



莎莎公布 2025/26 年度中期业绩

* * *

盈利按年大增 **54.8%*** 季度营业额按年增速显著加快

* * *

- 港澳线下销售、同店销售及交易宗数按年上升
- 中国内地业务成功转亏为盈*
- 线上业务盈利能力持续提升

业绩重点

财务亮点 (百万港元)	未经审核 截至 9 月 30 日止六个月		按年变化
	2025 年	2024 年	(%)
持续经营业务			
营业额	1,990.6	1,866.9	+6.6%
毛利	755.0	724.8	+4.2%
毛利率 (%)	37.9%	38.8%	-0.9 个百分点
集团盈利*	50.2	32.4	+54.8%
每股基本盈利 (港仙)	1.6	1.0	+54.8%
中期股息 (港仙)	1.15	0.75	+53.3%

* 包括已中止的中国内地线下业务

- 期内，集团营业额为 1,990.6 百万港元，按年升 6.6%，毛利录得 755.0 百万港元，按年升 4.2%，主要因为集团的核心市场香港及澳门旅客量持续上升，集团推出的营销策略成功带动客流，提升交易宗数及销售，令集团整体营业额较去年有所增长。
- 尽管第三季是传统销售旺季，其基数较第一季及第二季高，集团营业额增速仍持续加快，按年增幅由第一季的 4.7% 及第二季的 8.4%，显著扩大至第三季截至 11 月 16 日的 11.3%，整体呈现持续向好的趋势。
- 期内，集团营业额提升，加上中国内地业务策略收效，带动中国内地业务成功转亏为盈，令集团期内盈利按年上升 54.8% 至 50.2 百万港元。
- 为了迎合市场消费喜好，集团调整销售策略及产品组合，期内毛利率轻微下跌 0.9 个百分点至 37.9%。
- 每股基本盈利为 1.6 港仙。（去年同期：1.0 港仙）
- 董事会决议宣布派发每股 1.15 港仙的本财政年度中期股息，相等于期内集团盈利的约 71%，充分展现集团对前景的信心。集团将维持持续、稳定的股息政策。

(2025年11月20日 – 香港) 莎莎国际控股有限公司(「莎莎」或「集团」; 股份代号: 0178) 公布截至2025年9月30日止六个月(「期内」或「上半财年」)之中期业绩。

上半财年, 集团营业额为1,990.6百万港元, 较截至2024年9月30日的六个月(「去年同期」)上升6.6%, 主要因为集团的核心市场香港及澳门旅客量持续上升, 集团推出的营销策略成功带动客流, 提升销售, 加上中国内地业务的盈利能力进一步加强, 令集团期内盈利(包括已中止的中国内地线下业务)按年上升54.8%至50.2百万港元。

而为了迎合市场消费喜好, 集团调整销售策略及产品组合, 期内毛利率轻微下跌 0.9 个百分点至 37.9%。销售及分销成本和行政费用的营业额占比, 分别由 31.1%及 5.3%下降至 30.2%及 5.0%。

集团每股基本盈利为1.6港仙(去年同期: 1.0港仙)。董事会决议派发截至2025年9月30日止六个月的中期股息, 每股1.15港仙(去年同期: 0.75港仙), 相等如期内集团盈利约71%, 充分展现集团对前景的信心。集团将维持持续、稳定的股息政策。

期内, 集团总现金为 251.1 百万港元, 较 2025 年 3 月 31 日减少 120.0 百万港元, 主要因为集团需要准备足够库存, 应付销售高峰期及节庆优惠活动, 而目前集团手头的现金足够业务所需。扣除租赁负债和应付利息的经营业务所用之现金净额为 43.2 百万港元。截至 2025 年 9 月 30 日, 集团共经营 157 间店铺。

业务回顾

1. 线下业务

港澳线下营业额按年增长8.9%, 同店销售、交易宗数及每宗交易平均金额亦较去年提升

香港及澳门市场为集团收入最大贡献地区。随着到访港澳的旅客持续上升, 集团拓展旅客区的线下店铺网络, 并迎合市场需要, 引入具竞争力的潮流产品, 配合线上线下融合(OMO)营销策略, 成功吸引客流。

期内, 集团的核心市场港澳地区营业额录得 1,535.2 百万港元, 较去年上升 9.4%。即使第二季港澳持续受到极端天气的影响, 线下营业额仍录得 1,424.9 百万港元, 按年上升 8.9%, 占该地区营业额 92.8%。同店销售较去年同期上升 11.4%, 交易宗数及每宗交易平均金额亦有所上升。

集团于期内继续进行店铺翻新, 优化产品陈列方式, 并引入多元化的店铺增值服务, 包括 AI 智能试妆及产品推介系统、皮肤和头皮检测仪器, 提升店铺营运效益。集团亦因应市场情况, 优化店铺选址, 积极提升店铺的长远营运效益。

截至 2025 年 9 月 30 日, 集团在港澳市场共营运 84 间店铺。随着「一签多行」政策及盛事经济带动旅客量进一步提升, 集团会在租金合理且符合经济效益的前提下, 适时拓展及优化店铺网络。

东南亚营业额按年增长11.4%，但关税隐忧影响同店销售表现

东南亚市场的营业额按年上升 11.4%至 224.0 百万港元。其中，线下销售额为 168.5 百万港元，按年上升 3.7%。由于马来西亚政府于 7 月扩展销售及服务税的覆盖范围，令当地生活成本进一步上涨，加上关税隐忧仍然存在，零售业面临挑战。东南亚在第二季的销售表现受到影响，导致同店销售录得 0.6%的按年轻微跌幅。集团预期东南亚的零售市场将会继续受到挑战，所以集团将会投放更多时间及资源，检视和调整当地的部署，以提升莎莎的竞争力。于 2025 年 9 月 30 日，集团在东南亚共开设 73 间店铺。

2. 线上业务

线上业务方面，上半财年集团录得线上营业额 397.2 百万港元，按年微升 0.2%，佔集团总营业额 20%。

中国内地业务转亏为盈，专注发展线上业务及提升盈利能力

集团为迎合中国内地的消费趋势，决定在 2025 年 6 月 30 日前关闭所有线下店铺，集中资源专注发展线上业务，当地业务转亏为盈，持续经营业务期内录得 3.6 百万港元的盈利，可见集团盈利能力有所提升，再次确定集团以盈利为长期可持续发展的战略方向。

期内，中国内地的线上营业额录得 227.2 百万港元，保持稳定发展。不过，由于该地区的线上销售在去年同期录得较高的基数，导致按年下跌 11.8%。集团将会视乎线上平台的营运情况，移除表现不符合预期的线上平台，以提升线上业务的盈利能力。期内，集团自有的微信小程序每月活跃用户数量（MAU）较去年同期增长 40.8%，退货率亦维持在较低的水平。

其他地区线上业务保持稳健发展，线上销售均录得按年增长

其他地区的线上业务亦保持稳健发展，集团继续加强线上推广的资源投放，并以具竞争性的营销策略，包括直播带货及限时独家礼遇，将流量转化为订单，令期内港澳线上营业额录得 110.3 百万港元，按年上升 16.3%，占该地区营业额的 7.2%。香港莎莎自家网店的线上销售中，有 77.5%来自 VIP 会员。来自 VIP 会员的收入比例较去年增加，反映会员忠诚度有所提升。期内，直播带货产生的销售额占港澳总线上销售额的 15.8%，由直播活动转化的线上交易宗数，按年亦录得增长。

东南亚及其他地区的线上营业额录得 59.7 百万港元，按年大幅上升 36.1%，主要由于集团新增第三方线上平台，进一步拓展收入来源。

展望及策略

展望未来，一签多行政策及盛事经济等利好措施，将持续推动港澳旅游业发展，进一步带动访港旅客人次上升。本港股市上涨及楼市逐步回稳，有助提振整体经济信心，进而促进消费意欲。下半年，香港迎来第十五届全国运动会、香港美酒佳饌巡礼等大型盛事，加上中央政府推出人员往来惠港澳政策，预期将吸引更多旅客访港，带动零售及旅游业增长。

集团会密切监察市场变化，以更高的灵活度及应变能力，维持和提升集团在市场的竞争优势。集团会迎合不断变化的市场及消费喜好，检视品牌组合，打造最符合潮流的美粧及个人护理产品阵容。同时，集团会配合新零售市场环境，不断优化产品的陈列方式，并加快数码化系统升级，强化线上线下融合（OMO）体验及提升营运效益，务求打造最贴心、全方位的购物旅程，在追求销售额及毛利双增长的同时，维持稳定的毛利率，达至可持续的盈利模式。

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*：「在国际地缘政治及经济形势持续不明朗的背景下，集团业务仍保持稳健发展，我对零售行业的长远前景保持审慎乐观。莎莎会继续秉承『缔造美丽人生』的品牌精神，提供优质的产品和服务，并继续优化营运模式。集团亦将积极与香港特区政府及零售业界携手合作，共同促进零售业的发展。我期望特区政府继续为行业提供支持，为集团创造更多增长空间。随着圣诞及新年旺季来临，我们已作充份准备，把握港澳零售市场的拐点，并以积极、开放的心态迎接零售业新格局，致力为股东创造长远价值。」

2025/26 财政年度第三季销售数据

由 2025 年 10 月 1 日至 11 月 16 日的第三季，集团的总营业额较去年同期上升 11.3%。线上和线下营业额，以及不同地区的营业额按年变化显示如下：

百万港元	营业额	按年變化(%)
线下销售		
香港及澳門	\$418.5	+10.7%
东南亚	\$44.8	+7.2%
线下销售总额	\$463.3	+10.3%
线上销售		
香港及澳门	\$36.4	+32.9%
中国内地	\$50.1	+5.1%
东南亚及其他	\$17.6	+20.4%
线上销售总额	\$104.1	+16.1%
总营业额	\$567.4	+11.3%

集团于第三季 10 月 1 日至 11 月 16 日的总营业额为 567.4 百万港元，按年升 11.3%。其中，港澳市场的营业额录得 454.9 百万港元，按年上升 12.2%。

尽管第三季是传统销售旺季，其基数较第一季及第二季高，集团营业额增速仍持续加快，按年增幅由第一季的 4.7%及第二季的 8.4%，显著扩大至第三季截至 11 月 16 日的 11.3%，整体呈现持续向好的趋势。