

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)

**截至二零二三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」) 截至二零二三年三月三十一日止三個月 (「二零二三財年第四季度」) 及截至二零二三年三月三十一日止十二個月 (「二零二三財年十二個月」) 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十二個月突破二十億歐元大關，按報告匯率計算增長17.9%或按固定匯率計算增長13.4%。二零二三財年第四季度的可比銷售增長8.4%，較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」) 的-1.7%有顯著改善。
- 二零二三財年十二個月的強勁增長是由Sol de Janeiro的出色表現及ELEMIS的穩健增長推動，而二零二三財年第四季度的改善勢頭是由中國的早期積極跡象以及旅遊零售及郵輪渠道推動。
- Sol de Janeiro保持其強勁勢頭，於二零二三財年十二個月以本地貨幣計算取得135.2%的驚人增長，成為增長最快的品牌。ELEMIS按固定匯率計算恢復8.9%的增長，而其他品牌按固定匯率計算增長7.3%。L'OCCITANE en Provence於二零二三財年十二個月幾近持平於-0.5%，乃主要由於中國於年內大部分時間艱難的情況以及撤出俄羅斯所致。撇除中國及俄羅斯市場，L'OCCITANE en Provence於二零二三財年十二個月及二零二三財年第四季度分別增長6.8%及9.9%。
- 美洲再次成為表現最佳的地區，於二零二三財年十二個月按固定匯率計算增長62.8%，主要由Sol de Janeiro推動。亞太地區於二零二三財年十二個月恢復增長，乃歸功於旅遊零售渠道及中國於二零二三財年第四季度的狀況改善。
- 批發繼續成為增長最快的渠道，於二零二三財年十二個月增長50.9%。零售下降2.0%，主要受到撤出俄羅斯、中國店舖因COVID-19爆發而關閉以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7.2%。線上渠道按固定匯率計算增長4.8%，乃主要歸功於Sol de Janeiro。

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 第四季度 百萬歐元	二零二二財年 第四季度 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	304.6	306.3	-0.6	0.8
ELEMIS	74.4	63.2	17.8	18.1
Sol de Janeiro ⁽¹⁾	100.2	26.1	284.0	267.5
其他 ⁽²⁾	45.4	39.4	15.2	14.3
總計	524.5	434.9	20.6	20.6
	二零二三財年 十二個月 百萬歐元	二零二二財年 十二個月 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	1,421.2	1,389.2	2.3	-0.5
ELEMIS	255.9	226.3	13.1	8.9
Sol de Janeiro ⁽¹⁾	267.0	26.1	不適用	不適用
其他 ⁽²⁾	190.5	168.4	13.1	7.3
總計	2,134.7	1,810.0	17.9	13.4

(1) Sol de Janeiro於二零二三財年的季度銷售額重列如下：第一季度42.6百萬歐元(+1.8百萬歐元)，第二季度56.0百萬歐元(+2.1百萬歐元)，第三季度68.3百萬歐元(+4.1百萬歐元)，乃由於對網上商城渠道的銷售額進行重新分類，以正確記錄直銷銷售額。

(2) 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 第四季度 百萬歐元	二零二二財年 第四季度 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	208.4	205.3	1.5	4.3	
美洲	196.3	106.0	85.3	77.5	
歐洲、中東及非洲	119.8	123.7	-3.1	-1.3	
總計	524.5	434.9	20.6	20.6	
	二零二三財年 十二個月 百萬歐元	二零二二財年 十二個月 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	896.2	875.4	2.4	0.5	-4.3
美洲 ⁽¹⁾	695.0	385.3	80.4	62.8	8.1
歐洲、中東及非洲	543.4	549.3	-1.1	-0.7	1.0
總計	2,134.7	1,810.0	17.9	13.4	-0.5

(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 第四季度 百萬歐元	二零二二財年 第四季度 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	170.4	178.5	-4.5	-2.4
線上渠道	148.9	139.3	6.9	7.0
批發及其他	205.2	117.1	75.3	71.7
總計	524.5	434.9	20.6	20.6
	二零二三財年 十二個月 百萬歐元	二零二二財年 十二個月 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	761.5	760.2	0.2	-2.0
線上渠道	657.6	601.5	9.3	4.8
批發及其他	715.6	448.3	59.6	50.9
總計	2,134.7	1,810.0	17.9	13.4

於二零二三財年十二個月，本集團的銷售淨額達到2,134.7百萬歐元，按報告匯率計算增長17.9%，或按固定匯率計算增長13.4%。二零二三財年第四季度的銷售表現較二零二三財年第三季度有所改善，按固定匯率計算增長20.6%。在可比的基礎上，即撇除俄羅斯（因本集團於二零二二年六月撤出俄羅斯）、新近綜合入賬品牌Sol de Janeiro及Grown Alchemist、去年不將美國附屬公司綜合入賬的影響及按固定匯率計算，二零二三財年第四季度的銷售增長為8.4%，較二零二三財年第三季度的-1.7%大幅改善。

於二零二三財年第四季度，所有主要品牌的銷售表現較二零二三財年第三季度有所改善。**L'OCCITANE en Provence**於二零二三財年第四季度恢復增長0.8%，乃歸功於活躍的旅遊零售渠道及中國於COVID-19限制解除後的銷售勢頭改善。然而，於二零二三財年十二個月，該品牌按固定匯率計算錄得輕微銷售下跌0.5%，主要由於中國於年內大部分時間艱難的情況及撤出俄羅斯所致。撇除中國及俄羅斯市場，該品牌於二零二三財年十二個月及二零二三財年第四季度分別錄得銷售增長6.8%及9.9%。**ELEMIS**於二零二三財年第四季度恢復18.1%的強勁增長，截至二零二三財年十二個月按固定匯率計算增長8.9%。此乃得益於美國於二零二三財年十二個月的34.0%強勁增長，主要由其出色的電子商務及郵輪業務所帶動，以及亞太地區因品牌於區內發展而錄得29.2%增長。此部分被英國銷售額下跌所抵銷，與減少對若干批發合作夥伴的銷售以提升品牌價值的戰略決策一致。**Sol de Janeiro**加速其強勁的銷售勢頭，於二零二三財年十二個月的銷售額達到267.0百萬歐元，成為本集團第二大品牌。其於二零二三財年第四季度增長267.5%及於二零二三財年十二個月增長135.2%，乃由於獲熱切期待的**Bum Bum Firmeza**護膚油，連同其最暢銷的**Brazilian Bum Bum Cream**及**Rio Radiance**香水噴霧所帶動。其他品牌亦有所改善，於二零二三財年十二個月按固定匯率計算增長7.3%。**Erborian**及**L'OCCITANE au Brésil**表現尤其出色，於二零二三財年十二個月按固定匯率計算分別增長33.4%及41.2%。

就地區表現而言，**美洲**於二零二三財年十二個月帶領增長，按報告匯率計算增長80.4%，或按固定匯率計算增長62.8%。該增長主要受Sol de Janeiro的加速增長及ELEMIS於美國的穩健表現所帶動。**L'OCCITANE en Provence**於美洲錄得低單位數百分比增長。**亞太地區**於二零二三財年十二個月恢復增長，按報告匯率計算增長2.4%，或按固定匯率計算增長0.5%，此乃由於該地區旅遊零售銷售的強勁貢獻及中國的狀況改善，其於二零二三財年第四季度的銷售額跌幅收窄至高單位數百分比。撇除中國，亞太地區於二零二三財年十二個月按固定匯率計算增長8.0%，而同店銷售增長1.4%。**歐洲、中東及非洲**於二零二三財年十二個月按固定匯率計算輕微下跌0.7%，主要由於撤出俄羅斯所致。撇除俄羅斯，歐洲、中東及非洲按固定匯率計算增長10.2%。

就渠道表現而言，批發及其他於二零二三財年十二個月帶領增長，按固定匯率計算增長50.9%，批發鏈、國際分銷及旅遊零售均有強勁增長。線上渠道於二零二三財年十二個月按固定匯率計算增長4.8%，主要由Sol de Janeiro的強勁表現所帶動。撇除Sol de Janeiro，由於客流量回流至實體渠道及LimeLife表現疲弱，線上渠道如預期般下跌。零售銷售減少2.0%，主要受撤出俄羅斯、中國店舖因COVID-19爆發而關閉以及關閉自營店(於二零二三年三月三十一日為1,362間，而於二零二二年三月三十一日則為1,490間)所影響。撇除俄羅斯及中國市場，零售銷售於二零二三財年十二個月按固定匯率計算增長7.2%。

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

香港，二零二三年五月四日

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。