

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 2011 年 9 月 30 日止 6 個月中期業績 股息及暫停辦理股份登記手續

業績摘要

- 集團營業額較去年同期上升32.7%，由20億9,920萬港元增至27億8,600萬港元
- 港澳地區零售及批發業務營業額由去年同期16億2,940萬港元增長35.3%至22億500萬港元
- 集團期內溢利為2億2,430萬港元，較去年同期的1億7,630萬港元增長27.3%
- 就新積分獎賞計劃而採納的香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第13號（「詮釋第13號」）所作之調整，使集團期內溢利下降約2,520萬港元。若以同比作參考比較，倘若撇除因此產生之影響，集團期內溢利約為2億4,950萬港元，按年增長41.5%
- 集團純利率達8.1%
- 每股基本盈利為8.0港仙，去年同期為6.3*港仙
- 每股股息由去年同期之4.5*港仙，上升至6.0港仙
- 莎莎成為恆生可持續發展企業基準指數成份股

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 2011 年 9 月 30 日止 6 個月之未經審核簡明綜合中期財務資料如下。未經審核簡明綜合中期財務資料已經由本公司審核委員會及本公司核數師羅兵咸永道會計師事務所根據香港會計師公會頒佈之香港審閱準則第 2410 號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。中期財務資料的審閱報告將會載入將發予股東的中期報告內。

* 已按1送1發行紅股作出調整，有關詳情請參閱日期為 2010 年 12 月 1 日之通函。

簡明綜合中期收益表

未經審核
截至9月30日止6個月

	附註	2011年 港幣千元	2010年 港幣千元
營業額	4	2,786,037	2,099,164
銷售成本		<u>(1,561,618)</u>	<u>(1,154,149)</u>
毛利		1,224,419	945,015
其他收入		18,996	14,398
銷售及分銷成本		(866,499)	(667,081)
行政費用		(97,928)	(91,923)
其他(虧損)/利潤－淨額	5	<u>(9,745)</u>	<u>12,328</u>
經營溢利		269,243	212,737
財務收入		<u>3,675</u>	<u>2,830</u>
除所得稅前溢利	6	272,918	215,567
所得稅開支	7	<u>(48,585)</u>	<u>(39,276)</u>
期內溢利		<u>224,333</u>	<u>176,291</u>
每股盈利(以港仙為每股單位)	8		
基本		<u>8.0</u>	<u>6.3*</u>
攤薄		<u>7.9</u>	<u>6.3*</u>
股息	9	<u>168,516</u>	<u>125,677</u>

* 已按1送1發行紅股作出調整，有關詳情請參閱日期為2010年12月1日之通函。

簡明綜合中期全面收入表

未經審核
截至9月30日止6個月

	2011年 港幣千元	2010年 港幣千元
期內溢利	224,333	176,291
其他全面(虧損)/收入		
匯兌差額	<u>(5,790)</u>	<u>10,126</u>
期內其他全面(虧損)/收入，已扣除稅項	(5,790)	10,126
期內全面收入總額	<u>218,543</u>	<u>186,417</u>

簡明綜合財務狀況表

		未經審核 2011年 9月30日	經審核 2011年 3月31日
	附註	港幣千元	港幣千元
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		264,299	205,465
租金按金及其他資產		121,437	105,891
遞延所得稅資產		7,165	4,961
		392,901	316,317
流動資產			
存貨		1,108,084	802,185
應收賬款	10	45,887	48,231
其他應收款項、按金及預付款項		128,035	91,364
定期存款		27,017	94,134
現金及現金等值項目		427,716	524,280
		1,736,739	1,560,194
負債			
流動負債			
應付賬款及票據	11	420,157	254,416
其他應付款項及應計費用		296,850	200,347
應付所得稅		78,114	50,757
		795,121	505,520
淨流動資產		941,618	1,054,674
資產總值減流動負債		1,334,519	1,370,991
非流動負債			
退休福利承擔		3,702	3,863
遞延所得稅負債		325	348
其他應付款項		16,502	14,087
		20,529	18,298
淨資產		1,313,990	1,352,693
權益			
資本及儲備			
股本		280,855	280,253
儲備		1,033,135	1,072,440
權益總額		1,313,990	1,352,693

附註：

1. 編製基準

截至 2011 年 9 月 30 日止 6 個月之簡明綜合中期財務資料乃按照香港會計準則（「香港會計準則」）第 34 號「中期財務報告」編製。此簡明綜合中期財務資料應與根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）所編製截至 2011 年 3 月 31 日止年度之年度財務報表一併閱讀。

2. 會計政策

除下文所述者外，所採納會計政策與截至 2011 年 3 月 31 日止年度之年度財務報表所採用者（載於該等年度財務報表）貫徹一致。

本中期所得稅稅項乃按照預期全年總盈利所適用的稅率累計。

於本期間內，本集團因營運忠誠度計劃而採用香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第 13 號「客戶忠誠度計劃」。在本集團營運的計劃中，若干顧客於購物而累積之積分，可讓他們免費或以折扣價購物。根據香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第 13 號，積分以初始銷售交易的可分開辨認組成部分確認，即將已收取的銷售金額的公平值分配予積分及其他組成部分，以致積分按其公平值確認。來自積分的收入於積分換領或到期時確認。確認的初始收入金額以換領積分數目相對預期換領總數的比例為基礎。積分的最長年期為發出日期起計最多 12 個月。

a) 本集團已採納的現有準則修訂

以下現有準則的修訂必須在 2011 年 4 月 1 日開始的財政年度首次採用。

- 香港會計準則第 24 號（經修訂）「關聯方披露」於 2011 年 1 月或以後開始之年度期間生效。此修訂介紹香港會計準則第 24 號有關政府相關主體之間和與政府進行交易的所有披露規定的豁免。此等披露由一項如下披露規定所取代：
 - 政府的名稱及其關係的性質；
 - 任何個別而言屬重大的交易的性質及金額；及
 - 任何按質或按量計合計而言屬重大的交易的範圍。

其亦澄清和簡化了關聯方的定義。

2. 會計政策（續）

a) 本集團已採納的現有準則修訂（續）

- 香港會計準則第 34 號（修訂本）「中期財務報告」的修訂於 2011 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效。其強調香港會計準則第 34 號的現有披露原則，並加入進一步指引以說明如何應用這些原則。更加強調重大事項及交易的披露原則。額外要求涵蓋披露公平值計量的改變（如屬重大），以及須就最近的年報內的有關資料作出更新。會計政策變更只導致額外披露。

b) 在 2011 年 4 月 1 日開始的財政年度生效的現有準則的修訂和詮釋，但與本集團無關

- 香港會計準則第 32 號（修訂本）「供股之分類」於 2010 年 2 月 1 日或以後開始之年度期間生效。
- 香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第 14 號（修訂本）「最低資金規定的預付款」於 2011 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效。
- 香港（國際財務報告詮釋委員會）— 詮釋第 19 號「以權益工具取代金融負債」於 2010 年 7 月 1 日或以後開始之年度期間生效。
- 香港會計師公會於 2010 年 5 月頒佈之香港財務報告準則第三次改進（2010 年），惟附註 2(a)內所披露對香港會計準則第 34 號「中期財務報告」的修訂及澄清容許在附註內按項目列報其他全面收入組成部分的分析除外，全部改進目前均與本集團無關。所有改進均於截至 2012 年 3 月 31 日止年度生效。

c) 以下新準則及修訂已頒佈，惟於 2011 年 4 月 1 日開始的財政年度尚未生效及未獲提早採納：

- 香港財務報告準則第 1 號（修訂本）「披露—嚴重惡性通貨膨脹和為首次採用者取消固定日期」（於 2011 年 7 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。
- 香港財務報告準則第 7 號（修訂本）「披露—金融資產的轉讓」（於 2011 年 7 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。
- 香港財務報告準則第 9 號「金融工具」（於 2013 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 10 號「綜合財務報表」（於 2013 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 11 號「合營安排」（於 2013 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。

2. 會計政策（續）

c) 以下新準則及修訂已頒佈，惟於 2011 年 4 月 1 日開始的財政年度尚未生效及未獲提早採納（續）：

- 香港財務報告準則第 12 號「於其他實體的權益的披露」（於 2013 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 13 號「公平價值計量」（於 2013 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。
- 香港會計準則第 1 號（修訂本）「財務報表的呈報」（於 2012 年 7 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。
- 香港會計準則第 12 號（修訂本）「遞延稅項：回收相關資產」（於 2012 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。
- 香港會計準則第 19 號（修訂本）「僱員福利」（於 2013 年 1 月 1 日或以後開始之年度期間生效）。

3. 估計

編製中期財務報表要求管理層對影響到會計政策應用、資產及負債、收入及支出的報告金額作出判斷、估計和假設。實際結果可能與此類估計存在差異。

編製簡明綜合中期財務報表時，管理層在應用本集團的會計政策的過程中所作出的關鍵判斷以及估計不確定性的關鍵來源與截至 2011 年 3 月 31 日止年度的綜合財務報表所應用的相同，惟釐定所得稅準備時所需的估計變更除外。

4. 分部資料

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市場之分部業績。

本集團主要業務為化粧品零售及批發。營業額指向客戶提供貨品之發票銷售價值。

分部資產主要包括物業、機器及設備、存貨、應收賬款及經營現金，惟不包括若干集團資產和稅項。資本性開支包括添置物業、機器及設備。

4. 分部資料 (續)

	截至 2011 年 9 月 30 日止 6 個月			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	
外部客戶營業額	2,205,024	108,467	472,546	2,786,037
業績 分部業績	222,211	(19,745)	21,867	224,333
其他資料				
資本性開支	72,022	26,341	13,087	111,450
財務收入	2,274	174	1,227	3,675
所得稅開支	43,394	-	5,191	48,585
折舊	29,643	9,690	11,007	50,340
	截至 2010 年 9 月 30 日止 6 個月			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	
外部客戶營業額	1,629,400	60,000	409,764	2,099,164
業績 分部業績	164,525	(10,756)	22,522	176,291
其他資料				
資本性開支	41,493	5,822	14,643	61,958
財務收入	1,814	51	965	2,830
所得稅開支	32,548	-	6,728	39,276
折舊	24,035	4,775	8,016	36,826

4. 分部資料 (續)

	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 2011 年 9 月 30 日				
非流動資產	265,085	53,002	62,097	380,184
流動資產	1,233,026	176,845	326,868	1,736,739
遞延所得稅資產				7,165
未分配集團資產				5,552
				<u>2,129,640</u>
於 2011 年 3 月 31 日				
非流動資產	213,549	31,332	60,923	305,804
流動資產	1,144,368	103,095	312,731	1,560,194
遞延所得稅資產				4,961
未分配集團資產				5,552
				<u>1,876,511</u>

5. 其他(虧損)/利潤—淨額

	截至 9 月 30 日止 6 個月	
	2011 年 港幣千元	2010 年 港幣千元
匯兌(虧損)/收益淨額	<u>(9,745)</u>	<u>12,328</u>

6. 按性質劃分之開支

	截至 9 月 30 日止 6 個月	
	2011 年 港幣千元	2010 年 港幣千元
出售存貨成本	1,551,281	1,144,181
滯銷存貨及損耗存貨撥備	10,337	9,968
僱員福利開支（包括董事酬金）	374,839	296,716
物業、機器及設備折舊	50,340	36,826
物業、機器及設備撇賬	1,561	623
土地及樓宇之經營租約租金		
– 最低租賃付款	276,449	218,993
– 或然租金	16,627	8,741
核數師薪酬	1,650	1,565
廣告及推廣開支	47,609	38,713
其他	195,352	156,827
	2,526,045	1,913,153
組成如下：		
銷售成本	1,561,618	1,154,149
銷售及分銷成本	866,499	667,081
行政費用	97,928	91,923
	2,526,045	1,913,153

7. 所得稅開支

香港利得稅乃按照本期間估計應課稅溢利以稅率 16.5%（2010 年：16.5%）提撥準備。海外溢利稅款則分別按本期間估計應課稅溢利以本集團經營業務國家之現行稅率計算。

在簡明綜合中期收益表內扣除之所得稅款額如下：

	截至 9 月 30 日止 6 個月	
	2011 年 港幣千元	2010 年 港幣千元
香港利得稅		
本期	43,536	34,401
過往期間撥備不足	3	-
海外稅項		
本期	7,718	5,691
過往期間超額撥備	(340)	(312)
暫時差異之產生及撥回相關遞延所得稅	(2,332)	(504)
	48,585	39,276

8. 每股盈利

- (a) 每股基本及攤薄盈利乃根據本集團期內溢利 224,333,000 港元（2010 年：176,291,000 港元）計算。
- (b) 每股基本盈利乃根據本期間已發行股份之加權平均數 2,805,186,118 股（2010 年：2,786,321,838 股*）計算。
- (c) 每股攤薄盈利假設所有可攤薄之潛在股份獲兌換後，根據發行在外股份之加權平均股數計算。每股攤薄盈利乃根據本期間已發行股份之加權平均數 2,805,186,118 股（2010 年：2,786,321,838 股*），另加被視作已發行股份之加權平均數 20,878,870 股（2010 年：23,350,764 股*）計算。至於購股權，根據未行使購股權所附認購權之貨幣價值，釐定按公平值（釐定為本公司股份之平均年度市價）可購入之股份數目。

9. 股息

	截至 9 月 30 日止 6 個月	
	2011 年 港幣千元	2010 年 港幣千元
擬派中期股息—每股 2.0 港仙 (2010 年：1.5*港仙)	56,172	41,892
擬派特別股息—每股 4.0 港仙 (2010 年：3.0*港仙)	112,344	83,785
	<u>168,516</u>	<u>125,677</u>

於 2011 年 11 月 17 日舉行之會議上，董事宣派中期股息每股 2.0 港仙及特別股息每股 4.0 港仙。此等擬派股息並無於本簡明綜合中期財務資料中列作應付股息，惟將於截至 2012 年 3 月 31 日止年度在股東權益中確認。

* 已按 1 送 1 發行紅股作出調整，有關詳情請參閱日期為 2010 年 12 月 1 日之通函。

10. 應收賬款

本集團營業額主要為現金及信用卡銷售。若干批發客戶獲給予 7 至 90 天信貸期。應收賬款之賬齡分析如下：

	2011 年 9 月 30 日 港幣千元	2011 年 3 月 31 日 港幣千元
1 個月內	37,768	39,670
1 至 3 個月	7,909	8,522
超過 3 個月	210	39
	<u>45,887</u>	<u>48,231</u>

應收賬款之公平值與其賬面值相若。

11. 應付賬款及票據

應付賬款及票據之賬齡分析如下：

	2011 年 9 月 30 日 港幣千元	2011 年 3 月 31 日 港幣千元
1 個月內	257,263	171,937
1 至 3 個月	145,201	64,243
超過 3 個月	17,693	18,236
	<u>420,157</u>	<u>254,416</u>

應付賬款及票據之公平值與其賬面值相若。

管理層討論及分析

中期業績

截至2011年9月30日止6個月，集團綜合營業額為27億8,600萬港元，較去年同期錄得的20億9,920萬港元上升32.7%。集團表現受惠於香港及澳門核心市場的穩健表現。

新業務動力帶動銷售增長強勁，產生強大的經營槓桿效應，令租金及員工成本佔銷售額的百分比減少。高銷售增長亦同時帶來銷售組合有所改變。連同於香港及澳門新增設的積分獎賞計劃的效應，銷售組合改變導致零售及批發業務毛利率由去年同期的45.0%減少至43.9%。集團連計入稅項影響的整體匯兌虧損錄得790萬港元，主要是由於尚未運抵產品的對沖外匯合約所產生的「未平倉」須按照市值計算差額。

集團期內溢利錄得2億2,430萬港元，較去年同期的1億7,630萬港元增長27.3%，而經營溢利則上升26.6%。就新的積分獎賞計劃採納「詮釋第13號」所作的調整促使部份收入遞延入帳直至積分已被兌換。當積分被兌換或於2012年3月31日到期時，從這些遞延收入所得之收入以及相關之溢利將在截至2012年3月31日止年度之綜合收益表入賬。因此，採納「詮釋第13號」所作的調整，導致集團期內溢利下降約2,520萬港元。若以同比作參考比較，倘若撇除因此產生之影響，集團期內溢利約為2億4,950萬港元，按年增長41.5%。

集團每股基本盈利為 8.0 港仙，去年同期為 6.3*港仙。董事會經議決派發中期股息每股 2.0 港仙（2010 年度：1.5*港仙）與特別股息每股 4.0 港仙（2010 年度：3.0*港仙）。

回顧期內，莎莎成為恆生可持續發展企業基準指數成份股，反映集團在可持續發展及維持高水平的企業管治的努力。莎莎的2009/10年報於美國傳媒專業聯盟（League of American Communications Professionals）舉辦的「2010 Vision Awards年報」比賽中獲選為全球50最佳年報，在亞太地區為十大最佳年報，在大中華地區排名最高。

市場概覽

於2011年，在中國大陸表現持續蓬勃的支持下，亞洲經濟繼續增長。然而，自年初以來，海外的情況已經浮現某程度的不明朗因素。美國的經濟復甦及財政狀況脆弱，加上歐元區的主權債務問題持續不散，依然是環球經濟下滑風險的主要來源。

於2011年第二季度，香港經濟繼續按高於平均的速度增長，較一年前實質增長5.1%，並且本地生產總值預料於2011年全年將會按相近增長率增長。於2011年，受惠於大陸及海外旅客人數增加，且美元疲弱，零售業總銷貨額增長進一步攀升，而收入及就業情況改善，本地顧客消費金額亦因而獲得支持。

* 已按1送1發行紅股作出調整，有關詳情請參閱日期為2010年12月1日之通函。

中國大陸方面，預測 2011 年實質本地生產總值增長達 9.1%，而於 2012 年只會稍為放緩。本地消費者的消費於中國整體經濟的比重正逐漸增加，國內日益壯大的中產階級的需求、人均可支配收入的增長及持續城市化均為零售商帶來一系列新的機遇。

在集團有經營業務的策略性市場星馬及台灣地區，繼續受惠於區內的增長動力，縱使環球對出口需求減弱使整體外圍環境趨弱。然而，與本地顧客及遊客有關的業務於 2011 年繼續錄得穩健增長。

業務回顧

零售及批發業務

香港及澳門

截至2011年9月30日止6個月，港澳地區營業額由16億2,940萬港元上升35.3%，至22億500萬港元，相同店舖銷售額增長24.1%。營業額上升主要由於消費者需求殷切，鞏固了莎莎成為中國大陸旅客、海外旅客及港澳本地居民心目中首選化粧品零售商的地位。

其他因素也有助推動營業額上升。新的產品及存貨策略導致產品組合有所改進，使集團提供的產品更具吸引力。通過加強採購團隊的問責及檢討存貨規劃，提高存貨管理效率，使產品組合更豐富（例如提供更多產品種類）、客戶基礎擴大，因此營業額亦呈現穩健的增長。集團亦加入更多獨家品牌，使產品組合更具吸引力。銷售額顯著增長所帶來的收益抵銷毛利率下降的影響有餘，以及集團於此市場享有更大的營運槓桿效應。

美元偏軟及大陸通脹高企亦令此市場的化粧品價格更具吸引力。儘管交易宗數及平均每宗交易金額均錄得增長，營業額增長由前者帶動多於後者，反映客戶基礎持續增長。

就2011年5月底推出的新積分獎賞計劃採納「詮釋第13號」而所作之調整，導致期內收入及毛利率下降。然而，當積分被兌換或於2012年3月31日到期時，遞延收入將會入賬。

期內集團在港澳地區新增6間「莎莎」店舖。截至2011年9月30日止，集團共有84間「莎莎」店舖（其中8間位於澳門），另有1間「瑞士葆麗美」Suisse Programme專門店和1間「科麗妍」La Colline專門店。

中國大陸

集團於中國大陸的營業額增長80.8%至1億850萬港元。整體而言，集團表現稍遜於預期，錄得虧損1,970萬港元。相同店舖銷售額按年減少3.0%，雖然主要是由於集團的店舖網絡淨增加13間「莎莎」店舖，其中7間於第二季度開業。影響同店銷售額的其他因素包括調動經驗豐富的員工去支援更具生產力的新店，以及為不斷快速增長的店舖網絡作庫存規劃方面的挑戰。於回顧期內，集團亦就多間新店簽訂租約，截至2011年9月30日止，其中有15間尚未開業。

在中國大陸，集團策略及營運正處於新市場中可預期之艱辛發展。員工培訓尚未趕上店舖擴充的步伐。富經驗員工來自僅15間經營超過一年的店舖，而彼等已散佈於不斷擴展的店舖網絡。由於調任經驗較豐富的員工至新店為新入職員工提供實地培訓，原有舊店的生產力因而下降。

這市場的表現也反映後勤固定開支及店舖開業支出增加。於下一輪加開店舖時，就迅速擴展帶來的優勢及所產生的成本及風險，集團目標於兩者之間取得平衡，從而取得規模化的擴展。有關策略亦包括選擇於與現有店舖較近距離的地方開設新店，以及在5個地區營運板塊內各自建立較小的營運板塊。

然而，集團於中國大陸推行的策略持續取得正面進展。位於百貨公司的獨家品牌專櫃網絡，其營業額及可比較的銷售額均錄得雙位數增長。集團的覆蓋度期內已經增加至39間店舖，覆蓋8個省及14個城市，相較截至2011年3月31日止則為26間店舖，分佈於9個城市。零售面積按年由52,645平方英尺增加至113,040平方英尺，前線員工人數由約330人增加至約600人。店舖數目增加及網絡擴展定必會吸引新供應商及化粧品品牌支持旗下店舖。

集團在中國大陸推出全新店舖形象，為美粧品牌提供更大空間作為形象櫃位，又以顏色區分使產品展示及店舖設計更鮮明，更方便顧客瀏覽貨品，在試用產品及與美容顧問溝通時更容易方便。為提升產品組合，莎莎成為多個具知名度美粧品牌的官方分銷商，除Estée Lauder集團外，期內亦加入包括L'Oréal集團的L'Oréal、Maybelline及羽西，以及Shiseido集團的Za。隨着這些品牌在莎莎店舖開始銷售，定必會提升莎莎在產品及店舖形象方面的吸引力。雖然更多產品選擇的好處需時才可反映於店舖人流，然而，隨着未來在憑藉更優秀的培訓、產品展示及市場推廣宣傳方面會積極提升，店舖的表現也無疑將獲得改善。另外，集團將推出更多專有品牌亦有助集團表現更進一步。

於回顧期內，集團繼續從業主及商場發展商取得更多支持。集團與地產發展商組成聯盟，有利於其新開的及現有商場物色店舖位置。於2011年10月，集團在恆基地產旗下位於上海的新商場開設一間佔地6,000平方英尺的「莎莎」旗艦店，而中國大陸最大的「蘋果」商店亦位於該商場內。與此同時，集團獲中國大陸的主要地產發展商之一萬達集團頒發「2011年度最旺人氣大獎」。

集團成立專責團隊以發展中國大陸的網上業務，並將其物流職能外判，並為有關業務發展提升後勤支援。與此同時，集團進一步發展於中國大陸最受歡迎的購物網站「淘寶商城」的官方網店業務。此外，莎莎目前已在中國大陸其他受歡迎的網上購物網站設官方網店，例如：京東商城、拍拍商城、紅孩子母嬰商城及億佰購物。

截至2011年9月30日止，集團在中國大陸共有39間「莎莎」店舖和21個「瑞士葆麗美」Suisse Programme美容專櫃。

新加坡及馬來西亞

集團在星馬市場的核心業務策略仍是著重於為莎莎顧客提供更佳服務，並與各美粧品牌建立夥伴關係及加強店舖網絡。集團於本財政年度上半年的星馬業務綜合營業額為2億3,460萬港元。兩地市場於營業額及穩定的溢利方面，均有穩步增長。

期內，新加坡及馬來西亞市場受到全球金融波動影響，而以新加坡尤甚，因其與環球經濟關係更為緊密。強勢的新加坡元及馬來西亞令吉影響來自旅客的銷售額，並促使當地居民外遊購物。日本311大地震使部分專有品牌的新產品延期發佈，亦影響兩個市場的銷售額增長及相同店舖銷售額增長。新加坡及馬來西亞的同店銷售額分別減少4.5%及1.6%。

然而，莎莎的銷售額表現比新加坡及馬來西亞的整體零售市場為佳。兩個市場就相同店舖方面交易宗數均見增長，反映產品種類持續擴大，以及通過多種媒體推出的全面市場推廣活動取得成功，有助莎莎在如此具挑戰性的經濟氣候依然能贏得更多顧客。兩個市場亦受惠於集團的獨家品牌備受歡迎。

新加坡市場的營業額增加24.6%至1億1,700萬港元。截至2011年9月30日，新加坡維持20間「莎莎」店舖。

馬來西亞市場的營業額增加15.2%至1億1,760萬港元。新增店舖的貢獻，加上獨家品牌持續取得成果，導致盈利繼續上升。

集團的市場領導地位及來自消費者的認同乃歸因於集團持續致力建立「莎莎」品牌及其獨家銷售的品牌，以及其市場推廣活動有所加強。集團進行有效的宣傳活動，例如贊助備受注目的公關活動，持續活躍於社交媒體、電視節目及其他渠道上，以及為發佈新產品策劃全面市場推廣活動。通過這種多渠道共同推廣的方法有助集團擴寬其顧客基礎及吸引不同類型的新顧客。

集團於馬來西亞新增一間店舖。截至2011年9月30日止，集團共有39間「莎莎」店舖。

台灣地區

集團於本財政年度首6個月，台灣地區業務營業額上升39.2%，達1億720萬港元，相同店舖銷售額增長為4.1%，取得收支平衡。

由於消費意欲改善及零售市場較暢旺下，集團銷售額繼續提升。加強與受歡迎產品的當地供應商合作，有助帶動人流及吸引顧客重複惠顧，而更具效益的宣傳及市場推廣活動亦帶動銷售額增長。整體而言，莎莎仍是台灣地區居領導地位的香水零售商。

集團於台灣地區期內新增2間店舖。截至2011年9月30日止，集團共有21間「莎莎」店舖及1個「瑞士葆麗美」Suisse Programme專櫃。

電子商貿—sasa.com

期內sasa.com營業額為1億3,080萬港元，較上一財政年度同期減少4.4%。然而，銷售表現於第二季維持按月提升。

sasa.com致力使令市場組合多元化，讓其更均衡發展，因此，期內非中國大陸市場增長逾37.0%。專有品牌產品的銷售組合佔比上升、重覆惠顧顧客數目上升及顧客忠誠度增加，均推動毛利率改善。倘若撇除物流成本，經營溢利率亦見改善。如此比較更有意義的原因是由於物流於去年是由內部支援，而於本年度則轉為外判。

其他方面，集團推出了舊客重新啟動計劃及顧客忠誠計劃，帶動銷售額及重複惠顧的顧客人數增加。莎莎的iPhone應用程式於香港無線科技商會舉辦的「2011 香港最受歡迎市場推廣Smartphone Apps大賽」中，獲零售界別最佳市場推廣Smartphone Apps — 傑出表現獎。在社交媒體積極曝光及活躍於網上社群均有助集團與忠誠顧客保持聯繫，顯示社交媒體作為sasa.com市場推廣工具的重要性。

品牌管理

期內集團專有品牌及獨家分銷品牌貨品銷售額佔比增加0.2%，佔集團總零售銷售額41.4%，去年同期則為41.2%。專有品牌產品的銷售件數上升48.4%，為眾多產品類別中銷售件數增長最高，是集團專有品牌產品廣受歡迎的明證。集團新增3個各具不同產品概念的專有品牌：由日本研製的大眾化護膚品牌、家用水療品牌及天然有機的護膚品牌。

集團密切留意市場趨勢，為不同類型顧客引入趨時的獨家品牌產品，此策略持續為集團帶來理想回報。新產品獲得良好口碑，加上市場推廣卓見成效，帶動獨家品牌貨品銷售額穩健增長。集團將繼續採取產品類別多元化的策略，著重加強對更多不同顧客群的吸引力，例如年輕顧客群。

獎項

於本財政年度上半年，集團的獨家品牌產品榮獲新加坡、馬來西亞及台灣權威美容雜誌頒發多個獎項：

地點	莎莎獨家銷售產品	獎項
新加坡	「瑞士葆麗美」Suisse Programme 活氧細胞生肌昇華露	於「CozyCot Holy Grail Beauty & Fashion Awards 2011」中，榮獲我最喜愛的日間護膚精華 — 編輯之選
馬來西亞	Cyber Color 光彩美白修護雙用粉餅	在《The Malaysian Women Weekly》雜誌舉辦的「The Malaysian Women Weekly — 2011年 Best Beauty Buys 2011」中，獲選為馬幣100元以下組別的最佳雙用粉餅
馬來西亞	Cyber Colors 閃爍美鑽眼線液	在《Cleo》雜誌舉辦的「2011年The Cleo Beauty Hall of Fame」中，為最佳閃爍眼線液得主
馬來西亞	肌つ子 亮眼修護眼膜	在《Cleo》雜誌舉辦的「2011年The Cleo Beauty Hall of Fame」中，為馬幣100元以上組別最佳眼膜得主
馬來西亞	Collistar 晚間臀腹緊緻霜	在《Cleo》雜誌舉辦的「2011年The Cleo Beauty Hall of Fame」中，為最佳緊膚霜得主
馬來西亞	The Balm 眼影打底膏	在《Cleo》雜誌舉辦的「2011年The Cleo Beauty Hall of Fame」中，為最佳膏狀眼影得主
新加坡	Natio 全效嫩白晚霜	於「CozyCot Holy Grail Beauty & Fashion Awards 2011」中，榮獲我最喜愛的晚間補濕用品
新加坡	Gianfranco Ferre 玫瑰公主女性淡香水	在《Cleo》雜誌舉辦的「2011年The Cleo Beauty Hall of Fame」中，為最佳花香香水得主
台灣	DSQUARED ² 海洋男性淡香水	於GQ雜誌舉辦的「The Men's Care Awards」中，獲年度男香第一名

於馬來西亞有關零售品牌的獎項：

- 在The BrandLaureate舉辦的「2010-2011年BrandLaureate Awards」中，馬來西亞莎莎於企業品牌組別榮獲最佳零售品牌獎（化粧品及護膚品）
- 莎莎榮獲馬來西亞貿易與消費者事務部頒發2011年Fair Price Awards

展望

中國經濟繼續蓬勃增長。越趨富裕的中產階級不斷壯大、旺盛的消費意欲及日益強勢的人民幣，將有利於港澳地區零售市道（包括化粧品行業）。誠然，某中國大陸雜誌最近一項調查顯示，化粧品為訪港大陸旅客購物清單的首要項目。

與此同時，香港將繼續受惠於與中國大陸逐漸融和。待各項主要跨境基建項目竣工，將會進一步促進來往香港與中國大陸的人流。預期訪港旅遊業於本財政年度下半年將持續暢旺，使化粧品等零售行業進一步受惠。集團將繼續審視亞洲區內各個零售市場的發展，並採取相應行動。

香港及澳門

集團相信，中國經濟穩步增長和大陸訪港旅客增長動力充沛，均會繼續支持本財政年度下半年的港澳化粧品零售市道。這些因素均使集團有理由對港澳的美粧產品銷售額增長感到審慎樂觀。

一直以來，莎莎在不同市場環境均展現抗逆能力，顯示集團高度靈活的業務模式及管理層迅速適應市場變化的能力。集團將繼續配合市場環境貫徹其開店策略，令店舖網絡於住宅區與遊客區兩者間有更均衡發展。

集團經優化的產品及存貨規劃策略，以及更廣泛的產品組合，將會繼續成為集團全年銷售額增長（特別是港澳市場）的推動力。集團將會繼續確保持續推出優質的專有品牌及獨家品牌產品，以改進獨家品牌產品組合。儘管地產租務市場暢旺及競爭激烈，尤其是遊客區，導致租金升幅高企，集團相信其銷售額達穩健增長將有助租金開支佔銷售額百分比維持於合理範圍。

中國大陸

集團在中國大陸的首要任務是提升具規模擴展的能力。為支持此策略，集團將分配更多資源建立管理團隊及加強後勤支援團隊，尤其著重人力資源職能。集團亦將進一步加強招聘及提升培訓能力。有關措施將包括於每個「營運板塊」分別設立地區培訓中心，加強自動化以提高員工生產力，加大力度進行分工（例如設立獨立團隊分別負責店舖營運及開拓新店），以及設立制度使店舖能夠迅速擴展。相關制度將包括工作流程管理、改善存貨管理及提高營運效率。

於2011年11月，集團將仔細檢討開店的計劃，以決定店舖擴充的步伐及方法。而對於已簽訂的15間店舖租約，集團仍會按計劃開業。集團亦將檢討現有店舖，及整頓店舖網絡，尤其是表現未如理想的店舖。就營運板塊的地域擴展，集團將更專注於發展已有「莎莎」店舖的城市，改善營運管理效率。

整體而言，集團正制訂中國大陸的產品策略，包括為新產品定位及訂定經周詳衡量的產品發佈時間表。為提升產品組合，集團正向本地供應商、主要國際及地區性化妝品集團引入更多知名的國際美粧品牌。集團亦正增設更多獨家及專有品牌產品，令品牌組合更多元化。有關措施包括引入更多受歡迎及趨時的品牌及產品、與供應商及美粧品牌建立良好關係，以及增加香水選擇，包括銷售更多知名品牌，例如Mont Blanc、Chloe、Porsche、Swarovski及Cerruti。

為提高店舖銷售能力，集團將會繼續改進存貨與物流管理，提升銷售分析以獲取更多關於消費者行爲及喜好的資料，以及加強銷售人員的獎勵制度。

其他市場

倘若集團經營的其他市場的經濟並無出現重大負面事故，於本財政年度下半年的零售銷售額料可持續增長。新加坡方面，儘管市場環境具挑戰性，然而，集團將繼續拓展零售網絡，以提高市場佔有率及規模擴展能力。

馬來西亞方面，集團將借助莎莎的市場領導地位及強大的品牌認知度，進一步通過擴展店舖網絡，增加銷售額及提升市場滲透率。台灣地區方面，集團亦將會把握大陸旅客赴台個人遊計劃所帶來的商機。

整體而言，集團銳意在各個市場加強對「莎莎」品牌及擴大顧客基礎。集團將開拓店舖網絡以提升競爭力及增加市場佔有率。為支持店舖網絡的擴展，集團將與各品牌緊密合作，繼續與地產商建立長遠的工作夥伴關係，並投入更多資源去建立專有品牌，以及持續投資於人力資源及資訊科技方面，以加強具規模擴展的能力。此等措施將鞏固集團的基礎以支持未來增長，從而提升此等市場對集團的貢獻。

電子商貿方面，集團將推出一個嶄新平台以進一步使市場多元化，亦加大在市場推廣的力度，其中包括社交媒體方面，以提升於國際市場及中國大陸市場的市場滲透率。

品牌管理方面，集團將繼續推動多元化發展，並加強與各大美粧品牌集團的合作關係，其中包括 Estée Lauder 集團。其已經向集團授予醫學美容品牌 Goodskin Labs 於港澳、新加坡、馬來西亞及台灣地區的獨家分銷權。

結語

對集團整體而言，中國經濟持續強勢、港澳地區的旅遊業進一步發展，均可促使集團的業務於下半年將繼續有增長。集團之成就一直扎根於其穩固的財政基礎、管理層的靈活應變及高瞻遠矚，以及集團於艱難市場環境中展現抗逆力的往績。此等特質一直令集團能夠不斷擴大顧客基礎，並與此同時，發展港澳核心市場、中國大陸以及其他市場的潛力。集團相信，莎莎於下半年及往後將繼續締造持續增長。

人力資源

於 2011 年 9 月 30 日，集團共聘有 4,036 名員工。期內的員工成本為 3 億 7,480 萬港元。為確保莎莎能夠吸引及保留表現優秀的員工，集團定期檢討員工薪酬及福利，並向所有合資格員工授予表現花紅及購股權。集團在向全體員工發放全年花紅、以及向主管級及管理人員授予購股權時，均會考慮有關人員的表現。集團極之重視員工培訓和發展，務求發揮員工的潛能。除設立大學畢業生見習計劃外，期內集團更推行各種員工發展計劃，包括舉辦內部培訓課程及提供外間培訓課程，並為合資格員工在相關範疇繼續進修而提供資助。

財務概況

資本及流動資金

於2011年9月30日，本集團權益持有人權益總額為13億1,400萬港元，其中包括10億3,310萬港元之儲備金。本集團繼續維持穩健財務狀況，現金及銀行結存累積達4億5,470萬港元，本集團營運資金為9億4,160萬港元。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現有之銀行信貸，本集團掌握充裕財務資源以應付未來12個月預算發展計劃的營運資本。

於期內，本集團大部分現金及銀行結存均為港幣、美元、歐元或人民幣，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

於派發末期及特別股息後，2011年9月30日之運用資金總額（等同權益總額）為13億1,400萬港元，較2011年3月31日之13億5,270萬港元運用資金總額下降2.9%。

本集團於2011年9月30日及2011年3月31日之槓桿比率均為零。槓桿比率為總負債減去現金及銀行結存後與總資產之比例。

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。期內，本集團於財務風險管理方面繼續維持審慎態度，並無銀行借貸。本集團大部分資產、收款及付款均以港幣、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以即時對沖方式或遠期外匯合約，以減低外幣風險。就實際之目的而言，本公司維持不作未平倉。本集團會定期檢討對沖政策。

本集團資產之抵押

於2011年9月30日，本集團並無資產於財務機構作抵押。

或然負債

本集團於2011年9月30日並無重大或然負債。

資本承擔

於2011年9月30日，本集團於購買物業、機器及設備有資本承擔合共1億760萬港元。

中期股息及特別股息

董事會議決宣佈派發截至2011年9月30日止6個月之中期股息每股2.0港仙（2010年：1.5*港仙）及特別股息每股4.0港仙（2010年：3.0*港仙）給予於2011年12月13日(星期二)名列本公司股東名冊之股東。

中期股息及特別股息將於2011年12月22日(星期四)當日或該日前後派發。

* 已按1送1發行紅股作出調整，有關詳情請參閱日期為2010年12月1日之通函。

購回、出售或贖回股份

本公司或其任何附屬公司於截至2011年9月30日止6個月期內概無購回、出售或贖回本公司任何上市證券。

企業管治

企業管治常規守則（「管治守則」）

董事會把釐定、維持和檢討企業管治的高度標準視作其工作的重要部份。除了董事會注重本公司的管治系統外，我們更整體地於機構內培育對管治系統的關注，管治系統已成為行政管理層向董事會負責及董事會向股東負責的基礎。

截至2011年9月30日止6個月期內，本公司已遵守上市規則附錄十四所載管治守則內的所有守則條文，唯一偏離者於下文詳述。

守則條文第 A.2.1 條 - 主席與行政總裁

管治守則中守則條文第A.2.1條指明主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。主席與行政總裁之間職責的分工應清楚界定並以書面列載。

本公司偏離有關守則在於郭少明博士現身兼本公司主席及行政總裁兩職，惟主席及行政總裁各自的職責已清楚界定及以書面列載，並獲董事會通過。按本集團目前之發展情形，董事會認為由同一人身兼公司主席及行政總裁兩職，有利執行本集團之商業策略和發揮其最高營運效益，惟董事會會不時檢討此架構，並於適當時候，考慮將兩職分開。

上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）

本公司採納一套不低於標準守則所訂標準的守則。這守則適用於所有董事及因職務或工作而可能擁有與本公司或其股份有關的未經公佈的股價敏感資料的若干有關僱員，經向全體董事及有關僱員作出特定查詢，彼等均確認已於報告期內遵守本公司守則規定之標準。

本公司截至2011年9月30日止6個月之中期報告，載有更多本公司之企業管治資料。本公司將於2011年11月30日(星期三)當日或該日前後寄發中期報告予股東，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

為確定符合資格收取中期股息及特別股息，本公司將於2011年12月12日(星期一)至2011年12月13日(星期二)期間(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續。為享有上述宣派之中期股息及特別股息，所有有效過戶文件連同有關股票必須於2011年12月9日(星期五)下午4時30分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28號金鐘匯中心26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
主席及行政總裁
郭少明

香港，2011年11月17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)

陸楷先生 (首席財務總監)

非執行董事

利陸雁群女士

陳偉成先生

獨立非執行董事

陳玉樹教授，*PhD*，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，金紫荊星章，太平紳士

紀文鳳小姐，銀紫荊星章，太平紳士