



莎莎公佈 2022 / 23 財政年度第一季度（2022 年 4 月至 6 月） 未經審核之最新銷售數據

摘要

集團（零售及批發）			
截至 2022 年 6 月 30 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	506.6	- 10.1%	- 71.9%
線上業務	157.3	- 3.4%	+ 58.4%
中國內地	60.3	- 16.2%	- 12.6%
馬來西亞	76.2	+ 108.1%	- 8.8%
集團總計 (按港元計算)	800.4	- 4.6%	- 61.2%

香港及澳門特區（零售銷售）	
截至 2022 年 6 月 30 日止三個月	按年變動
同店銷售	- 4.2%
每宗交易平均金額	- 1.8%
交易宗數	- 8.1%

（2022年7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4月1日至6月30日止第一季度未經審核之最新銷售數據。

由2022年4月1日至6月30日止第一季度，集團的零售及批發業務營業額按年跌4.6%；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61.2%，上一季度減幅則為58.2%。

在香港及澳門特區，集團的零售及批發銷售額於第一季按年跌10.1%，同店銷售則下降4.2%。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：「雖然實體店數目減少和第五波新冠疫情持續，但香港特區仍然能夠實現雙位數字的零售銷售增長，主要是集團適時推出優惠成功利用政府的消費券吸納消費力，因此4月份香港特區的同店銷售表現突出，按年升超過40%；隨後五月及六月的同店銷售也錄得雙位數字的增幅。」

不過，澳門特區業務則受新冠疫情重挫，由於廣東省於3月開始爆發疫情，隨後於6月中澳門特區亦錄得本地確診個案令澳門特區的內地遊客及銷售銳減，導致澳門特區第一季銷售大幅倒退。

集團的線上業務於第一季銷售按年下跌3.4%，主要由於中國內地爆發疫情引發不同地區出現局部或全面封鎖的防疫措施，對跨境物流帶來嚴重衝擊，直接影響莎莎在中國內地電商倉庫的補貨，以及拖慢由香港特區直送往內地客戶的跨境物流安排，此影響於「618購物節」期間尤其明顯。至於香港特區的線上業務在自家網店帶動下，銷售按年升逾一倍。

在中國內地，集團第一季的銷售和同店銷售分別下降 16.2%和 22.1%，主要是由於疫情爆發和消費疲弱所致。季內，集團已關閉 6 間虧損的店舖，此乃集團透過理順內地店舖網絡以提升盈利能力的舉措之一。不過，中國內地市場仍然是莎莎重要市場，短期內，集團會按照店舖的營運表現和盈利能力，持續優化店舖網絡，並嚴格控制整體成本，以減低虧損及保留實力，讓集團未來得以長遠發展內地市場。

馬來西亞政府改變防疫策略，集團的業務強勁回升，第一季銷售錄得 108.1%按年增長，已回復至疫情前(2018/19 年度同期)逾 90%水平，部份原因是去年 6 月因疫情封城而基數極低。

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 6 月 30 日，集團的淨現金為 125.2 百萬港元，而可動用貸款總額度約 480 百萬港元 (包括來自銀行的 280 百萬港元及來自集團控股股東的 200 百萬港元)。

零售店數目 - 按市場劃分

	於 2022 年 6 月 30 日	於 2022 年 3 月 31 日	於 2021 年 6 月 30 日
香港及澳門特區	82	85	98
中國內地	71	77	61
馬來西亞	70	72	75
總數	223	234	234

- 完 -