



莎莎公佈 2020 / 21 財政年度第四季度（2021 年 1 月至 3 月） 未經審核之最新銷售數據

摘要

集團 – 零售及批發 (持續經營業務)

	2021 年 3 月 31 日止 三個月
營業額 (百萬港元)	818.8
按年比變動	-3.4%

香港及澳門特區 – 零售及批發

營業額 (百萬港元)	534.1
按年比變動	-18.8%
同店銷售按年比變動	-18.8%
每宗交易平均金額 (港元)	250
按年比變動	9.0%
整體交易宗數 (以百萬計算)	2.0
按年比變動	-25.2%

(2021 年 4 月 15 日 – 香港) – 莎莎國際控股有限公司 (「莎莎」或「集團」；股份代號：0178) 今日公佈由 2021 年 1 月 1 日至 3 月 31 日止第四季度未經審核之最新銷售數據。

由 2021 年 1 月 1 日至 3 月 31 日止第四季度，集團整體零售及批發業務營業額按年下跌 3.4%，跌幅有所收窄，主要由於新冠肺炎疫情在 2020 年初開始爆發，導致比較基數極低。此外，澳門特區受惠於通關後內地訪客人次回升，以及電子商貿及中國內地業務持續增長，亦是集團營業額跌幅收窄的原因。若與 2018/19 年度比較，集團持續經營業務第四季的營業額則減少 59.0%，跌幅較第三季的 55.8% 略為增加。

在香港及澳門特區，第四季的零售及批發營業額按年下跌 18.8%；較 2018/19 年度同期減少 69.1%。

澳門特區的業務表現較香港特區為佳，隨著疫情受控，澳門特區於去年 8 月中起恢復中國內地自由行的旅遊簽注，旅客人次慢慢陸續復甦，帶動內地客按年銷售跌幅

由上半年的 98.3% 收窄至第四季的 7.8%，但還是較 2018/19 年度第四季跌 62.4%；本地客方面，當地政府的消費券計劃在去年 12 月結束後，第四季的本地客銷售增幅較第三季有所回落，不過仍然按年升 115.7%，亦較 2018/19 年度第四季升 100.3%。整體而言，在去年極低的基數下，第四季澳門特區的銷售按年升 22.8%，較 2018/19 年度同期則減少 41.7%。

香港特區因為還未通關，內地旅客人次低迷，銷售以本地客為主導，季內受第四波新冠肺炎疫情影響，拖累集團的銷售表現。在去年低基數效應下，第四季的零售銷售按年跌幅收窄至 32.8%，但較 2018/19 年度同期則減少 76.9%。

由於集團全力擴展現有的線上業務，包括在社交商貿及線上線下融合(O2O)的投入，加上去年基數因物流安排受疫情嚴重影響而較低，集團的電子商貿業務於第四季持續向好，銷售按年增幅為 101.6%，超越第三季的 66.5% 增長；對比 2018/19 年度同期，2020/21 年度第四季的銷售亦增長 57.9%。去年與蝦皮購物(Shopee)的合作反應正面，集團於三月底開展與另一個東南亞的知名第三方平台 Lazada 合作，進一步擴大集團的顧客基礎及收入來源。

集團主席及行政總裁郭少明博士，*銀紫荊星章*，*太平紳士*表示：「展望未來，隨著香港特區新冠肺炎疫苗的接種計劃展開，我們希望疫情最差的時間已經過去，但在本港通關前經營環境依然充滿不確定性。集團會持續減低成本和優化成本架構，務求盡快轉虧為盈，以及增強長遠盈利能力。」

在中國內地，零售業務在第四季錄得 102.2% 的按年增長，與 2018/19 年度同期比較亦升 4.9%，主要由於零售網絡擴張。至於馬來西亞市場則仍然受到新冠肺炎疫情影響較大，第四季銷售按年跌 28.9%。

於第四季度，香港及澳門特區以外之市場(包括中國內地、馬來西亞和電子商貿)的零售及批發業務營業額按年升幅為 49.7%，較 2018/19 年度同期升 6.7%。

零售店數目-按市場劃分(持續經營業務)

	截至 2021 年 3 月 31 日	截至 2020 年 12 月 31 日	截至 2020 年 3 月 31 日
香港及澳門特區	100	103	112
中國內地	57	54	44
馬來西亞	75	77	79
總數	232	234	235

附註：此公告的所有數據已包括就積分獎賞計劃採納的香港(國際財務報告詮釋委員會)一詮釋第 13 號所作之調整。