



## 莎莎公布 2020 / 21 财政年度第四季度（2021 年 1 月至 3 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)

	<b>2021 年 3 月 31 日止</b> 三个月
营业额 (百万港元)	818.8
按年比变动	-3.4%

#### 香港及澳门特区 – 零售及批发

营业额 (百万港元)	534.1
按年比变动	-18.8%
同店销售按年比变动	-18.8%
每宗交易平均金额 (港元)	250
按年比变动	9.0%
整体交易宗数 (以百万计算)	2.0
按年比变动	-25.2%

(2021 年 4 月 15 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 2021 年 1 月 1 日至 3 月 31 日止第四季度未经审核之最新销售数据。

由 2021 年 1 月 1 日至 3 月 31 日止第四季度，集团整体零售及批发业务营业额按年下跌 3.4%，跌幅有所收窄，主要由于新冠肺炎疫情在 2020 年初开始爆发，导致比较基数极低。此外，澳门特区受惠于通关后内地访客人次回升，以及电子商贸及中国内地业务持续增长，亦是集团营业额跌幅收窄的原因。若与 2018/19 年度比较，集团持续经营业务第四季的营业额则减少 59.0%，跌幅较第三季的 55.8% 略为增加。

在香港及澳门特区，第四季的零售及批发营业额按年下跌 18.8%；较 2018/19 年度同期减少 69.1%。

澳门特区的业务表现较香港特区为佳，随着疫情受控，澳门特区于去年 8 月中起恢复中国内地自由行的旅游签注，旅客人次慢慢陆续复苏，带动内地客按年销售跌幅

由上半年的 98.3% 收窄至第四季的 7.8%，但还是较 2018/19 年度第四季跌 62.4%；本地客方面，当地政府的消费券计划在去年 12 月结束后，第四季的本地客销售增幅较第三季有所回落，不过仍然按年升 115.7%，亦较 2018/19 年度第四季升 100.3%。整体而言，在去年极低的基数下，第四季澳门特区的销售按年升 22.8%，较 2018/19 年度同期则减少 41.7%。

香港特区因为还未通关，内地旅客人次低迷，销售以本地客为主导，季内受第四波新冠肺炎疫情影响，拖累集团的销售表现。在去年低基数效应下，第四季的零售销售按年跌幅收窄至 32.8%，但较 2018/19 年度同期则减少 76.9%。

由于集团全力扩展现有的线上业务，包括在社交商贸及线上线下融合(O2O)的投入，加上去年基数因物流安排受疫情严重影响而较低，集团的电子商贸业务于第四季持续向好，销售按年增幅为 101.6%，超越第三季的 66.5% 增长；对比 2018/19 年度同期，2020/21 年度第四季的 sales 亦增长 57.9%。去年与虾皮购物(Shopee)的合作反应正面，集团于三月底开展与另一个东南亚的知名第三方平台 Lazada 合作，进一步扩大集团的顾客基础及收入来源。

**集团主席及行政总裁郭少明博士，银紫荆星章，太平绅士**表示：「展望未来，随着香港特区新冠肺炎疫苗的接种计划展开，我们希望疫情最差的时间已经过去，但在本港通关前经营环境依然充满不确定性。集团会持续减低成本和优化成本架构，务求尽快转亏为盈，以及增强长远盈利能力。」

在中国内地，零售业务在第四季录得 102.2% 的按年增长，与 2018/19 年度同期比较亦升 4.9%，主要由于零售网络扩张。至于马来西亚市场则仍然受到新冠肺炎疫情影响较大，第四季销售按年跌 28.9%。

于第四季度，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)的零售及批发业务营业额按年升幅为 49.7%，较 2018/19 年度同期升 6.7%。

#### 零售店数目—按市场划分(持续经营业务)

	截至 2021 年 3 月 31 日	截至 2020 年 12 月 31 日	截至 2020 年 3 月 31 日
香港及澳门特区	100	103	112
中国内地	57	54	44
马来西亚	75	77	79
总数	232	234	235

附注：此公告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。