

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告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



SA SA INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

莎莎國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：178)

截至 2015 年 3 月 31 日止年度全年業績公佈 股息及暫停辦理股份登記手續

摘要

- 本集團營業額由 87 億 5,610 萬港元增加 2.7%至 89 億 9,280 萬港元
- 港澳地區的零售銷售額由 70 億 2,650 萬港元上升 3.3%至 72 億 5,940 萬港元
- 本集團零售店舖數目由 280 間增加至 287 間，淨增加 7 間
- 年內溢利為 8 億 3,880 萬港元，較上一財政年度的 9 億 3,520 萬港元下降 10.3%
- 每股基本盈利為 29.5 港仙，去年同期則為 33.0 港仙
- 建議末期及特別股息合共為每股 14.5 港仙（2014 年：14.5 港仙），全年股息為每股 23.5 港仙（2014 年：23.5 港仙）
- 集團於 2015 年 6 月 8 日被納入「恆生高股息率指數」，自 2011 年起亦連續四年獲選為「恆生可持續發展企業基準指數系列」成份股。集團也是「恆生綜合中型股指數」成份股之一

莎莎國際控股有限公司之董事會欣然宣佈，本公司與其附屬公司（「本集團」）截至 2015 年 3 月 31 日止年度之綜合業績連同過往年度之比較數字如下。本年度全年業績已經由本公司審核委員會審閱。

綜合收益表
截至 2015 年 3 月 31 日止年度

	附註	2015 港幣千元	2014 港幣千元
營業額	4	8,992,837	8,756,105
銷售成本	6	(4,953,590)	(4,683,118)
毛利		4,039,247	4,072,987
其他收入	5	118,445	102,936
銷售及分銷成本	6	(2,816,699)	(2,728,230)
行政費用	6	(349,957)	(341,209)
其他利潤－淨額		752	7,022
經營溢利		991,788	1,113,506
財務收入		18,162	12,762
財務成本		(458)	(305)
財務收入－淨額		17,704	12,457
除所得稅前溢利		1,009,492	1,125,963
所得稅開支	7	(170,681)	(190,728)
年內溢利		838,811	935,235
年內溢利之每股盈利（以每股港仙為單位）	8		
基本		29.5	33.0
攤薄		29.5	32.9
股息	9	668,493	667,971

綜合全面收入表
截至 2015 年 3 月 31 日止年度

	2015 港幣千元	2014 港幣千元
年內溢利	838,811	935,235
其他全面虧損		
<u>其後不會重新分類至損益之項目</u>		
退休福利承擔之精算收益/(虧損)	302	(886)
<u>其後可能會重新分類至損益之項目</u>		
現金流量對沖，已扣除稅項	(17)	593
外地附屬公司在匯兌儲備之匯兌差額	<u>(33,541)</u>	<u>(8,770)</u>
年內其他全面虧損，已扣除稅項	(33,256)	(9,063)
年內全面收入總額	<u>805,555</u>	<u>926,172</u>

綜合財務狀況表
於 2015 年 3 月 31 日

	附註	2015 港幣千元	2014 港幣千元
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		351,493	405,436
租金按金、預付款項及其他資產		177,686	214,652
遞延稅項資產		13,903	4,406
		543,082	624,494
流動資產			
存貨		1,382,775	1,373,213
應收賬款	10	51,492	52,118
其他應收款項、按金及預付款項		249,046	198,262
定期存款		643,976	570,560
現金及現金等值項目		519,702	418,780
		2,846,991	2,612,933
負債			
流動負債			
應付賬款	11	496,196	391,574
其他應付款項及應計費用		328,190	301,816
應付所得稅		36,419	83,889
借貸		-	80,000
		860,805	857,279
淨流動資產		1,986,186	1,755,654
資產總值減流動負債		2,529,268	2,380,148
非流動負債			
退休福利承擔		5,677	5,725
遞延稅項負債		251	293
其他應付款項		48,832	49,001
		54,760	55,019
淨資產		2,474,508	2,325,129
權益			
資本及儲備			
股本		284,468	284,306
儲備		2,190,040	2,040,823
權益總額		2,474,508	2,325,129

附註：

1 編製基準

綜合財務報表乃根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。綜合財務報表已按照歷史成本常規法編製，並已就按公平值列賬之衍生工具重估作出修改。

根據香港財務報告準則編製財務報表須運用若干關鍵會計估計，而管理層於應用本集團會計政策時亦須作出判斷。

2 會計政策及披露變動

- (i) 於 2014 年 4 月 1 日開始的財政年度首次強制生效並於去年提早採納之準則修訂本及註釋
- 香港財務報告準則第 10 號、香港財務報告準則第 12 號及香港會計準則第 27 號（2011 年經修訂）「投資實體」之修訂本
 - 香港會計準則第 32 號（修訂本）「金融工具：呈列－抵銷金融資產及金融負債」
 - 香港會計準則第 36 號（修訂本）「有關非金融資產之可收回金額披露」
 - 香港會計準則第 39 號（修訂本）「金融工具：確認及計量－衍生工具更替及對沖會計法之延續」
 - 香港（國際財務報告詮釋委員會）－詮釋第 21 號「徵費」
- (ii) 提早採納修訂本準則，並容許提早採納
- 香港財務報告準則第 10 號 及香港會計準則第 28 號（修訂本）「投資者與其聯營或合營企業之間的資產出售或注資」（於 2016 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。此等修訂本針對香港財務報告準則第 10 號及香港會計準則第 28 號之間有關投資者與其聯營或合營企業之間的資產出售或注資兩者的不一致性。當交易涉及一項業務（故勿論在子公司與否），須確認全數收益或虧損。當交易涉及不構成一項業務的資產項，須確認部分收益或虧損，即使該等資產在子公司以內。

由於本集團並無聯營或合營企業，故提早採納香港財務報告準則第 10 號及香港會計準則第 28 號（修訂本）對本集團並無任何影響。

- 香港財務報告準則第 10 號、香港財務報告準則第 12 號及香港會計準則第 28 號（修訂本）「投資實體：應用綜合入賬之例外情況」（於 2016 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。此等修訂本澄清就投資實體及其附屬公司應用的綜合入賬例外情況。

由於本集團並無任何香港財務報告準則第 10 號所界定的投資實體，故提早採納香港財務報告準則第 10 號、香港財務報告準則第 12 號及香港會計準則第 28 號（修訂本）對本集團並無任何影響。

2 會計政策及披露變動（續）

(ii) 提早採納修訂本準則，並容許提早採納（續）

- 香港財務報告準則第 11 號（修訂本）「收購共同經營權益的會計法」（於 2016 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。此修訂本要求投資者，如所收購的共同經營權益構成一項「業務」（香港財務報告準則第 3 號「企業合併」的定義），則須應用企業合併的會計法原則。

除非與香港財務報告準則第 11 號相抵觸，否則必須應用企業合併會計法的所有其他原則。

此修訂本同時適用於收購一項共同經營的初始權益和額外權益。當購入同一共同經營的額外權益並維持共同控制權時，之前持有的權益不重新計量。

由於本集團並無收購共同經營權益，故提早採納香港財務報告準則第 11 號（修訂本）對本集團並無任何重大影響。

- 香港會計準則第 1 號（修訂本）「披露計劃」（於 2016 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。此等修訂本澄清香港會計準則第 1 號中有關重要程度及合計、小計呈列方式、財務報表結構及會計政策披露之指引。

由於本集團已遵守此修訂本之規定，故提早採納香港會計準則第 1 號（修訂本）對本集團並無任何重大影響。

- 香港會計準則第 16 號及香港會計準則第 38 號（修訂本）「折舊和攤銷的可接受方法的澄清」（於 2016 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。此等修訂本澄清了何時根據收入應用折舊或攤銷法才是適當的。香港會計準則第 16 號（修訂本）澄清了根據使用資產而產生的收入對物業、機器及設備的折舊是不適當的。

香港會計準則第 38 號（修訂本）建立了一項可推翻的假設，此假設為一項無形資產的攤銷是根據使用資產而產生的收入是不適當的。此假設或只可以在若干有限的情況下被推翻：

- 該無形資產作為收入計量而支銷；或
- 可證明收入與無形資產經濟利益的消耗是高度互相關聯的。

由於本集團並沒有根據收入應用折舊或攤銷法，故提早採納香港會計準則第 16 號及香港會計準則第 38 號（修訂本）對本集團並無任何影響。

2 會計政策及披露變動（續）

(ii) 提早採納修訂本準則，並容許提早採納（續）

- 香港會計準則第 16 號及香港會計準則第 41 號（修訂本）「農業：結果實的植物」（於 2016 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。此等修訂本變更了結果實的植物的報告規定。此等修改將其納入了香港會計準則第 16 號而非香港會計準則第 41 號的範圍內。結果實的植物的農場品將繼續保持在香港會計準則第 41 號的範圍內。

由於本集團並沒有參與任何農業活動或持有結果實的植物，故提早採納香港會計準則第 16 號及香港會計準則第 41 號（修訂本）對本集團並無任何影響。

- 香港會計準則第 27 號（修訂本）「單獨財務報表之權益法」（於 2016 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。此修訂本容許主體在各自的單獨財務報表中以權益法核算其附屬公司、聯營和合營企業的投資主體。主體在單獨財務報表中對其附屬公司、聯營和合營企業的投資主體可選擇以下入賬方式：
 - 成本值；或
 - 根據香港財務報告準則第 9 號；或
 - 採用香港會計準則第 28 號權益法之描述

本集團在主體之單獨財務報表對其附屬公司之投資，已採用按成本值入賬，因此香港會計準則第 27 號（修訂本）對本集團並無任何影響。

- 對香港財務報告準則 2012 至 2014 週期之年度改進（於 2016 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效），澄清若干準則之若干定義及披露規定。由於本集團已經遵守此等澄清，故提早採納對香港財務報告準則 2012 至 2014 週期之年度改進對本集團並無任何重大影響。

(iii) 以下新訂準則已頒佈，惟於 2014 年 4 月 1 日開始之財政年度尚未生效及未獲提早採納

- 香港財務報告準則第 9 號（2014 年）「金融工具」（於 2018 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）
- 香港財務報告準則第 15 號「客戶合同收入」（於 2017 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）

本集團目前正在評估此等新訂準則於首次應用期間的影響。此等新訂準則不大可能對本集團的財務報表造成重大影響，且並無被詳細分析。

3. 估計

估計及判斷將不斷評估，按過往經驗及其他因素為準，包括於有關情況下被視為合理之預期日後事件。

本集團對未來作出估計及假設。顧名思義，會計估計很少等同相關實際情況。可能會導致於下個財政年度內對資產及負債之賬面值作出重大調整之巨大風險之估計及假設。

4. 分部資料

經營分部按照與向首席經營決策者提供內部報告一致之方式報告。負責分配資源及評估經營分部表現之首席經營決策者已識別為本集團作出策略及營運決策之執行董事。

本集團執行董事審閱本集團之內部報告以評估表現及分配資源。執行董事主要從地區角度審視業務，並根據分部業績評估地區分部之表現。已識別之可報告業務分部為香港及澳門、中國大陸及所有其他分部。所有其他分部指來自新加坡、馬來西亞、台灣地區及電子商貿之市場之分部業績。

分部資產主要包括物業、機器及設備、存貨、應收款項及經營現金。資本性開支包括添置物業、機器及設備。

本集團主要於香港及澳門註冊。主要分部資料包括來自外部客戶之總營業額，其分析於下文披露。

	截至 2015 年 3 月 31 日止年度			總額 港幣千元
	香港及 澳門 港幣千元	中國大陸 港幣千元	所有其他 分部 港幣千元	
營業額	7,356,718	346,962	1,289,157	8,992,837
分部業績	877,762	(30,766)	(8,185)	838,811
其他資料				
資本性開支	81,756	21,586	46,551	149,893
財務收入	14,558	778	2,826	18,162
財務成本	458	-	-	458
所得稅開支	163,240	-	7,441	170,681
折舊	104,879	18,137	39,517	162,533
物業、機器及設備 減值	14,535	7,978	11,806	34,319

4. 分部資料 (續)

	截至 2014 年 3 月 31 日止年度			
	香港及 澳門 港幣千元	中國大陸 港幣千元	所有其他 分部 港幣千元	總額 港幣千元
營業額	7,122,090	365,820	1,268,195	8,756,105
分部業績	982,802	(67,761)	20,194	935,235
其他資料				
資本性開支	210,110	18,387	39,329	267,826
財務收入	9,584	363	2,815	12,762
財務成本	305	-	-	305
所得稅開支	174,767	-	15,961	190,728
折舊	112,431	36,494	39,055	187,980
物業、機器及設備 減值	121	9,141	3,408	12,670
	香港及 澳門 港幣千元	中國大陸 港幣千元	所有其他 分部 港幣千元	總額 港幣千元
於 2015 年 3 月 31 日				
非流動資產	418,503	28,104	96,475	543,082
流動資產	2,177,511	206,728	462,752	2,846,991
				3,390,073
於 2014 年 3 月 31 日				
非流動資產	488,758	32,212	103,524	624,494
流動資產	1,966,361	204,958	441,614	2,612,933
				3,237,427

5. 其他收入

	2015年 港幣千元	2014年 港幣千元
幻燈片陳列租金收入	62,376	63,013
分租收入	56,069	39,923
	118,445	102,936

6 按性質分類之開支

	2015年 港幣千元	2014年 港幣千元
出售存貨成本	4,906,235	4,634,892
僱員福利開支（包括董事酬金）	1,142,540	1,111,445
土地及樓宇之經營租賃租金		
— 最低租賃付款	922,580	886,113
— 或然租金	83,404	67,939
廣告及推廣開支	167,019	180,548
物業、機器及設備折舊	162,533	187,980
樓宇管理費、地租及差餉	84,908	79,999
公用設施及電訊	66,622	66,070
分租費用	57,133	46,676
滯銷存貨及損耗存貨撥備	47,355	48,226
物業、機器及設備減值及撇賬	37,472	14,668
維修及保養	36,124	35,198
捐款	5,420	5,967
核數師酬金		
— 核數服務	3,685	3,480
— 非核數服務	2,543	870
其他	394,673	382,486
	8,120,246	7,752,557
組成如下：		
銷售成本	4,953,590	4,683,118
銷售及分銷成本	2,816,699	2,728,230
行政費用	349,957	341,209
	8,120,246	7,752,557

7 所得稅開支

香港利得稅乃按本年度估計應課稅溢利以稅率 16.5% (2014 年：16.5%) 提撥準備。海外溢利稅款則按本年度估計應課稅溢利以本集團經營業務國家之現行稅率計算。

	2015 年 港幣千元	2014 年 港幣千元
本期稅項：		
香港利得稅		
本年度	144,778	156,275
過往年度超額撥備	(173)	(280)
海外稅項		
本年度	35,894	34,593
過往年度撥備不足	88	672
本期稅項總額	180,587	191,260
遞延稅項：		
暫時差異之產生及撥回	(10,076)	(532)
馬來西亞稅率變動之影響	170	-
遞延稅項總額	(9,906)	(532)
所得稅開支	170,681	190,728

8 每股盈利

(a) 每股基本盈利乃根據本公司擁有人應佔溢利除以年內已發行普通股之加權平均數，減去為股份獎勵計劃而持有的股份總數計算。

	2015 年 港幣千元	2014 年 港幣千元
本公司擁有人應佔溢利	838,811	935,235
年內已發行普通股之加權平均數減去為股份獎勵計劃而持有的股份 (千股)	2,843,383	2,834,224

(b) 每股攤薄盈利乃在假設所有具攤薄潛力之普通股已轉換之情況下，經調整已發行普通股之加權平均數計算。本公司有兩類具攤薄潛力之普通股：購股權及年內為股份獎勵計劃而持有的股份。就購股權而言，有關計算乃按所有附於未行使購股權之認購權之金錢價值來計算可按公平值（以本公司股份之全年平均市場股價計算）購入之股份數目。以上述方法計算之股份數目乃與假設購股權獲行使而已發行之股份數目進行比較。就為股份獎勵計劃而持有的股份而言，授予僱員但於 2015 年 3 月 31 日尚未歸屬的股份則包括在股份數目。

8 每股盈利（續）

	2015 年 港幣千元	2014 年 港幣千元
本公司擁有人應佔溢利	838,811	935,235
年內已發行普通股之加權平均數減去為股份獎勵計劃而持有的股份（千股）	2,843,383	2,834,224
調整購股權及獎勵股份（千股）	4,248	12,453
就每股攤薄盈利之普通股之加權平均數（千股）	2,847,631	2,846,677

9 股息

	2015 年 港幣千元	2014 年 港幣千元
已付中期股息－每股 5.0 港仙（2014 年：4.5 港仙）	142,230	127,852
已付特別股息－每股 4.0 港仙（2014 年：4.5 港仙）	113,784	127,852
擬派末期股息－每股 9.0 港仙（2014 年：9.0 港仙）	256,021	255,890
擬派特別股息－每股 5.5 港仙（2014 年：5.5 港仙）	156,458	156,377
	668,493	667,971

於 2015 年 6 月 25 日舉行之會議上，董事建議末期股息每股 9.0 港仙及特別股息每股 5.5 港仙。該等擬派股息並無於有關綜合財務報表內列作應付股息，惟倘獲股東批准，將於截至 2016 年 3 月 31 日止年度列作可分派儲備之撥款。

10 應收賬款

本集團營業額主要包括現金銷售及信用卡銷售。若干批發客戶獲給予 7 至 90 天信貸期。應收賬款原額之賬齡分析如下：

	2015 年 港幣千元	2014 年 港幣千元
一個月內	47,861	49,507
一至三個月	3,472	2,485
超過三個月	947	526
	52,280	52,518

應收賬款之賬面值與其公平值相若。

11 應付賬款

按發票日期之應付賬款的賬齡分析如下：

	2015 年 港幣千元	2014 年 港幣千元
一個月內	328,837	278,721
一至三個月	144,030	88,361
超過三個月	23,329	24,492
	<hr/>	<hr/>
	496,196	391,574

應付賬款之賬面值與其公平值相若。

管理層討論及分析

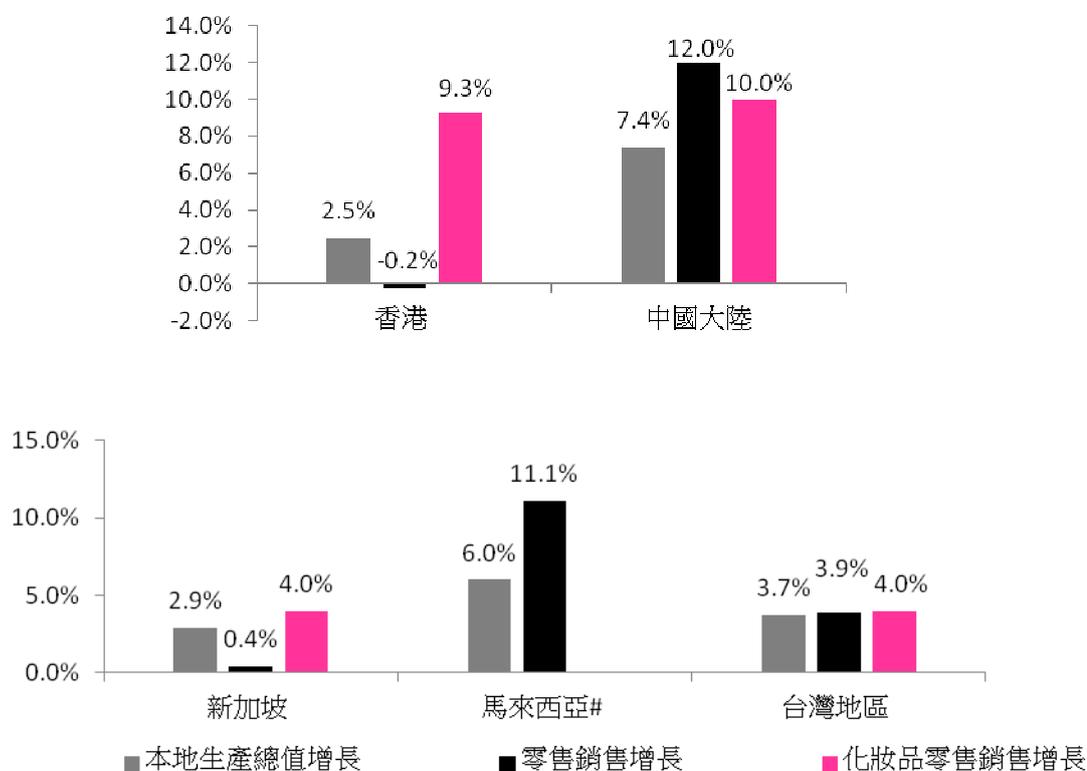
於本財政年度內，集團營業額由去年的 87 億 5,610 萬港元增加 2.7% 至 89 億 9,280 萬港元。集團於香港及澳門市場零售銷售額由 70 億 2,650 萬港元按年上升 3.3% 至 72 億 5,940 萬港元。集團零售網絡數目由 280 間增加至 287 間。

集團年內溢利為 8 億 3,880 萬港元，較上一財政年度的 9 億 3,520 萬港元減少 10.3%。每股基本溢利為 29.5 港仙，去年則為 33.0 港仙。集團毛利率由上一年度 46.5% 下降至本年度 44.9%。集團純利率由 10.7% 下跌至 9.3%。建議末期及特別股息合共每股 14.5 港仙。

年內集團繼續取得多項卓越成績。根據《Retail Asia》雜誌及國際調研公司 Euromonitor 的 2014 年「亞太區首 500 家零售商」排名，莎莎為亞洲領先的化粧品連鎖店及香港十大零售集團之一。集團連續第四年獲選為「恒生可持續發展企業基準指數系列」成份股。莎莎亦繼續成為「恒生綜合中型股指數」成份股，及於 2015 年 6 月 8 日被納入「恒生高股息率指數」，其亦成為滬港股票交易互聯互通機制（滬港通）中合資格的港股通股票，供中國內地投資者於內地的股票市場買賣。

市場概覽

按市場劃分之本地生產總值／零售銷售額／化粧品零售銷售額增長

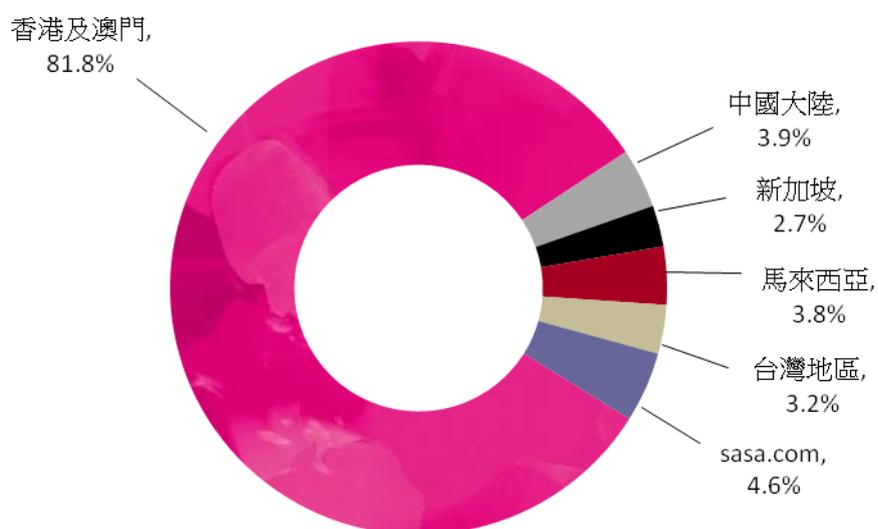


附註：

- 1) 以上所有資料來自於相關政府部門。
 - 2) 不同的政府統計處對化粧品行業零售的釋義和統計方法各有差異。
- # 馬來西亞政府沒有提供有關化粧品行業零售的統計數據。

零售及批發業務

14/15財政年度按市場劃分的營業額

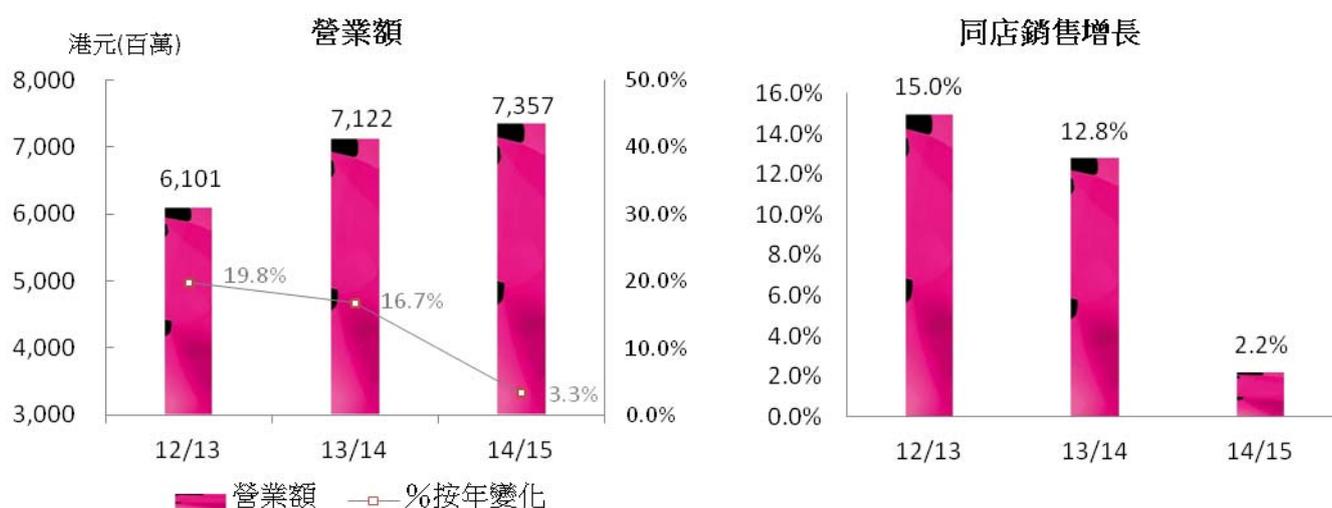


按市場劃分的店舖網絡

零售點數目	於 2014 年 3 月 31 日	開店	關店	於 2015 年 3 月 31 日
香港及澳門	106	9	(8)	107
中國大陸	61	15	(14)	62
新加坡	22	1	(2)	21
馬來西亞	53	11	(5)	59
台灣地區	29	6	(3)	32
總數	271	42	(32)	281

附註：於 2015 年 3 月 31 日，集團在港澳及中國內地市場各有 3 個單一品牌專門店/專櫃，合共 287 間零售店舖。

香港及澳門



於本財政年度，莎莎在港澳地區繼續穩踞市場的領導地位，再次為集團帶來主要的營業額及盈利貢獻。港澳市場的營業額由 71 億 2,210 萬港元按年增長 3.3% 至 73 億 5,670 萬港元，而同店銷售額則上升 2.2%。交易宗數上升 6.8%，但整體每宗交易平均銷售金額減少 3.3%。

就以上數字作分析，中國內地訪港旅客的交易宗數上升 17.4%，惟每宗交易平均銷售金額下跌 11.3%。本地顧客的交易宗數輕微下跌 2.4%，每宗交易平均銷售金額增加 4.3%。概括而言，銷售增長就這一次遜於市場。

我們的整體表現受多個正面及一些較次要的利好因素影響。集團繼續受惠於本地居民及中國內地旅客銷售額穩步增長，零售銷售額維持相對較穩定的升勢。

於 2014 年，訪港內地旅客人次穩定上升 16.0%。即日往返旅客人次增長 19.1%，並仍然是銷售增長的主要動力，並帶動了非旅遊區的銷售貢獻，尤其是毗鄰中國內地關口的新界地區。

然而，此情況因國內顧客每宗交易平均銷售額下跌 11.3% 而抵銷，原因是來自較低線城市的旅客購買力較弱，消費力較低。另一因素是顧客對價位較低的產品，如韓國產品的需求增加，雖然帶動了店鋪人流，但卻依然攤薄了銷售增長。此外，即日往返旅客的銷售佔比較高，其消費較一般過夜訪港旅客低。跨境電子商貿的興起進一步加劇了旅客消費模式的轉變。這個轉變有助較便宜及較快推出市場之韓國產品更迅速的市場滲透，其產品概念非常受亞洲人歡迎，尤其是冒起的中國消費者。

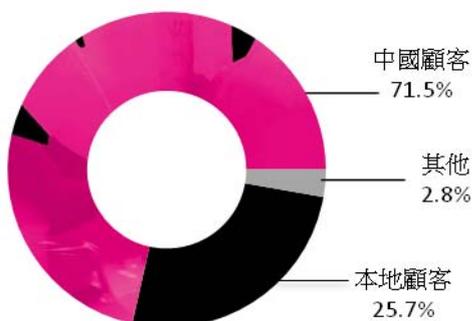


*以上數據撇除來自「客戶忠誠度計劃」之遞延收入調整的影響。

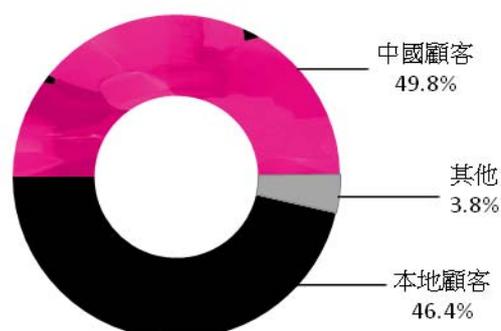
雖然我們於本財政年度上半年的零售銷售錄得 10.2% 的增長，但銷售增長被下半年消費疲弱氣氛而拖累。銷售增長於第三季放緩，更於第四季進一步轉差；而受住宅區的反水貨客事件波及，2015 年 3 月銷售尤為疲弱，雖然 1 至 2 月份兩個月期間錄得正增長，使第四季卻因此由正轉為負增長。

顧客組合 (14/15 財政年度零售銷售額)

按銷售價值



按交易宗數



此外，由於美元升值，加上人民幣以及港元相對強勢，越來越多中國內地旅客傾向到貨幣較弱的地區旅遊，如歐洲及韓國。部份國家簽證政策放寬也增加了對中國旅客的吸引力，而本地出境旅遊暢旺導致本地消費轉弱。香港的佔領運動及反水貨客事件亦影響香港聲譽，不但令旅客卻步，也導致來自本地客的銷售下降。

整體而言，盈利能力受邊際利率受壓拖累，由於在市場放緩下會以更多優惠推廣去帶動銷售，毛利率由 46.6% 下降至 44.8%。此外，我們引入更多非獨家品牌的組合在若干暢銷產品類別中，例如韓國產品類別，以加快應對顧客產品喜好的轉變。然而，擴充我們獨家品牌佔比仍然是我們的長期策略。

有效的營運成本控制以抵銷部分盈利壓力，以及持續審慎律己的租金成本管理乃其他正面的因素。

年內，我們只淨增加一間「莎莎」店舖，其清楚證明我們就優化店舖生產力及嚴格管理租金成本上所作出的努力。

中國內地

於年內，由於管理層專注開設於店舖層面上盈利貢獻較高的精品概念店，令整體銷售增長下跌。集團已關閉 10 間低效且較大面積及有營運虧損的店舖，同時開設 12 間精品概念店。按當地貨幣計算，集團在中國內地的營業額下降 4.6%至 3 億 4,700 萬港元，同店銷售增長下跌 5.6%。

雖然營業額微降，但面積較小的精品概念店繼續為我們提升整體盈利能力，意味著營運虧損進一步收窄。整體而言，我們繼續強化了在華南地區的據點。

其他地區

我們於去年委任新任高級副總裁負責管理新加坡、馬來西亞及台灣等地區，以建立管理層團隊及能力，提升同店生產力及加強產品組合。團隊初期表現卻受此新聘人才的過渡性管理層變動所影響。

新加坡

本財政年度內，按當地貨幣計算，新加坡市場的營業額減少 2.6%至 2 億 4,370 萬港元，同店銷售則下降 5.9%。銷售增長放緩主要是由於國民收入增長放緩令當地零售氣氛轉弱。旅遊業亦受馬航客機失蹤事故影響，導致印尼和中國兩大旅客來源地的旅客人次均於年內收縮。

填補前線員工短缺的挑戰及新加坡嚴重的勞動力限制均對店舖生產力帶來極大負面影響。此外，由於新加坡過剩的整體零售面積供應增加租金成本及攤薄銷售而導致虧損。

馬來西亞

按當地貨幣計算，馬來西亞市場的營業額增加 6.1%至 3 億 4,030 萬港元，而同店銷售則下降 0.2%。

零售銷售及盈利增長受管理層團隊轉變而影響，此過渡期間對店舖生產力及其表現構成負面影響。馬航客機失蹤慘劇亦令旅客人數下跌。

我們繼續擴展店舖網絡，為顧客提供更佳服務以加強我們的競爭力。

台灣地區

按當地貨幣計算，台灣地區市場的營業額於年內上升 5.7%至 2 億 8,920 萬港元，同店銷售則增長 1.6%。

集團透過提升獨家品牌產品組合，並引入更多價格較低的產品和市場推廣以帶動銷售，並透過交叉銷售帶動店舖人流及增加銷售額。我們策略性的店舖擴展計劃開始展現成果，使我們能夠抓緊中國內地旅客增長帶來的潛在商機。

電子商貿 – sasa.com

sasa.com 的營業額較上一財政年度上升 5.6%至 4 億 1,600 萬港元。通過更專注限時搶購及關聯銷售、強化市場推廣能力、提升推廣能力及優化廣告宣傳渠道，以及本地化付款系統，從而推動了我們在中國內地市場的表現。資源重新分配導致其他市場銷售下降而抵銷了部分這些正面因素。

本財政年度內，我們優化現有市場推廣工具帶動銷售，例如電郵市場推廣、搜尋引擎市場推廣、聯合市場推廣及社交媒體平台。然而，由於投資及廣告推廣開支均有所增加，例如搜尋引擎展示廣告，盈利能力因此而被削弱。

不過，我們在年內亦透過多個成功的活動加強品牌知名度。我們推出的 iPad 手機應用程式刺激了銷售參與率和提升轉換率。該 iPad 應用程式更於 2014 MobileWeb Award 上獲得「最佳零售移動應用程式獎」。

集團進一步發展與微信、微博及 YouTube 等社交媒體平台的合作，我們的微博粉絲由 140 萬增加至 210 萬。sasa.com 更連續兩年獲頒新浪香港「微博之星 – 微博影響力十大香港企業」，更於 2014 年獲該獎第一位。

品牌管理

莎莎的品牌管理業務重心為管理其專有品牌，以及莎莎作為獨家代理或獨家分銷商的國際品牌，並從事其品牌的建立、市場推廣、銷售及分銷等。

年內，集團的專有品牌、獨家代理及獨家分銷產品（統稱為獨家品牌）佔集團總零售銷售額的比例由去年的 44.2%下降至 43.3%。

導致該表現有多個原因，由於在增長放緩的市場中加強產品的競爭力以帶動人流，我們透過增加能夠快速推出市場的平行進口產品，以策略性地擴闊產品的選擇。由於顧客偏好中低價及韓國產品，因而佔較高銷售比率的高價位獨家品牌的產品表現未如理想。

產品發展部管理層經歷的過渡性轉變，很大程度影響了我們調整迎接快速轉變市場措施的及時性。由於韓國產品較其他產品表現出色，我們已開始透過擴大韓國產品的選擇以迎合顧客對韓國產品的增長需求，於香港及澳門的銷售亦因此而上升 46.8%。然而，非獨家品牌的韓國產品的銷售持續高於獨家品牌韓國產品更高。



展望及策略

集團預期下一個財政年度將依然充滿挑戰，然而，某些挑戰為我們締造了商機，例如：自由貿易區促進了跨境電子商貿的機會。我們預期中國內地旅客人次增長步伐將繼續放緩，本地消費氣氛將持續疲弱。港元強勢將繼續增加海外購物對中國內地及本地消費者的吸引力，同時價格競爭將為增長放緩的市場增添壓力。香港的社會政治環境、或有可能修訂的跨境電子商貿政策，以及持續轉變的顧客喜好，都可能進一步為放緩的零售市場加添不明朗因素。因此，我們 2015/16 財政年度截至目前為止季度（即截至 2015 年 6 月 21 日止期間）於香港及澳門市場的銷售及同店銷售分別按年下跌 7.6%^（2014/15 財政年度第一季：+5.9%^）及 5.8%^（2014/15 財政年度第一季：+1.9%^）。

為迎接這些挑戰，本集團將抓緊線上及線下的合作(O2O)及跨境電子商貿帶來的商機。我們的 O2O 業務最初將於香港推出，並逐步延伸至香港以外市場。我們電子商貿業務的長遠目標是投放更多資源以推動 O2O 的營運能力，令所有現有市場的營業額及盈利貢獻都能藉此受益，當中亦包括網上業務。

另外，我們將加大力度強化專有品牌，透過加強產品的賣點、市場推廣投資以及加強產品的吸引力，以提升我們的品牌。相關措施將包括於產品組合上針對產品缺口，了解消費者對新產品的喜好以及他們對產品功效不斷改變的要求，務求從而推出合適的產品以滿足這些需求。



香港及澳門

集團預期短期內，由於中國內地訪港旅客人次增長放緩及其消費模式減弱，而將面對強大阻力。訪港過夜中國內地旅客人次增長正落後於鄰近地區的競爭對手，例如：南韓、日本及台灣。

內地的持續反貪腐運動正影響高價產品及禮品的需求。同時，亦有新措施現正生效去抑制一簽多行：自 2015 年 4 月 13 日起，持一簽多行簽註的深圳居民可訪港的次數縮減至每週一次。香港特區政府預計訪港內地旅客總人次預計每年減少 460 萬人。

[^] 以上銷售數據並未採納香港(國際財務報告詮釋委員會) – 詮釋第 13 號條文就「客戶忠誠度計劃」積分獎賞計劃所作之調整。

同時，強勢的美元及港元將持續促使香港本地消費者赴海外消費，而內地旅客亦將增加到訪貨幣較弱的國家。化粧品行業競爭漸趨激烈成為另一挑戰，持續折扣及促銷活動鼓勵更多銷售韓國化粧品的對手加入市場。此外，該等挑戰將在香港的敏感政治環境及反中國內地旅客情緒氛圍情況下發生。

正面因素

然而，集團相信有多個正面因素將減輕困境，我們的毛利率壓力預期將會因為已經歷自 2013 年後完整價格調整週期而有所舒緩，而租金壓力亦預期將在增長放緩的市場中緩和，這意味著因為控制成本架構而去推動銷售的壓力將相對減少。此外，我們已證明可成功透過整合我們的店舖組合以控制租金成本，我們相信在這做法上仍有進一步空間。

整體而言，集團對香港零售銷售的長遠增長前景仍然保持審慎樂觀的態度。我們認為於未來數年中國內地居民的可支配收入將會增加，尤其是來自非一、二線城市的居民。中港兩地將會進一步融入，交通基建將更趨完善，縮短內地旅客赴港時間，如廣深港高鐵及港珠澳大橋；而廣東省自由貿易區將令廣東及香港兩地更進一步互通，兩者互惠互利。香港特區政府將推動本地消費而推出措施，如「開心·著數大行動」，以及提升於海外宣傳旅遊業的預算，將有助刺激市場。

集團將在未來開展 O2O 商業模式，並將我們的美容顧問個人服務數碼化。我們的目標是通過優化我們的跨境電子商貿營運及利用社交媒體將我們的業務推廣及幅射到內地，從而捉緊銷售予訪港後返回內地的國內旅客的商機，藉此加強顧客忠誠度，推動線上業務和改善線上業務的毛利率。

集團的其他措施包括：引入更多物超所值的產品，以滿足顧客對較低價格產品上升的需求；加強店內韓國產品的視覺陳列；推出更多具吸引力的促銷活動，以抓緊旅客及本地顧客的需求；改善前線員工的獎勵計劃；以及改善培訓。

我們堅信成本控制的靈活性將有助緩解市場增長放緩對銷售的影響。重整店舖網絡的計劃中，我們將關閉位於旅遊區中現時被認為過剩的店舖。由於這些店舖以中國內地過夜旅客為主，導致其銷售增長較住宅區店舖緩慢；因零售市場環境轉變，我們將不會於已經轉變的零售環境下而續簽舊租約。相比之下，我們將在銷售增長較快的地區，如新界西及新界北，增加店舖數量，而該等地區的租金較旅遊區為低。我們將可藉此加快回本期，且將不會對資本開支方面構成過大壓力。

中國內地

隨著內地本土及韓國化粧品品牌崛起，中國內地化粧品市場的中低價產品競爭日趨熾烈，部分如 Garnier 及 Revlon 等外國品牌近年更因競爭加劇而撤出中國市場。

與此同時，化粧品市場瞬息萬變，網上零售市場亦迅速增長。價格便宜的產品對線上顧客依然更具吸引力，售價較高的產品則需要更努力應對競爭。從事電子商貿的公司為高檔產品提供折扣優惠，亦進一步加深銷售高檔品牌的難度。

為應對該等挑戰，集團一直致力加強華南地區的網絡，尤其是於黃金地段的大型購物中心，我們在該等地段佔據較有利的競爭優勢，且享有更高的品牌知名度。此舉不僅有助擴大市場滲透率，同時亦帶動華南地區的營運效率顯著改進。

我們的新店將逐步採用高效低成本的精品店舖模式，力求同時提高成本效益及盈利能力，並加快擴充網絡的步伐。隨著集團成功重整店舖並逐漸取得成效，我們相信營運虧損將逐步收窄。我們將繼續擴充店舖網絡，集中開拓利潤可觀的地區及城市，惟擴展步伐仍將因應整體準備工作是否成熟而作出調整，包括供應鏈必須準備就緒。

展望未來，集團將會加強管理架構及培訓，重新釐定採購部門的職能和工作流程，務求提高效率及協調性。另外，集團亦會進行系統自動化，加強部門的協調，從而提高營運效率及規模擴展能力。此舉讓我們得以實現另一關鍵策略，改善產品種類，並更有效地發揮產品的競爭優勢，擴展零售網絡，以取得更大的市場份額。

透過改良店舖分類機制，前線員工的士氣得以增強，而為了推動目標銷售額，我們將優化店舖主管佣金計劃，同時每年就營運經理進行主要表現指標評估。集團亦投放資源，重整業務流程及實施系統自動化，藉此提高營運效率及執行能力，從而減低員工流失帶來的影響，並提升規模擴展能力。

其他業務改善措施包括制定本地化的產品策略，提升產品吸引力，同時加強與本地品牌的供應商合作，利用強化的客戶關係管理系統，令我們與尊貴會員於微博及微信等社交媒體平台進行更多更密切的溝通與互動。

新加坡、馬來西亞及台灣地區

集團已委任新任高級副總裁領導這三個海外市場。該新任行政人員將為集團注入更多的專業技術和管理資源，進一步推動業務增長，並將全面提升整體的策略發展及執行能力。

新加坡

鑑於經營環境艱難，當地消費疲弱，以及尤其是中國內地旅客的到訪人次下跌，我們將檢討店舖組合，整合表現欠佳的店舖，務求在租約生效前關閉店舖，並將資源轉為投放於資本回報更佳以及人力資源更好的店舖。

我們將檢討產品組合及產品類別，以改善新店及翻新店舖的產品種類。集團計劃開拓毛利更高的獨家銷售品牌，以降低存貨以至市場推廣投資的風險水平。我們將透過與本地供應商的緊密合作，以及針對新推出產品及獨家優惠推廣進行更佳事前規劃，抓緊本地銷售的市場份額。

為達致整合店舖網絡的目標，集團將關閉效率欠佳的店舖，並於新落成具發展潛力的商場開設店舖。為應對人手持續緊絀，我們將提升員工對產品的知識水平以及監察員工的生產力。集團亦將著力挽留員工，以減少經驗豐富的銷售人員流失，及將更多工作自動化，令員工可專注於分析及提升質量。

馬來西亞

為進一步鞏固我們的零售網絡，集團將物色人流較高的地點加開店舖，並進駐新的地區。我們將加強員工的專業培訓，並透過引入具龐大潛力的新品牌及產品，豐富產品組合。精簡品牌及檢討品牌表現將會是我們另一個首要任務，我們會將品牌於全國各地市場同時推出，以及針對所有產品類別採購新穎及獨家的產品。

當地商品及服務稅已於 2015 年 4 月實施，將令消費者減少非必需品的支出以節省金錢。針對這個情況，集團將於新財政年度下半年推出積分獎賞計劃，有助擴大顧客基礎以及提升競爭力，從而減少稅項構成的負面影響。

台灣地區

鑑於基建及零售面積有所提升，加上新政策之下消費力較高的高端中國內地旅客可不受簽證配額限制訪台，預期訪台的內地顧客人數將會上升。集團一直在旅遊區開設店舖，以抓緊中國內地旅客訪台人次上升所帶來的潛在商機。我們將繼續就此改善店舖網絡，以達至於台灣每一個縣均設有「莎莎」據點的目標。

電子商貿 – sasa.com

sasa.com 面臨多種市場挑戰，例如來自跨境、線上及線下的競爭，以及來自其他購物網站及手機應用程式漸趨激烈的價格競爭；舉例來說，網上出售的八成產品為折扣、限時搶購及團購產品。

然而，中國內地市場的強勁增長預期將會抵消這些挑戰。集團將會推出新措施擴闊顧客基礎以獲取最大收益。就海外市場而言，我們將作進一步努力提高市場份額，尤其是著手爭取新顧客。

就 O2O 而言，我們將發展線上平台以加強與實體店舖的合作，並藉著我們美容顧問以及線上的市場推廣能力，突顯線上及線下的產品吸引力。我們將專注於平台同步，迎合尤其是手機用戶的消費者的購物喜好，並加強在消費者現時使用的各種新裝置上的效能。

集團計劃開設新的中國購物網站、手機網站及手機應用程式，更針對主要收入國家以及提供更優質的用家體驗：例如透過強化搜尋引擎，為顧客設立個人化的購物紀錄及提供購物建議等。

我們將修訂產品策略，以抓緊市場動向帶來的商機，其中以韓國產品為我們的主要焦點。集團將繼續優化現有的營銷渠道，包括搜尋引擎營銷、關聯公司營銷、電郵營銷及社交媒體，以增加人流及網站轉換率。我們將發展新的顧客忠誠計劃，鼓勵重複惠顧及挽留顧客。同時，我們將繼續開拓與潛在合作夥伴及聯營公司合作機會。

結語

莎莎擁有應對各種經濟環境、阻力以及困境時皆能長久保持彪炳的往績紀錄。我們仍然深信，在未來，我們能逐步鞏固競爭優勢，轉危為機，例如把握來自 O2O、不斷變化的消費模式，以及內地富裕程度較差地區消費的長遠增長所帶來的機會。我們認為我們的業務模式一貫靈活，極具規模擴展能力，加上我們擁有迅速適應新環境、市場狀況及市場趨勢的能力，將可繼續鞏固我們於亞太區化粧品零售業的領導地位。我們亦相信，憑藉集團全體忠誠員工對抗逆境的能力及適應能力，以及我們出色的管理團隊具前瞻性的遠見，將為我們奠下堅實的基礎，在未來持續地達到世界級的增長。

人力資源

於 2015 年 3 月 31 日，本集團合共有超過 5,000 名僱員。本集團於年內的員工成本 11 億 4,250 萬港元。

人力資本乃我們的重要資產。因此，本集團提供優質的人力資源服務，以吸引、培育、激勵及挽留充滿工作熱誠的團隊，並營造互相支持的工作環境。為建立一個具吸引力及有激勵員工作用而達致卓越表現的工作環境，我們會定期檢討薪酬待遇及員工福利。我們一直致力提供不同的獎賞，包括年度獎勵花紅等多項與表現掛鈎的薪酬組合，務求鼓勵及獎賞我們的僱員。

本集團非常重視人才，並一直透過迎新日、導師輔導、全面的培訓及發展課程、在職培訓及績效考核系統以確保僱員的潛能可充分啟發。本集團也銳意發掘富潛能的未來領袖，並於每年為優秀的大學畢業生提供寶貴的機會參與我們的管理見習生計劃。此外，我們更設有員工進修津貼計劃，以提供資助讓員工進修與其職業領域相關的課程。本集團也非常重視員工關係，因而舉辦不少聯誼活動以增加員工之間的凝聚力及歸屬感。

財務概況

資本及流動資金

於 2015 年 3 月 31 日，本集團權益持有人權益總額為 24 億 7,450 萬港元，其中包括 21 億 9,000 萬港元之儲備金。本集團繼續維持穩健財務狀況，現金及銀行結存累積達 11 億 6,370 萬港元，本集團營運資金為 19 億 8,620 萬港元。基於本集團有穩定的經營業務現金流入，加上現時手持之現金及銀行結存及可用之銀行信貸，本集團掌握充裕財務資源以應付來年預算發展計劃的營運資本。

於年內，本集團大部分現金及銀行結存均為港元、馬來西亞馬幣、人民幣、新加坡元、新台幣、美元、瑞士法郎及歐元，並以一年內到期之存款存放於信譽良好的金融機構。此與本集團維持其資金之流動性之庫務政策相符，並將繼續對本集團帶來穩定收益。

財務狀況

2015年3月31日之運用資金總額(等同權益總額)為24億7,450萬港元,及年對年增長為6.4%。

於2015年3月31日,槓桿比率(定義為總借貸與總權益之比例)為零(2014年3月31日:3.4%)。

庫務政策

本集團之理財政策是不參與高風險之投資或投機性衍生工具。年內,本集團於財務風險管理方面繼續維持審慎態度,並無重大銀行借貸。本集團大部分資產、收款及付款均以港元、美元、歐元或人民幣計值。根據已下了的採購訂單,本集團與信譽良好的金融機構簽下遠期外匯合約,藉此對沖非港元或美元進行之採購。本集團會定期檢討對沖政策。

本集團資產之抵押

於2015年3月31日,本集團並無資產於任何財務機構作抵押。

或然負債

本集團於2015年3月31日並無重大或然負債。

資本承擔

於2015年3月31日,本集團於購買物業、機器及設備有資本承擔合共2億1,300萬港元。

末期股息及特別股息

董事會建議派發截至2015年3月31日止年度之末期股息每股9.0港仙(2014年:9.0港仙)及特別股息每股5.5港仙(2014年:5.5港仙),上述建議將提交在2015年8月19日(星期三)舉行的股東週年大會考慮;如獲通過,有關股息將派發於2015年8月26日(星期三)名列本公司股東名冊之股東。

倘若獲得出席股東週年大會之股東通過,末期股息及特別股息將於2015年9月4日(星期五)當日或該日前後派發。

審核全年業績

審核委員會已審閱本集團所採納之會計原則及慣例,以及截至2015年3月31日止之全年業績。本集團之核數師羅兵咸永道會計師事務所已同意本集團截至2015年3月31日止年度的初步業績公告中所列數字與本集團本年度經審核綜合財務報表所載數字核對一致。由於羅兵咸永道會計師事務所就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱聘用準則或香港核證聘用準則而進行的核證聘用,因此羅兵咸永道會計師事務所不對初步業績公佈發出任何核證。

購回、出售或贖回股份

除股份獎勵計劃的受託人根據股份獎勵計劃及信託契約條款，以總額約 850 萬港元在聯交所購入合共 1,450,000 股股份外，本公司或其任何附屬公司於截至 2015 年 3 月 31 日止年內概無購回、出售或贖回本公司任何上市證券。

企業管治

本公司相信，只有在強穩的企業管治文化的領導下，其業務方可達致可持續發展，為持份者帶來最豐碩的回報。本公司致力維持高水平的企業管治常規，並確信此為本集團不同持份者提供最佳保障及達致平衡的要素 — 股東、投資者、僱員、客戶、供應商及社區 —。本公司力求持續提升其企業管治文化，同時顧及維持市場競爭力的需要，為此，本公司透過能力卓越及高效的董事會監管有效的內部監控及風險管理體制，而該體制的運作具透明度，並向股東問責。

遵守企業管治守則（「企業管治守則」）

於截至 2015 年 3 月 31 日止年度整年及直至本公告日期，本公司已遵守企業管治守則的所有守則條文，惟下段所述的唯一例外情況除外。本公司已在適當情況下採納企業管治守則的建議最佳常規。

主席及行政總裁

本公司偏離守則條文第 A.2.1 條，由郭少明博士兼任本公司主席及行政總裁的職務。本公司認為此做法能夠繼續維持穩健的管治標準，同時受惠於郭博士的領導，本公司認為郭博士在化妝品行業的寶貴經驗為本集團帶來重大裨益。本公司亦相信，現行董事會組成（由五名獨立非執行董事組成，佔董事會總人數的 55.6%）確保權責平衡。本公司日後將定期檢討董事會架構，以配合本集團變化的需求，並會在適當時候考慮區分兩個職務。主席及行政總裁各自的責任清晰載列於主席及行政總裁的職權範圍，有關職權範圍可於本公司網站查閱。

上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）

本公司已採納有關董事進行證券交易的政策，有關條款並不低於標準守則所載的規定標準。經向全體董事作出特定查詢後，彼等均已確認彼等於整個報告期間已遵守本政策。

本公司截至 2015 年 3 月 31 日止年度之年報，載有更多本公司之企業管治資料。本公司將於 2015 年 7 月 17 日（星期五）當日或該日前後寄發年報予股東，並將在適當時間分別於香港交易及結算所有限公司及本公司之網站登載。

暫停辦理股份過戶登記手續

為確定股東符合出席股東週年大會並於會上投票的資格，及收取末期股息及特別股息(如有)的權利，本公司將暫停辦理股份過戶登記手續，有關詳情載列如下：

(i) 為確定股東符合出席股東週年大會並於會上投票的資格：

- 交回股份過戶文件以作登記的最後時限 2015年8月17日(星期一)下午4時30分
- 暫停辦理股份過戶登記手續 2015年8月18日(星期二)至
2015年8月19日(星期三)
(包括首尾兩日)
- 記錄日期 2015年8月19日(星期三)

(ii) 為確定股東收取末期股息及特別股息的權利(如有)：

- 交回股份過戶文件以作登記的最後時限 2015年8月24日(星期一)下午4時30分
- 暫停辦理股份過戶登記手續 2015年8月25日(星期二)至
2015年8月26日(星期三)
(包括首尾兩日)
- 記錄日期 2015年8月26日(星期三)

上述有關期間內將暫停辦理股份過戶登記手續。為確保符合資格出席股東週年大會並於會上投票或享有上述之末期股息及特別股息，所有有效過戶文件連同有關股票必須於上述的最後時限前送交本公司之香港股份登記及過戶分處卓佳雅柏勤有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心22樓。

本人謹代表董事會對本集團所有員工之勤奮工作及忠誠服務及所有顧客、供應商和股東的不斷支持，深表謝意。

承董事會命
莎莎國際控股有限公司
主席及行政總裁
郭少明

香港，2015年6月25日

於本公告日，本公司之董事為:-

執行董事

郭少明博士，*銅紫荊星章*，*太平紳士* (主席及行政總裁)

郭羅桂珍博士，*銅紫荊星章* (副主席)

陸楷博士 (首席財務總監)

非執行董事

利蘊珍小姐

獨立非執行董事

陳玉樹教授，*PhD*，*銀紫荊星章*，*銅紫荊星章*，*太平紳士*

梁國輝博士，*PhD*，*銅紫荊星章*，*太平紳士*

譚惠珠小姐，*大紫荊勳章*，*金紫荊星章*，*太平紳士*

紀文鳳小姐，*銀紫荊星章*，*太平紳士*

陳偉成先生