

【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 公佈二零一八財政年度中期業績

銷售淨額按固定匯率計算（在可比的基礎上）增長 **2.3%**  
成功的市場推廣投資促使網上銷售增長 **22.6%**

1. 儘管面對挑戰性的零售環境，主要新興市場、新興品牌與網上渠道錄得令人鼓舞的增長
2. 銷售淨額為 548.2 百萬歐元，按固定匯率計算增長 1.1%（在可比的基礎上增長 2.3%）
3. 毛利率增加 0.6 個百分點至 82.8%
4. 中國與巴西為增長最快的市場，按固定匯率計算，分別錄得 22.7%與 13.2%的銷售增長；同時，香港的銷售增長進一步回穩
5. 網絡直銷（如天貓）銷售增長 22.6%，相當於直銷銷售總額的 12.9%
6. 新興品牌（Melvita、L'Occitane au Brésil、Erborian）均取得雙位數的增長
7. 在電子商務、數碼營銷、品牌定位與研發持續的投入提升品牌知名度
8. 受不利的匯率變動、一次性效應與顯著的季節性因素影響，淨利減少至 10.7 百萬歐元

#### 財務摘要

截至九月三十日止六個月

（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	<b>548.2</b>	551.7	-0.6%
毛利	<b>453.9</b>	453.4	+0.1%
<i>毛利率</i>	<b>82.8%</b>	82.2%	+0.6 pp
經營溢利	<b>13.8</b>	19.4	-28.9%
<i>經營溢利率</i>	<b>2.5%</b>	3.5%	-1.0 pp
期內溢利	<b>10.7</b>	26.4	-59.4%
<i>淨利潤率</i>	<b>2.0%</b>	4.8%	-2.8 pp
基本每股盈利（歐元）	<b>0.008</b>	0.018	-55.6%
資本回報率（%）	<b>1.7%</b>	4.5%	-2.8 pp
股權回報率（ROE）（%）	<b>1.3%</b>	3.1%	-1.8 pp
資產負債比率（%）	<b>7.2%</b>	7.5%	-0.3 pp
現金淨額	<b>167.2</b>	257.3	-35.0%

(香港，二零一七年十一月二十日) 以天然成分為基礎之化妝品及護理產品並擁有來自法國普羅旺斯與世界各地的淵源與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九月三十日止六個月中期業績 (「二零一八財政年度上半年」)。

由於 L'Occitane 的品牌形象擁有濃厚的禮品及節日氣色，銷售一般會側重於第三個財政季度 (十月一日至十二月三十一日)。在零售環境同受挑戰之際，此一顯著的季節性因素放大了較低營運槓桿的衝擊。因此，集團在二零一八財政年度上半年的財務表現不應為集團二零一八財政年度全年業績作為指標。

二零一八財政年度上半年，集團錄得銷售淨額 548.2 百萬歐元。與去年同期比較，按固定匯率計算，銷售淨額增長 1.1%，按實際匯率計算，銷售淨額略降 0.6%。在可比的基礎上 (即撇除 Le Couvent des Minimes 與去年 L'Occitane au Brésil 的一次性交易)，集團的銷售淨額按固定匯率計算上升 2.3%，按實際匯率計算上升 0.5%。銷售增長的提高主要由於集團在如中國和巴西的新興市場中強勁的表現，以及日本、香港和法國市場合理的增長。

毛利在二零一八財政年度上半年上升 0.1% 至 453.9 百萬歐元，毛利率增加 0.6 個百分點至 82.8%。毛利率的增加主要由於生產成本降低、若干市場中售價上揚，與汰換產品減少。然而，這些因素部分受到不利的匯率變動和 Le Couvent des Minimes 在出售後的生產利潤下降所抵銷。

期內，集團錄得經營溢利 13.8 百萬歐元，下滑 28.9%。淨利減少 59.4% 至 10.7 百萬歐元，主要因為二零一八財政年度上半年不利的匯率變動、一次性效應與顯著的季節性因素。

二零一八財政年度上半年，直銷銷售額佔集團銷售總額 72.4%，達 397.1 百萬歐元，按固定匯率計算增加 1.1%。直銷銷售額的增長主要受到新開設及經翻新店舖與自營電子商務渠道所推動，同時也受到網上商城和水療業務的帶動。秉持集團選擇性的全渠道擴張策略，期內集團全球自營零售店舖網絡總數增至 1,519 間。

集團網絡直銷渠道 (包括自營電子商務與網上商城) 在二零一八財政年度上半年的增長尤其強勁，按固定匯率計算上升 22.6%，相當於直銷銷售總額的 12.9%。此一增長尤其受到於中國天貓高度成功的品牌大使活動所推動。

轉售銷售額於期內佔集團銷售總額 27.6%，達 151.1 百萬歐元，按固定匯率計算增加 1.0% (在可比的基礎上，增長為 5.4%)。此一增長的推動力主要來自 L'Occitane en Provence 品牌在旅遊零售、分銷、B2B 與網上夥伴渠道蓬勃地成長。

於二零一八財政年度上半年，按固定匯率計算，增長最快市場為中國和巴西，分別錄得 22.7% 及 13.2% 的增長 (按實際匯率計算則分別增長 18.2% 及 18.8%)。中國市場的勢頭受惠於強勁的同店銷售的增長、當地零售市場的復甦，以及以中國知名藝人鹿晗為主角，持續成功吸引線上與線下流量的品牌大使推廣活動。巴西的銷售則受到 L'Occitane en Provence 與 L'Occitane au Brésil 品牌持續的增長所推動。

受惠於亞洲旅遊零售市場的增強，香港的銷售於二零一八財政年度上半年進一步回穩，按固定匯率計算增長 2.6%，按實際匯率計算增長 0.4%。同時，雖然集團的最大市場日本銷售受到惡劣氣候與夏季的行銷期間遜於預期之影響，Melvita 持續表現良好，在日本錄得中雙位數的增長。

集團新興品牌的發展仍按計劃進行，並對整體增長作出更多的貢獻。其中 Melvita 和 Erborian 取得雙位數的增長，L'Occitane au Brésil 在撇除去年一次性交易後，維持強勁中雙位數的增長。

於二零一八財政年度上半年，集團仍專注於多樣化策略以達成長期的增長，包括激發品牌魅力，透過提供更優異的線上與線下體驗，並提升營運效率。其中包括透過所有的分銷形式展示選定的「皇牌產品」，例如重新推出廣受歡迎的「Divine Youth Oil」產品，進一步強化集團的專業護膚形象。

集團持續展開以「陽光店舖」為核心的全渠道策略，刷新並現代化店舖的外觀與逛街體驗。此一概念元素亦在八月底登場的新電子商務網站上採用，乃是集團創造順暢一致的品牌體驗的一環。集團亦預備在倫敦攝政街與巴黎香榭麗舍大道揭幕兩間旗艦店，後者和著名法國甜點大師 Pierre Hermé 合作，推出獨一無二的概念店。

在行銷方面，在集團最近成功增加新興市場中的線上與線下銷售的基礎上，集團將持續投入於新的品牌大使與其他的市場推廣活動。集團最近與鹿晗重新簽訂二零一八年在中國宣傳集團身體護理產品，並將很快推出一位新的女性品牌形象大使，在三大主要大中華市場（中國、香港、台灣）及其旅遊零售渠道推廣集團的面部護理產品。

集團回顧期間維持穩健之資產負債表，於二零一七年九月三十日，現金淨額總計為 167.2 百萬歐元。

L'Occitane 主席兼行政總裁 Reinold Geiger 先生表示：「在邁入傳統上較為活躍的下半年度，我們將持續推進全渠道銷售策略以及數碼行銷和品牌建立的努力，以提升我們的銷售表現。」

「尤其對重新推出的產品與經翻新的店面和在線平台所帶來的初步正面回應，我們感到十分欣慰，讓我們得以更好地和尋求優質、以天然與可持續成分所製造產品的消費者接觸、溝通，並讓他們感到喜悅。我們相信這將使我們為股東和持份者實現可持續的價值。」

- 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護理產品公司，產品的淵源與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](mailto:loccitane@think-alliance.com)

### 分析師聯絡人

#### L'Occitane International S.A.

賴沛欣

投資者關係部經理

電話：(852) 2899 4106

電郵：[Janis.LAI@loccitane.com](mailto:Janis.LAI@loccitane.com)