



作為亞洲領先的美粧及個人護理零售商，莎莎堅持「以人為本」，善用數碼化為新零售帶來的機遇，更有效分析顧客的喜好及市場變化，搜羅全球最優質的潮流產品，與品牌及供應商合作，打造強大的獨家品牌陣容，再配合具備專業知識及服務的美容顧問，透過線上線下融合(OMO)的銷售網絡，為顧客提供最貼心的服務和產品選擇，「締造美麗人生」。

公司企業文化的核心是「一致」—在營運、顧客服務、品牌合作及培育等方面，皆以一致的方式管理。而為了實現可持續發展，集團將環境、社會及管治的考慮因素和目標融入各項業務管理，致力實現可持續發展業務，維持理想的盈利能力，詳情請參閱第15份環境、社會及管治報告。

莎莎「締造美麗人生」的三大發展策略



以人為本

透過數碼化，更好地分析及了解市場和消費者的喜好變化，精準打造最匹配的「品牌」和「渠道」組合，配合專業的美容顧問團隊，提供優質的購物體驗。



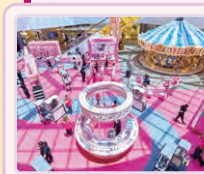
Sasa



Sasa



締造可持續的美麗人生



搜羅全球最優質的潮流產品

透過物色、培育具潛力的品牌，及與潮流品牌持有人及供應商建立緊密的合作關係，打造具吸引力的皇牌產品。



線上線下融合的全渠道購物旅程

因應不同地區的消費習慣，建立具經濟效益的銷售網絡，透過密切、多元的互動，提升顧客與會員的活躍度及回購率。



數碼化管理，提升決策力及營運效益



新一代顧客關係管理 (CRM)，打造貼心服務：

統一港澳、中國內地及東南亞地區的莎莎顧客關係管理機制，並優化會員招募和註冊程序，提升顧客購物體驗。集團希望透過加強顧客評論等不同的互動功能，在不同渠道宣傳及提供個性化增值服務，如皮膚測試、就粧容或護膚提供配對建議，讓顧客更全面認識產品的功效。集團亦計劃引入嶄新技術工具，了解顧客消費習慣和喜好，增加顧客的購物樂趣。

我們提升技術能力，加強與不同第三方平台、支付系統及送貨服務供應商等的合作，提供更多元化的購物及取貨方式。

集中管理營運數據，提升決策的準繩度及應變力：

從集團層面，中央化管理營運數據(財務及非財務)，通過更全面、以數據為基礎的管理模式，更有效監察業務表現，以便在日常營運作出更快、更準的決定，改善各部門之間的協作，定下更明確的業務目標。

專注人才培育發展，建立公司、員工雙向互動：

我們希望為員工建立溫暖及歡樂的大家庭，通過公司與員工的雙向互動，多角度了解消費趨勢和變化。同時，集團持續優化培訓模式，結合人工智能技術，增值員工技能，迎合市場走勢，並鼓勵他們繼續探索，積極發揮所長，「樂在莎莎」。

正版潮流美粧產品的購物首選



莎莎從全球搜羅最優質的品牌及正貨產品，滿足各種美容需求，並向所有線上線下顧客提供30天購物保證，令莎莎在近半世紀以來，建立了極高的可信度和品牌美譽。集團持續優化旗下的品牌種類及庫存管理，利用經驗豐富的採購團隊和數據分析系統，並與品牌及供應商攜手創造「協同效應」，因應顧客的消費喜好變化，打造具吸引力的品牌(尤其是獨家品牌)陣容，以吸引新顧客及提高會員回購率。



超過連續20年參與香港特別行政區政府知識產權署「正版正貨」計劃



榮獲香港旅遊發展局「優質旅遊服務」計劃認可



榮獲香港優質標誌局「香港Q 嘜優質服務」認可



所有莎莎顧客不論在線上或線下購物均享有30天購物保證

我們的多元化產品組合涵蓋不同價位，滿足不同顧客的需求。截至2026年3月31日，集團提供：

Sasa

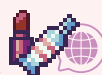


逾9,000種產品

產品價位分佈廣闊
1港元 - 7,000港元



逾650個
國際美粧品牌



逾130個
獨家代理品牌

貨源種類



獨家代理



本地供應



平行進口



集團熱賣獨家品牌



美粧品牌
「Cyber Colors」



美粧品牌
「dasique」



護膚品牌
「Suisse Programme」



香水品牌
「TOUS」



香水品牌
「CR7」

體驗式的購物旅程

我們利用新零售帶來的機遇，結合莎莎的優勢，加強投資及管理集團於各地區的線上及線下店舖，以及銷售網絡。集團將善用不同熱門社交平台的優勢，例如透過直播，以及利用網店的「無限貨架」和全天候營運模式，彌補線下營運的限制，滿足各種顧客需求；同時，我們亦密切留意消費潮流趨勢，不斷嘗試、開發及審視各線上營運模式的可行性和效益，建立最符合顧客及市場需要的購物體驗旅程。

集團深信零售不是單純的「買與賣」，而是為顧客帶來一場貼心的互動體驗，讓他們能樂在莎莎。集團迎合年輕族群的消費喜好，引入富趣味的IP美粧產品，包括盲盒系列的產品，並與多個品牌方合作舉辦不同的路演活動，以及與贊助著名歌手演唱會，鼓勵顧客消費以參加演唱會門票抽獎和不同的特色體驗，為顧客帶來遠超於產品價值的獨特體驗，將線上線下的流量轉化變現。

集團最新品牌路演活動



於巴士站宣傳莎莎一站式面膜專家



莎莎於馬來西亞的2025 Beauty Bash美容盛會

引入富趣味的潮流美粧體驗，輔以全渠道的宣傳，將顧客引流至實體店，累積顧客的轉發、好評



Suisse Programme 30週年電車宣傳活動



位於禮頓中心店的K-beauty快閃店



K-beauty化妝班

線上社交平台

我們利用多個社交平台與顧客保持聯繫，分享公司、品牌、產品、商店和不同渠道的最新信息。



集團熱賣獨家品牌



護膚



香水



化粧品



個人護理

美肌養顏



美容儀器(非獨家)

