

[請即時發放]



莎莎公佈 2020/21 年度全年業績

* * *

透過理順店舖網絡 發揮 O2O 協同效益
冀盡快收支平衡

(2021年6月16日 – 香港) 莎莎國際控股有限公司(「莎莎」或「集團」; 股份代號: 0178) 公佈截至2021年3月31日止年度(「財政年度」或「年內」)之全年業績。在新冠病毒疫情下, 2020/21年度集團持續經營業務的營業額為3,043.0百萬港元, 下跌46.8%。香港及澳門特區市場的零售及批發銷售額為1,999.8百萬港元, 下降57.8%。

集團年內錄得虧損351.4百萬港元, 2020年3月31日止的上一財政年度(「上一財政年度」或「去年」)則為虧損515.9百萬港元。撇除採納香港會計準則第36號所確認之零售店舖資產減值撥備(包括使用權資產及物業、機器及設備)及已終止經營業務的業績, 集團於本財政年度的虧損為301.6百萬港元, 去年則為虧損204.6百萬港元。由於集團嚴格管理存貨及控制成本, 於2021年3月31日, 集團整體的現金及銀行結存為526.4百萬港元, 足以應付當前的經營所需。

每股基本虧損為11.3港仙(2020年: 16.7港仙)。鑑於市場的經營環境嚴峻及前景未明, 董事會不建議派發末期股息(2020年: 無)。

業務回顧

港澳特區市場方面, 在新冠疫情及地緣政治風險的影響下, 旅遊業曾一度處於冰封狀態, 衝擊集團年內的銷售表現。在香港特區, 由2020年2月開始至今, 中國內地訪港的累計旅客人數按年銳減至接近零, 同時政府推出社交距離措施, 本地消費氣氛未如理想。

在澳門特區, 隨著疫情逐漸受控, 去年8月中當地開始恢復內地旅客的個人遊簽注, 並於9月底全面恢復至全國, 內地旅客人次持續增長, 集團對來自中國內地旅客的銷售隨之開始復甦, 下半年按年跌幅收窄。集團亦充分把握澳門特區政府推出兩期消費補貼計劃的機會, 推動本地顧客的銷售。

總體而言, 於本財政年度, 港澳特區市場零售銷售額按年下跌58.1%, 而同店銷售按年減少54.4%。由於澳門特區通關後銷售跌幅明顯收窄, 加上去年第四季的基數低, 令港澳特區的按年銷售降幅由上半年的70.8%收窄至下半年的38.0%。澳門特區的零售店自下半年起已錄得利潤, 並足以使當地全年錄得盈利, 不過香港特區仍然錄得虧損。

在艱難的經營環境下, 管理層迅速推出有效的應對措施, 包括短期減省成本的方案, 以及優化成本架構的長遠舉措, 其中一個重心是理順店舖網絡, 以加快集團轉虧為盈之步伐。

訪港旅客人次銳減令位處遊客區的店舖受到嚴重打擊，故集團關閉旅客區嚴重交疊的店舖，在保留客源的大前提下減低實體店的租務及其他成本。於2021年3月31日，集團於港澳特區市場的店舖總數已由兩年前高峰期的118間減至100間，若與去年比較則淨減少12間，關閉的店舖全部位於香港特區，當中超過八成位於遊客區。至於其餘繼續營運的店舖，集團爭取臨時租金減免及於續租時減租。全年的實際租金開支較去年節省238.4百萬港元。

截至2022年3月31日止之財政年度，集團於香港特區租約期滿的店舖共38間，預計全年將會關閉約15至20間店舖。

線上業務方面，集團年內線上業務的營業額為501.3百萬港元，按年升幅為45.4%，佔集團持續經營業務的總營業額由去年的6.0%增至16.5%。第三方平台及O2O業務均錄得按年銷售增幅，帶動整體線上業務於下半年錄得利潤，並足以彌補上半年的虧損，令全年能夠扭虧為盈。

中國內地業務方面，年內的總營業額按當地貨幣計算上升15.9%至289.9百萬港元，而同店銷售則上升5.4%。新冠疫情在中國內地控制得宜，雖然偶有個別城市的小區爆發導致部分店舖需要暫停營業或受到影響，但疫情過後的消費帶動集團銷售在踏入第三季時回復正增長，支持集團加快開設新店的進度，店舖總數按年淨增長13間至57間。

在馬來西亞市場，年內的營業額為252.0百萬港元，按當地貨幣計算，按年下跌34.9%。受新冠疫情及行動管制令影響，集團店舖累計接近100天須暫時停業。集團繼續採取一系列減省成本措施，包括爭取租金減免、調整人手等，致使店舖及辦公室開支得以較去年減少約30%，降低虧損。

展望及應對策略

於2021/22財政年度，香港特區市場前景視乎疫情的防控進度及與中國內地通關的時間表，故此存在較大的不確定性，同時因為遊客區實體店的租金成本高，集團難以在年內達致收支平衡。猶幸，澳門特區業務已於下半年開始錄得盈利，集團預料該業務將持續改善，並有望繼續錄得盈利增長。另一方面，集團的線上業務進步明顯，預料其盈利貢獻將進一步提升。中國內地市場仍處於積極開發階段，集團估計盈利能力也會逐步提升。而馬來西亞市場在當地疫情消退後，業務預計可快速反彈並恢復收支平衡。

為達致業務更多元化及可持續發展，以及把握市場機遇，集團將會加快發展港澳特區以外的市場，尤其是具增長潛力的線上業務和中國內地市場，長遠目標是把其港澳特區市場實體業務以外佔集團整體營業額的比例由本財政年度約35%加大至50%以上。

集團會進一步發揮線上業務與實體店互補優勢，務求提升顧客體驗和集團的盈利能力，同時加強線上及線下業務在營運層面的融合，並改善物流及存貨安排，以提供無縫的O2O顧客體驗。對莎莎而言，O2O業務擁有個人服務元素，在毛利率和交易金額方面較單靠顧客在線上獨自瀏覽更具優勢，而且可免除店舖租金和線上平台費開支，因此O2O業務的利潤率相對吸引，而集團亦希望發揮該業務的最大潛力。

隨著線上平台的銷售比重逐漸增長，集團得以減低對實體店的依賴，並將會繼續重整及理順店舖網絡，以改善整體成本架構，降低傳統零售業務的收支平衡點，長遠有助提升集團整體的競爭力和盈利能力。

在邁向新零售的進程中，線下零售店成為提升顧客體驗的重要一環。在港澳特區，目前租金水平回落，集團可以在租金和地方容許的情況下，在個別店舖中加設顧客體驗區，讓客戶可即場試用美粧及保健產品，感受更個人化的顧客服務。集團已著手部署在香港及澳門特區設置試驗店，預料於 2021/22 財政年度內推出。

中國是多元且發展迅速的龐大市場，莎莎將把握中國市場的機遇，不斷提升內部管理和產品採購質素，同時抓緊疫情後租賃市場較弱的機會以洽談較合理的租約條件，推進集團於中國內地的覆蓋率，並集中投放資源發展核心城市（尤其是大灣區城市）和重點區域。集團同時會加快發展中國內地的 O2O 融合，以雙軌並行完善線上及線下業務佈局，擴大中國內地市場的覆蓋範圍。

集團主席及行政總裁郭少明博士，*銀紫荊星章*，*太平紳士*總結：「鑑於線上業務已成為零售市場的新焦點，集團銳意邁進新零售領域，投入更多資源發展線上業務，不斷強化品牌、調整產品組合，積極推動港澳特區核心市場以外和線上的業務，多元化擴大集團的收益組合及顧客基礎，繼續為持份者創造長遠價值。」

「為支持香港特區各界齊心抗疫，莎莎將捐出總值 100 萬港元的莎莎現金券作為獎品，舉辦幸運大抽獎，以鼓勵香港特區居民接種新冠疫苗，幫助社區建立有效的群體免疫力。相信隨著疫苗接種率提升，將有助香港進一步放寬防疫措施，並加快通關，促進經濟盡快復甦。」

21/22 財政年度第一季營運銷售數據（持續經營業務）

由 2021 年 4 月 1 日至 6 月 9 日的第一季，集團的零售和批發營業額較去年同期上升 55.1%。零售額和同店銷售額的按年變動顯示如下：

以當地貨幣計算	按年變動 (%)	
	零售銷售	同店銷售
香港及澳門特區	53.5%	56.3%
中國內地	30.7%	6.7%
• 撇除會員積分獎賞計劃之影響	40.1%	13.9%
馬來西亞	3.5%	不適用
線上業務	131.2%	
集團營業額	55.1%	

關於莎莎

莎莎為亞洲具領導地位的美粧產品零售集團，為客戶提供包羅萬有的優質商品，銷售逾 600 個產品品牌，涵蓋護膚品、香水、化粧品、護髮、身體護理產品及美容營養食品等。憑藉「一站式美粧產品專門店」概念，莎莎經營逾 230 間零售店，設於香港及澳門特區、中國內地及馬來西亞，並透過多渠道的網上平台為顧客提供便捷的購物體驗。

集團於 1997 年在香港聯交所上市，現為「富時全球股票指數系列」、「摩根士丹利資本國際指數系列」（「MSCI」）及「標普指數系列」成份股，於 2011 年起獲選為「恒生可持續發展企業基準指數系列」成份股。

如欲獲取更多資訊，請瀏覽 <http://corp.sasa.com> 或聯絡：

莎莎國際控股有限公司

陳慧明

電話： 2975 3601

傳真： 2595 0797

電郵： ming_chan@sasa.com

iPR 奧美公關

劉麗恩 / 詹秀慧 / 趙偉津

電話： 2136 6952 / 3920 7648 / 3920 7650

傳真： 3170 6606

電郵： sasa@iprogilvy.com