

概覽

本集團開發、推廣及分銷一系列種類繁多的植物個人護理產品、護理及服務。本集團率先開拓美容及休閒的整全生活格調概念，因應這個概念為消費者提供其產品及健美護膚護理及服務。為配合產品及服務的優質標準及維持品牌形象的完整性，本集團已為分銷商訂立劃一的特許權、採購、市場推廣、培訓制度及守則。

截至最後實際可行日期，本集團的產品大致可分為以下類別：—

- (i) 抗菌
- (ii) 香薰療法
- (iii) 全身護理
- (iv) 顏色化妝品
- (v) 面部護理
- (vi) 頭髮護理
- (vii) 男仕系列
- (viii) 牛奶蛋白特別護理

本集團着重研究、開發及分銷本集團旗下 **BLUSPA** 品牌的產品。本集團現時透過在中國、香港、日本、馬來西亞、南韓及台灣多個經挑選之分銷商分銷及銷售一系列種類繁多的產品。

自二零零一年九月以來，本集團將業務擴充至提供健美護膚中心管理服務。本集團就此與一名獨立中國連鎖式酒店東主訂立意向書，據此本集團將向連鎖式酒店東主授出於健美護膚中心使用 **BLUSPA** 品牌的特許權，以及為由連鎖式酒店東主經營的健美護膚中心提供相關的健美護膚中心管理服務。

業務目標

本集團的業務目標，是要在產品的革新、產品種類、質素及效果方面，都能夠在植物個人護理產品及健美護膚中心管理服務供應商中脫穎而出，令 **BLUSPA** 成為廣受歡迎、家喻戶曉之品牌。

競爭優勢

董事會相信本集團憑藉下列競爭優勢，正處於有利位置，把握全球個人護理業現時及將來的商機：—

— **BLUSPA** 品牌在各目標市場的定位獨特、知名度高

董事會認為 **BLUSPA** 品牌定位與眾不同，為今日的都市消費者在美容及休閒方面引入整全生活格調概念；加上有效的市場推廣及廣告宣傳計劃，本集團塑造及推廣 **BLUSPA** 品牌為全面滿足其消費者在美容及舒適感覺上之需要的個人護理產品。**BLUSPA** 品牌獨特，令人聯想到自

然、潔淨、泥土、清水與天空，形象趨時。BLUSPA 品牌的宣傳主題為「純天然植物與海洋精華完美組合；創造今日優質生活精髓」。BLUSPA 品牌與眾不同，是顧客的心水之選。

一 在各個目標市場均與當地知名的零售分銷商建立策略關係

本集團通過劃一的甄選程序，與各個目標市場的零售分銷商建立策略性夥伴關係，令本集團能夠進軍當地零售市場、加深對個別市場的了解與取得經驗，而憑藉分銷商的財政資源及其固有市場分銷網絡，使本集團在每個目標市場實行擴充計劃所需的時間減至最少。

一 劃一的全球品牌管理制度

本集團已透過制訂經營守則，建立一套全面劃一的品牌管理制度，涵蓋範圍包括其所有分銷商必須嚴格恪守有關特許權、採購、零售市場推廣及健美護膚中心管理服務的規定。通過採納劃一的全球品牌概念，本集團將會：在遍佈全球的店舖使用劃一的設計及間格；在不同地區所出售的產品使用相同的標誌、商標及包裝；在不同地區採用統一的健美護膚中心護理服務及程序；及按照本集團為所有服務制訂之一套標準經營守則為全體職員（包括售貨員及健美護膚中心服務職員）提供劃一的培訓。董事會認為劃一的零售取向有助本集團建立及贏得顧客的忠誠信賴，以及令 BLUSPA 品牌的公司形象更為鮮明。此劃一全球品牌概念及制度亦使本公司在其競爭對手之中脫穎而出，有助鞏固本公司之市場地位。

一 自行開發的產品質量高，與眾不同，且種類繁多，能夠全面照顧不同需要

本集團是少數開發、製造、推廣及分銷多款優質植物個人護理植物產品之企業。本集團產品包括抗菌、香薰療法、全身護理、顏色化妝品、頭髮護理、男仕系列及牛奶蛋白特別護理。本集團亦率先開拓整全美容概念，全面提供多款新一代效果佳的護理及肌膚再生的健美護膚產品。本集團致力控制產品品質，務求令所有產品皆由經過精挑細選，含有抗衰老、抗氧化、癒合與治療功效的高質素植物精油、植物精華，海藻及礦物製成。

一 研究實力雄厚，著重產品開發

本集團共同創辦人之一Rajewski女士及本公司技術總監Dominic Reale先生在開發、製造及推銷植物個人護理及美容產品方面擁有逾20年經驗。憑藉本集團高級管理層的專業知識及經驗，本集團擁有足夠實力研究、設計及開發新穎獨特及療效高的產品，以便在時機適當時引進及推出市面。