



莎莎公布 2017/18 年度全年业绩

* * *

受惠于本地消费及内地旅客大增 溢利增长 34.7%至 4 亿 4,010 万港元

业绩亮点

- 集团持续经营业务的营业额上升 6.2%至 80 亿 1,760 万港元。
- 集团年内溢利为 4 亿 4,010 万港元，同比增长 34.7%。
- 在本地消费持续复苏及内地访港旅客强劲增长的带动下，港澳地区的零售及批发业务销售额上升 7.9%至 67 亿 6,160 万港元，同店销售增长为 3.9%。
- 持续经营业务之店铺数目由去年的 263 间增至 265 间。
- 每股基本盈利为 14.6 港仙（2017 年：11.2 港仙）。
- 建议末期股息为每股 11.0 港仙(2017 年：8.0 港仙)，以及特别股息为每股 3.0 港仙 (2017 年：无)，以庆祝集团成立 40 周年。全年股息合共每股 17.5 港仙 (2017：17.0 港仙)。

（2018年6月21日 – 香港）– 莎莎国际控股有限公司（「莎莎」或「集团」；股份代号：0178），今天公布其截至2018年3月31日止年度（「财政年度」）之全年业绩。

本地消费持续复苏及内地访港旅客强劲增长，尤其在第四季强劲业绩带动下，集团持续经营业务的营业额按年增长 6.2%至 80 亿 1,760 万港元。集团港澳地区的零售及批发业务销售额由去年的 62 亿 6,650 万港元上升 7.9%至 67 亿 6,160 万港元。计及已终止的台湾经营业务所产生的 2,510 万港元净亏损，集团年内的溢利为 4 亿 4,010 万港元，较上一财政年度录得的 3 亿 2,670 万港元，上升 34.7%。截至 2018 年 3 月 31 日，集团持续经营业务之店铺数目由去年的 263 间增加至 265 间，「莎莎」店铺净增加三间及单一品牌专柜净减少一间。

每股基本盈利为 14.6 港仙（2017 年：11.2 港仙）。董事会建议末期股息为每股 11.0 港仙(2017 年：8.0 港仙)，以及特别股息为每股 3.0 港仙 (2017 年：无)，以庆祝集团成立 40 周年，以现金方式支付并提供以股代息选择。全年股息合共每股 17.5 港仙 (2017：17.0 港仙)。

零售及批发业务

集团于港澳地区的零售销售额增长 7.9%，同店销售则上升 3.9%，而本地顾客及中国内地旅客的交易宗数分别上升 3.3%及 4.6%。自去年 10 月集团搬迁香港的仓库，并进行整合后，集团的业务增长势头持续至本财政年度末，下半年的零售营业额增幅明显扩大至 13.0%，当中第四季度的增长是全年最快，达 18.6%。美元疲弱而人民币强势，提高了内地居民外游及增加其消费意欲。本地及亚太区经济市道转好，加上就业情况理想，令楼市及股市畅旺，均对零售业带来支持，因而带动集团销售增长。港澳地区每宗平均销售金额全年录得 4.1%增幅，显示顾客之购买力有所提升。

年内，集团加快推出新产品，以丰富产品组合，迎合市场需求，同时在销售增长与毛利率之间取得更好的平衡。接近下半年末期，集团推出多款高销量的潮流产品，成功推动业务增长。因此，虽然下半年的毛利率微跌0.4个百分点，但毛利同期录得11.8%的增幅。

中国内地业务方面，集团整体营业额按当地货币计算增长5.0%至2亿9,870万港元，而同店销售按当地货币计算则增长5.1%。由于成本控制更见成效及店铺贡献上升，集团于这市场的亏损收窄至1,020万港元。营业额增长的原因，主要是当地管理团队已经稳定，提高了营运效率和功能。透过专注优化物流和仓库营运，并采取新营运措施，由香港进口货物至中国内地的时间较去年缩短接近50%，有助降低库存量、改善仓库营运及提升效率，物流成本按年减少35%。

电子商贸方面，营业额为3亿8,330万港元。集团策略性地于2017年4月1日起提高免运费服务的门槛，导致销售额较去年同期录得在计算内的短暂跌幅。2018年1月起，集团与新的第三方仓库服务供货商合作，大大改善了订单处理时间及成本。在2017年底，集团推出全新手机应用程序，透过优化其稳定性及功能，改善网上订单的情况。集团继续与内地知名电子商贸平台如天猫国际及京东全球合作，以扩阔顾客层及推动销售。

海外市场方面，集团于**新加坡**及**马来西亚**的营业额分别为2亿1,150万港元及3亿6,250万港元，按当地货币计算较去年同期分别上升1.9%及6.1%。2018年2月，集团宣布果断地结束台湾地区录得亏损的零售店铺，以集中资源提升中国内地、香港及澳门、新加坡及马来西亚，以及电子商贸的营运表现。

展望及策略

港澳零售市场呈现明显的复苏迹象，经济环境理想、就业率高、地产及股票市场稳定、本地消费者消费意欲增强，均带动强劲增长。

集团对香港及澳门旅游及零售市场因「大珠江三角洲」计划所提供的机遇持乐观态度，特别是由于这些措施将分阶段推出，集团能在不同时间充份地利用机遇。在区内的9个内地城市中，集团已于其中7个城市营运共13家分店(于2018年3月31日)。集团计划于2018/19财年内开设约4家新店，初步确定选址于东莞、珠海及江门，进一步把握大湾区带来的机遇。

为紧贴「新零售」的发展趋势，集团开始将香港、澳门及中国内地实体店的客户数据与莎莎网进行整合。这策略能助集团深入了解顾客的购物模式，并利用在线上线下资源进行相应的跨平台推广活动。集团将推出新的「电子商贸系统」及改善销售点系统，为今后的发展提供强大而灵活的基础。上述信息科技及数码层面的改进将改善顾客体验和整体效率、优化物流流程、降低营运成本，并加快推出新产品的速度。

集团主席及行政总裁郭少明博士，*银紫荆星章*，*太平绅士*总结：「在把握正在复苏之港澳核心市场机会之际，集团同时积极提升电子商贸的竞争能力，并迎合整个大湾区的蓬勃发展，在中国内地市场业务上有所进展。迈向『新零售』时代，集团将继续制定策略，迎合不断转变的消费者行为、喜好和期望，集团周详的策略和富前瞻性的思维将继续巩固莎莎于亚太地区美容产品零售界之领导地位。」