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2026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及2026年10月1日至11月15日之營運最新情況

莎莎國際控股有限公司(「**莎莎**」或「**本公司**」)之董事會(「**董事會**」)宣佈，本公司與其附屬公司(「**集團**」)截至2026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	**未經審核** **截至9月30日止六個月**		
	2026年	2025年	按年變化 (%)
持續經營業務*(百萬港元)*			
營業額	**2,593.1**	1,990.6	+30.3%
毛利	**989.5**	755.0	+31.1%
毛利率(%)	**38.2%**	37.9%	+0.3百分點
期內集團盈利*	**170.1**	50.2	+239.1%
每股基本盈利(港仙)	**5.5**	1.6	+239.1%
每股中期股息(港仙)	**4.0**	1.15	+247.8%

* *包括已中止的中國內地線下業務*

業績重點

- **集團營業額、毛利及毛利率同步攀升，期內盈利按年大幅增長239.1%**：期內，集團營業額為2,593.1百萬港元，按年升30.3%；毛利錄得989.5百萬港元，按年升31.1%；毛利率按年升0.3個百分點。受惠於集團核心市場香港及澳門(「**港澳**」)的銷售表現顯著提升，加上B2C線上銷售及盈利快速增長，帶動集團期內的盈利按年升239.1%至170.1百萬港元。

- **港澳核心市場全面增長**：港澳營業額、同店銷售、交易宗數、每宗交易平均金額及每宗交易貨品件數均錄得按年升幅，其中同店銷售按年升38.9%；旅客銷售佔比由去年的51.3%升至63.6%。於本財政年度上半年至2026年11月15日，集團在香港的店舖淨增加八間，以應付本地顧客及旅客的消費需求。

- 董事會決議宣派每股4.0港仙的本財政年度上半年中期股息。集團將維持持續、穩定的股息政策。

附註：「香港」是指「中華人民共和國香港特別行政區」及「澳門」是指「中華人民共和國澳門特別行政區」。

管理層討論及分析

市場概覽

圖表一：2026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（2026年4月－9月）	本地生產總值變動率	零售銷售變動	藥物及化粧品銷售變動
中國：			
香港	+8.1%（4月－9月）	+6.3%（4月－9月）	+4.5%（4月－9月）
澳門	+2.8%（4月－9月）	+12.1%（4月－6月）	+35.5%（4月－6月）
中國內地	+5.8%（4月－9月）	+0.5%（4月－9月）	+6.6%（4月－9月）
東南亞：			
馬來西亞	+5.6%（4月－9月）	+6.7%（4月－9月）	*附註1*
新加坡	+12.4%（4月－6月）	+4.2%（4月－6月）	*附註3* +6.9%（4月－9月）
菲律賓	+7.5%（4月－9月）	*附註2* +12.1%（4月－9月）	*附註1及2*

附註：

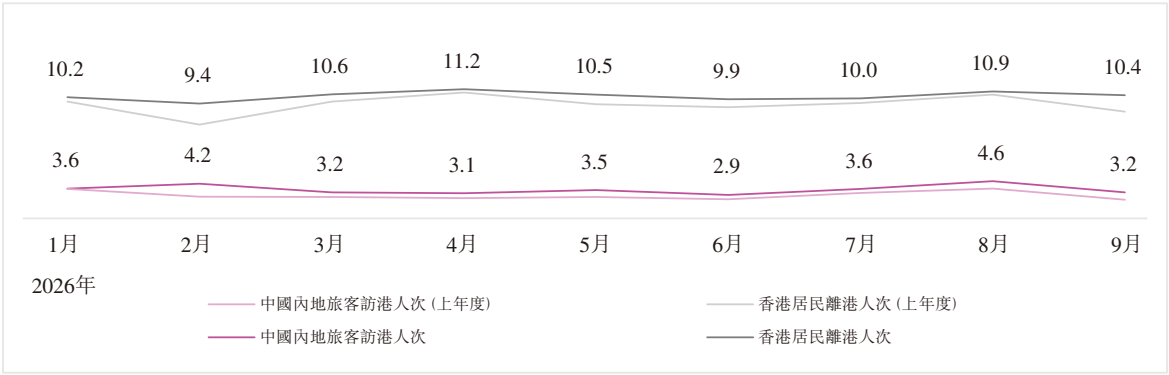
1. 馬來西亞及菲律賓政府沒有提供有關藥物及化粧品零售的統計數據。

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」。

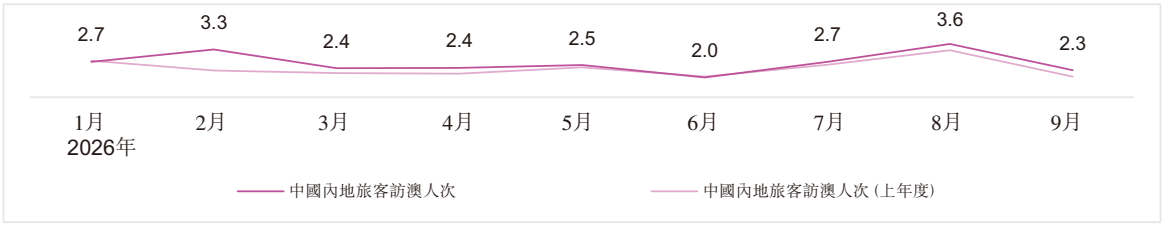
** 以上所有數據及推算來自相關政府統計部門公佈之統計數據。不同的政府統計處對化粧品行業零售的釋義和統計方法各有差異。*

圖表二：中國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：中國內地旅客訪澳人次(按百萬計)



資料來源：澳門特別行政區統計暨普查局

行業回顧

香港及澳門

人民幣需求提升，港澳跨境消費購買力顯著提升

儘管美國對中國商品持續加徵高額關稅，中國內地出口業仍展現出相當韌性，帶動市場對人民幣的需求增長。同時，受美元指數回落影響，人民幣兌美元匯率持續走高，呈現穩步升值態勢。受上述因素支持，中國內地旅客外遊的實際購買力顯著提升，進一步刺激跨境零售及外遊消費需求，而港澳地區則成為最直接的受惠市場。

香港正貨美譽成為美粧旅客的購物首選

香港理工大學酒店及旅遊業管理學院在2026年4月發表的研究指出，美粧旅客是具高增長潛力的旅客群體，他們屬於「輕奢」一族，他們傾向尋找可信任的品牌，並會積極善用數碼工具分享購買決定。對於這班美粧旅客而言，就算其他地方的產品比香港更便宜，但香港的「購物天堂」信譽和「正版正貨」保證，仍能吸引他們寧願來港購買，以求安心。

港澳經濟穩健增長

香港特區政府發表《2026年半年經濟報告》，2026年上半年(1月至6月)香港實際本地生產總值按年增長5.1%，是近五年來最強勁的半年度表現。消費物價通脹或因國際油價高企而上升，但其他範疇的通脹壓力仍然受控。而根據澳門特區政府統計暨普查局資料顯示，2026年上半年(1-6月)澳門零售業銷售額為394.0億澳門幣，按年增加17.2%。

港人北上及旅客南下漸趨穩定

香港旅遊發展局數據顯示，2026年1月至9月訪港旅客接近40.7百萬人次，按年增加11.6%。非中國內地旅客約8.8百萬人次，按年增加3.7%。若以本財政年度上半年計算，到訪香港及澳門的旅客分別有約26.4百萬及21.0百萬，當中中國內地旅客分別是約20.8百萬及15.5百萬(見圖表二和三)，與上個財政年度相若，可見港人北上及中國內地旅客南下的情況漸趨穩定。

中國內地

化粧品市場表現向好，成中國消費行業主要增長動力

中國國家統計局數據顯示，2026年上半年社會消費品零售總額約人民幣24.9萬億元，按年增長1.3%，其中化粧品類別按年增長6.3%，表現勝於整體零售業的表現。

功能性及「健與美」相關美容產品備推崇

香港旅遊發展局的專題研究指出，中國內地美粧行業的主要趨勢，已從規模擴張轉至價值導向，意味消費者越來越注重產品的功能價值，當中，由內而外補充營養改善體質與皮膚狀態的「口服式產品」，以及促進人體組織與膠原蛋白再生的「修復式產品」，近年在中國內地頗受歡迎。

面對龐大的中國內地市場、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，以提升營運效益。

東南亞

東南亞市場極具增長潛力，美粧線上零售市場發展迅速

東南亞總人口超過六億，擁有年輕且持續成長的消費族群。隨著都市化發展、中產階級擴大與消費能力提升，零售、金融服務、旅遊、健康及消費產品等市場需求持續增加，為企業帶來龐大的市場發展空間。而東南亞彩粧市場整體增長迅速，線上佔比不斷提升，預計2029年市場規模達30.4億美元，線上平均佔比超過30%，面部、唇部、眼部彩粧增速較高，其中面部和唇部佔比提升顯著。

2026年上半年，東南亞三大平台創下338億美元總商品交易額

據新加坡研究及創投機構發佈的「2026年東南亞直播電商報告數據」，單計2026年上半年，Shopee、TikTok及Lazada三大平台透過內容電商，在東南亞市場創下高達338億美元的總商品交易額，按當前增速推算，全年總商品交易額預計將達779億美元。

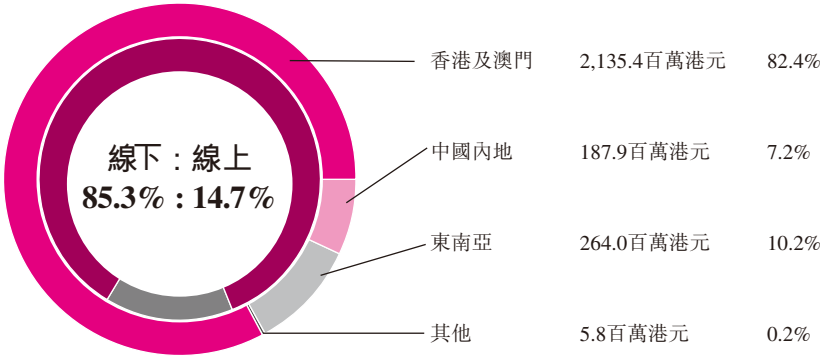
業務回顧

財務表現摘要

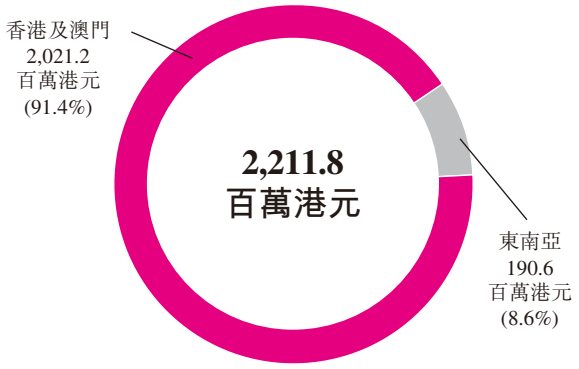
圖表四：本財政年度上半年持續經營業務(按市場劃分)

百萬港元	營業額	按年變化(%)
線下銷售		
香港及澳門	2,021.2	▲ 41.8%
東南亞	190.6	▲ 13.2%
線下銷售總額	**2,211.8**	▲ 38.8%
線上銷售		
B2C	298.1	▲ 24.2%
B2B	83.2	▼ 47.0%
線上銷售總額	**381.3**	▼ 4.0%
總營業額	**2,593.1**	▲ 30.3%

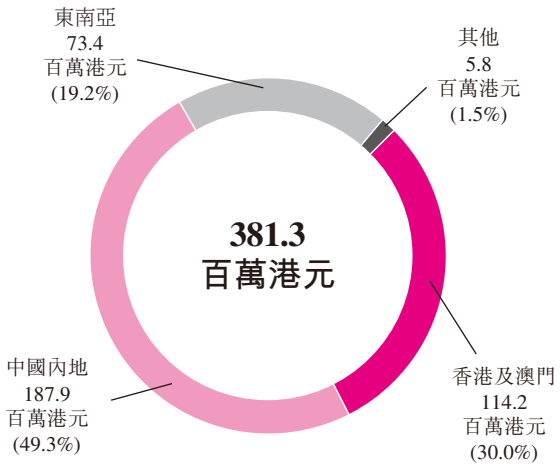
圖表五：銷售佔比(按地區/業務性質劃分)



圖表六：線下營業額佔比(按地區劃分)



圖表七：線上營業額佔比(按地區劃分)



持續經營業務

市場／店舖數目	於2026年3月31日	開店	關店	**於2026年9月30日**
中國－港澳	85	5	–	**90**
東南亞－馬來西亞及新加坡	75	–	3	**72**
總數	160	5	3	**162**

集團總營業額按年升30.3%，期內盈利按年升239.1%至170.1百萬港元

集團精準掌握美粧潮流趨勢，不斷推陳出新，引入備受市場歡迎的產品，加上線上線下融合的營銷策略取得成效，銷售表現勝於預期。期內，集團總營業額錄得2,593.1百萬港元，按年上升30.3%；毛利錄得989.5百萬港元，按年上升31.1%；毛利率按年升0.3個百分點。港澳仍然是最大的業務市場，佔集團總營業額的82.4%；中國內地及東南亞則分別佔集團總營業額的7.2%及10.2%，其他地區佔0.2%(見圖表五)。

由於集團的獨家品牌佔比銷售持續提升，有助毛利率逐步增長，期內按年上升0.3個百分點至38.2%。另一方面，集團擁有多款產品的獨家代理權，令莎莎有更大的品牌話語權及定價優勢，再加上莎莎提供行業少有的「30天購物保證」及「正版正貨」承諾，進一步提升品牌信譽及消費者信心，有助提升顧客對莎莎的忠誠度和複購率，為集團長遠、可持續提升盈利的模式奠定基礎。

此外，集團因應不同營運地區的情況，靈活調整當地店舖組合，並嚴格控制營運成本，盈利能力得到進一步的提升，整體業務持續穩步向好。集團期內盈利按年大幅增長239.1%至170.1百萬港元(2025年：50.2百萬港元)。

期內，港澳地區表現尤其突出。該地區的同店銷售、交易宗數、每宗交易平均金額及每宗交易貨品件數顯著提升，帶動該地區的盈利錄得165.3百萬港元，按年上升173.4%；中國內地集中資源專注發展線上業務，線上業務錄得9.1百萬港元的盈利。集團重整東南亞的營運策略，包括優化產品組合、爭取更合理的租金以降低營運成本，淡化了當地成本上漲及外圍因素帶來的影響，令當地的虧損由上年同期的10.4百萬港元，收窄至期內的3.9百萬港元。

線下銷售按年升38.8%，港澳引領整體表現

期內，集團線下銷售錄得2,211.8百萬港元，按年增加38.8%。線下業務仍然是集團的收入主要來源，佔集團總營業額的85.3%。集團總線下銷售當中，港澳地區佔91.4%，按年增長41.8%；東南亞則佔8.6%，按年升13.2%。

於2026年9月30日，集團經營共162間線下店舖，其中90間位於港澳地區。於本財政年度上半年至2026年11月15日，集團在香港的店舖淨增加八間，以應付本地及旅客的消費需求。該等新店持續為集團帶來理想收益；其餘72間位於馬來西亞及新加坡。期內，集團繼續積極優化店舖網絡，定期檢視店舖表現，關閉表現不符合預期的店舖，並物色人流更理想、租金更合理的店舖，以提升營運表現。

專注發展線上B2C業務，提升盈利能力

集團線上銷售主要包括中國內地、港澳、東南亞及其他地區市場的自家網店及第三方線上平台業務。期內，集團線上銷售按年輕微下跌4.0%至381.3百萬港元，主要因為集團策略性地減少毛利較低的大宗B2B訂單，以預留貨品，拓展毛利較高、而且不斷增長的線下零售及B2C線上業務。集團更密切監察熱賣產品的庫存，確保足以應付各平台的訂單需求。期內，線上的B2C銷售按年升24.2%至298.1百萬港元，令集團業務的盈利能力持續提升。

期內，銷售及分銷成本和行政費用的營業額佔比，分別由30.2%及5.0%下降至26.7%及4.1%，反映集團成本管控取得成效。

財務狀況穩健

期內，集團財務狀況穩健。集團於2026年9月30日的總現金為456.7百萬港元，較去年同期增加81.9%，現金充裕，足以應付業務所需。經營業務產生之淨現金錄得134.8百萬港元(扣除租賃負債和利息)，而去年同期經營業務所用之現金淨額為42.6百萬港元，顯示業務現金流大幅改善。

派發中期股息

董事會決議宣派每股4.0港仙的本財政年度上半年中期股息，集團將維持持續的、穩定的股息政策。

線下業務

1. 香港及澳門

「潮流產品X正版正貨」獲顧客熱捧

作為亞洲「第一手美粧資訊平台」和「一站式面膜專家」，莎莎積極搜羅及推出多款兼備話題性和性價比的潮流美粧產品，配合線上線下營銷策略，引起市場及社交平台的關注和追捧。這些爆品大多由莎莎獨家代理，加上莎莎擁有行業少有的「30天購物保證」及「正版正貨」承諾，成功吸引潮流一族及愛美的消費者，包括本地顧客及旅客，並進一步取得這些顧客的信任，將客流轉化為實際銷售收益。

各項業務指標全線增長

港澳依然是集團的核心市場，期內貢獻2,135.4百萬港元的營業額，按年升39.1%。港澳營業額佔集團總營業額的82.4%。期內，集團在港澳的線下銷售錄得2,021.2百萬，按年升41.8%，同店銷售亦按年升38.9%(見圖表八及九)。港澳每宗交易平均金額、總交易宗數及每宗交易的貨品件數均錄得按年增長。

於本財政年度上半年至2026年11月15日，集團在香港的店舖淨增加八間

期內，集團在香港共設81間店舖，當中有24間坐落於旅遊區，包括旺角、尖沙咀、銅鑼灣及跨境旅遊樞紐西九龍；在澳門則經營九間店舖，其中四間靠近遊客區，三間位於綜合渡假村酒店，及兩間位於非遊客區。2026年第三季的國慶黃金週期間(10月1日至7日)，港澳線下銷售及同店銷售分別按年升超過60%及50%。於本財政年度上半年至2026年11月15日，集團在香港的店舖淨增加八間，以應付本地顧客及旅客的消費需求。

港澳旅客銷售佔比持續提升

期內，港澳線下銷售中，63.6%是來自旅客(去年同期：51.3%)。集團更注意到旅客(特別是中國內地旅客)的交易宗數、每宗交易金額亦錄得明顯的上升，顯示莎莎的品牌力不斷提升。隨著零售市道氣氛回暖，集團加快拓展香港的店舖網絡，以滿足消費需求；期內，集團分別於旺角、尖沙咀和啟德等地開設新店。

迎合潮流一族喜好，推出相應的零售店設計及營銷推廣，創造「體驗式消費」

集團引入增值服務(包括智能美粧程式、皮膚及頭皮分析儀器)，進一步加強實體店的體驗，並因應美粧潮流趨勢，推出一系列創意快閃活動製造話題，包括由八位粉紅女模攜巨型面膜手袋現身鬧市，派發面膜，以及聯乘本地人氣IP角色，推出限定品牌企劃。線上則積極佈局小紅書、抖音、Instagram、Threads，聯合KOL、KOC打造口碑，並設立「產品許願池」提升互動。線上及線下的活動令莎莎多款面膜及美粧產品，成為中國內地及海外旅客訪港必買好物。

善用社交平台互動引流，構建無縫線上線下融合(OMO)體驗

集團亦在中國內地熱門的社交平台，提供「實體店限定」的購物禮券，讓他們到港澳旅遊時，能夠親臨莎莎的實體店舖，進一步享受莎莎專業、物超所值的購物體驗。該策略取得顯著的效果。而這些顧客亦透過社交媒體，繼續與莎莎及其美容顧問保持友好聯繫，讓集團繼續為他們「締造美麗人生」。

2. 東南亞

期內，東南亞營業額錄得264.0百萬港元，按年上升17.9%。線下銷售為190.6百萬港元，按年上升13.2%，佔該地區營業額的72.2%。集團優化營運策略，令當地業務的營運效益有所提升，符合集團訂下的戰略目標。其中，新加坡的線下業務更按年升超過50%。

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當地建立更強的品牌力。於2026年9月30日，集團分別在馬來西亞及新加坡開設67間及五間店舖。

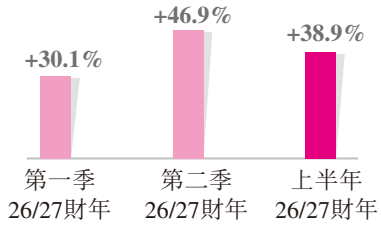
積極應對市場挑戰，策略逐步見效

集團繼續透過積極與業主協商，優化租金條款及持續調整店舖組合，以提升線下業務的盈利能力。期內，東南亞的線下銷售和同店銷售均得到改善(見圖表十四及十五)。另一方面，集團亦引入更多潮流熱賣的貨品，特別是香水、彩粧及適合東南亞人士的護膚產品，並密切留意市場動態，確保產品的種類、價格及推銷具有競爭力，以提升店舖人流和市場競爭力。

香港及澳門

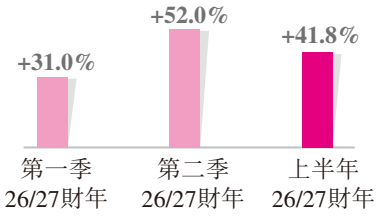
圖表八：同店銷售增長

（按年變化）



圖表九：線下銷售表現

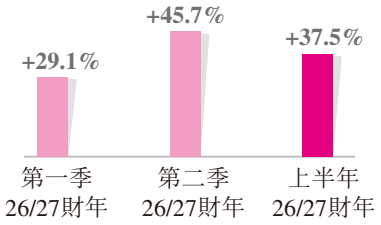
（按年變化）



香港

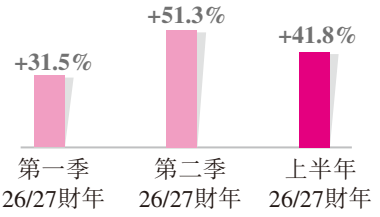
圖表十：同店銷售增長

（按年變化）



圖表十一：線下銷售表現

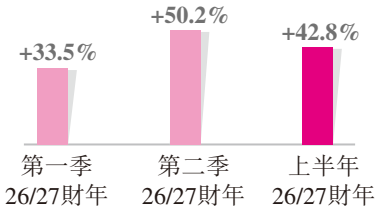
（按年變化）



澳門

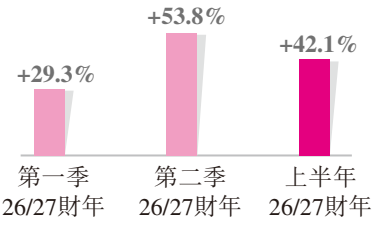
圖表十二：同店銷售增長

（按年變化）



圖表十三：線下銷售表現

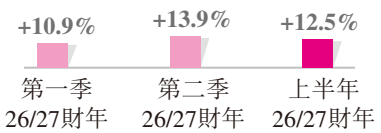
（按年變化）



東南亞

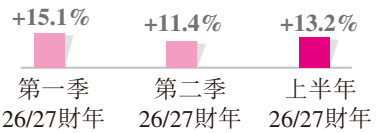
圖表十四：同店銷售增長

（按年變化）



圖表十五：線下銷售表現

（按年變化）



線上業務

集團的線上業務覆蓋港澳、中國內地、東南亞以及其他地區。期內，集團線上營業額錄得381.3百萬港元，按年下跌4.0%，主要因為集團策略性地減少毛利較低的大宗B2B訂單，以預留貨品，拓展毛利較高、而且不斷增長的線下零售及B2C線上業務。集團更密切監察熱賣產品的庫存，確保足以應付各平台的訂單需求。期內，線上的B2C銷售按年升24.2%至298.1百萬港元，令集團業務的盈利能力提升。

1. 中國內地

中國內地持續經營業務盈利顯著提升

中國內地是集團最大的線上業務市場，集團主要透過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、拼多多及京東等進行營運。

期內，集團在中國內地線上經營業務錄得187.9百萬港元，按年下跌17.3%，主要由於集團策略性地減少接收大宗的B2B訂單。然而，線上業務的盈利能力持續提升，並維持較低的退貨率。此外亦顯示品牌於線上渠道的吸引力及客戶參與度進一步增強。

2. 港澳及東南亞

港澳線上銷售按年升3.6%，集團善用社交互動洞察市場，線上流量帶動線下銷售

集團在港澳主要經營官方網站及手機應用程式，作為連接港澳實體門市與線上渠道的會員觸點，該手機應用程式不僅作為統一的會員權益管理平台，更有效地構建OMO的無縫生態圈。集團積極推進「線上下單、店舖自提」(Buy Online, Pick-up In-Store)服務，為顧客提供靈活便捷的購物體驗，並成功將線上精準流量反向導入線下實體網絡，大幅增加門市客流量並帶動二次連帶銷售，實現線上線下雙向賦能。

東南亞線上業務穩健發展，莎莎品牌持續領先

集團主要通過第三方平台Shopee、Lazada及Zalora營運該等地區的線上業務，覆蓋新加坡、馬來西亞、菲律賓和泰國。期內，集團在東南亞的現有及新開展的線上業務發展理想，帶動集團在該地區的線上銷售錄得73.4百萬港元，按年上升32.2%，佔線上總銷售的19.2%，集團亦會繼續投放資源，發展東南亞線上業務。

期內，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，確立了莎莎的市場地位。

3. 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業務仍處於探索階段，主要透過官網國際站營運。

未來展望

保持靈活應變，實現長期可持續提升盈利的目標

面對地緣政治局勢緊張、能源價格不穩導致物流成本波動、成本通脹、關稅政策，以及美息走向引來的市場變化，全球經濟前景依然不明朗。上述因素或會影響商品價格、利率及匯率，繼而牽動消費情緒與經濟發展。然而，集團憑藉多年來建立的穩健根基及靈活的應變能力，有信心在變局中把握機遇，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。

1. 優化產品組合及拓展港澳店舖網絡

集團將拓展線下店舖網絡，在租金符合成本效益的情況下，進一步覆蓋旅遊旺區，以及對美粧產品有消費需求的民生地區，並優化店舖的產品陳列及營運效益，讓顧客得到更貼心、便利的購物體驗。同時，集團會繼續配合各項盛事及主題，進行全渠道的推廣，務求與顧客建立更緊密的互動，提升顧客的忠誠度。

2. 孵化具潛力品牌，完善莎莎品牌生態圈

集團會繼續運用累積多年的行業領導地位，發掘、培養及發展旗下具潛力的獨家美粧品牌，為顧客提供最優質、可靠及性價比最高的美粧產品選擇，「締造美麗人生」。

3. 加大亞太區的發展佈局

東南亞一直是集團深耕多年的市場，加上近年該地區經濟發展迅速，極具長期潛力。集團會持續優化當地的營運模式，提升莎莎在當地的競爭力和盈利能力，並積極發展線上業務，透過線上社交平台加強推廣及與消費者之間的友好互動，加強品牌的滲透度，鞏固莎莎在當地電商市場的領先地位。

中國內地作為集團最大的線上業務市場，集團將繼續利用微信小程序商城及各大社交平台的流量優勢，積極推廣莎莎「正版正貨」的品牌美譽，滲透更多追求潮流美粧產品的消費群體。同時，集團會持續引入中國內地市場熱捧的潮流產品，透過精準的營銷策略，提升用戶轉化率，並積極運用線上流量為港澳線下業務引流，進一步強化大灣區的線上線下協同效應，推動整體業務穩步增長。

2026/27財政年度第三季銷售數據

由2026年10月1日至11月15日的第三季集團的總營業額按年上升40.8%。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	609.7	▲ 49.2%
東南亞	48.4	▲ 10.3%
線下銷售總額	658.1	▲ 45.5%
線上銷售		
B2C	98.9	▲ 22.7%
B2B	23.2	▲ 9.5%
線上銷售總額	122.1	▲ 20.0%
總營業額	780.2	▲ 40.8%

人力資源

於2026年9月30日，集團約有2,300名僱員。集團於期內的員工成本為352.6百萬港元。

財務概況

資本及流動資金

於2026年9月30日，集團權益總額為1,288.3百萬港元，其中包括978.0百萬港元之儲備金。集團繼續維持穩健財務狀況，營運資金為632.2百萬港元，當中包括淨現金及銀行結存達456.7百萬港元，而尚未動用的銀行貸款額度約315.4百萬港元，使可用資金總額達772.1百萬港元。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、歐元、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2026年9月30日之運用資金總額(等同權益總額)為1,288.3百萬港元，較2026年3月31日之運用資金額1,282.5百萬港元上升0.5%。於2026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

截至2026年9月30日止六個月，資本開支為24.2百萬港元(2025年：33.2百萬港元)，主要用於投資新店、裝修現有店舖及科技設備。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

於2026年9月30日，集團庫存為1,018.7百萬港元(2026年3月31日：767.3百萬港元)，而庫存週轉日數為121日。

集團資產之抵押

於2026年9 月30日，賬面價值為81.2百萬港元(2026年3月31日：83.9百萬港元)的土地及樓宇已作抵押，以獲得銀行提供予集團的融資。

或然負債

集團於2026年9月30日並無重大或然負債。

資本承擔

於2026年9月30日，集團於購買物業、機器及設備的資本承擔合共16.9百萬港元。

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 **2026年** *港幣千元*	 2025年 *港幣千元*
持續經營業務			
營業額	*3*	**2,593,148**	1,990,560
銷售成本	*6*	**(1,603,689)**	(1,235,567)
毛利		**989,459**	754,993
其他收入	*4*	**13,563**	12,749
銷售及分銷成本	*6*	**(691,950)**	(600,789)
行政費用	*6*	**(106,777)**	(99,360)
其他利潤－淨額	*5*	**1,441**	1,930
經營盈利		**205,736**	69,523
財務收入		**5,380**	5,969
財務支出	*7*	**(11,288)**	(13,880)
除所得稅前盈利		**199,828**	61,612
所得稅支出	*8*	**(29,727)**	(8,721)
持續經營業務的期內盈利		**170,101**	52,891
已中止經營業務的期內虧損		**–**	(2,734)
期內盈利歸屬於本公司擁有人		**170,101**	50,157
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		**5.5**	1.7
攤薄		**5.5**	1.7
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		**5.5**	1.6
攤薄		**5.5**	1.6

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	
	2026年	2025年
	港幣千元	*港幣千元*
期內盈利	**170,101**	50,157
其他全面(虧損)/收入		
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	**(121)**	(85)
外地附屬公司在匯兑儲備之匯兑差額	**(451)**	8,282
期內其他全面(虧損)/收入，已扣除稅項	**(572)**	8,197
期內全面收入總額歸屬於本公司擁有人	**169,529**	58,354
期內全面收入總額歸屬於本公司擁有人來自：		
持續經營業務	**169,529**	64,774
已中止經營業務	**–**	(6,420)
	169,529	58,354

簡明綜合中期財務狀況表

	附註	未經審核 **9月30日** **2026年** *港幣千元*	經審核 3月31日 2026年 *港幣千元*
資產			
非流動資產			
物業、機器及設備		**176,731**	186,143
使用權資產		**573,676**	507,128
租金按金及其他資產		**100,183**	80,114
遞延稅項資產		**138,855**	158,476
		989,445	931,861
流動資產			
存貨		**1,018,683**	767,313
應收賬款	*12*	**58,728**	51,231
其他應收款項、按金及預付款項		**152,562**	150,702
可收回所得稅		**827**	835
定期存款		**23,275**	62,745
現金及現金等值項目		**433,423**	442,068
		1,687,498	1,474,894
負債			
流動負債			
應付賬款	*13*	**456,627**	322,161
其他應付款項及應計費用		**253,314**	196,405
租賃負債		**315,871**	292,415
應付所得稅		**29,489**	25,189
		1,055,301	836,170
淨流動資產		**632,197**	638,724
資產總值減流動負債		**1,621,642**	1,570,585
非流動負債			
其他應付款項		**32,522**	27,073
租賃負債		**281,390**	242,668
退休福利承擔		**19,305**	18,222
遞延稅項負債		**144**	163
		333,361	288,126
淨資產		**1,288,281**	1,282,459
權益			
資本及儲備			
股本		**310,319**	310,319
儲備		**977,962**	972,140
權益總額		**1,288,281**	1,282,459

附註：

1. 編製基準

截至2026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(「**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2026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2026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) 集團已採納新準則及現有準則的修訂

以下新準則及現有準則的修訂於集團自2026年4月1日或之後開始的財政年度生效：

香港財務報告準則第7號及香港財務報告準則第9號(修訂本)	對金融工具分類及計量(修訂本)
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之年度改進－第11卷
香港財務報告準則第7號及香港財務報告準則第9號(修訂本)	參考依賴天然電力發電的合約(修訂本)
香港財務報告準則第7號、香港財務報告準則第18號、香港會計準則第1號、香港會計準則第8號、香港會計準則第36號及香港會計準則第37號(修訂本)	有關財務報表不確定性的披露(修訂本)

以上新準則及現有準則的修訂並無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、現有準則和詮釋的修訂

以下所述的新準則、現有準則和詮釋的修訂已頒布，但於2026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
香港財務報告準則第19號(修訂本)	非公共受託責任附屬公司：披露(修訂本)	2027年4月1日
香港財務報告準則第21號(修訂本)	換算為高通脹的列報貨幣(修訂本)	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(修訂本)	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(修訂本)	待香港會計師公會釐定

集團將會於上述新準則、現有準則和詮釋的修訂生效後予以採納。鑑於集團目前的狀況，董事們不認為採納這些新準則、現有準則和詮釋的修訂會對集團的經營業績和財務狀況產生重大影響，除了香港財務報告準則第18號外，該影響已披露於截至2026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。截至2025年9月30日止六個月，集團中止經營中國內地地區零售化粧品業務，而線上業務則繼續保留。

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2026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	**2,135,398**	**187,894**	**264,033**	**5,823**	**2,593,148**
分部業績	**165,317**	**9,059**	**(3,909)**	**(366)**	**170,101**
其他資料					
財務收入	**4,853**	**13**	**514**	**–**	**5,380**
財務支出	**8,881**	**6**	**2,401**	**–**	**11,288**
所得稅支出/(扣除)	**30,058**	**7**	**(338)**	**–**	**29,727**
物業、機器及設備折舊	**25,744**	**95**	**6,427**	**–**	**32,266**
使用權資產折舊	**155,134**	**473**	**21,162**	**–**	**176,769**
滯銷存貨及損耗撥備/(撥備回撥)	**7,781**	**–**	**(184)**	**–**	**7,597**

3. 分部資料(續)

	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					
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

	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2026年9月30日					
非流動資產*	**838,611**	**241**	**150,593**	**–**	**989,445**
流動資產	**1,441,061**	**75,040**	**170,478**	**919**	**1,687,498**
總資產列於簡明綜合中期財務狀況表					**2,676,943**
*資本開支	**22,556**	**104**	**1,520**	**–**	**24,180**
於2026年3月31日					
非流動資產*	764,496	688	166,677	–	931,861
流動資產	1,258,267	49,611	166,944	72	1,474,894
總資產列於綜合財務狀況表					2,406,755
*資本開支	37,578	39	14,850	–	52,467

4. 其他收入

	截至9月30日止六個月	
	2026年	2025年
	港幣千元	*港幣千元*
幻燈片陳列租金收入	**11,928**	11,177
倉儲及服務收入	**1,635**	1,572
	13,563	12,749

5. 其他利潤－淨額

	截至9月30日止六個月	
	2026年	2025年
	港幣千元	*港幣千元*
匯兑收益淨額	**1,441**	1,930

6. 按性質分類之開支

	截至9月30日止六個月	
	2026年	2025年
	港幣千元	*港幣千元*
出售存貨成本	**1,596,092**	1,232,058
僱員福利開支(包括董事酬金)	**352,623**	303,522
折舊開支		
－使用權資產	**176,769**	170,697
－物業、機器及設備	**32,266**	33,608
土地及樓宇之經營租賃租金		
－短期租賃之租賃租金	**8,620**	15,287
－或然租金	**28,785**	8,427
樓宇管理費、地租及差餉	**33,664**	32,754
廣告及推廣開支	**29,733**	23,140
銀行及信用卡收費	**26,315**	20,868
外判倉儲處理及支付平台費用	**24,417**	17,563
運輸及遞送費用	**20,662**	15,942
公用設施及電訊	**16,348**	15,228
維修及保養	**11,171**	9,824
包裝費用	**8,687**	4,950
滯銷存貨及損耗撥備	**7,597**	3,509
郵寄、印刷及文具	**2,755**	2,404
核數師酬金		
－核數服務	**1,289**	1,225
－非核數服務	**143**	159
物業、機器及設備撇賬	**1,162**	8
捐款	**858**	788
其他	**22,460**	23,755
	2,402,416	1,935,716
組成如下：		
銷售成本	**1,603,689**	1,235,567
銷售及分銷成本	**691,950**	600,789
行政費用	**106,777**	99,360
	2,402,416	1,935,716

7. 財務支出

	截至9月30日止六個月	
	2026年	2025年
	港幣千元	*港幣千元*
租賃負債產生的利息費用	**11,288**	13,316
銀行借貸產生的利息費用	**–**	564
	11,288	13,880

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%(2025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	
	2026年	2025年
	港幣千元	*港幣千元*
本期稅項		
－香港利得稅	**1,955**	1,639
－海外稅項	**8,198**	4,687
暫時差異之產生及撥回相關遞延稅項	**19,574**	2,395
	29,727	8,721

9. 已中止經營業務

截至2025年9月30日止六個月，集團中止經營中國內地地區零售化粧品業務。截至2025年9月30日止六個月，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*
營業額	17,482
其他虧損－淨額	(522)
銷售成本及費用	(19,694)
除所得稅前虧損	(2,734)
所得稅支出	–
已中止經營業務之虧損	(2,734)
外地附屬公司在匯兑儲備之匯兑差額	(3,686)
已中止經營業務之總全面虧損	(6,420)

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	
	2026年	2025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	**170,101**	52,891
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)	**3,099,571**	3,102,006

(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：購股權及期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2026年及2025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	
	2026年	2025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	**170,101**	52,891
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)	**3,099,571**	3,102,006
調整購股權及獎勵股份(千股)	**3,247**	253
就每股攤薄盈利之普通股之加權平均數(千股)	**3,102,818**	3,102,259

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	
	2026年	2025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	**170,101**	52,891
本公司擁有人應佔來自已中止經營業務的虧損	**–**	(2,734)
用於計算每股基本及攤薄盈利的持續及已中止經營業務的盈利	**170,101**	50,157

所用之分母與上文用於計算持續經營業務所得每股基本及攤薄盈利之分母相同。

來自已中止經營業務

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*
本公司擁有人應佔來自已中止經營業務的虧損	(2,734)
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)	3,102,006
調整購股權及獎勵股份(千股)	253
就每股攤薄盈利之普通股之加權平均數(千股)	3,102,259

11. 股息

	截至9月30日止六個月	
	2026年	2025年
	港幣千元	*港幣千元*
宣派中期股息－每股4.0港仙（2025年：每股1.15港仙）	**124,128**	35,687

於2026年11月19日舉行之會議上，董事宣佈派發中期股息每股4.0港仙（2025年：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2027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：

	2026年	2026年
	9月30日	3月31日
	港幣千元	*港幣千元*
一個月內	**39,790**	41,535
一至三個月	**8,841**	3,875
超過三個月	**10,097**	5,821
	58,728	51,231

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：

	2026年	2026年
	9月30日	3月31日
	港幣千元	*港幣千元*
一個月內	**345,270**	261,464
一至三個月	**96,661**	48,188
超過三個月	**14,696**	12,509
	456,627	322,161

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4.0港仙(2025年：1.15港仙)，有關股息將派發予於2026年12月7日(星期一)名列本公司股東名冊之本公司股東(「**股東**」)。中期股息預計將於2026年12月18日(星期五)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2026年12月4日(星期五)至2026年12月7日(星期一)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續。為享有上述中期股息，所有有效過戶文件連同有關股票必須於2026年12月3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

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。

於2026年9月30日，本公司並未持有任何庫存股份。

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

於期內及直至本公告日期，除其中一項守則條文外，本公司已遵守載於香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「**上市規則**」)附錄C1之企業管治守則(「**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，我們偏離了該守則條文。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。郭博士作為集團之創辦人之一，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，有利執行集團的商業策略和發揮其最高營運效益，惟我們將因應集團不斷變化的需要，不時檢討董事會架構，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2026年7月刊發的2025/26年報。

董事進行證券交易的標準守則

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本公司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證券有關的內幕資料的若干有關僱員。我們已收到本公司全體董事及有關僱員確認他們於期內已遵守本公司的標準守則。

本公司將於2026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，2026年11月19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)
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