

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明概不會就本公佈全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



MAGIC HOLDINGS INTERNATIONAL LIMITED

美即控股國際有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1633)

截至二零一二年六月三十日止年度的
全年業績公佈

財務摘要

- 截至二零一二年六月三十日止年度的收入為約1,349百萬港元，較截至二零一一年六月三十日止年度的約957百萬港元增加41.0%。
- 截至二零一二年六月三十日止年度的毛利為約1,033百萬港元，較截至二零一一年六月三十日止年度的約736百萬港元增加40.4%。
- 截至二零一二年六月三十日止年度的溢利淨額為約200百萬港元，較截至二零一一年六月三十日止年度的約160百萬港元增加25.0%。
- 排除非經營收入及開支(即終止確認衍生金融工具的收益、匯兌差額、以股權結算的購股權及獎勵開支)的情況下，本年度經調整溢利淨額由截至二零一一年六月三十日止年度的約156百萬港元增加45.5%至截至二零一二年六月三十日止年度的約227百萬港元。
- 截至二零一二年六月三十日止年度本公司權益持有人應佔每股盈利為約20.36港仙，較截至二零一一年六月三十日止年度的約16.94港仙(經重列)增加20.2%。

全年業績

美即控股國際有限公司(「本公司」,或「美即」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈,本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)截至二零一二年六月三十日止年度的綜合業績,連同上一財政年度的比較數額如下:

綜合收益表

截至二零一二年六月三十日止年度

	附註	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
收益	4	1,349,409	957,322
銷售成本		<u>(316,399)</u>	<u>(221,572)</u>
毛利		1,033,010	735,750
其他收入及收益	4	16,678	14,507
銷售及分銷成本		(691,984)	(492,516)
行政開支		(92,447)	(53,612)
終止確認衍生金融工具的收益		—	5,100
除稅前溢利	5	265,257	209,229
所得稅開支	6	<u>(65,130)</u>	<u>(49,075)</u>
年內溢利		<u>200,127</u>	<u>160,154</u>
以下人士應佔:			
本公司權益持有人		204,513	160,523
非控股權益		<u>(4,386)</u>	<u>(369)</u>
		<u>200,127</u>	<u>160,154</u>
本公司權益持有人應佔每股盈利	8		(經重列)
基本		<u>20.36港仙</u>	<u>16.94港仙</u>
攤薄		<u>20.23港仙</u>	<u>16.94港仙</u>

股息之詳情乃於財務報表附註7披露。

綜合全面收益表

截至二零一二年六月三十日止年度

	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
年內溢利	200,127	160,154
其他全面收益		
換算境外業務產生的匯兌差額	13,937	21,626
所得稅影響	—	—
年內扣除稅項後的其他全面收益	13,937	21,626
年內全面收益總額	214,064	181,780
以下人士應佔：		
本公司權益持有人	218,114	181,910
非控股權益	(4,050)	(130)
	214,064	181,780

綜合財務狀況表

二零一二年六月三十日

	附註	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		32,344	14,178
預付土地租賃款項		61,564	—
商譽		14,549	15,772
無形資產		20,445	24,049
遞延稅項資產		415	1,283
預付款項及按金		2,467	41,723
		<u>131,784</u>	<u>97,005</u>
非流動資產總值			
流動資產			
存貨		26,967	14,845
貿易應收款項	9	250,497	181,248
預付款項、按金及其他應收款項		109,010	97,596
可回收稅項		895	877
現金及現金等價物		1,104,202	975,404
		<u>1,491,571</u>	<u>1,269,970</u>
流動資產總值			
流動負債			
貿易應付款項	10	63,825	45,401
其他應付款項及應計費用		37,797	34,311
應付稅項		23,998	23,219
		<u>125,620</u>	<u>102,931</u>
流動負債總值			
流動資產淨值			
		<u>1,365,951</u>	<u>1,167,039</u>
資產總值減流動負債			
		1,497,735	1,264,044
非流動負債			
遞延稅項負債		5,111	6,012
		<u>5,111</u>	<u>6,012</u>
資產淨值			
		<u>1,492,624</u>	<u>1,258,032</u>

	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
權益		
本公司權益持有人應佔權益		
已發行股本	100,890	83,491
儲備	<u>1,379,456</u>	<u>1,158,213</u>
	1,480,346	1,241,704
非控股權益	<u>12,278</u>	<u>16,328</u>
權益總額	<u><u>1,492,624</u></u>	<u><u>1,258,032</u></u>

綜合財務報表附註

1. 公司資料

美即控股國際有限公司為一家於開曼群島註冊成立的有限公司。本公司的主要營業地點為香港銅鑼灣告士打道255-257號信和廣場802室。本集團主要在中國大陸從事面膜及其他護膚產品的生產、銷售與市場推廣業務。

2.1 編製基準

該等財務報表乃根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)(包括所有香港財務報告準則、香港會計準則(「香港會計準則」)及詮釋)、香港公認會計原則及香港公司條例之披露規定以及香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)之適用披露規定編製。該等財務報表乃按歷史成本慣例編製。該等財務報表以港元(「港元」)為呈列單位，除另有註明外，所有金額均調整至最接近的千位(「千港元」)。

2.2 會計政策及披露的變更

本集團已於本年度財務報表內首次採納下列經修訂的香港財務報告準則。

香港財務報告準則第1號(修訂本)	香港財務報告準則第1號首次採納香港財務報告準則—嚴重高通脹及就首次採納者剔除固定日期之修訂
香港財務報告準則第7號(修訂本)	香港財務報告準則第7號金融工具：披露—金融資產之轉移之修訂
香港會計準則第24號(經修訂)	關連方披露
香港(國際財務報告詮釋委員會)—詮釋第14號(修訂本)	香港(國際財務報告詮釋委員會)—詮釋第14號—預付最低資金之要求之修訂
二零一零年香港財務報告準則之改進	於二零一零年五月頒佈之若干香港財務報告準則之修訂

除下文所詳述有關香港會計準則第24號(經修訂)，及包含於二零一零年香港財務報告準則之改進中之香港財務報告準則第3號，香港會計準則第1號及香港會計準則第27號(修訂本)之影響外，採納經修訂香港財務報告準則對該等財務報表概無產生重大財務影響。

採用該等財務報告準則之主要影響如下：

(a) 香港會計準則第24號(經修訂)關連方披露

香港會計準則第24號(經修訂)闡明及簡化關連方之定義。新定義強調關連方關係之對稱性，並闡明人士及主要管理人員影響一間實體之關連方關係之情況。經修訂準則亦引入報告實體與政府及受同一政府控制、共同控制或重大影響之實體進行交易之一般關連方披露規定之豁免。關連方之會計政策已修訂，以反映根據經修訂準則之關連方定義變動。採納該經修訂準則未有對本集團財務狀況或表現構成任何影響。

(b) 於二零一零年五月頒佈之二零一零年香港財務報告準則之改進制定對多項香港財務報告準則之修訂。各項準則均各自設有過渡條文。採納部份修訂可能會導致會計政策變動，惟此等修訂對本集團之財務狀況或表現並無任何重大財務影響。最適用於本集團之主要修訂之詳情如下：

- 香港財務報告準則第3號業務合併：該修訂闡明香港財務報告準則第7號、香港會計準則第32號及香港會計準則第39號之修訂所消除對或然代價之豁免，並不適用於採用香港財務報告準則第3號(於二零零八年修訂)前所進行業務合併之或然代價。

此外，該修訂限制非控股股東權益計量選擇之範圍。只有屬於現時擁有權權益並賦予其持有人於清盤時按比例分佔被收購方資產淨值之非控股股東權益部份，方可以公平值或以現時之擁有權工具按比例分佔被收購方可識別資產淨值之計量。除非其他香港財務報告準則規定須採用其他計量基準，否則非控股股東權益之所有其他部份均以其收購日之公平值計量。

該修訂亦加入明文指引，以闡明尚未取代及自願取代以股份為基礎之付款獎勵之會計處理方法。

- 香港會計準則第1號財務報表之呈列：該修訂闡明其他全面收益各組成部份之分析可於權益變動表或財務報表附註內呈列。本集團選擇於權益變動表呈列其他全面收益各組成部份之分析。
- 香港會計準則第27號綜合及獨立財務報表：該修訂闡明因應香港會計準則第27號(於二零零八年修訂)而對香港會計準則第21號、香港會計準則第28號及香港會計準則第31號作出之相應修訂須於二零零九年七月一日或該日後開始之年度期間或在提早應用香港會計準則第27號時提早應用。

3. 經營分類資料

為方便管理，本集團按其產品分成數個業務單位。由於年內本集團僅有一條單一產品線，即生產及銷售面膜產品及其他護膚品，故並無就此呈列進一步分析。

此外，本集團的客戶及非流動資產均只位於中國，故並無按地域資料呈列進一步分析。

有關主要客戶的資料

	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
客戶A	241,445	157,080
客戶B	137,769	138,502
客戶C*	不適用	122,277
	<u>379,214</u>	<u>417,859</u>

* 截至二零一二年六月三十日止年度對客戶C的銷售額佔收益不足10%。因此，該銷售額並無於上文呈列。

4. 收入、其他收入及收益

收入(亦即本集團之營業額)為扣除退貨及貿易折扣後的已售貨品發票淨值。收入、其他收入及收益的分析如下：

	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
收入		
銷售貨品	<u>1,349,409</u>	<u>957,322</u>
其他收入及收益		
銀行利息收入	6,836	1,875
匯兌差額淨額	<u>9,842</u>	<u>12,632</u>
	<u>16,678</u>	<u>14,507</u>
	<u>1,366,087</u>	<u>971,829</u>

5. 除稅前溢利

本集團除稅前溢利乃經扣除／(計入)以下各項：

	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
已售存貨成本	316,399	221,572
折舊*	2,845	845
攤銷無形資產*	4,091	3,915
土地及樓宇的經營租賃項下最低租賃款項	5,102	4,428
以股權結算的股份獎勵開支	22,767	13,316
以股權結算的購股權開支	13,609	—
終止確認衍生金融工具	—	(5,100)
商譽減值**	1,233	—
匯兌差額淨額	(9,842)	(12,632)

* 相關結餘包括下述金額，而下述金額亦計入上文所披露的已售存貨成本內：

	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
折舊	945	150
無形資產攤銷	4,091	3,915
	5,036	4,065

** 商譽減值計入綜合收益表「行政開支」。

6. 所得稅

由於本集團於本年度並無在香港產生或賺取任何應課稅溢利，故並無作出香港利得稅撥備。

於二零零七年三月十六日舉行的第十屆全國人民代表大會第五次會議上，中國企業所得稅法(「企業所得稅法」)獲通過，並於二零零八年一月一日起生效。企業所得稅法引入多項大範圍變動，包括但不限於統一內資及外資企業所得稅率為25%。

重慶朗禾化妝品有限公司作為鼓勵類產業企業之合資格企業，因此享受優惠企業所得稅（「企業所得稅」）率15%。

	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
即期—中國內地		
本年度已扣除	65,284	51,268
過往年度超額撥備	—	(1,277)
遞延	(154)	(916)
	<u>65,130</u>	<u>49,075</u>
本年度稅項開支總額	<u>65,130</u>	<u>49,075</u>

7. 股息

	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
已付股息：		
有關截至二零一一年六月三十日止財政年度之末期股息		
—每股普通股3.6港仙及按每5股現有普通股獲發1股		
新普通股的基準進行發行紅股(二零一一年：有關截至		
二零一零年六月三十日止財政年度的特別股息及		
以4,910,614股每股面值0.1港元並視為每股5.96港元		
的股份通過以股代息的方式支付)	<u>30,057</u>	<u>29,267</u>
建議股息：		
末期	<u>36,320</u>	<u>30,000</u>

董事建議派發年內的末期股息36,320,000港元(約每股3.6港仙)。截至二零一二年六月三十日止年度的財務報表並無反映應付股息。

本年度的每股股息乃根據於報告期末的已發行股份數目計算。股息須經本公司股東於二零一二年十二月十四日將舉行之應屆股東週年大會上批准，方可作實。此等財務報表並無反映應付的股息。

截至二零一一年六月三十日止年度的擬派末期股息30,000,000港元(每股約3.6港仙)及按每5股現有普通股獲發1股新普通股的基準進行發行紅股(「發行紅股」)已由本公司股東於二零一一年十二月十六日的本公司股東週年大會上批准。截至二零一一年六月三十日止年度的末期股息每股3.6港仙已通過現金付款方式支付。於二零一二年一月十三日，166,982,122股每股面值0.1港元的股份已獲發行以滿足發行紅股。應付股息並無於二零一一年六月三十日的財務報表中反映。

8. 本公司權益持有人應佔每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利金額乃根據本公司權益持有人應佔年度溢利以及因年內發行紅股影響經調整年內已發行普通股加權平均數1,004,240,000股(二零一一年：947,509,000股經調整以發行紅股)進行計算。

用以計算截至二零一一年六月三十日止年度的每股基本盈利的普通股加權平均數包括600,000,000股普通股(猶如股份於整個截至二零一一年六月三十日止年度內已發行)、就上市於二零一零年九月二十四日發行之200,000,000股普通股、於行使超額配股權後於二零一零年九月二十七日發行之30,000,000股普通股。於年內通過以股代息方式支付特別股息所發行之4,910,614股股份因發行紅股影響而調整。

每股基本及攤薄盈利乃根據以下各項計算：

	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
盈利：		
本公司權益持有人應佔年內溢利	<u>204,513</u>	<u>160,523</u>
	千股	千股
股份數目：		
用以計算每股基本盈利之普通股加權平均數 (二零一一年：重列以反映發行紅股之影響)	1,004,240	947,509
視為年內悉數行使尚未行使購股權後按零代價視為 已發行普通股加權平均數	<u>6,552</u>	<u>—</u>
用以計算每股攤薄盈利之普通股加權平均數	<u>1,010,792</u>	<u>947,509</u>

9. 貿易應收款項

本集團與其客戶的貿易條款主要以信貸形式進行，惟一般須預付款項的新客戶除外。本集團一般於各曆年初按個別基準就產品的一定金額授予分銷商的信貸期最多為一年。本集團一般要求有關分銷商於各曆年末結算該等產品的付款。不會就該等分銷商的任何進一步訂單提供信貸，且付款須於向彼等作出任何進一步交付前支付。於二零一二年六月三十日的應收款項結餘包括金額為245,953,000港元(二零一一年：180,704,000港元)，乃根據有關條款授出的金額。本集團一般向其零售商授予最多90日的信貸期。

本集團致力對其未償還應收款項維持嚴謹監控，藉以減低信貸風險。高級管理層會定期審閱逾期欠款。本集團並無就其貿易應收款項餘額持有任何抵押品或其他信貸增強措施。本集團之貿易應收款項並無計息。本集團之貿易應收款項與多名客戶有關，故具有若干集中信貸風險。

於報告期末，貿易應收款項按發票日期的賬齡分析如下：

	本集團	
	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
1至180日	249,108	181,248
180日以上	1,389	—
	<u>250,497</u>	<u>181,248</u>

未被視作減值的貿易應收款項分析如下：

	本集團	
	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
既未逾期亦未減值	249,108	181,248
180日以上到期	1,389	—
	<u>250,497</u>	<u>181,248</u>

本集團之貿易應收款項主要與向近期並無拖欠記錄之知名及有信譽客戶作出之銷售有關。

過期但尚未減值之應收款項涉及一名與本集團有良好往績記錄之客戶。根據過往經驗，董事認為毋須就欠款作出減值撥備，乃因信貸素質並無出現重大變動且欠款仍視為可悉數回收。

10. 貿易應付款項

貿易應付款項於報告期末的賬齡分析如下：

	本集團	
	二零一二年 千港元	二零一一年 千港元
90日內	<u>63,825</u>	<u>45,401</u>

貿易應付款項為免息，一般按90日的期限結算。

暫停辦理股東登記

本公司計劃於二零一二年十二月十四日(星期五)舉行應屆股東週年大會(「股東週年大會」)。為釐定出席股東週年大會並於會上投票之權利，本公司將於二零一二年十二月十日(星期一)至二零一二年十二月十四日(星期五)(包括首尾兩日)暫停辦理股東登記，期間不會辦理股份過戶登記手續。如欲合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有股份過戶文件連同有關股票必須於二零一二年十二月七日(星期五)下午四時三十分前送交本公司之香港股份過戶登記處卓佳證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東28號金鐘匯中心26樓，以辦理過戶登記手續。

建議末期股息須待股東於股東週年大會上通過一項普通決議案後，方可作實。享有建議末期股息之記錄日期為二零一二年十二月二十一日(星期五)。為釐定享有建議末期股息之權利，本公司將於二零一二年十二月二十日(星期四)至二零一二年十二月二十一日(星期五)(包括首尾兩日)暫停辦理股東登記，期間不會辦理股份過戶登記手續。如欲合資格享有建議末期股息，所有股份過戶文件連同有關股票必須於二零一二年十二月十九日(星期三)下午四時三十分前送交本公司之香港股份過戶登記處卓佳證券登記有限公司，以辦理過戶登記手續。派付末期股息將於二零一三年一月二十八日(星期一)支付。

管理層討論及分析

本集團主要在中國從事面膜產品及其他護膚產品(包括美即品牌(「美即品牌」)及Keep Up品牌(「Keep Up品牌」))的生產、銷售與市場推廣業務。於本年度內，本集團透過其密集的品牌建設及市場推廣資源投放、良好建立的分銷網絡以及新產品的開發取得理想回報。

財務回顧

於年內，本集團保持健康持續快速增長，再度邁上新臺階。年內銷售收入約為1,349,409,000港元，較上一個財年的約957,322,000港元增長約41.0%。由於銷量增加、有效的生產成本控制及具有較高利潤率的中高檔系列的銷售貢獻維持平穩增長，年內毛利率維持在約76.6%，而上一財年則約為76.9%。年內的權益持有人應佔溢利增至約204,513,000港元，較二零一一財年的約160,523,000港元增長約27.4%。倘不計及非經常收益(即終止確認衍生金融工具的收益及外匯差額)及非經營開支(即以股權結算的購股權及獎勵)，本年度經調整溢利淨額從二零一一財年的約155,738,000港元增加約45.5%至二零一二財年的約226,661,000港元。

於回顧年度內，本集團所涉及的銷售、一般及行政開支總額約為784,431,000港元，合共佔總銷售收入的約58.1%，其中銷售及分銷開支總額約為691,984,000港元，合計佔總銷售收入的約51.3%。行政開支約為92,447,000港元，其中約36,376,000港元為以股權結算的股份獎勵及購股權開支。

業務回顧

過去三年，面膜行業的增長高於傳統護膚產品行業的增長。根據CTR Market Research Company Limited附屬公司Kantar Worldpanel Limited編製的報告(「CTR報告」)，中國面膜行業於二零一一年錄得29.0%的年增長率(二零一零年：29.0%及二零零九年：28.0%)，而護膚產品行業的增長率為19.0%(二零一零年：13.0%及二零零九年：15.0%)。儘管在芸芸的其他較為成熟的保健及個人護理產品類別當中的滲透率相對較低，為29.7%(二零一零年：23.1%及二零零九年：17.7%)，中國面膜行業的增長率一貫地維持在相對較高水準，這有利本集團透過預期制定的策略取得令人鼓舞的業績，同時為日後長期健康及穩定增長打下堅實基礎。

品牌建設及市場推廣

根據CTR報告，我們美即品牌產品在中國面膜市場的份額不但保持領先地位，而且每年所佔的百分比均有提高，由二零零九年年度的15.1%上升至二零一零年年度的16.8%並於二零一一年年度進一步上升至18.5%。我們美即品牌的知名度自二零一零年年度起已屬面膜行業的翹楚，當大部份消費者看見我們的美即品牌時，將會自然聯想起面膜，足以證明美即品牌於中國業內的領導地位。隨著消費者對面膜護膚功能及其帶來的休閒美容體驗價值的認知越來越深入，面膜正成為一個獨立的美容護膚品類別，而消費者對美即面膜品牌的專業價值以及休閒美容價值亦越來越認同。我們一直相信，在一個高速成長的行業成為該行業的領導者，對美即品牌而言十分重要，美即品牌在面膜品類中的領先優勢將成為未來競爭方面的關鍵因素，我們亦將持續致力於透過我們的密集品牌市場推廣活動增強品牌知名度。

我們意識到對於如面膜產品等的快速消費品在一個快速發展且市場份額並非集中於少數幾家品牌的行業環境下，建立品牌知名度及美譽度尤為重要，我們一直專注於線上及線下市場推廣兩種策略。我們已委聘奧美廣告為我們的廣告夥伴，以透過一系列的全方位線上市場推廣策略(包括具強大廣告效應的電視廣告、地鐵廣告、雜誌廣告、分眾終端賣場、寫字樓視頻廣告及華視公交車視頻廣告)建立、管理及宣傳我們的美即品牌。我們已於二零一零年首次在北京市運用線上市場推廣策略。我們將逐一複製及運用北京的成功模式至中國各主要城市或地區，以令我們的美即品牌深入至該等每一個主要城市或地區。如前期於主要城市的知名度提升，將有利於往後我們的美即品牌滲透入次級

城市，而一個品牌一旦獲主要城市消費者的高度認可，亦將容易令次級城市消費者接受及認同。就線下市場推廣策略而言，我們已委聘奧美行動以提供在零售店舉辦推廣活動、美即品牌在店舖的陳列設計及我們的店內銷售推廣人員銷售技巧培訓方面的意見。除委聘奧美廣告及奧美行動外，我們亦開展以互聯網為基礎的宣傳活動，並已委聘奧美互動作為我們的重要夥伴以在互聯網上傳播美即品牌。該等市場推廣策略已見成效，而這從我們美即品牌取得的市場份額、品牌知名度以及消費者的反應中均可得到最好證明。

上述品牌推廣活動，使美即在品牌知名度、美譽度得到了有效的提升，對推動渠道拓展、促進終端銷售、提升消費者品牌意識等各方面都大有裨益。同時，我們相信，此舉使美即從市場佔有率領導品牌，向綜合性領導品牌進一步邁進，且對於推動面膜品類及行業的整體發展亦貢獻良多。

分銷網絡的優化及擴張

於年內，我們繼續透過改變產品組合實施預先制定的優化及擴展分銷網絡的策略；我們已與主要城市不同銷售渠道的銷售網點總部磋商我們美即品牌產品在各銷售網點的陳列及貨架空間大小的設計，亦同時於次級城市的優質店舖管理及位置方面增加銷售網點數量。除優化主要城市的現代化銷售渠道外，截至二零一二年止財年，我們進一步透過發展不同類型的銷售渠道(主要為北京及上海市中心商業區的便利店)擴大我們的分銷網絡。便利店銷售渠道的發展進一步突出面膜產品作為快速消費品的特色，從而使面膜產品更方便讓消費者購買。此外，我們正在尋求機會將我們的美即品牌引入不同銷售渠道，例如母嬰產品專營店及非處方藥店等較少售賣我們產品的店商。消費者尤其是年輕人購物習慣的改變極為重要，我們預期本集團來自網上零售商店的銷售額增長將會於未來數年穩定增長，就此，我們除實體店舖外亦將致力於電子商務的發展。誠如前文所述，我們已於次級城市發展及部署若干美容用品專營店，這些專營店均通過優質店舖管理及位置篩選。實施該等策略不僅可令本集團進一步加強其分銷網絡，並全方位地增加我們美即品牌於中國市場的覆蓋，而最重要是亦可提升美即品牌的知名度。

於二零一二年六月三十日，經銷商數量為261家(於二零一一年六月三十日為174家)及覆蓋的終端門店數為10,184家(於二零一一年六月三十日為6,264家)，於年內新淨增3,920家門店。在新增門店總數中，新增門店部份是源於在主要城市原有銷售渠道開設新店，以及補充開發了部份資質較好的中小型商超賣場。年內個人護理用品連鎖店由872家增加至1,190家，及各類商超賣場門店由2,777家增加至3,855家。三、四線市場的美容用品專營店數量由2,615家增加至3,575家。年內亦新增了1,564家在北京及上海的便利店。

銷售渠道拓展的順利開展意義重大。一方面，新增門店不僅為我們帶來可觀的銷售收入，約貢獻年內總體銷售收入增長額的50%；另一方面，分銷網絡及終端門店的擴張，令我們可以接觸到更廣泛人群，使消費者更方便購買到美即品牌，尤其是次級城市的消費者。我們相信，分銷網絡的優化及擴張將對面膜行業的成長貢獻良多，並提升美即品牌的知名度，亦可為本集團未來引入其他品牌和業務奠定堅實基礎。此外，我們的分銷網絡的持續擴張，亦令我們在未來的競爭中搶佔先機，因我們的分銷實力會對競爭者構築渠道門檻。

在新增終端門店數繼續突飛猛進的同時，誠如前文所述，我們亦優化原有終端門店的營運，令該等門店取得了較去年同期約21.3%銷售增長的理想經營業績，貢獻年內總體銷售收入增長額約50%。

在新門店開拓及在原有終端門店銷售額提升雙雙取得良好成績的情況下，銷售渠道結構亦按我們預先制定的策略得以進一步優化。年內，個人護理用品連鎖店銷售收入穩步提升；商超賣場(含便利店)銷售收入明顯快速增長；次級城市美容用品專營店的銷售收入增長繼續保持強勢；特別值得一提的是，來自電子商務渠道的增長最為強勁，佔整體銷售收入比例大幅提升。

新產品種類

我們的美即品牌一貫透過推出具不同特色的新產品而豐富其產品組合，以迎合面膜行業在需求上的不斷變化。迄今為止，我們的美即品牌涵蓋有13類產品系列，超過170種貼式及水洗式面膜產品。貼式面膜(含眼膜)貢獻年內的總銷售比例為約90.2%、水洗面膜貢獻約9.4%。我們的美即品牌將主要推出零售價格及利潤率均較高的中高檔面膜產品，以穩定整體毛利率，及透過吸引具較強購買力的更高收入客戶而擴闊我們的客戶基礎。於二零一二年一月，我

們已以美即品牌推出兩個名為奢顏密鑰及礦物泥深層清潔兩大中高檔全新水洗式面膜系列。在奢顏密鑰系列面膜下，有八款不同產品即美即蠶絲蛋白面膜、美即蜂王漿面膜、美即乳木果面膜、美即深海膠原面膜、美即天山雪蓮面膜、美即雪耳燕窩面膜、美即魚子精華面膜及美即珍珠蜜糖面膜，而在礦物泥深層清潔系列面膜下有四款產品，即美即海洋礦物泥面膜、美即花泥面膜、美即活性炭面膜及美即火山泥面膜。奢顏密鑰及礦物泥深層清潔系列的零售價分別為人民幣63元及人民幣72元。該等全新水洗面膜產品最初由個人護理用品連鎖店經營，且該等產品已取得消費者良好反應，儘管於本年度銷售時間較短，仍貢獻年內總銷售收入約1.24%。上述新產品在擴大美即品牌之產品組合同時，亦為消費者提供更廣泛選擇並滿足不同消費者需求。

於年內，其他中高端面敷面膜系列，流金絲語系列貢獻總銷售額約9.0%、漢草理膚系列貢獻總銷售額約9.0%、泉系列貢獻總銷售額約5.7%，彼等合計佔總銷售額約23.7%。該等中高端產品的銷售貢獻保持穩定增長，亦穩定了整體毛利率，同時拓寬本集團客戶基礎至更多具有更高購買力並認同美即品牌乃面膜行業的專業品牌的優質客戶。

多品牌、多品類發展

在核心業務美即品牌保持高速成長的同時，我們於過去一年不斷努力發展其他護膚品品牌的多品牌及多品類策略，以使我們除美即品牌面膜產品作出貢獻外亦能開展其他未來增長途徑。

護膚品行業歷年來均保持較高的增長率，隨著中國城鎮化持續推進、人們生活水準的提高、以及女性對美的追求，預期護膚品行業未來仍將持續穩定增長。隨著中國經濟持續快速發展，人民收入及消費水準進一步提升，人們對於個人儀容的日益重視，我們預期護膚品行業未來在中國將繼續保持較快增長。此外，由於中國地域遼闊、城市層級豐富、消費層次、渠道層次亦十分豐富，護膚品行業仍未由少數幾家品牌形成壟斷格局，加上護膚品行業市場份額並不集中，因此，該行業仍存在發展機遇。我們認為未來的護膚行業仍有諸多市場發展空間及機會，就此，我們亦將在優化核心面膜業務的同時，致力於開拓更廣泛的護膚品品牌作為我們的長期發展及增長點。我們深知，與面膜行業相比，護膚品行業需要截然不同的業務策略並擁有獨特的競爭環境，因此，我們須對發展其他護膚品品牌採取審慎而穩妥的態度，於推出任何新品牌前透過集思廣益、核實、產品測試及市場推廣對商機進行充分論證。

策略上，我們考慮推出將於敷設面膜前後使用的不同護膚產品品牌，致使本公司旗下各不同品牌及不同產品將帶來協同效應。除我們已委託我們的韓國合營公司夥伴韓佛化妝品株式會社（「韓佛」）貼牌加工生產並已於二零一一年六月推出的自有Keep Up品牌護膚產品外，我們於合營公司旗下來自韓佛的首個品牌Individual Care System（「ICS品牌」）計劃於今年稍後期間推出。Keep Up品牌及ICS品牌亦將透過我們的主要於中國的美容用品專營店的分銷網絡及電子商務渠道進行銷售。韓佛在護膚品、化妝品行業擁有超過二十年的豐富經驗。透過與韓佛的合作，我們可加強在產品研發、生產、品質控制方面的能力。透過訂立合營協議，其意味著本集團在護膚品、化妝品領域的多品牌、多品類發展策略邁出了重要而堅實的一步。

嚴格的質量控制

本集團一直以來秉持安全第一，品質優先的原則從事產品的生產與監控，嚴格執行《產品質量法》、《化妝品衛生監督條例》、《標準化法》、《工業產品生產許可證管理條例》等法律法規為生產依據。積極關注行業的最新動態，並及時作出對應，從源頭做起，加強過程管理來確保本公司產品質量與安全，以保護消費者健康及安全為己任，從而維護本集團的高度信譽及消費者對本集團產品的信心。所有送交予我們生產設施的原材料將會在生產前進行充分檢測。我們亦一貫會保留每批的精華成分、半成品及製成品的樣本以供日後檢測。該等樣本至少保留三年，足以覆蓋製成品的擬定保質期。

未來展望

展望未來，我們確信越來越多面膜用家和使用面膜的頻次增加將會帶動面膜行業的增長，故此我們會繼續專注於面膜產品並著力實施我們預先制定的策略以增強我們的美即品牌面膜產品。

我們亦清醒地認識到由萌芽期成長至快速發展期的面膜行業將吸引更多更具競爭實力的參與者，從而帶來較過去更為激烈而關鍵的市場競爭，而我們預期市場整合及在經歷這一輪（兩至三年）競爭洗牌後，面膜行業市場集中度將進一步提升，且市場格局將基本定型。因此，為徹底穩固我們在這一核心業務的領導性地位，夯實集團長期發展的業務基礎，從而為股東創造最大化的

長期受益，我們將採取更為積極的市場行動，投入更多資源，以積極爭取更高市場份額及透過線上及線下市場推廣策略進一步提高我們美即品牌的知名度。

我們相信，品牌是未來競爭的核心關鍵。憑藉多年來對面膜品類的深入研究，我們對該品類為消費者提供的獨特的美容護膚價值及愉悅體驗價值了然於胸，並據此形成了「停下來享受美麗」這一領導品類的獨特品牌理念。未來，我們將投入更多資源以使更廣泛的消費者深入認知美即的這一品牌理念。我們將與眾多專業顧問公司精誠合作，總結前期已取得的成功經驗，科學統籌電視、報刊雜誌、戶外等傳統媒體投放。同時，因應消費者媒體接觸習慣的改變，我們將更加重視互聯網、公關等媒體方法，加強消費者對美即產品、品牌的體驗與互動。我們相信，隨著品牌傳播廣度及深度的加強，越來越多的消費者將加深對美即產品的良好護膚功效及對美即品牌情感的共鳴與喜好，從而提升美即品牌的知名度、美譽度及消費者的忠誠度。

我們已初步建構成形了涵蓋個人護理用品連鎖店、商超賣場、美容用品專營店、電子商務渠道的分銷體系。在此良好基礎上，我們將繼續致力於在終端店鋪數量及次級城市覆蓋方面優化及擴大我們的分銷網絡。在穩步擴張終端數量的同時，我們將更為重視終端品質的建設。我們將致力於與渠道商建立面膜品類管理的戰略合作關係，爭取更佳的陳列位置、更好的陳列面積，增加品牌形象專櫃，提升終端導購人員的覆蓋面及專業素質，調整KPI績效激勵指標，從而使消費者在愉悅的購物體驗中增加對美即品牌的忠誠度，以及提升單店產出。

此外，我們將圍繞護膚品面膜化的趨勢，繼續優化對消費者需求以及美即品牌面膜產品技術發展的研究，並適時推出新產品。最後，我們將專注透過集思廣益、核實、產品測試及市場推廣而發展護膚業務分部的成功模式，以為本集團的長期健康及持續增長奠定堅實的基礎。

本集團的銷售收入自二零零九年年度至二零一二年年度維持快速增長，年複合增長率約53.3%，年內更是邁上人民幣10億元這一對中國而言具有里程碑意義的新臺階。銷售收入成功保持快速增長亦意味著我們必須同時提升我們的內部管理系統，即我們的人力管理系統、營運管理系統及財務管理系統以及組織、流程、制度，提升企業的綜合能力，以支持我們的長期、平穩、健康增長。

我們將繼續與外界專業人士及顧問團隊合作以加強我們的內部管理系統，從而透過培訓我們的員工增強我們於該行業的專業知識及企業文化，並同時優化本集團的內部管理系統以持續提升運營管理水準。

展望未來，透過我們在品牌管理、分銷網絡的既廣且深入的發展以及多品牌、多品類管理方面的堅實經驗、集團組織及運營管理水準的持續優化提升，我們預期集團將實現穩固持久的發展，從而將可成功為我們的股東持續創造價值和回報。

流動資金及財務資源

於二零一二年六月三十日，本集團未作抵押的現金及銀行結餘約為1,104,202,000港元(二零一一年：約975,404,000港元)。因本集團於二零一二年六月三十日概無任何尚未償還銀行借貸(二零一一年尚未償還銀行貸款：無)，故本集團的資產負債比率為0%(二零一一年：0%)。於二零一二年六月三十日的流動資產淨值約為1,365,951,000港元(二零一一年：約1,167,039,000港元)，而流動比率則維持於約11.9(二零一一年：約12.3)的穩健水準。

由於本集團於年內並無銀行借貸，故本集團於本財政年度內概無產生任何融資成本(二零一一年：約零港元)。

承擔

於二零一二年六月三十日，本集團有已訂約承擔約1,834,000港元(二零一一年六月三十日：28,856,000港元)。

或然負債

於二零一二年六月三十日，本集團並無任何重大或然負債(二零一一年六月三十日：無)。

銀行借款

於二零一二年六月三十日，本集團概無任何尚未償還銀行貸款(二零一一年六月三十日：無)。

季節性或週期性因素

於年內，本集團的業務營運並無受任何季節性或週期性因素的重大影響。

外匯風險

於年內，本集團所賺取的銷售收入及產生的成本主要以人民幣結算。由於預期人民幣升值，董事認為，本集團所面對的外幣匯率波動風險不大，因此，本集團並無運用任何財務工具作對沖用途。

庫務政策

於年內，本集團一般以其內部產生的資源為其經營業務提供資金。本集團已將該等資源存置於與中國、香港及澳門銀行開立之計息銀行賬戶內，並根據中國、香港及澳門銀行利率賺取利息。銀行存款主要以人民幣及港元計值。

僱員、培訓及酬金政策

於二零一二年六月三十日，本集團共有3,930名勞工(二零一一年：2,364名)，由本集團僱員的勞工及勞力解決方案供應商(「供應商」)所提供的勞工。其中3,925名以中國為基地，其餘於香港工作。本集團乃根據僱員的經驗、資歷、本集團表現及市況釐定其僱員薪酬。於本年度內，員工成本以及向供應商所提供勞工支付金額總數約為175,373,000港元(二零一一年：約99,277,000港元)。以上成本佔本年度內本集團銷售收入的13.0%(二零一一年：10.4%)，本財政年度以上成本增加之主要原因為勞工人數及其工資及薪金增加以及以股權結算的股份獎勵及購股權開支約36,376,000港元(二零一一年：13,316,000港元)所致。本集團在香港及中國的僱員均有參與退休福利計劃。

本集團為其董事、高級管理層及僱員設立結構緊密而有系統的培訓計劃。本集團於本年度內定期向董事、高級管理層及僱員提供技術相關的課程。

末期股息

於二零一二年九月十七日舉行之董事會會議上，董事建議向於二零一二年十二月三十一日名列本公司股東名冊之本公司股東派付年內末期股息每股3.6港仙，總計約36,320,000港元，惟須待本公司股東於本公司應屆股東週年大會上批准，方可作實。倘有關決議案已於應屆股東週年大會上獲通過，末期股息將於二零一三年一月二十八日支付。

企業管治

於年內，本公司已於二零一一年七月一日至二零一二年三月三十一日期間遵守上市規則附錄十四所載《企業管治常規守則》(於二零一二年四月一日修訂並更名為《企業管治守則》)及於二零一二年四月一日至二零一二年六月三十日期間遵守《企業管治守則》內所有守則條文。

本公司之企業管治常規詳情載於本公司年報企業管治報告內，年報將於適當時候向股東寄發。

進行證券交易的標準守則

本公司已於二零一零年九月就董事及本集團高級管理層進行證券交易採納一套不遜於上市規則附錄10所載的規定標準(「標準守則」)的操守守則。經向所有董事及本集團高級管理層作出具體查詢後，所有董事及本集團高級管理層已於年內起至本公佈日期一直遵守標準守則所載的規定標準及本公司就董事及本集團之高級管理層進行證券交易的操守守則。

購買、出售或贖回本公司上市證券

本公司或其任何附屬公司於上市日期起直至年內止概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

審核委員會

董事會已按照守則條文的規定成立審核委員會(「委員會」)。委員會的主要職責包括審閱及監督本集團的財務報告程序及內部監控。委員會成員目前包括三名獨立非執行董事甄錦棠先生、董銀卯教授及楊汝德教授。本集團於本年度的財務報表已經由委員會審閱，委員會認為，該等財務報表已遵守適用的會計準則以及上市規則及適用法例的規定，並已作出充分披露。

刊發全年業績及年報

全年業績公佈將於聯交所網站及本公司網站<http://www.magicholdings.co>可供查閱。本公司年報將於適當時候寄發予本公司股東。

承董事會命
美即控股國際有限公司
主席
鄧紹坤

香港，二零一二年九月十七日

於本公佈日期，董事會包括四名執行董事，即鄧紹坤先生(主席)、余雨原先生、駱耀文先生及鄭永康先生；兩名非執行董事，即孫焱先生及陳達信先生；及三名獨立非執行董事，即董銀卯教授、楊汝德教授及甄錦棠先生。