



莎莎公布 2021 / 22 财政年度第四季度（2022 年 1 月至 3 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 2022 年 3 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	508.8	- 4.7%	- 70.6%
线上业务	178.4	+ 27.2%	+ 100.8%
中国内地	82.5	- 6.5%	- 2.0%
马来西亚	64.6	+ 11.5%	- 31.9%
集团总计（按港元计算）	834.3	+ 1.9%	- 58.2%

香港及澳门特区（零售销售）	
截至 2022 年 3 月 31 日止三个月	按年变动
同店销售	+ 3.0%
每宗交易平均金额	+ 1.4%
交易宗数	- 4.5%

（2022 年 4 月 14 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 2022 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 2022 年 1 月 1 日至 3 月 31 日止第四季度，集团持续经营业务的零售及批发业务营业额按年上升 1.9%；若与新冠疫情前的 2018/19 年度同期（「疫情前」）比较，集团的营业额则减少 58.2%，第三季度减幅则为 53.7%。

在香港特区，第五波新冠疫情于今年初起大规模爆发，莎莎本着服务市民、共同抗疫的精神，快捷地回应并引入快速测试剂、口罩等防疫用品，以满足大众对此等产品的殷切需求，不过由于集团多间分店于季内因员工确诊新冠肺炎而短暂停业，店铺营业日数损失共约 480 日（占第四季总数约 7%），人流亦因社交距离措施而大幅减少，故第四季度的零售销售按年增长由第三季的 14.3% 放缓至 9.4%。由于集团在香港特区按业务需求理顺店铺网络，以缩减多余的店铺和成本，并由同区店铺继续服务顾客，加上低基数效应，第四季的同店销售按年升 22.6%。

澳门特区与中国内地已恢复通关逾一年，惟第四季新冠疫情肆虐，当地的入境防疫措施即时加强，重挫莎莎于季内的内地客销售，其中 3 月的销售额跌至接近整个财政年度的低位，导致第四季的零售销售按年跌 22.9%。

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四季按年跌 4.7%，较疫情前则跌 70.6%。

集团的线上业务于第四季的销售按年增长 27.2%，主要受惠于香港特区购物网站。季内，香港特区的新冠疫情大规模爆发，引发市民对防疫物资的殷切需求，加上部分消费者转向网上渠道购物，刺激香港特区网站销售按年急升逾 4 倍。不过，疫情最差的时候影响了集团在香港特区于 3 月份的仓库运作和跨境物流安排，故香港特区以外的线上业务于季内均录得低单位数字的按年销售跌幅。

中国内地的新冠疫情加剧，集团部分店铺须暂停营业，加上消费气氛放缓，导致集团第四季的同店销售按年跌 23.1%，零售销售则按年跌 6.5%。鉴于销售表现逊于预期，集团于第四季并无开设任何新店，专注提升现有店铺和线上业务的营运表现为目标。

马来西亚采取与病毒共存的策略，虽然第四季的疫情反复，但由于去年基数较低，集团于季内的营业额按年升 11.5%，增幅高于第三季。

集团的流动资金及贷款额度足以应付业务的营运所需。于 2022 年 3 月 31 日，集团的净现金为 192.5 百万港元。计及集团两位控股股东及执行董事提供的 200 百万港元贷款（详情请参阅 2022 年 3 月 31 日刊登之自愿公告）及银行贷款约 280 百万港元，集团的可动用贷款总额度为 480 百万港元。

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，相信第五波疫情最坏的时间已经过去，社交距离措施亦将大有机会逐步放宽，香港特区政府推出的消费券和「保就业」资助预计有利市道复苏和就业市场回稳，惟疫情及环球政局的不稳定性仍然构成不明朗因素。未来数月，集团将推出宣传优惠以利用消费券刺激销售，积极扩大产品组合类别吸纳新客源。集团于未来一年计划关闭亏损而租金过高的店铺，进一步整合线上线下（OMO）营运，积极发挥实体店网络与线上平台的互补优势，共同为顾客提供更贴心、个人化的全渠道购物体验，推动莎莎下一个阶段的发展。」

零售店数目 - 按市场划分（持续经营业务）

	于 2022 年 3 月 31 日	于 2021 年 12 月 31 日	于 2021 年 3 月 31 日
香港及澳门特区	85	87	100
中国内地	77	77	57
马来西亚	72	74	75
总数	234	238	232