

[請即時發放]



莎莎公佈 2011/12 年度全年業績

* * *

營業額按年上升 **30.7%** 至 **64 億 500 萬港元**
純利按年上升 **35.4%** 至 **6 億 9,000 萬港元**
建議末期股息每股 **11.5 港仙**

集團全年業績摘要	截至 3 月 31 日止年度		百分比變動
	2011/12	2010/11	
	百萬港元	百萬港元	
營業額	6,405.1	4,901.4	+30.7%
毛利	2,896.7	2,211.9	+31.0%
未計利息、稅項、折舊和攤銷前盈利 (EBITDA)	951.9	692.7	+37.4%
年內溢利	689.7	509.3	+35.4%
每股基本盈利	24.6 港仙	18.2 港仙	+35.2%
每股末期股息	11.5 港仙	9.5 港仙	21.1%
- 基本	3.5 港仙	2.5 港仙	40.0%
- 特別	8 港仙	7 港仙	14.3%
合共每股全年股息	17.5 港仙	14 港仙	25.0%
- 基本	5.5 港仙	4 港仙	37.5%
- 特別	12 港仙	10 港仙	20.0%
毛利率	45.2%	45.1%	+0.1 百分點
純利率	10.8%	10.4%	+0.4 百分點

(2012 年 6 月 15 日 - 香港) - 亞洲區居領導地位的化粧品零售集團莎莎國際控股有限公司 (「莎莎」或「集團」; 股份代號: 0178), 今天公佈其截至 2012 年 3 月 31 日止年度 (「財政年度」) 之全年業績。

於本財政年度, 集團營業額由去年的 49 億 140 萬港元增加 30.7% 至 64 億 510 萬港元。集團業績表現受惠於香港及澳門核心市場的穩健表現。集團年內溢利為 6 億 8,970 萬港元, 較上一財政年度的 5 億 930 萬港元增長 35.4%。集團全年整體毛利率則由去年的 45.1% 上升至 45.2%, 純利率由 10.4% 提升至 10.8%。

- 續 -

集團每股基本盈利為24.6港仙，而上一財政年度為18.2港仙。董事會建議派發末期股息每股3.5港仙(2010/11: 2.5港仙)及特別股息每股8港仙(2010/11: 7港仙)，本財政年度合共派息每股17.5港仙(2010/11年: 14港仙)。

亞洲地區的經濟於2011年大部分時間相對穩定。儘管由2011年底至2012年首季，亞洲地區經濟增長明顯放緩，香港經濟表現仍相對穩健。就業市場穩定、消費者信心提升、地產市道暢旺引起的財富效應，以及訪港旅遊業蓬勃，均為推動香港零售市場增長的因素。

零售及批發業務

香港及澳門市場營業額由39億2,260萬港元按年增長29.8%至50億9,270萬港元；同店銷售增長為22.2%。交易宗數與平均每宗交易金額均錄得增長。業績表現良好主要受中國大陸訪港旅客消費所帶動，根據香港旅遊發展局的數據顯示，2011年的訪港內地旅客人次增長接近24%。莎莎繼續受惠於對化粧品及美容產品需求的增長，並穩踞有利位置以抓緊訪港內地旅客就化粧品方面的消費支出所帶來的機遇。

集團透過加強採購團隊問責制，在香港及澳門實現更有效的產品策略。檢討產品策略後，成功增加新產品數目及優化產品組合。在新的銷售帶動下，集團的客戶基礎得以擴展，進一步推動銷售增長。

集團於2011年5月推出的積分獎賞計劃不但廣受歡迎，而且有效吸納新的尊貴客戶會員，有助建立顧客忠誠度，並增加來自尊貴會員的銷售額。同時，集團繼續制訂奏效的策略，充份把握本地消費力所帶來的商機，進一步推動住宅區店舖的銷售。

銷售增長強勁產生顯著的營運槓桿效應，進而使集團的表現遠勝市場同類企業，以及有效降低租金及員工成本佔集團銷售的比例。儘管面對租金上漲壓力，集團憑藉強大的品牌效應及知名度，繼續按既定時間表如期開店，理性務實地建立其零售網絡。截至2012年3月31日止，集團於香港及澳門共有87間「莎莎」店舖、一間「瑞士葆麗美」Suisse Programme專門店和一間「科麗妍」La Colline專門店。

集團中國大陸市場營業額增長99.8%(按當地貨幣計算為90.5%)至2億9,070萬港元。集團中國大陸業務發展現已進入新階段，加速拓展店舖網絡，推行更具針對性策略，尤其在與供應商及業主建立關係及店舖選址方面，同時亦針對提升規模擴展能力投放資源，包括營運流程、系統及資源管理等層面。

於2012年3月31日，集團於中國大陸11個省份內26個城市開設48間「莎莎」店舖及20間「瑞士葆麗美」Suisse Programme美容專櫃，而我們正在建立的四個分別於華東、華北、華中及華南的地區營運板塊已奠下雛形。集團於中國大陸的店舖網絡擴展已開始為達至進一步增長提供一個可持續發展的業務平台。集團獲得更多品牌的支持，從而改善產品組合及提升店舖吸引力。集團已成為歐萊雅集團、資生堂集團、佳麗寶集團、高絲集團、寶潔集團、

科蒂集團、Pias集團等著名美容集團旗下品牌的官方零售商。集團亦在中國大陸市場獲得地產發展商更大的支持，繼續與更多知名商場發展商共同發展策略聯盟，讓集團能夠選擇人流較多的優越地段，從而提高店舖生產效率及銷售表現。

集團新加坡及馬來西亞市場的營業額增長 16.7% 至 4 億 9,870 萬港元。於本財政年度，集團積極擴闊產品種類，並通過不同媒體推出一系列的綜合市場推廣活動。莎莎的銷售表現較新加坡及馬來西亞的整體零售市場表現為佳，主要是由於集團致力提升其零售品牌地位以增加市場份額及競爭力。於 2012 年 3 月 31 日，集團於新加坡和馬來西亞的店舖總數分別為 21 間和 45 間。

於本財政年度，集團台灣市場營業額上升 30.3% (按當地貨幣計算為 25.4%)，達 2 億 2,580 萬港元。按當地貨幣計算的同店銷售增長為 2.1%。錄得銷售增長主要是由於集團推出更具效益的宣傳及市場推廣活動。集團亦與當地供應商緊密合作為知名品牌產品進行推廣活動，成功帶動店舖人流及吸引顧客重覆惠顧。總體而言，莎莎於台灣繼續是位踞領導地位的香水零售商。於 2012 年 3 月 31 日，集團在台灣共有 26 間「莎莎」店舖。

sasa.com 的營業額為 2 億 9,720 萬港元，較上一財政年度增長 27.8%。於本財政年度，集團致力推動來自中國大陸以外市場的銷售，以達致更均衡及多元化的市場組合。sasa.com 致力透過更多元化的市場推廣渠道以擴大推廣的接觸面及發揮更有效的宣傳效果。當中，集團重點發展並以社交網站作為主要的市場推廣渠道。至於中國大陸網上業務方面，各個市場的銷售表現均有理想增長。於 2011 年 11 月，集團與中國大陸最受歡迎的購物網站「淘寶網」攜手推出奏效的宣傳活動。sasa.com 繼續與中國大陸多個線上及線下夥伴緊密合作，使集團的網上業務更為本地化，並提升市場滲透率。

品牌管理

於本財政年度，集團專有品牌、獨家代理品牌及獨家分銷品牌(統稱為獨家品牌)產品銷售額增加 29.9%，佔集團總零售銷售額約 42%，與去年相若。集團繼續緊貼市場趨勢及推出時尚潮流的新產品以迎合不同顧客需要，並採取產品種類多元化的策略，重點加強對更多不同顧客群的吸引力，如年輕顧客群。此策略已開始為集團帶來理想回報。

展望及策略

集團預期下一個財政年度將具挑戰性，當前的市況可能會影響集團的增長率，預計增長速度會較去年放緩。然而，集團對未來保持審慎樂觀，有信心其穩健及超卓的業務模式和策略可持續支持長遠增長。

集團預期，隨著廣深港高速鐵路及港珠澳大橋等大型基建項目落成，中港兩地聯繫會進一步加強，從而帶動集團**港澳核心市場**的增長。中國推出有利香港旅遊業的政策將鞏固香港作為亞洲「最受歡迎購物天堂」的美譽。只要就業率維持穩定，加上持續發展產生的財富效應得以維持，本地消費將保持強勁。集團預期，護膚品及化粧品行業於各種經濟環境下具有較強的抵禦能力，將有利於促進集團核心業務的銷售增長。

集團將繼續努力改善於**中國大陸市場**的規模擴展能力。集團以建立區域性的「營運板塊」為重點策略，以實現更有效的管理。集團將更專注於發展現已設有「莎莎」店舖的中國城市以提升營運效率。集團計劃投放更多資源於建立管理團隊並加強後勤支援團隊，尤其專注人力資源方面。集團將重點加強於中國大陸業務的招聘及培訓能力，包括在各個營運板塊成立地區培訓中心及優化分工，例如組織獨立團隊分別負責店舖營運及新店開發。於本財政年度下半年啓動的程序及系統自動化始見成果，開店效率有所提升並更為協調及有系統。為使中國大陸業務的品牌組合更多元化，集團將繼續與當地供應商、全球及地區性的主流美容產品供應商及美容品牌維持緊密合作關係，以獲得更多國際知名美容品牌的支持。集團將增設更多專有品牌產品，打造更加多元化的品牌組合。

在**新加坡及馬來西亞市場**，莎莎銳意繼續能在勝於當地市場表現下增長，建立零售網絡以增加市場份額及緊貼市場需求。**台灣**方面，集團會與地產發展商緊密合作，透過於購物商場開設新店增加市場曝光率，抓緊內地旅客數目不斷增加所帶來的商機。

sasa.com 將進一步發展中國大陸的網上業務策略，並物色與知名購物網站的合作機會。集團將通過進一步發展顧客忠誠計劃及加強留住顧客的措施，增加產品種類及加強核心競爭力。集團將增加於社交網站的曝光率，並進一步將社交網站推廣融入集團的市場推廣活動。

集團主席及行政總裁郭少明博士，*銅紫荊星章*，*太平紳士*表示：「莎莎一直以來不論在良好或較具挑戰性的經濟環境下均能持續保持增長。此良好往績反映了集團的遠見卓識、業務模式的靈活性、管理團隊的專業水平、創新的增長策略，以及本著審慎態度建立的穩健財務平台。憑藉該等核心實力及不斷擴大的客戶基礎，我們深信集團將繼續於其亞洲據點取得可持續發展的增長。」

集團背景：

莎莎國際控股有限公司現時為亞洲區居領導地位的化粧品零售集團，在亞洲區設有 250 間零售店及專櫃，銷售逾 600 個品牌產品，包括護膚品、香水、化粧品、頭髮護理用品、以至專有品牌及獨家代理的國際品牌產品。集團聘用逾 1,900 名訓練有素的美容顧問，竭誠為顧客提供專業及體貼的服務。

根據 2011 年 Retail Asia 雜誌、畢馬威及 Euromonitor 有關亞太區零售商的排名，莎莎為亞洲最大的化粧品專門店。莎莎於 2011 年度《亞洲貨幣》雜誌最佳管理企業評選中，獲選為中型企業組別香港整體最佳管理企業。莎莎在亞洲代理逾 100 個國際美容品牌，為香港最大的化粧品總代理商之一。莎莎以「一站式化粧品專門店」概念為客戶提供包羅萬有的優質化粧品。旗下電子商貿網站 sasa.com 除提供豐富產品及公司資訊外，還方便顧客隨時網上購物。莎莎於 1978 年在香港成立，於 1997 年 6 月在香港聯合交易所上市，並自 2011 年 9 月起成為「恆生可持續發展企業基準指數」成份股。

如有垂詢，請瀏覽 www.sasa.com 或聯絡：

莎莎國際控股有限公司

張靜嫻 / 麥津怡

電話： 2975 3601/ 2975 3602

傳真： 2595 0797

電郵： tiffany_cheung@sasa.com / queenie_mak@sasa.com

iPR Ogilvy Ltd.

劉麗恩 / 魯穎妍 / 翁惠貞 / 賴沛欣

電話： 2136 6952/ 3920 7647/ 3920 7634/ 3920 7646

傳真： 3170 6606

電郵： callis.lau@iprogilvy.com / janette.lo@iprogilvy.com /
jenny.yung@iprogilvy.com / janis.lai@iprogilvy.com