

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



SA SA INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED

莎莎國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：178)

截至 2022 年 9 月 30 日止六個月中期業績 及 由 2022 年 10 月 1 日至 11 月 10 日之營運最新情況

摘要

- 集團的營業額為 1,550.5 百萬港元
- 香港及澳門特區市場的零售及批發營業額下降 9.3% 至 984.6 百萬港元
- 期內虧損較去年同期收窄 26.7% 至 133.2 百萬港元
- 每股基本虧損為 4.3 港仙 (2021/22 年：5.9 港仙)
- 鑑於我們所在市場的經營環境充滿挑戰和不確定性，董事會決議不派發於本期內的中期股息 (2021/22 年：無)

莎莎國際控股有限公司（「本公司」）之董事會宣佈，本公司與其附屬公司（「本集團」）截至2022年9月30日止六個月之未經審核簡明綜合中期財務資料。未經審核簡明綜合中期財務資料已經由本公司審核委員會審閱。

簡明綜合中期收益表

	附註	未經審核	
		截至 9 月 30 日止六個月 2022 港幣千元	2021 港幣千元
營業額	3	1,550,493	1,597,234
銷售成本	6	<u>(977,189)</u>	<u>(1,010,716)</u>
毛利		573,304	586,518
其他收入	4	41,687	21,903
銷售及分銷成本	6	(614,052)	(653,669)
行政費用	6	(124,495)	(121,600)
使用權資產及物業、機器及設備減值	11	-	(10,195)
其他利潤－淨額	5	<u>7,696</u>	<u>936</u>
經營虧損		(115,860)	(176,107)
財務收入		1,177	1,567
財務支出	7	<u>(8,605)</u>	<u>(5,853)</u>
除所得稅前虧損		(123,288)	(180,393)
所得稅開支	8	<u>(9,895)</u>	<u>(1,208)</u>
期內虧損歸屬於本公司擁有人		<u>(133,183)</u>	<u>(181,601)</u>
期內虧損歸屬於本公司擁有人之每股虧損（以每股港仙為單位）	9		
基本		<u>(4.3)</u>	<u>(5.9)</u>
攤薄		<u>(4.3)</u>	<u>(5.9)</u>

簡明綜合中期全面收入表

	未經審核	
	截至 9 月 30 日止六個月	
	2022	2021
	港幣千元	港幣千元
期內虧損	(133,183)	(181,601)
其他全面(虧損)/收入		
其後可能會重新分類至損益之項目		
外地附屬公司在匯兌儲備之匯兌差額	(15,044)	19
期內其他全面(虧損)/收入，已扣除稅項	(15,044)	19
期內全面虧損總額歸屬於本公司擁有人	(148,227)	(181,582)

簡明綜合中期財務狀況表

	附註	未經審核 9月30日 2022 港幣千元	經審核 3月31日 2022 港幣千元
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		207,442	202,138
使用權資產		517,729	344,752
租金按金及其他資產		66,625	86,380
遞延稅項資產		135,525	145,145
		927,321	778,415
流動資產			
存貨		664,593	747,946
應收賬款	12	57,866	73,214
其他應收款項、按金及預付款項		178,206	180,129
定期存款		-	241
現金及現金等值項目		203,212	296,478
可收回所得稅		9,405	10,400
		1,113,282	1,308,408
負債			
流動負債			
應付賬款	13	278,726	279,179
其他應付款項及應計費用		236,332	212,466
借貸	14	80,000	102,484
租賃負債		243,943	251,561
應付所得稅		10,096	9,021
		849,097	854,711
淨流動資產		264,185	453,697
資產總值減流動負債		1,191,506	1,232,112
非流動負債			
其他應付款項		17,630	19,522
租賃負債		329,356	219,949
退休福利承擔		9,532	9,532
遞延稅項負債		240	201
		356,758	249,204
淨資產		834,748	982,908
權益			
資本及儲備			
股本		310,319	310,319
儲備		524,429	672,589
權益總額		834,748	982,908

附註：

1. 編製基準

截至 2022 年 9 月 30 日止六個月之簡明綜合中期財務資料乃按照香港會計準則（「香港會計準則」）第 34 號「中期財務報告」編製。此中期報告並無包括在年度財務報告普遍包括的所有附註。故此，此中期報告應與根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）所編製截至 2022 年 3 月 31 日止年度之年度財務報表（「2022 年度財務報表」）一併閱讀。

截至 2022 年 9 月 30 日止六個月集團經營業務錄得虧損 133,183,000 港元（2021 年：181,601,000 港元）。集團之經營現金現金流入 153,657,000 港元（2021 年：現金流出 16,598,000 港元），如包括支付租賃負債（包含利息）186,733,000 港元（2021 年：213,343,000 港元），截至 2022 年 9 月 30 日止六個月現金流出則為 33,076,000 港元（2021 年：229,941,000 港元）。

於 2022 年 9 月 30 日集團現金及銀行結存為 203,212,000 港元（2022 年 3 月 31 日：296,719,000 港元）。本集團還未動用的銀行融資額約為 195,600,000 港元（2022 年 3 月 31 日：176,600,000 港元）。集團更於 2022 年 3 月 31 日獲得公司執行董事及控股股東郭少明博士及郭羅桂珍博士提供最高 200,000,000 港元的循環貸款。

本公司董事已考慮上述情況並審閱本集團由 2022 年 9 月 30 日起 12 個月內的現金流量預測。顧及本集團營運中使用的預期現金流，新冠病毒疫情爆發對集團營運的潛在影響，集團從新冠病毒復甦的步伐及持續可動用的銀行融資額，董事認為本集團有充裕財務資源以應付由結算日起計的 12 個月內的營運資本。此外，控股股東提供 200,000,000 港元的循環貸款額使集團流動性資金進一步受到支持。因此，本公司董事認為以持續經營基準編製簡明綜合中期財務資料是恰當的。

2. 會計政策

所採納會計政策與截至 2022 年 3 月 31 日止年度之年度財務報表所採用者（已在該等年度財務報表中載述）貫徹一致。

中期所得稅乃按照預期全年總盈利之適用稅率累計。

3. 分部資料

經營分部按照與向首席經營決策者提供內部報告一致之方式報告。負責分配資源及評估經營分部表現之首席經營決策者已識別為本集團作出策略及營運決策之執行董事。

本集團執行董事審閱本集團之內部報告以評估表現及分配資源。執行董事主要從地區角度審視業務，並根據分部業績評估地區分部之表現。

已識別之可報告業務分部為香港及澳門特區、線上業務、中國內地及馬來西亞。

分部資產主要包括物業、機器及設備、使用權資產、遞延稅項資產、存貨、應收款項、按金及預付款項、定期存款、現金及現金等值項目及可收回所得稅。資本性開支包括添置物業、機器及設備。

主要分部資料包括來自外部客戶之總營業額，其分析於下文披露。

	截至 2022 年 9 月 30 日止六個月				
	香港及 澳門特區 港幣千元	線上業務 港幣千元	中國內地 港幣千元	馬來西亞 港幣千元	總額 港幣千元
營業額	984,603	299,386	119,538	146,966	1,550,493
分部業績	(82,262)	(19,612)	(43,561)	12,252	(133,183)
其他資料					
資本性開支	32,075	313	645	6,049	39,082
財務收入	506	8	183	480	1,177
財務支出	7,047	65	962	531	8,605
所得稅開支	5,823	21	-	4,051	9,895
物業、機器及設備折舊	26,825	204	2,501	1,909	31,439
使用權資產折舊	113,400	355	4,554	11,608	129,917
滯銷存貨及損耗撥備/ (撥備撥回)	(932)	2,006	15,315	(894)	15,495

3. 分部資料 (續)

	截至 2021 年 9 月 30 日止六個月				
	香港及 澳門特區 港幣千元	線上業務 港幣千元	中國內地 港幣千元	馬來西亞 港幣千元	總額 港幣千元
營業額	1,086,090	307,361	143,575	60,208	1,597,234
分部業績	(122,805)	1,203	(41,452)	(18,547)	(181,601)
其他資料					
資本性開支	9,364	161	16,621	564	26,710
財務收入	890	5	149	523	1,567
財務支出	4,471	-	859	523	5,853
所得稅開支/(扣除)	6,151	238	-	(5,181)	1,208
物業、機器及設備折舊	33,085	137	4,858	3,318	41,398
使用權資產折舊	121,347	-	10,295	14,045	145,687
滯銷存貨及損耗(撥備 撥回)/撥備	(13,758)	(2)	3,901	6,564	(3,295)
物業、機器及設備減值	-	-	418	129	547
使用權資產減值	7,996	-	583	1,069	9,648
	香港及 澳門特區 港幣千元	線上業務 港幣千元	中國內地 港幣千元	馬來西亞 港幣千元	總額 港幣千元
於 2022 年 9 月 30 日					
非流動資產	849,653	6,825	19,411	51,432	927,321
流動資產	660,031	207,175	103,320	142,756	1,113,282
總資產列於簡明綜合中 期財務狀況表					2,040,603
於 2022 年 3 月 31 日					
非流動資產	703,097	7,512	33,639	34,167	778,415
流動資產	744,546	223,771	162,566	177,525	1,308,408
總資產列於綜合財務狀 況表					2,086,823

4. 其他收入

	截至 9 月 30 日止六個月	
	2022 港幣千元	2021 港幣千元
幻燈片陳列租金收入	8,828	9,788
短期租賃之分租收入	-	9,048
倉儲收入	7,129	-
政府補貼（附註）	25,730	3,067
	<u>41,687</u>	<u>21,903</u>

附註：

截至 2022 年 9 月 30 日止六個月，香港特區政府防疫抗疫基金的「保就業」計劃已授予 25,416,000 港元的工資補貼用以支付僱員的工資，以及防疫抗疫基金的美容院、按摩院及派對房間資助計劃授予了 240,000 港元。餘下的 74,000 港元的政府補貼由馬來西亞政府提供的。

截至 2021 年 9 月 30 日止六個月，馬來西亞政府推出「Wage Subsidy Programme」計劃已授予 2,934,000 港元的工資補貼。餘下 133,000 港元的工資補貼由香港特區政府防疫抗疫基金的「保就業」計劃授予用以支付僱員的工資。

本集團於 2022 年及 2021 年 9 月 30 日前符合所有附帶條件，並在簡明綜合中期收益表中確認。

5. 其他利潤－淨額

	截至 9 月 30 日止六個月	
	2022 港幣千元	2021 港幣千元
匯兌(虧損)/收益淨額	(7,722)	936
終止確認以往已減值的使用權資產相關之租賃負債 收益（附註）	15,418	-
	<u>7,696</u>	<u>936</u>

附註：

於過往年度，某些店舖之使用權資產已作出減值。期內，本集團在租賃終止前已關閉某些該等店舖。因此，有關該等租賃負債及使用權資產被提早終止確認時，產生收益為 15,418,000 港元。

6. 按性質分類之開支

	截至 9 月 30 日止六個月	
	2022 港幣千元	2021 港幣千元
出售存貨成本	961,694	1,014,011
僱員福利開支（包括董事酬金）	334,630	329,655
折舊開支		
- 使用權資產	129,917	145,687
- 物業、機器及設備	31,439	41,398
土地及樓宇之經營租賃租金		
- 短期租賃之租賃租金	45,357	57,965
- 或然租金	12,142	15,399
- 新冠病毒疫情相關租金減免（附註）	(12,822)	(17,004)
樓宇管理費、地租及差餉	34,359	38,821
廣告及推廣開支	25,361	29,387
運輸及遞送費用	24,723	22,992
外判倉儲處理及支付平台費用	17,062	19,031
公用設施及電訊	17,130	17,770
滯銷存貨及損耗撥備 /（撥備撥回）	15,495	(3,295)
銀行及信用卡收費	14,570	13,499
維修及保養	10,764	11,645
包裝費用	8,502	5,511
郵寄、印刷及文具	3,217	4,568
核數師酬金		
- 核數服務	1,624	1,550
- 非核數服務	394	295
物業、機器及設備撇賬	1,101	577
捐款	694	839
其他	38,383	35,684
	1,715,736	1,785,985
組成如下：		
銷售成本	977,189	1,010,716
銷售及分銷成本	614,052	653,669
行政費用	124,495	121,600
	1,715,736	1,785,985

附註：

截至 2022 年 9 月 30 日止六個月，新冠病毒疫情相關租金減免金額為 12,822,000 港元（2021 年：17,004,000 港元），已計入銷售及分銷成本。

7. 財務支出

	截至 9 月 30 日止六個月	
	2022 港幣千元	2021 港幣千元
租賃負債產生的利息費用	7,571	5,853
銀行借貸產生的利息費用	1,034	-
	<u>8,605</u>	<u>5,853</u>

8. 所得稅開支

香港利得稅乃按照本期間估計應課稅溢利以稅率 16.5% (2021 年：16.5%) 提撥準備。海外溢利稅款則按本期間估計應課稅溢利以本集團經營業務國家之現行稅率計算。

	截至 9 月 30 日止六個月	
	2022 港幣千元	2021 港幣千元
本期稅項		
- 香港利得稅	1,046	1,527
- 海外稅項	23	1,498
暫時差異之產生及撥回相關遞延稅項	<u>8,826</u>	<u>(1,817)</u>
	<u>9,895</u>	<u>1,208</u>

9. 每股虧損

(a) 每股基本虧損乃根據本公司擁有人應佔業務的虧損除以期內已發行普通股之加權平均數，減去為股份獎勵計劃而持有的股份總數計算。

	截至 9 月 30 日止六個月	
	2022 港幣千元	2021 港幣千元
本公司擁有人應佔虧損	<u>(133,183)</u>	<u>(181,601)</u>
期內已發行普通股之加權平均數減去為股份獎勵計劃而持有的股份 (千股)	<u>3,101,789</u>	<u>3,101,533</u>

(b) 截至 2022 年及 2021 年 9 月 30 日止六個月，每股攤薄虧損等於每股基本虧損，因為潛在普通股由於具有反稀釋性而未計入每股攤薄虧損中。

10. 股息

董事會決議不派發截至 2022 年 9 月 30 日止六個月之中期股息（2021 年：無）。

11. 使用權資產及物業、機器及設備減值

於 2022 年 9 月 30 日，零售店舖資產由物業、機器及設備及使用權資產組成，其資產淨值分別為 48,512,000 港元（2021 年：61,500,000 港元）及 360,778,000 港元（2021 年：314,982,000 港元）。本集團視其個別零售店舖為可獨立識別現金產生單位。管理層對出現減值跡象的零售店舖資產包括物業、機器及設備及使用權資產進行減值評估。

倘零售店舖資產的賬面值大於其估計可收回金額，則該資產的賬面值撇減至其可收回金額。店舖資產的可收回金額乃根據管理層批准之涵蓋餘下租期的財務預測，採用貼現現金流量預測透過計算使用價值而釐定，並使用主要假設，例如收入增長率，營運成本變化百分比和毛利率。故此截至 2021 年 9 月 30 日止六個月，銷售及分銷成本已確認物業、機器及設備減值虧損及使用權資產減值虧損分別為 547,000 港元及 9,648,000 港元。

對於香港和澳門特區市場之零售店舖資產可收回金額的使用價值計算中使用的主要假設如下：

收入增長率：	根據放寬邊境檢疫限制的時間，對本集團零售店舖人流量的相應影響的估計
營運成本變化百分比：	根據本集團成本減省計劃和措施有關的估計變化
毛利率：	根據歷史數據和產品組合的變化

12. 應收賬款

本集團營業額主要包括現金銷售及信用卡銷售。若干批發客戶獲給予 7 至 120 天信貸期。按發票日期之應收賬款的賬齡分析如下：

	9 月 30 日 2022 港幣千元	3 月 31 日 2022 港幣千元
一個月內	40,247	46,955
一至三個月	7,396	18,607
超過三個月	10,223	7,652
	<hr/>	<hr/>
	57,866	73,214

應收賬款之賬面值與其公平值相若。

13. 應付賬款

按發票日期之應付賬款的賬齡分析如下：

	9月30日 2022 港幣千元	3月31日 2022 港幣千元
一個月內	181,781	163,757
一至三個月	70,463	79,956
超過三個月	26,482	35,466
	<u>278,726</u>	<u>279,179</u>

應付賬款之賬面值與其公平值相若。

14. 借貸

	9月30日 2022 港幣千元	3月31日 2022 港幣千元
有抵押:		
銀行借貸	80,000	80,000
抵押借貸總額	<u>80,000</u>	<u>80,000</u>
無抵押:		
銀行借貸	-	20,000
信託收據貸款	-	2,484
無抵押借貸總額	<u>-</u>	<u>22,484</u>
借貸總額	<u>80,000</u>	<u>102,484</u>

於 2022 年 9 月 30 日，基於還款期在一年至兩年內及包含按需要還款條款，於是被分類為流動負債。

於 2022 年 9 月 30 日，本集團並無未償還之信託收據貸款（2022 年 3 月 31 日：信託收據貸款利率為每年 1.58 厘）。銀行借貸利率介乎 3.00 厘至 3.96 厘（2022 年 3 月 31 日：介乎 1.29 厘至 1.64 厘）及以港元計值。

借貸之賬面值與其公平值相若。

於 2022 年 9 月 30 日，本集團已作抵押予銀行融資的土地及樓宇賬面價值為 103,338,000 港元（2022 年 3 月 31 日：106,110,000 港元）。

管理層討論及分析

摘要

臨近 2022 年年底，新冠病毒疫情持續影響本港市場和世界各地經濟，大家越來越關心各地政府採取何種措施應對疫情挑戰。2022 年 2 月，地緣政治緊張局勢升溫，進一步影響全球供應鏈。加上 2022 年 9 月底英鎊匯率突然急瀉、環球通脹高企及利率持續走高，更為市場增添不明朗因素。

截至 2022 年 9 月 30 日止六個月（「期內」或「中期」），香港特區的防疫措施變化不大，內地以及外地訪港的旅客仍須被檢疫隔離。香港特區政府於 2022 年 4 月及 8 月繼續推行消費券計劃，刺激本地消費，然而，該計劃對本地零售消費的正面效果正逐漸減弱。此外，部分業主在艱難的營商環境中仍然要求加租。然而，集團堅持在店舖租金上的原則，只會在租金合理及讓經營能夠取得盈利的情況下才續租。

集團在澳門特區的業務因新冠病毒個案於 2022 年 6 月底飆升而受到嚴重打擊。當地於 2022 年 7 月首次實施全市封城，導致旅客數目大減。澳門特區是以旅遊業為支柱的市場，因而受封城封關的影響巨大。

馬來西亞政府改變抗疫策略，並自 2022 年 4 月 1 日放寬防疫措施後，集團在當地的業務持續有力地反彈，恢復至疫情前水平的 84%。

自 2021/2022 財政年度的第二季度至今，集團在中國內地的業務已受新冠病毒疫情嚴重影響，導致在當地市場的銷售和盈利表現遜色。內地多處爆發疫情，促使受影響的城市和鄉鎮封城封區，令本集團零售店舖的人流量減少，在最差的情況下甚至暫停營業。因此，於集團的中期報告期內，當地消費意欲跌至歷史低位，集團在中國內地的同店銷售增長較對上一個財政年度同期錄得雙位數的跌幅。

社交距離措施推行將近三年，全球消費者已經適應在新常態下生活。行為的改變已植根在我們的日常生活中，並加速零售數碼化。這現已成為集團商業戰略的關鍵，集團調整了產品及服務，並投資基礎設施，從而更好地應對正在改變的消費模式。

然而，集團期內在中國內地的線上銷售因主要倉庫需要檢疫隔離而受到嚴重影響，貨物運送至倉庫以及直接跨境送遞予顧客亦出現延誤，導致訂單取消，並且影響集團在該市場的業務規劃及營運。

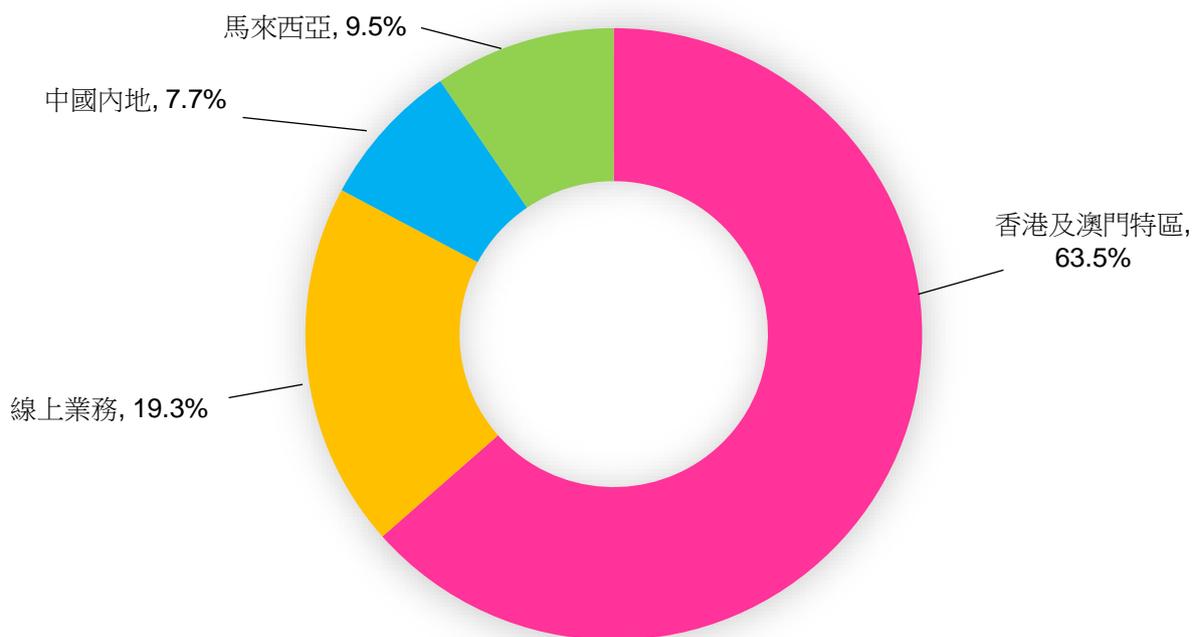
反觀集團在香港特區的線上業務，則於期內錄得高雙位數增長，這有賴於集團持續提升產品和服務。同時，集團不斷調整和利用線下零售店舖網絡及獨特的莎莎專業美容顧問團隊，以實現線上線下融合（OMO）的新零售模式，滿足現代消費者隨時隨地獲得無縫購物體驗的需求。

集團繼續在本港和其他市場投資和發展線上業務，而在東南亞的線上業務錄得增長，而這只是向外開拓市場的起步點。我們仍有進步空間，但有信心能按照既定發展策略邁進，亦具備所需人才，往正確的方向前進、蓄勢待發。

展望未來，零售行業預期仍會在嚴峻艱難的經營環境和外圍不明朗因素下遭受巨大壓力。集團將繼續改善其內部架構和風險管理機制，從而提升其克服困難的能力，令集團更能管理外圍風險和把握機遇。只要有機遇以及符合經濟效益，集團將會考慮擴充店舖網絡。

莎莎繼續專注於為持份者創造長遠的價值。過去六個月，莎莎主動大幅調整其成本結構和管理常規原則，讓集團即使在各個主要市場現行的防疫措施下，仍然能夠持續盈利。在收入方面，集團正在拓展增加收入的潛力，包括優先加強品牌管理、為各產品類別增添活力、強化OMO及充分利用集團的顧客關係管理（CRM）；在成本方面，集團會致力做好存貨周轉管理和店舖租金開支的控制，提高員工生產力，並且充分發揮各個卓越中心的作用。除非集團核心市場採取的防疫措施進一步升級，否則集團預期上述各項措施將於今個財政年度的年底前產生效益，並確保集團能成功渡過艱難的市況。若果防疫措施能夠放寬，將有利於集團實施計劃，集團亦預期將能夠更好地把握機會。

2022/23財政年度上半年按市場劃分的營業額



截至 2022 年 9 月 30 日止六個月，本集團的營業額為 1,550.5 百萬港元，較截至 2021 年 9 月 30 日的六個月（「去年同期」）減少 2.9%，主要因為中國內地爆發新冠病毒疫情和澳門特區確診個案增加，導致受影響之城鎮採取封城封區措施，繼而影響集團的業務營運。因此，香港和澳門特區的零售及批發營業額下降 9.3% 至 984.6 百萬港元。而中國內地零售銷售額下跌 13.1% 至 119.5 百萬港元，中國內地線上業務銷售額則下跌 26.0% 至 159.4 百萬港元。於 2022 年 9 月 30 日，集團經營 193 間零售店舖。

集團於期內的虧損由去年同期的 181.6 百萬港元，顯著收窄至 133.2 百萬港元（或 26.7%）。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）、各地政府所發放疫情相關的補貼資助及臨時租金減免，集團於期內的虧損較去年同期收窄至 171.7 百萬港元（或 10.3%）。此外，集團透過管理現有存貨，令經營活動現金流出（包括支付租賃負債及利息）顯著減少至 33.1 百萬港元。

每股基本虧損為 4.3 港仙（2021/22 年：5.9 港仙）。鑑於莎莎所在市場的經營環境充滿挑戰和不確定性，董事會根據集團按溢利派發股息的政策，以及實施負責任的風險管理，決議不派發於期內的中期股息（2021/22：無）。

市場概覽

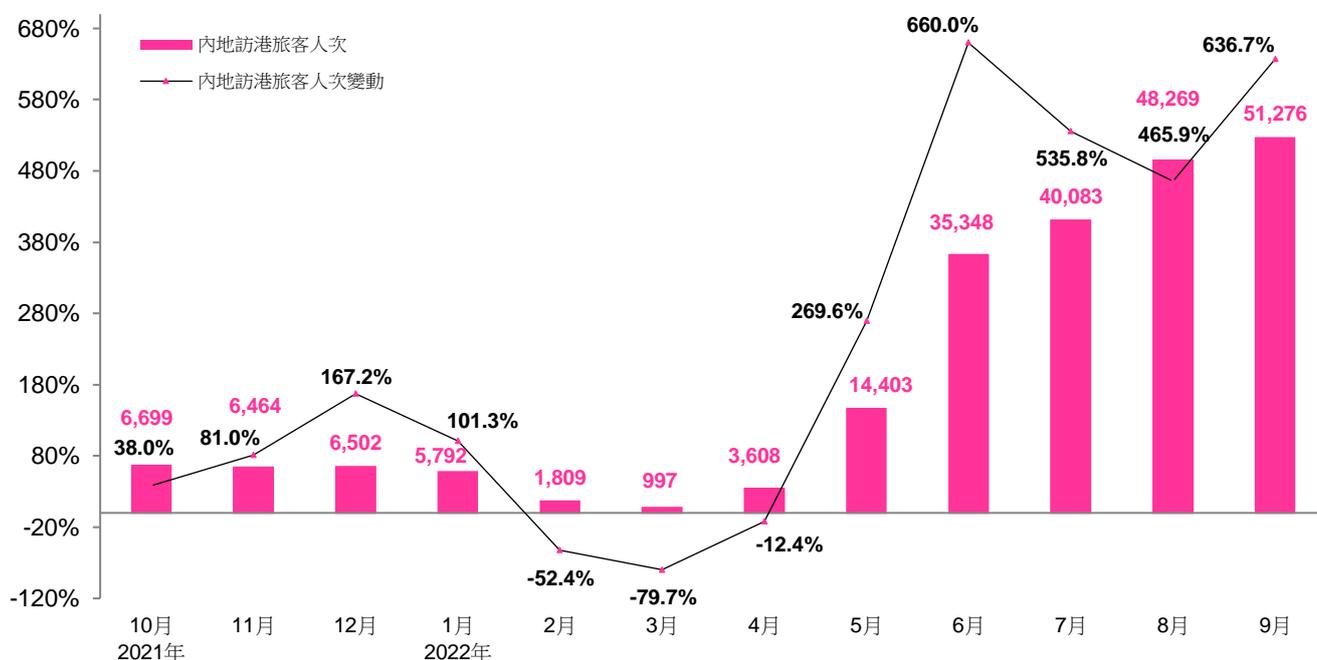
2022年當地生產總值／零售銷售額／藥物及化粧品銷售額（按年變動）

市場	當地生產總值 變動	零售銷售變動	藥物及化粧品銷售變動
香港特區	-2.9% (4月至9月)	2.0% (4月至9月)	3.0% (4月至9月)
澳門特區	-39.3% (4月至6月)	-36.6% (4月至6月)	-31.6% (4月至6月)
中國內地	2.2% (4月至9月)	-0.6% (4月至9月)	-1.8% (4月至9月)
馬來西亞	11.6% (4月至9月)	31.6% (4月至9月)	附註 1

附註：

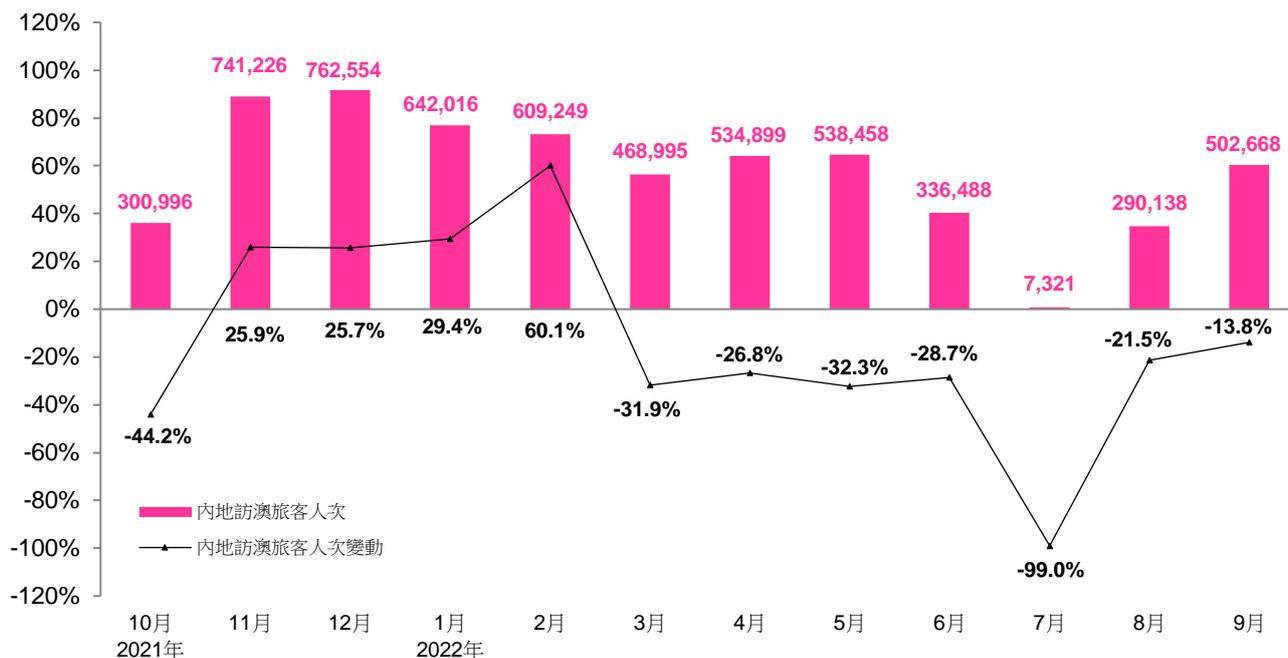
1. 馬來西亞政府沒有提供有關藥物及化粧品零售的統計數據。
2. 以上所有數據來自及推算自相關政府統計部門公佈之統計數據。
3. 不同的政府統計處對化粧品行業零售的釋義和統計方法各有差異。

香港特區內地訪港旅客人次 (按年變動)



資料來源：香港政府統計處及香港旅遊發展局

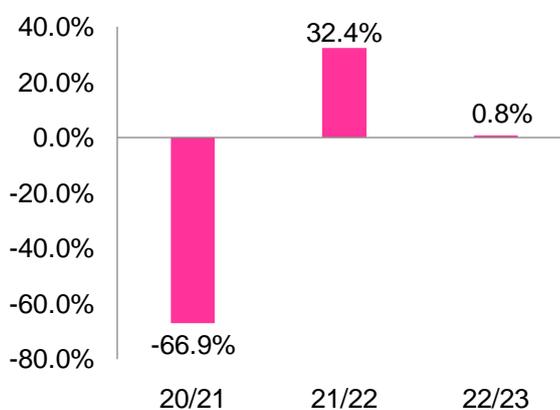
澳門特區內地訪澳旅客人次 (按年變動)



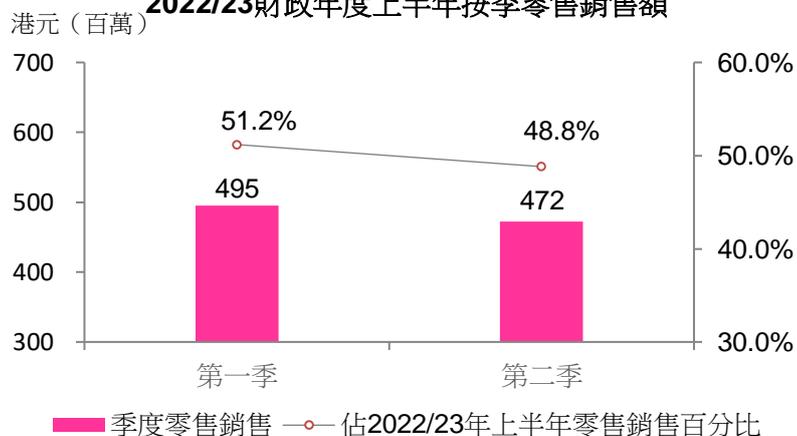
資料來源：澳門特別行政區政府統計暨普查局

香港及澳門特區

上半年同店銷售變動



2022/23財政年度上半年按季零售銷售額



附註：以上數據包括來自「客戶忠誠度計劃」之遞延收入調整的影響

期內，香港特區政府繼續實施嚴格的入境防控措施以遏止新冠病毒疫情傳播，訪港旅客，尤其是來自中國內地的旅客數目仍然處於低水平。因此，在香港特區市場中，來自於中國內地旅客的銷售額只佔2.8%。

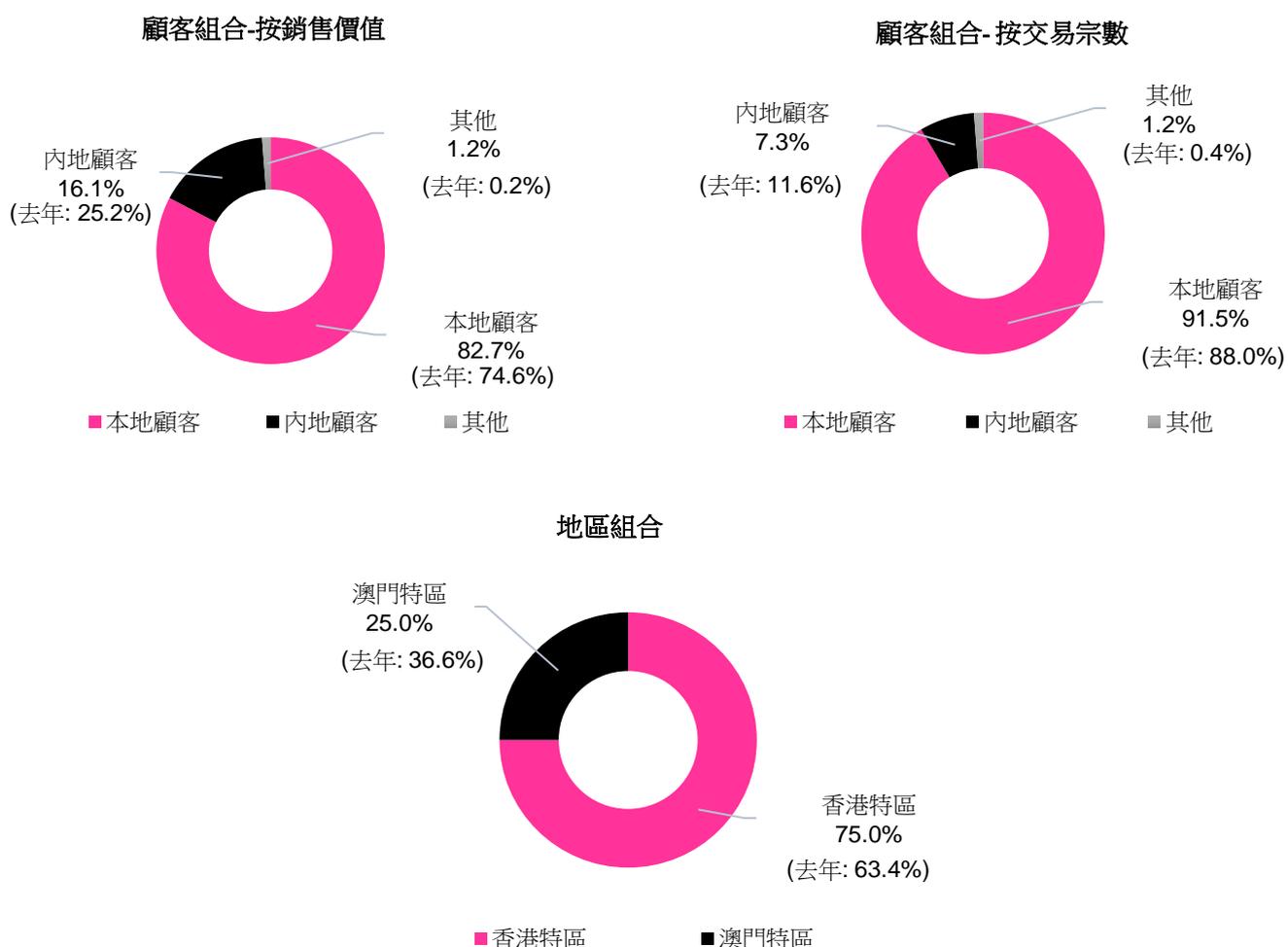
雖然本地的新冠病毒個案於期內較去年同期有所增加，但部分社交距離措施已經逐漸放寬，而本地消費者面對疫情的態度也變得從容。同時，香港特區政府於2022年4月及8月繼續推行消費券計劃，刺激本地消費，然而，該計劃對本地零售消費的正面效果正逐漸減弱。莎莎把握消費意欲改善的契機，更新其產品組合，並且推出有效的主題推廣活動，令集團在香港特區的同店銷售較去年同期改善19.8%；同時，雖然店舖數目淨減少五間至71間，但總體零售銷售仍錄得8.0%的增長。銷售增長的趨勢持續，第二季度的同店銷售穩定地保持雙位數增長。

為保障員工和顧客的健康與安全，莎莎繼續投入資源確保其店舖、倉庫及辦公室進行殺菌消毒，並提供充足的快速抗原檢測套裝予員工使用。自 2003 年嚴重急性呼吸系統綜合症爆發至今，莎莎時常未雨綢繆，採購和供應防疫產品，包括快速抗原檢測套裝、防疫口罩及藥物，與顧客並肩抗疫。作為有責任感的企業公民，集團以合理價格作出供應。集團亦向一些政府機構及慈善團體捐款合共 0.4 百萬港元，以服務社群。

澳門特區自 2020 年 8 月底與中國內地重新逐步通關後，來自中國內地的訪客數目開始回升，並且成為集團在該城市銷售額的主要來源。該趨勢延續至 2021 年 6 月，惟隨後澳門特區因錄得零星新冠病毒個案而收緊入境旅客的檢疫措施。及後，新冠病毒個案於 2022 年 6 月底飆升，促使澳門於 2022 年 7 月首次實施全市封城。澳門特區政府的統計數據顯示，來自中國內地的旅客於 2022 年 4 月至 9 月期間較去年同期減少 39.9%，為疫情前（即 2018 年）水平約 18.1%，因而嚴重影響集團於期內在澳門特區的銷售，較去年同期減少 37.7%，同店銷售則減少 33.4%，當中，來自中國內地旅客的銷售佔比約 56.1%。

合併計算，集團於期內在香港澳門特區的零售銷售較去年同期減少 8.7% 至 966.8 百萬港元，而同店銷售則增加 0.8%。

銷售組合（2022/23 財政年度上半年零售銷售額）



集團堅持採取零基成本管理，精簡香港特區旅遊區的店舖網絡，以及在商討續租時爭取合理租金，最終於期內大幅減省營運成本，令集團於合併香港和澳門特區市場所錄得的虧損，較

去年同期明顯減少 40.5 百萬港元（或 33.0%）至 82.3 百萬港元。集團致力持續管理成本和改善成本結構，以儘快扭虧為盈和提高長遠的盈利能力。

若不計及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）、臨時租金減免，以及各地政府所發放疫情相關的補貼資助，集團的財務表現顯著改善。雖然澳門特區曾經全面實施封城和採取社交距離措施，集團於期內在香港澳門特區和澳門特區市場所錄得的虧損較去年同期收窄 7.5 百萬港元（或 5.9%）。

理順店舖網絡 為市場復甦作準備

按市場劃分的店舖網絡

市場	於 2022 年 3 月 31 日		於 2022 年 9 月 30 日	
	開店*	關店*	開店*	關店*
香港及澳門特區	85	2 [^]	7 [^]	80
中國內地	77	-	35	42
馬來西亞	72	3	4	71
總數	234	5	46	193

附註：

* 2022 年 4 月 1 日至 2022 年 9 月 30 日六個月期間之開店及關店數目。

[^] 包括遷移一間位於香港特區非遊客區的店舖

集團繼續根據店舖的經濟效益優化店舖網絡，平衡店舖租金與集團在區域集群保留及服務顧客的能力。集團繼續就多家零售店舖洽談臨時租金減免，以減輕集團在遊客流量尚未恢復的情況下之租金成本。於 2022 年 9 月 30 日，莎莎在港澳特區市場的零售店舖總數期內淨減少五間至 80 間，該五間淨關閉的分店均位於香港特區。儘管期內香港特區的店舖數目錄得淨減少，但莎莎在該市場的零售銷售錄得 8.0% 增長，而同店銷售增長則為 19.8%。

儘管外圍環境充滿挑戰，集團仍見有部分業主尋求租金調整，然而，集團堅持在店舖租金上的原則，只會在租金合理及經營能夠錄得盈利的情況下才會續租。

根據莎莎的網絡策略，集團以合理的租金水平為八間位於人流暢旺的遊客區店舖續租，另外有三間店舖結業（包括一間位於澳門特區的店舖）。這些續租將降低未來開設新店相關的初始資本支出和相關折舊支出。此外，集團在期內搬遷一間位於住宅區的店舖。集團正在本地尋找合適規模的店舖，以補充現有的店舖網絡，使其更具經濟效益。總括而言，這些措施進一步優化集團的店舖網絡，讓莎莎在市道復甦後可以率先受惠。

加快 OMO 零售模式的發展

消費者接納新的零售模式，帶動集團於香港特區的線上銷售繼續快速增長。期內，香港特區的線上銷售按年顯著增長 88.9%至 110.3 百萬港元。集團繼續探索新的零售模式，除了自行管理的銷售渠道外，集團亦提升其在包括「鄰住買」等第三方平台的影響力。期內香港特區實體店的同店銷售增長穩健，抵銷市場對於其線下業務銷售可能遭線上業務蠶食的憂慮。期內線上銷售組合佔香港和澳門特區總銷售額的百分比由去年同期的 5.1%上升至 10.1%。

集團的 OMO 策略雖然仍處於萌芽階段，但正推動集團的線上銷售增長。「網購店取」成為流行的觸達消費者策略，相關銷售於期內佔集團香港特區的線上銷售額為 17%。此模式能牽引顧客到訪集團的實體店舖，也能讓我們的美容顧問於實體店舖內為他們提供服務。集團正積極開拓此銷售渠道，從而更好地為顧客服務。集團透過提升產品和服務、利用線下零售店網絡優勢以及獨特的莎莎專業美容顧問團隊，實現真正 OMO，以滿足現代消費者隨時隨地獲得無縫購物體驗的需求。集團相信 OMO 零售模式所帶動的實體店銷售將會逐漸增加。

美容顧問與顧客之間的互動已伸延至網上渠道，集團也將提升自身的顧客關係管理方案和顧客關係管理的基礎設施，從而提供更加個人化的全渠道零售購物體驗。集團將繼續投資 OMO 零售方案，並且探索各種 OMO 零售活動。

我們仍有許多進步空間，但有信心能按照既定發展策略邁進，亦具備所需人才往正確方向前進，蓄勢待發。

品類管理與產品開發 迎合顧客需求

在過去三個月，集團一直專注於通過審視核心產品類別來管理我們的產品供應，以確保擁有熱銷產品。集團也積極尋求與品牌建立合作夥伴關係，加強獨家代理品牌組合，並與品牌持有人共同開發產品。集團卓越的零售管理標準和獨特的專業美容顧問團隊，使莎莎成為品牌開展業務的理想合作夥伴。

集團亦正推出新品類及增加銷售組合，例如加強引入保健產品、個人護理產品、美容小儀器等類別，以滿足本地顧客的需求。莎莎作為一站式美粧產品平台及選購專業優質及潮流個人護理產品的首選之地，能夠展現其獨特性並在市場上脫穎而出。

配合這一新重點，集團持續更新店內和線上展示與推廣產品的方式，讓消費者了解我們所出售的產品及其品牌與功能。就此，莎莎增加推出與季節或其他外部因素匹配的主題促銷活動。

期內港澳特區的毛利率上升至 39.3%，較去年同期改善 0.5 個百分點，集團認為這只是一個起點並預計相關舉措快將取得進一步成果。

中國內地

回顧期內，莎莎因應新冠病毒疫情爆發及相關社交距離措施，採取調整中國內地店舖網絡至合適規模的策略。於 2022 年 9 月 30 日，集團理順中國內地的店舖網絡，經營店舖總數減少 35 間至 42 間。集團在中國內地業務的營業額按當地貨幣計算下跌 13.1%至 119.5 百萬港元，而同店銷售則下跌 16.8%。儘管集團於期內關閉錄得虧損的店舖，以及致力降低營運成本，中國內地業務仍然很大程度受到疫情拖累，虧損按年擴大 5.1%至 43.6 百萬港元。集團預計這些措施將會在下半年大幅減少中國內地業務的營運虧損。

新冠病毒疫情為集團在中國內地的業務帶來重大衝擊，亦是銷售下跌及營運錄得虧損的主要原因。期內，疫情持續在中國內地多個地區爆發，在較嚴峻時期，受影響的城市和鄉鎮更被封城封區，令集團旗下店舖的人流大減。

期內，中國內地的線上業務（包括跨境銷售）下跌 28.3% 至 152.2 百萬港元，但於集團線上業務總銷售仍屬最大佔比。由於香港特區的線上業務銷售於期內高速增長，因此中國內地線上業務佔整體線上業務銷售的佔比由去年同期 69.1% 下降至約 50.9%。2022/23 年度第一季度，新冠病毒疫情嚴重爆發擾亂由香港特區直接送往內地顧客的跨境物流安排，包括直接影響莎莎在中國內地電商倉庫的補貨，不利銷售表現，以及增加銷售退貨情況。雖然「618 購物節」於期內舉行，但由於上述提及之原因，相關銷售較去年同期下跌約 27.0%。集團決定避免在價格方面採取惡性競爭手段，尤其是在購物節，此為收入增長帶來更大挑戰。於 2022/23 年度第二季末，物流困局雖然有一定程度的緩解，但在疫情持續的情況下，仍有機會出現物流中斷。

馬來西亞

集團來自馬來西亞市場的營業額為 147.0 百萬港元，按當地貨幣計算，按年大升 159.1%，而同店銷售亦上升 57.2%。於 2022 年 9 月 30 日，集團經營 71 間店舖，於 2022 年 3 月 31 日則為 72 間。

為應對新冠病毒疫情爆發，馬來西亞政府在疫情初期實施嚴格的行動管制令，對莎莎於當地的業務造成沉重打擊。自 2021 年 10 月起，馬來西亞政府改為採用「與病毒共存」的策略，並逐步放寬行動管制，使當地經濟及零售業得以復甦。去年，在馬來西亞疫情爆發最為嚴峻時，莎莎大幅削減營運成本及提高生產力，待政府一旦放寬防疫政策，集團就能迅速採取行動，從中受惠。集團在當地的業務錄得強勁回升，而莎莎仍持續致力降低營運成本，即使在馬來西亞貨幣令吉貶值的情況下，期內馬來西亞業務仍錄得 12.3 百萬港元的盈利。

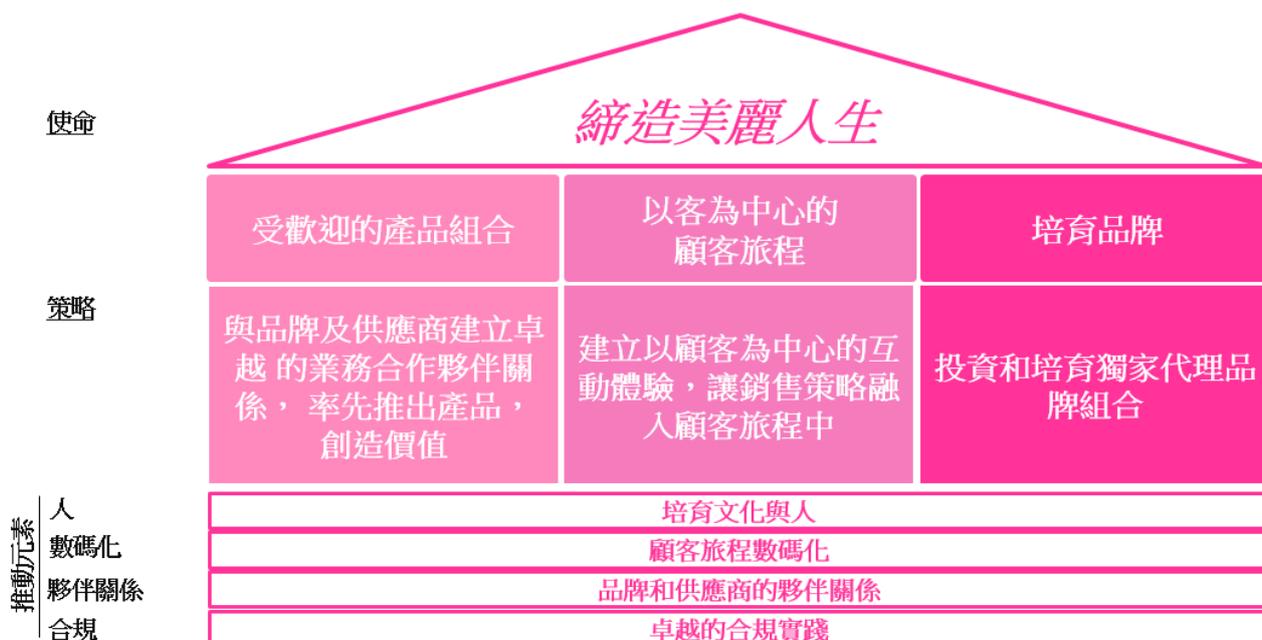
線上業務 - 其他司法管轄區

跟過往財年一樣，集團在中國內地及馬來西亞的線上業務表現會反映於各自之業績分部，而集團在其他司法管轄區的線上業務，包括來自香港和澳門特區的跨境業務，則在線上業務分部中披露。

期內，集團線上業務的營業額為 299.4 百萬港元，按年下跌 2.6%，對集團總營業額佔比持續穩定地增至 19.3%（去年同期：19.2%）。撇除港澳特區及中國內地市場，集團在其他市場的線上銷售額按年增長 0.7%，對線上業務總銷售額的佔比提高至 12.3%，主要是由以東南亞顧客為目標客群的第三方平台蝦皮購物（Shopee）及來贊達（Lazada）所帶動。

期內，網上業務錄得 19.6 百萬港元的虧損，去年同期則錄得 1.2 百萬港元的盈利，主要是由於新冠病毒疫情於中國內地市場造成影響和當地消費疲弱所致，而港元兌包括人民幣在內的其他貨幣處於強勢，為集團定價帶來挑戰，並對毛利率造成影響。

策略重心



集團一直堅守「締造美麗人生」的使命，將透過其發展策略的三個重心體現。

首先，集團將夥拍品牌持有人和供應商增添產品組合的價值，務求為消費者帶來驚喜。集團將增強產品組合，並引入更多創新產品，透過引人入勝的宣傳推廣吸引顧客。透過加強對整體產品類別和存貨的管理，集團將能夠更快速地應對消費潮流的變化和保持可觀的毛利率。

第二，集團將因應不斷變化的消費過程和模式，鞏固其觸達消費者的策略，從而確保能透過線上、線下或 OMO 的新零售模式隨時隨地向消費者提供豐富的選擇，滿足所需。集團繼續探索和發揮線上營運模式，尤其是發掘線下營運模式無法發揮的功能。集團內部的網上直播團隊自 2021 年 11 月至今在抖音非常活躍，在線上複製其美容顧問所提供的價值，就是一個好例子。以顧客為先的宗旨牢牢植根在集團的基因中，集團在越來越多元化的消費過程中致力提供無縫的消費體驗，讓消費者探索和購買產品。因此，集團的線上線下渠道須要無縫統一協作，採取「靈活敏捷」的管理方針，以快速應對瞬息萬變的消費者行為和習慣，並且提高消費過程的數碼化程度。「人人皆銷售，人人可促銷。」

第三，集團將增加所管理和獨家的品牌組合，投資和培育該等品牌，令其充分展示品牌價值以及成為暢銷產品。莎莎在其獨家產品上擁有高度自主決策權，涵蓋策略、定位、定價和銷售渠道。管理層深信為其獨家產品建立品牌價值，將能提升其執行自身產品組合策略的主導權，改善其產品的競爭力和毛利率，以及在未來吸引更多公司與其進行品牌合作。為此，集團將投資於市場推廣能力，包括增強體察消費潮流的能力，與消費者在會員平台上交流，與莎莎的社群密切聯繫，並且提高其在社交媒體的影響力。

為了在這三個重要策略支柱取得成功，集團將持續投資培養人才以達成目標；投資於能提升消費體驗和令莎莎能更好地服務消費者的數碼化項目；與品牌結成合作關係；提高合規水平，從而提升消費者對集團所售產品的信任。

發揮優勢觸達顧客

近三年的疫情推動線上購物急速發展，集團相信即使日後與疫情相關的社交距離措施進一步放寬，線上業務的重要性仍會持續增加。線上業務能夠令莎莎實現業務多元化，並有機會接觸更廣泛的消費群。

集團一大核心競爭優勢是實體店網絡與專業美容顧問團隊共同締造的購物體驗。在新零售時代，透過整合實體店及線上業務，包括舉辦跨平台促銷活動，為集團造就一個增值的營運戰略。這種模式能夠提高集團分析顧客喜好及消費習慣的能力，從而為產品開發及直接面對消費者之行銷提供參考，為顧客締造個人化的全渠道購物體驗。對任何一個希望進入市場的品牌而言，集團會是最佳的合作夥伴。

為配合專注產品類別、培育品牌及突顯品牌價值的策略，集團將加強店內陳列以提供更豐富的店內體驗，從而吸納新顧客、延長現有顧客在店舖的逗留時間，及增加顧客的到訪次數。集團的線上接觸點擴大了其影響力，為消費者提供全天候的購物體驗。

隨著集團繼續投資線上平台並加強管理，莎莎更有能力推行 OMO 營運模式，為顧客提供更佳的體驗。這有利於莎莎在同行之間突圍而出，在競爭激烈的美容市場鞏固其領導地位，並有助提升集團之長遠盈利能力。

未來展望

踏上盈利之路

回顧期內，儘管目前營運環境欠佳，集團仍採取務求實現可持續盈利的思維，並實行相應措施，以大幅降低收支平衡點。這些措施包括採用零基成本管理及更嚴格的營運資金管理政策，令集團能夠克服挑戰。相關措施亦將增加集團的競爭力，令集團更具韌性，並在疫情放緩時實現業務可持續增長。

集團於年內會繼續理順在香港特區遊客區之實體店舖網絡，並就續租洽談合理租金水平。同時，集團削減非必要及非生產性的開支，以減低辦公室及店舖的固定成本。集團亦實施一系列提升營運表現的措施，包括加強數碼化，旨在降低經營成本、優化人力資源結構，以及提高營運效率。其中一項舉措是建立卓越中心，把店舖的部分行政及管理功能統一處理，並加快自動化進程。

集團積極管理其庫存，在確保於「雙十一」等的交付高峰期能有充足存貨而不受新冠病毒疫情影響，以及庫存的投資成本之間取得平衡。集團亦愈來愈專注於產品類別的管理，以確保引入符合市場趨勢的流行產品並增加各類別份額，加強作為一站式美粧產品平台的市場定位。

集團靈活地調整各個業務單位的存貨策略，以緊貼市場和抓緊商機。集團於 2022 年 9 月 30 日的庫存為 664.6 百萬港元，較 2022 年 3 月 31 日減少 83.3 百萬港元，存貨周轉天數則為 114 天，減少了 13 天。由於截至 2022 年 9 月 30 日的存貨包括「雙十一」的預備存貨，故存貨情況帶有一定程度的季節性因素。

期內，集團獲取香港特區、澳門特區及馬來西亞政府所發放疫情相關的補貼資助，並從業主方面獲得臨時租金減免，這一定程度減輕營運成本上的負擔。

於 2022 年 9 月 30 日，集團的現金淨額（已減除尚未動用的銀行貸款）為 123.2 百萬港元。加上未動用之銀行貸款額度約 195.6 百萬港元，集團有足夠資金應付業務營運所需。於 2022 年 3 月 31 日，本公司執行董事及控股股東郭少明博士及郭羅桂珍博士向本集團提供最高 2 億港元的循環貸款，加強集團財務狀況並反映控股股東對集團的支持，另一方面亦顯示他們對集團業務的長遠前景充滿信心。

香港及澳門特區

在歷時數月執行嚴厲防疫措施後，香港特區的社交距離政策已逐漸放寬，而消費者也正在適應疫情的新情況。然而，疫情和地緣政治的不明朗因素仍然存在，新冠病毒疫情個案可能增加，以及新變種病毒出現，或會導致政策收緊，因此預計零售業的經營環境仍將充滿挑戰和不確定性。

在香港特區與中國內地之間未有恢復免檢疫通關的情況下，本地顧客是香港特區的主要顧客來源。集團將通過優化產品組合以迎合顧客喜好和最新市場趨勢，務求更好地服務本地顧客。為增加莎莎的銷售額及提升本地市場滲透率，集團亦會考慮擴展零售網絡並在本地住宅區開設新店的機會，具體要視乎租金是否合理。

市場不明朗因素持續，而店鋪層面的盈利和虧損只在一線之差，集團將毫不猶豫地搬遷虧損店鋪和租金過高的店鋪，旨在降低租金佔收入比例，繼續控制成本效益，提高店鋪的經營效率，以及提升集團為股東賺取利潤的能力。待內地邊境重開，遊客重返香港特區，帶動銷售需求增加時，集團將以合理租金在旅遊區黃金地段恢復開設新店，務求可以率先受惠。

澳門特區作為一個主要旅遊目的地，集團在當地的業務依賴遊客，尤其是來自內地的旅客。自從澳門特區於 2022 年 8 月與內地重新通關以來，我們於當地的業務逐漸復甦，除非疫情出現任何反彈，否則該逐步復甦的趨勢應該得以持續。

促進 OMO 發展是我們策略的一部分。集團將繼續推廣受消費者歡迎的「網購店取」安排，通過 OMO 相關的促銷活動吸引消費者，並結合線上和線下的促銷活動和宣傳推廣工作，推展線上線下互補的營銷活動，締造全面的購物體驗。集團將繼續為前線美容顧問提供行業領先的培訓，完善佣金和獎勵機制，鼓勵員工通過線上和線下接觸點全方位服務客戶，以增強競爭優勢。

中國內地

在中國內地，新冠病毒疫情於各個城市以不同的嚴重程度零散爆發，大大影響我們在正常情況下按照既定計劃推行業務營運。供應鏈中斷延長了存貨抵達中國內地倉庫及貨物運抵跨境顧客的時間。封城措施導致集團部分線下店鋪的營業日數減少，而對消費者情緒的影響也正在影響我們的線上和線下業務部門。

儘管集團中長期的市場目標保持不變，由於未能確定短期不明朗因素何時完結，相信目前最佳策略為繼續理順店舖網絡，並將資源集中於優化有盈利店舖的營運表現，增加貨品種類和選擇，為顧客帶來驚喜，保留實力，以繼續長遠發展中國內地市場。

集團會繼續推動線上業務發展，進一步整合線上線下業務，降低中國內地業務的整體營運支出。莎莎正積極尋求增加線上產品類別及推出流行產品，以配合其產品策略，有利於吸引新消費者。展望未來，集團將通過經營自家渠道以分散中國內地業務風險，減少對第三方平台的依賴。為迎合中國內地直播蓬勃發展的趨勢，集團設有自家直播團隊，於第三方平台抖音上直播，以吸引年輕一代顧客，集團將繼續探索這個方向的发展。

集團繼續在中國內地探索 OMO 策略，以提升莎莎的整體競爭力和影響力，包括利用微信小程序將莎莎的美容顧問與中國內地顧客聯繫起來。此舉仍處於起步階段，而集團希望透過顧客關係管理以及與顧客溝通，以獲取新顧客、增加活躍顧客並提高顧客終身價值。

馬來西亞

馬來西亞政府自 2022 年 4 月 1 日起放寬入境檢疫措施，讓遊客可自由到訪。政府政策有連貫性及一致性並且有利通關，我們在馬來西亞的業務亦已逐漸恢復，預計消費市道將逐漸正常化並恢復至疫情前的水平。

不過，當地的營運仍存在一定隱憂，於 2022 年 5 月 1 日起最低工資金額增加 25% 至每月 1,500 馬幣，直接影響莎莎的人工成本，而其他成本亦會因此而上升。另一方面，馬來西亞貨幣令吉亦出現貶值的情況。集團會致力進一步提高店舖效率，以控制有關成本增加帶來的影響。

集團正物色開設新店的可能性，並嘗試以全新形式迎合各種顧客群。

線上業務

線上業務是我們 OMO 策略的關鍵之一。集團將繼續增加線上投資，積極拓展不同地區的線上銷售渠道，致力建立獨家代理品牌組合。第三方平台的優勢是龐大的引流能力，可為莎莎帶來新客群。集團將繼續尋求與新電商平台合作，借助電商平台的知名度及客源，爭取更多市場機遇和擴大顧客群。

由於線上業務的價格競爭非常激烈，我們積極提升服務水平以成為行業龍頭，並透過顧客關係管理提供量身定制的產品，以及借助集團與品牌關係推出獨特產品，從而在競爭中脫穎而出。

邁向新零售時代，顧客關係管理可謂至關重要。集團已開展顧客關係管理系統的設計及規劃工作，並著手計劃建立顧客數據平台，統一管理港澳特區及中國內地的線上及線下顧客資料庫，包括微信小程序的會員庫，將多個顧客資料庫合而為一，配合數據分析及數碼營銷工具，可讓集團更有效地了解顧客的購物習慣，進行精細化顧客關係管理及更精準的營銷活動，提高顧客的忠誠度和回購率，以達致更高的投資回報率。

22/23 財政年度第三季營運銷售數據

由 2022 年 10 月 1 日至 11 月 10 日的第三季，集團的零售和批發營業額較去年同期下跌 1.5%。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	5.6%	8.7%
• 香港特區	2.7%	9.1%
• 澳門特區	14.6%	7.5%
中國內地	-26.9%	-14.1%
馬來西亞	30.6%	31.2%
線上業務	-11.2%	
集團營業額	-1.5%	

人力資源

於 2022 年 9 月 30 日，本集團約有接近 2,700 名僱員。本集團於截至 2022 年 9 月 30 日止六個月的員工成本為 334.6 百萬港元。

財務概況

資本及流動資金

於 2022 年 9 月 30 日，本集團權益持有人權益總額為 834.7 百萬港元，其中包括 524.4 百萬港元之儲備金。本集團營運資金為 264.2 百萬港元。本集團繼續維持穩健財務狀況，現金及銀行結存累積達 203.2 百萬港元，而尚未動用的銀行貸款額度約 195.6 百萬港元，足以應付業務的營運所需。集團更於 2022 年 3 月 31 獲得本公司執行董事及控股股東郭少明博士及郭羅桂珍博士提供最高 200 百萬港元的循環貸款，進一步加強集團財務狀況並提供額外營運資金，並反映了兩位控股股東對集團的支持，以及對業務的長遠前景充滿信心。顧及本集團營運中使用的預期現金流及持續可動用的銀行及股東融資額，本集團有充裕財務資源以應付由結算日起計的 12 個月內的營運資本。

於期內，本集團大部分現金及銀行結存均為港元、馬來西亞馬幣、澳門幣、人民幣及美元，並以一年內到期之存款存放於信譽良好的金融機構。此與本集團維持其資金之流動性之庫務政策相符，並將繼續對本集團帶來穩定收益。

財務狀況

於 2022 年 9 月 30 日之運用資金總額（等同權益總額）為 834.7 百萬港元，較 2022 年 3 月 31 日之運用資金額 982.9 百萬港元下降 15.1%。

於 2022 年 9 月 30 日，槓桿比率（定義為總借貸與總權益之比例）為 9.6% (2022 年 3 月 31 日:10.4%)。

庫務政策

本集團之理財政策是不參與高風險之投資或投機性衍生工具。本集團於財務風險管理方面繼續維持審慎態度。本集團大部分資產、收款及付款均以港元、美元、歐元、人民幣或馬來西亞馬幣計值。根據已下了的採購訂單，本集團與信譽良好的金融機構簽下遠期外匯合約，藉此對沖非港元或非美元進行之採購。本集團會定期檢討對沖政策。

本集團資產之抵押

於 2022 年 9 月 30 日，本集團於財務機構已作抵押予銀行融資的土地及樓宇賬面價值為 103.3 百萬港元（2022 年 3 月 31 日：106.1 百萬港元）。

或然負債

本集團於 2022 年 9 月 30 日並無重大或然負債。

資本承擔

於 2022 年 9 月 30 日，本集團於購買物業、機器及設備的資本承擔合共 6.4 百萬港元。

中期股息

董事會決議不派發截至 2022 年 9 月 30 日止六個月之中期股息（2021 年：無）。

購回、出售或贖回股份

本公司或其任何附屬公司於截至 2022 年 9 月 30 日止六個月期內概無購回、出售或贖回本公司任何上市證券。

企業管治

本公司相信，只有在強穩的企業管治文化的領導下，其業務方可達致可持續發展，為持份者帶來最豐碩的回報。本公司致力維持高水平的企業管治，並竭力將良好的企業管治常規原則融入我們的營運之中，使企業管治成為我們文化的一部份。

遵守企業管治守則（「企業管治守則」）

截至 2022 年 9 月 30 日止六個月及直至本公告日期，除其中一項守則條文外，本公司已遵守企業管治守則內所有守則條文：

守則條文第 A.2.1 條

就企業管治守則的守則條文第 A.2.1 條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。由於郭少明博士現身兼本公司主席及行政總裁兩職，我們偏離了守則。主席及行政總裁各自的職責已清楚載於主席及行政總裁職權範圍內。郭博士作為

本集團之創辦人，對我們的業務擁有卓越的知識及為零售界之翹楚。因此，董事會認為由同一人身兼公司主席及行政總裁兩職，有利執行本集團的商業策略和發揮其最高營運效益，惟董事會會不時檢討此架構，並於適當時候，考慮將兩職分開。

有關本公司企業管治守則的概要，請參閱本公司於 2022 年 7 月刊發的 2021/22 年報。

上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）

我們已採納不遜於上市規則附錄十所載列的上市公司董事進行證券交易標準守則的有關董事及有關僱員進行證券交易所需標準的標準守則。我們的標準守則已伸延至因職務或工作而可能擁有與本公司或其股份有關的內幕資料的若干有關僱員。我們已收到全體董事及有關僱員確認他們於報告期內已遵守本公司的標準守則。

本公司將於 2022 年 12 月中旬寄發截至 2022 年 9 月 30 日止六個月之中期報告予股東，並將分別於香港交易及結算所有限公司及本公司之網站登載。

本人謹代表董事會對本集團所有員工之勤奮工作及忠誠服務及所有顧客、供應商和股東的不斷支持，深表謝意。

承董事會命
莎莎國際控股有限公司
主席及行政總裁
郭少明

香港，2022年11月17日

於本公告日期，本公司之董事為：

執行董事

郭少明博士，銀紫荊星章，太平紳士（主席及行政總裁）

郭羅桂珍博士，銅紫荊星章，太平紳士（副主席）

郭詩慧女士，榮譽勳章

何榮輝先生（首席財務總監）

郭詩雅小姐

非執行董事

利蘊珍女士

獨立非執行董事

紀文鳳小姐，金紫荊星章，銀紫荊星章，太平紳士

陳偉成先生

陳曉峰先生，榮譽勳章，太平紳士