



莎莎公佈 2023 / 24 財政年度第一季度（2023 年 4 月至 6 月） 未經審核之最新銷售數據

百萬港元	營業額			按年變動	佔集團總營業額	同店銷售按年變動*	線下銷售對比2019年恢復程度*#
	線下	線上	總額				
香港及澳門特區	814.3	46.5	860.8	+53.5%	82.2%	+69.6%	45.9%
中國內地	46.3	51.2	97.5	-32.8%	9.3%	+0.8%	67.7%
東南亞	69.5	17.3	86.8	-8.0%	8.3%	-4.1%	80.9%
其他	-	2.4	2.4	+4,048.1%	0.2%	-	-
總額	930.1	117.4	1,047.5	+30.9%	100.0%	-	47.9%

*百分比以當地貨幣計算

#線下零售及批發銷售（「線下銷售」）

（2023年7月14日 – 香港） – 莎莎國際控股有限公司（「公司」；股份代號：0178）今日公佈本公司及其附屬公司（「集團」）由2023年4月1日至6月30日止第一季度未經審核之最新銷售數據。

由2023年4月1日至6月30日止第一季度（「期內」），集團的營業額按年增加30.9%至1,047.5百萬港元。其中，集團線下銷售增加44.6%至930.1百萬港元，而集團線上銷售下跌25.3%至117.4百萬港元。集團本季線上銷售佔集團總營業額為11.2%。與新冠疫情前的2019年3月31日止財政年度（「疫情前」）比較，集團的線下銷售已恢復至47.9%的水平。

集團於2023年3月31日止財政年度的第三季度轉虧為盈，並錄得淨利潤；自此，銷售繼續維持增長。

香港及澳門特區

線下銷售	
截至 2023 年 6 月 30 日止三個月	按年變動
線下銷售	+ 60.7%
同店銷售	+69.6%
每宗交易平均金額	+28.3%
總交易宗數	+31.5%

中國內地和香港及澳門特區恢復全面通關後，集團在香港及澳門特區業務銷售表現持續上升，帶動期內營業額按年大幅增加**53.5%**至**860.8**百萬港元。本季線下銷售增長**60.7%**，而同店銷售則增長**69.6%**。其中，旅客的銷售佔比為**47.3%**，而疫情前則約為**70%**。

線上銷售佔香港及澳門特區總銷售額為**5.4%**。我們繼續調整和利用集團線下店舖網絡和獨特的專業美容顧問團隊，實現線上線下融合（OMO），滿足需要隨時隨地進行無縫購物體驗的現代消費者。

香港特區的線下銷售在期內按年增長**58.3%**，同店銷售則提升**71.8%**。旅客流量至今主要集中在我們位於傳統核心遊客區的店舖，還未遍及其他區域。香港特區的核心遊客區為尖沙咀、旺角、銅鑼灣，以及跨境旅遊樞紐如西九龍站和落馬洲站等。期內，旅客銷售佔香港特區整體業務為**35.3%**，在核心遊客區的旅客銷售佔比則為**58.2%**。

期內，澳門特區旅遊業及經濟活動復常帶動銷售額上升，線下銷售按年增長**67.5%**，恢復至疫情前水平約**66.6%**

中國內地

中國內地業務逐漸改善，同店銷售按年增長**0.8%**（按當地貨幣計算）至**97.5**百萬港元。銷售額回復至去年同期的**67.2%**，這是在集團減少了**33**間店舖的情況下仍能取得的成績，而毛利與去年同期相若，顯示今年的毛利率有所改善，以及營運效益進一步提高。本季線上銷售佔中國內地總銷售額為**52.5%**。

集團將繼續利用微信小程序，讓莎莎美容顧問與中國內地顧客聯繫。中國內地旅客已經重返香港及澳門特區，而且數目正逐漸增加，集團正積極推廣微信小程序及手機應用程式，以便在這些顧客返回中國內地後，仍能繼續與我們保持聯繫和在線上購物。集團將進一步加強客戶關係管理（CRM）並把握OMO帶來的機遇。

東南亞

馬來西亞的線下銷售因當地生活成本上升帶來的挑戰而受影響，同店銷售於期內下跌**4.1%**（以當地貨幣計算）。與疫情前相比，儘管集團經營的店舖數目減少了**12**間至**69**間，但線下銷售仍錄得疫情前水平的**80.9%**。本季線上銷售佔東南亞總銷售額為**19.9%**。

零售店數目 - 按市場劃分

	於 2023 年 6 月 30 日	於 2023 年 3 月 31 日	於 2022 年 6 月 30 日
香港及澳門特區	81	79	82
中國內地	38	37	71
東南亞	69	70	70
總數	188	186	223

集團的店舖組合會因應租約到期續約、搬遷及根據集團的整體擴張計劃不時產生變化。集團將調整其擴張計劃，以在協商續租時取得合理租金。

- 完 -