就產生收入而言，董事認為修身堂5日修身料理及修身堂7日豐胸料理可取代修身堂修身寶丸及修身堂豐胸丸。然而，直至二零零三年八月，香港一家個人護理產品零售連鎖店仍繼續訂購修身堂修身寶丸及修身堂豐胸丸。董事認為，由於市場對修身堂修身寶丸及修身堂豐胸丸仍有持續需求，只要該等產品為本集團帶來溢利，而香港之該個人護理產品零售連鎖店之採購額能合理地支持繼續生產該等產品，本集團將繼續銷售該兩種產品。因此，在此階段，本集團對終止銷售修身堂修身寶丸及修身堂豐胸丸並沒有明確之時間表。修身堂5日修身料理及修身堂7日豐胸料理之配方乃透過改變成份及合成物，自修身堂修身寶丸及修身堂豐胸丸之配方研製、修改及改良。董事相信，舊產品與新產品之聲稱效用及性質類同，但新產品能更有效地達致聲稱效用，而新產品更強調保持人體內在之良好平衡。修身堂5日修身料理及修身堂7日豐胸料理現時分別透過萬寧及卓悅化粧品批發中心有限公司於香港分銷。

董事根據本集團於二零零三年四月一日至二零零三年十月十三日期間保健及美容產品之最近期所得銷售數字，概述本集團以「修身堂」及「好得」為商標之保健及美容產品之銷售額分類如下：

| 期間 | 保健及美容產品銷售之概約百分比 | |
|---|---|---|
| | 以「修身堂」為商標 | 以「好得」為商標 |
| 截至二零零三年六月三十日止三個月期間(經審核) | 13.4 | 86.6 |
| 二零零三年七月之月份 | 19.3 | 80.7 |
| 二零零三年八月之月份 | 58.3 | 41.7 |
| 二零零三年九月之月份 | 70.3 | 29.7 |
| 二零零三年十月一日至二零零三年十月十三日 | 82.5 | 17.5 |
| 二零零三年四月一日至二零零三年十月十三日 | 34.6 | 65.4 |

本集團注意到，於二零零三年四月至二零零三年十月十三日期間，來自以「修身堂」為商標及以「好得」為商標之產品之銷售額，在其對本集團之保健及美容產品銷售總額所帶來之貢獻，在百分比上出現改變。鑑於好得減肚配方於二零零三年四月推出，來自此產品之銷售額為本集團之保健及美容產品銷售額帶來大部份之貢獻，直至本集團於二零零三年八

月，推出修身堂5日修身料理及修身堂7日豐胸料理為止。誠如上表所示，於二零零三年四月一日至二零零三年十月十三日期間，以「修身堂」為商標之產品銷售額百分比一直增長，並由二零零三年八月起超越好得減肚配方所帶來之貢獻。董事確認，彼等有意先開發以「修身堂」為商標之產品，但倘彼等發現任何其他有潛質之產品，亦會評估該等產品可能為本集團及股東整體帶來之利益。

***以「修身堂」為商標之現有產品***

修身堂5日修身料理

- 修身堂5日修身料理是純草本製造而成之纖體產品，其功效是調理身體內臟，早晨料理丸主要調理臟腑，並將體內多餘脂肪轉化為代謝功能。夜間修身丸能徹夜發揮消脂功效。

修身堂7日豐胸料理

- 修身堂7日豐胸料理是純中草藥製造而成之產品，能補肝益腎、滋陰養血及調理胸部之經脈，並無任何副作用。

修身堂豐胸丸

- 修身堂豐胸丸結合了傳統中草藥和西方醫學之科學結晶，能改善血液循環、行氣通經、活血散瘀、補肝腎、調理內分泌，直接針對胸部下垂及萎縮不良等症狀，服用後胸部迅速回復彈性，堅挺豐滿，體態動人。

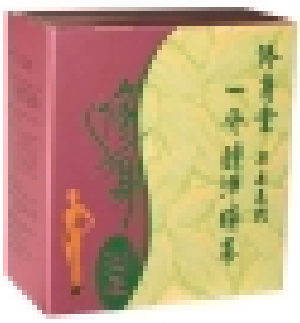
修身堂修身寶丸

- 修身堂修身寶丸是純草本製造而成之纖體產品，能清腸胃、通便秘、滋潤皮膚、促進腸蠕動和加速脂肪代謝。

修身堂美膚寶丸

- 修身堂美膚寶丸是純中草藥製造而成之肌膚護理產品，能促進皮膚微血管循環、改善皮膚以回復光澤。鑒於市場對修身堂美膚寶丸反映未如理想，董事遂決定由二零零二年八月起停止銷售這項產品。

修身堂一分鐘淨腸茶



- 修身堂一分鐘淨腸茶是由多種生長在南美洲高山密林中之天然珍貴草本植物，經嚴格篩選製鍊而成。能有助身體排毒之進行、通便、淨腸和淨血。

崇光與Lucky Fresh於一九九九年十一月二十日訂立一項協議，據此，Lucky Fresh提供採購及開發保健補給品之產品配方及樣品，以滿足崇光之需要(「服務協議」)。Lucky Fresh負責為依據與崇光協定之配方所生產之健康食品採購製造商，以及代表崇光統籌製造商及促使製造商根據Lucky Fresh之意見改良配方。Lucky Fresh於生產產品過程期間監察製造商

之品質控制，而生產所使用之原材料嚴格遵循配方要求，並屬質優。Lucky Fresh將會把每批產品送交測試及處理退貨情況。

於二零零零年七月三十一日，修身堂有限公司、崇光及Lucky Fresh訂立約務更替契據，據此，崇光將其於二零零零年八月一日訂立之服務協議之權利及權益出讓予修身堂有限公司。崇光已解除及撤銷根據服務協議之所有責任，以及由二零零零年八月一日起同樣經約務變更予修身堂有限公司。

修身堂有限公司於二零零零年七月二十五日與Lucky Fresh訂立總協議，據此，Lucky Fresh將擔任本集團保健及美容產品之供應商。

與Lucky Fresh之總協議訂明，禁止Lucky Fresh向任何人士披露產品配方(按需要向生產藥廠披露則除外)。以下為總協議有關價格、產品付款及產品之主要條款概要：

- 產品價格須為Lucky Fresh之報價；
- 產品價格付款限期由發票日期起計六十日屆滿；
- 逾期發票由到期付款當日起，按日以香港當時之最優惠利率加2厘之利率計息，直至付款日期為止；
- Lucky Fresh須不時提供所有產品原材料價格予本集團批准，以及倘產品原材料價格較上次採購價波動10%，則Lucky Fresh須知會本集團；
- 由Lucky Fresh向本集團提供樣本之產品中，所製造之產品偏差少於5%之產品(按任何尺度或其他準則評定)被視為符合樣本標準；
- 在Lucky Fresh未有向本集團提供樣本之產品中，合約訂明之產品須遵照本集團之規格及說明生產(按任何尺度或其他準則評定)。除合約另有訂明者外，與規格或說明偏差5%為可予接納；
- 產品須根據本集團指示或規格包裝及印上標籤；及

- Lucky Fresh之產品供應數量須嚴格按照本集團不時之訂單。

本集團在研製產品配方及開發過程並無向Lucky Fresh作出任何採購承諾或支付任何服務費用。董事認為這安排對本集團有利，因為其毋須投入大量研發資源，故可專注於宣傳及推廣本集團之產品。由於與Lucky Fresh作出之安排保留本集團之資源作為推出產品及日常運作之用，而Lucky Fresh則負責研製產品配方至開發等初期階般，這安排在商業上為可行，並在其營運現金流量狀況下對本集團有利。新產品開發階段通常需要長時間，並涉及測試及改良配方，會耗支大量現金，轉移由Lucky Fresh擔任這個角色符合本集團之整體利益。

董事已瞭解，只要本集團僱用Lucky Fresh作為保健及美容產品之供應商，其將僱用如披露之其他兩名專業人士以向本集團提供服務，其背景和資歷如下：

(a) 黎婉嫻女士為廣州市化學工業學校中藥製劑班之畢業生，取得中藥學大學中藥學專業大學之專業證書。彼曾在中國多家藥品公司擔任助理工程師、工程師及製造工廠監督，熟識世衛GMP標準或中國GMP標準。彼與Tsai Lex Kienquoc先生、向華勝先生、本集團或其關連人士或彼等各自之聯繫人概無關係。

(b) 北京藥劑師協會於一九九四年成立，並獲北京政府北京藥劑師協會批准招攬及滙集多名專業人士、管理專家，宣傳及發展中國醫療和醫藥行業。其向潛在客戶提供研究及開發、市場情報及資訊、測試及牌照申請、公共關係及宣傳和市場推廣活動。

Lucky Fresh與上述有關人士簽訂委聘函件，按委聘函件所載，訂約方之主要責任如下：

1. 研究及開發中成藥配方；

2. 推薦及檢驗中成藥配方；

3. 設計、推薦及檢驗中成藥的生產流程；

4. 評核中成藥生產商及檢驗其設施；及

5. 中成藥之品質控制保證。

自成立以來，本集團曾向Lucky Fresh以外之其他各方採購或嘗試採購保健及美容產品。本公司之管理層同意，向更多元化之來源採購其產品將有利於本集團；然而，本集團明白尋找可達致其要求之可靠供應商並不容易。基本上，本集團所委任之保健及美容產品供應商須達到以下標準：

- 不會向任何人士透露其向哪一方出售；
- 於產品開發階段不會收取樣本費用；
- 倘為聯合開發之配方，該配方之知識產權將歸本集團所有；及
- 倘為本集團之處方，不會向大中華地區另一方出售相同處方。

於最後實際可行日期，Lucky Fresh與兩家分別設於中國及馬來西亞之藥廠合作生產本集團之保健及美容產品。

***使用其他商標之現有產品***

於二零零三年四月四日，本集團與Pure Herbs訂立總協議，據此，本集團將作為其以好得商標於香港分銷之產品之唯一代理人，好得由Pure Herbs供應。Pure Herbs為於香港註冊成立之有限公司，為獨立第三者。

- 好得減肚配方是以純天然草本植物製成之纖體產品，可有效縮短食物停留在小腸之時間，減少熱量過分吸收，並加速大腸蠕動，將體內廢物及毒素盡快排出體外，清除大腸中之廢物渣滓。

誠如與Pure Herbs訂立之總協議所規定，除於有需要時向該等藥品製造商披露外，Pure Herbs不得向任何人士披露產品配方。以下概述與Pure Herbs訂立之總協議有關價格、產品之付款及產品之主要條款：

- 產品價格須為Pure Herbs之價格；
- 產品價格付款限期由發票日期起計六十日到期支付；

- 逾期發票由到期付款當日起，按日以香港當時之最優惠利率加2厘之利率計息，直至付款日期為止；

- Pure Herbs須不時提供所有產品原材料價格予本集團批准，以及倘產品原材料價格較上次採購價波動10%，則Pure Herbs須知會本集團；

- 除合約另行訂明外，合約應為到岸價格香港合約；

- Pure Herbs應於交付日期交付貨品。倘因本集團失責以外之原因而導致貨品於交付日期後超過14日交付，本集團方有權因逾期交付而提出申索。倘由交付日期起3個月內沒有交付，本集團方有權將該事件列作無交付貨品處理；

- 產品須根據本集團指示或規格包裝及印上標籤；及

- Pure Herbs須嚴格按照本集團不時之訂單促使製造該等產品。

目前，本集團是透過兩名獨立零售商卓悅化粧品批發中心有限公司及萬寧於香港分銷Pure Herbs供應之好得減肚配方。本集團因應適當之條件下在總辦事處有註冊中醫提供免費售後諮詢服務。

有關Pure Herbs之背景，請參閱本招股章程「供應商」之分節。董事確認，為確保好得減肚配方之生產經由可信賴之製造商進行，故在Pure Herbs同意下，本集團將Pure Herbs介紹予本集團馬來西亞之藥品製造商。由開始經營以來，Pure Herbs所供應之好得減肚配方全由馬來西製造商生產。

**纖體中心**

運用在香港保健及美容行業之豐富經驗和專業知識，加上廣泛客戶群對保健及美容服務之需求日益增加，本集團為拓展其業務，於二零零一年七月在香港中環泛海大廈首家以「修身堂」為商標之纖體中心隆重開幕。由於本集團保健及美容服務之需求日見殷切，本集團於二零零一年九月將該中心遷至香港中環太平行面積較大之單位。因為太平行之樓面面積不敷應用，未能滿足服務增長需求，於二零零一年十月在中環亞洲太平洋中心開設第二

家纖體中心，第二家纖體中心提供太平行先前所提供之所有服務。中醫諮詢服務、西醫諮詢服務及營養諮詢服務已遷往亞洲太平洋中心，而之前在太平行提供之其他服務，包括纖體服務則保留。作為商業策略之一部份，以及鑒於對本集團保健及美容服務之需求龐大，本集團更於二零零二年七月及二零零三年六月分別在香港尖沙咀及香港銅鑼灣開設第三家及第四家以「修身堂」為商標之纖體中心。為更有效分配資源及向客戶提高服務質素，位於太平行之纖體中心已於二零零三年六月終止經營，其有關設備及職員其後已調配至銅鑼灣纖體中心。董事認為，同時在中環及銅鑼灣擁有纖體中心將為客戶提供方便。以下為本集團在香港之纖體中心提供服務之詳情：

| | | 提供之服務 | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 纖體中心 | 概約樓面面積(平方呎) | 全身及局部纖體療程 | 控制體重 | 其他保健及美容服務 | 中醫諮詢服務 | 健康及美容諮詢服務 | 營養師諮詢服務 | 銷售「Dr. Alan Ong」之保健及美容產品 | 西醫應診服務 |
| **香港島** | | | | | | | | | |
| 1. 中環皇后大道中20、20A及20B號太平行9樓(附註) | 3,690 | √ | √ | √ | X | √ | X | X | X |
| 2. 中環雲咸街8號亞洲太平洋中心12樓 | 3,589 | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| 3. 銅鑼灣告士打道255-257號信和廣場2005、2604及2605室 | 7,648 | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| **九龍** | | | | | | | | | |
| 4. 九龍尖沙咀彌敦道23-25號彩星中心6樓 | 8,700 | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |

附註：於二零零三年六月終止經營。

本集團之纖體中心提供多類保健及美容服務，著重體重管理，例如全身及局部纖體療程，以及其他服務，例如全身護理服務及面部護理服務。全身護理服務包括全身美白療程、通淋巴療程、香薰淋巴療程、中草藥水療及身體蜜蠟護理。面部護理包括面部回復彈性護理、冷凍面膜、漂白面膜、治療色素斑及暗瘡之背部淨化護理、抗皺護理、控油護理、敏感性肌膚修護療程、肌膚再生療程、眼部護理、手部護理及電眼睫毛。本集團之纖體中心配備現代先進之保健及美容設施，包括為控制體重、全身護理及面部護理服務而設計之儀器。

本集團之纖體中心照顧客戶之身心健康，結合中西藥、營養學及催眠治療以控制體重。本集團僱用註冊中醫及美容纖體顧問，並聘用一家醫療中心、一家營養學公司及催眠治療師作為顧問，以其專業知識提供優質服務，並創製出一套為客戶度身訂造之纖體美容計劃。纖體中心之標準體重控制計劃經營流程載於下文「保健及美容產品之採購及保健及美容服務經營流程」一段。

本集團於二零零一年十月推出「一定得減肥計劃」，保證本集團之纖體計劃提供有效減肥服務，本集團之纖體中心亦向其客戶提供一個月跟進服務，確保其客戶獲得最佳效果。

以下為「一定得減肥計劃」營運機制概要：

| 概述 | 時間 | 為期 |
|---|---|---|
| 會見註冊西醫及服藥 | 每星期 | 六個星期 |
| 會見註冊中醫及服藥 | 每星期 | 六個星期 |
| 會見營養師及為客戶設計營養餐單 | 每星期 | 六個星期 |
| 由纖體經理制訂切合客戶需要之個人纖體計劃 | 一次及每星期作出檢討 | 六個星期 |
| 纖體療程 | 每星期兩次或按纖體主管所指定之次數 | 六個星期 |
| 服務後保證期(附註1) | 不適用 | 完成纖體計劃後兩個月 |
| 跟進期(附註2) | 不適用 | 完成纖體計劃後及保證期結束後六個月 |

附註：

1. 倘體重回升2至5磅，則提供免費纖體療程。

2. 倘體重回升2至5磅，則提供纖體療程折扣優惠。

於計劃期間內任何時間體重下跌5%被視為纖體成功。

自計劃展開以來，本集團並無錄得任何不成功個案。體質不適合此計劃及／或未能遵循指引及計劃流程之客戶已獲退回款項。

以下為收益模式：

收益來源

纖體中心提供之服務主要分為三個類別：全身護理服務、面部護理服務和纖體服務。

董事相信「一定得減肥計劃」在短期內仍是本集團主要收入來源。

來自提供全身護理服務、面部護理服務及纖體服務(包括「一定得減肥計劃」及其他套餐)之收益於提供服務時確認。服務收入計算基準如下：

(i) 持續一段時間之全身護理計劃、面部護理計劃及纖體計劃，其服務收入按以下方程式計算：

$$\text{服務收入} = \frac{\text{計劃金額} \times \text{屆滿日數}}{\text{計劃總日數}}$$

(ii) 逐次計之全身護理計劃、面部護理計劃及纖體計劃，其服務收入按比例就所用部份計算。

**付款方式及方法**

客戶將與本集團訂立銷售合約，該等合約將載有計劃之價格及付款方式詳情。客戶可以現金或信用卡支付計劃費用，而纖體顧問將與客戶商討，決定是否預付全數費用，或視乎客戶需要而分期付款。若干香港銀行或財務機構提供分期付款計劃，本集團可從該等銀行或財務機構收取已扣除服務費用之全數款項。

**退款政策**

倘效果未如理想或客戶之體質不適合繼續參加計劃，則本集團會向客戶退還款項。

董事確認，截至二零零二年三月三十一日止年度、截至二零零三年三月三十一日止年度及截至二零零三年六月三十日止三個月，「一定得減肥計劃」錄得之退款金額分別約為66,600港元、約211,750港元及約95,995港元，分別相當於各營業記錄期間自本集團纖體中心所提供之纖體服務錄得之營業額約0.5%、約0.5%及約0.3%。

下表載列本集團於營業記錄期間按纖體中心劃分之營業額、邊際毛利及客戶數目：

| | 由二零零零年七月十七日(即為計入合併業績內本集團之首家公司註冊成立日期)起至二零零一年三月三十一日止期間 | | 截至二零零二年三月三十一日止年度 | | 截至二零零三年三月三十一日止年度 | | 截至二零零三年六月三十日止三個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 營業額 | 邊際毛利 | 營業額 | 邊際毛利 | 營業額 | 邊際毛利 | 營業額 | 邊際毛利 |
| | 千港元 | | 千港元 | | 千港元 | | 千港元 | |
| 中環纖體中心 | – | – | 12,991 | 83.0% | 28,802 | 87.9% | 14,119 | 93.1% |
| 尖沙咀纖體中心 | – | – | – | – | 18,617 | 87.9% | 19,747 | 94.0% |
| 銅鑼灣纖體中心 | – | – | – | – | – | – | 315 | 44.7% |
| | – | | 12,991 | | 47,419 | | 34,181 | |
| 客戶數目 | – | | 428 | | 1,911 | | 3,214 | |

於開設香港銅鑼灣之纖體中心時(於最後實際可行日期)，共有約4,119名客戶加入本集團之纖體中心。

「Dr. Alan Ong」為一系列護膚及護髮產品之品牌，本集團香港之纖體中心以寄售形式獨家出售「Dr. Alan Ong」系列之保健及美容產品，包括(i)面部護理和全身護理產品，例如潔膚產品、面膜、面霜、暗瘡治療膏、補濕滋潤霜、潤膚露、緊膚啫喱和抗曬產品；及(ii)護髮產品，包括洗髮劑和護髮素。

以「Dr. Alan Ong」為品牌之產品由Alan Ong博士研製，彼為於一九七二年在墨爾本大學畢業之醫生。

保加生髮中心(香港)有限公司及其實益擁有人均為獨立第三者。

修身堂健康纖體中心與保加生髮中心(香港)有限公司於二零零二年一月二十三日訂立寄售協議(「寄售協議」)，根據該寄售協議之條款及條件向本集團香港之纖體中心獨家提供產品供銷售，本集團與保加生髮中心(香港)有限公司並無任何最低銷售承

諾。該寄售協議之條款為期一年，並會每年自動續期。保加生髮中心(香港)有限公司是一家在香港註冊成立之公司，在本集團並無董事代表或擔任管理角色。

將會按不同銷售額給予本集團折扣。

| 銷售額 | 折扣 |
|---|---|
| 零港元至60,000港元 | 35% |
| 60,001港元至120,000港元 | 40% |
| 120,001港元至180,000港元 | 45% |
| 超過180,000港元 | 50% |

本集團須按月向保加生髮中心(香港)有限公司付款，並無設立退貨機制。董事認為，儘管本集團須就纖體中心分銷Dr. Alan Ong之產品瑕疵負責，保加生髮中心(香港)有限公司須處理所有關於品質之客戶投訴，以及向本集團就其供應之產品所產生之任何損害賠償作出彌償保證。雖然已作出彌償保證，截至最後實際可行日期為止，本集團並無接獲任何投訴或索償。

## 產品責任

本集團並無為其向客戶提供之保健及美容產品和服務購買產品責任保險。董事確認，截至最後實際可行日期為止，本集團並無因保健及美容產品和服務而面對任何投訴或產品責任索償。此外，消費者委員會或其他組織並無就本集團之保健及美容產品是否適合人類服用刊發報告。董事認為本集團一直著重向客戶提供優質保健及美容產品和服務。董事認為，儘管本集團之產品由第三者製造，透過本集團與Lucky Fresh之間之合約關係，本集團可對樣本測試程序加以控制及由Lucky Fresh僱用之人士定期進行實地監察。董事相信，透過持續加強品質控制可有效減低產品責任索償之機會。聲稱本集團之產品對其沒有任何作用或其購買過多本集團產品之最終用戶客戶，可直接與本集團商討銷貨退回。就本集團僱員(例如註冊中醫及部份保健及美容顧問)所提供之服務而言，本集團將承擔彼等之服務產生之任何責任。

透過由本集團實施品質控制程序以確保其產品之品質及由Lucky Fresh僱用符合GMP標準之製造商，董事相信本集團之產品已達到令人滿意之品質標準。此外，本集團將該等產品推出市場銷售之前，會先將產品樣本送往香港標準及檢定中心進行測試。董事認為，本

集團現行實施之品質控制程序已有效地將本集團承受之產品責任風險降至最低。董事進一步就其所深知確認，由於就投保金額而言有關保費屬過高，而且保險公司不常對從事銷售保健及美容產品之公司提供此類保險，故行業參與者一般並無購買產品責任保險。董事確認，並無任何監管規定要求本集團就其業務購買產品責任保險。

就本集團所聘用之顧問(包括醫療中心、營養公司及催眠治療師)所提供之服務而言，因為服務乃由彼等本身所提供，彼等將就其所提供之服務承擔責任。除本招股章所披露者及根據本公司獲得之資料外，董事認為在香港並無其他條例適用於本集團之產品。

**許可證、牌照及規管遵守**

當中醫藥條例有關中成藥之註冊、領牌及標籤制度一經生效，本集團將須遵守一切法定及規管規定。

鑑於本集團之全部產品均只含有中國本草全書所列之傳統中藥或中國傳統使用之草藥，因此於中醫藥條例實施後根據藥劑業及毒藥條例及該等條例相應修訂之規管規定，並不適用於本集團之產品。

董事確認，本集團已遵照進出口條例、公眾衛生及市政條例及不良醫藥廣告條例之規管規定。於中醫藥條例實施後該等條例相應修訂主要關於在該等條例中納入特定條文，明確指出有關規管規定亦適用於中藥。董事亦進一步確認，於該等相應條文生效後，本集團將進一步遵照該等條例。

董事確認，本集團之若干成員公司已根據於二零零三年四月三十日生效之中醫藥條例第114及135條，申請中成藥批發商牌照及中藥材零售商牌照。鑑於中醫藥條例第109、110、111及134條仍未生效，本集團現時經營中成藥或中藥材批發及零售業務並無違反中醫藥條例。鑑於有關中成藥註冊之中醫藥條例之有關條文仍未生效，故本集團現時毋須為其

產品申請註冊。董事確認，當中醫藥條例之有關條文生效後，本集團將為中成藥申請註冊。董事亦確認，本集團所僱用之醫生及中醫，已分別根據醫生註冊條例及中醫藥條例註冊。

除上文所披露者外，根據本招股章程所載及本公司獲得之資料，董事認為，迄今就有關其纖體中心之經營及保健及美容產品之銷售之香港法例而言，本集團毋須從香港任何監管機構取得牌照及許可證。董事確認，本集團就其現行業務之經營已如本招股章程所載遵照香港之全部有關監管規定。本集團法律顧問向董事提供意見，表示根據董事所提供之資料，本集團並無違反中醫藥條例、進出口(一般)規例、公眾衛生及市政條例及不良醫藥廣告條例。

香港衛生署於二零零三年九月二十六日發出諮詢文件，建議納入合共9類禁止健康申索作為不良醫藥廣告條例之新附表。本集團若干產品，即修身堂修身寶丸、修身堂一分鐘淨腸茶、修身堂5日修身料理、修身堂7日豐胸料理及好得減肚配方之包裝紙及包裝盒之說明歸入建議禁止健康聲稱一個或以上類別之中。當不良醫藥廣告條例之建議修訂生效，本集團將須改變其有關產品包裝紙及／或包裝盒上之現有說明。香港衛生署表示市場參與者可於18個月之寬限期內作出改變及準備，以遵照新規定。董事相信，當新規定通過後，本集團將能符合有關新規定。

## 品質控制

董事認為，本集團為了保持良好信譽，應繼續提供優質保健及美容產品與服務。

## 保健及美容產品

目前，由Lucky Fresh供應予本集團之保健及美容產品兩家藥廠(獨立第三者)製造，分別是一家位於中國之藥廠(已達致中國GMP標準)及一家位於馬來西亞之藥廠(獲馬來西亞衛生部國家藥物監管局證明符合世界衛生組織建議之世衛GMP標準)。本集團於一九九九年十一月二十日與Lucky Fresh訂立一項協議，根據該協議，Lucky Fresh同意出任若干保健及美容產品之採購代理，將持續向本集團提供優質產品，並將確保由Lucky Fresh外判生產藥廠之品質控制。

Lucky Fresh為兩家藥廠制定以下品質控制程序：

| | 品質控制程序 |
|---|---|
| 採購原材料 | 只可使用包裝上註明來源地及採集日期之原材料 |
| 從原材料提煉物料 | 原材料必須進行篩選過程以除去不合標準之物料 |
| 物料加工 | 物料必須弄乾、磨碎以達致配方所載標準 |
| 混合物料及生產控制 | 工廠之生產程序受當地GMP標準(以世衛GMP標準為基礎)規管 |
| 包裝膠囊和茶包 | 每批製成品將在重新包裝過程中經檢查，並送往測試中心進行樣本測試 |

兩家GMP認可藥廠已獲監檢查以符合有關監管當局之有關指引，並在各方面已符合規定之標準，包括硬件(生產設備、設施及廠房)及軟件(加工指示、製造程序、營運標準、規管控制、更正程序、品質控制程序、員工培訓計劃及環境保護程序)之設置、符合標準及維修保養。

董事確認，Lucky Fresh將定期派員視察製造商之生產廠房，以檢查生產設施、品質控制文件及實地監察製造情形、對產品進行測試及向本公司報告有關情形。

在本公司介紹下，Pure Herbs於馬來西亞僱用同一藥品製造商生產好得減肚配方。董事認為，此安排將確保好得減肚配方之標準及品質得到保證。

根據食物攙雜(金屬雜質含量)規例(香港法例第132章附屬法例五)(「食物攙雜規例」)，任何人士均不可進口、寄售、交付製造或出售供人類食用，而含有食物攙雜規例附表指定之金屬及其含量較該附表上所指定之濃度為高之固體食品。根據公眾衛生及市政條例第54

條，任何人士出售或提供或推出任何擬作但不適合人類食用之食品或任何擬作人類使用但不適合該用途之藥物，均屬違法。此外，任何食品或藥物均不得含有超過食物環境衛生署不時規定之「容忍水平」之農藥。

為確保產品符合衛生署認可之「測試中成藥安全性技術指引」所規定之「重金屬或毒性元素限制」、「微生物限制」及「殘留農藥限制」及不含殺蟲劑，本集團向香港標準及檢定中心（「STC」）遞交由Lucky Fresh及Pure Herbs所提供之樣本作測試，方將產品推出市場銷售。STC於一九六三年成立，是香港首家獨立及非牟利之測試、檢驗及認證代理機構。STC於其現代化實驗室測試及認證大部份產品，確保產品符合所需安全、品質、可靠性及性能要求。董事確認，截至最後實際可行日期為止，其產品及服務之生產及商品化並不須要進行任何特定測試。

根據各自之法律顧問就兩家製造商所提供之意見，以及Lucky Fresh及Pure Herbs各自所提供之確認，董事確認，Lucky Fresh、Pure Herbs及兩家製造商已遵照有關規管規定，以及取得有關機關之所有有關牌照、許可證及／或批文。

**纖體中心**

本集團向纖體顧問提供入門及定期培訓，彼等乃負責推銷保健及美容服務以及向客戶提供初期諮詢服務，並由何孟剛先生培訓。彼在管理、銷售及市場推廣範疇經驗廣博。向客戶提供保健及美容服務之纖體師由纖體主管培訓。每名纖體主管均已獲得纖體儀器供應商有關儀器之培訓證書。

何孟剛先生、纖體主管及纖體顧問將會每星期召開會議，檢討被認為進度不理想之個案。何孟剛先生及纖體主管將會每星期召開會議，檢討客戶服務質素，以及跟進客戶之意見。

## 銷售、市場推廣及宣傳

董事相信，儘管本集團之經營歷史尚短，本集團已成功在香港建立「修身堂」商標之知名度，彼等亦相信，本集團之增長及發展主要有賴其在香港擁有高知名度之品牌。本集團透過採納市場推廣及宣傳策略，包括聘請名人作為本集團之代言人以宣傳彼等成功控制體重之親身經歷、與多份雜誌及香港一家電台合辦實時之纖體計劃、刊登廣告、舉行公關活動以及與傳媒建立良好關係，以建立本公司之品牌。

(1) 以名人作為本集團之代言人以宣傳彼等成功控制體重之親身經歷

本集團物色名人作為本集團之代言人，並大力宣傳，著力刊登媒體廣告。由本集團挑選之代言人為香港之女名人，她們成功控制體重之經歷在香港之不同傳播媒介均獲廣泛報道。每位代言人已簽署正式確認書，確認於廣告和計劃向公眾推出前，已達到體重控制結果作為證據。

| | 代言人 | 合約期限 | 所宣傳之產品／服務 | 由代言人提供之服務 |
|---|---|---|---|---|
| 1. | 袁詠儀小姐 | 由二零零零年四月二日起至二零零一年六月三十日止期間 | 1. 修身堂豐胸丸；及<br>2. 修身堂修身寶丸 | 1. 參與製作電視廣告，在電視節目上接受訪問，以及製作宣傳印刷品；及<br>2. 協助及參與推廣活動 |
| 2. | 袁潔瑩小姐 | 不適用<br>(附註1) | 修身堂豐胸丸 | 不適用 |

附註1： 袁潔瑩小姐並無就出任代言人與本集團訂立任何合約。

| | 代言人 | 合約期限 | 所宣傳之產品／服務 | 由代言人提供之服務 |
|---|---|---|---|---|
| 3. | 章小蕙小姐 | 1. 由二零零一年六月一日至二零零二年六月九日(本集團之保健及美容產品合約)<br>2. 由二零零一年六月一日至二零零二年七月十七日(纖體服務合約) | 1. 修身堂豐胸丸；<br>2. 修身堂修身寶丸；及<br>3. 修身堂美膚寶丸<br>(統稱為「該等產品」)<br>4. 修身堂纖體服務(「業務」) | 1. 作為本集團之宣傳代表，以推廣該等產品及業務；及<br>2. 表演、參與及出席在香港舉行之公關、宣傳及廣告活動，以推廣該等產品及業務；及<br>3. 參與全部印刷品、廣告及宣傳印刷品以及拍攝訪問(不包括電視／電影動畫廣告)之製作 |
| 4. | 吳安雅小姐 | 由二零零二年三月一日起至二零零三年二月二十八日止期間 | 修身堂纖體服務(「業務」) | 1. 作為本集團之宣傳代表，參與業務之推廣及廣告工作，以及視乎吳安雅小姐之時間而定，出席及參與最多15次公關、推廣及廣告活動； |

| 代言人 | 合約期限 | 所宣傳之產品／服務 | 由代言人提供之服務 |
|---|---|---|---|
| | | | 2. 視乎吳安雅小姐之時間而定，演出及參與廣告及宣傳資料之製作，包括為業務而製作之印刷品、動畫格式，拍攝訪問及／或電視／電影廣告； |
| | | | 3. 演出最多兩次活動，將作為廣告之一部份，而廣告包括印刷媒介、電視節目（不超過15分鐘）、30秒電視廣告及兩次拍照活動（每次不超過10小時）以製作宣傳資料；及 |
| | | | 4. 參加本集團由二零零二年三月一日起至二零零二年四月三十日止期間舉行之「終極瘦身之旅2002」 |

| | 代言人 | 合約期限 | 所宣傳之產品／服務 | 由代言人提供之服務 |
|---|---|---|---|---|
| 5. | 恬妞小姐 | 由二零零二年四月一日起至二零零四年三月三十一日止期間 | 修身堂纖體中心（「業務」） | 1. 作為業務之宣傳代表；<br>2. 參與製作電視廣告及宣傳印刷品；及<br>3. 出席宣傳活動 |
| 6. | 朱茵小姐 | 由二零零二年五月一日起至二零零三年十月三十日止期間 | 修身堂纖體中心 | 1. 參與製作最多兩個電視廣告及／或參與兩次製作宣傳印刷品；<br>2. 參與宣傳活動；及<br>3. 免費為本集團主唱主題歌曲<br><br>**本集團之責任**<br><br>A. 本集團為朱茵小姐最近期之唱碟製作三個MTV，分別為：<br>1.) 一分一寸<br>2.) 揮霍及<br>3.) 貓與魚<br><br>B. 本集團授權朱茵小姐將MTV之幕後花絮照片及特景收錄在其出版之第一本照相集及光碟內。<br><br>C. 本集團須於合約期滿後終止使用「一分一寸」主題歌曲。 |

| | 代言人 | 合約期限 | 所宣傳之產品／服務 | 由代言人提供之服務 |
|---|---|---|---|---|
| 7. | 何超儀小姐 | 由二零零二年四月十日起至二零零四年一月九日止期間 | 1. 修身堂豐胸丸；<br>2. 修身堂修身寶丸；<br>3. 修身堂美膚寶丸；及<br>4. 修身堂一分鐘淨腸茶<br><br>（統稱為「該等產品」） | 1. 演出有關宣傳及推廣該等產品之廣東話電視廣告；<br>2. 為參與製作之該產品印刷品廣告；及<br>3. 出席公關活動以推廣該等產品 |
| 8. | 蒙嘉慧小姐 | 由二零零二年五月一日起至二零零三年四月三十日止期間 | 1. 修身堂豐胸丸；<br>2. 修身堂修身寶丸；<br>3. 修身堂美膚寶丸；及<br>4. 修身堂一分鐘淨腸茶 | 1. 參與製作電視廣告及宣傳印刷品；<br>2. 出席一次新聞發佈會以推廣電視廣告及宣傳印刷品；及<br>3. 作為纖體中心開幕典禮之嘉賓 |

| | 代言人 | 合約期限 | 所宣傳之產品／服務 | 由代言人提供之服務 |
|---|---|---|---|---|
| 9. | 林穎嫺小姐 | 由二零零二年八月二十八日起至二零零三年八月二十七日止期間 | 修身堂纖體服務 | 1. 主持若干公開現場直播節目；<br>2. 參與製作電視廣告、拍攝訪問／電影及宣傳印刷品；及<br>3. 於二零零二年八月至九月期間參加為期35日之纖體療程 |
| 10. | 薛家燕小姐 | 由二零零三年三月十五日起至二零零四年三月十四日止期間 | 「好得減肚配方」 | 1. 作為本集團之宣傳人物，以推廣好得減肚配方；<br>2. 由薛家燕小姐協助宣傳好得減肚配方；<br>3. 製作多張硬照及電視廣告；及<br>4. 出席本集團為宣傳好得減肚配方或其他目的舉辦之多項活動及電視節目 |

| 代言人 | 合約期限 | 所宣傳之產品／服務 | 由代言人提供之服務 |
|---|---|---|---|
| 11. 鍾欣桐小姐 | 由二零零三年五月二十八日起至二零零四年五月二十七日止期間 | 1. 修身堂修身寶丸<br>2. 修身堂一分鐘淨腸茶<br>3. 修身堂5日修身料理<br>（統稱為「該等產品」）<br>4. 修身堂纖體服務（「業務」） | 1. 作為本集團之宣傳代表，以推廣該等產品及該業務；<br>2. 參與製作一個以電影格式製作之廣東話電視廣告；<br>3. 參與製作兩個該等產品及該業務之印刷廣告；及<br>4. 參與及出席四次公關活動以推廣該等產品及該業務 |
| 12. 李宜錚小姐 | 由二零零三年六月一日起至二零零四年五月三十一日止期間 | 修身堂纖體服務（「業務」） | 1. 作為本集團之宣傳代表，以推廣該業務；<br>2. 參與製作電視廣告及宣傳印刷品；及<br>3. 參與及出席十二次推廣該業務之公關活動 |

(2) 與香港多份雜誌及一家電台合辦實時纖體計劃

自成立以來，本集團強調媒體宣傳，與香港多份雜誌及一家電台合辦纖體計劃。在雜誌及／或電台每星期報道經揀選讀者或聽眾之減肥進展。以下為與雜誌及電台合作詳情：

「挑戰肥胖大行動」

本集團由二零零一年七月十二日起至二零零一年九月六日止期間在一份雜誌刊登廣告，報道參加者之減肥計劃進展及公佈活動結果。參加者最高減去體重達45磅。

「終極修身之旅2002」

東周刊負責於纖體計劃期內履行以下職責：

1. 預備參加表格及進行有關招募行動之其他行政工作；

2. 編撰刊登在7期雜誌之纖體計劃文稿；

3. 為纖體計劃戶外活動安排場地、背景及保安安排；

4. 物色贊助商為纖體計劃提供獎品；及

5. 安排有關纖體計劃之宣傳工作。

與東週刊合辦之整個宣傳套餐代價為300,000港元。

香港的一家電台負責安排節目環節，招募現場聽眾參與纖體計劃，在纖體計劃之招募階段負責宣傳，該電台由二零零二年三月至二零零二年五月比賽階段安排節目環節報道比賽戰況，於頒獎時，安排節目環節報道比賽之緊張氣氛，公佈所有參加者之比賽結果。整個節目代價為80,000港元。

減肥計劃由記者及公眾人士列席，並由香港執業會計師Dickson Wong C.P.A. Co. Ltd.核證比賽結果。修身堂健康纖體中心邀請執業會計師查核纖體計劃參賽者各自之身

份證名稱及記錄其所減去之體重。由二零零二年三月一日起至二零零二年四月十九日止期間，聯合籌辦之纖體計劃錄得最高及最低減去體重分別為27.3磅及12.2磅。

(3) 廣告及舉辦公關活動

本集團定期為其產品及服務刊登廣告，以及透過代言人在電視、暢銷雜誌及報章，將他們成功控制體重之經歷現身說法。此外，本集團更參與展覽及舉辦公關活動，以提高其產品及服務之知名度。

(4) 與傳媒建立良好關係

本集團，特別是張小姐與香港傳播媒介關係良好，而本集團之代言人及舉辦之宣傳活動均吸引香港各個不同媒體大幅報道。本集團之代言人時常為香港暢銷雜誌之封面人物。

於最後實際可行日期，本集團保健及美容產品之市場推廣小組負責(i)為本集團現有及新產品定價；(ii)挑選分銷本集團保健及美容產品之零售商舖；及(iii)為本集團現有及新產品舉辦及推行宣傳活動。根據本集團客戶及準客戶對其本身需要及／或要求之看法及意見，市場推廣小組將現有產品重新包裝，並推出及宣傳本集團之新產品。

為加強與零售商之溝通及確保彼等對本集團之保健及美容產品有充分瞭解，本集團定期及於推出新產品時為零售商及員工提供產品培訓。為透過標準化之銷售規劃及市場推廣服務，確保給予市場上客戶貫徹之優質形象，本集團聘用一名銷售人員拜訪其零售商之商舖。銷售人員為本集團之全職僱員，每月獲發放酬金。該名銷售人員曾在一家消費產品公司工作八年。該名銷售人員負責就零售商之陳列方式及維持之存貨量給予意見，並為零售商之員工提供培訓，以及收集零售商之意見。

為加強與保健及美容產品客戶之溝通，本集團在其保健及美容產品上附上一張表格，以收集客戶聯絡資料及意見。連同從其纖體中心客戶收集之聯絡資料，本集團會向其客戶寄發有關其保健及美容產品及服務之資料及目錄，以讓彼等知悉本集團最新保健及美容產品及服務，以及特別推廣項目。

**廣告代理商**

在林國華小姐(「林小姐」)之介紹下，修身堂有限公司於二零零一年七月十五日與資源創庫廣告有限公司(「資源創庫」)訂立向本集團提供廣告服務之協議，以在期刊及傳媒雜誌刊登廣告，推廣本集團之保健及美容產品及纖體服務(「專有廣告代理協議」)。資源創庫所提供之服務範圍包括實行媒體計劃及與大眾傳媒(包括印刷傳媒、電視及其他媒體)就廣告安排(即推出廣告之時段及時間)聯繫及磋商之服務，藉以取得更佳效果。本集團管理層認為，透過資源創庫這些專業廣告公司在期刊及傳媒刊登廣告更具成本效益，在人力資源和資源分配方面更為經濟。根據資源創庫向本集團提之資料，董事明白，截至二零零三年三月三十一日止年度，向本集團提供服務所產生之收益約佔資源創庫收益總額約60%，而其餘之40%收益則由資源創庫之其他客戶所帶來。

資源創庫於二零零一年七月四日在香港註冊成立，主要業務為提供廣告服務，其當時之股東及董事為利小嫻小姐(「利小姐」)及林小姐，各持有資源創庫之5,000股股份。林小姐身兼資源創庫及Brilliant Concept之董事。Brilliant Concept為本集團一家附屬公司修身堂健康纖體中心之董事。於二零零一年十二月，利小姐將其於資源創庫之全部股權轉讓予向華勝先生，代價為5,000港元，並辭去資源創庫之董事職務。向華勝先生於同日獲委任為資源創庫之董事。於二零零二年四月，當資源創庫為本集團之廣告代理商時，林小姐再度加盟本集團。鑑於彼亦為資源創庫之股東及董事，為免利益衝突，彼決定向蘇善梅小姐(「蘇小姐」)出售其於資源創庫之全部權益，及辭去董事職務。於二零零二年四月，林小姐將其全部股權轉讓予蘇小姐，代價為5,000港元，並辭去董事職務，蘇小姐則獲委任為資源創庫之董事。向華勝先生自其成為資源創庫之股東及董事以來，從未積極參與資源創庫之業務。

當張小姐從事於娛樂行業時，利小姐為張小姐之私人助理，彼其後由一九九九年十月至二零零零年九月成為崇光之僱員，其後，由二零零一年九月起至最後實際可行日期，彼加盟修身堂健康纖體中心。蘇小姐由向華勝先生介紹予張小姐，並由二零零零年十一月起至二零零二年三月為修身堂有限公司之僱員。除彼等之受僱歷史外、利小姐由一九九九年六月九日至一九九九年九月十日期間以信託方式為向華勝先生於崇光股本中持有500股每股面值1港元之股份及蘇小姐由二零零零年七月十七日至二零零零年八月十七日期間以信託方式為張小姐於修身堂有限公司股本中每股面值1港元之股份中持有4,500股股份及由二零零零年八月十七日至二零零一年五月二十九日期間以信託方式為Super Nike Group Co., Ltd.持有1股股份外，彼等各自為本集團、張小姐、向華勝先生及彼等各自之聯繫人之獨立第三者。

林小姐為本集團主席之行政助理。林小姐負責本集團之整體管理及業務企劃。林小姐持有香港中文大學工商管理學士學位。林小姐曾出任香港、中國及新加坡多家公司之銷售、市場推廣、廣告及管理職位，包括於Unilever擔任產品經理、於F&N Coca-Cola Pte. Ltd.擔任市場推廣經理、於合和食品工業私人有限公司擔任市場推廣經理、於ActMedia Singapore擔任市場推廣人員、於Compass Technology Company Limited擔任市場推廣人員及於Compass Technology Singapore Pte. Ltd.擔任經理。於二零零零年十一月，林小姐加入本集團擔任修身堂有限公司擔任總經理，當時本集團之規模尚小。彼透過張小姐一名朋友介紹予本集團。彼於二零零一年五月離開本集團，並於二零零二年四月再度加入本集團作為本集團主席之行政助理。林小姐於二零零三年九月為進修而離開本集團，本集團目前無意填補其空缺。

本集團於營業記錄期間之廣告開支分析如下：

| | 由二零零零年七月十七日（即為計入合併業績內之本集團首家公司註冊成立日期）起至二零零一年三月三十一日止期間 | 截至二零零二年三月三十一日止年度 | 截至二零零三年三月三十一日止年度 | 截至二零零三年六月三十日止三個月 |
|---|---|---|---|---|
| 本集團之廣告及宣傳開支總額（港元） | 2,397,926 | 2,903,140 | 8,951,532 | 5,777,762 |
| 向資源創庫支付之廣告及宣傳開支 | | | | |
| －償付實際成本（港元） | － | 1,713,079 | 7,955,112 | 5,024,141 |
| －向資源創庫支付之佣金（港元） | － | － | 847,591 | 753,621 |
| 向資源創庫支付之廣告及宣傳開支總額之百分比 | 無 | 59% | 98% | 100% |

附註1：

根據專有廣告代理協議，於委任開始首年，將收取媒體及製作實際成本之1%作為佣金。資源創庫提供此較低之收費旨在吸引本集團與其建立合約關係。資源創庫最後豁免應收本集團之1%佣金作為優惠。服務第二年於二零零二年七月開始，截至二零零二年六月止三個月，資源創庫並無收取任何佣金。截至二零零三年三月止九個月期間之媒體及製作實際成本約為5,650,608港元，因而得出上表所截至二零零三年三月三十一日止年度按15%佣金所收取之約847,591港元。

根據專有廣告代理協議，條款及條件如下：

1. 委任期為五年並可再續期五年；

2. 訂約雙方可發出六十天之通知終止專有廣告代理協議；

3. 專有廣告代理協議終止時，訂約雙方須於三十天內清償所有欠款；

4. 除非本集團要求使用本集團資料、物料及文件進行製作及實施本集團計劃，否則資源創庫須將本集團所有資料、物料及文件絕對保密；及

5. 概無任何情況可阻礙本集團以其名義進行本集團之廣告及宣傳工作。

資源創庫按以下方式收取佣金：

1. 於委任首年期，將按實際媒體及製作成本收取佣金1%；

2. 倘本集團對首年期之服務感到滿意，資源創庫將向實際媒體及製作成本收取本集團佣金15%；及

3. 本集團將獲得由實際接獲外判及媒體發票日期起計九十天之信貸期。

經考慮到，包括資源創庫推出本集團廣告帶來之好處及成效、上述專有廣告代理協議之條款、本公司及董事根據資源創庫收取實際成本，按外間傳媒及製作公司收取之款項所提供之資料及文件，以及資源創庫提供可與市場比較之合理佣金比率，保薦人同意董事之看法，認為與資源創庫訂立之交易，乃在本集團正常及日常業務範圍，按正常商業條款訂立，對股東而言屬公平合理及符合股東之整體利益。

考慮到廣告及推廣之預期開支將繼續增加或維持於一個較高之水平及將成為銷售及分銷開支之主要項目，董事決定終止與資源創庫之代理關係。該預期金額值得本集團以公司內部僱員進行現時由資源創庫進行之活動。代理關係於二零零三年八月一日終止。為使公司內部僱員於終止與資源創庫之關係後接手資源創庫之工作及確保本集團之廣告活動能順利進行，本集團分別於二零零三年六月及二零零三年九月聘請三名市場推廣職員，本集團亦於二零零三年八月成立盛世廣告代理，向本集團提供廣告代理服務。

## 客戶

本集團之客戶包括三家零售商、卓悅化粧品批發中心有限公司、香港一家個人護理產品零售連鎖店、萬寧(購買本集團之保健及美容產品)，以及在纖體中心享用保健及美容服務之客戶。本集團所有保健及美容產品均透過零售商出售。由二零零零年七月十七日(即為計入合併業績內本集團首家公司之註冊成立日期)至二零零一年三月三十一日期間、截至二零零二年三月三十一日止年度及截至二零零三年三月三十一日止年度，本集團售予其兩大客戶(即卓悅化粧品批發中心有限公司及一家香港個人護理產品零售連鎖店)之銷售額，分別相當於本集團營業總額約98.9%、50.5%及18.7%，而最大客戶於同期之銷售額分別相當於本集團之營業總額約52.7%、27.9%及9.5%。截至二零零三年六月三十日止三個月，本集團向其兩名最大客戶卓悅化粧品批發中心有限公司及萬寧之銷售額，相當於本集團營業總額約21.3%，(而期內最大客戶之銷售額則相當於本集團營業總額16.2%)。

於二零零三年四月，本集團推出好得減肚配方，並透過香港兩家零售商卓悅化粧品批發中心有限公司及萬寧進行分銷。於最後實際可行日期，共有超過200家零售商店分銷好得減肚配方。

本集團保健及美容產品之銷售乃按與零售商協定之條款進行。根據與零售商訂立之協議，與三家零售商之主要交易條款可按下表概述：

| 付款期限 | 付款方法 | 佣金安排 | 定價安排 |
|---|---|---|---|
| 45日至90日信貸期 | 支票、滙票或銀行轉賬 | 不適用 | 發票總額減折扣、津貼及回佣 |

本集團管理層亦定期檢討呆壞賬撥備。於確認任何呆賬後，將會特別作出撥備。於營業記錄期間，本集團並無任何壞賬。

本集團纖體中心客戶一般會以現金或信用卡支付本集團之服務及產品。就信用卡付款而言，本集團通常會於交易後一至兩日收取款項。

於營業記錄期間，董事或其各自之聯繫人及據董事所知，持有本公司已發行股本超過5%之股東(於緊隨配售完成後)於卓悅化粧品批發中心有限公司、香港一家個人護理產品零售連鎖店及萬寧概無擁有任何權益。

## 保健及美容產品之採購及保健及美容服務之經營流程

### 保健及美容產品

本集團向Lucky Fresh及Pure Herbs購買保健及美容產品。由二零零零年七月十七日(即為計入合併業績內本集團首家公司之註冊成立日期)起至二零零一年三月三十一日止期間、截至二零零二年三月三十一日止年度、截至二零零三年三月三十一日止年度及截至二零零三年六月三十日止三個月，本集團支付予Lucky Fresh及Pure Herbs之款額，分別約為2,300,000港元、3,100,000港元、3,000,000港元及5,200,000港元，分別相當於本集團銷售成本總額約79.4%、52.0%、31.6%及63.3%。本集團以美元單位之電滙方式向Lucky Fresh及Pure Herbs支付所有採購款項。

於營業記錄期間，董事或其各自之聯繫人及據董事所知，持有本公司已發行股本超過5%之股東(於緊隨配售完成後)，概無擁有Lucky Fresh及Pure Herbs之任何權益。

## 保健及美容服務

下圖闡釋於本集團纖體中心提供之標準控制體重計劃之經營流程：

**前期**

會見纖體顧問，認識控制體重需要，制訂控制體重目標 → 身體狀況評估，包括檢查心肺功能、脂肪含量、血糖、血壓、膽固醇、尿酸或肥胖基因等* → 會見註冊西醫、註冊中醫、營養師及纖體顧問，全面了解身體狀況及飲食習慣 → 由註冊西醫、註冊中醫、營養師及纖體顧問共同制訂一個合適、容易實行、有效而安全之個人控制體重方案

* 詳細身體檢查項目會視個人健康生理狀況而調整

▼

**纖體期**

每星期約見註冊西醫、註冊中醫及營養師纖體及顧問，貼身跟進個案之進展，以確保在最安全之情況下得到最好之減磅效果。按控制體重之進展，提供註冊西醫及註冊中醫之諮詢、中藥調理或針灸、營養師之指導、纖體服務、催眠治療及香薰減肥等。

▼

**完成期**

視乎個人需要，安排註冊西醫、註冊中醫及營養師給予控制體重之建議，以及提供一個月個人營養餐單。

▼

**跟進期**

一個月後，再次約見健美顧問，檢討控制體重之方案。

## 供應商

本集團之保健及美容產品均購自Lucky Fresh及Pure Herbs。Lucky Fresh為本集團之最大供應商。由二零零零年七月十七日(即為計入合併業績內本集團首家公司之註冊成立日期)起至二零零一年三月三十一日止期間、截至二零零二年三月三十一日止年度、截至二零零三年三月三十一日止年度及截至二零零三年六月三十日止三個月，向Lucky Fresh之購貨額相當於本集團之銷售總成本分別為79.4%、52.0%、31.6%及4.7%。本集團於纖體中心所需之所有其他設備乃購自多名供應商，而並無任何單一供應商獨佔優勢。設備供應商將於纖體中心或各供應商指定地點，為本集團員工提供培訓。由二零零零年七月十七日(即為計入合併業績內本集團之首家公司註冊成立日期)起至二零零一年三月三十一日止期間、截至

二零零二年三月三十一日止年度、截至二零零三年三月三十一日止年度及截至二零零三年六月三十日止三個月，購自本集團五大供應商之購貨額，分別相當於本集團之銷售總成本約89.0%、71.5%、60.9%及77.7%。截至二零零一年、二零零二年及二零零三年三月三十一日止年度，本集團之最大供應商為Lucky Fresh，而其餘四大供應商為本集團之獨立第三者。截至二零零三年六月三十日止三個月，最大供應商、Pure Herbs及其餘四大供應商為獨立第三者。截至二零零三年六月三十日止三個月，Lucky Fresh為五大供應商之一。

本集團保健及美容產品乃以賒賬方式購買，而本集團購買纖體中心之設備乃於交付時以支票支付或以租購方式支付。設備及保健及美容產品之購買分別以港元及美元支付。董事確認，Lucky Fresh及Pure Herbs供應產品之定價按正常商業條款，參考市價及考慮到可接受之邊際溢利以公平基準磋商基準達成。

Lucky Fresh於一九九九年在英屬處女群島註冊成立，由其唯一股東及董事Tsai Lex Kienquoc (「Lex」) 創立。據董事所述，Lex在美國及亞洲有龐大的人脈網絡，以及作為尋求以進行原設備製造工程未善用其多餘產能之製造商之經紀。Lucky Fresh專注於採購保健補給品，與世衛或當地GMP標準生產商，以及在東南亞和中國之配方專家建立穩固的聯繫網絡。其依據特定客戶的指示及需要為他們提供度身訂造的食譜。產品配方亦將會改良，以滿足個別人體需要及吸引目標消費者。改良過程包括以下步驟：

1. 本公司將樣本產品送往測試中心，以測試其是否含有對人體有害之成份。

2. 張小姐及本公司職員將會服食該樣本產品，以測試所聲稱之功能及效果，亦會諮詢中醫。

3. 向Lucky Fresh傳達有關配方有效程度及其副作用之綜合測試結果。

4. Lucky Fresh將會修改配方之成份及組合，以達致理想之最終產品。

5. 將會繼續進行第2至4項程序，直至本集團接受最終產品。

Lex為美國公民。彼於一九九六年將個人目標專注於在中國市場尋找貿易商機前，在娛樂及音樂行業有豐富之工作經驗。由一九九七年起，彼於東南亞、中國及美國從事貿易活動。彼已累積逾六年之貿易經驗，並與客戶及製造商建立網絡。Lex是一名商人，在保健及

美容產品範疇並無學歷資格，然而，他透過Lucky Fresh與其他人士合作，該等人士具有所需資歷專才以代表客戶工作或按客戶之指示工作，包括開發及檢討產品配方、審查及控制原設備製造商生產之產品品質。Lucky Fresh所僱用之各方之詳情，於本節「產品及服務」分節中披露。根據Lucky Fresh之估計，董事明白，於營業記錄期間，與本集團進行業務交易所產生之收益佔Lucky Fresh收益總額約20%至40%。

Lex已作出法定聲明，確認(a)由一九九九年六月至一九九九年九月十日期間，崇光股本中500股每股面值1.00港元之股份由范潔蓮小姐為Lucky Fresh以信託方式持有；(b)於一九九九年九月十日，Lucky Fresh將其於崇光500股股份之權益轉讓予張小姐；(c)於一九九九年十一月二十日，崇光與Lucky Fresh訂立一項協議，據此，Lucky Fresh提供保健補給品產品配方之開發採購服務，以及令崇光感到滿意之樣本；(d)於二零零零年七月二十五日，修身堂有限公司及Lucky Fresh訂立一項協議，據此，修身堂有限公司委托Lucky Fresh作為其保健及美容產品之採購代理；(e)於二零零零年七月三十一日，修身堂有限公司、崇光與Lucky Fresh訂立一項約務更替契據，據此，(i)由二零零零年八月一日起，崇光轉讓其根據上文(c)所述協議之全部權益及利益予修身堂有限公司；及(ii)由二零零零年八月一日起，崇光免除及解除根據上文(c)協議之責任；(f)除上文所披露者外，概無任何本公司之董事、行政總裁、主要股東或管理層股東及／或任何彼等各自之聯繫人與Lucky Fresh或Lex本身存有其他過往或現有關係；及(g)Lucky Fresh及其實益擁有人各自獨立於本公司董事、行政總裁、主要股東及管理層股東或兩家GMP合資格藥廠或彼等各自之聯繫人。

范潔蓮小姐（「范小姐」）由張小姐介紹予Lucky Fresh，彼在張小姐從事於娛樂行業時為其個人助理。范小姐與本集團、其關連人士、Lucky Fresh、Lex、向華勝先生或其各自之聯繫人概無關連。范小姐並無參與本集團之業務經營。

Lucky Fresh與Marlborough Resources Limited、Thunder Ride Inc.、Workingfield Group Limited、Value Capital Investment Limited及Diamond Profit Holdings Limited或任何彼等各自之聯繫人概無關連。

保薦人在制定對Lucky Fresh與本集團之交易之看法前，曾對Lex進行訪問，與董事進行討論，亦有審閱本公司及Lucky Fresh提供之資料。儘管本公司或保薦人並未取得Lucky Fresh財務資料之詳情，但保薦人依賴本公司及Lex所作出或提供之資料及陳述之準確性，並

認為其屬真確。基於上述原因，保薦人明白(a)Lucky Fresh之業務範圍並不受英屬處女群島之公司法所限及(b)Lucky Fresh現時正從事專注於滋補品之貿易業務。在此基準下，保薦人認為本集團與Lucky Fresh之交易乃在Lucky Fresh正常及日常業務過程中進行。

鑑於(1)誠如本招股章程「產品及服務」分節所披露，僱用Lucky Fresh進行產品配方及開發之好處以及本集團選取供應商之先決甄選標準被視為對本集團有利；(2)本集團並未收到任何對Lucky Fresh提供之保健及美容產品之品質及功效之投訴；(3)本集團與Lucky Fresh之全部定價磋商乃在公平磋商及按正常商業條款進行；(4)Lucky Fresh向本集團收取之邊際溢利及本集團保健及美容產品業務之邊際毛利合理；及(5)香港零售商之多次採購訂單，保薦人同意董事之看法，認為Lucky Fresh與本集團之交易乃按正常商業條款訂立，屬公平合理及符合股東之整體利益。

就好得減肚配方之採購成本較Lucky Fresh供應之其他保健及美容產品為高而言，保薦人認為本集團與Lucky Fresh之交易乃按正常商業條款進行，原因是(a)由於藥片之不同形式，好得減肚配方之每粒藥片單位成本較Lucky Fresh供應之該等產品為高；(b)不同保健及美容產品之差價完全是董事之商業決定，乃視乎現時市況、產品類型及其他決定；(c)本集團涉及Lucky Fresh提供之產品之產品開發階段，並沒有為本集團產生額外成本；及(d)由Lucky Fresh供應之產品之產品配方擁有權（修身堂「一分鐘淨腸茶」除外），將於履行購買承諾後轉移予本集團。

Pure Herbs為於二零零三年一月在香港註冊成立之公司，由獨立第三者邱美玲小姐（「邱小姐」）獨資擁有，而且與向華勝先生、Lucky Fresh或彼等各自之聯繫人並無關連。邱小姐在一九九六年於英屬哥倫比亞大學取得營養學科學學士學位，為香港之註冊營養師。彼為其中一位向本集團纖體中心提供營養顧問服務之營養學顧問，彼並非本集團之僱員。自成立以來，Pure Herbs並無進行銷售產品好得減肚配方以外之其他業務。儘管邱小姐在營養學有豐富之經驗，彼在中草藥之銷售及分銷方面並無太多經驗。邱小姐就成立業務及向本集團提供樣本及產品配方以進行測試而接觸張小姐。透過本招股章程所述之例行樣本測試過程，以及在諮詢過本集團中醫之後，本集團之管理層對成份之有效性及所應用之適當劑量達成整體看法。本集團亦與萬寧及韋亨行有限公司就彼等對分銷新產品之銷路及興趣之信心進行討論。基於零售分銷商之正面反應，管理層決定推出新產品，而本集團與Pure Herbs於二零零三年四月四日就分銷好得減肚配方訂立總協議。

董事確認，自本集團成立以來，有意與本集團建立業務關係之其他供應商曾接觸彼等。然而，與該等供應商之磋商仍處於初步階段。董事認為，儘管本集團目前依賴Lucky Fresh，一旦Lucky Fresh終止作為本集團之供應商，本集團將有能力羅致新供應商。此外，本集團已物色到另一家製造商製造其保健及美容產品，作為本集團與Lucky Fresh之關係有變之應急準備。

## 競爭及優勢

董事相信，保健及美容業務之市場以本地及跨國保健及美容產品及服務供應者之間之競爭最為熾熱。獨特之品牌定位、品質、功效及價格對消費者選擇互相競爭之產品、服務及品牌具重大影響力。儘管競爭激烈，董事認為本集團已於保健及美容行業中，憑著其較其他保健及美容產品及服務供應者具競爭優勢而確立地位。

董事相信，本集團於香港之保健及美容行業中，具有以下競爭優勢。

- 張小姐能充分掌握以廣告為媒介之市場推廣技巧。本集團成功得到市場認識及能物色知名人士作為本集團代言人且被香港傳媒廣泛報道，這主要是由於張小姐善於利用其與傳媒關係及公眾賞識其演藝事業；

- 其纖體中心透過提供多類纖體服務，糅合由西醫、註冊中醫、營養師、纖體顧問及催眠治療師提供專業意見，滿足客戶之身心需要；

- 市場對「修身堂」商標之高度認同；及

- 註冊中醫因應及在本集團認為適當之情況下，為本集團之保健及美容產品客戶提供免費售後諮詢服務，務求提供盡善盡美之服務。

董事相信，本集團成功(i)推出創新之保健及美容產品及服務，例如在香港市場推出運用中草藥豐胸之意念，並結合中西醫學、營養學及催眠治療之科學結晶以達致美容及控制體重之功效；及(ii)在香港保健及美容界建立獨到之服務及產品。董事相信，本集團之優勢在於其在保健及美容界奠定之市場地位及其在香港已建立之商標「修身堂」。

## 研究及開發

董事認為，即時回應客戶需要，以及緊貼市場趨勢是本集團成功之道。因此，本集團致力透過Lucky Fresh進行新產品及服務之研究及開發，以及提升現有產品及服務質素，以滿足客戶需要。

本集團首次開展業務之時，並無調配任何特定職員，參與在市場上出售之產品之研究及開發過程，而是另聘保健及美容產品供應商Lucky Fresh，進行該等開發過程，包括按照本集團之指示，研製新產品及改良有關配方。張小姐及本集團之職員將服用Lucky Fresh供應之產品樣本，然後向Lucky Fresh提供回應及意見。根據本集團與Lucky Fresh於一九九九年十一月二十日訂立之協議，由Lucky Fresh供應之保健及美容產品之產品配方之擁有權(任何該等產品合共100,000美元(約相等於780,000港元)(「限額」)，將於本集團履行購買承諾時，由Lucky Fresh轉讓予本集團。Lucky Fresh已分別於二零零零年十一月、二零零一年一月、二零零二年一月及二零零三年八月向本集團轉讓修身堂豐胸丸、修身堂修身寶丸、修身堂美膚寶丸及修身堂5日修身料理之產品配方。由於修身堂7日豐胸料理之累計購買額於最後實際可行日期並未達到限額，故此產品之配方擁有權仍屬於Lucky Fresh，但會在購貨額超過限額時轉讓予本集團。

董事確認，修身堂一分鐘淨腸茶(「減肥茶包」)配方之擁有權屬於馬來西亞製造商，而Lucky Fresh於減肥茶包生產中之職責只是作為採購渠道及負責製造商與本集團之間之聯絡。因此，根據於一九九九年十一月二十日訂立之協議，Lucky Fresh無權將減肥茶包之配方擁有權轉讓予本集團。由於董事對該產品之市場潛力感到樂觀，故願意接納此例外之安排，並希望盡快取得該安排。自於二零零二年五月推出減肥茶包以來，直至二零零三年六月三十日止所帶來之累計毛利約為1,600,000港元。

董事確認，彼等將確保未來所有由Lucky Fresh採購、購貨額超過限額之保健及美容產品之配方擁有權將轉讓予本集團，以保障本集團之權益。

## 知識產權

根據張小姐與本公司於二零零三年九月三十日訂立之商標轉讓，張小姐已轉讓若干商標申請及註冊之東主所有權予本公司，代價為10港元，有關詳情載於本招股章程附錄四「有關業務之其他資料」一節「知識產權」一段。

於最後實際可行日期，由張小姐提出之商標註冊申請被香港商標註冊處反對，理由是「修身堂」之有關商標屬描述性、並無與別不同之處及其他商人於日常貿易過程中亦經常使用。

保薦人同意董事之看法，認為一家公司在其商標申請尚待批准或其商標並未於有關機構註冊之情況下進行經營業非不尋常。董事認為透過獨特之包裝及於其香港獨一無二之纖體中心展示該商標，「修身堂」之商標本集團之保健及美容產品及纖體服務有密切關係，其他人不易抄襲本集團之業務模式。董事進一步確認，自本集團之業務開始運作，本集團業未遇到任何贋品或仿製產品之問題。彼等認為，本集團透過香港著名之零售商分銷本集團產品之策略，是有效防止該等不利情況之方法。此外，本集團擁有及將擁有其保健及美容產品(修身堂一分鐘淨腸茶及好得減肚配方除外)之產品配方。該擁有權亦將保障本集團之知識產權。董事進一步認為，本集團透過電視及印刷傳媒之全面宣傳活動及僱用名人擔任本集團之代言人之產品及纖體服務廣告策略，將繼續鞏固本集團清晰及獨特之形象，從而增加本集團之市場佔有率及增強其抵抗假冒之基礎。根據上文所述，保薦人同意董事之看法，認為商標註冊申請尚未完成並不會影響本集團之業務經營。

## 董事、管理層股東及主要股東並無具競爭性之權益

本公司各董事、管理層股東及主要股東已確認，除本集團之業務外，彼等及其各自之聯繫人概無於與或可能與本集團構成競爭之業務中擁有任何權益。