

奧思集團有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)謹此公佈本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)截至二零零四年三月三十一日止六個月之未經審核綜合業績。本公司之審核委員會已審閱該等未經審核綜合業績。

隨著經濟環境自二零零三年九月的低潮復甦過來，本集團已成功地建立及鞏固其盈利能力。截至二零零四年三月三十一日止六個月，本集團的總營業額比去年同期增加10%；更較二零零三年下半年增長25%。於回顧期內，護膚品零售的經營溢利貢獻比去年同期更顯現超過120%的增長。

儘管於截至二零零四年三月三十一日止六個月內，本集團為其水療及美容業務引進了新的銷售點(「POS」)系統及會計方法，令有關業務於短期內之盈利錄得下跌；於回顧期內，本集團仍錄得營業額達182,000,000港元，股東應佔溢利達1,300,000港元。

在作出任何比較之前，我們須考慮過去十二個月內，市場所面對的嚴峻考驗及所帶來之影響。去年四月至九月期間，非典型肺炎肆虐帶來之負面影響，令眾多零售公司首當其衝，導致盈利大幅下滑，而本集團亦難以倖免。二零零三年四月至九月期間零售市場一片沉寂，相較這段期間之營業額及盈利，本集團截至二零零四年三月三十一日止的業績顯然錄得重大改善。隨著經濟已趨穩定，本集團之業績亦已重上強勁增長軌道。

業績明顯改善主要由於本集團所採取之策略，包括一直貫徹維持充裕現金流量、大力拓展中國業務及不斷研製切合不同市場需要的新產品。例如集團於國內的零售點數目自二零零三年三月以來增加了59%，而同時於香港的水磨坊美容中心數目亦較一年前倍增。由於國內的業務已可自負盈虧並有盈利貢獻，集團有

信心憑藉一系列針對國內市場的新發展計劃，將可進一步提升集團之收益。這些計劃包括把集團「水之屋」及「水磨坊」的成功模式引進中國市場，以及推出全新專為國內大眾化市場而設的第二條美容及護膚產品線。

股息

董事會建議派發截至二零零四年三月三十一日止六個月之中期股息每股0.5港仙（二零零三年：0.5港仙）。

業務回顧

~H₂O+ 零售業務

香港

經歷早前非典型肺炎的衝擊後，本集團於香港的零售業務在回顧期內的六個月已重拾正軌。儘管總營業額與去年同期相比少約5%，但本集團的業績自九月走出因非典型肺炎事件導致行業低潮以來已呈現穩健之增長。相比二零零三年度下半年，本集團之中期營業額更錄得24%之升幅。早在去年物業市場復甦前，本集團已與業主就香港的店舖重新商討租約安排，並達致理想的租金水平，有助進一步增強本集團之盈利能力。

此外，憑藉專注而有效的廣告策略（包括一系列路演及針對性的直接郵遞宣傳策略），本集團除成功吸引重點顧客外，亦同時減低廣告開支。有見市場十分支持本集團之產品多元化策略，因此本集團再下一城，於二零零四年四月下旬推出全新的~H₂O+「海•妝一色」化妝品系列。此新系列迅速被市場認同及廣受大眾歡迎。於今年稍後時間，本集團計劃推出更多其深受歡迎的「Oasis」系列新產品。

中國

於回顧期內，本集團繼續大力推行特許經營計劃，並於二零零三年十二月在國內夥拍5家特許經營商，於7個大城市開設8間特許經營店。自營點的數目亦增加至43個；與一年前比較，增幅達34%，令來自中國市場的收益倍增。本集團成功於短時間內擴展在國內的零售點，並採用一套具效率的方式鎖定高檔市場之零售商機，並迅速開展營運。此成果令集團拋離其他進軍國內市場的護膚及化妝品牌，成為業內翹楚。本集團持續於中國擴展多項業務，充份顯示其致力兌現於二零零二年上市時許下的發展承諾。

本集團於中國業務發展的另一個優勢就是已達致自負盈虧，本集團無須再注入額外的資金。由於集團一向審慎處理財務，所以對需要長時期投入大量資源的投資項目有所保留。舉進軍中國市場為例，集團成功以低成本開拓國內市場，並迅速發展至於營運開支上自負盈虧。因此集團於國內的零售點能迅即獲得理想的投資回報，並有盈利貢獻，充份顯示此市場未來增長潛力樂觀。

本集團一直積極於中國推廣其產品及服務，集中提升國內居民對水份護膚產品及其優點之認識。為能受惠於近期放寬國內居民來港旅遊之政策，本集團推出一系列創新跨境宣傳策略，吸引「自由行」的旅客到香港享用集團所提供之產品及服務。整體來說，本集團透過自營及特許經營模式擴展中國業務，成功於國內的廣告及分銷方面達至最佳的經濟效益。

台灣

至於台灣市場，本集團繼續經營15個零售點，業績自去年九月錄得強勁復甦。儘管於回顧期內零售點的數目維持不變，但本集團的綜合營業額相較二零零三年度下半年大幅攀升接近48%，其盈利貢獻亦較去年同期上升29%。

新加坡

為實現市場多元化這目標，本集團於新加坡的首個零售點於二零零四年三月下旬正式開幕。

水療美顏中心及美容業務

本集團的服務業務，包括水之屋及水磨坊美容中心在面對去年的挑戰時，亦與零售業務般表現出復甦能力。營業額較去年同期錄得約6%之增長。年來，本集團於香港增設多兩間水磨坊美容中心，令水磨坊美容中心的數目由一年前的6間倍增至二零零四年三月三十一日的12間。由於美容服務之邊際利潤較高，故此本集團進一步專注於發展此項業務，務求締造更佳盈利回報。

本集團的服務業務有多項新發展，使能更有效地控制營運及提升效率。在本集團初開展水療美顏中心及美容業務時，並未有為其美容療程套票註明有效期限，冀藉此零活性作為有效的市場推廣工具。至於會計入賬方面，本集團以往採用統計性預測基準以計算收益，合理地反映客戶之美容服務使用量。隨著水療美顏中心及美容業務日漸成熟並蓬勃發展，集團決定由二零零三年十月起採用行內常用的營運方式，把所有美容療程套票標明有效日期。與此同時，本集團引入了新的銷售點（「POS」）系統，以實用實銷方式紀錄收益，以取代過往所使用的統計性預測方式。

這兩項轉變使本集團於回顧期內來自水療美顏中心及美容業務的利潤於賬面上受到短暫影響，然而這影響大部份是一次性的。本集團於期內為美容療程訂明有效日期及以實用實銷系統取替統計性預測方式，無可避免地令水療美顏中心及美容業務錄得短期盈利下跌，影響約達4,000,000港元。然而，這下跌並不代表顧客的使用量減少或消費模式轉變，相反，本集團預計下半年度的盈利將會有所增長。憑藉成功的品牌信譽，這些服務將可繼續吸引優質客戶及大大提升本集團之盈利能力。

新的銷售點系統亦同時令顧客受惠。系統詳盡地記錄顧客每次光顧的資料及所享用之服務，操作簡便。當客戶數目日漸增加，新的軟件可使集團更容易地應付及處理增加了的交易量。

展望

經歷二零零三年的考驗後，本集團首半年的業績表現錄得明顯改善。透過審慎控制開支、多元化策略及維持謹慎財政體制，本集團能迅速及積極地應付近年的市場壓力。與此同時，本集團亦致力發展其相信擁有強勁潛力之新商機，其於國內的業務進展順利，並迅速發展，於早期已錄得理想成績。謹慎作風加上對潛在商機的敏銳觸角，將繼續成為本集團的營運特色。舉例來說，本集團將繼續調整-H₂O+於香港的零售網絡，當中可能包括將成本效益較低的零售點遷移到人流較高的地區。

於回顧期內，本集團繼續致力實踐拓展中國市場的承諾，令集團於過去十二個月內的零售點目迅速增加。透過審慎而迅速及有效率的策略發展中國市場，本集團旨在捷足先登於此擁有強勁潛力的市場，建立穩固的據點，而未來亦將繼續積極透過專注自營及特許經營方式，於國內建立更穩固的市場據點。另一方

面，為能替顧客同時提供美容服務，本集團計劃於二零零四年十月將其中一間位於北京的主要零售店遷往更大的店址。這將會是本集團首間在國內的美容服務中心。其他拓展計劃包括正在籌劃有關開拓國內美容服務，其中以中外合資方式開設水療美顏中心的計劃已到達規劃階段。本集團期望此水療美顏中心可於二零零四年第四季投入服務。此外，本集團於中國大部份的發展計劃支援將會由現有業務提供，無需動用集團現有的資源。

於另一層面，鑑於新加坡市場對本集團的加入反應非常理想，因此本集團將積極開拓此新市場，並期望於二零零四年底在新加坡增設兩個~H₂O+零售點。

本集團現正考慮按「更緊密經貿關係安排」申請零售牌照所帶來之好處。現時本集團可以利用中國零售點本身的牌照出售產品，但預料按「更緊密經貿關係安排」下申請零售牌照將可為本集團於中國的中線發展帶來優勢。

至於產品及服務方面，多元化策略仍是未來發展重點。本集團正不斷針對市場需要發展自我研發產品，並已有數項新產品正待美國H₂O Plus L.P.批核。此外，本集團有計劃於中國推出成本較低，適合普羅大眾，屬~H₂O+旗下的第二條產品線，預計這專為中國市場而設的產品線將吸引不同層面的新客戶。由於此新產品線是針對量產型市場而設計，預期本集團的營業額將可顯著增加。此外，由於分銷的費用將十分有限，故將可有助提升邊際利潤。隨著香港的經濟環境不斷改善，加上中國的消費者購買力依然強勁，本集團有信心業務將可持續改善，為投資者及股東帶來穩健的回報。