

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，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

Groupe L'OCCITANE

L'OCCITANE INTERNATIONAL S.A.

49, Boulevard Prince Henri L-1724 Luxembourg

R.C.S. Luxembourg: B80359

(根據盧森堡法律註冊成立的有限公司)

(股份代號：973)

截至二零二零年十二月三十一日止期間 未經審核季度資料

L'Occitane International S.A. (「本公司」) 欣然提呈本公司及其附屬公司 (「本集團」) 截至二零二零年十二月三十一日止三個月 (「二零二一財年第三季度」) 及截至二零二零年十二月三十一日止九個月 (「二零二一財年九個月」) 的未經審核二零二零／二零二一年 (「二零二一財年」) 季度資料。本公告乃根據香港法例第571章證券及期貨條例第XIVA部及香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.09條而作出。

摘要

- 本集團的銷售勢頭在二零二一財年第三季度持續顯著改善，按固定匯率計算，整體增長4.3%。
- 所有主要品牌在二零二一財年第三季度按固定匯率計算增長 — L'Occitane en Provence增長3.0%，為整體增長貢獻最多；ELEMIS增長18.8%，表現出色；LimeLife亦實現7.8%的可觀增長。
- 就地區而言，中國、日本、英國、俄羅斯及台灣在二零二一財年第三季度帶動整體增長，按固定匯率計算，分別錄得28.9%、10.6%、11.5%、11.8%及14.7%令人鼓舞的銷售增長。
- 由於節日期間若干國家收緊限制措施，網上渠道保持強勁增長，在二零二一財年第三季度按固定匯率計算增長62.1%。

按品牌劃分的表現

下表載列於所示期間按品牌劃分的銷售淨額及銷售淨額增長：

	二零二一財年第三季度		二零二零財年第三季度		按報告匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算對整體 增長的貢獻 %
	千歐元	%	千歐元	%			
L'Occitane en Provence	470,446	82.1	478,822	82.7	(1.7)	3.0	56.7
ELEMIS	51,817	9.1	46,214	8.0	12.1	18.8	34.8
LimeLife	24,782	4.3	24,771	4.3	0.0	7.8	7.7
其他 ⁽²⁾	25,734	4.5	29,076	5.0	(11.5)	0.7	0.8
總計	572,779	100.0	578,883	100.0	(1.1)	4.3	100.0

	二零二一財年九個月		二零二零財年九個月		按報告匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算的增長 %	按固定匯率 計算對整體 增長的貢獻 %
	千歐元	%	千歐元	%			
L'Occitane en Provence	932,813	78.4	1,033,711	79.1	(9.8)	(6.4)	(94.7)
ELEMIS ⁽¹⁾	116,515	9.8	130,420	10.0	(10.7)	(7.5)	(14.0)
LimeLife	79,100	6.7	65,473	5.0	20.8	24.7	23.0
其他 ⁽²⁾	60,988	5.1	76,436	5.9	(20.2)	(13.1)	(14.3)
總計	1,189,416	100.0	1,306,040	100.0	(8.9)	(5.4)	(100.0)

(1) ELEMIS於二零二零財年九個月的銷售額包括二零一九年三月。撇除此月份，於二零二一財年九個月按固定匯率計算的銷售增長將為+0.4%。

(2) 其他包括Melvita、Erborian及L'Occitane au Brésil。

按地區劃分的表現

下表載列於所示期間按地區劃分的銷售淨額及銷售淨額增長：

	二零二一財年第三季度		二零二零財年第三季度		按報告匯率	按固定匯率	按固定匯率
	千歐元	%	千歐元	%	計算的增長	計算的增長	計算對整體
					%	%	增長的貢獻
							%
日本	70,575	12.3	66,025	11.4	6.9	10.6	28.0
香港 ⁽¹⁾	46,420	8.1	48,598	8.4	(4.5)	1.5	3.0
中國	101,237	17.7	79,455	13.7	27.4	28.9	92.1
台灣	18,665	3.3	16,499	2.9	13.1	14.7	9.7
法國	30,413	5.3	36,048	6.2	(15.6)	(15.6)	(22.6)
英國	56,866	9.9	53,294	9.2	6.7	11.5	24.5
美國	84,883	14.8	102,550	17.7	(17.2)	(10.7)	(44.0)
巴西	16,435	2.9	22,104	3.8	(25.6)	4.8	4.3
俄羅斯	18,123	3.2	20,841	3.6	(13.0)	11.8	9.8
其他地區 ⁽²⁾	129,162	22.5	133,469	23.1	(3.2)	(0.9)	(4.8)
總計	572,779	100.0	578,883	100.0	(1.1)	4.3	100.0

	二零二一財年九個月		二零二零財年九個月		按報告匯率	按固定匯率	按固定匯率
	千歐元	%	千歐元	%	計算的增長	計算的增長	計算對整體
					%	%	增長的貢獻
							%
日本	158,882	13.4	173,280	13.3	(8.3)	(6.7)	(16.6)
香港 ⁽¹⁾	78,765	6.6	106,896	8.2	(26.3)	(22.9)	(34.8)
中國	198,682	16.7	156,109	12.0	27.3	29.7	65.9
台灣	36,601	3.1	31,565	2.4	16.0	15.0	6.7
法國	67,950	5.7	84,704	6.5	(19.8)	(19.8)	(23.8)
英國	122,411	10.3	130,104	10.0	(5.9)	(3.7)	(6.9)
美國	198,808	16.7	236,105	18.0	(15.8)	(12.3)	(41.1)
巴西	27,432	2.3	48,561	3.7	(43.5)	(20.6)	(14.2)
俄羅斯	35,229	3.0	43,211	3.3	(18.5)	(0.2)	(0.1)
其他地區 ⁽²⁾	264,656	22.2	295,505	22.6	(10.4)	(8.4)	(35.1)
總計	1,189,416	100.0	1,306,040	100.0	(8.9)	(5.4)	(100.0)

(1) 包括澳門的銷售額及對亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售額。

(2) 包括盧森堡的銷售額。

下表載列二零二一財年九個月與去年同期比較按地區劃分有關自營零售店數目、其對整體增長的貢獻百分比以及同店銷售增長的明細分析：

	自營零售店				對整體增長的貢獻百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾			
	截至二零二零年十二月三十一日		截至二零一九年十二月三十一日		不可比較店舖	可比較店舖	店舖總數	同店銷售增長 ⁽²⁾
	二零二零年十二月三十一日	止九個月淨開設	二零一九年十二月三十一日	止九個月淨開設				
日本 ⁽³⁾	158	(5)	163	9	(7.3)	(7.9)	(15.3)	(4.2)
香港 ⁽⁴⁾	34	(1)	35	(1)	(4.2)	(5.3)	(9.5)	(22.8)
中國	200	(3)	200	10	6.5	12.2	18.6	10.4
台灣	53	(2)	52	(1)	3.8	4.8	8.7	17.3
法國 ⁽⁵⁾	87	—	87	1	1.4	(15.9)	(14.5)	(24.2)
英國	73	1	72	(2)	(1.1)	6.3	5.2	8.9
美國	173	1	177	(7)	(12.1)	(23.6)	(35.8)	(16.2)
巴西 ⁽⁶⁾	176	(23)	196	14	(3.1)	(5.9)	(9.0)	(13.1)
俄羅斯 ⁽⁷⁾	114	2	111	4	(0.3)	(2.1)	(2.4)	(5.4)
其他地區 ⁽⁸⁾	496	(14)	518	12	(8.4)	(13.7)	(22.1)	(6.3)
總計⁽⁹⁾	1,564	(44)	1,611	39	(24.8)	(51.2)	(76.1)	(5.4)

- (1) 指所示地區及期間不可比較店舖、可比較店舖及所有店舖佔整體銷售淨額增長的百分比。
- (2) 撇除外幣換算影響。
- (3) 包括分別於二零一九年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日的36間及32間Melvita店。
- (4) 包括於二零一九年十二月三十一日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的10間Melvita店，以及於二零二零年十二月三十一日在澳門的2間L'Occitane店及在香港的10間Melvita店及3間ELEMIS店。
- (5) 包括於二零一九年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日的7間Melvita店及2間Erborian店。
- (6) 包括分別於二零一九年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日的89間及64間L'Occitane au Brésil店。
- (7) 包括於二零一九年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日的11間Erborian店。
- (8) 包括於二零一九年十二月三十一日的8間Melvita店及2間Erborian店，以及於二零二零年十二月三十一日的8間Melvita店、2間Erborian店及1間ELEMIS店。
- (9) 包括於二零一九年十二月三十一日的61間Melvita店、89間L'Occitane au Brésil店及15間Erborian店，以及於二零二零年十二月三十一日的57間Melvita店、64間L'Occitane au Brésil店、15間Erborian店及4間ELEMIS店。

二零二一財年九個月，本集團的銷售淨額為1,189,400,000歐元，按固定匯率計算下降5.4%，較截至二零二零年九月三十日止六個月（「二零二一財年上半年」）進一步改善。本集團的網上渠道（包括自營電子商務、網上商城、數字直銷及網上合作夥伴渠道）繼續表現出色，截至二零二一財年九個月錄得71.8%的可觀增長，佔總銷售淨額的38.1%（二零二零財年九個月：21.0%）。儘管經營條件艱難，但零售渠道較二零二一財年第二季度進一步改善。例如，在二零二一財年第三季度，若干歐洲及美洲國家恢復封城措施，於二零二零年十二月底，本集團約10%的店舖暫時關閉。本集團亦在二零二一財年九個月期間關閉44間表現不理想的店舖。

本集團所有主要品牌在二零二一財年第三季度均實現增長。L'Occitane en Provence在二零二一財年第三季度恢復3.0%的增長，主要是受網上渠道中雙位數增長的帶動。就地區而言，亞洲為整體增長貢獻最多，在二零二一財年第三季度在中國、日本、台灣及韓國均實現雙位數增長。受益於中國、日本及韓國的國內旅遊熱潮以及網上宣傳活動，亞洲的旅遊零售銷售在二零二一財年第三季度亦反彈至增長。另一方面，歐洲及美洲受收緊的限制措施影響，但對本集團整體業績的影響則由亞洲的可觀增長所抵銷。ELEMIS在二零二一財年第三季度按固定匯率計算實現令人鼓舞的18.8%增長，主要由於英國的強勁增長以及中國及俄羅斯的進一步網絡擴張。在二零二一財年上半年的強勁表現後，LimeLife在二零二一財年第三季度仍維持7.8%的可觀增長。其他品牌在二零二一財年第三季度的增長主要由Erborian的雙位數增長實現。

在COVID-19危機中，本集團積極應對並表現出強大的抵禦能力，例如推出新的網上活動、削減成本，並加快已進行中的零售轉型，以更好地為全球多個渠道的客戶提供服務。在過去的一年中，本集團專注於解決虧損的業務並提高投資效率，以推動可持續增長及盈利能力。

今天，本集團的美國附屬公司L'Occitane, Inc.為日後的業務處於更佳位置邁出重要的一步。具體而言，該實體自願申請美國破產法第11章的個案，以進一步加快其美國店舖組合的重組，旨在建立一個長期規模合適的可持續實體網絡。在過程中，美國的業務將會照常運作。此過程僅包括L'Occitane en Provence品牌的美國實體，其不包括本集團或任何其他美國附屬公司。特別是ELEMIS及LimeLife不會受到影響。

另外，本集團總部的重組計劃即將完成。儘管經歷了長達一年的疫情及兩項重大重組行動，但本集團仍有信心實現比二零二一財年初期目標更理想的業績。

承董事會命
L'Occitane International S.A.
主席
Reinold Geiger

香港，二零二一年一月二十六日

於本公告日期，本公司的執行董事為Reinold Geiger先生(主席兼行政總裁)、André Hoffmann先生(副主席)、Thomas Levilion先生(集團財務及行政管理部副總經理)、Karl Guénard先生(公司秘書)、Séan Harrington先生(ELEMIS行政總裁)及Yves Blouin先生(集團常務董事)；本公司的非執行董事為Martial Lopez先生及本公司的獨立非執行董事為Valérie Bernis女士、Charles Mark Broadley先生、Pierre Milet先生及吳植森先生。

免責聲明

在多個表格內呈列的財務資料及若干其他資料已四捨五入至最接近的整數或最接近的小數。因此，欄內數字的總和未必與該欄所示的總數完全一致。此外，表格內呈列的若干百分比反映在四捨五入前根據相關資料計算所得結果，故未必與假使相關結果乃以經四捨五入的數字計算而得出的百分比完全一致。