

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)

### 截至二零二一年九月三十日止期間 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」) 截至二零二一年九月三十日止三個月 (「二零二二財年第二季度」) 及截至二零二一年九月三十日止六個月 (「二零二二財年上半年」) 的未經審核二零二一／二零二二年 (「二零二二財年」) 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

- 本集團於二零二二財年上半年錄得令人鼓舞的銷售增長，按固定匯率計算增長18.6%，由L'Occitane en Provence (+21.7%)、ELEMIS (+33.1%) 及其他 (+24.6%) 帶動。然而，LimeLife受去年的高基數影響，銷售下跌28.7%。
- 相比二零二零財年 (即兩年前)，在可比的基礎上二零二二財年第二季度本集團的增長加快，淨銷售額上升7.0%，而第一季度則為3.1%。
- 由於全球店舖重開，二零二二年財年上半年同店銷售改善及增長11.9%。二零二二年財年上半年網上渠道保持強勁，佔整體銷售額33.1%。
- 於二零二二年財年第二季度，增長最迅速的市場為香港 (由旅遊零售渠道帶動)、巴西、英國、中國及美國，按固定匯率計算分別增長38.5%、35.1%、19.2%、18.7% 及9.7%。

#### 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：

	二零二二財年第二季度		二零二一財年第二季度		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	297,782	76.8	264,265	77.2	12.7	10.9	74.0
ELEMIS	52,604	13.6	35,805	10.5	46.9	42.6	39.2
LimeLife	16,940	4.4	22,271	6.5	(23.9)	(24.2)	(13.9)
其他 <sup>(1)</sup>	20,555	5.2	20,123	5.8	2.1	1.2	0.7
<b>總計</b>	<b>387,881</b>	<b>100.0</b>	<b>342,464</b>	<b>100.0</b>	<b>13.3</b>	<b>11.4</b>	<b>100.0</b>
	二零二二財年上半年		二零二一財年上半年		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	557,990	77.0	462,395	75.0	20.7	21.7	87.4
ELEMIS	86,805	12.0	64,698	10.5	34.2	33.1	18.6
LimeLife	37,259	5.1	54,318	8.8	(31.4)	(28.7)	(13.6)
其他 <sup>(1)</sup>	43,007	5.9	35,227	5.7	22.1	24.6	7.6
<b>總計</b>	<b>725,061</b>	<b>100.0</b>	<b>616,638</b>	<b>100.0</b>	<b>17.6</b>	<b>18.6</b>	<b>100.0</b>

(1) 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：

	二零二二財年第二季度		二零二一財年第二季度		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	42,971	11.1	47,574	13.9	(9.7)	(6.2)	(7.5)
香港 <sup>(1)</sup>	32,053	8.3	23,025	6.7	39.2	38.5	22.8
中國	67,472	17.3	53,534	15.6	26.0	18.7	25.6
台灣	8,751	2.3	9,334	2.7	(6.2)	(10.8)	(2.6)
法國	21,695	5.6	21,816	6.4	(0.6)	(0.6)	(0.3)
英國	46,084	11.9	36,546	10.7	26.1	19.2	18.1
美國	58,897	15.2	54,241	15.8	8.6	9.7	13.5
巴西	9,896	2.6	7,024	2.1	40.9	35.1	6.3
俄羅斯	12,166	3.1	10,986	3.2	10.7	8.0	2.3
其他地區 <sup>(2)</sup>	87,896	22.6	78,384	22.9	12.1	10.9	21.8
<b>總計</b>	<b>387,881</b>	<b>100.0</b>	<b>342,464</b>	<b>100.0</b>	<b>13.3</b>	<b>11.4</b>	<b>100.0</b>

	二零二二財年上半年		二零二一財年上半年		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	88,962	12.3	88,308	14.3	0.7	8.2	6.3
香港 <sup>(1)</sup>	51,401	7.1	32,345	5.2	58.9	64.2	18.1
中國	124,115	17.1	97,445	15.8	27.4	23.2	19.7
台灣	16,700	2.3	17,936	2.9	(6.9)	(8.0)	(1.3)
法國	40,746	5.6	37,538	6.1	8.5	8.5	2.8
英國	78,015	10.8	65,545	10.6	19.0	13.8	7.9
美國	114,106	15.7	113,924	18.5	0.2	5.3	5.3
巴西	19,661	2.7	10,997	1.8	78.8	81.3	7.8
俄羅斯	23,645	3.3	17,106	2.8	38.2	45.2	6.7
其他地區 <sup>(2)</sup>	167,710	23.1	135,494	22.0	23.8	22.7	26.7
<b>總計</b>	<b>725,061</b>	<b>100.0</b>	<b>616,638</b>	<b>100.0</b>	<b>17.6</b>	<b>18.6</b>	<b>100.0</b>

(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。

下表載列二零二二財年上半年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 <sup>(1)(2)</sup>			
	二零二一年 九月三十日	截至 二零二一年 九月三十日 止六個月 淨開設	二零二零年 九月三十日	截至 二零二零年 九月三十日 止六個月 淨開設	不可比較 店舖	可比較 店舖	店舖總數	同店銷售 增長% <sup>(2)</sup>
日本 <sup>(3)</sup>	153	(4)	157	(6)	0.6	5.8	6.4	8.8
香港 <sup>(4)</sup>	30	(3)	36	1	(0.3)	0.1	(0.2)	1.7
中國	199	1	204	1	(2.6)	7.2	4.5	16.2
台灣	51	(2)	54	(1)	(0.7)	(0.7)	(1.4)	(6.3)
法國 <sup>(5)</sup>	83	(2)	87	—	1.1	(0.9)	0.2	(5.7)
英國 <sup>(6)</sup>	72	2	71	(1)	0.5	(0.2)	0.3	(1.0)
美國	133	(14)	174	2	(0.4)	10.7	10.3	31.3
巴西 <sup>(7)</sup>	179	3	168	(31)	1.7	4.5	6.1	59.2
俄羅斯 <sup>(8)</sup>	110	(2)	113	1	0.3	2.8	3.1	29.4
其他地區 <sup>(9)</sup>	491	(1)	505	(5)	0.1	4.3	4.4	6.9
<b>總計<sup>(10)</sup></b>	<b>1,501</b>	<b>(22)</b>	<b>1,569</b>	<b>(39)</b>	<b>0.3</b>	<b>33.5</b>	<b>33.8</b>	<b>11.9</b>

- (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九月三十日及二零二一年九月三十日的31間及28間Melvita店。
- (4) 包括於二零二零年九月三十日在澳門的2間L'Occitane店及在香港的11間Melvita店及3間ELEMIS店，以及於二零二一年九月三十日在澳門的2間L'Occitane店及在香港的5間Melvita店及3間ELEMIS店。
- (5) 包括於二零二零年九月三十日的7間Melvita店及2間Erborian店及於二零二一年九月三十日的4間Melvita店及2間Erborian店。
- (6) 包括於二零二一年九月三十日的1間ELEMIS店。
- (7) 包括分別於二零二零年九月三十日及二零二一年九月三十日的60間及70間L'Occitane au Brésil店。
- (8) 包括於二零二零年九月三十日及二零二一年九月三十日的11間Erborian店。
- (9) 包括於二零二零年九月三十日的8間Melvita店、2間ELEMIS店及2間Erborian店，以及於二零二一年九月三十日的6間Melvita店、7間ELEMIS店及2間Erborian店。
- (10) 包括於二零二零年九月三十日的57間Melvita店、60間L'Occitane au Brésil店、5間ELEMIS店及15間Erborian店，以及於二零二一年九月三十日的43間Melvita店、70間L'Occitane au Brésil店、11間ELEMIS店及15間Erborian店。

本集團欣然宣佈，其美國附屬公司L'Occitane, Inc.已於二零二一年八月底成功完成第11章的程序。由二零二一年九月一日起，L'Occitane, Inc.已重新成為本集團的全資附屬公司，其銷售及損益將會綜合入賬。請注意，L'Occitane, Inc.二零二一年四月至二零二一年八月的銷售及損益不會綜合入賬，並根據權益法作會計處理。然而，為作出合適比較，於本公告內，L'Occitane, Inc.二零二一年四月至二零二一年八月合共28,600,000歐元的銷售淨額仍計入本集團整體銷售額。

二零二二財年上半年，本集團的銷售淨額為725,100,000歐元，按固定匯率計算增長18.6%。核心品牌L'Occitane en Provence錄得令人鼓舞的增長，於二零二二財年上半年的增長率達21.7%，對整體增長貢獻87.4%。二零二二財年上半年按固定匯率計算，ELEMIS的增長加快至33.1%，主要受美國郵輪業務逐步回復，以及英國在結束封城措施後水療業務強勁反彈所帶動。然而，LimeLife的銷售下跌28.7%，此乃由於去年COVID-19開始期間的銷售及招募數字激增，導致出現高基數效應。除台灣外，所有主要市場持續改善，於二零二二財年上半年錄得令人鼓舞的增長。按固定匯率計算，巴西、香港、俄羅斯及中國分別增長81.3%、64.2%、45.2%及23.2%。台灣的銷售受本年度的多項封城及限制措施影響，與二零二一財年上半年的強勁表現比較，二零二二財年上半年下跌8.0%。

二零二二財年第二季度整體銷售額按報告匯率計算增長13.3%，按固定匯率計算增長11.4%。增長強勁乃得益於核心品牌L'Occitane en Provence的抵禦能力(按固定匯率計算增長10.9%)及ELEMIS的增長加快(按固定匯率計算增長42.6%)。二零二二財年第二季度，中國對整體銷售額的貢獻仍然最大，這歸功於活躍的網上及實體銷售。二零二二財年第二季度實體批發渠道強勁復甦，尤其是亞洲的旅遊零售。網上渠道保持強勁，與二零二一財年第二季度64.6%的優秀增長比較，二零二二財年第二季度增長11.6%。倘不計及LimeLife，二零二二財年第二季度網上渠道錄得超過20%的增長，乃由於二零二二財年第二季度網上合作夥伴渠道表現出眾並錄得中雙位數字的增長。

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

香港，二零二一年十月二十六日

於本公告日期，本公司的執行董事為Reinold Geiger先生(主席)、André Hoffmann先生(副主席兼行政總裁)、Yves Blouin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)、Karl Guénard先生(公司秘書)及Séan Harrington先生(ELEMIS的行政總裁)；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。