



莎莎公佈 2017/18 年度中期業績

* * *

營業額達 36 億 5,990 萬港元 溢利增長 14.5% 至 1 億 990 萬港元

(2017年11月23日 – 香港) – 莎莎國際控股有限公司(「莎莎」或「集團」; 股份代號: 0178), 今天公佈其截至2017年9月30日止六個月之中期業績(「本期內」)。

本期內, 集團營業額為36億5,990萬港元, 較去年同期的36億210萬港元增長1.6%。其中, 港澳兩地的零售銷售額由28億8,190萬港元, 增長2.2%至29億4,570萬港元。集團於本期內溢利為1億990萬港元, 較去年同期的9,600萬港元增長14.5%。每股基本盈利為3.7港仙(2016年上半年: 3.3港仙)。董事會決議派發中期股息每股3.5港仙(2016年: 每股9.0港仙(中期股息: 每股5.0港仙及特別股息: 每股4.0港仙)), 以現金方式支付並提供以股代息選擇。集團重整其零售網絡, 店舖數目與去年同期相同, 維持共283間。

零售及批發業務

本期內, 隨著香港的本地生產總值錄得4%的增長, 集團於港澳地區的零售銷售額增長2.2%, 惟同店銷售則較去年同期下跌2.1%。本地顧客及中國內地旅客的交易宗數分別下跌0.8%及1.6%, 主要由於集團早前採取相對較保守的存貨管理措施以配合上半年搬倉期間的運作, 阻礙集團的銷售全面爭取此市場增長潛力, 以及化妝品行業競爭愈趨激烈。然而, 本地顧客及中國內地旅客的每宗交易平均金額分別增長4.5%及3.3%, 反映客人消費依然有力。其次是, 一些原本購買韓國產品的客人轉而購買其他比較高價位的產品。

中國內地業務方面, 管理團隊開始穩定, 產品組合的改善令銷售提升。去年自家品牌產品的進口問題也在逐漸解決中, 集團的銷售額及盈利能力因而恢復提升, 令整體營運效率及效能均有所改善。本期內, 中國內地業務整體營業額按當地貨幣計算增長3.9%至1億3,830萬港元, 而同店銷售按當地貨幣計算則增長5.0%。

集團進一步優化店舖模式, 透過品牌定位及改善產品陳列方式, 打造優越的品牌形象及購物體驗, 在改善店舖效率及成本效益方面已初見成效。集團並繼續優化中國內地店舖網絡, 關閉位於偏遠城市表現欠佳的店舖, 並於管理完善的省會城市集中開設新店舖, 目前這些新店舖的盈利能力正在提升。同時, 集團透過重點發展表現理想的品牌和單品, 及成功推出並營運新產品, 從而優化產品組合。

其他市場方面，本期內集團於**新加坡**市場的營業額為**9,870**萬港元，按當地貨幣計算較去年同期減少**2.1%**，主要由於集團集中資源發展具良好潛力的店舖，並關閉表現較差的店舖。此舉雖導致銷售總額下降，但同店銷售則加快增長，按當地貨幣計算的增幅為**7.0%**，毛利亦得到改善，虧損因而收窄。

至於**馬來西亞**方面，本期內營業額為**1億6,930**萬港元，按當地貨幣計算與去年同期相比增長**9.2%**，而同店銷售按當地貨幣計算則略為增長**1.1%**。馬來西亞市場同店增長顯著放緩，乃由於當地通脹推高消費者生活指數，令當地客人需求及購買力減弱。然而，集團繼續專注於提升自身能力，蓄勢待發把握日後市場轉好將帶來的良機。

集團在**台灣地區**業務的營業額減少至**9,290**萬港元，按當地貨幣計算的跌幅為**11.5%**，而同店銷售按當地貨幣計算則上升**0.8%**。集團早前重整當地的管理團隊，現已漸見成效，同店銷售有所改善。集團致力透過減低成本及加強營運效益，以收窄虧損。

電子商貿方面，營業額為**1億7,710**萬港元，較去年同期下跌**6.0%**，主要由於免運費服務的門檻自**2017年4月1日**起翻倍，加上價格上調所致。集團致力於構建穩固基礎以達致可持續增長，其中一個主要的措施為減低物流成本及縮短發貨時間，以提升長遠競爭力。

集團策略性地與不同知名電子商貿平台合作，以提升莎莎在中國內地的知名度、拓寬客戶群及增加銷售額。於**2017年9月28日**，集團在天貓國際開設旗艦店，進一步加強線上曝光率，此舉標誌著集團數碼策略的重要里程碑，相信這是集團實現為顧客締造完美購物體驗目標的重要一環。

品牌管理

集團於本期內已加快推出獨家品牌新產品。儘管韓國產品較早前受中韓政治緊張因素所影響，但在集團產品組合中仍然擔當重要部份。本期內，集團的專有品牌及獨家分銷產品（統稱為獨家品牌）的銷售佔比由**38.8%**增加至**38.9%**。

展望及策略

香港零售市場於本期內逐步趨向好轉。港澳旅遊業及零售市場正受多個正面因素帶動，其中廣深港高速鐵路及港珠澳大橋的落成將帶來眾多商機。集團將推出全新的手機應用程式，藉此進行個人化產品推薦及針對性優惠推廣，開拓「新零售」體驗的願景。

至於網上平台方面，集團將積極開拓與著名第三方電子商貿平台的合作機會，以相對較低的成本開拓新客層。集團將透過優化庫存流程以改善存貨管理，並加強新品的推出，同時將進一步優化內地自貿區倉庫的運作，從而降低物流成本及提升盈利能力。此外，透過升級手機應用程式，集團將為顧客提供多渠道接入點及更貼心的購物體驗，亦會優化該手機應用程式的後台系統，確保客戶在使用過程中有另一個高效的接觸點。

實體店方面，集團將繼續努力提供更舒適的店舖購物環境，推出具高吸引力的嶄新產品。集團將強化彩粧產品組合及陳列，並根據功能、賣點及價位分析填補產品缺口，期望逐步發展更多互動體驗，包括讓客人更享受產品瀏覽和試用過程，以加強其購物意欲，提升整體購物體驗。

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：「莎莎一直善於應對各種經濟環境、重重阻力及艱難逆境。我們有信心在未來數年間能夠不斷提升競爭力，化挑戰為機遇，把握商機乘勢而上。憑藉靈活的業務模式，我們能迅速回應各式新市場需求、市場狀況及市場趨勢，加上領導團隊的獨到視野，我們相信能於未來繼續鞏固集團於亞太區化粧品行業的領導地位。」

- 完 -