



## 莎莎公布 2025 / 26 财政年度第三季度（2025 年 10 月至 12 月） 未经审核之最新销售数据

\* \* \*

**港澳线下销售持续增长 同店销售按年增长 14.7%**  
**总营业额按年上升 12.5%**

### 集团持续经营业务

营业额 (百万港元)	2025/26 财政年度第三季	2024/25 财政年度第三季	按年变动 (%)
线下业务			
香港及澳门	851.6	761.9	+11.8%
东南亚	100.5	88.2	+14.0%
	<b>952.1</b>	<b>850.1</b>	<b>+12.0%</b>
线上业务	<b>206.7</b>	<b>179.9</b>	<b>+14.9%</b>
总营业额	<b>1,158.8</b>	<b>1,030.0</b>	<b>+12.5%</b>

(2026 年 1 月 20 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 2025 年 10 月 1 日至 12 月 31 日止第三季度 (「第三季」或「期内」) 未经审核之最新销售数据。

由 2025 年 10 月 1 日至 12 月 31 日止第三季，集团整体营业额为 1,158.8 百万港元，按年增长 12.5%。期内，线下销售录得 952.1 百万港元，按年升 12.0%，占集团总营业额 82.2%；于 2025 年 12 月 31 日，集团共营运 159 间线下店铺，较去年同期增加四间。线上销售则录得 206.7 百万港元，按年升 14.9%，占集团总营业额的 17.8%。

第三季是零售市道的高峰期，集团积极搜罗受欢迎的潮流美粧及个人护理产品，在 10 月国庆黄金周、11 月莎莎超级购物节 (Mega Sale)，以及 12 月圣诞节加强推广，并与品牌合作方联手推出限时优惠，令线上线下销售均录得双位数的按年增长。随着到访香港及澳门 (「港澳」) 的内地旅客量持续上升，港澳传统旅游区店铺，更录得比预期理想的增幅。

## 线下—持续经营业务表现

### 店铺数目\* - 按市场划分 (持续经营业务)

	于 2025 年 12 月 31 日	于 2025 年 9 月 30 日	于 2024 年 12 月 31 日
香港及澳门	<b>84</b>	84	84
东南亚	<b>75</b>	73	71
总数	<b>159</b>	157	155

\*由于租约会根据集团的整体扩张计划而续约或搬迁，所以集团店铺组合会不时产生变化。

### 香港及澳门

截至 2025 年 12 月 31 日止三个月	按年变动 (%)
线下销售	+11.8%
同店销售	+14.7%
每宗交易平均金额	+9.4%
总交易宗数	+2.9%

集团精选热卖的潮流美粧及个人护理产品，同时专注强化产品陈列、营销及推广策略，令**港澳**线下销售按年升 11.8% 至 851.6 百万港元，同店销售亦按年上升 14.7%; 每宗交易平均金额及总交易宗数亦分别录得 9.4% 及 2.9% 的按年增长。铜锣湾、旺角及尖沙咀等传统旅游旺区的分店，销情亦较预期理想，来自旅客的销售明显提升，显示旅客的消费意欲有所好转; 其中，访港内地旅客光顾莎莎的占比进一步增加。

**东南亚**线下销售则录得 100.5 百万港元，按年升 14.0%。正如集团在中期业绩所言，集团将持续留意东南亚的业务表现，相信当地业务表现还有很大的优化及提升空间。

### 线上业务表现

由于线上平台的货品供应链稳定性有所改善，带动线上平台效益提升，集团在第三季的线上销售录得 206.7 百万港元，按年升 14.9%。中国内地是集团主要的线上业务市场，占集团线上销售 47.5%; 港澳市场占 33.6%，东南亚及其他地区则占 18.9%。各地区的线上平台均保持稳健增长。

期内，集团继续活跃于热门社交平台，包括内地顾客常用的社交媒体，除了介绍产品及推广优惠，更将莎莎「正版正货」和「优质服务」的美誉，进一步于线上渠道传播及推广，令莎莎会员数量持续增加。

- 完 -

附註：「香港」是指「中國香港特別行政區」及「澳門」是指「中國澳門特別行政區」。