

【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 公佈二零一九財政年度中期業績

銷售淨額按固定匯率計算增長 **12.4%**
策略性廣告與營銷將支持下半年表現

1. 蠟菊煥活雙效精華 (Immortelle Reset serum) 為集團至今最成功的產品發佈之一，有助支持在主要市場穩健的銷售增長，同時擴大了在面部護理市場的影響力。
2. 銷售淨額為 595.4 百萬歐元，按固定匯率計算增長 12.4%，在可比基礎上銷售增長為 4.9%。
3. 同店銷售增長加速至 2.0%，去年同期為 -0.1%。
4. 美國、香港和中國為增長最快的市場，按固定匯率計算，銷售分別增長 65.8%、18.6%和 14.1%。
5. 毛利率維持在 82.4%的高水平。
6. 新興品牌 (Melvita、L'OCCITANE au Brésil、Erborian、LimeLife) 持續增長良好。
7. 經營溢利為 5.8 百萬歐元，淨利為 5.6 百萬歐元。這主要由於預期會維持下半年銷售勢頭而有較高的營銷投資、LimeLife 國際業務的設置成本，以及不利的匯兌因素。

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)	二零一八年	二零一七年	變化
銷售淨額	595.4	548.2	+8.6%
毛利	490.5	453.9	+8.1%
毛利率	82.4%	82.8%	-0.4 百分點
經營溢利	5.8	13.8	-57.8%
經營溢利率	1.0%	2.5%	-1.5 百分點
期內溢利	5.6	10.7	-47.9%
淨利潤率	0.9%	2.0%	-1.1 百分點
基本每股盈利 (歐元)	0.005	0.008	-37.5%
資本回報率 (%)	1.3%	1.7%	-0.4 百分點
股權回報率 (%)	0.8%	1.3%	-0.5 百分點
資產負債比率 (%)	7.1%	7.2%	-0.1 百分點
現金淨額	164.4	167.2	-1.7%

(香港，二零一八年十一月二十六日) 製造並銷售富含天然有機成分之美容與護理產品的國際集團 L'Occitane International S.A. (「L'Occitane」或「集團」；港交所股份代號：973) 今日公佈截至二零一八年九月三十日止六個月中期業績(「二零一九財政年度上半年」)。

儘管經濟與政治環境存有不確定性，集團仍然實現穩健的銷售增長，並在多個重要領域取得了進展，尤其是在擴大其面部護理市場的影響力、改善主要市場的同店銷售增長，以及鞏固新興品牌的業務。然而，由於集團的重點產品在大部分國家於八月和九月推出，相關廣告和營銷開支於二零一九財政年度上半年列帳，使集團原有的季節性表現進一步放大。同時，集團預期該產品的勢頭將延續至二零一九財政年度下半年。因此，本集團於二零一九年財政年度上半年的財務表現不能代表其二零一九財政年度的全年業績。

於二零一九財政年度上半年，銷售淨額達 595.4 百萬歐元。與去年同期比較，按固定匯率計算的銷售淨額增長 12.4%。在可比的基礎上（即撇除 LimeLife¹ 與 Le Couvent des Minimes），集團的銷售淨額上升 4.9%。銷售增長主要受惠於持續的客戶關係管理措施和期內包括明星產品蠟菊煥活雙效精華（Immortelle Reset serum）的成功產品發佈。

毛利於二零一九財政年度上半年上升 8.1% 至 490.5 百萬歐元，毛利率則略降至 82.4%。毛利率的降低主要由於不利的匯兌影響與不利的品牌組合所致，部分獲生產效率提升、運費降低、在若干市場價格提高，以及面部護理分部營業額佔比增加所抵銷。

集團於期內錄得經營溢利 5.8 百萬歐元，淨利減少至 5.6 百萬歐元，主要因為在廣告和營銷活動的投資增加（尤其是預期將推動集團下半年表現的主要產品的活動）、將 LimeLife 業務擴展至美國以外的設置成本，以及不利的匯兌因素。然而，集團在若干方面有所改善，包括更佳的渠道組合、去年旗艦店開業前開支的減少，以及價格提高。

於二零一九財政年度上半年，直銷銷售額佔集團銷售淨額 73.2%，達 435.9 百萬歐元，按固定匯率計算增加 13.9%。該增長主要受惠於不可比較店舖和其他銷售，包括去年和今年新開設及經翻新店舖、網上商城、水療中心、咖啡店和 LimeLife。網路直銷渠道（包括自營電子商務及網上商城）的銷售按固定匯率計算增長 8.7%，相當於直銷銷售總額的 12.4%。同店銷售增長加速至 2.0%，去年同期則下降 0.1%。

於二零一九財政年度上半年，轉售銷售額佔集團銷售淨額 26.8%，達 159.5 百萬歐元，按固定匯率計算增加 8.4%。該增長主要由 L'OCCITANE en Provence 品牌在旅遊零售、網上夥伴和 B2B 的銷售蓬勃增長所帶動。Erborian 和 L'OCCITANE au Brésil 品牌亦於轉售渠道擴張。

期內增長最快的市場為美國、香港和中國，按固定匯率計算，銷售分別增長 65.8%、18.6% 和 14.1%。儘管美國店舖較去年同期減少 15 間，其銷售增長受到 LimeLife 和集團核心品牌 L'OCCITANE en Provence 持續的勢頭所帶動。

香港的銷售增長主要受惠於蠟菊煥活雙效精華產品成功的推出和區內蓬勃的旅遊零售市場。然而，由於中國大陸遊客消費更為謹慎，同時受到九月份的颱風影響，二零一九財政年度第二季的增幅較第一季放緩。此外，中國的增長也得到蠟菊煥活雙效精華的成功推出、以劉詩詩和鹿晗為品牌大使的活動，以及在京東開設官方商店的支持。

新興品牌 Melvita、Erborian、L'OCCITANE au Brésil 和 LimeLife 於二零一九財政年度上半年繼續增長良好，尤其是在日本、法國、巴西和美國市場。LimeLife 繼續進行國際擴張，登陸加拿大、英國和法國。

於二零一九財政年度上半年，集團推出一項名為「Pulse」的新策略，以追求可持續增長、提升盈利能力及建立信任。該策略有五個支柱：賦能團隊；執行基本面（尤其是在零售方面）；採取全渠道、流動及數碼化方式；加強客戶的參與度；及特顯品牌承諾。秉持此項策略，集團已經採取行動，例如通過實施一套連接增長和盈利的新激勵制度，以培養企業家文化。

集團繼續推進其明星產品策略，在各個國家及銷售渠道同步開展次數較少但規模較大的產品發佈。其中，獲獎的蠟菊煥活雙效精華是集團至今最成功的產品發佈之一，該產品在兩個月內成為全球最暢銷的產品之一，更是首款面部護理產品按銷量計成為最暢銷產品。

集團繼續投資於全渠道分銷，旨在為客戶帶來流暢體驗，讓他們發掘集團的產品及品牌，令購物過程更有趣、難忘且方便。於二零一九財政年度上半年，集團於紐約、東京和新加坡等主要城市推出 L'OCCITANE en Provence 獨一無二的零售概念。

側重製造內容和加強客戶參與度的營銷舉措，鞏固了在中國和日本等主要市場以及該區旅遊零售渠道的勢頭，並將繼續推動其在二零一九財政年度下半年的增長。

¹ LimeLife by Alcone（「LimeLife」）於二零一八年一月成為集團的附屬公司，自此其銷售綜合計算。

集團於回顧期間維持穩健之資產負債表，於二零一八年九月三十日，現金淨額總計為 164.4 百萬歐元。

L'Occitane 主席兼行政總裁 Reinold Geiger 先生表示：「『Pulse』策略的推出是重要的一步，明確道出我們建立信任、追求可持續增長與提升盈利的目標。此策略將帶領我們的計劃和行動，並鞏固未來的表現。」

「展望下半年，我們相信最近的營銷和廣告工作將持續見效。我們亦會更加重視傳達我們對可持續發展的承諾，這是我們品牌不可或缺的一部分。憑藉我們團隊的專注和決心，我們有信心為股東帶來長遠的價值。」

- 完 -

關於 L'Occitane International S.A.

L'Occitane International S.A. 是製造及銷售富含天然有機成分之美容及護理產品的國際集團。作為高端美容市場的全球領導者，集團擁有超過 3,000 間零售店，其中自營店超過 1,500 間，業務覆蓋 90 個國家。透過旗下 L'OCCITANE en Provence、Melvita、Erborian、L'OCCITANE au Brésil 和 LimeLife by Alcone 五個品牌，集團以尊重自然、環境與人群的優質產品，提供新穎與非凡的美容體驗。

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.

賴沛欣

投資者關係部經理

電話：(852) 2899 4106

電郵：Janis.LAI@loccitane.com