



莎莎公布 2020 / 21 财政年度第一季度（2020 年 4 月至 6 月） 未经审核之最新销售数据

摘要

集团 – 零售及批发（持续经营业务）

	截至 2020 年 6 月 30 日止 三个月
营业额（百万港元）	590.5
按年比变动	-67.9%

香港及澳门特区 – 零售及批发

营业额（百万港元）	406.3
按年比变动	-74.3%
同店销售按年比变动	-71.9%
每宗交易平均金额（港元）	198
按年比变动	-42.0%
交易宗数（以百万计算）	2.0
按年比变动	-57.0%

（2020 年 7 月 13 日 – 香港） – 莎莎国际控股有限公司（「莎莎」或「集团」；股份代号：0178）今日公布由 2020 年 4 月 1 日至 6 月 30 日止第一季度未经审核之最新销售数据。

由 2020 年 4 月 1 日至 6 月 30 日止第一季度，集团整体零售及批发业务营业额按年下跌 67.9%。

在香港及澳门特区，零售及批发业务营业额按年下跌 74.3%，同店销售亦下调 71.9%。受新冠肺炎疫情影响，内地旅客人数低迷，导致集团的内地客交易宗数按年大跌 98.4%，整体交易宗数录得 57.0%跌幅。而本地客的每宗交易平均金额下跌 6.5%，因本地客每宗交易平均金额较小但交易宗数变为占大多数，故整体每宗交易平均金额下跌 42.0%。

目前，香港及澳门特区以本地客的销售贡献为主，为迎合他们的需求，集团正调整产品组合，加强防疫用品、个人护理产品等产品种类，既能增加原有顾客的忠诚度，也能扩宽客源。受惠于澳门特区政府于 5 月开始推出「消费补贴计划」，带动本地客的交易宗数上升，本地客销售额于 5 月及 6 月均录得双位数的按年增长。

同时，集团积极推动电子商贸的发展，尤其是能够发挥莎莎美容顾问优势的社交商贸。由于拥有个人服务元素，社交商贸在独家产品销售比例、毛利率和每宗交易金额的表现，潜力高

于传统网上销售。微信小程序于去年 10 月试行，以曾到访香港及澳门特区零售店的内地客为目标客群，进展理想，因为基数较低以及 618 购物节，第一季度的销售按季上升逾 2 倍，惟尚未能完全弥补关闭中国内地购物网站的销售损失。集团亦已于 5 月下旬起试行利用社交媒体与香港特区的顾客进行互动及线上产品销售。此外，直播是新的网购宣传策略，莎莎于 5 月起尝试在多个内地及本港社交平台进行直播，进一步吸纳网上消费群。

集团主席及行政总裁郭少明博士，銀紫荊星章，太平紳士表示：「集团将继续实施减省成本措施，包括争取大幅度减租，以降低收支平衡点，并在已获批的香港特区政府『保就业计划』的工资补贴援助下，尽最大努力保障员工的生计。至于集团层面，莎莎继续严格控制存货水平，以保留营运资金和控制存货风险。集团整体的存货水平已由 2020 年 3 月 31 日约 10.00 亿港元进一步降低至 2020 年 6 月 30 日约 8.39 亿港元，现金水平于 2020 年 6 月 30 日约为 6.63 亿港元（已计入『保就业计划』工资补贴援助约 6,130 万港元），足以应付现时业务所需。集团希望新冠肺炎疫情尽快减退，届时香港及澳门特区政府将陆续放宽旅客入境强制检疫措施，使香港及澳门特区的中国内地游客数目及销售逐步复苏。」

于第一季度，香港及澳门特区以外之市场（包括中国内地、马来西亚和电子商贸）零售及批发业务营业额的跌幅为 27.8%。期内，中国内地及马来西亚仍然受新冠肺炎疫情影响，不过随着店铺分别于 3 月及 5 月起陆续重开，销售按年跌幅已开始收窄。

零售店数目 – 按市场划分（持续经营业务）

	于 2020 年 6 月 30 日	于 2020 年 3 月 31 日	于 2019 年 6 月 30 日
香港及澳门特区	109	112	117
中国内地	43	44	52
马来西亚	79	79	82
总数	231	235	251

附注：此文件的所有数据已包括就积分奖赏计划采纳的香港（国际财务报告诠释委员会）一诠释第 13 号所作之调整。