
業 務

概覽

我們是誰

我們透過位於中國各地人流密集的公共場所的各服務網點的機器按摩設備提供按摩服務。根據弗若斯特沙利文的資料，於2022年至2024年的三個連續年度，按交易額計，我們在中國所有機器按摩服務提供商中排名第一，相應年度的市場份額分別為33.9%、37.3%及42.9%。按收入計，於2024年，我們亦於中國機器按摩市場排名第一，市場份額超過50.0%。於2024年12月31日，中國有10,000餘名按摩服務提供商，其中50餘名為機器按摩服務提供商。根據弗若斯特沙利文的資料，按交易額計，2024年中國機器按摩服務市場規模（即人民幣27億元）佔2024年中國整體按摩市場（即人民幣5,362億元）的約0.5%。按交易額及收入計，於2024年，本集團在整體按摩市場的市場份額約為0.2%。我們於2016年推出「樂摩吧」品牌，致力於在商業綜合體、影院、交通樞紐場所（包括機場、高鐵站等）等消費場景為消費者提供機器按摩服務。於最後實際可行日期，我們已為機器按摩服務設立超過48,000個服務網點，投放超過533,000張機器按摩設備，覆蓋中國31個省級行政區及337個城市。我們的服務網點由2022年12月31日的21,727個服務網點擴展至2024年12月31日的45,993個服務網點，CAGR約為45.49%。在消費者覆蓋方面，我們擁有穩固的市場地位，於最後實際可行日期，累計可識別服務消費者總數超過1.74億，註冊會員人數超過4,000萬名。

業 務

我們的業務系統



以機器按摩設備為基礎，整合我們自主研發的物聯網技術與數字化基礎建設，再加上我們的運維團隊支持，我們為消費者提供全套健康休閒服務解決方案，讓消費者能夠享受健康生活。

選擇雙線的經營模式

我們的經營模式主要分為直營模式與合夥人模式。直營模式是我們機器按摩服務的主要經營模式，於最後實際可行日期，約70.4%的服務網點以直營模式運營。直營模式下，我們的內部運營團隊管理服務網點運營，包括服務網點場地選擇、場地協商、服務網點場地裝修以及服務網點的運營與維護。我們還採用合夥人模式，與利用其豐富本地資源和人脈的城市合夥人合作。合夥人模式下，城市合夥人負責服務網點運營，我們則提供全套機器按摩服務解決方案，包括：(i) LMB Links平台的搭建與升級；(ii)「樂摩吧」品牌的打造；(iii)提供全面的服務網點運營與維護指導；(iv)供應機器按摩設備及相關備件；(v)開放設備及其日常運營相關所需的LMB Links平台的使用權限；及(vi)提供客服協助受理消費者相關投訴的服務。截至最後實際可行日期，我們有約29.6%的服務網點以合夥人模式運營。通過明確的職責分工、合作與賦能，我們的

業 務

城市合夥人與我們的業務目標緊密結合，創造互惠互利的增長機會。截至最後實際可行日期，我們已與約95%的城市合夥人建立了超過五年的穩定合作關係。我們相信，系統性的「直營+城市合夥人」雙線並行的經營模式是我們區別於競爭對手的關鍵，使我們能夠有效地擴大在全國的業務覆蓋範圍，同時不斷優化及提升運營效率。

廣泛的場景覆蓋及持續增長的服務網點

我們已實施行之有效的業務擴張策略，系統性地在全國範圍內拓展我們的服務網點。我們的服務網點分佈在多種消費場景，包括商業綜合體、影院、交通樞紐及其他場景。在商業綜合體中，我們將機器按摩服務的服務網點放置在中庭和走廊等開放式經營區域。在影院中，我們將機器按摩墊安裝在影廳內的座椅靠背上，或將機器按摩服務的服務網點放置在影院等候區或售票廳區域。在交通樞紐場景中，我們將機器按摩服務的服務網點放置在機場航站樓或候車廳內。於最後實際可行日期，在我們的服務網點覆蓋方面，我們已實現以下里程碑：(i) 5,318個GFA超過30,000平方米的商業綜合體，約佔中國GFA超過30,000平方米商業綜合體的70.4%；(ii) 904個年票房超過人民幣五百萬元的影院，約佔中國年票房超過人民幣五百萬元的影院的35.0%；及(iii) 24個年人流量超過一千萬的機場，約佔中國年人流量超過一千萬的機場的60.0%。

我們的機器按摩空間設計適配多樣化場景。在空間設計方面，我們以品牌色橙色和品牌IP「樂樂貓」為核心視覺元素，同時融入了具有地域特色或場景設計特徵的差異化設計，以彰顯每個點位的特點。在技術方面，我們的機器按摩空間通過第三方雲服務連接至我們的數字平台LMB Links，實現遠程監控整個服務網點運營情況。透過針對不同的消費場景定制化設計，我們旨在打造集具私密性、功能性與美學設計為一體的按摩環境，為消費者提供阻隔日常生活的喧囂的沉浸式休憩體驗。

業 務

我們的數字化運營平台：LMB Links

我們的數字化能力為我們的全國運營提供了支持。自2016年推出「樂摩吧」品牌以來，我們一直堅持對自主開發的數字化運營平台LMB Links進行投資。利用LMB Links的數字化功能，我們成功建立了一個連接全國服務網點的數字化運營管理平台。LMB Links覆蓋了我們業務運營的方方面面，包括但不限於服務網點建立、定價與收入對賬、運營與維護、營銷推廣、供應鏈管理、數據處理及業務表現分析。詳情如下：

- **服務網點經營情況管理：**我們的每台機器按摩設備均配備通訊技術，通過由中國大陸第三方雲端服務提供商經營的雲端連接到我們的LMB Links，使我們能夠實時監測設備運行狀態及服務網點表現，掌握其經營數據，協助公司經營決策的制定。
- **機器按摩服務優化：**我們透過LMB Links收集、分析訂單信息及消費者反饋，了解用戶需求及把握市場趨勢，以促進我們優化服務網點設置及服務、提升消費者滿意度以及消費者黏性。
- **按摩設備的運維管理：**LMB Links支持實時設備故障診斷、遠程升級、備件管理，以及監控運維的執行情況。數字化的運維能力可以提高點位的運維效率，優化設備使用並降低運維成本以確保設備和服務網點始終維持良好運轉。

我們的成就



註1：截至最後實際可行日期

註2：截至2024年12月31日止年度消費者為機器按摩服務所支付的金額（不扣除任何成本和費用）

業 務

我們於往績記錄期間內持續發展，我們截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年8月31日止八個月的總收入分別達到人民幣330.15百萬元、人民幣586.84百萬元、人民幣797.99百萬元、人民幣554.25百萬元及人民幣630.73百萬元，同比／同期增速分別為77.75%、35.98%及13.80%。

我們的競爭優勢

我們已在中國機器按摩服務行業建立起覆蓋全國的多消費場景服務網點，具有穩定的市場份額

- **成熟的市場份額：**根據弗若斯特沙利文的資料，由2022年至2024年，我們已連續三年按交易額計行業排名第一，分別佔33.9%、37.3%及42.9%。尤其是，2023年，我們的市場份額為37.3%，是行業第二名的兩倍。
- **持續增長的服務網點：**服務網點增加了我們的品牌曝光度，有助於規模效應形成。同時，依託數字化的運營網絡，我們能夠實現對全國範圍內的服務網點進行實時、有效監控及管理，以保證每個服務網點服務質量穩定，並根據運營數據反饋結果合理調配資源，不斷改善及優化服務網點佈置。
- **多元化的消費場景覆蓋：**我們每年穩步擴大消費場景的覆蓋範圍。我們在商業綜合體、影院及交通樞紐等各種場景中已確立穩固市場地位。我們多元化的消費場景覆蓋使消費者輕鬆享受到機器按摩服務。同時，我們將消費者體驗、獲取新消費者和現有消費者的複購放在首位，所有這些都可以提高消費者的忠誠度，並增強我們的品牌知名度和影響力。

多年經驗積累建設出的LMB links平台是規模化服務網點運營及設備高效運維的基礎

我們自成立以來始終致力於數字化運營。截至最後實際可行日期，我們累計可識別服務消費者人數已超過1.74億，並完成了超過4.45億筆交易，自2024年1月1日起及直至最後實際可行日期日均交易量為22萬筆。在高峰時段，LMB links能夠支持全國範圍內同時為50萬名消費者提供機器按摩設備的服務。系統還能夠接收高達2,000 TPS的數據量。

憑藉我們的規模及我們的數字化技術實力，LMB Links能多維度捕捉大量訂單資料，包括交易次數、地點、時間及消費模式等。同時，我們亦將我們通過消費者調研取得的數據上傳至我們的LMB Links。我們利用我們的數據算法分析這些資料來指導營銷策略的制定及服務內容的優化，以提升消費者滿意度、增強用戶黏性。我們亦通

業 務

過LMB Links來實時監測運營資料並作定期分析，以管理服務網點、優化網點配置及制定經營目標，來實現持續的、卓越的運營。此外，LMB Links系統亦助力我們的數字化運維管理。我們通過LMB Links對全國範圍內的設備進行故障診斷、遠程升級及統一的備件調配。這使我們能夠有效控制運維成本，提高設備運維效率。

致力於打造機器按摩服務，促進消費者選擇偏好的形成

我們首創「機器按摩空間」，旨在為消費者帶來更好的按摩服務體驗。我們推出了「機器按摩空間」概念，機器按摩空間是針對不同消費情境，集機器按摩設備提供的定制化按摩服務與放鬆休閒體驗場景打造於一體的機器按摩專區。

我們基於以下三方面來制定服務：

- 我們會邀請體驗官以消費者角度從視覺與入座的體驗方面是否感知到具備私密性、空間感及按摩休閒放鬆的舒適性作為開發的判斷依據。彼等的反饋意見對我們改善機器按摩服務及整體用戶體驗至關重要。
- 我們覆蓋於31個省級行政區域的服務網點使消費者能夠在商業綜合體、影院及交通樞紐等多個地點便捷地獲得機器按摩服務。該網絡不僅拓展了我們的服務覆蓋範圍，亦確保客戶可以根據其日常生活動線及偏好的消費場景，無縫暢享便捷服務體驗。
- 我們會通過我們的數字化技術收集並分析各種消費場景的訂單信息和消費者的使用情況，以便洞察消費者的選擇偏好。基於分析結果，我們致力於優化我們的定制化按摩服務程序或附加功能的配置，以便更好地滿足個體消費者的需求及使用習慣。如：我們會考慮在一些按摩設備配備健康檢測功能，運用數字分析得出脈搏、心率、血氧、血壓、血管硬化程度和HRV（心率變異性）的情況，從而能夠調整按摩模式或推薦適配方案。

業 務

「直營模式+合夥人模式」共生，「線上+線下」模式互補

我們採取「直營模式+合夥人模式」的運營模式，並通過線上及線下渠道細分服務，以增強消費者的觸角及黏性。我們採取有針對性的方法，發揮本公司及城市合夥人的優勢，並考慮不同地區及消費場景的特點，選擇最適合提供機器按摩服務的業務模式。

除了提供線下機器按摩服務外，我們亦主要通過抖音及樂摩吧微信小程序從事按摩禮券的線上銷售，消費者可根據需求主動購買，並在線下服務網點掃碼使用。我們相信，線上業務佈局有助於為線下業務引流，提升我們在健康產業的品牌形象，豐富我們的業務構成，為我們的線下機器按摩服務持續賦能。

專業且行業經驗豐富的管理層

我們的主要管理者韓道虎先生與謝忠惠先生擁有豐富的行業經驗和深刻的洞見。謝先生於2016年7月加入本集團，自2016年12月起擔任執行董事，並自2017年12月起擔任首席執行官。謝先生在企業領導和創業方面擁有超過20年的相關經驗。韓先生於2017年5月加入本集團，擔任本公司主要股東及業務合夥人。韓先生在業務管理、企業領導和創業方面擁有30多年的相關經驗。有關詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層」一節。

我們由擁有豐富行業經驗和洞察力的資深管理團隊帶領，他們在大健康、管理、互聯網和科技公司等方面平均具有10年以上的相關背景，能在提供服務方面帶來廣博的見識和專業知識。有關詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層」一節。

我們努力為管理層和僱員提供培訓和晉升機會，以增強歸屬感和工作奉獻精神。我們的培訓計劃涵蓋各個方面，以提高管理層和僱員的績效。我們通過綜合評估（包括工作業績、培訓和評估結果、誠信品德和工作態度）來識別和提拔優秀僱員，並繼續為合適的候選人提供晉升機會。

業 務

我們的業務戰略

進一步擴大我們的服務網點

作為機器按摩服務行業的主要市場參與者（按交易額計），本集團計劃繼續擴大在中國及海外的服務網點，以獲取更廣泛的消費者基礎並深化我們業務運營的市場滲透率。

首先，我們將繼續擴大目前我們已確立穩固市場地位的消費場景（包括商業綜合體、影院及機場）中服務網點的滲透率。憑藉我們在該等消費場景已建立的佈局優勢，我們相信，場地方會基於已與我們建立的業務關係以及我們已經確立的聲譽，願意深化與我們的合作。考慮到(i)預計將有新商業綜合體及影院開業；(ii)預計在現有商業綜合體、影院及機場分配更多空間用於機器按摩服務，我們認為我們在商業綜合體、影院及機場的服務網點覆蓋範圍仍有擴展空間。這一戰略擴張將使我們的服務更容易被更廣泛的客戶所接受，並提高我們的市場滲透率。

此外，我們還打算發展在交通服務和休息區、辦公樓及電子競技場所等更多消費場景中設立新服務網點的機會。鑒於這些消費場景的消費者流量較大，我們的董事認為，對機器按摩服務有足夠的需求，尤其是潛在消費者在這些場景中經常需要最大化利用閒散時間。我們相信，我們的機器按摩服務能夠滿足這些潛在消費者的需求，他們可在多個場地輕鬆獲取服務。於最後實際可行日期，我們在有關其他消費場景中已設立了少量服務網點，用於初步試點營運。根據自該等試點服務網點收集的業務表現、經營數據以及場地使用條款等資料，我們預計日後將在該等消費場景大規模發展業務。

憑藉我們在中國市場的成功經驗，我們計劃在海外市場尋找更多機會，以鞏固我們的消費者基礎，實現更可持續的發展。特別是，我們注意到亞洲市場對機器按摩服務有潛在需求。根據弗若斯特沙利文報告，東南亞（譬如泰國）等亞洲國家和地區按摩行業的收入將錄得穩定增長，機器按摩設備的普及化趨勢將越來越強。在東南亞，尤其是泰國，消費者對按摩行業的認知度很高，使其成為當地大健康市場中成長最快、最成熟的領域之一。隨著東南亞各國經濟快速發展、消費者購買力提升及對健康管理需求的不斷增加，按摩行業增長顯著。就市場規模而言，東南亞按摩市場由2019年的約250百萬美元增長至2023年的逾300百萬美元，並預計2028年將進一步增長至逾500

業 務

百萬美元，2024年至2028年的CAGR為13.6%。從市場細分來看，機器按摩設備的日益普及，加上購物中心、影院及公共交通工具等基礎設施的快速發展，將為機器按摩服務的增長創造巨大機會。鑒於該等潛在市場機會，我們計劃在該等海外地區設立服務網點。

憑藉我們在中國市場開發及擴張服務網點的經驗，我們將物色到具有機器按摩服務充足需求及發展潛力、充裕的人流量及合適消費場景的海外區域以設立服務網點。我們或會視乎當地市場動態、消費者需求、合適的消費場景條件，在不同的海外地區採取不同的發展策略。例如，對於機器按摩服務市場仍處於早期孵化階段的海外地區，我們可與已在當地建立及運營機器按摩服務服務網點的現有市場參與者合作及工作。我們亦可考慮在海外市場採用合夥人模式，向具備當地資源優勢的當地實體提供全套機器按摩服務解決方案，據此，我們亦可(i)將按摩設備的所有權轉讓予城市合夥人，並在一定固定期限內向該城市合夥人免費提供全套機器按摩服務解決方案，然後根據海外服務網點產生的交易額收取服務費；及(ii)倘彼等達到指定績效目標（例如部署的按摩設備數量），則向城市合夥人授予在海外地區一段固定期間的獨家權利。

繼續迭代和提升我們的技術，提高服務質量和運營效率

機器按摩服務所涉及的按摩技術及方案和LMB Links均是我們順利開展業務的最重要組成部分，因此我們計劃加大研發投入，在(i)數字化機器按摩技術和系統化解決方案；及(ii) LMB Links軟硬件升級方面不斷迭代和提升相關技術，以提高我們的系統兼容性和運營效率。

首先，我們將不斷加強數字化機器按摩技術和系統化解決方案的研發工作。例如，我們將致力升級我們的按摩設備並引入更多定制功能（例如調整按摩位置以適應不同體型的技術）。另外，我們將投入資源研究市面上其他成熟的技術在機器按摩服務方面的應用，為消費者提供更全面的健康服務。

業 務

另外，我們還計劃持續升級優化LMB Links硬件和軟件，以在戰略上與我們的服務網點擴張計劃保持一致。有關硬件相關技術，我們會持續著重基礎設施升級和模塊功能完善。通過有關升級，我們計劃根據不同地區的要求完善機器按摩設備與LMB Links的無縫連接，實現更高效的遠程控制、狀態監控及支付功能。該等軟硬件升級不僅可以提高運營效率，亦有助我們未來適應機器按摩服務的擴張計劃。

通過上述按摩技術和軟硬件的開發和升級，我們相信可提升服務質量並提高運營效率。

提升品牌知名度和曝光度

為了緊跟市場發展並保持在業內的穩固地位，我們認為不斷提升品牌知名度和曝光度至關重要。因此，我們計劃通過各種方式加強品牌提升和營銷活動。

首先，我們打算深入開展新媒體平台的定向營銷投放，提高品牌曝光度和知名度。我們可以通過線上方式觸達大量消費者。憑藉成熟的數字化運營能力，我們可以更準確地去加強定向營銷推廣策略。這使我們能夠通過適當的營銷渠道和內容有效地與新客戶和潛在消費者建立聯繫。我們利用微信、抖音、美团、快手和小紅書等社交媒體進行線上推廣營銷，持續宣傳我們的品牌和產品，以吸引更多消費者主動到我們的服務網點消費。我們打算與這些社交媒體平台合作，以進一步擴大消費者覆蓋範圍。例如，我們已加入包括抖音及快手在內的各種社交媒體上的「本地生活」平台，以擴大我們在中國不同地區的本地消費者覆蓋範圍。我們一直在製作宣傳材料，包括在各種社交媒體平台上展示的短視頻和海報，以突出我們機器按摩服務的特色和折扣優惠或促銷套餐。我們還將繼續開發有針對性的線下營銷推廣材料及策略。

此外，我們計劃通過實現融入更多元素，融合獨具魅力的本地元素，增強品牌的視覺凝聚力的目標來升級優化我們服務網點的設計及形象。我們認為，通過建立我們服務網點設計及形象方面的功能性及情感性，可提升消費者參與度，並加強消費者認可度、感知及評價。根據本集團直接及我們聘請的第三方研究機構定期調查的結果所得出的見解以及LMB Links產生的訂單資料分析，我們的目標是通過改善服務網點的

業 務

外觀設計和標識曝光，提升我們的品牌形象。隨著中國目標消費者的消費能力不斷提高，他們對所使用的產品及服務的設計及美感要求也越來越高。因此，我們希望升級優化部分服務網點的設計裝修，以提升消費者的整體體驗，體現我們為消費者提供優質按摩服務的堅定承諾。在升級服務網點時，我們將特別注重私密、美觀和舒適度。

業務發展戰略合作，探索新商機，發揮協同效應

憑藉LMB Links和技術以及在大健康產業的經驗，我們不斷探索新商機，為消費者提供便捷的健康生活方式解決方案。

憑藉我們多年開發機器按摩技術積累的經驗和專業知識，我們不斷探索引入更多先進健康產品、服務和解決方案的可能性。例如，我們將探索睡眠健康領域的潛在新洞察及解決方案的可能性。雖然我們專注於依賴自己內部研發團隊開發更多產品，但我們不排除與其他現有市場參與者或學術機構進行戰略合作以共同開發更先進的健康產品應用技術的可能性。於最後實際可行日期，尚未就此制定任何具體計劃，亦未就此確定目標合作夥伴。我們亦有興趣開發高適配性的設計與技術，以應用於多元健康產品組合。當我們發現任何合適的市場機會時，我們將開發和引入更多健康生活服務及產品，為消費者打造貼心健康生活服務。

我們認為，健康產業的任何額外的健康生活產品／服務不僅能為本集團帶來新的收入來源，還能與我們在機器按摩服務的現有業務運營產生協同效應。通過業務分部之間的資源整合和聯合品牌效應，我們認為我們可拓寬本集團所提供的服務及產品範圍以及業務聯繫，從而通過提供更全面的健康解決方案，增強我們成為希望享受健康生活方式的消費者的首選品牌的願景。

業 務

我們的業務模式

我們以直營模式及合夥人模式為消費者提供機器按摩服務。在直營模式下，我們負責服務網點運營的整個流程，直接自消費者獲得收入。在合夥人模式下，城市合夥人負責服務網點的運營，而我們提供全套機器按摩服務解決方案。在合夥人模式下，根據我們的服務協議自城市合夥人賺取服務費。於最後實際可行日期，我們已在全國建立超過48,000個服務網點，並投放超過533,000台機器按摩設備。其中，約70.4%以直營模式運營，餘下則以合夥人模式運營。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的收入主要來自以下各項：

- 機器按摩服務；及
- 其他，主要包括(i)家用按摩設備和按摩小件的線上銷售；(ii)數字廣告服務；及(iii)向城市合夥人銷售機器按摩設備。

下表載列我們於往績記錄期間按業務分部劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至8月31日止八個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元 (未經審計)	%	人民幣千元	%
機器按摩服務										
直營模式	245,166	74.26	472,125	80.45	668,750	83.80	466,646	84.19	526,579	83.49
合夥人模式	70,963	21.49	95,580	16.29	114,176	14.31	78,304	14.13	87,789	13.92
小計	<u>316,129</u>	<u>95.75</u>	<u>567,705</u>	<u>96.74</u>	<u>782,926</u>	<u>98.11</u>	<u>544,950</u>	<u>98.32</u>	<u>614,368</u>	<u>97.41</u>
其他	14,025	4.25	19,131	3.26	15,065	1.89	9,304	1.68	16,364	2.59
總計	<u>330,154</u>	<u>100.00</u>	<u>586,836</u>	<u>100.00</u>	<u>797,991</u>	<u>100.00</u>	<u>554,254</u>	<u>100.00</u>	<u>630,732</u>	<u>100.00</u>

業 務

下表載列於往績記錄期間按業務分部劃分的毛利率明細：

	截至12月31日止年度			截至8月31日止八個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	%	%	%	% (未經審計)	%
機器按摩服務					
按經營模式劃分					
直營模式	12.37	34.46	29.87	35.75	30.38
合夥人模式	67.15	76.10	73.00	74.52	74.00
按地理位置劃分					
一線城市	28.85	46.89	46.23	48.54	47.62
新一線城市	29.31	42.05	39.01	43.54	38.43
二線城市	20.85	37.65	27.97	34.09	30.17
其他 ⁽¹⁾	21.06	40.53	32.81	40.18	32.12
小計	24.66	41.47	36.16	41.32	36.61
其他	52.52	51.20	31.36	29.75	35.46
總計	25.85	41.79	36.07	41.12	36.58

附註：

- (1) 其他包括除一線城市、新一線城市及二線城市以外的城市，如烏魯木齊、銀川、西寧、呼和浩特、鹽城、揚州、宜昌、唐山、襄陽和揭陽。

儘管我們於往績記錄期間在合夥人模式下錄得較高的毛利率，直營模式更有利於在全國建立統一的品牌形象、促進機器按摩服務的標準化及支持我們業務的穩健經營。此外，由於若干主要場地方對機器按摩服務提供商有資質及規模要求，直營模式令我們能更好地觸及該等地點。然而，我們將繼續根據各場地的實際情況採取合適的商業模式。

業 務

我們的業務分部

機器按摩服務

我們的機器按摩服務主要是通過我們服務網點的機器按摩設備提供按摩服務。我們戰略性地將機器按摩服務設置在高消費者流量的場景，如商業綜合體、影院、交通樞紐場所（包括機場及高鐵站）。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年8月31日止八個月，我們來自機器按摩服務的收入分別為人民幣316.13百萬元、人民幣567.71百萬元、人民幣782.93百萬元、人民幣544.95百萬元及人民幣614.37百萬元，佔同年／同期總收入的95.75%、96.74%、98.11%、98.32%及97.41%。

於往績記錄期間的中國主要經營數據載列如下：

	2022年	2023年	2024年	截至2024年 8月31日 止八個月	截至2025年 8月31日 止八個月
年末／期末按摩設備數量	167,066	257,815	490,564	393,921	536,404
— 按摩椅	66,653	81,749	94,163	91,598	100,178
— 按摩墊	100,413	176,066	396,401	302,323	436,226
年末／期末服務網點數量	21,727	32,141	45,993	41,512	49,413
消費者平均復購率 ⁽¹⁾	32.43%	36.87%	39.86%	32.78%	33.42%
每台按摩設備的日均交易量 ⁽²⁾					
按消費場景劃分					
商業綜合體	1.95	3.29	2.76	3.60	3.52
影院	0.17	0.30	0.18	0.15	0.11
機場	1.98	5.19	3.60	4.47	5.41
高鐵站	2.21	4.78	2.54	2.48	3.05
其他	0.80	1.19	1.14	2.33	2.60
每台按摩設備的日均總交易量	1.42	2.95	2.04	2.61	2.94
每筆消費訂單的平均按摩費 ⁽³⁾	人民幣 12.28元	人民幣 14.01元	人民幣 14.69元	人民幣 14.68元	人民幣 14.41元
按摩設備的平均剩餘使用壽命 ⁽⁴⁾ ...	0.89年	1.78年	1.30年	1.45年	0.91年
交易總額 ⁽⁵⁾	人民幣 555.56 百萬元	人民幣 909.75 百萬元	人民幣 1,162.20 百萬元	人民幣 814.33 百萬元	人民幣 874.65 百萬元

業 務

每台按摩設備的日均交易量由2023年的2.95筆減少至2024年的2.04筆，原因是於2024年12月31日的按摩設備數量較於2023年12月31日的按摩設備數量大幅增加約90%，導致每台按摩設備的交易筆數被攤薄及新安裝的設備在達到正常利用率水平前需要經歷爬坡期。

每台按摩設備的日均交易量下降現象在影院中尤為突出，影院中大部分按摩設備是投放於影院各影廳內的按摩墊。根據弗若斯特沙利文的資料，考慮到消費場景的性質以及將按摩墊投放於影院的影廳內所需的成本及空間相比其他消費場景（如商業綜合體及交通樞紐等）更少，在影院內可較其他消費場景更容易實現機器按摩服務的規模擴張。與該市場情況一致，本集團的按摩墊數量(i)由2023年12月31日的176,066件增加至2024年12月31日的396,401件；及(ii)由2024年8月31日的302,323件增加至2025年8月31日的436,226件。按摩墊數量的大幅增加導致每台按摩設備的交易筆數被大幅攤薄以及新安裝的按摩墊需要經歷爬坡期，但投放於影院的按摩設備錄得的收入隨按摩設備數量的增加而增加。

為在日後業務擴張過程中提升及改善每台按摩設備的日均交易量，本集團計劃根據不斷變化的市場狀況加強線上營銷活動，包括在微信、抖音、微博、小紅書、美團、快手等多個社交媒體發起更多宣傳活動，以觸達更多潛在消費者及壯大我們的客群。

- (1) 計算方法：年內或期內回頭客人數除以年內／期內的付費消費者總數。我們依據消費者識別編號識別並統計連續兩年每年／兩個期間每期間至少下單一次的消費者人數，作為第二年／第二個期間的回頭客人數。然後，我們依據消費者識別編號計算第二年／第二個期間至少下單一次的消費者總數，作為該年度／期間的付費消費者總數。前述消費者識別編號乃根據消費者的電話號碼生成，若消費者拒絕提供電話號碼，則根據其微信或支付寶賬號等生成。
- (2) 計算方法：年內或期內所有按摩設備的總訂單數除以年內或期內所有按摩設備的總訂單天數除以年內／期內按摩設備年初／期初及年末／期末結餘的平均數。
- (3) 計算方法：年度總交易額除以年度總訂單數。
- (4) 計算方法：按摩設備剩餘總使用壽命（即預期使用壽命減已使用壽命）除以折舊的按摩設備台數。
- (5) 收入是通過從交易總額中扣除(i)直營模式下的增值稅；及(ii)合夥人模式下，城市合夥人有權收取的部分交易額所得出。有關我們在合夥人模式下所得收入的詳情，請參閱「業務－我們的業務分部－機器按摩服務－直營模式及合夥人模式－合夥人模式」。

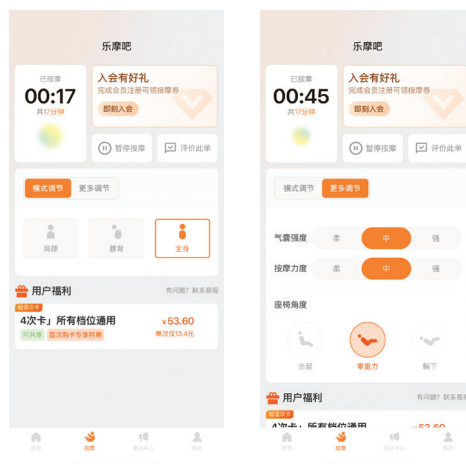
業 務

通過掃描機器按摩設備（包括按摩椅及按摩墊）上的二維碼，消費者可訪問我們「樂摩吧」小程序以啟動定制其機器按摩服務。我們的小程序旨在滿足不同消費者的需求，提供多種調整選項，以確保定制化及舒適的體驗。在開始按摩之前，按摩椅會執行自動肩高檢測。按摩機芯從預設的起始位置向上移動，在檢測到消費者的肩部信號時，系統會判斷檢測到的位置是否在預設的正常範圍內。如果是，則該位置被識別為消費者的實際肩高。根據檢測到的肩部高度，按摩設備會相應地調整按摩路徑，為不同消費者提供更精確的按摩體驗。此外，消費者還可以根據個人喜好和需求調整按摩服務。主要調整功能包括：(i)時間選擇：消費者可預先選擇按摩服務的持續時間（例如15分鐘、20分鐘及30分鐘）。



(ii)模式選擇：消費者可通過「樂摩吧」小程序選擇三種不同的按摩模式－肩頸按摩模式、腰部按摩模式及全身按摩模式；(iii)氣囊強度調整：消費者可根據個人喜好選擇三個等級的氣囊強度，即強、中及柔；(iv)按摩力度調整：消費者可根據其舒適程度靈活調整按摩力度，分為強、中及柔三個等級；及(v)坐姿調整：消費者可從三種配置（坐起、零重力或躺下）中進行選擇，自定義坐姿。該等全面的功能突顯我們致力提供以消費者為導向的按摩解決方案，提升整體消費者滿意度及參與度。

業 務



直營模式及合夥人模式

於最後實際可行日期，直營模式是我們的主要經營模式，約70.4%的服務網點以直營模式運營。在積極擴大我們直營服務網點的同時，我們亦維持強大的城市合夥人網絡，利用其在本地資源方面的優勢實現持續增長。我們通常在以下場所或地區優先選擇直營模式：(i)全國連鎖商業場所、機場及其他大型公共場所，該等場所通常對機器按摩服務提供商的規模及資質有較高要求；(ii)需要有系統的跨區域協調能力的場所，如某些影院；及(iii)市場競爭相對激烈且需要集中集團資源進行營銷及營運的地區。對於其他大多數場所或區域，我們會根據該區域和場所的特點，以及潛在城市合夥人的運營能力來確定合適的業務模式。

憑藉多年積累的業務經驗，我們已制定清晰可靠的戰略，以針對不同區域選擇合適的經營模式。我們計劃維持目前的地理位置策略以釐定經營模式（即直營模式及合夥人模式）。未來，我們將持續提高直營模式下我們於任何地理位置的服務網點滲透率。同時，我們將繼續在多年來採用合夥人模式的地區（如湖北省、湖南省、河北省、北京市、重慶市等地）發展並維持與城市合夥人的合作關係。然而，我們無意於近期主動在中國其他地區引入合夥人模式。我們在城市合夥人選擇、業務指導、支持及後期運營維護等方面建立系統化流程。憑藉多年的運營經驗，我們制定了一系列內部政策及法規，以確保我們城市合夥人選擇及管理流程的順利進行。在選擇城市合夥人時，我們

業 務

主要考慮合夥人是否認同我們的共創模式、是否擁有渠道資源，以及是否具備長期運營的財務與管理能力。在合作過程中，我們透過一系列培訓項目及教學手冊，為其日常運作提供指導。此外，我們對城市合夥人進行持續及定期的運營監督。我們監控其日常業務表現，並進行年度評估。

下列為直營模式及合夥人模式的重大方面的概要：

方面	直營模式	合夥人模式
責任方	我們負責服務網點運營。	城市合夥人負責服務網點運營，同時我們提供全套機器按摩服務解決方案。
費用結算.	消費者支付的所有費用將由我們通過外部電子支付平台收取。	對於消費者不使用預付卡或套餐的交易，城市合夥人將直接通過外部電子支付平台收取款項。我們與城市合夥人及外部電子支付平台訂立服務費收取安排，據此，外部電子支付平台將根據我們與城市合夥人在服務費收取協議中規定的服務費率轉賬我們應得的款項。因此，我們將根據各服務網點產生的交易額及我們與城市合夥人協定的服務費率，通過外部電子支付平台向其收取服務費。我們與城市合夥人將於每月結算過程中審閱及調整轉賬金額。
		對於使用預付卡或套餐的消費者，我們將最先直接收取款項。款項將在每月結算過程中根據實際使用量支付予城市合夥人。

業 務

方面	直營模式	合夥人模式
收入確認....	收入於服務網點向消費者提供機器按摩服務時確認。	收入於我們向城市合夥人提供全套機器按摩服務解決方案相關的服務時確認。
人身傷害 責任	我們承擔人身傷害責任	作為一般原則，城市合夥人應對因其提供的服務所引起的任何糾紛或責任負責，而我們僅對因我們提供的按摩設備的缺陷所造成的人身傷害承擔責任。(因城市合夥人的行為而產生的產品責任除外。)倘我們因城市合夥人的原因受到索賠，我們保留向相關城市合夥人尋求賠償的權利。
主要成本的 責任方....	我們負責直營模式下產生的所有費用。	城市合夥人負責支付服務網點的場地使用費以及運營與維護成本，而我們承擔提供全套機器按摩服務解決方案的成本。
所有權	我們保留機器按摩設備、LMB Links及我們的標誌等所有相關知識產權的所有權。	

下表載列於往績記錄期間按經營模式劃分的機器按摩服務的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至8月31日止八個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
直營模式	245,166	77.55	472,125	83.16	668,750	85.42	466,646	85.63	526,579	85.71
合夥人模式	70,963	22.45	95,580	16.84	114,176	14.58	78,304	14.37	87,789	14.29
總計	<u>316,129</u>	<u>100.00</u>	<u>567,705</u>	<u>100.00</u>	<u>782,926</u>	<u>100.00</u>	<u>544,950</u>	<u>100.00</u>	<u>614,386</u>	<u>100.00</u>

業 務

下表載列於往績記錄期間按經營模式劃分的機器按摩服務的消費訂單數量明細：

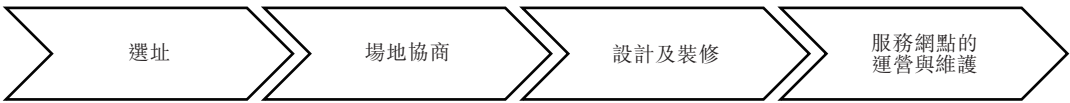
	截至12月31日止年度						截至8月31日止八個月	
	2022年		2023年		2024年		2025年	
	%		%		%		%	
直營模式	18,928,706	45.83	32,106,243	52.40	44,787,722	57.71	35,627,484	60.72
合夥人模式	22,373,386	54.17	29,161,528	47.60	32,825,353	42.29	23,050,061	39.28
總計	<u>41,302,092</u>	<u>100.00</u>	<u>61,267,771</u>	<u>100.00</u>	<u>77,613,075</u>	<u>100.00</u>	<u>58,677,545</u>	<u>100.00</u>

下表載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期中國按經營模式劃分的機器按摩服務的服務網點覆蓋範圍明細：

	於12月31日						於8月31日		於最後實際可行日期	
	2022年		2023年		2024年		2025年			
		%		%		%		%		%
直營模式.....	11,364	52.30	20,038	62.34	32,237	70.09	35,178	71.19	34,051	70.40
合夥人模式.....	10,363	47.70	12,103	37.66	13,756	29.91	14,235	28.81	14,320	29.60
總計	21,727	100.00	32,141	100.00	45,993	100.00	49,413	100.00	48,371	100.00

直營模式

以下為直營模式下設立及運營服務網點的主要步驟：



1. 選址。憑藉我們的LMB Links支持的數字化運營，我們會先根據我們的過往運營經驗積累及公開信息檢索來預先選定我們擬開拓的服務網點場地目標。我們還將通過業務推薦、公開信息及其他可能的渠道（如招標邀請）捕捉潛在的選址機會。我們的業務團隊整合這些信息，並進行內部篩選，找出合適的場地。選定目標服務網點場地後，我們會對該等目標進行實地調研，調研內容包括人流量、租金水平、競爭格局及消費者偏好等。

業 務

2. 場地協商。調研完畢後，我們會根據調研結果評判是否開拓該服務網點場地。如經評估決定開拓該服務網點場地則制定相應的服務網點場地開拓計劃，並展開商業談判。對於一些全國聞名的連鎖大型商業綜合體、影院等，我們會通過簽署框架協議的形式同其達成戰略合作，以獲得渠道優勢。

場地方與本集團訂立的場地使用協議的主要內容概述如下：

協議期限： 一般而言，三個月至一年（商業綜合體）一至三年（影院）一至五年（機場和高鐵站）。

使用範圍： 我們獲准在場地方所擁有場地內的指定位置放置和運營我們的機器按摩設備，並且未經場地方同意，我們不得將指定位置用作其他用途。

我們負責服務網點的設計和裝修、按摩設備的運輸和安裝以及服務網點的日常運營與維護，並應承擔所有相關費用。

在我們開始運營之前，場地方將對我們的服務網點進行檢查。

場地使用費及結算： 我們應一次性、按月、按季度或按年向場地方支付每個服務網點的定額和／或可變場地使用費和管理費。可變場地使用費一般參考以下因素計算：(i) 服務網點放置的按摩設備的數量；(ii) 服務網點的GFA；及／或(iii) 服務網點產生的交易額。

我們通常還需要為每個服務網點支付一筆定額的押金，該押金在終止場地使用協議時可退還。

業 務

合同終止：一般情況下，因任何一方違反責任或侵犯權利，或因法定不可抗力事件，場地使用協議可於合同年期屆滿時由訂約方共同協商終止。

於往績記錄期間，由於（其中包括）(i)相關服務網點的收入表現不佳；及(ii)場地方改變場地規劃或其他營運考慮因素，我們服務網點的若干場地使用可能於相應期限屆滿前終止。我們部分的場地使用協議內含條款，規定如果我們因場地方的原因而無法繼續使用場地，我們有權要求退還租金及獲得指定金額的違約金。對於未包含此類補償條款的場地使用協議，若場地方單方面終止協議，我們仍可根據適用法律尋求補償。鑒於我們與場地方的長期關係，這種情況一般不會發生。倘出現這種情況，我們通常尋求透過與我們的場地方友好磋商來解決相關事宜。鑒於一個場地內通常有多個服務網點，我們可能需要不時更換同一場地內的服務網點。如果我們在同一場地的所有服務網點均在相關場地使用期限屆滿前被撤回，則該情況將被視為提前終止服務網點。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們提前終止的服務網點數量分別為860個、660個、1,201個及1,506個。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，該等提前終止服務網點的收入分別為人民幣5.82百萬元、人民幣7.63百萬元、人民幣10.42百萬元及人民幣4.35百萬元，分別佔我們同年／同期總收入的約1.76%、1.30%、1.31%及0.69%。董事認為，提前終止服務網點不會對我們的業務營運造成任何重大不利影響，理由如下：(i)提前終止這些服務網點的主要目的是淘汰表現不佳的服務網點、優化我們的營運效率及改善我們的整體營運表現，而這有利於我們的業務發展；及(ii)此類提前終止服務網點僅佔我們服務網點總數的一小部分，並且此類服務網點產生的收入僅佔我們機器按摩服務總收入的一小部分，因此對我們的經營並無重大影響。

於往績記錄期間，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們的服務網點及相關開支分別為人民幣158.75百萬元、人民幣229.81百萬元、人民幣352.37百萬元及人民幣262.07百萬元。

業 務

元。有關增加主要由於我們擴充服務網點數量。我們目前採取以下措施管理及控制服務網點及相關開支：(i)與大型場地方維持長期合作夥伴關係，並透過框架協議取得優惠場地使用條款；及(ii)與場地方磋商，通過獲得同一場地方名下的大量服務網點取得更優惠的商業條款。

3. **設計及裝修。**我們設計和裝修我們的服務網點，目的是凸顯我們的品牌並保持服務網點具備的美觀感、私密性和舒適度，以滿足消費者的喜好。我們亦將安排儲存於製造商的機器按摩設備運送至指定服務網點。交付後，我們將所有機器按摩設備連接至我們的LMB Links，以便我們能夠實時監控及操作每台機器按摩設備。
4. **服務網點的運營與維護。**在服務網點開始運營後，我們通過LMB Links實時監控服務網點的表現。在運營數據監控方面，通過LMB Links的數據儀表板，我們可以實時訪問運營信息，包括訂單信息和交易額。在遠程設備管理方面，LMB Links實現了設備信息的實時處理、設備指令的遠程執行、遠程固件管理和設備語音廣播。在設備運維管理方面，LMB Links支持實時設備故障診斷、遠程升級、備件管理，以及監控運維的執行情況。

在直營模式下，標準服務網點場地通常可於15至30天內完成安裝。然而，倘服務網點場地須經招標程序或須安裝定制化裝飾或按摩設備，則安裝期可延長至長達180天，視具體情況而定。

於最後實際可行日期，我們的大部分場地使用協議不包含排他性條款，而我們部分位於影院服務網點的場地使用協議包含排他性條款，規定同一影院內不得引入其他提供機器按摩服務的競爭對手。根據弗若斯特沙利文的資料，在商業綜合體、影院等消費場景中，一個場地（即作為整個商業綜合體或影院運作的獨立空間，而非特定樓層或影廳）通常只有一個機器按摩服務提供商。據弗若斯特沙利文告知，機器按摩服務通常需要相對較大的佔地面積，並且在電源、通道空間和寬度以及消費者隱私方面有特定要求。在此情況下，在同一場地內同時容納多個品牌可能會導致運營混亂的風險升高，因此，無論相關場地使用協議是否包含任何排他性條款，商業綜合

業 務

體及影院內通常只有一家機器按摩服務提供商，以實現最佳消費者體驗。於最後實際可行日期，我們超過91%的服務網點位於商業綜合體及影院。為應對與其他機器按摩服務提供商的競爭，我們通常採取以下措施：(i)與主要場地方訂立戰略框架合作協議，以發揮渠道優勢；(ii)分析現有服務網點的運營效果，對於運營效率較高的服務網點，爭取延長合作期限，對於表現一般的服務網點，積極調整策略；(iii)憑藉我們的規模優勢及品牌影響力，積極維持在通常需要高額前期投資成本的交通樞紐的佈局，以鞏固及提升我們於該等場景的競爭優勢；(iv)透過抖音等線上媒體渠道加強營銷力度，提升品牌知名度；(v)持續優化獲客與復購策略，提升消費者參與度與忠誠度；及(vi)主動推出全國性或區域性會員營銷活動，吸引更多消費者。就董事所深知，經計及我們強大的品牌影響力、成熟的渠道資源，以及我們為提升競爭力所做的上述持續努力，我們能夠有效應對競爭。

我們有效解決了按摩設備長期間置的行業風險，同時確保消費者的體驗不受影響。除不適用於防佔用設定的按摩墊及營辦方要求關閉防佔用功能的部分按摩設備外，我們大部分按摩設備均裝有可檢測不當佔用的傳感器。當消費者佔用座位超過一定時間且未進行任何購買時，機器按摩設備會定期發送語音提醒，提醒彼等騰出座位。倘消費者被反覆提醒仍不購買或不讓座，則機器按摩設備會慢慢抬起，分三個階段逐步將消費者推上去，使其無法坐下並促使其離開。於最後實際可行日期，我們已就解決機器按摩設備的不當佔用問題取得與上述功能相關的多項專利。為降低公共場所事故風險，我們亦在樂摩吧小程序的界面中嵌入或展示適當的安全提示。

通過我們的LMB Links對服務網點進行評估後，根據服務網點的業務表現，我們可能會調整服務網點放置的按摩設備的數量和型號或裝修，以更好地匹配消費者偏好。

有關維護工作詳情，請參閱「我們的業務分部－機器按摩服務－按摩設備的維護」一段。

業 務

合夥人模式

我們與擁有豐富本地資源（如充足的營運資金、豐富的行業經驗及場址資源，以及良好的管理能力及企業信譽）和人脈的城市合夥人合作，從而推動本地服務網點的拓展及實現本地服務網點的高效運營。在合夥人模式下，每名城市合夥人均獲指派以負責指定地區的特定服務網點，以避免相互競爭，我們則提供全套機器按摩服務解決方案。

據董事所深知，除根據合同責任提供的協助外，我們並無向我們的城市合夥人提供任何形式的財務支持。

我們對城市合夥人的管理包括若干主要方面：處理新申請、管理協議、更新城市合夥人資料、監督服務網點場地運營及處理合同續簽。當評估潛在的城市合夥人時，我們評估彼等對我們的共創業務模式的認同度，以及彼等的渠道資源、財務穩定性、信譽及團隊管理能力。一旦找到合適的城市合夥人，我們便會透過內部系統啟動申請程序。經批准後，我們透過簽署服務協議及在系統中記錄彼等之資料，正式確立我們的夥伴關係。城市合夥人資料的任何更改將由指定的運營經理及時更新。在整個合作夥伴關係中，我們的營銷及運營團隊定期進行實地考察，以監控績效、評估運營與維護，並編製相關報告。當服務協議到期時，我們會根據城市合夥人的整體表現作出續簽決定。

在選擇城市合夥人時，我們主要考慮合夥人是否認同我們的共創模式、是否擁有渠道資源，以及是否具備長期運營的財務與管理能力。於最後實際可行日期，我們擁有41個城市合夥人，並且在合夥人模式下擁有超過14,000個服務網點。考慮到往績記錄期間各年度／期間概無任何單一城市合夥人的收入貢獻佔總收入的2%或以上，董事確認我們的收入並無嚴重依賴任何單一城市合夥人。下表載列於所示期間中國城市合夥人之變動：

	截至12月31日止年度			截至2025年 8月31日止八個月
	2022年	2023年	2024年	
年初／期初.....	71	68	62	43
年內／期內加入.....	1	2	0	0
年內／期內終止.....	(4)	(8)	(19)	(2)
總計.....	68	62	43	41

業 務

截至最後實際可行日期，據董事所深知，我們的十一名城市合夥人的控股股東或其配偶為我們的控股股東之一掌創共贏平台的有限合夥人，並共同持有掌創共贏平台註冊資本約19.9%。有關詳情，請參閱「歷史及公司架構－本公司的企業發展－我們的激勵平台－掌創共贏平台」。

據董事所深知，於最後實際可行日期，我們所有城市合夥人均為獨立第三方。

我們近年來在快速擴展和增長，部分原有的城市合夥人之收入創造能力和運營能力已無法滿足我們的業務需求。為了解決這一問題，我們對他們的表現和能力進行了評估，並對那些業績不佳或經營模式不再與我們的經營理念匹配的合作夥伴進行了合理優化。這一舉措旨在提升我們的運營效率、提高服務網點利用率並增加收入。在往績記錄期間內，對於31家未能達到業績目標或經營情況發生變化的城市合夥人，我們通過友好協商達成了解除合作的協議。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們於相關年度／期間自與我們終止合作的城市合夥人產生的收入少於我們於同年／同期自所有城市合夥人產生的總收入的2%。

對於上述城市合夥人原負責的區域，我們會適時地引入其他城市合夥人經營或由我們直接經營，以保持我們的服務網點覆蓋量和品牌曝光度。

經過合理的淘汰機制，我們已建立起一支擁有穩固地方渠道資源、良好運營與維護能力及共同經營理念的城市合夥人團隊，並與其形成穩固的合作夥伴關係，為日後的發展打下堅實基礎。我們的董事確認，考慮到提供機器按摩服務所涉及的技術壁壘及我們與城市合夥人之間的雙贏關係，沒有我們的支持，城市合夥人不大可能獨立經營機器按摩服務及日後成為我們的競爭對手。首先，在全國範圍內經營機器按摩服務所需的核心技術及配套數字平台（如LMB Links）乃為本集團自主研發及專有，城市合夥人或其他競爭對手無法獲得該等技術及平台。LMB Links的軟硬件組件及機器按摩設備的研發需要先進的技術專長、專業知識及大量投資，因此可能不易複製。其次，大部分城市合夥人為在指定區域內小規模經營者，經營能力有限，且不具備獨立擴大其業務的資源或能力。此外，目前的共創模式使城市合夥人能夠與我們共同承擔經營風險，並在我們支付LMB Links和按摩設備成本的情況下最大化其收入，從而營造持續合作的動力。此外，我們擁有與機器按摩設備相關的知識產權，包括技術專利

業 務

及設計專利，並已訂立有關協議，據此，若干按摩設備供應商向我們獨家供應產品，因此，城市合夥人無法直接向該等供應商採購相同設備。因此，我們致力於為我們的城市合夥人提供全面的解決方案，確保彼等獲得有效運營服務網點所需的必要支持及資源。為降低與城市合夥人的競爭風險，我們與城市合夥人訂立的協議訂有競業禁止條款。有關詳情，請參閱本節下文城市合夥人與我們訂立的服務協議的主要內容。未來，我們將向我們的城市合夥人持續賦能，實現協同發展。

在合夥人模式下，我們來自服務網點的收入由以下因素決定：(i)在相關服務網點的一般交易、以保證金形式充值及預付按摩服務套餐的交易總額；(ii)有關城市合夥人與本集團之間的預定服務費率；以及(iii)相關合作協議訂明的服務費的最低下限及最高上限。

城市合夥人與我們訂立的服務協議的主要內容概述如下：

協議期限：一般為三年。

於最後實際可行日期，本集團與城市合夥人訂立的現有服務協議的剩餘期限平均為1.5個月。董事確認，本集團現時正與城市合夥人就重續服務協議進行磋商。

權利及職責：我們的責任包括：(i) LMB Links平台的搭建與升級；(ii)「樂摩吧」品牌的打造；(iii)提供全面的服務網點運營與維護指導；(iv)供應機器按摩設備及相關備件；(v)開放設備及其日常運營相關所需的LMB Links平台的使用權限；及(vi)提供客服協助受理消費者相關投訴的服務。

業 務

我們的權利包括：(i)保有對「樂摩吧」品牌、機器按摩設備及LMB Links的所有權；(ii)通過LMB Links收集訂單資料及其他運營數據；(iii)設計服務網點，有關設計的知識產權及其他合法權利均歸我們所有；(iv)收取一定金額的保證金（倘需要）、服務費及其他合作相關費用；及(v)監督城市合夥人的服務網點運營。

城市合夥人的責任包括：(i)承擔與渠道擴張、服務網點場地使用、僱員薪酬、場景設計及裝修、機器按摩設備安裝、運維、清潔、電費、稅費相關的所有運營成本以及其他服務網點運營開支；(ii)確保機器按摩設備的安全性；(iii)支付保證金（如適用）；(iv)在我們的指導下運營，確保機器按摩設備的利用率達到最大化；(v)定期對賬及支付服務費；及(vi)對提供服務過程中產生的任何糾紛（協議另有規定的則除外）承擔責任。

城市合夥人的權利包括：在我們的指導下獨立開展業務活動並通過運營服務網點獲得收入。

機器按摩設備的所有權： 我們仍然是按摩設備、LMB Links以及所有相關知識產權（例如我們的標誌）的所有者。

業 務

- 支付服務費：對於消費者不使用預付卡或套餐的交易，城市合夥人將直接通過外部電子支付平台收取款項。我們將根據各服務網點產生的交易額及我們之間協定的服務費率通過外部電子支付平台向城市合夥人收取服務費。外部電子支付平台將根據預設指示自動電匯相關金額至本集團。服務費（如適用，受合同最低金額及最高金額限制）將於每月結算過程中進行審閱及調整。於往績記錄期間，我們向城市合夥人收取的平均服務費率約為25%。該費率（包括最低金額及最高金額）由本集團與城市合夥人視具體情況協商釐定，並考慮多項因素，如城市合夥人需承擔的場地使用費及其他成本、所涉機器按摩設備型號、城市合夥人經營所在區域的當地消費水平及與城市合夥人的合作關係等。
- 對於使用預付卡或套餐的消費者，我們將直接收取款項。款項將在每月結算過程中根據實際使用量支付予城市合夥人。
- 終止：協議於期限屆滿時終止，雙方可以另行簽訂書面協議，繼續延續業務合作。
- 競業禁止承諾：服務協議期間內，城市合夥人不得直接或間接經營與本集團相同、相似或可能與本集團競爭的任何業務。

業 務

就與城市合夥人於海外市場的合作安排而言，我們或會採納不同條款及條件，以更好地應對各市場的獨特挑戰，與城市合夥人分擔風險及便於我們進入市場。例如，我們可將按摩設備的所有權轉讓予城市合夥人，並在一定固定期限內向該城市合夥人免費提供全套機器按摩服務解決方案，然後根據海外服務網點產生的交易額收取服務費。倘彼等達到指定績效目標（例如部署的按摩設備數量），我們亦可向城市合夥人授予在海外地區一段固定期間的獨家權利。

我們就衛生、維護、巡查頻次等方面制定了針對不同地理位置及消費場景的標準化手冊，城市合夥人於彼等運營與維護服務網點時須遵循我們的指引。此外，我們已向各地理區域指派區域經理，以更有效地向城市合夥人提供指導及培訓。

我們根據城市合夥人所在地區類型、城市合夥人團隊完整性及彼等服務網點處理的年度交易量將其分類為相應級別。根據城市合夥人的業務表現和運營需求，我們提供有針對性的人才、具有競爭力的定價、物資等扶持政策，支持彼等進一步發展。例如，我們可能會根據城市合夥人的具體需求，協助承擔與業務發展相關的成本，或在適當情況下考慮調整服務費率（包括服務費最低金額及最高金額）。我們的營運部門亦指派客戶經理到訪城市合夥人的服務網點，以評估彼等的業務表現。未能達到考核目標的城市合夥人將被降級或終止合夥關係。

我們將考慮城市合夥人經營所在各服務網點的具體情況、監控城市合夥人的日常運營並評估其運營能力，以持續優化我們的合夥人模式。我們將定期監督城市合夥人的日常業務營運並提供適當指導。我們為每位城市合夥人指派一名專門的運營專員，負責管理他們的績效。根據每個服務網點的分類級別，該等專員每月或每季度進行實地考察並針對城市合夥人營運過程中發現的特定問題，為其提供專門的賦能課程。我們還會利用LMB Links來收集、存儲和分析他們的日常績效數據，並在我們的月度會議上進行審查和總結。此外，我們會根據其年收入的增長情況進行年度評估。對於業務表現強勁、評級較高的城市合夥人，我們將提供額外資源，幫助其進一步提升業務能力。對於評級較低的，我們將根據評估結果考慮終止合作關係。

業 務

我們的機器按摩設備

在直營模式及合夥人模式下，我們在中國保留對我們機器按摩設備的所有權。於往績記錄期間，通過每年推出至少三款新產品，我們已提供超過10款機器按摩設備，以供我們的服務網點使用。於往績記錄期間，我們的機器按摩設備包括機器按摩椅及機器按摩墊。我們開發多層次的產品結構，以滿足消費者不同的按摩服務需求。目前，我們的產品組合包括四個不同的系列：樂享椅舒適休息系列、元氣蛋專業按摩系列、頭等艙智能健康系列及腰背爽觀影系列。樂享椅舒適休息系列專為無定期按摩習慣的消費者設計，旨在為隨機性消費者提供放鬆休閒服務體驗，尤其是消費者感到疲倦時。該系列通常在商業綜合體推出。元氣蛋專業按摩系列主要針對有輕度按摩需求的消費者，該系列通常於商業綜合體及影院推出。頭等艙智能健康系列是我們的深度體驗線，專為有深度按摩需求的消費者定制，提供更私密、更定制化的機器按摩體驗，該系列通常於商業綜合體推出。此外，腰背爽觀影系列主要用於影院場景，該系列的按摩墊為觀影者在觀影過程中提供舒適的按摩體驗。我們根據地理位置、消費場景、消費者流量、消費者偏好和消費者頻率等各種因素，在不同的服務網點戰略性地放置不同型號的機器按摩設備。

我們的按摩墊安裝在影院內的座椅靠背，該等按摩墊將於相關場地使用協議期滿或終止後拆除。與按摩椅類似，消費者可透過掃描按摩墊上的二維碼開啟定制化機器按摩服務，並進入我們的小程序樂摩吧進行付款。

為方便安裝，我們的按摩墊並非永久固定於影院座椅，而是通過特定的可拆卸機械安裝在座椅靠背，同時考慮到與影廳的電力連接線路佈局。因此，無需任何特殊工具即可將按摩墊拆卸。儘管按摩墊並非永久固定，但我們已實施以下措施以防止潛在損失：(i)根據與場地方（即影院）的若干合作協議，場地方須明確承擔按摩墊的保管責任，而實際執行中，其員工通過觀眾離場後的例行檢查及定期巡查履行該責任，以防止按摩墊遺失或損壞；及(ii)我們通過LMB Links遠程監控按摩墊的運作狀態。倘若有任何按摩墊離線，系統將立即檢測到有關事件並發出離線警報信號，我們將在收到

業 務

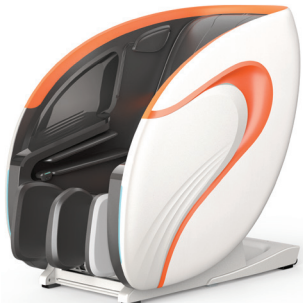
信號後立即檢查相關按摩墊的狀態並採取適當行動，包括及時確認按摩墊的狀況及位置，並通知運維團隊及場地方進行現場檢查。影院影廳內的服務網點僅以直營模式運營，因此我們對按摩墊的監控擁有完全控制權，無需城市合夥人參與。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們沒有遇到任何因第三方未經授權移除而導致的按摩墊遺失的情況。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，與維護相關的成本（包括按摩設備維護成本、按摩設備維修成本、安裝按摩設備的備件成本及服務網點維護）分別約為人民幣4.70百萬元、人民幣14.04百萬元、人民幣22.77百萬元及人民幣7.40百萬元。於往績記錄期間，除於2023年因一款新產品質量升級而發生的一次性淘汰事件外（詳情請參閱「財務資料－綜合損益及其他全面收益表主要組成部分描述－其他淨收入／（虧損）」），機器按摩設備並無其他重大撇銷。發生該一次性淘汰事件的主要原因是於2023年，本集團發現若干用於影院服務網點的按摩墊存在質量問題，可能影響按摩墊的最佳運行，因此決定淘汰該批按摩墊，交由我們的加工維修廠進行維修，以便日後重新投入使用。鑒於往績記錄期間並無機器按摩設備產生其他重大撇銷或減值虧損，董事認為該事件屬一次性性質。據董事所深知，我們的機器按摩設備於往績記錄期間並無出現任何重大損壞。

我們各系列的代表性產品型號如下：

系列	型號	圖片	描述
樂享椅 舒適休息系列...	X12		該產品的設計靈感汲取自先秦傳統長柄扇，旨在為消費者提供一個融合傳統文化美學與現代科技享受於一體的定制化休閒空間。產品配置5寸高清觸控顯示幕，參考手機屏顯示原理設計，便於顧客在躺臥時能夠清晰地看到螢幕內容。此外，產品亦配備有移動充電設施，便於消費者使用。

業 務

系列	型號	圖片	描述
元氣蛋 專業按摩系列...	B6		該產品帶自調節頭罩，仿蛋形外觀設計，提供包裹揉捏放鬆小腿按摩放鬆功能。附加功能包括健康監測和三合一充電功能，為消費者提供多方位的體驗。
頭等艙 智能健康系列...	A2		該產品採用UV烤漆的裝飾組件，外觀設計靈感汲取自「樂摩之耳」造型，加大的外型設計，提供比上一代產品更大的空間感。包裹式、揉捏與敲擊小腿按摩功能，搭配更大的觸控屏，提供更多交互互動體驗。
腰背爽 觀影系列.....	M9		該產品以簡潔的外觀，滿足消費者背部按摩需求，附加充電功能，讓消費者在欣賞影片的同時，緩解久坐疲勞，享受輕鬆愉悅的體驗。

按摩設備的維護

我們按摩設備的維護包括維修、保養及清潔。在合夥人模式下，城市合夥人負責服務網點及按摩設備的維護。我們向其提供全套維修工作指引，並透過定期及不定期的督導及表現評估，確保其嚴格遵守該等指引。在直營模式下，我們以結合我們的內部人員及外包予外部服務供應商的方式自行承擔維護工作。

業 務

於最後實際可行日期，我們擁有一支由194名成員組成的專業維修團隊，負責我們服務網點及按摩設備的維修、保養及清潔工作。該團隊的成員由我們直接聘用並管理，位於我們直營服務網點所在的多個城市。此外，為降低運維成本、提高效率，我們已將部分維護工作外包予部分城市合夥人及第三方維護服務提供商，彼等成為我們直營模式及合夥人模式下服務網點維護工作的補充力量。我們根據一系列因素評估並釐定合適的維護方法，包括自行在當地進行維護工作的成本、當地服務網點的戰略重要性及該區域的城市合夥人及其他第三方服務提供商的維護能力。

按摩設備的維修和保養包括日常維護和檢修維護。為避免服務中斷，所有日常維護均安排在設備非工作時間，因此不會導致任何設備停機。視乎各服務網點的狀況，我們的團隊每月對各服務網點至少進行1至12次例行維護及清潔工作。在直營模式下，我們根據一系列營運因素確定例行維護及清潔工作的頻率，這些營運因素包括各服務網點按摩設備的平均每日使用量、設備的歷史性能及設備運行的環境和特定位置的服務水平要求。此外，不同服務網點的相關人員亦會協助對服務網點進行必要的日常清潔。例如，在若干商業綜合體及影院，清潔人員協助我們進行服務網點的日常清潔。在機場及高鐵站，我們的現場服務人員亦協助服務網點的日常清潔。

對於已報告問題的按摩設備，維護人員將及時評估按摩設備的狀況，啟動相應的檢修維護。如果評估表明問題可以通過現場維修立即解決，則現場進行維修。我們針對現場維修制定了專門的維修技術指南。該指南詳細介紹了我們主要按摩設備的硬件規格、常見故障情形、完整的拆解方法以及詳細維修程序，有效地幫助維修人員快速掌握按摩器械的維修方法，提高維修效率，降低維修成本，保證設備的使用壽命。根據該指南，現場維修一般須於七日內完成。對於高流量服務網點，我們的維護人員將努力確保現場維修在最短時間內完成。

倘評估確定現場維修不可行，維修人員將協調將按摩設備送回我們的倉庫或送回我們的製造商進行維修，並迅速從附近的倉庫調配替換的按摩設備，確保服務網點能持續運作，這大致須於七日內完成，並可根據實際情況調整。在此情況下，停機時間亦會很短，我們服務網點的運營亦不會因有關維修而暫停或受影響。我們已就返廠維

業 務

修及升級過程制定了專門的內控政策。通過管理按摩設備維修及升級的整個過程，我們可確保維修及升級的質量、提高運營效率，並實現對維修及升級成本的有效控制。一旦有故障的按摩設備已退回倉庫或製造商，我們將適時安排維修。維修完成後，視乎地理位置及我們當時按摩設備的戰略佈局，將該等按摩設備暫時存放在倉庫或工廠，直至需要在服務網點重新部署為止。

除上述線下維護措施（包括日常維護和檢修維護）外，我們亦通過我們的LMB Links監控服務網點及按摩設備的運行狀態，遠程確保其正常運行。我們亦已與若干大型場地方訂立安排，協助我們維護服務網點場地的安全並防止我們的按摩設備遭到破壞。憑藉該等多重保障措施，我們能夠有效降低設備損壞的風險。

我們亦高度重視服務網點及按摩設備的日常清潔管理。視乎相關服務網點場地的可用人員及資源，我們的清潔工作部分由我們內部專業維修團隊執行，部分外包予城市合夥人及第三方清潔服務提供商。我們已制定專門的程序來指導我們服務網點的日常清潔工作。上述人員嚴格按照既定程序定期清潔我們的按摩設備。

按摩設備的可使用年期

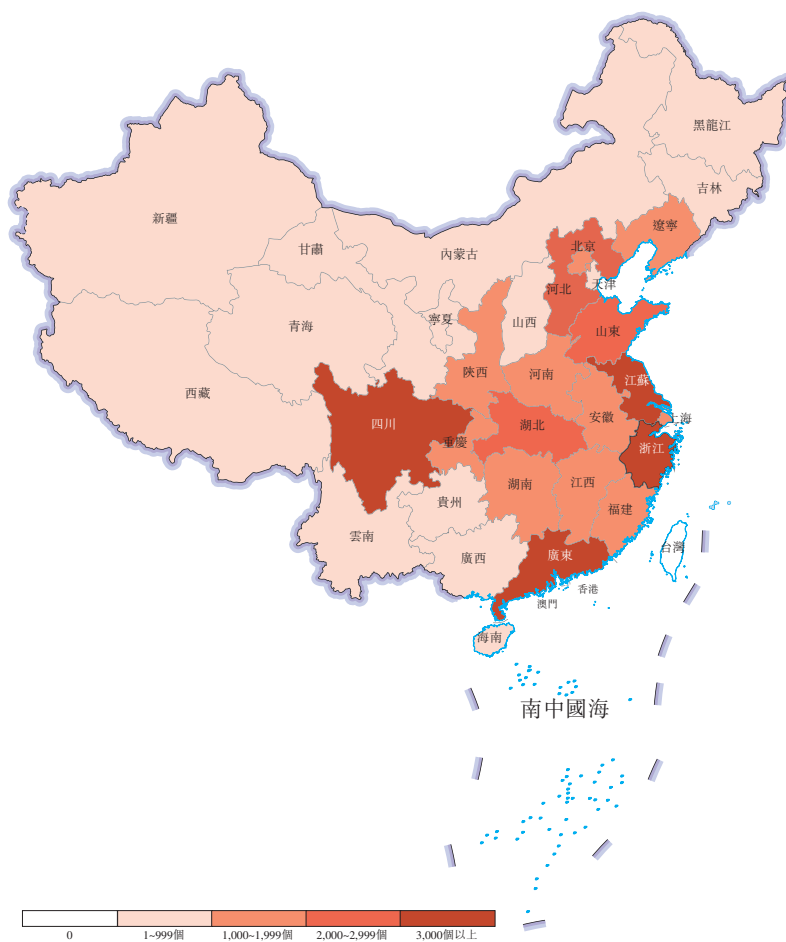
就相應會計處理而言，我們按摩設備的估計可使用年期為兩至三年。有關詳情，請參閱「財務資料－重大會計政策資料」。於上述我們按摩設備的估計可使用年期結束後，在評估按摩設備的狀況後，我們將按以下三種替代選項之一處理按摩設備：(i)繼續使用；(ii)升級或翻新；及(iii)處置。於往績記錄期間，我們的大部分按摩椅會(i)保留繼續使用；及(ii)在估計可使用年期結束後進行升級或翻新。於往績記錄期間，本集團出售或升級／翻新前的按摩椅及按摩墊的平均實際可使用年期分別約為4.10年及2.35年。

業 務

我們的服務網點

於最後實際可行日期，我們擁有超過48,000個服務網點的服務網點網絡，覆蓋31個省級行政區及337個城市。我們仔細考慮各服務網點的地理位置及消費場景的獨特特點，從而能夠根據目標消費者的喜好對各服務網點進行設計及裝修，並提高服務網點的消費者滿意度。

我們於最後實際可行日期中國服務網點的地理覆蓋範圍載列如下：



於2025年，我們開始在泰國、印尼及香港建立海外服務網點，但仍處於初期探索階段且規模非常有限。

於2025年4月，為進行初步試點營運，我們與一家在泰國註冊成立的公司（「泰國合夥人」）就在泰國設立服務網點達成合作安排。泰國合夥人由福建榮耀持有42.0%的權益，而餘下58%的權益由泰國獨立第三方持有。福建榮耀由我們的非執行董事兼

業 務

主要股東吳景華先生最終控制，因此，福建榮耀及泰國合夥人均為吳景華先生的聯繫人，並構成關連人士（定義見上市規則第十四A章）。有關與泰國合夥人及福建榮耀進行的此項交易的進一步詳情，請參閱「關連交易」一節。根據一份為期三年的合作協議，泰國合夥人(i)向我們分期採購機器按摩設備及相關備件；及(ii)獲授權在我們批准的服務網點，經我們批准後使用我們的知識產權及按摩設備獨立經營，而我們提供全套機器按摩服務解決方案，不收取任何服務費。三年期限屆滿後，根據合作協議的延期，泰國合夥人須參照其他城市合夥人的模式，基於交易額按協定的服務費率支付服務費。此外，福建榮耀可能向我們購買用於裝修泰國服務網點場地的備件。於最後實際可行日期，我們於泰國的業務仍處於早期探索階段，故服務網點規模極其有限，其中197個服務網點及超過1,100台按摩設備主要部署於泰國47個城市的商業綜合體，如曼谷、南奔、達克、甘烹碧、羅勇、碧武里、那空沙旺、暖武里府、程逸府和班武里府。展望未來，我們將繼續擴大服務網點，以獲取更廣泛的消費者基礎並深化我們業務運營的市場滲透率。

自2025年7月起，我們一直探索在香港設立服務網點。於最後實際可行日期，我們已於北角、數碼港和荔枝角的商業綜合體和辦公樓內設立四個直營服務網點，共有十台機器按摩設備。於最後實際可行日期，我們香港服務網點的經營僅採用直營模式，在該模式下我們自主選址、與場地方訂立租賃協議並提供我們的機器按摩服務。據董事所知，香港的場地方均為本公司的獨立第三方。

於2025年8月，為進行初步試點營運，我們與一家在印尼註冊成立的公司（「**印尼合夥人**」）就在印尼設立服務網點達成合作安排。據董事所知，印尼合夥人為本公司的獨立第三方。我們與印尼合夥人的合作模式及相關合同條款與泰國合夥人的保持一致。截至最後實際可行日期，我們於印尼的業務仍處於早期探索階段，故服務網點規模有限，共有十個服務網點及43台按摩設備主要部署於印尼一個城市（即雅加達）的商業綜合體。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間按地區劃分的機器按摩服務收入的明細：

	截至12月31日止年度						截至8月31日止八個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
一線城市	58,326	18.45	106,313	18.73	155,522	19.86	103,289	18.95	127,089	20.68
新一線城市	84,728	26.80	155,662	27.42	229,088	29.26	159,429	29.26	169,505	27.59
二線城市	67,915	21.48	130,436	22.98	183,127	23.39	128,176	23.52	144,110	23.46
其他	105,160	33.27	175,294	30.88	215,189	27.49	154,056	28.27	173,664	28.27
總計	<u>316,129</u>	<u>100.00</u>	<u>567,705</u>	<u>100.00</u>	<u>782,926</u>	<u>100.00</u>	<u>544,950</u>	<u>100.00</u>	<u>614,368</u>	<u>100.00</u>

附註：其他包括除一線城市、新一線城市及二線城市以外的城市，如烏魯木齊、銀川、西寧、呼和浩特、鹽城、揚州、宜昌、唐山、襄陽和揭陽。

下表載列我們於往績記錄期間中國按地區劃分的機器按摩服務消費訂單量明細：

	截至12月31日止年度						截至8月31日止八個月	
	2022年		2023年		2024年		2025年	
	%		%		%		%	
一線城市	6,297,001	15.25	10,317,319	16.84	14,246,380	18.36	11,366,849	19.37
新一線城市	12,164,453	29.45	18,926,974	30.89	23,660,593	30.49	17,155,448	29.23
二線城市	7,910,978	19.15	12,314,904	20.10	15,876,821	20.46	11,996,690	20.45
其他	14,929,660	36.15	19,708,574	32.17	23,829,281	30.69	18,158,558	30.95
總計	<u>41,302,092</u>	<u>100.00</u>	<u>61,267,771</u>	<u>100.00</u>	<u>77,613,075</u>	<u>100.00</u>	<u>58,677,545</u>	<u>100.00</u>

附註：其他包括除一線城市、新一線城市及二線城市以外的城市，如烏魯木齊、銀川、西寧、呼和浩特、鹽城、揚州、宜昌、唐山、襄陽和揭陽。

業 務

下表載列於往績記錄期間各年末／期末及直至最後實際可行日期中國按地區劃分的機器按摩服務的服務網點覆蓋範圍明細：

	於12月31日						於8月31日		於最後實際可行日期	
	2022年		2023年		2024年		2025年		2025年	
	%		%		%		%		%	
一線城市.....	2,460	11.32	3,748	11.66	5,321	11.57	5,998	12.14	5,905	12.21
新一線城市.....	6,262	28.82	9,242	28.75	12,453	27.08	13,382	27.08	13,182	27.25
二線城市.....	4,474	20.59	7,030	21.87	10,308	22.41	11,039	22.34	10,738	22.20
其他	8,531	39.26	12,121	37.71	17,911	38.94	18,994	38.44	18,546	38.34
總計	<u>21,727</u>	<u>100.00</u>	<u>32,141</u>	<u>100.00</u>	<u>45,993</u>	<u>100.00</u>	<u>49,413</u>	<u>100.00</u>	<u>48,371</u>	<u>100.00</u>

附註：其他包括除一線城市、新一線城市及二線城市以外的城市，如烏魯木齊、銀川、西寧、呼和浩特、鹽城、揚州、宜昌、唐山、襄陽和揭陽。

於往績記錄期間，我們的服務網點主要位於中國相對發達的地區，包括一線城市、新一線城市及二線城市。於2022年、2023年及2024年12月31日以及於2025年8月31日，我們的服務網點的11.32%、11.66%、11.57%及12.14%位於一線城市、我們的服務網點的28.82%、28.75%、27.08%及27.08%分別位於新一線城市、我們的服務網點的20.59%、21.87%、22.41%及22.34%分別位於二線城市，以及我們服務網點的39.26%、37.71%、38.94%及38.44%位於其他。由於人口更密集、收入水平更高、流動性更強，較高線城市通常會產生更高的每筆訂單銷售額和消費者頻率。因此，儘管機器按摩服務在高線城市更為普及，我們仍計劃持續深化我們在一線城市、新一線城市及二線城市的市場滲透率。我們亦預期於一線城市、新一線城市及二線城市以外的機器按摩服務空間仍較不常見的城市建立更多服務網點，以便在未來幾年獲得更大的擴張空間。

業 務

我們的服務網點亦涵蓋各種消費場景。下表載列我們於往績記錄期間按消費場景劃分的機器按摩服務收入明細：

	截至12月31日止年度						截至8月31日止八個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
商業綜合體	204,537	64.70	342,037	60.25	476,204	60.82	324,612	59.57	378,326	61.58
影院	77,746	24.59	145,165	25.57	204,653	26.14	147,346	27.04	165,748	26.98
機場	13,866	4.39	53,171	9.37	76,015	9.71	54,409	9.98	52,467	8.54
高鐵站	6,401	2.02	13,090	2.31	11,915	1.52	8,704	1.60	6,054	0.99
其他	13,579	4.30	14,242	2.50	14,139	1.81	9,879	1.81	11,773	1.91
總計	<u>316,129</u>	<u>100.00</u>	<u>567,705</u>	<u>100.00</u>	<u>782,926</u>	<u>100.00</u>	<u>544,950</u>	<u>100.00</u>	<u>614,368</u>	<u>100.00</u>

附註：其他包括辦公樓、高速公路服務區、公交車站、健身房、娛樂場所等。

下表載列我們於往績記錄期間中國按消費場景劃分的機器按摩服務消費訂單量明細：

	截至12月31日止年度						截至8月31日止八個月	
	2022年		2023年		2024年		2025年	
	%		%		%		%	
商業綜合體	30,236,855	73.21	44,296,342	72.30	56,855,415	73.25	43,223,550	73.66
影院	6,627,312	16.05	10,483,009	17.11	14,249,603	18.36	11,299,192	19.26
機場	771,055	1.87	2,324,819	3.79	2,990,190	3.85	1,837,000	3.13
高鐵站	786,698	1.90	1,198,479	1.96	888,956	1.15	483,540	0.82
其他	2,880,172	6.97	2,965,122	4.84	2,628,911	3.39	1,834,263	3.13
總計	<u>41,302,092</u>	<u>100.00</u>	<u>61,267,771</u>	<u>100.00</u>	<u>77,613,075</u>	<u>100.00</u>	<u>58,677,545</u>	<u>100.00</u>

附註：其他包括辦公樓、高速公路服務區、公交車站、健身房、娛樂場所等。

業 務

下表載列於往績記錄期間各年末／期末及直至最後實際可行日期中國按消費場景劃分的機器按摩服務的服務網點覆蓋範圍明細：

	於12月31日						於8月31日		於最後實際可行日期	
	2022年		2023年		2024年		2025年			
		%		%		%		%		%
商業綜合體.....	12,434	57.23	18,266	56.83	23,813	51.78	26,325	53.28	26,139	54.04
影院	5,241	24.12	9,906	30.82	18,402	40.01	19,245	38.95	18,333	37.90
機場	197	0.91	320	1.00	405	0.88	438	0.89	465	0.96
高鐵站	89	0.41	107	0.33	91	0.20	95	0.19	84	0.17
其他	3,766	17.33	3,542	11.02	3,282	7.13	3,310	6.69	3,350	6.93
總計	<u>21,727</u>	<u>100.00</u>	<u>32,141</u>	<u>100.00</u>	<u>45,993</u>	<u>100.00</u>	<u>49,413</u>	<u>100.00</u>	<u>48,371</u>	<u>100.00</u>

附註：其他包括辦公樓、高速公路服務區、公交車站、健身房、娛樂場所等。

我們的大部分服務網點位於高消費者流量場景，包括商業綜合體、影院及機場和高鐵站等交通樞紐。除影院內的服務網點僅以直營模式運營外，所有其他消費場景均以直營模式及合夥人模式運營。於最後實際可行日期，我們已在以下場景設立服務網點：(i) 5,318個GFA超過30,000平方米的商業綜合體，約佔中國GFA超過30,000平方米商業綜合體的70.4%；(ii) 904個年票房超過人民幣五百萬元的影院，約佔中國年票房超過人民幣五百萬元的影院的35.0%；及(iii) 24個年人流量超過一千萬的機場，約佔中國年人流量超過一千萬的機場的60.0%。在進一步鞏固在上述消費場景的規模優勢的同時，我們亦將繼續擴大在其他覆蓋範圍較小的消費場景的市場份額，例如交通服務和休息區、電子競技場所、辦公樓等消費場景，以進一步擴大我們的市場佈局。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們各年度／期間前五大服務網點產生的收入佔我們同年／同期總收入的1.03%、1.04%、0.79%及0.66%。

業 務

下表載列於往績記錄期間各年度／期間收入最高的前五大服務網點的明細：

截至2022年12月31日止年度

排名	服務網點	服務網點位置	收入 (人民幣千元)	場地使用協議到期日	與服務網點場 地方關係的年限	服務網點場 地方的描述
1	服務網點A	位於華東機場的 服務網點	764	2027年11月	4年	一家位於華東且主要 從事機場管理及運營的 國有機場管理集團
2	服務網點B	位於中國東北機場的 服務網點	738	2026年7月	4年	一家位於中國東北且主要 從事機場管理及運營的 國有機場管理集團
3	服務網點C	位於華東機場的 服務網點	662	2027年11月	4年	一家位於華東且主要從事 機場管理及運營的國有 機場管理集團
4	服務網點D	位於華東機場的 服務網點	631	2027年11月	4年	一家位於華東且主要從事 機場管理及運營的國有 機場管理集團
5	服務網點E	位於華東高鐵站的 服務網點	589	2025年4月	3年	一家位於華東且主要從事 經營及管理高鐵站及 高速鐵路業務的國有 鐵路局集團

業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	服務網點	服務網點位置	收入 (人民幣千元)	場地使用協議到期日	與服務網點場 地方關係的年限	服務網點場 地方的描述
1	服務網點A	位於華東機場的 服務網點	1,632	2027年11月	4年	一家位於華東且主要從事 機場運營及管理的國有 機場集團
2	服務網點D	位於華東機場的 服務網點	1,435	2027年11月	4年	一家位於華東且主要從事 機場運營及管理的國有 機場集團
3	服務網點F	位於華東機場的 服務網點	1,088	2027年11月	4年	一家位於華東且主要從事 機場運營及管理的國有 機場集團
4	服務網點G	位於華東機場的 服務網點	985	2027年11月	4年	一家位於華東且主要從事 機場管理及運營的國有 機場集團
5	服務網點H	位於華西高鐵站的 服務網點	977	2026年1月	4年	一家位於華西且主要從事 經營及管理高鐵站及高 速鐵路業務的國有鐵路 局集團

業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	服務網點	服務網點位置	收入 <i>(人民幣千元)</i>	場地使用協議到期日	與服務網點場 地方關係的年限	服務網點場 地方的描述
1	服務網點I	位於中國東北機場的 服務網點	1,489	2028年6月	2年	一家位於中國東北且主要 從事機場管理及運營的 國有機場管理集團
2	服務網點D	位於華東機場的 服務網點	1,300	2027年11月	4年	一家位於華東且主要從事 機場運營及管理的國有 機場集團
3	服務網點J	位於華南機場的 服務網點	1,193	2025年8月	2年	一家位於華南且主要從事 機場運營及管理的國有 機場集團
4	服務網點K	位於華東高鐵站的 服務網點	1,179	2025年4月	3年	一家位於華東且主要從事 經營及管理高鐵站及高 速鐵路業務的國有鐵路 局集團
5	服務網點F	位於華東機場的 服務網點	1,171	2027年11月	4年	一家位於華東且主要從事 機場運營及管理的國有 機場集團

業 務

截至2025年8月31日止八個月

排名	服務網點	服務網點位置	收入 (人民幣千元)	場地使用協議到期日	與服務網點場地地方 關係的年限	服務網點場地地方的描述
1.....	服務網點D	位於華東機場的 服務網點	945	2027年11月	4年	一家位於華東且主要從事 機場運營及管理的國有 機場集團
2.....	服務網點J	位於華南機場的 服務網點	834	2025年8月	2年	一家位於華南且主要從事 機場運營及管理的國有 機場集團
3.....	服務網點I	位於中國東北機場 的服務網點	814	2028年6月	2年	一家位於中國東北且主要 從事機場管理及運營的 國有機場管理集團
4.....	服務網點M	位於華南機場的 服務網點	803	2025年8月	2年	一家位於華南且主要從事 機場管理及運營的國有 機場集團
5.....	服務網點F	位於華東機場的 服務網點	751	2027年11月	4年	一家位於華東且主要從事 機場運營及管理的國有 機場集團

業 務

以下圖片展示了我們的主要服務網點設計：

商業綜合體



影院



機場



業 務

高鐵站



以下圖片展示我們的部分機器按摩空間：



定價

通過多年的運營，我們的機器按摩服務逐漸標準化，遵循統一服務及定價標準。同時，具體定價可根據消費者自選的按摩方案、地理位置、消費場景及成本的差異予以調整。通過我們LMB Links的IoT技術，任何服務網點進行有關價格調整是可行的。

- **消費者自選的按摩方案。**我們小程序容許消費者自選按摩模式，視乎消費者根據個人要求之按摩方案選擇，我們的服務費用也會相應調整。

業 務

- **地理位置。**一般而言，我們位於一線城市、新一線城市及二線城市的服務網點的服務費較高，而位於其他城市的服務網點的服務費較低。
- **消費場景。**考慮到較高的前期投資成本，我們在機場及高鐵站等交通樞紐的服務費普遍較高。與機場和高鐵站相比，我們在商業綜合體和影院的服務費往往較低。
- **服務網點所涉及的成本。**我們亦會考慮服務網點的場地佔用、設計裝修及運維所涉及的成本，並可能相應調整我們的服務費。例如，若服務網點因場地使用費、裝修或維護而產生的成本較高，我們可能會提高該服務網點的服務費。

下表載列我們於往績記錄期間各年末／期末及直至最後實際可行日期中國按摩設備數量變動的詳情：

	於2022年 12月31日的 按摩設備數量	於2023年 12月31日的 按摩設備數量	於2024年 12月31日的 按摩設備數量	於2025年 8月31日的 按摩設備數量	於最後實際 可行日期的 按摩設備數量
按經營模式分					
直營模式	128,732	216,654	446,488	492,180	488,240
合夥人模式	38,334	41,161	44,076	44,224	45,021
總計	167,066	257,815	490,564	536,404	533,261
按消費場景分					
商業綜合體	45,509	59,124	71,136	77,390	78,988
影院	108,328	185,469	406,868	446,594	441,559
機場	1,424	2,207	2,733	2,631	2,898
高鐵站	1,092	1,355	1,239	1,121	914
其他 ⁽²⁾	10,713	9,660	8,588	8,668	8,902
總計	167,066	257,815	490,564	536,404	533,261

業 務

下文載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期我們中國服務網點的變動情況：

	截至2022年12月31日 止年度的變動		截至2023年12月31日 止年度的變動		截至2024年12月31日 止年度的變動		截至2025年8月31日 止八個月的變動			
	於2022年 1月1日的 服務網點 數量	年內淨增加/ (減少)	於2023年 1月1日的 服務網點 數量	年內淨增加/ (減少)	於2024年 1月1日的 服務網點 數量	年內淨增加/ (減少)	於2025年 1月1日的 服務網點 數量	期內淨增加/ (減少)	於2025年 8月31日的 服務網點 數量	於最後實際 可行日期的 服務網點 數量
按經營模式劃分										
直營模式.....	9,786	1,578	11,364	8,674	20,038	12,199	32,237	2,941	35,178	34,051
合夥人模式.....	10,188	175	10,363	1,740	12,103	1,653	13,756	479	14,235	14,320
按地區劃分										
一線城市.....	2,524	(64)	2,460	1,288	3,748	1,573	5,321	677	5,998	5,905
新一線城市.....	5,648	614	6,262	2,980	9,242	3,211	12,453	929	13,382	13,182
二線城市.....	3,948	526	4,474	2,556	7,030	3,278	10,308	731	11,039	10,738
其他 ⁽¹⁾	7,854	677	8,531	3,590	12,121	5,790	17,911	1,083	18,994	18,546
按消費場景劃分										
商業綜合體.....	10,338	2,096	12,434	5,832	18,266	5,547	23,813	2,512	26,325	26,139
影院.....	4,952	289	5,241	4,665	9,906	8,496	18,402	843	19,245	18,333
機場.....	156	41	197	123	320	85	405	33	438	465
高鐵站.....	111	(22)	89	18	107	(16)	91	4	95	84
其他 ⁽²⁾	4,417	(651)	3,766	(224)	3,542	(260)	3,282	28	3,310	3,350
總計	19,974	1,753	21,727	10,414	32,141	13,852	45,993	3,420	49,413	48,371

附註：

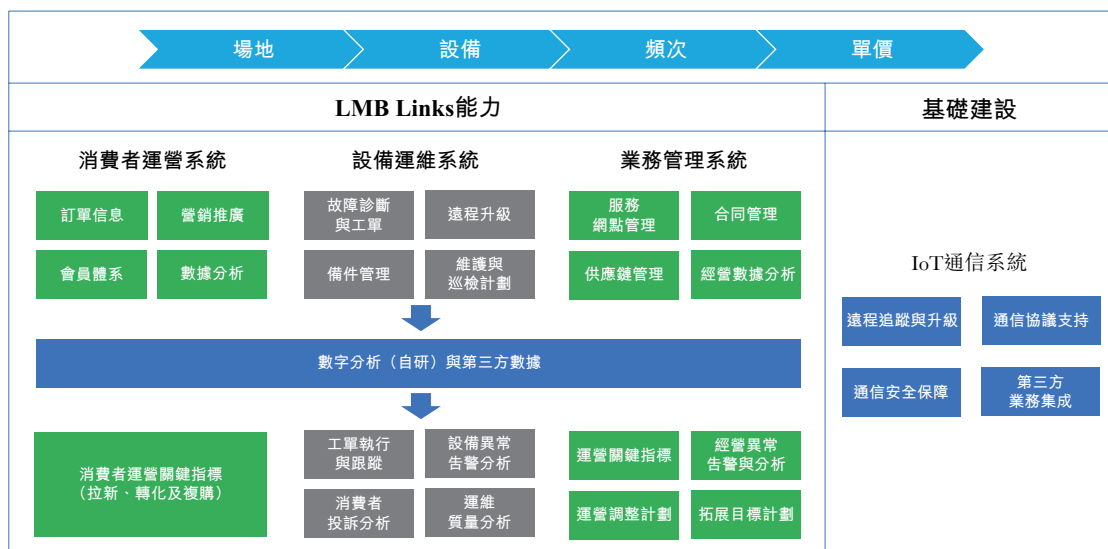
(1) 其他城市包括除一線城市、新一線城市及二線城市以外的城市，如烏魯木齊、銀川、西寧、呼和浩特、鹽城、揚州、宜昌、唐山、襄陽和揭陽。

(2) 其他包括辦公樓、高速公路服務區、公交車站、健身房、娛樂場所等。

業 務

我們的LMB Links

我們的全國運營依賴於我們的數字化運營能力。自2016年「樂摩吧」品牌成立以來，我們一直持續投資於數字基礎設施。我們已建立LMB Links，一個覆蓋了我們運營的各個環節的綜合數字平台，包括服務網點場地選擇、服務網點設計裝修、服務網點的運營與維護、營銷推廣、價格支付管理、供應鏈管理、中台運營和後台數據處理等，其使我們能夠實現卓越運營。直營模式及合夥人模式下機器按摩設備的運營均配備通信技術，通過第三方雲服務提供商所提供的雲技術連接至我們的LMB Links。這使我們能夠實時監控設備的運行狀態並對其進行遠程操作及維護。同時，LMB Links亦收集及分析按摩設備所傳輸的運營資料，為我們提升服務水平、優化運營策略及設定運營目標提供數據支持。



以下載列LMB Links系統的簡介

- 消費者運營系統：**我們已自主研發消費者運營系統，推動消費信息、訂單管理、市場推廣及綜合數據收集。我們利用IoT技術透過消費者運營系統收集相關商業信息、設備和訂單信息。在該等信息收集過程中，我們可能會收集和存儲以下個人信息（在符合適用法律法規的前提下）：消費者的賬戶信息、訂單信息、卡券信息、積分明細以及健康相關信息。透過這些分析，我們能夠進行有針對性的營銷推廣服務，實施定制化運營，提升消費者參與度和滿意度，進而提高消費者黏性。例如，我們通過收集一段時間

業 務

內的訂單信息來獲取終端客戶的消費頻率。倘該期間消費頻率下降，則有針對性地發送符合其消費習慣的優惠券或促銷套餐，以鼓勵其消費。截至最後實際可行日期，我們累計可識別服務消費者人數超過1.74億，已完成約4.45億筆交易，自2024年1月1日起直至最後實際可行日期日均交易量約為22萬筆。我們的董事認為高峰時段可支持全國50萬名消費者同時使用機器按摩設備。系統可接收併發消費者數據量高達2,000 TPS。此外，我們的消費者運營系統支持即時訂單管理，包括訂單生成、付款確認和服務提供，確保順利為消費者提供服務。

- **設備運維系統：**我們擁有具備設備故障診斷與維修、遠程升級、備件管理與調配以及維護計劃的設備維護系統。此外，我們擁有運維團隊，即時接收系統識別的異常信息並及時進行修復。在我們設備運維系統支持下，運維團隊的效率顯著提升。此外，該系統使我們能夠利用設備運行數據制定科學的維護和檢查計劃，以優化設備性能並延長其使用壽命，同時降低運營與維護成本。
- **業務管理系統：**作為LMB Links的重要組成部分，業務管理系統集成了合同管理、供應鏈管理、服務網絡管理及經營數據分析等多項核心功能。在合同管理方面，這一系統通過自動化的方式，實現了對合同全生命週期的精準管理，有效提升了合同執行效率和合規性。在供應鏈管理方面，系統能夠協助優化供應鏈流程，以降低運營成本，提高服務響應速度。在服務網點管理方面，系統能夠實時監控各服務網點的運營狀態，實現對網點的有效、即時管理。在經營數據分析層面，我們能夠通過業務管理系統深入分析經營數據，以精準把握市場動態，為決策提供支持，推動業務持續健康發展。

業 務

我們已採取各種預防及控制措施，保護我們的LMB Links免受DDoS攻擊或其他黑客及網絡釣魚攻擊，例如應用程序防火牆、實時監控機制以發現任何惡意流量或入侵攻擊，並不時調整DDoS防護的流量，以及定期檢查及審查系統以識別及應對威脅及系統風險。過去，雖然我們遭遇過輕微的外部DDoS攻擊導致我們的運營輕微中斷。我們於2024年12月至2025年5月期間遭遇針對我們位於上海的服務器累計時長達約7小時輕微的外部DDoS攻擊，導致所有型號按摩設備的小程序訪問中斷累計時長少於兩小時或X1至X8等型號運行中斷。鑒於上述DDoS攻擊導致的估計收入損失約人民幣0.2百萬元（參考受影響日期恢復期間記錄的交易額進行估計），董事認為該等攻擊並無在任何重大方面影響本集團的業務營運及財務表現。DDoS攻擊發生後，我們已強化上述防控措施，包括加強監控機制並調整DDoS防護的流量。但於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的LMB Links並未遭遇任何重大中斷、阻礙或攻擊，或任何重大運營中斷。

其他業務

於往績記錄期間，我們亦(i)通過在我們的微信小程序及公眾號展示廣告產生收入；及(ii)通過京東、天貓、抖音及有贊等電商平台向零售消費者銷售各種家用按摩設備和按摩小件。該等業務作為我們機器按摩服務的補充，有助於提高「樂摩吧」的品牌曝光度及業務結構的多元化。

就我們的數字廣告業務而言，我們主要通過在我們的自有流量平台（包括我們的小程序及公眾號）上投放廣告產生收入。我們的數字廣告業務採用基於廣告位價值的多樣化定價模式，包括每千次曝光付費模式、每點擊付費模式及每轉化付費模式。

就我們的線上電商業務而言，我們主要在京東、天貓、抖音及有贊等平台上銷售我們委託生產的各種家用按摩椅和按摩小件（例如筋膜槍、U型枕、按摩肩帶和頭枕按摩器）。該等產品的售價主要根據生產成本和市場價格來決定。於往績記錄期間，我們通過線上電商提供的家用按摩產品的售價介乎約人民幣160元至人民幣23,000元。

業 務

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年8月31日止八個月，我們的其他收入（包括來自銷售家用按摩設備和按摩小件的收入、來自數字廣告服務的收入及其他）分別為人民幣14.03百萬元、人民幣19.13百萬元、人民幣15.07百萬元、人民幣9.30百萬元及人民幣16.36百萬元，分別佔同年／同期總收入的4.25%、3.26%、1.89%、1.68%及2.59%。

我們的董事認為，健康行業的該等其他業務可有助於推廣及鞏固我們於健康行業的品牌形象，從而為我們的機器按摩服務帶來協同效應。因此，我們日後將繼續專注於我們的機器按摩服務，並於行業內繼續物色合適機會。

客戶及客戶服務

我們的客戶

我們的收入主要來自(i)在直營模式下，為我們服務網點機器按摩服務的零售消費者；及(ii)在合夥人模式下，向城市合夥人收取的服務費。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們來自五大客戶（均為我們的城市合夥人）的收入於往績記錄期間各年度／期間分別為人民幣24.96百萬元、人民幣34.76百萬元、人民幣48.15百萬元及人民幣42.23百萬元，分別佔同年／同期總收入的7.6%、5.9%、6.1%及6.7%。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們來自最大客戶的收入於往績記錄期間各年度／期間分別為人民幣6.28百萬元、人民幣8.35百萬元、人民幣11.97百萬元及人民幣11.57百萬元，分別佔同年／同期總收入的1.9%、1.4%、1.5%及1.8%。據董事所深知，掌創共贏平台11名有限合夥人中的六名（合共持有掌創共贏平台註冊資本約10%）於往績記錄期間各年度／期間分別於上述五大客戶中擁有權益。上述六名有限合夥人各自於往績記錄期間於本集團不同主要客戶（即往績記錄期間各年度／期間的五大客戶）中擁有權益。除上述者外，於往績記錄期間各年度／期間，我們的董事、彼等的緊密聯繫人或持有我們已發行股本5%以上的股東概無於五大客戶中擁有任何權益。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間各年度／期間來自五大客戶的收入明細：

截至2022年12月31日止年度

排名	客戶	收入性質	背景	業務關係 起始年份	收入金額 人民幣千元	佔總收入的 百分比 %
1	客戶A	服務費	一家位於山東的私人公司，主要從事家用電器的銷售及維修、居民日常生活服務（包括運營機器按摩服務）、技術服務及租賃服務。	2018年	6,282	1.9
2	客戶B	服務費	一家位於湖南的私人公司，主要從事健康產品銷售及按摩設備銷售。	2017年	5,682	1.7
3	客戶C	服務費	一家位於重慶的私人公司，主要從事醫療器械銷售、按摩服務及健康管理諮詢。	2017年	5,099	1.5
4	客戶D	服務費	一家位於北京的私人公司，主要從事按摩服務。	2018年	4,083	1.2
5	客戶E	服務費	一家位於湖北的私人公司，主要從事按摩服務。	2018年	3,814	1.2

業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	客戶	收入性質	背景	業務關係 起始年份	收入金額 人民幣千元	佔總收入的 百分比 %
1	客戶A	服務費	一家位於山東的私人公司，主要從事家用電器的銷售及維修、居民日常生活服務(包括運營機器按摩服務)、技術服務及租賃服務。	2018年	8,351	1.4
2	客戶D	服務費	一家位於北京的私人公司，主要從事按摩服務。	2018年	7,632	1.3
3	客戶C	服務費	一家位於重慶的私人公司，主要從事醫療器械銷售、按摩服務及健康管理諮詢。	2017年	7,241	1.2
4	客戶B	服務費	一家位於湖南的私人公司，主要從事健康產品銷售及按摩設備銷售。	2017年	5,902	1.0
5	客戶F	服務費	一家位於新疆的私人公司，主要從事健康諮詢、按摩服務及IoT技術服務。	2020年	5,635	1.0

業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	客戶	收入性質	背景	業務關係 起始年份	收入金額 <i>人民幣千元</i>	佔總收入的 百分比 <i>%</i>
1	客戶D	服務費	一家位於北京的私人公司，主要從事按摩服務。	2018年	11,973	1.5
2	客戶A	服務費	一家位於山東的私人公司，主要從事家用電器的銷售及維修、居民日常生活服務(包括運營機器按摩服務)、技術服務及租賃服務。	2018年	11,002	1.4
3	客戶C	服務費	一家位於重慶的私人公司，主要從事醫療器械銷售、按摩服務及健康管理諮詢。	2017年	8,979	1.1
4	客戶E	服務費	一家位於湖北的私人公司，主要從事按摩服務。	2018年	8,553	1.1
5	客戶B	服務費	一家位於湖南的私人公司，主要從事健康產品銷售及按摩設備銷售。	2017年	7,646	1.0

業 務

截至2025年8月31日止八個月

排名	客戶	收入性質	背景	業務關係 起始年份	收入金額 人民幣千元	佔總收入的 百分比 %
1	客戶D	服務費	一家位於北京的私人公司，主要從事按摩服務。	2018年	11,565	1.8
2	客戶A	服務費	一家位於山東的私人公司，主要從事家用電器的銷售及維修、居民日常生活服務（包括運營機器按摩服務）、技術服務及租賃服務。	2018年	9,826	1.6
3	客戶E	服務費	一家位於湖北的私人公司，主要從事按摩服務。	2018年	7,535	1.2
4	客戶C	服務費	一家位於重慶的私人公司，主要從事醫療器械銷售、按摩服務及健康管理諮詢。	2017年	7,088	1.1
5	客戶B	服務費	一家位於湖南的私人公司，主要從事健康產品銷售及按摩設備銷售。	2017年	6,215	1.0

業 務

我們的客戶關係管理

我們一直致力於客戶管理、維護及挽留。

就我們的城市合夥人而言，我們將與彼等各自訂立服務協議並制定多種手冊及標準以管理及維護我們的業務關係。有關詳情，請參閱「— 我們的業務分部 — 機器按摩服務 — 直營模式及合夥人模式」。

就於消費者而言，我們建立了會員制度，通過向會員提供充值服務提高消費者留存率。在我們的小程序註冊成為會員後，會員每週三可享受最高50%的折扣，以及其他時間的其他折扣。消費者可以根據需要通過小程序為賬戶進行充值。

我們非常重視消費者的反饋，並積極收集消費者意見，以提高我們的服務質量。我們通過不同的渠道收集消費者反饋，包括消費者調查和在線評論徵集，並評估該等回應，以不斷優化我們的業務運營。由於本集團維護著龐大的服務網點及因業務性質而擁有大量的消費者，因此我們會不時收到消費者對服務時長、優惠套餐、服務收費和清潔條件等各種問題的投訴及輕微事故報告。於往績記錄期間，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，要求賠償的消費者投訴及輕微事故報告數量分別約為81,000、133,000、224,000及205,000，分別佔相應年度／期間產生交易額的訂單總數約0.20%、0.22%、0.29%及0.35%。

為解決我們全國服務網點的服務質量相關消費者投訴，我們已建立客戶服務團隊，並實施了一系列程序，包括(i)及時與消費者溝通，積極解決問題；(ii)識別投訴原因並在必要時對服務網點進行調查；及(iii)記錄消費者反饋以加強未來對服務網點及機器按摩設備的監控及維護。我們可能會視具體情況考慮提供優惠券及／或退款，以在適當時候解決消費者的投訴。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並不知悉任何可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響的重大消費者投訴、事故、傷害或其他索賠。

業 務

銷售及營銷

我們致力於推廣我們的品牌形象、服務網點以及相關產品及服務。有關服務網點的營銷活動主要由本集團進行，但我們亦會支持城市合夥人就彼等經營之服務網點實施其營銷計劃。我們已通過網絡平台或社交媒體（如微信、抖音、微博、小紅書、美團及快手）更多地轉向網絡營銷活動，以接觸更廣泛的潛在消費者並擴大我們的消費者群。特別是，我們已加入包括抖音及快手在內的各種社交媒體上的「本地生活」平台，以擴大我們在中國不同地區的消費者覆蓋範圍。

我們提供各種預付卡及套餐，主要包括：(i)消費者以向其賬戶支付保證金的形式充值（保證金可於使用前退還）；及(ii)向消費者出售的預付按摩服務套餐（消費者可於固定有效期內享用規定次數的機器按摩服務，套餐不可退還）以為批量採購提供更優惠的價格。預付卡及套餐一般以折扣價出售，且費用須由消費者於訂購時支付。我們亦已設立會員制以增加消費者黏性。我們的會員可享受每週定期折扣及我們不時提供的其他特別折扣。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，消費者以支付保證金的形式充值的金額分別為人民幣40.54百萬元、人民幣61.17百萬元、人民幣62.34百萬元及人民幣40.28百萬元，直營模式下以保證金的形式充值的有關金額實現的收入金額於同年／同期分別為人民幣15.40百萬元、人民幣30.28百萬元、人民幣35.49百萬元及人民幣23.76百萬元。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，已售出的預付按摩服務套餐金額分別為人民幣16.68百萬元、人民幣25.34百萬元、人民幣119.72百萬元及人民幣107.03百萬元，直營模式下有關預付按摩服務套餐實現的收入金額於同年／同期分別為人民幣7.27百萬元、人民幣11.81百萬元、人民幣80.47百萬元及人民幣74.25百萬元。於2024年，已售出的預付按摩服務套餐金額及相應收入大幅增加，主要由於以下原因：1)於2024年，本公司在各影院的影廳服務網點新推出雙人優惠套餐；及2)本公司優化樂摩吧小程序支付界面預付按摩服務套餐的佈局、呈現及推薦策略（包括減少預付套餐捆綁的訂單數目及升級相關服務）。

業 務

鑒於在合夥人模式下確認的總收入須根據合同最低和最高金額進行調整（如適用），所以在合夥人模式下，以保證金的形式充值的金額及預付按摩服務套餐實現的收入金額，存在實際識別困難，因此對一般交易（支付方式不是預付卡和套餐）收入的調整金額以及對預付卡及套餐收入的調整金額無法準確區分。於往績記錄期間，合夥人模式下的預付卡及套餐截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月分別產生的交易總額約為人民幣26.51百萬元、人民幣35.34百萬元、人民幣52.49百萬元及人民幣38.84百萬元，分別佔同年／同期交易總額約4.77%、3.88%、4.52%及4.44%。

有關通過預付卡及套餐結算的流程詳情，請參閱「我們的業務分部－機器按摩服務－直營模式及合夥人模式」。

可退還的充值按金於收取時確認為「預收款項」並計入「貿易及其他應付款項」，而不可退還的預付按摩服務套餐於收取時確認為「合同負債」。當消費者的預付款項在服務網點消費時，我們將交易金額確認為直營模式下的機器按摩服務收入。當消費者的預付款項在城市合夥人的服務網點消費時，我們將交易額中與機器按摩服務網點運營支持服務相關的部分確認為收入，該收入於每月結算過程中予以審閱及調整，並將剩餘交易額自「預收款項」或「合同負債」轉出至合夥人模式下的「其他應付款項」。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們的營銷費用分別為人民幣42.75百萬元、人民幣77.11百萬元、人民幣113.87百萬元及人民幣81.41百萬元。

供應商和採購

我們的主要供應商為中國的服務網點場地供應商、供應按摩設備及相關設備的製造商以及供應用於服務網點場地裝修及按摩設備維修及保養的原材料及備件（包括保護殼、線路及網關、L型面板、燈箱、晶片、主機板及其他配件）的製造商。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，我們向五大供應商的採購額於往績記錄期間各年度／期間分別為人民幣66.77百萬元、人民幣149.48百萬元、人民幣162.44百萬元及人民幣117.62百萬元，分別佔同年／同期總採購額的32.7%、35.4%、28.9%及31.4%。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八

業 務

個月，我們向最大供應商的採購額於往績記錄期間各年度／期間分別為人民幣23.68百萬元、人民幣62.73百萬元、人民幣63.90百萬元及人民幣40.70百萬元，分別佔同年／同期總採購額的11.6%、14.9%、11.4%及10.9%。據董事所深知，除截至2025年8月31日止八個月我們的五大供應商之一（即福建榮耀）外，我們的董事、彼等的緊密聯繫人或持有我們已發行股本5%以上的股東於往績記錄期間各年度／期間概無於五大供應商中擁有任何權益。福建榮耀由我們的非執行董事兼主要股東吳景華先生最終控制，因此，福建榮耀為吳景華先生的聯繫人，並構成關連人士（定義見上市規則第十四A章）。有關福建榮耀的詳情，請參閱「關連交易」一節。我們一般於往績記錄期間各年度／期間與五大供應商按季度結算。

我們已採用集中採購制度，以更好地評估供應商的往績記錄、進行更有效的質量控制，並通過批量採購享有更優惠的條款。採購部每週／每月收集所有其他部門的採購需求，然後匯總本集團的採購計劃。我們嚴格挑選供應商，確保以合理成本獲得優質按摩設備、相關設備及原材料的穩定供應。我們已留有一批先前已接受並通過我們資格評估的供應商。提供優質材料的能力、準時交貨及定價是我們評估供應商的關鍵因素。我們對供應商進行年度審核，以確保彼等的產品或服務質量、交付表現及供應價格持續符合我們的要求。我們會定期比較供應商的報價，並在必要時與各供應商進一步磋商以獲得更有利的報價。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間各年度／期間向五大供應商的採購明細：

截至2022年12月31日止年度

排名	供應商	提供的 產品／服務	背景	業務關係 起始年份	採購額 人民幣千元	佔總採購額 的百分比 %
1	供應商A	提供服務網點場地	由一家位於北京並於深圳證券交易所上市的公司控股的集團公司，主要從事電影投資、製作、發行及放映，並經營中國最大的院線之一。	2020年	23,681	11.6
2	供應商B	提供服務網點場地	由一家於遼寧成立的私人公司控股的集團公司，主要從事商業綜合體管理服務。	2017年	18,569	9.1
3	供應商C	按摩設備	由一家位於福建並於深圳證券交易所上市的公司控股的集團公司，主要從事醫療保健器械及醫療器械的研發、生產及銷售。	2020年	11,492	5.6
4	供應商D	提供服務網點場地	由一家位於北京的國有企業控股的集團公司，主要從事機場運營及管理。	2018年	6,695	3.3
5	供應商E	提供服務網點場地	一家位於上海的私人公司，主要從事影院運營及管理。	2021年	6,330	3.1

業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	供應商	提供的 產品／服務	背景	業務關係 起始年份	採購額 人民幣千元	佔總採購額 的百分比 %
1	供應商F	按摩設備	一家位於福建的私人公司，主要從事醫療保健器械的研發、生產及銷售。	2018年	62,728	14.9
2	供應商B	提供服務網點場地	由一家於遼寧成立的私人公司控股的集團公司，主要從事商業綜合體管理服務。	2017年	23,754	5.6
3	供應商G	按摩設備	一家位於浙江的私人公司，主要從事電子元件及家用電器的研發、生產及銷售。	2023年	22,400	5.3
4	供應商A	提供服務網點場地	由一家位於北京並於深圳證券交易所上市的公司控股的集團公司，主要從事電影投資、製作、發行及放映，並經營中國最大的院線之一。	2020年	21,018	5.0
5	供應商C	按摩設備	由一家位於福建並於深圳證券交易所上市的公司控股的集團公司，主要從事醫療保健器械及醫療器械的研發、生產及銷售。	2020年	19,575	4.6

業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	供應商	提供的 產品／服務	背景	業務關係 起始年份	採購額 人民幣千元	佔總採購額 的百分比 %
1	供應商F	按摩設備	一家位於福建的私人公司，主要從事醫療保健器械的研發、生產及銷售。	2018年	63,899	11.4
2	供應商B	提供服務網點場地	由一家於遼寧成立的私人公司控股的集團公司，主要從事商業綜合體管理服務。	2017年	35,626	6.3
3	供應商C	按摩設備	由一家位於福建並於深圳證券交易所上市的公司控股的集團公司，主要從事醫療保健器械及醫療器械的研發、生產及銷售。	2020年	25,777	4.6
4	供應商A	提供服務網點場地	由一家位於北京並於深圳證券交易所上市的公司控股的集團公司，主要從事電影投資、製作、發行及放映，並經營中國最大的院線之一。	2020年	24,306	4.3
5	供應商E	提供服務網點場地	一家位於上海的私人公司，主要從事影院運營及管理。	2021年	12,829	2.3

業 務

截至2025年8月31日止八個月

排名	供應商	提供的 產品／服務	背景	業務關係 起始年份	採購額 人民幣千元	佔總採購額 的百分比 %
1	供應商F	按摩設備	一家位於福建的私人公司，主要從事醫療保健器械的研發、生產及銷售。	2018年	40,700	10.9
2	福建榮耀	按摩設備及研發 外包服務	一家於2007年12月18日根據中國法律成立的股份有限公司，在新三板掛牌（股票代碼：873733）。	2017年	27,894	7.5
3	供應商B	提供服務網點場地	由一家於遼寧成立的私人公司控股的集團公司，主要從事商業綜合體管理服務。	2017年	22,896	6.1
4	供應商A	提供服務網點場地	由一家位於北京並於深圳證券交易所上市的公司控股的集團公司，主要從事電影投資、製作、發行及放映，並經營中國最大的院線之一。	2020年	16,464	4.4
5	供應商E	提供服務網點場地	一家位於上海的私人公司，主要從事影院運營及管理。	2021年	9,663	2.6

業 務

採購機器按摩設備及相關小件以及備件

我們委聘(i)製造商生產按摩設備及相關設備；及(ii)供應商嚴格按照我們的規格提供生產及維修按摩設備所需的備件。我們根據一系列因素選擇製造商及供應商，包括行業經驗、產品質量、價格、售後服務及支付條款。我們與我們的製造商及供應商訂立框架協議，主要內容概述如下：

期限：	一般為一年。
工作範圍：	於期限內，製造商及備件供應商須根據我們不時下達的訂單安排生產或供應（視情況而定）。
定價及採購承諾：	每件(i)按摩設備及相關設備；及(ii)備件的購買價以及每份訂單的最低數量在簽訂協議時確定。購買價的任何變動須經我方同意。

採購用於運營我們的服務網點的場地

就採購用於運營我們的服務網點的場地而言，我們與相關場地方訂立場地使用協議。有關詳情，請參閱「－我們的業務分部－機器按摩服務－直營模式及合夥人模式－直營模式」。

存貨管理

我們積極監控存貨水平，包括儲存於我們製造商倉庫及我們自己倉庫的按摩設備及相關設備、原材料、備件及小件。我們的製造商須提供儲存於其倉庫的按摩設備及相關設備、關鍵原材料及備件的庫存水平數據，以便我們定期在我們的庫存系統中記錄，並監控及監督存貨水平及管理。我們的庫存系統會記錄我們製造商倉庫及我們自己倉庫的存貨水平，並追蹤存貨的進出庫水平。我們已就存貨（尤其是按摩設備）設定最低水平警戒線，當存貨水平接近警戒線時將要求生產或增加採購量。採購部定期盤點存貨，檢查我們製造商倉庫及我們自己倉庫的存貨狀況，並確定是否有滯銷或過時狀況。

業 務

客戶及供應商的重疊

於往績記錄期間，我們的部分主要客戶亦為我們的供應商，因為該等主要客戶會作為我們的城市合夥人向我們採購全套機器按摩服務解決方案，同時他們亦會作為供應商為我們提供維護服務。由於該等城市合夥人亦在我們的直營服務網點所在地區運營服務網點，我們訂立有關業務安排。經計及城市合夥人在當地擁有運營與維護資源，並熟悉我們的服務網點維護標準及程序，彼等向我們提供運營與維護服務可為我們提供區域便利、幫助控制成本並提高運營效率。鑒於該等城市合夥人獨立處理其自身服務網點的運營與維護，其可利用自身經驗更好地了解及滿足我們的特定運營與維護要求。在與相關城市合夥人進行運營與維護服務的交易中，我們保留根據各服務網點的表現調整服務費的權利。董事確認，我們與該等重疊主要客戶及供應商的所有銷售及採購均於日常業務過程中按一般商業條款及公平基準進行。我們與該等重疊主要客戶及供應商的銷售及採購條款的磋商是各自分開獨立進行的。

於往績記錄期間，客戶A、客戶B、客戶C、客戶D、客戶E及客戶F是我們的主要客戶，也是我們的供應商。

就客戶A而言，我們的收入主要來自全套機器按摩服務解決方案費用，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月分別為合共人民幣6.28百萬元、人民幣8.35百萬元、人民幣11.00百萬元及人民幣9.83百萬元，而我們於同年／同期支付給客戶A的維護費分別為人民幣0.13百萬元、人民幣0.18百萬元、人民幣0.19百萬元及人民幣0.13百萬元。

就客戶B而言，我們的收入主要來自全套機器按摩服務解決方案費用，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月分別為合共人民幣5.68百萬元、人民幣5.90百萬元、人民幣7.65百萬元及人民幣6.22百萬元，而我們於同年／同期支付給客戶B的維護費分別為人民幣0.07百萬元、人民幣0.43百萬元、人民幣0.25百萬元及人民幣0.11百萬元。

就客戶C而言，我們的收入主要來自全套機器按摩服務解決方案費用，截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月分別為合共人民幣5.10百萬元、人民幣7.24百萬元、人民幣8.98百萬元及人民幣7.09百萬元，而我們於同年／同期支付給客戶C的維護費分別為零、人民幣0.32百萬元、人民幣0.18百萬元及人民幣0.08百萬元。

業 務

就客戶D而言，我們的收入主要來自全套機器按摩服務解決方案費用，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月分別為合共人民幣4.08百萬元、人民幣7.63百萬元、人民幣11.97百萬元及人民幣11.57百萬元，而我們於同年／同期支付給客戶D的維護費分別為人民幣0.28百萬元、人民幣0.97百萬元、人民幣0.76百萬元及人民幣0.31百萬元。

就客戶E而言，我們的收入主要來自全套機器按摩服務解決方案費用，截至2022年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月分別為合共人民幣3.81百萬元、人民幣8.55百萬元及人民幣7.54百萬元，而我們於同年／同期支付給客戶E的維護費分別為人民幣0.05百萬元、人民幣1.39百萬元及人民幣0.51百萬元。於2024年向客戶E支付的維護費有所增加，主要由於在客戶E經營業務的地區內，我們直營模式下的服務網點及按摩設備的數目大幅增長。於2024年12月31日，由客戶E支持運營與維護的直營服務網點數量較2022年12月31日增加36個，由客戶E提供運營與維護支持的機器按摩設備相應增加了109台。因此，維護需求增加導致維護費相應上漲。

就客戶F而言，我們的收入主要來自全套機器按摩服務解決方案費用，截至2023年12月31日止年度為合共人民幣5.64百萬元，而我們於同年支付給客戶F的維護費為人民幣0.08百萬元。

截至2025年8月31日止八個月，我們亦向我們的主要供應商之一福建榮耀銷售機器按摩設備的備件，用於在中國境外進行服務網點運營。於截至2025年8月31日止八個月，我們主要向福建榮耀採購按摩設備及備件以及研發外包服務，總金額為人民幣27.89百萬元。相較之下，截至2025年8月31日止八個月，我們自該供應商產生的收入為人民幣0.58百萬元。

於最後實際可行日期，據董事所深知，控股股東及該等六名客戶的配偶為掌創共贏平台的有限合夥人，合共持有掌創共贏平台註冊資本約10%。除上述者外，我們的董事、彼等的緊密聯繫人或持有我們已發行股本5%以上的股東概無於該等六名客戶中擁有任何權益。

業 務

我們的加工維修廠

雖然我們的機器按摩設備及其他產品由第三方供應商製造，但我們成立了小型加工維修廠，以對我們的按摩設備進行無法於現場完成的升級及維修，以進一步延長按摩設備的使用壽命並最大限度提高其價值。

我們的加工維修廠位於福建省福安市，總GFA約為1,600平方米。於我們的加工維修廠，舊按摩設備被拆解並用新皮革及／或升級備件替換，並不會產生實際生產工作。任何工業廢料均由有資質的第三方廢料回收公司處理及回收。

據中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因未在所有重大方面遵守安全生產法規而被處以任何罰款或其他處罰。

質量控制

作為按摩服務市場的主要市場參與者，我們以提供優質機器按摩體驗為己任。我們在評估供應商的時候，對潛在供應商制定了標準的篩選程序。在簽訂供應協議之前，我們亦會核實所有必要的資質，並根據市場情況及供應商表現持續更新我們的供應商名單。

對於機器按摩設備的質量控制，我們的質檢員(QC)會到製造商的工廠或倉庫進行檢查，評估多項標準，包括(i)各組件裝配是否正確及牢固；(ii)按摩功能是否正常；(iii)按摩設備交互界面是否正常；及(iv)按摩設備外觀、包裝及標識是否正常等。

我們非常重視機器按摩設備的使用安全性。我們的設備設計用料需要滿足商用環境標準，旨在保證設備的安全穩定性。我們在新設備批量上市前，會委聘第三方檢測機構進行檢測是否滿足GB4706.1-2005、GB4706.10-2008等國家標準要求。

我們的董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的質量控制體系並無發生任何對我們的業務運營造成重大不利影響的失靈事件。

業 務

研發

我們一直致力於打造我們的LMB Links，將信息系統整合和IoT技術與機器按摩設備結合起來。我們認為，LMB Links是我們成功的關鍵，因此我們致力於不斷研發，以改進我們的LMB Links和機器按摩設備的核心技術。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年8月31日止八個月，我們的研發開支分別為人民幣8.33百萬元、人民幣16.19百萬元、人民幣21.50百萬元、人民幣13.98百萬元及人民幣14.89百萬元。有關研發開支的重大會計政策，詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註2(f)。

於最後實際可行日期，我們的研發團隊由81名專責人員組成，包括(i) 51名軟件開發人員；(ii) 9名IoT技術硬件開發人員；(iii) 20名機器按摩設備及相關設備開發人員；及(iv) 1名研發支持人員。大部分研發人員擁有學士學位或以上學歷。除上述研發人員外，我們亦將為我們的研發工作聘請輔助人員及委聘外部顧問。

我們的研發團隊負責設計、開發、維護及優化(i)我們的IoT技術，以實現按摩設備的遠程控制、數據收集及分析；(ii)使用及應用設計，以優化我們的消費者界面的可用性及按摩服務的定制化；(iii)大數據分析，以了解訂單規格的累積數據，從而提升我們的按摩產品及服務；及(iv)運維，以實時監控我們服務網點的運營狀態及自動分配維修工單。於最後實際可行日期，我們在智能按摩椅人體工學設計應用系統等領域擁有合共406項知識產權。

除了由我們自己的團隊進行研發工作外，我們還與大學合作接觸尖端硬件技術，並與製造商合作開發及優化按摩設備的備件。根據通過我們的業務運營收集的訂單資料，董事認為我們能夠更有效地識別符合近期市場趨勢及消費者偏好的按摩手法。我們負責機器按摩設備及相關設備開發的研發人員便可制定相應按摩技術的開發計劃或方向，並於需要時與外部顧問（包括大學及製造商）合作完成研發工作。我們已與該等大學及製造商簽訂協議，確保合作產生的任何知識產權均屬我們所有或歸我們共有，

業 務

並予以保密。我們一般向該等研發工作的外部顧問支付固定費用。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們的外包研發開支分別為零、人民幣1.87百萬元、人民幣3.61百萬元及人民幣2.64百萬元。

展望未來，根據我們的業務擴張計劃，我們將專注於按摩技術及項目以及LMB Links軟硬件升級相關技術的研發工作，以改善消費者體驗並提升我們的運營效率。我們將繼續在硬件和軟件升級方面開發相關技術，以增強我們LMB Links的穩定性和功能，優化整體運營效率。在機器按摩設備及相關設備方面，我們正在開發用於服務網點的新產品，以滿足市場消費者不斷變化的喜好。

知識產權

於最後實際可行日期，我們在中國已經註冊了130項專利、154個商標、104項軟件著作權、12項作品著作權及6個域名。有關更多資料，請參閱本文件附錄四「B. 有關我們業務的進一步資料—2.知識產權」。

由於我們的業務運營非常依賴我們的LMB Links和涉及按摩設備的硬件進步，因此我們採取了全面的措施來保護我們的知識產權。我們的總經辦負責通過制定相關策略及實施監控系統來管理我們的知識產權。在開發新的知識產權時，我們會根據總經辦定期進行的檢索及分析記錄，研究及調查該新項目是否可以註冊為知識產權，或是否有侵犯他人知識產權的潛在危險。我們已向管理層及主要研發人員提供有關保護知識產權的培訓。此外，我們亦與管理層及研發團隊的主要僱員簽訂不競爭及保密協議，以保護我們的研發成果。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何侵犯他人知識產權，他人侵犯我們的知識產權或任何會對我們業務造成重大不利影響的知識產權侵權訴訟。

業 務

數據安全與私密

在我們的機器按摩服務業務過程中，我們會收集或生成相關的業務信息、設備數據以及用於識別註冊會員並為其提供服務的信息，並在我們的LMB Links平台上集中處理。在該等信息收集過程中，我們可能會收集和存儲以下個人信息：消費者的賬戶信息、訂單信息、卡券信息、積分明細以及健康相關信息。積分明細指註冊會員積分的詳細記錄，包括積分餘額、累積或兌換方式及各自的時間記錄等信息。我們透過我們的按摩服務收集健康相關信息，包括脈搏波形、心率、血氧飽和度、血壓、血管硬度及HRV（心率變異性）數據，以及健康指標匯總數據。我們可能會收集和存儲該等個人信息並用於分析消費者偏好以更好地為消費者提供服務。例如，我們通過收集一段時間內的訂單信息，得出終端客戶的消費頻率。此外，第三方廣告會展示在樂摩吧小程序的首頁。為與廣告商結算之目的，我們會統計廣告的曝光量和點擊率，並將這些統計數據提供給廣告商。此類統計數據不涉及具體消費者的個人數據，因此不被視為個人信息。

安全存儲及有效保護消費者數據和個人信息對我們的業務和聲譽至關重要。我們已採取一套安全防護措施，以保護我們所積累及存儲的數據，包括但不限於：(i)組織架構：我們已成立信息安全委員會及相關管理小組，以實時監察、評估及協調我們信息安全工作的糾正行動；(ii)政策制定：我們制定了包括《信息安全管理制度》在內等涵蓋網絡安全、數據安全、個人信息保護的內部政策，並持續進行調整和優化。該等政策涵蓋組織架構、人員安全管理、系統開發與管理、系統運維、應急預案、數據安全管理、數據分類分級、數據風險識別及個人信息保護等多個方面；(iii)內部培訓：我們定期開展網絡安全、數據安全、個人信息保護等內部培訓；(iv)技術保障：我們已採取措施確保網絡安全、數據安全及個人信息保護，包括設立獨立及分佈式的數據室進行安全數據存儲，定期進行壓力測試以評估極端條件下的系統性能，遵照適用的中國法律法規安裝並更新數據安全軟件及防火牆，實施稽核機制，及通過使用獨立堡壘機限制數據提取；及(v)保障消費者的知情權和投訴權：我們通過在樂摩吧小程序發佈樂摩吧小程序隱私保護指引，告知消費者我們的數據處理規則，並通過點擊同意機制獲取

業 務

消費者同意。我們亦會告知彼等我們的聯繫方式和投訴舉報渠道，並根據適用的法律保護他們作為個人信息主體的權利。

鑒於(i)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何消費者數據洩露事件或因我們的信息技術系統功能異常而造成任何重大損失；及(ii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無牽涉有關網絡安全、數據安全或個人信息保護的任何訴訟或處罰，我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們及我們的數據收集及使用活動在所有重大方面均已遵守適用、有效的規管網絡安全、數據安全及個人信息保護的中國法律法規。

季節性

我們的業務表現可能會受到季節性因素的影響。根據弗若斯特沙利文報告，第三季度是機器按摩服務市場的典型旺季，因為暑期期間，商業綜合體、機場等各種消費場景的人流量有所增加。相反，第四季度則是機器按摩服務市場的典型淡季，因為冬季厚重的衣物會影響按摩體驗，部分消費者會覺得在公共場合脫外套不便，從而導致機器按摩服務的需求減少。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的經營業績取決於人流量及消費水平，因此會受到季節性波動的影響」。

競爭

我們在中國的機器按摩服務行業開展業務。根據弗若斯特沙利文的資料，中國的機器按摩服務市場高度集中，少數幾家領先企業佔據了大部分市場份額。該等領先企業利用其在商業綜合體、影院及交通樞紐等人流密集場所的廣泛網點佈置網絡，佔領了大量消費者基礎。根據弗若斯特沙利文的資料，於2022年至2024年的三個連續年度，按交易額計，我們在中國所有機器按摩服務提供商中排名第一，相應年度的市場份額分別為33.9%、37.3%及42.9%。

業 務

在中國，我們主要與眾多國內外機器按摩服務品牌競爭。我們的若干競爭對手可能擁有更好的財務、技術或營銷資源，擁有更成熟的商業化及運營歷史，享有更高的品牌知名度、市場份額和消費者基礎。請參閱「風險因素－在迅速發展的中國內地市場我們面臨著激烈競爭」。我們相信，憑藉我們的戰略定位、強大的開發能力及遍佈全國的服務網點，我們在行業中處於有利地位，能夠抓住快速增長的市場機遇，吸引和留住消費者，並提高我們的市場份額。請參閱「行業概覽」。

獎項及認可

下表載列我們於往績記錄期間獲得的主要獎項及認可：

年份	獎項或認可	頒發機構
2024年 ..	福建省專精特新中小企業	福建省工業和信息化廳
2023年 ..	數字經濟核心產業瞪羚企業	福建省發展和改革委員會
2023年 ..	知識產權優勢企業	福建省市場監督管理局
2023年 ..	高新技術企業	全國高新技術企業認定管理工作 領導小組辦公室
2023年 ..	重點上市後備企業	福建省地方金融管理局
2023年 ..	創新型中小企業	福建省工業和信息化廳
2022年 ..	平潭綜合實驗區守合同 重信用企業	平潭綜合實驗區市場監督管理局

業 務

保險

本集團投購各類保險以保障我們的業務運營，並不時評估保單的充足性。我們目前為全體僱員提供社會保險，涵蓋養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險及生育保險。此外，對於需要進行外勤工作的僱員，我們亦購買了團體意外保險，其中包括意外傷害醫療保險和意外死亡撫恤金。根據一般市場慣例，我們並無投購任何業務中斷保險，中國相關法律對此亦無強制規定。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無作出或承受任何重大保險索償。鑒於上文所述，我們的董事認為保險保障屬充足且符合中國行業標準。

僱員

於最後實際可行日期，我們共有609名全職僱員。我們的所有僱員均位於中國。下表載列我們於最後實際可行日期按職能劃分的僱員總人數：

	職能	僱員人數	佔總數百分比
1	總經辦	11	1.81
2	營銷中心	181	29.72
3	運營支持中心	262	43.02
4	研發中心(包括相關輔助人員)	97	15.93
5	客戶服務中心	29	4.76
6	人力行政中心	13	2.13
7	財務中心	16	2.63
	總計	609	100.00

我們已與僱員訂立書面僱傭合同及保密協議，並與管理層及主要僱員簽訂不競爭協議。我們提供包括基本薪資、考核獎金及其他績效相關獎金的薪酬待遇。績效獎金主要根據僱員的工作及銷售績效酌情發放。該等績效獎金按季度及年度計算。根據中國相關法律法規，我們必須繳納法定的社會保險基金，包括養老金、工傷保險、生育保險、醫療保險及失業保險。此外，根據中國相關法律法規，我們須向有關機關登記，並於指定銀行開設相關賬戶，為我們的僱員繳納住房公積金。我們的薪酬待遇一般以表現為導向，管理層將會每年檢討及評估僱員的表現。我們的董事認為，本集團的薪酬待遇在市場上具有競爭力。

業 務

我們致力於為員工提供培訓和晉升機會，以提升僱員的歸屬感和工作熱忱。新入職的僱員必須參加入職培訓，而現職僱員亦會定期參加不同的培訓課程，涵蓋：(i) 運營方面的市場趨勢、產品介紹、銷售技巧及成功個案分享；(ii) 技術方面的新技術研發、專業技能及解決問題技巧；(iii) 管理方面的團隊管理、戰略規劃及個案研究或分享；及(iv) 消費者服務方面的商業禮儀、專業溝通及典型消費者投訴分析。我們的僱員須接受績效考核和審核，以決定他們的晉升前景及薪酬。我們非常重視內部晉升，以此為僱員提供長期的職業發展路徑和績效激勵。我們通過全面評估，包括工作表現、培訓及評估結果、誠信品德及工作態度等，發掘及提拔優秀僱員，並為合適的候選人選提供晉升機會。於最後實際可行日期，概無中國子公司成立工會。

我們通過多個渠道招聘僱員，包括內部推薦及招聘廣告及使用獵頭公司，由我們的人力資源部根據我們的內部招聘政策及程序處理。

除直接聘用外，於往績記錄期間，我們與職業介紹所訂立勞務派遣協議，主要開放運營與維護職位、銷售助理職位以及業務發展職位。董事確認各職業介紹所均為獨立第三方。我們現時與職業介紹所訂立的勞務派遣協議的期限一般有效期為一年。根據勞務派遣協議，我們按固定費率向職業介紹所支付服務費，而職業介紹所根據我們的崗位需求，提供合適的派遣人員為本集團工作。派遣員工受僱於職業介紹所，因此本集團並非其僱主，因此職業介紹所負責按中國法律法規要求安排其社會保險及其他福利條件。我們的董事進一步確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團使用的派遣員工人數不超過本集團用工總數的10%，因此並未在重大方面違反《勞務派遣暫行規定》。

我們重視僱員，並致力於與自己的僱員共同成長。我們相信我們與僱員的關係良好。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何罷工、停工或重大勞資糾紛，亦無在招聘或挽留合資格僱員方面遇到任何重大困難。

業 務

物業

於最後實際可行日期，我們於中國租賃115項物業，其中48項物業主要用於倉庫、辦公室和宿舍等非機器按摩服務用途，GFA約為27,966.75平方米。其餘67項租賃物業主要用於開設機器按摩服務的服務網點。上述所有物業均用於上市規則第5.01(2)條所界定的非物業業務。

於最後實際可行日期，我們並無構成非物業業務一部分且賬面值佔我們於2025年8月31日總資產15%或以上的單一物業權益。據此，根據上市規則第5.01B條，我們無須於本文件內載入任何估值報告。

職業健康及安全事項

我們已就員工的健康及職業安全訂立一系列內部政策及手冊。我們為僱員制定了員工安全手冊，作為盡量降低工作相關事故及傷害風險的指南，並建立了匯報及處理工作相關事故及傷害的程序，同時提供諸多提升僱員（尤其維護、清潔及加工崗位的僱員）個人安全意識的培訓課程。

我們的僱員可能會不時遭受常見工傷事故引起的傷害。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守了適用的中國健康及工作場所安全法律法規的相關標準，並相應為僱員購買了個人意外保險及醫療保險。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的經營並未經歷任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響的事故或工傷。

環境、社會及管治措施

ESG治理

我們致力於在環境、社會及管治（「**ESG**」）方面為我們的客戶、供應商和其他可能受我們業務影響的利益相關者帶來持久和積極的影響，並致力於以合法、合乎道德和負責任的方式運營我們的業務。我們致力對環保營運、社會責任項目，以及改善企業管治作出有意義的貢獻，以期為營運所在社區作出正面的社會影響。

業 務

鑒於我們的業務性質，我們認為我們的業務不存在重大的ESG相關風險，原因是我們主要專注於提供機器按摩服務，只有小型加工維修廠而並無生產設施。儘管如此，我們充分意識到負責任的環境管理能夠實現經濟增長與環境保護的共存。

董事會定期檢討整體的ESG表現，確保全面評估本公司在可持續發展實踐方面的遵行情況。不同業務部門在指定範圍內負責執行ESG工作的同時，須定期向管理層和董事會報告執行情況。為促進有效溝通，我們監督部門之間的溝通管道開放情況，以促進ESG相關議題交流。董事會秘書負責了解利益相關方的需求、意見及建議，分析實質性議題，並監督資料收集、編製及披露以向董事會報告。董事會通過董事會會議、專項報告及其他相關方式等多個溝通渠道，定期接收本公司ESG表現、願景及策略的最新資料。我們的董事會及管理層將ESG責任納入管理層決策體系，確保把社會效益評估作為重大項目或投資決策的重要考量。董事會負責監察及跟進ESG措施及舉措相關的計劃、預算及開支。

ESG策略與風險管理

董事負責識別及評估ESG相關風險，並制定及評估戰略計劃及化解措施。我們已採取以下措施識別、評估、管理及化解ESG相關風險。

我們在各部門及各子公司貫徹落實ESG戰略指引，依託不同業務板塊，共同推動執行。通過將ESG融入各部門的日常業務管理及營運，我們不斷提升ESG工作的成效。我們亦已建立起多元化的溝通渠道，與政府、股東、客戶及消費者、供應商、社區、行業組織、媒體渠道及行業內的利益相關者進行溝通。此舉令我們了解到各方的期望及需求，並持續改善本集團的ESG工作。本集團通過對標行業標準及上市規則所概述的規定，識別與我們的企業可持續發展高度相關的ESG議題，包括包括勞工常規、僱員福利和發展、供應鏈和其他社會責任。我們已根據業務特徵及營運特點制定及實施具體制度、管理流程及詳細辦法。該等辦法包括《反賄賂及反腐敗管理規定》、《招聘管理規定》及《員工信息安全手冊》等。

業 務

就氣候相關實體風險而言，由於氣候變化導致極端天氣事件加劇及變化，重大營運挑戰隨之出現。該等挑戰包括項目服務網點運營的中斷、交通受阻、供應鏈中斷及勞動力受到負面影響。有關中斷可能導致經營業績下降。為應對該等風險，我們已制定全面的危機及應急管理計劃，以管理愈發頻繁的極端天氣事件帶來的影響。為應對異常天氣狀況，我們已發佈安全警告向僱員及現場工作人員告知特別工作及安全安排。此外，我們密切監察每日天氣預測，並及時通知僱員及其他人員有關極端天氣下的任何相關措施。

指標及目標

環境事宜

我們受與我們的業務有關的若干中國環境法律法規的限制，且我們認為保護環境對於我們的業務而言尤為重要。為最小化我們業務經營中涉及的環境相關風險，我們已為我們的業務經營推出了環境管理相關內部程序，尤其針對我們的加工維修廠、維修及維護職能部門及服務網點裝修。我們已建立並實施符合ISO 14001:2015規定的環境管理系統。我們的管理層監督環境保護措施及政策的建立健全及實施。在我們的加工維修廠，職員需要嚴格遵守環境管理程序及中國相關機構建立並維持的規定。有關相關環境法律法規的更多詳情，請參閱「監管概覽」。我們定期僱用持有相關資質的第三方廢料回收公司收集並處理廢棄物。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據中國法律顧問所告知，我們概無因未能於所有重大方面遵守環境法規而遭受任何罰款或其他處罰。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，董事並不知悉任何可能對本集團的業務、戰略及財務表現的重大方面造成負面影響的實際環境風險。

業 務

我們致力節約能源及用水，減少我們的碳足跡。我們主要在我們的運營活動中消耗電力及石油，其乃我們溫室氣體排放的主要來源。為減少我們的溫室氣體排放並節約能源及用水，我們已採取以下目標及措施：

A. 我們辦公場所及倉庫的能源消耗及用水量指標及目標。

我們使用年平均用電量的指標評估辦公場所及倉庫（包括加工維修廠）的能源消耗，並使用每平方米年平均用水量的指標評估辦公場所及倉庫（包括加工維修廠）的用水量。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們的估計整體用電量分別約為231,000千瓦時、320,000千瓦時、445,000千瓦時及310,000千瓦時，而整體用水量則分別約為1,515,000公升、1,827,000公升、2,941,000公升及1,744,000公升。我們將力求於未來三年內將整體人均年度能源消耗及用水量水平降低1%。

*實現目標的措施。*我們已採取多項措施（包括更換辦公室及倉庫的高耗能設備）以降低能源消耗。例如，我們持續監測辦公場所及倉庫的能源消耗，且當相關設施出現故障導致耗電量異常時及時進行維修。我們亦已採取多項措施以節約用水。我們定期檢查水箱以預防漏水。我們亦力求提升僱員的能源消耗及用水意識。

B. 我們機器按摩設備的能源消耗

*指標及目標。*為響應政府舉措，我們致力於積極節約能源。我們使用所有服務網點的整體年度用電量的指標評估我們機器按摩設備的能源消耗水平。截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們所有服務網點的估計整體用電量分別約為1,746,000千瓦時、2,710,000千瓦時、3,659,000千瓦時及2,920,000千瓦時。我們將力求於未來三年內將我們每台機器的年平均用電量水平降低約1%。

*實現目標的措施。*我們已持續優化我們的機器設計以減少能源消耗。我們將機器置於室內及陰涼處，並根據季節轉變調整機櫃溫度，以減少冷藏及／或加熱商品所需能源。我們機器的製冷裝置會定期清潔，以去除灰塵並提高能源效率。我們亦於人流量低的時間將機器更改為節能模式，以減少照明及冷藏的能源消耗。

業 務

C. 工廠污染物排放

指標及目標。為響應政府舉措，我們致力於積極減少工廠污染物的排放。工廠排放的廢棄物主要包括固體廢棄物及有害廢棄物。在固體廢棄物排放量方面，截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們的固體廢棄物排放量分別為228.3噸、623.9噸、256.8噸及47.12噸。在危險廢棄物方面，截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度以及截至2025年8月31日止八個月，我們的危險廢棄物分別為零、171.5公斤、172.5公斤及零。我們將力求於未來三年內將工廠污染物排放水平降低約5%。

實現目標的措施。未來，我們將持續優化維修及加工機器的設計，以降低能源消耗。

D. 溫室氣體排放

指標及目標。下表分別載列我們截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年8月31日止八個月的溫室氣體排放量：

溫室氣體排放	截至12月31日止年度			截至8月31日 止八個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
溫室氣體排放總量				
(噸二氧化碳當量).....	100	138	190	136
範圍1—直接溫室氣體排放				
(噸二氧化碳當量) ⁽¹⁾	6	7	8	9
範圍2—間接能源排放				
(噸二氧化碳當量) ⁽²⁾	94	131	182	127

附註：

- (1) 溫室氣體排放（範圍1）的計算範圍包括移動源的燃料燃燒。鑒於本公司並未收集到2022年的相關數據，因此截至2022年12月31日止年度的數字僅為估計值。
- (2) 溫室氣體排放（範圍2）的計算範圍包括我們辦公室使用的購買電力及倉庫（包括加工維修廠）。
- (3) 溫室氣體排放（範圍3）指我們價值鏈中以及我們直接運營之外產生的其他間接排放，我們將在2026年前收集及計量。

業 務

我們將力求於未來三年內將人均溫室氣體排放總量減少5%。

*實現目標的措施。*為減少溫室氣體排放量，我們會(i)實施節約紙張策略，方式為優化電腦及打印機設置以採用雙面打印及省墨模式，推廣使用電子通訊技術，在適當時對用戶進行監測並設置打印限制，以及進行定期審核以確定改善空間；及(ii)在僱員中推廣可持續交通方式，鼓勵使用公共交通工具，在必要的差旅中優先選擇直飛航班，並利用視像會議作為代替非必要商務旅行的可行選擇。

E. 綠色辦公倡議

為推廣綠色辦公室概念，我們會(i)開展環保教育和活動，鼓勵僱員樹立環保和可持續發展的觀念，盡量減少對環境的負面影響；(ii)實施內部政策及措施，旨在減少耗水量、能源消耗及整體碳足跡；(iii)不時舉行活動，以提高員工在日常生活中對保護環境重要性的認識；(iv)繼續探索開展業務的新方式和新技術，使我們能夠以環保的方式經營；及(v)加強我們的用水和廢物管理，並向僱員發出提醒。

F. 設備淘汰和升級

我們致力於優化我們的按摩設備的利用率，延長其使用壽命，並將因磨損及故障而產生的非必要損耗降至最低。使用過的按摩設備會送往我們的加工維修廠，以便在有需要時進行升級和維修。詳情請參閱「—我們的加工維修廠」。對於過時的按摩設備，我們會將其拆解，僅處置有缺陷的部件，然後將剩餘的部件翻新，再用於其他按摩設備上。這種方式使我們減少了不必要的浪費，提高了按摩設備的整體使用效率。

今後，我們將進一步加強對供應商的監督，並加強對按摩設備的進貨檢驗，防止出現大規模的按摩設備故障。同時，我們也會加強對按摩設備的定期檢查及維護，以確保其使用壽命。

業 務

社會責任及管治

A. 勞工常規

我們十分重視所有僱員對我們業務及社會所作的貢獻，致力為所有僱員創造公平及平等的工作環境，不論性別。我們絕不容忍任何形式的歧視，包括性別、殘疾、年齡、種族、國籍或家庭狀況。我們集團致力於擁抱多元化，確保給予所有僱員在僱用、培訓、福利以及專業和個人發展方面的整個過程中平等及尊重的待遇。這一承諾延伸至所有僱員活動和人力資源事務，包括招聘、晉升、調動、獎勵及培訓。

通過最大限度地為每個人提供平等的職業機會，我們努力創造一個促進成長和發展的包容性環境。此外，我們還提倡工作與生活的平衡，並努力為所有僱員營造一個愉快的工作環境。我們恪守這些原則，確保每個人都感受到重視和支持，從而為建立積極的組織文化作出貢獻。

B. 僱員福利及培訓

我們的目標是提供全面的僱員福利，包括提供年假、病假、婚假和產假等帶薪假期，旨在尊重僱員在不同人生階段的需求。此外，我們還為僱員舉辦生日派對並贈送禮物，定期開展團建活動，以增進人際關係和團隊凝聚力。這種全面的方法營造了富有支持性的工作環境，將僱員的福利和參與度放在首位。

我們努力為僱員提供培訓和晉升機會，以增強僱員的歸屬感和敬業精神。我們的新僱員必須參加入職培訓，現有僱員也會定期參加不同的培訓計劃。我們將根據僱員的工作崗位和表現為其提供此類培訓，並確保不因性別、年齡、國籍或其他因素而產生歧視。

C. 職業健康與安全

儘管我們認為我們並無承受與職業健康與安全有關的任何重大風險，但我們仍致力於為僱員建立安全健康的工作環境。

業 務

我們為僱員制定了員工安全手冊，作為盡量降低工作相關事故及傷害風險的指南，並建立了匯報及處理工作相關事故及傷害的程序。我們還提供諸多提升僱員（尤其維護、清潔及加工崗位的僱員）個人安全意識的培訓課程。

D. 供應鏈管理

我們高度重視供應鏈的可持續性，並於價值鏈推廣負責任的低碳範式。我們致力建立明確的供應商管理程序及實施嚴格的供應商風險管理流程，藉此為供應鏈管理提供指引。

採購部主要負責聯絡供應鏈中的物流安排。我們的員工將根據交付所涉及的地理位置，優先選擇附近的物流團隊。在交付過程中，我們將優先選擇能耗較低的車輛，並選擇能最大限度縮短運輸時間的路線。

在包裝方面，我們會要求第三方製造商使用更合適的材料，如使用可生物降解或可回收的材料進行包裝。同時，包裝還需要通過一定的防震和跌落測試，以確保原材料、按摩設備和其他備件在運輸過程中不會損壞。

我們建立了供應商審批流程，供應商必須提供相關資質或證明，如營業執照或設備生產經營許可證。我們會將其質量及環境管理能力作為評估標準之一。如果供應商不符合適用的法律法規和質量要求，或有不當行為，我們將要求他們糾正，仍未能糾正的，我們可能會考慮終止與他們的合同。我們通常要求供應商根據業務需要提供環保產品。這包括鼓勵供應商在生產及設計過程中盡量減少原材料及備件的浪費。

我們相信，良好的供應鏈管理慣例可確保產品的質量、可靠性及效率。我們根據以下標準評估供應商：質量系統文件、採購及供應商管理、工程管理、倉庫管理、質量管理及產品管理。我們僅會考慮吸納或甄選符合該等標準的供應商。

業 務

E. 社會責任

在我們商業信譽的核心價值觀帶領下，我們堅定不移地踐行社會責任並參與社區服務。我們致力於支持當地社區，以通過企業慈善事業及社區合作夥伴關係，創造可持續利益。於往績記錄期間，我們組織了多項社區活動及慈善活動。例如，我們組織了「愛的一平方」等募捐活動，鼓勵大眾捐贈自動體外除顫器。我們認為，上述活動有助於團結我們的業務夥伴及客戶，一同投身於履行社會責任中。

在分享本集團整體辛勤工作的豐碩成果的願景下，我們視每名僱員為重要的業務合夥人。我們的價值是給予平等及尊重的待遇，並大力推動所有僱員的福祉、專業及個人發展，並努力促進工作與生活的平衡，創造快樂的工作場所文化。我們亦將為僱員的福祉而繼續提供培訓課程及指引，健全我們的內部政策以加強職業健康及安全。

我們擬於[編纂]後採納實施一套更為全面堅實的環境、社會及管治政策，符合行業標準並遵守上市規則的要求。此外，[編纂]後，我們亦將為僱員就環境、社會及管治合規要求、最新監管情況及實行要點定期推出內部培訓項目。

牌照、許可及批准

下表載列我們在中國經營業務取得的重大牌照、許可及批准：

1. 高新技術企業證書

序號	持有人	證書編號	頒發日期	有效期	審批機關
1	本公司	GR202335001955	2023年12月28日	三年	福建省科學技術廳、 福建省財政廳、 國家稅務總局 福建省稅務局

業 務

2. 固定污染源排放登記

序號	持有人	註冊編號	地址	註冊日期	有效期
1	福安樂摩健康科技 有限公司	91350981MA8RNCTU47001X	福建省甯德市福安市 溪潭鎮工業園區11號	2024年9月6日	五年

3. 軟件產品證書

序號	持有人	證書編號	頒發日期	有效期	審批機關	證書詳情
1	本公司	MinRC-2021-0011	2021年3月16日	五年	福建省軟件 行業協會	軟件產品評估：等候椅二維碼 支付系統V1.0符合相關規定
2	本公司	MinRC-2021-0012	2021年3月16日	五年	福建省軟件 行業協會	軟件產品評估：樂摩吧應用程 序(安卓)V1.0符合相關規定
3	本公司	MinRC-2021-0013	2021年3月16日	五年	福建省軟件 行業協會	軟件產品評估：售後管理 系統V1.0符合相關規定

業 務

4. 信息系統安全防護備案證書

序號	持有人	證書編號	備案詳情	備案日期	備案機關
1	本公司	35010013161-23001	第三級樂摩吧業務 管理系統	2023年9月19日	福州市公安局

5. 企業信用等級證書

序號	持有人	證書編號	頒發日期	到期日期	備案機關
1	本公司	ZXRC202596525	2025年10月22日	2028年10月21日	中鑫潤誠(北京)國際信 用評價有限公司

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已取得在中國開展業務經營所有重大方面所需的所有必要牌照、批准、許可及登記。董事進一步確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團已於所有重大方面遵守本文件「監管概覽」一節所載適用法律法規。經董事確認，我們並不知悉任何重大牌照在屆滿重續時遭遇任何實質性困難。本集團將持續追蹤所有相關牌照及證書的到期日期並申請及時重續。

法律程序及監管合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團任何成員公司概無涉及我們認為會對我們的業務、經營業績、財務狀況或聲譽造成重大不利影響的任何法律、仲裁或行政程序（包括破產或接管程序（不論是否已實際發生或可能發生））。此外，董事並無涉及任何實際或可能會產生重大影響的申索或訴訟。然而，我們可能不時成為日常業務過程中產生的各種法律、仲裁或行政程序的一方。訴訟或任何其他法律或行政程序，不論結果如何，均可能導致我們產生巨額成本及轉移我們的資源（包括管理層的時間及精力）。

誠如我們的中國法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因在所有重大方面不合規的情況而被處以任何罰款或其他處罰。

不合規事件

我們在日常業務過程中受到廣泛的中國法律法規的約束。有關詳情，請參閱本文件「監管概覽」一節。

業 務

尚待辦理房屋所有權證的租賃物業

截至最後實際可行日期，就21項用作非機器按摩服務用途的物業（其主要包括用作倉庫、辦公室及宿舍的物業，約佔該等物業的43.8%），以及67項用作開設機器按摩服務服務網點的物業而言，出租人未能提供足夠及有效的房屋所有權證，證明他們有權出租該等物業，亦未能提供業主授權分租物業給我們的證明。

據中國法律顧問告知，在沒有所有權證或業主授權證明的情況下，我們對該等有缺陷租賃物業的使用可能會受到第三方對租賃或我們的土地使用權提出的索賠或質疑的影響。根據適用的中國法律，若出租人並無出租該等有缺陷租賃物業的必要權利，則相關租賃協議可能被視為無效，我們可能須騰出該等物業。然而，根據我們中國法律顧問的建議，若由於第三方對租賃或我們的土地使用權提出的索賠或質疑，導致我們無法繼續使用該等物業，我們作為承租人將有權向出租人索賠，法律另有規定或雙方另有約定的除外。

鑒於上述情況，董事認為，上述產權缺陷不會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響，理由如下：(i)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們有關該等有缺陷的租賃物業的租賃在所有重大方面並無就租賃及使用有關租賃物業的權利面臨申索或爭議；(ii)考慮到(a)我們倉庫、辦公室及宿舍的可替代性高且無特別必要條件及(b)在適用區域有足夠可替代租賃物業，我們將能夠以可比商業條款相對容易地並按相近價格搬遷至不同的地點；及(iii)考慮到該等有缺陷的租賃物業在地理上分佈於中國內地各地且由不同地方政府部門管轄，我們認為我們不大可能同時就大量該等有缺陷的租賃物業面臨來自不同第三方的權利申索或被政府部門要求搬遷。

租約登記

根據適用的中國法律，物業租賃合同必須在中國住房和城鄉建設部當地分支機構登記。截至最後實際可行日期，我們與業主簽訂的租賃協議中有99份未向相關中國內地政府機構登記，包括(a) 32項用於非機器按摩服務的物業，主要包括用作倉庫、辦公室及宿舍的物業；及(b) 67項用於設立機器按摩服務服務網點的物業，主要由於我們難以促使我們的出租人配合登記該等租約。

業 務

據中國法律顧問告知，根據適用的中國法律，未登記該等租賃協議並不影響其有效性，惟中國內地有關部門可能要求我們（作為承租人）於限期登記，否則我們可能須就每份未登記租賃協議支付人民幣1,000元至人民幣10,000元不等的罰款。於最後實際可行日期，我們因未登記租賃而可能面臨的潛在最高罰款額將約為人民幣0.99百萬元。然而，截至最後實際可行日期，我們並未被要求登記我們的租賃協議或就該等租賃協議被中國內地有關部門處以罰款。鑒於上文所述，董事認為，未登記該等租賃協議將不會對我們的業務運營造成重大不利影響。

有關與我們租賃物業相關的風險的進一步詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－與我們若干物業相關的缺陷可能對我們使用有關物業的能力產生不利影響」。

社會保險和住房公積金

背景及不合規理由

根據相關中國法律，我們須為我們中國內地的僱員的福利，作出社會保險及住房公積金的供款。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們的中國內地子公司並無按相關中國法律的規定為僱員繳足社會保險及住房公積金。

經董事確認，我們未能按法定基準為僱員繳足社會保險及住房公積金，乃由於(i)僱員出於共同供款的規定及自身的個人考慮，不願按法定基準繳足社會保險及住房公積金；及(ii)有關人員缺乏經驗，未完全了解中國相關法律及法規的要求。

潛在法律後果

據中國法律顧問告知，根據相關中國法律，(i)於指定時段內未足額繳納社會保險，可能須每日繳交遲延支付額0.05%的滯納金，且如果不在規定的期限內付款，主管部門可進一步處以逾期金額一至三倍的罰款；及(ii)就未繳納的住房公積金供款而言，我們可能會被勒令在規定期限內繳納尚未繳納的住房公積金供款。倘於有關期限內未就未繳納的住房公積金供款作出付款，可能會向人民法院申請強制執行。經董事確認，截至最後實際可行日期，在重大方面，相關監管部門沒有對我們的社會保險供款及住房公積金採取任何行政措施、罰款或處罰，我們亦未收到任何指令或被告知須

業 務

就重大方面的差額進行補繳。於2022年、2023年及2024年12月31日以及於2025年8月31日，鑒於本公司僱員人數在過去三年穩步增加，我們在財務報表中就社會保險及住房公積金供款計提撥備分別為人民幣2.26百萬元、人民幣5.19百萬元、人民幣9.64百萬元及人民幣12.20百萬元，相當於相應年度社會保險及住房公積金供款未繳的差額。考慮到上述規定，我們的董事認為本公司已採取足夠措施遵守於2025年9月1日起生效的《最高法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋（二）》。有關詳情，請參閱「監管概覽」。

補救措施

我們在執行僱員繳納社會保險及住房公積金的政策時，合乎相關中國法律的規定。我們積極鼓勵並為我們僱員作出有關供款。儘管如此，我們未能為部分僱員悉數繳足未繳納的社會保險及住房公積金，因為彼等不願參與有關計劃。一經彼等同意，我們即可為彼等繳納相關社會保險及住房公積金，我們將於該時起為彼等作出相應供款。此外，於最後實際可行日期，我們已採取以下補救措施以減少將來該等不合規的出現：

- **培訓及建議。**就相關中國法律諮詢中國法律顧問，並加強我們的員工對法律合規的培訓，包括聘用中國法律顧問為我們的員工提供培訓，使我們了解相關法規的最新發展；
- **政策。**加強我們的人力資源管理政策，要求按照適用的法律法規，悉數繳納社會保險及住房公積金；
- **審核及保留記錄。**指定我們的人力資源部門員工每月計算、核對僱員薪酬及社會保險及住房公積金的繳納情況；及
- **提高對法律發展的意識。**定期了解有關社會保險及住房公積金的中國法律的最新發展。

業 務

於最後實際可行日期，我們仍在與僱員溝通，尋求他們的理解與合作，以遵守適用的支付基數，這可能需要僱員的額外供款。僱員不願意承擔必須由僱員承擔的社會保險及住房公積金相關費用。我們將繼續嘗試與僱員合作，按照符合相關中國法律法規的方式繳納社會保險及住房公積金。

我們的中國法律顧問告知我們，本公司被政府部門責令支付社會保險相關未繳足金額或罰款的風險甚微。

鑒於上述情況，董事認為該不合規並未且不會對本集團造成重大不利影響，而我們對未繳足社會保險及住房公積金作出的撥備充足，原因如下：(i)於往績記錄期間，我們與僱員之間並未就社會保險或住房公積金供款產生重大爭議；(ii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未受到任何重大行政處罰；及(iii)截至最後實際可行日期，我們並未收到中國內地相關部門要求我們支付有關社會保險及住房公積金的未繳足金額或罰款的通知。

消防

於往績記錄期間，我們就消防安全不合規（「**消防事件**」）受到兩項行政處罰，罰款分別約為人民幣10,000元及人民幣31,000元。該等事件源於我們位於商業綜合體的兩個服務網點的佈局，可能由於無意疏忽及我們相關人員缺乏經驗，未完全了解相關規定，從而影響了消防疏散路線。我們已悉數支付相關罰款，並採取所需的整改措施，如及時搬遷服務網點設備及確保受影響區域的通道暢通無阻。

對此，本集團已實施一系列整改措施以降低再次發生的風險，加強整體消防安全管理。該等措施包括為我們的員工量身定制著重於消防、應急響應程序及設備處理的培訓計劃。此外，本集團已加強監督及現場檢查，確保嚴格遵守消防安全條款。我們已實施定期演習及評估，以不斷提高全體人員的應急情況及能力。本集團仍致力維持安全的營運環境，並將根據行業慣例及監管要求繼續檢討及更新消防政策及培訓內容。

業 務

就董事所深知，考慮到於往績記錄期間及直至最後實際可行日期我們廣泛的服務網點網絡內僅發生兩起單獨事件，故消防事件屬非經常性性質。

誠如我們的中國法律顧問所告知，董事確認上述不合規事件對本集團的業務及營運並無重大不利影響。

風險管理及內部控制

風險管理

董事會負責監督並確保我們維持健全有效的內部控制及風險管理體系，以時刻保障股東的投資及我們的資產。

在我們的經營中，我們面臨多種風險，其詳情載於本文件「風險因素」一節。鑒於本集團面臨的潛在風險，在董事會監督管理業務經營相關整體風險的同時，我們亦建立了審計委員會以檢討並監督本集團財務匯報程序、風險管理及內部控制體系。有關審計委員會的職權範圍及責任的詳細說明，請參閱本文件「董事、監事及高級管理層－董事委員會－審計委員會」一節。

此外，我們已就業務的風險管理編製並採納了多項措施及程序，如(i)風險控制及監管管理；(ii)業務可持續性及應急計劃；(iii)收入對賬；(iv)對城市合夥人的評估；及(v)服務網點場地管理及合同管理。管理層亦定期不時監控該等措施及程序的實施以確保風險管理體系健全有效。

內部控制

為籌備建議[編纂]，根據香港會計師公會頒佈的技術公報-AATB1，我們委聘外部內部控制顧問以審查我們的內部控制，審查內容包括(i)企業治理層面及業務流程層面；及(ii)向我們呈報事實調查結果，及就上述流程及程序的內部控制建議改善方法。根據內部控制顧問進行的審查及建議，我們已應該等調查結果及建議實施整改及改善措施。內部控制顧問亦已完成對我們就內部控制體系所採取行動的跟進程序，並確認經跟進審查，並無提出有關企業管治層面及業務流程層面的內部控制的進一步推薦意見。

業 務

本集團已採納以下措施以確保[編纂]後持續遵守上市規則：

- 董事已於2025年1月出席由香港法律顧問組織的有關股份於聯交所[編纂]的公司的董事持續責任及職責的培訓課程。
- 我們已同意於[編纂]後委聘綽耀資本有限公司為我們的合規顧問，以就上市規則及／或適用於本公司的其他相關法律法規向董事會提供建議及協助。
- 我們已成立由兩名獨立非執行董事及一名非執行董事（包括董慧女士、雷志剛先生及吳景華先生）組成的審計委員會。審計委員會已採納清楚列明其職責及責任的職權範圍，其中包括監督本集團的內部控制程序以及會計及財務報告事宜，並確保遵守相關法律法規。有關獨立非執行董事的履歷詳情，請參閱本文件「董事、監事及高級管理層」一節。
- 在我們認為必要和適當時，我們將就與內部控制及法律合規有關的事宜尋求獨立內部控制顧問、外部法律顧問及／或其他適當的獨立專業顧問的專業意見及協助。

董事確認，本集團的內部控制措施充分，可有效確保本集團的內部控制體系健全。聯席保薦人已獲取並審閱由本公司的內部控制顧問根據AATB 1出具的內部控制報告，並與本公司的內部控制顧問及管理層討論了內部控制報告中的重大發現及整改措施。基於上文所述，聯席保薦人概無注意到任何事項足以對本集團所實施的內部控制措施的充分性或有效性產生疑慮。