

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 2024 年 9 月 30 日止 第二季度未經審核之最新銷售數據

莎莎國際控股有限公司（「公司」）董事會公佈本公司及其附屬公司（「集團」）由2024年7月1日至9月30日止第二季度（「第二季」、「季度」或「期內」）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	線上	總額			
香港及澳門	670.0	48.3	718.3	-16.4%	73.6%	-20.7%
中國內地	25.3	122.3	147.6	+0.9%	15.1%	-22.8%
東南亞	85.6	21.3	106.9	+21.1%	11.0%	+4.0%^
其他	-	3.1	3.1	+8.5%	0.3%	-
總額	780.9	195.0	975.9	-11.0%	100.0%	-

*百分比按當地貨幣計算 ^僅指馬來西亞

由 2024 年 7 月 1 日至 9 月 30 日止第二季度，集團整體營業額為 975.9 百萬港元，按年下跌 11.0%。其中，線下銷售下跌 14.7% 至 780.9 百萬港元，線上銷售則增加 7.5% 至 195.0 百萬港元，目前佔集團總營業額 20.0%。

集團營運自本財政年度第一季起面臨不利因素挑戰，主要是 (i) 疲弱的宏觀市場、(ii) 核心市場香港及澳門（「港澳」）本地居民持續北上華南地區旅遊、(iii) 出境旅遊大幅增加，部分原因是港元兌一籃子其他貨幣（包括日圓）相對強勢，從而減少了本地消費，以及 (iv) 來自中國內地的旅客在港澳地區消費減少。由於中國內地線上銷售渠道表現持續強勁，以及新加坡自 2024 年 4 月起開設的五間實體店舖，有助減輕以上影響。

附註：「香港」是指「中國香港特別行政區」及「澳門」是指「中國澳門特別行政區」。

雖然港澳市場仍然存在挑戰，但集團於該市場銷售的按年跌幅，已經由第一季的 20.4% 收窄至第二季的 16.4%，主要是集團採取應對策略，迎合消費者追求高性價比產品的喜好，藉此提升營運效率。第三季的首星期（包含十月國慶假期）的銷售繼續好轉，按年基本持平，與第二季的年對年跌幅比較，有顯著改善。

香港及澳門

線下銷售	
截至 2024 年 9 月 30 日止三個月	按年變動
線下銷售	-17.2%
同店銷售	-20.7%
每宗交易平均金額	-10.4%
總交易宗數	-8.6%

集團期內在港澳核心市場的銷售按年下跌 16.4% 至 718.3 百萬港元。但集團順應消費模式的轉變，引入更多優質及性價比高的產品，令第二季的跌幅較第一季有所收窄。

期內，北上旅客量目前似乎已漸趨穩定，並成為一種常態，嚴重削弱本地消費力。第二季適逢暑假，屬於本地居民外遊的高峰期，加上七·一香港特區成立紀念日長週末假期，令香港居民外遊人數同比錄得高雙位數的增長。

期內，港澳旅客銷售佔比為 48.0%。雖然前往港澳的中國內地旅客人次輕微上升，但旅客趨向年輕化，並選擇體驗式旅遊而非購物為主的旅遊，令集團來自旅客的營業額減少。由於本地酒店偏貴，旅客傾向即日往返，約 50% 訪港旅客選擇不留港過夜，影響了來自旅客銷售的表現。儘管自 2024 年 7 月 1 日起，到訪港澳的旅客免稅額由人民幣 5,000 元提高至 12,000 元，但仍未見到對旅客銷售額有任何實質影響。

香港居民第二季的出境人次，遠超中國內地旅客入境人次約 2.9 倍。

集團積極於非旅遊區的地段尋找市場缺口，冀能更好地服務本地顧客，以及在旅遊區黃金地段與現有覆蓋範圍互補，前提是入境旅遊進一步增加，而店舖亦符合經濟效益。

附註：「香港」是指「中國香港特別行政區」及「澳門」是指「中國澳門特別行政區」。

中國內地

期內，中國內地經濟持續疲弱，集團在中國內地的銷售額按年輕微上升 0.9% 至 147.6 百萬港元。線上銷售按年上升 13.4% 至 122.3 百萬港元，抵銷了線下銷售按年下跌 34.2% 所帶來的影響。線上業務目前佔該地區總銷售額的 82.8%，並預計會繼續成為該地區的主要增長驅動力。

截至第二季末，集團實體店舖較去年同期減少 12 間，導致期內的線下營業額因而按年下降 34.2% 至 25.3 百萬港元。

為了提升集團於中國內地的競爭力，集團將專注發展獨家代理品牌，以建立品牌忠誠度和避免直接價格競爭。集團亦會投放資源加強在熱門社交媒體平台及數碼渠道的宣傳力度，並與網絡紅人合作，於目標顧客群宣傳及提高品牌知名度和可信度。集團會繼續透過微信小程序聯繫莎莎的美容顧問及中國內地顧客。隨著愈來愈多內地旅客重臨港澳，集團積極與這些顧客聯繫，以便他們返回中國內地後仍然能夠在線上購物及下單。

東南亞

集團在東南亞的線下銷售按年增長 26.7%，主要由於：(i) 儘管馬來西亞生活成本持續上漲帶來挑戰，但仍錄得 15.9% 的增長。馬來西亞同店銷售亦上升 4.0%（按當地貨幣計算）；及 (ii) 集團重新進駐新加坡市場，並在當地開設五間實體店。東南亞的線下銷售額為 85.6 百萬港元，佔該地區總銷售的 80.1%，而期內線上銷售則輕微增加 3.0%，佔該市場總銷售額 19.9%。

零售店數目 - 按市場劃分

	於 2024 年 9 月 30 日	於 2024 年 6 月 30 日	於 2023 年 9 月 30 日
香港及澳門	82	82	81
中國內地	23	31	35
東南亞	73	73	68
總數	178	186	184

集團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。

董事會謹此提醒股東及潛在投資者，上述數據乃根據本集團未經審計管理賬目作出及並未有經過本公司核數師的審閱或審核。該期間之銷售受一系列因素所影響，該期間的營運數據或未能反映一個完整報告期間的整體表現。

附註：「香港」是指「中國香港特別行政區」及「澳門」是指「中國澳門特別行政區」。

本公司股東及潛在投資者應小心以免不恰當地依賴上述數據，及於買賣本公司股份時，務請小心謹慎行事。

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，2024年10月18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，太平紳士

何榮輝先生（首席財務總監）

郭詩雅小姐

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

利蘊珍女士

陳曉峰先生，銅紫荊星章，榮譽勳章，太平紳士