

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，並表明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。

L'OCCITANE

EN PROVENCE

L'OCCITANE INTERNATIONAL S.A.

49, Boulevard Prince Henri L-1724 Luxembourg

R.C.S. Luxembourg: B 80359

(根據盧森堡法律註冊成立的有限公司)

(股份代號：973)

截至二零一九年六月三十日止三個月 未經審核經營資料

L'Occitane International S.A. (「本公司」) 欣然提呈本公司及其附屬公司 (「本集團」) 截至二零一九年六月三十日止三個月的未經審核二零一九／二零二零年 (「二零二零年財政年度」) 經營資料。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

- 本集團的銷售淨額按報告匯率計算增長18.8%，按固定匯率計算增長16.2%
- L'Occitane en Provence 品牌的銷售增長由二零一九年財政年度的3.5%進一步加速至4.1%
- 在ELEMIS及L'Occitane en Provence 品牌的增長復甦帶動下，英國為最高增長市場，按當地貨幣計算增長253.0%
- 其他國家錄得良好業績，增長18.7%
- 巴西及俄羅斯分別錄得13.6%及16.4%的雙位數增長
- 在電子渠道的帶動下，中國保持強勁，增長8.3%

按業務分部劃分的表現

下表載列截至二零一九年六月三十日止三個月按業務分部劃分的銷售淨額及按年增長的明細分析 (計入及撇除所示的外幣換算影響)：

銷售額及佔銷售總額百分比

	二零一九年六月三十日		二零一八年六月三十日	
	千歐元	%	千歐元	%
直銷	241,973	68.6	220,784	74.4
轉售	110,519	31.4	75,981	25.6
總計	<u>352,492</u>	<u>100.0</u>	<u>296,765</u>	<u>100.0</u>

按年增長

	增長		增長 ⁽²⁾		對整體增長 的貢獻 ⁽²⁾
	千歐元	%	千歐元	%	
直銷	21,189	9.6	7.0	32.0	
可比較店舖	6,833	4.2	2.0	6.6	
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	14,355	24.0	20.5	25.4	
轉售	<u>34,538</u>	<u>45.5</u>	<u>43.1</u>	<u>68.0</u>	
整體增長	<u>55,726</u>	<u>18.8</u>	<u>16.2</u>	<u>100.0</u>	

(1) 其他包括網上商城、郵購、其他服務及LimeLife的銷售。

(2) 撇除外幣換算影響。

按品牌劃分的表現

下表載列截至二零一九年六月三十日止三個月按品牌劃分的銷售淨額及銷售淨額增長：

	銷售額及佔銷售總額百分比					
	二零一九年 六月三十日		二零一八年 六月三十日		增長 %	增長 ⁽¹⁾ %
	千歐元	%	千歐元	%		
L'Occitane en Provence	267,397	75.9	251,501	84.7	6.3	4.1
ELEMIS ⁽²⁾	40,514	11.5	—	—	—	—
LimeLife	20,739	5.9	22,925	7.7	(9.5)	(14.8)
其他 ⁽³⁾	23,842	6.8	22,339	7.5	6.7	5.4
總計	352,492	100.0	296,765	100.0	18.8	16.2

(1) 撇除外幣換算影響。

(2) ELEMIS於二零一九年三月一日被收購，惟直至二零一九年四月，其銷售及利潤方由本集團綜合入賬。此後，ELEMIS於二零一九年三月的銷售額於本季度一併報告。

(3) 其他包括新興品牌Melvita、Erborian及L'Occitane au Brésil。

按地區劃分的表現

下表載列截至二零一九年六月三十日止三個月按地區劃分的銷售淨額及銷售淨額增長以及對整體銷售增長的貢獻(計入及撇除所示的外幣換算影響)：

	銷售額及佔銷售總額百分比						增長 ⁽¹⁾ %	對整體增長 的貢獻 ⁽¹⁾ %
	二零一九年六月三十日		二零一八年六月三十日		增長 千歐元	增長 %		
	千歐元	%	千歐元	%				
日本	54,228	15.4	48,566	16.4	5,662	11.7	6.0	6.0
香港 ⁽²⁾	23,861	6.8	27,671	9.3	(3,811)	(13.8)	(18.8)	(10.8)
中國	35,731	10.1	33,328	11.2	2,403	7.2	8.3	5.7
台灣	7,255	2.1	7,123	2.4	132	1.9	0.3	0.0
法國	23,775	6.7	22,963	7.7	812	3.5	3.5	1.7
英國 ⁽³⁾	35,888	10.2	10,281	3.5	25,608	249.1	253.0	54.0
美國	61,686	17.5	53,634	18.1	8,051	15.0	8.1	9.0
巴西	13,933	4.0	12,627	4.3	1,306	10.3	13.6	3.6
俄羅斯	10,608	3.0	8,937	3.0	1,670	18.7	16.4	3.0
其他國家 ⁽⁴⁾	85,527	24.3	71,635	24.1	13,892	19.4	18.7	27.8
所有國家	352,492	100.0	296,765	100.0	55,726	18.8	16.2	100.0

(1) 撇除外幣換算影響，並反映所有業務分部的增長(包括自營零售店舖銷售額的增長)。

(2) 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。

(3) 撇除ELEMIS及外幣換算影響，英國的增長為9.0%。

(4) 包括盧森堡的銷售額。

下表載列截至二零一九年六月三十日止三個月與截至二零一八年六月三十日止三個月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⁾			
	截至二零一九年六月三十日止三個月		截至二零一八年六月三十日止三個月		不可比較店舖	可比較店舖	所有店舖	同店銷售增長百分比 ⁽²⁾
	二零一九年六月三十日	淨開設	二零一八年六月三十日	淨開設				
日本 ⁽³⁾	156	2	148	4	3.4	1.9	5.3	2.5
香港 ⁽⁴⁾	36	—	35	1	(0.0)	(1.8)	(1.8)	(15.0)
中國 ⁽⁵⁾	190	—	196	(1)	(0.8)	(1.4)	(2.2)	(3.2)
台灣	53	—	51	(1)	0.3	(0.1)	0.2	(0.7)
法國 ⁽⁶⁾	86	—	81	(1)	0.6	1.5	2.1	7.4
英國	73	(1)	74	—	6.8	4.7	11.5	4.9
美國	180	(4)	189	(7)	5.6	(7.7)	(2.0)	(2.6)
巴西 ⁽⁷⁾	182	—	161	(5)	2.1	0.9	3.1	5.1
俄羅斯 ⁽⁸⁾	109	2	103	—	0.8	0.6	1.4	4.5
其他國家 ⁽⁹⁾	510	4	510	3	1.7	5.4	7.1	7.0
所有國家⁽¹⁰⁾	1,575	3	1,548	(7)	22.1	4.1	26.3	2.0

(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) 包括分別於二零一八年六月三十日及二零一九年六月三十日的34間及37間Melvita店。

(4) 包括於二零一八年六月三十日及二零一九年六月三十日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的9間Melvita店。

(5) 包括分別於二零一八年六月三十日的6間Melvita店。

(6) 包括於二零一八年六月三十日的3間Melvita店及1間Erborian店以及於二零一九年六月三十日的7間Melvita店及2間Erborian店。

(7) 包括分別於二零一八年六月三十日及二零一九年六月三十日的72間及84間L'Occitane au Brésil店。

(8) 包括分別於二零一八年六月三十日及二零一九年六月三十日的5間及10間Erborian店。

(9) 包括於二零一八年六月三十日的5間Melvita店及2間Erborian店，以及於二零一九年六月三十日的7間Melvita店及2間Erborian店。

(10) 包括於二零一八年六月三十日的57間Melvita店、72間L'Occitane au Brésil店及8間Erborian店，以及於二零一九年六月三十日的60間Melvita店、84間L'Occitane au Brésil店及14間Erborian店。

本集團按報告匯率計算的銷售淨額為352.5百萬歐元，較去年同期增長18.8%。按固定匯率計算，銷售額增長為16.2%。ELEMIS於二零一九年三月成為本集團的附屬公司，自二零一九年四月起其銷售額綜合入賬。

於二零二零年財政年度首三個月，直銷銷售額佔銷售淨額的68.6%，達242.0百萬歐元，按報告匯率計算，較去年同期增長9.6%。按固定匯率計算，增長為7.0%。此增長主要來自網上商城及去年開設的店舖的貢獻。與去年比較，本集團的網絡直銷渠道(包括ELEMIS)的銷售額按固定匯率計算增長49.9%，相等於直銷銷售總額的17.2%*。同店銷售增長2.0%。

轉售銷售額佔本集團銷售總額的31.4%，達110.5百萬歐元，按固定匯率計算，較去年增長43.1%。該增長主要受ELEMIS所推動。

在本季度內，由於推出成功產品及季節性活動，L'Occitane en Provence於歐洲及日本的主要市場實現增長復甦。該品牌的增長加速至4.1%，而二零一九年財政年度增長為3.5%。ELEMIS繼續按計劃擴展，二零二零年財政年度首三個月增長9.3%(未經審核)。英國及美國的核心市場錄得雙位數增長，惟被近期存貨控制措施導致的海運渠道暫時疲軟所抵銷。撇除海運渠道，ELEMIS的增長為23.8%。另一方面，LimeLife由於去年將品牌由LimeLight重塑至LimeLife期間銷售額增加，導致去年的基數高，因此其銷售額減少14.8%。

按地區劃分計算，英國、其他國家、俄羅斯及巴西均錄得可觀增長，按固定匯率計算分別增長253.0%、18.7%、16.4%及13.6%。

截至二零一九年六月三十日止三個月，本集團的店舖網絡增加3間至1,575間。

* 不包括ELEMIS，本集團的網絡直銷渠道的銷售額按固定匯率計算增長23.5%，相等於直銷銷售總額的14.6%。

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

香港，二零一九年七月二十三日

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)、Silvain Desjonquères先生(集團常務董事)、Thomas Levilion先生(集團財務及行政管理部副總經理)及Karl Guénard先生(公司秘書)；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。