

奧思集團有限公司公布 2015/16 年全年業績

* * *

**於重重挑戰下保持盈利
下半年表現令人鼓舞 充分證明其審慎策略行之有效****財務摘要**

- 於回顧年度，本集團營業額較去年同期減少9.4%至約626,800,000港元，主要由於香港整體經濟疲弱及存在不明朗因素影響消費，以及延後購買及減慢的客戶消費模式。
- 毛利率與去年相同，維持於約90.9%之穩定水平。
- 本集團實施仔細及審慎成本管理措施以減低整體成本，包括關閉表現欠佳之店舖。於回顧年度，廣告、租金及員工成本均較去年減少，令本年度溢利減少44.8%。總括而言，與二零一五年同期比較，本集團上半年的營業額及期間溢利跌幅為11.1%及72.0%，下半年跌幅則為7.6%及增幅為3.6%。
- 本集團之銷售組合中，美容服務增加至約75.4%及零售銷售為24.6%，而去年同期則為73.7%及26.3%。
- 本集團於二零一六年九月三十日維持約300,500,000港元之強勁現金水平，較去年同期增加40,500,000港元。
- 建議宣派末期股息每股 2.0 港仙。

經營摘要**美容服務業務**

- 儘管整體環境充滿挑戰，於香港之奧思醫學美容中心繼續表現超卓，營業額較去年同期增長4.1%。通過運用最新的高端醫療設備、聘用合資格的醫生及其他受過嚴格訓練的員工，中心以效果顯著的優質醫學美容療程見稱。
- Glycel品牌總零售及服務之營業額表現按年下跌約8.8%，符合整體經濟及零售環境。Glycel不斷推出新產品、療程及創新美容儀器，以維持市場之領導地位。
- 由於上文所述之外在因素，本集團之水磨坊及水之屋美容中心業務錄得業務溫和倒退。然而，水磨坊繼續投資新產品及新服務，務求為客戶提供最佳及最新之美容療程。
- 於二零一六年九月三十日，本集團於香港經營9間Glycel Skinspas、17間水磨坊美容中心、3間水之屋美容中心、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

- 於回顧年度，Erno Laszlo及H2O+品牌之營業額下跌，盈利能力有所改善因於香港關閉了表現欠佳之店舖所致。
- 於回顧年度，本集團自家品牌Eurobeauté及DermaSynergy產品各自之銷售額均較去年相關品牌產品之銷售額錄得雙位數增長。

- 於二零一六年九月三十日，本集團於香港經營4個Glycel、5個Erno Laszlo及6個H2O+銷售點，並於澳門經營2個銷售點。

展望

- 展望將來，本集團將透過優秀及完善之品牌組合推動長遠成功，並藉著透過數據分析擴大潛在客戶群、增加網上曝光率、新產品、新技術設備及服務以增加收益，及繼續實施嚴謹之成本控制及審慎之財務管理以增加盈利能力，從而實現目標。

(二零一六年十二月十五日，香港) — 著名護膚美容集團**奧思集團有限公司**（「奧思」／「本公司」）（股份代號：1161），公佈本公司及其附屬公司（「本集團」）截至二零一六年九月三十日止全年業績。儘管經營環境充滿挑戰，本集團於本年度下半年的盈利能力改善表現均令人鼓舞，充分證明集團審慎的策略及靈活的業務運作行之有效。

回顧年內，本集團面對多個重大的宏觀經濟事件，該等事件打擊了消費者開支，對美容及護膚產品市場的負面影響尤甚。整體來說，本集團的業績表現與行業趨勢一致，整體營業額跌幅為 9.4%。雖然如此，本集團下半年盈利表現較上半年有所改善，顯示過去一年所推行的措施見效。憑著仔細的營運管理及嚴格的成本控制措施，使本集團毛利率維持於 90.9%的穩定水平，與去年持平。本年度每股基本盈利為 3.8 港仙（二零一五年：6.6 港仙）。

於二零一六年九月三十日，本集團的銀行結餘及現金水平約為 300,500,000 港元。流動比率為 0.9:1，資本負債比率為 7.9%。董事會建議宣派末期股息每股 2.0 港仙，使全年股息達到每股 3.0 港仙（二零一五年：6.5 港仙）。

業績回顧

本集團於幾年前逐漸開始轉型，業務由以零售為核心轉為以服務為主，從本年度整體銷售組合的轉變可見一斑，美容服務及零售業務的比重由去年的 73.7%比 26.3%，上升至 75.4%比 24.6%。

雖然整體環境充滿挑戰，但本集團於香港的 6 間奧思醫學美容中心繼續表現出色，營業額較去年增長 4.1%。年內，由於客戶增加使醫生的使用率上升，整體醫生的生產能力亦提高大約 15%。與整體經濟及零售環境表現一致，Glycel 品牌總零售及服務之營業額表現按年下跌約 8.8%。另一方面，公司於香港的水磨坊及水之屋業務因為外在因素輕微回落。總的來說，營業額減少 9.8%。回顧年內，Glycel 及水磨坊的活躍客戶基礎均錄得按年雙位數的增長。

零售方面，Eurobeauté 推出 7 種新產品，大大刺激這些產品的銷量，因此年內其產品銷售錄得雙位數增長，同樣，DermaSynergy 產品的用戶反應熱烈，使這個於 2015 年 2 月推出的自家品牌的銷售錄得雙位數的強勁增長。

年內，本集團關閉了兩間盈利欠佳的 Erno Laszlo 店舖，因此營運中店舖從去年的 7 間減少至年底的 5 間。雖然關閉了兩間店舖，但 Erno Laszlo 品牌因為推出新產品系列，包括適合所有皮膚種類、具吸引力的新潔膚皂和油，因此擁有良好的動力。年內，H2O+品牌產品的銷售與市場同步下跌。本公司關閉 7 間表現欠佳的 H2O+店舖，在銅鑼灣開設一間新店，因此

整體店舖數目從一年前的 12 間減至年底的一半。

展望

展望未來，公司的增長策略將主要集中於提升核心能力及其競爭力。本集團將利用其可觀和綜合品牌組合去達致長遠的成功，並將繼續致力建立和優化現有客戶群的組合。在整個過程之中，本公司將繼續嚴格控制各營運的成本，延續一直以來奉行的審慎理財傳統。

儘管本公司數年前退出中國美容產品的零售市場。然而，本公司相信其產品在中國市場極具潛力，繼續嘗試不同方法把握跨境電子商貿平台，發掘機會讓中國的消費者試用產品。

展望未來一年，本公司將把握其奧思醫學美容中心的成功，進一步建立其在醫學美容業內，尤其是緊膚及注射治療領域的領導地位。**Glycel** 品牌亦將透過創新重振生產力，已計劃的項目包括引入新設備及服務、家用新美容儀器及抗老化產品。與此同時，本集團將投入資源栽培自家的 **DermaSynergy** 及 **Eurobeauté** 品牌成為新的增長動力。

與過往一樣，本集團將繼續仔細探索與其他機構合作及聯手進行推廣，以及有助本集團達成目標的收購的機會。

奧思行政總裁黃文麗女士總結：「來年，本集團將繼續採取謹慎的策略以求達到增長。我們現正循著正軌渡過難關，為未來新的增長及發展奠定基礎。我們有信心，本集團因應市場發展及趨勢去鞏固核心業務，於未來進一步開拓新機會。」

- 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有限公司主板上市，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。

奧思集團有限公司公布 2015/16 全年業績
二零一六年十二月十五日

新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

吳燕霞 / 袁純藝 / 劉波妮

電話: 2864 4812 / 2864 4853 / 2864 4870

傳真: 2804 2789 / 2527 1196

電郵: mandy.go@sprg.com.hk / fanny.yuen@sprg.com.hk / boni.liu@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