



本集團並沒有放慢其於香港市場之參與度，相反卻不斷推出

多個新業務策略，並且取得理想的成果。本集團尤其積極於多元化其業務範疇，以助推廣其著名的 ~H₂O+ 產品。例如本集團開設新水磨坊美容中心，專門提供大眾化及價格相宜的美容護理服務，以擴闊其水療美顏業務。



於最近數個月內，本集團已於香港開設五間水磨坊美容中心，以照顧大眾化市場的需求，並迅速建立一個強大的客戶群。

“ 集團一直積極發展中國這極富潛力的市場，

與此同時，並沒有放慢其於香港市場之參與度，

相反卻不斷推出多個新業務策略，

並且取得理想的成果。 ”

過去一年，本集團成功推出獨家的Citibank Oasis Visa Card，為其用戶提供一連串專享的美容優惠。這業務成果進一步肯定了本集團在港營商之穩健地位。花旗銀行一向都非常審慎地挑選其信用咭計劃之合作夥伴，而是次本集團被挑選為其信用咭合作夥伴，實是對本集團的雄厚實力作出一個非常有力的認證。Citibank Oasis Visa Card將會成為一個有效之推廣工具，透過為持咭人提供贈品及優惠之精明策略，鞏固客戶的忠誠及擴大本集團的市場層面。



~H₂O+零售業務

香港

本集團在香港之~H₂O+零售業務較去年遜色，~H₂O+產品銷售下跌26%。縱使經濟不景，但租金仍然高企，加上若干持續性的市場推廣開支，包括必須的電視宣傳、定期廣告及公關活動費用與去年相若，故本集團削減此等開支以彌補銷售下調現象的空間有限。然而，本集團會把握每一個可以減省成本之機會，並策劃一個全面的業務計劃以增加來年的盈利。

本集團之地區性擴充計劃所產生的額外必要開支亦為股東應佔溢利帶來壓力，此等開支包括於中國及台灣設立新行政辦事處及零售專門店之薪酬開支。本集團之擴充策略乃是一個周詳的計劃，並已開始顯示可為本集團帶來顯著的長期收益。然而，於過去短短數月內本集團仍難以避免地需投入初期擴充成本以促進日後的盈利增長。

儘管於過去十二個月來面對化妝品零售及美容市場的疲弱氣氛，本集團仍能於回顧期內錄得盈利，這足以反映本集團已採取了審慎的財務管理及對市場情況作出合適應變、並擁有穩健的財政狀況以及強大的客戶基礎。管理層深信以上因素使集團能果斷地應付現時市場上的各種挑戰，令本集團於走出經濟低迷時更為壯大。

業務多元化以求增長

本集團運用一系列多元化策略以應付不同的市場環境，務求開拓新收入來源。當中包括於~H₂O+零售專門店引入新的美容服務及推出多種日本健康飲品。與二零零一年本集團之相類收入約7,000,000港元比較，回顧年內本集團從此等收入取得約37,000,000港元，急速增長五倍。

台灣

穩步擴展

於年內，本集團透過增設三間位於台北的新零售專門店，鞏固其於台灣的市場地位。台灣市場對高檔的外國化妝及護膚品牌需求殷切，而市場上供應的外國品牌又較少，有利本集團之~H₂O+品牌系列吸引日益增加之忠誠及熱切的顧客。於回顧年內，本集團之銷售額攀升達74%。儘管台灣市場的邊際利潤較香港為低，台灣業務的增長令其於二零零一／二零零二年度的股東應佔溢利較去年增長58%。

中國

緊握蓬勃之商機

董事相信中國可為集團帶來新的重要商機，因此本集團採取積極的擴展策略開設二十三個零售點，大部份於二零零二年八月至九月間設立。國內城市居民對外國的高檔產品需求殷切，本集團相信這是適當的時機於中國設立強大的據點，故此，本集團年內共投入約7,000,000港元於初期廣告支出上，致力將~H₂O+品牌推介予具潛力的客戶，尤其是北京及上海等北部城市。於短短九個月內，本集團於國內迅速地共開設了二十三個零售點，相對香港以三年的時間審慎地開設了十七間專門店，充份反映國內的市場潛力。

本集團國內的業務自二零零二年四月起開始營運計算的首六個月，錄得8,000,000港元之虧損，主要是初期整固期所需的前期開支。此虧損乃屬正常及與本集團初期發展過程內預期及計劃相符。然而，於二零零二年十二月，即集團進軍中國市場後的九個月，國內的零售點已開始為本集團帶來盈利。作為一個進軍中國市場的新力軍，銷售初期未為中國市場熟悉的產品，有此成績實在令人鼓舞。與此同時，集團於中國的迅速擴張並未令銷售額造成攤薄，反映市場仍存有相當的增長空間。董事深信本集團於中國的表現十分理想，較其他進軍中國市場的同業表現出色。

本集團於中國市場只是取得初步成績，而其國內零售點的急速增長仍未及反映於本集團今年度的業績內。然而，各項指標顯示未來的前景璀璨，管理層深信本集團仍有龐大的市場發展機會。就短期而言，儘管~H₂O+產品的零售價因需求殷切而略高，中國業務的邊際利潤因受國內稅制影響而較香港的為低；但就長遠而言，隨著中國加入世貿而逐步調低關稅及稅項，中國業務的邊際利潤將有所改善。

水療美顏中心業務

水之屋

於回顧年內首六個月，本集團水之屋之業務受消費者繼香港若干水療美顏中心及健體中心倒閉而失去信心所影響。因此，集團於下半年內積極重建消費者的信心，向其保證水之屋的基本優勢不變。此策略令水之屋下半年的銷售額回升，得以於下半年轉虧為盈，錄得1,600,000港元之盈利，而全年則帶來1,400,000港元的盈利貢獻。

水磨坊

水磨坊標誌著本集團針對目前艱難的營商環境而作出審慎的業務發展計劃之一。水磨坊美容中心以使用~H₂O+的產品為主，為大眾化市場的消費者提供價格恰宜的美容服務。首五間於香港開設的美容中心，其規模只需較低的資本性投資。有見消費者初步反應良好，集團正審慎評估此新業務的表現及擴展的空間。儘管首間美容中心只是於二零零二年七月開設，惟水磨坊美容業務已成功於兩個月後，即九月份，錄得盈利。但這新業務的即時回報因受前期投資所影響，本集團於年內錄得約800,000港元的輕微虧損。然而，本集團對此新業務的發展十分樂觀，而所出現的盈利紀錄更反映水磨坊的策略是正確的，並可有助本集團長遠分散業務。

前景

董事相信面對目前艱難的經濟環境，本集團將積極開拓正在增長的市場及於香港作具效益之多元化發展。本集團在中國的新業務初期之成績已顯示此迅速開放的市場具有龐大的增長潛力。

因此，本集團計劃於中國繼續採取迅速及積極的擴展策略，並把零售點的數目由現時的二十三個增加至將到來之農曆新年時約三十個。這些零售點將位處黃金地段，並將受惠於本集團已廣泛進行之~H₂O+宣傳及市場推廣活動。與此同時，本集團正商討於國內多個城市發展特許經營計劃，把~H₂O+產品的分銷業務擴大。本集團將審慎挑選特許經營店的營運者，而集團在財務上亦可受惠於該等營運者需支付的加盟費。董事相信於中國市場進行密集式投資將為本集團帶來迅速的回報，並在中國新興富裕消費群的意識內穩固地建立~H₂O+的品牌，帶來長遠的銷售潛力。

至於香港方面，除核心的~H₂O+品牌業務外，水磨坊的成立將可於大眾化市場為本集團帶來穩定的營業額及盈利貢獻。本集團於護膚及美容市場領域均設有據點，有助鞏固香港市場的領導地位及帶來新的收入來源。

核心優勢

本集團的前景與其優勢緊緊相連，主要建基於穩健的財務狀況。憑藉無負債及持有89,000,000港元手頭現金的健康狀況，本集團有充裕的資源以應付日後的資金需要及擴展策略。此外，本集團更會維持審慎的財務方針，採取低風險的措施及避免投機性的投資。儘管本集團能對快速轉變的情況作迅速的回應，所有主要的投資決定必經過詳細的分析，其中例子為進軍中國這商機蓬勃的市場。

本集團採取積極的態度以面對經濟不穩的情況，並預期將實施數項措施，使來年的成本效益及盈利能力提升。收緊薪酬的開支為其中一項措施，再加上銷售點優化計劃，包括重新商討租金及調配銷售點位置使達至最高成本效益。此外，本集團將採取更具經濟效益的宣傳策略，充份利用店內的廣告及增加於本地雜誌的宣傳。Citibank Oasis Visa Card的推出，亦有助本集團更有效及經濟地增加知名度。

本集團能審慎及有效地對瞬息萬變的環境作出回應，令許多投資者對本集團長遠的前景充滿信心。於充滿挑戰的一年內，管理層仍可成功保持盈利，並適時地擴展及分散業務，為本集團未來年度的表現注入強心針。