

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」)截至二零零五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。

## 股息

董事會建議派發截至二零零五年三月三十一日止六個月之中期股息每股1.0港仙(二零零四年：每股0.5港仙)及特別股息每股2.5港仙(二零零四年：無)。

## [業務回顧]

於回顧期內六個月間，集團持續進行多元化發展，當中較重要的兩個成就包括設立奧思國際美容專業學院及持續擴展中國零售點。此外，集團亦著重維持零售及水療美容業務的增長勢頭，而此兩項業務亦於回顧期內表現良好並錄得可觀盈利。集團預期年內的整體利潤將大幅增加，部分乃由於其物業投資組合升值所致。

### ~H<sub>2</sub>O+ 零售業務

#### 中國

集團的中國業務持續穩步增長，中國市場佔本集團整體銷售的比重亦不斷增加，源自此市場的銷售貢獻較去年同期增加了超過20%。此乃由於集團繼續在中國透過自營方式及特許經營開設零售點，務求達致預期目標數目所致。

目前，集團於中國設有54間自營店，去年則有51間，並正向年底共開設60間自營店的目標邁進。至於特許經營店方面，集團目前共有36間特許經營店，去年則有24間，而其數目更將會不斷上升，預期年底前將有共70間特許經營店。整體而言，集團已於中國多個城市經營90間零售點，並計劃於年底前增加至130間。有見奧思的產品廣受中國市場歡迎，故集團大幅增加零售點數目，此舉能為集團整體的中國業務迅速帶來盈利貢獻。

## 香港

至於香港的傳統零售業務，集團一方面積極增加收入來源，另一方面則致力減省成本。就後者而言，集團致力為減省香港零售店的舖租成本而努力。於過去兩年（於非典型肺炎疫潮減退期間），集團一直享有理想的租金水平，然而隨著香港的店舖將於二零零五年底重新商討租約安排，預期成本將會有所上升。藉其對香港物業市場週期的熟悉，本集團於二零零四年物業價格相對較低時購入了位於銅鑼灣的零售物業以對衝其租金風險。該等物業目前現已租出，集團正考慮於本年度較後的時間出售此項投資物業，穩賺合共30,000,000港元。集團預期此項策略性物業投資的回報將可抵銷上升的租金開支。

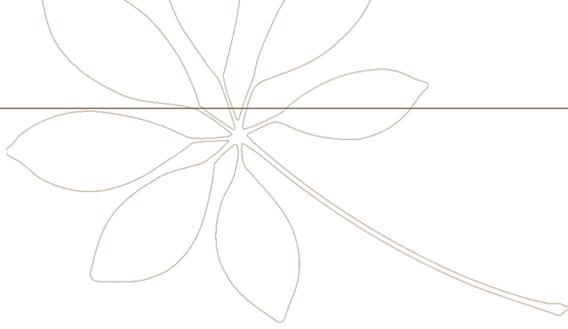
此外，為盡量擴大收入來源，集團亦對其香港零售網絡進行調整。於回顧期內，集團關閉表現未如理想的零售點或將此等店舖遷往其他人流較高而租金較低的策略性地點。預期集團未來將會繼續對其零售點網絡作出適當調整，並會持續評估租金風險，藉此監察其零售業務於這穩健及成熟的香港市場之效益。

## 台灣、新加坡

集團於台灣市場的業務維持平穩，而其於台灣市場的覆蓋率因已達致理想水平，故對市場擴展持審慎態度。於上半年度，台灣市場的利潤錄得歷史新高，證實上述策略奏效。另一方面，儘管新加坡市場對集團而言是一個相對較新的市場，於回顧期內來自此市場的收益仍能達致穩健的現金流量收支平衡狀況。集團更計劃於二零零五年第三季於新加坡開設第四間零售點。

## 水療美顏中心及美容業務

本集團當初擴展至水療美顏中心及美容業務，主要是由於此項業務擁有較高的邊際利潤。儘管過去數年若干外在經濟環境令市場出現少許波動，此項業務仍為集團帶來有利的價值。源自此項業務的銷售比重持續增長，其於回顧期內佔集團總銷售額27%，較去年上升近三個百分點。水療美顏中心及美容業務之成功，使若干零售點需要進行擴充，以應付客戶不斷上升的需求。例如，本集團已租用額外



地方以擴充九龍灣水磨坊美容中心，並計劃擴充位於荃灣的水磨坊美容中心。此外，本集團正積極透過進一步擴闊美容服務以擴大客戶基礎。於二零零五年中，集團將推出「水纖屋」美容中心，以針對介乎現有水之屋及水磨坊之間的女性客戶群。

### 奧思國際美容專業學院

本集團於去年開始計劃開設護膚及美容學校，為本身的零售、美容及水療業務培訓可靠及優秀專才的同時，亦擴闊集團的收入來源。此項名為「奧思國際美容專業學院」的新業務如期於三月投入運作，並成功吸引首批學員報讀。如過往所述，集團一開始便以審慎的態度發展此項新業務，投入的資金相對較少。此審慎的策略，再加上學員反應熱烈，報名人數眾多，為集團帶來即時的可觀回報。經過首月的營運，奧思國際美容專業學院已迅速達致現金流量收支平衡，成為集團一項紀錄。

### 展望

#### 中國業務的未來發展

如前所述，本集團的中國業務繼續於期內迅速發展，正向於年底前開設60間自營店及70間特許經營店的目標進發。除此之外，本集團洞悉中國城市地區對水療及美顏服務的需求殷切，當地針對低檔次市場的水療連鎖店亦取得空前成功，本集團相信，憑藉其於水療及美容業及於中國營商的豐富經驗，將可有助其成功進軍此業務範疇。本集團無意與當地針對大眾化市場的現有水療連鎖店作直接競爭，反之，其水療美顏中心將針對主要城市較富裕的客戶，旨在建立高檔次的品牌信譽。

本集團現正開始與國內一主要城市的中國夥伴就於中國開設首間奧思水療美顏中心進行磋商。根據有關安排，潛在的中國夥伴將擁有該中心及負責提供資金，而本集團則負責管理及經營有關業務，從而賺取管理費用。本集團認為此項業務發展將為集團於中國經營及發展水療業務帶來寶貴良機。本集團將善用於香港累積的經驗，同時因應中國市場的獨特需要，在鎖定最佳經營方案後，將進一步擴大



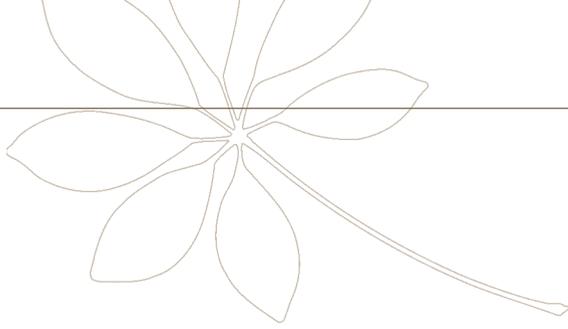
其水療及美容業務網絡。作為進軍此市場的第一步，本集團相信透過與中國企業合作，將可以較低的風險進軍這具龐大潛力的新市場，除若干輕便的設備外，本集團毋須為此新業務作重大投資。預期首間奧思水療美容中心將可於二零零五年底投入服務。

本集團現正於中國申請自有的零售牌照，預期將於年底前完成所有程序。以往本集團透過充分利用銷售其產品零售商的零售牌照，得以在中國有效率地經營業務。然而，擁有自有的零售牌照可為本集團帶來更多好處，例如，本集團可開設及經營自有的獨立零售店而毋須依賴百貨店。預期獨立零售店的模式將會大行其道，成為中國購物新趨勢。此外，本集團亦可藉此零售牌照經營其自有的水療美顏中心，在目前的業務聯盟經營以外擴展其業務及作多元化發展。此外，成功申請零售牌照亦有助增強其與內地百貨店進行磋商時的議價能力，從而於競爭激烈的護膚及美顏產品市場建立良好聲譽及行業地位。

#### 與H<sub>2</sub>O Plus, L.P.合作開設第二條產品線

本集團現正就開發及推出第二條護膚產品線與美國H<sub>2</sub>O Plus, L.P.進行初步磋商。此新產品線旨在擴大本集團的產品組合，並吸引香港及中國不同層面的新客戶。新產品線將包含約20種產品，由H<sub>2</sub>O Plus, L.P.及奧思共同擁有。H<sub>2</sub>O Plus, L.P.將負責開發、制定配方及測試工作；而本集團將負責市場推廣及分銷。雙方已就基本的條件完成商討，現正為進一步達成正式協議而努力。

本集團正籌劃新產品線的名稱及品牌形象，預期產品的平均價格將介乎現有~H<sub>2</sub>O+產品價格範圍的三分之一及二分之一之間。本集團相信有關定價將可吸引一批龐大的潛在客戶，尤是對價格非常敏感的中國客戶。此外，由於全線的新產品將於美國生產，就中國市場而言乃名符其實的「外國貨」，標誌著優質產品，定能帶來殷切市場需求。



本集團預期第二條產品線的產品將可於二零零六年第一季開始於香港面世，並待繁複的產品註冊程序完成後於中國市場推出。在香港市場方面，產品將於百貨公司及特定專門店銷售。此新產品線除反映本集團審慎的多元化發展策略外，更帶來另一重大優勢。以中國市場為例，經營額外品牌將令本集團由單一品牌分銷商晉身為多元化品牌經營商，此舉將有助加強本集團於百貨公司的曝光率及知名度，以及增強其議價能力。

### 代理新品牌

以往曾有分析員表示，本集團因主要代理~H<sub>2</sub>O+產品而局限其發展。惟本集團積極分散業務，擴展至水療及美容業務，並開設奧思國際美容專業學院等，這些多元化的發展已否定有關評價。作為本集團另一多元化發展，目前集團正與H<sub>2</sub>O Plus, L.P.就代理另一護膚或化妝品牌進行磋商，以分銷一個不論在賣點及目標市場均與現有產品截然不同的品牌，從而進一步擴展業務。本集團正研究有關計劃的可行性，手頭上亦有多個品牌選擇。整體而言，本集團傾向選擇價格較相宜的品牌以開拓大眾化的市場。

本集團於本財政年度上半年正密鑼緊鼓，構思多項計劃及不斷進行磋商，為未來發展積極部署。本集團在中國零售市場已站穩陣腳，並準備就緒開拓當地的水療美顏市場，並積極籌劃第二條~H<sub>2</sub>O+產品線及代理一個全新品牌，標誌著本集團審慎擴充業務的決心及對大眾化市場的關注。預期這些新發展將可為集團，尤其是在中國市場，帶來理想回報。儘管這些策略仍在計劃當中，本集團深信它們將可迅速帶來回報，並為投資者帶來穩健的收益。

