

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2025年9月30日止六個月中期業績 股息及暫停辦理股份過戶登記手續 2025年10月1日至11月16日之營運最新情況

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(「集團」)截至2025年9月30日止六個月(「期內」或「本財政年度上半年」)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。

財務重點(百萬港元)	未經審核 截至9月30日止六個月		按年變化 (%)
	2025年	2024年	
持續經營業務			
營業額	1,990.6	1,866.9	+6.6%
毛利	755.0	724.8	+4.2%
毛利率(%)	37.9%	38.8%	-0.9個百分點
期內集團盈利*	50.2	32.4	+54.8%
每股基本盈利(港仙)	1.6	1.0	+54.8%
中期股息(港仙)	1.15	0.75	+53.3%

* 包括已中止的中國內地線下業務

業績重點

- 期內，集團營業額為1,990.6百萬港元，按年升6.6%；毛利錄得755.0百萬港元，按年升4.2%，主要因為集團的核心市場香港及澳門(「港澳」)旅客量持續上升，集團推出的營銷策略成功帶動客流，提升交易宗數及銷售，令集團整體營業額較去年有所增長。
- 期內，集團營業額提升，加上中國內地業務策略收效，帶動中國內地業務成功轉虧為盈，令集團盈利按年上升54.8%至50.2百萬港元。
- 為了迎合市場消費喜好，集團調整銷售策略及產品組合，毛利率按年輕微下跌0.9個百分點至37.9%。
- 每股基本盈利為1.6港仙(去年同期：1.0港仙)。
- 董事會決議派發每股1.15港仙的本財政年度中期股息，相等於期內集團盈利的約71%，充分展現集團對前景的信心。集團將維持持續、穩定的股息政策。

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」。

管理層討論及分析

市場概覽

圖表一：2025年本地生產總值/零售銷售額/藥物及化粧品銷售額*
(按年變動)

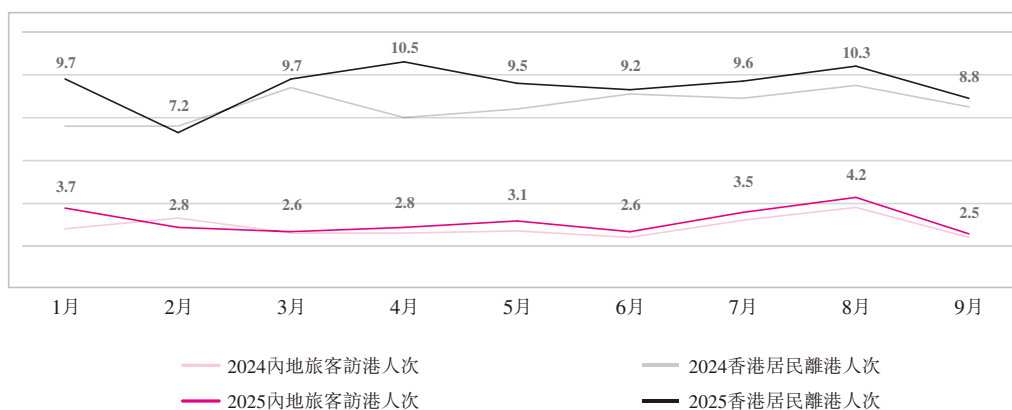
市場 (2025年4月–9月)	本地生產 總值增長率	零售 銷售變動	藥物及 化粧品 銷售變動
中國：			
香港	+4.4% (4–9月)	+2.1% (4–9月)	+6.1% (4–9月)
澳門	+5.3% (4–9月)	–1.4% (4–6月)	–3.6% (4–6月)
中國內地	+6.6% (4–9月)	+3.4% (4–9月)	+7.6% (4–9月)
東南亞：			
馬來西亞	+4.8% (4–9月)	+4.8% (4–8月)	附註1
新加坡	+1.6% (4–6月)	+0.5% (4–6月)	附註3 +4.3% (4–9月)
菲律賓	+6.1% (4–9月)	+6.5% (4–9月)	附註2 附註1及2

附註：

1. 馬來西亞及菲律賓政府沒有提供有關藥物及化粧品零售的統計數據。
2. 菲律賓政府提供的零售貿易數據，不包括機動車輛和摩托車的統計數據。
3. 新加坡政府分類為「化粧品、盥洗用品和醫療用品」。

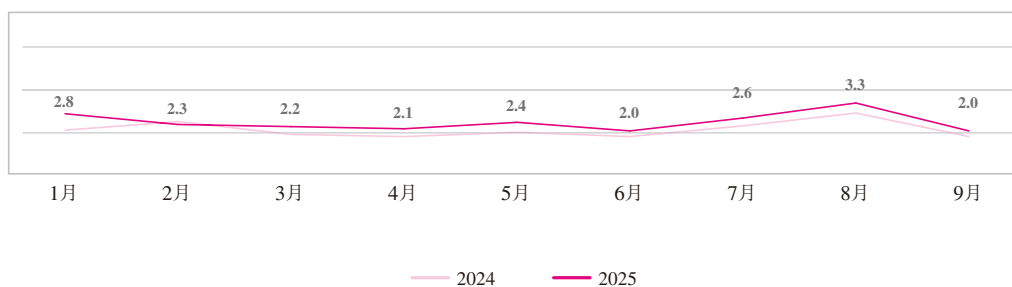
* 以上所有數據及推算來自相關政府統計部門公佈之統計數據。不同的政府統計處對化粧品行業零售的釋義和統計方法各有差異。

圖表二：內地旅客訪港人次與香港居民離港人次(按百萬計)



資料來源：香港特別行政區政府統計處及香港入境處

圖表三：內地旅客訪澳人次(按百萬計)



資料來源：澳門特別行政區統計處暨普查局

期內，地緣政治衝突頻繁、貿易保護主義加劇、消費者信心不足、國際金融市場動盪等因素，各國經濟出現不同程度的放緩。同時，關稅問題也影響國際貿易的流動性，令企業需要重新調整生產及供應鏈方面的部署，令進出口貿易增加不穩定性。

香港及澳門

內地旅客量持續增長，但北上趨勢常態化、外圍環境不明朗，影響港澳客流及消費力「一簽多行」、「一周一行」等簽證措施陸續推出後，2025年到訪港澳的內地旅客較去年有所上升(見圖表二及圖表三)。期內，到訪香港及澳門的旅客分別有24.2百萬及19.8百萬；到訪港澳的旅客主要來自中國內地，分別有18.7百萬及14.3百萬，較去年分別增加13.3%及20.2%。

隨著大灣區加快互聯互通，本地居民北上華南旅遊已成為常態。雖然澳門特區政府沒有披露當地居民北上的數據，但從香港特區入境處數據可以見到，每月北上的香港居民數量比入境的內地旅客數量多約六至七百萬(見圖表二及圖表三)。而2025年4月份適逢復活節長假期，外遊情況更為明顯，港人出境人次達到通關以來的高峰，復活節首日假期(4月18日)的單日出境人次更突破70萬，影響當地客流及消費力。

集團相信，香港居民持續北上及外遊、宏觀政策等不明朗因素，或會減低上述利好政策帶來的實際效益。若中央及特區政府進一步開放自由行城市數目，將會對港澳的旅遊業和零售業帶來更多正面的效益。

中國內地零售品牌及電商進駐香港，為本地零售業開啟新格局

近年來，內地零售品牌及電商平台紛紛落戶香港，為香港零售業帶來諸多機遇和影響。它們刺激了物業租賃市場，並推動行業數碼化轉型，同時提升消費者體驗，也加強了香港與內地的經貿往來。

中國內地旅客樂於嘗試小眾品牌，為集團發展獨家品牌帶來機遇

港澳地區的中國內地旅客旅遊方式改變，偏好體驗式旅遊而非以購物為主。集團觀察到，這些旅客更願意嘗試知名度較低、但功能顯著且性價比高的小眾品牌，這種消費偏好也有利集團的美容顧問向他們推介使用集團的獨家品牌，建立顧客的忠誠度，從而獲得更高的利潤。

內服型的美肌保健產品成「美容」新趨勢

據2024年香港保健食品協會發布的市場調查顯示，2024年上半年曾有超過390萬名香港人服用過保健食品，支出額約185億港元，每人每月在保健食品方面的支出約780港元。雖然金額較2019年(疫情前)有所下降，但服用保健食品的人口有增無減，主要原因是市民對保健食品的認知及接受度增加，並意識到健康的重要性，尤其是疫情前，相信該產品的市場具有龐大的發展潛力。

勞動力短缺、高昂的租金及營運成本為本地零售商帶來挑戰

集團對港澳市場保持審慎樂觀。不過港澳特區政府仍需正視當地勞動力短缺問題，以維持良好的服務水平和夜間接待顧客的能力。香港特區政府於2023年6月推出補充勞工計劃，從中國內地輸入勞工。此舉雖然可以協助紓緩勞動人口不足的問題，但無助僱主節省成本。參與計劃的僱主需支付外地勞工與本地勞工相若的薪酬，但同時亦需提供在港住宿安排，變相增加成本。企業亦需要平衡成本通脹的壓力及勞動力短缺問題，以實現盈利。

中國內地

2025年4-9月中國內地經濟穩中有進，零售行業是經濟主要驅動力

儘管外部環境存在不明朗因素、企業競爭加劇，但中國內地的經濟仍然保持穩中有進，2025年4-9月本地生產總值較去年增長6.6%。中央政府推出一系列的政策擴大內需，促進生產，改善市場的消費氣氛、物流貿易以及資金流動性。其中，上半年社會消費品零售總額達約24.6萬億人民幣，按年增長5.0%，是整體經濟的主要驅動力之一。

2025年上半年中國內地化粧品零售保持平穩增長，美粧零售線上交易活躍

內地國家統計局數據顯示，2025年上半年，化粧品零售額達2,291億人民幣，較去年上升2.9%，保持平穩增長。淘天、京東、抖音、快手、拼多多五大電商平台數據顯示，2025年上半年線上美粧交易額較去年增長約8.6%，跑贏整體化粧品零售額的增長，突顯線上渠道的發展潛力。

美粧零售行業競爭激烈，行業進入調整周期；功能性及小眾美容產品備受推崇

面對競爭激烈的營商環境，美粧零售企業紛紛調整營運模式，包括線上與線下的店舖組合，以提升經濟效益。市場亦傾向性價比高的產品，特別是具功能性的產品(包括合成生物、重組膠原蛋白、醫美等)，而非單一追崇傳統大品牌，為國貨及小眾品牌帶來機遇。

東南亞

東南亞經濟受關稅問題影響，經濟增速放緩，當地貿易增加不確定性

2025年第一季東南亞主要經濟體的經濟增長較2024年同期下跌，顯示當地經濟受到美國關稅政策的問題衝擊。東南亞地區經濟增速開始減弱，預期2025年下半年當地的經濟增速將進一步放緩。馬來西亞、新加坡及泰國等貿易導向型經濟體的全年增長將低於預期，顯示全球不確定性，對出口及國內經濟，包括企業投資，造成廣泛的影響。

東南亞電子商貿發展潛力巨大，坐擁逾六億人口市場

東南亞整體人口逾六億，當中接近80%是網絡使用者，可見數碼經濟在東南亞日益盛行。而美粧及個人護理行業產生的營業額，更位列當地企業對消費者(B2C)產業的前五名。有銀行的最新報告指出，預計到2030年，東南亞的電子商務銷售額將從2024年的1,840億美元增長一倍以上，達到4,100億美元，在此期間的複合年增長率將達到14%。

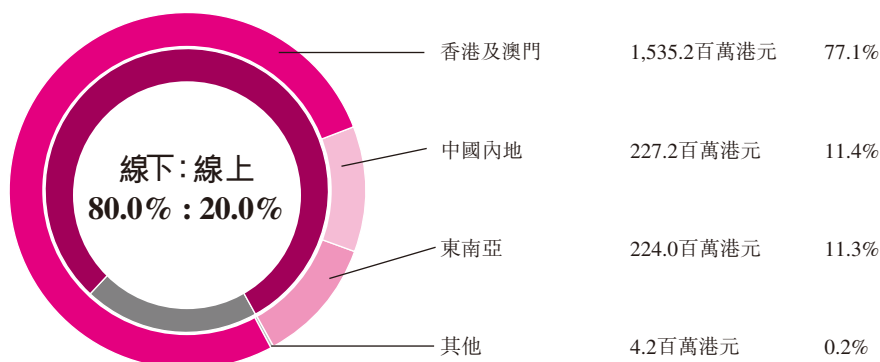
業務回顧

財務表現摘要

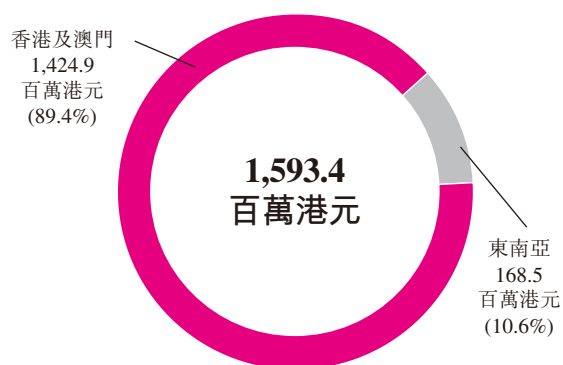
圖表四：2025/26財政年度上半年按市場劃分的持續經營業務

百萬港元	營業額	按年變化 (%)
線下銷售		
香港及澳門	1,424.9	▲ 8.9%
東南亞	168.5	▲ 3.7%
線下銷售總額	1,593.4	▲ 8.3%
線上銷售		
香港及澳門	110.3	▲ 16.3%
中國內地	227.2	▼ 11.8%
東南亞	55.5	▲ 43.6%
其他	4.2	▼ 18.6%
線上銷售總額	397.2	▲ 0.2%
總營業額	1,990.6	▲ 6.6%

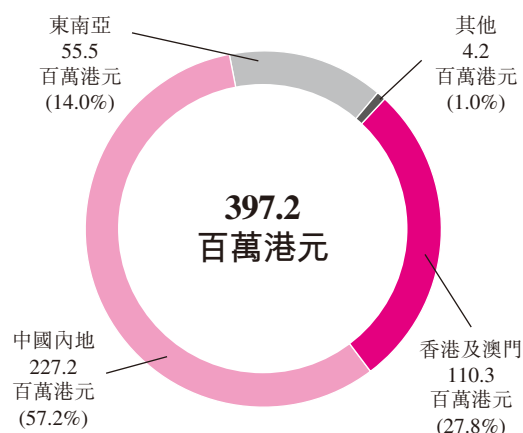
圖表五：銷售佔比(按地區/業務性質劃分)



圖表六：線下銷售佔比
(按市場劃分)



圖表七：線上銷售佔比
(按市場劃分)



持續經營業務

市場/店舖數目	於2025年 3月31日	開店	關店	於2025年 9月30日
中國－港澳特區	84	1	1	84
東南亞－馬來西亞及新加坡	72	1	–	73
總數	156	2	1	157

期內，地緣政局加劇，環球經濟持續面對不確定性，集團恪守嚴謹之財務紀律，貫徹審慎管理策略，延展堅韌實力。

本財政年度上半年，**集團總營業額**錄得1,990.6百萬港元，按年上升6.6%，主要因為集團的核心市場香港及澳門(「港澳」)旅客量持續上升，集團推出的營銷策略成功帶動客流，提升銷售；中國內地改以線上業務為發展重心後，營運效益有所改善；東南亞則保持平穩發展。若按地區劃分，港澳是最大的業務市場，佔集團總營業額的77.1%；中國內地及東南亞則分別佔集團總營業額的11.4%及11.3%，其他地區佔0.2%。(見圖表五)

集團的**線下銷售**主要來自港澳及東南亞，與線上業務相輔相成。於2025年9月30日，集團共營運157間線下店舖，其中84間位於港澳地區、73間位於東南亞(馬來西亞及新加坡)。集團線下銷售錄得1,593.4百萬港元，按年升8.3%，佔集團總營業額的80.0%。**線上銷售**主要包括中國內地、港澳、東南亞及其他地區的自家網店及第三方線上平台業務。期內，線上銷售錄得397.2百萬港元，按年微升0.2%，佔集團總營業額的20.0%，保持平穩發展。

消費者購物模式改變，側重性價比，加上美元強勢，加上貿易關稅令經濟前景不確定性增加，導致到訪港澳的旅客消費審慎。不過，受惠港澳地區旅客量持續提升，該地區的銷售較去年增長，帶動集團營業額提升，加上中國內地業務的盈利能力進一步加強，令**集團期內盈利**(包括已中止的中國內地線下業務)按年上升54.8%至50.2百萬港元。

而為了迎合市場消費喜好，集團調整銷售策略及產品組合，令期內**毛利率**輕微下跌0.9個百分點至37.9%。**銷售及分銷成本和行政費用**的營業額佔比，分別由31.1%及5.3%下降至30.2%及5.0%。

港澳地區盈利為60.5百萬港元，按年上升37.5%；中國內地方面，集團為了迎合當地消費趨勢，決定在2025年6月30日前關閉所有線下店舖，集中資源專注發展線上業務，當地業務轉虧為盈，持續經營業務期內錄得3.6百萬港元的盈利；東南亞則受到關稅及宏觀因素的影響，期內錄得10.4百萬元的虧損。

集團於2025年9月30日的**總現金**為251.1百萬港元(2025年3月31日：371.1百萬港元)，總現金較2025年3月31日下跌，主要因為集團需要準備足夠庫存，應付銷售高峰期及節慶優惠活動，而目前集團手頭的現金足夠業務所需。期內**經營業務所用之現金淨額**為42.6百萬港元(扣除租賃負債和應付利息)(去年同期流入之現金淨額：54.9百萬港元)。

每股基本盈利為1.6港仙(去年同期：1.0港仙)。董事會決議派發截至2025年9月30日止六個月的**中期股息**，每股1.15港仙，相等如期內集團盈利約71%(去年同期：每股0.75港仙)，充分展現集團對前景的信心。集團將維持持續、穩定的股息政策。

1. 香港及澳門

港澳線下銷售、同店銷售及交易宗數按年上升

港澳是莎莎最大的市場，亦是旅客到訪港澳時的購物熱點之一。隨著到訪港澳的旅客持續上升，集團拓展旅客區的線下店舖網絡，並迎合市場需要，引入具競爭力的潮流產品；集團配合線上線下融合營銷策略，成功吸引客流。

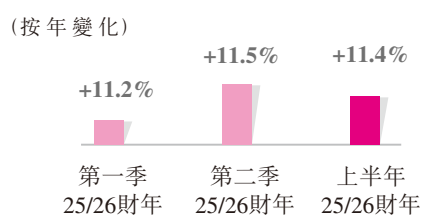
期內，港澳營業額錄得1,535.2百萬港元，較去年上升9.4%。即使第二季港澳持續受到特大暴雨(黑色暴雨警告信號)、烈風或暴風程度(八號或以上的熱帶氣旋警告)的影響，線下營業額仍錄得1,424.9百萬港元，按年上升8.9%，佔該地區營業額92.8%。同店銷售亦較去年同期上升11.4%，交易宗數及每宗交易平均金額亦有所上升。

於2025年9月30日，集團於港澳共營運84間店舖，其中26間坐落核心旅遊區。集團在澳門經營八間店舖，其中四間位於靠近主要旅遊景點的鬧市，兩間位於綜合度假村酒店，及兩間位於非遊客區。該些店舖面積較大，接待能力更高。在香港及澳門，分別42.1%及77.9%的銷售額來自旅客。合併計算，集團在該地區的線下銷售額中，有51.3%是來自旅客。

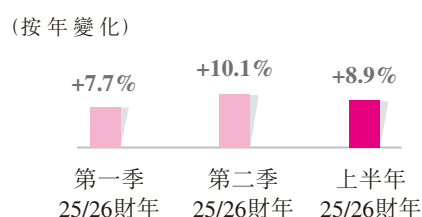
隨著「一簽多行」政策及盛事經濟帶動旅客量進一步提升，集團會在租金合理且符合經濟效益的前提下，適時拓展及優化店舖網絡。

香港及澳門

圖表八：同店銷售增長

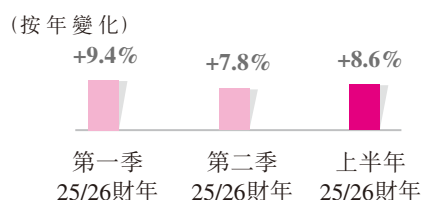


圖表九：線下銷售表現

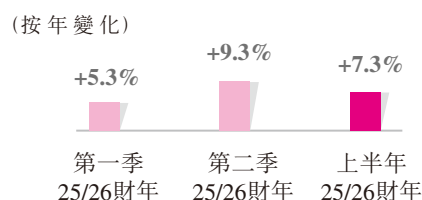


香港

圖表十：同店銷售增長

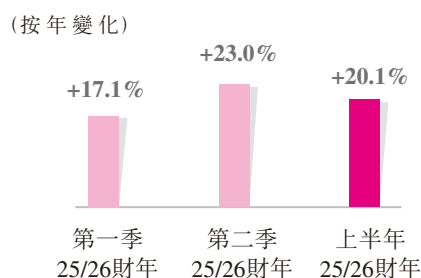


圖表十一：線下銷售表現

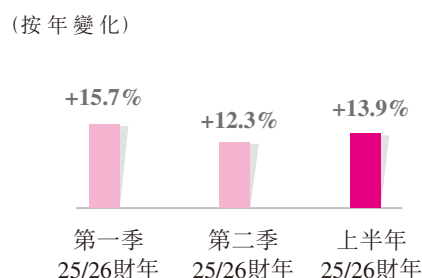


澳門

圖表十二：同店銷售增長



圖表十三：線下銷售表現



港澳線上銷售按年增長16.3%，VIP會員忠誠度有所提升

集團繼續加強線上推廣的資源投放，並以具競爭性的營銷策略，包括直播帶貨及限時獨家禮遇，將流量轉化為訂單，令期內港澳線上營業額錄得110.3百萬港元，按年上升16.3%。香港莎莎自家網店的線上銷售中，有77.5%來自VIP會員；來自VIP會員的收入比例較去年增加，反映會員忠誠度有所提升。

多元化的線上銷售網絡，滿足顧客不同需要

集團主要通過連接手機應用程式及自家網店<https://www.sasa.com.hk/>來營運香港的電商平台。莎莎電子商貿平台提供廣泛的品牌及產品，包括僅限於線上發售的獨家產品，並提供全面的產品描述及用家生成內容。電商平台亦接受所有主要電子支付方式及提供多種送貨選擇方式，包括網購店取。

透過社交平台建立莎莎社區，聆聽顧客需求

集團亦在當地主要的第三方平台，如HKTVmall設立線上業務，並透過不同的社交平台，包括Facebook、Instagram、Threads提供購物資訊及限時優惠，也透過與顧客的互動交流，讓集團能調整採購及推廣策略，回應顧客的想法及消費需求，將流量轉化為訂單。

直播帶貨為獨家品牌的發展及銷售帶來正面增長

期內，直播帶貨產生的銷售額佔港澳總線上銷售額的15.8%；由直播活動轉化的線上交易宗數，按年亦錄得增長。直播活動由接受過直播培訓的專業美容顧問主持，更有不定期邀請其他人氣主播客席主持，提供不同的限時購物禮遇、潮流和新品推介，回答觀眾關於美容護理或產品相關的查詢。直播活動更有助集團更好的推廣獨家品牌的功效和優勢，爭取顧客的支持和認可。

網購店取繼續成為顧客之選，締造線上線下融合體驗

集團的線下店鋪位置便利，令網購店取成為顧客傾向選擇的取貨方式。顧客在親自取貨時，能夠享受莎莎專業美容顧問提供的全面、個性化、無縫的線上線下融合服務體驗，加強了莎莎與顧客之間的互動，有助提升銷售。

2. 中國內地

關閉中國內地線下業務並專注發展線上銷售

集團於中國內地的線上業務，主要是透過集團的微信小程序進行跨境電商業務，並於第三方平台，例如天貓、抖音、拼多多及京東進行營運。由於中國內地主要透過線上進行銷售，集團為了迎合當地消費趨勢，決定在2025年6月30日前關閉所有線下店鋪，集中資源專注發展線上業務，繼續服務當地顧客。

每月活躍用戶按年增長40.8%，盈利能力明顯改善

期內，中國內地的線上銷售錄得227.2百萬港元，由於該地區的線上銷售在去年同期錄得較高的基數，導致按年下跌11.8%。集團集中資源專注發展線上業務，當地業務轉虧為盈，可見盈利能力有所提升，再次確定集團以盈利為長期可持續發展的戰略方向。期內，集團自有的微信小程序每月活躍用戶數量(MAU)較去年同期增長了40.8%。集團將會視乎線上平台的營運情況，移除表現不符合預期的線上平台，以提升線上業務的盈利能力。

加強在社交平台的推廣和曝光，透過跨境電商，提供更多元化的購物選擇

集團會因應當地消費市場變化，強化線上業務，令退貨率維持在較低的水平，確保業務穩健發展。集團亦會繼續投放資源，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，讓莎莎的美容顧問能聯繫已由港澳返回中國內地的顧客，讓他們能夠在線上選購更多元化的潮流美粧及個人護理產品。

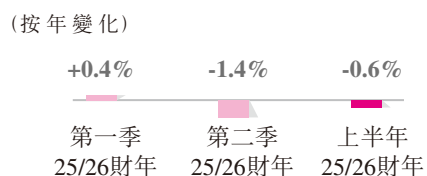
3. 東南亞

東南亞營業額按年增長11.4%，但關稅隱憂影響同店銷售表現

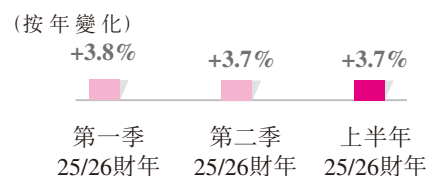
期內，東南亞營業額錄得224.0百萬港元，按年上升11.4%；其中，線下銷售額為168.5百萬港元，按年上升3.7%，佔該地區營業額的75.2%。由於馬來西亞政府於7月擴展銷售及服務稅的覆蓋範圍，令當地生活成本進一步上漲，加上關稅隱憂仍然存在，零售業面臨挑戰。集團在第二季的銷售表現受到影響，導致本財政年度上半年同店銷售錄得0.6%的按年輕微跌幅。而如果按當地貨幣計算，馬來西亞期內線下銷售錄得4.9%的按年跌幅。集團預期東南亞的零售市場將會繼續受到挑戰，所以集團將會投放更多時間及資源，檢視和調整當地的部署，以提升莎莎的競爭力。

東南亞的線下業務主要覆蓋馬來西亞及新加坡，而新加坡的線下業務是透過馬來西亞吉隆坡的區域辦事處進行管理，冀以輕資產方式協助莎莎於東南亞建立更強的品牌力。於2025年9月30日，集團分別在馬來西亞及新加坡開設68間及五間店舖。

圖表十四：同店銷售增長



圖表十五：線下銷售表現



致力發展品牌，與品牌合作方引入具創意的顧客互動體驗

莎莎與意大利護膚品牌Collistar合作，以自動售賣機的形式出售試用裝產品，並策略性地落戶在馬來西亞其中一個主要的商場，在人流暢旺的地段，以創新的方式與顧客互動。

另外，莎莎亦與法國美粧品牌Marina de Bourbon為其最新的香水產品系列*Princess Style*推出品牌公關活動，取得廣泛媒體的關注，成功提升了品牌知名度。

莎莎繼續透過與知名品牌，例如Mercedes-Benz、Ulike、Police等進行戰略合作，以及舉行實體路演活動，加強市場曝光率，並在馬來西亞最知名的商場中，將高端的體驗直接提供給消費者。在此基礎上，莎莎欣然宣佈在2025年於多個地點及州份舉辦Sa Sa Beauty Bash Roadshows派對巡迴路演，提升集團的品牌曝光率，深化與馬來西亞顧客的互動。

莎莎馬來西亞亦因應集團的增長戰略，成功引入多個知名品牌，包括YSL、Lancome、Kanebo、Furla等，鞏固了集團作為美粧及個人護理的零售商的地位，為顧客提供精選的全球知名品牌。

與東南亞熱門線上平台合作，增加莎莎曝光度及品牌競爭力

期內，集團在東南亞現有及新開展的線上業務發展理想，帶動線上銷售錄得55.5百萬港元，按年上升43.6%。集團主要通過第三方平台Shopee、Lazada及Zalora營運該地區的線上業務，覆蓋新加坡、馬來西亞、菲律賓和泰國。集團更通過Shopee進軍泰國市場，並在Zalora拓展新加坡的線上業務。

莎莎繼續成為「美容及保健」網店首選

集團在新加坡及馬來西亞的Shopee及Lazada的「美容及保健」界別中，一直維持領先地位，充分證明集團在日新月異的電商平台中，仍能展現強大的品牌定位及競爭優勢。集團透過善用這些平台的廣泛傳播力，與顧客建立信任，並在不斷壯大的線上零售市場中，確立莎莎的市場地位。

4. 其他司法管轄區

集團於港澳、中國內地及東南亞以外市場的線上業務仍處於探索階段，主要透過第三方線上渠道及國際網店營運。

未來展望

保持靈活應變，實現長期可持續提升盈利的目標

在國際地緣政治及經濟形勢持續不明朗的背景下，集團業務仍保持穩健發展。主要經濟體的發展方向、貨幣政策以及利率走勢，仍受到政策調整、經濟碎片化程度提升，以及政治局勢變化等多重因素的影響。全球經濟前景仍然充滿不確定性，並受到貿易保護主義及其他相關不明朗因素的牽動。

集團會密切監察市場變化，加強各部門之間的合作，以更高的靈活度及應變能力，維持和提升集團在市場的競爭優勢。集團會迎合不斷變化的市場及消費喜好，檢視品牌組合，打造最符合潮流的美粧及個人護理產品陣容。同時，集團會配合新零售市場環境，不斷優化產品的陳列方式，並加快數碼化系統升級，強化線上線下融合(OMO)體驗及提升營運效益，務求打造最貼心、全方位的購物旅程，在追求銷售額及毛利雙增長的同時，維持穩定的毛利率，達至可持續的盈利模式。

2025/26財政年度第三季銷售數據

由2025年10月1日至11月16日的第三季集團的持續經營業務總營業額較去年同期上升11.3%。線上和線下營業額及不同地區的營業額按年變化顯示如下：

百 萬 港 元	營 業 額	按 年 變 化 (%)
線下銷售		
香港及澳門	418.5	▲ 10.7%
東南亞	44.8	▲ 7.2%
線下銷售總額	463.3	▲ 10.3%
線上銷售		
香港及澳門	36.4	▲ 32.9%
中國內地	50.1	▲ 5.1%
東南亞	16.3	▲ 24.6%
其他	1.3	▼ 16.5%
線上銷售總額	104.1	▲ 16.1%
總營業額	567.4	▲ 11.3%

人力資源

於2025年9月30日，集團有約2,200名僱員。集團於期內的員工成本為303.5百萬港元。

財務概況

資本及流動資金

於2025年9月30日，集團權益總額為1,163.0百萬港元，其中包括852.7百萬港元之儲備金。集團繼續維持穩健財務狀況，營運資金為486.4百萬港元，當中包括現金及銀行結存達251.1百萬港元，而尚未動用的銀行貸款額度約315.7百萬港元，使可用資金總額達566.8百萬港元。基於集團有穩定的營運現金流入，加上充裕的現金及銀行結餘及持續可動用的銀行融資額度，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。

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

財務狀況

於2025年9月30日之運用資金總額(等同權益總額)為1,163.0百萬港元，較2025年3月31日之運用資金額1,157.7百萬港元上升0.5%。於2025年9月30日及3月31日，槓桿比率(定義為總借貸與總權益之比例)為零。

庫務政策

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。集團於財務風險管理方面繼續維持審慎態度。集團大部分資產、收款及付款均以港元、美元、歐元、人民幣或馬來西亞令吉計值。根據已下了的採購訂單，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。集團會定期檢討對沖政策。

物業、機器及設備

資本開支為33.2百萬港元(2024：30.6百萬港元)，主要用於投資科技設備、新店及裝修現有店舖。管理層將持續投入資源強化店舖形象、改善消費者體驗及提高營運效率。

庫存

集團庫存為833.5百萬港元(2025年3月31日：670.0百萬港元)，而透過加強庫存管理措施，庫存週轉日數增加21日至124日。

集團資產之抵押

於2025年9月30日，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86.7百萬港元(2025年3月31日：89.5百萬港元)。

或然負債

集團於2025年9月30日並無重大或然負債。

資本承擔

於2025年9月30日，集團於購買物業、機器及設備的資本承擔合共3.8百萬港元。

簡明綜合中期收益表

		未經審核 截至9月30日止六個月	
	附註	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元 經重列
持續經營業務			
營業額	3	1,990,560	1,866,888
銷售成本	6	(1,235,567)	(1,142,118)
毛利		754,993	724,770
其他收入	4	12,749	13,345
銷售及分銷成本	6	(600,789)	(579,996)
行政費用	6	(99,360)	(99,035)
其他利潤－淨額	5	1,930	6,273
經營盈利		69,523	65,357
財務收入		5,969	7,909
財務支出	7	(13,880)	(14,299)
除所得稅前盈利		61,612	58,967
所得稅支出	8	(8,721)	(11,469)
持續經營業務的期內盈利		52,891	47,498
已中止經營業務的期內虧損		(2,734)	(15,090)
期內盈利歸屬於本公司擁有人		50,157	32,408
持續經營業務的期內盈利歸屬於本公司擁有人 之每股盈利(以每股港仙為單位)	10		
基本		1.7	1.5
攤薄		1.7	1.5
期內盈利歸屬於本公司擁有人之每股盈利 (以每股港仙為單位)	10		
基本		1.6	1.0
攤薄		1.6	1.0

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	
	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元 經重列
期內盈利	50,157	32,408
其他全面收入/(虧損)		
其後可能會重新分類至損益之項目		
現金流量對沖，已扣除稅項	(85)	162
外地附屬公司在匯兌儲備之匯兌差額	8,282	16,306
期內其他全面收入，已扣除稅項	8,197	16,468
期內全面收入總額歸屬於本公司擁有人	58,354	48,876
期內全面收入/(虧損)總額歸屬於本公司擁有人來自：		
持續經營業務	64,774	64,871
已中止經營業務	(6,420)	(15,995)
	58,354	48,876

簡明綜合中期財務狀況表

	附註	未經審核 9月30日 2025年 港幣千元	經審核 3月31日 2025年 港幣千元
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		202,308	200,585
使用權資產		556,512	623,416
租金按金及其他資產		85,093	91,683
遞延稅項資產		174,817	177,140
		1,018,730	1,092,824
流動資產			
存貨		833,467	670,036
應收賬款	12	91,907	64,746
其他應收款項、按金及預付款項		125,292	125,136
可收回所得稅		2,608	2,287
定期存款		5,200	70,000
現金及現金等值項目		245,920	301,098
		1,304,394	1,233,303
負債			
流動負債			
應付賬款	13	301,421	238,626
其他應付款項及應計費用		200,476	197,019
租賃負債		293,991	311,932
應付所得稅		22,129	20,450
		818,017	768,027
淨流動資產		486,377	465,276
資產總值減流動負債		1,505,107	1,558,100
非流動負債			
其他應付款項		31,445	37,293
租賃負債		294,018	346,912
退休福利承擔		16,479	15,950
遞延稅項負債		183	202
		342,125	400,357
淨資產		1,162,982	1,157,743
權益			
資本及儲備			
股本		310,319	310,319
儲備		852,663	847,424
權益總額		1,162,982	1,157,743

附註：

1. 編製基準

截至2025年9月30日止六個月之簡明綜合中期財務資料乃根據由香港會計師公會頒布的香港會計準則(「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2025年3月31日止年度之年度財務報表一併閱讀。

2. 會計政策

除了以下所述，所採納之會計政策與截至2025年3月31日止年度之年度財務報表中載述貫徹一致。

中期的稅項收入採用於預期年度總收入的稅率提列。

2.1 本期採納的新會計政策

(a) 集團已採納的準則修訂

以下的準則修訂於集團自2025年4月1日或之後開始的財政年度生效：

香港會計準則第21號及香港財務報告準則第1號(修訂本) 缺乏可兌換性

以上準則修訂不會對集團的經營業績和財務狀況產生重大影響。

2. 會計政策(續)

2.1 本期採納的新會計政策(續)

(b) 已頒布但尚未採納之新準則、準則和詮釋的修訂

以下所述的新準則、準則和詮釋的修訂已頒布，但於2025年4月1日或以後開始的財政年度尚未生效，集團並未提前採納：

		於下列日期或 之後開始之 年度期間生效
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則 第7號(修訂本)	對金融工具的分類及 計量之修訂	2026年4月1日
香港財務報告準則第1號、 香港財務報告準則第7號、 香港財務報告準則第9號、 香港財務報告準則第10號 及香港會計準則第7號	對香港財務報告準則 會計準則的年度 改進—第11卷	2026年4月1日
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號 (修訂本)	參考依賴天然電力 發電的合約	2026年4月1日
香港財務報告準則第18號	財務報表之呈列及 披露	2027年4月1日
香港財務報告準則第19號	非公共受託責任附屬 公司：披露	2027年4月1日
香港詮釋第5號(修訂本)	借款人按要求償還條款 之有期貸款之分類	2027年4月1日
香港財務報告準則第10號 及香港會計準則第28號 (修訂本)	投資者與其聯營公司或 合營企業之間的資產 出售或注資	待香港會計師 公會釐定

集團將會於上述新準則、準則和詮釋的修訂生效後予以採納。集團已開始評估採納上述新準則、準則和詮釋的修訂所產生的相關影響，預計不會對集團本期或未來報告以及可預見的未來交易產生重大影響，除了香港財務報告準則第18號外，該影響已披露於截至2025年3月31日止年度的年度財務報表中。

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集團作出策略及營運決策之執行董事。

集團執行董事審閱集團之內部報告以評估表現及分配資源。執行董事考慮到採用線上線下融合的零售模式是一種新趨勢，並根據線上和線下融合業績評估地區分部表現。期內，集團中止經營中國內地地區零售化粧品業務(該業務先前包含在「中國內地」)；相關比較資料已重列。

已識別之可報告業務分部為香港及澳門、中國內地、東南亞及其他。

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2025年9月30日止六個月				
	香港及澳門 港幣千元	中國內地 港幣千元	東南亞 港幣千元	其他 港幣千元	總額 港幣千元
營業額	1,535,121	227,169	223,972	4,298	1,990,560
分部業績	60,463	3,558	(10,367)	(763)	52,891
其他資料					
資本性開支	23,685	38	9,526	–	33,249
財務收入	5,480	11	478	–	5,969
財務支出	10,783	27	3,070	–	13,880
所得稅支出/(扣除)	9,795	9	(1,083)	–	8,721
物業、機器及設備折舊	27,668	90	5,850	–	33,608
使用權資產折舊	149,721	443	20,533	–	170,697
滯銷存貨及損耗撥備	3,175	–	334	–	3,509

3. 分部資料(續)

	截至2024年9月30日止六個月				
	香港及澳門 港幣千元 (經重列)	中國內地 港幣千元 (經重列)	東南亞 港幣千元	其他 港幣千元	總額 港幣千元 (經重列)
營業額	1,403,071	257,497	201,041	5,279	1,866,888
分部業績	43,967	5,115	(729)	(855)	47,498
其他資料 資本性開支	15,335	33	15,201	–	30,569
財務收入	7,362	11	536	–	7,909
財務支出	11,297	42	2,960	–	14,299
所得稅支出/(扣除)	9,055	(17)	2,436	(5)	11,469
物業、機器及設備折舊	24,346	145	4,339	–	28,830
使用權資產折舊	144,924	406	19,062	–	164,392
滯銷存貨及損耗撥備撥回	5,622	–	3,755	–	9,377
	香港及澳門 港幣千元	中國內地 港幣千元	東南亞 港幣千元	其他 港幣千元	總額 港幣千元
於2025年9月30日					
非流動資產	835,579	1,194	181,957	–	1,018,730
流動資產	1,073,618	46,645	166,283	5,193	1,291,739
總分部資產					2,310,469
已中止經營業務					12,655
總資產列於簡明綜合 中期財務狀況表					2,323,124
於2025年3月31日					
非流動資產	916,425	1,652	174,747	–	1,092,824
流動資產	992,239	75,499	160,258	5,307	1,233,303
總資產列於綜合財務狀況表					2,326,127

4. 其他收入

	截至9月30日止六個月	
	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元 經重列
幻燈片陳列租金收入	11,177	11,950
倉儲及服務收入	<u>1,572</u>	<u>1,395</u>
	<u>12,749</u>	<u>13,345</u>

5. 其他利潤－淨額

	截至9月30日止六個月	
	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元 經重列
匯兌收益淨額	<u>1,930</u>	<u>6,273</u>

6. 按性質分類之開支

	截至9月30日止六個月	
	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元 經重列
出售存貨成本	1,232,058	1,151,495
僱員福利開支(包括董事酬金)	303,522	302,220
折舊開支		
—使用權資產	170,697	164,392
—物業、機器及設備	33,608	28,830
土地及樓宇之經營租賃租金		
—短期租賃之租賃租金	15,287	20,345
—或然租金	8,427	6,999
樓宇管理費、地租及差餉	32,754	30,779
廣告及推廣開支	23,140	23,863
銀行及信用卡收費	20,868	16,054
外判倉儲處理及支付平台費用	17,563	10,994
運輸及遞送費用	15,942	14,789
公用設施及電訊	15,228	15,430
維修及保養	9,824	10,341
包裝費用	4,950	4,263
滯銷存貨及損耗撥備/(撥備回撥)	3,509	(9,377)
郵寄、印刷及文具	2,404	2,732
核數師酬金		
—核數服務	1,225	1,204
—非核數服務	159	207
捐款	788	1,223
物業、機器及設備撇賬	8	40
其他	23,755	24,326
	1,935,716	1,821,149
組成如下：		
銷售成本	1,235,567	1,142,118
銷售及分銷成本	600,789	579,996
行政費用	99,360	99,035
	1,935,716	1,821,149

7. 財務支出

	截至9月30日止六個月	
	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元 經重列
租賃負債產生的利息費用	13,316	14,299
銀行借貸產生的利息費用	<u>564</u>	<u>—</u>
	<u>13,880</u>	<u>14,299</u>

8. 所得稅支出

香港利得稅乃按照本期間估計應課稅盈利以稅率16.5%(2024年：16.5%)提撥準備。
海外盈利稅款則按本期間估計應課稅盈利以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	
	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元
本期稅項		
—香港利得稅	1,639	1,490
—海外稅項	4,687	3,797
暫時差異之產生及撥回相關遞延稅項	<u>2,395</u>	<u>6,182</u>
	<u>8,721</u>	<u>11,469</u>

9. 已中止經營業務

期內，集團中止經營中國內地地區零售化粧品業務。截至2025年及2024年9月30日止期間，已中止經營業務之業績呈列如下：

	截至9月30日止六個月	
	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元
營業額	17,482	53,655
其他虧損－淨額	(522)	(528)
銷售成本及費用	<u>(19,694)</u>	<u>(68,217)</u>
除所得稅前虧損	(2,734)	(15,090)
所得稅支出	<u>—</u>	<u>—</u>
已中止經營業務之虧損	<u>(2,734)</u>	<u>(15,090)</u>
外地附屬公司在匯兌儲備之匯兌差額	<u>(3,686)</u>	<u>(905)</u>
已中止經營業務之總全面虧損	<u>(6,420)</u>	<u>(15,995)</u>

已中止經營業務之期內虧損是將下列已列入後計出：

	截至9月30日止六個月	
	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元
物業、機器及設備折舊	—	1,102
使用權資產折舊	—	2,097
滯銷存貨及損耗撥備回撥	<u>(3,541)</u>	<u>(3,466)</u>

10. 每股盈利

來自持續經營業務

- (a) 來自持續經營業務的每股基本盈利乃根據本公司擁有人應佔來自持續經營業務的盈利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	
	2025年	2024年
	港幣千元	港幣千元
本公司擁有人應佔來自持續經營業務的盈利	<u>52,891</u>	<u>47,498</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>3,102,006</u>	<u>3,102,137</u>

- (b) 來自持續經營業務的每股攤薄盈利乃在假設所有具攤薄潛力之普通股已轉換之情況下，經調整已發行普通股之加權平均數計算。本公司有兩類具攤薄潛力之普通股：購股權及年內為股份獎勵計劃而持有的股份。就購股權而言，有關計算乃按所有附於未行使購股權之認購權之金錢價值來計算可按公平值(以本公司股份之全年平均市場股價計算)購入之股份數目。以上述方法計算之股份數目乃與假設購股權獲行使而已發行之股份數目進行比較。就為股份獎勵計劃而持有的股份而言，授予僱員但於2025年及2024年9月30日尚未歸屬的股份則包括在股份數目。

	截至9月30日止六個月	
	2025年	2024年
	港幣千元	港幣千元
本公司擁有人應佔來自持續經營業務的盈利	<u>52,891</u>	<u>47,498</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>3,102,006</u>	<u>3,102,137</u>
調整購股權及獎勵股份(千股)	<u>253</u>	<u>240</u>
就每股攤薄盈利之普通股之加權平均數(千股)	<u>3,102,259</u>	<u>3,102,377</u>

10. 每股盈利(續)

來自持續及已中止經營業務

盈利歸屬於本公司擁有人之每股基本及攤薄虧損乃根據下列資料計算：

	截至9月30日止六個月	
	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元
本公司擁有人應佔來自持續經營業務的盈利	52,891	47,498
本公司擁有人應佔來自已中止經營業務的虧損	<u>(2,734)</u>	<u>(15,090)</u>
用於計算每股基本及攤薄虧損的持續及已中止 經營業務的盈利	<u>50,157</u>	<u>32,408</u>

用於計算持續經營業務所得每股基本及攤薄盈利之分母與上文詳述者相同。

來自已中止經營業務

來自已中止經營業務之每股基本及攤薄虧損為每股0.09港仙(2024：每股基本及攤薄虧損為每股0.49港仙)。

已中止經營業務之每股基本及攤薄虧損乃根據下列資料計算：

	截至9月30日止六個月	
	2025年 港幣千元	2024年 港幣千元
本公司擁有人應佔來自已中止經營業務的虧損	<u>(2,734)</u>	<u>(15,090)</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>3,102,006</u>	<u>3,102,137</u>

11. 股息

截至9月30日止六個月		
	2025年	2024年
	港幣千元	港幣千元
宣派中期股息—每股1.15港仙(2024年：每股0.75港仙)	<u>35,687</u>	<u>23,274</u>

於2025年11月20日舉行之會議上，董事宣佈派發中期股息每股1.15港仙。該宣派股息並無於本簡明綜合中期財務資料內列作應付股息，將於截至2026年3月31日止年度列作可分派儲備之撥款。

12. 應收賬款

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：

	2025年 9月30日 港幣千元	2025年 3月31日 港幣千元
一個月內	77,594	51,657
一至三個月	4,896	3,817
超過三個月	<u>9,417</u>	<u>9,272</u>
	<u>91,907</u>	<u>64,746</u>

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：

	2025年 9月30日 港幣千元	2025年 3月31日 港幣千元
一個月內	201,059	152,544
一至三個月	83,523	72,117
超過三個月	<u>16,839</u>	<u>13,965</u>
	<u>301,421</u>	<u>238,626</u>

應付賬款之賬面值與其公平值相若。

中期股息

董事會宣派期內之中期股息每股1.15港仙(2024年：0.75港仙)，有關股息將派發於2025年12月8日(星期一)名列本公司股東名冊之股東。中期股息預計將於2025年12月19日(星期五)當日或該日前後派發。

暫停辦理股份過戶登記手續

為確定符合資格收取中期股息，本公司將於2025年12月5日(星期五)至2025年12月8日(星期一)期間(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續。為享有上述宣派之中期股息，所有有效過戶文件連同有關股票必須於2025年12月4日(星期四)下午4時30分前送交本公司之香港股份登記及過戶分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

回購、出售或贖回股份

除股份獎勵計劃的受託人根據股份獎勵計劃及信託契約條款，以總額約354,000港元在聯交所購入合共600,000股股份外，本公司或其任何附屬公司於期內概無回購、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」)

於期內及直至本公告日期，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C.2.1條

就企業管治守則的守則條文第C.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。但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2025年7月刊發的2024/25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C3所載列的上市發行人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2025年12月中旬寄發期內之中期報告予股東，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我們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，2025年11月20日

於本公告日期，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)

陳郭詩慧女士，榮譽勳章，太平紳士

郭詩雅小姐

鍾明杰先生(首席財務總監及公司秘書)

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，銅紫荊星章，榮譽勳章，太平紳士

利蘊珍女士