

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此乃概要，故並無載列可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下在決定投資[編纂]前務請閱讀整份文件。

任何投資均涉及風險。有關投資[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」。閣下在決定投資[編纂]前務請仔細閱讀該節。

概覽

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%。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。

概 要

我們的收入模式

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，我們向嚴格遵守我們的規範的供應商購買按摩設備，並將該等按摩設備部署到各種場景以提供機器按摩服務；及
- 其他，主要包括(i)家用按摩設備和按摩小件的線上銷售；及(ii)數字廣告服務。



概 要

我們的業務系統



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。於最後實際可行日期，我們有約29.6%的服務網點以合夥人模式運營。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。

概 要

我們向各城市合夥人指派一名專職運營專員，監督其日常運營並提供定期指導。我們利用我們的內部系統LMB Links來收集、存儲及分析運營數據，並在月度會議上進行審查及總結。此外，我們根據城市合夥人的年收入增長對其進行年度績效評估。有關詳情，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」。我們亦於兩種業務模式下採用維護和清潔工作的不同分工。在直營模式下，我們以內部員工及外包予外部服務供應商相結合的方式自行承擔維修和清潔工作。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和清潔。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。有關詳情，請參閱「業務－我們的業務分部－機器按摩服務－按摩設備的維護」。通過明確的職責分工、合作與賦能，我們的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。根據弗若斯特沙利文報告，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%。

概 要

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，我們旨在打造兼具私密性、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。

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）

我們於往績記錄期間內穩步發展，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%。

概 要

下表載列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	%	人民幣千元	%		
	(未經審計)											
機器按摩服務												
按經營模式												
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		
按地理位置												
一線城市	58,326	17.67	106,313	18.12	155,522	19.49	103,289	18.64	127,089	20.15		
新一線城市	84,728	25.66	155,662	26.53	229,088	28.71	159,429	28.76	169,505	26.87		
二線城市	67,915	20.57	130,436	22.23	183,126	22.95	128,176	23.13	144,110	22.85		
其他 ⁽¹⁾	105,160	31.85	175,294	29.86	215,190	26.97	154,056	27.80	173,664	27.53		
按消費場景												
商業綜合體	204,537	61.95	342,037	58.28	476,204	59.68	324,612	58.57	378,326	59.98		
影院	77,746	23.55	145,165	24.74	204,653	25.64	147,346	26.58	165,748	26.28		
機場	13,866	4.20	53,171	9.06	76,015	9.53	54,409	9.82	52,467	8.32		
高鐵站	6,401	1.94	13,090	2.23	11,915	1.49	8,704 ⁽³⁾	1.57	6,054 ⁽³⁾	0.96		
其他 ⁽²⁾	13,579	4.11	14,242	2.43	14,139	1.77	9,879	1.78	11,773	1.87		
小計	316,129	95.75	567,705	96.74	782,926	98.11	544,950	98.32	614,368	97.41		
其他	14,025	4.25	19,131	3.26	15,065	1.89	9,304	1.68	16,364	2.59		
總計	330,154	100.00	586,836	100.00	797,991	100.00	554,254	100.00	630,732	100.00		

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。
- (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。
- (3) 董事認為，2025年前八個月來自交通樞紐場所（包括機場、高鐵站等）的收入較去年同期減少，主要是由於(i)因惡劣天氣導致航班及高鐵延誤次數增加（2024年第一季度該情況尤為突出），促使機場與高鐵站的機器按摩服務使用頻率上升，而2025年同期則未發生類似事件；及(ii)國家鐵路局實施的限制性政策及現行市場狀況，導致2025年前八個月在高鐵站部署的機器按摩設備數量減少。

概 要

於往績記錄期間的中國主要經營數據載列如下：

	截至12月31日止年度			截至2024年	截至2025年
	2022年	2023年	2024年	8月31日 止八個月	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

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。

概 要

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」。

概 要

我們的競爭優勢

我們認為以下優勢有助於我們在機器按摩服務市場立足：

- 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
- 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
- 致力於打造機器按摩服務，促進消費者選擇偏好的形成
- 「直營模式+合夥人模式」共生，「線上+線下」模式互補
- 專業且行業經驗豐富的管理層

我們的業務戰略

我們將繼續推行以下戰略，以推動進一步增長：

- 進一步擴大我們的服務網點
- 繼續迭代和提升我們的技術，提高服務質量和運營效率
- 提升品牌知名度和曝光度
- 發展戰略合作，探索新商機，發揮協同效應

概 要

我們的服務網點

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經營模式、地區及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			
		%		%		%		%		%
按經營模式劃分										
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
按地區劃分										
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 ⁽¹⁾	8,531	39.27	12,121	37.72	17,911	38.94	18,994	38.44	18,546	38.34
按消費場景劃分										
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 ⁽²⁾	3,766	17.33	3,542	11.02	3,282	7.13	3,310	6.69	3,350	6.93
總計	21,727	100.00	32,141	100.00	45,993	100.00	49,413	100.00	48,371	100.00

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。

(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。

我們的客戶及供應商

我們的客戶主要包括(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)在合夥人模式下的城市合夥人。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

概 要

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%）分別於各主要客戶中擁有權益。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。

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的製造商。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32.6%、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。

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。該等主要企業利用其在商業綜合體、影院及交通樞紐（包括機場及高鐵站）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%。

概 要

風險因素

我們的運營涉及我們無法控制的若干風險及不確定因素。我們已將我們的風險分類為：(i)與我們的業務及行業有關的風險；(ii)與在我們經營所在國家及地區進行業務有關的風險；及(iii)與[編纂]有關的風險。

若干主要風險概述如下：(i)我們可能無法以商業上可接受的條款為我們的服務網點找到合適的場地，甚至根本無法找到合適的場地；(ii)我們易受到與意外提前終止場地使用協議有關的風險；(iii)若我們未能有效維護、推廣及提升我們的品牌，我們的業務及競爭優勢可能會受損；(iv)若我們無法有效管理我們的業務以及在新消費場景中的擴張及增長，我們的業務及前景可能會受到重大不利影響；及(v)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。

該等風險並非可能影響股份價值的唯一重大風險。閣下在決定是否投資於我們的股份時，應審慎考慮本文件所載的所有資料，尤其是評估本文件「風險因素」所載的特定風險。

綜合財務資料概要

綜合損益及其他全面收益表概要

下表載列於所示期間我們以絕對金額計的綜合損益及其他全面收益表中的經選定項目，其摘錄自附錄一所載會計師報告：

	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)				
收入	330,154	586,836	797,991	554,254	630,732
銷售成本	(244,819)	(341,591)	(510,192)	(326,330)	(400,000)
毛利	85,335	245,245	287,799	227,924	230,732
其他淨收入／(虧損)	200	(14,489)	(518)	(713)	1,159
營銷費用	(42,749)	(77,114)	(113,867)	(74,525)	(81,407)
行政開支	(18,377)	(29,222)	(46,066)	(24,423)	(28,646)
研發開支	(8,330)	(16,191)	(21,497)	(13,984)	(14,885)

概 要

	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)	
運營利潤.....	16,079	108,229	105,581	114,279	106,953
財務成本.....	(1,329)	(2,008)	(3,383)	(2,278)	(1,322)
贖回負債賬面值的變動	(4,985)	(3,007)	(164)	(164)	—
除稅前利潤.....	9,765	103,214	102,304	111,837	105,631
所得稅	(3,284)	(15,874)	(16,497)	(17,956)	(17,081)
年內／期內利潤.....	6,481	87,340	85,807	93,881	88,550
歸屬於：					
本公司權益股東	6,481	87,340	85,807	93,881	88,550
年內／期內利潤.....	6,481	87,340	85,807	93,881	88,550
年內／期內其他全面收益					
(除稅及重新分類調整後)					
其後重新分類或可能重新分類至					
損益的項目：					
中國內地以外地區業務財務報表					
換算的匯兌差額	—	—	—	—	(219)
年內／期內其他全面收益	—	—	—	—	(219)
年內／期內全面收益總額	6,481	87,340	85,807	93,881	88,331
每股盈利					
基本及攤薄(人民幣元)	0.12	1.69	1.72	1.88	1.77

非國際財務報告準則計量

在評估我們的業務時，我們採用國際財務報告準則並無要求或並非根據有關準則呈列的非國際財務報告準則計量(即經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量))，作為額外財務計量。我們相信，該等非國際財務報告準則計量通過撇除某些項目的潛在影響，有助於比較各期間及各公司的經營業績。我們認為，有關計量為投資者及其他人士提供有用信息，使其採用與管理層相同的方式了解並評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)未必可與其他公司採用類似名稱呈列的財務計量作比較。採用該等非國際財務報告準則計量作為分析工具存在局限，閣下不應脫離我們根據國際財務報告準則呈報的經營業績或財務狀況或將其作為替代分析加以考慮。

概 要

我們將經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）定義為就(i)以權益結算以股份為基礎的付款開支（屬於非現金支付方式）及(ii)[編纂]調整的年內／期內利潤（即[編纂]相關開支）。

	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)	
年內／期內利潤.....	6,481	87,340	85,807	93,881	88,550
加：					
以權益結算以股份為基礎的					
付款開支.....	2,053	7,238	5,564	3,716	3,041
[編纂].....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
年內／期內經調整淨利潤					
（非國際財務報告準則計量）.....	<u>8,534</u>	<u>94,578</u>	<u>102,075</u>	<u>98,282</u>	<u>99,187</u>

提供機器按摩服務一直是我們業務運營的重心。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，機器按摩服務產生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782.93百萬元及人民幣614.37百萬元，分別佔我們同期總收入的95.75%、96.74%、98.11%及97.41%。有關增長主要是由於：(i)在我們不斷擴充服務網點的帶動下，服務網點及按摩設備得以增加，令我們可觸及的消費者群增加；(ii)在新老消費者數量穩步增加的情況下，交易量有所增長；及／或(iii)每筆消費訂單的平均按摩費有所增長，此乃由於消費者黏性增加且使用機器按摩服務的消費習慣逐步深化，更多消費者訂購更高端及／或更長時間的機器按摩服務。

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，我們的毛利分別為人民幣85.34百萬元、人民幣245.25百萬元、人民幣287.80百萬元、人民幣227.92百萬元及人民幣230.73百萬元。毛利由截至2022年12月31日止年度的人民幣85.34百萬元增加至截至2023年12月31日止年度的人民幣245.25百萬元，主要是由於服務網點擴張（尤其是直營模式）且COVID-19疫情後中國截至2023年12月31日止年度的消費活動整體復甦令我們的收入增加。毛利由截至2023年12月31日止年度的人民幣245.25百萬元增加至截至2024年12月31日止年度的人民幣287.80百萬元，主要是由於我們的服務網點擴張及機器按摩服務的消費者及交易訂單的數量增加。毛利由截至2024年8月31日止八個月的人民幣227.92百萬元增加至截至2025年8月31日止八個月的人民幣230.73百萬元，主要由於2025年我們拓展海外市場令向海外城市合夥人銷售的機器按摩設備數量增加。

概 要

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，我們機器按摩服務產生的毛利率分別為24.66%、41.47%、36.16%、41.32%及36.61%。毛利率由截至2022年12月31日止年度的24.66%增加至截至2023年12月31日止年度的41.47%，主要是由於COVID-19疫情的影響使截至2022年12月31日止年度消費者活動表現不佳，在此期間我們仍產生服務網點及相關開支等大額成本，而市場的消費者活動於2023年恢復，更多公共場所重新開放，從而使每個服務網點的平均交易額增加。直營模式下毛利率減少主要是由於(i)為擴大業務規模及市場滲透率而產生的服務網點使用費及新按摩設備成本不斷增加；(ii)運維人員方面的支出增加，導致毛利增長放緩；及／或(iii)鑒於直營模式採取更積極的服務網點擴張方式，直營模式產生的毛利比例增加，而直營模式的毛利率通常低於合夥人模式。

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。

概 要

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，我們的年內／期內利潤分別為人民幣6.48百萬元、人民幣87.34百萬元、人民幣85.81百萬元、人民幣93.88百萬元及人民幣88.55百萬元。年內利潤由截至2022年12月31日止年度的人民幣6.48百萬元增加至截至2023年12月31日止年度的人民幣87.34百萬元，主要是由於我們機器按摩服務產生的收入增加，而2023年業務擴張產生的營銷成本、行政開支及財務成本的增幅有所下降。截至2023年12月31日止年度的利潤為人民幣87.34百萬元，而截至2024年12月31日止年度為人民幣85.81百萬元，保持穩定，主要由於收入增加，但被以下因素抵銷：(i)[編纂]；(ii)為擴大業務規模及市場滲透率而產生的服務網點使用費及新按摩設備成本不斷增加；及(iii)經營及維護人員的開支增加，導致毛利增長放緩。儘管我們的收入由2023年至2024年增加了35.98%，成本的增加減緩了2024年的利潤增長。利潤由截至2024年8月31日止八個月的人民幣93.88百萬元減少至截至2025年8月31日止八個月的人民幣88.55百萬元，主要是由於2025年產生的[編纂]。

有關我們綜合損益及全面收益表的更多討論，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」。

綜合財務狀況表經選定項目

下表載列我們於所示日期的流動資金及運營資金的概要：

	於12月31日			於8月31日
	2022年	2023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
流動資產				
按公允價值計入損益的				
金融資產	20,519	15,751	—	60,097
存貨	5,411	6,198	5,571	9,638
貿易及其他應收款項	46,905	63,594	75,463	88,844
預付款項	39,457	76,228	99,838	100,914
預付稅項	—	—	2,180	—
現金及現金等價物	43,211	38,891	19,684	46,694
	<u>155,503</u>	<u>200,662</u>	<u>202,736</u>	<u>306,187</u>

概 要

	於12月31日			於8月31日
	2022年	2023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
流動負債				
貿易及其他應付款項.....	69,752	152,184	161,871	143,911
合同負債.....	2,676	4,244	1,607	1,695
銀行貸款.....	18,271	42,425	43,475	54,532
租賃負債.....	4,682	8,426	6,083	3,878
贖回負債.....	75,062	16,009	—	—
其他流動負債.....	33	100	104	104
即期稅項.....	2,951	9,116	5,210	12,606
	<u>173,427</u>	<u>232,504</u>	<u>218,350</u>	<u>216,726</u>
流動淨(負債)／資產.....	<u>(17,924)</u>	<u>(31,842)</u>	<u>(15,614)</u>	<u>89,461</u>
非流動資產.....	101,986	205,152	269,954	243,741
非流動負債.....	6,796	21,425	14,317	1,807
淨資產.....	77,266	151,885	240,023	331,395

我們於2022年12月31日的流動淨負債為人民幣17.92百萬元，主要是由於投資者基石億享於2017年12月與本公司簽訂投資協議的贖回權產生的贖回負債。根據上述投資協議，基石億享有權要求本公司全額贖回其股份。有關贖回負債的詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註24。

我們於2023年12月31日的流動淨負債為人民幣31.84百萬元，而於2022年12月31日的流動淨負債則為人民幣17.92百萬元。流動淨負債的增加主要是由於貿易及其他應付款項增加（原因是宣派截至2023年12月31日止年度的股息人民幣23.75百萬元（詳情請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註28(b)））、因業務擴張而增加購置按摩設備及場地使用費，以及銀行貸款增加（原因是因業務擴張而增加購置按摩設備及場地使用費），而上述贖回負債部分已於2023年結清。

我們於2024年12月31日錄得流動淨負債人民幣15.61百萬元，其中人民幣10.17百萬元乃由於我們為更好地利用閒置資金而認購了期限為兩年的存款單。與2023年12月31日的流動淨負債人民幣31.84百萬元相比，流動淨負債減少主要是由於基石億享於2024年2月終止贖回權，導致贖回負債悉數終止確認。

概 要

我們於2025年8月31日錄得流動淨資產人民幣89.46百萬元，而於2024年12月31日錄得流動淨負債人民幣15.61百萬元，主要由於2025年1月出售可轉讓存款單。

我們的淨資產由2022年12月31日的人民幣77.27百萬元增加至2023年12月31日的人民幣151.89百萬元，乃由於：(i)截至2023年12月31日止年度的利潤及全面收益總額人民幣87.34百萬元，被(ii)以權益結算以股份為基礎的交易人民幣8.04百萬元及(iii)向權益股東宣派的股息人民幣23.75百萬元所抵銷。

我們的淨資產由2023年12月31日的人民幣151.89百萬元增加至2024年12月31日的人民幣240.02百萬元，乃由於：(i)截至2024年12月31日止年度的利潤及全面收益總額人民幣85.81百萬元；及(ii)取消贖回負債人民幣16.17百萬元，被(iii)我們確認以權益結算以股份為基礎的交易人民幣5.56百萬元及(iv)向股東宣派的股息人民幣20.00百萬元所抵銷。

我們的淨資產由2024年12月31日的人民幣240.02百萬元增加至2025年8月31日的人民幣331.40百萬元，主要由於：(i)截至2025年8月31日止八個月的利潤及全面收益總額人民幣88.55百萬元，被(ii)以權益結算以股份為基礎的交易人民幣3.04百萬元所抵銷。

綜合現金流量表經選定項目

下表載列我們於所示期間的現金流量：

	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)	
經營活動所得淨現金	83,312	164,280	192,443	174,722	190,454
投資活動所用淨現金	(55,066)	(136,826)	(155,813)	(122,836)	(153,557)
融資活動所用淨現金	(6,418)	(31,774)	(55,837)	(37,544)	(9,851)

概 要

	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)	
現金及現金等價物淨變動.....	21,828	(4,320)	(19,207)	14,342	27,046
年初／期初現金及現金等價物	21,383	43,211	38,891	38,891	19,684
匯率變動的影響	—	—	—	—	(36)
年末／期末現金及現金等價物	43,211	38,891	19,684	53,233	46,694

詳情請參閱「財務資料－流動資金及資本資源－現金流量」。

主要財務比率

下表載列於所示期間或截至所示日期我們的主要財務比率：

	於12月31日／ 截至12月31日止年度			於8月31日／ 截至8月31日止八個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審計)	
淨利潤率 ⁽¹⁾	1.96%	14.88%	10.75%	16.94%	14.04%
經調整淨利潤率 (非國際財務報告準則計量) ⁽²⁾ ...	2.58%	16.12%	12.79%	17.73%	15.73%
流動比率 ⁽³⁾	0.90	0.86	0.93	1.06	1.41
速動比率 ⁽⁴⁾	0.87	0.84	0.90	1.02	1.37
槓桿比率 ⁽⁵⁾	135.65%	58.13%	26.61%	30.95%	18.17%

附註：

(1) 淨利潤率等於期內利潤除以期內收入再乘以100%。

(2) 經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)等於期內經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)除以期內收入再乘以100%。詳情請參閱「非國際財務報告準則計量」。

概 要

經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）由(i)截至2023年12月31日止年度的16.12%下降至截至2024年12月31日止年度的12.79%；及(ii)由截至2024年8月31日止八個月的17.73%下降至截至2025年8月31日止八個月的15.73%，主要是由於為擴大業務規模及擴大市場滲透率而產生的服務網點使用費、新按摩設備成本以及按摩設備折舊及攤銷不斷增加，以及行政、銷售及研究人員的開支增加，導致利潤增長放緩。

- (3) 流動比率等於我們的流動總資產除以期末流動總負債。
- (4) 速動比率等於流動總資產減存貨再除以期末流動總負債。
- (5) 槓桿比率等於期末總債務除以同一期末總權益。總債務等於銀行貸款、租賃負債及贖回負債的總和。

詳情請參閱「財務資料－主要財務比率」。

我們的控股股東

緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），謝先生（作為普通合夥人通過掌創共贏平台、樂摩共創平台及樂摩共贏平台）將有權直接及間接行使本公司約31.0%已發行股本的附帶投票權。因此，在[編纂]完成後，謝先生、掌創共贏平台、樂摩共創平台及樂摩共贏平台將共同構成本公司的一組控股股東。有關控股股東的詳情，請參閱「與控股股東的關係」。

[編纂]投資

於本公司的[編纂]投資由潘建忠、李斌、基石億享、上海祁脈、王正華、戴初生、方心、陳國海各自作為我們的[編纂]投資者進行。有關[編纂]投資者的背景及[編纂]投資的主要條款詳情，請參閱「歷史及公司架構－[編纂]投資」。

法律合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們存在社會保險及住房公積金供款的不合規事件。詳情請參閱「業務－法律程序及監管合規」。

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。

概 要

COVID-19的影響

COVID-19的爆發及其於2022年的再度爆發影響了中國及全球多個地區。為遏制COVID-19的傳播，中國政府已實施多項措施，包括暫時關閉工作場所及商業中心，以及實施旅遊和出行限制。因此，我們服務網點的運營及財務狀況於2022年受到負面影響。根據弗若斯特沙利文報告，按交易額計，機器按摩服務市場的市場規模由2021年的人民幣2,076.6百萬元下降至2022年的人民幣1,640.4百萬元。旅遊和出行限制導致我們暫時關閉多個服務網點並暫停服務網點擴張工作，我們於2022年錄得的毛利、淨利潤及經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）大幅下降，這與COVID-19影響下的行業趨勢一致。具體而言，我們的毛利及淨利潤較2021年分別下降逾30%及70%。鑒於COVID-19再度爆發後消費活動自2023年開始復甦，我們一直在直營模式和合夥人模式下不斷擴張機器按摩服務的服務網點。由於市場狀況復甦及業務規模擴大，我們於往績記錄期間能夠錄得機器按摩服務收入增長。有關進一步詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面臨與自然災害、衛生流行疾病及其他突發公共衛生事件相關的風險」以及「財務資料－COVID-19的影響」。

近期發展

自2025年8月31日起直至最後實際可行日期，我們的業務持續穩步經營。於最後實際可行日期，我們的服務網點及按摩設備數量分別維持在超過48,000個及超過533,000台。

有關於往績記錄期間後宣派的股息，請參閱「一股息」。

我們注意到，在唐納德•約翰•特朗普總統的執政下，美國政府已於2025年對從中國進口的商品實施了多輪關稅上調。考慮到(i)我們的現有業務運營一直在中國進行且我們的收入大部分源自中國；(ii)我們的供應商及客戶大部分位於中國及／或屬於中國實體；及(iii)我們預期在可預見的未來不會進軍美國市場，也不會與美國實體開展任何貿易活動，因此我們認為美國政府提高關稅不會對我們的業務運營和財務狀況造成任何重大不利影響。

無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，自2025年8月31日（即附錄一所載會計師報告的報告期末）以來，我們的財務及貿易狀況或前景並無重大不利變動。

概 要

股息

截至2023年12月31日止年度，本公司向其權益股東宣派股息人民幣23.75百萬元。

截至2024年12月31日止年度，本公司向其權益股東宣派股息人民幣20.00百萬元，包括(i)向謝先生宣派股息人民幣10.00百萬元以滿足其財務需求；及(ii)因本公司良好的財務表現而向全體股東宣派股息人民幣10.00百萬元。

截至2025年8月31日止八個月，本公司並無宣派任何股息。

我們目前並無固定股息政策或固定股息支付率，並可能在符合我們的公司章程及適用法律及法規的情況下於董事會認為適當時不時宣派股息。詳情請參閱「財務資料－股息」。

於2025年9月30日，董事會已決議向其權益股東宣派股息人民幣25.00百萬元，並於2025年10月9日獲其股東批准。

[編纂]統計數據

	按[編纂]每股股份 [編纂]港元計算	按[編纂]每股股份 [編纂]港元計算
股份[編纂] ⁽¹⁾	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
H股[編纂] ⁽²⁾	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
未經審計[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

1. 股份[編纂]乃按緊隨[編纂]完成後將發行[編纂]股股份的假設計算得出。
2. H股[編纂]乃按緊隨[編纂]完成後將發行[編纂]股H股的假設計算得出，包括根據[編纂]將予發行的[編纂]股H股及自非上市股份轉換的[編纂]股H股。
3. 本公司權益股東應佔未經審計[編纂]經調整綜合每股有形淨資產乃經作出前段所述調整後，按合共[編纂]股已發行股份（不包括2023年股份激勵計劃持有的1,151,795股未歸屬股份）（假設[編纂]已於2025年8月31日完成，惟並未計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份）計算得出。

概 要

4. 並無對未經審計[編纂]經調整綜合有形淨資產作出任何調整以反映本集團於2025年8月31日後訂立的任何[編纂]結果或其他交易。具體而言，未經審計[編纂]經調整綜合有形淨資產並無計及於2025年10月9日宣派並於2025年11月[●]日支付的股息人民幣25,000,000元。倘股息人民幣25,000,000元已於2025年8月31日獲批准及支付，則於2025年8月31日本公司權益持有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形淨資產將減少人民幣25,000,000元，且於2025年8月31日本公司權益持有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合每股有形淨資產將減少人民幣0.46元或0.50港元。

[編纂]

我們估計我們的[編纂]將為[編纂]百萬港元，相當於[編纂]%（假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的中位數）），包括(i)[編纂]開支（包括但不限於[編纂]及[編纂]）[編纂]百萬港元；及(ii)[編纂]開支[編纂]百萬港元，包括(a)法律顧問及申報會計師的費用及開支[編纂]百萬港元及(b)其他費用及開支[編纂]百萬港元。[編纂]百萬港元的[編纂]直接歸屬於向[編纂]H股，並預期將在[編纂]後直接確認為自權益扣除，[編纂]百萬港元已於往績記錄期間支銷，及餘下[編纂]百萬港元的[編纂]預期將於[編纂]前支銷。

未來計劃及[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂]港元（即[編纂]範圍每股[編纂]港元至[編纂]港元的中位數），我們估計我們將從[編纂]收取的[編纂]約為[編纂]百萬港元（經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]及其他估計開支後）。我們擬按下文所載用途及金額使用[編纂]：

- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元用於擴大我們的服務網點的覆蓋範圍及滲透率；
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元用於持續提升和迭代我們的技術；
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元用於提升我們的品牌；及
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元用於支持運營資金及其他一般公司用途。

請參閱「未來計劃及[編纂]」。