



莎莎公佈 2021 / 22 財政年度第三季度（2021 年 10 月至 12 月） 未經審核之最新銷售數據

摘要

集團持續經營業務（零售及批發）

截至 2021 年 12 月 31 日止 三個月	營業額 (百萬港元)	按年變動 (以當地貨幣計算)	較 2018/19 年度同期 (以當地貨幣計算)
香港及澳門特區	618.7	+ 1.5%	- 66.3%
線上業務	209.8	+ 19.9%	+ 78.3%
中國內地	85.9	- 5.1%	+ 14.6%
馬來西亞	67.8	+ 4.4%	- 27.9%
集團總計 (按港元計算)	982.3	+ 4.7%	- 53.7%

香港及澳門特區（零售銷售）

截至 2021 年 12 月 31 日止三個月	按年變動
同店銷售	+ 7.8%
每宗交易平均金額	+ 3.8%
交易宗數	- 0.2%

（2022 年 1 月 13 日 – 香港）– 莎莎國際控股有限公司（「莎莎」或「集團」；股份代號：0178）今日公佈由 2021 年 10 月 1 日至 12 月 31 日止第三季度未經審核之最新銷售數據。

由 2021 年 10 月 1 日至 12 月 31 日止第三季度，集團持續經營業務的零售及批發業務營業額按年上升 4.7%；若與新冠疫情前的 2018/19 年度同期比較，集團的營業額則減少 53.7%，對比第二季度的 61.7% 減幅，有所改善。

在香港特區，集團持續努力吸引本地客的累積果效開始浮現，銷售動力亦因政府於去年 10 月派發第二期消費券推動消費氣氛而加強，集團推出的大型宣傳推廣活動，引入迎合本地客喜好的新產品，均有效刺激本地客銷售，成功推動本地客為主導的香港特區於第三季的零售銷售增長 14.3%。雖然季內的平均店舖數目按年減

16間或16.7%，不過由於已關店的前線美容顧問獲分派到其他分店繼續工作，推動同店銷售增長22.9%，更提升同店的盈利能力。

澳門特區與中國內地已恢復通關逾一年，惟去年9月底再度爆發新冠疫情，當地的人境檢疫措施加強，重挫莎莎於10月份的內地客人流及銷售，令澳門特區於第三季錄得13.7%銷售跌幅。不過疫情已於11月開始改善，銷售亦於12月持續回升。

整體而言，在香港及澳門特區，集團的零售及批發銷售額於第三季按年升1.5%，同店銷售則升7.8%。

集團的線上業務於第三季的銷售按年增長19.9%，主要由集團於去年初更新的香港購物網站帶動。集團於「雙十一」購物節活動期間傾向避免過份的價格競爭，導致季內的第三方平台與去年同期相比錄得低單位數字的銷售增長。

在中國內地，由於多個地區爆發新冠肺炎疫情，加上消費氣氛放緩，導致集團第三季的同店銷售按年跌22.2%。季內，集團淨增加8間分店，整體零售銷售的跌幅較低，為5.1%。有見消費市道不及預期，集團已相應減慢店舖擴張步伐，短期內以提高現有店舖的營運表現為增長目標。

馬來西亞政府改為採取「與病毒共存」策略，集團在當地的大部份店舖自9月中起已恢復營業，第三季營業額按年升4.4%。

集團的手頭現金足以應付業務正常運作，並已獲批更多備用銀行貸款，目前財務穩健。於2021年12月31日，集團的淨現金約312.7百萬港元，較2021年9月30日的267.5百萬港元有所回升，主要由於第三季減少虧損和有效存貨管理。

集團主席及行政總裁郭少明博士，*銀紫荊星章*，*太平紳士*表示：「在核心的港澳特區市場，集團預計第五波疫情將對銷售造成負面影響，現正密切關注疫情的最新發展，並適時調整業務策略。未來，集團將持續執行有效的減省成本方案，包括理順香港特區的店舖網絡，同時積極擴大產品組合類別，帶動顧客人流及銷售增長，提升店舖的盈利能力和集團的競爭力，目標是在香港特區尚未通關的大前題下，可以盡快達到收支平衡。」

零售店數目 - 按市場劃分 (持續經營業務)

	於 2021 年 12 月 31 日	於 2021 年 9 月 30 日	於 2020 年 12 月 31 日
香港及澳門特區	87	91	103
中國內地	77	69	54
馬來西亞	74	73	77
總數	238	233	234