

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」) 截至二零二二年十二月三十一日止三個月 (「二零二三財年第三季度」) 及截至二零二二年十二月三十一日止九個月 (「二零二三財年九個月」) 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

- 本集團銷售於二零二三財年九個月達十六億歐元，按報告匯率計算增長16.5%或按固定匯率計算增長10.6%。可比銷售增長2.3%。
- 二零二三財年九個月的整體增長受到Sol de Janeiro (按本地貨幣計算錄得96%大幅增長) 的推動，其次為ELEMIS (+5.3%) 及其他(+5.5%)。L'OCCITANE en Provence於二零二三財年九個月為-0.9%，表現幾近持平，主要由於中國市場狀況持續充滿挑戰及撤出俄羅斯。撇除中國及俄羅斯市場，L'OCCITANE en Provence增長5.9%。
- 美洲為表現最佳的地區，於二零二三財年九個月按固定匯率計算增長53.7%。
- 批發繼續為增長最快的渠道，增長43.7%，其中Sol de Janeiro帶來強勁貢獻。零售渠道的銷售輕微下降1.7%，主要受到中國店舖因COVID-19疫情而關閉、撤出俄羅斯及全球零售店減少的影響。撇除中國及俄羅斯市場，零售渠道增長6.9%。線上渠道錄得良好增長，於二零二三財年九個月按固定匯率計算增長2.3%。

#### 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 第三季度 百萬歐元	二零二二財年 第三季度 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	506.3	524.9	-3.5	-5.5
ELEMIS	76.5	76.4	0.2	-3.4
Sol de Janeiro	64.2	—	不適用	不適用
其他 <sup>(1)</sup>	54.8	48.7	12.4	6.6
<b>總計</b>	<b>701.8</b>	<b>650.0</b>	<b>8.0</b>	<b>4.5</b>
	二零二三財年 九個月 百萬歐元	二零二二財年 九個月 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	1,116.6	1,082.9	3.1	-0.9
ELEMIS	181.6	163.2	11.3	5.3
Sol de Janeiro	158.8	—	不適用	不適用
其他 <sup>(1)</sup>	145.3	129.0	12.6	5.5
<b>總計</b>	<b>1,602.3</b>	<b>1,375.1</b>	<b>16.5</b>	<b>10.6</b>

(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 第三季度 百萬歐元	二零二二財年 第三季度 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	316.1	324.8	-2.7	-3.2	
美洲	211.2	128.8	63.9	46.5	
歐洲、中東及非洲	174.6	196.4	-11.1	-10.2	
<b>總計</b>	<b>701.8</b>	<b>650.0</b>	<b>8.0</b>	<b>4.5</b>	
	二零二三財年 九個月 百萬歐元	二零二二財年 九個月 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	686.4	668.3	2.7	-0.6	-6.5
美洲 <sup>(1)</sup>	492.2	281.1	75.1	53.7	7.8
歐洲、中東及非洲	423.8	425.6	-0.4	-0.3	-0.5
<b>總計</b>	<b>1,602.3</b>	<b>1,375.1</b>	<b>16.5</b>	<b>10.6</b>	<b>-1.7</b>

(1) 包括於二零二二財年進行第11章法律程序的美國附屬公司的銷售。

## 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 第三季度 百萬歐元	二零二二財年 第三季度 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	269.4	288.9	-6.8	-8.0
線上渠道	236.0	222.4	6.1	2.5
批發及其他	196.4	138.7	41.6	33.8
<b>總計</b>	<b>701.8</b>	<b>650.0</b>	<b>8.0</b>	<b>4.5</b>
	二零二三財年 九個月 百萬歐元	二零二二財年 九個月 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	591.1	581.7	1.6	-1.7
線上渠道	500.7	462.2	8.3	2.3
批發及其他	510.6	331.2	54.1	43.7
<b>總計</b>	<b>1,602.3</b>	<b>1,375.1</b>	<b>16.5</b>	<b>10.6</b>

於二零二三財年九個月，本集團銷售淨額為1,602,300,000歐元，按報告匯率計算增長16.5%或按固定匯率計算增長10.6%。二零二三財年第三季度按報告匯率計算增長8.0%或按固定匯率計算增長4.5%。在可比基礎上(即不計及本集團於二零二二年六月撤出的俄羅斯、新近綜合入賬品牌Sol de Janeiro及Grown Alchemist、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)，二零二三財年九個月銷售增長為2.3%。

**L'OCCITANE en Provence**的銷售分別於二零二三財年九個月及二零二三財年第三季度錄得0.9%及5.5%的跌幅，部分由於撤出俄羅斯及部分由於中國及日本等主要市場的持續宏觀經濟挑戰。英國及法國等部分市場的消費者持謹慎態度，加上本集團持續減少促銷活動亦影響了該品牌的節日銷售表現。撇除中國及俄羅斯市場，該品牌的銷售於二零二三財年九個月及二零二三財年第三季度按固定匯率計算分別增長5.9%及1.3%。**ELEMIS**於二零二三財年九個月按報告匯率計算增長11.3%或按固定匯率計算增長5.3%，較二零二三財年上半年的雙位數增長有所放緩。二零二三財年第三季度錄得銷售下降，主要由於策略性決策減少向若干英國網絡合作夥伴的銷售，以優先採用適應疫情後消費趨勢及提升品牌資產的全渠道模式。美國於二零二三財年九個月表現強勁，增長22.9%，主要受到其強勁的電子商務、遊輪及批發業務所帶動。**Sol de Janeiro**於二零二三財年第三季度的強勁銷售勢頭加快，季度銷售額達記錄新高64,200,000歐元，截至二零二三財年九個月銷售額達158,800,000歐元。二零二三財年第三季度及二零二三財年九個月的增長分別加快至170%及96%，乃由於其節日營銷活動取得成功，其中熱銷產品為**Bum Bum Cream**及廣受歡迎的香氛噴霧。**其他品牌**於二零二三財年九個月按報告匯率計算增長12.6%或按固定匯率計算增長5.5%，與二零二三財年上半年的銷售勢頭一致。**Erborian**及**L'OCCITANE au Brésil**於二零二三財年九個月表現尤其出色，按固定匯率計算分別增長28.3%及38.1%。

地區表現方面，**美洲**於二零二三財年九個月帶領增長，按報告匯率計算增長75.1%或按固定匯率計算增長53.7%。增長主要由Sol de Janeiro的增長加快及美國**ELEMIS**的強勁表現所推動。於美洲，**L'OCCITANE en Provence**表現持平，而**LimeLife**表現仍然疲弱。**亞太地區**於二零二三財年九個月按報告匯率計算增長2.7%或按固定匯率計算下降0.6%。大部分國家錄得增長，惟中國及日本除外，其受到COVID-19疫情的影響。中國於二零二三財年第三季度按固定匯率計算下降十數百分比。撇除中國，亞太地區於二零二三財年九個月按固定匯率計算增長7.0%。**歐洲、中東及非洲**於二零二三財年九個月的銷售按固定匯率計算輕微下降0.3%，主要由於二零二二年六月撤出俄羅斯。撇除俄羅斯，歐洲、中東及非洲按固定匯率計算增長9.2%，主要貢獻來自該地區的分銷及旅遊零售銷售。

渠道表現方面，**批發及其他**於二零二三財年九個月帶領增長，按固定匯率計算增長43.7%，批發鏈、國際分銷及旅遊零售增長強勁。**線上渠道**於二零二三財年九個月按報告匯率計算錄得8.3%的可觀增長或按固定匯率計算增長2.3%，佔本集團銷售額的31.2%。**零售額**輕微下降1.7%，主要受到中國店舖因COVID-19疫情而關閉、撤出俄羅斯及關閉自營店的影響(截至二零二二年十二月三十一日為1,386間，而截至二零二一年十二月三十一日為1,515間)。撇除中國及俄羅斯市場，零售銷售於二零二三財年九個月按固定匯率計算增長6.9%。

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

香港，二零二三年一月三十一日

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**Christèle Hiss Holliger**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。