

本節載有關於本集團所經營行業及其他相關行業的資料及統計數據。本節所呈述資料摘錄自多個政府官方資料來源，俱由本公司、董事及保薦人以應有的審慎態度轉載。有關政府官方資料並未經本公司、董事、保薦人、牽頭經辦人、包銷商或其各自的顧問編撰或獨立查證，並且可能會與其他非官方資料不符，亦可能並不準確，因此閣下不應對其過份信賴。

香港及中國

經濟概覽

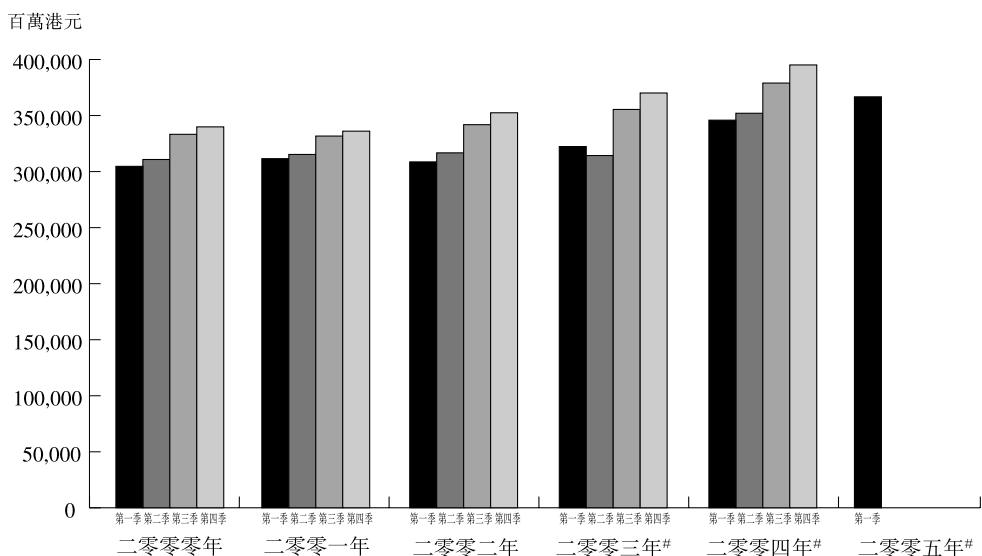
香港美容業在某程度上受整體經濟環境影響。以下所載為過去數年，香港人口的本地生產總值、私人消費開支及入息中位數的統計數據。

本地生產總值

過去數年，香港經濟以平穩步伐逐漸好轉。香港本地生產總值(按固定(2000年)市價計算)由二零零零年約1,288,338百萬港元增至二零零四年約1,471,765百萬港元(可予修訂)，複合年增長率約為3.4%。

香港生活水平過去數年整體亦見提高。香港的人均本地生產總值(按固定(2000年)市價計算)由二零零零年的193,299港元升至二零零四年的213,839港元(可予修訂)，複合年增長率約為2.6%。

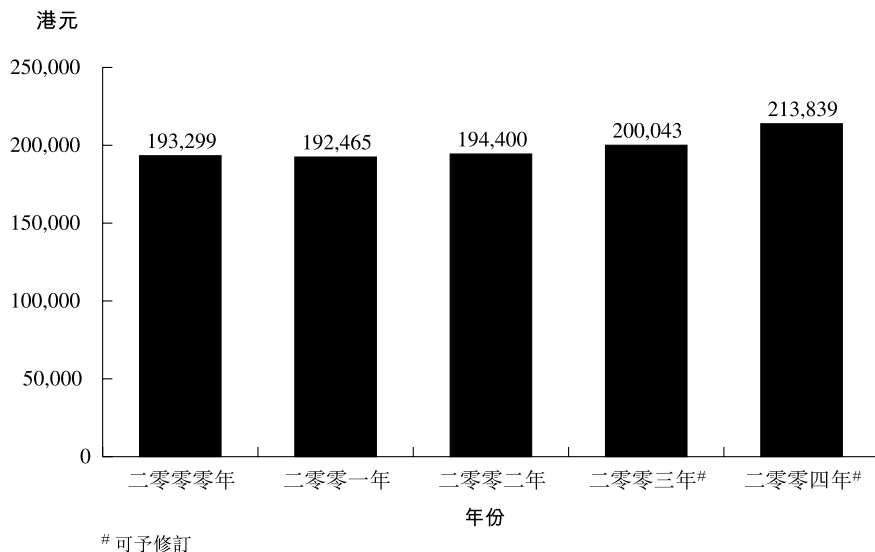
二零零零年至二零零五年(第一季)香港的本地生產總值(按固定(2000年)市價計算)



[#] 可予修訂

資料來源：香港政府統計處，二零零五年

二零零零年至二零零四年香港的人均本地生產總值(按固定(2000年)市價計算)

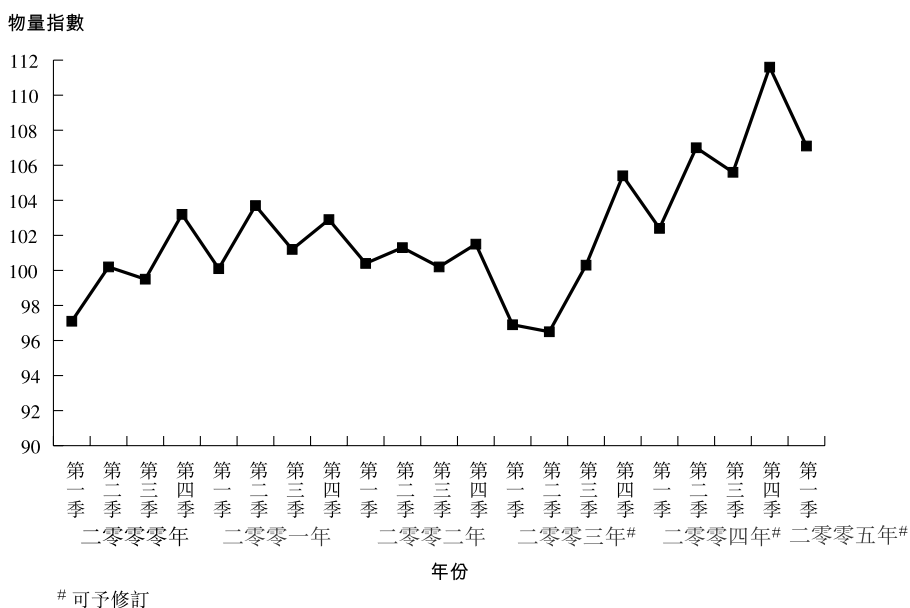


資料來源：香港政府統計處，二零零五年

私人消費開支

除二零零四年外，香港私人消費開支過去數年呈現穩定趨勢。於二零零三年，香港私人消費開支物量指數為99.8(假設二零零零年的基點為100)。於二零零四年，該指數升至106.7(假設二零零零年的基點為100)，自二零零三年增長率約為6.9%。下圖列示香港二零零零年至二零零五年(第一季)的私人消費開支物量指數。

私人消費開支物量指數
(假設二零零零年的基點為100)



資料來源：香港政府統計處，二零零五年

按每月就業收入劃分的就業女性(香港)

二零零零年，香港就業女性的總人數約為1,350,000人。二零零四年，有關人數增至約1,480,000人，較二零零零年增加約9.6%。每月賺取30,000港元或以上的女性人數亦有上升趨勢。二零零零年，香港每月賺取30,000港元或以上的女性人數約為105,200人。二零零四年，此人數增加至約116,700人，複合年增長率約為2.6%。

董事相信，有關趨勢顯示香港高收入女性人數正在增加。此女性組別傾向尋求優質服務及產品，並有能力負擔昂貴的美容及保健服務與產品。下表所載為香港二零零零年至二零零四年按每月就業收入劃分的就業女性人數。

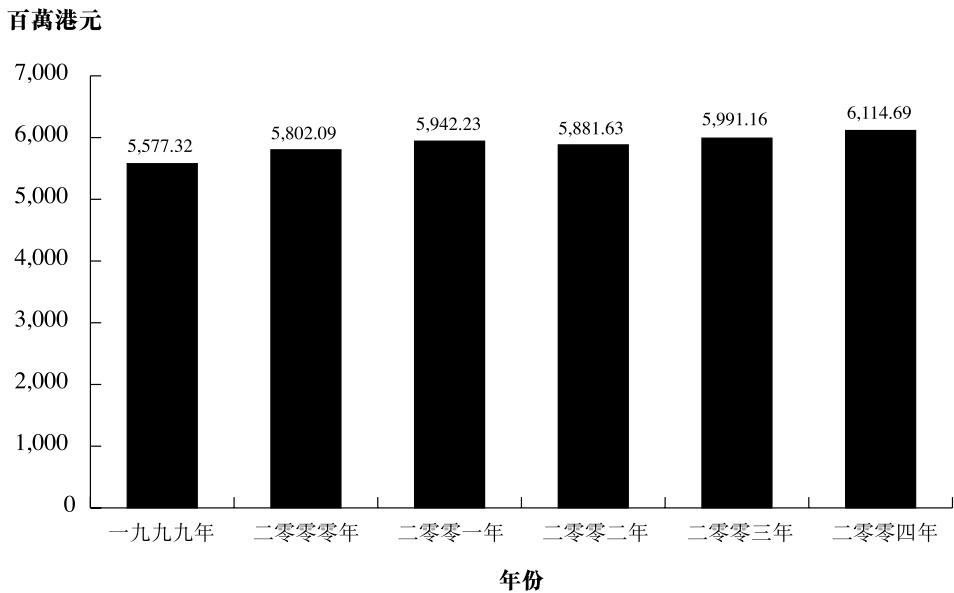
就業女性的每月 就業收入(港元)	千人				
	二零零零年	二零零一年	二零零二年	二零零三年	二零零四年
	(約)				
6,000—6,999	100.7	104.1	108.8	107.0	110.8
7,000—7,999	92.2	86.5	89.3	91.7	98.4
8,000—8,999	106.4	100.9	95.8	93.1	97.3
9,000—9,999	68.6	66.4	63.8	66.0	72.0
10,000—14,999	255.6	255.1	239.5	218.4	219.3
15,000—19,999	116.5	122.9	121.8	118.1	119.9
20,000—29,999	129.3	136.8	132.3	127.5	123.4
≥ 30,000	105.2	112.9	114.6	112.3	116.7
就業女性總人數	1,352.8	1,405.4	1,431.7	1,439.6	1,478.2

資料來源：香港政府統計處綜合住戶統計調查組(二)，二零零五年

香港化妝品及護理用品銷售額

二零零四年，香港化妝品及護理用品銷售額約為6,114,690,000港元，較二零零三年約5,991,160,000港元上升約2.1%。一九九九年至二零零四年期間，香港化妝品及護理用品銷售額由一九九九年約5,577,320,000港元升至二零零四年約6,114,690,000港元，期內複合年增長率約為1.9%。下表所載為於一九九九年至二零零四年期間香港化妝品及護理用品的銷售額：

香港化妝品及護理用品銷售額（一九九九年至二零零四年）



資料來源：二零零五年Euromonitor

行業概覽

預計於二零零三年至二零零八年期間，面部護理產品的零售額將上升約9.9%，複合年增長率約為1.9%。預計同期內身體護理產品的零售額將增加12.6%，複合年增長率為2.4%。預計於同期內手部護理產品的零售額將增加10.9%，複合年增長率為2.1%。預計於同期內護膚產品的零售額將增加10.2%，複合年增長率為2.0%。

按類別劃分的美容產品預計零售額：二零零三年至二零零八年的增值百分比

	二零零三年至零八年 複合年增長率 %	二零零三年至零八年 總計 %
面部護理產品	1.9	9.9
面部保濕產品	1.4	7.2
補充養份／抗衰老產品	3.3	17.6
潔面液	2.3	12.3
潔面液／乳／啫喱／肥皂	2.3	12.0
潔面布	4.0	21.7
爽膚水	1.4	7.2
面膜	2.5	13.1
潤唇膏	1.4	7.2
身體護理產品	2.4	12.6
塑身／消脂身體護理產品	2.8	14.8
一般身體護理產品	2.3	12.0
手部護理產品	2.1	10.9
護膚產品	2.0	10.2

資料來源：Trade Interviews, 二零零五年Euromonitor 估計資料

香港女性人口

本集團的主要目標顧客為香港女性。就20至24歲的年齡組別而言，預期女性人口會由二零零五年的252,000人增至二零一零年的262,000人，增長率約為4%。就25至29歲的年齡組別而言，預計女性人口會由二零零五年的276,000人增至二零一零年的284,000人，增長率約為3%。

行業概覽

誠如下表所示，預計於二零零五年至二零一零年期間，不同年齡組別的香港女性人口將會增加，惟30至34歲及40至44歲的年齡組別除外，預計此等組別於二零零五年至二零一零年期間將分別下跌3%及4%。

按年齡分佈劃分的香港女性人口

年齡組別	二零零零年 千人	二零零五年 千人	二零一零年 千人	二零一五年 千人
15至19歲	223	221	238	217
20至24歲	242	252	262	284
25至29歲	291	276	284	292
30至34歲	322	337	326	330
35至39歲	367	359	368	351
40至44歲	332	384	370	375
45至49歲	254	331	382	365
50至54歲	191	255	328	376

資料來源：二零零五年Euromonitor

香港美容／保健業的資料

根據本公司進行的調查並從若干顧問及研究公司獲得確認，目前，政府或其他官方或可靠資料來源並無提供有關香港美容／保健業的資料或統計數據，其中包括(i)以幣值計算的香港美容／保健業(關於服務而非產品銷售)市場規模；(ii)定期購買美容／保健服務的香港人口；(iii)本集團的市場佔有率；及(iv)按銷售額、顧客數量或樓面面積計算，本集團的市場地位等資料或統計數據。本公司已考慮聘請顧問及研究公司以抽查、估計及預測的方式進行研究及取得結果，以獲取上述資料。然而，根據顧問及研究公司給予的意見，有關研究結果容易出現誤差且誤差率高，會導致得出的結果不準確及不可靠。因此，董事認為，透過研究取得的額外資料或未能真實準確反映香港美容／保健業的情況。據此，董事確認，本售股章程已向投資者提供有關美容／保健業的相關資料，且無誤導成份。

監管架構及牌照

香港

就本集團的香港業務而言，目前並無任何特定法例規管美容及健身中心的經營，包括所聘用人員的資格及所使用的設備。現時，香港亦無任何特定法例規管入口或銷售醫療設備，惟含有藥品或放射性物質的設備除外。本集團並無從事入口或銷售含有藥品或放射性物質的醫療設備。

然而，本集團在香港經營業務須遵守一般法規，包括建築、衛生及安全法例。

香港消費者委員會負責保障消費者的權利。倘消費者發現服務價格及質素不符合其要求，有權就此提出質疑。在有關公司就其提供的特定服務作出虛假聲稱的情況下，委員會亦為消費者提供協助。

中國

在中國，經營美容及健身中心須遵守北京中央政府的規定，有關規定多數由地方政府實施。中國設有消費者委員會，現擴展至大部份市區，其角色是在出現有關產品或服務質素或誤導聲稱爭議的情況下，保障消費者及執行消費者權利。消費者委員會在中國擁有相當大權力，並可向被其發現違反消費者法例的公司徵收巨額罰款。消費者委員會時常在當地報章刊登被罰款公司的聲明。

衛生部已就每天供多人使用的水療浸浴設施及健身／美容設備制訂嚴格規定。衛生部規定於設施啟用前須持有初步牌照，並規定安裝若干抗菌及衛生設備，例如，美容療程場所須每隔5呎安裝一盞紫外線消毒燈。法例亦規定，須每晚為場所內的空氣、床鋪及椅子以紫外線消毒。衛生部同時規定，須為小型美容工具及設備設置「熱能櫃」消毒裝置。

中國設有公平定價委員會，而每家銷售產品或提供服務的公司必須向該部門登記其收費。倘委員會認為收費不合理，有權提出質疑。

競爭

董事相信，由於香港市場上存在大量美容服務供應商，故美容及保健服務業的競爭非常激烈。董事相信，現時的美容服務供應商可因應其目標顧客，大致分為以下兩個類別：

1. 中型至大型美容服務供應商

此類美容服務供應商一般在香港擁有超過四間美容中心，並位處中環、銅鑼灣、灣仔、尖沙咀及旺角等商業區。其目標顧客通常來自中至高收入組別人士，包括職業女性及來自上流社會的女性。董事認為，此類美容服務供應商為本集團的主要競爭對手，原因是本集團的目標顧客亦來自中至高收入組別。

2. 家庭式美容院

此類別的美容服務供應商主要包括在購物中心及高住戶人口的屋邨經營的獨資小型美容院。其目標顧客通常為於附近居住的單位住客。由於成立該等美容院的初期投資相對較低，香港遂有大量小型家庭式美容院。由於該等美容院的經營模式與本集團的模式在美容服務種類和目標顧客方面存在分別，故董事認為，此類美容服務供應商並非本集團的主要競爭對手。

加入本行業的主要障礙

加入成為提供全面美容及保健服務的大型美容服務供應商包括以下主要障礙：

- (i) 需大量資金，作為購買美容設備、租用及裝修服務中心、營運資金及引起公眾注意的宣傳開支之用；
- (ii) 招聘及培訓專業前線美容員工，藉以提供及保持優質服務；
- (iii) 經驗豐富的管理隊伍，以及為日常業務制訂有系統的程序及步驟；
- (iv) 開發管理資訊系統，以方便大規模營運；及
- (v) 在短時間內提供全面的服務。