

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份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)

截至二零二二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」) 截至二零二二年九月三十日止三個月 (「二零二三財年第二季度」) 及截至二零二二年九月三十日止六個月 (「二零二三財年上半年」) 的未經審核二零二二/二零二三年 (「二零二三財年」) 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

- 本集團繼續乘截至二零二二年六月三十日止三個月 (「二零二三財年第一季度」) 的積極勢頭，於二零二三財年第二季度銷售增長加快，銷售於二零二三財年上半年達900,500,000歐元，按報告匯率計算增長24.2%或按固定匯率計算增長16.1%。
- 可比銷售增長於二零二三財年上半年為5.9%，由二零二三財年第一季度的5.1%加快至二零二三財年第二季度的6.7%。
- 二零二三財年上半年的穩健表現受到其主要品牌L'OCCITANE en Provence (+3.4%) 及ELEMIS (+13.1%) 以及納入Sol de Janeiro (按本地貨幣計算+65%) 的推動。儘管中國市場形勢充滿挑戰及撤出俄羅斯業務，L'OCCITANE en Provence於二零二三財年第二季度仍保持1.3%的增長。撇除俄羅斯，二零二三財年第二季度的增長率為4.2%。
- 二零二三財年上半年所有地區均錄得增長，由增長最快的地區美洲(+59.8%) 所帶動，其次為歐洲、中東及非洲(+8.2%) 以及亞太地區(+1.9%)。
- 由於收購Sol de Janeiro，批發繼續成為增長最快的渠道，增長50.9%。於二零二三財年上半年，零售渠道的人流及旅客銷售上升，帶動該渠道增長4.4%，而線上渠道恢復2.2%的增長。撇除俄羅斯，零售及線上渠道分別增長7.1%及3.3%。

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：

| | 二零二三財年 第二季度 百萬歐元 | 二零二二財年 第二季度 百萬歐元 | 按報告匯率 計算的增長 % | 按固定匯率 計算的增長 % |
|------------------------|------------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| L'OCCITANE en Provence | 319.8 | 297.8 | 7.4 | 1.3 |
| ELEMIS | 64.8 | 52.6 | 23.2 | 15.1 |
| Sol de Janeiro | 53.9 | — | 不適用 | 不適用 |
| 其他 ⁽¹⁾ | 46.0 | 37.5 | 22.6 | 14.3 |
| 總計 | 484.5 | 387.9 | 24.9 | 16.2 |
| | 二零二三財年 上半年 百萬歐元 | 二零二二財年 上半年 百萬歐元 | 按報告匯率 計算的增長 % | 按固定匯率 計算的增長 % |
| L'OCCITANE en Provence | 610.3 | 558.0 | 9.4 | 3.4 |
| ELEMIS | 105.1 | 86.8 | 21.1 | 13.1 |
| Sol de Janeiro | 94.6 | — | 不適用 | 不適用 |
| 其他 ⁽¹⁾ | 90.5 | 80.3 | 12.7 | 4.9 |
| 總計 | 900.5 | 725.1 | 24.2 | 16.1 |

(1) 其他包括LimeLife、Melvita、Erborian、L'OCCITANE au Brésil及Grown Alchemist。

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、銷售淨額增長及同店銷售增長：

| | 二零二三財年 第二季度 百萬歐元 | 二零二二財年 第二季度 百萬歐元 | 按報告匯率 計算的增長 % | 按固定匯率 計算的增長 % |
|-------------------|------------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| 亞太地區 | 198.4 | 181.8 | 9.1 | 2.5 |
| 美洲 ⁽¹⁾ | 150.6 | 78.6 | 91.5 | 63.7 |
| 歐洲、中東及非洲 | 135.5 | 127.5 | 6.3 | 6.5 |
| 總計 | 484.5 | 387.9 | 24.9 | 16.2 |

| | 二零二三財年 上半年 百萬歐元 | 二零二二財年 上半年 百萬歐元 | 按報告匯率 計算的增長 % | 按固定匯率 計算的增長 % | 同店銷售增長 % |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|-------------|
| 亞太地區 | 370.3 | 343.6 | 7.8 | 1.9 | -4.3 |
| 美洲 ⁽¹⁾ | 281.0 | 152.3 | 84.5 | 59.8 | 11.2 |
| 歐洲、中東及非洲 | 249.2 | 229.2 | 8.8 | 8.2 | 2.2 |
| 總計 | 900.5 | 725.1 | 24.2 | 16.1 | 0.7 |

(1) 包括美國附屬公司於二零二二財年進行第11章法律程序的銷售。

按渠道劃分的表現

下表載列於所示期間按渠道劃分的銷售淨額及銷售淨額增長：

| | 二零二三財年 第二季度 百萬歐元 | 二零二二財年 第二季度 百萬歐元 | 按報告匯率 計算的增長 % | 按固定匯率 計算的增長 % |
|-----------|------------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| 零售 | 159.3 | 152.9 | 4.2 | -1.0 |
| 線上渠道 | 142.0 | 122.6 | 15.8 | 6.8 |
| 批發及其他 | 183.2 | 112.4 | 62.9 | 50.0 |
| 總計 | 484.5 | 387.9 | 24.9 | 16.2 |

| | 二零二三財年 上半年 百萬歐元 | 二零二二財年 上半年 百萬歐元 | 按報告匯率 計算的增長 % | 按固定匯率 計算的增長 % |
|-----------|-----------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|
| 零售 | 321.7 | 292.7 | 9.9 | 4.4 |
| 線上渠道 | 264.7 | 239.8 | 10.4 | 2.2 |
| 批發及其他 | 314.2 | 192.6 | 63.1 | 50.9 |
| 總計 | 900.5 | 725.1 | 24.2 | 16.1 |

於二零二三財年上半年，本集團銷售淨額為900,500,000歐元，按報告匯率計算增長24.2%或按固定匯率計算增長16.1%。由於新品牌強勁、旅遊零售及分銷反彈以及外匯匯率走勢有利，二零二三財年第二季度按固定匯率計算增長16.2%，較二零二三財年第一季度的強勁增長(+15.8%)加快。中國市場情況於二零二三財年第二季度亦有所改善。在可比基礎上(即不計及新近綜合入賬品牌Sol de Janeiro及Grown Alchemist、俄羅斯、撇除去年不將美國附屬公司綜合入賬的影響以及按固定匯率計算)，二零二三財年上半年銷售增長為5.9%，由二零二三財年第一季度的5.1%加快至二零二三財年第二季度的6.7%。

所有主要品牌於二零二三財年上半年均錄得增長，其中Sol de Janeiro、ELEMIS及L'OCCITANE en Provence對整體增長作重大貢獻。L'OCCITANE en Provence於二零二三財年上半年按報告匯率計算增長9.4%，按固定匯率計算增長3.4%。旅遊零售較預期更早回升，增長勢頭亦較預期強勁。實體渠道發展活躍，而線上渠道則常態化。儘管中國市場形勢充滿挑戰及撤出俄羅斯業務，L'OCCITANE en Provence於二零二三財年第二季度仍保持1.3%增長。撇除俄羅斯，增長為4.2%。ELEMIS於二零二三財年上半年亦表現良好，按報告匯率計算增長21.1%，按固定匯率計算增長13.1%，主要得益於美國的強勁增長及進一步擴充國際業務。郵輪業務持續反彈，線上線下渠道保持活躍。Sol de Janeiro於二零二三財年上半年結束時錄得銷售額94,600,000歐元，與去年同期相比，按本地貨幣計算增長超過65%。得益於廣受歡迎的夏季香水及Bejia Flor系列，以及在亞太地區及歐洲、中東及非洲成功擴充國際業務，所有渠道均錄得令人鼓舞的增長，尤其是連鎖批發、分銷及網上商城。其他品牌總增長為12.7%（按報告匯率計算）或4.9%（按固定匯率計算）。Grown Alchemist、Erborian及L'OCCITANE au Brésil保持活躍，而LimeLife及Melvita則表現疲弱。

就地區表現而言，亞太地區於二零二三財年上半年按報告匯率計算增長7.8%，按固定匯率計算增長1.9%，二零二三財年第二季度表現稍佳。大部分市場均實現雙位數增長，由香港、澳洲及馬來西亞所帶動。香港以區內旅遊零售及分銷的強勁增長以及成功的跨境線上業務實現雙位數增長。地區增長部分被中國業務按固定匯率計算中十數百分比的跌幅所抵銷，但二零二三財年第二季度降幅較二零二三財年第一季度有所收窄。中國是我們在亞太地區最大的市場，佔二零二三財年上半年總銷售額13.0%。美洲於二零二三財年上半年增長84.5%（按報告匯率計算）或59.8%（按固定匯率計算），其中Sol de Janeiro及ELEMIS增長加快。L'OCCITANE en Provence亦實現理想增長。美國目前為本集團最大的市場，經營6個品牌，佔本集團二零二三財年上半年銷售額25.7%。歐洲、中東及非洲於二零二三財年上半年出現反彈，並按固定匯率計算增長8.2%，該地區的旅遊零售及分銷銷售貢獻強勁。撇除俄羅斯，該地區增長為15.9%（按固定匯率計算）。

三個主要渠道於二零二三財年上半年均實現增長。批發及其他按固定匯率計算增長50.9%，連鎖批發、國際分銷及旅遊零售增長強勁。零售的人流及旅客銷售額亦有所增長，儘管零售店減少121間，但仍按固定匯率計算增長4.4%。截至二零二二年九月三十日，自有零售店總數為1,380間，今年迄今淨關閉121間，其中110間位於俄羅斯。本集團的線上渠道在二零二三財年第二季度恢復增長，導致二零二三財年上半年按固定匯率計算增長2.2%。線上渠道佔本集團銷售額的比重保持穩定於29.4%。

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

香港，二零二二年十月二十五日

於本公告日期，本公司執行董事為Reinold Geiger先生（主席）、André Hoffmann先生（副主席兼行政總裁）、Karl Guénard先生（公司秘書）及Séan Harrington先生（ELEMIS行政總裁）；本公司非執行董事為Thomas Levilion先生；及本公司獨立非執行董事為Valérie Bernis女士、Charles Mark Broadley先生、劉文思女士及吳植森先生。

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。