

[請即時發放]



莎莎公佈 2012/13 年度中期業績

* * *

營業額按年上升 **21.2%**至 **33 億 7,750 萬港元**
純利按年上升 **25.7%**至 **2 億 8,210 萬港元**

集團中期業績摘要	截至 9 月 30 日止六個月		%變化 +/-
	2012/13	2011/12	
	百萬港元	百萬港元	
營業額	3,377.5	2,786.0	+21.2%
毛利	1,543.6	1,224.4	+26.1%
未計利息、稅項、折舊和 攤銷前盈利 (EBITDA)	430.2	323.3	+33.1%
期內溢利	282.1	224.3	+25.7%
每股基本盈利	10.0 港仙	8.0 港仙	+25.0%
每股中期股息	7.0 港仙	6.0 港仙	+16.7%
- 基本	2.5 港仙	2.0 港仙	+25.0%
- 特別	4.5 港仙	4.0 港仙	+12.5%
毛利率	45.7%	43.9%	+1.8 個百分點
純利率	8.4%	8.1%	+0.3 個百分點

(2012 年 11 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 9 月 30 日止六個月之中期業績 (「期內」)。

期內, 集團的綜合營業額為 33 億 7,750 萬港元, 相對截至 2011 年 9 月 30 日止六個月 (「去年同期」) 的 27 億 8,600 萬港元增加 21.2%。集團表現受惠於港澳地區核心市場持續向好。集團於期內溢利由去年同期的 2 億 2,430 萬港元增加 25.7% 至 2 億 8,210 萬港元。另一方面, 本集團持續改進新產品策略下, 存貨水平開始逐步下調。集團每股基本盈利為 10.0 港仙, 而去年同期則為 8.0 港仙。董事會經議決派發中期股息每股 2.5 港仙 (2011 年度: 2.0 港仙) 及特別股息每股 4.5 港仙 (2011 年度: 4.0 港仙)。

- 續 -

零售及批發業務

香港及澳門市場營業額增加19.3%至26億3,030萬港元，業務的零售銷售增長勢頭仍然強勁，期內的相同店舖銷售額及相同店舖交易宗數分別增加16.8%及4.7%，而訪港內地旅客的每宗交易平均金額上升10.7%，本地顧客的平均消費金額則增加5.9%。

中國內地訪港旅客人數按趨勢穩定上升，訪港旅客結構轉變進一步推高旅客的化粧品消費金額。於2012年首九個月，即日來回訪港中國內地旅客人次高於留宿訪港中國內地旅客。中國內地留宿訪港旅客通常選購較多奢侈品，而即日來回中國內地訪港旅客較則偏向購買日用品。由於集團業務成功滲透至香港的非遊客區，故得以抓緊非遊客區內本地及訪港中國內地旅客的需求而持續從中得益。集團以提供品種繁多且價格優惠的產品為策略，此策略亦證明對進一步擴闊顧客基礎及刺激銷路極為奏效，同時，顧客關係管理活動中的客戶忠誠度計劃成功建立顧客忠誠度及提高來自尊貴客戶的銷售額。

集團亦受惠於本身的一站式美容專家市場定位，成功的優秀店舖概念、清晰的品牌策略及具吸引力的設計有助集團進駐更多購物商場，加強與主要地產發展商合作。集團不斷提升店舖形象及裝修店舖，在港澳區的表現大致理想。

集團繼續按積極而理性的方針擴展店舖網絡，同時在住宅區的商場及遊客區開設新店以取得平衡。期內，集團淨增加七間「莎莎」店舖。於2012年9月30日，合共有94間「莎莎」店舖（包括位於澳門的七間「莎莎」店舖）、一間「瑞士葆麗美」Suisse Programme專門店及一間「科麗妍」La Colline專門店。

集團於中國大陸市場的增長因中國內地市況偏軟而放緩，整體營業額按當地貨幣計算上升53.6%至人民幣1億3,770萬元，而相同店舖銷售額增長按當地貨幣計算為5.9%。集團持續分配資源用以提高生產力及效率，如調派更多管理團隊至當地的營運板塊，以及將部份培訓職能外判。儘管消費意欲轉弱，惟集團相同店舖銷售額仍能維持正增長。

期內，集團繼續致力改善中國大陸的整體管理架構，讓集團能提高管理效益及建立規模擴展能力。設有六名區域經理的華北及華東店舖營運板塊日趨成熟，在更專業的管理架構支持下，錄得穩定而持續的零售銷售額；華南及華中區域營運板塊仍處於發展初段，持續改善表現及其貢獻有助抵銷上半年經常性費用的增加。

集團亦繼續著力增加產品數目，以迎合對「為中國製造」的大眾化市場產品的需求，引入更多本地製造且價格較低的獨家產品，以擴大集團的產品組合。

另一方面，隨著上個財政年度成功擴大銷售點網絡，集團已得到更多美粧品牌及業主的支持，而集團亦繼續就規模擴展能力方面投資，例如程序、系統及管理資源方面等。

於 2012 年 9 月 30 日，集團在中國大陸的零售網絡合共有 53 間「莎莎」店舖及 13 間單一品牌專櫃，覆蓋全國 28 個城市及 13 個省份。

集團於新加坡及馬來西亞市場的核心首要任務仍然是為莎莎顧客提供更佳服務，著力整合店舖網絡，為顧客提供更舒適的購物環境，並與各美粧品牌建立夥伴關係，及採取具針對性的市場推廣策略。期內，新加坡及馬來西亞的化粧品市場展現其抗禦能力，綜合營業額為 2 億 7,180 萬港元，較去年同期上升 15.9%。於 2012 年 9 月 30 日，集團於新加坡和馬來西亞的「莎莎」店舖總數分別為 20 間和 49 間。

期內，集團台灣市場的營業額按當地貨幣計算增加 18.3% 至 4 億 7,320 萬台幣。集團擴展店舖網絡以吸納更多顧客和提升增長潛力，當中尤其注重遊客區。集團亦優化產品組合及增加價格優惠的產品，以帶動人流及透過交叉銷售以帶動銷售額。莎莎主辦 2012 年度「香水奧斯卡」，成功邀請 32 個著名香水品牌參與，盛況空前，足證集團於香水界持續佔有領導地位。於 2012 年 9 月 30 日，集團在台灣共有 27 間「莎莎」店舖。

sasa.com 的營業額為 1 億 8,330 萬港元，較去年同期增加 40.2%。sasa.com 繼續深入發展集團於去年成功在不同地區開拓的市場。集團重推顧客關係管理計劃，推出更多具針對性的市場推廣活動及優化銷售渠道，均有助提高銷售增長及重覆惠顧顧客人數；另外，特別的宣傳推廣活動有助增加品牌於區內知名度，而善用點擊率高的社交網站及活躍的網上群組則能確保集團品牌與忠誠顧客保持聯繫。

品牌管理

集團本身的專有品牌的銷售額穩步增長 22.4%，佔集團零售銷售總額 42.0%，而去年同期則為 41.5%。集團的策略是分配更多資源用於銷售及推廣最具增長潛力的獨家品牌，成功推動專有品牌產品取得強勁增長。集團著重緊貼市場趨勢，推出潮流及趨時的獨家新產品，迎合不同顧客的需要。集團將貫徹其產品多元化策略及重點加強對不同類型顧客的吸引力。

展望及策略

未來一年無疑將挑戰重重，集團的化粧品業務仍具抗禦能力。中國內地旅客因經濟疲弱而欲減省購物消費金額，因而轉向在香港與澳門購物，集團香港與澳門核心市場的銷售或會受惠而持續增長，預料集團將繼續保持增長動力。集團將繼續審慎擴展區內店舖網絡，並透過與美容品牌擁有人緊密合作，豐富其品牌及產品組合，以實現集團作為亞洲區領先化粧品零售集團的長遠目標。

集團預期，香港各項大型基建發展項目現已開展，將大大加強香港與迅速發展的珠江三角洲及其以北地區的連繫，便利中國旅客到香港購物。由於護膚品及化粧品業務對中國內地及香港的經濟狀況波動的抗禦力甚強，將繼續帶動集團**港澳核心市場**業務的銷售。由於中國內地旅客購物熱點現已擴展至非遊客地區，集團將着眼於該等地區的增長潛力，進而令集團受惠於華南地區即日來回旅客人次的快速增長。整體而言，集團將透過優化產品組合、改善服務質素及運用市場推廣繼續建立品牌，從而加強集團的競爭優勢。

於**中國大陸市場**，集團現時專注於加強管理和營運效率，包括優化店鋪面積、進一步建立知識庫及本地管理團隊，以及加強後勤支援隊伍及人力資源職能以提升管理成效。一如集團在華北和華東營運板塊的部署，集團計劃於華南和華中營運板塊配置區域經理。為強化招聘工作及提升培訓能力，集團將在各個區域營運板塊成立區域培訓中心。同時，集團會自動化流程和系統，務求提升業務的規模擴展能力。集團將繼續在中國內地審慎投放資源，進一步鞏固在國內的市場地位，並加強業務營運的效率，致力提升中國內地的產品組合選擇，同時並將持續引入大眾市場品牌，以迎合日益殷切的需求。

在**新加坡及馬來西亞市場**，莎莎銳意通過引進高潛力的嶄新品牌和產品，藉以提升產品組合，持續建立規模擴展能力和盈利潛力。**台灣**方面，相信隨着自由行旅客（即非旅行團）人數比重上升，集團將更能把握中國內地旅客人流所帶來的優勢。

sasa.com 的主要策略包括與頂尖購物網站進一步探索合作機會、擴大產品組合、強化核心競爭力及加強挽留顧客的力度。集團致力提高社交媒體的曝光率，並且進一步將社交媒體融入於市場推廣活動。

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：「一直以來，集團之成功有賴我們穩健的財務狀況、管理層靈活的應變以及其長遠願景，更重要的是我們過往抗禦逆景的佳績。集團的優勢將有助持續擴大客戶基礎，同時開發香港及澳門核心市場以及中國內地和其他市場的潛力。儘管香港、中國內地及區內經濟放緩，集團相信，憑藉我們的努力，加上集團行之有效的策略與及一直以來的抗逆能力，莎莎定能於下半財政年度及其後持續增長。」

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的化粧品零售集團，在亞洲區設有逾 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 2012 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 / 陳文琪

電話： 2975 3601 / 2975 3602

傳真： 2595 0797

電郵： tiffany_cheung@sasa.com / mandy_chan@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