

[即時發佈]

L'OCCITANE

EN PROVENCE

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)

L'Occitane 公佈二零一七財政年度全年業績

集團達上市以來最高純利：增加 **16.6%** 達 **132.4** 百萬歐元
銷售淨額上漲 **3.2%**，電子商務銷售上升 **11.8%**

1. 純利增加 16.6% 達 132.4 百萬歐元，達上市以來最高金額
2. 毛利率達歷史高點，增加 0.5 百分點至 83.3%
3. 銷售淨額為 1,323.2 百萬歐元，按實際匯率計算增長 3.2%
4. 來自新興國家、電子商務渠道與新興品牌令人振奮的增長帶動，大幅抵消經濟不明朗性與不利的零售狀況所導致的低迷不振
5. 按當地貨幣計算，巴西、中國與日本為表現最佳之市場
6. 電子商務銷售增長 11.8%，相當於集團零售銷售額的 11.0%
7. 集團持續投資電子商務、市場行銷、品牌定位與研發，推升品牌意識
8. 現金淨額增加 13.0% 達 379.7 百萬歐元
9. 建議派發末期股息每股 0.0316 歐元，較二零一六財政年度增加 8.6%

財務摘要

截至三月三十一日止年度

(除另有說明，所有金額以百萬歐元為單位)

	二零一七年	二零一六年	變化
銷售淨額	1,323.2	1,282.7	+3.2%
毛利	1,102.4	1,061.5	+3.9%
<i>毛利率</i>	83.3%	82.8%	+0.5 pp
經營溢利	168.3	168.0	+0.2%
<i>經營溢利率</i>	12.7%	13.1%	-0.4 pp
年內溢利	132.4	113.6	+16.6%
<i>淨利率</i>	10.0%	8.9%	+1.1 pp
基本每股盈利 (歐元)	0.090	0.075	+20.0%
每股股息(歐元)*	0.0316	0.0291	+8.6%
派息比率(%)*	35.0%	38.7%	-3.7 pp
資本回報率 (%)	24.6%	22.2%	+2.4 pp
股權回報率 (ROE) (%)	14.3%	13.0%	+1.4 pp
資產負債比率(%)	5.9%	7.5%	-1.6 pp
現金淨額	379.7	335.9	+13.0%

*該數據只描述年內建議的每股股息，而非於年內實際支付的股息。董事會建議派發截至二零一七年三月三十一日止年度之末期股息為每股 0.0316 歐元，有待股東於應屆股東週年大會上批准。

(香港, 二零一七年六月十二日) 以天然成分為基礎之化妝品及樂活產品並擁有來自法國普羅旺斯與世界各地真實故事之全球企業 L'Occitane International S.A. (「L'Occitane」或「集團」; 港交所股份代號: 973) 今日公佈截至二零一七年三月三十一日止年度 (「二零一七財政年度」) 之全年業績。

二零一七財政年度, 集團錄得銷售淨額 **1,323.2** 百萬歐元。與二零一六財政年度比較, 按固定匯率計算, 銷售淨額增長 **1.7%**, 按實際匯率計算, 增長 **3.2%**。銷售淨額的增長主要由於集團新開設與新翻修店舖、集團網上渠道與自有電子商務的優越表現, 與集團新興品牌雙位數的增長。

主要由於更有效率的供應鏈管理、更好的價格與產品組合, 與有利的匯率影響, 二零一七財政年度毛利上升 **3.9%** 達 **1,102.4** 百萬歐元, 毛利率增加 **0.5** 個百分點至 **83.3%**。

二零一七財政年度, 集團錄得經營溢利 **168.3** 百萬歐元, 上升 **0.2%**, 經營溢利率則下跌 **0.4** 個百分點至 **12.7%**, 主要由於集團持續投資研發、品牌意識的提升與新興品牌。淨利增長 **16.6%** 達 **132.4** 百萬歐元, 為集團自上市以來最高獲利, 彰顯管理層在充滿挑戰性的營運環境下拓展其銷售的能力, 並受惠於以下效應, 包括: 不存在去年所錄得之一次性、非現金匯損, 有利的匯率變動及較低的有效稅率。

二零一七財政年度, 直銷銷售額佔集團總銷售額之 **75.0%**, 達 **992.5** 百萬歐元, 按固定匯率計算增加 **1.3%**。直銷銷售額的增長主要受到新開設及新翻修店舖所推動, 同時也受到集團的電子商務渠道 (特別是網上商城) 的成長與發展所帶動。秉持集團選擇性的全渠道擴張戰略, 年內集團全球自營零售店舖網絡總數增至 **1,514** 間, 電子商務版圖亦持續擴張。

二零一七財政年度, 轉售銷售額佔集團總銷售額之 **25.0%**, 達 **330.7** 百萬歐元, 按固定匯率計算增加 **3.1%**。此一增長主要來自網上夥伴、批發、分銷與 **B2B** 渠道, 以及集團新興品牌 (L'Occitane au Brésil、Melvita 和 Erborian) 蓬勃的增長。

按實際匯率計算, 增長最大的推動力來自巴西和日本, 受惠於強勢的巴西雷亞爾與日圓, 分別錄得 **30.0%** 及 **15.5%** 的銷售增長。受到 L'Occitane en Provence 與 L'Occitane au Brésil 品牌的推動, 按當地貨幣計算, 巴西的銷售亦增長 **18.4%**。日本的銷售則得益於深受好評的電視廣告宣傳, 與集團自有電子商務和網上夥伴在銷售增長上的提升。

就當地貨幣銷售而言, 二零一七財政年度中國亦自集團的各個市場中脫穎而出, 銷售較二零一六財政年度增長 **11.0%**, 主要由於實體與網上商城 (例如在天貓上的旗艦店) 與 **B2B** 推動尤其在二零一七財政年度最後一季的加速增長所致。大部分的卓越表現受到下半年開始實行的品牌大使活動高度的成功所推動。

香港的銷售則持續受制於入境遊客數量減緩、大幅折扣與強勢港幣的負面影響。受到擔憂恐怖主義、最近的總統大選與萎靡的零售情緒, 法國的銷售仍然遲緩。然而, 由於廣受好評的聖誕與假期商品組合, 英國的電子商務與批發銷售有所增長。

集團新興品牌- L'Occitane au Brésil, Melvita and Erborian - 的發展仍按計劃進行, 並對二零一七財政年度的整體增長做出更多的貢獻, 其中若干品牌透過推廣關注度與追隨者, 尤其是在日本、法國和巴西市場, 達成雙位數甚或三位數的增長。

在集團全渠道銷售策略中, 集團繼續大幅投資在自營電子商務網站、流動網頁、第三方網上商城與社群媒體平台, 以推升集團網上平台與實體店舖的客流量、轉換率、銷售與增長。集團亦持續推進行銷企劃與禮品銷售策略, 確保位於具有較多經濟不明朗性情況 (包括美國、英國與其他歐洲國家) 市場中的表現。

在集團多品牌策略中, 集團最近投資 **128** 百萬美元於立足美國且快速增長的全天然護膚與個性化彩妝公司 LimeLight by Alcone **40%** 的股份, 透過「社群商務」的銷售, 並設定在全球範圍發展其商業模式的目標, 加速集團向彩妝領域的擴張, 同時亦將尋求拓展至其他產品系列, 以迎合更廣泛的消費客群, 包括千禧世代。

集團於回顧年內維持穩健之資產負債表, 於二零一七年三月三十一日, 現金淨額部位總計為 **379.7** 百萬歐元。L'Occitane 欣然建議派發末期股息每股 **0.0316** 歐元, 二零一七年財政年度派息比率為 **35.0%**。

L'Occitane 主席兼行政總裁 Reinold Geiger 先生表示：「儘管許多我們營運的市場持續面臨外部挑戰，我們極為欣喜報告我們實現上市以來最高的獲利水平。這個結果顯示我們全渠道銷售策略與品牌建立的努力已確實帶來成果。」

「這個成果亦為我們落實承諾的充分證明，為尋求具備社會意識、高質素、天然與永續成份產品的消費者帶來舒緩及具備奢華感的產品。同時，此成績也清楚彰顯了我們對於公司同仁的信賴，我們將持續賦予員工自主性並提供他們成為紮實專業人員的途徑，確保他們具備強烈的責任感。」

- 完 -

關於 L'Occitane International S.A.

L'Occitane International S.A. (「本公司」) 為以天然成分為基礎的全球領先化妝品及樂活產品公司，產品的真實故事來自法國普羅旺斯與世界各地。作為高級美容用品市場的全球領導者，L'Occitane 製造並零售最優質產品，由旗下 L'Occitane en Provence、Melvita、Erborian 和 L'Occitane au Brésil 四個品牌以最先進的技術生產。本公司產品富含可溯源之天然成分，並尊重愛護環境。

媒體聯絡人

博譽顧問集團

Mr. Matthew Schultz / Henry Chow

電話: (852) 3978 5321 / 3978 5323

電郵: loccitane@think-alliance.com

分析師聯絡人

L'Occitane International S.A.

王 琦

投資者關係部主管

電話: (852) 2899 4106

電郵: Olivia.WANG@loccitane.com