



## 莎莎公佈 2021 / 22 財政年度第四季度（2022 年 1 月至 3 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 2022 年 3 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	508.8	- 4.7%	- 70.6%
線上業務	178.4	+ 27.2%	+ 100.8%
中國內地	82.5	- 6.5%	- 2.0%
馬來西亞	64.6	+ 11.5%	- 31.9%
集團總計（按港元計算）	834.3	+ 1.9%	- 58.2%

  

香港及澳門特區（零售銷售）	
截至 2022 年 3 月 31 日止三個月	按年變動
同店銷售	+ 3.0%
每宗交易平均金額	+ 1.4%
交易宗數	- 4.5%

（2022 年 4 月 14 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 2022 年 1 月 1 日至 3 月 31 日止第四季度未經審核之最新銷售數據。

由 2022 年 1 月 1 日至 3 月 31 日止第四季度，集團持續經營業務的零售及批發業務營業額按年上升 1.9%；若與新冠疫情前的 2018/19 年度同期（「疫情前」）比較，集團的營業額則減少 58.2%，第三季度減幅則為 53.7%。

在香港特區，第五波新冠疫情於今年初起大規模爆發，莎莎本著服務市民、共同抗疫的精神，快捷地回應並引入快速測試劑、口罩等防疫用品，以滿足大眾對此等產品的殷切需求，不過由於集團多間分店於季內因員工確診新冠肺炎而短暫停業，店舖營業日數損失共約 480 日（佔第四季總數約 7%），人流亦因社交距離措施而大幅減少，故第四季度的零售銷售按年增長由第三季的 14.3%放緩至 9.4%。由於集團在香港特區按業務需求理順店舖網絡，以

縮減多餘的店舖和成本，並由同區店舖繼續服務顧客，加上低基數效應，第四季的同店銷售按年升 22.6%。

澳門特區與中國內地已恢復通關逾一年，惟第四季新冠疫情肆虐，當地的入境檢疫措施即時加強，重挫莎莎於季內的內地客銷售，其中 3 月的銷售額跌至接近整個財政年度的低位，導致第四季的零售銷售按年跌 22.9%。

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四季按年跌 4.7%，較疫情前則跌 70.6%。

集團的線上業務於第四季的銷售按年增長 27.2%，主要受惠於香港特區購物網站。季內，香港特區的新冠疫情大規模爆發，引發市民對防疫物資的殷切需求，加上部分消費者轉向網上渠道購物，刺激香港特區網站銷售按年急升逾 4 倍。不過，疫情最差的時候影響了集團在香港特區於 3 月份的倉庫運作和跨境物流安排，故香港特區以外的線上業務於季內均錄得低單位數字的按年銷售跌幅。

中國內地的新冠疫情加劇，集團部分店舖須暫停營業，加上消費氣氛放緩，導致集團第四季的同店銷售按年跌 23.1%，零售銷售則按年跌 6.5%。鑑於銷售表現遜於預期，集團於第四季並無開設任何新店，專注提升現有店舖和線上業務的營運表現為目標。

馬來西亞採取與病毒共存的策略，雖然第四季的疫情反覆，但由於去年基數較低，集團於季內的營業額按年升 11.5%，增幅高於第三季。

集團的流動資金及貸款額度足以應付業務的營運所需。於 2022 年 3 月 31 日，集團的淨現金為 192.5 百萬港元。計及集團兩位控股股東及執行董事提供的 200 百萬港元貸款（詳情請參閱 2022 年 3 月 31 日刊登之自願公告）及銀行貸款約 280 百萬港元，集團的可動用貸款總額度為 480 百萬港元。

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，相信第五波疫情最壞的時間已經過去，社交距離措施亦將大有機會逐步放寬，香港特區政府推出的消費券和「保就業」資助預計有利市道復甦和就業市場回穩，惟疫情及環球政局的不穩定性仍然構成不明朗因素。未來數月，集團將推出宣傳優惠以利用消費券刺激銷售，積極擴大產品組合類別吸納新客源。集團於未來一年計劃關閉虧損而租金過高的店舖，進一步整合線上線下（OMO）營運，積極發揮實體店網絡與線上平台的互補優勢，共同協力為顧客提供更貼心、個人化的全渠道購物體驗，推動莎莎下一個階段的發展。」

零售店數目 - 按市場劃分 (持續經營業務)

	於 2022 年 3 月 31 日	於 2021 年 12 月 31 日	於 2021 年 3 月 31 日
香港及澳門特區	85	87	100
中國內地	77	77	57
馬來西亞	72	74	75
總數	234	238	232

- 完 -