

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)

截至二零二一年三月三十一日止期間 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」) 截至二零二一年三月三十一日止三個月 (「二零二一財年第四季度」) 及截至二零二一年三月三十一日止十二個月 (「二零二一財年十二個月」) 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

- 本集團於二零二一財年第四季度錄得令人鼓舞的銷售增長，按固定匯率計算增長12.5%，由核心品牌L'Occitane en Provence (+10.2%)、ELEMIS (+24.2%) 及LimeLife (+29.2%) 帶動。
- 二零二一財年十二個月整體銷售額為1,550,900,000歐元，在可比的基础上較二零二零財年十二個月下跌1.1% (撇除二零二零財年十二個月ELEMIS於二零一九年三月的銷售)。
- 就地區而言，中國、俄羅斯、台灣、巴西及美國在二零二一財年第四季度按固定匯率計算分別錄得60.0%、23.6%、17.4%、9.4%及9.0%令人鼓舞的銷售增長。
- 網上渠道保持強勁增長，在二零二一財年第四季度按固定匯率計算增長60.5%。

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：

	二零二一財年第四季度		二零二零財年第四季度		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
					%	%	%
L'Occitane en Provence	274,691	76.0	261,477	77.3	5.1	10.2	63.1
ELEMIS	42,395	11.7	35,389	10.5	19.8	24.2	20.3
LimeLife	23,055	6.4	19,318	5.7	19.3	29.2	13.4
其他 ⁽²⁾	21,325	5.9	21,860	6.5	(2.4)	6.3	3.2
總計	361,466	100.0	338,044	100.0	6.9	12.5	100.0

	二零二一財年十二個月		二零二零財年十二個月		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
					%	%	%
L'Occitane en Provence	1,207,505	77.9	1,295,188	78.8	(6.8)	(3.1)	(142.3)
ELEMIS ⁽¹⁾	158,910	10.2	165,809	10.1	(4.2)	(0.8)	(4.5)
LimeLife	102,155	6.6	84,790	5.2	20.5	25.7	77.5
其他 ⁽²⁾	82,313	5.3	98,296	5.9	(16.3)	(8.8)	(30.7)
總計⁽³⁾	1,550,883	100.0	1,644,083	100.0	(5.7)	(1.7)	(100.0)

(1) ELEMIS於二零二零財年十二個月的銷售額包括二零一九年三月。撇除此月份，於二零二一財年十二個月按固定匯率計算的銷售增長將為+5.8%。

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

(3) 撇除二零二零財年十二個月ELEMIS於二零一九年三月的銷售，本集團二零二一財年十二個月在可比的基础上整體銷售下跌1.1%。

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：

	二零二一財年第四季度		二零二零財年第四季度		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	56,391	15.6	58,590	17.3	(3.8)	2.4	3.3
香港 ⁽¹⁾	15,824	4.4	17,927	5.3	(11.7)	(4.0)	(1.7)
中國	64,960	18.0	41,050	12.1	58.2	60.0	58.3
台灣	10,863	3.0	9,509	2.8	14.2	17.4	3.9
法國	18,737	5.2	19,444	5.8	(3.6)	(3.6)	(1.7)
英國	32,033	8.9	30,731	9.1	4.2	5.1	3.7
美國	59,745	16.5	59,681	17.7	0.1	9.0	12.7
巴西	7,020	1.9	9,030	2.7	(22.3)	9.4	2.0
俄羅斯	15,737	4.4	15,431	4.6	2.0	23.6	8.6
其他地區 ⁽²⁾	80,156	22.1	76,651	22.6	4.6	6.0	10.9
總計	361,466	100.0	338,044	100.0	6.9	12.5	100.0

	二零二一財年十二個月		二零二零財年十二個月		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	215,273	13.8	231,870	14.1	(7.2)	(4.4)	(36.6)
香港 ⁽¹⁾	94,589	6.1	124,822	7.6	(24.2)	(20.2)	(89.5)
中國	263,642	17.0	197,159	11.9	33.7	36.0	252.7
台灣	47,464	3.1	41,074	2.5	15.6	15.5	22.7
法國	86,688	5.6	104,148	6.3	(16.8)	(16.8)	(62.1)
英國	154,444	10.0	160,835	9.8	(4.0)	(2.1)	(11.8)
美國	258,552	16.7	295,786	18.0	(12.6)	(8.0)	(83.9)
巴西	34,453	2.2	57,591	3.5	(40.2)	(15.9)	(32.6)
俄羅斯	50,966	3.3	58,642	3.6	(13.1)	6.1	12.7
其他地區 ⁽²⁾	344,812	22.2	372,156	22.7	(7.3)	(5.4)	(71.6)
總計	1,550,883	100.0	1,644,083	100.0	(5.7)	(1.7)	(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十二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⁾			
	截至二零二一年三月三十一日		截至二零二零年三月三十一日		不可比較店舖	可比較店舖	店舖總數	同店銷售增長% ⁽²⁾
	二零二一年三月三十一日	止年度淨開設	二零二零年三月三十一日	止年度淨開設				
日本 ⁽³⁾	157	(6)	163	9	(20.1)	(12.1)	(32.2)	(1.9)
香港 ⁽⁴⁾	33	(2)	35	(1)	(9.6)	(12.1)	(21.7)	(17.0)
中國	198	(5)	203	13	25.6	76.9	102.5	20.3
台灣	53	(2)	55	2	10.8	16.3	27.2	17.9
法國 ⁽⁵⁾	85	(2)	87	1	4.5	(43.0)	(38.5)	(22.1)
英國	70	(2)	72	(2)	(5.8)	18.0	12.2	8.4
美國	147	(25)	172	(12)	(54.0)	(35.9)	(90.0)	(8.7)
巴西 ⁽⁶⁾	176	(23)	199	17	(8.8)	(12.5)	(21.4)	(9.6)
俄羅斯 ⁽⁷⁾	112	—	112	5	0.5	0.9	1.4	0.6
其他地區 ⁽⁸⁾	492	(18)	510	4	(27.1)	(30.0)	(57.1)	(4.5)
總計⁽⁹⁾	1,523	(85)	1,608	36	(84.1)	(33.6)	(117.6)	(1.1)

- (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) 包括分別於二零二零年三月三十一日及二零二一年三月三十一日的35間及31間Melvita店。
- (4) 包括於二零二零年三月三十一日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的10間Melvita店，以及於二零二一年三月三十一日在澳門的2間L'Occitane店及在香港的8間Melvita店及3間ELEMIS店。
- (5) 包括於二零二零年三月三十一日及的7間Melvita店及2間Erborian店以及二零二一年三月三十一日的5間Melvita店及2間Erborian店。
- (6) 包括分別於二零二零年三月三十一日及二零二一年三月三十一日的90間及64間L'Occitane au Brésil店。
- (7) 包括於二零二零年三月三十一日及二零二一年三月三十一日的11間Erborian店。
- (8) 包括於二零二零年三月三十一日的8間Melvita店及2間Erborian店，以及於二零二一年三月三十一日的6間Melvita店、2間Erborian店及2間ELEMIS店。
- (9) 包括於二零二零年三月三十一日的60間Melvita店、90間L'Occitane au Brésil店及15間Erborian店，以及於二零二一年三月三十一日的50間Melvita店、64間L'Occitane au Brésil店、15間Erborian店及5間ELEMIS店。

本集團於本公司日期為二零二一年一月二十六日的公告中披露美國附屬公司L'Occitane, Inc.自願申請美國破產法第11章的個案。該附屬公司現正進行有關程序，其重組順利進行中。儘管美國業務照常運作，根據國際財務報告準則，自申請日期起至程序完成止，本集團不再將L'Occitane, Inc.綜合入賬。然而，為作出合適比較，於本公告內，L'Occitane, Inc.相關銷售額(於二零二一年二月及三月合共13,000,000歐元)仍計入本集團整體銷售額。不再綜合入賬的影響將於本集團於二零二一年六月刊發的二零二一財年財務報表中反映，預期屬有利影響，以致經營溢利較二零二一財年年初初步制訂的目標為高。

二零二一財年十二個月，本集團銷售淨額為1,550,900,000歐元，按固定匯率計算較二零二零財年十二個月輕微下跌1.7%或在可比的基礎上下跌1.1%。在全球因應COVID-19而實施的限制措施下，業績表現實屬強勁。中國、台灣及俄羅斯尤其具有抵禦能力，按固定匯率計算分別增長36.0%、15.5%及6.1%。中國以263,600,000歐元銷售額為本年作結，成為本集團最大市場。本集團的線上渠道(包括自營電子商務、網上商城、數碼直銷及網上合作夥伴)繼續表現出色，以驚人增長69.2%為二零二一財年十二個月作結，佔總銷售淨額37.4%(二零二零財年十二個月：21.7%)。

二零二一財年第四季度銷售勢頭增強，主要品牌錄得雙位數增長。二零二一財年第四季度按固定匯率計算，L'Occitane en Provence、ELEMIS及LimeLife分別增長10.2%、24.2%及29.2%。就地區而言，部分市場已經過COVID-19的一週年，錄得強勁增長。受惠於線上線下渠道均錄得強勁增長，中國貢獻超過一半增長，二零二一財年第四季度錄得驚人增長60.0%。俄羅斯、台灣、巴西、美國及英國亦錄得理想增長，按固定匯率計算分別為23.6%、17.4%、9.4%、9.0%及5.1%。儘管店舖數目較去年同期減少，部分歐洲國家重推封城措施，二零二一財年第四季度零售渠道持續改善。本季本集團約15%店舖受封城影響暫時關閉，二零二一財年第四季度零售銷售額較去年同期輕微下跌1.1%。於二零二一財年十二個月，本集團亦關閉85間表現欠佳的店舖。

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

香港，二零二一年五月四日

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)、Seán 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。