



## 莎莎公佈 2025/26 年度全年業績

\* \* \*

集團年內盈利按年大增 **160.5%**

\* \* \*

- 全年股息總額每股 **6.45 港仙**，派息率 **100%**，全數回饋股東
- 港澳業務指標全線增長，同店銷售按年上升 **18.9%**
- 中國內地持續經營業務轉虧為盈
- 線上平台盈利能力持續提升
- 新財年業務增速持續，港澳上半財年擬開六至七間新店

### 業績重點

財務重點   財政年度	2025/26	2024/25	按年變化 (%)
<b>持續經營業務 (百萬港元)</b>			
營業額	<b>4,382.6</b>	3,839.1	+14.2%
毛利	<b>1,674.6</b>	1,516.0	+10.5%
毛利率 (%)	<b>38.2</b>	39.5	-1.3 個百分點
年內集團盈利*	<b>200.5</b>	77.0	+160.5%
每股基本盈利 (港仙)	<b>6.5</b>	2.5	+4.0
每股末期股息 (港仙)	<b>3.4</b>	1.7	+1.7
每股末期特別股息 (港仙)	<b>1.9</b>	-	+1.9

\* 包括已中止的中國內地線下業務

- 各地區營運效益持續改善，年內集團盈利按年升 **160.5%**：集團在香港及澳門（「港澳」）業務穩健增長的基礎下，關閉中國內地實體店，令當地線上業務的盈利得以釋放。年內集團盈利按年升 **160.5%**，至 **200.5 百萬港元**。
- 集團營業額及毛利顯著提升：集團總營業額按年上升 **14.2%**至 **4,382.6 百萬港元**，毛利亦按年升 **10.5%**至 **1,674.6 百萬港元**，符合集團本財年年初起訂下的戰略目標。
- 港澳核心市場全面增長：港澳營業額、同店銷售、交易宗數、每宗交易平均金額及每宗交易貨品件數均錄得按年升幅。集團在第一季度保持強勁增長，且增長加快，並將繼續拓展店舖網絡，預計新財年上半年港澳開設六至七間新店，應付市場需求。
- 莎莎基本面全面重整優化，新財年繼續報捷，集團第一季截至 **6 月 21 日營業額按年上升 24.0%**至 **1,073.4 百萬港元**，其中港澳營業額按年大幅增長 **30.1%**至 **872.1 百萬港元**。
- 建議派發末期股息及末期特別股息：董事會建議派發每股 **3.4 港仙**的本財政年度末期股息，及每股 **1.9 港仙**的末期特別股息；連同中期已派發的股息 **1.15 港仙**，全年共派發每股 **6.45 港仙**，相等於年內集團盈利的約 **100.0%**。

(2026年6月25日 – 香港) 莎莎國際控股有限公司 (「莎莎」或「集團」; 股份代號: 0178) 公佈截至2026年3月31日止年度 (「本財政年度」或「年內」) 之全年業績。

本財政年度, 集團憑藉明確的策略和高效的執行力, 將市場機遇化為實質增長成果。集團著力加強管理產品組合, 提升各地區的營運效益, 收入、盈利雙雙獲得提升。集團總營業額按年上升**14.2%**至**4,382.6**百萬港元, 毛利亦按年增長**10.5%**至**1,674.6**百萬港元, 與集團管理層在上一個財政年度訂下「提升銷售額及毛利額」的方向一致。

為了迎合消費者的購物模式, 集團在本財政年度加快引入潮流產品, 雖然令毛利率短期受壓, 毛利率較去年下降**1.3**個百分點至**38.2%**。但此策略有效刺激業務表現, 加上中國內地及東南亞的營運效益提升, 令集團年內盈利大幅增長**160.5%**至**200.5**百萬港元, 其中港澳盈利更按年大增**62.7%**。銷售及分銷成本和行政費用的營業額佔比, 分別由**30.8%**及**5.3%**下降至**28.7%**及**4.5%**, 反映集團成本管控取得成效。

集團的每股基本盈利為**6.5**港仙 (去年同期: **2.5**港仙)。董事會建議派發每股**3.4**港仙的本財政年度末期股息, 及每股**1.9**港仙的末期特別股息; 連同中期已派發的股息**1.15**港仙, 全年共派發每股**6.45**港仙, 相等於年內集團盈利的約**100.0%**。

年內, 集團財務狀況穩健, 總現金及銀行結存為**504.8**百萬港元, 按年上升**36.0%**, 顯示集團的營運效益提升, 並有充裕現金應付業務所需。扣除租賃負債和應付利息的經營業務產生之淨現金為**267.3**百萬港元。於2026年3月31日, 集團在各地區共經營**160**間線下店舖。

## 業務回顧

### 1. 線下業務

#### 港澳地區各項業務指標全線增長

香港及澳門市場為集團收入最大貢獻地區。集團配合當地節慶和多項大型活動, 與不同品牌合作聯乘, 於線上線下融合 (OMO) 渠道推出購物優惠及推廣。隨著多項刺激經濟及旅遊的措施陸續推出, 港澳的旅客量增加, 進一步帶動旅遊區店舖的銷情。港澳整體線下銷售中, 有**54.1%**是來自旅客較去年同期增長**6.5**個百分點, 反映旅遊業穩步復甦。

本財政年度, 集團的核心市場港澳地區營業額錄得**3,490.4**百萬港元, 按年上升**16.7%**; 線下營業額錄得**3,250.9**百萬港元, 按年上升**16.4%**, 而VIP會員貢獻線下銷售的**53.5%**。年內, 港澳的同店銷售、每宗交易平均金額、總交易宗數及每宗交易的貨品件數, 均錄得按年增長, 其中同店銷售較去年同期上升**18.9%**, 帶動該地區的盈利錄得**209.2**百萬港元, 按年上升**62.7%**。

年內, 莎莎繼續發揮「第一手美粧資訊平台」的優勢, 透過引入具話題性及粉絲基礎的潮流產品, 激發顧客的消費及收藏意欲; 同時, 集團在不同平台加強宣傳莎莎「正版正貨」的購物保證, 並推出快閃優惠和推廣, 成功吸引目標客群, 並轉化為實際銷售收益。集團借助潮流效應進行全渠道推廣, 進一步拉近與年輕消費群的距離, 將品牌滲透至新一代顧客群。

截至2026年3月31日, 集團在港澳共營運**85**間店舖。集團將會繼續拓展香港的店舖網絡, 以滿足消費需求, 並會不時檢視市場情況, 在符合經濟效益的前提下, 靈活調配店舖組合。

## **東南亞營運效益提升，營業額按年增長16.0%**

東南亞市場的營業額錄得 486.7 百萬港元，按年上升 16.0%；其中，線下銷售額為 362.3 百萬港元，按年上升 9.3%。由於馬來西亞政府宣佈擴展銷售及服務稅的覆蓋範圍，令當地生活成本進一步上漲，影響居民的消費意欲。集團在本財政年度的下半年，進一步投放更多時間及資源，檢視和調整當地的部署，以提升莎莎的競爭力，包括優化當地店舖和部門的營運效益，令東南亞的線下銷售和同店銷售得到改善。年內，集團引入更多潮流熱賣的貨品到東南亞市場，提升店舖人流以及競爭力，並加強集團的資源共用，提升協同效應。於 2026 年 3 月 31 日，集團在東南亞（馬來西亞及新加坡）共開設 75 間店舖。

## **2. 線上業務**

線上業務方面，年內，集團線上銷售按年上升 7.6% 至 769.4 百萬港元，主要因為線上平台的貨品供應鏈穩定性有所改善，帶動平台提升效益，線上業務的盈利能力持續提升。線上業務佔集團總營業額的 17.6%。

### **中國內地持續經營業務轉虧為盈，盈利能力顯著提升**

由於中國內地零售市場以線上為主，集團已在 2025 年 6 月 30 日前關閉所有線下店舖，集中資源專注發展線上業務。年內，集團在該地區線上持續經營業務錄得 395.3 百萬港元，按年下跌 5.4%，但業務成功轉虧為盈，盈利能力有所提升，再次確定集團以盈利為長期可持續發展的戰略方向。集團自有的微信小程序每月活躍用戶數量（MAU）較去年同期增長了 44.0%。集團將會視乎線上平台的營運情況，移除表現不符合預期的線上平台，以提升線上業務的盈利能力。

### **其他地區線上業務穩健發展，線上流量帶動線下銷售**

其他地區的線上業務亦保持穩健發展。本財政年度，港澳線上營業額錄得 239.5 百萬港元，按年上升 20.0%，升幅主要來自莎莎的自家官方網站及 APP。集團總線上銷售額中，31.1% 來自港澳地區，VIP 會員貢獻當中約 51%。集團在當地主要的第三方平台設立線上業務，並透過不同的社交平台提供購物資訊及限時優惠，也透過與顧客的互動交流，讓集團能調整採購及推廣策略，將流量轉化為訂單，令銷售額及訂單也錄得理想的升幅。

集團在東南亞的線上營業額錄得 124.4 百萬港元，按年上升 41.3%，主要由於集團在東南亞的現有及新開展的線上業務發展理想。

## **展望及策略**

展望未來，盛事經濟深化拓展及利好簽證政策效益釋放，將持續為旅遊和零售行業注入增長動力。本港樓市回升，股市暢旺及新股市場活躍所產生的財富效應，有助提振消費信心。同時，中國內地經濟穩健向好，人民幣走強帶動中國內地旅客的境外消費意願與實質購買力同步提升，將進一步推動港澳零售市場需求。

集團將維持審慎、靈活的方式，提升集團在市場的競爭優勢，在追求銷售額及毛利額雙增長的同時，維持穩定的毛利率，達至可持續的盈利模式。

線下業務方面，集團將在符合成本效益的前提下，繼續拓展線下店舖網絡，並已計劃在新財政年度的上半年，在香港開設六至七間新店，以應付顧客對莎莎美粧產品的需求，並預計能為集團帶來更大的財務收益。

線上業務方面，集團會繼續利用當地熱門線上平台，包括中國內地的微信小程序，港澳及東南亞的線上渠道，積極推廣莎莎的品牌美譽，配合精準的營銷策略，提升滲透度和顧客轉化率。

集團主席及行政總裁郭少明博士，*銀紫荊星章*，*太平紳士*總結：「作為紮根香港、立足亞洲美粧零售近半個世紀的品牌，莎莎秉持『締造美麗人生』的初心，優化營運戰略，帶領集團持續進步。集團將繼續與特區政府及業界緊密合作，攜手開拓零售行業新機遇。憑藉多年來建立的穩健根基與靈活應變能力，莎莎有信心在變局中繼續把握機遇，我們將持續強化財務韌性，進一步提升盈利能力，致力以亮麗業績回報股東的信任和支持。」

### 2026/27 財政年度第一季銷售數據

由 2026 年 4 月 1 日至 6 月 21 日的第一季，集團保持強勁增長，且增速加快，總營業額為 1,073.4 百萬港元，按年上升 24.0%。其中，港澳市場的營業額錄得 872.1 百萬港元，按年上升 30.1%。

線上和線下營業額及不同地區的營業額按年變化顯示如下：

百萬港元	營業額	按年變化(%)
<b>線下銷售</b>		
香港及澳門	820.1	+32.5%
東南亞	83.5	+17.0%
<b>線下銷售總額</b>	<b>903.6</b>	<b>+30.9%</b>
<b>線上銷售</b>		
香港及澳門	52.0	+0.9%
中國內地	81.3	-18.1%
東南亞	33.9	+49.6%
其他	2.6	+25.1%
<b>線上銷售總額</b>	<b>169.8</b>	<b>-3.2%</b>
<b>總營業額</b>	<b>1,073.4</b>	<b>+24.0%</b>