



## 莎莎公布 2023 / 24 财政年度第一季度（2023 年 4 月至 6 月） 未经审核之最新销售数据

百万港元	营业额			按年变动	占集团总 营业额	同店销售 按年变动*	线下销售 对比2019年 恢复程度*#
	线下	线上	总额				
香港及澳门特区	814.3	46.5	860.8	+53.5%	82.2%	+69.6%	45.9%
中国内地	46.3	51.2	97.5	-32.8%	9.3%	+0.8%	67.7%
东南亚	69.5	17.3	86.8	-8.0%	8.3%	-4.1%	80.9%
其他	-	2.4	2.4	+4,048.1%	0.2%	-	-
总额	930.1	117.4	1,047.5	+30.9%	100.0%	-	47.9%

\*百分比以当地货币计算

#线下零售及批發銷售（「线下销售」）

（2023年7月14日 - 香港） - 莎莎国际控股有限公司（「公司」；股份代号：0178）今日公布本公司及其附属公司（「集团」）由2023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2023年4月1日至6月30日止第一季度（「期内」），集团的营业额按年增加30.9%至1,047.5百万港元。其中，集团线下销售增加44.6%至930.1百万港元，而集团线上销售下跌25.3%至117.4百万港元。集团本季线上销售占集团总营业额为11.2%。与新冠疫情前的2019年3月31日止财政年度（「疫情前」）比较，集团的线下销售已恢复至47.9%的水平。

集团于2023年3月31日止财政年度的第三季度转亏为盈，并录得净利润；自此，销售继续维持增长。

### 香港及澳门特区

线下销售	
截至 2023 年 6 月 30 日止三个月	按年变动
线下销售	+ 60.7%
同店销售	+69.6%
每宗交易平均金额	+28.3%
总交易宗数	+31.5%

中国内地和香港及澳门特区恢复全面通关后，集团在香港及澳门特区业务销售表现持续上升，带动期内营业额按年大幅增加**53.5%**至**860.8**百万港元。本季线下销售增长**60.7%**，而同店销售则增长**69.6%**。其中，旅客的销售占比为**47.3%**，而疫情前则约为**70%**。

线上销售占香港及澳门特区总销售额为**5.4%**。我们继续调整和利用集团线下店铺网络和独特的专业美容顾问团队，实现线上线下融合（OMO），满足需要随时随地进行无缝购物体验的现代消费者。

香港特区的线下销售在期内按年增长**58.3%**，同店销售则提升**71.8%**。旅客流量至今主要集中在我们位于传统核心游客区的店铺，还未遍及其他区域。香港特区的核心游客区为尖沙咀、旺角、铜锣湾，以及跨境旅游枢纽如西九龙站和落马洲站等。期内，旅客销售占香港特区整体业务为**35.3%**，在核心游客区的旅客销售占比则为**58.2%**。

期内，澳门特区旅游业及经济活动复常带动销售额上升，线下销售按年增长**67.5%**，恢复至疫情前水平约**66.6%**

### 中国内地

中国内地业务逐渐改善，同店销售按年增长**0.8%**（按当地货币计算）至**97.5**百万港元。销售额回复至去年同期的**67.2%**，这是在集团减少了**33**间店铺的情况下仍能取得的成绩，而毛利与去年同期相若，显示今年的毛利率有所改善，以及营运效益进一步提高。本季度线上销售占中国内地总销售额为**52.5%**。

集团将继续利用微信小程序，让莎莎美容顾问与中国内地顾客联系。中国内地旅客已经重返香港及澳门特区，而且数目正逐渐增加，集团正积极推广微信小程序及手机应用程序，以便在这些顾客返回内地内地后，仍能继续与我们保持联系和在线上购物。集团将进一步加强客户关系管理（CRM）并把握OMO带来的机遇。

### 东南亚

马来西亚的线下销售因当地生活成本上升带来的挑战而受影响，同店销售于期内下跌**4.1%**（以当地货币计算）。与疫情前相比，尽管集团经营的店铺数目减少了**12**间至**69**间，但线下销售仍录得疫情前水平的**80.9%**。本季线上销售占东南亚总销售额为**19.9%**。

### 零售店数目 - 按市场划分

	于 2023 年 6 月 30 日	于 2023 年 3 月 31 日	于 2022 年 6 月 30 日
香港及澳门特区	81	79	82
中国内地	38	37	71
东南亚	69	70	70
总数	188	186	223

集团的店铺组合会因应租约到期续约、搬迁及根据集团的整体扩张计划不时产生变化。集团将调整其扩张计划，以在协商续租时取得合理租金。