

[請即時發放]



莎莎公佈二零零五/零六年度全年業績

* * *

營業額上升 **13.3%** 至二十六億二千零六十萬港元
加強香港市場滲透率 積極推動國內及海外市場增長

全年業績 摘要	截至三月三十一日止年度		百分比 變動
	二零零五/零六	二零零四/零五	
	百萬港元	百萬港元	
集團營業額	2,620.6	2,313.7	+13.3%
集團零售及批發業務	2,425.3	2,122.2	+14.3%
香港及澳門零售及批發業務	2,131.3	1,916.0	+11.2%
股東應佔溢利	185.2	202.1	-8.4%
末期股息	11 港仙	11 港仙	--
- 基本	5 港仙	5 港仙	
- 特別	6 港仙	6 港仙	
全年股息	17 港仙	17 港仙	--
- 基本	8 港仙	8 港仙	
- 特別	9 港仙	9 港仙	

(二零零六年六月二十九日 – 香港) – 莎莎國際控股有限公司 (「莎莎」或「本集團」; 股份代號: 0178), 於亞洲具領導地位的化粧品零售及美容服務集團, 今日公佈其截至二零零六年三月三十一日止之全年業績。

回顧年內, 集團營業額為二十六億二千零六十萬港元, 較去年的二十三億一千三百七十萬港元, 上升 13.3%。集團股東應佔綜合溢利為一億八千五百二十萬港元, 較上個財政年度經重新列示之股東應佔溢利二億零二百一十萬港元下降 8.4%。每股基本盈利為 13.9 港仙。

董事會建議派發末期股息每股 5 港仙 (二零零四/零五年: 5 港仙) 及特別股息每股 6 港仙 (二零零四/零五年: 6 港仙)。連同中期基本股息每股 3 港仙和中期特別股息每股 3 港仙, 集團於二零零五/零六年財政年度之全年合共股息為每股 17 港仙 (二零零四/零五年: 17 港仙)。

莎莎公佈二零零五/零六年度全年業績
營業額上升13.3%至二十六億二千零六十萬港元
加強香港市場滲透率 積極推動國內及海外市場增長
二零零六年六月二十九日/第2頁，共4頁

集團主席及行政總裁郭少明先生在評論集團整體表現時表示：「莎莎在年內營業額上升13.3%。然而，集團之營業額增長及毛利率提升的利好作用因租金與經營成本上升而未能完全反映出來。基於回顧年度初期為香港零售市場的預期增長作出準備，集團於年內積極拓展店舖網絡，意味著初期開支有所增加，而銷售額增長雖較整體市場為佳，且下半年增長更為顯著，但仍遜於預期。」

零售及批發業務

於二零零五/零六財政年度，集團之零售及批發業務錄得營業額14.3%升幅至二十四億二千五百三十萬港元。整體毛利率因加強銷售貨品組合而獲提升。年內，存貨週轉期由上一財政年度的101天縮短至89天。集團繼續加強「莎莎」品牌知名度名作為區內「化粧品及美容專家」的形象。

年內，由於中國及海外訪港旅客消費上升及本港消費市道復甦，莎莎於香港及澳門的核心零售及批發業務營業額錄得11.2%的增長，達至二十一億三千一百三十萬港元。每宗交易平均金額及總交易次數分別錄得7.1%及5.0%的增長。年內，莎莎增設八間新店，包括各佔八千平方呎，位於尖沙咀與旺角的兩間大型店舖。於回顧年內，集團的零售店舖平均總面積淨額亦較上一財政年度增加32.7%。於二零零六年三月三十一日，集團共有五十一間莎莎化粧品店舖，另有一間La Colline專門店及一個伊莉莎伯雅頓專櫃。

於二零零六年三月三十一日，莎莎已在上海開設兩間店舖，不但令集團取得有關當地化粧品市場的第一手資料，亦有助集團規劃內地市場的未來發展，涵蓋品牌、產品發展和網絡拓展策略。

星馬市場營業額增加25.2%至一億四千一百一十萬港元。新加坡及馬來西亞的相同店舖營業額增長分別錄得11.8%及16.2%。整體而言，星馬市場對集團的貢獻有所提升，兩個市場的營業額因優化貨品組合而錄得增長，獨家經銷貨品的銷售額亦因加強員工培訓而上升。年內，於新加坡市場增設一間新店，店舖總數增至10間；馬來西亞市場一間店舖結業，店舖總數為10間。

回顧年內，集團台灣業務的營業額增42.0%，達八千九百萬港元，相同店舖增長達10.4%，主要是由於年內第四季台灣的銀行收緊當地信貸令消費市道受壓，使業務表現受到影響。年內增設四間新店，店舖總數遂增至八間。

Sasa.com的營業額為五千二百六十萬港元，較去年增加72.8%。來自所有地區尊貴客戶的銷售額佔總銷售額比例由17%提高至24%，顯示Sasa.com已成功吸納更多顧客成為忠實客戶。

莎莎公佈二零零五/零六年度全年業績
營業額上升 13.3% 至 二十六億二千零六十萬港元
加強香港市場滲透率 積極推動國內及海外市場增長
二零零六年六月二十九日/第 3 頁, 共 4 頁

品牌管理

截至二零零六年三月三十一日止年度, 莎莎的專有品牌及獨家經銷貨品銷售額增加 18.5%, 並佔集團零售及批發總營業額 30.1%。年內, 莎莎亦取得多個獨家經銷權的新品牌, 包括 Methode Swiss、Bergman、Organic Elements; 香水包括 Paris Hilton、Hummer、Guess、Gas、French Connection 及 Lulu Guinness。集團積極拓展貨品系列及提升貨品組合, 並於本財政年度內平均每月推出逾 550 款新貨品。年內, 集團持續加強市場推廣活動, 增加投放在宣傳及推廣的資源, 以提升品牌形象及增加銷售額。

美容服務

年內, 集團美容服務的營業額達一億九千五百三十萬港元, 較上一財政年度增加 2.0%。由於菲力偉運動會籍收入的入賬方法作出的一次性調整, 以及 Sasa Beauty+ 成本壓力上升, 令美容服務表現受到影響。年內, 集團進一步將美容服務與零售業務整合: 菲力偉為位於新加坡的莎莎新旗艦店提供美容護理療程, 而 Sasa Beauty+ 亦於香港設有美容房間的新店提供美容護理服務。

展望

莎莎致力鞏固其核心業務於港澳市場的持續增長, 並推動其海外市場成為集團的中長線發展動力, 所以集團正為另一階段的增長奠定策略性基礎。集團正加強核心職能, 務求建立更強大的基礎以支持未來的擴展, 其中包括加強香港總部的組織架構, 為海外市場業務提供更有力的支援。同時, 集團正重點發展產品開發及市場推廣的功能, 並積極爭取國際品牌的獨家經銷權, 為集團於現有及潛在市場建立更強大的品牌與貨品組合。集團亦將採用 SAP 所開發的 R3 企業資源規劃 (ERP) 系統以提升整體資訊科技系統, 以改進集團營運、市場推廣及存貨管理的效率和效益。有見租金上升令本港各零售商的經營利潤持續受壓, 在續訂租約和磋商新租約時, 莎莎將充分運用集團之靈活性及議價能力, 令營商機會與擴展開支互相配合。

憑藉香港方面的豐富專業知識和經驗, 莎莎正迅速將其經營模式擴展至海外市場。這些市場在營業額增長及擴大市場佔有率方面均有進步。莎莎將於未來繼續投入更多資源以加強貨品組合、員工培訓及市場推廣。

「莎莎」已廣受內地市場認同為優質及專業的一站式化粧品專門店, 集團在內地已取得良好進展, 並會繼續致力提升營運效率, 同時為日後業務拓展而作出準備。集團計劃至二零零七年三月止年度內增設五至七間店舖, 並於 2011 年在中國內地設立超過 100 間店舖。

郭先生總結:「展望未來, 隨著港澳地區加強發展成為泛亞地區的旅遊目的地, 加上政府推出多項措施刺激旅遊業, 以及香港經濟持續復甦推動消費意慾回升, 零售市場存在一定利好因素, 唯經營成本仍面對壓力, 尤其是區內租金持續高企。整體而言, 集團對本財政年度的零售市場環境仍抱著審慎樂觀的態度。」

莎莎公佈二零零五/零六年度全年業績
營業額上升13.3%至二十六億二千零六十萬港元
加強香港市場滲透率 積極推動國內及海外市場增長
二零零六年六月二十九日/第4頁,共4頁

「集團將會繼續在港澳市場擴展，進一步提升市場滲透率，提高同店銷售增長，並實施嚴謹的策略管理，同時加強產品組合，以應付成本高企的挑戰。與此同時，集團將積極推動海外零售市場的持續高增長，並繼續擴展中國內地市場業務店舖網絡，以獨家品牌為發展主導，包括建立專責中國大陸市場發展的品牌管理隊伍，增加投放市場推廣的資源，提高莎莎的品牌形象及知名度，優化產品組合及加強前線員工培訓。憑藉莎莎獨有優勢及行內領導地位，管理層對集團長遠的發展仍是充滿信心，並將繼續為投資者帶來豐盛的回報。」

-完-

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及美容服務集團，在亞洲區設有超過八十間零售店及專櫃，銷售逾四百個品牌產品，包括護膚品、香水、化粧品、頭髮護理用品、以至專有及獨家代理的國際品牌產品。集團超過七百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。

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。集團通過在亞洲區十間菲力偉高級美容及健美中心及兩間在香港的Sasa Beauty⁺美容中心，為顧客提供周全的美容護理服務。莎莎國際於一九七八年在香港成立，並於一九九七年六月在香港聯合交易所上市。集團截至二零零六年三月三十一日止年度，營業額逾二十六億港元。

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

電話： 2975 3601

傳真： 2898 9717

電郵： macy_leung@sasa.com

iPR 奧美公關

黃雯嘉/麥津怡/劉麗恩

電話： 3170 6609/ 2136 6954/ 2136 6952

傳真： 3170 6606

電郵： monica.wong@iprogilvy.com/ queenie.mak@iprogilvy.com/
callis.lau@iprogilvy.com