



莎莎公布 2023 / 24 财政年度第三季度（2023 年 10 月至 12 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				
港澳特区	831.0	58.4	889.4	+39.4%	75.2%	+43.7%	46.9%
中国内地	41.0	146.1	187.1	+49.3%	15.8%	-0.9%	61.1%
东南亚	78.6	24.1	102.7	+2.9%	8.7%	+4.6%^	92.7%^
其他	-	3.0	3.0	+78.1%	0.3%	-	-
总额	950.6	231.6	1,182.2	+36.7%	100.0%	-	49.0%

*百分比按当地货币计算

#线下零售及批发销售（「线下销售」）

^ 仅指马来西亚

（2024年1月10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2023年10月1日至12月31日止第三季度（「期内」），集团的营业额按年上升36.7%至1,182.2百万港元。其中，集团线下销售增加35.7%至950.6百万港元，集团线上销售则增加41.2%至231.6百万港元。集团期内线上销售占总营业额19.6%。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疫情前49.0%的水平。

港澳特区

线下销售	
截至 2023 年 12 月 31 日止三个月	按年变动
线下销售	+44.3%
同店销售	+43.7%
每宗交易平均金额	+19.2%
总交易宗数	+26.3%

集团在港澳特区线上及线下总销售按年增加 39.4% 至 889.4 百万港元。在上一个财政年度的第三季度，澳门特区与中国内地已恢复通关，加上香港特区政府派发第二期的消费券，令比较基数较高，导致本季度销售增长速度较本财政年度的上半年有所放缓。在此消费旺季期间，香港特区离境人次较旅客入境人次多，也令本季度销售受到挑战。

期内，线下销售按年增长 44.3%，而同店销售则增加 43.7%。于 2023 年 12 月 31 日，尽管集团在港澳特区经营的店铺数目较疫情前减少了 36 间或 30.5% 至 82 间，但销售额已恢复至疫情前的 46.9%。旅客的销售占比为 46.9%，疫情前则约为 74%。

在香港特区，集团正积极于非旅游区的地段寻找市场缺口，冀能更好地服务本地顾客，同时亦在核心旅游区布局，与现有的业务覆盖范围互补。期内，集团在中环和黄竹坑开设两间新店铺，令香港特区的店铺总数增加至 73 间。今年是疫情后全面通关的首个圣诞节，香港特区政府举办了大型活动吸引旅客和刺激本地消费。集团在香港特区的线下销售于期内按年增加 40.3%，恢复至疫情前 43.1% 的水平。同店销售则增加 38.4%。

期内，集团在澳门特区的线下销售按年增长 57.4%，恢复至疫情前 62.8% 的水平，而同店销售则按年增加 57.6%。

集团凭借其线下店铺网络和独特的专业美容顾问团队，提供线上线下融合（OMO）的无缝体验，令莎莎的会员数目持续增加。

集团在港澳特区的线上销售为 58.4 百万港元，占其总销售额约 6.6%，与市场水平相若。集团于该地区的线上销售按年下降 5.6%，反映新冠疫情相关的防疫措施取消后，略为投向线下销售。

中国内地

期内，集团在中国内地的营业额为 187.1 百万港元，较去年同期增加 49.3%，线上销售的增长趋势从第二季度延续，今季按年增长 80.2% 至 146.1 百万港元，占集团在该地区的总销售额的 78.1%。集团在中国内地经营的店铺数目较去年同期减少了 5 间或 13.2%，线下销售按年下降了 6.9%（按当地货币计算）至 41.0 百万港元。

集团将继续通过微信小程序将莎莎的美容顾问与中国内地的顾客联系起来。随着愈来愈多内地旅客重临港澳特区，集团积极与这些顾客建立联系，以便他们返回中国内地后仍然能够在线上购物及下单。

东南亚

集团在东南亚的营业额录得 102.7 百万港元，较去年同期增长 2.9%。其中，线下销售为 78.6 百万港元，占总销售额的 76.6%。受到马来西亚生活成本压力的影响，期内集团在马来西亚的线下销售按年轻微下降 0.4%，同店销售则持续改善，按年增长 4.6%（按当地货币计算）。于 2023 年 12 月 31 日，尽管集团在东南亚经营的店铺数目较疫情前减少了 11 间至 70 间，但其线下销售已恢复至疫情前的 92.7%。期内，集团欣然在新加坡重启线下业务，并于 12 月开设第一间店铺，并计划于 2024 年开设更多店铺，与当地的线上业务相辅相成，为我们在东南亚的持续增长奠定基础。期内，东南亚市场线上销售增长 24.3%，占该市场总销售额的 23.4%。

零售店数目 - 按市场划分

	于 2023 年 12 月 31 日	于 2023 年 9 月 30 日	于 2022 年 12 月 31 日
港澳特区	82	81	80
中国内地	33	35	38
东南亚	70	68	71
总数	185	184	189

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。

- 完 -