目的及目標）。

我們亦向分銷商提供我們產品的標準銷售及市場推廣材料，如目錄、說明書及宣傳刊物，並鼓勵分銷商使用它們。我們亦要求分銷商向我們提供其有關我們產品的廣告及推廣材料，接受我們的審批。

我們要求分銷商在開始銷售其向我們購買的產品前接受我們所提供的一系列初步培訓，包括(i)銷售培訓，(ii)臨床培訓及(iii)技術培訓。該等培訓提供給分銷商我們醫療美容器械賣點的理念、使用我們醫療美容器械必需的知識及技巧及協助醫療美容機構使用我們醫療美容器械的必要技術。我們亦在網站上廣播定期召開的線上會議，以向分銷商提供最新資訊和持續培訓。此外，我們每年舉行數場地區分銷商會議。於此期間，我們主持工作坊及研討會以就新產品培訓分銷商，向分銷商進一步提供培訓及討論我們的整體業務策略。我們亦邀請相關分銷商和我們共同出席重要的地區商業展示會。

我們對分銷商的控制有限。例如，我們無法直接了解分銷商每天的銷售及存貨水平，且彼等無須與我們共享其客戶名單或子分銷商名單。與我們的分銷商管理有關的風險的進一步詳情，請參閱本招股章程「風險因素－與我們業務有關的風險－我們對分銷商的控制有限。倘分銷商未能履行其於分銷協議下的責任，我們的業務、經營業績、財務狀況及前景或會受到重大不利影響」。然而，我們相信，我們的國家經理與分銷商的頻繁溝通，有助我們收集足夠的資料以檢查分銷商的表現及遵守分銷協議條款的情況，尤其是我們產品複雜，頻繁的溝通對於銷售產品是必須的。

為避免我們銷售產品所在的全球大多數國家及司法／管轄權區內的分銷商之間相互競爭，我們授予產品或產品線獨家地區經銷權。因此，盡我們所悉，任何我們的分銷商之間並無重大競爭。在我們同時向分銷商及直銷客戶銷售的國家及司法／管轄權區內，我們向醫療美容機構直銷前會努力與相關分銷商溝通清楚，且一般當直銷在特定情況下（通常當特定大規模醫療美容機構（如連鎖醫療美容中心或生活美容中心）欲直接與我們合作或當地區分銷商未具備能力或專業與該類醫療美容機構合作時）更為合適時，我們方會作直接銷售。

業 務

於往績記錄期間內，為有助維持與分銷商的良好關係，我們亦曾數次當在分銷商的獨家地區內直接向醫療美容機構銷售時向分銷商提供極小部分的佣金。該佣金與我們的銷售額相比並無重大影響。

包括意大利及法國的分銷商在內的數名分銷商在其公司名稱中使用我們的商標名稱「Alma」及「Alma Lasers」。部分分銷商分別作為Alma Italia及Alma France開展業務。我們並無與該等分銷商訂立正式安排，以監督在其公司名稱中使用我們的商標名稱的情況。我們正在優化若干相關的分銷協議，以就於若干我們分銷商營運所在的司法／管轄權區取得我們的書面批准使用我們的商標名稱及限制使用我們的商標名稱的進一步規定。此外，我們目前的樣版分銷協議還包括有關禁止在未經我們書面批准的情況下以分銷商的公司名稱註冊我們的商標或商標名稱以及使用我們的商標名稱的明確規定，我們擬於日後更嚴格地執行此規定。我們的中國分銷商擁有，並已申請以含有「ALMA」英文字母登記若干商標。有關進一步資料，請參閱「我們的分銷商－我們的中國分銷商－於中國的若干「Alma」商標」。於往績記錄期間內及直至最後實際可行日期，我們並無經歷因分銷商使用我們的商標名稱而引起的任何重大不利事宜。我們擬於日後在分銷協議中載入更多保護條文。有關進一步資料，請參閱本招股章程「風險因素－與我們業務有關的風險－我們知識產權的保護受到限制。倘我們不能取得或維持與我們的技術及產品有關的知識產權或倘其他人侵犯我們的知識產權，或倘我們為保護或強制執行我們的知識產權而捲入法律訴訟，我們的業務及競爭能力可能受到重大不利影響」。

分銷協議

二零一六年我們來自分銷商的收益95%以上產生自我們與之訂有書面分銷協議的分銷商。我們通常於臨近分銷協議各自屆滿日期時對我們的分銷協議進行檢討，以討論與有關分銷商的續約條款及條件。

儘管具體條款因各分銷商而不盡相同，以下載列我們現有一般分銷協議的主要條款概要（當有關協議屬書面的情況下）：

期限

我們的大部分分銷協議為期一至五年。一般而言，年期較長的分銷商已與我們有長期關係。

地理區域或其他獨家經銷權

一般而言，我們的分銷商獲授權僅在其各自分銷協議訂明的指定地理區域市場出售特定產品，而禁止在其各自地區外出售。

業 務

我們的大部分分銷商於其各自區域內就特定產品線或產品獲授獨家經銷權。倘我們向我們的分銷商授出獨家經銷權（除對少數國家外），我們一般仍可向有關區域的醫療美容機構直接出售。

少數分銷商已同意不銷售與我們競爭的其他醫療美容器械生產商所製造的產品。

權利及義務

我們的分銷商有權利從我們獲得有關產品的銷售及市場推廣資料，以及參加我們組織的技術、銷售及服務培訓課程。

我們的大部分分銷商有義務（其中包括）(i)遵守相關法律及法規以及取得（倘法律上允許，以我們的名義）在有關區域銷售我們的產品所需的所有執照、許可及政府批文，(ii)向我們提供需經我們批准的所有廣告及促銷材料，及(iii)建立、培訓及維護其自身銷售及服務團隊，以推銷、推廣及銷售產品以及提供專業維護及修復服務。

我們或要求分銷商應要求向我們提供每季購買量預測及若干其他資料。

銷售及定價政策

我們對我們的分銷商制定售價（每年對其進行檢討）。我們一般允許分銷商酌情釐定其向醫療美容機構銷售的售價。

商標及專有權

我們一般對所有商標權及專有知識保留唯一及獨家所有權。

陳舊存貨／退貨安排

除非產品有缺陷，否則我們的分銷協議概無條款允許我們的分銷商向我們退回產品。

我們有義務告知分銷商關於所提供產品的任何召回或修改。

最低購買額

我們對我們的多名分銷商規定年度最低購買額。倘分銷商未能滿足該最低購買額，我們有權終止分銷協議、修改條款或終止給予該分銷商的獨家經銷權。

業 務

付款及信貸條款	付款及信貸條款因各協議而不盡相同。取決於我們與有關分銷商的關係及我們對有關分銷商信用狀況的看法，我們可能同意不同的付款條款，如(i)購買價的40%-50%作為首付款，50%-60%於發貨後60天內支付，(ii)分期付款，首期付款作為首付款或(iii)發貨前預付款。在某些情況下，分銷協議可能規定，付款條款可於達到一定購買額後協商。
保密性	分銷商根據分銷協議可能獲得的與我們業務有關但在交易中並不為一般人所知的任何資料，則應保密。此外，分銷商禁止拆解或解碼我們的產品，惟根據我們的指引進行的服務或維修工作除外。
彌償保證	我們的分銷商就因彼等或其僱員及代理(包括任何子分銷商)違反適用分銷協議而產生的申索及損失向我們提供彌償保證。
子分銷商	分銷商負責促使其子分銷商(如有)遵守適用分銷協議條款。
擴張目標	無。
保險	我們的分銷商須自費投保一般商業責任險(承保人身傷害及財產損害)，保險範圍及保險金額足夠承保分銷商的責任及潛在責任(如產品責任)。
終止及續簽協議的條件	<p>倘初始期限屆滿前雙方均未發出所需的通知，則我們的大部分分銷協議會自動續期另一指定期限。</p> <p>一般而言，倘分銷商未能達到所承諾的購買額(如有)或違反分銷協議項下其他責任，則我們可終止特定的協議。</p> <p>倘其中任何一方違反協議項下條款及條件，則另一方有權利終止協議。</p>

業 務

我們的分銷協議並無條款允許我們的分銷商向我們退回產品(缺陷產品除外)。然而，在往績記錄期間內，我們曾在極少數及例外情況下全權酌情允許分銷商退回我們已向其出售的產品。進一步詳情請亦參閱本招股章程「一客戶一退貨及保修」。據我們所知，於往績記錄期間內，我們概無經歷分銷商有關分銷協議條款及條件的任何重大不合規事宜。

雖然我們部分分銷協議規定分銷商須定期匯報銷售額及庫存，我們一般通過與銷售團隊及分銷商的直接討論(而非通過我們分銷商的正式匯報)以取得我們分銷商的銷售額及庫存統計數字。

我們認為，我們的分銷模式不大可能發生「渠道填塞」，原因如下：(i)我們的分銷商無權退回產品(缺陷產品除外)，且我們允許退貨的少數例外情況佔我們於往績記錄期間總收益的極小部分，(ii)於往績記錄期間，我們的貿易應收款項周轉天數一般在我們授予分銷商的信用期範圍內，及(iii)由於絕大部分已減值貿易應收款項歸屬於直銷客戶，故我們於往績記錄期間擁有收回分銷商貿易應收款項的良好記錄。董事相信我們委任區域經理於當地管理我們與分銷商的關係的現有監管機制(而非要求正式匯報)足以防止分銷商出現「渠道填塞」，因為：

- 區域經理定期親自探訪讓其可觀察或留意到任何重大事宜(與要求正式匯報同等或更為可靠及有效)；
- 分銷商與我們緊密合作，以向醫療美容機構提供售後服務，而我們會於一段時期內留意到有否向特定分銷商銷售提供不尋常的售後服務活動(例如，我們大概每年一次與分銷商一起進行審查，以確定是否有足夠的庫存備件供應予已售的醫療美容器械)；及
- 我們與多名均為獨立第三方的分銷商有長期合作關係，彼等接收我們產品的所有權並在法律上依據合約屬我們的合法客戶，因此於往績記錄期間擁有收回分銷商貿易應收款項的良好記錄，且並無退回產品，顯示任何重大渠道填塞問題出現的可能性不大，因為該等問題會於一段時間內出現。

業 務

預測

我們的大部分分銷商按我們與有關分銷商安排的定期間隔向我們提供彼等預期產品銷售的預測。該資料存入我們的ERP系統，以幫助我們管理我們的採購及生產流程，因而縮短我們接到採購訂單後生產及運輸產品所需的交貨週期。

選擇潛在分銷商的標準

在我們的很多地區市場，我們已與我們的很多分銷商有長期業務關係，其中大部分分銷商獲我們授予在有關地區銷售特定產品線或產品的獨家經銷權。因此，倘我們增加新分銷商，則此舉通常是為了進入新的地區市場或於現有市場銷售新產品。於評估潛在新分銷商過程中，我們考慮諸如下列因素：

- 其對於我們的目標醫療美容機構，我們所關注當地市場的接觸與了解程度，包括市場推廣渠道；
- 其於我們的市場分部的投資水平；
- 其財務資源的充足程度及銷售醫療設備的管理能力；及
- 其向醫療美容機構轉售我們的產品及提供服務的人員的素質及人數。

定價政策

我們在對我們的分銷商釐定售價時，主要評估地區市場價格，同時考慮我們的成本、我們所定的合理溢利水平及特定分銷商所在特定市場的狀況。我們讓我們的分銷商可釐定其轉售我們產品的價格，因為我們相信我們的分銷商完全能夠評估當地的業務環境。我們對分銷商的售價可於有關分銷協議中訂明，及每年隨著分銷商的銷售目標經常審閱、協商及調整。我們產品的法定擁有權於交付產品時轉移予分銷商，而我們並不保留任何擁有權重大風險，亦不向我們的分銷商作最低轉售價值保證。我們並無收取由我們的分銷商向其客戶出售我們產品所得的任何所得款項。

對向醫療美容機構進行直銷，我們按成本加成基準以類似向分銷商銷售的方式定價。此外，我們在直銷價中加入與經營直銷團隊有關的成本。因此，我們的直銷價高於我們向分銷商收取的價格。我們向我們的銷售團隊提供我們產品的直銷價格表。該等價格表列示

業 務

我們產品的建議價格及設定最低售價，倘低於該價格，則銷售代表無權銷售，但中層銷售經理及高級管理層可分別批准更高折扣。我們構建銷售佣金制度，以激勵我們的銷售代表在銷售產品時爭取較其獲授權的最低售價更高的價格水平。

營銷

我們的營銷由公司總部集中指導，以確保在全球範圍內打造一致的品牌及產品形象。然而，我們亦與分銷商及不同辦事處合作，以根據不同地域市場的不同客戶喜好及法律規定製作本土化營銷材料。在我們所有的地域市場，不管屬於何種銷售渠道，我們均採納雙管齊下的營銷方式，瞄準(i)醫療美容機構及(ii)終端用戶。首先，我們直接向醫療美容機構營銷，以提高產品知名度及鼓勵醫療美容機構使用我們的產品。為此，我們使用醫療雜誌廣告、網絡研討會、直接郵件廣告、銷售輔助品、視頻、DVD及幻燈片演示、工作坊、醫生對醫生演講、展銷會、教育及培訓支持、互聯網資源及電話營銷等支持方式。我們亦就Alma以及多項產品設有網站，向醫療美容機構提供我們現有醫療美容器械的資料，並更新推出的產品及有關我們的其他新聞。我們亦向分銷商提供營銷手冊及其他資料，並鼓勵彼等使用。

我們定期參加多種展銷會，包括美國皮膚學會年會(American Academy of Dermatology Annual Meeting)、世界整形美容與抗衰老大會(Aesthetic & Anti-aging Medicine World Congress)、歐洲皮膚性病學會大會(European Academy of Dermatology and Venereology Congress)、五大洲代表大會(5CC Conference)、CosmoProf美容展、美國激光醫學學會年會(American Society for Laser Medicine & Surgery Annual Conference)、世界皮膚科大會(World Congress of Dermatology)、VEITHsymposium、國際婦產科聯盟大會(FIGO (International Federation of Gynecology and Obstetric) World Congress)及Dermacon。該等展銷會為我們提供機會展示自身最新技術及了解醫療美容機構的需求。我們亦已連同我們於世界各地(如意大利、泰國、日本、中國及西班牙)的部分分銷商成立「卓越中心」，我們或我們的分銷商可向醫療美容機構展示我們產品的功效。

此外，我們致力直接建立我們品牌及我們產品在終端用戶中的知名度。我們務求與醫療美容機構建立關係，透過提供視頻廣告、終端用戶教育手冊供醫療美容機構展示，由醫療美容機構在治療過程中或於其營業處所向其終端用戶推廣我們的產品。我們亦向醫療美容機構提供資金，進行聯合廣告、培訓及直接協助舉辦終端用戶研討會及其他節目，並開展終端用戶推薦公關計劃。此外，我們在若干國家播放電視廣告、在互聯網視頻分享平台上載宣傳視頻以及在若干熱門社交媒體平台設立賬號，定期更新資料，並直接與終端用戶溝通。

業 務

行業專家

我們已與多名醫師及醫學專業人士建立長期關係，我們認為其為不同地域市場的醫療美容領域的行業專家。根據我們對該等醫師及醫學專業人士的專業知識的評估以及他們與我們之間的關係，我們視彼等為「行業專家」。我們與各行業專家的關係長短及合作強度各有不同。我們物色的行業專家會與我們分享其對其他醫療美容機構不斷變化需求及在其治療過程中使用我們的醫療美容器械的看法。彼等會向我們提供反饋及評價，而我們可在產品手冊及其他宣傳材料中引用相關反饋及評價。彼等亦會對我們的產品進行臨床研究，並在行業大會上宣講我們的技術及產品。視乎與各行業專家的具體安排，我們或會就彼等為我們提供的服務向彼等按公平市價作出補償，及／或就日後產品的購買價向彼等提供折扣。然而，彼等並無責任須視為該等協議的條件而購買我們的任何產品或服務。

季節性

於往績記錄期間內，我們在各曆年第四季度以及各財政季度最後幾周銷售額較高，我們認為這與行業慣例一致。我們認為，季節性主要與行業一般業務週期相關，其中(i)醫療美容機構傾向於不在夏季及年初購買設備；(ii)醫療美容機構傾向於在每個日曆季度末就未來業務需求確定預算，故亦會在此前後購買額外設備。我們預期日後將繼續出現季節性波動。有關進一步資料，亦請參閱本招股章程「風險因素－與我們業務有關的風險－我們的經營業績可能隨期間及在各期內波動，從而令我們的經營業績難以預測並於若干期間導致我們的收益、開支及盈利有別於過往表現及／或預期」。

客戶

我們的客戶分為兩大類：(i)分銷商；及(ii)醫療美容機構，我們直接向彼等銷售。購買我們產品的醫療美容機構主要為使用能量源治療設備進行醫療美容治療的個人或單位，包括醫療美容醫生、非醫療美容醫生及美容師。我們向其銷售產品的美容師包括個體戶、生活美容沙龍及大型生活美容及醫療美容連鎖店。大型醫療美容連鎖店可能橫跨數個國家及位於多個地點。

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們向五大客戶(均為分銷商及獨立第三方)的銷售分別佔我們總收益的31.0%、34.4%、32.3%及34.1%。同期，我們向最大客戶(我們的中國分銷商)的銷售分別佔我們總收益的19.8%、23.4%、21.8%及22.0%。有關分銷商及我們與分銷商關係的進一步資料，亦請參閱本招股章程「一銷售、分銷及營銷－向分銷商銷售－我們的分銷商」。

業 務

據董事所知，董事或於緊隨全球發售完成後（並無計及行使超額配股權）擁有我們5%以上已發行股本的任何股東或彼等各自的任何緊密聯繫人，概無於往績記錄期間在五大客戶中的任何一家擁有任何權益。

物流安排

直銷交付安排

在美國及印度，我們委聘第三方物流公司向醫療美容機構提供送貨上門服務。在德國及奧地利，我們多數使用自有車輛送貨，惟於有需要時偶爾委聘第三方。交付產品後，我們的銷售代表會協助醫療美容機構進行安裝。

與分銷商的交付安排

就分銷商而言，我們一般按工廠交貨基準安排在我們於以色列凱撒利亞或德國巴伐利亞州紐倫堡的裝卸碼頭交付，即在我們的裝卸碼頭交付後，所購買產品的所有權轉移至分銷商，且產品的一切損失或損壞風險由分銷商承擔。我們負責產品包裝及裝箱。分銷商負責安排裝卸碼頭之後的產品運輸及相關成本，包括但不限於運費、保險、港口費、關稅及貨運代理費（倘有）。於往績記錄期間內，就交付我們的產品而言，我們並無經歷由我們的第三方物流服務提供者的交付所引起的任何嚴重延誤或其他重大物流問題。

退貨及保修

我們向分銷商及直銷客戶提供介乎12個月至兩年的有限產品保修期（視產品而定）。一般而言，我們的保修分為兩類：標準保修及高級保修。在標準及高級保修情況下，我們均在保修期內保證所購買的設備（而非耗材及零件與配件）不存在材料及工藝瑕疵。在高級保修情況下，我們在客戶的設備保修期間向其提供替代品系統。

我們與客戶（包括分銷商）的合約條款不允許退貨（有缺陷產品除外），惟在若干有限及例外情況下，我們全權酌情決定允許客戶退貨。退貨均須經高級管理層批准。在任何情況下，於往績記錄期間內，我們並無收到重大客戶退貨要求。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們酌情及僅根據自身的商業判斷分別允許退回四、八、七及三台主機，約佔於該等期間所銷售主機總數的0.2%、0.3%、0.2%及0.4%。

業 務

研發

截至二零一六年十二月三十一日，我們的研發活動由47名僱員組成的團隊內部進行。我們的研發團隊擁有廣泛的能量源醫療美容技術(包括激光、光學、射頻及超聲波)專業知識及經驗。我們研發團隊的14名成員為物理學、電子設備工程及生理學等相關領域的博士或碩士。自一九九九年創立以來，我們的研發團隊就我們已發展的激光、光、射頻及超聲波範疇建立絕大部分的專利及自主知識產權。我們專注於醫療美容機構的需求，透過(其中包括)積極參與多項全球性及地方性行業大會，並與醫師、行業專家及美容師等其他醫療美容機構展開及維持活躍及密切直接的溝通，力求了解、識別及預測醫療美容機構不斷變化及尚未滿足的需求。一旦識別現有或潛在市場需求，我們將針對相關需求提出新產品或技術概念，然後依賴自身強大的技術及工程實力來設計及商業化新產品，以落實概念。

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們的研發開支分別為6.9百萬美元、7.1百萬美元、7.3百萬美元及2.4百萬美元，全部均已於產生當期支銷。

有關我們待推出產品的進一步詳情，請參閱本招股章程「我們的解決方案及產品—近期推出的產品及待推出產品」。

臨床研究

我們的研發部門包含一支臨床研究團隊。於二零一六年十二月三十一日，由我們臨床研究副主席Joseph Lepselter博士領導的團隊有六名僱員，彼等各人均有生物學相關領域的學士或以上學位。該團隊的職能包括統籌及支援由第三方機構進行的臨床前研究及進行內部測試。

臨床前研究由具備必要資格的第三方機構進行。有關研究取得數據可用於確保研發過程中產出產品的安全，亦可用於支持所需監管部門的批准備案。

我們亦認為，使用臨床證據支持及擴展營銷活動及提高客戶接納度，很是重要。我們相信，我們對於向醫療美容器械市場的非醫療美容醫生營銷而言，專注於建立產品療效臨床證據尤其重要，因為我們認為彼等大部分習慣在非美容醫療過程中接收大量臨床數據。我們亦認為，就向醫療美容醫生(尤其是整形外科醫師及皮膚科醫師)營銷而言，臨床數據成為愈來愈重要的差異化因素。

業 務

我們的臨床研究團隊在我們設施內對自願參與者進行試驗治療，從而對我們的產品進行內部基準功能測試。有關內部測試包括對我們即將推出產品及技術進行初步測試，測試其安全性、實現預期結果的效力及對相關適應症的療效、對產品使用者的功效及人體工學、軟件介面可用性及可能對終端用戶造成的不利副作用（例如皮膚過敏反應或疼痛）。

我們亦已不時聘請第三方調查人員，對我們的產品進行臨床研究。我們亦已獲得第三方就感興趣的研究與我們聯繫。有關第三方調查人員包括我們若干行業專家、醫療機構及大學醫學系。我們的臨床團隊協助有關第三方調查員，包括撰寫實驗操作手冊、搜集數據、場地監察及進行研究以及在需要時就臨床研究的適用監管批准進行備案。

於往績記錄期間，逾100份載有關於我們產品及技術臨床數據及研究結果的研究論文在皮膚病學及整形手術方面的同業評審期刊刊發。同期，多項已進行的臨床研究涉及我們的醫療美容器械及技術，例如Soprano ICE、Legato II及Harmony XL、UltraSpeed (Accent系列醫療美容器械的一種新應用端頭，就快速身體塑形結合超聲波技術及超大應用端頭)及IMPACT，且我們繼續籌備目前正在進行或正在籌備當中的其他研究。

舉例而言，近期由一家第三方機構進行的臨床研究是，於二零一六年八月在《美容與激光治療刊物》(*Journal of Cosmetic and Laser Therapy*)刊發的「單波段及雙波段光敏損傷治療脈衝光技術分拆面比較(split face comparison between single band and dual band pulsed light technology for treatment of photodamage)」。此項研究旨在評估創新單波段IPL技術（用於我們的IPL治療儀產品）對比更加傳統的雙波段IPL技術（我們一名競爭對手的產品）在治療光老化皮膚方面的安全性及療效。結果顯示，我們產品所用的創新單波段技術與競爭對手更加傳統的產品一樣安全有效，同時更加精準。

專有軟件

我們醫療美容器械的軟件程式由程序員使用多種軟件工具內部開發。我們開發的軟件程式包括用微程式控制微處理器及用戶界面。該軟件是我們技術的關鍵部分，因為其控制我們醫療美容器械的功能及設定，例如每次激光發射的每個脈衝的功率及時間長短。內部開發軟件的實力令我們能通過靈活地為新產品創建合適的軟件程式強化產品。

業 務

牌照及許可

監管批准

在大部分司法／管轄權區中，像我們使用激光、無線電射頻、超聲波、脈衝光及其他能源的醫療美容器械，均由相關機構(包括歐盟、FDA(美國)、國家藥監局(中國)、加拿大衛生部、以色列衛生部及印度政府衛生部Central Drugs Standard Control Organization及我們運營所在市場的其他適用監管機構)規管為醫療器械。相關法規在日益複雜的全球監管環境下於各司法／管轄權區中各有不同。

各司法／管轄權區為銷售及分銷產品而取得必要監管批准所需時間各有不同。眾多司法／管轄權區需要下列一項或多項：

- 各受監管醫療器械須由相關地方衛生局登記或許可後，方可推出市場作商業用途；
- 製造商及／或進口商擁有進口受監管醫療器械的適當許可證；
- 賣方取得出售及分銷醫療器械的特別資格；
- 賣方委任獲適當培訓的專業人士，為運作醫療器械提出建議；及／或
- 買方獲取購買及／或操作醫療器械的特別許可證。

直銷地區

在我們直接向醫療美容機構主要出售產品的該等司法／管轄權區(包括美國、加拿大、德國、奧地利及印度)，我們已取得一切必要註冊登記、執照、許可證及批文以出售我們的產品。在該等司法／管轄權區，由僱員在我們處理法規事務的副主任的監督下，與第三方律師事務所及當地其他法規顧問(倘必要)協同處理申請監管許可及批文。例如，在美國，我們不時諮詢具備FDA法規經驗的律師事務所以確保我們已遵守FDA法規。

為於美國市場中推出我們的產品，FDA要求我們為我們各設施(即我們產品設計及製造所在地以及產品分銷起源地)進行登記。FDA將此稱為「公司登記」。登記必須每年重續一次。我們各設施(即德國、以色列及美國)現時已向FDA登記，而該等登記有效期直至二零一七年十二月三十一日。

業 務

此外，大部分產品均要求FDA 510(k)上市前通知。此流程要求本公司通知FDA，表示其有意在美國境內就各特定產品進行營銷。FDA必須審閱各項通知並且就產品授出營銷許可，此後產品方可在美國合法營銷。我們已就我們在美國銷售的產品取得一切所需的510(k)營銷許可，使我們能合法在美國營銷該等產品。

在歐盟(包括德國及奧地利)和在歐洲經濟區，適用EC證書准許我們為產品張貼CE標誌，此乃在該等國家合法營銷及出售我們產品的條件。於最後實際可行日期，我們已就正在德國及奧地利出售的產品取得必要EC證書，以支持我們的CE標誌標籤。

分銷商銷售地區

在我們主要向分銷商出售產品的該等司法／管轄權區，分銷商按合約須就將合法進口並在其各自地區出售的產品取得一切必要註冊登記、執照、許可證及批文。此外，分銷商未能取得任何必要執照、許可證或批文的，其按合約向我們作出彌償。我們處理法規事務的副主任會監督分銷商代表我們提交的監管備案文件，並與分銷商定期討論批准狀況。我們亦向分銷商提供必要資料，以協助申請相關批文。

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們取得監管批文(包括直銷及分銷商銷售地區)分別產生約0.6百萬美元、0.6百萬美元、0.8百萬美元及0.2百萬美元的成本。

有關進一步詳情，亦請參閱本招股章程「監管概覽」。

證書

對於我們的以色列、美國及德國附屬公司，我們已獲得ISO 13485及ISO 9001認證，表明我們秉承有關「醫用激光儀、超聲波、射頻及發光器件的設計、製造及維修」的若干國際公認表現標準開展經營。

資訊科技系統

企業資源計劃系統有助於我們提高經營管理效率。我們採用第三方開發的企業資源計劃系統，即SAP Business One系統，以協助我們日常經營的各方面，包括會計、記賬及保存分類賬、管理銷售流程及採購流程、生產、工程、供應材料賬單，以及有關薪資、物流及存貨水平的數據管理等。

業 務

我們亦於二零一六年增加使用另一款軟件程式「Beas」，以提升資訊科技系統。例如，我們使用Beas協助我們管理存貨控制及採購流程，因為該程式能夠分析現有存貨內部數據、生產預測及銷售訂單，並就採購物品的數量及時間向我們提供建議。

我們已實施電子數據備份協議，以保護重要資料不致丟失。該協議需要每24小時上傳數據至雲端服務器，並每週在我們主要設施外的物理服務器進行備份。

關連交易

我們目前預期於緊隨上市後並無與本集團的關連人士進行任何交易。倘我們於上市後訂立任何關連交易，我們將根據上市規則遵守適用的申報、公告、年度審閱及／或獨立股東批准規定。

知識產權

我們的成功部分取決於我們能否獲得及維持產品、技術及專有知識的產權保護，在不侵犯他人產權的情況下開展經營，並防範他人侵犯我們的產權。我們的政策為，透過（其中包括）向不同司法／管轄權區（如美國、德國及中國）提交對我們業務發展甚為重要的專有技術、發明及改進的專利申請，設法保護自身產權地位。我們亦依賴商業機密、專有知識、持續及技術創新，以建立及保持我們的產權地位。我們曾遭受及可能會繼續遭受他人侵犯我們的知識產權，並已採取及擬繼續採取合理措施阻止此類侵權行為，當中包括提起法律訴訟。

於最後實際可行日期，我們在多個司法／管轄權區擁有對我們業務屬重大的38項專利及提交10項專利申請。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「附錄五—法定及一般資料—B. 有關業務的其他資料—2.知識產權—(b)專利」。

我們並不認為我們持有的任何單一專利或專利申請個別對業務有重大影響。我們這類公司的專利狀況一般並不明確，當中涉及複雜的法律及實際問題。我們維持及鞏固技術產權地位的能力將視乎我們是否成功獲得有效專利申索並在獲授後執行有關申索而定。我們並不知悉我們的任何專利申請是否將會令我們獲得任何專利的授權。我們的已頒發專利及未來可能獲頒發的專利或我們獲許可的專利或會遭受質疑、失效或規避，從而可能制約我們阻止競爭對手銷售相關產品的能力或縮短我們對產品的專利保護期限。此外，根據任何已頒發專利授出的權利未必可為我們帶來擁有類似技術的競爭對手所沒有的競爭優勢。該等競爭對手或會找到方法開發與我們產品極為相似的產品，而不會侵犯我們的專利。此

業 務

外，由於某個潛在產品的開發、測試及監管審查需要大量時間，在我們的任何開發中產品可以商業化前，可能出現任何有關專利到期或僅在商業化後短期內保持有效的情况，從而減少專利所帶來的優勢。有關進一步資料，請參閱本招股章程「我們知識產權的保護受到限制。倘我們不能取得或維持與我們的技術及產品有關的知識產權或倘其他人侵犯我們的知識產權，或倘我們為保護或強制執行我們的知識產權而捲入法律訴訟，我們的業務及競爭能力可能受到重大不利影響」。

我們在商標名稱上及在我們營銷及銷售產品的主要司法／管轄權區市場推廣和銷售的多項主要產品上使用商標。我們相信擁有獨特標誌是我們推廣產品的一個重要因素。鑒於我們的產品繁多及我們進行出售的司法／管轄權區地域廣泛，我們並無為每個有關司法／管轄權區的所有產品註冊商標。此外，即使是在我們確有尋求保護的地區，我們或無法在我們尋求註冊的每個國家或司法／管轄權區註冊或使用標誌。於最後實際可行日期，我們擁有40項對我們業務屬重要的註冊商標。有關進一步詳情，請參閱本招股章程附錄五所載的「附錄五－法定及一般資料－B.有關業務的其他資料－2.知識產權－(a)商標」。

於最後實際可行日期，我們亦擁有34個對我們的業務而言屬重大的註冊域名。有關進一步詳情，請參閱本招股章程附錄五所載的「附錄五－法定及一般資料－B.有關業務的其他資料－2.知識產權－(c)域名」。

我們在某些情況下倚賴商業機密來保護技術，但商業機密的保護並不容易。我們部分通過與僱員、諮詢人員、科研顧問及其他合約商簽訂保密協議，尋求保護專有技術及流程。該等協議或會遭違反，而我們或未能就任何違約進行充分補救。此外，競爭對手可能以其他方式獲悉或自行探尋到我們的商業機密。倘我們的僱員、諮詢人員或合約商在為我們工作過程中使用他人的知識產權，或會就有關或所產生的專業知識及發明的權利產生糾紛。

我們不時捲入專利訴訟，競爭對手指稱我們侵犯其專利權。我們認為，在業務過程中提起專利訴訟索賠並獲解決在本行業內很常見。我們透過簽訂和解協議解決了部分有關訴訟並獲得多項許可，但未來或會繼續受到有關訴訟的影響。有關進一步資料，請參閱本招股章程「法律訴訟及合規－申索及訴訟」。有關進一步詳情，亦請參閱本招股章程「風險因素－與知識產權有關的風險－倘我們所用的技術或產品與第三方的知識產權產生衝突，我們可能須承擔訴訟及重大責任及我們的經營可能中斷」。除本招股章程披露者外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未涉及任何重大法律索償或有關知識產權的任何其他重大糾紛或訴訟。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

物業

我們的所有生產設施、辦公室及倉庫均為租賃使用。下表載列於二零一六年十二月三十一日我們的租賃物業：

名稱	地點	樓面面積(平方米)	租約屆滿日期	性質
Ofek 2	以色列凱撒利亞	2,732	二零二二年 五月三十一日	主要為辦公室， 部分為生產設施 (約500平方米)
Ofek 3	以色列凱撒利亞	1,536	二零二二年 五月三十一日	辦公室、服務中心 及生產設施
Ofek 9	以色列凱撒利亞	1,904	二零二二年五月三十一日	生產設施及倉庫
Shlabey Teúfa	以色列凱撒利亞	512	二零一八年四月三十日	倉庫
花崗石倉庫	以色列凱撒利亞	1,230	二零二二年五月三十一日	倉庫
美國辦事處	美國伊利諾斯州 布法羅格羅夫	1,749	二零一八年六月十七日	辦公室及服務中心
德國辦公室	德國巴伐利亞紐倫堡	817	二零一八年六月三十日	辦公室、服務中心、 生產設施及倉庫
奧地利辦公室	奧地利林茲	45	無屆滿日期	辦公室及儲藏室
博維辦公室	印度孟買	298	二零一九年 十二月三十一日	辦公室及倉庫
金奈辦公房舍	印度金奈	111	二零一七年十一月一日	辦公房舍
Karghar倉庫	印度孟買	51	二零一八年二月十日	倉庫

業 務

僱員及員工

下表載列於二零一七年三月三十一日我們按職能劃分的僱員人數：

職能	僱員人數
高級行政	1
經營	146
研發	56
銷售	86
物流	20
營銷	14
財務	19
行政	7
總計	<u>349</u>

於二零一七年三月三十一日，在我們的僱員當中，227名在以色列工作、70名在美國工作、30名在德國工作及22名在印度工作。於二零一七年三月三十一日，我們亦在其他部門聘請了15名全職獨立合約商、八名全職獨立銷售及七名其他全職人員，彼等並非我們的僱員。於二零一七年三月三十一日，我們亦於以色列、美國及印度聘請了17名兼職獨立合約商，主要專注負責銷售及營運職能(如生產及服務)。

我們相信，我們的未來成功將部分取決於我們持續吸引、聘請及挽留合格人員的能力。於最後實際可行日期，我們的僱員並無加入任何工會。於往績記錄期間內及直至最後實際可行日期，我們並無經歷由於勞資糾紛造成的業務營運的任何重大中斷，我們相信我們與僱員具有良好關係。

為保護商業機密及知識產權，我們一般要求僱員同意於其僱傭協議內規定的若干保密責任。我們的標準僱傭協議亦載有不競爭條款，據此，僱員同意在終止僱傭後一定期間(通常為六個月至一年)內不為競爭對手工作。

按照我們擁有僱員的國家法律法規，我們有責任為各種社會保險及福利計劃付款及承擔供款，例如遣散費、社會保障計劃及醫療保險。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，根據適用地方法律規定，我們一直遵守僱員所在各司法／管轄權區的社會保險及福利計劃並向其作出供款。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們分別就向各司法／管轄權區的社會保險及福利計劃供款產生2.4百萬美元、2.6百萬美元、2.9百萬美元及0.9百萬美元。

業 務

培訓

我們認為，為僱員及員工提供適當的培訓對我們的產品質量及安全而言乃屬重要。我們訂有年度僱員培訓計劃，包括內部及外部培訓。有關培訓可能包括工作及安全流程、推出新產品、銷售及財務模式及公司政策。我們亦測試僱員的知識及崗位技能，以確保其能夠履行工作職責。我們亦向僱員提供手冊，當中載有僱員行為及公司政策的指引。

建議現金花紅計劃

於二零一七年八月三十日，董事會議決採納首次公開發售現金花紅計劃（「現金花紅計劃」），視乎全球發售成為無條件而定。根據現金花紅計劃，我們合共111名現有管理層和僱員（包括我們首席執行官、七名高級管理層成員及103名主要僱員）（「現金花紅承授人」）根據獲授的花紅單位（「花紅單位」）數目將獲得現金花紅（「現金花紅」）。假設為最低發售價，我們的首席執行官、高級管理層及其他主要僱員將收取的現金花紅分別為約[編纂]美元、[編纂]美元及[編纂]美元。假設為最高發售價，我們的首席執行官、高級管理層及其他主要僱員將收取的現金花紅分別為[編纂]美元、[編纂]美元及[編纂]美元。

所有現金花紅承授人均為於二零一七年度之前加入Alma Lasers及／或其附屬公司的Alma Lasers及／或其附屬公司僱員。現金花紅承授人收取及保留現金花紅的權利須視乎現金花紅承授人繼續受聘於本集團至少至二零一八年十二月三十一日為止（或本公司與現金花紅承授人另行書面協定）。倘現金花紅承授人的僱傭關係於二零一八年年末前被終止，則該現金花紅承授人有義務退還部分現金花紅（按比例計算至上市日期至二零一八年十二月三十一日期間的部分）。

現金花紅的金額等於發售價減去每股股份基本價格乘以獲授的花紅單位數目。經本公司已發行及發行在外股份數目因籌備全球發售而實施資本重組（根據資本票據資本化及全球發售而發行的任何股份除外）發生變動後，每股股份基本價格及花紅單位數目須按比例調整。倘現金花紅承授人於二零一三年年底之前加入Alma Lasers，則每股股份初始基本價格將為[編纂]美元。倘現金花紅承授人於二零一三年年底之後加入Alma Lasers，按照Alma Lasers於往績記錄期間的經審核淨收入增長率（可予若干調整），每股股份初始基本價格將會增加。因此，於二零一四年、二零一五年及二零一六年加入我們的現金花紅承授人的每股股份初始基本價格分別為[編纂]美元、[編纂]美元及[編纂]美元。

將合共有[編纂]個花紅單位，包括(i)待全球發售完成後授出的[編纂]個單位（「首次公開發售花紅」）及(ii)待全球發售完成且實現若干關鍵財務表現指標後授出的[編纂]個單位（「表

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

現花紅」)。表現花紅須待Alma Lasers於二零一七年達到若干最低財務目標方可作實，有關指標按董事會批准的下列主要財務表現指標計量：綜合收益、綜合收入淨額、EBITDA及經營現金流淨額。

首次公開發售花紅將分兩期付款：(i)50%將於全球發售完成後第一個歷月內支付；及(ii)餘下50%將於全球發售完成後財政年度的第一個月內支付。表現花紅將在公佈本公司二零一七年度經審核年度財務報表後一個月內支付。

根據現金花紅計劃的條款，並假設相關條件已達成，(i)本公司將支付的首次公開發售花紅總額將介乎[編纂]美元(假設最低發售價)及[編纂]美元(假設最高發售價)之間；及(ii)本公司將支付的表現花紅總額將介乎[編纂]美元(假設最低發售價)及[編纂]美元(假設最高發售價)之間。在本公司根據現金花紅計劃將予支付的現金花紅總額中，將於二零一七年支付的總額將介乎[編纂]美元(假設最低發售價)及[編纂]美元(假設最高發售價)之間，而將於二零一八年支付的總額將介乎[編纂]美元(假設最低發售價)及[編纂]美元(假設最高發售價)之間。該現金花紅將動用我們經營活動所產生的現金流量來提供資金。

健康、工作安全、社會及環保事項

我們相信，我們僱員及員工的健康與安全對於我們的業務尤為重要。因此，我們已採納一套工作環境流程，(其中包括)要求我們的新僱員接受強制性安全培訓及遵守操作激光器的專門規程。我們亦設計顧及人體工程學、照明及噪聲程度的工作環境。我們要求我們的生產團隊及其他僱員採取安全預防措施，如在必要時佩戴護目鏡和手套。根據以色列法律，我們設有第三方安全檢查員，每週對我們於以色列的場所進行安全相關檢查。

以色列法律規定我們向以色列工業、貿易和勞動部匯報工作場所意外事故。於我們經營所在的其他主要國家，類似責任亦存在。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的僱員概無涉及任何重大工作場所事故。

在我們的生產過程中，我們並不產生任何有害物質或任何重大環境污染物。於往績記錄期間內，我們遵守適用健康、安全及環保規則及法規的成本並不重大。

業 務

獎項

我們的業務及產品廣受好評，其中包括下列獎項：

授予年度	獎項	頒發機構
二零一五年	「最佳脫毛平台」－Soprano ICE	美容指南 (Aesthetic Guide)
二零一五年	「專家之選擇」－Alma Soprano	美容指南 (Aesthetic Guide)

保險

我們投購產品責任險，涵蓋有關我們產品或業務的人身傷害及財產損失的賠償責任。我們產品責任險亦包含臨床試驗責任險，涵蓋有關我們有關臨床試驗（我們為其贊助商）產品所產生的人身傷害。我們亦投購其他保險保單，如海上保險（涵蓋轉運中貨品的損失或損壞）、職工賠償保險、職工醫療保險及人身意外險及旅遊險。董事認為，我們的保險保障屬審慎並符合行業標準。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除於「法律流程及合規－申索及訴訟－過往重大申索及訴訟」所披露者外，我們並無作出產品責任險下的任何重大申索。

市場及競爭

我們的行業競爭激烈。我們的產品面對的競爭來自私人及公眾公司（如Allegan Inc.（其附屬公司Zeltiq Aesthetic, Inc.）、Cutera, Inc.、Hologic, Inc.（其附屬公司Cynosure, Inc.）、Lumenis Ltd.、Syneron Medical Ltd.、Valeant Pharmaceuticals International, Inc.及武漢奇致激光技術股份有限公司）所提供的能量源醫療美容器械。該等公司與我們一樣專門從事開發及營銷能量源醫療美容器械。部分競爭對手與我們相比擁有更雄厚的財務及人力資源，更長久的聲譽以及更龐大及更佳的全球分銷渠道及銷售及營銷能力。其他競爭對手或會進入市場，而我們未來可能會與新公司競爭。我們的產品亦可能與更多既有非能量醫學產品競爭，如BOTOX®及膠原蛋白注射，以及其他手術及非手術醫療美容治療，如拉皮、化學靚膚、微晶磨皮、護膚品、美塑療法、硬化療法及電解。

能量源醫療美容治療器械供應商之間的競爭特點為投入大量研發努力及技術更迭快。新進入者或現有競爭對手或會開發與我們直接競爭的產品。多家上市公司及私營公司正在開發使用光及替代技術用於美容及醫學應用的創新器械。因此，我們的成功部分取決於研發新穎及創新的技術應用，並予以商業化，及開拓應用現有產品及技術的新市場。

業 務

為高效競爭，我們須證明我們的產品在表現、聲譽、優質客戶支持及價格方面區別於其他器械及治療，是具有吸引力的選擇。產品供應的範圍亦十分重要。我們相信，我們通常基於上述因素表現突出。然而，我們已經並預期會繼續遇到潛在客戶因與我們的競爭對手已有合作關係，承諾或偏愛該等競爭對手提供的產品。潛在客戶亦可能因已向我們的競爭對手購買高價產品，已產生成本，而決定不購買我們的產品或推遲購買。此外，我們預期競爭壓力或會導致我們的產品會不時降價及縮減利潤。

有關我們競爭所在市場的進一步資料，請參閱本招股章程「行業概覽」。有關進一步詳情，亦請參閱本招股章程「風險因素－與本行業有關的風險－本行業競爭激烈。我們的許多競爭對手及市場的潛在新進入者可能比我們擁有更雄厚的財政、技術、銷售及營銷資源以及更加成熟的產品，這可使其能比我們進行更為有效的競爭」。

對沖

我們在(i)美元兌以色列新謝克爾及(ii)美元兌歐元的匯率方面承受外匯風險。我們通過分析我們的貨幣資產負債表及外匯市場走勢，不時訂立遠期合約，以緩解匯率波動帶來的不利影響。我們使用對沖交易管理匯率波動造成的經營業績波動，同時擁有且仍然面對外匯風險，因為我們並無對沖100%的風險。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「風險因素－與我們業務有關的風險－由於我們的收益主要以美元取得，少部分以歐元及印度盧比取得，而我們大部分經營開支以以色列謝克爾產生，故我們的業務、經營業績、財務狀況及前景可能會因匯率波動而受到重大不利影響」。

我們於往績記錄期間的對沖管理架構於二零一四年以董事會決議案（「二零一四年對沖決議案」）正式設立。我們的對沖交易主要由財務副總裁Doron Yannai及財務總監Tamir Mazza管理，並由我們的執行董事監督。二零一四年對沖決議案授權本公司僅與三家特定第三方商業銀行訂立外匯交易。二零一四年對沖決議案限定每筆遠期外匯交易為2.0百萬美元。

委聘第三方專業顧問

二零一六年八月，為強化我們有關外幣風險的風險管理規程，我們委聘了Financial Immunities，據我們所知，該公司為以色列領先的專業第三方財務風險管理及經濟評估諮詢

業 務

公司，在外幣風險對沖方面具備專業特長。Financial Immunities就如何管理我們面臨的外匯市場波動風險對沖向我們提供意見，包括建議使用對沖工具。其提供的服務包括審閱我們的外匯風險。

就貨幣風險的現有內部控制流程

為進一步強化我們有關使用衍生金融工具對沖外幣風險的內部控制，我們採用額外流程補充二零一四年對沖決議案。

更重要的是，根據該等流程，本公司不得進行投機交易，投機交易被界定為與本集團貨幣風險具有相同方向的交易或方向相反但敞口更大的交易（實際上，本公司於往績記錄期間並無訂立任何投機交易）。對沖倉位將不會被終止或平倉，除非風險敞口發生相應變化。

根據我們的現時的流程，我們的財務副總裁及財務總監為負責監管我們貨幣風險的前線經理，由上文所述的第三方專業顧問予以協助。我們的財務副總裁為擁有逾20年經驗的以色列執業會計師，而我們的財務總監為擁有逾七年經驗的以色列執業會計師。我們認為彼等擁有充足的經驗及技能管理我們承受的外匯風險。

此外，我們設有對沖委員會（「對沖委員會」），負責實施財務風險管理政策。對沖委員會由財務副總裁、財務總監及第三方專業顧問所組成。對沖委員會透過（其中包括使用其他指標）審閱資產負債表及評估貨幣波動的潛在影響的合同義務定期監控我們的外幣風險敞口，包括會計風險（包括永久及目前的風險）及交易風險。此外，對沖委員會進行定期電話通話及季度現場會議，以討論與對沖有關的事宜。在進行有關討論及會議期間，將檢查風險敞口及對沖率的狀況並對實施更多對沖交易的必要性作出決定。

倘本公司決定進行對沖交易，根據第三方定價系統，我們將聘用經紀與有關對手方（銀行）商討定價。此可減少因對手方訂立較最優定價低的替代損失。一旦交易已進行，將記錄在對沖狀態報告中，該報告列明所有公開對沖交易及風險。在對沖委員會的裁定下，我們的財務副總裁擁有就我們上述對沖政策參數內的交易作出日常決定的決策權力。此外，財務部準備下列文件（須經我們的首席財務官或董事會定期檢閱及監督）：對沖委員會的季度會議紀要；銀行／經紀發出之執行交易確認；及公開對沖交易的每月公平值評估及對沖狀態報告。

業 務

有關歷史對沖交易的更多詳情，請參閱本招股章程「財務資料－衍生金融工具」。

法律程序及合規

申索及訴訟

我們可能不時捲入日常業務過程中產生的法律程序、調查及爭議，包括終端用戶的申索，指控在接受使用我們治療系統的醫療美容機構的治療時受傷。我們目前並無捲入任何一宗如果判決對我們不利則將個別或共同對我們的業務、經營業績、財務狀況或前景造成重大不利影響的法律程序。進一步詳情，請亦參閱本招股章程「風險因素－與我們業務有關的風險－我們可能會因設計、材料或工藝缺陷或因產品使用不當而遭提出產品責任訴訟。該等法律訴訟可能耗資耗時並對我們產生嚴重損害及導致我們的保費增加，因而對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景產生重大不利影響」。

過往重大申索及訴訟

於往績記錄期間，有兩宗涉及終端用戶指控在接受使用我們治療系統的醫療美容機構的治療時受傷的事件，我們分別支付250,000美元及525,000美元的申索全額。據我們所知，並無任何有關具體受傷原因的不可推翻的證據。就我們所知，在兩宗事件中，據稱其中一名接受相關治療的人士皮膚二級燒傷，而另一名則聲稱其於進行激光示範時受傷。

此外，我們於往績記錄期間捲入下列重大訴訟：

Physicians Healthsource, Inc. (「Physicians Healthsource」) 提起的《電話消費者保護法案》(Telephone Consumer Protection Act) (「TCPA」) 訴訟。於二零一二年五月，Physicians Healthsource在美國伊利諾斯州萊克郡(Lake County)第19司法管轄區巡迴法院對我們提出申訴，指稱我們違反TCPA發送或安排發送若干未經授權的廣告傳真。Physicians Healthsource亦要求將該事件認定為集體訴訟。訴訟進一步上訴至上訴法院，Physicians Healthsource成功為其本身及同區域當事人獲得集體訴訟認定，我們於二零一五年十一月與Physicians Healthsource及該訴訟中的其他集體成員達成和解協議。於二零一六年二月，萊克郡法院對集體和解授出最終批准，駁回所有並無要求從和解中排除的集體成員的申索，並授權發放和解金。有效索償數目的最終釐定帶來總債務1,875,000美元，已入賬為於二零一五年十二月三十一日的資產負債表的流動負債。我們獲得我們所產生法律成本的保險理賠，我們在截至二零一五年十二月三十一日的資產負債表中將其錄為流動資產。

業 務

*Lumenis*二零一三年專利糾紛。於二零一三年五月二十六日，我們與Lumenis Ltd.訂立和解協議，就一宗專利相關糾紛達成和解，當中Lumenis Ltd.指稱我們盜用Lumenis Ltd.的若干商業秘密、不當獲得該等商業秘密的使用權及不當得利。根據和解協議，我們於二零一三年向Lumenis Ltd.支付7.0百萬美元另加按17%的稅率計算的增值稅，而Lumenis Ltd.則向Alma授出相關Lumenis Ltd.商業秘密的悉數繳足、全球、非獨家及不可轉讓許可。

*Palomar*專利申索。於二零零七年，Palomar Medical Technologies, Inc.（「Palomar」）對我們展開法律程序，指稱我們侵犯其若干專利。於二零零七年三月，我們與Palomar訂立非獨家專利許可協議，就此事達成和解。相關專利在美國於二零一五年屆滿，其後在其他司法／管轄權區於二零一六年一月屆滿，我們不再有任何義務支付特許權使用費。於有關期間內，每年向Palomar支付的特許權使用費平均約為1.0百萬美元。

合規事宜

我們概無任何歷史重大不合規事件。

內部控制

我們相信擁有適當內部控制屬重要及我們已設立內部控制制度。我們已訂有一系列內部控制政策、程序及計劃，用以合理地保證高效運營、財務申報真實可靠及遵循適用法律及法規。為提升我們的內部控制，我們於二零一六年委聘一名第三方內部控制顧問審閱與本集團主要業務流程有關的內部控制的有效性、找出不足之處及改良機會並提供推薦建議（我們所執行）。

我們尤其致力於反欺詐、反賄賂、反洗黑錢及反腐敗，並已採取各種內部控制措施以加大在該方面的努力。有關措施的例子包括(i)規定銷售代表的銷售費用報告須由適當管理人員批准及(ii)管理團隊每月按預算審查相關財務數據。此外，我們的員工行為守則包含針對該等事宜的適當員工行為的具體指引，並列出相關可接受的業務慣例及道德行為標準，以及相應的報告流程、舉報渠道及舉報者保護機制。

我們現時會在與分銷商、銷售代表及供應商進行交易之前尋求書面的反欺詐、反賄賂、反洗黑錢及反腐敗承諾。例如，我們力求在將訂立的新分銷協議或重續分銷協議中納入有關反欺詐、反賄賂、反洗黑錢及反腐敗事宜的具體條款。在我們現有的多份分銷協議中，我們的分銷商必須遵守所有相關的當地法律，該等法律包括反賄賂及反腐敗的法律法規。此外，在與潛在分銷商建立業務關係前，我們將進行盡職調查。

業 務

因此，我們相信，我們具備充足有效的內部控制制度及覆蓋我們業務經營各個方面的措施。

國際業務活動及遵守經濟制裁

我們國際業務的範圍可能令我們在若干情況下須遵守由不同政府與組織實施的經濟制裁。美國以及歐盟和聯合國成員國(1)對受制裁國家施加廣泛的經濟制裁；及(2)對受制裁目標施加基於清單的選擇性經濟制裁。違反這些法律或法規可能會對我們的業務，財務狀況及經營業績造成不利影響。

一般而言，這些制裁限制了須遵守制裁的人或實體的活動。例如，美國制裁一般只適用於美國公民或永久居民、身在美國的人、在美國境內發生的活動、根據美國法律組織的實體，以及涉及美國原產地產品或技術的某些交易。另一方面，歐盟對歐盟成員國司法管轄下的飛機及船隻的制裁一般適用於歐盟境內的國民及法人、根據歐盟成員國法律註冊成立或組建的實體及機構，以及在歐盟境內所進行全部或部分業務涉及的任何自然人或法人、實體或機構(任何國籍)。因此，並非我們的所有業務均將受此制裁限制。

於二零一四年俄羅斯軍事干預後，美國及歐盟訂立烏克蘭相關制裁。根據我們法律顧問的意見，這些烏克蘭相關制裁主要涉及(i)凍結被標識為「破壞或威脅烏克蘭領土完整，主權和獨立」或向該等人提供「重大支持」的指定個人及實體的資產，(ii)限制提供信貸予指定金融機構、國防公司及能源公司的信貸擴展及買賣其股權，及(iii)對克里米亞的受爭議領土施行全面限制。該等制裁依法擴展至烏克蘭相關制裁方案項下指定人士或實體直接或間接擁有合共50%或以上的實體。根據我們法律顧問的意見，於最後實際可行日期，美國、歐盟及聯合國並無針對俄羅斯或烏克蘭實行任何全國性制裁。此外，根據我們的法律顧問的意見，聯合國於最後實際可行日期並無施行與烏克蘭有關的制裁。

我們將部分產品售予我們在俄羅斯及烏克蘭的客戶。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們向俄羅斯及烏克蘭的客戶進行的銷售分別佔同期我們的綜合收益約1.5%、1.1%、2.1%及0.9%。我們並無在克里米亞銷售我們的任何產品。如上所述，俄羅斯及烏克蘭均非受制裁國家。就

業 務

我們經作出適當查詢後所知，於往績記錄期間或於最後實際可行日期，概無在俄羅斯或烏克蘭的客戶為涉及美國、歐盟或聯合國制裁的受制裁目標，因此，我們對這些人的銷售不構成相關美國、歐盟或聯合國制裁法律下的嚴禁活動。

此外，我們銷售小部分我們的產品至屬於非受制裁國家，但美國及／或歐盟已實施制裁的對個人或實體實行資產凍結及商業禁運的國家及地區，包括於美國特別指定國民名單中指定及與該等國家及地區（我們稱之為其他國家）有關聯的個人或實體。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度及截至二零一七年三月三十一日止三個月，我們向該等其他國家進行的銷售，合計分別佔同期我們的綜合收益約0.2%、0.4%、0.4%及0.4%。如上所述，其他國家均非受制裁國家。根據我們法律顧問的意見，於最後實際可行日期，美國、歐盟及聯合國並無針對該等其他國家實行任何全國性制裁。就我們經作出適當查詢後所知，於往績記錄期間或於最後實際可行日期，概無在該等其他國家的客戶為涉及美國、歐盟或聯合國制裁的受制裁目標，因此，我們對這些人士的銷售不構成相關美國、歐盟或聯合國制裁法律下的嚴禁活動。

基於以上所述及鑒於我們的業務性質，我們的法律顧問認為，由於美國、歐盟或聯合國對本公司、我們的投資者及股東以及可能直接或間接參與准許股份上市、買賣及結算的人士（包括聯交所及其相關集團公司）施加的經濟制裁而引致與俄羅斯及烏克蘭及其他國家有關的風險較低，因為(a)我們在這些國家的客戶（大部分是我們的分銷商）並非位於受制裁國家且據我們所知並非受制裁目標，(b)無論如何，在俄羅斯、烏克蘭及其他國家的銷售額佔我們總收益的比例很小，(c)我們僅授權我們在俄羅斯及烏克蘭及其他國家的分銷商銷售予並不列入受制裁國家的指定國家，(d)我們並無理由相信我們的產品由我們的分銷商客戶轉售進入受制裁國家或受制裁目標，(e)作為醫療美容設備的賣方，客戶主要是醫療美容機構（例如醫生或診所）或通常轉售予該等醫療美容機構的分銷商，我們可能會與被美國或若干其他制裁執行當局發現為以被制裁目標的掩蓋的方式行動的公司進行業務往來的可能性甚小，及(f)作為醫療美容設備的賣方，我們的客戶會以制裁所禁止的方式使用或轉售這些設備的可能性較低。

為減少與製裁法律相關的風險，我們監督及評估我們的業務，並採取措施保護本集團及股東的利益。為識別及監控我們所面對與受制裁國家及受制裁目標相關法律及法規有關的風險，我們計劃採取以下措施：

- 我們會定期審查較活躍的直銷客戶名單，以確認我們的活躍客戶並非任何此類美國、歐盟或聯合國制裁的目標；

業 務

- 就分銷商銷售，新分銷商的入職將包括審查該分銷商的制裁風險情況，並在認為適當情況下，我們會採取措施處理該風險（包括就制裁法律向該等人士尋求聲明）或拒絕與該分銷商建立關係；
- 將向我們的高級管理層及相關人士提供有關制裁法律事宜的培訓，以協助其評估及處理我們在業務經營中可能遇到的制裁風險；
- 我們的高級管理層會每年審查我們有關制裁法律事項的內部控制政策及程序；及
- 在確定我們運營中存在與制裁有關的重大風險時，我們會向聲譽良好的外部法律顧問尋求適當意見。

我們已向聯交所承諾(i)我們不會動用全球發售所得款項或透過聯交所籌集的其他資金，直接或間接資助或促進在受制裁國家或與受制裁目標進行的任何項目或業務，(ii)倘在進行任何交易時被適用的制裁法禁止，我們不會進行有關交易，及(iii)倘我們相信我們已進行的交易會令本公司及本公司投資者及股東承受違反制裁的風險，我們會在聯交所網站及本公司網站公佈，以及我們的年度及中期報告中披露相關事實及我們致力監控我們的業務所承受制裁風險、在受制裁國家的未來業務(如有)狀況，以及我們有關這些受制裁國家的業務意向。倘我們違反對聯交所的相關承諾，我們可能面對被聯交所除牌的風險。