

[請即時發放]



莎莎公佈 2011/2012 年度中期業績

* * *

若撇除新積分獎賞計劃的影響
集團營業額上升 **34.2%** 至 **28 億 1,700 萬港元**
純利上升 **41.5%** 至 **2 億 4,950 萬港元**

中期業績摘要	截至 9 月 30 日止 6 個月		+/- %變化
	2011/12	2010/11	
	百萬港元	百萬港元	
集團營業額	2,786.0	2,099.2	+32.7%
期內溢利	224.3	176.3	+27.3%
- 若撇除新積分獎賞計劃的影響後 的稅後溢利	249.5	176.3	+41.5%
每股基本盈利	8.0 港仙	6.3*港仙	+26.4%
每股中期股息	6.0 港仙	4.5*港仙	+33.3%
- 基本	2.0 港仙	1.5*港仙	+33.3%
- 特別	4.0 港仙	3.0*港仙	+33.3%

*已按 1 送 1 發行紅股作出調整

(2011 年 11 月 17 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)，今日公佈其截至 2011 年 9 月 30 日止 6 個月之中期業績。

截至 2011 年 9 月 30 日止 6 個月，集團綜合營業額為 27 億 8,600 萬港元，較去年同期錄得的 20 億 9,920 萬港元上升 32.7%。集團表現受惠於香港及澳門核心市場的穩健表現。

集團期內溢利錄得 2 億 2,430 萬港元，較去年同期的 1 億 7,630 萬港元增長 27.3%。倘若撇除積分獎賞計劃之影響，集團期內溢利約為 2 億 4,950 萬港元，按年增長 41.5%。

集團每股基本盈利為 8.0 港仙，去年同期為 6.3*港仙。董事會經議決派發中期股息每股 2.0 港仙 (2010 年度：1.5*港仙) 與特別股息每股 4.0 港仙 (2010/11：3.0*港仙)。

回顧期內，莎莎成為恆生可持續發展企業基準指數成份股，反映集團在可持續發展及維持高水平的企業管治的努力。

新業務動力帶動銷售增長強勁，產生強大的經營槓桿效應，令租金及員工成本佔銷售額的百分比減少。高銷售增長亦同時帶來銷售組合有所改變。

零售及批發業務

截至 2011 年 9 月 30 日止 6 個月，**港澳地區**營業額由 16 億 2,940 萬港元上升 35.3%，至 22 億 500 萬港元，相同店舖銷售額增長 24.1%。營業額上升主要由於消費者需求殷切，鞏固了莎莎成為中國大陸旅客、海外旅客及港澳本地居民心目中首選化粧品零售商的地位。美元偏軟及大陸通脹高企亦令此市場的化粧品價格更具吸引力。儘管交易宗數及平均每宗交易金額均錄得增長，營業額增長更多由交易宗數所帶動，反映客戶基礎持續增長。

自 2011 年初，新的產品及存貨策略導致產品組合有所改進，使集團提供的產品更具吸引力。通過加強採購團隊的問責及檢討存貨規劃，提高存貨管理效率，使產品組合更豐富（例如提供更多產品種類）、客戶基礎擴大，因此營業額亦呈現穩健的增長。集團亦加入更多獨家品牌，使產品組合更具吸引力。

由於 2011 年 5 月底推出新積分獎賞計劃，根據相關的會計政策，部份收入被列為遞延收入，導致期內收入及毛利率下降。然而，當積分被兌換或於 2012 年 3 月 31 日到期時，遞延收入將會入賬。

期內，集團在港澳地區淨增加 6 間「莎莎」店舖。截至 2011 年 9 月 30 日止，集團共有 84 間「莎莎」店舖（其中 8 間位於澳門），另有 1 間「瑞士葆麗美」Suisse Programme 專門店和 1 間「科麗妍」La Colline 專門店。

集團於**中國大陸**的營業額增長 80.8% 至 1 億 850 萬港元。集團於中國大陸推行的策略持續取得正面進展。位於百貨公司的獨家品牌專櫃網絡，其營業額及可比較的銷售額均錄得雙位數增長。集團的覆蓋度期內已經增加至 39 間店舖，覆蓋 8 個省及 14 個城市。店舖數目增加及網絡擴展定必會吸引新供應商及化粧品品牌支持旗下店舖。

集團在中國大陸推出全新店舖形象，為美粧品牌提供更大空間作為形象櫃位，又以顏色區分使產品展示及店舖設計更鮮明，更方便顧客瀏覽貨品，在試用產品及與美容顧問溝通時更容易方便。莎莎期內成為多個具知名度美粧品牌的官方分銷商，除 Estée Lauder 集團外，期內亦加入包括 L'Oréal 集團的 L'Oréal、Maybelline 及羽西，以及 Shiseido 集團的 Za。隨著這些品牌在莎莎店舖開始銷售，定必會提升莎莎在產品及店舖形象方面的吸引力。集團繼續從業主及商場發展商取得更多支持。於 2011 年 10 月，集團在恆基地產旗下位於上海的新商場開設一間佔地 6,000 平方英尺的「莎莎」旗艦店，而中國大陸最大的「蘋果」商店亦位於該商場內。與此同時，集團獲中國大陸的主要地產發展商之一萬達集團頒發「2011 年度最旺人氣大獎」。回顧期內，集團進一步發展於中國大陸最受歡迎的購物網站「淘寶商城」的官方網店業務，及於中國大陸受歡迎的網上購物網站設立官方網店，例如：京東商城、拍拍商城、紅孩子母嬰商城及億佰購物。

這市場表現反映用於支援店舖擴展及店舖開業的開支增加，以及富經驗員工於期內散佈於不斷擴展的店舖網絡。

截至 2011 年 9 月 30 日止，集團在中國大陸共有 39 間「莎莎」店舖和 21 個「瑞士葆麗美」Suisse Programme 美容專櫃。

新加坡市及馬來西亞市場的營業額分別錄得 24.6% 及 15.2% 的穩健增長。縱使日本 311 大地震使部分專有品牌的新產品延期發佈，但莎莎通過多種媒體推出的全面市場推廣活動取得成功。新店的貢獻和自有品牌的持續成功使得利潤持續上升。截至 2011 年 9 月 30 日，在新加坡維持 20 間“莎莎”店舖，而馬來西亞新增一間店舖，共有 39 間“莎莎”店舖。

台灣地區業務營業額上升 39.2%，相同店舖銷售額增長為 4.1%，取得收支平衡。由於消費意欲改善及零售市場較暢旺下，集團銷售額繼續提升。加強與受歡迎產品的當地供應商合作，有助帶動人流及吸引顧客重複惠顧。集團於台灣地區期內新增 2 間店舖。截至 2011 年 9 月 30 日止，集團共有 21 間「莎莎」店舖及 1 個「瑞士葆麗美」Suisse Programme 專櫃。

期內 sasa.com 營業額為 1 億 3,080 萬港元。銷售表現於第二季維持按月提升。sasa.com 致力使令市場組合多元化，讓其更均衡發展。專有品牌產品的銷售組合佔比上升、重覆惠顧顧客數目上升及顧客忠誠度增加，均推動毛利率改善。莎莎的 iPhone 應用程式於香港無線科技商會舉辦的「2011 香港最受歡迎市場推廣 Smartphone Apps 大賽」中，獲零售界別最佳市場推廣 Smartphone Apps 一傑出表現獎。

品牌管理

期內集團專有品牌及獨家分銷品牌貨品銷售額佔比增加 0.2%，佔集團總零售銷售額 41.4%，去年同期則為 41.2%。專有品牌產品的銷售件數上升 48.4%，為眾多產品類別中銷售件數增長最高，是集團專有品牌產品廣受歡迎的明證。集團密切留意市場趨勢，為不同類型顧客引入趨時的獨家品牌產品。新產品獲得良好口碑，加上市場推廣卓見成效，帶動獨家品牌貨品銷售額穩健增長。集團將繼續採取產品類別多元化的策略，著重加強對更多不同顧客群的吸引力，例如年輕顧客群。

展望

中國經濟繼續蓬勃增長。越趨富裕的中產階級不斷壯大、旺盛的消費意欲及日益強勢的人民幣，將有利於港澳地區零售市道（包括化粧品行業），與此同時，香港將繼續受惠於與中國大陸逐漸融和，預期訪港旅遊業於本財政年度下半年將持續暢旺，使化粧品等零售行業進一步受惠。集團將繼續審視亞洲區內各個零售市場的發展，並採取相應行動。

集團經優化的產品及存貨規劃策略，以及更廣泛的產品組合，將會繼續成為集團全年銷售額增長（特別是港澳市場）的推動力。

集團在中國大陸的首要任務是提升具規模擴展的能力。為支持此策略，集團將分配更多及構建管理資源，尤其著重人力資源職能，以及加強銷售人員的獎勵制度。集團亦將進一步加強招聘及提升培訓能力。有關措施將包括於每個「營運板塊」分別設立地區培訓中心，加強自動化以提高員工生產力，加大力度進行分工（例如設立獨立團隊分別負責店舖營運及開拓新店），以及設立制度使店舖能夠迅速擴展。相關制度將包括工作流程管理、改善存貨管理及提高營運效率。

就營運板塊的地域擴展，集團將更專注於發展已有「莎莎」店舖的城市，改善營運管理效率。

為提升產品組合，集團正向本地供應商、主要國際及地區性美容集團引入更多知名的國際美粧品牌。集團亦正增設更多獨家及專有品牌產品，令品牌組合更多元化。

電子商貿方面，集團將推出一個嶄新平台以進一步使市場多元化，亦加大在市場推廣的力度，以提升於國際市場及中國大陸市場的市場滲透率。

整體而言，集團銳意在各個市場加強對「莎莎」品牌及擴大顧客基礎。集團將開拓店舖網絡以提升競爭力及增加市場佔有率。為支持店舖網絡的擴展，集團將與各品牌緊密合作，繼續與地產商建立長遠的工作夥伴關係，並投入更多資源去建立專有品牌，以及持續投資於人力資源及資訊科技方面，以加強具規模擴展的能力。此等措施將鞏固集團的基礎以支持未來增長，從而提升此等市場對集團的貢獻。

品牌管理方面，集團將繼續推動多元化發展，並加強與各大美粧品牌集團的合作關係，其中包括 **Estée Lauder** 集團。其已經向集團授予醫學美容品牌 **Goodskin Labs** 於港澳、新加坡、馬來西亞及台灣地區的獨家分銷權。

集團主席及行政總裁郭少明博士表示：「對集團整體而言，中國經濟繼續蓬勃增長，及港澳地區的旅遊業進一步發展，可促使集團的業務於下半年將繼續有增長。集團之成就一直扎根於其穩固的財政基礎、管理層的靈活應變及高瞻遠矚，以及集團於艱難市場環境中展現抗逆力的往績。此等特質一直令集團能夠不斷擴大顧客基礎，並與此同時，發展港澳核心市場、中國大陸以及其他市場的潛力。集團相信，莎莎於下半年及往後將繼續締造持續增長。」

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化粧品零售集團，集團在亞洲區設有超過 220 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。集團超過 2,000 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。於 2010 年，莎莎獲《亞洲金融》雜誌評選為香港「最佳中型公司」。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，還方便顧客隨時購物。莎莎國際於 1978 年在香港成立，並於 1997 年 6 月在香港聯合交易所上市。

如有垂詢，請瀏覽 www.sasa.com 或聯絡：

莎莎國際控股有限公司

梁瑋珈 / 麥津怡

電話： 2975 3601/ 2975 3602

傳真： 2898 9717

電郵： macy_leung@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/ 2169 0646

傳真： 3170 6606

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