



莎莎公布 2021 / 22 财政年度第三季度（2021 年 10 月至 12 月） 未经审核之最新销售数据

摘要

集团持续经营业务 (零售及批发)

截至 2021 年 12 月 31 日止 三个月	营业额 (百万港元)	按年变动 (以当地货币计算)	较 2018/19 年度同期 (以当地货币计算)
香港及澳门特区	618.7	+ 1.5%	- 66.3%
线上业务	209.8	+ 19.9%	+ 78.3%
中国内地	85.9	- 5.1%	+ 14.6%
马来西亚	67.8	+ 4.4%	- 27.9%
集团总计 (按港元计算)	982.3	+ 4.7%	- 53.7%

香港及澳门特区 (零售销售)

截至 2021 年 12 月 31 日止三个月	按年变动
同店销售	+ 7.8%
每宗交易平均金额	+ 3.8%
交易宗数	- 0.2%

(2022 年 1 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 2021 年 10 月 1 日至 12 月 31 日止第三季度未经审核之最新销售数据。

由 2021 年 10 月 1 日至 12 月 31 日止第三季度, 集团持续经营业务的零售及批发业务营业额按年上升 4.7%; 若与新冠疫情前的 2018/19 年度同期比较, 集团的营业额则减少 53.7%, 对比第二季度的 61.7% 减幅, 有所改善。

在香港特区, 集团持续努力吸引本地客的累积果效开始浮现, 销售动力亦因政府于去年 10 月派发第二期消费券推动消费气氛而加强, 集团推出的大型宣传推广活动, 引入迎合本地客喜好的新产品, 均有效刺激本地客销售, 成功推动本地客为主导的香港特区于第三季的零售销售增长 14.3%。虽然季内的平均店铺数目按年减 16 间或 16.7%, 不过由于已关店的前线美容顾问获分派到其他分店继续工作, 推动同店销售增长 22.9%, 更提升同店的盈利能力。

澳门特区与中国内地已恢复通关逾一年，惟去年 9 月底再度爆发新冠疫情，当地的入境防疫措施加强，重挫莎莎于 10 月份的内地客人流及销售，令澳门特区于第三季录得 13.7% 销售跌幅。不过疫情已于 11 月开始改善，销售亦于 12 月持续回升。

整体而言，在香港及澳门特区，集团的零售及批发销售额于第三季按年升 1.5%，同店销售则升 7.8%。

集团的线上业务于第三季的销售按年增长 19.9%，主要由集团于去年初更新的香港购物网站带动。集团于「双十一」购物节活动期间倾向避免过份的价格竞争，导致季内的第三方平台与去年同期相比录得低单位数字的销售增长。

在中国内地，由于多个地区爆发新冠肺炎疫情，加上消费气氛放缓，导致集团第三季的同店销售按年跌 22.2%。季内，集团净增加 8 间分店，整体零售销售的跌幅较低，为 5.1%。有见消费市道不及预期，集团已相应减慢店铺扩张步伐，短期内以提高现有店铺的营运表现为增长目标。

马来西亚政府改为采取「与病毒共存」策略，集团在当地的大部份店铺自 9 月中起已恢复营业，第三季营业额按年升 4.4%。

集团的手头现金足以应付业务正常运作，并已获批更多备用银行贷款，目前财务稳健。于 2021 年 12 月 31 日，集团的净现金约 312.7 百万港元，较 2021 年 9 月 30 日的 267.5 百万港元有所回升，主要由于第三季减少亏损和有效存货管理。

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：「在核心的港澳特区市场，集团预计第五波疫情将对销售造成负面影响，现正密切关注疫情的最新发展，并适时调整业务策略。未来，集团将持续执行有效的减省成本方案，包括理顺香港特区的店铺网络，同时积极扩大产品组合类别，带动顾客人流及销售增长，提升店铺的盈利能力和集团的竞争力，目标是在香港特区尚未通关的大前提下，可以尽快达到收支平衡。」

零售店数目 - 按市场划分 (持续经营业务)

	于 2021 年 12 月 31 日	于 2021 年 9 月 30 日	于 2020 年 12 月 31 日
香港及澳门特区	87	91	103
中国内地	77	69	54
马来西亚	74	73	77
总数	238	233	234