

**奧思集團有限公司公布 2015/16 年中期業績**

\* \* \*

**於重重挑戰下持續審慎計劃轉變策略****財務摘要**

- 於回顧期內，本集團的營業額較去年減少11.1%至約315,500,000港元，主要由於香港整體經濟疲弱影響消費者的購買意慾及習慣。
- 毛利率維持於約90.4%之相若水平，而去年同期為90.6%。
- 由於業務錄得高毛利率，本期間下跌之銷售數額其中90%直接影響本期間溢利之上。儘管已就銷售下跌採取措施，於本期間之業績有所反映，包括廣告、折舊及租金分別減少12.2%、11.8%及5.4%，惟員工成本並無配合下調乃由於本集團業務薪金之正常固定性質部份所致。上述種種均導致期內溢利減少72.0%至約9,400,000港元。
- 本集團之銷售組合與去年相比並無變動，當中約73.3%來自美容服務及26.7%來自零售業務。
- 儘管現金收入較去年同期減少6.7%，於二零一六年三月三十一日，本集團現金狀況仍然保持強勁，約276,200,000港元，較去年同期增加25,300,000港元。
- 建議宣派中期股息每股1.0港仙。

**經營摘要****美容服務業務**

- 本集團之香港美容服務分部面對香港整體經濟環境疲弱，導致消費者消費漸趨審慎，延後了購買新美容服務套票及消費模式減慢。
- 於二零一六年三月三十一日，本集團於香港經營8間Glycel Skinspas、14間水磨坊美容中心、2間水纖屋中心、3間水之屋水療中心、6間奧思醫學美容中心及3間Oasis Homme中心，並於中國經營3間自營水磨坊美容中心。

**零售業務**

- 本集團之零售業務包括三個自家品牌 – Glycel、Eurobeauté及DermaSynergy以及兩個擁有分銷權的品牌h<sub>2</sub>o+及Erno Laszlo。
- 期內香港整體高端零售產品消費受壓，本集團Glycel品牌產品的銷售亦同告下跌。DermaSynergy及Eurobeauté於回顧期間表現出色，賺取高利潤。DermaSynergy自二零一五年二月開始經營，與該兩個期間的銷售表現相比，其銷售錄得四倍增長，而Eurobeauté之銷售亦較去年同期錄得雙位數銷售增長。
- Erno Laszlo及h<sub>2</sub>o+品牌產品之銷售額於期內下跌，部份由於減少了該兩個品牌於香港之店舖數目。
- 於二零一六年三月三十一日，本集團於香港經營7個Glycel、5個Erno Laszlo及9個h<sub>2</sub>o+銷售點並於澳門經營1個Glycel銷售點。本集團於本年三月在皇室堡新開設一個h<sub>2</sub>o+銷售點，與此同時，基於大多表現欠佳及成本效益的原因於期內關閉3個Erno Laszlo及6個h<sub>2</sub>o+銷售點。

## 展望

- 數據分析及數碼化營運的新策略（包括數碼營銷、網上預約及跨境電子商貿）為本集團開創新局面，有助強化客戶基礎及開拓新客源以提升效益、收益及盈利能力方面。
- 在優化成本結構成效方面，本集團將更着力控制成本，在租務、資本開支及市場推展開支上各見成績，現正考慮加強員工成本結構性調整的不同可行性方案。

(二零一六年五月二十七日，香港) — 著名美容產品零售及美容服務集團奧思集團有限公司（「奧思」／「本公司」）（股份代號：1161），公布本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零一六年三月三十一日止六個月之中期業績。

回顧期內，本集團身處的經濟環境充滿挑戰，本地消費者削減於零售及非必要的開支，美容服務用家的消費模式減慢，中國旅客亦明顯減少。截至二零一六年三月三十一日止六個月，本集團錄得營業額約315,500,000港元，期內溢利約9,400,000港元。本集團的毛利率仍維持與去年相若水平，約90.4%（去年同期則為90.6%）。由於業務錄得高毛利率，本期間下跌之銷售數額其中90%直接影響本期間溢利之上。儘管已就銷售下跌採取措施，於本期間之業績有所反映，包括廣告、折舊及租金分別減少12.2%、11.8%及5.4%，惟員工成本並無配合下調乃由於本集團業務薪金之正常固定性質部份所致，上述種種均導致期內溢利減少72.0%。本集團的美容服務業務及零售業務的銷售組合比重與去年相若，維持在73.3%比26.7%的水平。

儘管現金收入較去年同期減少6.7%，於二零一六年三月三十一日，本集團現金狀況仍然保持強勁，約276,200,000港元，較去年同期增加25,300,000港元。董事會宣派截至二零一六年三月三十一日止六個月的中期股息每股1.0港仙（截至二零一五年三月三十一日止六個月：每股4.0港仙）。

於回顧期內，本集團之美容服務分部面對香港整體經濟環境疲弱，導致消費者漸趨審慎，延後了購買新美容服務套票及消費模式減慢。因此，與去年同期比較，美容服務業務的營業額減少約11.0%，旗下服務品牌均錄得下跌。

儘管按年業績有所下跌，但本集團兩個高利潤品牌DermaSynergy及Eurobeauté於回顧期內表現最出色。DermaSynergy為專業醫學美容產品，自二零一五年二月起透過奧思醫學美容中心作推廣，與該兩個期間的銷售表現相比，其銷售錄得超過四倍的增長，在本集團的產品組合中一枝獨秀。與此同時，Eurobeauté的動力亦證明了本集團有物色及發展品牌及產品的能力。

在優化成本結構成效方面，本集團將更着力控制成本，在租務、資本開支及市場推展開支上各見成績，現正考慮加強員工成本結構性調整的不同可行性方案。

展望未來，**奧思行政總裁黃文麗女士**表示：「本集團正審慎計劃並執行下一階段的業務及營運模式轉變策略。面對充滿艱難的市場環境，本集團正以實事求是的態度靈活回應各種變化，並繼續實行轉型及創新策略。儘管於不久將來仍充滿挑戰，本集團為鞏固業務根基所付出之努力預期將會隨著經濟改善而取得回報。」

本集團正積極轉變其業務模式，較以往更倚靠客戶數據推動。此舉有助本集團擴大客戶基礎，減輕經濟週期起伏的影響，同時降低對小部分高消費客戶的依賴。透過現有數據的運用，本

集團成功提高試用顧客轉為長期客戶的比率，證明此對吸納新顧客及物色新機遇發揮重要作用。本集團正運用這些數據，開發新的入門療程套餐及各客戶群發展計劃，以滿足更廣大的客戶。

另一個可為本集團創造新增長機會的重要創新舉措為數據營銷。本集團的網上推廣團隊正積極物色新渠道以滲透更廣市場。此外，本集團已精簡美容服務療程的網上預約流程，以鼓勵更多人進行預約。本集團還邀請人氣美容博客及其他具影響力及號召力的名人，推介旗下產品及服務，以提升集團於社交媒體的曝光率。

零售方面，除整合及優化旗下店舖外，本集團計劃於來年發掘更多新機遇。本集團正與一個領先網上購物平台合作，探討進行跨境電子商貿的可能性。本集團亦一如既往致力透過產品及業務拓展措施及透過策略性合作或收購機會尋求不同創作機遇，以達致增長。

- 完 -

### **有關奧思集團有限公司**

本集團為香港領先美容服務供應商及美容產品零售商。成立於一九九八年並於二零零二年在香港聯交所主板上市，一直為香港業內的領導者之一，取得多個「創新」。多年來，清晰的願景和不斷追求蛻變和進步的動力令本集團發展為用戶愛戴的美容服務供應商，並擁有強大的自家和特許品牌產品組合。作為行業的先鋒者，本集團致力成為大中華地區的翹楚。詳細資料請參閱 [www.wateroasis.com.hk](http://www.wateroasis.com.hk)

### **新聞垂詢：**

#### **縱橫財經公關顧問有限公司**

吳燕霞 / 肖嫦 / 蘇巧珊

電話: 2864 4812 / 2114 4981 / 2114 4318

傳真: 2804 2789 / 2527 1196

電郵: [mandy.go@sprg.com.hk](mailto:mandy.go@sprg.com.hk) / [evonne.xiao@sprg.com.hk](mailto:evonne.xiao@sprg.com.hk) / [abigail.so@sprg.com.hk](mailto:abigail.so@sprg.com.hk)

#### **奧思集團公關及企業傳訊部**

張美琪

Tel: 3182 7741 Fax: 2807 0777

E-mail: [maggiecheung@wateroasis.com.hk](mailto:maggiecheung@wateroasis.com.hk)